

# 互联网对新生代 农民工意见表达意愿的影响机制

——基于赋权理论的分析

晏齐宏

**摘要:**互联网对新生代农民工意见表达具有赋权作用,但是学界对于互联网的赋权机制并未给予深入阐释。以赋权理论为视角,认为互联网对新生代农民工意见表达的赋权具有结构性,包括平台赋权、实践赋权(如信息赋权、关系赋权)、心理赋权等。基于北京市新生代农民工互联网使用调查数据发现,新生代农民工意见表达意愿主要受网络接入、政治效能感的影响,其受实践能力影响较小。同时,通过比较分析发现,当下网络技术和移动设备的普及,虽然使新生代农民工平台接入程度有了很大提高,实践能力也有了一定程度的提升,但平台接入、实践能力在提升心理层面效能感的功能仍然非常有限,意见表达状态并未发生实质性的好转。由此,互联网要真正作用于新生代农民工的意见表达,除了提高网络接入、网络使用能力外,更需要将其转化为心理层面的效能感获得,培育和营造良好的意见表达文化也是重要的作用路径。

**关键词:**意见表达;农民工;赋权;表达文化

**中图分类号:**G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2018)05-0092-16

**项目基金:**教育部人文社会科学研究青年基金项目(11YJC860014);国家社会科学基金青年项目(12CXW023)

## 一、问题提出

对于以互联网为代表的 ICTs 的赋权功能,理论界和实践界寄予了充分的期待。基于赋权是对“失权”或“弱权”的一种补充和改造,赋权理论经常用于分析社会边缘群体或弱势群体,农民工群体便是一个重要的分析对象。较多研究者分析了互联网对农民工的赋权意义,包括媒介赋权<sup>[1-3]</sup>、信息赋权<sup>[4]</sup>、关系赋权<sup>[5]</sup>等。新媒介技术的发展,使赋权的内容和结果发生了偏向,即从社会经济权力转向政治权力,并指向要求国家和法律予以承认和保障的权利,包括政治和公民权利、信息权、传播权和自由连接的权力<sup>[5]</sup>,表达权便是政治权力的重要内容之一。

意见表达是公民政治参与的重要方面,也是公民个人权利的体现。总体来看,新生代农民工意见表达具有以下特征:一方面,新生代农民工相较于老一代农民工更为“先进”,但仍处于经济、社会发展的弱势地位,对现实社会有所不满并有意见表达的需求。例如,周葆华调查发现,上海市新生代农民工的意见表达意愿较强,并且针对劳动权益问题的表达意愿要高于情感问题。<sup>[6]</sup>但另一方面,也有研究发现,北京市新生代农民工的意见表达意愿并不是特别高,意见表达意愿整体处于较低水平,均值为 2.18(5 分量表,即介于“不太会表达”和“有可能表达”之间)。当个人经济权益受到损害时,26% 的被访者有较大可能或完全选择沉默。<sup>[7]</sup>同时,上海<sup>[6]</sup>和北京<sup>[7]</sup>的两项调查都发现,人际渠道是新生代农民工最为倾向的意见表达渠道,其次是网络渠道,最不愿意选择机构渠道。

那么,该如何理解上述现象:从意见表达的角度看,互联网如何赋权于新生代农民工?通常网络活动可以分为网络接入和网络使用。对应于赋权则是提供平台和提升能力。对外经贸大学课题组于2012年进行的“新生代农民工”调查报告显示,北京市新生代农民工受访者中,从不上网者仅占6.3%。<sup>[8]</sup>更为重要的是,笔者调查发现,新生代农民工也经常使用论坛、QQ、微博、博客等,积极参与这些讨论型网络社区。目前,移动互联网非常普及,大部分新生代农民工迁移到微信这一集通讯、交流、服务等于一体的社交平台,这一定程度上为其意见表达提供了新的可能性。

除了平台之外,新生代农民工的实质性表达能力如何,即“赋权是否等于增能”?廖圣清研究发现,针对政治问题和民生问题,网民使用非网络渠道表达意见的频率也高于非网民。<sup>[9]</sup>如果网络仅仅提供了意见表达的平台,以上现象又如何解释呢?可以推测的是,互联网对表达意愿的影响机制较为复杂。有研究发现,互联网基本使用情况(包括如网龄、触网程度、网络操作技能)对意见表达意愿的影响非常小。网络信息获取、知识习得、新闻浏览等并未显著影响其网络意见表达意愿。这一定程度上说明了互联网的作用仅限于平台层面,对他们的意见表达没有起到提升网络使用能力等方面的实质性作用,<sup>[7]</sup>由此一定程度上也削弱了其意见表达意愿。当然,目前网络信息高度流通,内容越加丰富多样。但值得注意的是,当下微信成为重要的信息获取、交流互动平台,微信熟人圈具有较强的信息过滤功能,使得多元化信息获取受到限制,也约束着社交网络的建构和拓展,从而可能削弱意见表达意愿。

较多研究发现,男性、青年、文化程度高、处于社会较高阶层的人更倾向于发表政治意见。男性较女性更频繁地对国家政治问题发表意见。随着教育程度的增加,市民针对国家政治问题和民生问题的意见表达频率越高。<sup>[9]</sup>这些都属于个人的内在实质能力。那么,互联网是否起到提升个人实质能力的作用呢?周葆华研究发现,在控制其他变量后,网络新闻和网络交往仍然是影响新生代农民工新媒体渠道表达意愿的最主要因素。<sup>[6]</sup>那么,网络接入、增能除了直接作用于意见表达外,是否会通过心理因素等层面而间接影响意见表达呢?特别是,随着网络问政的践行,政务微博、政务微信等具有激发新生代农民工政治效能感的可能性。这种政治效能感是否通过网络接入、增能等而产生影响呢?

总体来看,虽然以往研究分析了意见表达意愿的影响因素,但是缺乏影响机制的探讨。经典的赋权理论认为,赋权包括实践层面和心理层面。从网络意见表达看,实践层面的赋权主要是基于平台而进行的传播赋权,包括信息的流动、基于互动而产生的社会关系建构。心理层面的赋权主要在于自我效能感的提升,以增强个体达成目标的动机。<sup>[10]</sup>即由于网络平台接入、能力提升对自我政治能力及外在政治环境的感知等而产生了一种较好的心理状态。换言之,互联网对于新生代农民工赋予意见表达的权利,是一个层次分明的赋权结构体系,包括平台的技术赋权、基于平台的信息赋权和社会关系赋权,以及由平台接入和个人能力提升而带来的心理赋权等。意见表达需要信息和社会网络来支持,所以可以通过这两个方面考量网络意见表达所需的能力。基于这些考虑,本研究试图剖析互联网对于新生代农民工意见表达的赋权过程,也就是互联网对于其意见表达的作用机制。同时,本研究通过对比两次调查,尝试分析随着网络技术的发展,互联网对新生代农民工意见表达的作用机制是否在平台接入、能力提升、政治效能感等方面发生实质性变化,以期为这一群体意见表达的提升提供参考。

## 二、文献综述

### (一)ICTs与赋权

从理论来源看,赋权理论根植于社会工作。在美国《社会工作词典》中,赋权是指帮助个人、家庭、团体或者社区提高其个人的、人际的、经济的或政治上的能力,而达到改善他们现状的目的。这是从外援的角度看待赋权,特别强调他人的帮助或赋权。罗杰斯(Rogers)将“传播”带入了赋权理论

的讨论核心,论述传播对于赋权的重要性。他指出,赋权是一个过程,这一过程产生于小群体内众多个体间的相互交往,实质是个人、组织与社区借由一种学习、参与、合作等过程或机制,获得掌控自身相关事务的能力,以提升个人生活、组织功能与社区生活品质。<sup>[11]</sup>对话和互动是赋权过程中的重要元素,在赋权对象之间发挥重要的作用,赋权最后的决定和行动也就是在对话和互动中产生的共同意见形成的结果。<sup>[5]</sup>由此,ICTs(Information and Communication Technologies)与赋权的联系成为必然。

ICTs的赋权主要体现在两个方面:技术层面和能力层面。技术层面主要指的是互联网提供了平台和链接方式;能力层面指的是个人运用这些技术达到自我发展的目的。由于ICTs与赋权的重要关系,学界对于ICTs的研究也聚集于个人权利相对比较匮乏的弱势群体,如农村地区人口、妇女、老人、农民工<sup>[12]</sup>等。正如有研究者提出的,ICTs助推农村地区发展主要在于两个方面:联通性(connectivity)和融合性(inclusion)<sup>[13]</sup>。联通性指在多大程度上某地区被数字化链接并推动了经济发展,聚焦于物质不平等和数字鸿沟<sup>[14]</sup>,如个人的社会资本如何促进他们的互联网接入和使用<sup>[15]</sup>。融合性指ICTs发展形成的社会不平等,以及在何种程度上人们有能力参与到信息社会<sup>[16]</sup>,包括ICTs相关知识的应用和技能的可获得性问题<sup>[17]</sup>。Joseph & Andrew调查发现,农村妇女将ICTs作为赋权的工具和维持生存的手段,接入和使用ICTs使得农村妇女在教育、事业、经济方面受益。<sup>[18]</sup>Wong等通过两个NGO中网络技术赋权于老年人的例子发现,网络知识较为欠缺的老人更反映了技术的赋权作用,他们也更能感受到由网络使用知识的有限而导致被边缘化。<sup>[19]</sup>

但是,目前对于ICTs与赋权的研究,特别强调弱势群体的“客体地位”,即属于“被赋权者”,而相对忽略了边缘群体的“主体性”和“主动性”。赋权的最终目的是获得权力并行使权力,凸显边缘群体的主体性,这要求赋权要进一步提升到获得能力的层面,甚至上升成为稳定的心理状态。但是,当下ICTs对弱势群体的赋权作用并未得到充分发挥,或者说ICTs的赋权作用的发挥相对于他们遇到的困难还远远不够。正如有研究者指出的,在中国语境下,边缘群体很难通过自己的力量主动赋权,只有通过他者帮扶进而推动自我能力提升<sup>[20]</sup>;同时,从主体性出发和最大程度发挥互联网对意见表达的促进功能,或许心理层面的作用也值得关注。

## (二)网络意见表达

关于网络意见表达的实证研究已经有很多成果,网络技术的发展使得对网络意见表达影响因素的分析更加精细化。关于网络意见表达的实证研究主要有包括以下几个方面:

第一,互联网打破了意见表达的传统制度化渠道的束缚,为公民意见表达提供了新渠道、表达主体更加多元。例如,上海市网民表达意见的频率显著高于非网民<sup>[9]</sup>;那些经常在网上发表言论的人更加支持自由表达,同时也越不支持对隐私权的强调与重视<sup>[21]</sup>。同时,相比于人际传播,网络环境减少了个人的孤立恐惧感,从而促进政治表达与政治参与<sup>[22]</sup>。第二,针对不同议题,新生代农民工网络意见表达也呈现不同特征。有研究者发现,相比于生活议题,上海市民更会对政治议题发表网络意见,人们倾向于认为网络虚拟空间是一个自由的、限制较少的空间。<sup>[23]</sup>第三,网络平台和技术特征使得表达具有“互动性”,也更加平等和开放。<sup>[24]</sup>例如,Facebook为代表的社交媒体使参与者有平等的讨论权利和机会,讨论也更为热烈。<sup>[25]</sup>特别是社会化媒体的手动输入和异步性使得反馈性更强、讨论也更为理性,意见表达更具有论证性。<sup>[26]</sup>这些研究一定程度上说明,互联网技术的便利、低成本、匿名性、互动性等特点,使得互联网成为公共空间、意见表达的重要平台。

农民工意见表达也越来越受到研究者的重视。学界对农民工意见表达的研究关注两个层面:一是,意见表达客体,即针对哪些议题发表意见,如政治、社会公共事务、个人经济问题等。如果农民工的利益诉求得不到及时回应,表达显得无足轻重,逐渐也会造成其冷漠态度。<sup>[27]</sup>同时,意见表达机制缺失导致农民工的基本劳动与社会权利受到损害。二是,意见表达渠道,即通过哪些渠道或利用哪种方式表达意见。这些渠道包括选举、工会、媒体、信访等。但是,目前农民工话语权存在严重缺失现象。在互联网、微博等新媒体领域,农民工话语权也严重缺失。<sup>[28]</sup>可以发现,以往对于互联网与意



见表达关系研究仅限于平台层面,即互联网为农民工意见表达提供了平台,但是较少有研究涉及具体如何影响。由此,本研究尝试从技术与赋权的角度分析互联网对农民工意见表达的影响机制,这也补充了互联网赋权的多维度图景。

基于以上对 ICTs 与赋权的分析,可以发现,目前对边缘人群的赋权分析,主要强调他者的赋权,一定程度上忽略了被赋权者的主体性。从赋权理论出发,赋权主要存在于两个层面,即实践层面和心理层面。从实践层面看,互联网提供了大量信息,也增加了社会交往与互动。从心理层面看,理论上平台和能力赋权会形成较强的政治效能感,从而成为一种恒定的、蕴藏在心底的“机关”,反过来驱动网络接入和能力提升,进而促进意见表达。一定程度上只有这种心理状态的获得,及基于此而进行平台接入、能力提升,意见表达才可谓真正地实现了一种“主体性”。

意见表达意愿是意见表达的重要维度<sup>[29]</sup>,沿着意见表达赋权的结构性路径,笔者尝试分析新生代农民工网络意见表达的平台赋权、实践赋权、心理赋权情况如何,它们之间如何作用从而影响了意见表达意愿。同时,基于两个时段的调查对比,可以更加清晰地呈现不同维度的影响。

### 三、研究假设

总体来看,从赋权角度出发,不仅可以回应意见表达的影响因素和作用机制;也可以从主体性的角度看待互联网对于意见表达的赋权结构。基于此,笔者认为,互联网对新生代农民工的意见表达的赋权具有结构性:包括平台赋权、实践赋权、心理赋权,其中实践赋权又包括信息赋权和关系赋权。

#### (一) 互联网、公共空间与意见表达

对于互联网是否是哈贝马斯所谓的公共领域的讨论未能达成一致,但可以肯定的是,互联网是一个公共空间,网民可以在其中表达意见和看法。在互联网对意见表达的影响中,一个基本变量是使用强度。互联网的众多应用形式一定程度上是基于强化人们对其的使用而设计的,这提升了用户黏性和与技术平台的互动性。例如,博客、SNS、微博等使用户对媒介资源的可接近程度(accessibility)不断提高。UGC、博客和维基百科,使得集中在少数人手中的权力重新分配给多个人。<sup>[30]</sup>这种转变使新技术用户有能力自己设置议程,通过网络内容生产影响其他人。<sup>[31]</sup>使用强度影响内容接触方式、互动形式等,从而影响意见表达。

有研究发现,网络使用强度与政治意见表达意愿之间具有正向关系,也与政治参与能力的感知具有正向关系<sup>[32]</sup>。这里的互联网使用强度包括:微博关注数、被关注数、微博使用频率、微博使用时长。<sup>[33]</sup>可以发现,以上对于互联网与意见表达影响的研究,在具体操作中大都使用网络使用强度和频率,而非实质性的网络活动(如互动等),在这个意义上互联网也只是作为公共空间而存在。

当下互联网普及率相对较高,新生代农民工互联网使用频率,如网龄、触网程度等差异相对较小<sup>[34]</sup>,较为一般性的互联网使用频率并不足以代表网络接入情况。所以本研究不以互联网使用频率测量使用强度,而是以与意见表达直接相关的网络接入行为测量:包括逛论坛或社区、上微博与博客、登QQ等,更加凸显网络意见表达的讨论特性。由此提出研究假设 H1:

H1:网络接入越多,意见表达意愿越强

#### (二) 互联网、个人能力与意见表达

ICTs 技术不仅促进了经济的发展,也增加了个人的选择性。社会发展或社会结构作用于个人,从而使得个人能力有所提升,包括不断增长的知识、社会关系、流动性、收入、健康、自主性等。<sup>[35]</sup>Wang 认为,人的发展主要包括以下五种能力:信息能力、文化能力、社会能力、政治能力、经济能力。<sup>[36]</sup>周葆华研究发现,网络新闻和网络交往仍然是影响新生代农民工新媒体渠道表达意愿的最主要因素。<sup>[6]</sup>同时,结合新生代农民工的现实境况,以及以往实证研究,本文认为新生代农民工网络意见表达中所需要的能力主要包括:信息获取、网络建构。

### 1. 信息获取

互联网提供了信息获取的重要渠道,由此议题关注者会积极使用互联网获取信息。这反过来影响了他们对特定领域知识的把握、影响他们对特定议题的态度和表达行为。<sup>[37]</sup>互联网对意见表达的强烈影响,在意见极化现象中得到深刻体现。网络信息的可选择性增强了人们对于与自己意见相同的观点和信息的支持,导致意见极化<sup>[38]</sup>。

具体来看,公众普遍关注三大类信息,并形成他们的意见和观点:与自己利益相关的事件、某一社会群体的观点、具有强烈政治理念的信息<sup>[39]</sup>。尽管自我利益并不是意见表达的直接影响因素,但是自我利益相关事件会影响对政治信息的关注。<sup>[40]</sup>这在众多研究中也得到证实,例如,公共事务卷入与政治信息关注正相关、与网络政治表达正相关<sup>[41]</sup>;网络新闻获取正向影响市民参与<sup>[42]</sup>。陈成文、彭国胜认为,农民工的失语状态之一是信息贫乏性失语,即由于缺乏信息获取渠道,或者所获取的信息不充分、不完备而引起的失语现象。<sup>[43]</sup>由此提出研究假设 H2a:

H2a: 网络信息获取程度越高,意见表达意愿也越强

### 2. 网络建构

社会网络衍生社会资本,由于网络结构、资源嵌入程度不同,社会资本或者促进或者限制个人的表达行为<sup>[44]</sup>。社会资本本质上是关系性的,即个人投资社会关系以获得工具性或情感性支撑<sup>[45]</sup>,这很大程度上依赖于社会网络。网络规模越大,越有可能获得大量信息,促进参与行为<sup>[46]</sup>。从网络结构看,Putnam 认为,同质性人群通过社会网络产生凝聚性社会资本(bonding social capital)<sup>[47]</sup>。Lin 认为,人们通过网络互动接近和动员资源,其质量和数量直接影响社会行为<sup>[45]</sup>。例如,人际网络中,信息资源、网络位置、信息流通等具有重要联系,所以善于沟通的人具有一定信息优势,他们可以及时、高效地获取高质量信息<sup>[48]</sup>;那些具有社会资本的人能够通过信息交流获得更好的工作信息<sup>[49]</sup>。

网络社交也直接影响了意见表达行为。以人际网络为基础的交流促进社会参与行为;社交网络使得市民的政治意识得到进一步的发展。同时,在线网络会产生积极的网络表达氛围;当个人感知到这种友好氛围时,表达不同观点的意愿也会增强<sup>[50]</sup>,其政治意识也逐渐提高<sup>[46]</sup>。Arsène 发现,个人攻击是网络表达存在的突出问题之一,个人可能害怕被他人攻击而不愿表达。<sup>[51]</sup>考虑到不友好的表达环境,来自社会网络的社会支持感知则更具有价值。也就是说拥有更多的熟人和朋友,个人对自己表达更为自信,也更愿意表达。更值得注意的是,新生代农民工社会网络具有较强的同质性,强关系在他们的生活中占有更为重要的角色。他们也更愿意通过人际渠道表达意愿,如家人、老乡、工友等,这在相关研究中已经得到证实<sup>[6-7]</sup>。由此提出研究假设 H2b、H2c:

H2b: 网络规模越大,意见表达意愿也越强

H2c: 强关系交往越多,意见表达意愿也越强

### (三) 互联网、效能感与意见表达

自从 1952 年美国选举的全国性调查开始,政治效能感在政治传播研究中被广泛运用。政治效能感是个人拥有或可能拥有的政治行为对于政治过程产生影响的可能性的感知<sup>[52]</sup>,这种感觉能够促进社会参与。<sup>[53]</sup>政治效能感包括内在效能感和外在效能感。内在效能感指个人自我能力或个人政治影响的感知和期待<sup>[53]</sup>。内在政治效能感与社会参与、投票活动有关。<sup>[53]</sup>互联网也在一定程度上提升了政治效能感。如有研究发现,网络使用强度与政治参与能力的感知具有正向关系<sup>[32]</sup>;网络政治信息获取有助于提高政治参与感<sup>[54]</sup>。外在效能感指的是对于政府能动性的感知。<sup>[55]</sup>有研究发现,网络使用强度与对政府未能给予回应的感知之间具有正向关系。<sup>[32]</sup>随着市民参与公共议题的增多,他们不仅积极获取政府相关信息,而且对政治活动的知识也增加,外在效能感也增加。<sup>[56]</sup>也有研究发现,互联网提高了市民与政府之间的对话,影响公共信任程度<sup>[57]</sup>,以及强化了市民的信念:即他们的思想或者批判是会得到重视的,这反过来提高了外在效能感。

微博、博客等互动性较强的网络平台也影响着公民政治效能感。微博提高了政治效能感,市民通过这些信息平台了解政治时事,从而增加了自信;只要他们愿意参与,就可以并且能够参与讨论。

同时,公民可以更深刻认识到政府是为了公民的利益而行动的,并意识到这是对公民负责的表现。这两种路径分别呈现了以微博为代表的互动性社区对公民内在效能感和外在效能感的影响。由此提出研究假设 H3a、H3b:

H3a:网络接入程度越高、政治效能感(内在和外在)越强,意见表达意愿也越强

H3b:网络信息获取程度越高、政治效能感(内在和外在)越强,意见表达意愿也越强

研究发现,内在效能感更容易影响政治表达。主要是因为互联网提升了公民对于自己理解政治问题的能力,由此对自己的行为后果更加有自信,从而促进参与行为。<sup>[58]</sup>也有研究发现,意见表达与内在效能感正相关,这里主要指的是个人对解决问题和处理问题的能力更加自信。<sup>[59]</sup>同时,随着电子政务的推行,接触政府信息和与政府对话也更加容易,这会增加外在效能感,进而影响意见表达。而这些信息和知识层面的能力提升,也有可能随着社会网络规模和结构而有所不同。正如前文认为的,强关系和弱关系一定程度上都有增加信息流通,以及获得情感和工具支撑的可能性,从而使得人们具有较为良好的网络感知和政治感知。也就是说,由于社会网络产生的社会资本和文化资本,会增加人们的内在效能感和外在效能感,从而促进意见表达。

社会网络关系对新生代农民工意见表达具有重要意义,这些在较多实证研究中都得到证实。有研究发现,数字能力会促进社交技巧,数字文化生产或者是积极参与个性化的网络表达,与社交技巧具有正向关系。<sup>[60]</sup>强关系促进了信息和策略性知识的传播、也鼓励和推动了合作,而且强关系也更可能拓展到网络在线交流中。<sup>[61]</sup>同时,强关系更加可信,会提供实质性的社会支持。例如,Facebook上的强关系更可能回应和帮助他人。<sup>[62]</sup>与此相对的是,若没有强关系支撑,很难获得购买、软件升级、问题解答等方面的帮助。<sup>[63]</sup>

当然,弱关系对政治效能感的影响也不容忽视。异质性人群通过社会网络产生的桥接性社会资本(bridging social capital),具有拓展新关系和产生工具性价值的可能性。同时,弱关系越多,越有可能获得有用而非冗余的信息。例如,嵌入表达网络的陌生人会形成“隐性朋友”关系(如游戏网友、兴趣社群的趣友),也会产生归属感,这使得他们更愿意表达和讨论。弱关系形成的多元化信息的传播和扩散<sup>[48-49]</sup>,更有助于发展认知灵活性,提高其文化资本。所以,弱关系或许也能够通过提升效能感而促进网络意见表达意愿。由此出本研究假设 H3c:

H3c:网络建构程度越高(包括网络规模、强关系、弱关系)、效能感越强,意见表达意愿也越强

## 四、研究方法及研究实施

### (一)变量测量

#### 1. 因变量:网络意见表达意愿

网络意见表达意愿测量对应于互联网的三个使用行为,通过测量被访者在遇到个人经济权益受到损害情况下,通过“论坛发帖”“微博发帖”“QQ发帖”等三种方式维护个人权益的情形。1表示不会,5表示完全会(Cronbach's alpha=0.875, M=2.222, SD=1.082)。

#### 2. 自变量

网络接入。通过测量被访者进行网络活动(三个题项:逛论坛、上博客或微博、登QQ)的频率获得,1表示从不,5表示几乎每次(Cronbach's alpha=0.616, M=2.740, SD=0.887)。

信息获取。通过测量被访者浏览网络新闻的频率获得,具体包括浏览家乡新闻和浏览北京新闻两个题项,1表示从不,5表示几乎每次(Cronbach's alpha=0.721, M=2.58, SD=0.897)。

社会网络。将“根据您上网聊天对象中各类人的比例”转化为10点量表,将聊天对象进行因子分析,得到两个公共因子:因子一为家人亲戚和老乡同学、朋友,可称为“强关系”交往(Cronbach's alpha=0.856, M=4.457, SD=2.252);因子二为陌生人和其他人,可称为“弱关系”交往(Cronbach's alpha=0.791, M=2.184, SD=1.792)。考虑到新生代农民工社会网络以熟人关系居多,最终采用网络规模(整体交往频率)和强关系交往频率。1表示从不,5表示非常频繁。(整体交往 Cronbach's



$\alpha = 0.789, M = 3.863, SD = 1.730$ )。但在分析网络结构对政治效能感的影响时,为了发掘新的可能性,本研究也引入了弱关系。

### 3. 政治效能感

本研究针对“倾向于在网上发表意见的主要原因”列有以下几个选项:能够维护正义和公共利益、事关个人利益、引起政府重视促进问题解决、在网上发言相对自由、支持自己喜欢的偶像、凑热闹、表现自己引人关注、其他;针对“倾向于不在网上发表意见的主要原因”列有以下几个选项:问题太专业无法参与、问题与切身利益无关、发言也得不到政府重视、讨论发言可能带来麻烦、没有上网条件、说不清、其他。

对内效能感的赋值如下:针对网上发表意见的原因“能够维护正义和公共利益”,若回答者将该选项排在第一位则赋值为5,排在第二位则赋值为4;针对不在网上发表意见的原因为“问题太专业、无法参与”,若回答者将该选项排在第一位则赋值为1,排在第二位则赋值为2,排在第三位则赋值为3。外在效能感的赋值如下:对于是否在在网上发表意见的原因是“引起政府的重视、促进问题解决”,排在第一位则赋值为5,排在第二位则赋值为4;针对不在网上发表意见的原因为“发言也得不到政府的重视,不如不说”,若排在第一位则赋值为1,排在第二位则赋值为2,排在第三位则赋值为3。内在效能感  $M = 2.497, SD = 1.542$ ;外在效能感  $M = 1.852, SD = 1.209$ 。整体效能感  $M = 2.176, SD = 0.966$ 。

## (二) 研究实施

本研究的研究总体为北京市的新生代农民工,由于无法从正式途径获得完整的抽样框,权且以滚雪球抽样结合配额抽样的方法来选取样本。从理论上讲,在充分考虑样本分布特征的情况下,非概率抽样获得的样本一定程度上具有代表性。

根据对外经贸大学廉思领衔的课题组于2012年进行的“新生代农民工”<sup>①</sup>调查,调查报告显示,北京市新生代农民工行业分布中,建筑业占10.3%、制造业占13.4%、服务业76.3%。<sup>[8]</sup>再结合国家统计局2002年制定的《国民经济行业分类》(GB/T4754—2002)<sup>②</sup>及国家统计局每年发布的《全国农民工监测调查报告》<sup>③</sup><sup>[64]</sup>,将农民工所从事的行业划分为六大类,即制造业、建筑业、服务业、批发零售业、交通运输仓储和邮政业、住宿餐饮业等。由于批发零售业、交通运输仓储和邮政业、住宿餐饮业属于服务业,所以将这四个行业(外加原有居民服务业)平分,即这四个行业占比分别为 $76.3\%/4 = 19\%$ 。

问卷的发放由课题组于2014年1—5月在北京执行。共发放问卷501份,建筑业52份、制造业67份、四个服务行业均95份,其他行业2份。经数据清理与核查后,共获得实际有效问卷500份,数据分析采用SPSS进行。

同时,本研究于2018年9月访谈了不同行业的18位新生代农民工,尝试对传统社区对话型平台中的意见表达与当下以微信为主要平台的意见表达进行对比,由此更为深刻地阐释新生代农民工的意见表达机制是否随着技术的进步而有实质性的改变。

## 五、研究发现

根据本研究设计的框架模型,采用多元回归分析以及中介效应分析,探讨互联网使用对新生代农民工意见表达意愿的影响。由于因变量是正态分布,且通过方差齐性检验;共线性统计量中的容差、特征值、条件指数(CI)均通过检验,说明模型中不存在多重共线性问题,这些条件都符合回归分析的基本假定,所以认为回归模型有效。回归结果见表1。

<sup>①</sup>2012年6—11月,廉思领衔的课题组进行了“城市新移民”的“两个典型群体平行调查”,形成了北京“新生代农民工”调查报告和“新生代白领”调查报告。这两次平行调查与北京团市委合作,根据北京市青年流动人口的区域分布和行业分布,在16个区县、5个重点行业(制造业、建筑业、批发零售业、住宿餐饮业、商务服务及居民生活服务业)、306个街道乡镇或区域、1761家基层单位进行了随机抽样调查。

<sup>②</sup>由于居民服务业、批发零售业、邮政仓储业、住宿餐饮业行业性质比较相近,都属于服务业,本研究将他们统一归为服务业。这样做一是便于结果的解释,二是凸显了差异性行业在互联网使用及其对社会发展带来的影响上的不同。

<sup>③</sup>本研究中体制内单位包括国企、事业单位;体制外单位包括私企、外企、合资企业;无工作单位包括自由职业者、小商贩等。

表 1 互联网使用与新生代农民工社会发展的多层回归模型

	网络接入、网络实践 与意见表达意愿		网络接入、效能感 与意见表达意愿		网络信息获取、效能感 与意见表达意愿	
	B	标准误	B	标准误	B	标准误
(常量)	1.570	0.587	-0.4754	0.4312	-0.0238	0.4301
性别(女=0)	0.006	0.135	-0.0238	0.1056	0.0439	0.1078
年龄	-0.028	0.015	-0.0103	0.0117	-0.0263*	0.0119
初中(小学及以下=0)	-0.115	0.340	0.0844	0.2735	-0.0368	0.2655
高中	0.146	0.340	0.2336	0.2766	0.2083	0.2662
大专	0.307	0.359	0.4335	0.2929	0.5197	0.2803
大学本科	0.599	0.412	0.5681	0.3312	0.6924*	0.3202
体制内单位	-0.170	0.171	-0.1417	0.1296	-0.045	0.1303
体制外单位(无单位=0)	-0.579*	0.225	-0.3228	0.171	-0.5033**	0.1727
网络接入	0.359***	0.092	0.377***	0.0633		
网络信息获取	0.094	0.081			0.2059***	0.0586
网络规模	0.205	0.126				
强关系	-0.124	0.097				
弱关系						
内在效能感			0.1332***	0.0336	0.1294***	0.0342
外在效能感			0.1332**	0.0429	0.1128**	0.0434
总 R <sup>2</sup> (%)	23.2		24.7		20.08	

  

	网络规模、效能感 与意见表达意愿		强关系交往、效能感 与意见表达意愿		弱关系交往、效能感 与意见表达意愿	
	B	标准误	B	标准误	B	标准误
(常量)	0.2133	0.5406	-0.1437	0.5064	0.0532	0.5175
性别(女=0)	-0.0598	0.1323	-0.0032	0.1232	-0.0506	0.1254
年龄	-0.0308	0.0146	-0.0226	0.0137	-0.026	0.0138
初中(小学及以下=0)	-0.056	0.3267	0.0755	0.3143	0.0832	0.3217
高中	0.1548	0.3283	0.3305	0.3122	0.198	0.3261
大专	0.5823	0.3422	0.7035*	0.326	0.581	0.3361
大学本科	0.7662	0.4017	0.7648*	0.3817	0.783*	0.3949
体制内单位	-0.0589	0.165	-0.1286	0.1491	0.0066	0.1578
体制外单位(无单位=0)	-0.5167*	0.2146	-0.4559*	0.2063	-0.5709**	0.2085
网络接入						
网络信息获取						
网络规模	0.0851*	0.0393				
强关系			0.0512	0.0279		
弱关系					0.0828*	0.0385
内在效能感	0.1448***	0.0417	0.1159**	0.0391	0.1438**	0.0399
外在效能感	0.1199*	0.0526	0.1418**	0.0487	0.0972	0.0507
总 R <sup>2</sup> (%)	19.3		15.5		17.3	

注: \*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001。



### (一) 网络接入、网络实践与意见表达意愿

研究发现,体制外单位工作相比于无工作单位者,网络意见表达意愿较弱( $\beta = -0.579, p < 0.005$ )。网络接入程度越高,网络意见表达意愿越强( $\beta = 0.359, p < 0.001$ )。但是网络实践活动对网络意见表达意愿的影响并不显著,网络信息获取( $p > 0.05$ )、网络规模( $p > 0.05$ )、强关系( $p > 0.05$ )并没有促进网络意见表达意愿。说明互联网提供了意见表达平台,但实践能力(如网络信息获取、社会网络建构)对意见表达意愿的影响非常有限,即互联网对意见表达的实践赋权并未完全实现。

通过访谈发现,尽管新生代农民工手机使用已经非常普遍,微信是其主要使用的网络应用,他们有空就刷微信。但多位被访者除了将其作为通信工具、与外界获取联系之外,只是娱乐和消遣,如听歌、看节目、玩游戏、聊天(餐饮, LX, STJ, JSG; 制造业, KYH)。在信息获取方面,他们最经常使用百度地图以及搜索生活小常识。但不会特别关注相关新闻,包括与自己利益相关的事情,也不会上网查询搜索。一个值得注意的现象是,他们的微信好友大多是亲人、朋友、同事,其网络规模局限在熟人圈子。一位被访者说微信朋友圈仅有20多位好友,只是平时聊聊生活,并不关注社会热点事件。“我们也只是(用手机)自己玩玩儿,跟朋友随便聊聊,其他的都不关注。我们平时太忙了,睁眼上班,下班睡觉;也不怎么关注房价、医保等,就算关注了也白关注,反正也买不起房。我更不可能在朋友圈或者微信群里讨论这些事情。”(邮政业, MT)由此,尽管有些政策信息与他们直接相关,他们也没有咨询、表达的意识。

### (二) 网络接入、效能感与意见表达意愿

研究发现,网络接入显著影响网络意见表达意愿( $\beta = 0.377, p < 0.001$ ),内在效能感( $\beta = 0.133, p < 0.001$ )和外在效能感( $\beta = 0.133, p < 0.01$ )都显著影响网络意见表达意愿。从直接效应看,网络接入显著影响网络意见表达意愿(LLCI=0.253, ULCI=0.502)。网络接入对内在效能感( $p < 0.05$ )和外在效能感( $p < 0.05$ )的影响不显著。从间接效应看,网络接入对网络意见表达意愿的影响中,内在效能感(LLCI=-0.010, ULCI=0.047)和外在效能感(LLCI=-0.025, ULCI=0.023)的中介效应都不显著。同时,性别对内在效能感具有显著性影响( $\beta = 0.354, p < 0.05$ ),男性的内在效能感较高。体制外工作单位相较于无工作单位的,外在效能感较低( $\beta = -0.475, p < 0.05$ )。也就是说,网络接入对意见表达意愿的影响中,效能感并没有起到中介性作用。一定程度上可以认为,虽然网络接入强烈影响意见表达意愿,但是这种平台接入并未转化为心理层面的效能感提升,以进一步作用于网络意见表达意愿。

对于政务公众号等政务公开系统及平台,多位被访者尽管下载了政务公众号,但他们表示,这些公众号起作用的可能性不会太大。一是,尽管自己在相关平台上发表了意见,也很难被相关部门看到;二是,尽管相关部门关注了,但具体落实需要相关程序,这些无法通过网络实现,仍然需要现实力量去执行。他们最为担心的是这一落实过程存在与传统渠道类似的缺陷,最终面临的问题可能也无法完全得到解决。在这种情况下,他们宁愿“忍忍算了”而不太可能去发表意见。

### (三) 网络信息获取、效能感与意见表达意愿

研究发现,网络信息获取显著影响网络意见表达意愿( $\beta = 0.206, p < 0.001$ ),内在效能感( $\beta = 0.129, p < 0.001$ )和外在效能感( $\beta = 0.113, p < 0.01$ )都显著影响网络意见表达意愿。内在效能感对网络意见表达的影响略大于外在效能感的影响,或许是由于网络信息很大程度上提升的是个人能力以及对自己有能力表达意见维护公平正义的感知。从直接效应看,网络信息获取显著影响网络意见表达意愿,(LLCI=0.090, ULCI=0.321)。网络信息获取对内在效能感( $p < 0.05$ )和外在效能感( $p < 0.05$ )的影响都不显著。从间接效应看,网络信息获取对网络意见表达意愿的影响中,内在效能感(LLCI=-0.011, ULCI=0.037)和外在效能感(LLCI=-0.015, ULCI=0.022)的中介效应都不显著。

通过访谈发现,男性更可能关注新闻(建筑业, CJH; 居民服务业, GEF; 交通运输业, DD)。部分新生代农民工下载了新闻APP,但他们并不会特别关注某一热点新闻事件,大多也只是随便看看,并没有特定目的(居民服务业, MFS; 交通运输业, DYQ)。与网络接入特别相关的是,尽管部分被访者

订阅了某些新闻公众号、包括政务公众号,但是很少持续关注重要的新闻信息。多数被访者愿意对那些富有哲理的“段子”进行点评,但是对相关政策新闻等并不转发、评论等(餐饮业,JSJ;MUG)。

手机虽然是新生代农民工获取信息的重要渠道,但他们普遍表示,由于个人能力有限,不太了解相关政策信息,以致并没有意见表达的意愿。一位建筑工人表示:“我也看与自己相关的新闻,如医保政策,但是我很少去表达,我们文化程度低,不懂政治方面的东西;也怕说不好,也不懂。所以,一般也不去朋友圈说,只是工友们平时私下聊聊而已。”(CJH)同时,一位快递员表示,“我之前遇到过拖欠工资的现象,当时去劳动仲裁部门咨询过,但是来回折腾了一周,最后也没拿到工资。主要是我们不知道应该怎么处理类似的事情,你去百度上查吧,各种说法都有,还得相互对比、辨别真假,我们没有那闲工夫。自己去折腾不仅影响正常上班,有时候基本也起不到作用。”(ZJS)可以发现,新生代农民工并没有形成良好的信息阅读和获取习惯,这也无法转化为一种稳定的心理状态从而提升网络意见表达意愿。

同时,数据表明,年龄对网络意见表达意愿具有显著性影响( $\beta = -0.026, p < 0.05$ ),年龄越小,网络意见表达意愿越强。在访谈中发现,那些年龄较大的被访者,对新闻特别是政策新闻非常关注,如户口、医疗、养老、保险、住房、宅基地、土地权等,但他们不太表达意见。这与他们的人生阅历和经历有关。而较年轻者基本不看这些新闻,其意见表达也只是随便说说。相较于小学及以下教育程度者,大学本科学历的网络意见表达意愿更强( $\beta = 0.692, p < 0.05$ ),进一步说明文化程度对网络意见表达意愿的影响,同时也说明受教育程度与网络信息获取之间的重要关系。对于大学本科等受教育程度较高者,他们的网络信息获取程度也更高。年龄和教育程度对内、外在效能感的作用都不显著( $p < 0.05$ ),说明年龄、受教育程度等扮演了基础性的社会经济角色,一定程度上使得他们获取信息的能力有所提升。

但需要注意的是,大学本科相较于小学及以下受教育程度者,其内在效能感较低( $\beta = -0.363, p < 0.05$ ),或许是由于他们更加认识到政治和社会情势的复杂,问题太专业而无法参与,也更加现实;而小学及以下的可能仅仅是基于印象,认为网络意见表达能够提升能力、维护正义和公共利益,属于一种理想状态的、想象的意见表达情境。在访谈中,多位被访者表示政治非常复杂,他们没有能力对这些事件发表评论和看法。当然大学本科和小学及以下在本研究中样本占比较少(小学及以下占比4.8%,大学本科占比6.8%),并不能推断教育程度对内、外在效能感具有反向影响。同时,整体来看,大学本科相比于小学及以下的,其网络意见表达意愿更强。但是现实性的效能感和理想性的效能感存在差异,这一现象也应该引起关注。即受教育程度通过网络信息获取增强内在效能感,从而对网络意见表达意愿产生影响,这一过程并非是纯粹的线性关系。同时,体制外工作单位相较于无工作单位的,内在效能感较低( $\beta = -0.621, p < 0.05$ ),网络意见表达意愿也较低( $\beta = -0.503, p < 0.05$ )。

#### (四) 社会网络、效能感与意见表达意愿

在网络规模、效能感、意见表达意愿的中介效应模型中,网络规模显著影响网络意见表达意愿( $\beta = 0.085, p < 0.05$ ),内在效能感( $\beta = 0.145, p < 0.001$ )和外在效能感( $\beta = 0.120, p < 0.05$ )都显著影响网络意见表达意愿。从直接效应看,网络规模显著影响网络意见表达意愿(LLCI = 0.008, ULCI = 0.162)。网络规模对内在效能感( $p < 0.05$ )和外在效能感( $p < 0.05$ )的影响都不显著。从间接效应看,网络规模对网络意见表达意愿的影响中,内在效能感(LLCI = -0.002, ULCI = 0.040)和外在效能感(LLCI = -0.026, ULCI = 0.002)的中介效应都不显著。这说明,网络规模越大,网络意见表达意愿越强烈,但网络规模并非转化为内在效能感和外在效能感的提升。同时,性别对内在效能感具有显著性影响( $\beta = 0.354, p < 0.05$ ),男性的内在效能感较高。在访谈中发现,微信朋友圈相对比较封闭,一定程度上限制了之前微博、论坛等对社交关系的拓展。一位被访者想咨询外地车牌的信息,但是并没有在朋友圈发帖询问,他说,“问了也是白问,他们也不懂。”(ZQC)另一位被访者持续关注户口政策多年,也很少在朋友圈发帖咨询。“这现象很普遍,外地户口如何落到北京,这事我很少在微信问,只是私下聊聊,不过这都好几年了,还没有解决,现在也就不怎么说这事儿了。”(批发零售业,PLH)

在强关系交往、政治效能感、网络意见表达意愿的中介效应模型中,强关系并未显著影响网络意见表达意愿( $p>0.05$ ),内在效能感( $\beta=0.116, p<0.01$ )和外在效能感( $\beta=0.144, p<0.01$ )都显著影响网络意见表达意愿。从直接效应看,强关系并不显著影响网络意见表达意愿(LLCI=-0.004, ULCI=0.106)。强关系显著影响内在效能感( $\beta=0.089, p<0.05$ ),但强关系对外在效能感的影响并不显著( $p>0.05$ )。从间接效应看,强关系对网络意见表达意愿的影响中,内在效能感的中介效应显著(LLCI=0.000, ULCI=0.026),起到了完全中介作用;外在效能感的中介效应不显著(LLCI=-0.021, ULCI=0.000)。从人口变量来看,大专相较于小学及以下的,其网络意见表达意愿更强( $\beta=0.704, p<0.05$ );大学本科相较于小学及以下的,其网络意见表达意愿更强( $\beta=0.765, p<0.05$ );一定程度上说明,受教育程度较高者,网络表达意愿越强。体制外单位相较于无单位者,其网络意见表达意愿较弱( $\beta=-0.456, p<0.05$ )。同时,性别对内在效能感具有显著性影响( $\beta=0.354, p<0.05$ ),男性的内在效能感较高。在访谈中发现,部分受访者不太愿意在朋友圈发表意见,但是更愿意在微信群、特别是亲密关系的微信群中发表意见。“我喜欢在发小的那个群里讨论一些事情,毕竟大家都知根知底,说错话了什么的也不会特别在意。但如果是同事的微信群,我说不好或者与别人看法不一样了,就不太好了。这种关系可能有隔阂吧,所以不怎么在同事群里说。”(餐饮业, MUG)

在弱关系交往、效能感、网络意见表达意愿的中介效应模型中,弱关系交往显著影响网络意见表达意愿( $\beta=0.083, p<0.05$ ),内在效能感显著影响网络意见表达意愿( $\beta=0.143, p<0.01$ ),外在效能感并不显著影响网络意见表达意愿( $p>0.05$ )。从直接效应看,弱关系交往显著影响网络意见表达意愿(LLCI=0.007, ULCI=0.156)。弱关系交往对内在效能感( $p>0.05$ ) and 外在效能感( $p>0.05$ )的影响都不显著。从间接效应看,弱关系交往影响网络意见表达意愿中,内在效能感(LLCI=-0.013, ULCI=0.023) and 外在效能感的中介效应都不显著(LLCI=-0.016, ULCI=0.006)。从人口变量来看,大学本科相较于小学及以下的,其网络意见表达意愿更强( $\beta=0.048, p<0.05$ );体制外单位相较于无单位者,其网络意见表达意愿较弱( $\beta=-0.571, p<0.01$ )。相比之下,在微信平台中,多数受访者基本不加陌生人为好友,也不转发、评论陌生人发布的信息,更不与不熟悉的人交流讨论相关新闻事件。一位建筑业受访者谈到了技术交换的问题,“我们建筑设计过程中,遇到不懂的专业问题,也不会去网上查,我们直接询问专业人士,这样可以更快解决问题。去网上查吧,太浪费时间,而且这些事情也要看实际情况的,网上不可能找到正确解决方法的,只能作为参考。我们知道了问题怎么解决,群里有其他人问的时候,我也不怎么说,因为毕竟我不是专业人士。”(WQG)也就是说,尽管通过同行解决了专业问题,但这并不是通过自我学习获得心理层面效能感的提升,这也限制了其意见表达。

社会网络建构的影响中,网络规模和弱关系虽然显著影响网络意见表达意愿,但是效能感并未起到中介性作用。而强关系交往虽然整体上未显著影响网络意见表达意愿,但是一定程度上,强关系的作用是通过提升内在效能感,从而对网络意见表达意愿产生影响,内在效能感起到了完全中介性作用。也就是说,或许只有通过提升了内在效能感,强关系对意见表达意愿的影响才能得到充分显示和发挥。当然有可能是由于强关系更会对人际渠道的意见表达意愿产生作用,而非对网络渠道的意见表达意愿产生作用,这有待于进一步的研究。而这一点在微信平台中得到了充分体现,在较为亲密的关系中,受访者更愿意表达和讨论,部分是因为一般情况下,无论如何他们始终能够得到亲密关系的支持,这使他们感觉到自己有能力表达,提升了内在效能感。但值得注意的是,这与基于实质能力而生发的内在能力的良好感觉有本质性差异。由此也在一定程度上验证了本研究在该部分纳入弱关系的重要意义。在强关系影响网络意见表达的模型中,内在效能感的中介效应显著,而在其他模型中,内在效能感的中介性作用并不显著。可能的解释是,较强的关系使得人们具有较为积极的心理状态,从而其内在效能感也越高;另外一种可能路径是,互联网使用能力带来的,具有较强的网络社交能力,使得人们感受到自己能够维护公平正义。



综合以上分析,可以发现,互联网接入显著影响新生代农民工意见表达意愿。但是相比之下,网络实践活动(如信息获取、网络建构)对意见表达意愿的影响相对有限,在整体模型中并不显著,但是在单个模型中显著。由此假设 H1 得到证实;假设 H2a、H2b 得到部分证实;假设 H2c 并未得到证实。同时,网络接入、效能感都显著影响意见表达意愿,但是效能感在网络接入和网络意见表达中并未起到中介性作用,假设 H3a 得到部分证实。网络信息获取、效能感都显著影响意见表达意愿,但是效能感在网络信息获取和网络意见表达中并未起到中介性作用,假设 H3b 得到部分证实。最后,网络规模、弱关系、政治效能感都显著影响意见表达意愿,但是效能感在网络规模、弱关系和网络意见表达中并未起到中介性作用;而效能感在强关系和网络意见表达意愿中起到了完全中介作用,假设 H3c 得到部分证实。同时,我们的访谈材料也鲜活地呈现了上述现象。

## 六、结论与讨论

互联网对于意见表达方面的赋权,从理论上讲,主要体现在三个方面:一是平台层面,互联网为公众表达意见提供了开放空间和表达意见的机会;二是能力层面,互联网使用提高了公众的能力,如信息获取、网络建构等,从而促进了意见表达。三是心理层面,互联网影响政治效能感,从而影响意见表达。

本文通过实证分析发现,虽然互联网赋予了新生代农民工一定的权力,但主要是平台层面的,而对其自身能力的提高非常有限,导致其网络意见表达意愿较弱。正如有研究者提出的,中国农民工劳动权益保护只有赋权,缺乏赋能,导致权利“悬浮”,并由此提出要“个体赋能”。“能”意味着个体的行动能力,而“权”意味着行动的空间。空间约束着行动,行动也在不断拓展空间<sup>[65]</sup>。更值得注意的是,网络接入以及自身能力的提高并未转化为心理状态对自我能力和外在政治环境的积极感知。这反过来进一步束缚了网络接入、个人能力对意见表达意愿效能的发挥。所以,新生代农民工网络意见表达的真正落实,有待于对基于网络接入、信息获取、网络建构等个人能力的提升,特别是这种接入和能力要有志于转化为恒定的心理状态,使得他们发自内心地感受到或者认识到网络意见表达是有能力做到的,也是能够引起重视的。

本调查发现,新生代农民工对于与自身相关的问题并不会过多发表意见,或者并未有强烈的意见表达意愿,至少在网络上是如此。<sup>①</sup>[7]一方面,这一定程度上与他们工作环境和生活状况的好转有关。同以前相比,目前新生代农民工较少遇到拖欠工资、食宿情况差、因工健康受损而未得到赔偿、被歧视、被排挤等情形。但另一方面,尽管部分新生代农民工关注政策议题,如医疗、养老、住房、房价等问题(建筑业,WQG;居民服务业,GL),但他们多数被动“偶遇”新闻,不会主动上网搜寻,更没有在网上发表意见的意识。那些除工作之外,手机使用频率越高,越有空闲时间的被访者,越可能关注新闻。但是对于是否在微信朋友圈发表意见,除了与个人性格有关之外,也与他们不了解相关信息、对个人知识能力有限这一感知有关。

以往研究大多强调网络接入,一定程度上也提到了互联网促进了可行能力的提升。但是很少有研究关注心理层面的赋权,本研究对此进行了探索。研究发现,虽然在各个模型中,效能感都直接影响网络意见表达,但是效能感在平台接入、个人能力影响网络意见表达意愿中并未起到实质性的中介性作用。在访谈中发现,新生代农民工大多将手机作为娱乐工具。尽管部分被访者关注相关新闻和政策信息,但是新生代农民工普遍不愿表达。主要是他们并不具备相关信息或者相关专业信息,或者是社会网络较为欠缺等。这就导致了一种现象:可能新生代农民工接入了平台,也具有一定的意见表达相关能力(如信息获取和网络建构能力),但是这些并不具有可拓展性和可持续发展性,并未将这种平台接入、实质性的个人能力转化为一种心理层面的对于“互联网与政治意见表达”的认同。由此,也阻碍了使用网络对增强意见表达意愿效能的发挥。所以,互联网要真正作用于网络意

①北京市新生代农民工的意见表达意愿并不是特别高,意见表达意愿整体处于较低水平,均值为 2.18(5 分量表)。

见表达意愿,除了平台层面、个人能力层面,或许基于平台、能力而营造良好的网络参与文化更可能具有实质性意义。

这也反映一种现象,即新生代农民工缺乏意见表达的文化传统。本研究发现,整体来看,在各个中介效应模型中,内在效能感对网络意见表达意愿的影响要略微大于外在效能感的影响,这说明网络信息获取、网络规模、强关系和弱关系具有提升个人内在效能的潜力,但是中介效应不明显,说明虽然具有潜力,但由于文化传统中意见表达的缺失,即使其权力受到侵害,也不会意识到这一问题。同时,强关系模型中,内在效能感(而非外在效能感)起到了完全中介作用;弱关系模型中,内在效能感(而非外在效能感)显著影响网络意见表达意愿。这更加突出了外在效能感的缺乏,当然这深耕于复杂的政治环境,如传统农村臣民文化导致的表达意愿和传统的缺失。在访谈中,多位被访者表示对相关能力较为缺乏信心,也表现出对长期以来形成的对政府不信任的强烈意识。这导致了他们尽管有强烈的意见表达需求,但是仍然不会有意进行表达。总之,网络接入、使用能力并不会增强效能感,说明传统意义上缺乏表达文化的新生代农民工,在互联网环境下其意见表达文化仍未得到改善,表达文化并未完全形成。

互联网赋权功能的实现,以网络接入和使用为前提和基础。随着我国信息发展工程的加快,新生代农民工网络接入有了很大的提升。但是,从现实来看,网络繁荣的背后,新生代农民工意见表达状态并不是特别理想。那么,互联网对新生代农民工意见表达的作用机制如何?特别是随着网络技术的发展,新生代农民工意见表达状况是否得到改善?这是本研究尝试回答的问题。

理论上讲,互联网对公民政治参与和社会参与的影响路径在于实践层面和心理层面。从实践层面讲,与阿玛蒂亚森提出的人的可行能力相一致,理论上互联网应该提高个人能力,从而增强意见表达意愿。本研究在一定程度上证实,互联网确实在网络信息获取、网络规模、特别是弱关系方面起到了一定的作用,显著正面影响网络意见表达意愿。但相较于网络接入,其实践能力的影响非常有限。遗憾的是,虽然政治效能感显著影响网络意见表达意愿,但是其对意见表达的影响并非是由于网络接入和网络实践等带来的,可能还是从传统的线下表达文化中获得的,互联网的“场域性”并未从心理方面作用于其意见表达。

在访谈中发现,虽然微信朋友圈的熟人关系也激发了内在效能感的获得,但同时也限制了信息获取宽度的拓展,导致其意见表达意愿并未得到强化。从外在效能感看,尽管政务公众号等开拓了信息获取渠道和表达渠道等,但是多位被访者表示,政务公开平台可能只是个摆设,对其实质性功能的发挥比较质疑。因为长期以来形成的对政府不信任、对政府执行效率低的印象已经固化,这在短时间内很难改变。也可以这么认为,互联网接入和实践对意见表达意愿的影响仅仅限于平台和能力层面,其并未提升或者转化为一种文化层面的“有效性”,进而促进新生代农民工的意见表达。当然并不是说平台和能力没有转化的可能性,只是说其深层次的心理状态还未得到实质性改变,至少在互联网“场域”下是如此。通过两个时间段的比较,我们发现,随着网络技术的发展,新生代农民工平台接入、实践能力有所提升,但是其心理层面的效能感仍然较为缺乏。因为在个别维度,如内在效能感对强关系交往影响网络意见表达的中介效应显著,但这种作用也未转化为网络意见表达意愿。由此,可以认为互联网使用能力具有强大的、有待进一步挖掘的空间,可以作用的方向是朝着增强其社会心理状态的方向移动。而这一点在我们的调查中被置于非常突出的地位。

互联网在心理层面对新生代农民工意见表达的作用具有重要意义。理论上,新生代农民工意见表达的实质能力得到一定程度的提升,这应该会对心理层面产生一定的效果,以政治效能感为代表的心理机制可以提供理论支撑。但是本研究发现,在互联网(平台和能力)对新生代农民工意见表达的影响中,政治效能感并未起到显著的中介性作用。在访谈中,多位被访者仍然表示自身知识能力欠缺、是否能够引起政府关注等是其意见表达的最大障碍。这更加启示我们互联网对于新生代农民工意见表达的影响,不能仅仅停留在平台、能力的提升,可能最为根本的在于,对意见表达文化的改善和培养,而这种文化的塑造和形成一定程度上还有赖于平台层面和能力层面的更加深度和强有力

的开发、挖掘和支撑。这也是本研究的一个重要探索方向,即从政治效能感这一生发于心理、意见表达这一深耕于社会文化的事实出发,阐释互联网对于新生代农民工意见表达的重要影响机制。

#### 参考文献:

- [1] 陈韵博. 新媒体赋权:新生代农民工对QQ的使用与满足研究. 当代青年研究,2011,8:22-25.
- [2] 郑欣,衣旭峰. 风险适应与媒介赋权:新生代农民工学习充电研究. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2014,5:134-139.
- [3] 郑欣,王悦. 新媒体赋权:新生代农民工就业信息获取研究. 当代传播,2014,2:51-52.
- [4] 宋红岩. “数字鸿沟”抑或“信息赋权”?——基于长三角农民工手机使用的调研研究. 现代传播(中国传媒大学学报),2016,6:132-137.
- [5] 黄月琴. “弱者”与新媒介赋权研究——基于关系维度的述评. 新闻记者,2015,7:28-35.
- [6] 周葆华. 新媒体与中国新生代农民工的意见表达——以上海为例的实证研究. 当代传播,2013,2:41-44;48.
- [7] 晏齐宏. 新生代农民工意见表达意愿研究——以北京市的实证分析为例. 新闻与写作,2016,3:45-50.
- [8] 廉思. 中国青年发展报告(2013)——城市新移民的崛起. 北京:社会科学文献出版社,2013:185;119.
- [9] 廖圣清. 上海市民的意见表达及其影响因素研究. 新闻大学,2010,2:41-49.
- [10] J. A. Conger, R. N. Kanungo. The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice. *Academy of Management Review*, 1988, 13(3):471-482.
- [11] E. M. Rogers, A. Singhal. Empowerment and Communication: Lessons Learned from Organizing for Social Change. *Annals of the International Communication Association*, 2003, 27(1):67-85.
- [12] J. C. Aker, I. M. Mbiti. Mobile Phones and Economic Development in Africa. *Journal of Economic Perspectives*, 2010, 24(3):207-232.
- [13] K. Salemink, D. Strijker, G. Bosworth. Rural Development in the Digital Age: A Systematic Literature Review on Unequal ICT Availability, Adoption, and Use in Rural Areas. *Journal of Rural Studies*, 2015, 54:360-371.
- [14] S. Livingstone, E. Helsper. Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New Media & Society*, 2007, 9(4):671-696.
- [15] W. Chen, The Implications of Social Capital for the Digital Divides in America. *Information Society*, 2013, 29(1):13-25.
- [16] I. Mariën, J. A. Prodnik. Digital Inclusion and User(Dis) Empowerment: A Critical Perspective. *Information*, 2014, 16(6):35-47.
- [17] E. J. Helsper. A Corresponding Fields Model for the Links between Social and Digital Exclusion. *Communication Theory*, 2012, 22(4):403-426.
- [18] M. K. Joseph, T. N. Andrew. Convergence Opportunities and Factors Influencing the Use of Internet and Telephony by Rural Women in South Africa and India towards Empowerment. *Home Informatics & Telematics: ICT for the Next Billion*, 2007, 241:1-20.
- [19] Y. C. Wong, H. Chen, V. W. P. Lee, et al. Empowerment of Senior Citizens via the Learning of Information and Communication Technology. *Ageing International*, 2014, 39(2):144-162.
- [20] 范斌. 弱势群体的增权及其模式选择. 学术研究, 2004, 12:73-78.
- [21] N. Swigger. The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens' Beliefs about Democratic Values? *Political Behavior*, 2013, 35(3):589-603.
- [22] S. S. Ho, D. M. Mcleod. Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 2008, 35(2):190-207.
- [23] Z. Pan, G. Jing, W. Yan, et al. Understanding Expressive Engagement in Urban China: Differentiating Domains, Settings, and Media Effects. *Conference Papers: International Communication Association*, 2010:1.
- [24] V. Price, J. N. Cappella. Locating the Issue Public: The Multi-Dimensional Nature of Engagement with Health Care Reform. *Political Behavior*, 2006, 28(1):33-63.
- [25] D. Janssen, R. Kies. Online Forums and Deliberative Democracy. *Acta Politica*, 2005, 40(3):317-335.
- [26] J. Stromer-Galley, A. Wichowski. Political Discussion Online // M. Consalvo, E. Charles (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Wiley-Blackwell, 2011:168-187.



- [27] 李忠礁. 农民工意见表达实践与探索. 沈阳大学学报, 2011, 5:45-48.
- [28] 官志平. 农民工话语权缺失及其保障途径探讨. 福建省社会主义学院学报, 2012, 1:87-89.
- [29] 陈旭辉, 柯惠新. 网民意见表达影响因素研究——基于议题属性和网民社会心理的双重视角. 现代传播(中国传媒大学学报), 2013, 3:117-122.
- [30] J. Schradie. The Digital Production Gap: The Digital Divide and Web 2.0 Collide. *Poetics*, 2011, 39(2):145-168.
- [31] H. Jenkins. *Convergence Culture*. New York University Press, 2006.
- [32] M. Chan, X. Wu, Y. Hao, et al. Microblogging, Online Expression, and Political Efficacy among Young Chinese Citizens: The Moderating Role of Information and Entertainment Needs in the Use of Weibo. *Cyberpsychology Behavior & Social Networking*, 2012, 15(7):345-349.
- [33] N. B. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe. The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2007, 12(4):1143-1168.
- [34] 何晶, 晏齐宏. 互联网使用与北京市新生代农民工的社会发展研究. *新闻与传播研究*, 2016, 4:45-65;127.
- [35] I. Oosterlaken. *Technologies of Choice? ICTs, Development and the Capabilities Approach*. The MIT Press, 2013, 15(1):102-103.
- [36] R. Wang. Internet Use and the Building of Social Capital for Development: A Network Perspective. *Information Technologies & International Development*, 2015, 11(2):19-34.
- [37] Y. M. Kim. Issue Publics in the New Information Environment Selectivity, Domain Specificity, and Extremity. *Communication Research*, 2009, 36(2):254-284.
- [38] M. Prior. *Post-Broadcast Democracy*. New York: Cambridge Press, 2007.
- [39] D. R. Kinder. Opinion and Action in the Realm of Politics // D. T. Gilbert, S. T. Fiske, G. Lindzey. (Eds.), *Handbook of Social Psychology*. Boston: McGraw-Hill, 1998:778-867.
- [40] S. Iyengar, D. R. Kinder. *News that Matters: Television and American Opinion*. University of Chicago Press, 1987.
- [41] Yushu Zhou, E. Bruce, Pinkleton. Modeling the Effects of Political Information Source Use and Online Expression on Young Adults' Political Efficacy. *Mass Communication & Society*, 2012, 15(6):813-830.
- [42] M. Kim, J. Woo, J. M. Choi. News Media Use, Citizen Communication, and Civic Participation: A Communication Mediation Model. *Conference Papers: International Communication Association*, 2010.
- [43] 陈成文, 彭国胜. 在失衡的世界中失语——对农民工阶层话语权丧失的社会学分析. *天府新论*, 2006, 5:93-97.
- [44] R. D. Putnam. *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community*. ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, 2000, 1:357.
- [45] N. Lin. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press, 2001.
- [46] J. M. McLeod, D. A. Scheufele, P. Moy. Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation. *Political Communication*, 1999, 16:315-336.
- [47] R. D. Putnam. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. *Journal of Democracy*, 1999, 6:65-78.
- [48] R. S. Burt. *Structural Holes: the Social Structure of Competition*. Harvard University Press, 2010.
- [49] M. S. Granovetter. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 1973, 78(6):1360-1380.
- [50] J. Kim, R. O. Wyatt, E. Kate. News, Talk, Opinion, Participation: The Part Played by Conversation in Deliberative Democracy. *Political Communication*, 1999, 16(4):361-385.
- [51] S. Arsène. Online Discussions in China: The Collaborative Development of Specific Norms for Individual Expression. *China Perspectives*, 2008, 2(74):83-93.
- [52] A. Campbell, G. Gurin, W. E. Miller. The Voter Decides. *American Sociological Review*, 1954, 19(6):429-433.
- [53] P. R. Abramson, J. H. Aldrich. The Decline of Electoral Participation in America. *American Political Science Review*, 1982, 76(3):502-521.
- [54] D. V. Shah, R. Nojin Kwak, Lance Holbert. "Connecting" and "Disconnecting" With Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital. *Political Communication*, 2001, 18(2):141-162.
- [55] A. Bandura. Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. *Journal of Applied Psychology*, 1989, 12(1):169.
- [56] E. Bruce, Pinkleton, Erica Weintraub Austin. Individual Motivations, Perceived Media Importance, and Political Disaffection. *Political Communication*, 2001, 18(3):321-334.
- [57] M. Parent, C. A. Vandebek, A. C. Gemino. Building Citizen Trust through E-Government. *Government Information Quar-*

- terly, 2005, 22(4): 720-736.
- [58] H. Huang. A Cross-Cultural Test of the Spiral of Silence. *International Journal of Public Opinion Research*, 2005, 17(3): 324-345.
- [59] A. Bandura. *Self-efficacy in Changing Societies*. Cambridge University Press, 1995.
- [60] K. S. Lee, W. Chen. A Long Shadow; Cultural Capital, Techno-Capital and Networking Skills of College Students. *Computers in Human Behavior*, 2016, 70: 67-73.
- [61] S. J. Lee. Online Communication and Adolescent Social Ties; Who Benefits More From Internet Use? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2010, 14(3): 509-531.
- [62] M. A. Stefanone, K. H. Kwon, D. Lackaff. The Value of Online Friends; Networked Resources via Social Network Sites. *First Monday*, 2011, 16(2).
- [63] van Dijk, A. G. M. Jan. Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings. *Poetics*, 2006, 34(4): 221-235.
- [64] 国家统计局. 国民经济行业分类(GB/T 4754—2011), 2013-10. [2018-08-15] <http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/hylbz/>.
- [65] 孙中伟. 从“个体赋权”迈向“集体赋权”与“个体赋能”: 21世纪以来中国农民工劳动权益保护路径反思. *华东理工大学学报(社会科学版)*, 2013, 2: 10-20; 47.

## Influential Mechanisms of the Internet on Opinion Expression Willingness among the New Generation of Peasant Workers: An Analysis Based on Empowerment Theory

*Yan Qihong* (Sun-Yat Sen University)

**Abstract:** Internet empowers on opinion expression of the new generation of peasant workers, few attentions are paid to influential mechanisms deeply. This paper considers that there is a structural empowerment in opinion expression online, including platform empowerment, practical empowerment (i. e. Information empowerment, relation empowerment), psychological empowerment based on the theory of empowerment. A questionnaire survey was conducted in Beijing. It finds that opinion expression willingness of new generation of peasant workers are more affected by internet exposure and political efficacy, while less affected by practical ability. Based on the comparative analysis, it finds that with the development of current internet technology and the popularity of mobile devices, the situation of internet access of the new generation peasant workers have improved, following with their advanced practical ability to some extent. However, the potential of internet access and practical ability in the function of self-efficacy is still very limited. Namely, the situation of opinion expression has not been substantially improved. Therefore, it is believable that in addition to the improvement in the extent of platform exposure and using ability of internet, it is necessary to transform them into the effectiveness of psychological level. Cultivating and creating a good opinion expression culture is also important based on the platform exposure and practical ability enhancing.

**Key Words:** opinion expression; peasant workers; empowerment; expression culture

■ 收稿日期: 2018-05-16

■ 作者单位: 晏齐宏, 中山大学传播与设计学院; 广东广州 510006

■ 责任编辑: 汪晓清