

聚焦与分散： 情绪对网络议程设置影响机制

丁汉青 朱 婧

内容提要 议程设置理论在发展过程中始终将“认知”置于关注中心，阐述人是如何加工、转换并输出媒介信息的。然而情绪与认知的紧密联系却始终未在该理论中彰显。基于此，研究采用实验法验证情绪对网络议程设置的影响机制，探究媒介文本的不同情绪效价对网络议程设置效果的影响。研究发现，消极情绪因收窄认知而减弱了媒介议程属性网络与受众议程属性网络间的关联性，表现为聚焦作用。与之相反，积极情绪因增大选择性注意成本、促使受众更加平衡地分配注意，从而增强了媒介议程属性网络与受众议程属性网络间的关联性，表现为分散作用。随着两种情绪效价差异增大，无论是媒介议程与受众整体议程关联性上的差异，还是媒介议程与个体议程关联性上的差异，均随之扩大。据此，未来的议程设置理论研究应更加关注情绪的作用；舆论引导工作也需更加注重“事实表达”与“情绪渲染”的平衡，避免情绪将公众认知带入更加偏狭的方向，造成“群体极化”等次生危害。

关键词 网络议程设置 情绪效价 媒介议程 整体议程 个体议程

1968年，美国北卡罗来纳大学传播学者马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell McCombs）和唐纳德·肖（Donald Shaw）在教堂山镇开展了一项小规模受众调查，他们在调查中发现大众媒介的议题显著影响公众议程，二人据此提出了议程设置理论（第一层议程设置）^①。1997年，麦库姆斯和肖又在一篇研究西班牙选举的论文中提出了第二层议程设置，即“属性议程设置”，认为媒介不仅能告诉人们想什么，还能够影响人们怎么想，将议程设置理论的应用范畴进一步向外扩展^②。

然而不论在第一层议程设置抑或第二层议程设置理论中，研究者都将人的认知结构视作线性，认为媒介议程与公众议程间存在一一对应关系。事实上，在互联网普及、大众传播图景被彻底改造后，海量信息和涣散的注意使这种一一对应式议程设置模式备受争议。越来越多研究表明，人类获取信息与形成认知的过程呈网络结构，这个结构中不同节点相互连接构成了人的

① McCombs, M. E., & Shaw, D. L., "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no. 2, 1972, pp. 176-187.

② McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F., "Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 74, no. 4, 1997, pp. 703-717.

认知图谱^①。2021年，基于对人类网状认知结构的认知，郭蕾和麦库姆斯等学者借鉴网络分析的理论框架，提出了议程设置的第三个层次：网络议程设置，亦称NAS（network agenda setting）理论。其核心观点是：影响公众的不是单个议题或者属性，而是一系列议题组成的认知网络；新闻媒体不仅告诉我们“想什么”或者“怎么想”，同时还决定了我们如何将信息碎片联系起来，从而构建出对社会现实的认知与判断^②。该理论提出后引起了广泛关注，相关的验证研究在不同国家展开^③。史安斌等提出第三层网络议程设置理论的提出具有三方面贡献，第一引入了“共现”的概念，强调以关系为核心的议程设置模式，更加贴合互联网的传播语境；第二，用“度中心性”取代“频率”作为衡量要素显著性的主要标准；第三，提供了一个将第一层议程设置与第二层议程设置融合的统摄性框架^④。

议程设置理论经多年发展已日趋完善。从完善的路径来看，一方面是在方法上更加追求科学；另一方面则是从议题到属性再到认知网络，一步步接近真实的信息加工过程。尽管最新的网络议程设置对理解互联网环境中的信息影响机制提供了一项开创性思路，但其对社交媒体时代凸显的情绪问题考虑却不够全面。这主要表现在，第二层议程设置将情绪当作一类属性，认为媒介的情绪会影响到受众的情绪，即情绪设置^⑤。而网络议程设置在考虑情绪问题时也将情绪放入认知网络中，成为其中一个普通节点^⑥。然而随着“后真相”、“群体极化”问题的日益凸显，情绪的重要性被更多人认识，媒介情绪对受众的影响被认为能够超脱于影响受众情绪之外对受众整个信息加工过程产生影响，此时再将情绪属性与其他事实属性混同就难以解释当下以“情绪”为中心的社交媒体传播^⑦。因此，重思情绪对网络议程设置的影响对进一步完善网络议程设置理论意义重大。除此之外，由于研究在方法上的路径依赖，议程设置理论始终在探讨媒介议程与受众整体议程的关联性，媒介议程与个体议程的关联性因为过去缺乏经验性证据很少被提及，与当下强调“个性化”、“微粒化”的网络传播语境相悖。鉴于此，本研究拟采用实验法，从整体议程与个体议程两个维度检验情绪对网络议程设置的影响，解决媒介文本中的情绪效价如何影响网络议程设置理论中的媒介与受众整体议程属性网络的关联性 & 媒介与受众个体议程属性网络的关联性两大问题，以此拓展网络议程设置在互联网语境下的解释宽度。

一、文献综述与研究假设提出

伴随着以情绪为轴心的社交媒体时代到来，情绪对传播的作用越发凸显，引起诸多学者开

① Kaplan, S., "Cognitive Maps in Perception and Thought," *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*, 1973, pp. 63-78.

② Guo, L., *The Power of Information Networks*, New York: Routledge, 2015, pp. 21-36.

③ Kim, J., & Min, Y., *The Power of Information Networks: New Directions for Agenda Setting*, New York: Routledge, 2015, p. 132.

④ 史安斌、王沛楠：《议程设置理论与研究 50 年：溯源·演进·前景》，《新闻与传播研究》2017 年第 10 期。

⑤ McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F., "Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 74, no. 4, 1997, pp. 703-717.

⑥ 蒋俏蕾、程杨：《第三层次议程设置：萨德事件中媒体与公众的议程网络》，《国际新闻界》2018 年第 9 期。

⑦ 汤景泰、徐铭尧、星辰：《立场、情感、注意力与选择性接触：舆论极化的影响要素分析》，《国际新闻界》2023 年第 1 期。

始就情绪尤其是媒介文本中的情绪效价对传播的影响展开探究,得出了相对丰富的结论。然而经典的议程设置理论中对情绪的考虑却仍显现出不足。尽管情绪与认知的关联已在心理学上获得了充分证据,但是却始终没有随之迁移到同样以认知为轴心的议程设置理论中。

(一) 情绪对网络议程设置的影响

情绪与认知之间的关系是心理学关注的一个重要领域。学者佩索阿(Luiz Pessoa)认为情绪能够影响人类认知的各个环节,对个体信息筛选与整合起着至关重要的作用^①。首先,在人类认知环节中的注意层面,情绪被认为能够激活人的注意,触发人们的关注兴趣^②。其次,在人类认知环节的记忆层面,人们对情绪事件的记忆往往会比非情绪事件的记忆更生动,故掺杂着情绪的经历更难以被忘记^③。再者,在人类认知环节的反应层面,情绪可以令认知反应变得更加强烈^④。而议程设置理论对认知的关注始终居于其理论发展轴心^⑤。早在1941年,拉斯韦尔(Harold D. Lasswell)就曾提出过:“若人类社会的注意步骤被视为一系列‘注意结构’,或许不同个体和大众所关注内容内各种成分的构成比例则可以被分析”^⑥。这一思路恰为议程设置理论设计的缘起,因而拉斯韦尔也被相应视作议程设置理论的先驱^⑦。而拉斯韦尔所谈到的“注意结构”以及其阐释过程中所用到的“注意步骤”本质上是人认知过程中的“注意”环节。在议程设置理论的阐释中,麦库姆斯在《议程设置:大众媒介与舆论》书中提到新闻媒介通过提供大量线索,体现各种话题在每日公众议程上的相对显要性,使某个话题或议题成为公众关注、思考或采取行动的重点。其提到的“关注”与“思考”则与认知加工过程中“记忆”与“反应”环节相对应^⑧。而最新演进的第三层议程设置理论中亦是通过对人认知结构的纠偏,将人的认知看作是网状结构而非是线性,从而重塑媒介议程对公众认知的影响机制^⑨。由此可见,演变中的议程设置理论始终与认知紧密关联,用以阐述人是如何将媒介信息加工、转换并输出的。情绪既已被证实对人认知的各个环节都起到关键性作用,因而也应被作为一个关键的影响变量,纳入议程设置理论中。然而此前网络议程设置理论探讨却仅将情绪作为认知网络的一个节点而未考虑到它对整个认知网络构建的作用。因而本研究提出:

RQ1: 情绪是否能影响到网络议程设置中媒介议程属性网络与受众议程属性网络间的关联性?

-
- ① Pessoa, L., "On the Relationship Between Emotion and Cognition," *Nature Reviews Neuroscience*, vol. 9, no. 2, 2008, pp. 148-158.
 - ② Steinbock, A. J., "Affection and Attention: On the Phenomenology of Becoming Aware," *Continental Philosophy Review*, vol. 37, 2004, pp. 21-43.
 - ③ 周爱保、赵海燕、夏瑞雪、袁月、贾婷婷、谢珮:《不同语义水平下参照方式、情绪效价和特质评价对记忆的影响》,《心理与行为研究》2022年第2期。
 - ④ Phelps, E. A., "Emotion and Cognition: Insights from Studies of the Human Amygdala," *Annu. Rev. Psychol.*, vol. 57, 2006, pp. 27-53.
 - ⑤ Guo, L., & McCombs, M., "Network Agenda Setting: A Third Level of Media Effects," *Annual Conference of the International Communication Association*, 2021, Boston, MA.
 - ⑥ 刘海龙:《一篇存在争议的传播学奠基文献》,《国际新闻界》2009年第2期。
 - ⑦ 韩海燕、高海波:《拉斯韦尔与议程设置功能理论》,《国际新闻界》2015年第2期。
 - ⑧ 麦库姆斯:《议程设置:大众媒介与舆论(第二版)》,北京:北京大学出版社,2018年,第2页。
 - ⑨ Stephen, K., "Cognitive Maps in Perception and Thought", *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*, 1973, pp. 63-78.

（二）情绪效价对网络议程设置效果的影响

除了考虑情绪本身的影响外，情绪的效价作为调节因素也应被纳入情绪对网络议程设置的影响机制中。作为一种复杂心理现象，情绪依据效价可以分为积极情绪、中性情绪与消极情绪。而从分立情绪理论观点来看，积极情绪包括快乐、满意、兴趣、自豪、感激和爱等。消极情绪则包括忧愁、悲伤、愤怒、紧张、焦虑、痛苦、恐惧、憎恨等^①。目前来看，在不同情绪效价如何影响媒介议程与受众议程属性网络的关联性问题，虽然学者们普遍认同消极情绪对认知的影响会强于积极情绪，但反映在网络议程设置效果上却显现出两种推测。

第一种推测为消极情绪可能强化媒介议程与受众议程属性网络关联性。基于情绪进化理论，人类对情绪尤其是负向情绪的强烈敏感度在远古时期确保了原始人能获得更高的生存几率，因而得以保留至今^②。这种进化而来的生物学本能在信息传播中的表现就是，消极情绪相对积极情绪会对人的认知加工过程产生更强的影响，更能够聚焦人的注意，触发后续的传播分享行为^③。由此推测消极情绪下的网络议程设置效果应强于积极情绪。

第二种推测为尽管消极情绪具有强影响，但此影响可能表现为降低议题属性网络的关联性，即弱化网络议程设置效果。该种推测的依据为，基于认知控制理论，在消极的情绪状态下，个体注意的处理效率将会受到不利影响，导致注意范围内刺激数量会相应减少^④。原因是消极情绪会促使大脑释放肾上腺素，使人能够快速进入警觉状态，由此使人更加警惕与消极情绪相关的信息内容^⑤。前人研究中，努凯恩等（Finucane, Anne M）通过实验验证发现与控制条件相比，恐惧状态下的选择性注意成本会显著降低，而愤怒条件下的选择性注意成本略低，由此其推论出消极情绪效价会明显抑制非目标信息的加工，增强选择性注意^⑥。施帕赫托尔茨（Spachholz）等则通过比较中性情绪和消极情绪两种实验条件下的感觉记忆和工作记忆表征的数量和精度发现，与中性情绪相比，消极情绪降低了感觉记忆和工作记忆的容量，提高了记忆的精度^⑦。因此推论，因为消极情绪加强了个体的选择性注意，致使其认知网络收窄，最终可能导致积极情绪下媒介议程属性网络与受众议程属性网络间的关联性强于消极情绪，即弱化网络议程设置效果。

从中可见两种推测在不同情绪效价如何影响网络议程设置效果上形成了分歧，并不能得出

① Lench, H. C., Flores, S. A., & Bench, S. W., "Discrete Emotions Predict Changes in Cognition, Judgment, Experience, Behavior, And Physiology: A Meta-Analysis of Experimental Emotion Elicitations," *Psychological Bulletin*, vol. 137, no. 5, 2011, p. 834.

② Plutchik, R., "A Psychoevolutionary Theory of Emotions," *Social Science Information*, vol. 21, no. 4-5, 1982, pp. 529-553.

③ Phelps, E. A., "Emotion and Cognition: Insights from Studies of the Human Amygdala," *Annu. Rev. Psychol.*, vol. 57, 2006, pp. 27-53.

④ Eysenck, M. W., Derakshan, N., Santos, R., & Calvo, M. G. "Anxiety and Cognitive Performance: Attentional Control Theory," *Emotion*, vol. 7, no. 2, 2007, p. 336.

⑤ Mather, M., Clewett, D., Sakaki, M., & Harley, C. W., "Norepinephrine Ignites Local Hotspots of Neuronal Excitation: How Arousal Amplifies Selectivity in Perception and Memory," *Behavioral and Brain Sciences*, vol. 39, 2016, p. 200.

⑥ Finucane, A. M. "The Effect of Fear and Anger on Selective Attention," *Emotion*, vol. 11, no. 4, 2011, p. 970.

⑦ Spachholz, P., Kuhbandner, C., & Pekrun, R., "Negative Affect Improves the Quality of Memories: Trading Capacity for Precision in Sensory and Working Memory," *Journal of Experimental Psychology: General*, vol. 143, no. 4, 2014, p. 1450.

确定的推断,亟待新一轮的验证。

(三) 网络议程设置理论中的整体议程检验与个体议程检验

检验经典议程设置理论存在多个角度。第一种角度为描述整体议程,总体测量受众样本来确定议题在受众中的显要性,将得出的受众议题重要性排序与媒介整体议程比对,检验议程设置效果。角度二则是将重点转移到单个个体的议程,测量个体议程与媒介整体议程间的关联性^①。角度一涉及的是整体层面,角度二涉及的是个体层面。过去研究认为媒介议程对个体作用微弱,媒介议程与个人议程重要性排序之间没有找到充分的相关性证据,因此相对于角度一的大量实证研究,角度二在过去并没有得到太多检验^②。然而当网络议程设置研究对象转变成带有很强个体特异性的认知网络时,个体议程与媒介议程关联性也应被关注,用以反映媒介议程属性网络在个体层面上的影响效果,贴合当下的“微粒化社会”情境^③。为此,本研究在检验情绪对网络议程设置效果影响时拟从整体议程与个体议程两个层次上检验,提出如下研究问题:

RQ2: 积极情绪效价与消极情绪效价媒介议程属性网络与受众整体议程属性网络孰强孰弱?

RQ3: 积极情绪效价与消极情绪效价媒介议程属性网络与受众个体议程属性网络间的关联性孰强孰弱?

进一步来看,由于不同强度的情绪会产生差异化的传播效果^④。因此,为了进一步核验情绪对网络议程设置效果体现的调节作用,本研究在设置积极与消极情绪差异时设置了高、低两个水平,并认为若情绪会对网络议程设置效果产生影响,那么随着效价差异的扩大,媒介议程属性网络与受众整体及个体间议程属性网络关联性的差异亦会随之扩大。即高水平下积极情绪效价与消极情绪效价下产生的网络议程设置效果差异会强于低水平下的差异。基于此,提出如下研究假设:

H1: 情绪效价高差异水平的媒介议程与受众整体议程属性网络关联性差异会大于情绪效价低差异水平下的差异。

H2: 情绪效价高差异水平的媒介议程与受众个体议程属性网络关联性差异会大于情绪效价低差异水平下的差异。

二、研究方法

本研究采用实验法,通过分组实验的方法验证媒介文本中不同的情绪效价对网络议程设置效果的影响机制。实验的具体过程和操作如下:

(一) 被试对象

本研究总共招募了北京市某高校 120 名本科生和研究生作为被试,其中男性 61 人,女性

① [美] 马克斯韦尔·麦库姆斯:《议程设置:大众媒介与舆论》,郭镇之、徐培喜译,北京:北京大学出版社,2018年,第34页。

② McLeod, J. M., Becker, L. B., & Byrnes, J. E., "Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press," *Communication Research*, vol. 1, no. 2, 1974, pp. 131-166.

③ [德] 克里斯多夫·库克里克:《微粒社会:数字化时代的社会模式》,黄昆、夏柯译,北京:中信出版集团,2018年,第16页。

④ 陈丽娟、韦令辰:《健康传播中的微博情绪与互动传播关系分析》,《传媒观察》2021年第3期。

59 人，平均年龄 21.6（标准差 2.58）。实验过程中随机进入到不同情绪效价组。所有被试在实验前都完成了中文版贝克焦虑量表（chinese beck anxiety inventory, BAI）和贝克抑郁量表（beck depression inventory, BDI），均未表现出临床显著的焦虑和抑郁症状。为了评估情绪状态，在实验前令被试填写了正性负性情感量表（Positive and Negative Affect Scale, PANAS）的评估，各项得分如表 1 所示。所有被试在实验完成后取得了一定数额的报酬，研究过程通过了学术伦理委员会的审查。

表 1 实验对象积极情绪组和消极情绪组 BAI、BDI 和 PANAS 得分

测试内容		积极情绪组 (N=60)		消极情绪组 (N=60)	
		平均分 (M)	标准差 (SD)	平均分 (M)	标准差 (SD)
BAI		25.48	4.6	25.25	5.08
BDI		7.88	6.09	7.43	6.21
PANAS	积极情绪	27.6	7.3	29.58	6.68
	消极情绪	16.53	5.37	16.76	7.25

（二）实验材料与实验过程

实验过程使用的原始实验材料是一篇标题为《霍金、马斯克警告：AI 是人类最大的威胁》的公众号推文，全文 5761 字，内容为介绍人工智能技术的应用、前景及对人类未来的影响，完整阅读大约需要 10-15 分钟。为了令该材料适应实验需求，本研究改写了其内容，不改变论点，仅通过增删情绪词，将之转化成两个差异水平的积极、消极情绪效价组。低差异水平组采用的是经专家测评^①后在情绪唤醒度无差异（ $p>0.05$ ），在效价存在显著差异（ $p<0.05$ ），情绪效价差异为 2.346 的两则材料。积极材料标题为《AI 改造世界，将人类引向更加光明的未来》，消极材料标题为《霍金警告，人工智能可能毁灭人类》。高差异水平组采用的是经专家测评后，二者唤醒度不存在显著差异（ $p>0.05$ ），情绪效价存在显著差异（ $p<0.05$ ），并且效价差异由原始的 2.346 扩大到 2.56 的两则实验材料。与第一次实验相比，积极情绪材料在内容上删去了“光明”、“希望”等积极情绪词汇，改编为《AI 技术介绍、应用及前景》。消极材料则增加了更多消极情绪词如“恐惧”、“忧虑”、“隐患”及《霍金警告，人工智能可能毁灭人类》的消极情绪材料。被试均通过自带的手机阅读以公众号形式呈现的实验材料，模拟真实的媒介使用场景。为了排除实验无关干扰，被试被要求至少阅读文章 10 分钟，并在实验阅读过程中不得切换应用，回复消息及其他与实验无关的事项。

（三）数据采集与分析

数据采集与分析过程分两步开展。

第一步，识别媒介议程属性网络，以此为基准制作受众议程属性网络检验材料。在媒介议程上，本研究通过 ROST6.0 自动生成媒介议程属性网络，并借助该软件识别文章高频词及高频词的共现矩阵，挑选出点度中心度最高的 30 个关键词，用以制作公众议程测试材料。被试在阅读完文章后，首先被要求从 30 个属性词列表中选择最多 10 个词汇用以描述所看到的文

① 专家测评步骤为令专家按随机顺序阅读积极情绪词与消极情绪词的文本材料，阅读完毕后评估文本情绪效价和唤醒度，采纳 1-9 级量表。

章,选出词汇的共现用以测量属性间的隐性关联;然后被试被要求通过连线的方式在自己选择的词汇中将其认为彼此关联的属性用线连接,而连线则表示属性间的显性关联^①。由于实验方法选择的是即时阅读的文章,媒介文本网络并不复杂,因此采用隐性网络作为检验指标会产生较大误差。因此研究选择受众显性网络,即用明确指示二词存在关联的显性网络来指示媒介文本与受众认知网络的关联性。选词与连线均在纸质问卷中完成。

第二步,检验关联性,比较不同情绪效价下媒介与受众议程属性网络关联性差异。本研究通过二次指派程序 QAP 检验媒介议程与公众议程之间的关联性。二次指派程序是通过比较两个网络中的关系强度和规格,来确定两个矩阵间相关程度的一种矩阵网络相关性的分析方法^②。首先,本研究先借助 QAP 分析结果比较不同情绪效价下媒介议程属性网络与受众整体议程属性网络的关联程度。其次,本研究先通过 QAP 软件获取每个个体与媒介议程属性网络关联程度系数,形成积极情绪效价与消极情绪效价两组对照组,然后利用 SPSS26.0 的独立样本 T 检验确定两组是否存在显著差异。再者,通过两次实验显著性差异的 Cohen's d 值来确定在内容调节后,积极情绪效价组与消极情绪效价组网络议程设置效果差异是否随着情绪效价差异的扩大而扩大。

三、研究结果

(一) 积极、消极情绪下媒介与受众整体议程属性网络的关联性

实验采用经专家测评后在唤醒度指标上无显著差异,在效价指标上存在显著差异的积极情绪与消极情绪文本材料,根据差异大小分成高、低两个水平。通过 NetDraw 可视化处理后所形成的媒介议程与公众议程的网络图。图中显示的每一个节点都代表一个属性,连接任意两个节点的线段表示两个节点之间的关联程度,线段越短则两个节点间联系越密切。节点越处在中心位置,则与其他属性关联越多。

1. 低差异水平组媒介议程与受众整体议程属性网络

低差异水平组的积极情绪下媒介议程属性网络如图 1 左图所示,一些属性居于中心,表现出较高的点度中心度。点度中心度前 10 的属性词包括“学习”(点度中心度为 69)、“深度”(点度中心度为 45)、“神经”(点度中心度为 30)、“预测”(点度中心度为 23)、“图像”(点度中心度为 22)、“工程学”(点度中心度为 22)、“领域”(点度中心度为 21)、“结构”(点度中心度为 20)、“蛋白质”(点度中心度为 19)、“识别”(点度中心度为 18)。低差异水平组消极情绪下媒介议程属性网络图如图 4 右图所示,点度中心度前 10 的属性词为,“学习”(点度中心度 71)、“深度”(点度中心度 39)、“人类”(点度中心度为 32)、“识别”(点度中心度 28)、“神经”(点度中心度为 26)、“图像”(点度中心度为 20)、“预测”(点度中心度为 19)、“蛋白质”(点度中心度为 19)、“培训”(点度中心度为 19)。二者在事实属性上基本一致,表明两则文本除了情绪效价外在事实呈现上并无过大差异。

① Cheng, Y., & Chan, C. M., “The Third Level of Agenda Setting in Contemporary China: Tracking Descriptions of Moral and National Education (MNE) in Media Coverage and People's Minds,” *International Journal of Communication*, vol. 9, 2015, p. 18.

② Krackardt, D., “QAP Partialling As a Test of Spuriousness,” *Social Networks*, vol. 9, no. 2, 1987, pp. 171-186.

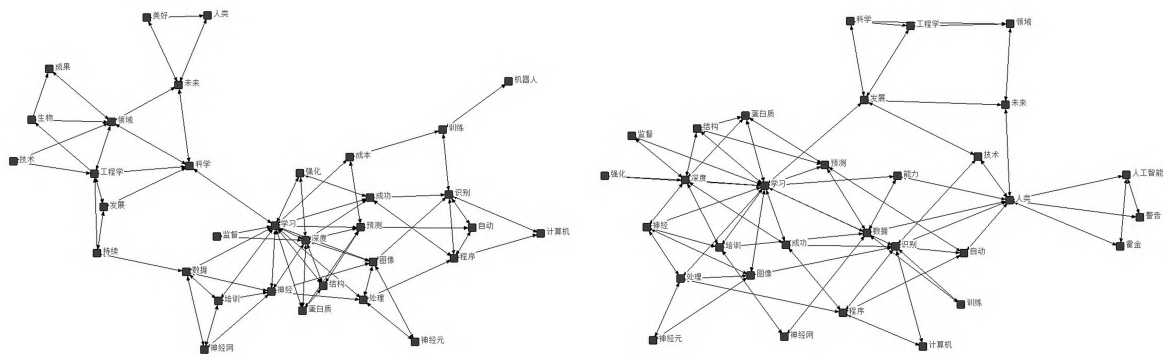


图1 低差异水平组媒介议程属性网络图

低差异水平组积极情绪受众整体议程属性网络图如图2左图所示，点度中心度前10的属性词为“学习”（点度中心度46）、“数据”（点度中心度32）、“训练”（点度中心度为30）、“机器人”（点度中心度为24）、“识别”（点度中心度为23）、“神经”（点度中心度为22）、“预测”（点度中心度为21）、“深度”（点度中心度为20）、“未来”（点度中心度为20）、“计算机”（点度中心度为19）。从中可见，受众所选出的属性词基本与文章事实内容紧密关联，较少出现情绪词汇，如“成功”、“美好”等。表明受众在媒介文本积极效价作用下，立场较为客观、中立，注意的重点在于媒介文本传递的事实而非情绪内容上，认知网络显现出开放性与包容性。低差异水平组消极情绪受众整体议程属性网络图如图2右图所示，点度中心度前10的属性词为：“人工智能”（点度中心度84）、“人类”（点度中心度55）、“学习”（点度中心度为48）、“未来”（点度中心度40）、“数据”（点度中心度为35）、“警告”（点度中心度为33）、“训练”（点度中心度为32）、“计算机”（点度中心度为24）、“预测”（点度中心度为21）、“技术”（点度中心度为19）。从受众网络节点分析来看，一些情绪词已从媒介文本的边缘开始转移至受众认知网络的中心位置。此时受众议程属性网络相比积极效价下的网络已显现出聚拢趋势，如图2右图所示，选择性注意的倾向浮现。相比于客观、中立地通盘关注文本，受众更关注对自身存在威胁性的负性内容，感性认知代替理性评价成为主导的信息加工模式。

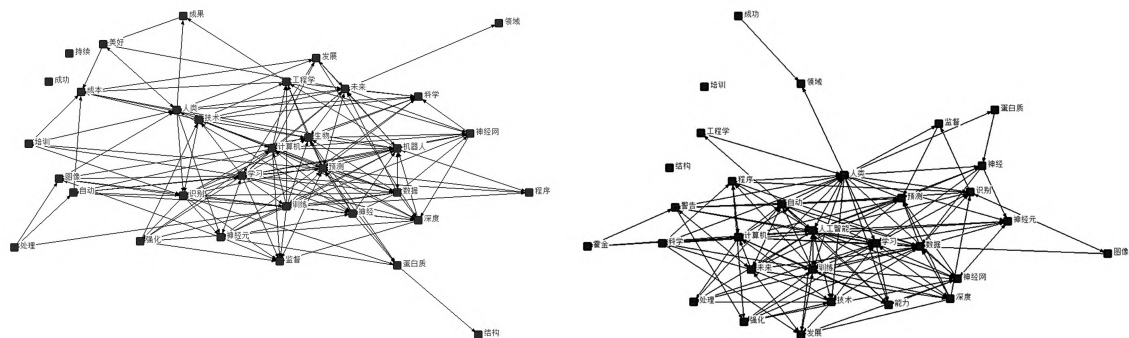


图2 低差异水平受众整体议程属性网络图

2. 高差异水平组媒介议程与受众整体议程属性网络

高差异水平组积极情绪的媒介议程属性网络图如图3左图所示，点度中心度前10的属性词为：“学习”（点度中心度为66）、“深度”（点度中心度为39）、“神经”（点度中心度为

32)、“预测”(点度中心度为27)、“结构”(点度中心度为26)、“图像”(点度中心度为22)、“蛋白质”(点度中心度为19)、“识别”(点度中心度为19)、“培训”(点度中心度为17)、“强化”(点度中心度为14)。高差异水平组消极情绪的媒介议程属性网络图如图3右图所示,点度中心度前10的属性词为:“学习”(点度中心度为75)、“深度”(点度中心度为45)、“神经”(点度中心度为30)、“识别”(点度中心度为28)、“人类”(点度中心度为25)、“预测”(点度中心度为24)、“结构”(点度中心度为20)、“图像”(点度中心度为20)、“数据”(点度中心度为20)、“蛋白质”(点度中心度为19)。与低差异组类同,媒介文本除情绪效价外事实呈现上并无明显差异。

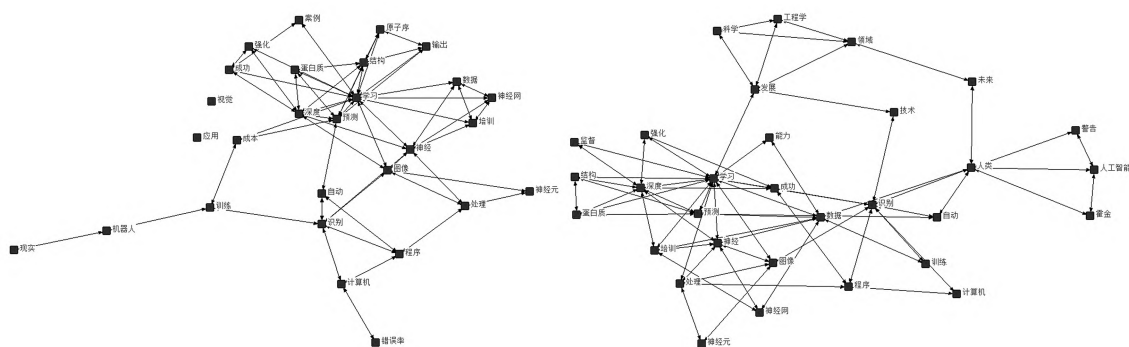


图3 高差异水平组媒介议程属性网络图

高差异水平组积极情绪的受众整体议程属性网络图如图4左图所示,点度中心度前10的属性词为:“学习”(点度中心度为61)、“训练”(点度中心度为40)、“数据”(点度中心度为38)、“应用”(点度中心度为35)、“识别”(点度中心度为34)、“神经网络”(点度中心度为31)、“图像”(点度中心度为21)、“深度”(点度中心度为21)、“程序”(点度中心度为20)、“预测”(点度中心度为20)。从中可见,在祛除更多情绪词的干扰后,受众的认知网络更加开放,从而能够更广泛地接受媒介文本传递的信息内容,显现出更开阔的网络。高差异水平组消极情绪的受众整体议程属性网络图如图7右图所示,点度中心度前10的属性词为:“人工智能”(点度中心度为97)、“人类”(点度中心度为61)、“数据”(点度中心度为43)、“学习”(点度中心度为42)、“未来”(点度中心度为33)、“警告”(点度中心度为33)、“训练”(点度中心度为32)、“技术”(点度中心度为25)、“神经网络”(点度中心度为24)、“计算机”(点度中心度23)。从中可见,受众在负性情绪词的干扰下议程属性网络仍表现出收窄状态,对内容的评判与关注并非基于事实而更多侧重于媒介文本情绪。“情绪上位”的认知加工现象复现于受众对负性媒介文本内容的加工中。

(二) 积极、消极情绪下媒介议程与受众整体议程属性网络关联性比较

QAP 检验方法用以检测积极情绪下媒介议程与受众整体议程属性网络间的关联性。根据表2结果显示,在效价差异为2.346时,积极情绪下媒介议程与受众整体议程属性网络彼此显著相关,关联性为0.260 ($p < 0.01$)。消极情绪下媒介议程与受众整体议程属性网络同样彼此显著相关,关联性为0.175 ($p < 0.01$),二者关联性结果存在差异,积极情绪下媒介议程属性网络与受众整体议程属性网络关联性强于消极情绪,RQ1和RQ2被回答。在效价差异为2.56

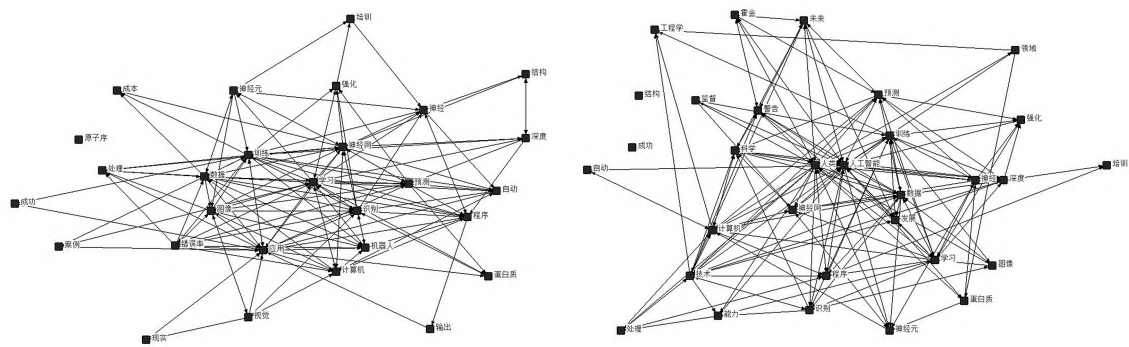


图 4 高差异水平组受众整体议程属性网络图

时，积极情绪下关联性 r 为 0.351 ($p<0.01$)，消极情绪下关联性 r 为 0.186 ($p<0.01$)。结果表明在效价差异扩大后，积极情绪组效果差异仍大于消极情绪组，并且二者间的差值 (0.165) 大于第一次实验 (0.085)，表明二者差异随效价差异扩大而扩大，H1 成立。

从中可知消极情绪效价与积极情绪效价下，媒介议程与受众整体议程属性网络关联性并不相同。在检验完媒介议程与受众整体议程属性网络关联性后，本研究又进一步从个体议程出发，将媒介议程属性网络与受众个体议程属性网络的关联性作为指标，形成积极情绪效价与消极情绪效价两组对照组，通过独立样本 T 检验对比二者网络议程设置效果是否存在显著差异。

表 2 媒介议程与受众整体议程属性网络的关联性

效价差异组别	积极情绪	消极情绪
低水平组	.260**	.175**
高水平组	.351**	.186**

注：**. 表示在 0.01 水平（双尾）上相关性显著。

（三）积极、消极情绪下的媒介与受众个体议程属性网络关联性比较

在确定不同情绪效价下媒介与受众整体议程属性网络存在关联性差异后，本研究继续检验媒介与受众个体议程属性网络是否仍存在关联性，在不同情绪效价组间这种关联性是否存在显著差异，差异是否会随积极与消极情绪效价差异扩大而扩大，结果如下：

在唤醒度无差异，效价差异 2.346 的实验条件下，积极情绪效价组 ($M=0.1085$, $SD=0.0807$) 与消极情绪效价组 ($M=0.0661$, $SD=0.0608$) 媒介议程属性网络与受众个体议程属性网络均表现出一定的关联性，并且两组间关联性存在显著差异， $t(58)=2.297$, $p=0.025$ (<0.05)，Cohen's $d=0.59$ ，积极情绪组媒介与个体议程属性网络关联度明显高于消极情绪组，表现出中等效应，RQ3 得到回答。其中， t 为统计检验量，自由度 df 为 58， p 为统计显著性，Cohen's d 为效应量，Cohen's d 值在 0.2 到 0.5 之间差异被认为较小，0.5-0.8 表明中等，0.8 以上表示为高。在效价差异为 2.56 时，积极情绪组 ($M=0.1268$, $SD=0.079$) 与消极情绪组 ($M=0.0714$, $SD=0.0553$) 媒介议程属性网络与受众个体议程属性网络仍存在显著差异，积极情绪组仍显著大于消极情绪组 $t(58)=3.13$, $p=0.003$ ($p<0.01$)，具体见表 3。与此同时，Cohen's $d_2=0.812$ ，大于第一次实验的效应值 (Cohen's $d_1=0.59$)，显现出高效应，H2 成立。

从结果来看，整体议程与个体议程检验结果表现出同步性，只是在系数上，由于整体议程聚合所有受众的认知网络因而与媒体文本网络呈现出更强的关联性，因此系数大于个体议程时的关联性系数。然而两次检验结果方向上是一致的。结果均检验出，在消极情绪效价下，受众倾向于选择性注意而无法平衡地关注媒介文本信息，因此消极情绪效价下媒介议程属性网络与受众议程属性网络的关联性会低于在积极情绪效价下的关联性。不同情绪效价对受众认知网络的“聚焦”与“分散”效应造就了当下分立的舆论引导效果。这也就是为何在负性事件中，人们容易舍弃关键的事实而在瞬时情绪的支配下做出非理性的判断，从而埋下了“观点极化”的隐患。

表 3 媒介议程与受众个体议程属性网络关联性对比

组别	积极情绪		消极情绪	
	平均值	标准差	平均值	标准差
低水平组	0.1085	0.0807	0.0661	0.0608
高水平组	0.1268	0.079	0.0714	0.0553

四、结论与讨论

作为议程设置理论的最新演进，网络议程设置在国内外引起广泛关注，尽管研究数量不断上升，但大多都在网络议程设置的既定框架下开展研究，缺乏反思性验证与对该机制的再思考，由此产生了一些问题。本研究在试图解决这些问题的基础上对网络议程设置开展新一轮验证。

（一）研究发现

过往在验证网络议程设置效果过程中由于对第一层议程设置、第二层议程设置理论验证方法的路径依赖产生了系列问题。第一，当前的验证机制将媒介议程与公众议程分开搜集后验证关联性，致使媒介议程影响公众议程的因果关系可靠性不足。在信息源头多样化、草根力量崛起的社交媒体时代，媒介议程与公众议程的议程设置关系愈发难以确认，很难明晰究竟是媒介议程影响了公众议程，抑或是公众议程反向设置了媒介议程^①。在该种情境变幻下，网络议程设置如果仅通过分开搜集媒介议程与公众议程，从二者存在关联即判断网络议程设置效果就存在科学性上的瑕疵。第二，网络议程设置理论在前两层议程设置理论检验方法的影响下仍主要聚焦于受众整体议程，对个体议程关照不足，导致对媒介效果影响研究不够精细，与“微传播”的发展趋势相悖。第三，研究缺乏与当下社交媒体时代所凸显的“情绪”关联性的重新思考，仍沿用第二层议程设置的观点，认为媒介情绪仅能够影响公众的情绪，即情绪设置。于是在“首因效应”下，网络议程设置也仅将“情绪”作为属性网络中的一个节点，忽略情绪对整个信息认知加工过程的影响。

基于以上不足，本研究通过可确定因果关系的实验方法对网络议程设置理论展开再验证，并且通过设置不同情绪效价差异的实验条件，分别比较媒介议程与受众整体议程属性网络的关

① 李培欢、邵春霞：《突发事件中的反向议程设置及其治理——基于行动者网络理论视角》，《当代传播》2023 年第 2 期。

联性以及媒介议程与受众个体议程属性网络关联性，来完善网络议程设置理论，得出如下结论：

1. 情绪对网络议程设置效果的调节作用

议程设置理论在发展途中始终紧扣人的认知，试图探寻媒介信息影响公众认知的具体机制。尽管在发展中不断更迭“认知”这一因变量，使之更加贴合人类真实的认知模式，但对于“情绪”这一认知重要的影响变量却始终关照不足。然而心理学研究上却早已证实了情绪对认知具有重要影响，这种影响既表现为促进认知的作用，也表现出抑制认知的作用，具体作用取决于情绪的效价^①，情绪在整体上会表现出对认知的调节作用。在此思路引导下，本研究通过实验法，设置了高、低两组不同情绪效价差异水平的媒介文本，用以检验情绪的调节作用。结果证实，积极情绪效价与消极情绪效价的网络议程设置效果存在显著差异。并且随着情绪效价差异扩大，媒介议程属性网络与受众整体及个体的议程属性网络关联性差异也随之扩大，表明情绪确能在媒介信息影响受众认知网络构建过程中发挥调节作用。

2. 消极情绪的“聚焦作用”

在消极情绪的实验条件下，实验对象更倾向于采取选择性注意的方式，关注与消极情绪相关的内容，显现出闭合性认知。因此尽管“霍金”、“警告”、“未来”等词语在文章中并没有高频出现，但依旧被众多实验被试选定为高频词，并被实验被试反复地将之与其他词进行关联。最终导致所组建的认知网络与初始的媒介文本属性网络之间的偏离，因而可见在消极情绪下，媒介属性网络与受众属性网络的关联性始终低于积极情绪下的关联性。

3. 积极情绪的“分散作用”

与消极情绪的“聚焦作用”相反，在积极情绪的实验条件下，人们更倾向于平衡地分配注意，并更加能够关注到文章的实际内容与具体细节，显现出开放性认知。因而可以看到积极情绪下媒介属性网络与受众属性网络关联性均高于消极情绪下的关联性，并且随着情绪词的进一步减少，媒介议程属性网络与受众整体议程属性网络关联性又进一步的上升。

4. 情绪作用在公众整体议程与个体议程上的双重体现

随着强调个体的“微传播”时代到来，个体议程的检验也应被提上日程，用以反映媒介信息在个体层次上的影响。本研究发现，不论在整体抑或个体层面，网络议程设置效果都有所体现，但是由于个体只是整体的片段，个体层面效果会弱于整体层面的效果。情绪的作用机制则是同步反映在整体议程与个体议程两个维度上，积极情绪下的媒介文本属性网络与受众整体及个体议程属性网络的关联性均大于消极情绪，并且随着媒介文本效价差异扩大，关联性差异亦随之扩大。

（二）可能的解释

造成上述结论的原因可能与情绪对个体认知的影响有关。情绪状态对基本认知过程有着广泛而深刻的影响；可调整注意资源的分配，改变知觉的灵敏程度，并影响记忆的特征和加工过程^②。这种影响导致不同情绪效价下网络议程设置效果的差异，体现为情绪对网络议程设置效果的调

① Kim H. J. , & Cameron G. T. , “Emotions Matter in Crisis: The Role of Anger and Sadness in the Public’s Response to Crisis News Framing and Corporate Crisis Response,” *Communication Research* , vol. 38, no. 6, 2011, pp. 826-855.

② Ashby F G, Isen A M. , “A Neuropsychological Theory of Positive Affect and Its Influence on Cognition,” *Psychological Review* , vol. 106, no. 3, 1999, p. 529; Pessoa L. , “On the Relationship between Emotion and Cognition,” *Nature Reviews Neuroscience* , vol. 9, no. 2, 2008, pp. 148-158.

节作用^①。在消极情绪的实验条件下,实验对象选择性注意的成本更低,更可能采取选择性注意的方式,收窄认知,聚焦于消极情绪相关的内容并对该内容留下更深刻的印象^②。与此相反,在积极情绪的实验条件下,实验对象选择性注意成本更高,他们更倾向于平衡地分配注意,关注更多的内容与细节,在整体上把握媒介传播的内容而非带有情绪倾向的“事实碎片”。由此造成积极情绪下媒介议程属性网络与受众整体及个体议程属性网络关联性始终强于消极情绪。

(三) 对未来的启示

本研究发现能够对未来的研究提供多方面启示。第一,在理论层面,未来研究应该更加注重“情绪”在网络议程设置中的作用,帮助完善网络议程设置的影响机制,使之更加适应“感性”的互联网媒介环境;第二,在实践中应该更加注重在舆论环境中开展情绪引导,避免消极情绪将公众认知带入一个偏狭的方向,造成“后真相”、“群体极化”等次生危害;第三,方法层面需更加关注议程设置中缺乏经验证据的“个体议程”部分,将之作为议程设置理论新的检验维度。具体行动路径如下:

在理论发展上,未来研究应在经典理论框架中积极寻找“情绪”的位置来适应“感性”的互联网语境。本研究通过实验方法发现情绪对网络议程设置效果的调节作用。在过去崇尚理性中立的传统媒介时代,人们强调在新闻报道中应以事实为主,避免情绪倾向,因此媒介传播效果研究中鲜有学者将情绪的作用考虑在内,造成情绪内容在经典传播学理论中位置并不突出。但当我们身处于充斥情绪信息的社交媒介环境时,我们对媒介信息的认知加工时刻都在遭遇情绪的扰动,如果此时将情绪排除在外,我们将无法解释为何我们的注意在不经意间发生偏转,为何相同内容在不同情绪效价下传播效果会产生巨大殊殊,为何网络信息变得多元后,人们却变得更加偏执与极端^③,由此造成经典理论在解释社交媒介传播效果中的“留白”。基于此,未来研究需要更加注重情绪的影响,尤其是在与经典传播理论对话时可以有意识地跳脱其初始框架,在其中寻找“情绪”的位置,彰显理论的传承与发展。

在舆论引导中,应注重调和“事实表达”与“情感渲染”两种策略,避免情绪将公众认知带入一个偏狭的方向,造成观点的极化。李普曼(Walter Lippmann)在《公众舆论》一书曾提到:“在具有不同反应倾向的人群中,如果你能找出一个刺激因素来唤起他们同样的感情你就可以用它来代替那个最初的刺激因素。”^④这句话通俗意义是尽管背景各异的人们对某个事件存在不同的关注焦点,但如果能找出该事件中能引起人们共同情感反应的部分,那么就可以利用该部分作为事件的诠释框架统一人们的关注点,达到舆论引导的目的。可见从那时起,李普曼就已经注意到影响公众情绪对舆论引导的重要意义。而在当下网络舆论环境中,情绪更

① 郭利静、叶超雄、龙芳芳、刘昕旸、谢蔚臻:《负性情绪状态对短时记忆表征的影响》,《应用心理学》2022年第4期。

② Easterbrook J. A., “The Effect of Emotion on Cue Utilization and the Organization of Behavior,” *Psychological Review*, vol. 66, no. 3, 1959, p. 183.

③ Pariser, Eli., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, UK: Penguin Press, 2011, pp. 10-11.

④ [美] 沃尔特·李普曼:《公众舆论》,阎克文、江红译,上海:上海人民出版社,2002年,第6、154页。

被认为是决定舆论的关键性乃至是决定性力量^①，美国情绪流研究学者罗宾·L·纳比（Robin L. Nabi）曾提出“情绪即框架”^②。赵云泽、王怀东研究亦提出正面情绪被唤起与传播时，能形成团结的社区，促进社会道德向善；负面情绪则会窄化公共空间、激发谣言叙事^③。然而尽管情绪对舆论的作用达成共识，但人们对情绪究竟如何干预人们认知，从而决定舆论方向却尚未有清晰认知。从本研究发现的结果来看，媒介情绪会影响公众认知网络的搭建，情绪的加入尤其是负向消极情绪的注入会导致公众认知网络的收窄，阻止公众获知事实全貌。并且长此以往，当人们对某类事件形成固定的情绪后，便会始终在该情绪框架下加工信息，造成偏见与刻板印象^④。与之相反，客观中立，掺杂更少情绪成分的内容能够促使公众开放认知，汲取更多元的内容与信息，更有利于公众审慎思考，了解真相。然而当前的现实困境是随着情绪能够提升传播效果的理念在不同类型传播者中取得共识，不论是主流媒体抑或网络大V都开始普遍采用情绪化的表达方式，致使网络媒介环境愈发向感性倾斜^⑤，也因此将公众的思考带向一个更加非理性的方向。由此可以看到，谣言、虚假信息在网络中越发猖獗，网络暴力问题层出不穷，群体性事件频繁发生，网络环境也因此而变得暴戾、混乱。从本研究发现来看，要想重塑舆论环境，帮助公众更加客观、理性思考，需要适当削减网络信息中的情绪成分，或称在提高传播效果与保障公众客观理性认知之间达成一种平衡，避免为提升传播效果而不断增加内容的情绪比重，在新闻报道中过度渲染情绪而忽略有效的事实传达，引发网络“群氓”问题的不断升级。

本文系北京社科基金重点课题“北京网络舆情认知-表达特征与治理研究”（项目编号：21XCA004）的阶段性研究成果。

作者：北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师
北京师范大学新闻传播学院博士生（通讯作者）

① 郭小安、王木君：《网络民粹事件中的情感动员策略及效果——基于2002-2015年191个网络事件的内容分析》，《新闻界》2016年第7期。

② Nabi, R. L., “Emotional Flow in Persuasive Health Messages,” *Health Communication*, vol. 30, no. 2, 2015, pp. 114-124.

③ 赵云泽、王怀东：《大众情绪传播的“框架效应”研究》，《编辑之友》2023年第7期。

④ Kim H. J., Cameron G. T., “Emotions Matter in Crisis: The Role of Anger and Sadness in the Publics’ Response to Crisis News Framing and Corporate Crisis Response,” *Communication Research*, vol. 38, no. 6, 2011, pp. 826-855.

⑤ Papacharissi Z., *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, New York, NY: Oxford University Press, 2015, pp. 34-37.

“cultivation” as a theory. The article points out that the original meaning of Gerbner’s cultivation theory is to reveal television as a cultural device for power maintenance and social control, and to criticize its suppression of the diversity of the cultural environment; however, due to the logical deductive break in the theoretical conception and empirical design, the two paradigms of cultivation research are not compatible, and ultimately move towards the scientific effect theory of administrative management. At the same time, the thesis also points out that the disappearance of the “common culture” in the new media environment also brings the end of the holistic perspective of cultivation research.

50 · Focusing and Decentralizing: A Study on the Mechanism of Emotional Impact on Network Agenda Setting

· *Ding Hanqing, Zhu Jing*

Throughout the development of agenda-setting theory, “cognition” has remained the focal point, explaining how individuals process, transform, and output media information. However, the close relationship between emotion and cognition has not been adequately highlighted within this theoretical framework. To address this gap, we employ an experimental approach to examine the impact of emotions on the mechanisms of network agenda-setting, exploring how different emotional valences in media texts affect the agenda-setting process. The findings reveal that negative emotions, by narrowing cognitive focus, weaken the correlation between the media agenda attribute network and the audience agenda attribute network, demonstrating a focusing effect. In contrast, positive emotions, by increasing the cost of selective attention and prompting a more balanced distribution of attention among the audience, strengthen the correlation between the media agenda attribute network and the audience agenda attribute network, demonstrating a dispersing effect. As the difference in emotional valence between these two emotions increases, the disparity in their correlation effects also expands. This effect has been verified in both the overall media-audience agenda correlation and the individual media-audience agenda correlation. Consequently, future research in agenda-setting theory should place greater emphasis on the role of emotions; likewise, in guiding public opinion, it is crucial to balance “factual expression” with “emotional appeal” to prevent emotions from leading public cognition down a more narrow path, thereby avoiding secondary harms such as “post-truth” and “group polarization”.

64 · Many Hands Make Light Work: Serial Participation in Online Collaborative Disaster Rescue

· *Ji Chenghao, Dai Jia, Liao Xiaou*

In a series of major disasters that occurred recently, the role of open-source and self-organized communities in information dissemination and disaster relief has become increasingly significant. Using online collaboration platforms as a medium, volunteers collaborate to provide public goods and services based on personal motivation or professional knowledge, forming a mediatized disaster rescue. Based on the online collaboration “Rescue Document” in the 2021 rainstorm rescue in Zhengzhou, this paper discusses how the online collaboration self-organizing community maintains the network for disaster response, and seeks a balance between open participation and power concentration, so as to achieve the matching between rescue resources and needs, and enhance the rescue effect. This article finds that serial participants in online collaboration and self-organizing communities are a core element that contributes to the success of rescue efforts. Firstly, serial participants can enhance the cohesion and robustness of disaster response networks. Secondly, serial participants maintain a balance between decentralized participation and centralized bureaucratic structure by adjusting the core-periphery structure of the network. Finally, this article discusses the important characteristics and significance of mediatized governance with online collaboration and self-organization at its core.

81 · As a Connective Medium: The Modern Expansion of Privacy Functions in the Era of Intelligent Media

· *Gu Liping*

Since its inception, privacy has been defined by secrecy and a reluctance to share personal