

# 中国居民的互联网态度与社会信任度研究

## ——基于CGSS2017数据的实证分析

郭世轩

上海工程技术大学, 管理学院, 上海

收稿日期: 2022年2月21日; 录用日期: 2022年3月17日; 发布日期: 2022年3月24日

### 摘要

社会信任是学术界长期关注的热门话题。随着信息时代的到来, 人们运用互联网进行社交购物等行为越来越频繁, 互联网已逐步成为中国居民获取信息、社会交往、表达观点的核心媒介和重要平台。但是因为互联网的一些自身的特有属性以及现代社会的人际关系的冷漠化, 会影响人们的主观社会信任度。因此, 考察中国居民对待互联网的态度对社会信任度的影响具有一定的理论价值。本文使用CGSS2017数据, 采用多元线性回归方法, 探讨中国居民对待互联网的态度对社会信任度的影响。研究发现, 网络行动和网络信任度对社会信任度有显著影响。

### 关键词

网络信任度, 网络行动, 社会信任度, 实证研究

# Research on Internet Attitude and Social Trust of Chinese Residents

## —An Empirical Analysis Based on CGSS2017 Data

Shixuan Guo

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Feb. 21<sup>st</sup>, 2022; accepted: Mar. 17<sup>th</sup>, 2022; published: Mar. 24<sup>th</sup>, 2022

### Abstract

Social trust is a hot topic that has long been concerned by academia. With the advent of the information age, people use the Internet for social shopping and other behaviors more and more frequently, and the Internet has gradually become the core medium and important platform for Chi-

nese residents to obtain information, socialize, and express their opinions. However, because of some unique attributes of the Internet and the indifference of interpersonal relationships in modern society, it will affect people's subjective social trust. Therefore, it has certain theoretical value to investigate the influence of Chinese residents' attitude towards the Internet on social trust. This paper uses the CGSS2017 data and uses the multiple linear regression method to explore the impact of Chinese residents' attitudes towards the Internet on social trust. The study found that online actions and online trust have a significant impact on social trust.

## Keywords

Network Trust, Network Action, Social Trust, Empirical Research

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. 研究背景

在 2018 年 4 月的全国网络安全和信息化工作会议中, 习近平总书记提出要加快推进网络强国建设, 这标志着中国社会正加速进入网络信息时代。随着信息化时代的高速发展, 互联网正不断改变着中国人的生活、工作、学习方式, 不断融入人们生活的方方面面。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2018 年 12 月, 中国网民规模为 8.29 亿人, 全年新增网民 5653 万人, 互联网普及率达 59.6%。在互联网日益普及的今天, 其已逐步成为中国居民获取信息、社会交往、表达观点的核心媒介和重要平台[1]。

随着人们生活方式的转变和智能手机的普及, 越来越多的人使用互联网进行社交、购物等日常活动, 互联网在日常生活中占据的比例大幅上升[2], 但是因为互联网的一些自身的特有属性以及现代社会的人际关系的冷漠化, 会影响人们的主观社会信任度。人们通过互联网可以和大洋彼岸的国际友人建立联系, 社交范围大幅扩展, 又因为网络的虚拟性和不实名性导致人们将自身的真实身份进行伪装, 情感钱财被骗的新闻层出不穷; 网络的匿名性导致大量的谣言和虚假新闻在网络蔓延, 一些消极负面的情绪以及对国家和政府的评价在网络中散布, 不仅产生了许多不良影响, 使陌生人之间的冷漠和猜忌加深, 给社会和谐带来了不良影响, 也因此增加了人们对互联网不利于社会和谐与社会信任的担忧。而社会信任本身是一项极其重要的社会资本, 度量的是居民对于社会上其他人的信任水平, 其对国家的经济运行和社会稳定均具有至关重要的作用。随着网络生活方式的普及, 互联网也不可避免地会对社会信任水平产生深刻影响。因而研究互联网如何影响个体的社会信任水平, 澄清关于互联网多样化信息危害社会信任的社会争论, 就成为一个有待检验的重要命题[3]。

## 2. 文献回顾与研究假设

### 2.1. 文献回顾

社会信任是学术界长期关注的热门话题, 本研究主要针对中国居民对互联网的态度和社会信任度之间的关系进行探究, 学界现有的研究成果中, 互联网与社会信任的关系研究, 不同的学者之间也有截然不同的看法, 分为正相关、负相关和不存在明显关系三种观点。

相比较于政治信任, 社会信任度是一种更具有普遍性和一般性的信任形式, 但是目前学界对于互联

网和社会信任之间的影响关系并未引起足够的重视, 所以对于研究者来说, 这是一块可以进行深度研究的蓝海。现有的研究主要是停留在理论层面的分析和探讨, 从一般定义来, 看社会信任也是一种社会资本, 黄少华从社会资本的角度探讨了网络公民参与和社会信任之间的关系, 他认为公民在网络中的信息获取、表达与讨论和行动的频率越多, 说明其对于社会的信任度越高[4]。胡百精和李由君认为互联网创造了更加透明的公共舆论空间, 在极大程度上消弭了信息不对称, 重新分配了社会话语权, 促进了对话民主[5]。Ellison 认为互联网中的社交网站能够形成和维护人们的社会资本, 并更多地提升低自尊和低满意度人群的幸福感和幸福感, 还能够维持人际关系[6]。也有学者认为, 互联网有利于整合人际信任关系网络, 使人们对更多的社会群体产生认同感和信任感; 随着人际交往范畴的扩展, 个体与外界接触的广度和频度不断增加, 进而提升个体对外界群体的信任度[7]。

同时学界还存在着大量持相反观点的学者。Grabner-Kraeuter 认为, 与传统信任相比, 互联网信任更具内在主观性, 易受个人特质的影响, 互联网情境下的交流缺乏面对面沟通等有形要素, 因而在互联网情境下建立信任更为困难[8]。Ye 和 Emurian 认为网络世界的匿名性与高复杂性使双方的行为难以预测, 因而互联网中的信任意味着更大的风险, 一旦产生危机其后果将更为严重, 建立和维持信任会更加困难[9]。

除了支持和反对两种态度以外, 还有部分学者对互联网和社会信任之间的关系持不确定的态度。Aiken 和 Boush 指出, 互联网经验与信任之间的关系呈倒 U 形[10]。Mutz 发现, 愉快的电子商务购物经历能够提升社会信任; 反之, 当电子商务的体验不佳时, 其会降低人们的社会信任程度[11]。笔者认为, 这些学者的观点和研究的结果其实只是对于支持和反对的另一种解读, 其实质还是在支持和反对之中, 不存在所谓的不确定, 但是为了文献综述的严谨性, 还是将其单独列为一部分。

以上学者的研究成果为本位探讨中国居民对互联网的态度是否与社会信任度相关提供了理论基础。本文试图利用中国综合社会调查数据库(Chinese General Social Survey, CGSS) 2017 年数据, 采用多元线性回归的方法, 探索并验证中国居民对待互联网的态度与其主观的社会信任度呈正相关关系。

## 2.2. 研究假设

根据上述的研究综述, 大多数学者认为互联网的态度和社会信任度之间是存在影响关系的, 笔者认为互联网自身的一些特殊属性就赋予了其较高的不确定性, 如果中国居民对互联网的态度趋于正向, 那么他的社会信任度相对而言比较高, 所以提出本文的第一个假设:

假设 1: 中国居民对于互联网的积极态度和主观社会信任度有显著影响。

笔者通过对 CGSS2017 的调查问卷的问题, 将中国居民对待互联网的态度分成了两种, 一种是直接态度, 即直接对于互联网进行主观评价, 另外一种为间接评价, 即测量该居民通过互联网进行的行为多少, 从侧面判断其对互联网的态度。

随着科学技术尤其是互联网技术的发展, 人们获取信息的渠道丰富多样。作为互动空间, 互联网让公民之间、公民与政府之间的互动交流变得十分便捷; 作为一个扩展的公共领域, 互联网使某些新的政治行为如在线投票、在线请愿等成为可能。人们不但从互联网中获取信息, 还会在互联网中发布信息以及表达自己的观点, 维护自身的利益。在过去, 如果遇到了侵权以及一些相关事件, 人们会去通过法律及以外的传统媒体进行曝光, 给相关事件施加舆论压力, 到了信息时代, 很多人选择了更加快速且经济的手段, 即在互联网上发布维权信息, 相关信息在网络平台可以迅速转发传播, 能够在短时间内迅速得到大量的关注度, 从而引起相关部门的注意。在中国综合社会调查数据库(Chinese General Social Survey, CGSS) 2017 年数据中, 这类的行为被总结为“网络行动”。但是因为互联网的某些特殊属性, 一些维权信息会被误解, 甚至是被对手的“水军”注水和诋毁。不仅可能让维权的声在互联网中被淹没, 甚至还会被错误的声音误导引起网友和舆论对自身的指责。所以笔者认为, 愿意采取网络行动, 即在互联网

上进行维权或寻求帮助的中国居民，对于陌生人的信任度较高，愿意去以善意看待陌生人，并向他们寻求帮助，所以他们的社会信任度相对较高，并提出本文的第二个假设：

假设 2：中国居民采取网络行动的积极态度对社会信任度有显著影响。

### 3. 数据、测量和研究方法

#### 3.1. 数据来源

本文所使用的数据源于中国综合社会调查数据库(Chinese General Social Survey, CGSS)2017 年数据。该系列调查起始于 2013 年，由中国人民大学中国调查与数据中心负责执行，是我国最早的全国性、综合性、连续性的学术调查项目，2017 年的 CGSS 调查采用了多阶段分层概率比例抽样，调查范围覆盖了全国 28 个省、市、自治区的 478 村居，调查内容涵盖了社会、社区、家庭与个人等多个层次多方面的内容。本文使用了 CGSS2017 问卷中 A 卷和 C 卷的部分内容[12]。

#### 3.2. 变量测量

1) 因变量。本文的被解释变量即因变量是社会信任度，其测量方式是直接询问被访者对社会中绝大多数人的信任程度。CGSS 问卷中对应的问题是“总的来说，您同不同意在这个社会上，绝大多数人都是可以信任的？”，备选项为非常不同意、比较不同意、说不上同意与不同意、比较同意和非常同意。

2) 自变量。本文的解释变量即自变量是网络信任度和网络行动。

网络信任度，问卷询问了从互联网获取转发和评论发布信息的频繁程度，选项包括从不、很少、有时、经常、总是，分别赋值为 1、2、3、4、5，该项得到的数值越高，说明被访者对互联网的使用越频繁。

网络行动，问卷询问了被访者两项关于互联网维权的问题，选项包括“会，依靠自身力量网络维权”、“会，依靠亲朋好友力量网络维权”、“会，借助网络‘大 V’力量网络维权”、“不会，互联网没有提供特别的维权优势”、“不会，不熟悉互联网操作控制变量”，按照其积极和消极分为 0 和 1，把两个问题的得分相加，最后的得分越高说明其对网络维权更消极，反之更积极。

3) 控制变量。本文的控制变量为健康和收入两个变量。

#### 3.3. 研究方法

本文使用 stata16 软件进行定量分析，采用多元线性回归模型来考察因变量与自变量的关系。回归分析的策略如下：第一步，在模型中仅引入控制变量，作为基准模型；第二步，逐步引入 2 个自变量(解释变量)网络信任度、网络行动，从而检验解释变量对社会信任度的解释力。

### 4. 实证分析与结果

如表 1 的模型给出了基于多元线性回归模型的居民社会信任影响效应估计结果。模型一是基准模型，反映了控制变量(健康和收入)对社会信任度的影响其系数分别为 0.133 和 0.290，系数都为正且在 0.01 的水平上是显著的，说明其对社会信任度呈正相关关系。模型二引入了自变量网络态度，在控制其他变量的情况下，该系数为 0.03，在 0.1 的水平上显著，说明网络态度和社会信任度是呈正相关关系，即中国居民对待网络的态度越正向，那么其社会信任度就越高。假设一得到验证。的确，如果说以互联网这种尤其独特属性的媒介的信任度都较高的情况下，对于社会整体的信任度也不会太低，信任陌生人的可能性也越高。模型三引入了自变量网络行动，在控制其他变量的情况下，该系数为 0.078，在 0.05 的水平上显著，说明网络行动于社会信任度是呈正相关关系，即中国居民对于网络维权的态度越积极，那么其

社会信任度就越高。假设二得到验证。维权是一项耗时耗精力的活动，并且维权人的遭遇更有可能使其对陌生人或者虚拟的网络产生不信任和抗拒的感觉，但是如果在这种情况下，维权人还能去选择网络维权，说明其对于社会的信任度还是很高的，还是愿意去相信大多数的人都是好人，这个社会还是好人多，这样他才会选择通过网络的途径去维权，而不会担心再次受骗。

**Table 1.** Analysis results of social influencing factors of residents

**表 1.** 居民社会影响因素分析结果

变量	模型一	模型二	模型三
健康	0.133 <sup>***</sup> (0.007)	0.147 <sup>***</sup> (0.017)	0.121 <sup>***</sup> (0.022)
收入	0.290 <sup>***</sup> (0.010)	0.238 <sup>***</sup> (0.023)	0.199 <sup>***</sup> (0.028)
网络态度		0.030 <sup>*</sup> (0.016)	0.043 <sup>**</sup> (0.020)
网络行动			0.078 <sup>**</sup> (0.039)
Constant	2.655 <sup>***</sup> (0.030)	2.609 <sup>***</sup> (0.101)	2.725 <sup>***</sup> (0.130)
Observations	12,462	2108	1387
R-squared	0.119	0.097	0.073

括号内为标准误；\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ 。

## 5. 结论

通过以上回归结果的分析，本文的结论是：网络信任度、网络行动都对我国居民的社会信任度有显著影响，与国内相关研究一致[13] [14]。增加网络行动的频率，提高对网络的正向态度，进行线上和线下相结合的生活方式能够有效增强我国居民的社会信任度。通过网络上的沟通和社交，能够进一步拉近人与人之间的距离，使陌生人之间多一点善意和信任，少一点怀疑和不信任。使更多的人通过互联网的技术而提升幸福感，提升社会信任度。

从个人角度来说，可以塑造良好的人际关系网络，能够有效扩大自己的社交圈，从线上到线下扩大社交范围，不再是局限在工作圈、亲友圈和校友圈，突破地域的限制，结交到各行各业、不同爱好的人；通过网络行动，提升信息传播的速度和效率，唤醒人们心中的正义感，有助于社会风气的净化和提升。从社会的角度来说，通过互联网的维权等行为可以形成巨大的舆论压力，从而规范社会中不公平不正当的行为的出现，在舆论的强压下不敢做、不想做这种事情，从而营造良好的社会风气，形成人人向善、助善的氛围。

## 参考文献

- [1] 王伟同, 周佳音. 互联网与社会信任:微观证据与影响机制[J]. 财贸经济, 2019, 40(10): 111-125.
- [2] 赵晓航, 李建新. 当代青年的互联网使用与社会信任——基于 CGSS2013 数据的实证研究[J]. 青年研究,

- 2017(1): 19-27+94.
- [3] 王伟同, 周佳音. 互联网与社会信任:微观证据与影响机制[J]. 财贸经济, 2019, 40(10): 111-125.
- [4] 黄少华, 郝强. 社会信任对网络公民参与的影响——以大学生网民为例[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2016, 44(2): 68-80.
- [5] 胡百精, 李由君. 互联网与信任重构[J]. 当代传播, 2015(4): 19-25.
- [6] Ellison, B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2010) The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **12**, 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- [7] 张加春. 嵌入性信任: 网络社会下的信任关系[J]. 中州学刊, 2016(6): 162-167.
- [8] Grabner-Kraeuter, S. (2002) The Role of Consumers’ Trust in Online-Shopping. *Journal of Business Ethics*, **39**, 43-50. <https://doi.org/10.1023/A:1016323815802>
- [9] Ye, D.W. and Emurian, H. (2005) An Overview of Online Trust: Concepts, Elements, and Implications. *Computers in Human Behavior*, **21**, 105-125. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2003.11.008>
- [10] Aiken, D. and Boush, D.M. (2006) Trustmarks, Objective-Source Ratings, and Implied Investments in Advertising: Investigating Online Trust and the Context-Specific Nature of Internet Signals. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **34**, 308-323. <https://doi.org/10.1177/0092070304271004>
- [11] Mutz, D.C. (2009) Effects of Internet Commerce on Social Trust. *Public Opinion Quarterly*, **73**, 439-461. <https://doi.org/10.1093/poq/nfp042>
- [12] 马原. 中国居民的生活方式与主观幸福感研究——基于 CGSS2015 数据的实证分析[J]. 四川省干部函授学院学报, 2019(1): 136-140.
- [13] 李凌, 周业萍. 智能时代网络信任的模型、风险与重构——从直播带货引发的信任危机谈起[J]. 新闻与写作, 2020(9): 21-28.
- [14] 余维臻, 李文杰. 在线社交网络互动有助于创业机会的识别吗——基于网络信任双维度视角[J]. 经济理论与经济管理, 2020(5): 86-99.