

他人评论对大学生网络新闻评论 信息化从众的影响

沈成平,叶一舵,邓 珏,何小芹,黄丹丹

(福建师范大学 心理学院,福建 福州 305117)

摘要:采用JAS范式研究网络新闻评论中是否存在信息化从众的现象,探索他人评论正负性占比、他人评论者的权威性、他人评论与新闻材料性质的一致性程度等3个因素对从众行为的影响。结果表明:(1)在正性他人评论条件下,大学生对网络新闻的评论存在从众行为;(2)当正性评论占比达50%及以上时,大学生更容易产生从众行为;(3)在网络新闻评论中,他人评论者的权威性对被试的从众行为没有显著影响;(4)当阅读的新闻材料性质为正性,同时他人评论为负性时,大学生更容易产生从众行为。

关键词:网络新闻;他人评论;信息化从众;JAS范式

中图分类号:B844.2 **文献标志码:**A **文章编号:**1003-0964(2018)04-0031-06

一、引言

从20世纪开始,从众现象就成为研究热点^[1]。从众是主体因客体影响而产生的与客体一致的行为或态度^[2]。从众有规范性从众和信息化从众之分。规范性从众是指在一些情境下,人们在团体中为了寻求他人认可,或者避免惩罚而做出与大多数人一致的行为;当个体的从众不是为了避免惩罚或获得认可,而是由个体对群体信息的主观认同才产生的,这种从众称为信息化从众^[3-5]。结合张云泓^[6]、杨斯琼^[7]、傅海^[8]、钱轶群^[9]等人对网络新闻评论的定义,我们将网络新闻评论信息化从众定义为:当个体在网络媒体上就新闻事件或当前事态发表评论性意见时,出于对可接触的群体评论信息的主观认同而改变自己评论倾向的从众行为。此处的评论倾向指对新闻材料评论的正负性倾向。

信息化从众多发生于以互联网为媒介、以计算机等为工具的线上交流情境(Computer-Mediated Communication,简称CMC)。受网络环境的虚拟性和匿名性的影响,信息化从众产生的主要原因是个体对他人信息产生主观认同。虽然在CMC下信息化从众产生的水平很低^[10-11],但很多实证研究表

明这种从众行为是依然存在的^[12-13]。由于网络新闻评价环境的虚拟性和隐蔽性,人们较少受群体规范和压力的束缚,因此在网络新闻评价中如果出现从众行为应以信息化从众为主而非规范性从众来定性。

目前,关于信息化从众产生的原因探讨主要围绕以下几个方面:(1)任务的难度或问题情境的模糊性;(2)信息来源权威与否以及群体间信息的一致性^[14];(3)个体忽视了自身的信息判断^[15]。传统研究多数在非网络情境中进行,很少有针对网络新闻评论的从众现象的研究。根据信息化从众的相关研究结果,我们推测,在网络新闻的评论中也会存在信息化从众现象,并且受他人评论的数量、他人评论者的权威性以及他人评论性质与新闻材料性质一致性情况等因素的影响。

本研究共有四个实验,均采用传统的JAS范式^[4]:(1)被试对提供的材料进行判断;(2)被试提供他人建议;(3)被试做出最终的决策。在具体实验操作过程中,首先给被试呈现网络新闻,让被试做初次评价,接着呈现他人评论信息,让被试做最终评价。实验一探讨在网络新闻材料评定中是否出现信息化

收稿日期:2018-03-18;**收修日期:**2018-05-02

基金项目:福建省2017年度中青年教育科研项目(JZ170040);教育部2015年度人文社会科学研究规划基金项目(15YJAZH100)

作者简介:沈成平(1994—),男,湖北荆门人,硕士,主要研究方向为网络心理学、心理健康教育;

叶一舵(1963—),男,福建永泰人,博士,教授,博士生导师,主要研究方向为心理健康教育。

从众现象。在实验一的基础上,进一步探讨哪些具体因素会对网络新闻评价的从众现象产生影响。实验二到实验四依次探讨他人评论的正负性数量占比、他人评价者的权威性、他人评论与材料本身性质的一致性程度三个因素的作用。在实验一中假设他人评论的出现使被试对同一个新闻的等级评价发生同向性改变,当他人评价为正性评论时,被试评价朝正性方向变化;反之亦然。在实验二中假设他人的正性评论占比越高,被试越容易产生从众行为。在实验三中假设权威者他人评价组的被试发生评价的从众程度显著高于一般他人评价组。在实验四中假设当他人评论与新闻材料本身性质一致时被试发生从众的程度显著高于不一致的情况。

二、实验一

实验一的目的是探讨在网络新闻阅读中,他人评论的出现是否会引发被试评价的从众行为,即不同性质他人评论(正性/负性)的存在是否会使被试对已有新闻评价发生同向改变。

(一)被试

选取大学生被试 134 人,男生 41 人,女生 93 人,年龄 18—25 岁,被试均视力或矫正视力正常。他人评论为正性的实验条件下的被试人数为 63 人,其中男生 13 人,女生 50 人;他人评论为负性的实验条件下的被试人数为 71 人,其中男生 28 人,女生 43 人。

(二)实验材料

新闻材料通过搜索近两年微博真实新闻改编得到,所选新闻均为非热点新闻。所有材料编写完后采用专业评定法再次进行筛选,根据评分等级划分为正性材料(正负性质均分大于 1.5)、负性材料(正负性质均分小于 -1.5)和中性材料(正负性质均分在 -1.5~1.5 的范围之内),将选用的中性材料分别与正负性材料进行差异检验,结果发现中性材料与正负性材料之间差异均达到显著水平: $F_1(1,35) = 722.817$, $p < 0.001$; $F_2(1,35) = 652.445$, $p < 0.001$; $F_3(1,35) = 919.097$, $p < 0.001$ 。专家评定由新闻传播专业学生进行评定,评定等级共 21(±10 之间)级,越往右数值越大,性质越正,越往左数值越小,性质越负(新闻材料性质的正负性指新闻事件本身是正性事件或是负性事件的程度)。在实验一中选用的中性新闻材料正负性质等级评定均分为 0.133。

(三)实验程序

具体程序:(1)给被试呈现一则中性的网络新闻;(2)让被试对新闻材料正负性做初次评价;(3)呈

现他人评论信息 10 条(组一呈现正性评论 10 条,组二呈现负性评论 10 条);(4)让被试对新闻材料正负性做最终评价。

(四)数据分析与结果

首先对两种评论条件下被试的材料初评等级进行 t 检验,结果显示两组被试的初评并无显著差异($t = -1.4$, $df = 132$, $p > 0.05$);接着对在正性他人评价条件下,被试对新闻材料的前后两次评价等级($M = 1.19$, $SD = 5.30$; $M = 3.00$, $SD = 4.97$)进行配对样本 t 检验,结果达到显著水平($t = -3.34$, $df = 62$, $p < 0.05$)。说明被试对新闻材料的评价发生显著的同向性改变,即产生从众效应。见表 1。

表 1 正负性他人评论下被试对新闻材料前后评定的相关样本 t 检验

他人评论	评定顺序	N	M	SD	df	t	p
正性	初评	63	1.19	5.30	62	-3.34	0.01*
	终评	63	3.00	4.97			
负性	初评	71	2.41	4.80	70	-0.08	0.93
	终评	71	2.45	4.99			

注:*表示 $p < 0.05$,**表示 $p < 0.001$ 表示平均数差异在 0.05 水平和 0.001 水平上达到显著,下同

在负性他人评价条件下,被试对新闻材料的前后两次评价等级($M = 2.41$, $SD = 4.80$; $M = 2.45$, $SD = 4.99$) t 检验未达到显著水平($t = -0.08$, $df = 71$, $p > 0.05$)。说明在负性他人评论条件下新闻材料未引起从众效应。

三、实验二

实验一发现,当他人评论全部为正性时,被试对中性新闻材料的评论出现从众现象,但我们不知道他人评论占总评论多少时会出现从众现象。因此,实验二的目的是进一步探索他人评论的正负性数量占比对网络新闻评论从众效应的影响。

(一)被试

选取大学生被试 159 人,男生 55 人,女生 104 人,年龄 18—25 岁,被试均视力或矫正视力正常。正性评论占比 0% 条件下被试人数为 30 人,男生 6 人,女生 24 人;正性评论占比 25% 条件下被试人数为 35 人,男生 6 人,女生 29 人;正性评论占比 50% 条件下被试人数为 35 人,男生 18 人,女生 17 人;正性评论占比 75% 条件下被试人数为 30 人,男生 10 人,女生 20 人;正性评论占比 100% 条件下被试人数为 29 人,男生 15 人,女生 14 人。

(二)实验材料

实验材料的评定同实验一,本实验选用的新闻

材料是偏中性的网络新闻,材料评定均分为-0.83。1则新闻材料匹配20条新闻评论,新闻评论有5种不同的正负性质占比。

(三)实验程序

实验二同样采用JAS范式。具体试验程序:(1)给被试呈现1则偏中性的网络新闻;(2)让被试对新闻材料正负性做初次评价;(3)呈现他人评论信息20条(组一呈现20条负性评论/组二呈现15条负性评论,5条正性评论/组三呈现正负性评论各10条/组四呈现5条负性评论,15条正性评论/组五呈现20条正性评论);(4)让被试对新闻材料正负性做最终评价。

(四)数据分析与结果

首先对5种评论条件下被试的材料初评等级进行单因素组间方差分析,显示5组被试的初评并无差异($F=0.88, p>0.05$)。根据表2可知,在5种不同正负比例他人评论条件下,50%正性他评(50%负性评论)条件、75%正性他评(25%负性他评)条件和100%正性他评(0%负性评论)条件下被试对新闻材料的初评和终评具有显著的差异($t=-2.396, p<0.05; t=-3.114, p<0.05; t=-3.232, p<0.05$),并且 t 值均小于0。其他2种条件下被试对新闻的初评和终评差异不显著。说明当正性评论占比50%及以上,被试对新闻材料的评价发生了从众。

表2 不同性质比例他人评论下被试新闻材料前后评定的相关样本 t 检验

正性他评比例(%)	评定顺序	N	M	SD	df	t	p
0	初评	30	0.70	4.45	29	0.571	0.573
	终评	30	0.30	5.17			
25	初评	35	2.31	5.23	34	-1.765	0.087
	终评	35	4.06	4.39			
50	初评	35	1.89	5.12	34	-2.396	0.022*
	终评	35	3.60	3.28			
75	初评	30	1.17	5.18	29	-3.114	0.004*
	终评	30	4.07	3.67			
100	初评	29	3.17	3.15	28	-3.232	0.003*
	终评	29	5.03	2.44			

注:进一步对50%、75%、100%正性他评三种条件下被试前后评定等级差异做 F 检验,结果表明三者差异不显著, $F(2,91)=0.722, p>0.05$

四、实验三

根据前面两个实验的结果我们发现,正性他人评论的出现会诱发人们对新闻材料评价的从众行为,且当正性他人评论材料的占比达50%的时候会出现从众现象。在现实生活中,他人评论者的

权威性也可能会影响人们的从众行为。

(一)被试

选取大学生被试130人,男生40人,女生90人,年龄18—25岁,被试均视力或矫正视力正常。正性、权威条件下的被试人数为35人,男生6人,女生29人;正性、非权威条件下的被试人数为30人,男生6人,女生24人;负性、权威条件下的被试人数为35人,男生10人,女生25人;负性、非权威条件下的被试人数为36人,男生18人,女生18人。

(二)实验材料

实验材料的评定同实验一,本实验选用的材料是偏中性的网络新闻,材料等级评定均分为1.43,1则新闻材料匹配10条他人评论。

(三)实验程序

实验三也采用JAS范式。具体程序:(1)给被试呈现网络新闻;(2)让被试对新闻材料正负性做初次评价;(3)呈现他人评论信息10条(组一呈现权威人士正性评论10条/组二呈现普通网民正性评论10条/组三呈现权威人士负性评论10条/组四呈现普通网民负性评论10条);(4)让被试对新闻材料正负性做最终评价。

(四)数据分析与结果

首先对4种评论条件下被试的材料初评等级进行单因素组间方差分析,显示4组被试的初评并无差异($F=0.374, p>0.05$);根据表3可知,4种条件下被试对新闻材料前后两次评定的差异不显著, p 值均大于0.05。说明4种条件下被试均没有产生从众行为。

表3 4种他人评论下被试对新闻材料前后评定的相关样本 t 检验

他评类型	评定顺序	N	M	SD	df	t	p
正性权威	初评	35	3.60	4.84	34	1.010	0.320
	终评	35	3.65	4.45			
正性非权威	初评	30	3.00	4.29	34	-1.813	0.080
	终评	30	4.33	3.03			
负性权威	初评	35	3.60	4.84	34	1.010	0.320
	终评	35	2.69	4.45			
负性非权威	初评	36	2.47	4.84	35	1.713	0.096
	终评	36	0.86	4.96			

五 实验四

实验四的目的是探讨在不同性质的新闻材料条件(正性新闻/负性新闻)下,他人评论与材料本身性

质的一致性程度(一致/不一致)对网络新闻评论从众效应的影响。

(一)被试

选取大学生被试133人,男生40人,女生93人,年龄18—25岁,被试均视力或矫正视力正常。材料和他人评论都为正性的条件下被试人数为34人,男生7人,女生27人;材料为正性、他人评论为负性条件下被试人数为29人,男生6人,女生23人;材料为负性、他人评论为正性条件下被试人数为35人,男生10人,女生25人;材料为负性、他人评论为负性的条件下被试人数为35人,男生17人,女生18人。

(二)实验材料

实验材料的评定同实验一。实验四的新闻材料分别为1则偏负性的网络新闻和1则偏正性的网络新闻,材料1等级评定均分为6.40,为正性材料;材料2等级评定均分为-6.067,为负性材料。每则新闻材料匹配10条他人评论,他人评论也分为正性他人评论和负性他人评论2种。

(三)实验程序

实验四同样采用JAS范式。具体程序:(1)给被试呈现网络新闻(组一、组二呈现正性新闻材料,组三、组四呈现负性新闻材料);(2)让被试对新闻材料正负性做初次评价;(3)呈现他人评论信息10条(组一、组三呈现正性评论10条/组二、组四呈现负性评论10条);(4)让被试对新闻材料正负性做最终评价。

(四)数据分析与结果

由表4可知,在正性材料下被试的初评并无差异($t=0.265, p>0.05$),在负性材料下被试的初评并无差异($t=0.313, p>0.05$)。在新闻材料性质和他人评论性质匹配的4种条件下,只有当新闻材料

为正他人评论性质为负时被试对新闻材料的初评和终评具有显著的差异($t=4.301, p<0.001$),并且 t 值大于0。其他3种条件下被试对新闻的初评和终评差异不显著。说明在新闻材料为正、他人评论为负的条件下,被试对新闻材料的评价发生了从众行为。

六、讨论

随着手机的网络化、智能化,人们越来越依赖手机获取信息,与人交流。当代大学生已经成为名副其实的“手机世代”,手机在大学生学习和生活中扮演着日益重要的角色^[16]。大学生作为网络使用的生力军,能否在信息繁杂的网络新闻评论中保持清醒的头脑,不仅对大学生保持健康成长具有重要意义,而且对引导网络舆情健康发展具有不可替代的作用^[17]。

在实验一中,若被试受到他人评论的影响使得自己对新闻材料的正负性质评定发生和他人评论性质同向性改变的话,便意味着被试对网络新闻材料的评价存在信息化从众现象。当新闻材料为中性,他人评论为正性的情况下,被试终评评分显著高于初评,出现信息化从众现象($t=-3.34, df=62, p<0.05$);而当他人评论为负性情况下,被试从众现象未到达显著水平。这一研究结果验证了部分研究假设,只有在他人评论为正性的情况下,被试对新闻材料的评论才可能出现从众现象,而面对他人的负性评价,大学生并不趋向于盲目跟风。

实验二的结果发现,当他人评论正性占比达到50%的情况下,被试便出现从众行为,也就是说面对1则中性新闻材料,只要有一半的正性他人评论存在,被试都会倾向于从众做出正性的评论。进一步对50%、75%、100%正性他评3种条件下被试前后评定等级差异做 F 检验,结果表明三者差异不显著($p>0.05$),说明他人正性评论的出现会影响被试的从众效应,但是这种效应并不会随着他人正性评论占比的增加而显著提高,这和实验假设不符合。大学生信息化从众产生的原因可能是互联网中的虚拟群体与现实中存在的群体有很多相似之处^[18]。在现实中产生从众行为多为规范性从众,多受群体压力的影响,与多数人保持一致;而在网络的环境中,由于保持着匿名的身份,少了实体的存在,受到群体压力较少,产生从众行为主要是为了获得正确信息。更重要的是,在网络中发表公开的言论,即使是处于匿名状态,但个体的从众行为还是会增加^[13]。在本文设置的实验条件中,大学生被试在正性评论下产生了从众行为,从网络新闻的现状来看,网络新闻评

表4 四种条件下被试对新闻材料前后评定的相关样本 t 检验

新闻与他人评类型	评定顺序	N	M	SD	df	t	p
正正	初评	34	5.94	3.29	34	-0.881	0.385
	终评	34	6.24	2.89			
正负	初评	29	6	2.330	28	4.301	0.001**
	终评	29	1.28	5.271			
负正	初评	35	0.11	5.51	34	-1.018	0.316
	终评	35	0.91	4.96			
负负	初评	35	0.49	6.21	34	-1.528	0.136
	终评	35	2.20	5.92			

论是由原生态评论和精英评论相结合的不规范言论集合体^[7]。我们能在网络新闻评论区看到一些宣泄情绪甚至是污言秽语的言论,但也不乏一些理性、正义之言。随着国家、社会、学校对舆论的监管力度的提升,以及对大学生提倡网络使用文明言行的宣传教育,能够让大学生在网络使用中保持较为清醒的头脑,不传播不良信息,少受不良信息的诱导。

实验三的结果发现,无论他人评论者是权威还是非权威,四种实验条件下均没有出现从众现象,说明他人评论者的权威性并不会影响被试网络新闻评价的从众行为,这一结果与实验三假设不相符。Smilowitz 等人研究发现,缺少了他人真实的存在,可能会导致从众行为在 CMC 背景下难以发生^[10]。Laporte 等人^[112]利用 Asch 的线段判断任务和实际性问题(对于一般人都能知道答案的问题)来研究在 CMC 背景中不同程度的社会存在对从众行为的影响,其他参与者是以照片和视频直播的形式呈现,结果被试在线段判断任务上没有产生从众行为,在实际问题的回答中有 15% 和 28% 的人选择了错误答案。Postmes 等^[19]研究表明,在 CMC 的背景下,被试不是通过参照其他人的社会身份来做出选择,而是通过对所处的网络平台他人的言论进行判断做出的选择。以上的研究表明,我们在网络中参与评论时,他人在网络上的身份信息对我们的影响远不如实际生活中的面对面的存在,在现实中面对面的存在会让我们更多地产生对身份的认同,而在网络上我们看不到他人真实的存在,对我们有意义、有影响的是他人的评论内容。

实验四的结果显示,当新闻材料为正、他人评论为负性的情况下,被试对新闻的评价出现从众现象($t=4.301, p<0.001$),其他 3 种条件下被试对新闻材料的前后两次评价没有显著差异。这个结果和研究假设不相符合。被试在新闻材料为正性、他人评论为负性的情况下,材料与他人评论不一致的情况下发生了从众行为,在他人评论全部是负性的影响下,被试的评价变得也变得更加负性。在这种情境下,被试的情感负荷会加重,产生消极情绪^[20,21],因此他们会选择从众来减轻自身的情感压力^[22]。抑或是部分网络受众对于网络新闻事件并没有进行全面了解,或者自身没有形成坚定的认知,从而受到他人负性评论的影响,盲目跟风^[23]。

七、结论

研究发现:(1)大学生对网络新闻的评论存在信息化从众行为,特别是在他人正性评论出现时更容易产生从众行为;当正性评论占比 50% 及以上时,

更容易产生从众行为。(2)在网络新闻评论中,他人评论者的权威性对被试的从众行为没有影响。(3)他人评论与新闻材料性质的一致性对被试的从众行为存在影响,当材料为正、他人评论为负时,被试更容易产生从众行为。

参考文献:

- [1] REYSEN M B. The effects of social pressure on group recall[J]. *Memory & Cognition*, 2003, 31(8):1163-1168.
- [2] 宋官东. 从众新论[J]. *心理科学*, 2005, 28(5):1174-1178.
- [3] HORNSEY M J, MAIKUT L, TERRY D J, et al. On being loud and proud: non-conformity and counter-conformity to group norms[J]. *British Journal of Social Psychology*, 2011, 42(3):319-335.
- [4] 张笑, 冯廷勇. 决策信心在信息化从众中的作用[J]. *心理科学*, 2014(3):689-693.
- [5] DEUTSCH M, GERARD H B. A study of normative and informational social influences upon individual judgement [J]. *Journal of Abnormal Psychology*, 1955, 51(3):629-636.
- [6] 张云泓. 网络新闻评论“融媒体”传播的创新思考[J]. *贵州社会科学*, 2017(9):164-168.
- [7] 杨斯琼. 网络新闻评论的创新与规范研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2013.
- [8] 傅海, 张永峰. 网络新闻评论的特性与原则[J]. *新闻界*, 2014(17):64-69.
- [9] 钱轶群. 网络评论语言的特点、功能及问题[J]. *新闻战线*, 2015(5):131-132.
- [10] SMILOWITZ M, COMPTON D C, FLINT L. The effects of computer mediated communication on an individual's judgment: A study based on the methods of Asch's social influence experiment[J]. *Computers in Human Behavior*, 1988, 4(4):311-321.
- [11] CINNIRELLA M, GREEN B. Does "cyber-conformity" vary cross-culturally? Exploring the effect of culture and communication medium on social conformity [J]. *Computers in Human Behavior*, 2007, 23(4): 2011-2025.
- [12] LAPORTE L, NIMWEGEN C V, UYTTENDAELE A J. Do people say what they think: social conformity behavior in varying degrees of online social presence [C]// *Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries*. ACM, 2010:305-314.
- [13] LEE E J, NASS C. Experimental tests of normative group influence and representation effects in computer-mediated communication: when interacting via computers differs from interacting with computers.

- [J]. Human Communication Research, 2010, 28(3): 349-381.
- [14] HARRY R, PALMER M A, SEXTON M L, et al. Memory conformity for confidently recognized items: The power of social influence on memory reports[J]. Journal of Experimental Social Psychology, 2012, 48(3):783-786.
- [15] CORAZZINI L, GREINER B. Herding, social preferences and (non-) conformity [J]. Economics Letters, 2007, 97(1):74-80.
- [16] 何安明, 惠秋平. 大学生手机使用状况及对其孤独影响的实证研究[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2016, 36(3):26-30.
- [17] 赵扬. 高校网络舆情引导研究[D]. 长春:东北师范大学, 2016.
- [18] MCKENNA K, GREEN A S. Virtual group dynamics[J]. Group Dynamics Theory Research & Practice, 2002, 6(6):116-127.
- [19] POSTMES T, SPEARS R. Behavior online: does anonymous computer communication reduce gender inequality? [J]. Personality & Social Psychology Bulletin, 2002, 28(8):1073-1083.
- [20] WILLIAMS K D, CHEUNG C K, CHOI W. Cyberostracism: effects of being ignored over the Internet.[J]. Journal of Personality & Social Psychology, 2000, 79(5):748.
- [21] BERNS G S, CHAPPELOW J, ZINK C F, et al. Neurobiological correlates of social conformity and independence during mental rotation.[J]. Biological Psychiatry, 2005, 58(3):245.
- [22] RASANDER M, ERIKSSON O. Conformity on the Internet - The role of task difficulty and gender differences[M]. Elsevier Science Publishers B. V. 2012.
- [23] 袁婧, 黄德林. 论网络新闻评论中受众的非理性表达与引导[J]. 新闻战线, 2017(8):53-54.

The Influence of Others' Comments on the Conformity of College Students' Online News Commentary

SHEN Chengping, YE Yiduo, DENG Jue, HE Xiaoqin, HUANG Dandan

(School of Psychology, Fujian Normal University, Fuzhou 305117, China)

Abstract: Using the JAS paradigm to study the existence of Informational Conformity in the online news comments, this paper explores the three factors that influence the conformity behavior: the positive and negative proportion of others' comments, the authority of other commentators, and the consistency of the nature of other commentaries and news materials. The results show that: (1) there is a conformity behavior of comments on online news, especially when you see others' positive comments; (2) when positive comments accounted for more than 50%, it is more likely to have a conformity behavior; (3) the authority of other commentators has no effect on the conformity behavior of the subjects; (4) when the material is positive and others' comments are negative, the subjects are more likely to have conformity behavior.

Key words: online news; others' comments; informational conformity; JAS paradigm

(责任编辑:金云波)

(上接第30页)

The Relationship between Social Support, Psychological Capital and Employability of College Students

HE Anming, YAO Yudan

(School of Education Science, Xinyang Normal University, Xinyang 464000, China)

Abstract: This paper is designed to explore the relationship between social support, psychological capital and employability of college students. Using social support rating scale, positive psychological capital questionnaire and college employability questionnaire, 780 college graduates from five universities were investigated. The results are as follows: (1) there are significant correlation between social support, psychological capital and employability of college students; (2) social support and psychological capital have a significant positive predictive effect on employability; (3) the psychological capital of college students plays a partial intermediary role between social support and employability.

Key words: college students; social support; psychological capital; employability

(责任编辑:金云波)