

整合与分化： 媒体使用对公众政治信任的影响

——基于对 91 项实证研究的综合分析

袁向玲 张明新 张鑫月

内容提要 政治信任构成现代国家治理的基础性要件，媒体则是影响政治信任的重要因素。论文从实证研究必须考虑的“条件性”和“历史性”特性出发，寻求媒体变革时代政治信任来源的传播学解释。通过对既有 91 项代表性实证研究的综合分析，论文提出了本土媒体使用影响公众政治信任的综合模型——传统媒体表现为“整合效应”，以积极效果为主；网络新媒体呈现为“分化效应”，即积极、消极和不确定的效果并立模式。研究时间、研究设计和数据采集因素亦产生作用。随着新媒体技术的进步和应用，公众的媒体渠道越来越多，媒体对政治信任的影响将更加复杂。在未来，强化研究设计的逻辑性，提升研究方法的科学性，有助于更准确地评估媒体的政治传播效果。

关键词 媒体使用 政治信任 效果研究 实证研究

一、引言

政治信任构成现代国家治理的基础性要件，反映公民对政府治理的认可和支持。一直以来，我国保持着稳定的政治社会秩序，公众持有高度的政治信任。然而，有研究指出当前公众的高政治信任，主要是针对政治系统的硬核部分，如政治共同体、政治制度、政治价值等，对基层政府及部分政府机构和公职人员的信任水平，则因人而异，有进一步提升的空间^①。近年来，对于农民、大学生、流动人口、中产阶级等群体政治信任的研究，备受关注^②，对其他社会群体的实证考察，尚有开拓空间。社会结构变迁是驱动政治信任演变的关键因素。作为一个政治世代，青少年群体面临快速变革的媒体环境，在其政治社会化进程中培育政治信任与认同^③，既有现实性，亦有紧迫性。

媒体具有天然的政治属性，与政治系统密切相连^④。在传播学视野中，媒体作为重要信

① 孟天广：《转型期的中国政治信任：实证测量与全貌概览》，《华中师范大学学报（人文社会科学版）》2014 年第 2 期。

② 曾润喜、陈创：《媒体信任如何增进政府信任——政治心理认知因素的中介作用》，《新闻大学》2022 年第 10 期；
蒲艳萍、胡倩：《主流媒体使用如何影响差序政府信任》，《新闻大学》2023 年第 6 期。

③ 张明新、沙贺稳：《我国青少年的媒体使用、媒体信任与政治信任——基于一项全国性问卷调查的研究》，《西安交通大学学报（社会科学版）》2024 年第 3 期。

④ Altschull, J. H., *Agents of Power. The Role of the News Media in Human Affairs*, New York: Longman, 1984, pp. 280–285.

源,是影响政治信任的首要因素^①。公众通过使用媒体了解政治信息,形成对政治体系的认知和判断,奠定政治信任的心理基础^②。党的二十大报告提出“健全共建共治共享的社会治理制度,提升社会治理效能。”^③从传播学角度探寻提升公民政治信任的路径与策略,有助于增强党和政府在传播变革时代应对治理挑战的能力。

媒体使用对政治信任的影响是政治传播研究的经典议题,包括媒体使用的积极影响^④,也有消极影响^⑤,还有媒体使用对诸种政治信任的差异化影响^⑥。西方学界围绕该议题,形成了“媒体抑郁论”^⑦和“良性循环说”^⑧两种解释传统,类似于消极和积极效果论。但中西方学界对媒体功能和政治信任的理解,皆存在无法忽视的差异,需立足本土情境构建更具科学性的解释框架。

通过系统搜集既有的代表性实证研究文献,论文致力于对中国情景下公众的媒体使用如何影响政治信任论题进行综合分析,力图实现三方面的突破:其一,此前研究主要涉及截面数据分析和相对较短时段的纵贯分析。论文采集了 20 多年来本土情景中的代表性实证文献,以打破这种“一次性(one-shot study)”研究的局限性。其二,此前研究对“媒体”和“政治信任”概念的理解不尽相同,这源于两个概念本身的复杂性。通过梳理两者的内涵和类型,以确立媒体使用影响政治信任的理论模型,并通过实证数据加以验证。其三,在研究设计和方法上,受各种因素的限制(如研究时间、数据来源),此前研究很少考虑方法论层面因素。论文从实证研究必须考虑的“条件性”^⑨和“历史性”^⑩特性出发,从逻辑与方法层面对本土政治传播的效果研究进行解释、反思和展望。

二、文献综述与研究问题

(一) 媒体使用与政治信任: 概念和类型

媒体使用(media use)一般指公众在日常生活中使用媒体或暴露于媒体中的频率^⑪。作为

-
- ① 黄清、胡明鑫《新冠疫情防控中多种信源接触影响政府信任的新模型建构》,《全球传媒学刊》2022 年第 2 期。
- ② 章秀英、戴春林《网络使用对政治信任的影响及其路径——基于 9 省 18 个县(市)的问卷调查》,《浙江社会科学》2014 年第 12 期。
- ③ 新华社《习近平:高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,2022 年 10 月, https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm, 2022 年 10 月 25 日。
- ④ 杨江华、王辰宵《青年网民的媒体使用偏好与政治信任》,《青年研究》2021 年第 4 期;曾润喜、陈创《媒体信任如何增进政府信任——政治心理认知因素的中介作用》,《新闻大学》2022 年第 10 期。
- ⑤ Zhou, Y., J., & Jin, S., “Inequality and Political Trust in China: The Social Volcano Thesis Re-examined,” *The China Quarterly*, vol. 236, 2018, pp. 1033 – 1062.
- ⑥ 蒲艳萍、胡倩《主流媒体使用如何影响差序政府信任》,《新闻大学》2023 年第 6 期。
- ⑦ Robinson, M. J., “Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of ‘The Selling of the Pentagon’,” *American Political Science Review*, vol. 70, no. 2, 1976, pp. 409 – 432.
- ⑧ Norris, P., “Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam,” *Political Science & Politics*, vol. 29, no. 3, pp. 474 – 480.
- ⑨ 嘎日达《关于社会科学中量化研究的深层思考》,《北京行政学院学报》2006 年第 3 期。
- ⑩ 风笑天《社会调查中不同收入测量方法的特点及其应用》,《社会科学研究》2006 年第 3 期。
- ⑪ 胡荣、庄思薇《媒介使用对中国城乡居民政府信任的影响》,《东南学术》2017 年第 1 期; Corrigan-Brown, C., & Wilkes, R., “Media Exposure and the Engaged Citizen: How the Media Shape Political Participation,” *The Social Science Journal*, vol. 51, no. 3, 2014, pp. 408 – 421.

传统上用于传播公共事务信息的媒体渠道，如报纸、电视、广播、杂志等，是研究者重点关注的对象^①。随着新技术的普及，传播公共事务信息的渠道越来越多，包括互联网发展过程中诸多新的媒体形式，如QQ、论坛、博客、微博、知乎、贴吧、微信等备受关注^②。

根据既有研究，媒体通常分为“传统媒体”和“网络媒体”，后者亦被称为“新媒体”^③，也有研究将媒体划分为“官方媒体”和“非官方媒体”^④。鉴于新媒体技术促使信息生产主体多元化、传播方式多样化，使得“传统媒体”与“新媒体”界限变为混淆，需要对“媒体”分类进一步细化。其一，社交媒体用户持续增长，成为受公众倚重的公共事务信息载体，不断引起更多关注^⑤。其二，传统媒体数字化转型所形成的“官方新媒体”（如新闻客户端、政务账号）^⑥，影响力显著提升，构成新媒体的重要类别。

研究将网站、BBS/论坛及早期互联网应用归为“网络媒体”，此类媒介曾为既有研究重点关注对象^⑦。由此，本研究中的媒体涵盖四种类型：传统媒体、网络媒体、社交媒体、官方新媒体，后三种类型被统称为“网络新媒体”。该分类体系与既有研究关注的媒体形态保持了较高一致性，亦符合当前我国媒体的现实生态。传统媒体和官方新媒体以官方叙事体现主流意识形态的立场和要求，官方新媒体（传统媒体的新媒体形态和政务新媒体）则是传统媒体在技术层面的升级版。至于网络媒体和社交媒体，由于新闻专业性把关的缺失，以多元化叙事呈现更多样化的内容和声音；从网络媒体到社交媒体，本身亦是新技术迭代的结果，传播内容和方式较传统媒体产生巨大变革。

政治信任的经典定义源自伊斯顿（Easton）的政治系统论，强调其为公民基于自身的理性思考、实践感知和心理预期，对政治体系或政府机构实现其预期目标的信心或信念^⑧。该概念虽是舶来品，但自1990年代起，学界持续关注。作为一种政治态度，政治信任的构成是复杂多元的^⑨，包括公众对政治共同体、政治制度、政治人物、机构和行政绩效等多方面的态度^⑩。

-
- ① 张明新、刘伟 《互联网的政治性使用与我国公众的政治信任——一项经验性研究》，《公共管理学报》2014年第1期；Chen, X., & Shi, T. J., “Media Effects on Political Confidence and Trust in the People’s Republic of China in the Post,” *Tiananmen period. East Asia*, vol. 19, no. 3, 2001, pp. 84–118.
- ② 薛可、余来辉、余明阳 《媒体使用、政治信任与腐败感知——以中国网民为对象的实证研究》，《吉首大学学报（社会科学版）》2018年第6期；帅满、罗家德、郭孟伦 《媒介使用对地方政府信任的作用机制研究》，《国际新闻界》2021年第2期。
- ③ 王正祥 《传媒对大学生政治信任和社会信任的影响研究》，《青年研究》2009年第2期。
- ④ 胡荣、庄思薇 《媒介使用对中国城乡居民政府信任的影响》，《东南学术》2017年第1期。
- ⑤ Jafar, Zain, et al., “Social Media for Public Health: Reaping the Benefits, Mitigating the Harm”, *Health Promotion Perspectives*, vol. 13, no. 2, 2023, p. 105.
- ⑥ Shen, F., & Guo, Z. S., “The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China,” *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135–151.
- ⑦ Hassid, J., “Safety Valve or Pressure Cooker? Blogs in Chinese Political Life,” *Journal of Communication*, vol. 62, no. 2, 2012, pp. 212–230；黄荣贵、桂勇 《互联网与业主集体抗争：一项基于定性比较分析方法的研究》，《社会学研究》2009年第5期。
- ⑧ Easton, D., “An Approach to the Analysis of Political Systems,” *World Politics*, vol. 9, no. 3, 1957, pp. 383–400.
- ⑨ Miller, A. H., “Political Issues and Trust in Government,” *American Political Science Review*, vol. 68, no. 3, 1974, pp. 951–972.
- ⑩ Blind P. K., “Building Trust in Government in the Twenty-First Century: Review of Literature and Emerging Issues,” 7th Global Forum on Reinventing Government Building Trust in Government, Vienna, Austria, 26–29 June 2007.

从信任对象角度看,政治信任包括弥散信任和特定信任。前者是一种无条件的信任,主要与合法性、政权基础、政府能力、政府绩效、政策评价等联系^①,与政体信任或政制信任^②的涵义接近。后者是一种相对狭义的政治信任,是针对政府官员、政治机构的具体信任^③,如政府、政党、军队、公安部门、法院等,也被称为“政府信任”。相关研究中,虽不乏关注弥散性信任的案例^④,但对特定政治信任或政府信任的研究更常见^⑤。我国公众的政治信任因政府层级不同而呈现显著差异,即“差序政府信任”,或称为“央强地弱”的梯度信任^⑥。在寻求对这种现象的解释中,媒体被认为扮演了重要角色^⑦。

既有研究重点关注公众对中央政府或地方政府的信任。如沈菲等聚焦我国公众对中央政府和共产党的信任^⑧、薛可等研究被访者对多级政府的信任差异^⑨、帅满等关注被访者对地方政府的信任^⑩。鉴于此,研究对政治信任的划分,在“弥散”与“特定”信任分类之外,还纳入“地方”与“中央”政府信任维度。我们首先提出的两个问题是:

Q1-2: 在聚焦本土媒体使用影响政治信任的实证研究文献中,研究者们关注的媒体(Q1)和政治信任(Q2)分别是哪些类型?

(二) 媒体使用对政治信任的影响: 复杂性与多元性

政治系统与沟通系统具有共生关系,政治沟通维系并推动政治系统的发展。在实践中,公众意见通过媒传达到政治组织,政治组织发出的信息则通过媒体传递给公众。由于政治系统过于复杂,公众无法通过亲身经验来认知和理解,只能借助于媒体。具体到政治信任,无论是对政府运作状态的评价,还是对特定政治价值观和信念的认同,都有赖于媒体^⑪。

在本土情景中,既有研究对媒体使用与政治信任关系的理解存在分歧。有研究表明,传统媒体通过强化主流意识形态,强调正面宣传,过滤负面信息,促进政治信任^⑫。对于中央和地

① 谢治菊 《政治信任的含义、层次(结构)与测量——对中西方学界相关研究的述评》,《南昌大学学报(人文社会科学版)》2011年第4期。

② 李连江 《差序政府信任》,《二十一世纪》2012年第131期。

③ 李连江 《差序政府信任》,《二十一世纪》2012年第131期。

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

⑤ Shen, F., & Guo, Z. S., "The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China," *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135-151.

⑥ 李连江 《差序政府信任》,《二十一世纪》2012年第131期。

⑦ Li, L., "Reassessing Trust in the Central Government: Evidence from Five National Surveys," *China Quarterly*, 2016, vol. 225, pp. 100-121.

⑧ Shen, F., & Guo, Z. S., "The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China," *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135-151.

⑨ 薛可、余来辉、余明阳 《媒体使用、政治信任与腐败感知——以中国网民为对象的实证研究》,《吉首大学学报(社会科学版)》2018年第6期。

⑩ 帅满、罗家德、郭孟伦 《媒介使用对地方政府信任的作用机制研究》,《国际新闻界》2021年第2期。

⑪ 马得勇 《政治信任及其起源——对亚洲8个国家和地区的比较研究》,《经济社会体制比较》2007年第5期。

⑫ Shen, F., & Guo, Z. S., "The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China," *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135-151; Gong, Q., Verboord, M., & Wang, Y., "Media Usage and Political Trust Among Young Adults in China: The Role of Media Credibility, Trust in Sources and Political Membership," *Global Media and Communication*, vol. 18, no. 3, 2022, pp. 301-321.

方政府信任而言，这种积极影响不仅存在，且加大差序政治信任^①，因为传统媒体对地方政府信任的强化效果相对微弱^②。不过，近年来也有研究并未发现传统媒体使用对地方政府信任的显著影响^③，甚至还揭示了对地方政府信任^④和总体政治信任的消极影响^⑤。

至于新媒体使用的效果，有学者认为，由于其信息生产和传播方式的独有特性，特别是其匿名性和低审查门槛，可能导致公众以多种方式解构严肃的公共事务信息，进而对政治信任产生消极影响^⑥。不论是日常性媒体使用^⑦还是新闻性媒体使用^⑧，网络媒体的使用对政治信任的影响偏向消极^⑨。也有研究指出，网络媒体使用并没有对地方政府信任产生影响^⑩，甚至有的研究还发现了积极效果^⑪。这可能源于中国政府在积极应对数字挑战中取得的显著成效^⑫。

除了直接效果外，媒体使用还可能通过其他因素对政治信任产生作用，包括中介性或调节性影响。在中介情形中，媒体使用对政治信任的影响体现为“远程作用”。媒体使用经由其他因素，如政治沟通、政治效能感、政治参与等心理与行为变量促进或削弱政治信任。有研究发现，青少年的媒体使用能通过提升官方媒体信任与非官方媒体信任强化政治信任^⑬。电视对政治信任拥有积极效果，而互联网有着消极效果，国家自豪感在其中发挥中介作用^⑭。

调节影响表明媒体使用对政治信任的效果是“有条件的”。只有在特定情景中，媒体才会

-
- ① Su, Z. H., Ye, Y. Y., He, J. K., & Huang, W. B., "Constructed Hierarchical Government Trust in China: Formation Mechanism and Political Effects," *Pacific Affairs*, vol. 89, no. 4, 2016, pp. 771–794.
- ② Meng, X. X., & Li, Y. G., "Parsing the Relationship Between Political News Consumption and Hierarchical Political Trust in China," *Journalism Practice*, vol. 16, no. 7, 2012, pp. 1363–1382.
- ③ Xu, P., Ye, Y. J., & Zhang, M. X., "Exploring the Effects of Traditional Media, Social Media, and Foreign Media on Hierarchical Levels of Political Trust in China," *Global Media and China*, vol. 7, no. 3, 2012, pp. 357–377.
- ④ 帅满、罗家德、郭孟伦 《媒介使用对地方政府信任的作用机制研究》，《国际新闻界》2021年第2期。
- ⑤ 季乃林、肖伟林 《媒体接触如何影响政治信任？——基于世界价值观调查的实证研究》，《广西师范大学学报（哲学社会科学版）》2022年第6期。
- ⑥ Lei, Y. W., "The Political Consequences of The Rise of the Internet: Political Beliefs and Practices of Chinese Netizens," *Political Communication*, vol. 28, no. 3, 2012, pp. 291–322.
- ⑦ Xu, P., Ye, Y. J., & Zhang, M. X., "Exploring the Effects of Traditional Media, Social Media, and Foreign Media on Hierarchical Levels of Political Trust in China," *Global Media and China*, vol. 7, no. 3, 2012, pp. 357–377.
- ⑧ Meng, X. X., & Li, Y. G., "Parsing the Relationship Between Political News Consumption and Hierarchical Political Trust in China," *Journalism Practice*, vol. 16, no. 7, 2012, pp. 1363–1382.
- ⑨ 王正祥 《传媒对大学生政治信任和社会信任的影响研究》，《青年研究》2009年第2期；帅满、罗家德、郭孟伦：《媒介使用对地方政府信任的作用机制研究》，《国际新闻界》2021年第2期。
- ⑩ Chen, D., "Supervision by Public Opinion or by Government Officials? Media Criticism and Central-Local Government Relations in China," *Modern China*, vol. 43, no. 6, 2017, pp. 620–645.
- ⑪ Lu, H. Y., Tong, P. S., & Zhu, R., "Does Internet Use Affect Netizens' Trust in Government? Empirical Evidence from China," *Social Indicators Research*, vol. 149, no. 1, 2020, pp. 167–185.
- ⑫ Cheng, X., "Malaise Effect or Virtuous Effect? The Dynamics of Internet Use and Political Trust in China," *International Journal of Communication*, vol. 14, 2020, pp. 1995–2016.
- ⑬ 张明新、沙贺稳 《我国青少年的媒体使用、媒体信任与政治信任——一项全国性问卷调查的研究》，《西安交通大学学报（社会科学版）》2023年第10期。
- ⑭ Shen, F., & Guo, Z. S., "The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China," *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135–151.

对政治信任产生某种作用。虽有研究揭示了社交媒体使用对政治信任的消极效应，但有研究表明，这种效果仅存在于突发事件或网络公共事件中^①。再如，传统媒体对政治信任拥有积极效果，新媒体则产生消极效果，民族自豪感在其中具有正向调节作用^②。

由此，在讨论媒体使用对政治信任的影响时，需注意其中的复杂性和多元性。复杂性源于媒体类型和政治信任概念的丰富性；多元性则是源于影响路径的多样性。鉴于此，论文提出如下两个问题：

Q3-4：在聚焦本土媒体使用影响政治信任的实证研究文献中，传统媒体使用对特定/弥散政治信任、中央/地方政府信任的影响分别为何？（Q3）网络新媒体使用对特定/弥散政治信任、中央/地方政府信任的影响分别为何？（Q4）

（三）方法层面的关切：研究设计与数据来源因素的影响

聚焦媒体使用影响政治信任的实证研究，在结论上难以达成共识，究其原因，除前述概念定义不统一外，还可能与方法层面的研究设计、数据采集等因素有关。

作为一个实证性问题，媒体使用如何影响政治信任，须在现实中回答。针对特定情景中的公众的研究，必定是“具有条件性、历史性”^③。条件性在于，如果采用不同的研究方式来进行，其自身的内生弱点和不足将对结果产生显著影响^④。历史性则意味着，随着时代变化，无论是研究者群体对议题的理解，抑或是研究对象自身的时代性变迁，都会对变量关系和社会现象有新的理解和阐释。

任何一项社会调查都在特定时空情境下进行，无论是社会还是个人的变化，研究社会现象无法避免考虑时间性的存在^⑤。社会科学研究不仅应关注导致结果的原因，还应关注原因在时间维度上的组合与特定结果的关系^⑥。在政治传播研究中，急剧变革的媒体生态和同时代公众的政治观念、态度、心理等变量所产生的变化和影响，正是需要学者们注意的关键。一项聚焦媒体使用影响政治信任的研究，需充分考虑受访者的社会、经济、文化等因素，如性别、年龄、收入、教育、居住地等变量，这有助于排除其对研究结果的潜在干扰。

回答媒体使用如何影响政治信任，要基于调查所产生的数据。在操作上，问卷调查须通过向受访者提问，来获得所需研究对象资料的事实^⑦。从测量角度看，问卷是测量研究对象属性的工具；从建构视角看，问卷是研究者和利益集团建构资料的工具，受政治、经济及伦理等方面因素的干扰^⑧。这导致在实际调查过程中难以完全剔除外部影响，从而使研究结果存在差异。社会科学研究难以像自然科学研究一样得到“唯一性”的标准化结果，随着社会变迁而存在不确定性，尤其是涉及价值观判断时，更难以获得“标准共识”^⑨。

① 杨江华、王辰宵 《青年网民的媒体使用偏好与政治信任》，《青年研究》2021 年第 4 期。

② Shen, F., & Guo, Z. S., "The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China," *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135-151.

③ 嘎日达 《关于社会科学中量化研究的深层思考》，《北京行政学院学报》2006 年第 3 期。

④ 风笑天 《社会调查中不同收入测量方法的特点及其应用》，《社会科学研究》2006 年第 3 期。

⑤ 许加明、陈友华 《数据质量、前提假设与因果模型——社会科学定量研究之反思》，《社会科学研究》2020 年第 2 期。

⑥ 郝诗楠、唐世平 《社会科学研究中的时间：时序和时机》，《经济社会体制比较》2014 年第 2 期。

⑦ 王晓晖、风笑天 《“多元建构”视角对问卷调查的方法论意义》，《南京社会学》2017 年第 5 期。

⑧ 许加明、陈友华 《数据质量、前提假设与因果模型——社会科学定量研究之反思》，《社会科学研究》2020 年第 2 期。

⑨ （美）艾尔·巴比 《社会研究方法（第 13 版）》，邱泽奇译，北京：清华大学出版社，2020 年，第 88 页。

既有相关研究中，有研究者采用自我调查途径获得一手数据^①，也有研究者采用来自本土权威调查数据，如“中国综合社会调查（Chinese General Social Survey, CGSS）”、“社会网络与职业经历问卷调查”，或知名学者主持的调查项目，如“网民社会意识调查”^②；还有采用国外机构实施的调查数据^③，如“亚洲晴雨表调查（The Asian Barometer Survey, ABS）”“世界价值观调查（World Values Survey, WVS）”。

如何运用恰当的抽样方法对研究结果有重要影响。抽样是从总体中抽出能反映总体特征样本的过程。当抽样精度越高，研究者就越能够把握“社会事实”。抽样精度取决于抽样方式，还受样本量影响。在各种抽样方法中，以随机抽样最为重要，它是让调查所得资料成为一套概率数据的必要条件^④，能避免研究者的偏见^⑤。因此，当在数据层面思考媒体使用如何影响政治信任，有必要考虑到数据来源、抽样方式、样本量和调查时间等因素。

Q5：在聚焦本土媒体使用影响政治信任的实证研究文献中，研究设计和数据采集因素，以及研究时间因素是否对这种影响产生作用？

三、研究方法

（一）资料来源

研究选取已公开发表或出版、聚焦本土媒体使用影响政治信任的代表性实证研究论文和专著。对于前者，主要指被 Web of Science、CSSCI 和 TSSCI 收录的论文。至于后者，则通过对一所知名高校图书馆的书目检索系统获得。所有文献搜索的截止时间为 2024 年 4 月。在检索过程中，采用高级搜索方式，检索同时包含“媒体”“政治信任”类关键词的期刊论文、书籍及博士论文。

政治信任类关键词，涵盖“政治信任”“政府信任”“机构信任”“制度信任”“政党信任”“领导人信任”“中央信任”“地方信任”“政策信任”“国家信任”等，检索英文时亦类似。最终获得 3895 篇文献，后做人工筛选，标准如下：①须为 CSSCI、SSCI、ESCI、TSSCI 收录的论文或博士论文，或公开出版的书籍；②须为定量实证研究；③研究中同时包含媒体使用、政治信任类概念；④明确揭示媒体使用与政治信任的关系；⑤研究场景在中国。通过筛选，最终获得 91 篇文献，其中包括 84 篇期刊文章、3 篇博士论文和 4 部著作。研究的分析单位是单篇文献。

（二）类目建构与编码

聘请两名编码员，采用 DiVoMiner 内容分析与数据挖掘工具，进行内容编码。编码前，先

① Gong, Q., Verboord, M., & Wang, Y., “Media Usage and Political Trust among Young Adults in China: The Role of Media Credibility, Trust in Sources and Political Membership,” *Global Media and Communication*, vol. 18, no. 3, 2022, pp. 301 – 321.

② 帅满、罗家德、郭孟伦 《媒介使用对地方政府信任的作用机制研究》，《国际新闻界》2021 年第 2 期。

③ Shen, F., & Guo, Z. S., “The Last Refuge of Media Persuasion: News Use, National Pride and Political Trust in China,” *Asian Journal of Communication*, vol. 23, no. 2, 2019, pp. 135 – 151; 程中兴、廖福崇 《“大交通”时代的媒介形态与政治信任：基于世界价值观调查的统计分析》，《新闻与传播研究》2017 年第 6 期。

④ 杨达 《社会学定量研究方法的学理脉络及优劣判断》，《江西社会科学》2009 年第 11 期。

⑤ Babbie, E. R., *The Practice of Social Research*. 13th ed., Belmont: CA, Wadsworth Publishing, 2012, pp. 150 – 195.

对两位编码员培训。主要采集如下文献信息：

媒体类型：包括四种：①传统媒体，包括报纸、电视、广播、杂志；②网络媒体，主要指网站、BBS/论坛及早期广义上的互联网应用；③社交媒体，主要指微信、微博；④官方新媒体，指主流传统媒体的网络版（网站、新闻客户端、微信公众号、微博等）及政务机构的新媒体账户及网站。后三类媒体又被称为“网络新媒体”。

政治信任类型。包括四类：①特定政治信任；②弥散政治信任；③中央政府信任；④地方政府信任。

媒体使用对政治信任的影响。媒体和政治信任分别包括四类，故“影响”涵盖 $4 \times 4 = 16$ 种类型，在每种类型中，存在“积极”“消极”“不确定”“无影响”四种情形。此外，还包括媒体使用对政治信任的中介性和调节性影响。

数据来源。①CGSS；②ABS；③WVS；④网民社会意识调查；⑤研究者所实施的调查；⑥其他（如：社会网络与职业经历调查、农村地区公共文化服务现状调查或委托数据调查公司实施大型调查）。

调查时间。即研究文献中调查所处年份，以中国互联网普及率达到 50% 为分界线^①，包括 2015 年及以前和 2015 年后两个时段。

调查方式。指调查借助的方式，包括线下调查和线上调查。

抽样方法。包括随机抽样和非随机抽样两种类型。

样本规模。指调查的样本量，以 2000 位受访者为标准。

变量控制。指在研究设计过程中，研究者对控制相关变量的考量，具体指是否控制性别、年龄、收入、教育程度和居住地因素。

发表期刊。指该研究发表或出版的渠道，包括国内和国外两种类型。

在正式编码前，采用 DiVoMiner 数据平台，先随机选择 14 篇文献作为测试样本，由两位编码员独立编码，使用 Holsti's Reliability 做编码信度测试。显示编码复合信度系数为 0.88。在此基础上正式编码；结束后随机选取 30 篇文献检测，Holsti's Reliability 为 0.91，符合内容分析的编码信度要求。

四、研究发现

国内媒体使用影响政治信任的实证研究，最早出现于 2003 年。自此至今，平均每年发表的成果约为 5 篇/部。这些成果多数发表在国内期刊（64%），主要阵地是新闻传播类期刊，如《新闻与传播研究》《国际新闻界》，及相关学科期刊和综合类期刊，如《经济社会体制比较》《青年研究》《电子政务》。国外的发表阵地亦类似，以新闻传播类期刊为主，包括 *Political Communication*, *International Journal of Communication*, *Asian Journal of Communication*, *Communication Studies*，以及相关学科和综合类刊物，如 *Frontiers in Psychology*, *The China Quarterly*。从调查时间看，产生于 2015 年及以前的研究占 64%。

从来源数据看，13.2% 来自 CGSS，6.6% 来自于 ABS 调查，4.4% 来自于 WVS，23.1% 来自于网民社会意识调查，44% 系研究者实施的调查，8.8% 来自于其他渠道或途径。在调查方

^① 第 37 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2015 年中国互联网普及率达 50.3%。

式上,41%采用线下调查,56%采用线上调查,少量研究(3%)线上线下结合。抽样方法上,40%为非随机抽样,60%为随机抽样。

在样本规模上,65%研究的样本量在2000人及以上,其余35%低于2000人。多数研究控制了人口统计变量,其中控制性别、年龄、收入和教育程度变量的比例,分别占93%、90%、66%和87%。

(一) 研究中的媒体类型

对于Q1,“媒体”主要指电视(69.2%),其次是社交媒体(65.9%)和报纸(64.8%),然后是网络媒体(包括网站、BBS/论坛等,58.2%)。广播(35.2%)和官方新媒体(26.4%)的受关注度较低,对杂志的研究最少(22%)。2015年及以前,74%的研究集中在网络媒体上,2015年后降至30%。对社交媒体和官方新媒体的关注显著增加,分别从54%、12%升至88%、52%。对电视、报纸、广播、杂志的研究在2015年前后的比例变化不大(图1)。

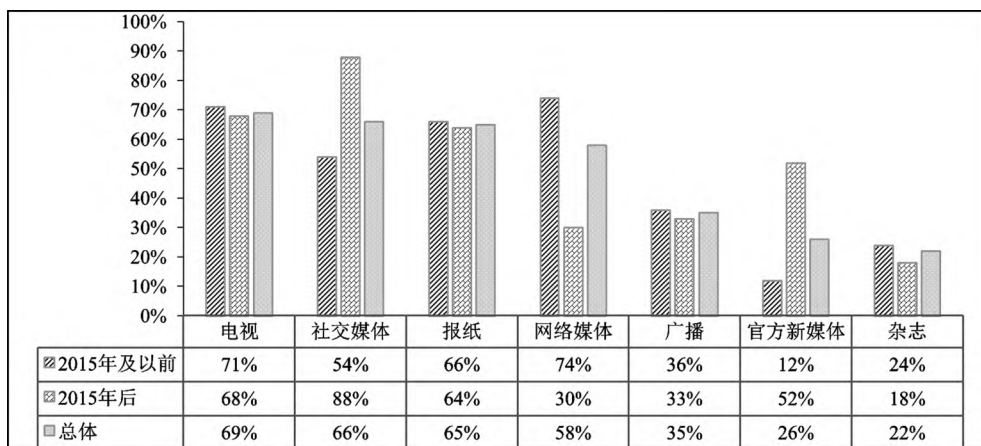


图1 研究关注的媒体类型随时间的变化

(二) 研究中的政治信任类型

对于Q2,先从信任对象看,既有文献对特定政治信任(70.3%)的关注明显高于弥散政治信任(31.9%)。从信任层级来看,关注地方政府信任(41.8%)的研究略高于中央政府信任(38.5%)。2015年前后,对特定政治信任和中央政府信任的研究明显下降,分别从79%和43%降低至55%和30%;对弥散政治信任的研究,则从21%攀升至52%。对于地方政府信任的关注,并未随着时间而发生明显变化(图2)。

(三) 媒体使用与政治信任的关系

对于Q3和Q4,就前文所述媒体使用影响政治信任的18种关系展开分析,具体包括16种直接影响关系和2种间接影响关系。

首先是直接影响关系。传统媒体使用对政治信任的直接影响,存在四种情形——对特定政治信任(N=27)和弥散政治信任(N=20),以及对中央政府信任(N=24)和地方政府信任(N=27)的影响。如表1,不论在何种情形中,积极影响最常见,分别占59.3%、75%、87.5%、63%。除了地方政府信任(18.5%),在其余三种情形中,消极影响占比不超过10%;另有不超过20%揭示了不显著的影响。传统媒体包括报纸、电视、广播和杂志,一个研究可能关注多种媒体,影响方向不一定相同,故存在“不确定”情形。在特定政治信

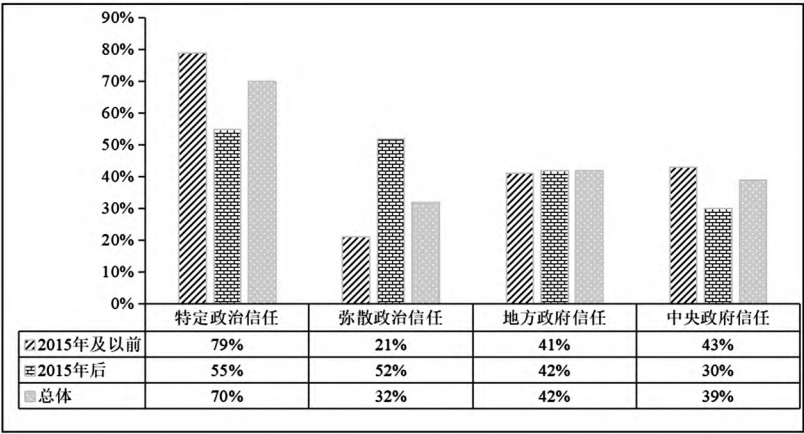


图2 研究关注的政治信任类型随时间的变化

任中，18.5% 揭示了不确定的影响。总体上，传统媒体对政治信任的直接效果，是积极影响占主导。

不同于传统媒体，网络媒体的影响以消极效应为主。网络媒体对特定政治信任、弥散政治信任、中央政府信任和地方政府信任的作用，消极影响占比分别是 42.5%、46.7%、56.5%、42.9%；积极影响的比例，只有一成到三成；影响不显著的比例在两成左右（在地方政府信任情形中超四成）。整体上，仅有二到三成研究揭示了网络媒体对政治信任积极的积极影响，近一半揭示了消极影响。

至于社交媒体，积极影响和消极影响的比例相差不大，呈现出积极影响和消极影响并行的模式。近一半研究显示，社交媒体对特定政治信任（46.3%）和地方政府信任（45.8%）拥有积极影响；但超四成研究揭示了对弥散政治信任（42.9%）和中央政府信任（44.4%）的消极影响；另两到三成的研究，揭示出对四种政治信任的影响不显著。

至于官方新媒体，是以积极影响为主导的模式。在特定政治信任（76.5%）和弥散政治信任（77.8%）两种情形中，近八成研究揭示了积极影响。在中央政府信任（81.2%）和地方政府信任（69.2%）情形中，七到八成研究显示了积极效果。可见，官方新媒体在建构政治信任效果的角色上，与传统媒体接近。

表1 研究中媒体使用对政治信任的直接影响

序号	媒体使用对政治信任的直接影响	N	积极影响	消极影响	不显著	不确定
1	传统媒体 → 特定政治信任	27	59.3%	7.4%	14.8%	18.5%
2	传统媒体 → 弥散政治信任	20	75%	5%	20%	0
3	传统媒体 → 中央政府信任	24	87.5%	8.3%	4.2%	0
4	传统媒体 → 地方政府信任	27	63%	18.5%	18.5%	0
5	网络媒体 → 特定政治信任	40	20%	42.5%	22.5%	15%
6	网络媒体 → 弥散政治信任	15	33.3%	46.7%	20%	0
7	网络媒体 → 中央政府信任	23	21.7%	56.5%	17.4%	4.3%
8	网络媒体 → 地方政府信任	21	14.3%	42.9%	42.9%	0

续表

序号	媒体使用对政治信任的直接影响	N	积极影响	消极影响	不显著	不确定
9	社交媒体 → 特定政治信任	41	46.3%	26.8%	17.1%	10%
10	社交媒体 → 弥散政治信任	21	33.3%	42.9%	23.8%	0
11	社交媒体 → 中央政府信任	18	38.9%	44.4%	33.5%	0
12	社交媒体 → 地方政府信任	24	45.8%	25%	29.2%	0
13	官方新媒体 → 特定政治信任	17	76.5%	0	23.5%	0
14	官方新媒体 → 弥散政治信任	9	77.8%	0	11.1%	11.1%
15	官方新媒体 → 中央政府信任	11	81.2%	9.1%	9.1%	0
16	官方新媒体 → 地方政府信任	13	69.2%	0	30.8%	0
17	传统媒体 → 政治信任	63	71.4%	7.9%	11.1%	9.5%
18	网络新媒体 → 政治信任	89	30.3%	31.5%	13.5%	24.7%

总体而言，传统媒体对政治信任的直接影响，积极效果占主导（超七成），消极影响占比不足一成，不显著和不确定影响各占一成；而网络新媒体，积极和消极影响各占三成，不显著的影响超过一成，不确定的影响占四分之一。

其次是中介影响关系。产生中介影响的研究数量较少，故考虑每种媒体类型的总体影响。如表2，共有14个研究关注传统媒体使用通过中介变量的影响。其中，85.7%揭示了积极影响，7.8%发现了不显著的影响。官方新媒体的角色与传统媒体相似，两者都通过中介因素，积极（接近九成）影响政治信任。

超过六成的研究显示，网络媒体和社交媒体同样通过中介因素积极影响政治信任，但比例（62.5%）要明显低于传统媒体和官方新媒体。在通过中介因素对政治信任产生消极影响方面，网络媒体和社交媒体的比例接近四成。可见，在中介性效果上，传统媒体和官方新媒体的积极影响占绝对主导，网络媒体和社交媒体的积极影响占多数。

表2 研究中媒体使用对政治信任的间接影响

序号	媒体使用对政治信任的间接影响	N	积极影响	消极影响	不显著
1	传统媒体→M ₁ →政治信任	14	85.7%	7.1%	7.8%
2	网络媒体→M ₁ →政治信任	8	62.5%	37.5%	0
3	社交媒体→M ₁ →政治信任	16	62.5%	31.3%	6.3%
4	官方新媒体→M ₁ →政治信任	9	88.9%	11.1%	0
5	传统媒体→M ₂ →政治信任	9	88.9%	11.1%	0
6	网络媒体→M ₂ →政治信任	6	50%	50%	0
7	社交媒体→M ₂ →政治信任	6	66.7%	33.3%	0
8	官方新媒体→M ₂ →政治信任	2	100%	0	0

注：M₁ = 中介变量，M₂ = 调节变量。

最后是调节影响关系。如表2所示，以媒体使用作为自变量，其他因素作为调节变量，政治信任作为因变量的研究样本，规模很小，不到样本总量一成。与前述中介影响关系的结果相似，传统媒体和官方新媒体通过调节因素产生的积极影响，同样占绝对主导（接近九成和更

多)，社交媒体的积极影响占相对多数（接近七成），网络媒体的积极和消极效果并行。

（四）影响媒体使用与政治信任关系的因素

为回答 Q5，以影响关系为因变量（积极影响 vs 消极影响或无影响），以研究执行的时间、研究设计和数据采集因素为自变量，将成果发表渠道作为控制变量，实施二元逻辑回归分析，结果如表 3 所示。

就传统媒体使用对政治信任的影响而言，研究时间、数据来源对因变量产生了显著效果。相对于 2015 年前的研究，此后的研究更多发现了传统媒体的积极影响（ $\beta = 3.088$ ， $p < 0.01$ ）。相对于国外机构的调查和学者本人调查，基于国内权威机构调查数据的研究，更可能发现传统媒体的积极效果（ $\beta = 2.587$ ， $p < 0.05$ ）。相对于没有控制受访者居住地/城乡变量的研究，控制了该变量的研究更多揭示了传统媒体的消极效果，但这种效果是边缘显著的（ $\beta = -1.868$ ， $p < 0.1$ ）。

表 3 预测媒体使用对政治信任影响关系的二元逻辑回归分析

	传统媒体使用对政治信任的积极影响 vs 消极影响或无影响		新媒体使用对政治信任的积极影响 vs 消极影响或无影响	
	β	Exp (β)	β	Exp (β)
研究的时间（2015 年前 = 0）	3.088**	21.928	1.586**	4.886
数据来源（国外机构和自调查 = 0）	2.587*	13.290	.687	1.988
样本量（2000 以下 = 0）	.198	1.219	-.973	.378
抽样方式（非随机 = 0）	.599	1.820	.431	1.538
受访者 - 性别（未控制 = 0）	-19.438	.000	-1.463	.231
受访者 - 年龄（未控制 = 0）	.146	1.157	-.448	.639
受访者 - 收入（未控制 = 0）	.659	1.933	1.153*	3.167
受访者 - 教育（未控制 = 0）	-1.313	.269	.576	1.779
受访者 - 城乡（未控制 = 0）	-1.868#	.154	-1.167*	.311
成果发表渠道（国外 = 0）	.855	2.351	-.309	.734
常量	15.818	743881.185	-1.476	.229
-2 对数似然值	55.994		96.391	
Cox-Snell R ²	.293		.219	
正确分组率%	83.1		71.9	
个案数	65		89	

注：# $p < 0.1$ ，* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ 。

再看新媒体使用的情形。研究时间（ $\beta = 1.586$ ， $p < 0.01$ ）和控制居住地（ $\beta = -1.167$ ， $p < 0.05$ ）对因变量产生显著影响；控制收入（ $\beta = 2.587$ ， $p < 0.1$ ）拥有边缘影响。简言之，2015 年后的研究、没有控制居住地/城乡和控制了收入因素的研究，更多揭示了新媒体使用对政治信任的积极效果。

五、结论与讨论

鉴于过往媒体使用影响政治信任的研究远未达成共识，论文致力于通过对既有文献的综合

分析，以揭示我国公众媒体使用影响政治信任的基本面貌和理论逻辑。研究发现，既有文献关注的“媒体”和“政治信任”类型，呈现为多样化面貌。就媒体而言，主要是电视、社交媒体和报纸；但近10年来，更多聚焦于社交媒体。对政治信任的关注，包括特定政治信任、弥散政治信任、中央政府信任和地方政府信任。在既有文献中，媒体和政治信任类型本身的多样性，正是导致媒体使用影响政治信任产生多重面貌的重要原因。

媒体使用对政治信任的影响，呈现出直接效果和间接效果并存的图景，但以直接效果为主，仅有略超十分之一的研究关注间接效果。在直接效果方面，传统媒体的效果以积极影响占主导。作为中国意识形态国家机器的重要组成，传统媒体的制度逻辑植根于政治系统再生产与社会共识凝聚的双重功能耦合，运行流程遵循“动员式参与”的实践逻辑^①。这类似于“良性循环论”。网络新媒体，则呈现为积极、消极和不确定的效果三者并立的局面。在媒体生态迅速变革的时代，内容生产呈现为多元主体博弈，尤其是面向公众的话题讨论，官方叙事、媒体机构和自媒体内容共存，导致公众认知呈现“制度依赖”与“批判反思”并行的认知分裂^②，放大传播效果的复杂性。这无疑会特别映射到政治传播领域。在间接效果方面，不论是中介还是调节效果，传统媒体和官方新媒体的积极影响占绝对主导，社交媒体和网络媒体，积极效果占相对主导。这些结论显示了公众媒体使用影响政治信任的复杂图景。

经由进一步总结提炼，本研究提出一个创新性的“综合模型”解释框架，以完整涵盖媒体和政治信任的基本概念，并系统整合二者间的多重影响逻辑。如图3所示，传统媒体的效果以积极为主要面向，网络新媒体的效果则呈现出积极、消极和不确定并立的格局；对媒体、政治信任两个基本概念的定义和类型划分方式，以及研究设计和数据采集变量，都在其中产生影响。

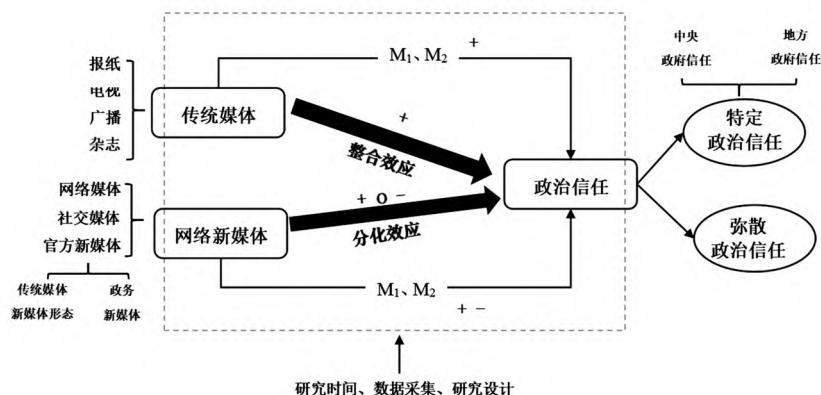


图3 媒体使用影响公众政治信任的综合模型^③

我们将该模型称为“综合模型”，是出于三方面原因。其一，模型中的基本概念，即媒体和政治信任，囊括了其涉及到的各种类型。其二，媒体信任对政治信任的多重影响关系，都在该模型中得到体现。其三，影响该模型中变量关系的因素，包括研究时间、数据采集和研究设

① 祝建华 《中文传播研究之理论化与本土化：以受众及媒介效果的整合理论为例》，《新闻学研究》2001年总第68期。

② 陈刚 《意见的公共表达：公共争议的传播偏向与话语民主化》，《南京社会科学》2011年第8期。

③ 图3中，“+”代表积极影响，“-”代表消极影响，“o”代表不确定的影响，“M₁”代表中介效果，“M₂”代表调节效果，线条粗细表示该类效应/影响路径出现的概率。

计等，需要被考虑到。不论是对传统媒体还是网络新媒体的效果而言，这些影响都同样存在。

在该模型中，传统媒体的效果以积极为主要面向，表现为一种“整合效应”，即传统媒体在信息传播中往往遵循官方叙事框架，强调国家发展和社会稳定，积极整合公众的政治认知，从而增强公众的政治信任。网络新媒体的效果则呈现出积极、消极和不确定并立的格局，即“分化效应”；原因在于，网络新媒体在信息传播中，其碎片化、多样化的信息内容，将导致公众对政治的认知和理解趋于分化^①。

关于政治信任的来源，呈现文化主义和制度主义视角两种范式^②。前者认为，公众政治信任源于政治领域外长期的信仰，其植根于文化规范，进一步投射于政治层面^③。在后者看来，政治信任源于公众对政府绩效、政治制度等的理性评估，表现良好的政府和机构才会产生信任^④。文化主义和制度主义的政治信任来源解释，进一步体现在公众的基础价值观、对具体事务的态度现象归因等方面，这都与媒体存在密切联系^⑤。这种联系究竟如何，回答众说纷纭。长久以来，学界普遍接受的观点是两种理论解释，即“媒体抑郁论”和“良性循环论”。前者强调媒体对政治信任具有负向影响，公众接触媒体造成政治冷漠^⑥；后者则认为媒体对政治信任具有积极影响，媒体使用提升公众的政治认知和兴趣、丰富政治知识，进而提升政治信任^⑦。在这样的意义上，研究提出的理论模型，突破了国内外学界长期主导的“媒体抑郁论”和“良性循环论”二元解释框架。通过建构媒体和政治信任的类型学框架研究，将近些年来我国媒体生态变革的实际纳入考量，从实证研究必须考虑的“条件性”和“历史性”特性出发，寻求媒体变革时代本土政治信任来源的传播学解释。在某种意义上，这是一种基于媒体类型学划分的政治传播效果模式，体现了构建本土知识体系的学术追求。

与“媒体抑郁论”和“良性循环论”的解释不同，我们提出的“整合效应”和“分化效应”，更符合当前本土情景中媒体政治传播的实践与实际。“整合效应”揭示了传统媒体有望通过技术赋能，重塑内容生态，在赓续权威话语的坐标系中建构现代传播体系，推动主流媒体系统性变革，更好地掌握新时代的舆论主导权^⑧。“分化效应”表明，从政治传播角度而言，未来互联网治理面临范式重构的实践需求。网络新媒体基于开放、自由的传播特性，通过用户生产内容和算法推荐协同，构建了离散的话语空间。采用分层治理框架，针对网络空间特定群

① Ma, D., & L. Wang, “Chinese Netizens Ideology and Their Sources: An Empirical Analysis (in Chinese),” *Chinese Journal of Sociology*, vol. 35, no. 5, 2015, pp. 142–67.

② Mishler, W., & Rose, R., “What are the Origins of Political Trust? Testing Institutional and Cultural Theories in Post-Communist Societies,” *Comparative Political Studies*, vol. 34, no. 1, 2001, pp. 30–62.

③ Inglehart, R., *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 41 Societies*, Princeton University Press, 1997, pp. 243–245.

④ Coleman J. S., *Foundations of Social Theory*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994, pp. 99–101.

⑤ 赵健池、王正绪《政治信任：概念史回溯与实证研究反思》，《复旦学报（社会科学版）》2021年第1期。

⑥ Kaid, L. L., “Effects of Political Information in the 2000 Presidential Campaign: Comparing Traditional Media and Internet Exposure,” *The American Behavioral Scientist*, vol. 46, no. 5, 2003, pp. 677–691.

⑦ Tworzecki, H., & Semetko, H. A., “Media Use and Political Engagement in three New Democracies: Malaise Versus Mobilization in the Czech Republic, Hungary, and Poland,” *International Journal of Press/Politics*, vol. 17, no. 4, 2012, pp. 407–432.

⑧ 黄楚新、李一凡《以深度融合推进主流媒体系统性变革》，《新闻与传播研究》2024年第11期。

体的信息需求和认知特点，引导公众理性使用新媒体，有助于优化公共领域的传播效能。提升专业机构的权威内容生产能力，在推动算法向上向善中落实主流价值观，是削弱和对冲“分化效应”的可能策略。

研究发现，学者们对我国公众媒体使用与政治信任的理论分析，主要是基于对直接而非间接效果的考量。较之于其他领域，政治传播更加依赖对特定政治、文化等情景的考量。由此，国内研究需要关注当下中国媒体生态的复杂性，对多样化的媒体类型加以区分对待。从政治信任的来源考虑，制度因素总是镶嵌在文化环境之中。因此，国内学者对政治信任的思考，较多考虑到文化层面变量，这些变量往往作为中介或调节因素，连接起媒体使用与政治信任，体现了中国学者立足本土政治实践进行理论开掘加努力与尝试。从构建具有中国特色的政治传播理论角度看，进一步发掘本土情景中的政治、文化、心理和社会因素，是值得探索的方向，也是本研究为未来研究提供的启示。

近些年来，不论在传播学还是政治学领域，在研究方法的科学性方面，已有长足进展。然而，不论是在传播学还是政治学领域，对于实证研究中方法科学性的质疑此起彼伏。如在传播学领域，有的学者认为，方法训练不足和学术操作的不规范，依然是我国传播研究的软肋，长期、成规模、团队协作的学术共同体接力进行的数据跟踪研究和控制实验，基本处于空白状态^①。在政治学领域，亦有学者指出，研究方法的科学性不足，尤其是实证研究水准严重滞后，是政治文化研究领域的一大局限，且是今后需着力的方向^②。我们的分析揭示，强化研究设计的逻辑性，提升研究方法的科学性，有助于更准确地评估媒体使用的政治效果。

随着新媒体技术的进步和应用，公众的媒体渠道越来越多，媒体对政治信任的效果机制也将更加复杂。未来，需要更多开展跨媒体类型的比较研究，特别是从公众的多样化媒体使用习惯中探寻其影响政治信任的差异性。立足媒体间的交互影响考察政治信任模型，亦是值得关注的路径。不同媒体类型对政治信任的影响存在偏向性，但在现实生活中，公众的信息获取往往受到多种媒体来源的影响。未来研究需要围绕此种杂糅的媒体使用状态，提供更充分的证据来讨论媒体交互作用对政治信任的影响，进一步启发如何建立政治生活中的整合传播框架。

本文系国家社科基金项目“人工智能时代的媒体深度融合发展与传播转型”（项目编号：22VRC184）的阶段性研究成果。

作者：华中科技大学新闻与信息传播学院博士生
华中科技大学新闻与信息传播学院教授（通讯作者）
华中科技大学新闻与信息传播学院硕士生

① 张勇锋 《经验功能主义：还原、反思与重构——对中国语境中传播学经验功能主义的再认识》，《新闻与传播研究》2014年第9期。

② 肖唐镖、余泓波 《近30年来中国的政治文化研究：回顾与展望》，《政治学研究》2015年第4期。

nomadic communities in Anji ,Zhejiang Province ,and Xián ,Shanxi Province. Using fieldwork ,in-depth interviews ,and participatory observation methods ,this study found that the development of digital nomadic communities in China has undergone three stages. The first stage is the evolution of the concept of “community ” from conceptualization to practice under commercial investment. The second stage involves actors ´ limited embeddedness and collaboration under the government ´s leadership. The third stage is the initial formation of a generative and collaborative community model. The study critically reflects on the limitations of ANT in community building in the Chinese context and , with the help of Embeddedness Theory , corrects and adapts it. It proposes the “difference-synergy ” development model and the consultation and cooperation model of digital nomadic community actors. It also offers a reference for constructing a new qualitative space between urban and rural areas in the digital era.

46 • Can Large Language Models Reflect Public Opinion? An Empirical Study Based on the Three-Dimensional Explainable Framework of Data Resources , Opinion Distribution , and Prompt Language

• *Zhou Baohua , Fang Yuan*

As a new medium of communication ,large language models (LLMs) learn values and attitudes from data generated by humans ,thereby having the potential to reflect public opinion. This pioneering study delves into the representation of public opinion within the Chinese context and introduces a comprehensive three-dimensional interpretable framework comprising data resources , opinion distribution ,and prompt language. It conducts empirical assessments on the representation of public opinion across diverse nations and demographics by analyzing four prominent LLMs originating from China or the United States: GPT-3.5 ,GPT-4.0 ,ChatGLM3.0 ,and Ernie 4.0. Findings reveal that the accessibility of data resources facilitates LLMs in effectively capturing the public opinion of internet users and nations with elevated internet penetration rates. The more consolidated the distribution of opinions in public opinion surveys ,the more accurately LLMs reflect public opinion. GPT-3.5 and ChatGLM3.0 exhibit a reliance on prompts in their native languages to mirror public opinion ,a dependency that diminishes in other LLMs equipped with advanced multilingual capabilities and knowledge-enhanced attributes. This study not only describes the extent to which LLMs reflect public opinion ,but also offers theoretical insights into the representativeness of public opinion in these models.

65 • Image Consciousness and Cultural Identity in the Context of the Traditional East Asian Tributary System

• *Liang Junjian , Hyun Lina*

The tributary system ,with envoys from Korea and Vietnam regularly visiting China ,functioned as a crucial mechanism for transnational exchange in traditional East Asia. These missions produced extensive written records and rich visual materials ,collectively referred to as *Yanxinglu*. The travel imagery within these records not only meticulously documented the envoys ´ travel routes ,natural landscapes , geographical features , and architectural customs but also vividly conveyed their observations , descriptions , and imagined perceptions of China. From the perspective of image consciousness ,the primary characteristic of these illustrations was their documentary nature ,which provided detailed ,realistic depictions of key events and travel routes. However ,these depictions also served as a foundation for intellectuals to document and organize knowledge of Chinese culture systematically ,thus forming a core element of visual ethnography. Moreover ,the imagery fostered cultural connections and emotional engagement with Chinese civilization ,presenting China as a “familiar foreign land. ” Therefore ,these depictions reflect the envoys ´cultural imagination and identity ,becoming significant expressions of thought and cultural recognition within specific historical contexts.

81 • Integration and Differentiation: The Impact of Media Use on the Chinese Public´s Political Trust A Comprehensive Analysis of 91 Empirical Studies

• *Yuan Xiangling , Zhang Mingxin , Zhang Xinyue*

Political trust constitutes a fundamental element of modern state governance. Media is a crucial factor

influencing political trust. However, there has been no consensus on how domestic media use affects political trust. This paper proceeds from the “conditionality” and “historicity” characteristics that must be considered in empirical research, seeking a communication-based explanation for the sources of political trust in the era of media transformation. Through a comprehensive analysis of 91 representative empirical studies, this paper proposes an integrated model explaining the effect of media use on political trust in the Chinese context. It shows that the effect of traditional media is mainly positive, which is manifested as an “integration effect.” It also shows that the effects of online new media present a pattern where positive, negative, and uncertain outcomes coexist—the “differentiation effect.” Factors such as research time, research design, and data collection variables also have an influence. With the advancement and application of new media technology, the public has access to an increasing number of media channels, and the effect of media on political trust is becoming even more complex. In the future, strengthening the logic of research design and enhancing the scientific rigor of research methods will contribute to a more accurate assessment of the political effects of media utilization.

96 • Pragmatism and Perceived Risk: The Impact of Country-of-Origin Image on U. S. Users' Acceptance of Chinese Internet Brands

• *Qin Xuebing, Shen Yuan*

Based on the SOR model and theories and hypotheses related to country-of-origin image, acceptance intention, perceived risk, and consumer ethnocentrism, this study constructs a theoretical model illustrating how country-of-origin image influences U. S. users' acceptance of Chinese internet brands. An empirical analysis is conducted with Temu as the research subject. The study finds that the overall country image is not significantly associated with U. S. users' acceptance of Chinese internet brands, while the product-country image is positively correlated. Cognitive value and service value exhibit significant mediating effects, whereas the mediating effect of emotional value is not significant. Perceived risk significantly undermines U. S. users' acceptance of Chinese internet brands. Consumer ethnocentrism increases U. S. users' acceptance of Chinese internet brands. When perceived risk is introduced, the product-country image has significantly negative effects on acceptance through a sequential mediation path involving consumer ethnocentrism and perceived risk. Further analysis reveals that the pragmatic orientation of U. S. users plays a crucial role in facilitating the success of Chinese internet brands in the U. S. market. However, within the context of global value chain competition, perceived risk continues to pose challenges for these brands.

113 • The Hybrid Communication Governance in Rural Society: A Study Based on Mediatization Practices of Village Cadres

• *Xiang Qingping*

Village cadres serve as mediators for communication between the state and rural society. This paper uses multiple methods, including online ethnography and in-depth interviews, to study the media communication practices of village cadres in X County, Xiangxi Prefecture. This study found that the trend toward digital rural governance requires village officials to be “digitally capable individuals.” Different media communication methods, such as in-person communication, WeChat groups, and digital platforms, have the attributes of providing private, public, and national order. In the digital age, village cadres can adapt to the context of rural social governance through communication and interaction within the hybrid media system. In the hybrid communication governance between village cadres and villagers, rural society has formed a mixed communication governance of rationality and human feelings, formal and informal. From the perspective of media governance, digital rural governance should properly handle the communication relationships between the state, public, and private media, each with different attributes.

英文编辑: 段铁铮