

不同媒介渠道对居民政治参与行为的影响

——基于“网民时事与态度调查”(2018)的实证研究

刘飞彤

上海工程技术大学, 管理学院, 上海

收稿日期: 2022年2月16日; 录用日期: 2022年3月10日; 发布日期: 2022年3月17日

摘要

居民如何采取行动会受到其掌握信息的影响。各类媒体平台在进入信息时代之后的发展更为迅速, 因而居民获取信息的媒介渠道也更加多样化。本研究基于2018年“网民时事与态度调查”的公开数据, 利用有序Logistic回归模型进行数据分析, 研究不同类型的媒介渠道会对居民的政治参与行为产生怎样的影响。分析结果显示, 居民的政治兴趣会通过媒介渠道使用频次与对媒介的信任度进而影响居民的政治参与行为。四种媒介的使用频次与居民采取政治参与行为的频次之间均存在显著相关性, 将媒介信任变量引入模型后, 官方媒体信任对居民采取政治参与行为产生负向的显著影响。

关键词

政治参与, 媒介使用, 有序Logistic回归模型

Influence of Different Media Channels on Residents' Political Participation Behavior

—An Empirical Study Based on the Survey of Internet Users' Current Affairs and Attitudes (2018)

Feitong Liu

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Feb. 16th, 2022; accepted: Mar. 10th, 2022; published: Mar. 17th, 2022

Abstract

How residents take action will be influenced by the information they have. After entering the in-

formation age, various media platforms are developing more rapidly, so the media channels for residents to obtain information are also more diversified. This study is based on the public data of the 2018 "Survey of Internet Users' Current Affairs and Attitudes", and uses the ordered Logistic regression model to analyze the data, so as to study how different types of media channels will affect residents' political participation. The analysis shows that residents' political interest will influence residents' political participation behavior through the frequency of media channels and their trust in media. There is a significant correlation between the frequency of using the four media and the frequency of residents' political participation. After introducing the media trust variable into the model, the official media trust has a significant negative impact on residents' political participation.

Keywords

Political Participation, Media Use, Ordered Logistic Regression Model

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

政治参与是公民行使权力的主要途径，也是现代民主体系赖以延续的根本。尤其近年来，政府职能一直在向服务型转变，这一过程尤其需要居民的政治参与。只有居民参与到公共事务的方方面面，政府才能在职能转型上加快步伐，最终构建出人民满意的服务型政府。居民采取政治参与行为会受到其获取的政治信息所影响。进入互联网的新时代，居民获取各类时事、政治、经济、社会类消息更为便捷，且通过网络媒介参与政治的成本也大大降低。不过为什么即便在这样便捷条件下，居民的政治参与程度却依旧较差呢？回答这一问题，必须深入理解影响当前居民政治活动参与行为的各种因素。按照现有研究，社会资本[1]、选举效能感[2]、政治效能感[3]、对政府部门的信赖程度[4]、社会公平感[5]等等因素都是很有可能影响当前公民进行政治参与活动的因素。而部分研究者则根据新多媒体时代的到来，深入研究了媒介使用时间长短[6]、媒介使用习惯[7]等因素对民众政府信任以及政府社会满意度的影响。其中李长乐等人调研了居民对报刊、杂志、广播、网络以及手机定制消息几种媒介的使用偏好，及其使用时间长短两个因素对其政治参与行为的影响[8]。而林奇富等人也尝试测量出网民上网时的娱乐偏好，试图从娱乐化的视角来探究其对网民政治参与行为的影响[9]。为深入分析不同媒介渠道对居民政治参与行为的影响，本研究将通过2018年“网民时事与态度调查”所得的公开数据，探讨不同媒介渠道与居民政治参与行为之间的关系。与现有关于影响政治参与行为研究成果有所不同的地方在于，本研究中对于居民媒介渠道使用的测量将分为官方媒介、社会媒介、口头媒介以及海外媒介四个方面，不仅测量居民使用以上媒介渠道的频率，还会测量网民对以上媒介渠道的信任程度，以此来探究不同媒介渠道对居民政治参与行为的影响，进而为促进居民政治参与提出相对应的对策建议。

2. 数据来源、变量选择与分析策略

2.1. 数据来源

本研究所使用的数据来源于2021年12月最新公开的2018年的“网民时事与态度调查”数据。“网民时事与态度调查”，是同名历年系列调查的组成部分，由中国人民大学政治学马得勇教授独立展开，

旨在了解中国普通大众社会意识的具体情况。马得勇从 2012 年开始通过互联网发布网络问卷，截止 2020 年，共进行了 10 余次大规模网上调查。本次研究选用 2021 年 12 月份最新公开的 2018 年调查数据，以此保证研究所用数据应有的时效性。2018 年的网络问卷中从微信、问卷网以及微博三个渠道共收集了 5415 份样本数据，针对网民的基本信息、媒体使用、心理特质、社会态度以及政治态度等问题均有设题，可以满足本研究的研究需要。

2.2. 变量选择

2.2.1. 因变量的选择

本文选择居民政治参与行为作为因变量。2018 年“网民时事与态度调查”问卷中第 14 题为“您平时通过哪些方式表达自己对政治、经济、社会问题的看法？”，其中一项为“通过参加游行、示威、信访、上访、投票等实际行动表达自己的看法”。该选项强调受访者采取了实质性行动来进行参与，因此采用这一项来测量居民的政治参与状况，将“从来不参加”赋值为 1，“基本不参加”赋值为 2，“有时候参加”赋值为 3，“经常参加”赋值为 4。

2.2.2. 自变量的选择

本文选择媒介渠道作为自变量，主要分为媒介渠道的使用以及媒介渠道信任两个维度。在问卷中，受访者需要对“请问你主要通过哪些渠道来获取时政类信息和评论？频率如何”一题中所列出的几种渠道进行使用频率的选择。根据媒介的不同特点，本研究将新闻类节目、央视报道等媒介选项划分为官方媒介渠道；将自媒体平台、商业门户网站等媒介选项划分为非官方媒介渠道；将小道消息或熟人分享划分为社会媒介渠道；将 BBC、facebook 等需要翻墙才能使用的平台划分为海外媒介渠道。新生成变量为各类别下居民使用媒介渠道的频次的加总平均。

问卷在渠道使用频次的基础上询问受访者，假如有突发事件，他们对以上这些信息渠道发布的信息的信任程度。本研究依照上文所述，也将渠道进行了类别划分，分为对官方媒介的信任程度、对非官方媒介的信任程度、对社会媒介的信任程度以及对海外媒介的信任程度。新生成变量为各类别下居民对渠道信任程度的加总平均。

2.2.3. 控制变量的选择

政治兴趣，以问卷中“总体来说，您对时政类信息感兴趣吗？”这一问题的回答为测量依据。受访者需要在 5 点量表上指出他们对时政类信息的兴趣。“完全没有兴趣”赋值为 1，“很感兴趣”赋值为 5，分数越高代表受访者的政治兴趣越高。

政治社会满意度，以问卷中“总体来讲，你对目前我国国家的政治社会现状满意吗？”这一问题的回答为测量依据。“很不满意”赋值为 1，“非常满意”赋值为 5，分数越高代表受访者的政治社会满意度越高。

幸福感，以问卷中“总体来讲，你觉得你现在幸福吗？”这一问题的回答为测量依据。“很不幸福”赋值为 1，“非常幸福”赋值为 5，分数越高代表受访者的幸福感越强。

此外，在人口统计学变量中的性别、年龄、政治面貌、受教育程度也被列入，作为控制变量。

2.3. 分析策略

本研究旨在探究媒介使用对于居民政治参与行为的影响。居民政治参与行为是多种因素作用的结果，且因变量 Y：居民政治参与行为(从来不参加、基本不参加、有时候参加、经常参加)为序次变量；自变量 X：媒介使用的频率以及信任度也是序次变量。因而采用有序 logistic 回归模型作为基本分析模型来探究

不同媒介使用对居民政治参与行为的影响，模型公式为：

$$Y_i = c + \sum_{k=0}^n \beta_k X_k + \mu$$

本研究将构造三个模型，模型 1 旨在探究控制变量因素对居民政治参与行为的回归模型，用来考察人口统计学变量、政治常识、政治兴趣、政治满意度的影响效应。模型 2 是在模型 1 的基础上，将媒介渠道的使用频次变量纳入到模型中考察其对居民政治参与行为的影响效应。模型 3 是在模型 2 的基础上加入媒介渠道的信任程度变量后的样本全模型，反映了在控制住所有控制变量后不同媒介渠道对居民政治参与行为的影响情况。

3. 数据分析

借助 Stata.16 统计软件，居民政治参与行为的回归分析结果如表 1。

Table 1. Ordered Logistic regression results of influencing factors of residents' political participation behavior
表 1. 居民政治参与行为的影响因素的有序 Logistic 回归结果

变量	模型 1	模型 2	模型 3
控制变量			
性别	-0.196***	-0.129**	-0.125**
政治面貌	0.164***	-0.094	0.099*
年龄	-0.167***	-0.095***	-0.109***
受教育程度	0.111***	0.116***	0.136***
政治兴趣	-0.003	-0.188***	-0.142***
政治社会满意度	0.259***	-0.209***	-0.27***
幸福感	-0.356***	-0.137***	-0.95**
自变量			
官方媒介渠道使用频次		-0.128***	0.062
非官方媒介渠道使用频次		0.766***	0.676***
社会媒介渠道使用频次		0.286***	0.204***
海外媒介渠道使用频次		0.583***	0.449***
官方媒介信任度			-0.2965***
非官方媒介信任度			0.111**
社会媒介信任度			0.264***
海外媒介信任度			0.23***

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$ 。

模型 1 的回归分析结果显示，相比于女性，男性网民参与政治的行为频次更低；政治面貌与受教育程度和居民参与政治的行为频次之间存在正向的显著相关性；而年龄与居民采取政治参与行为的频次之间存在显著负相关关系。此外，政治兴趣与居民采取政治参与行为的频率之间不存在显著相关性，政治社会满意度与居民采取政治参与行为的频率呈显著正相关关系，而幸福感与居民采取政治参与行为的频率呈显著负相关关系。

模型 2 的回归分析结果说明，在控制了人口统计学相关变量、政治常识、政治兴趣和政治社会满意度后，官方媒介渠道使用频次与居民采取政治参与行为的频次之间呈显著负相关关系，其余三种媒介渠

道的使用频次都与居民采取政治参与行为的频次之间呈显著正相关关系。另外，在引入了几种媒介的使用频次后，控制变量中政治兴趣与居民政治参与的行为频次之间，关系由不存在显著相关性转变为存在显著相关性，政治面貌与居民政治参与的行为频次之间，关系由存在显著相关性转变为不存在显著相关性。性别对居民政治参与的行为频次的影响减弱。

模型 3 的回归分析结果表明，官方媒介信任与居民政治参与的行为频次之间存在显著负向相关性；非官方媒介信任、社会媒介信任和海外媒介信任都与居民政治参与的行为频次之间存在显著正相关关系，其中非官方媒介信任对居民政治参与行为的影响较弱。此外，官方媒介信任与居民政治参与的行为频次之间，关系由存在显著相关性转变为不存在显著相关性。控制变量中的政治面貌对居民采取政治参与行为频次的影响再次显著，而幸福感对居民采取政治参与行为频次的影响减弱。

比较模型 1、2、3 的分析结果，主要有以下几点发现。第一，无论是否引入媒介因素，受教育程度和政治生活满意度都与居民采取政治参与行为频次之间存在明显的相关性。第二，在模型 2、3 中可发现，引入媒介因素后，政治面貌对于居民采取政治参与行为频次的影响减弱甚至不显著，这表明政治面貌与居民采取政治参与行为频次之间的关联是受到媒介因素的影响的。第三，比较三个模型可以发现，控制了媒介因素以后，政治兴趣变量与居民采取政治参与行为之间的相关性显著，这说明媒介因素是一个抑制变量。

4. 结论与建议

本研究基于 2018 年“网民时事与态度调查”问卷数据开展了实证分析，以研究不同媒介渠道对居民政治参与行为的影响。本研究主要得出两个结论：

第一，关于影响居民采取政治参与行为的因素，本研究从政治兴趣、政治社会满意度、幸福感、媒介使用频次以及媒介信任度五个方面进行了实证分析。根据分析结果，居民的政治兴趣会通过居民的媒介使用频次与对媒介的信任度进而影响网民的政治参与行为。不管是否引入媒介因素，受教育程度始终对居民的政治参与行为存在显著正相关，这表明居民的政治参与行为是建立在已经具备一定的政治素养基础之上。

第二，在将媒介信任变量引入模型后，官方媒体信任对居民采取政治参与行为产生负向的显著影响。对此本研究的解释是：中国已进入全面发展的强国时期，在世界的舞台上拥有着越来越重要的位置，而中国人民的民族自信以及民族自豪感也与日俱增。网民对官方媒体的信任度越大，代表着一定程度上也越认可官方在突发事件上的行为和做法，因此不会产生进一步的游行、示威、上访等行动来表达自己的政治、经济、社会问题的看法。

根据以上分析与讨论，本研究对于促进居民政治参与提出以下几点建议：首先，官方媒体对于居民的政治参与行为有较为显著的影响，可以通过官方媒体的政治宣传来引导网民进行有序参与，同时优化官方媒体的政治参与渠道，为网民有序参与提供便捷。其次，海外媒体对网民的政治参与行为仍然存在一定影响，我们一方面要维护好新时代下网络意识形态安全，另一方面要通过正面宣传以及舆论斗争做好对广大群众的爱国教育和价值引领，避免海外媒体对我国社会稳定产生的不良影响。此外，在动员群众进行政治参与时，要重视口头媒介的作用。对于部分群众来说，参与某些政治活动对于他们而言具有一定的风险性。只有社会成员之间彼此的信任程度越高，群众的政治参与行为才会更为积极。最后，要注重通过媒介渠道去培育和广大群众的政治素养，避免部分群众因为缺乏相关政治参与知识，从而减少参与意愿和参与行为。受限于样本数据和变量的局限性，本研究还有进一步深入和完善的空间。例如，对于居民政治参与行为变量可以再细分为“意见表达”和“参与行动”两个维度来进行测量，可以在后续研究中加以讨论。

参考文献

- [1] 任亮宝. 社会资本对居民政治参与行为的影响[J]. 河西学院学报, 2021, 37(1): 57-62.
<https://doi.org/10.13874/j.cnki.62-1171/g4.2021.01.009>
- [2] 阮海波. 政治态度、选举效能感对农民政治参与的影响效应——基于 3133 个农户的调查数据[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2021, 22(2): 41-49. [https://doi.org/10.13331/j.cnki.jhau\(ss\).2021.02.006](https://doi.org/10.13331/j.cnki.jhau(ss).2021.02.006)
- [3] 王永香, 任思琪, 秦泉童. 政治效能感、政府信任对民营企业政治参与的影响——基于陕西省的实证调查[J]. 陕西行政学院学报, 2021, 35(4): 21-27. <https://doi.org/10.13411/j.cnki.sxsx.2021.04.004>
- [4] 林健, 肖唐鏢. 社会公平感是如何影响政治参与的?——基于 CSS2019 全国抽样调查数据的分析[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2021, 60(6): 10-20.
- [5] 肖佳妮. 媒介使用对网民政府信任的影响——基于 2017 年网民社会意识调查的实证研究[J]. 科技传播, 2021, 13(16): 9-12. <https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2021.16.008>
- [6] 卢春玲. 媒介使用、政治知识与网民政治社会满意度——基于 2017 年“网民社会意识调查”的实证分析[J]. 江西广播电视大学学报, 2021, 23(1): 14-21. <https://doi.org/10.13844/j.cnki.jxddxb.2021.01.003>
- [7] 李长乐, 彭剑. 媒介使用偏好、使用时长对居民政治参与影响的研究[J]. 传媒观察, 2021(11): 63-71.
<https://doi.org/10.19480/j.cnki.cmgc.2021.11.014>
- [8] 林奇富, 殷昊. 娱乐与政治: 受众娱乐偏好对网民政治参与的影响——基于网民社会意识调查 2017 的分析[J]. 政治学研究, 2020(5): 77-90+127.
- [9] 李佳桢. 新媒体时代下媒介接触、社会信任与政府质量感知的中介效应分析——基于“网民社会意识调查”的实证分析[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2017, 19(5): 1-7.