

2016

· 夏季号 ·

China Computer-Mediated
Communication Studies

主编 巢乃鹏

中国网络传播研究

第 10 辑

10

 南京大学出版社

2016

· 夏季号 ·

China Computer-Mediated
Communication Studies

主编 巢乃鹏

中国网络传播研究

第 10 辑

10

 南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国网络传播研究. 第10辑. 2016. 夏季号 / 巢乃鹏
主编. —南京: 南京大学出版社, 2017.2
ISBN 978-7-305-19867-0
I. ①中… II. ①巢… III. ①计算机网络—传播学—
中国—文集 IV. ①G206.2-53
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 015382 号

出版者 南京大学出版社
社址 南京市汉口路22号 邮编 210093
出版人 金鑫荣

书名 中国网络传播研究. 第10辑. 2016. 夏季号
主编 巢乃鹏
责任编辑 李廷斌 张静
照排 南京紫藤制版印务中心
印刷 江苏凤凰数码印务有限公司
开本 635×965 1/16 印张 20 字数 344 千
版次 2017年2月第1版 2017年2月第1次印刷
ISBN 978-7-305-19867-0
定价 55.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>
官方微博: <http://weibo.com/njupco>
官方微信: njupress
销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有, 侵权必究
* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

目录

【专题：环境传播】

- 结构化观念和个人化参与：后物质主义视角下中国公众信息机会、环境态度及环境行为的多层次分析 刘于思 003
- 被建构的环境风险：雾霾高转发微博的话语表征与权力关系 李思思 046

【论文】

- 社会化问答网站的跨文化协作生产与效果分析
——以 QUORA 为例 周翔 彭雨蒙 067
- 虚拟身份认同的社会基础和身份政治的有限性：对新生代农民工网络媒介使用中杀马特亚文化现象的分析 姚晓鸥 091
- 两岸数字公共领域与民族认同的建构
——以电子娱乐媒体为视角 谢清果 赵晟 105
- 基于社交需求、使用经验及技能的微信 UGC 研究
——以武汉市高校大学生为例 余硕 丁依霞 118
- 新媒体与政治危机 于京东 133
- 微博空间中的性别参与：基于“H7N9 事件”微博文本的研究 金恒江 156

【研究生专栏】

- 作为社会动员过程的互联网众筹公益
——以腾讯乐捐为例 陈志聪 秦强 王成军 173
- 外倾性人格、使用动机与微信上的自我呈现 袁蔚然 赵文琪 张艳慧 191
- 互联网空间中的“讽刺”与公共实践：以“雾霾”议题为例 郑峰山 212
- 社会化问答网站受众信息偏好与分享行为研究
——以“知乎”为例 张焜 231
- 双边效应：我国电子竞技赛事运营产业商业模式初探 李树 255

【媒介经验】

- 区域性都市报新媒体内容生产与运营研究
——以南京某报为例 张嵘 巢乃鹏 267
- 数据可视化报道在数据新闻中的实践
——以《卫报》和财新网为例 张晓雨 王成军 283



专题：环境传播

NETWORK SUBCULTURE



结构化观念和个人化参与：后物质主义视角下中国公众信息机会、环境态度及环境行为的多层次分析

刘于思*

【摘要】 环境问题在发展中国家的重要性日益凸显,加之我国各地自然环境和经济状况极不平衡,应同时从地区和个人层面探索提高公众环境观念和环境参与的途径。本研究以后物质主义理论为框架,基于第六次世界价值观调查($N=2300$),对我国公众环境态度与环境行为的影响因素进行了多层次分析。结论表明,后物质主义的直接效应假设、主观价值假设、客观条件假设对我国公众的环境观念和参与具有不同程度的解释力;公众环境观念主要受到地区经济发展水平、环境治理成效、生态脆弱性等结构性因素的制约,个体的信息机会、科学态度和社会资本要素决定其环境参与水平。上述发现丰富了后物质主义理论在发展中国家的发展,细化了个人和地区因素影响我国公众环境态度和行为的差异化机制,阐明了我国民间环境保护工作存在的地区间差异以及从树立观念到实际参与的双重鸿沟,为理解和促进各地区环境关心和参与水平这一“环境—社会”问题提供了实践参考。

【关键词】 环境观念;环境参与;后物质主义;信息机会;多层次模型

一、引言

二战以来,随着社会物质条件的改善,人们对环境的态度和行为开始逐渐转变。20世纪60年代末至70年代初,西方世界开始出现所谓的“环境关心型消费者”(environmentally concerned consumer),消费者的个人习惯和生活方式越来越强调对环境负责(Stone, Barnes, & Montgomery, 1995),并愿意为购买绿色产品而支付更高的价格(Bekin, Carrigan, & Szmigin, 2007; Mostafa, 2007; Niinimaki, 2010)。近年来,绿色消费者已经成为一种席卷全球的趋势,持有此观念的公众数量在世界范围内的比例也在持续增长(Starch, 1996;

*【作者简介】刘于思,博士,浙江大学传媒与国际文化学院副教授。
本文系教育部人文社会科学研究青年基金项目(14YJC860017)成果。

Carlo, 1999)。这种由特定的环境态度和行为规范引发的现象正在得到相关学科研究者的广泛重视。

环境主义的心理和社会根源主要在于第一次石油危机(Grunert & Juhl, 1995),以及人们对于社会、工业和现代技术的普遍不信任(Mostafa, 2013)。因此,环境研究的行为主义理论应当建立在人们的心理层面上,考虑文化价值观对公众心理产生的重大影响(Chan & Lau, 1998)。显而易见的是,把个人环境观念和参与的影响因素仅归结为个人因素的独立影响将是最为简便易行的(如:Yao, 2008),但这种做法无疑将抹杀公众环境态度与行为的复杂性。事实上,环境态度和行为的形成既是个人性的,又是社会性的。同一地域之内的公众既共享某种程度上情况相似的资源与环境,其观念和行为又受到地域经济发展水平和价值观的结构性影响。在研究上述问题时,必须采取系统化的、大范围的考察,涵盖工业化及其过程中的不同国家和地区,既考虑个人层次的影响,也进行地区层次上的个案比较(Marquart-Pyatt, 2008),才能够对全局数据产生全方位的理解。

然而,当前考察公众环境关心和参与的研究绝大部分是在西方社会开展的,在其他文化环境下检验后物质主义理论有效性的注意力还远远不够(Lee & Green, 1991)。对环境态度和行为开展跨国比较的多层分析也主要集中在不同国家之间和国家内部的差别上,缺少对同一个国家不同城市之间及其内部的比较。事实上,在中国社会,虽然强调人与自然和谐相处的传统文化具有持续的影响(Chan, 1993),人们的环境意识也得到了逐步加强(Lee, 2011),但国人对环境的关心始终不及对经济发展的优先重视,环保行为也反映出典型的“邻避”(not-in-my-backyard, NIMBY)心态(Lai, 2000)。作为一个幅员辽阔,地域经济发展水平和文化千差万别的发展中国家,我国公众的环保意向及其行动在各个地区的状况可能更为多元,资源与文化的结构性制约也更为复杂,这是既有研究仅以国家为界限分析环境主义的社会性差异所不能解释的问题。因此,在个体性解释的基础上,进一步理解人们环境观念及参与的地区性差异,在我国当前的语境下显得尤为重要和紧迫。

与此同时,既有研究考察的公众环境态度和行为的影响因素往往局限于地区经济发展水平和人口统计学变量(如:洪大用,卢春天,2011),缺少对更为丰富的个人和社会性因素的整体性关注,如环境治理、价值观念、信息机会、政治兴趣和社会资本等(Torgler & Garcia-Valiñas, 2007)。随着多层次数据分析的统计工具日益完善和多元,上述缺陷有可能且理应被当前考察我国各地区人民

环境关心及参与的个体性和集体性差异的新理论、新方法所弥补。本研究即以全球环境行动的后物质主义理论为视角,运用近年来发展迅速的多层次模型作为统计工具,致力于对我国公众当前的环境态度和行为建立起一个整合个体差异与地区影响的、相对全面完整的解释机制,在西方主导的普遍研究取向与东方发展中国家文化语境的特殊性之间寻求适当的平衡,考察现有后物质主义文化价值变迁理论的适用范围,并从中探寻可能存在的理论潜力和实践启示。

二、环境观念和参与的结构化成因：后物质主义的基本假定

后物质主义(post-materialism)是在战后出现的一种社会价值观变化。这种价值观建立在丰裕社会而非稀缺经济的基础上,强调对诸如环境保护和少数民族权利等带有理想化色彩的价值追求(McAllister, 1999)。虽然这一理论阐发的背景更多的是处于后工业化发展阶段的西方社会,但自其提出至今,已经开展了一系列的跨国检验和比较,具有相当程度的有效性,成为社会科学领域的传统理论资源之一(Marquart-Pyatt, 2008),具有推广至发展中国家和地区开展进一步实证检验的理论潜力。Inglehart(1977: 5)提出的“物质主义—后物质主义”价值观变迁理论为上述视角提供了可供参照的理论契机,该理论的基本假定为:包括经济增长、教育水平提高和大众媒介发展在内的社会系统层面的变迁,将带来个人层面的一系列价值变化,如归属感、自尊、自我实现等。其中,最受研究界关注的当属后物质主义价值观对环境意向的作用。

环境意向(environmental intentions)是指人们愿意为保护环境而做出牺牲的意愿(Mostafa, 2013)。从概念上来看,它与同类研究中经常使用的环境(生态)关心等类似(洪大用, 2006),都是“人们意识到并支持解决涉及生态环境问题的程度以及个人为解决这类问题而做出贡献的意愿”(Dunlap & Jones, 2002)。在“态度—意向—行为”模型的计划行为理论路径下(Ajzen, 1991; 2001; 2002),环境意向连接了其上游和下游的两个行为阶段,即环境态度和环境行为。然而,环境意向本身既不指向某种清晰的环境态度,也不代表真正参与环境行动的任何承诺。尽管环境意向与环境参与之间的关联在许多研究的结论中往往是含糊不清且未经证实的(Lee, 2011),但既有研究依然倾向于以环境关心或环境意向取代真正的环境保护行为及其背后对应的特定态度,忽略了环境态度和环境行为才可能是理解当代中国环境行动主义最为直观的因变量。实际上,二者之间不仅更加紧密相关(Kaiser, Wolfing, & Fuhrer, 1999; New-

house, 1990), 而且具有更为关键的理论拓展意义 (Bang, Ellinger, Hadjimarcou, & Traichal, 2000), 能够区分出不同预测变量如何分别作用于公众环境态度和行为的两个维度, 对当前考察环境意向影响因素的理论展开进一步细化。

公众环境态度和行为的差异化机制在 Inglehart(1995)提出的“客观问题/主观价值”(objective problems/subjective values, OPSV)理论当中得到了很好的解释。他认为, 国家和个人所处的社会经济环境影响着人们一系列的信念和价值观。后物质主义价值观的增长将带来最为显要的变化之一, 就是人们对生活质量而非物质条件的追求以及由此产生的对于自然环境的关心。公众环境行为及相关态度的形成, 通常是由其经济财富所影响的, 这种影响既在人们的个人层面上起作用, 也会出现在更大的社会单元上, 例如社区、地域或国家等。当一个社会处于相对较高的经济福利状况时, 公众将会在基本需求得到满足的基础上追求更高层次的目标, 例如生活质量和环境, 等等。因此, 在较为富裕的社会当中, 人们将普遍持有比贫穷社会更为强烈的环境观。也就是说, 社会丰裕程度与公众环境态度和行为之间存在着正向的关联。这一假设被称为直接效应假设或丰裕性假设。在我国, 发达且富裕的地区往往体现为更多的人口、更高的人均地区生产总值和居民消费水平指数, 这些地区的公众将具有更强烈的环境观念和更多的环境参与行为。综上, 提出如下研究假设:

H1: 在控制了个人层面的变量和地区层面的其他变量后, 我国公众的环境观念和参与, 与其所在地区的人均地区生产总值和居民消费水平之间, 存在着显著的正向关联。

丰裕性假设可进一步延伸至对一个国家或地区环境治理水平的考察当中。作为一种公共行为, 环境保护举措正在成为影响公众对政府态度的重要因素之一。一般而言, 较为富裕的行政单位往往具有更多的资源来开展环境保护工作 (Mostafa, 2013)。一项由美国国会选举研究机构于 2007 年开展的民意调查显示, 那些提出了污染治理议题的政府行为会得到选民强烈的支持 (Konisky, Milyo, & Richardson, 2008)。可见, 政府在当地环境保护上的作为及其效果, 也将对公众环境观念的形成和环境行动的参与产生一定影响。研究将各地区环境保护成效操作化为调查进行一年内该地区之内的突发环境事件次数、生活垃圾无害化处理率和森林覆盖率三个指标。综上, 提出以下假设:

H2:控制个人层面变量和地区层面的其他变量后,突发环境次数越少,生活垃圾无害化处理率、森林覆盖率越高的地区,其公众的环境观念越强,环境参与越多。

在此基础上,Inglehart(1995)进一步指出,环保意向和行动只会在那些较富裕的、具有后物质主义价值观的地区和个人中出现。他将价值观置于国家的层面上进行考察,发现发达工业国家更可能产生后物质主义价值观,且会表现出更高的整体环境保护意向,产生更多参与环境保护行动的成员。这一假设被称为主观价值假设。他认为,之所以对于环境的公共支持在某些国家当中更为突出,是因为这些国家具有相对更高比例的后物质主义人口,而后物质主义者和物质主义者在环境态度和行为上具有非常明显的区别(Abramson & Inglehart, 1995)。其中,前者由于已经达到了一定程度的经济发展水平,且更为安全,因此身处其中的人们会更为支持与环境相关的公共议题。据此,研究进一步假设:

H3:在控制了个人层面的变量和地区层面的其他变量后,后物质主义指数更高的地区,其公众具有更强的环境观念,参与更多的环境行动。

然而,也有若干研究发现了与上述理论相冲突的现象。在这些研究当中,环保意向不是发达国家和地区的公众所独有的,而是同时出现在其他发展中国家和地区当中,有时甚至作为一种“民粹主义”概念体系的一部分而出现(Roberts, 1996)。作为回应,Inglehart引入了客观环境问题(objective environmental problems)这一概念,认为在理解发展中国家和地区人们的环境态度和行为时,可以同时考察其持有的对本地环境问题的第一手经验。Inglehart(1995)提出,如果一个地区面临更为严峻的环境问题,那么,其中的公众将出于对本地环境的关心,表现出更为强烈的环境意识。这一假设被称为客观问题假设。在操作化层面上,按照 Esty 等人(2006)的建议,环境表现的参数涵盖了环境健康、生态系统活力,以及气候与能源等变量。其中,反映环境健康的参数包括温室气体排放量、有机废水排放量等(Litina, Moriconi, & Zanaj, 2016),反映生态活力的指标为生态系统的稳定性和生物多样性等内容(Mostafa, 2013)。本研究的环境质量由人均水平上的碳排放量、空气污染物排放量和废水排放量三

个参数进行表征,生态脆弱性则由该地区自然保护区占辖区面积比重、受威胁动物种数和受威胁植物种数三个指标体现,提出如下研究假设:

H4:控制个人变量和地区层面的其他变量后,人均碳排放量、空气污染物排放量、废水排放量更多的地区,公众的环境观念更强,环境参与更多。

H5:控制个人变量和地区层面的其他变量后,地区自然保护区面积比重、受威胁动物种数比例和受威胁植物种数比例越高的地区,公众的环境观念更强,环境参与更多。

三、环境友好的个体差异:信息机会、科学态度与社会资本的影响

延循 Inglehart(1995)的理论与方法路径,既有研究更多地聚焦于比较不同国家和地区之间人们的环境态度和行为有何区别(例如:Diekmann & Franzen, 1999; Weaver, 2002; Kilbourne & Pickett, 2008),而忽略了其中仍然存在的个人因素差异。值得注意的是,在后物质主义理论的视角下,公众对于环境的关心及参与并不仅仅是区域性的,同时也是与其个人身份和行为密切相关的。由于环境态度和行为的形成从本质上取决于特定社会当中个人的动机与认知(Kemmelmeier, Krol, & Kim, 2002),因此,我们仍然有必要在社会性的影响因素之外,进一步从个人层面上考察环境观念及参与的影响因素。

环境关心的关键影响因素之一是个体所面临的信息机会(Ahern, 2012)。近年来,越来越多的环境社会学与环境心理学研究将社会情境变量纳入对环境行为和决策的预测中,这些因素在个体的环境世界观和态度中扮演着越来越重要的角色(Oreg & Katz-Gerro, 2006; Stern, 2000; Stern & Dietz, 1994)。如果我们将人们的环境态度与行为视作特定社会情境所形塑的产物,那么,在个体形成环境态度的过程中,大众媒介可能发挥不同的作用,建构出不同立场的环境议题(Brechin & Kempton, 1994; Buttel & Taylor, 1992)。大量研究都曾考察过传播媒介与环境主义之间的关系(Davis, 1995; Holbert, Kwak, & Shah, 2005; Major & Atwood, 2004; Shanahan & McComas, 1997),其中最典型的理论机制体现为以下两种竞争中的解释:从积极的方面来看,按照 Inglehart(1977; 1997)的观点,媒介的发展是社会价值观变迁原因的四大重要方

面之一,而更为发达的媒介系统将会传达更多支持环境保护的信息。那些有机会接触到更多信息的公众,将会更好地被告知(well-informed),从而更容易成为乐于购买绿色产品的“道德消费者”(Strong, 1996)。另一方面,涵化理论则持有相反的假定,认为媒介在一定程度上助长了消费主义文化和趋势(Gerbner, et al., 1986),导致人们对环境漠不关心(Good, 2007),因此将受众引向环境主义的对立面。而在当下的中国,随着媒介经营方式及其信息内容的日益多元,上述两种理论后果均有可能发生。

以技术中介传播为特征的新媒体对环境信息建构的作用体现着大众媒体在赛博空间(cyber space)中的延伸。与此同时,社会化媒体加强和拓展着人们彼此之间的联系,人们越来越依赖其群体内部的身份和社会认同。自20世纪末以来,互联网在催生和促进环境行动主义的过程中扮演着举足轻重的角色,新媒体不仅为人们创造着联结机会,使得线上和线下与环境保护相关联的态度、社会参与和集体行动均越来越可能实现(Postmes & Brunsting, 2002),也通过包括地理信息系统(GIS)等在内的传播技术,为人们提供了参与环境决策的新方法(Kingston, Carver, Evans, & Turton, 2000)。

此外,告知性的人际交流也为公众提供着信息机会。作为获取信息的补充渠道,促使公众产生社会曝露(social exposure)的人际交流,也会在媒介曝露(media exposure)之外,对人们的环境议题讨论和参与动员产生极为重要的影响(Lee, 2011)。通过日常交往产生的社会交换和社会比较,人们能够将他人的环境态度和行为与自己进行参照(Hormuth, 1999),将其作为一种社会情境来反思自己的价值观、行为规范以及行动。人际交流为人们提供着角色模范、行动期许和同辈压力(Bandura, 1986; Brown, 1990; Shaffer, 1994),特别是在具有利社会导向的环境态度和行为当中(Ryan, 2000)。综上,本研究将信息机会操作化为人们通过包括报纸、杂志、广播和电视在内的传统媒体,以技术中介为手段的新媒体,以及人际讨论三种渠道接触信息的频率,提出如下研究假设:

H6:控制个人层面的其他变量和地区层面变量后,通过个体获取信息的不同频率,包括传统媒体使用、新媒体使用和人际讨论,能够显著预测其环境观念和环境参与。

对环境的理解和感知将改变人们的个体行为、公共意见和公共政策。而做出合适的环境决策,需要个体具备足够的环境知识(Schahn & Holzer, 1990)。

根据理性行动理论,人们在参与环境行动之前会考虑该行动带来的后果,因此往往会选择参与能够带来期望结果的环境行动(Fishbein & Ajzen, 1975)。在这一模式当中,环境行为意向的产生取决于人们的环境态度,而环境态度则受到人们基于其环境知识而产生的行动信念的影响。环境和环境议题的知识,本身是指向科学性和技术性的(Arcury, Scollay, & Johnson, 1987)。因此,人们对于环境的观念和参与通常建立在其在对相关科学知识的了解上。在一般意义上,科学知识与人们的生态态度密切相关(Maloney & Ward, 1973; Maloney, Ward, & Braucht, 1975);Schultz(2001)发现,行为主义环境研究早期的研究者们甚至将公众关于环境议题的科学知识作为其环境关心水平的一部分(Lounsbury & Tornatzky, 1977)。基于环境的科学知识被若干研究确认为环境态度与行为形成的先行变量(如:Dunlap & Van Liere, 1978; Weigel & Weigel, 1978),而上述科学知识则与对科学的态度(attitudes toward science)呈现出正向的关联(Sturgis & Allum, 2004)。所谓对科学的态度,是指人们对于科学及其社会影响和科学家们本身所持有的一种情感、信念以及价值观(Osborne, Simon, & Collins, 2003),它将进一步影响人们的环境动机、环境行为及其后果(Potter & Wetherall, 1987)。综上,可推出如下研究假设:

H7:控制个人层面的其他变量和地区层面变量后,由个体对科学的态度,可预测其环境观念和环境参与水平。

公民参与也和社会资本之间存在着广泛的联系(Howard & Gilbert, 2008; Valenzuela, Park, & Kee, 2009),这一概念的内涵与外延涵盖了人们社会关系网络中的联结、交换、互信互惠和社会规范等内容,能够有效地在国家层面上促进行政效率和经济增长(Coleman, 1990: 300 - 321; Putnam, 1993: 167),同时在人际和组织层面上促进有效的合作和社会问题的解决(Waddock, 1993; Tandler & Friedheim, 1994)。既有文献在很大程度上忽视了社会资本与人们的环保态度及行为之间的关联,而实际上,社会资本概念当中的信任维度都是解释个人环保态度差异的关键变量(Torgler & Garcia-Valinas, 2007),互惠性也能够促进人们长期社会责任的发展,最终达成积极的环境结果(Pretty, & Smith, 2004)。对于特定的社区而言,社会资本镶嵌在群体行为当中,公众能够通过具有连通性的社会网络降低环境行动的合作成本,解决环境参与的集体行动难题(Rydin & Pennington, 2000),从而提升自然环境资源以及本地发

展问题的可持续解决和公平处理(Pretty & Ward, 2001)。良好的邻里关系也能够提升社区认同感对公民环境行动参与的积极作用(Lewicka, 2005)。

促进人们环境态度和行为形成的渠道有三个主要来源,包括他人、环境和人们自身(De Young, 1996)。社会资本能够在不同层面上为个人、家庭和公众带来福祉(Stone, Gray, & Hughes, 2004)。在个体内部层面,社会资本首先体现为个体的生活满意度(Scheufele & Shah, 2000),这是一种个体对周遭环境正面或负面的整体评估。与生活满意度类似,主观幸福感是人类一系列情感反应和满足现象的总称(Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999),也是个体社会资本在其人内层面的投射(Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985)。研究显示,生活满意度、主观幸福感与生态保护等利社会行为之间存在正向关联(Dunn, Aknin, & Norton, 2008; Tapia-Fonllem, et al., 2013);一项在中国 14 个城市开展的调查也验证了生活满意度与环保行为共同增长的趋势(Xiao & Li, 2011)。作为可持续行为(sustainable behavior)的积极心理后果,生活满意度和主观幸福感都能够成为环保行为的决定性因素(Corral-Verdugo, et al., 2011; Corral-Verdugo, 2012),而对特定环境条件和治理政策的满意程度也能够促进环保行为的产生(Pelletier, Legault, & Tuson, 1996)。

此外,社会资本的决定和被决定因素也包含个体感知的主观健康状况(Szreter & Woolcock, 2004)。具体而言,具有更高社会资本的个体,由于身处具有更高程度的社会团结和公共健康的社区当中,因此往往会更多地注重个人健康问题,降低与健康有关的风险行为,从而对个人的未来健康产生更加强有力的影响(Lindström, Hanson, & Östergren, 2001)。既有研究发现,公众对于环境—健康(environmental-health)议题的关注和对环境本身的关心常常是共同变化的(Adeola, 1998),而对个人健康的感知和关注也与人们对环境质量的要求息息相关(Scherhorn, 1993),且可能进一步影响公众环境关心和参与的程度(Rundmo, 1999)。

与此同时,社会资本也被一些学者定义为指向社区和政治公共品的行动前提(Gil de Zúñiga, Jung, & Valenzuela, 2012; Shah & Gil de Zúñiga, 2008)。社会网络和社会互动在政治参与中扮演着重要的角色(McClurg, 2003),各类社会组织的成员身份将激发人们共同的政治兴趣(Putnam, 2000),提高其被动员的能力(Leighley, 1996)。从这种意义上来看,社会资本可延伸至政治信任和政治兴趣等一系列政治行动的先行因素当中。在西方社会,由于环境问题是关乎政治投票的重要公共议题,因此,个体的意识形态偏向、党派选择和政治行为

往往能够反映其对环境的態度(Buttel & Flinn, 1978; Engel & Potschke, 1998; Witzke & Urfei, 2001)。政治氛围可被视为一种非正规环境影响下的教育,在正规教育之外,起到塑造公众环境態度和行为的作用。研究表明,政治上更活跃的年轻人更容易成为环境行动主义者(Quintelier, 2008);普遍来看,对政治感兴趣的公众将获得更为全面的政治信息和知识(Kvaløy, Finseraas, & Listhaug, 2012),也会更加关注环境议题和问题,从而产生更明确的环保意愿(Torgler & Garcia-Valiñas, 2007)。综上,提出以下研究假设:

H8:控制个人层面的其他变量和地区层面变量后,由个体的生活满意度、幸福感、健康状况和政治兴趣,可预测其环境观念和環境参与水平。

除了社会层面上的总体文化价值之外,个体本身持有的特定价值观也是环境主义的重要影响因素之一(Kidd & Lee, 1997)。其中,权威主义(authoritarianism)价值观是一种在“群体专制/一致性”和“个人自主/多元性”之间寻找适当平衡的个人倾向(Stenner, 2005, p. 14),包含了因循守旧、顺从权威和压制后辈等多重内涵(Altemeyer, 1981),权威主义被认为与包含环境参与在内的一系列政治参与行为有关(Singh & Dunn, 2015)。据此,本研究提出最后一个研究假设:

H9:控制个人层面的其他变量和地区层面变量后,由个体的权威主义价值观指数,可预测其环境观念和環境参与水平。

接下来,研究将采用二手数据分析(secondary data analysis)方法,运用现有数据集中的有关变量,回答前述研究问题,并检验相关研究假设。

四、研究方法

(一)数据来源与样本描述

本研究以第六次世界价值观调查(World Values Survey Wave 6, WVS6)的中国地区数据为基础,比较我国以省级行政单位为划分依据的不同地区公众的环境观念和環境参与,以及它们在个人层面和地区层面的多层次差异。该调查中的中国部分于2012年10月至2013年1月间展开,调查总体涵盖了除港澳台

地区之外的中国的 24 个省、直辖市或自治区从 18 岁到 75 岁的成年公民,采用 GPS/GIS 辅助区域抽样这一分层次、多阶段、按规模大小成比例(Probability Proportionate to Size, PPS)的概率抽样方法(Landry & Shen, 2005),能够在国内流动人口比例较高的情况下最大限度地纠正覆盖偏差(coverage bias)。

该调查共发放 3496 份问卷,回收有效问卷 2300 份,有效回收率为 65.8%。样本平均年龄为 42.29 岁(S.D. = 14.37),有效受访者当中包括男性 1169 人(50.8%),女性 1131 人(49.2%);未受正规教育者 136 人(5.9%),小学 448 人(19.5%),初中 1069 人(46.5%),高中(含中专)380 人(16.5%),大学(含大专)及以上 266 人(11.6%);城市人口 1260 人(54.8%),农村人口 1040 人(45.2%);共涉及 24 个省级行政单位^①,其中样本量最少的为 26 人(吉林省),最多的为 229 人(山东省)。各地区有效样本量(参见附录 1)与该地区实际人口比例大致相当。总体而言,该调查样本具有较好的代表性,能够从中推断出我国公众环境关心和参与的总体状况。

(二) 变量测量

1. 因变量的测量

环境态度。环境态度在本研究中体现为公众是否有强烈的环境保护意识,其测量由 WVS6 中两个变量的平均值合并而成。前一个问题令受访者在 5 个选项中选择一项“对全世界最为严重的问题”,选择“环境污染”者计 1 分;第二题则令受访者在关于环境保护和经济增长的两个冲突观点之间进行选择,认为应当环境保护优先者得 1 分。变量最终的取值范围在 0 到 1 之间。

环境行为。环境行为测度的是受访者在环境和生态保护行为及其组织当中的介入程度,由 WVS6 中三个题项得分的平均值构成,包括受访者是环境/生态保护组织当中的积极成员、一般成员或非成员,受访者在过去两年中是否资助过生态组织以及参与过环境问题有关的示威游行。由于第一题选择“积极成员”的比例极低,故与“一般成员”进行合并,三题均以是或否计分,最终得分亦在 0 到 1 的范围内。

2. 个人层次的预测变量

信息机会。在 WVS6 中,信息机会主要关注信息性的媒介接触频率,操作化为人们将何种渠道作为信息资源、以何种频率了解国家和世界大事。信息接

^① 结合样本实际情况,本研究将省级行政单位(包括直辖市、自治区等)作为集合单元。各省级行政单位为区隔的地区之间在经济发展、环境生态、文化和价值观等状况上具有异质性,地区之内则具有某种特定的同质性,因此可以从中考察地区层面的结构性差异对各地公众环境参与的影响。