

中学生社交网络传播的知觉风险的研究

◆刘大凯

(扬州大学 江苏省扬州市 225100)

摘要: 社交网络依靠信息传播,信息的传递依赖于渠道,这也是一种信息的呈现方式。作为日常生活中向人们告知风险信息的方式之一,信息传递的渠道对于风险认知有着重要的影响。本文通过问卷调查的方式,对中学生使用社交网络的频率和在社交网络上主要浏览的内容进行了调查。对社交网络上传播的信息所造成的影响以及中学生对社交网络传播的信息的态度进行了研究。

关键词: 中学生; 社交网络; 知觉风险

一、社交网络知觉风险的定义

自1971年人类第一封电子邮件的诞生,社交网络一直在通过不断的发展来满足人类这一群居生物的交流需求,如果电子邮件只是满足了人们的社交需求中很小的一部分,那如今内容丰富的社交网络可以说已经让人们的需求量满足了十倍甚至更多,除了人与人之间接触的等社交行为之外,社交网络已经开始承担大部分传统社交的作用,并逐渐涵盖以人类社交为核心的所有网络服务形式。在人类历史上,大凡重要的技术革命都伴随着媒介革命,人类活动的本质就是信息的活动。从社交网络的演进历史来看,它的功能一直在不断丰富,并以此来满足人们在交流上的需求。从电子邮件时代开始,今天的社交网络已经承担了人类大部分的社交需求,它是一个推动网络世界向现实世界靠近的关键力量。通过查阅相关资料,社交网络用户传播的知觉风险的研究起始于大众媒介与风险感知的研究,一大批媒介传播的研究者在这方面的探索中,证明大众媒介在人们的风险感知方面具有一定的作用。从已有的相关研究来看,大众媒介确实影响着人们的风险感知,但只是众多影响因素之一。

知觉风险最初由Bauer(1960)从心理学中延伸出来,他认为消费者在产品购买前可能无法预知购买是否正确。同理,我们可以把这个概念引申到社交网络之中,即社交网络用户感知风险的概念可以定义为用户在浏览网络时内容的不确定性和喜好内容的准确性。社交网络用户需要在网上查找自己所需要的信息,然而同一信息往往在不同的网站上会有不同的呈现方式,这就使得用户在某些时候不能第一时间找到自己所需要的内容。同时,在搜索的过程中,有的网站会夹带其他信息,这些信息往往以自动跳转或者弹窗的方式出现,且大多数情况下与搜索的内容无关,让用户在浏览网站的过程中产生极大的困扰。同时,在不知道对方真实身份的情况下,用户在网络上的社交活动往往也面临着潜在的风险,即对方的言论是否适当,是否对自己有欺骗行为,感知风险是社交网络用户的主观风险。社交网络用户能够知觉到的这种不确定性或者不利且有害的结果就是知觉风险。

社交网络拥有者庞大的用户集群,用户与用户之间往往只通过网络进行交流,大部分人没有在现实中对彼此有过了解,所以我们并不知道对方的真实的身份、姓名甚至性别,由于网络的这一不确定性,也产生了诸多的风险。典型的表现形式有信任风险、社交风险、道德风险、安全风险、交流风险、心理风险、责任风险、欺诈风险、财务风险等。

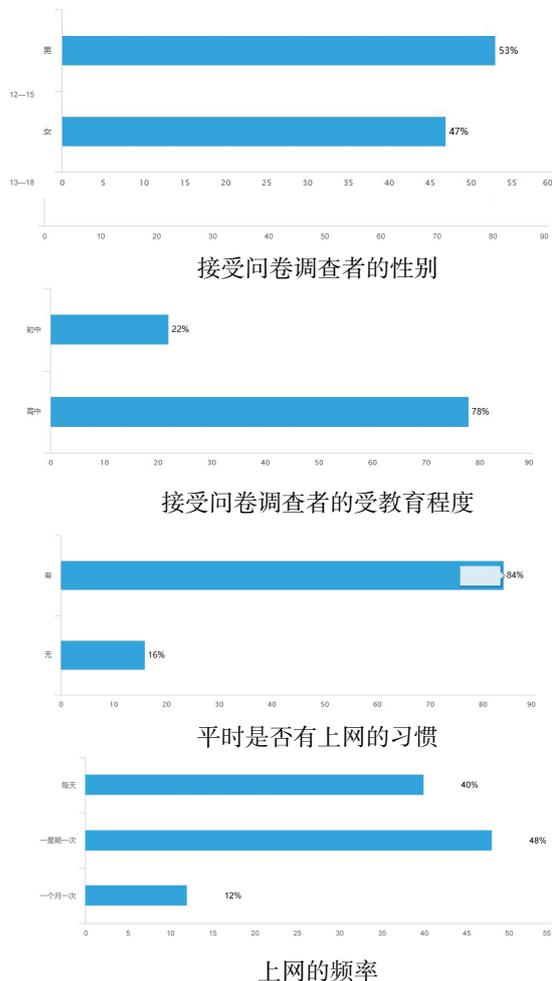
媒介风险感知研究的第一个理论起点是Bandura(1983)的社会学习理论。该理论提出:人们不仅从行为中学习,而且从观察中学习。这意味着我们从自身所有的直接经历和间接经历中学会了如何认识世界。套用这个理论研究社交网络,我们发现Bandura认为社交网络中提供的信息扭曲了我们的世界观,使我们产生了不切实际的恐惧感,因为社交网络中有着很多的暴力内容。另一个重要的理论是Tyler(1980)提出的“非个人影响理论”。这个理论指出,媒介对风险感知的影响是由感知到的风险类型决定的,即是个人层面的风险还是社会层面的风险。媒介让人们感觉到社会风险比他们之前所认为的要更大一些,但不会对人们感知自身风险有多大影响。通过社交网络的角度来看,社交网络中的信息不可能改变人们对自己风险的信念,但却能影响他人对风险的感知。

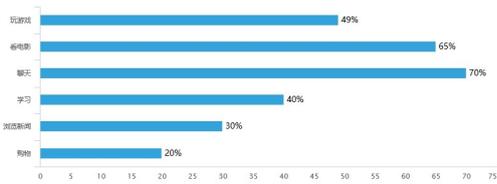
还有这样一个理论,它不但对媒介风险感知给予了强有力的支持,还启发了不少学者沿着这个方向进行了许多有趣的研究,这就是Kasperson(1988)及其同事提出的风险的社会放大理论。这个理论的主要原则是,某个风险的后果是由不同的放大站决定的。放大站可以是传播和扩散风险信息的个人或群体,通过涟漪效应被不同的社会机制形塑,从而影响整个社会。通过社交网络来看,社交网络的用户在风险感知中扮演了重要的角色,他们既是风险信息的传播者,同时也是接受者。但有的学者反对这一观点,认为该框架过于宏观,着重于描绘风险传播和扩散的过程,甚至有批评说风险放大模型的检验都没有结果,也没有令人信服的研究告诉我们风险信息 and 风险感知之间的具体连接机制。尽管有人质疑,但该理论的拥护者们还是在经验研究方面取得了成果。

社交网络主要通过人际关系,相互联系起来的一个社交场所。从狭义上讲,它是一个网络平台,用户通过社交网站可以像在现实中一样,进行沟通交流、信息分享,其形式包括电脑传播与手机传播。社交网络的发展虽然给人们提供了很大的便利,但随之而来的问题就是人们对社交网络逐渐产生的依赖。

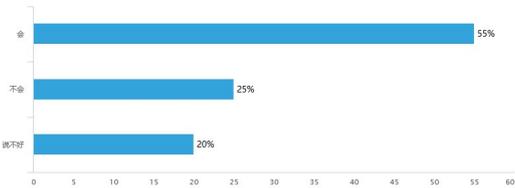
个人对于社交网络的依赖程度越高,受到的影响就会越大。人们在社交网络中会对特别提供的信息有更高的关注度,甚至会对某些信息及其传递的渠道产生特定的情感,并对他们所接收到的信息做出相应的反应。喜欢同一类型信息的人往往会结成某种团体,并对这些信息持相反态度的人产生抵触情绪。例如依赖社交网络的“重度患者”往往比其他人更对社会有不良看法。

二、社交网络知觉风险的调查方法

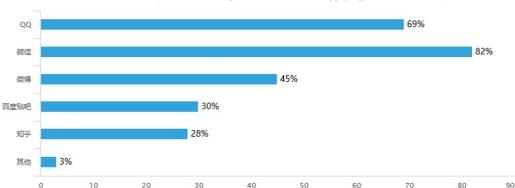




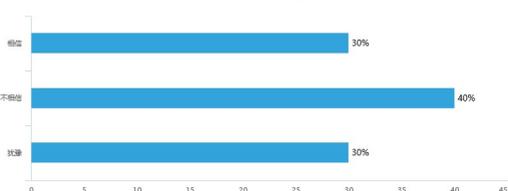
上网的主要内容



是否会受到不良信息的影响



常用的社交软件



是否会相信网上的绯闻、谣言等内容

从调查结果中得知,中学生主要的社交网络包括微信、腾讯QQ、微博、百度贴吧等,在网上主要做的事情以玩游戏、聊天和看电影为主。其中的用户可以分为三大类,即消费、参与互动以及生产。消费指浏览,如浏览微信朋友圈与微博等,参与互动

是对其浏览的内容进行点赞、评论或转发,生产则是用户发布自己的内容,用户们生产和创造的内容多种多样,主要包括文字、图片、视频等形式。

三、中学生社交网络知觉风险的调查结果

中学生在接收信息的时候,由于其社会认知和受教育程度的不同,因此对同样的信息会有不同的解读,同时这些信息往往缺乏真实性和完整性,导致了非理性情绪的异化感染。社会事件留给人们思考空间很小,信息的传播速度更是缩短了人们分析和判断的时间,尤其是当大量不确定信息以主题式、反复攻击等方式出现,就极易产生从众行为,人们关注、参与此类事件处理本身就是理性化与情绪化共存的过程,面对大量不确定信息时,往往非理性情绪占据上风,影响参与集聚人员的态度和行为选择。情绪是网络社交中的重要角色,网民间自发的、无意识的群际情绪传染是推动网络舆论形成的重要导火索。群际情绪是当个体认同某一社会群体,群体成为自我的一部分时,个体对内、外群体的情绪体验。它借用社会认同,采用集体自我的概念作为其理论源点,群际情绪取决于群体认同水平,它会感染、弥散于整个群体,并激发和调节群内、群际的个体态度与行为。

四、结语

在社交网络中,存在着大量良莠不齐的信息,而人们很容易受到此类信息的影响,尤其是中学生,由于年龄和受教育程度等原因,他们对所接受到的信息缺乏判断力,因此,中学生在使用社交网络的时候需要正确的引导,教会中学生如何对社交网络上的信息进行解读和判断,免受非理性情绪的影响,使不良信息的影响降至最低。

参考文献:

- [1]张黎.从外国品牌手机的购买意愿看 Fishbein 模型的实用性以及文化适应的影响.管理科学,2007: 30-38
- [2]REIMERT I,BOLHUIS J E KEMP B,et al, indicators of Postive and Negative Emotional Contagion.in Pigs. Physiology&Behavior,2013,109:42-50
- [3]Intergroup Emotions Theory,IET

作者简介:刘大凯,男,1993年3月,民族:汉,甘肃庆阳人,硕士学位,扬州大学,研究方向:现代教育技术。