

研究論文

互聯網加劇了青年人的社會不滿？ 互聯網使用與社會公平感： 以信息暴露為中介

施穎婕

摘要

本文分析了「信息暴露」的影響以及互聯網使用對中國青年人社會公平感的影響機制。通過對二手調查數據的多層Logistic回歸及Bootstrap中介檢驗，研究發現互聯網使用對青年人社會公平感的影響存在不同維度的分化，異質性暴露在不同維度上均具有中介效應——互聯網的使用減少了結構異質性，從而增強了年輕人的機會公平感；另一方面，互聯網的使用增加了內容異質性，從而降低了年輕人的結果公平感和整體公平感。此外，受訪者的個體特徵會對互聯網的上述涵化效應產生差異化影響。這些發現通過對網絡賦權假說提出實證挑戰，為涵化研究做出了貢獻。最後，相對於網絡媒體使用，諸如社會經濟地位等傳統的結構位置對於青年人社會公平感的影響有限，社會公平感更可能受到信息暴露而非結構位置的影響。

關鍵詞：互聯網使用、異質性暴露、社會公平感、涵化假說

施穎婕，復旦大學新聞學院新聞系博士後。研究興趣：媒介效應與青年社會心態。電郵：shiyj_@fudan.edu.cn

論文投稿日期：2023年8月1日。論文接受日期：2023年12月15日。

Research Article

Does the Internet Exacerbate Social Discontent Among Youth? Internet Use and Perception of Social Equity: Information Exposure as a Mediator

Yingjie SHI

Abstract

This study analyzed the effects of “information exposure” and internet use mechanisms on the sense of social fairness among young people in China. Using secondary survey data, multi-layer logistic regression and bootstrap intermediation tests were conducted. The findings showed that the effects of internet use on young people’s sense of social fairness differed and that heterogeneity exposure had a mediating effect on several dimensions. Internet use was shown to enhance young people’s sense of opportunity fairness by reducing exposure to structural heterogeneity. However, internet use reduced young people’s sense of outcome fairness and overall fairness with increased exposure to content heterogeneity. Moreover, the individual characteristics of the study respondents had a differentiating effect on the cultivation effects of the internet. These findings contribute to cultivation research by empirically challenging the network empowerment hypothesis. Finally, compared with online media use, traditional structural positions, such as social economic

Yingjie SHI (Postdoctoral Fellow). Department of Journalism, School of Journalism, Fudan University. Research interests: media effects and youth social attitudes.

Does the Internet Exacerbate Social Discontent Among Youth?

status, had limited effects on the sense of social fairness, which was likely to be affected by information exposure rather than structural position.

Keywords: internet use, heterogeneous exposure, perception of social fairness, cultivation hypothesis

Citation of this article: Shi, Y. (2024). Does the internet exacerbate social discontent among youth? Internet use and perception of social equity: Information exposure as a mediator. *Communication and Society*, 69, 51–80.

致謝

本研究受中國國家社會科學基金重大項目「大數據驅動的網絡社會心態發展規律與引導策略研究」(19ZDA148)資助。感謝復旦大學新聞學院張濤甫教授對本文提出的寶貴建議。作者亦從《傳播與社會學刊》匿名評審及編委會之處收獲了精闢、中肯的修改意見，特此感謝，文責自負。

引言

互聯網媒體被認為是公眾獲取信息和自我教育的主要手段 (Brewer et al., 2006)，在影響人們的社會感知與社會期望、培養意識形態方面發揮深遠作用 (Chen, 2004)。隨著網絡媒體的快速發展與廣泛應用，互聯網已經成為理解當代青年社會認知與心態觀念的一項關鍵變量 (趙曉航、李建新，2017)。一方面，人們對於客觀世界的認識在很大程度上依賴於媒介對現實環境的擬真表達，因此，當互聯網這一媒介被以八零後新生代為主體的用戶頻繁應用於工作、學習、社交與娛樂等多種日常活動中時，互聯網擬態環境儼然已成為當代民眾重要的認知對象 (曹勁松，2009)。另一方面，相比於線下互動，網絡的匿名性和信息傳播的便捷性使人們能夠借助網絡平台更為方便、高頻地表達乃至宣洩自己對社會問題的情緒和意見，同時也使極端認知與情緒在網絡中更容易發酵和蔓延 (桂勇等，2015)。因此，青年群體作為網絡社會的「原住民」，其社會認知與心態觀念可能會因互聯網使用帶來的信息暴露 (information exposure) (Garrett et al., 2014) 的差異而發生改變。相應地，近十多年來的互聯網研究也越來越關注互聯網使用與特定態度之間的關係 (Peng et al., 2012)。

其中，社會公平感是對社會分配「應然」與「實然」狀態之間關係的看法，作為人們對社會資源分配狀況的主觀判斷與評價，它不僅決定著公眾對經濟和政治合法性的認可 (孟天廣，2012；劉欣、胡安寧，2016)，更關係到國家基本的經濟、政治和社會制度的設計與社會穩定 (Guterbock, 1980)。隨著改革開放的深入，社會不平等、貧富分化、城鄉差距拉大等社會問題漸趨嚴重，社會公平問題被認為是當前中國最突出的社會問題之一 (馬磊、劉欣，2010)，中國社會發生的重大社會辯論，幾乎無一不涉及「社會公平」主題 (張靜，2008)。

與此同時，對社會的不公平感知正在成為網絡媒介的日常表達中越加普遍和深化的底層邏輯。不論是圍繞類似「回流生爭議」、「對見義勇為者的保護」等事件導向的瑣碎討論，還是諸如「躺平」、「不生」等系統性的流行心態，都是基於對社會公平的理解和評判而發展出的不同

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

面相的網絡表達框架。網絡媒介使得人們對社會公平的信息和觀點交換從原本碎片化的人際間討論轉變為組織化的群體討論，在結構上深刻地改變了人們評判社會是否公平的參照信息來源和觀念交互模式。尤其是媒體對公職部門的負面報道，容易通過網絡媒介的「病毒視頻效應」(viral video effect)而引發較大範圍與較深程度的「合法性危機」(legitimacy crisis) (Nix & Pickett, 2017; Weitzer, 2015a, 2015b)，甚至進一步演變為公眾對公共改革的要求 (Lee et al., 2018)。

那麼，互聯網使用究竟對當代青年人的社會公平認知產生哪些系統性的影響？其背後的影響機制又為何？現有文獻尚未就網絡媒介對青年人這一心態的形塑效果與路徑展開較為系統的實證分析。因此，本文將圍繞上述兩項問題，基於經驗路徑探究青年人的互聯網使用與其社會公平感之間的關係以及其間的中介機制。

文獻回顧

既有相關研究聚焦於教育程度、收入水平和職業階層等客觀階層地位對人們社會公平感知的影響，¹較少關注互聯網傳播在這一重要認知上的作用。然而，隨著互聯網與當代民眾的日常生活越發地密不可分，「信息暴露」成為分析互聯網對人們心態影響的重要視角。相關經驗研究指出，信息暴露對於人們的社會態度存在決定性的作用 (Autio et al., 2013; Garrett et al., 2014)。民眾在很大程度上生活在大眾傳媒塑造的擬態環境中，而非現實環境，互聯網對現代生活的高度滲透不可避免地重塑了人們所暴露於的信息環境，進而影響其社會認知與心態觀念，它將對人們的社會公平感知產生深遠的影響 (Christians, 2016)。

涵化假說

涵化假說 (cultivation hypothesis) 認為，大量接觸媒體會塑造我們對社會現實的概念，個體對大眾媒體的消費時間越長，對現實世界的認知就越有可能趨同於媒體所描繪的狀況 (Gerbner & Gross, 1976;

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

Morgan et al., 2014)。基於這一理論視角，不少研究認為在當前的網絡信息環境下，互聯網使用對人們的社會公平感知存在負面影響。

一方面，在媒體蓄意的信息過濾下，互聯網使人們往往很容易落入「信息陷阱」(information trap)。相比於傳統的正式媒介所組織和發布的信息，網絡媒介基於其利益偏好而選擇性地呈現和誇大負面化信息，且「守門人」的角色減弱，往往通過挑戰、更新人們既有的社會認知來獲得點擊量與相應的流量收益。另一方面，作為網絡傳播的自發特徵，涉及或激起憤怒、焦慮等負面情緒的內容本身就能在網上獲得更有力的傳播(Berger & Milkman, 2013; Guadagno et al., 2013)。在上述兩項傳播機制下，人們更為頻繁地暴露於攻擊、詆毀社會的新聞與觀點中。這種負面暴露可能會引發一個情感學習過程(affective learning)，所展示的負面情緒通過「情感傳染效應」(emotional contagion effect)(Hatfield et al., 1993)被他人模仿和學習(Jamieson & Cappella, 2008)。其中，所謂情感學習，是指人們傾向於效仿他人的行為和信仰(Bandura, 2001)，並經常轉向「精英線索」(elite cues)來發展和完善他們的政治態度(Watts et al., 1999; Zaller, 1990)。在當代社會中，相比於官方媒體、專家等傳統知識權威，互聯網上的自媒體專欄、大V及Up主等意見領袖所傳播的信息被普通民眾視為「精英線索」而效仿和吸納。在精英線索側重性別不平等、教育不平等、收入不平等之類容易引發關注的社會問題這一敘事偏好下，人們可能將這些社會認知內化為不公平感。

互聯網使用對公平感的負面影響在國內的相關實證研究中也得到了經驗支撐：盧家銀與段莉(2015)研究發現，在青年群體中，個體對網絡的使用頻率越高，其社會公平感越低；朱斌等(2018)研究發現，網絡媒介的「守門人」效應更弱，使用者可以從中獲得更多社會不平等信息，因此會提高網絡媒介使用者感知到的社會不平等程度，降低人們的機會公平感；其他新近的實證研究也指出網絡媒介對公平感的挫傷(李琬等，2023；韓彥超、潘澤泉，2023)。網絡媒介布置的這種「信息陷阱」使民眾更容易對社會現實產生片面的消極認知，並產生對社會現狀的焦慮和不滿情緒。

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

受眾接受

涵化假說認為媒介對所有受眾的影響是同質的，但後續部分經驗研究發現，受眾的特徵對於媒體消費對公平態度的影響具有很突出的調節作用 (Doob & Macdonald, 1979; Hirsch, 1980)，這類「受眾接受研究」(reception research) 強調媒體消費者的個體特徵在涵化過程中的重要性。

Gerbner 等人 (1980) 將廣義的受眾接受理論進一步拓展出兩項關鍵理論：主流化 (mainstreaming) 和共鳴 (resonance)。其中，主流化理論認為，儘管存在群體差異 (如性別、年齡、意識形態、社會背景)，大量的媒體接觸會使消費者擁有相似的信念；而共鳴理論認為，當媒體信息與個人經歷和意識形態產生共鳴時，涵化效果可能會更加明顯或放大。產生共鳴的方式之一是通過媒體框架，當大眾媒體對事件、問題進行社會化構建時，會影響受眾對信息的解釋 (Entman, 1993; Wright & Unah, 2017)。具體而言，媒體框架可以通過中心性 (centrality)、經驗相通性 (experiential commensurability) 和敘述的忠實性 (narrative fidelity) 來增強用戶對媒體的共鳴：當框架對消費者的信仰、價值觀和想法至關重要時，就會出現中心性；當框架與受眾的經驗和個人生活密切相關時，就會出現經驗相通性；當框架與消費者的文化敘述、固有的意識形態或假設契合時，就會出現敘述的忠實性 (Baranauskas & Drakulich, 2018; Benford & Snow, 2000; Snow & Benford, 1988)。

與此同時，個體在媒介消費中的選擇性接觸 (selective exposure) 加劇了上述的共鳴過程。個人會尋求與他們現有信仰體系一致的媒體內容 (Knobloch-Westerwick & Alter, 2007; Melican & Dixon, 2008)。由於偏見貫穿於人們的交流過程中 (Lazarsfeld et al., 1944)，媒體用戶傾向於更多地接觸與自己態度一致的內容 (Stroud, 2008)，有時也會迴避具有不同態度內容的媒體 (Garrett, 2009)。而媒體多樣性和可及性的增加，為更有效地進行選擇性接觸提供了可能性 (Sunstein, 2001)，個人可自由選擇網站、搜索內容，並關注那些擁有相似意識形態的人，避免與他們的信仰相左的資訊和觀點。同時，種族、政治意識形態和個人信仰等個人特徵可以增強個人進行選擇性接觸的傾向 (Appiah et al.,

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

2013; Intravia & Pickett, 2019; Knobloch-Westerwick et al., 2008; Stroud, 2010)。因而，有選擇地接觸與身分相關的媒體信息會加強對身分的社會認同(Slater, 2007)，人們會吸收新信息以進一步印證他們對社會分配是否公平的看法，這種「證實偏見」(biased assimilation) (Lord et al., 1979)可能會使原本認為社會公平的人更加相信社會公平，但對大部分處於較低社會經濟地位的人群而言，則使其在面對社會挑戰、生活危機而心生不滿時更容易萌發或加深不公平感。

網絡賦權

不同於涵化假說和受眾接受假說聚焦於網絡資訊意識形態對個體社會公平感知的教化作用，部分研究關注互聯網賦予個體的機會和權力，基於這一「網絡賦權」視角，互聯網對個體的公平感知可能存在正向的作用。

首先，互聯網被認為改變了信息、關係等社會資源的分配格局，它使信息壁壘被部分消解，讓普通個體獲得了比以往更多的發展機會。Autio等(2013)指出，個人只能對他們所接觸的刺激做出反應，個人能夠獲得怎樣的信息環境限制了其知識和動機的發揮，故而考慮接觸不同種類的信息對個人機會評估的影響是很重要的。信息對機會發現與感知的影響也在其他研究中被廣泛討論(Eckhardt & Shane, 2003; Kirzner, 1997; Shane & Venkataraman, 2000)。可以說，機會的發現是由社會系統中的信息分配來調節的，由於信息部分嵌入社會系統，所以機會的揭示是通過與他人的互動這一相互作用而達成的(Hayek, 1945)。依據這一理論，互聯網拓寬和加深了個體與他人的互動，則為個體帶來發掘更多發展途徑與成功機會的可能，從而提高個體的公平感。

其次，互聯網可能使更多的權力流向普通民眾，從行動層面有效降低人們關於自己社會從屬地位的認知和被剝削感。在這種社會權力分配的實然狀態變更下，互聯網對於人們的社會公平感可能具有積極的影響。相比於傳統的社會制度，互聯網賦予了普通民眾更多的話語權與行動力，為人們解決不公平提供了諸多便利渠道。一方面，互聯網創造了公民對政治和社會問題展開討論的公共領域，加強了民眾之

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

間的聯繫與集體行動(胡泳, 2008),使個體擁有更高的社會動員能力以應對不公平遭遇;另一方面,如果人們認為某件事情不公平,他們可以和他們的同伴分享鏈接、視頻等信息,或者以簡單的方式創建一個在線社區,讓所有成員討論並試圖解決問題,從而達到對不公平感的消解(Beckett, 2008; Papacharissi, 2009; Rheingold, 2002)。

綜上所述,既有研究對於互聯網使用對社會公平感的影響效應存在較大的理論分歧。涵化假說與受眾接受理論側重於信息暴露對個體在公平認知上的直接教化作用,互聯網的「信息陷阱」可能會助長民眾的不公平感;而網絡賦權視角下的研究則強調互聯網對社會分配秩序的變革所帶來的實然感知變化,使民眾的公平感知更為積極。同時,相關的影響機制尚未得到較為系統的實證支撐。最後,現有對於互聯網使用與社會公平感之間關係的理論分析大多都是基於西方語境展開,比較缺乏基於當代中國經驗的歸納,尤其是圍繞青年人這一群體的相關研究。

研究思路與研究方法

研究思路

首先,基於上述不同理論之間的爭論,本文利用序次Logistic回歸模型檢驗青年人的互聯網使用對社會公平感知的影響效應。其中,鑒於社會公平感本身所包含的多重維度,筆者分別檢驗互聯網使用對青年人的總體社會公平感、結果公平感、機會公平感有何影響,並分析不同維度影響之間的聯繫。

其次,筆者使用Bootstrap方法對異質性信息暴露這項中介變量進行中介效應檢驗,以分析互聯網使用對民眾公平認知的影響機制。參照Eveland與Hively(2009)對異質性暴露的定義,本文進一步將異質性暴露細化為內容異質性信息暴露和結構異質性暴露兩個層面進行上述檢驗。其中,內容異質性信息暴露代表個體所參與的網絡討論中的觀點與「自己」觀點的差異程度;結構異質性暴露則是網絡中的他人與「自己」在性別、社會背景等個體特徵上的差異程度。

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

最後，為了明確個體特徵在互聯網對公平感影響中的分化作用，筆者根據樣本的性別、受教育程度及父親職業階層分別進行分組檢驗。之所以選擇這三項個體特徵以考察互聯網對公平認知的影響是否存在基於受眾特徵的分化，是因為性別、教育背景和家庭社會經濟地位是「受眾接受研究」所關注的個體特徵以及青年心態研究普遍關注的個體層面變量，同時也是在本研究的全樣本回歸模型中得到顯著結論的變量。

研究對象與數據來源

本文的研究對象是青年大學生。作為互聯網上最為活躍、最具表達欲求的群體，青年大學生的觀念認知很大程度上接受著互聯網的重塑，這一群體的網絡媒介使用與社會公平感之間的關係可以較為代表性地反映網絡媒介對信息傳播與網絡用戶心態的影響。同時，青年大學生的社會化程度較低，選用這一群體作為研究對象，可以控制職業、工作經歷的影響，更為有效地考察互聯網使用對其社會認知的影響。

本文採用的數據來自復旦大學社會治理中心與上海開放大學信息安全與社會管理創新實驗室聯合發布的「中國大學生社會心態調查數據庫(2017)」。¹該調查採用「地區—大學—學生」分層抽樣方法，在全國範圍內抽取了北京、上海、廣東省、湖北省、吉林省、陝西省、四川省、遼寧省合共八個省/直轄市中42所不同層次高校的6,759名在校大學生樣本，覆蓋華北、華中、華東、華南、西北、西南、東北七大地域，於2017年6月至12月期間在各高校向受訪者現場集中分發並收集紙質問卷，最終回收有效問卷6,722份，問卷有效率為99.45%。本文剔除了每個變量的缺失值與「無法回答」，得到5,416個樣本。

變量測量

I. 因變量：社會公平感

本文從總體社會公平感、結果公平感以及機會公平感這三個角度來測量當代青年人的社會公平感。社會公平感是民眾對整個社會範圍

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

內資源分配狀況是否公平合理的主觀評判，結果和機會公平感則構成公眾判斷社會資源分配是否公平的兩個最基本維度 (Kluegel et al., 1995; Miles, 2014; Trautmann & van de Kuilen, 2016; Verba & Orren, 1985)。前者重點關注收入和財富等有價資源的最終分配結果，主張收入和財產等有價資源在社會成員之間相對均等分配；後者更加強調獲取這些有價資源的權利和機會，指人們對向上流動機會大小的感知 (孟天廣，2012；Hochschild, 1981; Wegener, 1991)。相比於多數研究使用一道題目測量公平感，如「您認為當今的社會公不公平？」，本文的多維測量方法有助區分總體公平感與局部公平感兩個層面的差異，以及局部公平感中的結果公平感與機會公平感兩個維度的差異，同時相對提高測量的信度與效度。

基於社會公平感的內部分化結構，筆者採用五道訪題 (表一) 分別測量上述三項公平感知。其中，結果公平感受到民眾對收入不平等的感知 (perceived inequality) 與接納程度 (accepted inequality) 的影響，若感知到的不平等超過可接納的不平等程度，就會產生不公平的判斷，反之，則會認為社會是公平的 (朱斌等，2018；李駿、吳曉剛，2012)。隨著貧富分化在市場化改革的推進下轉變為被普遍感知到的社會現實，個體可接納的收入不平等程度越高，結果公平感就會越高 (許琪等，2020)。因而，筆者參照許琪等 (2020) 的測量思路，通過個體對收入不平等的接納程度測量結果公平感 ($\alpha = 0.73$)。機會公平感主要依賴於對個體流動機會的評估，機會的公平分布意味著個人獲取成功的機會應當基於自身的努力、能力等自致性因素，而不應基於性別、民族、身分、家庭背景等先賦性因素，當民眾越相信個體可以依靠自身努力實現向上流動，其機會公平感越高 (Olson & Roese, 2002; Ritzman & Tomaskovic-Devey, 1992)。據此，參照許琪等 (2020) 的測量方法，採用個體對當前社會的績效分配感知測量機會公平感 ($\alpha = 0.79$)。在下述訪題中，題目①是反向測量，備選項為：1 = 完全公平；2 = 比較公平；3 = 居中；4 = 比較不公平；5 = 完全不公平。題目②為包含三個選項的定序測量，1 = 同意，2 = 中立，3 = 不同意；題目③、④、⑤為包含五個選項的定序測量，1 = 完全不同意，2 = 比較不同意；3 = 無所謂同不同意；4 = 比較同意；5 = 完全同意。

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

具體分析中，筆者對題目①進行反向編碼，得到一個分值为1-5的定序變量，分值越高代表總體社會公平感越強。同時，在對結果公平感的操作化中，筆者將題目③「比較同意」和「完全同意」編碼為1、「無所謂同不同意」編碼為2、「完全不同意」和「比較不同意」編碼為3之後，與反向編碼後的題目②相加，得到一個包含五個選項的定序變量，數值越高，表示結果公平感越強。最後，將對應機會公平感(題目④、⑤)的兩個問題分值相加後重編碼為一個包含五個選項的定序變量，數值越高表示機會公平感越強。

表一 對社會公平感的測量

類別	代號	問題
總體公平感	①	總的來說，您認為當今的社會是不是公平的？
	②	在當前社會中，人仍然是有高低貴賤之分的。
結果公平感	③	面對當前貧富分化，我認為理想社會中人們的生活水平不應該有太大差距。
	④	個人的成就大部分是靠努力爭取的。
機會公平感	⑤	長遠看來，努力工作通常能夠帶來更好的生活。

II. 核心自變量：互聯網使用

現有文獻通常以互聯網是否為個體的主要信息來源(趙曉航、李建新, 2017; Osazuwa-Peters et al., 2018)進行測量。Rittenberg等(2012)將人們在媒體上消費的信息分為公共信息與娛樂信息，個體賴以感知社會公平狀況的主要信息類型通常為公共而非娛樂信息。然而，在人們「相對娛樂偏好」(Prior, 2005)與傳媒泛娛樂化(王哈嘯、于德山, 2018)的驅使下，娛樂信息在與公共信息的擴散競爭中越發佔據斷層優勢(鍾智錦等, 2023; Aalberg et al., 2013)。為了弱化娛樂信息在數量上的主導地位所造成的測量影響、更加準確地獲知受訪者的主要公共信息源，訪題中加入了偏向公共信息的條件引導，具體問題為「人們通過不同渠道了解國家和世界大事，最近一年您最主要的信息來源是？」備選項為：1 = 報紙；2 = 電視；3 = 廣播；4 = 互聯網；5 = 其他。本文對「互聯網」賦值为1，其餘選項賦值为0。

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

III. 中介變量：異質性暴露

參照 Eveland 和 Hively (2009) 的定義，異質性暴露可以分為兩類：其一是對個體而言，其討論中的觀點與自己觀點的差異程度；其二則是網絡中的他人與自己的差異程度(廖望，2011)。因此，本文從異質性內容(觀點的分化)與異質性結構(參與者的分化)兩個維度切入，利用表二的四道訪題測量異質性暴露。訪題①至④均為包含五個選項的定序測量，得分1-5分別代表「非常不符合」至「非常符合」。筆者將題目①和②的分值相加，得到中介變量結構異質性暴露($\alpha = 0.82$)；將題目③和④的分值相加，得到中介變量內容異質性暴露($\alpha = 0.81$)。這兩個中介變量的數值越大代表接受異質性暴露的頻率越高。

表二 對中介變量異質性暴露的測量

類別	代號	問題
結構異質性暴露	①	我經常通過互聯網接觸社會各個階層的人。
	②	我的網友中三教九流都有。
內容異質性暴露	③	我在網上比線下能接觸到更多不同見解和信息。
	④	我在網上經常遇到線下不常遇到的自由討論。

IV. 控制變量

根據已有研究，個體的社會公平感不僅受到性別、教育、職業階層等個體層面因素的影響，也會受到地區收入不平等、地方政府基本公共服務供給水平等宏觀層面因素的影響。因此，本文的控制變量包含個體和地區兩個層次。

個體層次的控制變量包括性別、年齡、民族、政治面貌、宗教信仰、培養層次、父親受教育程度、父親職業階層。其中，對父親受教育程度的操作化為，將小學以下的賦值為1；初中賦值為2；接受過普高、中專、技校教育的賦值為3；接受過大專及以上高等教育的賦值為4，得到一個取值為1-4的定序變量。同時，根據父親的職業分類為四個階層：工農階層賦值為1，包括農民、產業工人和無業人員；一般非體力階層賦值為2，即其他職業；專業技術階層賦值為3；管理者階層賦值為4，包括企事業管理人員、機關幹部以及私營企業主，從而得到

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

一個取值為1-4的類別變量。最後，性別、民族、政治面貌、宗教信仰、教育地位(培養層次)的賦值分別為：男性 = 1，女性 = 0；漢族 = 1，其他 = 0；共產黨員 = 1，其他 = 0；無宗教信仰 = 1，其他 = 0；專科生 = 1，本科生 = 2，研究生 = 3。

宏觀層次的控制變量包括主要成長地的收入不平等程度、人均GDP以及人均社會性支出。14歲通常被認為是接受教養、形成社會觀念的關鍵窗口期，現有研究通常採用個體在14歲時的相關數據進行測量，同時，由於地區層面的宏觀因素對人們主觀感受的影響在很大程度上存在一定的滯後性，因此本文採用2010年度的宏觀數據作測量。參照既有研究，本文以基尼係數衡量地區收入不平等程度，具體而言，本文利用田衛民測算的2010年中國省域居民收入基尼係數對受訪者的主要成長地進行賦值：將主要成長於基尼係數低於.40的地區的受訪者賦值為0，其他賦值為1，由此得到一個取值為0-1的類別變量，取值0代表收入不平等程度較低，1代表收入不平等程度較高。人均社會性支出是通過地方政府的社會保障與就業、醫療衛生和教育總支出除以當年常住人口總數得出，以千元為單位。

其中，鑒於本文使用的研究數據包括個體和地區兩個層面，且總體社會公平感與機會公平感在個體層面與地區層面的組內相關係數(intra-class correlation coefficient, ICC)都超出Cohen(1988)建議可視為低關聯強度的ICC上限值.059，本文採用多層Logistic模型分析互聯網使用對青年人總體社會公平感與機會公平感的影響。具體而言，由於上述兩個因變量皆為定序變量，筆者採用多層序次Logistic模型進行分析。本文使用的是隨機截距模型，在個人層次，社會公平感由個人特徵決定，來自相同地區的個人具有相同的隨機截距，而該隨機截距在一定程度上可以被地區層次變量所解釋。與此同時，由於結果公平感在個體層面與地區層面的組內相關係數低於可視為中關聯強度的ICC最小值.059，進行分層的必要性不是很強(Cohen, 1988)，因此本文採用序次Logistic回歸模型來分析互聯網使用對青年人結果公平感的影響。

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

表三 描述性統計 (N = 5416)

變量	百分比 (%) / 均值 (標準差)	變量	百分比 (%) / 均值 (標準差)
性別		總體社會公平感	
男	47.49	完全不公平	1.62
女	52.51	比較不公平	23.60
年齡 (歲)	21.06 (1.93)	居中	40.49
民族		比較公平	33.51
漢族	93.56	完全公平	0.78
其他	6.44	結果公平感	
政治面貌		完全不公平	34.66
黨員	8.53	比較不公平	25.61
其他	91.47	居中	28.98
宗教信仰		比較公平	7.90
有	9.36	完全公平	2.85
無	90.64	機會公平感	
培養層次		完全不公平	0.66
專科	19.83	比較不公平	3.69
本科	66.49	居中	6.72
研究生	13.68	比較公平	51.93
父親受教育程度		完全公平	37.00
小學及以下	12.24	互聯網使用	
初中	29.32	互聯網是主要信息源	90.71
高中	26.86	互聯網非主要信息源	9.29
大學及以上	31.57	異質性暴露	
父親職業階層		異質性結構 (2-10分)	5.24 (2.28)
工農階層	35.47	異質性內容 (2-10分)	6.81 (2.05)
一般非體力階層	26.18	地區收入不平等程度	
專業技術階層	9.05	較低	56.04
管理者階層	29.30	較高	43.96
地區人均社會性支出 (千元)	2.05 (0.89)	地區人均GDP (萬元)	3.47 (1.66)

回歸結果與分析

總體公平感知的走低與機會公平和結果公平感知的割裂化

描述性統計結果(表三)顯示,當代青年大學生的社會公平感知具備不同維度上的多重表現。青年大學生群體對當今社會的總體公平感相對積極(25.22%的大學生認為社會不公平,34.29%認為社會公平),但持較為消極的結果公平感(僅10.75%的大學生認為結果公平)和積極的機會公平感(88.93%的大學生認為機會公平)。那麼,在當代青年人結果公平感與機會公平感的割裂中,網絡媒介使用是否扮演了重要角色?

回歸結果(表四)顯示,網絡媒介的使用促使青年大學生的結果公平感與機會公平感朝相反的方向發生變化:一方面,網絡媒介的使用與青年大學生的機會公平感正向相關(係數 = .63,在 $p < .001$ 水平上顯著),以互聯網為主要信息源的青年大學生更傾向於認為當今的社會分配賦予了人們平等的機會,使其可以憑借努力與能力而獲得相應的回報;另一方面,網絡媒介使用與青年大學生的結果公平感負向相關(係數 = -.33,在 $p < .001$ 水平上顯著),以互聯網為主要信息源的青年大學生更傾向於認為社會分配的結果是不公平的。可見,青年大學生在使用互聯網的過程中感知到了更多機會公平與更少的結果公平。

在對結果公平感與機會公平感的異向關聯下,網絡媒介的使用與青年大學生整體的社會公平感知存在負向關聯,以互聯網為主要信息來源的大學生比其他大學生更傾向於在總體上認為社會是不公平的(係數 = -.38,在 $p < .001$ 水平上顯著)。

基於上述研究發現,網絡媒介對青年人公平感的影響效應延展出兩個更細化的問題:第一,互聯網的使用如何降低青年人的總體公平感?第二,互聯網使用為何在降低結果公平感的同時提升了機會公平感?

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

表四 互聯網使用對青年大學生社會公平感的影響

	模型1 (總體公平感)	模型2 (結果公平感)	模型3 (機會公平感)
互聯網使用(互聯網是主要信息源 = 1)	-0.38** (0.09)	-0.33*** (0.08)	0.63*** (0.09)
性別(男性 = 1)	0.23*** (0.05)	0.08 (0.05)	0.13** (0.05)
年齡	-0.02 (0.02)	-0.03 (0.02)	0.01 (0.02)
民族(漢族 = 1)	-0.00 (0.11)	0.06 (0.10)	-0.09 (0.10)
政治面貌(黨員 = 1)	0.14 (0.10)	0.16 (0.10)	0.19 (0.10)
宗教信仰(無 = 1)	0.02 (0.09)	-0.01 (0.09)	0.11 (0.09)
培養層次(基準組 = 專科)			
本科	-0.06 (0.07)	-0.02 (0.07)	0.10 (0.07)
研究生	0.01 (0.12)	-0.17 (0.12)	0.42*** (0.12)
父親受教育程度(基準組 = 小學及以下)			
初中	-0.02 (0.09)	-0.09 (0.09)	-0.09 (0.08)
高中	0.01 (0.09)	-0.04 (0.09)	-0.01 (0.09)
大學及以上	0.03 (0.10)	0.09 (0.10)	-0.07 (0.10)
父親職業階層(基準組 = 工農階層)			
一般非體力階層	-0.17* (0.07)	0.07 (0.065)	-0.04 (0.07)
專業技術階層	-0.07 (0.11)	0.14 (0.11)	0.02 (0.10)
管理者階層	-0.11 (0.08)	0.22** (0.07)	-0.05 (0.08)
地區收入不平等程度(較高 = 1)	-0.17** (0.06)	-0.04 (0.05)	0.02 (0.05)
地區人均GDP(萬元)	0.01 (0.03)	-0.04 (0.02)	0.08*** (0.02)
地區人均社會性支出(千元)	0.01 (0.05)	0.02 (0.04)	-0.07 (0.04)
-2Log-likelihood	12733.18	14855.75	17682.81
第一層個案數	5416	5416	5416
第二層個案數	31	-	31

註：(1) 表中所列為標準化的回歸係數，括號內為標準誤差；(2) 顯著性水平： $*p < 0.05$ ， $**p < .01$ ， $***p < .001$

雙重中介機制：內容異質性暴露與結構異質性暴露

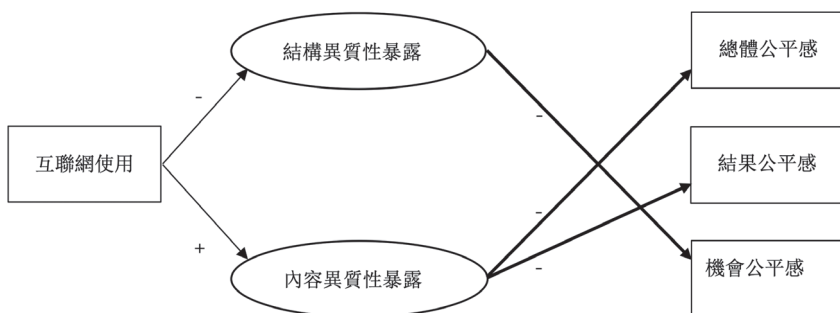
異質性暴露作為以互聯網為主要信息源和以傳統媒介為主要信息源的一項重要差異，是本文所聚焦的中介變量。鑒於本文的自變量為分類變量，筆者利用Bootstrap方法分別對六項中介路徑進行中介效應

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

檢驗。在實際的操作中，設定樣本量為5,000，抽樣方法選擇偏差校正的非參數百分位法，置信區間的置信度設為95%。統計結果顯示(表五)，異質性暴露在互聯網對青年人公平感的影響中存在中介效應，同時，異質性暴露的兩個維度分別在不同的中介路徑中產生作用。

其中，內容異質性暴露是網絡媒介降低青年大學生總體公平感和結果公平感的中介機制：互聯網使用增加了青年人的內容異質性暴露，進而使其更傾向於認為社會總體是不公平的、社會分配結果是不公平的。具體而言，在對總體公平感的影響中，內容異質性暴露的間接效應顯著且效應方向與直接效應的方向相同，其中介效應比為5.56%；在對結果公平感的影響中，內容異質性暴露的間接效應顯著且效應方向與直接效應的方向相同，中介效應比為4.76%。網絡社交中異質性內容的提高意味著觀點與信息的多樣性，個體在評價自身的社會地位時，用以參照比較的信息變多，尤其是網絡平台上為博流量的各種「炫富」視頻與文章，容易加深其相對剝奪感，更加認同自己在社會階層中的從屬地位，從而降低結果公平感與總體公平感。

圖一 互聯網使用、異質性暴露與青年大學生的社會公平感



結構異質性暴露是網絡媒介提高青年大學生機會公平感的中介機制：互聯網使用降低了青年人的結構異質性暴露，進而使其更傾向於認為社會賦予了人們平等的機會，使其可以憑借努力與能力而獲得相應的回報。具體而言，在對機會公平感的影響中，內容異質性暴露的間接效應顯著且效應方向與直接效應的方向相同，其中介效應比為2.98%。網絡媒介並沒有增加青年人的跨階層互動，反而降低了結構異

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

質性暴露，使青年人越加局限於身分相似的人際交往中，而在相似的階層中，人們所面臨的分配規則也是相近的，比如普通人靠「努力」、「天賦」這些自致性因素，而社會資本更為充裕的群體則會利用家庭的金錢、政治權利、文化資本等先賦性因素。因此，當群內成員都是靠相同的社會分配規則得到相應回報時，個體更容易感受到機會公平。

表五 互聯網使用影響青年大學生社會公平感的中介機制檢驗 (Bootstrap)

中介機制	公平感類型	效應類型	效應量	標準誤差	CI下限	CI上限	中介效應
內容： 異質性暴露	總體公平感	總效應	-0.18**	0.03	-0.23	-0.10	是
		直接效應	-0.17***	0.04	-0.24	-0.10	
		間接效應	-0.01**	0.00	-0.01	-0.00	
	結果公平感	總效應	-0.21***	0.04	-0.31	-0.13	是
		直接效應	-0.20***	0.05	-0.29	-0.11	
		間接效應	-0.01*	0.00	-0.02	-0.00	
	機會公平感	總效應	0.67***	0.09	0.47	0.83	-
		直接效應	0.67***	0.09	0.51	0.84	
		間接效應	0.00	0.00	-0.00	0.01	
結構： 異質性暴露	總體公平感	總效應	-0.18***	0.04	-0.24	-0.08	*
		直接效應	-0.19***	0.04	-0.27	-0.12	
		間接效應	0.01*	0.00	0.00	0.01	
	結果公平感	總效應	-0.21***	0.04	-0.30	-0.13	-
		直接效應	-0.21***	0.05	-0.29	-0.12	
		間接效應	-0.00	0.00	-0.01	0.01	
	機會公平感	總效應	0.67***	0.08	0.49	0.80	是
		直接效應	0.65***	0.09	0.43	0.81	
		間接效應	0.02***	0.01	0.01	0.03	

註：(1) 顯著性水平：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ ；(2) *在對總體公平感的影響中，內容異質性暴露的間接效應顯著，但效應方向與直接效應方向相反，筆者將其作為遮掩效應解讀

互聯網認知影響的群體分化：基於受眾特徵的情境性

在對社會公平的總體感知和對社會分配結果的判斷中，互聯網的影響效應都隨性別和教育程度而分化。其中，互聯網對總體公平感的負面作用在男性群體中並不顯著，而只在女性群體中顯著(係數 =

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

-0.55，在 $p < .001$ 水平上顯著)；在教育背景上，該負面作用只在本科及以下學歷的群體中顯著(係數 = -0.37，在 $p < .001$ 水平上顯著)，而擁有研究生學歷的群體並未受到顯著影響。互聯網對結果公平感的負面作用在女性群體中並不顯著，而只在男性群體中顯著(係數 = -0.36，在 $p < .001$ 水平上顯著)；在教育背景上，該負面作用只在本科及以下學歷的群體中顯著(係數 = -0.28，在 $p < .001$ 水平上顯著)，而擁有研究生學歷的群體並未有顯著影響。因此，媒體信息既存在主流化影響，也會在與個人經歷產生共鳴時放大涵化效果。

上述發現在一定程度上支撐了受眾假說中共鳴和主流化這兩項核心理論，前者強調媒體消費對公眾的公平態度所產生的整體性影響，而後者關注擁有不同社會背景的受眾群體所反應出的截然不同的互聯網影響效應。一方面，儘管存在群體差異(如性別、年齡、社會背景)，大量的媒體接觸確實使青年人的公平感產生了整體化的認知變動趨勢。另一方面，互聯網對人們的社會公平感知的影響確實會因群體特徵而異，性別和受教育程度的差異會帶來互聯網心態效應的群體間分化，但家庭社會經濟地位對互聯網的公平感影響的分化作用並不明顯。

表六 受眾特徵對媒介涵化效應的分化檢驗

	性別		受教育程度		父親職業階層	
	男性	女性	研究生	非研究生	管理層	非管理層
互聯網使用對總體公平感的影響	-0.22	-0.55***	-0.32	-0.37***	-0.67***	-0.24*
互聯網使用對結果公平感的影響	-0.36***	-0.21	-0.39	-0.28***	-0.46**	-0.22*
互聯網使用對機會公平感的影響	0.57***	0.61***	0.91**	0.57***	0.98***	0.43***

註：顯著性水平：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$

討論與總結

本文使用「中國大學生社會心態調查數據庫」數據研究了中國青年大學生的互聯網使用與社會公平感之間的關係，並從信息暴露的視角

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

分析了互聯網使用影響個體公平感知的路徑。研究發現，相比於以電視、報紙、廣播等其他媒介為主要信息源的青年大學生，以互聯網為主要信息源的青年大學生持更低的總體公平感與結果公平感、更高的機會公平感。其中，異質性暴露是一項重要的中介機制，並可細化為結構異質性暴露與內容異質性暴露兩個維度：一方面，互聯網使用通過降低結構異質性暴露而提升了青年人的機會公平感。由於社會階層相似的人群所賴以獲得資源的分配規則趨於相近，當個體的人際互動更集中於「結構同溫層」時，個體更傾向於認為彼此是靠諸如「努力」等相同的績能主義分配規則得到相應回報，從而更容易感受到機會公平。另一方面，互聯網使用通過提高內容異質性暴露而降低了青年人的結果公平感和總體公平感。網絡社交中異質性內容的增加為個體提供了不同參照信息，以更為多樣地評價自身相對的社會地位，在消解官媒「守門人」效應的基礎上使普通民眾接觸到更多暗示或誇大他們在社會不平等分配中的不利地位的內容；並且，異質性內容暴露使得語境和語境之間、人和人之間原本的安全緩衝區失靈，諸如「炫富」等網絡空間中的「語境坍塌」（Boyd, 2006）可能會刺激個體的被剝奪感，積聚「憤世嫉俗」的不公情緒。最後，互聯網對人們的社會公平感知的影響因性別、受教育程度這類群體特徵而異，說明媒體信息既存在主流化影響，也會在與個人經歷產生共鳴時放大涵化效果。

本文從青年研究的視角填補了當代轉型中國情境下互聯網使用與青年大學生的社會公平感之間的關係及中介路徑這一經驗空白，並通過對社會公平感的多維化處理回應了既有研究關於互聯網使用究竟對人們的社會公平感產生積極抑或消極影響的經驗爭論。互聯網與青年人公平感知之間的關係是複雜、多元的，且在社會公平感的不同維度上存在分化，互聯網使用可能引發青年人更為消極的結果公平感與更為積極的機會公平感，但總體而言仍促使青年人更傾向於質疑社會整體的公平程度。

通過比較傳統的社會結構位置、互聯網使用分別與青年人社會公平感之間的關係，本文挑戰了以往聚焦於客觀階層地位的公平感研究路徑。傳統的「結構決定論」與「相對剝奪理論」通常將個體對社會的公平感知視作收入、受教育程度、階層流動經歷等結構性因素的鏡像，

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

認為兩者之間存在較為直接的對應關係。然而，相比於互聯網使用與多個維度的社會公平感都存在顯著關係，個體的教育地位對青年大學生的社會公平感不存在顯著影響，家庭社會經濟地位對青年大學生社會公平感的影響也相對有限。青年人的社會認知似乎與傳統的分層結構之間存在一定的斷裂，其社會公平感更容易受到信息暴露而非結構位置本身的影響。這在某種程度上說明，人們對於社會分配與流動的信念的差異並非對客觀階層位置的反射，而更可能由教化所決定 (Alesina & Glaeser, 2004)。

與此同時，本文的研究發現從經驗路徑回應了涵化假說、受眾接受理論及賦權假說關於互聯網使用如何影響民眾社會認知的理論爭論：(1) 青年群體的互聯網使用與總體公平感之間的負向相關關係部分支持了涵化假說。信息暴露對個體的公平認知具有重要的教化作用，在網絡空間中的大量負面暴露會塑造我們對社會現實的認知，使其趨同於媒體所描繪與傳播的狀況，從而對社會分配產生趨於消極的公平感知；(2) 互聯網對青年人的認知影響會隨性別等受眾特徵而分化，這為受眾接受理論提供了新的經驗支撐，說明在媒介的主流化效應之下，還存在因個體對信息的「解碼」方式差異而引發的共鳴效應。性別、受教育程度等特徵差異往往帶來不同的公平或不公平經歷，當媒體信息與個人的經歷產生共鳴時，涵化效果可能會更加明顯或放大。儘管在互聯網對公平感知的心理效應中，主流化效應比基於不同群體共鳴框架的效應分化更具統領性作用，但仍然暗示了在理解信息暴露的教化作用時關注受眾對信息的解釋的必要性；(3) 本文的實證發現對網絡賦權假說提出了部分疑問。相比於較早代際，青年人更高的數字素養往往使其更能通過互聯網發掘幫助自身發展與成功的機會，但互聯網似乎並不能通過改善客觀權益令青年群體有更積極的公平感知。雖然回歸結果顯示互聯網使用與機會公平感的正向關係，但中介分析結果揭示出，互聯網用戶更高的機會公平感並非通過增加跨階層互動、擴展個體的社會網絡而增加機會這一實然層面的改變而達成，反而是依賴於結構同溫層對參照比較對象的限制的認知路徑。可見，在目前的互聯網環境下，互聯網對社會分配秩序的實然變革所能引發的

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

公平感提升可能較為有限，相比而言，教化成為互聯網影響青年人社會感知更為關鍵的路徑。

囿於研究資料與篇幅限制，本文還存在多處研究不足。首先，筆者利用是否以互聯網為主要信息源的二分類變量而非連續型變量來測量受訪者的互聯網使用，可能簡化了對互聯網依賴程度的個體間差異的區分。同時，筆者借助是否將互聯網作為主要信息源來考察互聯網使用所產生的認知影響，但這僅僅是互聯網所帶來的諸多信息差異暴露中的一種，除了互聯網在信息源中是否佔據壟斷地位，互聯網使用的時段、偏好、方式都可能形成信息的差異暴露。因此，本文對互聯網公平感知效應的探析還需要未來研究通過充盈對互聯網使用差異的類型化加以深入。其次，筆者對社會公平感進行了多個維度的測量，但由於使用二手數據，文中對結果公平感和機會公平感的測量仍較為粗糙，有待後續研究參照國內外相關研究採用信度和效度更高的量表加以完善。最後，由於本文賴以進行統計推斷的數據類型為截面數據，因此在解釋互聯網使用影響青年大學生社會公平感的因果關係時存在一定局限。本文關於異質性信息暴露這一中介機制的分析可能還是一種尚未成熟的嘗試，上述機制還需要未來研究進一步檢驗以及在理論上進行更加清晰、嚴密的論證，同時也有待其他中介機制的補充。

註釋

- 1 以往研究更多聚焦於客觀階層地位對人們社會公平感知的影響，其中，「結構決定論」認為具有較高社會經濟地位的社會成員，更傾向認為當前分配狀況具有正當性；相反，處於較低社會經濟地位的社會成員則更易從自身利益出發，不滿於當前的分配狀況，期待資源分配的轉移與補償 (Alves & Rossi, 1978; Shepelak & Alwin, 1986; Robinson & Bell, 1978)。「相對剝奪理論」則強調不公平感是因為人們的實際所得與認定的貢獻或投入出現落差而產生，認為社會公平感是基於比較的結果，包括橫向剝奪與縱向剝奪 (Brickman et al., 1978; Festinger, 1954; Wegner, 1991; Markovsky & Younts, 2001)。

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 王晗嘯、于德山(2018)。〈意見領袖關係及主題參與傾向研究——基於微博熱點事件的耦合分析〉。《新聞與傳播研究》，第1期，頁51-65。
- Wang Hanxiao, Yu Deshan (2018). Yijianlingxiu guanxi ji zhuti canyu qingxiang yanjiu—Jiyu Weibo redian shijian de ouhe fenxi. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 1, 51-65.
- 田衛民(2012)。〈省域居民收入基尼系數測算及其變動趨勢分析〉。《經濟科學》，第2期，頁48-59。
- Tian Weimin (2012). Sheng yu jumin shouru jini xishu cesuan ji qi biandong qushi fenxi. *Jingji kexue*, 2, 48-59.
- 朱斌、苗大雷、李路路(2018)。〈網絡媒介與主觀公平感：悖論及解釋〉。《中國人民大學學報》，第6期，頁78-89。
- Zhu Bin, Miao Dalei, Li Lulu (2018). Wangluo meijie yu zhuguan gongpinggan: Beilun ji jieshi. *Zhongguo renmin daxue xuebao*, 6, 78-89.
- 李琬、張國勝、楊明洪(2023)。〈互聯網使用如何影響社會公平感？〉。《當代經濟科學》，第4期，頁45-58。
- Li Wan, Zhang Guosheng, Yang Minghong (2023). Hulianwang shiyong ruhe yingxiang shehui gongpinggan? *Dangdai jingji kexue*, 4, 45-58.
- 李駿、吳曉剛(2012)。〈收入不平等與公平分配：對轉型時期中國城鎮居民公平觀的一項實證分析〉。《中國社會科學》，第3期，頁114-128。
- Li Jun, Wu Xiaogang (2012). Shouru bupingdeng yu gongping fenpei: Dui zhuanxing shiqi Zhongguo chengzhen jumin gongpingguan de yixiang shizheng fenxi. *Zhongguo shehui kexue*, 3, 114-128.
- 孟天廣(2012)。〈轉型期中國公眾的分配公平感：結果公平與機會公平〉。《社會雜誌》，第6期，頁108-134。
- Meng Tianguang (2012). Zhuanxingqi Zhongguo gongzhong de fenpei gongpinggan: Jieguo gongping yu jihui gongping. *Shehui zazhi*, 6, 108-134.
- 胡泳(2008)。〈網絡開展政治慎議的障礙因素〉。《國際新聞界》，第5期，頁66-71。
- Hu Yong (2008). Wangluo kaizhan zhengzhi shenyi de zhangai yinsu. *Guoji xinwenjie*, 5, 66-71.
- 桂勇、李秀玫、鄭雯、黃榮貴(2015)。〈網絡極端情緒人群的類型及其政治與社會意涵——基於中國網絡社會心態調查數據(2014)的實證研究〉。《社會雜誌》，第5期，頁78-100。

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

- Gui Yong, Li Xiumei, Zheng Wen, Huang Ronggui (2015). Wangluo jiduan qingxu renqun de leixing ji qi zhengzhi yu shehui yihan—Jiyu Zhongguo Wangluo Shehui Xintai Diaocha Shuju (2014) de shizheng yanjiu. *Shehui zazhi*, 5, 78–100.
- 馬磊、劉欣 (2010)。〈中國城市居民的分配公平感研究〉。《社會學研究》，第5期，頁31–49。
- Ma Lei, Liu Xin (2010). Zhongguo chengshi jumin de fenpei gongpinggan yanjiu. *Shehui kexue yanjiu*, 5, 31–49.
- 張靜 (2008)。《轉型中國：社會公正觀研究》。北京：中國人民大學出版社。
- Zhang Jing (2008). *Zhuanxing Zhongguo: Shehui gongzhengguan yanjiu*. Beijing: Zhongguo renmin daxue chubanshe.
- 曹勁松 (2009)。〈論擬態環境的主體建構〉。《南京社會科學》，第2期，頁98–103。
- Cao Jingsong (2009). Lun nitaihuanjing de zhuti jiangou. *Nanjing shehui kexue*, 2, 98–103.
- 許琪、賀光燁、胡潔 (2020)。〈市場化與中國民眾社會公平感的變遷：2005–2015〉。《社會雜誌》，第3期，頁88–116。
- Xu Qi, He Guangye, Hu Jie (2020). Shichanghua yu Zhongguo minzhong shehui gongpinggan de bianqian: 2005–2015. *Shehui zazhi*, 3, 88–116.
- 廖望 (2011)。〈新浪微博轉發討論的異質性和結構平衡性——以大學生使用者為例〉。《中國網絡傳播研究》，第1期，頁31–62。
- Liao Wang (2011). Xinlang Weibo zhuanfa taolun de yizhixing he jieyou pinghengxing—Yi daxuesheng shiyongzhe weili. *Zhongguo wangluo chuanbo yanjiu*, 1, 31–62.
- 趙曉航、李建新 (2017)。〈當代青年的互聯網使用與社會信任——基於CGSS2013數據的實證研究〉。《青年研究》，第1期，頁19–27。
- Zhao Xiaohang, Li Jianxin (2017). Dangdai qingnian de hulianwang shiyong yu shehui xinren—Jiyu CGSS2013 shuju de shizheng yanjiu. *Qingnian yanjiu*, 1, 19–27.
- 劉欣、胡安寧 (2016)。〈中國公眾的收入公平感：一種新制度主義社會學的解釋〉。《社會雜誌》，第4期，頁133–156。
- Liu Xin, Hu Anning (2016). Zhongguo gongzhong de shouru gongpinggan: Yizhong xinzhiduzhuyi shehuixue de jieshi. *Shehui zazhi*, 4, 133–156.
- 盧家銀、段莉 (2015)。〈互聯網對中國青年政治態度的影響研究〉。《中國青年研究》，第3期，頁56–62。
- Lu Jiayin, Duan Li (2015). Hulianwang dui Zhongguo qingnian zhengzhi taidu de yingxiang yanjiu. *Zhongguo qingnian yanjiu*, 3, 56–62.

《傳播與社會學刊》，(總)第69期(2024)

鍾智錦、周金金、徐銘達、繆旭、許小可(2023)。〈娛樂信息與公共信息的擴散競爭：網絡結構和傳播主體視角〉。《新聞與傳播研究》，第3期，頁88-107。

Zhong Zhijin, Zhou Jinjin, Xu Mingda, Miao Xu, Xu Xiaoke (2023). Yule xinxi yu gonggong xinxi de kuosan jingzheng: Wangluo jiegou he chuanbo zhuti shijiao. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 3, 88-107.

韓彥超、潘澤泉(2023)。〈互聯網使用與公平感——基於CSS2019的實證分析〉。《浙江社會科學》，第1期，頁76-85。

Han Yanchao, Pan Zequan (2023). Hulianwang shiyong yu gongpinggan—Jiyu CSS2019 de shizheng fenxi. *Zhejiang shehui kexue*, 1, 76-85.

英文部分 (English Section)

Aalberg, T., Blekesaune, A., & Elvestad, E. (2013). Media choice and informed democracy: Toward increasing news consumption gaps in Europe? *International Journal of Press/Politics*, 18(3), 281-303.

Alesina, A., & Glaeser, E. (2004). *Fighting poverty in the US and Europe: A world of difference*. Oxford University Press.

Alves, W. M., & Rossi, P. H. (1978). Who should get what? Fairness judgments of the distribution of earnings. *American Journal of Sociology*, 84(3), 541-564.

Appiah, O., Knobloch-Westerwick, S., & Alter, S. (2013). Ingroup favoritism and outgroup derogation: Effects of news valence, character race, and recipient race on selective news reading. *Journal of Communication*, 63(3), 517-534.

Autio, E., Dahlander, L., & Frederiksen, L. (2013). Information exposure, opportunity evaluation, and entrepreneurial action: An investigation of an online user community. *Academy of Management Journal*, 56(5), 1348-1371.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.

Baranauskas, A. J., & Drakulich, K. M. (2018). Media construction of crime revisited: Media types, consumer contexts, and frames of crime and justice. *Criminology*, 56(4), 679-714.

Beckett, C. (2008). *SuperMedia: Saving journalism so it can save the world*. Blackwell Publishing.

Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639.

Berger, J., & Milkman, K. L. (2013). Emotion and virality: What makes online content go viral? *GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), 18-23.

Boyd, D. (2006). Friends, friendsters, and top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11(12).

Brewer, G. A., Neubauer, B. J., & Geiselhart, K. (2006). Designing and implementing e-government systems: Critical implications for public administration and democracy. *Administration & Society*, 38(4), 472-499.

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

- Brickman, P., Coates, D., & Janoff-Bulman, R. (1978). Lottery winners and accident victims: Is happiness relative? *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(8), 917–927.
- Chen, D. H. C. (2004). Gender equality and economic development: The role for information and communication technologies. *Policy Research Working Paper Series*, 14(4), 457–464.
- Christians, C. G. (2016). Social justice and internet technology. *New Media & Society*, 18(11), 2760–2773.
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral science. *Technometrics*, 31(4), 499–500.
- Doob, A. N., & Macdonald, G. E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(2), 170–179.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333–349.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Eveland, W. P., & Hively, M. H. (2009). Political discussion frequency, network size, and “heterogeneity” of discussion as predictors of political knowledge and participation. *Journal of Communication*, 59(2), 205–224.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(7), 117–140.
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online? Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265–285.
- Garrett, R. K., Gvirsman, S. D., Johnson, B. K., Tsfati, Y., Neo, R., & Dal, A. (2014). Implications of pro- and counterattitudinal information exposure for affective polarization. *Human Communication Research*, 40(3), 309–332.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29.
- Guadagno, R. E., Rempala, D. M., Murphy, S., & Okdie, B. M. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2312–2319.
- Gutерbock, T. M. (1980). The unchanging party system. *Contemporary Sociology*, 9(5), 657–659.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1993). Emotional contagion. *Current Directions in Psychological Science*, 2(3), 96–99.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *American Economic Review*, 35(4), 519–530.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 69 期 (2024)

- Hirsch, P. M. (1980). The “scary world” of nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.’s findings on cultivation analysis, part 1. *Communication Research*, 7(4), 403–456.
- Hochschild, J. L. (1981). *What’s fair: American beliefs about distributive justice*. Harvard University Press.
- Intravia, J., & Pickett, J. T. (2019). Stereotyping online? Internet news, social media, and the racial typification of crime. *Sociological Forum*, 34(3), 616–642.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Kluegel, J. R., Mason, D. S., & Wegener, B. (1995). *Social justice and political change: Public opinion in capitalist and post-communist states*. De Gruyter.
- Knobloch-Westerwick, S., & Alter, S. (2007). The gender news use divide: Americans’ sex-typed selective exposure to online news topics. *Journal of Communication*, 57(4), 739–758.
- Knobloch-Westerwick, S., Appiah, O., & Alter, S. (2008). News selection patterns as a function of race: The discerning minority and the indiscriminating majority. *Media Psychology*, 11(3), 400–417.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.
- Lee, A. S., Weitzer, R., & Martínez, D. E. (2018). Recent police killings in the United States: A three-city comparison. *Police Quarterly*, 21(2), 196–222.
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), 2098–2109.
- Markovsky, B., & Younts, C. W. (2001). Prospects for distributive justice theory. *Social Justice Research*, 14(1), 45–59.
- Melican, D. B., & Dixon, T. L. (2008). News on the net: Credibility, selective exposure, and racial prejudice. *Communication Research*, 35(2), 151–168.
- Miles, M. R. (2014). Process over outcome: How perceptions of procedural fairness influence conservative support for redistributive taxes. *Social Science Journal*, 51(4), 615–626.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2014). Cultivation theory in the twenty-first century. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The handbook of media and mass communication theory* (pp. 480–497). Wiley.
- Nix, J., & Pickett, J. T. (2017). Third-person perceptions, hostile media effects, and policing: Developing a theoretical framework for assessing the Ferguson effect. *Journal of Criminal Justice*, 51(July), 24–33.

互聯網加劇了青年人的社會不滿？

- Olson, J. M., & Roese, N. J. (2002). Relative deprivation and counterfactual thinking. In I. Walker & H. J. Smith (Eds.), *Relative deprivation: Specification, development and integration* (pp. 265–287). Cambridge University Press.
- Osazuwa-Peters, N., Hu, A., Rohde, R. L., Tobo, B. B., Geneus, C. J., Mohammed, K. A., & Adjei Boakye, E. (2018). Sociodemographic predictors of the human papillomavirus (HPV) and HPV vaccine knowledge and awareness among Americans who use the internet as their primary source of health information. *Journal of Consumer Health on the Internet*, 22(3), 199–216.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1–2), 199–220.
- Peng, T. Q., Zhang, L., Zhong, Z. J., & Zhu, J. J. H. (2012). Mapping the landscape of internet studies: Text mining of social science journal articles 2000–2009. *New Media & Society*, 15(5), 644–664.
- Prior, M. (2005). News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577–592.
- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Perseus Books Group.
- Rittenberg, J., Tewksbury, D., & Casey, S. (2012). Media preferences and democracy: Refining the “relative entertainment preference” hypothesis. *Mass Communication & Society*, 15(6), 921–942.
- Ritzman, R. L., & Tomaskovic-Devey, D. (1992). Life chances and support for equality and equity as normative and counternormative distribution rules. *Social Forces*, 70(3), 745–763.
- Robinson, R. V., & Bell, W. (1978). Equality, success, and social justice in England and the United States. *American Sociological Review*, 43(2), 125–143.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shepelak, N. J., & Alwin, D. F. (1986). Beliefs about inequality and perceptions of distributive justice. *American Sociological Review*, 51(1), 30–46.
- Slater, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication Theory*, 17(3), 281–303.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197–217.
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341–366.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576.
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 69 期 (2024)

- Trautmann, S. T., & van de Kuilen, G. (2016). Process fairness, outcome fairness, and dynamic consistency: Experimental evidence for risk and ambiguity. *Journal of Risk & Uncertainty*, 53(2-3), 75-88.
- Verba, S., & Orren, G. R. (1985). The meaning of equality in America. *Political Science Quarterly*, 100(3), 369-387.
- Watts, M. D., Domke, D., Shah, D. V., & Fan, D. P. (1999). Elite cues and media bias in presidential campaigns. *Communication Research*, 26(2), 144-175.
- Wegener, B. (1991). Relative deprivation and social mobility: Structural constraints on distributive justice judgments. *European Sociological Review*, 7(1), 3-18.
- Weitzer, R. (2015a). American policing under fire: Misconduct and reform. *Society*, 52(5), 475-480.
- Weitzer, R. (2015b). Is American policing at a crossroads? *The Criminologist: The Official Newsletter of the American Society of Criminology*, 4(4), 1-5.
- Wright, V., & Unah, I. (2017). Media exposure and racialized perceptions of inequities in criminal justice. *Social Sciences*, 6(3), 67-88.
- Zaller, J. (1990). Political awareness, elite opinion leadership, and the mass survey response. *Social Cognition*, 8(1), 125-153.

本文引用格式

施穎婕 (2024)。〈互聯網加劇了青年人的社會不滿？互聯網使用與社會公平感：以信息暴露為中介〉。《傳播與社會學刊》，第 69 期，頁 51-80。