

新媒体对中国公众认知的影响研究

陈梅婷

摘要：现有研究普遍认为新媒体对公众认知产生负面影响并具有放大负面认知的效应，这与新媒体的接入与使用所造成的数字鸿沟紧密相关。基于2013年Pew数据中心的全球态度调查数据，选取中国公众对公共议题认知的部分，探讨数字鸿沟的三个细化层次即新媒体的信息接入、信息获取和信息生产，分别对中国公众认知公共议题产生的影响。研究发现，尽管传播技术的接入和使用的差异依然存在，但真正对中国公众认知产生影响的是更深层次的信息互动即信息生产。新媒体信息生产越多的公众倾向于认为国际和国内的公共议题处于越严重的状态。

关键词：新媒体；公共议题认知；信息生产；数字鸿沟

作者简介：陈梅婷，女，博士生。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310007）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2018) 03-0113-06

一、问题的提出

新世纪以来，先进的信息传播技术不断改变着人类传播信息的方式，新媒体传播打破了原有的时空界限，使人们对公共性事件的关注范围从地域性延伸至全球性，如全球气候变化、恐怖袭击、核武器威胁、空气污染、食品安全、医疗保险等公共议题在全球范围内引起普遍的关注与热议。全球化的信息流动使得信息的隐瞒变得愈加困难，即使是一个很小的事件，在互联网的传播网络中也有可能吸引全国乃至全世界的关注，甚至改变事件的走向，“孙志刚案”“辱母案”等都是典型的例子。显然，作为一种交互性的“超媒介”，新媒体已经成为个人表达观点、意见、态度、情感等最重要的平台之一。在新媒体平台上的信息传播与观点碰撞，是形成有关社会公共议题的舆论的重要途径。随着网民群体规模的不断增大，互联网尤其是移动互联网对社会舆情、公共意见的影响日益增强，新媒体的传播效果成为学界关注与研究的焦点。而探索其对公众认知所产生的影响，也有助于政府的政策决策、社会风险管理和掌握舆情动向。

公众对新媒体接触和使用是研究新媒体影响公众认知的前提。有学者注意到这样一个事实：在互联网时代的第一个十年里，全球的数字鸿沟依然巨大并且一直在增长。数字鸿沟往往被区分为接入沟和使用沟，前者是指数字技术拥有者与未曾拥有者之间存在的差距，而后者是指个体使用数字技术的时间、目的、状态等之间的差异。尽管中国互联网的普及率已经过半，但作为信息工具的互联网，个体对其的使用仍然存在显著差异。那么数字技术的接入与使用的差异是否会导致公众对公共议题认知的差异？由此，本文意在探讨新媒体的接入与使用对中国公众认知公共议题产生的影响。

二、文献综述

在提出本文的研究假设之前，需要对两个问题进行梳理。其一，新媒体对公众认知公共议题产生的影响；其二，影响新媒体的接入与使用差异的因素。

（一）新媒体对认知的负面影响

实证研究发现媒体对公众的认知产生了负面的影响作用。电视媒介的接入频率会对美国民众的中

国评价和感知产生负面影响,收看电视频率越低的美国民众对中国的好感度越高。^[1]基于2011年中国科学技术发展战略研究院开展的“科技工作者的社会公众形象调查”,发现以互联网为最重要科技信息获取渠道的公众,对我国科学家在很多方面的评价都低于使用传统媒体的公众。^[2]此外,研究证明新媒体接入与使用对受众的意愿、行为等层面产生了负面影响。对西北农村线下公共事物参与行为的研究,发现新媒体接入强度对农村青年公共事物参与产生负向影响。^[3]基于台湾地区传播调查资料库2012年所收集的调查数据,发现互联网的政治使用与台湾地区民众的竞选活动参与和投票意愿呈现显著的负向关联性。^[4]

值得注意的是,新媒体不仅对公众对公共议题的认知会产生负面影响,而且会放大这种负面认知,特别是在涉及风险事件时。“风险的社会放大”理论认为:“风险通过信息系统和风险信号放大站(个体放大站和社会放大站)而被放大,产生行为反应,行为反应转而导致超出原始危害事件的直接影响范围的次级影响。”^[5]媒介天然具有放大潜能,大众媒介尤其新媒体就是不可忽视的社会放大站。从一些社会风险事件的个案研究可以发现,新媒体的放大效应更为突出,传统媒介则更为复杂。在一些环境风险议题中,出现了民众的感知风险高于技术风险的现象,并且新媒体与传统媒介相比明显存在放大风险信号的趋向。^[6]而以微博为代表的新媒体对PX项目的风险感知甚为敏感,且有放大感知趋向。^[7]但也有个别学者认为新媒体对负面认知的影响可能放大也可能弱化。通过分析以PM2.5为焦点的环境风险经由微博这个新媒体所导致的社会放大过程,发现微博平台在信息处理过程中放大一些地区的风险的同时也弱化了一些地区的风险。^[8]因此,基于目前的主要研究成果,可以提出研究假设:新媒体对社会公共议题的认知具有负向影响作用。

(二) 新媒体的接入与使用

Norris从作用范围的角度将数字鸿沟的概念分为全球鸿沟、社会鸿沟和民主鸿沟,van Dijk认为接入的概念可以分为物质接入、使用接入、技能接入和精神接入。尽管命名不同,但两者对数字鸿沟的分类可以被归结为互联网的接入与使用这两个方面,即接入沟和使用沟,前者涉及上网设备、接入网络等信息基础资源,后者则与互联网使用的具体行为有关。

大量研究集中在第一道的接入沟上,经济因素是影响互联网接入的首要因素。有研究从空间视角探讨中国的“数字鸿沟”问题,发现中国地理区域之间的“数字鸿沟”十分明显,主要体现为特大规模以上的城市与其他城市和地区之间的差异,^[9]侧面反映出经济因素所导致的数字鸿沟。除了经济因素之外,政府政策在改善因特网接入方面发挥着重要的作用。^[10]而在手机互联网的数字鸿沟的研究上,通过实证数据发现性别鸿沟、收入鸿沟和年龄鸿沟成为手机互联网领域不同人群社会分化的新标志。^[11]事实上,数字鸿沟的概念在北欧国家中已经发生了变化,造成数字鸿沟的最为重要和主要的因素其实是使用互联网技能水平的差异。

数字鸿沟并非只与互联网的接入有关,对互联网使用差异的研究也已经较为成熟。基于意大利皮埃蒙特地区的实证研究发现存在多元化的因素影响了互联网使用,并得出三个结论:其一,女性上网的活动和目的要少于男性;其二,受教育程度高和会英语的个体上网的活动和目的较多;其三,电脑和互联网经验越多的个体上网的活动和目的越多。^[12]此外,有学者把视野转向了群体因素的挖掘,发现社交是解释个体互联网使用差异的重要原因:个体的互联网使用模式往往趋同于周边社交群体的使用模式。^[13]

在操作层面上,早期关于互联网使用沟差异的测量主要涉及互联网使用时间、互联网使用目的。Jung及其同事提出了一个互联网联系指标,除了时间、环境、上网目的等尺度,还增加了网络活动和网络在生活中的中心性等尺度。^[14]国内研究对互联网使用的测量也包括了互联网使用时间、互联网依赖程度和互联网的内容偏好。^[15]可见现有研究对互联网使用沟的测量都停留在个体通过互联网获取信息这

一单向层次上。互动是 web3.0 时代的核心关键词，因此互联网的使用沟不应缺乏个体在互联网中进行信息互动如信息生产的测量。本文提出将互联网的接入与使用的测量分为三个层次：信息接入、信息获取、信息生产，从而进一步考察新媒体的使用中信息双向互动的影响作用。

新媒体的接入和使用上的差异究竟会产生什么样的社会后果，更确切地说，这些差异是否会影响人们对暴露在互联网中的公共议题的认知？从现有的研究文献可知，新媒体倾向于对公众的认知产生负面影响，且放大效应占据主流意见，但新媒体影响公共议题认知的研究较少。同时，现有文献缺乏对新媒体使用中信息双向互动的考察。因此基于文献回顾与总结，本文试图探究新媒体的接入和使用差异与公共议题认知之间的关系，并做出以下研究假设：

- H1：新媒体信息接入差异可以预测其对国际公共议题的认知。
- H2：新媒体信息接入差异可以预测其对国内公共议题的认知。
- H3：新媒体信息获取差异可以预测其对国际公共议题的认知。
- H4：新媒体信息获取差异可以预测其对国内公共议题的认知。
- H5：新媒体信息生产差异可以预测其对国际公共议题的认知。
- H6：新媒体信息生产差异可以预测其对国内公共议题的认知。

三、研究方法

（一）数据来源

本研究采用问卷调查法，所使用的数据来源于 pew 数据中心在 2013 年 3 月 4 日至 4 月 6 日进行的全球态度调查项目，该调查项目是由普林斯顿国际调查研究协会（Princeton Survey Research Associates International）通过对中国公众进行电话访问和面谈访问获得的。本次抽样调查覆盖中国东、中、西部地区的 12 个城市、12 个城镇和 12 个乡村，最后获得的有效样本量为 3226 个，抽样误差为±3.5%。

（二）变量测量

1. 因变量

对于公共议题认知的测量，以国际公共议题、国内公共议题的严重性认知这两个变量作为因变量。

对于国际公共议题的严重性认知的测量，本研究通过询问受访者认为一系列国际公共议题包括巴基斯坦的政局动荡、朝鲜的核武器、伊朗的核武器、全球气候变化、伊斯兰极端组织等对中国的威胁程度，共 5 个问题进行测量（ $\alpha=0.694$ ），答案采用三级量表编码（1 表示不是威胁，2 表示较小威胁，3 表示较大威胁）。

对于国内公共议题的严重性认知的测量，本研究通过询问受访者认为一系列国内公共议题包括空气污染、商人腐败、工人工作条件、失业状况、食品安全、水污染、工业制成品质量、医疗保险、教育、犯罪、官员腐败、老年保险、药品安全、交通、电力短缺、物价上涨、就业危机、贫富差距、公共债务等问题在中国的严重程度，共 19 个问题进行测量（ $\alpha=0.859$ ），答案采用四级量表编码（1 表示不是问题，2 表示小问题，3 表示比较严重的问题，4 表示非常严重的问题）。

2. 自变量

为了分析互联网接入和使用的情况，本研究将互联网接入和使用的情况分为新媒体信息接入、新媒体信息获取、新媒体信息生产三个细化指标进行测量。

对于新媒体信息接入，通过两个显著相关的题项来测量（ $p<0.01$ ），询问受访者是否接入互联网、社交网络（是=1，否=0）。对于新媒体信息获取，通过三个题项来测量（ $\alpha=0.792$ ），询问受访者是否通过网络获取政治观点和信息、消费信息、健康信息来测量受众的新媒体信息获取情况（是=1，否=0）。对于新媒体信息生产，通过三个题项来测量（ $\alpha=0.715$ ），询问受访者是否通过社交网络

分享政治观点、音乐观点、宗教观点来测量受众的新媒体信息生产情况（是=1，否=0）。

3. 控制变量

本研究的控制变量为人口变量，主要包括性别（男=1，女=0）、年龄（M=39.8）、教育程度（1-8代表小学以下到博士8个区间）、婚姻状况（已婚=1，未婚=0）、家庭月收入（有15个区间，500元以下=1，20000元以上=15）、地区（东部=1，中部=2，西部=3）、城市化（城市=1，城镇=2，乡村=3）。

四、研究发现

在该调查样本的3226人中，分布特征为：男性占50.7%，女性占49.3%；年龄范围在18到68岁之间（M=39.8，SD=12.49）；婚姻状况统计中已婚的有87.6%；受访者受教育程度普遍不高，其中学历为初中的受访者人数最多，占35.4%，小学及以下学历者占19.1%，大学本科及以上学历者占15.3%；家庭月收入在4000元以下的占38.6%，4001—8000元的占47.5%；东部地区占40.9%，中部地区占32.4%，西部地区占26.8%；城市的占35.2%，城镇的占19.3%，乡村的占45.5%。此外，新媒体信息接入（M=0.40，SD=0.59），新媒体信息获取（M=0.78，SD=0.16），新媒体信息生产（M=0.79，SD=0.16）。

为了对新媒体接入与使用和公共议题严重性认知之间的关系进行预测，将国际公共议题的严重性认知和国内公共议题的严重性认知分别作为因变量进入回归方程，并将性别、年龄、教育程度、婚姻状况、家庭月收入、区域、城市化等人口变量，以及新媒体信息接入、新媒体信息获取、新媒体信息生产共四组变量，分组依次输入方程。

表1 预测中国公众对公共议题的严重性认知

	国际公共议题严重性认知	国内公共议题严重性认知
性别	-0.033	-0.001
年龄	-0.017	-0.003
教育程度	0.089	0.138 * *
婚姻状况	0.06	0.013
家庭月收入	-0.212 * * *	-0.035
区域	-0.162 * * *	-0.239 * * *
城市化	0.031	-0.051
R2 增量%	4.6 * * *	9.0 * * *
新媒体信息接入	0.024	-0.014
R2 增量%	0.1	0
新媒体信息获取	0.069	-0.062
R2 增量%	1.1 *	0.1
新媒体信息生产	0.129 * *	0.106 *
R2 增量%	1.5 * *	0.9 *
R2 总量%	7.3	10.0

注：数值为标准回归系数，* p<0.05，* * p<0.01，* * * p<0.001

结果显示（见表1），人口变量组解释了国际公共议题认知的大部分的总变差（R2 增量=4.6%，p<0.001），其中家庭月收入（β=-0.212，p<0.001），区域（β=-0.162，p<0.001），说明所在区域经

济越发达、家庭月收入越低的中国公众对国际公共议题的严重性认知越高。也解释了绝大部分的国内公共议题认知的总变差 (R^2 增量 = 9.0%, $p < 0.001$), 其中受教育程度 ($\beta = 0.138$, $p < 0.01$), 区域 ($\beta = -0.239$, $p < 0.001$), 说明受教育程度越高、所在区域经济越发达的中国公众对国内公共议题的严重性认知越高。而性别、年龄、婚姻状况和城市化等人口统计因素并不能预测公共议题的严重性认知。

在新媒体的接入与使用方面, 有无新媒体信息接入和新媒体信息获取对国际和国内公共议题的严重性认知并无显著影响, 但当控制了人口变量之后, 中国公众的新媒体信息生产可以在一定程度上影响国际公共议题的严重性认知 ($\beta = 0.129$, $p < 0.01$), 也可以在一定程度上影响国内公共议题的严重性认知 ($\beta = 0.106$, $p < 0.05$)。尽管在这两个回归模型中, R^2 增量有限, 但方差分析显示这两个回归模型的显著性均小于 0.01, 说明运用这两个模型进行回归分析具有统计学意义。因此, 在相当程度上证明了有新媒体的信息生产的中国公众倾向于认为所测量的公共议题处于更为严重的状态, 即新媒体的信息生产对中国公众的公共议题认知具有负向影响作用。

从多元回归分析的数据来看, 只有新媒体信息生产能够同时预测中国公众对国际和国内公共议题的严重性认知。因此, 研究假设 H5、H6 成立, 而研究假设 H1、H2、H3、H4 不成立。

五、研究结论与讨论

本研究的结论为新媒体的数字鸿沟与中国公众认知之间的关系提供了一些补充: 尽管传播技术的接入和使用的差异依然存在, 但真正对中国公众认知产生影响的既非信息接入, 也非信息获取, 而是更深层次的信息互动即信息生产。数据表明, 新媒体的信息生产对中国公众的公共议题认知产生负面影响, 但新媒体信息接入和信息获取并没有产生这种作用。新媒体信息生产越多的中国公众, 倾向于认为国际和国内环境中的社会公共问题处于越严重的状态, 说明具有互动性的信息生产更为显著地影响了中国公众的认知。

心理学家斯腾伯格区分了三种信息加工成分: 元成分、操作成分和知识获得成分, 操作成分要完成任务或解决问题, 知识获得成分表现为将新获得的信息与记忆库中已有的知识相匹配, 元成分的功能在于执行计划、实行监控并对个体完成任务的结果进行评价。相较于信息接入、信息获取, 显然具有互动性的信息生产使公众在信息加工过程中需要使用更多的操作成分和知识获得成分, 导致公众对公共议题的认知卷入度更深。而在新媒体所建构的“虚拟现实”——追逐与放大社会负面信息的影响下, 新媒体的信息生产则加重了中国公众对公共议题的严重性认知。此外, 数字鸿沟本身与知识沟效应的联系紧密。有研究对数字鸿沟的接入沟、使用沟与知识沟的关系进行了量化测量, 发现相对于互联网接入而言, 互联网使用对于人们的知识获取有更大影响, 且呈现正相关。^[16] 知识水平越高, 对公共议题有关的信息就越了解, 有可能导致公众加重对公共议题的严重性认知。知识沟与公共议题认知之间的关系为何, 知识沟是否是新媒体与公共议题认知之间的中介变量, 这些有待后续的研究。

本研究还发现, 受教育程度、所在区域经济发展状况、家庭月收入是影响中国公众对公共议题的严重性认知的显著因素。其中, 所在区域经济越发达、家庭月收入越低的中国公众对国际公共议题的严重性认知越高; 受教育程度越高、所在区域经济越发达的中国公众对国内公共议题的严重性认知越高。所在区域经济越发达而家庭月收入越低的中国公众, 相对剥夺感越高而消极情绪越多, 客观条件也限制他们通过媒体以外的渠道了解国际公共议题, 情绪消极和缺乏切身体会可能导致他们对国际公共议题的严重性认知更高。所在区域经济越发达, 所爆发的空气污染、商人腐败、气候问题、失业困境、食品安全、犯罪腐败等社会矛盾也越多, 而受教育程度较高的中国公众, 对公共议题更为关注和了解, 获取信息的渠道也更多, 这可能导致他们对国内公共议题的严重性认知更高。

此外, 作为一个二级分析数据, 本研究也存在一些研究局限与不足。首先, 对新媒体信息接入的测

量仅通过两个题项来完成,测量信度有待提高。对新媒体信息获取与新媒体信息生产的测量,如果增加与公共议题直接相关的信息获取与信息生产,能显著提升新媒体的接入与使用的测量效果。其次,该数据中并没有关于“传统媒介使用”这一变量的测量,因此本研究无法在排除传统媒介使用的影响之后,得出新媒体对公共议题认知产生影响的更精确的结论。再次,对公共议题的严重性认知的测量可以更全面,比如受访者认为这些公共议题更加严重的可能性、对自身的影响程度等。最后,知识沟是数字鸿沟的重要后果,由于缺乏知识沟的测量,本研究无法探查知识沟与公共议题认知之间的关系。

今后的研究,可在更为精确地测量相关变量的基础上,就新媒体对公众的公共议题及其他方面的认知的影响进行探讨。后续研究也可以就传统媒体与新媒体对公众认知的影响进行对比研究,进一步探讨新旧媒体的接入与使用对公众态度、行为等方面的影响,还可以挖掘知识沟与公共议题认知之间的关系,证明知识沟是否在新媒体与公共议题认知之间产生中介的影响作用。

参考文献:

- [1] 徐剑,刘康,韩瑞霞,曹永荣.媒介接触下的国家形象构建——基于美国人对华态度的实证调研分析[J].新闻与传播研究,2011(6).
- [2] 薛品,何光喜,张文霞.互联网新媒体对科学家公众形象的影响初探[J].科普研究,2014(6).
- [3] 李天龙,李明德,张志坚.媒介接触对农村青年线下公共事务参与行为影响的实证研究——基于西北四省县(区)农村的调查[J].新闻与传播研究,2015(9).
- [4] 游淳惠,徐煜.互联网使用与政治参与关系的再审视:基于2012年台湾地区TCS数据的实证分析[J].国际新闻界,2015(8).
- [5] 武麟,王磊.风险缘何被放大?——国外“风险的社会放大”理论与实证研究新进展[J].学术交流,2013(1).
- [6] 曾繁旭,戴佳,王宇琦.技术风险VS感知风险:传播过程与风险社会放大[J].现代传播,2015(3).
- [7] 项一嵒,张涛甫.试论大众媒介的风险感知——以宁波PX事件的媒介风险感知为例[J].新闻大学,2013(4).
- [8] 邓滢,汪明.网络新媒体时代的舆情风险特征——以雾霾天气的社会涟漪效应为例[J].中国软科学,2014(8).
- [9] 汪明峰.互联网使用与中国城市化——“数字鸿沟”的空间层面[J].社会学研究,2005(6).
- [10] Gutierrez L H & Berg S. (2000). Telecommunications liberalization and regulatory governance: Lessons from Latin America. *Telecommunication Policy*, 24 (10-11): 865-884.
- [11] 刘德寰,郑雪.手机互联网的数字鸿沟[J].现代传播,2011(1).
- [12] J R Gil-Garcia & N C Helbig & E Ferro. (2006). *Is it only about Internet access? an empirical test of a multi-dimensional digital divide*. Berlin Heidelberg: Springer.
- [13] R Agarwal & A Animesh & K Prasad. (2009). Social interactions and the “digital divide”: Explaining variations in internet use. *Information Systems Research*, 20 (2): 277-294.
- [14] JY Jung & JL Qiu & YC Kim. (2001). Internet connectedness and inequality: Beyond the “divide”. *Communication Research*, 28 (4): 507-535.
- [15] 冯强,李彦臻.互联网接触与政治知识鸿沟——以大学生为例的实证研究[J].东南传播,2010(8).
- [16] 韦路,张明新.第三道数字鸿沟:互联网上的知识沟[J].新闻与传播研究,2006(4).

[责任编辑:赵晓兰]