

The Spiral of Silence in the Context of Social Media: Public Opinion Polarization and Guiding Paths

Xuke Yao Yuxuan Wang Ruohan Xu Ziyuan Chen Qichen Wang

School of Economics and Management, Hebei University of Economics and Business, Shijiazhuang, Hebei, 050091, China

Abstract

Social media has become a core platform for public expression, yet the phenomenon of public opinion polarization has intensified social conflicts and fragmented the public discourse space, emerging as a crucial issue in internet governance. Based on the "spiral of silence" theory, this paper systematically analyzes the continuity of the theory's core psychological mechanisms and the evolution of its technical scenarios in the context of social media. By adopting the methods of literature research, case analysis and interdisciplinary research, it dissects the generation mechanism of public opinion polarization from four dimensions: algorithmic recommendation, group identity, anonymous expression and the absence of authoritative information. Furthermore, it puts forward guiding strategies from four aspects: algorithm optimization, media performance of duties, public media literacy and institutional guarantee, aiming to construct a rational, diverse and inclusive online public opinion ecosystem.

Keywords

spiral of silence; social media; public opinion polarization; media literacy; guiding paths

沉默的螺旋视域下社交媒体舆论极化与疏导路径

要旭科 王语轩 许若涵 陈子媛 王琦琛

河北经贸大学经济管理学院, 中国·河北 石家庄 050091

摘要

社交媒体已成为公众表达核心平台, 舆论极化却加剧社会对立、撕裂公共话语空间, 成为网络治理的重要议题。本文以“沉默的螺旋”理论为基础, 系统分析该理论在社交媒体语境下核心心理机制的延续与技术场景的演变, 运用文献研究法、案例分析法与跨学科研究法, 从算法推荐、群体认同、匿名表达、权威信息缺位四个维度解析舆论极化生成机制, 进而从算法优化、媒体履职、公众素养、制度保障四个层面提出疏导策略, 旨在构建理性、多元、包容的网络舆论生态。

关键词

沉默的螺旋; 社交媒体; 舆论极化; 媒介素养; 疏导策略

1 引言

在Web2.0向Web3.0演进的背景下, 社交媒体以互动性、即时性、去中心化特征重构信息传播格局, 为公众搭建便捷的意见表达渠道。据中国互联网络信息中心第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2024年6月, 我国网民规模达10.79亿, 社交媒体用户占比超98%, 短视频、社交论坛等成为公众获取信息、表达观点的核心场域。但信息传播效率提升的同时, 舆论极化问题日益严峻, 从公共事件中的立场对立到日常话题的情绪化争论, 舆论场呈现“非黑即白”的二元对立特征, 理性对话空间被持续挤压, 甚至引发线下社会矛盾升级。

“沉默的螺旋”由伊丽莎白·诺尔-诺依曼于20世纪70年代提出, 核心是个体因惧怕社会孤立, 在感知自身观点为少数时选择沉默, 多数意见则持续强化形成螺旋式舆论效应。该理论揭示了舆论形成的从众心理与孤立恐惧机制, 是理解传统媒体时代舆论演变的经典视角。然而, 社交媒体的交互性、匿名性、算法主导等特征, 是否改变了“沉默的螺旋”的作用方式? 该理论对阐释当下舆论极化是否仍具效力? 如何依托该理论构建适配社交媒体的舆论疏导机制? 本文围绕这些问题展开研究, 试图为网络舆论生态治理提供理论与实践参考。

2 研究设计

2.1 研究方法

本文综合运用三种研究方法开展研究。其一为文献研究法, 系统梳理“沉默的螺旋”理论的经典文献与前沿成果,

【作者简介】要旭科(2003-), 男, 中国河北邢台人, 本科, 从事社交媒体舆论传播、传播理论与媒介治理研究。

重点梳理诺尔·诺依曼原著及相关学术解读,明确社会孤立恐惧、意见气候、从众心理等核心概念的定义与关系;通过中国知网、Web of Science 等数据库,收集近十年社交媒体语境下相关文献,总结现有研究成果与不足,同时梳理算法推荐、信息茧房等相关文献,为跨学科分析提供理论支撑。其二为案例分析法,选取“某城市限行政策争议”“某明星代孕事件舆论战”“某食品安全谣言传播事件”等典型案例,结合“沉默的螺旋”理论深度剖析,通过梳理案例时间线、传播路径与舆论演变,分析不同阶段理论的作用方式,对比舆论疏导的经验教训。其三为跨学科研究法,整合传播学、心理学、社会学、计算机科学等多学科理论与方法,突破单一学科局限,全面剖析舆论极化生成机制。

2.2 研究创新点

本文的创新点体现在三方面:一是理论视角创新,重点关注“沉默的螺旋”理论在社交媒体语境下的延续与演变,重构该理论在社交媒体时代的解释框架,丰富其时代内涵与适用范围;二是研究框架创新,构建“理论演变—机制拆解—策略提出”的研究框架,实现理论与实践的有机结合;三是研究方法创新,将三种研究方法有机结合,实现定性与定量研究互补,提升研究科学性与可靠性。

3 “沉默的螺旋”在社交媒体语境中的延续与演变

社交媒体的技术属性与传播逻辑,未消解“沉默的螺旋”的核心理论内核,反而使其呈现“延续性”与“演变性”并存的特征:社会孤立恐惧与从众心理的核心机制依然存在,作用场景与表现形式则因技术变革显著变化。

3.1 核心心理机制的延续

“社会孤立恐惧”与“从众心理”在社交媒体中并未消失,反而因传播情境具象化被进一步强化。一方面,社交媒体的点赞、评论、转发等交互功能让意见“优劣势”直观可见,当理性分析内容获赞数远低于情绪化言论时,观点表达者会清晰感知自身意见的“少数性”,进而产生沉默倾向。另一方面,社交媒体圈层结构加剧群体约束力,当个人观点与圈层主流相悖时,可能面临孤立、排斥甚至被“踢出圈层”的风险,为维持归属感,个体要么附和主流,要么保持沉默,巩固了“沉默的螺旋”的作用效果。

3.2 理论作用场景的演变

一是“多数”与“少数”的判定更主观、流动。社交媒体的去中心化特征,使不同圈层、平台形成迥异“意见气候”,个体在某一圈层中是“多数派”,在整体舆论场中可能为“少数派”,这种认知偏差让“沉默的螺旋”运作更复杂,催生多个对立的“意见螺旋”。二是“沉默”的形态与影响发生改变。社交媒体中的“沉默”呈现“隐性化”特征,个体转向私人社群发言、删除争议内容等;部分“少数派”还会组建亚文化社群,形成“对抗性螺旋”与主流意见交锋,加剧舆论极化。三是算法成为塑造“意见气候”的关键变量。

算法通过用户行为数据推送个性化内容,易使用户陷入“信息茧房”,误将圈层意见判定为整体主流,使“沉默的螺旋”呈现“圈层内强化、圈层间隔绝”的特点。

4 基于“沉默的螺旋”的社交媒体舆论极化生成机制

舆论极化是公众意见向对立两端分化、中间理性声音弱化、群体对立加剧的现象。结合“沉默的螺旋”理论与社交媒体传播特征,舆论极化生成机制体现在四个维度。

4.1 算法助推“信息茧房”,固化意见气候

算法推荐依据用户浏览历史、点赞偏好等数据,持续推送同质化内容,使用户陷入“信息茧房”,难以接触多元观点,产生“身边即世界”的认知偏差。在“沉默的螺旋”作用下,用户因感知偏差,会进一步加剧沉默行为,最终单一立场声音持续放大。

4.2 群体认同强化“回声室效应”,削弱理性对话

社交媒体圈层化使个体快速找到观点相近群体,形成强烈群体认同感,群体内部观点反复传递形成“回声室效应”,推动观点走向极端。群体认同放大“社会孤立恐惧”,持不同观点成员因惧怕孤立选择沉默,最终出现“群内极端化、群外失语化”现象,中间理性声音消失。

4.3 匿名性降低表达责任,助长极端言论

社交媒体匿名性减轻用户表达负担与现实责任约束,用户更易发布情绪化、攻击性言论。极端言论因情绪煽动性强,能快速吸引关注,营造“多数支持”的虚假意见气候。按照“沉默的螺旋”逻辑,理性用户因惧怕被“围攻”选择沉默,极端声音愈发显著,形成恶性循环。

4.4 权威信息缺位加剧舆论失序,放大极化效果

社交媒体信息传播“快、杂、散”,传统媒体因事实核实、内容审核流程,无法第一时间发布准确信息,社交媒体已充斥小道消息、谣言。权威信息缺失时,公众认知易受谣言误导,形成对立观点;当权威信息最终发布时,部分用户已因“沉默的螺旋”形成固化立场,难以接受相悖事实,加剧极化。

5 应对社交媒体舆论极化的疏导策略

针对舆论极化生成机制,结合“沉默的螺旋”理论内涵,需从四个层面构建系统性疏导策略。

5.1 优化算法逻辑,突破信息茧房

平台需调整推荐机制,在个性化推送中强制纳入多元视角内容,设立“多元观点提示”功能,建立“观点多样性评估体系”;增强算法“去极化”导向,通过自然语言处理技术识别极端言论,降低其传播权重,提升理性观点、权威信息的曝光优先级;推动算法透明度建设,公开推荐逻辑与核心参数,接受公众与第三方机构监督。

5.2 强化媒体职责,重建权威引导力

媒体需提升热点事件响应效率与核实能力,建立“突发事件权威信息快速发布机制”,在事件发酵初期1小时内

发布准确信息、澄清谣言；创新权威信息传播形式，运用短视频、直播、图解等形式传递信息；组建专业评论团队，针对热点事件提供深度多元解读，引导公众从情绪表达转向理性分析。

5.3 提升公众媒介素养，营造理性表达环境

通过学校教育、公益宣传、平台科普等途径，普及信息验证与辨别方法，引导公众理性看待网络内容；通过普法宣传、案例警示，倡导网络表达责任意识；鼓励公众发表理性异见，通过平台“理性观点激励机制”，让理性声音被更多人看到，打破理性意见的沉默倾向。

5.4 完善制度保障，规范舆论生态

完善网络言论相关法律法规，明确网络暴力、谣言传播、极端言论等行为的法律责任，出台“社交媒体内容治理规范”；建立“政府监管、平台履责、媒体引导、公众参与”的多元协同治理机制，各方合力营造健康网络舆论环境。

6 案例分析：以“某城市限行政策争议”为例

2024年3月，某二线城市发布《机动车尾号限行优化方案》，拟扩展限行时间与区域，政策发布后迅速在微博、抖音等平台引发热议。截至3月15日，相关微博话题阅读量达1.2亿，讨论量超50万条，支持与反对阵营对立明显，中间理性声音占比不足5%，舆论呈现极化特征。

政策发布初期，反对者率先表达不满，算法持续推送反对立场内容，使反对者误判自身为“多数意见”，支持者因担心被围攻选择沉默。随着讨论深入，支持方在本地论坛聚集，算法推送支持立场内容，意见气候进一步分化。案例中，沉默行为呈现隐性化特征，反对者与支持者分别组建社群，形成对抗性螺旋，理性对话空间被挤压。

从生成机制看，算法助推信息茧房，群体认同强化回声室效应，匿名性助长极端言论，政府权威信息发布滞后导致谣言扩散，超70%公众误信谣言。从疏导经验与教训看，本地主流媒体及时发布短视频政策解读，部分平台启用“多元观点提示”功能，有效缓解舆论对立；但政府权威信息发布滞后、平台未有效识别极端言论、公众媒介素养不足等问题，进一步加剧了舆论极化。

7 结论

社交媒体传播特性重塑了“沉默的螺旋”的作用场景，但其核心心理机制——社会孤立恐惧与从众心理——依然深刻影响舆论形成。算法推荐的“信息茧房”让个体困于同质化信息圈层，群体认同催生的“回声室效应”不断放大观点偏见，匿名表达的责任缺失加剧非理性发声，权威信息的滞后缺位则削弱了主流话语的引导力，这些因素与“沉默的螺旋”相互作用，共同促成舆论极化。

化解社交媒体舆论极化，需基于“沉默的螺旋”理论逻辑，多维度协同推进：优化算法设计打破信息茧房，强化媒体职责巩固权威引导，提升公众媒介素养鼓励理性表达，完善制度保障规范网络秩序。只有各方形成合力，才能降低舆论极化风险，构建理性、多元、包容的网络舆论生态。

展望未来，随着人工智能生成内容、元宇宙社交等新形态出现，舆论传播的载体、路径与交互方式将发生更深层变革，舆论传播机制将不断变化，“沉默的螺旋”理论的解释力需接受实践检验，舆论疏导策略也应与时俱进，结合技术发展与社会变迁动态调整。

参考文献

- [1] 诺尔-诺依曼.沉默的螺旋：舆论——我们的社会皮肤[M].董璐,译.北京：北京大学出版社,2013.
- [2] 喻国明.社交媒体时代“沉默的螺旋”理论的重构与验证[J].国际新闻界,2017,39(07):55-71.
- [3] 方师师,黄昱婧.算法推荐下的“信息茧房”与“回声室效应”研究[J].新闻记者,2020(05):29-40.
- [4] 张志安,晏齐宏.社交媒体舆论极化的形成机制与治理路径[J].新闻与写作,2021(08):19-28.
- [5] 陈昌凤,霍婕.网络舆论场的极化现象与传媒责任[J].新闻与传播研究,2018,25(06):5-16+127.
- [6] 中国互联网络信息中心.第52次中国互联网络发展状况统计报告[R].北京：中国互联网络信息中心,2024.
- [7] 周葆华.社交媒体时代的舆论研究：概念、议题与创新[J].新闻记者,2022(01):25-36.
- [8] 刘海龙.大众传播理论：范式与流派[M].北京：中国人民大学出版社,2014.