

“弹幕”时代下的群体极化现象研究

周佳伟

南京师范大学心理学院，南京

摘要 | 本研究使用大五人格量表，制定出一份反映造成当前网络环境下群体极化现象原因的问卷，挑选大学生样本对此作答，并对问卷所反映出来的结果进行分析，旨在得出影响受众评论观点的内在因素。结果发现，在弹幕时代下群体极化现象原因研究中，内外因都具有显著影响，内外向、责任心、宜人性都在一定程度上影响了受众的观点，且这三类人格类型之间存在一定的关联。

关键词 | 人格类型；弹幕；群体极化；媒介

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



进入网络时代以来，有关网络舆论的讨论日渐增多，郭光华（2002）提出，网络的出现给人们提供了一个发表意见的舆论平台，新的技术促生了新型的舆论主体——网民，与网络传播的特点密切相关，作为舆论主体的网民比起其他舆论主体来，有着明显的群体极化倾向。实践证明，“群体极化”倾向在网络环境下表现得更为突出，调查数据显示，在网上发生群体极化倾向的比例，是人们在现实生活中面对面沟通的两倍多。

网络时代的变化是日新月异的，目前，弹幕的出现使得网络不仅仅是一个单向传播的过程，更是一个双向传播的结果，上传和接收两个过程同时展开。网民们的观点虽然不是同时发出，但是可以同时呈现，更容易给人以一种大家一起讨论的感觉，在这样的时代背景下，研究哪些因素容易造成群体极化更具有现实意义，本研究拟探究造成群体极化的人格因素。

1 对象与方法

1.1 对象

问卷选取的样本为在校大学生，样本总量为 89。

作者简介：周佳伟，南京师范大学研究生在读，研究方向：应用心理学。

文章引用：周佳伟. “弹幕”时代下的群体极化现象研究[J]. 中国心理学前沿, 2022, 4(2): 130-134.

<https://doi.org/10.35534/pc.0402016>

1.2 工具

1.2.1 资料调查表

一般资料调查表由研究者自行设计,包括:年龄、性别、教育程度等。

1.2.2 人格问卷

中国大五人格问卷简版(chinese big five personality inventory brief version, CBF-PI-B)该量表由王孟成等编制,包括神经质、责任心、外倾性、宜人性、开放型五个维度,每个维度包含 8 个题目,共计 40 个题目。本量表为自评量表,采用 6 级评分,得分越高表示在该维度上的特质越明显、越符合,研究结果显示该量表信效度良好。

1.3 统计方法

使用 SPSS 统计软件对问卷调查所得数据进行统计分析。

2 结果

2.1 内外向性格差异

2.1.1 内外向性格造成的通过弹幕沟通的差异

由表 1 可知,本次调查中内向性对象总计 56 人,外向性对象 33 人,在所有内向对象中,53.6% 的被试不会通过弹幕与其他网友沟通,而与之相对应的外向对象中,60.6% 的被试会与网友通过弹幕沟通。表明外向人格的人发表的弹幕多于内向型人格。

表 1 内外向性格与通过弹幕沟通的交叉分析

Table 1 Cross analysis of introversion and introversion character and communication through bullet screen

			内向	外向
会通过弹幕与其他网友进行沟通吗	会	人数	26	20
		人数占比	46.4%	60.6%
	不会	人数	30	13
		人数占比	53.6%	39.4%

2.1.2 内外向性格对是否匿名的影响

由表 2 可知,内向型的个体相比外向型更容易受到匿名与否的影响,62.5% 的内向被试发表评论时会受到是否匿名的影响,相比较而言外向型个体的比例仅为 48.5%。

表2 内外向性格与是否匿名的交叉分析

Table 2 Cross analysis of introversion and extroversion and anonymity

			内向	外向
匿名与否	会	人数	35	16
		人数占比	62.5%	48.5%
	不会	人数	21	17
		人数占比	37.5%	51.5%

2.2 责任心高低差异

2.2.1 责任心的高低造成的自我观点的差异

从表3可以得出责任心越强的个体越容易受到报道倾向性的影响，责任心低的被试中，有66.7%不会因报道的倾向性影响自己的判断，责任心强的个体中，超过50%认为报道的倾向性对自己观点造成了影响。

表3 责任心与自我观点的交叉分析

Table 3 Cross analysis of sense of responsibility and self view

			责任心低	责任心强
报道的倾向性对自身的判断会产生影响	会	人数	17	20
		人数占比	33.3%	52.6%
	不会	人数	34	18
		人数占比	66.7%	47.4%

2.2.2 责任心高低对是否匿名的影响

由表4可知，个体的责任心越强，越容易受到匿名与否的影响，责任心强的个体中，有63.4%感觉到匿名影响了自己的评论。

表4 责任心与是否匿名的交叉分析

Table 4 Cross analysis of responsibility and anonymity

			责任心低	责任心强
发表弹幕时，匿名与否是否影响自己的评论	会	人数	27	24
		人数占比	52.9%	63.2%
	不会	人数	24	14
		人数占比	47.1%	36.8%

2.2.3 责任心的高低造成的通过弹幕沟通的差异

从表5可以得出责任心的高低对人们是否选择使用弹幕进行沟通没有显著的影响。

表 5 责任心与弹幕沟通的交叉分析

Table 5 Cross analysis of responsibility and barrage communication

			责任心低	责任心强
会通过弹幕与其他网友进行沟通吗	会	人数	26	20
		人数占比	51.0%	52.6%
	不会	人数	25	18
		人数占比	49.0%	47.4%

3 讨论

研究显示,外向个体相比较内向个体发表的弹幕更多,即使是在匿名情况下,内向个体参与社会交往的积极性依然不高。然而,内向个体更容易受到是否匿名和报道倾向性的影响,表明其更容易出现极端观点。原因可能在于现实生活中接触到的他人观点比较少,弹幕的出现解决了其在现实生活中缺少外界信息的问题,然而,他们更多的只是信息的接收者,又不愿意主动地与他人沟通,缺少信息的双向交流,也就更容易收到他人观点干扰。外向个体因为与他人的沟通更多,得到的观点角度也会更为多元,看待问题不至于过于片面。

有无责任心决定了个体会不会不经思考地发表自身观点,责任心强的个体会考虑到弹幕的社会影响,看问题会多一份理性,责任心低的个体会更倾向于满足一时的口舌之快,宣泄自己的情绪。然而,调查发现,责任心越强的个体反而越容易受到报道倾向性和是否匿名的影响,表明他们更容易收到他人观点的影响,他们不会主动去表达一些极端的言论,但内心可能会接受这样的观点。

弹幕时代下个体不仅可以隐藏自己的现实身份,网络 ID 也可以不用显示,人们之间能看到的只有相互间的文字,发言时的表达和现实世界还是传统的网络评论都不相同,他们无须担心自己需要为自己的言论负责,优势在于人们可以展示出他们内心最为真实的一面,将自己的潜意识得以宣泄,然而,他们的发言又和自己私下里的抱怨不同,经过层层传播会造成不小的社会影响,过于情绪化的宣泄使得人们在弹幕中表达出来的观点相比其他情境显得更为极端。

参考文献

- [1] 凯斯·桑斯坦. 网络共和国——网络社会中的民主问题 [M]. 上海: 上海人民出版社, 2003.
- [2] 凯斯·桑斯坦. 极端的人群 [M]. 北京: 新华出版社, 2010.
- [3] 张桂霞. 网络舆论主体的群体极化倾向分析 [J]. 青岛科技大学 (社会科学版), 2005, 21 (4): 104–107.
- [4] 郭光华. 论网络舆论主体的“群体极化”倾向 [J]. 湖南师范大学社会科学学报. 2004 (6): 113.
- [5] 熊晓庆, 高尚. 经典影视剧的沦陷: 弹幕狂欢下的审美嬗变及伦理反思 [J]. 电影文学, 2018 (22): 67–69.
- [6] 王根生. 网络舆情群体极化动力模型与仿真分析 [J]. 情报杂志, 2012 (3): 20–24.
- [7] Mehdi Moussaïd, Juliane E Kämmer, Pantelis P Analytis, et al. Social influence and the collective dynamics of opinion formation [J]. PLoS ONE, 2018, 8 (11).

Study on Group Polarization in the Age of “Bullet Screen”

Zhou Jiawei

School of Psychology, Nanjing Normal University, Nanjing

Abstract: This study uses the NEO Five-Factor Inventory, combined with the types of reports and the situations of delivering “bullet screen”, to formulate a questionnaire reflecting the causes of group polarization in the age of “bullet screen”. The purpose is to explore the causes of group polarization by investigating internal causes, and to get the internal factors that influence the audience’s comments by analyzing the results reflected by the questionnaire. The results show that, both internal and external causes have significant effect on the viewpoint of the audience.

Key words: Personality types; Bullet screen; Group polarization; Medium