

社交媒体娱乐使用与青年线下政治参与

——基于对河南省18个地市的调查

孟利艳

【摘要】基于2018年对河南省18个地市的调查,探讨社交媒体娱乐使用对青年线下政治参与的影响。研究发现,社交媒体娱乐使用对不同类型的线下政治参与存在不同的影响过程和机制;社交媒体娱乐使用可直接促进青年线下制度化政治参与,也可通过线上政治表达对线下制度化政治参与产生正向影响;社交媒体娱乐使用不直接促进青年线下非制度化政治参与,而是主要通过线上政治表达引发青年线下非制度化政治参与。研究发现修正和完善了有关社交媒体娱乐使用影响线下政治参与的“无关说”和“积极影响说”,有助于探讨如何通过社交媒体引导青年的政治参与。

【关键词】社交媒体;娱乐使用;政治参与;政治表达

【作者简介】孟利艳,河南师范大学青少年问题研究中心。

【原文出处】《青年研究》(京),2022.4.70~80

【基金项目】本文是国家社会科学基金一般项目“组织回应对青年线上、线下公共参与的影响研究”(20BSH135)、教育部人文社会科学项目“基于社会认知的青年混合型网络公共安全事件的演化机理与干预机制”(18YJC840040)、河南省软科学项目“河南省提升政府回应能力研究”(222400410182)和河南省科技智库项目“新冠疫情防控常态化下我省政府回应能力建设”(HNKJZK-2022-61B)阶段性研究成果。

现代社会已成为“媒体化社会”。社交媒体(social media)的便利性和创造性催生了青年政治参与的爆炸式增长,使他们能够更加公开、自由地表达自己的意见和想法,并与政府机构建立更加积极和重要的关系(de Zúñiga et al., 2012)。社交媒体在青年政治参与中的作用一直是关注的热点。已有研究主要关注社交媒体政治使用与政治参与的直接关系(de Zúñiga et al., 2012; 张明新、黄欣欣, 2022)。国外相关研究发现,大多数人使用社交媒体都是用来满足社交需求或追求娱乐,而不是明确或有意识地获取新闻或追求政治目的(Glynn et al., 2012)。中国青年同样如此。调查发现,中国20岁到29岁青年网民对网络音乐、网络视频等应用的使用率在各年龄段中最高,分别达到84.1%、97.0%。^①

随着“泛娱乐化”时代的到来,“一切公众话语都

日渐以娱乐的方式出现,并成为一种精神文化”(波兹曼, 2004)。社交媒体也越来越多地为青年提供娱乐消费和体验。青年通过社交媒体娱乐使用表达他们的生活和身份,已然超越了娱乐本身。在社交媒体娱乐使用过程中,人们可能“被动”接触到政治新闻,这甚至已成为多数人接触新闻的主要方式(Swart et al., 2016)。娱乐与政治越来越相互交叉(Rittenberg, 2012),娱乐节目在一些政治问题上的讨论有时甚至比新闻还要深入(Theocharis & Quintelier, 2014)。

社交媒体“泛娱乐化”现象要求人们重新审视社交媒体18个地市娱乐使用可能具有的政治属性。然而,对社交媒体娱乐使用是否以及如何影响青年线下政治参与的研究还不多。基于此,本研究试图基于对河南省18个地市的调查,探讨社交媒体娱乐使用对青年线下政治参与的影响及其作用机制。

一、相关文献综述

(一)社交媒体娱乐使用对线下政治参与的影响

娱乐使用是社交媒体非政治使用的重要方面。不同于社交(分享工作、学习、人际交往方面的信息)使用,社交媒体娱乐使用集中在个人娱乐兴趣上,主要包括信息获取(观看娱乐体育新闻、影视剧等)、互动分享(运动、影视、音乐和游戏等方面的社交表达)(Rebecca, 2016; Stoycheff et al., 2016)、创意生产(剪辑、制作并分享游戏、体育、音乐和影视作品等)(Stoycheff et al., 2016)三方面。

有关社交媒体娱乐使用对政治参与的影响存在几种不同观点。一是“消极影响说”。这种观点认为社交媒体具有娱乐性质,导致人们可能没有更多的时间投入到公共生活中,社交媒体娱乐使用会对政治参与产生不利影响(Putnam, 2000)。二是“积极影响说”。这种观念主张社交媒体娱乐使用也可能产生政治影响。观看娱乐节目可能影响人们的政治态度和对政策的评价(Holbert et al., 2004; Wu, 2014);把社交媒体作为娱乐工具的人更可能使用相同社交媒体参与政治活动(Zuckerman, 2014)。三是“无关说”。这种观点认为使用媒体收集新闻信息会促进政治参与,而以娱乐为导向的使用对政治参与没有影响(Shah et al., 2001)。国内相关研究发现,娱乐内容偏好对线下政治参与没有显著影响,但对政治表达与讨论具有积极影响(林奇富、殷昊, 2020)。

本研究认为,在互联网发展早期,社交媒体使用者的家人或朋友可能不一定和他们使用同样的社交媒体,因此限制了与他人有意义的互动(Kraut et al., 2002),进而造成政治参与的下降。随着“数字化媒体”时代的到来,人们在社交媒体上的价值共享与信息交流快速发展,社交媒体会成为政治动员的工具(de Zúñiga et al., 2012)。由此,“消极影响说”因为数字社会中社交媒体日益显现的政治动员属性而逐渐式微。“积极影响说”主要基于参与观察、理论分析等研究方法,通过对经验材料的分析和归纳来建构理论;但缺乏调研数据的支持,很难像定量研究那样进行因果假设检验(风笑天, 2018)。“无关说”对社交媒体娱乐使用和线下政治参与的因果关系进行了推断,但没有考虑到其中可能存在的中介效应。^②

(二)社交媒体娱乐使用影响青年线下政治参与的基本分析框架

在解释社交媒体政治使用如何影响政治参与时,已有研究主要从社交媒体政治使用的功能出发,提出四种解释机制(Boulianne, 2015):一是数字网络增加了“弱关系”的曝光率,增加了政治使用者了解政治参与机会和被要求参与的可能性(de Zúñiga et al., 2012);二是政治使用者更可能偶然接触到新闻,了解政治问题,从而促进政治参与(Xenos et al., 2014);三是政治使用者可能被政治组织注意到,进而动员他们进行政治参与(Bond et al., 2012);四是政治参与具有“传染性”,政治使用者容易受到社交网络成员政治参与行为的影响而进行参与(Klofstad, 2011; Bond et al., 2012)。

与对社交媒体政治使用效应的四种解释机制不尽相同,社交媒体娱乐使用对政治参与的影响有其独特的作用逻辑:一是社交媒体娱乐内容具有一定的政治意涵,政治信息隐含在社交媒体娱乐内容的“字里行间”(Holbert et al., 2004; Wu, 2014),潜移默化地影响使用者的政治价值;二是与政治使用一样,使用者在娱乐表达过程中可能会偶然接触到政治信息或志同道合的人(Valeriani & Vaccari, 2016),从而强化他们已有的政治倾向(Colleoni et al., 2014);三是社交媒体娱乐使用具有政治参与技巧习得的指向性,娱乐表达行为可以帮助使用者学习表达技巧并成为“潜在公众”的一部分,在未来某一天激活他们的政治参与行为(Jenkins, 2006)。

社交媒体娱乐使用可能形塑用户的政治价值、激发政治参与意识、培养集体认同、习得在线政治参与技能,等等。无论哪种影响机制都可能导致使用者参与网络政治,促进他们的在线政治表达;也就是说,如果社交媒体娱乐使用与青年线下政治参与相关,其影响可能是间接的。在线政治表达可能是社交媒体娱乐使用政治效应的第一步。分析社交媒体娱乐使用如何通过线上政治表达影响线下政治参与具有一定合理性。

(三)社交媒体娱乐使用、线上政治表达与线下政治参与的关系

社交媒体娱乐使用可促进线上政治表达。在网

络上积极生成或分享音乐、视频和博客文章等内容的人更有可能在网络空间表达他们的政治观点(Zuckerman, 2014; 王润, 2017)。线上政治表达会将人们从观察者转变为参与者(de Zúñiga et al., 2014), 也会强化现有政治偏好(Cho et al., 2018)。

研究表明,线上政治表达会进一步促进线下政治参与。社交媒体上的各种表达能够立即传达给广大受众,在某些情况下社交媒体上的政治表达可以得到传播,从而导致大规模的线下政治参与;喜欢在网络表达政治观点的公众更可能参与政治行动(de Zúñiga et al., 2014; 林奇富、殷昊, 2020)。基于此,本研究认为,社交媒体娱乐使用可能通过线上政治表达对线下政治参与产生影响。

现有研究大多关注不同类型的社交媒体使用(杨江华、王辰宵, 2021)、社交媒体的信息搜寻使用(王润, 2017)对政治参与的影响。有关社交媒体娱乐使用对政治参与影响的研究较少;有关社交媒体娱乐使用对不同类型政治参与影响的研究也比较缺乏。国内外研究一般把政治参与分为两种主要类型:制度化政治参与和非制度化政治参与。制度化政治参与包括与选举过程直接相关的行为(比如,参与投票、选举等活动)(Kaase, 1995);非制度化政治参与包括人们日常生活中更广泛的活动,可以更好理解公众如何与政府机构互动(Zhang & Lin, 2014)。

基于两种不同的政治参与,本研究着重解决三个问题:一是探讨社交媒体娱乐使用如何通过线上政治表达影响青年线下制度化政治参与;二是探讨社交媒体娱乐使用如何通过线上政治表达影响青年线下非制度化政治参与;三是在以上分析基础上,探讨社交媒体娱乐使用对青年线下制度化和非制度化政治参与的不同影响,发现社交媒体娱乐使用和青年线下政治参与更深入的关系。

二、研究方法

(一)数据来源

数据来源于笔者主持的国家社会科学基金一般项目“组织回应对青年线上、线下公共参与的影响研究”的相关调查。具体调查于2018年在河南省18个地市进行。河南省位居中国中原地区,具有文化兼容性。《中国统计年鉴(2018)》的相关统计数据显示^③,

河南省人口数量位居全国第三,人均国内生产总值(GDP)全国排名第17位,在科技、经济、政治发展等多项指标上在中国处于中游阶段。相对于中国青年的整体发展状况来说,河南省青年的发展具有“向上向下兼容”的较强代表性。

2016年12月,进行问卷调查,删除不符合因子构念、信度较差的一些条目。2018年,在河南省进行正式线下问卷调查;使用分层多阶段抽样和配额抽样相结合的方式,共分为三个阶段。第一阶段,在河南省18个地市中,在河南省各地市的GDP、工资收入、居民消费水平等因素的基础上,把18个地市划分为大地市和小地市,分配各地市的样本规模;第二阶段,在大地市选取5个行政区,小地市选取3个行政区;第三阶段,进行配额抽样,根据2017年底的“全国按登记注册类型和行业分城镇单位就业人员数”,分配每个行业需要抽取的人数,再分配到每个地市、每个区中。此次调查共发放问卷1150份,回收1140份;剔除具有明显向心性答题倾向的问卷,剩余1128份,问卷有效率98.09%。网络参与的主体是青年,且政治进程受到收入、政治背景(Verba & Nie, 1972; Geys, 2006)等多种因素的影响。学生群体没有收入、政治背景相对单一,他们的政治参与逻辑和其他青年有一定的区别。因此,本研究的调查对象界定为18-35岁的非学生青年群体。

(二)变量设置

1. 因变量

因变量是线下制度化政治参与和线下非制度化政治参与。国外对政治参与的测量很多,但不能完全照搬。比如,霍兰德(Hollander, 1997)测量美国政治参与的问卷条目“向政治行动小组或委员会提供由联盟、企业或其他支持候选人参加选举的小组赞助的资金”等就不适用于中国。此外,由于过于关注“挑战精英的冲突性参与”,西方国家的非制度化政治参与大多用“参加示威、抗议或游行、签署请愿书”等进行界定和测量(Lee, 2017)。这同样不适用于中国。

本研究中政治参与的标准主要根据中国背景下青年政治活动的特点进行设计。线下政治参与参考了相关研究(Zhang & Lin, 2014),在问卷中询问受访

者:“你做下列事情的频率如何(过去两年内,不通过网络形式)?”备选答案包括“从不,1-2次,3-5次,6-10次,10次以上”。对线下政治参与的条目进行因子分析,经最大方差法旋转,结果见表1。

KMO 检验(0.876)和 Bartlett’s 球形检验($p=0.000$)表明,这6个条目存在潜在共享因子。^④青年线下政治参与可以分为2个因子,分别对应“线下非制度化政治参与”(包括“参加抗议或请愿活动”“参加集体上访”“向村委会、居委会、业主委员会提意见”“向政府反映有关问题”)和“线下制度化政治参与”(包括“参加了当地的选举、投票等会议”“参加了一次邻里会议或社区活动”)。克龙巴赫 α 系数分别为0.845、0.601。

2. 自变量

对社交媒体娱乐使用的测量同样来自相关研究(Zhang & Lin, 2014),包括3个条目。每个条目都是从1(“从不”)到5(“非常多”)的五点量表进行测量。克龙巴赫 α 系数为0.844。

KMO 检验(0.725)和 Bartlett’s 球形检验($p=0.000$)表明,这3个条目存在潜在共享因子,即“社交媒体娱

乐使用”。

3. 中介变量

政治表达在概念上不完全等同于政治参与,就像政治谈话不同于政治行动一样(de Zúñiga et al., 2010)。除了政治表达,线上政治参与还包括更为激烈的行动(如要求政府部门和媒体等相关机构解决问题等)。有必要单独探讨线上政治表达的作用机制。在本研究中,线上政治表达被定义为通过分享政治新闻、发布政治评论、分享政治视频和图片以及交换政治信息和看法等来表达自己的政治观点(Yamamoto et al., 2015)。

研究发现,年轻人对主流政治的兴趣不及对环保问题、维权行动等政治事件和问题的兴趣(Harris et al., 2010)。因此,本研究在测量线上政治表达时只关注由公共事件激发而产生的政治表达形式,主要表现为对政治热点事件的评论、点赞、转发等政治意见抒发。本研究先提出这一问题:“在网上看到维权事件等社会不公事件,你一般会怎么做?”并用4个条目进行回答(见下页表3)。克龙巴赫 α 系数为0.848。

KMO 检验(0.769)和 Bartlett’s 球形检验($p=0.000$)

表1 线下政治参与的因子分析

条目	因子		
	线下非制度化政治参与	线下制度化政治参与	共量
参加抗议或请愿活动	0.841	0.176	0.644
参加集体上访	0.828	0.236	0.706
向村委会、居委会、业主委员会提意见	0.722	0.358	0.742
向政府反映有关问题	0.631	0.555	0.768
参加了当地的选举、投票等会议	0.156	0.862	0.650
参加了一次邻里会议或社区活动	0.353	0.720	0.738
特征值	2.462	1.786	5.235
解释方差	42.772%	27.348%	70.792%

表2 社交媒体娱乐使用的因子分析

条目	因子	
	媒体的娱乐使用	共量
撰写、转发或分享表达个人心情、生活娱乐方式的帖子	0.889	0.761
转发或分享、观看有关娱乐或生活方式的音乐或视频	0.872	0.790
上传照片、视频或剪辑与个人生活方式和娱乐相关的视频	0.859	0.738
特征值	2.289	2.289
解释方差	76.302%	76.302%

表3

线上政治表达的因子分析

条目	因子	
	线上政治表达	共量
对网上社会不平等的言论点赞,或发表过相似观点	0.849	0.713
对网上主张维护弱势群体权益的言论点赞,或发表过相似言论	0.844	0.680
对网上批评现有制度的言论点赞,或发表过相似观点	0.824	0.721
对鼓励大家理性发帖的言论点赞,或发表过相似观点	0.801	0.642
特征值	2.756	2.756
解释方差	68.894%	68.894%

表明,这4个条目存在潜在共享因子,即“线上政治表达”。

4.控制变量

根据已有研究结果,将可能影响青年线下政治参与的变量纳入控制变量,主要包括性别、学历、户籍、政治面貌、社会经济地位认同,等等。此外,政治兴趣、外部政治效能感等(Matthes, 2013; 胡荣, 2015)也是影响政治参与的重要变量,也作为控制变量纳入模型。

(三)中介分析方法

目前,在有关中介效应的检验方法中,Bootstrap法的统计检验的敏感程度最高(温忠麟、叶宝娟, 2014)。为检验研究问题,使用Process中模型4的Bootstrap法,主要采取三个步骤:第一步,先检验社交媒体娱乐使用对青年线下制度化和非制度化政治参与影响的总效应;第二步,检验社交媒体娱乐使用如何通过线上政治表达影响青年线下制度化政治参与;第三步,检验社交媒体娱乐使用如何通过线上政治表达影响青年线下非制度化政治参与。

中介检验模型中均包含控制变量。限于篇幅,此处不再报告。共线性统计显示没有多重共线性的现象。方差膨胀系数(VIF)和允差(Tolerance)值符合研究要求(例如,所有回归模型中的方差膨胀系数均低于1.6)。

三、主要研究发现

(一)社交媒体娱乐使用对青年线下政治参与影响的总效应

以社交媒体娱乐使用为自变量,线下政治参与为因变量,检验社交媒体娱乐使用对线下政治参与的影响(见表4)。其中模型1是社交媒体娱乐使用对

青年线下制度化政治参与的影响;模型2是社交媒体娱乐使用对青年线下非制度化政治参与的影响。

本部分省略了基准模型的报告。在基准模型中,控制变量的显著性结果和加入了自变量后高度一致,表明本研究结果具有稳定性。除部分人口学变量对青年线下政治参与具有影响外,对政治生活现状越满意、政治兴趣越高的青年,线下制度化政治参与和非制度化政治参与越多;外部政治效能感只对线下非制度化政治参与有积极影响。

从表4中的模型1可以看出,总效应为0.034,统计上具有显著性($p < 0.05$)。这表明,社交媒体娱乐使用可以对青年线下制度化政治参与直接产生正向影响。这一研究结论支持了有关社交媒体娱乐使用对政治参与的“积极影响说”。从表4中的模型2可以看出,总效应为0.001,统计上不具有显著性。这表明,社交媒体娱乐使用对青年线下非制度化政治参与的影响不显著,这个研究结论似乎支持了有关社交媒体娱乐使用对政治参与的“无关说”。然而,当自变量与因变量无关时,如果放弃继续探讨变量间关系,就在主观上拒绝了自变量与因变量存在进一步关系的可能,更无法继续探讨自变量与因变量无关的潜在原因(刘振亮等, 2021)。基于本研究的理论框架,需用中介变量(线上政治表达)继续探讨。

(二)线上政治表达在社交媒体娱乐使用和青年线下制度化政治参与中的中介效应

使用中介效应检验的Bootstrap法,检验线上政治表达在社交媒体娱乐使用和青年线下制度化政治参与中的中介效应。表4已经报告了总效应,本部分主要报告中介效应(包括各个变量的系数值及直接、间接效应值),具体见表5和表6。

表 4 社交媒体娱乐使用对青年线下政治参与的影响

变量	线下政治参与			
	制度化政治参与		非制度化政治参与	
	模型 1		模型 2	
	β	SE	β	SE
解释变量				
社交媒体娱乐使用	0.034*	0.014	0.001	0.012
控制变量				
男性(参照组为女性)	0.136**	0.047	0.034	0.040
初中及以下(参照组为大学及以上)	0.148 ⁺	0.084	0.039	0.072
高职、大专(参照组为大学及以上)	0.013	0.055	-0.022	0.047
党员(参照组为群众)	0.364***	0.074	0.204***	0.064
团员(参照组为群众)	-0.084	0.056	0.000	0.048
城市(参照组为农村)	0.058	0.058	0.068	0.049
县镇(参照组为农村)	0.213***	0.061	0.230***	0.052
中上层(参照组为说不清)	0.170*	0.070	0.074	0.060
中下层(参照组为说不清)	0.215**	0.073	0.224***	0.063
体制内(参照组为体制外)	0.071	0.053	-0.071	0.046
政治生活现状满意度	0.152***	0.030	0.110***	0.025
政治兴趣	0.170**	0.054	0.126**	0.046
外部政治效能感	0.018	0.029	0.060*	0.025
F	12.614***		6.453***	
R ²	0.153		0.085	
调整后 R ²	0.141		0.072	
样本量	1056		1051	

注：⁺p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001;β 为非标准化回归系数,SE 为标准误差。

从表 5 和表 6 中可以看出,社交媒体娱乐使用对青年线下制度化政治参与影响的直接效应为 0.018,统计上不显著,且自变量对中介变量影响的系数 a 和中介变量影响因变量的系数 b 均显著,分别为 a=0.062(p≤0.001),b=0.240(p≤0.001);间接效应为 0.015,显著

(置信区间不包含 0)。这表明,线上政治表达在社交媒体娱乐使用和青年线下制度化政治参与的关系中具有中介效应。

为了避免排除自变量和因变量存在其他中介关系的可能性,放弃完全中介的概念,将所有中介都看

表 5 线上政治表达在社交媒体娱乐使用和线下制度化政治参与中的中介效应

因变量	自变量	β	SE	t	p	LLCI	ULCI
线上政治表达	社交媒体娱乐使用	0.062	0.017	3.643	0.000	0.029	0.096
线下制度化政治参与	社交媒体娱乐使用	0.018	0.014	1.273	0.203	-0.010	0.045
	线上政治表达	0.240	0.027	9.054	0.000	0.188	0.292

注:β 为非标准化回归系数;SE 为标准误差;t 为对回归系数的显著性检验值;p 为显著性概率值;LLCI、ULCI 分别是置信区间的最低值和最高值。下同。

表 6 社交媒体娱乐使用对线下制度化政治参与影响的直接效应、间接效应

	效应	SE	t	p	LLCI	ULCI
直接效应	0.018	0.014	1.273	0.203	-0.010	0.045
间接效应	0.015	0.004			0.007	0.024

作部分中介(Preacher & Hayes, 2008);或者直接报告间接效应和直接效应的显著性,将完全中介视为主要中介,是可行的做法(Zhao et al., 2010)。结合表4中的模型1,可以认为社交媒体娱乐使用不仅能直接影响青年线下制度化政治参与,也可以通过且主要通过线上政治表达对青年线下制度化政治参与产生影响。

(三)线上政治表达在社交媒体娱乐使用和青年线下非制度化政治参与关系中的中介效应

使用中介效应检验的 Bootstrap 法,检验青年线上政治表达在社交媒体娱乐使用和线下非制度化政治参与中的中介效应。由表4中的模型2可知,总效应为0.001,统计上不显著。传统中介效应检验的因果逐步法要求总效应系数c显著。不过,中介效应的成立并不需要总效应显著,在总效应c不显著的情况下完全可能存在中介效应(Zhao et al., 2010),具体见表7和表8。

从表7和表8中可以看出,社交媒体娱乐使用对线下非制度化政治参与影响的直接效应为-0.014,统计上不显著;间接效应的置信区间为[0.007, 0.024],不包含0,统计上显著, $a=0.062(p<0.001)$, $b=0.237(p<0.001)$,均显著。这表明,社交媒体娱乐使用不能直接作用于青年线下非制度化政治参与,但是可以通过且主要通过线上政治表达对其产生影响。在这一过程中,线上政治表达具有间接效应机制的作用。

在某些情况下,如果存在相反的中介变量或者抑制变量,以及自变量和因变量发生的前后时间间隔较长,都会导致自变量和因变量之间的总效用不显著。但即使二者关系不显著,中介变量仍发挥作

用(Pardo & Román, 2013)。在本研究的模型中,由于直接效应不显著,所以不存在抑制变量或相反的中介变量。社交媒体娱乐使用和线下政治参与关系不显著的原因应该是二者发生的前后时间间隔较长,但仍不能忽视线上政治表达在二者之间的间接效应。因为线上政治表达的存在,二者关系反而呈现正相关;也就是说,青年越使用社交媒体进行娱乐,就越可能有更多线上政治表达,进而导致他们更多线下非制度化政治参与。

各变量关系的研究结果可以用图1和图2进行阐述。

四、结论与讨论

基于对河南省18个地市不同职业青年群体的调查,本研究探讨社交媒体娱乐使用对青年线下政治参与的影响,以及线上政治表达在其中的作用。下面简要讨论本研究的基本发现。

第一,社交媒体娱乐使用对青年线下制度化政治参与影响的中介效应机制。社交媒体娱乐使用可以直接作用于青年的线下制度化政治参与,即使控制了性别、教育程度、政治面貌、户籍、学历、经济社会地位等变量,这种关系仍然成立;社交媒体娱乐使用也可以通过线上政治表达对青年线下制度化政治参与产生影响。第二,社交媒体娱乐使用对青年线下非制度化政治参与影响的间接效应机制。虽然社交媒体娱乐使用通过线上政治表达影响青年线下非制度化政治参与的直接效应和总效应不显著,但是线上政治表达能够在二者间起到中介作用。线上政治表达对社交媒体娱乐使用和青年线下非制度化政治参与具有加强效应;青年线上政治表达越多,社交媒体娱乐使用通过其影响线下非制度化政治参与的

表7 线上政治表达在社交媒体娱乐使用和线下非制度化政治参与中的中介效应

因变量	自变量	β	SE	t	p	LLCI	ULCI
线上政治表达	社交媒体娱乐使用	0.062	0.017	3.594	0.000	0.028	0.095
线下非制度化政治参与	社交媒体娱乐使用	-0.014	0.012	-1.165	0.244	-0.037	0.009
	线上政治表达	0.237	0.022	10.648	0.000	0.193	0.281

表8 社交媒体娱乐使用对线下非制度化政治参与影响的直接效应、间接效应

	效应	SE	t	p	LLCI	ULCI
直接效应	-0.014	0.012	-1.165	0.244	-0.037	0.009
间接效应	0.015	0.004			0.007	0.024

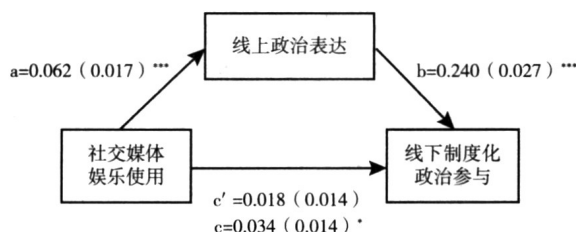


图1 社交媒体娱乐使用—线上政治表达—线下制度化政治参与关系路径图

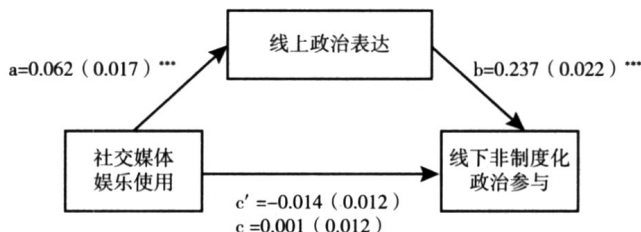


图2 社交媒体娱乐使用—线上政治表达—线下非制度化政治参与关系路径图

注:a为自变量对中介变量的影响,b为中介变量对因变量的影响,c为自变量对因变量的总效应;c'为自变量对因变量的直接效应;* $p<0.05$,** $p<0.01$,*** $p<0.001$;图1和图2的路径图中均包含了控制变量。

效应就越大。本研究支持了国内外研究关于社交媒体娱乐使用对线下非制度化政治参与影响的总效应不显著的结论,也和有关Facebook的娱乐表达通过线上政治交流影响线下政治行动的结论一致(Rebecca & Yu, 2018)。这也表明,本研究虽然是基于对河南省18个地市的调查,但是研究结论并不受限于河南省地方文化的影响。

本研究修正并整合了社交媒体娱乐使用影响政治参与的“积极影响说”和“无关说”。“积极影响说”通过观察法等定性研究发现,社交媒体娱乐使用会促进线下政治参与;但是“无关说”通过定量数据分析却发现,二者无关。本研究区分了不同类型的线下政治参与,通过中介效应检验证实“积极影响说”和“无关说”都有其合理之处,但也有其不完善之处。

此外,本研究也证实了对青年政治参与的动因研究从“对比模型”走向“生活扩展模型”的重要性。之前有关政治参与的研究一直将个人生活和政治视为两个独立领域,这种观点被称为“对比模型”(Shah et al., 2001)。之后研究则转向“生活扩展模型”,它可以用来识别日常生活中的政治参与形式(Bakardjieva, 2009)。但是,关于政治参与动因的研究思路一直沿袭传统的“对比模型”进路,较多关注政治心态、政治知识等对政治参与的影响,但可能忽视了娱乐性

的社会生活中产生的政治参与进程。根据本研究,可以提出政治参与动因的“生活扩展模型”,将政治参与动机扩大到日常生活领域;也就是说,不仅使用社交媒体收集新闻信息会导致政治参与,在个人娱乐、生活领域中的社交媒体娱乐性实践也可以促进青年的政治接触、政治表达以及政治行为。

本研究可以为政府相关部门引导青年的政治参与与提供新的切入点。首先,应重新审视社交媒体娱乐使用的政治效应。在社交媒体娱乐使用的过程中,青年的政治价值、政治参与技能等都得到不断改变,对社交媒体娱乐的内容、方式和价值倾向进行监督非常重要。其次,应为青年提供多种形式的参与渠道和便利条件,以减少冲突性的线上政治表达。由于政治意见表达的途径有限,而“只要诉诸网络就能解决问题”的经验,导致不少青年产生了极大的网络效能感,并进一步增强他们的政治效能感,造成了网络政治表达的频发,网络请愿成为解决问题的重要途径。这非常不利于良好的“政府和青年”公共关系的维持,造成政府应对公共问题的被动。最后,应提升政府的网络回应能力,通过对线上政治表达的引导来规制青年的线下政治参与。维持网络政治舆论生态的健康发展非常重要,已有研究和本研究结果表明,在社交媒体上进行娱乐内容分享和表达的青年通过线上政治表达很可能成为线下非制度化的

政治参与者。因此,政府需要积极回应青年的线上政治表达,并激励更多有创造力、有思想的青年在网上表达他们的政治观点。

注释:

①中国互联网络信息中心,2021,《第48次中国互联网络发展状况统计报告》,9月15日(http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwxbzg/hlwjbg/202109/t20210915_71543.htm),最后访问日期:2022年5月22日。

②根据中介效应分析,当自变量和因变量无关时,并不能否定它们存在进一步关系的可能。社交媒体娱乐使用也可以通过中介变量影响政治参与。

③国家统计局,2018,《中国统计年鉴(2018)》,北京:中国统计出版社。

④问卷中,“向所在单位上级领导提意见”的共量值偏低,不具有有效反应因子构念,对其进行删除。

参考文献:

[1]波兹曼,尼尔,2004,《娱乐至死》,章艳译,桂林:广西师范大学出版社。

[2]风笑天,2018,《社会研究方法(第五版)》,北京:中国人民大学出版社。

[3]胡荣,2016,《中国人的政治效能感、政治参与和警察信任》,《社会学研究》第1期。

[4]林奇富、殷昊,2020,《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》,《政治学研究》第5期。

[5]刘振亮、刘田田、沐守宽,2021,《遮掩效应的统计分析框架及其应用》,《心理技术与应用》第10期。

[6]王润,2017,《促进还是抑制?互联网使用对公民参与的影响——基于中国社会状况综合调查(CSS)2013数据的实证分析》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》第7期。

[7]温忠麟、叶宝娟,2014,《中介效应分析:方法和模型发展》,《心理科学进展》第5期。

[8]杨江华、王辰宵,2021,《青年网民的媒体使用偏好与政治信任》,《青年研究》第4期。

[9]张明新、黄欣欣,2022,《青少年的社交媒体新闻接触和网络政治参与——政治效能感和媒介素养的中介与调节作用》,《华中科技大学学报(社会科学版)》第1期。

[10]Bakardjieva, M. 2009, "Subactivism: Lifeworld and Poli-

tics in the Age of the Internet." Information Society 25(2).

[11]Bond, R. M. et al. 2012, "A 61-Million-Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization." Nature 29(9).

[12]Boulianne, S. 2015, "Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research." Information, Communication & Society 18(5).

[13]Cho, J. et al. 2018, "Influencing Myself: Self-Reinforcement through Online Political Expression." Communication Research 45(1).

[14]Colleoni, E., A. Rozza & A. Arvidsson 2014, "Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data." Journal of Communication 64(2).

[15]de Zúñiga, H. G., A. Veenstra, E. Vraga & D. Shah 2010, "Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation." Journal of Information Technology & Politics 7(1).

[16]de Zúñiga, H. G., L. Copeland & B. Bimber 2014, "Political Consumerism: Civic Engagement and the Social Media Connection." New Media & Society 16(3).

[17]de Zúñiga, H. G., N. Jung & S. Valenzuela 2012, "Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation." Journal of Computer-Mediated Communication 17(3).

[18]Geys, B. 2006, "Explaining Voter Turnout: A Review of Aggregate Level Research." Electoral Studies 25(4).

[19]Glynn, C. J., M. E. Hume & L. H. Hoffman 2012, "All the News That's Fit to Post: A Profile of News Use on Social Networking Sites." Computers in Human Behavior 28(1).

[20]Harris, A., J. Wyn & S. Younes 2010, "Beyond Apathetic or Activist Youth: 'Ordinary' Young People and Contemporary Forms of Participation." Young 18(1).

[21]Holbert, R. L., D. V. Shah & N. Kwak 2004, "Fear, Authority, and Justice: Crime-Related TV Viewing and Endorsements of Capital Punishment and Gun Ownership." Journalism & Mass Communication Quarterly 81(2).

[22]Hollander, B. A. 1997, "Fuel to the Fire: Talk Radio and the Gamson Hypothesis." Political Communication 14(3).

[23]Jenkins, H. 2006, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.

[24]Kaase, M. 1999, "Interpersonal Trust, Political Trust and Non-Institutionalised Political Participation in Western Europe."

West European Politics 22(3).

[25]Klofstad, C. 2011, *Civic Talk: Peers, Politics, and the Future of Democracy*. Philadelphia: Temple University Press.

[26]Kraut, R. S. et al. 2002, "Internet Paradox Revisited." *Journal of Social Issues* 58(1).

[27]Lee, S. H. 2017, "Digital Democracy in Asia: The Impact of the Asian Internet on Political Participation." *Journal of Information Technology & Politics* 14(1).

[28]Matthes, J. 2013, "Do Hostile Opinion Environments Harm Political Participation? The Moderating Role of Generalized Social Trust." *International Journal of Public Opinion Research* 25(1).

[29]Pardo, A. & M. Román 2013, "Reflections on the Baron and Kenny Model of Statistical Mediation." *Anales De Psicología* 29(2).

[30]Preacher, K. J. & A. F. Hayes 2008, "Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models." *Behavior Research Methods* 40(3).

[31]Putnam, R. D. 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

[32]Rebecca, P. Y. 2016, "The Relationship between Passive and Active Non-political Social Media Use and Political Expression on Facebook and Twitter." *Computers in Human Behavior* 58(1).

[33]Rebecca, P. Y. & W. O. Yu 2018, "Social Media and Expressive Citizenship: Understanding the Relationships between Social and Entertainment Expression on Facebook and Political Participation." *Telematics and Informatics* 35(8).

[34]Rittenberg, J., D. Tewksbury & S. Casey 2012, "Media Preferences and Democracy: Refining the 'Relative Entertainment Preference' Hypothesis." *Mass Communication and Society* 15(6).

[35]Shah, D. V., J. M. Mcleod & S. H. Yoon 2001, "Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences." *Communication Research* 28(4).

[36]Stoycheff, E., et al. 2016, "Differential Effects of Capital-Enhancing and Recreational Internet Use on Citizens' Demand for Democracy." *Communication Research* 29(2).

[37]Swart, Joëlle, Chris Peters & Marcel Broersma 2016, "Navigating Cross-Media News Use." *Journalism Studies* 18(11).

[38]Theocharis, Y. & E. Quintelier 2014, "Stimulating Citizenship or Expanding Entertainment? The Effect of Facebook on Adolescent Participation." *New Media & Society* 18(5).

[39]Valeriani, A. & C. Vaccari 2016, "Accidental Exposure to Politics on Social Media as Online Participation Equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom." *New Media & Society* 18(9).

[40]Verba, S. & N. H. Nie 1972, *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper and Row.

[41]Wu, J. C. 2014, "Expanding Civic Engagement in China: Super Girl and Entertainment-Based Online Community." *Information, Communication & Society* 17(1).

[42]Xenos, M. A. Vromen & B. D. Loader 2014, "The Great Equalizer? Patterns of Social Media Use and Youth Political Engagement in Three Advanced Democracies." *Information, Communication & Society* 17(2).

[43]Yamamoto, M., M. J. Kushin & F. Dalisay 2013, "Social Media and Mobiles as Political Mobilization Forces for Young Adults: Examining the Moderating Role of Online Political Expression in Political Participation." *New Media & Society* 17(6).

[44]Zhang, X. Z. & W. Y. Lin 2014, "Political Participation in an Unlikely Place: How Individuals Engage in Politics through Social Networking Sites in China." *International Journal of Communication* 8(1).

[45]Zhao, X., J. G. Lynch & Q. Chen 2010, "Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis." *The Journal of Consumer Research* 37(2).

[46]Zuckerman, E. 2014, "New Media, New Civics?" *Policy & Internet* 6(2).