

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

林奇富 殷 昊

内容提要:娱乐是互联网媒介消费的重要内容,也是互联网媒介迅速发展的主要动力。媒介娱乐化长期以来被认为会腐蚀社会资本、进而引发政治冷漠,对公民政治参与产生消极影响。然而,近年来互联网媒介发展的深刻变化似乎偏离了传统意义上娱乐与政治参与的关系,之前的理论已无法对其进行充分的解释。本文在对 2017 年中国网民社会意识调查的数据分析中发现媒介娱乐化并未对政治参与产生消极影响,媒介偏好与政治参与呈现出复杂的关系:一方面,娱乐内容偏好对政治参与无显著影响;另一方面,政治内容偏好对政治行动有消极影响,但对政治表达与讨论有积极影响。结合当下中国网民政治参与的信息与政治环境,本文提出更加平衡的受众内容偏好与更高程度的政治参与相联系,平衡的内容偏好对中国网民政治参与将产生积极影响。而互联网媒体中娱乐内容与政治信息的相互融合则是这一研究发现的主要原因。

关键词:网民 媒介内容 娱乐化 政治参与

娱乐是互联网媒介消费的重要内容,也是互联网媒介迅速发展的主要动力。长期以来,娱乐化被视为媒介发展过程中导致政治冷漠的原因之一。以罗伯特·帕特南(Robert D. Putnam)为首的一派学者认为,以有线电视与互联网为代表的媒介技术主要用于娱乐,这会减少公民用于社会政治参与的时间、腐蚀其社会资本。^①然而,随着互联网媒介近十余年的发展变化,娱乐内容对公民政治参与的影响也逐渐发生变化。2019 年 8 月,针对香港激进示威者暴力行为与分裂国家的言论,“饭圈女孩”以“出征”境外社交媒体的方式与香港分裂势力进行了舆论斗争,在谴责暴力与分裂行为的同时,支持香港警察恢复香港社会秩序。“饭圈女孩”——娱乐明星的粉丝群体——作为媒介消费高度娱乐化的受众,在此次香港政治风波中表现出了极高的爱国热情、参与意识与政治行动力,也受到了官方媒体的高度评价。^②可见,传统意义上对娱乐与政

^{*} 本文为国家社会科学基金项目“当代民主代表理论研究”(17BZZ085)研究成果。

^① Putnam, Robert D., *Bowling alone: America's declining social capital*, Simon & Schuster, 2000, pp. 178 ~ 195.

^② 参见央视网:《止暴制乱的主流民意不可违》,2019 年 8 月 19 日, <http://news.cctv.com/2019/08/18/ARTIq1Pi2AVAtk9diJ5i1Tav190818.shtml>, 2019 年 11 月 20 日。

治参与的理解已不足以解释当下网民的媒介消费与政治参与之间的关系。在互联网媒介发展的新阶段,探究受众娱乐偏好对政治参与的影响,重新思考娱乐与政治的关系,有着重要的理论和实践意义。

一、娱乐、互联网与公民政治参与

(一) 娱乐化:公民政治参与的阻力?

娱乐作为互联网媒介的重要功能之一,被许多学者认为是其对公民政治参与产生消极影响的根源。早在娱乐化时代全面到来之前,关于娱乐消极影响的担忧就可见于反乌托邦作者阿道司·赫胥黎(Aldous L. Huxley)的作品《美丽新世界》之中。富有洞见的观察者站在电视时代的伊始,对电视娱乐内容带来的社会文化衰退敲响了警钟^①。政治学研究者对娱乐化的关注则集中于娱乐化可能导致的政治参与衰退、年轻一代的愤世嫉俗与政治冷漠之间的关系。

针对娱乐所带来的政治影响,帕特南提出了“时间替代(time displacement)”假说:电视娱乐节目“偷走了”公民本可以用来进行社区和政治活动的时间,不利于其政治参与。这种“时间替代”还将腐蚀公民的社会资本,助长其自由主义的态度,严重阻碍公民广泛的政治参与。^② 尽管围绕“时间替代”是否是娱乐所造成的消极影响,一些学者提出了质疑^③,但帕特南的基本观点得到了普遍认可。娱乐被认为是非公共性的、非理性的和逃避性的,对政治参与有着消极影响。后来的学者也在个人政治行为层面为这一结论找到了经验证据:公民对媒体娱乐内容的偏好与其选举参与的可能性呈负相关关系。^④

然而,媒介娱乐化的政治影响不止于此。娱乐化作为现代媒介发展的一大趋势,一方面,意味着媒体中娱乐内容的比例快速增加;另一方面,则意味着娱乐化倾向对原本严肃的新闻内容的侵蚀,以及新闻与娱乐的边界日趋模糊。^⑤ 由“信息(information)”“娱乐(entertainment)”合而为一的“信息娱乐(infotainment)”,成为政治传播研究中具有影响力的概念。^⑥ 这一趋势的最主要体现是娱乐化的新闻内容——软新闻的流行。软新闻对政治传播和公民参与造成的影响,长期以来都是政治学和传播学所关注的议题。与硬新闻相比,软新闻更贴近生活、能够为受众提供娱乐。惮于市场竞争中处于不利地位,硬新闻的编辑们也越来越软化他们内容,以保持受众的兴趣。丑闻、灾难和风流逸事成为了“政治新闻”的主力,这与民主理论家要求的严肃新闻体系相去甚远^⑦。尽管有学者认为软新闻有着增进政治知识的积极效果^⑧,但近年来的实证研究却得出

① 尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,第18~33页,中信出版集团,2015年版。

② Putnam, Robert D., *Bowling alone: America's declining social capital*, Simon & Schuster, 2000, pp. 178 ~ 195.

③ Moy, Patricia, Dietram A. Scheufele, and R. Lance Holbert, "Television Use and Social Capital: Testing Putnam's Time Displacement Hypothesis", *Mass Communication and Society*, Vol. 2, No. 1 ~ 2, 1999.

④ 参见 Prior, Markus. "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout", *American Journal of Political Science*, Vol. 49, No. 3, 2005. 以及 Rittenberg, Jason, David Tewksbury, and Shanna Casey, "Media Preferences and Democracy: Refining the 'Relative Entertainment Preference' Hypothesis", *Mass Communication and Society*, Vol. 15, No. 6, 2012.

⑤ Carpin Michael X. Delli, and B. A. Williams, "Let Us Infotain You: Politics in The New Media Age", *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge University Press, 2001, pp. 160 ~ 181.

⑥ 殷乐:《新闻和娱乐之间:概念群的出现及变迁》,《新闻与传播研究》,2017年第6期。

⑦ Thussu, Daya Kishan, *News as Entertainment: the Rise of Global Infotainment*, Sage, 2008, pp. 1 ~ 14.

⑧ Baum, Matthew A., "Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?", *Political Communication*, Vol. 20, No. 2, 2003.

了不同的结论:软新闻更加关注负面和耸人听闻的政治信息,更有可能导致受众对政治的失望与不屑^①。有学者通过建立测量政治新闻软硬度的指标,发现软新闻的接触会增加公民对政治的玩世不恭态度,削弱其政治参与^②。

可见,无论对于媒体中的娱乐内容还是娱乐化的软新闻而言,大部分学者都将之与政治参与的衰退联系起来。尽管如此,仍有一部分学者以不同的视角看待娱乐化的政治影响。一方面,基于媒介受众层面的研究发现,娱乐并非对公民的政治知识毫无益处。一些学者用实验设计证明了娱乐体验存在“双进程模式”:娱乐可以作为逃避现实的体验,也可以作为自我实现的体验。基于“实现感”(eudaimonic experience)的娱乐体验会激发人们求知的兴趣,促进他们对娱乐中所涉及政治问题的讨论与反思^③。另外,受众的个体人格差异也被视为媒体接触过程影响政治参与的调节因素。娱乐对政治参与的消极作用,对那些有着自我超越价值观,以及对改变持开放态度的受访者的影响最为明显^④。另一方面,尽管娱乐化的政治内容遭到许多学者的批评,但大多数研究者都承认娱乐化的政治新闻和政治节目能在一定程度上增进受众的政治知识。兰斯·R·霍尔伯特(Lance R. Holbert)等学者对政治讽刺类电视节目研究进行元分析时发现,大多数研究都承认这类内容能够促进政治知识^⑤,对不同类型电视节目的接触也往往能够对个人的政治行为有着很好的预测作用^⑥。也有一些学者着眼于受众媒体接触的不同目的和偏好,认为其会激发不同的信息处理过程,从而达到不同的媒介接触效果。在一定的信息处理模式下,某些娱乐会增加公众对于政治知识的掌握。这使得娱乐节目可能会通过增加公民的政治知识进而有助于促进政治参与,尽管这并不足以证明娱乐内容比新闻内容更有利于政治参与。^⑦

关于娱乐与政治参与关系的另一类文献,则跳出了娱乐对政治参与影响的积极-消极二元论,转而以更宽泛的视角看待政治参与和娱乐媒体的使用。这种宽泛视角主要体现为将日常生活中的意义建构作为一个政治领域,试图调和政治与日常生活的脱节^⑧。政治话语可以是理性的,但也有其象征、情感和审美的维度^⑨。当人们在用娱乐来建构日常生活的意义时,娱乐就有了其政治性。在这个意义上,娱乐也为公民,尤其是年轻公民,提供了一种表达和理解自身与政治关系的特殊路径。这些学者以经验材料证实,现实中围绕流行娱乐文化的讨论隐藏着大量政治信息,只是这些信息在狭义理解的政治参与下未被识别。更有一些学者认为,鉴于政治新闻内

① Nguyen, An, "The Effect of Soft News on Public Attachment to the News: Is "Infotainment" Good for Democracy?", *Journalism Studies*, Vol. 13, No. 5 ~ 6, 2012.

② Boukes, Mark, and Hajo G. Boomgaarden "Soft News with Hard Consequences? Introducing a Nuanced Measure of Soft Versus Hard News Exposure and its Relationship with Political Cynicism", *Communication Research*, Vol. 42, No. 5, 2015.

③ Bartsch, Anne, and Frank M. Schneider, "Entertainment and Politics Revisited: How Non-Escapist Forms of Entertainment can Stimulate Political Interest and Information Seeking", *Journal of Communication*, Vol. 64, No. 3, 2014.

④ Besley, John C., "The Role of Entertainment Television and its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation", *Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 11, No. 2, 2006.

⑤ Holbert, R. Lance, "A Typology for The Study of Entertainment Television and Politics", *American Behavioral Scientist*, Vol. 49, No. 3, 2005.

⑥ Kim, Young Mie, and John Vishak, "Just laugh! You Don't Need to Remember: The Effects of Entertainment Media on Political Information Acquisition and Information Processing in Political Judgment", *Journal of communication*, Vol. 58, No. 2, 2008.

⑦ Hollander, Barry A., "Late-Night Learning: Do Entertainment Programs Increase Political Campaign Knowledge for Young Viewers?", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 49, No. 4, 2005.

⑧ Coleman, Stephen, "Mediated Politics and Everyday Life", *International Journal of Communication*, Vol. 1, No. 1, 2007.

⑨ Wu, Jingsi Christina, "Expanding Civic Engagement in China: Super Girl and Entertainment-Based Online Community", *Information, Communication & Society*, Vol. 17, No. 1, 2014.

容机械、正式和复杂的特性,娱乐有时比新闻在政治问题上的讨论更深入^①。总体来看,这些观点对娱乐与政治关系这一层次的理解展现出了较高的包容性,它容纳了现代传媒环境下公民对政治议题的多样化诉求。有学者指出,尽管娱乐化对政治议题的解构与重构在一定程度上弱化了政治的严肃意义,但政治已经不可避免地进入了亚文化消费的领域之中,反之亦然。^②可见,在娱乐与政治相互渗透的今天,完全从对立的视角来思考二者的关系,已无法深入把握公民互联网媒体消费与政治参与之间的复杂关系。

(二) 互联网:娱乐化的助推器?

互联网与政治参与的关系是学界颇为关注的研究议题。然而,自互联网诞生以来,对于此问题的研究却未能达成较为广泛的共识。技术乐观主义者认为,互联网的讨论能够促进公民参与和公共领域的复兴,是一种有着民主潜力的新媒介^③。而另一些学者则对此持怀疑态度,认为互联网技术会产生“数字鸿沟”,造成公民政治参与的不平等^④;互联网也可能由于娱乐化的加深造成公共领域的衰退,不利于公民的政治参与^⑤。一个矛盾的现象是,上述两种观点均得到了经验研究的支持。互联网对政治参与的复杂影响,从学者们围绕此议题的争议可见一斑。正因如此,围绕互联网政治后果的研究逐渐从互联网作为单一技术变量对政治参与的影响,扩展到了以互联网为背景的多因素影响研究。^⑥这其中,本文所关注的问题是:作为娱乐化“助推器”的互联网,是否会扩大其对政治参与的消极影响?

帕特南在对电视娱乐节目的研究中对这一问题进行了颇具前瞻性的思考。在对电视娱乐节目的“时间替代”效应进行论述之后,帕特南补充道,互联网对社会资本以及政治参与的影响是复杂的。尽管自互联网的产生和普及以来,美国的政治参与经历了前所未有的衰退,但这更可能是互联网普及之前政治参与衰退大潮的继续,而并非互联网技术本身带来的影响。另外,互联网能够为公民提供“虚拟社会资本(virtual social capital)”,为公民提供了新的公共领域。尽管帕特南无法断言“虚拟社会资本”是否为一个自相矛盾的概念,但他提醒道,大量基于互联网的集体行动以及早期网民对社会活动参与的活跃程度不容忽视。因此,帕特南对于互联网与娱乐化的关系基本持中立态度。他认为互联网有机会成为“更好的电话”,增进公民的社会资本,扭转电视娱乐的消极影响;也有机会成为“更好的电视”,成为娱乐化腐蚀公民参与的助推器:“互联网可能成为公民参与问题解决之法的一部分,也可能使问题恶化,但网络革命本身并不是这一问题的原因。”^⑦

尽管帕特南并未断言互联网加剧了娱乐化的消极影响,一些学者的实证研究却为此提供了经验支持。马库斯·普赖尔(Markus Prior)在其研究中建立了“相对娱乐偏好(Relative Entertainment Preference,下文称 REP)”的概念,用以表示受众相比于其他媒介内容(主要指新闻内容),更偏好娱乐内容的程度。利用问卷调查数据,普赖尔证明了相对娱乐偏好与公民选举投票的负相关关系,并进一步探究了有线电视、互联网两种媒介的接入,在相对娱乐偏好与政治参

① Theocharis, Yannis, and Ellen Quintelier, “Stimulating Citizenship or Expanding Entertainment? The Effect of Facebook on Adolescent Participation”, *New Media & Society*, Vol. 18, No. 5, 2016.

② 曾昕:《严肃议题的消解与重构——亚文化视域下的青少年政治社会议题传播》,《新闻春秋》,2020年第1期。

③ Papacharissi, Zizi, “Democracy Online: Civility, Politeness, and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups”, *New Media & Society*, Vol. 6, No. 2, 2004.

④ Van Dijk, Jan AGM, “Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings”, *Poetics*, Vol. 34 No. 4 ~ 5, 2006; 申建林、张晶晶:《网络是民主的引擎?——技术乐观主义的困境与网络民主前景》,《理论探讨》,2019年第1期。

⑤⑦ Putnam, Robert D., *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, Simon & Schuster, 2000, pp. 178 ~ 195.

⑥ H. Farrell, “The Consequences of The Internet for Politics”, *Annual Review of Political Science*, Vol. 15, No. 2012.

与关系中的调节作用。普赖尔发现,有线电视和互联网的接入会加剧相对娱乐偏好(REP)对政治参与的消极影响。他进一步解释道,有线电视和互联网以其极快的传播速度和丰富的媒介内容,赋予了受众选择自己喜爱内容的极大自由,从而使得有着更高娱乐偏好的公民更加远离政治的内容。由此带来的政治知识缺失导致其参与政治选举的可能性降低。^① 贾森·里滕伯格(Jason Rittenberg)等学者对普赖尔相对娱乐偏好的测量方式进行了优化,其研究结果依然支持普赖尔提出的结论。^②

随着互联网媒介进一步发展,Web2.0时代、“互联网+”等概念相继为学界关注,也对普赖尔等学者的研究结论构成了一定冲击。金龙焕(Kim Yonghwan)在对美国2008~2009年的一项调查数据的分析中发现,尽管相对娱乐消费(relative entertainment use)与政治参与无显著相关,但偶然的新闻接触(incidental news exposure)却与其政治参与呈正相关。也就是说,偶然的政治信息接触被证明对政治知识有着显著的积极影响^③。这一发现对于研究今天的互联网与政治参与仍然十分重要:在娱乐信息空前庞杂、信息的碎片化日趋加剧、媒介融合不断加深的今天,互联网信息环境似乎更有利于受众偶然的政治信息接触。互联网媒介的快速发展和急剧变迁,很有可能为公民娱乐内容偏好与政治参与的关系、乃至娱乐与政治的关系,带来新的值得关注的变化。

二、研究假设、数据与概念操作化

总的来看,围绕公民娱乐偏好和政治参与的研究对政治参与的认识与测量过于窄化,他们大都以选举投票作为唯一测量方式。这一测量方式,既无法涵盖普遍存在的非制度化政治参与,也无法适应互联网时代线上政治参与和线下政治参与的分野。对中国情境下以“治权”^④行使为主的政治参与模式而言,上述研究的参考价值也较为有限。本文利用国内的网民调查数据,对中国网民娱乐偏好对政治参与的影响进行了研究。在借鉴国外学者既有研究的基础上,结合当前中国互联网媒介环境和政治参与模式,对研究假设、概念及操作化等方面进行了重新设计,目的是探究中国网民的娱乐偏好与多形式政治参与之间的关系,以期从互联网媒介角度为构建良性有序线上、线下的政治参与提出有建设性的建议,同时为在当今互联网媒介环境下重新思考娱乐与政治的关系提供参考。

(一) 研究假设

如前文所述,学界普遍认为公民的娱乐偏好对其政治参与会产生消极影响。依照普赖尔的分析逻辑,互联网赋予用户自我选择内容的自由是导致其加剧公民的相对娱乐偏好消极影响的主要原因。在互联网媒介深入发展,媒介内容高度膨胀的今天,受众的内容选择权被空前扩大,几乎任何互联网用户都可以便捷地根据自己的偏好进行媒介内容选择。因此,相对娱乐偏好与政治参与的消极关系仍然存在,甚至被加强。由此,本研究以中国近年的网民调查数据对这一结

① Prior, Markus. "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout", *American Journal of Political Science*, Vol. 49, No. 3, 2005.

② Rittenberg, Jason, David Tewksbury, and Shanna Casey, "Media Preferences and Democracy: Refining The 'Relative Entertainment Preference' Hypothesis", *Mass Communication and Society*, Vol. 15, No. 6, 2012.

③ Kim, Yonghwan, Hsuan-Ting Chen, and Homero Gil De Zúñiga, "Stumbling Upon News on the Internet: Effects of Incidental News Exposure and Relative Entertainment Use on Political Engagement", *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, No. 6, 2013.

④ 肖滨:《“一体双权”:中国政治学的一个分析框架——与景跃进教授商榷和对话》,《政治学研究》,2020年第1期。

论进行验证,提出第一个假设:

假设1:网民对娱乐内容的相对偏好会对其政治参与产生消极影响。

普赖尔、里腾伯格等学者在研究中对公民的娱乐内容偏好采取了相对化的测量方式,即以“相对娱乐偏好”这一单一变量作为公民娱乐偏好乃至媒介内容偏好的考察方式。虽然这有利于模型的简化,但也忽视受众对某一类媒介内容的绝对偏好。在里腾伯格等学者以实际接触而非主观偏好测量“相对娱乐偏好”的操作中,这一相对化测量方式的缺陷更为明显。举例来说,对政治内容和娱乐内容均极少接触的公民,与对两类内容都大量接触的公民,其相对娱乐偏好的指标在数据上是相同的。在媒体娱乐化和商业化深入发展的今天,娱乐内容几乎渗透到了公民生活的每一个领域。媒介技术的迅速发展、商业运作的成熟以及互联网媒介的独特生产方式,使互联网娱乐内容的生产达到了空前规模。因此,在娱乐内容与政治内容本就严重不平衡的今天,相对化的内容偏好测量可能损失更多的媒介消费信息,进而带来预测的偏差。为了降低测量偏差,本研究除了用相对测量的内容偏好对政治参与进行回归外,还分别测试了网民对娱乐内容、公共事务内容的绝对偏好对其多形式政治参与的影响。由此,我们提出了第二个研究假设:

假设2:网民的娱乐内容、公共事务内容的绝对偏好会分别对不同形式的政治参与产生不同影响。

除此之外,与互联网媒介相伴生的媒介内容碎片化、整合化的特点也许会动摇前人研究所得出的结论。帕特南针对电视媒介提出的“时间替代假说”在当前互联网媒介环境中受到了较大挑战:媒介消费的碎片化日趋显著,极大降低了受众获取信息的时间成本,使得受众在有限时间内获取的信息量大大增加。这改变了电视观众节目选择时所面临的“非此即彼”的境况,消费大量娱乐内容的网民同时也接触大量公共事务内容。另外,网络新媒体有着强大的内容整合能力:微博、微信、新闻客户端等媒体平台对娱乐内容和公共事务内容的整合,大大增加了公民媒介消费时偶然接触政治信息的可能性。这都意味着互联网媒介很大程度上调和了网民娱乐内容偏好与政治内容偏好的矛盾,网民对娱乐内容更高的偏好并不意味着其政治内容接触的缺失。互联网娱乐产业的繁荣发展对传统政治传播造成的冲击同样不容小觑。娱乐内容占据了媒体内容的绝大多数,使得原有的政治传播手段已不足以在娱乐内容的挤压下达到预期的效果。政治传播的主体越来越倾向于依托娱乐平台和娱乐内容进行传播活动,这使得娱乐与政治的边界更加模糊。这种趋势可能的后果是公民对政治信息的获取不再与其政治信息的偏好以及政治兴趣相关,转而与其媒体接触的总量相关。政治软新闻在信息领域的盛行也值得研究者进一步关注。软新闻所导致的政治冷漠,可能将削弱政治信息接触与政治参与的积极联系,甚至将其引导至相反的方向。

基于上述原因,我们提出更加平衡的内容偏好会与网民的政治参与有着积极的联系。有着更加平衡内容偏好的公民既接触了一定的政治信息作为其各种形式政治参与的基础,又会尽可能少的受到软新闻负面作用的影响。因此,本研究提出第三个假设:

假设3:网民对娱乐内容、公共事务内容的偏好越平衡,越倾向于进行政治参与。

(二)数据来源与研究方法

本研究所采用的数据是中国人民大学马得勇教授于2017年4月~5月进行的“网民社会意识调查(2017年版)”。该调查以中国网民为对象,问卷的发放、收集均在线进行。问卷主要在“问卷网”(www.wenjuan.com)发放,也包括新浪微博的部分问卷。在收集问卷时还根据实际网民的性别比例(男女比例56:44)设定了答题者的性别比例。调查者还根据受访者答题时长和受

访者对答题质量的自评,对问卷进行了过滤筛选,最终得到有效问卷 2379 份。^① 网络调查问卷中除包含测量网民的意识形态、价值观、社会认同等测量网民社会意识的问题,以及有关网络谣言的实验设计之外,还包含了大量媒体接触的数据。相比 2015 年及更早的调查数据,2017 年的网民社会意识调查数据中对媒体接触、媒体偏好的测量更为详细,包含了针对不同类型的内容偏好以及接触的问题。此外,测量公民不同形式表达政治观点的问题也存在于此次调查问卷之中。

在调查问卷中,作为本文研究因变量的政治参与在问卷中被设置为“从来不参加、基本不参加、偶尔参加、经常参加”的有序离散变量。基于因变量的上述特征,本研究采取有序 Probit 模型进行回归分析。研究所关注的自变量为不同方法测量的媒介内容偏好,以及媒介内容偏好与政治兴趣的交互项。除感兴趣的自变量外,本研究也加入性别、年龄及其平方、教育程度及其平方、收入、居住地等人口统计学控制变量组,以及代表传统媒体的报纸、电视使用的控制变量组。

本研究分三部分进行实证分析:首先,对政治参与、相对娱乐偏好以及政治兴趣与相对娱乐偏好的交互项进行回归,探究二者的关系及政治兴趣在其中的调节作用;其次,将相对偏好的自变量换为对娱乐内容、公共事务内容的绝对偏好变量,分别分析二者与不同形式政治参与的关系,以及二者的交互作用;最后,在第二部分研究的基础上,建立内容偏好平衡度的变量,探究更为平衡的内容偏好是否与更高程度的政治参与相联系。

(三) 核心概念及操作化

本研究所涉及的核心概念,一是媒介内容偏好,二是政治参与。

1. 媒介内容偏好。媒介内容偏好是指受众相比于其他媒体形式或内容,更倾向于特定媒体或内容的程度。本研究重点关注网民的娱乐内容偏好对政治参与的影响,并同时以网民的政治内容偏好作为娱乐偏好的参考变量。由于本研究的研究对象为中国网民,且关注互联网媒介的影响,故以互联网内容的接触与偏好作为测量标准。

普赖尔在其研究中建立了“相对娱乐偏好”的测量方法,以测量受访者的媒介内容偏好^②。之后,里腾伯格等学者对其测量方法进行了修正,以受访者实际接触而非主观评价作为测量依据,并将媒介内容进一步分类为娱乐内容、社会内容和政治内容,但仍然采取相对化的测量方式^③。相对化的测量方式存在着损失信息、不适合互联网时代的媒介特点这两种缺陷。因此,本研究对媒介内容偏好的测量则同样以受访者实际接触而非主观评价作为测量依据,采取相对娱乐偏好与绝对偏好并行的方式进行。

具体而言,首先,我们采用受访者对问卷中“您上网主要是做什么?您经常这样吗?”这一问题下“看娱乐体育新闻、看电影电视剧”,以及“了解时事政治经济社会类消息”两个子问题的回答(几乎没有,偶尔如此,经常如此,几乎每天如此),作为媒介内容偏好的数据来源。其次,网民的相对娱乐偏好是由网民对娱乐内容的接触频率减去其公共事务内容的接触频率而得出的,区间为 $[-3, 3]$ 的有序离散变量,用以表示该网民受访者相较于公共事务内容更偏好娱乐内容的程度。网民对娱乐内容和公共事务内容的绝对偏好则直接采用网民对两类内容接触频率,将其处理为区间为 $[1, 4]$ 的有序离散变量,用以表示该网民受访者分别对娱乐内容和公共事务内容

① 参见马得勇:《2017 年网民意识调查基本情况说明》,2019 年 2 月 19, <http://www.cnsda.org/index.php?r=projects/view&id=69084413>, 2019 年 11 月 20 日。

② Prior, Markus. “News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout”, *American Journal of Political Science*, Vol. 49, No. 3, 2005.

③ Rittenberg, Jason, David Tewksbury, and Shanna Casey, “Media Preferences and Democracy: Refining The “Relative Entertainment Preference” Hypothesis”, *Mass Communication and Society*, Vol. 15, No. 6, 2012.

的绝对偏好。最后,网民的偏好平衡度则由其相对娱乐偏好变量取绝对值并取负数的处理而得出,得到区间为 $[-3,0]$ 的有序离散变量,该数值越高则表明该网民受访者的娱乐、公共事务内容偏好越平衡。除此之外,还将受访者对不同类型电视节目的主观喜爱程度分类相加,作为其内容偏好的控制变量。这一处理所涉及的问卷问题如表1所示。

表1 * 11、您上网主要是做什么? 您经常这样吗? (矩阵单选题 * 必答)^①

	几乎没有	偶尔有 (每月1-2次)	经常如此 (每周2-3次)	几乎每天如此
看娱乐体育新闻、看电影电视剧	○	○	○	○
了解时事政治经济社会类消息	○	○	○	○
.....	○	○	○	○

2. 政治参与。政治参与可谓政治学研究中最为宽泛的概念之一,对这一概念的界定可以是较为狭窄的选举投票参与,也可以扩展至参加发表政治观点、参与政治讨论或实施政治行动(如多种类型的社会运动)等。就其意义而言,政治参与是现代民主政治中一种重要的机制,广泛的政治参与是现代政治系统的一大特征^②。进入互联网时代以来,作为传播媒介和虚拟公共领域的互联网受到了政治参与研究者的广泛关注。^③

面对宽泛的政治参与概念,不同学者从不同角度对其进行拆解、分类与测量。除了大多数西方研究学者以选举投票作为政治参与测量方式之外,制度性政治参与和非制度性政治参与的分野是我国政治参与研究中常见的处理方式。^④ 另外,肖滨等学者以“政治权力”“政治权利”两种视角看待政治参与,也就是政治参与体现了“政权”“治权”的分野。^⑤ 然而,这些对政治参与的理解与分类与本文从互联网媒介入手研究政治参与的研究视角不甚接洽。在互联网政治参与的研究中,政治参与“线上”“线下”的分野有着更为重要的意义。互联网作为新型传播媒介,其最为特殊之处并非在于传播的时效性,而在于其本身作为虚拟公共领域的作用。互联网所提供的不仅是政治信息,还是参与和讨论政治的场所。在对网民政治参与进行剖析时,互联网媒介的这一特点应被重视。鉴于此,本研究以政治参与“线上-线下”分野为基础,从新的视角来对网民政治参与进行定义和操作化。我们将政治参与划分为政治行动、政治表达和私人讨论。政治行动更多对应了网民的线下政治参与,而政治表达以网民线上参与为主要形式。这两种政治参与都会在一定程度上形成对政府及其政治行为的支持或影响。私人的政治讨论是公民私下进行的、未发表和未公开的政治表达与交流。与政治表达不同,私人讨论并不直接对政府及其行为构成影响,但其也被一些学者认为是政治参与的形式之一。德利·卡皮尼(Delli Carpini)等学者在对“讨论式参与”(discursive participation)的研究中指出,公民非正式的政治讨论和谈话的普遍性远超预期,这种谈话本身就是一种政治参与,且对民主政治具有重要意义。政治谈话能使公民加深对社会现实问题的学习和理解,培养人际信任,增加社会资本;也有助于形成社会舆论,促进选

① 参见马得勇《网民“阅读与态度”调查(2017-3)》问卷,2019年2月19日, <http://www.cnsda.org/index.php?r=projects/view&id=69084413>, 2019年11月20日。

② 塞缪尔·亨廷顿,《变化社会中的政治秩序》,第25~55页,上海人民出版社,2008年版。

③ 曲甜:《国外互联网政治参与研究:时空扩展、学科分化与阶段演进》,《国外社会科学》,2018年第4期。

④ 郑建君:《政治知识、社会公平感与选举参与的关系——基于媒体使用的高阶调节效应分析》,《政治学研究》,2019年第2期。

⑤ 肖滨:《“一体双权”:中国政治学的一个分析框架——与景跃进教授商榷和对话》,《政治学研究》,2020年第1期。

举等作为实际行动的政治参与^①。

基于上述概念分析,本研究将从三个方面来测量公民的政治参与。将问卷中“您平时通过哪些方式表达自己对政治、经济、社会问题的看法?”这一问题之下的不同变量进行分类相加处理。将“通过参加游行、示威、信访、上访、投票等实际行动表达自己的想法”的频率作为政治行动变量;将“在网上发帖回帖,撰文并向媒体投稿,在自己的微博、微信、博客上发言”作为公开政治表达变量;将“参加网络 QQ 群、微信群的讨论,通过邮件、聊天工具私下交流”作为私人政治讨论变量。将以上三者均处理为有序离散变量,变量处理所涉及的问题如表 2 所示。与既有研究对政治参与测量的方式相比,本研究的政治参与测量更能把握网民内容偏好与政治参与之间复杂的关系,也更能体现互联网作为政治参与场所——而非仅仅信息获取媒介——的重要作用。

表 2 * 18、您平时通过哪些方式表达自己对政治、经济、社会问题的看法?^②

	从来不参加	基本不参加	有时候参加	经常参加
线下和朋友聊天或举办讨论会	○	○	○	○
在网上发帖回帖	○	○	○	○
撰文并向媒体投稿	○	○	○	○
在自己的微博、微信、博客上发言	○	○	○	○
参加网络 QQ 群、微信群的讨论	○	○	○	○
通过邮件、聊天工具私下交流	○	○	○	○
通过参加游行、示威、信访、上访、投票等实际行动表达自己的想法	○	○	○	○

三、研究结果

(一) 相对娱乐偏好与政治参与无明显关系(研究 1)

如表 3 所示,模型 1、3、5 的因变量分别为政治行动、公共政治表达、私人政治讨论,自变量均为相对娱乐偏好;模型 2、4、6 分别对应模型 1、3、5,加入了相对娱乐偏好与政治兴趣的交互项,以测试政治兴趣对相对娱乐偏好影响的调节作用。所有模型均加入电视内容偏好控制变量、媒体接触控制变量、人口统计学控制变量。

统计分析的结果显示,相对娱乐偏好对政治行动有着显著的正效应,对政治表达、政治讨论则未见显著影响。因而假设 1 未被验证。在模型 2、4、6 对政治兴趣与相对娱乐偏好的交互性检验中,三个模型中的交互项均为显著,且交互项系数为正,可见政治兴趣与相对娱乐偏好对多种形式的政治参与均起着协同作用。但这一显著的调节作用在其主效应并不十分显著的情况下,其意义显得十分有限。

在控制变量组中,电视接触与报纸接触对政治参与有着截然相反的显著影响,这符合学界对二者作用的一贯认识。但令人意外的是,政治兴趣与政治行动并未见显著关系,而与政治表达、政治讨论则有着十分显著的正相关关系;对娱乐电视节目的爱好则与三种政治参与有着显著的正相关关系。一方面,这说明以主观评价为标准的内容偏好在进行预测时往往不甚可靠;另一方

① Carpini, Michael X. Delli, Fay Lomax Cook, and Lawrence R. Jacobs, “Public Deliberation, Discursive Participation, and Citizen Engagement: A Review of The Empirical literature”, *Annual Review of Political Science*, Vol. 7, 2004.

② 参见马得勇《网民“阅读与态度”调查(2017-3)》问卷,2019 年 2 月 19 日, <http://www.cnsda.org/index.php?r=projects/view&id=69084413>, 2019 年 11 月 20 日。

面,根据往年西方国家调查数据得出的结论,并不适用于当今中国网络社会的现实。现今中国网民内容偏好与其政治参与关系的复杂性可见一斑,亟须进行进一步的探讨和检验。

表 3

变量名	(1) 模型 1 政治行动	(2) 模型 2 政治行动	(3) 模型 3 政治表达	(4) 模型 4 政治表达	(5) 模型 5 私人讨论	(6) 模型 6 私人讨论
相对娱乐偏好	0.0551 ** (0.0277)	-0.315 *** (0.101)	0.000217 (0.0250)	-0.283 *** (0.0890)	0.0175 (0.0243)	-0.137 (0.0838)
政治兴趣	0.0180 (0.0322)	0.0320 (0.0328)	0.131 *** (0.0299)	0.145 *** (0.0300)	0.162 *** (0.0303)	0.169 *** (0.0306)
偏好 × 兴趣		0.105 *** (0.0271)		0.0798 *** (0.0245)		0.0436 * (0.0233)
娱乐节目爱好	0.0590 *** (0.00757)	0.0573 *** (0.00762)	0.0585 *** (0.00654)	0.0571 *** (0.00657)	0.0687 *** (0.00645)	0.0680 *** (0.00644)
政治节目爱好	0.0525 ** (0.0212)	0.0486 ** (0.0214)	0.0296 (0.0182)	0.0257 (0.0184)	0.0660 *** (0.0187)	0.0639 *** (0.0188)
教育节目爱好	0.00321 (0.00943)	0.00251 (0.00952)	0.0258 *** (0.00837)	0.0251 *** (0.00843)	0.0135 (0.00832)	0.0131 (0.00836)
电视	-0.265 *** (0.0551)	-0.267 *** (0.0549)	-0.229 *** (0.0491)	-0.231 *** (0.0488)	-0.109 ** (0.0481)	-0.110 ** (0.0480)
报纸	0.214 *** (0.0620)	0.213 *** (0.0621)	0.272 *** (0.0551)	0.273 *** (0.0550)	0.124 ** (0.0551)	0.124 ** (0.0551)
性别	0.0911 * (0.0501)	0.0918 * (0.0502)	0.0954 ** (0.0443)	0.0955 ** (0.0444)	0.0175 (0.0450)	0.0174 (0.0451)
年龄	0.0960 * (0.0568)	0.0974 * (0.0570)	0.129 ** (0.0509)	0.131 ** (0.0510)	0.00105 (0.0478)	0.00182 (0.0479)
年龄 ²	-0.0160 *** (0.00568)	-0.0159 *** (0.00569)	-0.0162 *** (0.00506)	-0.0162 *** (0.00507)	-0.00432 (0.00462)	-0.00429 (0.00464)
教育程度	0.416 ** (0.188)	0.390 ** (0.189)	0.411 ** (0.181)	0.393 ** (0.181)	0.166 (0.147)	0.154 (0.148)
教育程度 ²	-0.0475 *** (0.0164)	-0.0448 *** (0.0165)	-0.0395 ** (0.0156)	-0.0375 ** (0.0157)	-0.0130 (0.0130)	-0.0118 (0.0131)
收入	0.00224 ** (0.00111)	0.00208 * (0.00107)	0.00342 ** (0.00163)	0.00335 ** (0.00163)	0.00227 (0.00151)	0.00223 (0.00152)
城市级别	0.0626 ** (0.0247)	0.0619 ** (0.0249)	0.0370 * (0.0220)	0.0361 (0.0220)	0.0351 (0.0220)	0.0347 (0.0220)
党员	-0.0185 (0.0290)	-0.0196 (0.0291)	0.0133 (0.0258)	0.0131 (0.0259)	0.0141 (0.0252)	0.0140 (0.0252)
N	2365	2365	2365	2365	2365	2365

注:括号内为稳健标准误 ***p < 0.01, **p < 0.05, *p < 0.1

(二) 不同内容的绝对偏好影响不同形式政治参与(研究 2)

如前文所述,研究 1 中对媒介内容偏好所采取的测量方式是相对化的测量,损失了受访者偏好的部分信息,且不再适合互联网媒介内容的特性。因此,结合研究 1 中的部分结果,研

究2将自变量调换为娱乐内容、公共事务内容的绝对偏好,同时还加入了娱乐内容与公共事务内容的交互项,以期对两类内容的绝对偏好的影响做出更加全面的检验和分析。分析结果如表4所示,其中模型1、3、5仍然分别以政治行动、政治表达、政治讨论作为因变量,并加入与上文模型相同的控制变量组;模型2、4、6则为加入娱乐内容偏好与公共事务内容偏好交互项后的模型。

表4

变量名	(1) 模型1 政治行动	(2) 模型2 政治行动	(3) 模型3 政治表达	(4) 模型4 政治表达	(5) 模型5 私人讨论	(6) 模型6 私人讨论
娱乐内容接触	-1.29e-05 (0.0322)	-0.248** (0.106)	0.00646 (0.0283)	-0.0878 (0.101)	0.0508* (0.0282)	-0.0180 (0.0985)
政治内容接触	-0.117*** (0.0350)	-0.340*** (0.0960)	0.0720** (0.0325)	-0.0113 (0.0962)	0.105*** (0.0325)	0.0444 (0.0918)
娱乐×政治		0.0814** (0.0333)		0.0306 (0.0321)		0.0223 (0.0309)
娱乐节目爱好	0.0612*** (0.00760)	0.0604*** (0.00763)	0.0582*** (0.00661)	0.0579*** (0.00663)	0.0675*** (0.00652)	0.0673*** (0.00651)
政治节目爱好	0.0701*** (0.0211)	0.0684*** (0.0211)	0.0438** (0.0182)	0.0430** (0.0182)	0.0767*** (0.0185)	0.0762*** (0.0185)
教育节目爱好	0.00452 (0.00944)	0.00422 (0.00945)	0.0267*** (0.00841)	0.0266*** (0.00843)	0.0143* (0.00838)	0.0142* (0.00839)
电视	-0.258*** (0.0554)	-0.260*** (0.0553)	-0.235*** (0.0491)	-0.236*** (0.0491)	-0.119** (0.0481)	-0.120** (0.0481)
报纸	0.214*** (0.0617)	0.210*** (0.0616)	0.273*** (0.0550)	0.272*** (0.0550)	0.126** (0.0550)	0.125** (0.0550)
性别	0.100** (0.0500)	0.103** (0.0501)	0.111** (0.0439)	0.111** (0.0439)	0.0336 (0.0448)	0.0340 (0.0448)
年龄	0.0969* (0.0569)	0.0940* (0.0570)	0.109** (0.0508)	0.108** (0.0508)	-0.0239 (0.0480)	-0.0247 (0.0481)
年龄 ²	-0.0160*** (0.00569)	-0.0158*** (0.00569)	-0.0145*** (0.00506)	-0.0143*** (0.00507)	-0.00217 (0.00467)	-0.00209 (0.00467)
教育	0.415** (0.190)	0.414** (0.191)	0.423** (0.177)	0.423** (0.178)	0.178 (0.144)	0.179 (0.144)
教育 ²	-0.0468*** (0.0166)	-0.0467*** (0.0167)	-0.0396** (0.0154)	-0.0396** (0.0155)	-0.0133 (0.0127)	-0.0132 (0.0127)
收入	0.00251** (0.00116)	0.00254** (0.00115)	0.00339** (0.00158)	0.00340** (0.00158)	0.00210 (0.00144)	0.00211 (0.00144)
城市级别	0.0675*** (0.0249)	0.0669*** (0.0250)	0.0322 (0.0220)	0.0321 (0.0220)	0.0267 (0.0220)	0.0266 (0.0221)
党员	-0.0209 (0.0290)	-0.0219 (0.0290)	0.00962 (0.0258)	0.00924 (0.0258)	0.0103 (0.0253)	0.0101 (0.0253)
观测值	2365	2365	2365	2365	2365	2365

注:括号内为稳健标准误 ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

如表中所示,娱乐内容与公共事务内容的接触,与三种形式的政治参与之间有着不同的关系,假设2得到了支持。具体而言,娱乐内容的绝对偏好仅仅与私人讨论有着微弱的正相关关系,与政治行动、政治表达均无显著相关。而公共事务内容的绝对偏好与政治表达、政治讨论均呈显著正相关,与政治行动则呈显著负相关。可见公共事务内容的偏好与更高程度的政治表达、政治讨论,而非与更高程度的政治行动相关联。网民的政治行动与公共事务内容接触所呈现的显著负相关关系,可以认为是研究1中相对娱乐偏好分析所得出的反常结果的来源。由此可见,我国网民的政治兴趣与其政治表达联系更为紧密,政治兴趣浓厚并大量接触公共事务信息的网民更倾向于以公开表达与讨论的方式,而非以投票、信访等实际行动参与政治。这一结论似乎支持了学界对互联网影响的担忧,互联网的确削弱了网民政治行动的意愿。

在交互分析中,模型2的结果显示两种媒介消费偏好的交互项显著且交互效应为正。结合其主效应——公共事务内容偏好对政治行动有着消极影响——可知,娱乐内容的偏好对公共事务内容的影响起着正向调节作用,娱乐内容偏好的增强会削弱公共事务内容偏好对政治行动的消极影响。结合前文中关于软新闻作用的描述,我们认为这很可能意味着网民更加平衡的内容偏好与政治参与之间的积极联系。

(三) 平衡的内容偏好促进多形式政治参与(研究3)

与研究1的结果相似,研究2并未给既有内容偏好与政治参与影响的研究结论以支持,反而得出了许多相反的结论。在对政治参与进行多维度测量与分析后,我们发现互联网公共事务内容的偏好会抑制政治行动而促进政治表达与政治讨论,其对政治行动的抑制作用会随着其娱乐内容偏好的增加而减弱。这一结果在一定程度上印证了学界有关软新闻以及娱乐节目政治作用的研究发现,即政治软新闻的接触增加会造成受众对政治的不屑与玩世不恭的态度,削弱其正式的政治参与;而某些形式的娱乐节目有着促进政治兴趣的作用。

基于这一判断,研究3关注网民媒介消费偏好的平衡度对政治参与的影响。偏好平衡度采取了相对娱乐偏好绝对值的负数,即数值越大(越接近0)代表着受访者的内容偏好越平衡。由于偏好平衡度的测量无法区分高程度的媒体接触与低程度的媒体接触,故在模型中加入了绝对娱乐偏好作为控制变量。以偏好平衡度为自变量,政治参与为因变量的分析结果如表5所示。可见,内容偏好的平衡度与网民三种形式的政治参与均为显著正相关关系,假设3得到了支持。

表5

变量名	(1) 模型1 政治行动	(2) 模型2 政治表达	(3) 模型3 私人讨论
偏好平衡度	0.171 *** (0.0335)	0.111 *** (0.0309)	0.0792 *** (0.0304)
娱乐内容接触	0.00813 (0.0307)	0.0691 ** (0.0270)	0.137 *** (0.0272)
政治兴趣	0.0847 *** (0.0287)	0.206 *** (0.0268)	0.247 *** (0.0274)
电视	-0.132 ** (0.0540)	-0.111 ** (0.0482)	0.0228 (0.0474)
报纸	0.317 *** (0.0606)	0.381 *** (0.0556)	0.261 *** (0.0558)

续表

变量名	(1) 模型 1 政治行动	(2) 模型 2 政治表达	(3) 模型 3 私人讨论
性别	0.0548 (0.0492)	0.0844 * (0.0444)	0.00242 (0.0446)
年龄	0.179 *** (0.0570)	0.208 *** (0.0499)	0.0905 * (0.0465)
年龄 ²	-0.0237 *** (0.00573)	-0.0231 *** (0.00494)	-0.0119 *** (0.00447)
教育程度	0.557 *** (0.192)	0.595 *** (0.180)	0.363 *** (0.137)
教育程度 ²	-0.0626 *** (0.0167)	-0.0580 *** (0.0155)	-0.0335 *** (0.0120)
收入	0.00258 * (0.00133)	0.00353 * (0.00199)	0.00239 (0.00178)
城市级别	0.0775 *** (0.0244)	0.0527 ** (0.0218)	0.0500 ** (0.0215)
党员	-0.0335 (0.0286)	-0.00139 (0.0259)	-0.00607 (0.0251)
观测值	2365	2365	2365

注:括号内为稳健标准误 ***p < 0.01, **p < 0.05, *p < 0.1

四、结论与讨论

本文对网民娱乐内容偏好与其多种形式政治参与间的关系进行了分析。与既有研究不同,本文的研究结果并不支持娱乐偏好对政治参与有消极影响的结论,我们发现更加平衡的受众内容偏好与更高程度的政治参与相联系。这意味着以往关于娱乐与政治参与关系的理论已不能解释当下互联网媒介发展和中国政治参与的现状。本文研究发现的解释和讨论有利于我们为促进网民的高质量政治参与提出对策,并在互联网时代重新理解娱乐与政治的关系。

中国政治的特殊语境可能为这一分析结果提出一种解释。在投票选举并非公民主要政治参与形式的中国,以信访、上访、集会等为代表的政治行动模式往往更多地受政策需求驱动,更少地如同西方选举投票一样为政治知识所掣肘。另外,压力式维稳的政治环境也加剧了公民的政治兴趣、政治内容偏好与其政治行动的脱节,使此二者与政治表达的结合更为紧密。对于公民的群体性政治行动,甚至包括信访与上访,在“缺乏应有的法律指引和专业规范条件下,政府回应却一直在‘压力型的运动式治理’框架内运行”^①,并追求社会治理的“刚性稳定”^②。这种处理方式无疑会造成对公民政治行动的压制。公民的利益诉求与针对社会政治问题的观点表达需求,在压力性维稳环境下被开放与多元的互联网空间所容纳,形成了众声喧哗的互联网公共舆论空间。这与本研究中公民政治兴趣、政治信息偏好与政治表达、讨论显著相关,却不与政治行动显著相

① 肖唐镖:《当代中国的“维稳政治”:沿革与特点——以抗争政治中的政府回应为视角》,《学海》,2015年第1期。

② 于建嵘:《当前压力维稳的困境与出路——再论中国社会的刚性稳定》,《探索与争鸣》,2012年第9期。

关的结论相吻合。在网民规模日趋扩大,娱乐化程度不断加深的今天,欲使公民参与向着良性而有序的方向发展,须同时改善网络信息环境与政治参与环境。一方面,应在保持网络空间开放自由的同时,创造关注公共问题的互联网舆论环境,以减小娱乐化的消极影响,培育乐于关注并独立思考公共问题的网民群体。另一方面,应为公民多种形式的政治参与提供更大便利,在弘扬主旋律、维护政治与社会稳定的同时,使公民的利益诉求与针对社会问题的观点得到更充分的表达与释放,引导公民参与以及政府回应步入良性轨道。

从互联网以及大众传媒的发展来看,娱乐与政治的不断融合可能是本文研究结果与前人不同的更重要原因。本研究的结果在一定程度上表明,至少在中国网民群体中,娱乐偏好和娱乐消费已经不是其政治参与的阻碍因素。事实上,网民、尤其是年轻网民,正不断通过娱乐来建立对政治和现实世界的理解。娱乐中的身份认知、娱乐中的态度碰撞,随时都有可能成为网民政治态度的来源与政治参与的动力。^①另外,传统政治领域的行动者也逐渐开始借助娱乐内容以求更广泛地进入公众视野。种种现象都表明,娱乐和政治日趋融合。在媒介商业化、娱乐化繁盛的时代,这也许是政治议题和政治内容得以在媒体空间保持广泛存在的必要方式。可以预见的是,随着互联网媒介的进一步普及,媒体产业的进一步发展以及网民的新老更替,更加年轻的网民和更加成熟的互联网产业必将带来娱乐与政治的进一步融合。一方面,这可能是扭转政治冷漠蔓延趋势的一种积极信号:让政治变得“有趣”而易于被大众接受,或许可以唤回部分公民参与的热情——尽管本研究的结果显示,这份热情主要通过线上发表政治观点来释放,对政治行动的推动作用极为有限。另一方面,这种“有趣”的现象背后也隐藏着众多学者对政治逐渐丧失其严肃性与公共性的担忧。以娱乐化政治信息为基础的政治参与易出现话语失范、情绪非理性、缺乏深度^②,甚至两极分化的特征,难以为政治决策提供良好的支持。然而,无论持乐观或悲观的态度,娱乐与政治都在相互渗透与融合。限于数据与篇幅,本文未能展现网民群体中娱乐偏好和消费对政治参与影响的机制和细节,也未能就娱乐化政治内容对受众政治信息学习、政治参与质量的影响进行研究设计。但值得肯定的是,本文间接地为互联网中娱乐与政治融合的趋势提供了证据。

作者:林奇富、殷昊,吉林大学行政学院暨社会公正与政府治理研究中心(长春市,130012)

(责任编辑:刘杰)

① 参考 Wu, Jingsi Christina, “Expanding Civic Engagement in China: Super Girl and Entertainment-Based Online Community”, *Information, Communication & Society*, Vol. 17, No. 1, 2014. 以及 Scott M, Street J, Inthorn S, “From Entertainment to Citizenship: A comparative Study of The Political Uses of Popular Culture by First-Time Voters”, *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 14, No. 5, 2011.

② 曾昕:《严肃议题的消解与重构——亚文化视域下的青少年政治社会议题传播》,《新闻春秋》,2020年第1期。