

不同政治属性的媒介使用对政治信任的影响

——基于 2015 年网民社会意识调查实证研究

王 凤, 邢乐斌, 胡 倩

重庆大学公共管理学院, 重庆
Email: 897673066@qq.com

收稿日期: 2021年1月5日; 录用日期: 2021年2月10日; 发布日期: 2021年2月19日

摘 要

政治信任对提高政治系统的合法性和稳定性具有重要意义, 而其受媒介使用的影响也日益明显。基于 2015 年“网民政治社会态度调查”的全样本和子样本数据, 不同政治属性的媒介传播视角对网民媒介使用与政治信任的关系需做进一步探讨。研究结果显示: 官方媒体使用对于民众的政治信任感具有显著的正向影响; 非官方媒体使用对民众的政治信任感具有显著的负向影响; 不同人口、社会、经济特征的受众也将影响其政治信任感; 随着媒介的变迁, 不同政治属性的媒介划分边界正在逐渐模糊, 公众获取政治信息和进行交互式政治沟通的渠道也愈加宽泛。

关键词

官方媒体使用, 非官方媒体使用, 政治信任

The Influence of Media Use with Different Political Attributes on Political Trust

—An Empirical Study Based on the Survey of Social Consciousness of Netizens in 2015

Feng Wang, Lebin Xing, Qian Hu

School of Public Affairs, Chongqing University, Chongqing
Email: 897673066@qq.com

Received: Jan. 5th, 2021; accepted: Feb. 10th, 2021; published: Feb. 19th, 2021

Abstract

Political trust is of great significance to improve the legitimacy and stability of the political system, and the impact of the use of media on political trust has become increasingly prominent. Based on the full sample and sub-sample data of the 2015 Survey of Netizens' Political and Social Attitudes, the relationship between netizens' media use and political trust needs to be further discussed from the perspective of media communication with different political attributes. The results show that the use of official media has a significant positive impact on people's political trust, while the use of unofficial media has a significant negative impact on people's political trust. Audiences with different demographic, social and economic characteristics will also affect their political trust. With the change of the media, the boundaries of media with different political attributes are gradually blurred, and the channels for the public to obtain political information and interactive political communication are becoming wider and wider.

Keywords

Official Media Use, Non-Official Media Use, Political Trust

Copyright © 2021 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

政治信任是指公众对政治系统的合理预期以及系统回应基础上的一种双方互动和合作关系，其包含了政治制度信任，对国家政策的信任以及基层人员行政能力和道德素质的信任等等。自 20 世纪 60 年代以来，国内外均遭遇了严重的政治信任危机，公众对国家和政府的政治信任度持续下降。我国目前正处于社会转型期，社会矛盾与信任危机事件频发，公众的政治信任遭受严重挑战。学者李连江指出，中国的政治信任呈现“央强地弱”的差序格局，即公众对中央政府的信任强于对地方政府的信任[1]，而这样一种“差序格局”政治信任状况无疑增加了政府提升公众信任水平的难度。

当前，在媒介融合背景下，形态各异的新型媒体大量涌现，并成为人们日常接收政治信息、交流政治观点与反馈政治偏好的重要工具。新型社交媒体因其具有开放性、平等性、及时性和互动性等特征，极大地推动了政府机构直接有效地与公众对话沟通、寻求公民理解与并有效开展相关政治活动[2]。已有研究表明，如果政府掌握社交媒体的特点并能对其恰当使用，公众对政府的信任度会有所提高，所以探索媒介使用对政治信任的影响具有重要意义。基于此，本文将深入探讨我国公众获取政治信息的媒介类型和不同政治属性的媒介形式是否以及如何影响公民的政治信任水平。

2. 文献回顾

2.1. 政治信任及其影响因素

现代社会人际交往关系和国际形势日益复杂，政治信任俨然已变成极其宝贵和稀缺的社会资源，充满了不确定性和脆弱性。一个国家或地区一旦遭遇了公民对政治的信任危机，就极有可能陷入“塔西佗陷阱”，要想修复信任关系则需花费漫长的时间和付出巨大代价。上世纪 80 年代，西方学者最早开始探

索政治信任领域，普遍形成了两种研究视角，分别是制度主义视角和文化主义视角。

首先是以科尔曼、达斯古普塔等为代表的制度论者，他们认为政府信任主要源于政治领域，其主要是公众对政府行为、政府绩效以及一系列政治措施和行政程序等方面可信度的一种理性评估。赵鼎新指出政府和相关国家机构可通过发展经济、改善公共服务和社会福利等“政府绩效”加强政治信任水平[3]，许多国内外研究都表明了公众对政府政治和经济绩效的评价与信任有着直接和显著的影响。与制度论者相对的，是以帕特南、福山等学者为代表的文化论者，他们认为政治信任是人际信任的延伸，是个体在社会化过程中不断形塑的文化价值观和社会规范，其主要来自于制度之外的因素[4]。

中国学者马德勇在研究中发现，制度主义的“绩效论”和文化主义的“社会资本论”并非是相互排斥的，而是互相补充且逐渐走向融合的[5]。一般而言，政府绩效对政治信任的影响是直接的，可直接观察相应的统计数据和行为结果，而与之相对应的社会文化因素对政治信任的影响则显得更间接，所需时间更长，当然其影响机制和内容也更复杂。

2.2. 官方媒体使用与政治信任

从本质上看，官方媒体由政府管控，承担着宣传党和政府机关执政方针、执政理念和政策方向的任务，极具严肃性和权威性，且受众群广泛[6]，具有天然的政治属性，是实现政治体系意志的重要工具。

随着数字时代的到来，民众获取政治信息，形成政治认知及产生政治态度逐渐依赖大众传媒。在西方，关于媒介与政治信任的研究主要形成了两种完全相反的理论观点。一种观点是媒体接触会引发“媒体抑郁论”，并导致政治信任的下降，形成政治犬儒主义。与之持相反意见的“认知参与论”学者认为，大众传媒对于政治新闻的报道也有正面的，公民们可从中获取更多的政治信息和培养其参与政治事务的热情。面对这两种完全不同的观点，我国学者牛静认为，之所以会出现完全相反的结果，很大程度上是由于地区的选取，研究变量和方法的不同所致，她认为应引入更为细致的变量进行测量[7]。而 Holbig 研究发现，政府可以借助官方媒体影响人们的意识形态立场，并塑造人们对现有体制的认同。

与西方国家多元主义和极具独立精神的媒介制度不同的是，中国媒体制度具有“媒体是党和政府的喉舌”的独特性[8]。如今，许多官方媒体也及时追赶上新媒体时代的潮流，如人民日报、新华网等官方性质媒体在各类短视频平台和新浪微博等社交平台也开设了自己的官方账号进行信息披露和新闻报道，公众不再局限于传统信息渠道接收政治信息和表达政治诉求。但由于近年来媒介传播形式的快速发展，民众意识的普遍觉醒，公众不再满足于只接收官方媒体披露的提倡社会正能量和公平正义的新闻，而更倾向于构建自己心中的事实真相，这给官方媒体政治信息的有效输出带来了挑战，也影响了民众的政治信任水平。

2.3. 非官方媒体使用与政治信任

与官方媒体相对应，非官方媒体本身不需要发挥党和人民的喉舌作用，也无需承担宣传国家方针政策和政治治理体系及执政理念方面的任务[9]。因此，本文所说的非官方媒体一般是指以手机、互联网、短视频平台为代表的各类自媒体及国家监管范围之外的海外媒体以及公民之间口口相传的小道消息等。非官方媒体由于其具有的开放性、娱乐性和碎片化的特征极大地提高了公民接收信息速度和广度的同时，也给社会治理和政治信任带来了挑战和压力。互联网时代人人皆是“自媒体”进行披露信息，那些自由生产的海量信息内容具有独创性和多元化，却是真假难辨，鱼目混杂，因此某些非官方媒体发布的新闻报道的真实性和有效性无法得到有效保障[10]。因公众个人认知差异不同导致信息不对称，加上人们对政治腐败、官员丑闻具有天然的好奇心和人们热衷于在互联网上匿名宣泄负面情绪的天性等等原因，导致公众对政治信任产生极大的怀疑和不信任。另外，由于非官方媒体近年来野蛮式生长，而地方政府监管

模式及公务人员行政能力未能有效应对网络谣言和负面信息，这也加深了媒介接触对政治信任的负面影响程度。

3. 研究设计

3.1. 样本来源

本文所用到的数据均来自马德勇主持的“网民社会意识调查”(2015)数据库。该研究调查小组采用网上问卷调查，同时将答题链接发布至问卷网、新浪微博、天涯论坛等十几个网络社区，按自愿原则邀请网友答题。经数据筛选，共选取 3489 份有效问卷。该调查为保障网络问卷的可靠性，采取了相应的控制措施。如，为了避免收到重复样本，设置了每个 IP 地址仅能回答一次问卷；考虑到问卷内容较长，将答题时间少于 7 分钟的问卷视为废卷舍弃；后期问卷处理阶段，通过人工阅卷的方式剔除了一些明显是敷衍答题的问卷；最后还设置了网民自评答卷真实度的题项作为参考。鉴于以上原因，我们相信该研究调查小组所获数据的可靠性和代表性较强。

3.2. 数据测量

本研究涉及的变量有：因变量、自变量和控制变量。为保证样本数据的可靠性和客观性，筛选出问卷中“不知道”“不想说”等无参考意义选项，将其替换为缺失值，以避免对结果造成太大的误差。

因变量：政治信任。政治信任不仅包括了对政府的信任，还包括对其他政治机构及其工作人员的信任。因此，本文选取“网民社会意识调查”问卷中题项 34 中的中央政府、地方政府、法院和警察四个选项来代表政治机构和国家公职人员，以便反映受访者对国家政治系统的整体信任水平。赋值方式为“1 = 完全不信任，2 = 不太信任，3 = 比较信任，4 = 非常信任”，为进一步讨论主要变量的关系，采用主成分因子分析法进行萃取和聚合，结果显示变量的内部一致性 Cronbach's $\alpha = 0.882$ ，信度良好。

自变量：媒体使用。使用马德勇和王丽娜的量表[12]，测试被访者对不同类型媒体政治信息的使用频率，包括通过新华社、人民日报，中央电视台，小道消息或朋友聊天和海外媒体等收听或收看政治社会新闻七个选项，答案采用五级李克特量表编码(1 = 几乎没有；2 = 偶尔有；3 = 经常如此；4 = 几乎天天；5 = 每天超过 1 小时)，使用主成分因子分析法(表 1)得出官方媒体使用(Cronbach's $\alpha = 0.715$)和非官方媒体使(Cronbach's $\alpha = 0.763$)两个子量表， $kmo = 0.67$ ， $p < 0.01$ 。

Table 1. Factor analysis of media use

表 1. 媒体使用的因子分析

项目	均值	标准差	因子分析		
			官方媒体使用因子	非官方媒体使用因子	共量
中央电视台的新闻或评论节目	2.17	1.04	0.89	-0.03	0.79
新华社、人民日报的政治新闻	1.85	0.92	0.87	0.10	0.77
新浪等网站的政治新闻	2.63	1.01	0.52	0.37	0.41
微博或网络社区政治新闻	3.19	1.05	-0.17	0.67	0.48
微信发布的政治类新闻	2.54	1.10	0.23	0.66	0.49
小道消息或朋友聊天	2.07	0.81	0.40	0.56	0.47
海外媒体的政治新闻	2.20	0.97	0.0003	0.64	0.41
特征值			2.31	1.98	4.29
解释方差			33.06%	28.39%	61.44%

控制变量：本研究的控制变量包括性别、年龄、是否党员、户籍状况、教育水平和家庭年收入等。

- ① 性别被重新编码为虚拟变量，回答“男性”编码为1，“女性”编码为0，以女性为参照。② 年龄以岁数计，由于年龄在解释因变量时常常不是单调线性的关系，所以本研究加入年龄的平方项后除以100。③ 因变量涉及政治信任水平，而共产党员往往接受了更多的政治意识形态的接触，对党和国家的政治信任水平更高，因此是否为党员是一个很重要的解释变量，因此将“共产党员”编码为1，“非共产党员”编码为0。④ 户口登记状况代表了大部分人的居住地(城市或农村)，不同居住地的人对政治信任的程度可能会有很大差异，因此我们把户籍状况转变为虚拟变量，城市户口为1，农村户口为0。⑤ 问卷中教育水平被分成八类，将其转变为虚拟变量并进行编码。本科以下为1，本科为2，本科及以上为3。⑥ 除此之外，家庭年收入水平不同的人对于政治信任的程度也有所不同，所以将问卷中12类家庭年收入水平转化为虚拟变量并进行编码，2万~4万编码为1，4万以上~50万以下编码为2，50万以上编码为3。

4. 研究结果

4.1. 描述性统计

媒体使用。从初步统计结果上看，如表2所示，不论是官方媒体使用($M = 2.219, S.D = 0.991$)还是非官方媒体使用($M = 2.503, S.D = 0.981$)，其频率都超过了均值，较以往的调查数据来说网民的媒体使用频率有所增长，说明我国网民主动获取政治信息和参与政治讨论的意识在增强；非官方媒体使用的均值为2.503，超过了官方媒体使用的均值2.219，说明受访网民总体上使用非官方媒体获取政治信息更多。从分布的频率来看，网民“几乎没有”和“偶尔有”获得政治新闻方面，选择中央电视台的新闻或评论节目以及新华社、人民日报的政治新闻两个选项比例占到了71.51%，说明网民对官方媒体使用还远远不够。选择“经常如此”和“几乎天天如此”的比例中，网民通过微博或社区网络获取政治新闻的占比最高，为63.03%，这说明像微博、网易、天涯等社区网络平台已经具有传播政治信息的功能且影响力日渐增大。另外，还需注意的是，选择“经常如此”和“几乎天天如此”接触海外媒体的政治新闻的网民占比已经达到了29.3%，也就是说，有接近三分之一的人通过海外媒体接触政治信息，无形中我国的官方政治传播带来了一定的挑战。网民选择“偶尔有”接触小道消息或朋友聊天的比例更是达到了56.18%，说明网民日常讨论政治新闻的频率增加，熟人之间口口相传仍是一个重要的政治信息获取渠道。

Table 2. Descriptive statistics on media usage (Number 3489)

表 2. 媒体使用描述性统计(N = 3489)

媒体使用	几乎没有	偶尔有	经常如此	几乎天天如此	每天超过1小时
中央电视台的新闻或评论节目	29.26%	39.09%	19.20%	9.77%	2.67%
新华社、人民日报的政治新闻	42.25%	37.40%	13.93%	5.53%	0.89%
新浪等网站的政治新闻	12.98%	34.34%	32.87%	16.37%	3.44%
微博或网络社区政治新闻	4.93%	20.52%	36.20%	26.83%	11.52%
微信发布的政治类新闻	18.83%	32.76%	27.69%	16.54%	4.18%
小道消息或朋友聊天	21.67%	56.18%	16.14%	5.07%	0.95%
海外媒体的政治新闻	24.22%	44.25%	21.30%	8.00%	2.24%

政治信任状况。从调查结果来看，如表3所示，被调查网民的政治信任($M = 2.173, S.D = 0.884$)最大值为1，最小值为4，均值为2.173，未超过中间值2.5，说明受调查网民对于国家机构和相关公职人员的信任度不高，整体政治信任水平较低，与以往的研究结果一致。值得关注的是，网民选择“很不信任”

乡镇政府比例达到了 44.94%，选择“非常信任”中央政府的比例为 15.82%，而“非常信任”乡镇政府的网民占比仅为 2.09%，仍是显现了“央强地弱”的差序政府格局，如何提高地方政府的信任水平以及如何改善地方政府与民众的关系仍是我国要持续探讨的公共治理问题。此外，受访网民对法院和警察等公共部门和公职人员的信任程度也不容乐观，信任比例仅为 41.15%和 39.32%，说明司法部门和相关执法机构在与民众沟通互动及反馈等仍存在缺陷和不足。

Table 3. Descriptive statistics of political trust (Number 3489)

表 3. 政治信任描述性统计(N = 3489)

政治信任	很不信任	不太信任	比较信任	非常信任
中央政府	20.61%	26.31%	37.26%	15.82%
乡镇政府	44.94%	35.91%	17.05%	2.09%
法院	23.30%	35.54%	34.59%	6.56%
警察	23.93%	36.74%	34.59%	4.73%

4.2. 回归分析

使用 SPSS16.0 软件对主要变量进行描述性统计分析和相关性分析。表 5 是媒体使用对政治信任的回归分析，模型(1)以官方媒体使用对政治信任进行简单的 OLS 回归，估计系数在 0.1%的统计水平上显著为正；模型(2)在不加入控制变量的基础上仅考查自变量对因变量的影响，显示官方媒体使用与政治信任之间存在显著的正相关关系。一直以来，以中央电视台、人民日报等为代表的官方媒体始终发挥党、政府和人民的喉舌功能，坚持弘扬社会主流价值观，致力于引导正确积极的舆论导向，提升民众对国家的政治积极情感，因此，公众使用官方媒体越多，对国家机构和公职人员就越信任，其政治信任水平也越高。

模型(3)以非官方媒体使用对政治信任进行简单的 OLS 回归，估计系数在 0.1%的统计水平上显著为负；模型(4)在模型(3)的基础上加入控制变量，结果与模型(3)一致，非官方媒体使用与政治信任之间存在显著的负相关关系。随着互联网媒体的广泛涌现，公众接收政治信息的渠道也越来越广，而部分非官方媒体出于商业目的和博取社会关注度更倾向于报道负面的政治新闻而忽视报道所产生的负面影响，处于“信息孤岛”的某些民众难以辨别是非，潜移默化中主观加深了对国家机构和公职人员的负面印象，导致政治信任水平偏低。

模型(5)中将所有的变量全部加入，结果如表 4 所示，在 0.1%的统计水平上，官方媒体使用显著正向影响政治信任，非官方媒体使用显著负向影响政治信任，可证实模型(1) (2) (3) (4)具有较好的稳健性。互联网使得媒介已成为我国民众生活中不可或缺的一部分，因政治属性的不同，官方媒体和非官方媒体在政治生活中扮演了不同的角色，由此，民众对不同属性媒介的使用程度不同产生了不同的政治信任水平。

Table 4. Results of regression analysis of media use on political trust

表 4. 媒体使用对政治信任的回归分析结果

变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5
官方媒体使用	0.689*** (0.019)		0.619*** (0.018)		0.679*** (0.018)
非官方媒体使用		-0.100*** (0.025)		-0.074*** (0.023)	-0.267*** (0.020)
性别			-0.951*** (0.073)	-1.082*** (0.084)	0.902*** (0.072)

Continued

年龄			-0.083*** (0.018)	-0.055** (0.021)	-0.081*** (0.018)
年龄(平方后/100)			0.038 (0.024)	-0.019 (0.028)	0.039 (0.023)
政治面貌			0.430*** (0.077)	0.769*** (0.089)	0.423*** (0.076)
家庭年收入			-0.033** (0.016)	0.002 (0.018)	-0.024 (0.016)
户籍			-0.083** (0.034)	-0.179*** (0.039)	-0.122*** (0.033)
学历			-0.037*** (0.034)	-0.067* (0.039)	-0.029 (0.033)
系数	3.568*** (0.099)	7.581*** (0.166)	7.418*** (0.386)	10.803*** (0.454)	8.664*** (0.388)
R ²	0.272	0.005	0.385	0.179	0.413
N	3489	3489	3489	3489	3489

注: *表示 P < 0.05, **表示 P < 0.01, ***表示 P < 0.001。

4.3. 稳健性检验

本文构建四组各类政治信任的 Ologistic 回归模型, 以检验媒体使用对各类政治信任影响的稳健性。表 5 中模型(6)至模型(9)的回归结果显示, 官方媒体使用对中央政府、乡镇政府、法院和警察的信任都具有显著正向影响, 非官方媒体使用对中央政府、乡镇政府、法院和警察的信任都具有显著负向影响。以上结果与表 5 中的结论一致, 说明中央政府、乡镇政府、法院和警察均通过了稳健性检验。

Table 5. Interpretation models of political trust based on Ologistic regression

表 5. 基于 Ologistic 回归的各类政治信任的解释模型

	Ologistic	Ologistic	Ologistic	Ologistic
	中央政府 模型 6	乡镇政府 模型 7	法院 模型 8	警察 模型 9
官方媒体使用	2.008*** (0.045)	1.692*** (0.037)	1.704*** (0.036)	1.619*** (0.033)
非官方媒体使用	0.758*** (0.017)	0.843*** (0.019)	0.806*** (0.018)	0.804*** (0.017)
控制变量	是	是	是	是
LR chi2	1640.55	1175.72	1369.20	1033.12
Pseudo R2	0.176	0.151	0.157	0.121
Loglikelihood	-3842.30	-3284.14	-3687.35	-3745.66
N	3489	3489	3489	3489

5. 结论与启示

本文基于 2015 年“网民政治社会意识调查”数据库, 在对人口特征加以控制的基础上, 比较分析了不同政治属性的媒体使用对我国公众政治信任水平的影响, 得到以下结论和启示:

- 1) 公众使用不同政治属性的媒介, 会对政治信任产生不同的影响, 且影响因素并非单一而是多因素

和多层次的。公众在日常生活中接触的非官方媒体普遍具有交互性[11]，即公众不仅是简单接收信息，还可能是信息的发布者和传播者，他们在不受严格管控的信息平台接触到自主、多元的政治信息，更可能接触负面政治丑闻，由此降低其政治信任水平。与此同时，统计结果表明城乡差别带来的影响不容忽视，城市户籍的人使用官方媒体越多政治信任水平越高，其影响大于农村户籍的人。这也表明由于城乡生活差异较大，导致民众在知识、认知和情感方面的差异显著，这也给城镇化进程、城乡建设和乡村治理等带来了压力。

2) 官方媒体与非官方媒体的划分边界正在逐渐模糊，不少非官方媒体平台已经具有政治传播语境和引导公众发表政治观点、进行交互式政治沟通的功能。社会转型带来了公民意识的不断觉醒，我国民众也越来越踊跃发表自身观点和表达利益诉求，这也给我国官方媒体和国家政治传播机制带来了挑战。为了有效提高政治信任度，法院、警察、政府等应向公众提供及时、完整、可靠的信息。新媒体时代，各类政务社交平台也应重视自身变化带来的影响，不断汲取和改进政务信息公布形式，增强透明性和回应性，强化其政务平台建设和优化自身属性，才能更加方便公众有效使用官方媒体获取政治信息与表达利益诉求，以此来提高公众的政治信任水平；另一方面，要减少非官方媒体使用对公民带来的负面政治影响，在保证传播导向准确性的同时也能满足公民个性化方面的需求，借助自身动态发展创造出全新的信息价值。

参考文献

- [1] 吕书鹏. 差序政府信任: 概念、现状及成因——基于三次全国调查数据的实证研究[J]. 学海, 2015(4): 148-157.
- [2] 李连江. 差序政府信任[J]. 二十一世纪, 2012(6): 38-22.
- [3] 胡衬春. 政务社交媒体对地方政府政治信任提升的路径及其可能性——基于传播学的视角[J]. 电子政务, 2017(10): 115-121.
- [4] Zhao, D. (2009) The Mandate of Heaven and Performance Legitimation in Historical and Contemporary China. *American Behavioral Scientist*, 53, 416-433.
- [5] Francis Fukuyama. 信任社会道德和繁荣的创造[M]. 李宛蓉, 译. 呼和浩特: 远方出版社, 1998.
- [6] 马得勇. 政治信任及其起源——对亚洲 8 个国家和地区的比较研究[J]. 经济社会体制比较, 2007(5): 79-86.
- [7] 孙忠良. 议微博时代官方媒体的角色定位[J]. 电子政务, 2014(8): 88-92
- [8] 牛静. 传媒与政治信任之关系的研究现状及展望[J]. 国际新闻界, 2012, 34(1): 54-50.
- [9] 喻国明. 2010 年中国传媒发展的新景观[J]. 新闻与写作, 2010(1): 59-62.
- [10] 叶杰. 非官方媒体使用对制度自信的影响机制——以网民为分析对象的实证研究[J]. 经济社会体制比较, 2019(1): 70-82.
- [11] 马得勇, 孙梦欣. 新媒体时代政府公信力的决定因素——透明性、回应性抑或公关技巧? [J]. 公共管理学报, 2014, 11(1): 104-113+142.
- [12] 马得勇, 王丽娜. 公共舆论倾向如何形成?——对网民政治支持的实证分析[J]. 探索, 2016(6): 33-44.