

网络民意表达与农村居民幸福感

——基于社会公平感知的中介效应

邓梦秋¹, 安海燕¹, 吕 昱²

¹贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

²东北师范大学经济与管理学院, 吉林 长春

收稿日期: 2023年6月14日; 录用日期: 2023年8月2日; 发布日期: 2023年8月9日

摘 要

网络民意表达擦亮民生“底色”, 提升幸福“成色”。基于2019年中国社会状况调查数据, 本研究采用OLS估计方法和中介效应模型, 分析网络民意表达对农村居民幸福感的影响及作用机理。结果表明: 网络民意表达显著提升了农村居民幸福感。经中介效应分析, 社会公平感知在网络民意表达和农村居民幸福感之间发挥部分中介效应, 相关估计结果均通过稳健性检验。进一步分析发现, 中西部地区农村居民网络民意表达获得的“幸福效应”要比东部地区居民更为明显, 男性群体较女性群体农村居民幸福感提升影响更大, 老年人群体较青壮年群体能从网络民意表达中获得更多幸福感。因此, 提出持续畅通民意表达渠道, 及时解决百姓难题; 完善公共资源配置, 提高居民公平感知; 积极关注少数民族群进益, 推广新兴表达方式等建议。

关键词

互联网, 民意表达, 社会公平感, 农村居民幸福感

Network Public Opinion Expression and Rural Residents' Well-Being

—Mediating Effect Based on Social Justice Perception

Mengqiu Deng¹, Haiyan An¹, Yu Lv²

¹School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²School of Economics and Management, Northeast Normal University, Changchun Jilin

Received: Jun. 14th, 2023; accepted: Aug. 2nd, 2023; published: Aug. 9th, 2023

Abstract

The Internet polls express the “background” of people’s livelihood and enhance the “color” of happiness. Based on the 2019 Chinese social situation survey data, this article uses the OLS estimation method and intermediary effect model to analyze the impact and mechanism of online public opinion expression on the happiness of rural residents. The results show that the expression of online public opinion has significantly improved the happiness of rural residents. According to the analysis of the intermediary effect, the sense of social fairness is played with some intermediary effects between the expression of the Internet polls and the happiness of rural residents, and the relevant estimates have passed the stability test. Further analysis found that the “happiness effect” obtained by rural residents’ network public opinion in the central and western regions is more obvious than residents in the eastern region, and the male group has a greater influence on the improvement of rural residents’ happiness than the female group, and the elderly group can get more happiness from online public opinion expression than the young and middle-aged group. Therefore, it is proposed to continuously unblock the channels of public opinion expression and solve the problems of the people in time; Improve the allocation of public resources and improve residents’ sense of fairness; Actively pay attention to the interests of ethnic minorities and promote emerging expressions.

Keywords

Internet, Expression of Public Opinion, Social Fairness, Rural Residents’ Sense of Happiness

Copyright © 2023 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

随着中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转变为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾。到 2020 年底，农村贫困人口全部脱贫，农村居民基本生活服务得到保障的同时愈加重视精神满足，追求获得更多“幸福感”。2022 年党的二十大报告明确指出，要使人民群众获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。因此，探究如何提升农村居民幸福感成为当前经济社会发展的一个重要议题。

据中国互联网络信息中心(CNNIC)于 2022 年 12 月发布的第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国农村网民规模已达 3.08 亿，农村地区互联网普及率达 61.9%。互联网的普及深度重构了农村社会生产生活方式和收入结构，无可避免地改变着农村居民的生活乃至情感，对农村居民幸福感产生重要影响(Bao *et al.*, 2021)。与此同时，数字技术的普及与广泛应用为农村居民建构了一个自由讨论的场所，寻常百姓可以通过网络来表达个人的观点、看法以及与自身息息相关的利益诉求[1]。走好网上群众路线，畅通网络民意表达是新的发展趋势，现有表达渠道主要包括政务网站、微信公众号、政务微博、信访邮箱等。根据《2022 联合国电子政务调查报告》和《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国电子政务水平在联合国会员国中位于前 23%，政府网站共有 1011.4 万个。网络民意表达作为一种新型民意表达方式，凭借其隐匿广泛的表达主体、丰富广泛的表达内容、快捷的传播速度以及低廉的表达成本等特点和优势，成为政府吸收民意、民众政治参与、民众权利表达的新渠道[2] [3] [4]。“十四五”规划编制首次通过互联网向全社会广泛征求意见和建议，建言超过 101.8 万条。网络民意表达在极大程度上促进了

大众话语权意识的觉醒，其程度远远超过传统媒体，并在公共监督中发挥着积极作用，有效地提升农村居民的社会公平感知[5]。然而，网络民意表达具有开放性、自由性和交互性的特征，其中充斥着错误的思想观念，对人们的认知方式、思想和言论等产生了负面影响[6]。那么网络民意表达对农村居民幸福感究竟产生怎样的影响？是否通过社会公平感知影响农村居民幸福感呢？

已有文献为本研究提供了重要的理论基础，但仍然存在有待完善之处。第一，研究影响农村居民幸福感因素的文献中少有网络民意表达的影响；第二，缺乏从社会公平感知中介效应视角出发，探究网络民意表达对农村居民幸福感的影响。基于此，本研究使用 2019 年中国社会状况综合调查(CSS)的数据分析网络民意表达对农村居民幸福感的影响，并进一步探究了社会公平感知在其中发挥的作用。

2. 理论分析

2.1. 网络民意表达与农村居民幸福感

卢梭在《社会契约论》中对“民意”进行分析，认为“民意”属于“公意”，是永远正确的且以公共利益为依归[7]。刘建明将民意概括为人民意识、精神、愿望和意志的总和，是判定社会问题真理性的尺度[8]。何志武(2019)认为网络民意是指公众利用互联网技术，对社会热点事件或公共问题自由发表意见和建议、表达诉求和愿望，是现实生活中公众态度和意见在网络上的综合反映[9]。笔者认为网络民意表达，即民众通过网络公共平台发表意见、表达意愿诉求。网络表达主体的隐匿性、多元性、平等性以及表达方式的快捷性等优势和特点使得民众冲破传统话语权的限制，在网络空间中维护个人和他人合法权益，培养了人民的民主意识，实现了民众在诉求表达、信息获取、政治参与的自由，保障了民众合法权益的不可侵犯性，有利于促进个人权利和自由的实现[10]。网络民意表达是提升居民获得感、幸福感和安全感的重要途径。因此，基于已有的直接定性讨论和相关实证成果，本研究提出第一个研究假设：

H1：网络民意表达对农村居民幸福感具有正向影响。

2.2. 社会公平感知在网络民意表达影响农村居民幸福感中的作用

社会公平意味着权利的平等、分配的合理、机会的均等和司法的公正[11]。朱斌等学者认为社会公平感的形成来源于人们对社会不平等状况的感知，外在社会不平等环境直接形塑了社会公平感[12]。Correia认为社会公平感与居民幸福感密切相关，社会公平感知程度越高，居民幸福感越强[13]。1975年，瑟保特(Thibaut)和沃尔克(Walker)指出只要人们对过程控制的权利，不管最终结果如何，人们的公平感都会得到显著提升[14]。互联网平台给个体提供丰富信息资源来帮助民众对社会是否处于平等状态进行评价[15]，另一方面网络民意表达机制为民众提供新路径来表达利益诉求，显著提升居民社会公平感，进而提高农村居民幸福感。基于上述分析，本研究提出第二个研究假设：

H2：网络民意表达通过提高社会公平感知，提升农村居民幸福感。

基于上述理论分析，建立如图 1 所示的影响机制图。

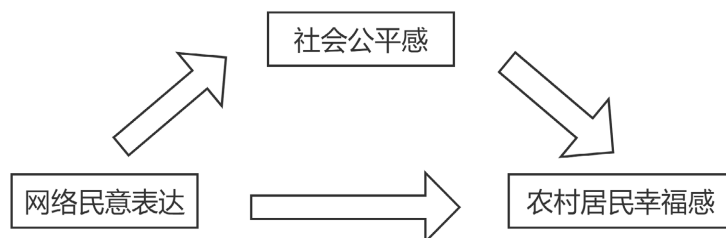


Figure 1. The influence path of network public opinion expression on rural happiness
图 1. 网络民意表达对农村幸福感的影响路径

3. 数据来源与变量说明

3.1. 数据与样本

本研究使用 2019 年中国社会状况综合调查(CSS)的数据分析网络民意表达对农村居民幸福感的影响。该调查采用概率抽样的入户方式，覆盖全国 31 个省，包括 151 个区市县、604 个村/居委会。2019 年中国社会状况综合调查共计访问 10283 个家庭，鉴于研究需要，本研究剔除城镇样本，保留农村样本进行分析，最终获得有效样本 7031 个。

3.2. 变量设置

1) 被解释变量：农村居民幸福感。幸福感无法直接观察测量，现有研究主要采用对个人生活满意度单变量进行打分的方式进行测量，但这一测量方式容易受受访者情绪波动的影响，产生偏离事实的幸福感评价，进而产生测量误差[16]。本研究参照罗明忠、刘子玉(2022)学者的研究方法，采用多维度指标构建方法定义农村居民幸福感，用家庭关系、经济状况、受教育水平、休闲文娱和社交活动五个维度综合评价农村居民幸福感。采用等权重研究方法，计算五个维度的满意度均值，最终获得具有参考价值的农村居民幸福感指标。

2) 核心解释变量：网络民意表达。本研究从网络民意表达满意度层面去思考互联网使用对农村居民幸福感的影响。以“互联网是目前最能表达民意和反映社会真实情况的渠道”这一问项为依据，对受访者网络民意表达满意度进行赋值，研究网络民意表达对农村居民幸福感的影响。

3) 中介变量：社会公平感知。本研究基于卢春天[17]等学者的定义，认为社会公平感是人们关于社会资源应当如何分配的价值判断和主观感受，将问卷中“您对现在社会总体公平公正情况的评价”这一问项作为社会公平感知的度量，由 1~10 进行正向赋值，数值越大表示农村居民认为社会越公平公正。

4) 控制变量：本研究参考杨赐然和张璐[18]学者的方法，设置个人、家庭、社会三个层面的控制变量。个人层面包括年龄、政治面貌、工作状态、婚姻状态、性别；家庭层面控制家庭规模、家庭总体收支情况；社会层面包括社会经济地位、社会信任水平。

3.3. 描述性统计

由表 1 可知，农村居民幸福感的均值为 6.2356，表明农村居民对目前生活状况的综合满意度较高。网络民意表达满意度均值为 3.3211，介于不太同意和比较同意之间。社会公平感知均值为 6.6810，说明大部分受访者对社会的公平公正情况持认可态度。

Table 1. Variable definition and descriptive statistics

表 1. 变量定义及其描述性统计

变量	定义	均值	标准差
被解释变量			
农村居民幸福感	5 个维度的满意度均值	6.2356	1.7903
解释变量			
网络民意表达	互联网是目前最能表达民意和反映社会真实情况的渠道：不好说 = 1；很不同意 = 2 不太同意 = 3；比较同意 = 4；很同意 = 5	3.3211	1.3931
中介变量			
社会公平感知	受访者对社会总体公平公正情况的评价：用 1~10 分进行正向赋值	6.6810	2.2219

Continued

控制变量			
年龄	采访年份 - 受访人出生年份	46.71597	14.19937
年龄平方	年龄的平方/100	23.8398	12.7664
政治面貌	政治面貌: 党团身份 = 1, 群众 = 0	0.1432	0.3503
工作状态	工作状态: 有工作 = 1, 无工作 = 0	0.6985	0.4590
婚姻状态	婚姻状态: 在婚 = 1, 未在婚 = 0	0.8238	0.3810
性别	性别: 男性 = 1, 女性 = 0	0.4233	0.4941
家庭规模	家庭人口数量	5.0711	2.2380
家庭总体收支	家庭上年度收支情况: 收小于支 = 1; 收支相抵 = 2; 收大于支 = 3	1.7335	0.7364
社会经济地位	受访者认为目前本人的社会经济地位在本地所属层次: 下 = 1; 中下 = 2; 中 = 3; 中上 = 4; 上 = 5	2.3120	0.9407
社会信任水平	受访者对人与人之间信任水平的评价: 用 1~10 分进行正向赋值	6.3560	2.2206

3.4. 模型设定

1) 由于被解释变量农村居民幸福感为连续变量, 本研究采用 OLS 方法进行模型估计, 辅助使用 Ordered Probit 模型进行对比研究。具体模型如下:

$$\text{Happiness}_i = a_0 + a_1 \text{Net}_i + a_{2n} \text{Control}_i + \varepsilon_{1i} \quad (1)$$

式(1)中 Happiness_i 为被解释变量, 表示第 i 个农村居民的幸福感; Net_i 表示第 i 个农村居民的民意表达情况; Control_i 表示一系列影响农村居民幸福感的控制变量; a_0 为常数项, a_1 和 a_{2n} 为估计参数, ε_{1i} 为随机扰动项。

2) 中介效应模型。为识别和检验社会公平感知在网络民意表达和农村居民幸福感之间的中介效应, 本研究建立中介效应模型:

$$\text{Justice}_i = b_0 + b_1 \text{Net}_i + b_{2n} \text{Control}_i + \varepsilon_{2i} \quad (2)$$

$$\text{Happiness}_i = c_0 + c_1 \text{Net}_i + c_2 \text{Justice}_i + c_{2n} \text{Control}_i + \varepsilon_{3i} \quad (3)$$

式(2)和式(3): Happiness_i 、 Net_i 、 Justice_i 分别表示农村居民幸福感、网络民意表达、社会公平感知。 Control_i 表示一系列影响农村居民幸福感的控制变量, b_0 、 c_0 为常数项, b_1 、 b_{2n} 、 c_1 、 c_{2n} 为待估计参数, ε_{2i} 、 ε_{3i} 为误差项。

4. 实证检验结果与分析

为了验证假设, 本研究构建一个联立方程组, 依次进行 OLS 和 Ordered Probit 回归, 以保证实证结果的稳健性; 借用 Bootstrap 检验方法对社会公平感知在网络民意表达和农村居民幸福感之间的中介效应进行识别和检验; 最后对实证结果展开异质性分析。

4.1. 基准回归估计

为详细分析网络民意表达对农村居民幸福感的影响, 本研究采用逐步法进行回归, 详见表 2。Model 1 至 Model 3 分别报告了上述三个计量方程的 OLS 结果。Model 1 为网络民意表达对农村居民幸福感影响的

总效应，可以看出，互联网民意表达对农村居民幸福感的影响显著为正。Model 2 为互联网使用对受访者社会公平感知的影响效应，网络民意表达对农村居民社会公平感知产生显著正向影响，影响系数为 0.0708，且在 1%的水平上显著。在 Model 3 中，同时加入解释变量和中介变量，网络民意表达对农村居民幸福感的促进作用受到一定削弱作用。从直观的逐步回归系数来看，可以看出社会公平感知变量在互联网民意表达和农村居民幸福感起具有一定中介效应。为保证中介效应结果的可靠性，后文将做进一步检验。

Table 2. OLS and Oprobit staged regression results
表 2. OLS 和 Oprobit 分阶段回归结果

变量	Model 1 OLS(1)	Model 2 OLS(2)	Model 3 OLS(3)	Model 4 Oprobit(1)	Model 5 Oprobit(2)	Model 6 Oprobit(3)
网络民意表达	0.0549*** (0.0162)	0.0708*** (0.0205)	0.0436*** (0.0160)	0.0347*** (0.0104)	0.0388*** (0.0108)	0.0282*** (0.0104)
社会公平感知			0.1592*** (0.0107)			0.1038*** (0.0070)
年龄	-0.0689*** (0.0124)	-0.0133 (0.0157)	-0.0668*** (0.0122)	-0.0443*** (0.0080)	-0.0051 (0.0082)	-0.0438*** (0.0080)
年龄的平方	0.0787*** (0.0134)	0.0293* (0.0169)	0.0741*** (0.0131)	0.0506*** (0.0086)	0.0146 (0.0089)	0.0486*** (0.0086)
政治面貌	0.3683*** (0.0701)	0.0469*** (0.0885)	0.3609*** (0.0687)	0.2340*** (0.0449)	0.0184 (0.0462)	0.2339*** (0.0445)
工作状态	0.0568*** (0.0505)	-0.0083 (0.0638)	0.0580 (0.0494)	0.0359 (0.0323)	-0.0077 (0.0334)	0.0375 (0.0323)
婚姻状态	-0.2107*** (0.0678)	-0.0355 (0.0856)	-0.2050*** (0.0664)	-0.1336*** (0.0434)	-0.0317 (0.0450)	-0.1332*** (0.0434)
性别	0.1022** (0.0457)	0.2475*** (0.0577)	0.0628 (0.0448)	0.0635** (0.0292)	0.164*** (0.0303)	0.0389 (0.0293)
家庭人口数量	0.2595*** (0.0303)	0.0458 (0.0383)	0.2522*** (0.0297)	0.1667*** (0.0195)	0.0164 (0.0200)	0.1654*** (0.0195)
家庭总体收支情况	0.5222*** (0.0237)	0.3053*** (0.0300)	0.4736*** (0.0235)	0.3336*** (0.0155)	0.1598*** (0.0159)	0.3088*** (0.0156)
社会经济地位	0.2327*** (0.0098)	0.4087*** (0.0124)	0.1677*** (0.0105)	0.1490*** (0.0064)	0.2205*** (0.0069)	0.1097*** (0.0070)
区域虚拟变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
R ²	0.2540	0.2258	0.2842	0.0411	0.0662	0.0469
样本量	5312	5312	5312	5312	5312	5312

注：***、**、*分别表示在 1%、5%和 10%的统计水平下显著。括号内为标准误，括号上面为系数，下同。

4.2. 中介效应检验

为保证机制的可靠性，本研究采用 Bootstrap 方法进行中介效应检验，重复自主抽样 1000 次，估计结果印证前述系数的直观判断。如表 3 所示，社会公平感知变量的中介效应显著不为 0，在互联网民意表达和农村居民幸福感中的中介效应占比为 72.11%，直接效应占比为 27.98%。本研究辅助采用 KHB 方法进行检验，检验结果与 Bootstrap 检验基本一致。

Table 3. Mediating effect test**表 3.** 中介效应检验

检验方法	效应分解	效应系数	标准误	L_CI	U_CI	效应占比
Bootstrap	间接效应	0.0113***	0.0038	0.0038	0.0188	72.11%
	直接效应	0.0436***	0.0165	0.0113	0.0759	27.89%
	总效应	0.0549***	0.0169	0.0219	0.0879	100%
KHB	间接效应	0.0714***	0.0110	0.0499	0.0929	62.08%
	直接效应	0.0436***	0.0160	0.0123	0.0749	37.91%
	总效应	0.1150***	0.0151	0.0854	0.1447	100%

4.3. 稳健性检验

为保证结果的稳健性,本研究辅助使用 Oprobit 模型进行对比估计,结果如表 2 所示,逐步回归结果的模型系数、显著性水平与 OLS 模型估计高度一致。与此同时,Bootstrap 和 KHB 检验结果保持一致。以上表明本研究的逐步回归结果与中介效应检验具有一定稳健性。

4.4. 异质性分析

为加深网络民意表达对农村居民幸福感影响的理解,本研究将进一步考察哪类群体能从互联网中获得更多幸福感,从区域、性别、年龄三个维度展开分析。

1) 区域异质性。依据经济政策,将省份划分为东部、中西部地区,由于各区域之间经济发展水平、基础设施条件和政策发展存在差异,导致网络民意表达对农村居民幸福感存在明显差异。结果如表 4 所示,东中西部地区的估计系数均为正,说明网络民意表达对各区域农村居民幸福感提升具有正向效应。具体而言,网络民意表达满意度每增加一个单位,东部农村居民幸福感将会提升 0.0517 个单位,中西部农村居民幸福感将会提升 0.0618 个单位。上述结果表明,中西部地区农村居民使用互联网获得的“幸福效应”要比东部地区居民更明显。究其原因可能在于,东部地区的网络基础设施比中西部地区更为先进,也享有更为深远的互联网红利时间。网络民意成为农村居民新的表达途径,可以帮助“弱势群体”维护和实现自身利益,促进资源、机会的合理分配和协调发展[19]。因此,按照边际报酬递减规律,网络民意表达对中西部农村居民幸福感的影响效应更强[20]。

Table 4. Regional heterogeneity**表 4.** 区域异质性

变量	东部	中西部
网络民意表达	0.0517* (0.0281)	0.0618*** (0.0210)
控制变量	控制	控制
区域虚拟变量	控制	控制
R ²	0.2678	0.2516
样本量	1910	3047

2) 性别异质性。结果如表 5 所示, 网络民意表达对男性组、女性组的农村居民幸福感提升具有显著促进作用, 男性组通过 1% 显著水平, 女性组通过 5% 显著性水平检验, 且男性组的回归系数大于女性组。网络民意表达满意度每增加一个单位, 男性组农村居民幸福感将会提升 0.0692 个单位, 女性组农村居民幸福感将会提升 0.0486 个单位。究其原因可能在于, 一方面男性在网民性别结构占比较高, 与整体人口中男女比例基本一致, 另一方面男性维权意识更强, 在《中国互联网信用报告》中显示男性出现消费纠纷时维权更积极。因此, 网络民意表达渠道给男性农村居民带来更多幸福感, 增强其获得感、满足感。

Table 5. Gender heterogeneity
表 5. 性别异质性

变量	男性	女性
网络民意表达	0.0692 ^{***} (0.0252)	0.0486 ^{**} (0.0214)
控制变量	控制	控制
区域虚拟变量	控制	控制
R ²	0.2436	0.2639
样本量	2976	4055

3) 年龄异质性。根据年龄数据的数值大小, 参考罗淳[21]年龄组划分标准, 将样本依次划分为青年组、壮年组、老年组, 分别研究网络民意表达满意度对不同年龄组农村居民幸福感的影响。表 6 结果表明, 网络民意表达对老年组农村居民幸福感影响显著高于壮年组、青年组。究其原因可能在于, 青壮年组是互联网使用的主要使用群体, 享受着互联网带来的娱乐和便利, 在普遍使用的情况下互联网民意表达对青壮年农村居民幸福感影响就不那么显著。而老年人在互联网普遍应用中较其他年龄组存在着明显的差异, 《中国互联网发展状况统计报告》数据显示 60 岁及以上老年群体是非网民的主要群体, 48.4% 的非网民不上网的原因是“不懂电脑/网络”, 因此跨越互联网使用障碍并进行民意表达的老年人在老年人群中能获得更多幸福感。

Table 6. Age heterogeneity
表 6. 年龄异质性

变量	青年组 18~39 岁	壮年组 40~59 岁	老年组 60~69 岁
网络民意表达	0.0190 (0.0398)	0.0521 ^{**} (0.0226)	0.0836 ^{***} (0.0305)
控制变量	控制	控制	控制
区域虚拟变量	控制	控制	控制
R ²	0.2999	0.2461	0.2458
样本量	2261	3219	1551

5. 结论

互联网时代推动了个体意愿的直接表达, 网络民意表达成为群众舒缓压力、释放情绪、寻求帮助的新兴渠道。本研究选用 2019 年中国社会状况综合调查(CSS)的数据, 利用 OLS 估计和中介效应模型, 实

证分析了网络民意表达满意度对农村居民幸福感的影响。结果表明：1) 网络民意表达满意度有利于提升农村居民幸福感，且在 1% 的统计水平上显著，网络民意表达满意度每增加一个单位，农村居民幸福感将会提升 0.0436 个单位。2) 互联网民意表达通过提升社会公平感，进而提高农村居民幸福感。社会公平感在网络民意表达影响农村居民幸福感的关系中，产生部分中介作用，直接效应和间接效应占比分别为 27.89% 和 72.11%。3) 通过异质性分析发现，中西部地区农村居民网络民意表达获得的“幸福效应”要比东部地区居民更为明显，男性群体较女性群体农村居民幸福感提升影响更大，老年人群体较青壮年群体能从网络民意表达中获得更多幸福感。根据本研究的研究结果，可以得到如下启示：

a) 畅通民意表达渠道，及时解决百姓难题。要清晰认识到互联网民意表达对农村居民幸福感提升的重要性。依托网络平台拓宽社情民意表达渠道，充分发挥“民意通”网络问政平台“听民意、聚民智、解民忧、惠民生”的重要作用，及时在各级主流媒体互动平台、论坛、贴吧、微博、微信回应和解决网民关切问题，进一步增进民生福祉。

b) 完善公共资源配置，提高居民公平感知。持续推进农村公共资源均衡配置，包括基础设施，医疗卫生，基础教育，社会保障和社会福利等，使农村居民共享改革开放成果[22]。同时注重营造公平公正的社会氛围，发挥农村居民幸福感的积极作用，进一步提升农村居民对网络民意表达机会、过程、结果的满意度，进而提升农村居民幸福感。

c) 关注少数民族群进益，推广新兴表达方式。重视农村女性居民和老年人群体在网络民意表达中的作用，在农村教育培训中鼓励农村女性居民和老年人群体参与网络民意表达，提升其网络民意表达的能力及满意度，让网络民意表达惠及全体人民。同时依托数字赋能，打造“互联网 + 新闻 + 服务 + 政务 + 互动”的新型媒体融合平台，让“数据跑腿”来代替“群众跑腿”，让群众反映问题有更畅通的渠道、更及时的回应、更良好的解决效果。

基金项目

国家社会科学基金一般项目(项目编号：21BJY040)。

参考文献

- [1] 李佳虹. 中国互联网民意表达问题研究[D]. 成都: 电子科技大学, 2018.
- [2] 聂明辉. 网络民意表达对公共政策建构的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南大学, 2019. <https://doi.org/10.27135/d.cnki.ghudu.2019.003514>
- [3] 张淑华. 网络民意表达的实质[J]. 青年记者, 2008(1): 41-43.
- [4] 周著在. 与民意面对面: 网络问政新方向[M]. 北京: 研究出版社, 2011: 381-382.
- [5] 朱金玉, 周冬. 互联网改善公共监督效果的实证研究[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2019, 40(10): 154-161.
- [6] 高德胜, 凌海霞. 社会治理现代化视域下民意表达引导策略[J]. 学术交流, 2022(1): 30-42.
- [7] (法)让·雅克·卢梭. 社会契约论[M]. 庞珊珊, 译. 北京: 光明日报出版社, 2009: 35.
- [8] 刘建明. 舆论传播[M]. 北京: 清华大学出版社, 2001: 101.
- [9] 何志武. 正视网络多元民意表达[N]. 社会科学报, 2019-06-13(3).
- [10] 孙婷. 协商民主视角下的网络民意表达研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2017.
- [11] 俞可平. 社会公平和善治是建设和谐社会的两大基石[J]. 中国特色社会主义研究, 2005(1): 10-15.
- [12] 朱斌, 苗大雷, 李路路. 网络媒介与主观公平感: 悖论及解释[J]. 中国人民大学学报, 2018, 32(6): 78-89.
- [13] Correia, I., Kamble, S.V. and Dalbert, C. (2009) Belief in a Just World and Well-Being of Bullies, Victims and Defenders: A Study with Portuguese and Indian Students. *Anxiety, Stress & Coping*, **22**, 497-508. <https://doi.org/10.1080/10615800902729242>
- [14] 孙伟, 黄培伦. 公平理论研究评述[J]. 科技管理研究, 2004, 24(4): 102-104.

- [15] 薛可, 余来辉, 余明阳. 互联网对中国城乡居民社会冲突意识的影响[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2018, 39(4): 136-144.
- [16] 罗明忠, 刘子玉. 互联网使用、阶层认同与农村居民幸福感[J]. 中国农村经济, 2022(8): 114-131.
- [17] 李骏, 吴晓刚. 收入不平等与公平分配: 对转型时期中国城镇居民公平观的一项实证分析[J]. 中国社会科学, 2012(3): 114-128+207.
- [18] 杨赐然, 张璐, 孙奕萱, 任俊名, 何雪, 滕彩霞, 王瑞, 刘韵绪, 罗银, 崔丹. 医疗保障水平、社会公平感知与民生满意度: 来自 CSS 的经验证据[J]. 中国卫生事业管理, 2022, 39(8): 579-585.
- [19] 杜波浪, 钟诚. 共享发展视域下弱势群体获得感提升机制研究[J]. 现代交际, 2017(14): 81-82+80.
- [20] 汪亚楠, 王海成. 数字乡村对农村居民网购的影响效应[J]. 中国流通经济, 2021, 35(7): 9-18.
<https://doi.org/10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2021.07.002>
- [21] 罗淳. 关于人口年龄组的重新划分及其蕴意[J]. 人口研究, 2017, 41(5): 16-25.
- [22] 罗明忠, 陈伟漫, 林玉婵. 民主参与对农村居民幸福感的影响——社会公平感知的调节效应[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2022(4): 110-122+207.