

互联网与国家认同：媒介生态学视角下 基于全球33个国家的实证研究

卢嘉 刘新传

摘要

随着互联网的兴起与普及，互联网在国家建设中的作用成为学术界日益关注的话题。本文通过量化的实证研究就互联网对国家认同的影响方式和强度进行综合评估。采用媒介生态学的视角，本文将互联网视为一个媒介环境，探讨互联网技术如何影响形成国家认同所处的媒介环境。运用世界价值观调查（2010—2014）的数据，本文对全球33个国家的47078份概率样本进行了多层回归分析。研究发现以公民民族主义为基本理念的网络参与成功地化解了基于互联网的信息分配所带来的冲击，同时网络参与的发展将最终导致福山所谓的“历史的终结”，即人类基于各自不同历史文明所产生的种族民族主义逐渐被普遍的公民民族主义所取代，后者则成为人类国家认同产生的最终形式。

关键词

互联网、国家认同、民族主义、媒介环境

作者简介

卢嘉，清华大学新闻与传播学院副教授。

刘新传，北京大学新闻与传播学院助理教授/研究员；北京大学国家战略传播研究院学术部主任。电邮：xcliu@pku.edu.cn。

本文系国家社科基金项目“大数据时代自媒体风险感知与矛盾化解”（项目编号：15CGL063），北京社科基金项目“北京社交媒体风险放大与舆论引导研究”（项目编号：16JDGLB026）阶段性成果。

The Internet and National Identity: An Ecological Analysis in 33 Countries

LU Jia, LIU Xinchuan

Abstract

The rise of the Internet brought up a debate about its role in eroding or strengthening national identity. This paper empirically explored the Internet's impacts on social context in

which national identity is formed. Using the data from the World Values Survey, this paper carried out multilevel analyses with 47,078 respondents in 33 countries. The results illustrated two conclusions. First, citizen participation through the Internet neutralizes the challenges resulting from information distribution through the Internet. Second, the Internet participation leads to Fukuyama's (1989) prediction about the end of history, arguing that civic nationalism would eventually replace ethnic nationalism and become the final stage of ideological evolution in human history.

Keywords

Internet, National Identity, Nationalism, Media Ecology

Author

Lu Jia is an associate professor at the School of Journalism and Communication, Tsinghua University.

Liu Xinchuan is an assistant professor at the School of Journalism and Communication, Peking University, and the director of Academic Department, National Institute of Strategic Communication, Peking University. Email: xcliu@pku.edu.cn.

The paper is supported by National Social Science Foundation of China (15CGL063), and Beijing Social Science Fund (16JDGLB026).

一、研究缘起

国家社区 (national community) 的观念来自于 Anderson (1983) 想象的共同体, 该观点认为, 国家社区由人们的想象构筑而成并由共同的文化实践活动紧紧连接在一起, 这些文化实践活动主要由政治机构利用大众社会系统发起和组织 (Edensor, 2002)。在这些活动中, 人们逐渐形成对国家社区的归属感, 即国家认同。

关于媒介和国家认同已经有了大量的研究。Anderson (1983) 认为, 国家观念由民众的想象构建而成。人们通过参加每天的固定仪式——报纸阅读, 构建起这种想象 (Gellner, 1983)。随着广播的流行、电视的采用以及近年来互联网的普及, 这一主题被反复研究和讨论 (Edensor, 2002; Katz, 1996; McQuail, 1992)。

互联网和国家认同研究起源于技术决定论, 该理论认为, 互联网的去地域 (deterritorialization) 能力会削弱国家认同。然而, 技术社会构建理论随后兴起, 该理论认为, 个人和社会固有的特征能够驯服互联网, 将其转化为增强国家认同的工具。尽管所有学者都承认互联网在国家建设中扮演了重要的角色, 但是相关研究经常被批评为独特性很强, 自相矛盾之处较多 (Smith & Phillips, 2006)。

本文旨在对以上的争论进行量化检验,就互联网对国家认同的影响方式和强度进行综合评估。采用媒介生态学的视角,本研究将互联网视为一个媒介环境,探讨互联网技术如何影响形成国家认同所处的媒介环境。借助世界价值观调查(2010—2014)的数据,本文获得了全球33个国家的47078份概率样本,并进行了多层回归分析。

二、文献回顾与研究问题

(一) 文献回顾

1. 国家认同: 种族民族主义和公民民族主义

在如何界定国家认同这一问题上,学界很少有共识(Sapountzis, 2008)。但大多数学者都认为,国家认同是一个多维度的概念(Ariely, 2012; Davidov, 2009; Kunovich, 2009)。Kelman(1997)将国家认同视为一系列态度和信念,包括三个组成成分:认知、情感和行动(又见Norris & Inglehart, 2009)。根据Keillor(1996)等人的观点,国家认同的形成意味着一个人产生属于某一国家的意识(认知),对于这个国家的热爱(情感),并愿意投身于该国家的事业(行动)。

国家认同的意识有两个思想来源:种族民族主义(ethnic nationalism)和公民民族主义(civic nationalism)。种族民族主义认为国家是由共同的文化传统结合而成的,它包括共同的语言、共同的文化和共同的祖先(Smith, 1986/2000)。公民民族主义认为国家是由民主政治结合在一起。在民主国家中,成员拥有平等的权利,国家的合法性来源于它所代表的“人民的意志”(Miller, 1995/2000; Tamir, 1993)。

种族民族主义和公民民族主义在许多方面存在差异(Alter, 1994; Ignatieff, 1993; Schopflin, 1996; Smith, 1991)。首先,公民民族主义基于以法律为准则的国家成员身份,并通过成员的认同实现国家稳定;种族民族主义基于以血缘为规则的国家成员身份,并通过传统文化来实现国家稳定。其次,公民民族主义认为个体通过自由选择依附关系来构建国家;种族民族主义则否定了个体的自由选择并强调国家构建了个体。第三,公民民族主义具有包容性并倡导多元主义;种族国家主义具有排外性并倡导种族多数原则。尽管种族民族主义和公民民族主义经常被视为民族主义运动的两种独立路径,Nikolas(1999)和Shulman(2002)却指出两者在实践中经常一同发挥作用并共同促进民族国家的建设。一方面,实现国家的合法性需要共同的价值观并诉诸共同的文化符号;另一方面,一个国家的高水平的社会治理

会增强民族凝聚力和个体对国家的依附。

2. 媒体和国家认同

Madianou (2005) 提出两条理论路径来解释媒体和国家认同之间的关系。自上而下的路径强调媒体的影响力, 作为重要的社会机构, 媒体往往被社会权威所操纵在民众间制造国家认同的意识。自下而上的路径则认为共有的文化和认同存在于民众的日常生活之中, 经由普通人的言行构建, 并最终反映在媒体上。

自上而下的路径受到广泛的研究。经典文献反复指出媒介在国家建构过程中的关键作用。Anderson (1983) 认为印刷技术培植了近代欧洲民族主义的兴起。他认为国家的观念是人们通过想象自己与其他民众一同参与每天的报纸阅读仪式而形成的 (又见 Gellner, 1983; Poster, 1999; Rivenburgh, 2000; Schlesinger, 1991)。同样地在电子媒介上, 一系列研究表明, 电视和广播常常被用于塑造国家意识, 呈现国家利益, 保护国家语言和文化 (Boyle & Hayes, 1996; Fry, 1998; Hayes, 1996; Ma, 1998; Morley & Robins, 1995; Mrazek, 1997; Katz, 1996; Scannell, 1996; Tsaliki, 1995)。

自下而上的路径关注普通人对于国家的日常讨论, 这些讨论往往包含某种固有的语言习惯, 比如, 日常使用的一些区分你我彼此的词语, 如“我们”“你们”“他们”“我国”“外国”等等 (Billig, 1995)。日常交谈最终不断增强人们的国家归属感, 有时人们甚至会忽略日常交谈的影响, 但它却在潜移默化中发挥作用 (Billig, 1995)。

3. 互联网和国家认同

从诞生伊始, 互联网就被视为全球化的重要工具 (Castells, 1997/2000; Knorr-Centina, 1999/2005)。大量研究指出互联网促进全球传播, 不仅让人们有机会享受更大范围的服务和产品, 同时凭借跨国流动的文化产品, 互联网还塑造了人们的全球意识 (Beck & Sznaider, 2006; Bohman, 2004; Cannon & Yaprak, 2002; Fraser, 2007; Jenkins, 2008; Stratton, 1997; Tomlinson, 1999; Ugarteche, 2007)。信息的自由流动和全球意识的兴起切断了人们与本地的联系, 逐渐削弱了国家认同的霸权地位 (Eriksen, 2007; Soffer, 2013)。此外, 互联网的广泛使用带来了社会的碎片化和文化的个体化, 进而侵蚀国家认同的集体意识 (Castells, 2000; Poster, 1999; Lash, 2002)。互联网为人们提供了大量的信息选项和社会身份, 网民可以对其进行自由选择, 这就导致了同一性身份认同的终结 (Eriksen, 2007; Soffer, 2013)。

与以上观点不同, Curran (2012) 指出, 互联网促进全球交流和理解的能力被世界社会经济结构所限制, 这包括截然不同的财富和资源分配形式、语言差异、价值观和信仰的尖锐冲突、国家文化的主导以及独裁政府的控制。相反地, 互联网促进了国家建构。首先, 互联网大多围绕国家运行, 包括国家的边界 (Halavais, 2000; Bharat, Chang & Henzinger, 2001), 国家域名 (Shklovski & Struthers, 2010) 和本地语言的使用 (Dor, 2004; Hafez, 2007)。其次, 国家特征被紧密嵌入互联网内容之中, 尤其体现在国内新闻的线上消费 (Curran, 2012; Soffer, 2013), 战争和危机时期 (Mihelj, 2011) 以及海外流散人口之中 (Enoch & Grossman, 2010; Graham, 1998; Miller & Slater, 2000; Morozov, 2011)。

4. 作为环境的互联网

目前为止, 关于互联网的争论大多聚焦于互联网的个体使用和国家认同之间的关系, 但是忽视了媒介环境的影响, 比如, 媒体所有权、媒体发展水平以及内容管控等, 而国家认同正是在某种特定的媒介环境中形成的 (Harwood & Roy, 2005)。Strate (2008) 认为:

“媒介技术的影响集中体现在社会环境本身而不是环境中的特定媒体内容。他进一步解释媒介如何作为一种环境发挥其功能: 媒介不像台球那样, 可以通过撞击另一个球而发挥作用。它更像人们用来打球的桌子。作为一种环境, 媒介不会决定我们的行动, 但它们会定义我们行动的可能性范围, 并且可以阻碍某些行动进而鼓励和促进另外一些行动。” (Strate, 2008)

在社会身份理论中, 媒介环境的重要性已经得到广泛关注 (Reid, Giles & Abrams, 2004; Trepte, 2006)。Harwood和Roy (2005) 倡导将社会身份理论与大众传播联系起来, 关注宏观层面的环境因素以及个体因素和环境因素的交互作用。国家认同形成于社会环境之中, 通过探讨互联网对于社会环境的影响, 互联网和国家认同的关系将得到了更深入的研究。从媒介生态学的路径出发, Carey (1998) 指出互联网正在建立一种新的媒介生态, 这种新生态正在改变传统媒介之间的结构关系, 并且取代原有的国家传播体系。在这样的新生态之内, 新形式的身份认同和国家意识正在形成 (Levinson, 1999)。

Giddens (1991) 认为, 个体的身份认同通过两个步骤构建起来: 解放的政治 (emancipatory politics) 和生活的政治 (life politics)。解放的政治指的是人们选择的自由程度, 生活的政治指的是个人生活方式的选择, 这种选择影响自我实现的过

程，而身份认同又是通过自我实现形成的。解放的政治决定了生活政治运行的环境，它关注资源和权力的不平等分配，并希望通过消除或减少剥削、不平等以及压迫将人们从传统和习俗的禁锢中解放出来。根据吉登斯的论述，目前存在两种类型的解放政治：资源的分配和权力的分配，它们共同决定了人们选择身份认同的自由程度。

因此，作为环境的互联网就是指互联网如何发展并影响一国范围内的解放政治。一方面，通过互联网进行的信息资源分配与网络建设有关，更多的人使用互联网，更多的信息资源得到释放。另一方面，通过互联网进行的权力分配与网络参与有关，越来越多的人通过互联网参与社会治理和决策，更去中心化和更包容的权力结构得以形成。

将互联网视为一种环境，本文旨在探索互联网环境的不同如何影响个体的国家认同。作为一个多维度的概念，国家认同由三个维度构成——认知、情感和行动。在环境层面，本文采用网络建设和网络参与来描述互联网解放政治的自由程度，这一自由程度决定了国家认同的媒介环境。

（二）研究问题

问题一：网络建设如何影响人们关于国家认同的认知、情感和行动？

问题二：网络参与如何影响人们关于国家认同的认知、情感和行动？

除了主效应之外，本文还探讨了网络建设和网络参与在国家认同上的协调效应。文献综述显示，民族主义（种族民族主义和公民民族主义）和媒体使用（大众媒体和日常交流）是影响国家认同的两个关键因素。以下问题旨在研究网络建设和网络参与如何影响民族主义/媒介使用与国家认同在个体层面的关系。

问题三：网络建设和网络参与如何协调民族主义对国家认同的认知、情感和行动方面的影响？

问题四：网络建设和网络参与如何协调媒体使用对国家认同的认知、情感和行动方面的影响？

三、研究方法

（一）抽样

个体层面的数据来源于第六次（2010—2014）世界价值观调查。该项目旨在对全球主要文化区域的信念和价值观进行调查，自1981首次实施以来，一直是全球最大的非商业性跨国纵向调查。一般来说，该调查通过随机分层抽样的方法在每个国

家选取1000名或更多的成年人作为样本,然后对他们进行面对面访问。第六轮一共调查了85000名被访者,来自57个国家。国家层面的数据主要来源于联合国和世界银行。所有数据组合成一个最终样本库,包括个人层面47087位调查对象和国家层面的33个国家。

(二) 测量

本文采用世界价值观调查中的三个问题测量国家认同。V214 用来测量国家认同的认知。该问题表述为“人们对于自身和他们的联系方式具有不同的观点,请描述你对以下每一项陈述的同意或者反对程度。”陈述包括“我认为我是国家的一部分(V214)”。具体的回答从“非常同意”到“非常不同意”被分为4类。V211与国家认同的情感有关。其问题表述为“作为你所在国家的一员,你有多自豪?”答案从“非常自豪”到“一点也不自豪”分为了4类。V66 用来测量国家认同的行动层面,问题为“毫无疑问,我们都不希望再有战争爆发,但是倘若真的爆发了战争,你愿意为了你的国家而参战吗?”愿意编码为0,不愿意编码为1。

为了测量种族民族主义,本文采用了世界价值观调查中的传统/世俗理性价值观指数。传统取向和世俗理性取向位于量表的两端(得分越低,越传统)。根据Inglehart和Welzel(2005)的观点,传统取向倡导宗教、历史、家庭和权威,拒绝堕胎和安乐死。相反,世俗理性取向在以上所有问题上都与传统取向持相反立场。

为了测量公民民族主义,本研究采用了问卷中的两个问题。V114 表述如下“你所在国家社会治理的民主程度有多高?”回答者要在一个从“完全不民主”到“完全民主”的10分刻度中选择一个位置。V115问题表述如下“你所在国家对于个人权利的尊重程度有多高?”答案从“非常尊重”到“一点也不尊重”被分为4类。将4个分类记录为1、4、7、10,V115 被转换成一个10分量表,V114 和V115 组合成一个新的量表来测量公民民族主义($\alpha=.603$)。

调查问卷采用以下问题测量媒介使用情况“人们通过不同的渠道了解所在国家和世界的情况,对于以下每一个渠道,请说明你通过它们来获取信息的频率,是每天、每周、每月,好几个月还是从不?”信息渠道包括“日报”(V217)、“电视新闻”(V219)、“广播新闻”(V220)、“互联网”(V223),以及“与朋友或同事交谈”(V224)。本文将V217,V219和V220 组合成一个大眾媒体使用量表,用来测量自上而下模式。V224则被用来测量自下而上模式,即普通人之间的人际交流。

在国家层面,本文采用互联网渗透率测量网络建设程度,该数据由世界银行

通过计算一国每百人中互联网使用者数目而得出。网络参与采用在线服务指数（online service index）进行测量，该指数由联合国发布，衡量公民通过互联网参与公共政治和服务的程度，由信息共享，提供咨询，和参与决策三个部分所组成。由于国家层面的变量都是每年更新一次，本文选取2014年的数据进行分析。

此外，一些人口统计变量也被选入相关模型中作为控制变量，包括收入（V239），性别（V240），年龄（V242）和教育（V248）。

（三）分析

根据数据的嵌套性特征，本文构建了一系列多层线性回归模型（HLM）来检验环境层面和个体层面的效果。这些模型有助于探索个体和环境层面的变量对因变量的影响，并观察这两个层面之间的互动关系。定序模型用于认知和情感，二分模型用于行动。组均值中心化被用在个体层面，总均值中心化被用于国家层面。（表1显示了所有关键变量的描述性数据）

表1：描述性数据

变量	样本	均值（标准差）	最低，最高	描述
认知	47078	1.48（0.64）	1， 4	1代表最高水平的认知
情感	47078	1.49（0.70）	1， 4	1代表最高水平的情感是=0（69%），否=1（31%）
行动	47078			
大众媒介	47078	6.87（3.01）	3， 15	3表示使用频率最高
互联网使用	47078	3.31（1.76）	1， 5	1表示每天，5表示从不
同事或朋友交谈	47078	2（1.37）	1， 5	1表示每天，5表示从不
收入	47078	4.91（2.12）	1， 10	1表示收入最低
年龄	47078	40.9（15.91）	16， 98	年龄
教育	47078	5.79（2.37）	1， 9	1代表教育水平最低
性别	47078			男=0（50%），女=1（50%）
公民民族主义	47078	8.91（4.19）	1， 19	1代表最典型公民民族主义
种族民族主义	47078	0.35（0.17）	0， 0.99	0代表最典型种族民族主义
网络建设	33	53.13（22.97）	10.6， 90.6	每100人中的网民数
网络参与	33	57.46（23.67）	1.57， 99.21	0到100，数值越高参与度越高

本文首先建立了三个零模型以便研究个体和环境两个层面的方差分量，并作为与随后模型进行比较的基线。方差分量的卡方检验显示出结果的显著性（ $p<.001$ ），这表明，因变量中存在着由于二层分组造成的差异。认知的组内相关系数（ICC）是30%，情感的组内相关系数是50%，行动的相关系数是54%，这表明

环境层面因素对结果解释的百分比。

随后本研究建立了三个由截距结果模型和坡度结果模型结合而成的随机截距模型和坡度模型。所有的个体和环境层面的变量都被一同纳入到模型之中。此外，跨层面的交互也被纳入进来以便检验协调效应。在环境层面，三个随机截距模型和坡度模型对于认知的解释力为17%，对于情感的解释力为38%，对行动的解释力为23%（见表2、3、4）。

表2：个体和环境变量对国家认同认知上的估计效果（随机截距模型和坡度模型）

	系数	标准差	t值
截距	-4.965	0.251	-19.761***
国家层面效果			
网络建设	0.013	0.008	1.739^
网络参与	0.004	0.007	0.500
个体层面效果			
互联网使用	-0.022	0.012	-1.824^
大众媒体	0.024	0.008	2.965**
与朋友或同事的交谈	0.065	0.015	4.430***
种族民族主义	3.511	0.179	19.664***
公民民族主义	0.025	0.008	3.369**
收入	0.012	0.008	1.495
性别	0.107	0.027	3.963***
年龄	-0.002	0.001	-1.939^
教育	-0.017	0.009	-1.926^
跨层次影响			
大众媒体*网络建设	-0.001	0.001	-1.536
大众媒体*网络参与	0.001	0.001	1.024
交谈*网络建设	-0.001	0.001	-0.043
交谈*网络参与	0.001	0.001	0.916
种族民族主义*网络建设	0.014	0.016	0.888
种族民族主义*网络参与	-0.029	0.014	-2.145*
公民民族主义*网络建设	-0.001	0.001	-0.835
公民民族主义*网络参与	0.001	0.001	1.908*
随机效应	Var. com	s.d.	Chi-square (d.f.)
国家层面	0.40	0.63	3140 (29) ***
国家层面解释方差	17%		

表3：个体和环境变量在国家认同情感上的估计效果（随机截距模型和坡度模型）

	系数	标准差	t值
截距	-5.020	0.200	-25.132***
国家层面效果			
网络建设	0.042	0.008	5.300***
网络参与	-0.015	0.008	-1.966*
个体层面效果			
互联网使用	-0.040	0.015	-2.735**
大众媒体	0.032	0.007	4.755***
与朋友或同事的交谈	0.032	0.014	2.331*
种族民族主义	4.691	0.181	25.955***
公民民族主义	0.063	0.009	6.939***
收入	-0.027	0.012	-2.338*
性别	0.085	0.038	2.235*
年龄	0.001	0.001	0.016
教育	0.035	0.012	2.858**
跨层次影响			
大众媒体*网络建设	-0.001	0.001	-2.167*
大众媒体*网络参与	0.001	0.001	1.748*
交谈*网络建设	0.001	0.001	0.235
交谈*网络参与	-0.001	0.001	-0.128
种族民族主义*网络建设	0.037	0.014	2.745**
种族民族主义*网络参与	-0.032	0.013	-2.505*
公民民族主义*网络建设	0.001	0.001	2.425*
公民民族主义*网络参与	-0.001	0.001	-0.773
随机效应	Var. com	s.d.	Chi-square (d.f.)
国家层面	0.727	0.853	5515 (29) ***
国家层面解释方差	38%		

表4：个体和环境变量在国家认同行动上的估计效果（随机截距模型和坡度模型）

	系数	标准差	t值
截距	-1.778	0.111	-16.142***
国家层面效果			
网络建设	0.010	0.007	1.445
网络参与	-0.009	0.005	-2.002*
个体层面效果			
互联网使用	-0.006	0.013	-0.464

大众媒体	0.049	0.007	7.002***
与朋友或同事的交谈	0.055	0.011	4.987***
种族民族主义	1.613	0.158	10.198***
公民民族主义	0.025	0.006	4.225***
收入	0.021	0.008	2.526*
性别	0.636	0.046	13.826***
年龄	0.009	0.002	4.662***
教育	0.020	0.010	1.950*
跨层次影响			
大众媒体*网络建设	-0.001	0.001	-1.804*
大众媒体*网络参与	0.001	0.001	2.044*
交谈*网络建设	0.001	0.001	2.658*
交谈*网络参与	-0.001	0.001	-1.864*
种族民族主义*网络建设	0.027	0.015	1.918*
种族民族主义*网络参与	-0.001	0.011	-0.101
公民民族主义*网络建设	-0.001	0.001	-0.594
公民民族主义*网络参与	0.001	0.001	0.479
随机效应	Var. com	s.d.	Chi-square (d.f.)
国家层面	0.330	0.574	2305 (29)***
国家层面解释方差	23%		

注释：表2，3，4均为非标准化系数 个体样本数 = 47,078. 国家数 = 33. $\hat{p} < .1$. * $p < .05$.

** $p < .01$. *** $p < .001$

四、研究发现

互联网环境在国家层面的主效应显示，网络建设与认知成微弱的正相关（ $\beta = 0.013$ ， $SE = 0.008$ ， $p < .1$ ）与情感成显著的正相关（ $\beta = 0.042$ ， $SE = 0.008$ ， $p < .001$ ）。网络参与则与情感（ $\beta = -0.015$ ， $SE = 0.008$ ， $p < .05$ ）和行动（ $\beta = -0.009$ ， $SE = 0.005$ ， $p < .05$ ）成显著的负相关。

跨层次协调效应显示，网络建设减弱了大众媒体和感情（ $\beta = -0.001$ ， $SE = 0.001$ ， $p < .05$ ）/行动（ $\beta = -0.001$ ， $SE = 0.001$ ， $p < .05$ ）之间的正相关关系。网络参与减弱了种族民族主义和认知（ $\beta = -0.029$ ， $SE = 0.014$ ， $p < .05$ ）/情感（ $\beta = -0.032$ ， $SE = 0.013$ ， $p < .05$ ）之间的正相关关系，同时还减弱了朋友同事间交谈与行动之间的正相关关系（ $\beta = -0.001$ ， $SE = 0.001$ ， $p < .05$ ）。削弱效应表明：随着环境层面网络建设和网络参与的增长，个体层面关系逐渐减弱。

另一方面，网络建设增强了种族民族主义（ $\beta = 0.037$ ， $SE = 0.014$ ， $p < .01$ ）/

公民民族主义 ($\beta = 0.001$, $SE = 0.001$, $p < .05$) 与感情之间的正相关关系, 也增强了朋友同事间交谈 ($\beta = 0.001$, $SE = 0.001$, $p < .05$) / 种族民族主义 ($\beta = 0.027$, $SE = 0.015$, $p < .05$) 与行动之间的正相关关系。网络参与增强了大众媒体和感情 ($\beta = 0.001$, $SE = 0.001$, $p < .05$) / 行动 ($\beta = 0.001$, $SE = 0.001$, $p < .05$) 之间的正相关关系, 以及公民民族主义与认知之间的正相关关系 ($\beta = 0.001$, $SE = 0.001$, $p < .05$)。增强效应表明: 随着环境层面网络建设和网络参与的增长, 个体层面的关系逐渐增强。

五、讨论与结论

(一) 讨论

统计结果显示, 网络建设削弱了国家认同的感情成分。本研究中, 国家认同的情感通过国家自豪感来测量, 这种情感来源于一种股权持有感, 即个人作为一国成员有资格分享该国家历史和文化遗产或者取得的成就 (Moaddel et al., 2008; Rose, 1985; Smith & Kim, 2006)。这些遗产和成就被大众媒体选择性地强调、采用以及戏剧化以用来构建国家迷思 (myth) 和记忆 (memory), 进而培养国家自豪感 (Brewer, 2006; Smith, 2006)。互联网渗透促进了信息在数量和类型上的资源配置, 人们得以接触到大量的、多种多样的信息, 这为个人提供了更多的信息资源并对国家迷思和记忆形成挑战。尤其要指出的是, 互联网经常揭穿那些在迷思建构中被故意忽略和扭曲的细节, 减弱官方迷思和记忆的合法性与合理性 (Hoskins, 2009/2011)。此外, 网络建设也削弱了国家认同的认知成分, 但是效果微乎其微 ($p < 0.1$)。这一方面反映了互联网的去地域化能力, 互联网使用户能够摆脱地理区域的限制接触到任何信息。而与此同时, 这种去地域化能力又被互联网的国家中心聚集特质所限制 (Soffer, 2013)。

与网络建设相反, 网络参与则加强了人们的国家自豪感和为国参战的意愿。这反映了国家认同的公民民族主义思想来源。当互联网更多地被用来分享权力的时候, 普通民众有更多的机会参与社会治理和公共决策, 大大增强民众的主人翁意识, 提高其在情感上和行动上对国家的认同。

除了主效应外, 跨层次的交互作用也非常显著。一组协调效应作用于民族主义和国家认同之间的关系。网络建设同时增强了种族民族主义和公民民族主义在情感和行动上的影响。这反映了互联网的马太效应, 即富者越富, 穷者越穷。互联网的普及扩大了信息资源的分配, 个体得以根据自身倾向自由选择信息。无论是种族民

族主义者还是公民民族主义者都可以找到与他们立场相似的观点,并强化其观点对国家认同的影响。与马太效应不同,网络参与的协调效应更有选择性。一方面,网络参与减弱了种族民族主义对认知和情感的影响。这与Giddens(1991)的观点一致,他认为关于权力的平等分配将人们从传统和宗教的教条与责任中解放出来。另一方面网络参与增强了公民民族主义对认知的影响。如前所述,在线的权力分配进一步强化了公民民族主义的影响力。

另一组协调效应作用于媒体使用和国家认同的关系上。网络建设削弱了大众媒体对于情感和行动的影响,但同时增强了人际交流对于行动的影响。在国家构建上,大众媒体使用和人际交流分别代表了自上而下和自下而上两种模式。本研究结果与以往大多数有关互联网影响社会结构的观察相一致(Castells, 2000; Lash, 2002)。一方面,互联网打破了信息分配的中心化和层级式结构,挑战了自上而下国家建构模式的合法性。另一方面,互联网促进了信息在普通民众中的水平式流通,为他们自下而上地发起国家建设提供支持。

与网络建设形成鲜明对比的是,网络参与增强了大众媒介对情感和行动的影响,从而强化了国家建设的自上而下模式。这一结果反映了关于政治信任的制度理论,该理论认为政治信任产生于政治机构令人满意的表现(Mishler & Rose, 2001)。已有研究表明,政治的稳定度和民主自由度有助于提高民众的政治信任(Inglehart, 1999; Levi, 1998; Uslaner, 2003)。本研究中,网络参与有助于培养普通民众当家作主的主人翁意识,提高了民众对政治机构的满意度,进而加强了民众对于现有政治系统的信任以及这种政治系统主导的自上而下的国家建设模式。此外,网络参与抑制了人际交流对为国家而战意愿的影响,从而削弱了国家建设的自下而上模式。网络参与鼓励人们摆脱小圈子的回音壁效应,积极参与到广泛的公共讨论中来。公共讨论倡导理性、尊重、平和与自我克制(Habermas, 1987),这些观念有助于抑制日常讨论中诉诸暴力的激进行动。

(二) 结论

本研究揭示了两个结论:首先,网络建设与网络参与对国家认同起到了相反的作用。第一,网络建设促进了信息资源的分配,削弱了国家自豪感;而网络参与促进了权力分配,增强了国家自豪感,提高了民众保家卫国的意愿。第二,网络建设削弱了基于大众媒体的自上而下的国家建设模式,同时增强了基于人际交流的自下而上的国家建设模式。与此相反,网络参与加强了自上而下模式,削弱了自下而上模式。其次,网络建设具有马太效应,同时促进了种族民族主义和公民民族主义对

国家认同的影响，而网络参与则更具有倾向性，一方面抑制了种族民族主义的影响，另一方面增强了公民民族主义的影响。

综上所述，以公民民族主义为基本理念的网络参与成功地化解了基于互联网的信息分配所带来的冲击，同时网络参与的发展将最终导致福山所谓的“历史的终结”，即人类基于各自不同历史文明所产生的种族民族主义逐渐被普遍的公民民族主义所取代，后者则成为人类国家认同产生的最终形式。

研究局限：本研究由于使用世界价值观调查的数据，存在两点局限：一方面，使用单一题项测量国家认同的三个维度（认知、情感和行动），此方法一定程度上降低其信效度，如，国家认同的情感层面不仅包括国家自豪感，还包括对国家的热爱、依恋、喜欢等多种情感；国家认同的行为层面不仅包括为国参战，还包括使用国货、参与国家建设等多种行为方式，故上述多种情感和行为在本研究中无法得到考察。另一方面，作为全球33个国家47078份样本的世界价值观调查数据属于横截面数据，其可以呈现变量之间的相关关系，无法精确描述变量间的因果关系，故因果关系的确定则有赖于进一步追踪性调查数据。

（责任编辑：杨名宜）

参考文献 [References]

- Alter, P. (1994). *Nationalism*. London: Edward Arnold.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Ariely, G. (2012). Globalization and the decline of national identity? An exploration across sixty-three countries. *Nations and Nationalism*, 18(3), 461-482.
- Beck, U., & Sznaider, N. (2006). Unpacking cosmopolitanism for the social sciences: A research agenda. *The British Journal of Sociology*, 57(1), 1-23.
- Bharat, K., Chang, B., & Henzinger, M. (2001). Who links to whom: Mining linkage between websites. In *Proceedings of the IEEE International Conference on Data Mining* (pp. 51-58). Washington, DC: IEEE Computer Society.
- Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. London: Sage Publications.
- Bohman, J. (2004). Expanding dialogue: The Internet, the public sphere, and prospects for transnational democracy. *Sociological Review*, 52(1), 131-155.
- Boyle, R., & Haynes, R. (1996). The “Grand Old Game” : Football media and identity in Scotland. *Media Culture & Society*, 18(4), 549-564.
- Brewer, J. D. (2006). Memory, truth and victimhood in post-trauma societies. In G. Delanty, & K. Kumar (Eds.), *The SAGE handbook of nations and nationalism* (pp. 214-224). London: Sage.

- Cannon, H. M., & Yaprak, A. (2002). Will the real-world citizen please stand up! The many faces of cosmopolitan consumer behavior. *Journal of International Marketing*, 10(4), 30-52.
- Carey, J. (1998). The Internet and the end of the national communication system: Uncertain predictions of an uncertain future. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(1), 28-34.
- Castells, M. (1997). *The power of identity*. Malden, MA: Blackwell.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Malden, MA: Blackwell.
- Curran, J. (2012). Reinterpreting the Internet. In J. Curran, N. Fonton, & J. Freedman (Eds.), *Misunderstanding the Internet* (pp. 3-33). London: Routledge.
- Davidov, E. (2009). Measurement equivalence of nationalism and constructive patriotism in the ISSP: 34 countries in a comparative perspective. *Political Analysis*, 17(1), 64-82.
- Dor, D. (2004). From Englishization to imposed multilingualism: Globalization, the Internet, and the political economy of the linguistic code. *Public Culture*, 16(1), 97-118.
- Edensor, T. (2002). *National identity, popular culture, and everyday life*. Oxford: Bloomsbury Academic.
- Enoch, Y., & Grossman, R. (2010). Blogs of Israeli and Danish backpackers to India. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 520-536.
- Eriksen, T. H. (2007). Nationalism and the Internet. *Nations and Nationalism*, 13(1), 1-17.
- Fraser, N. (2007). Transnationalizing the public sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-Westphalian world. *Theory Culture & Society*, 24(4), 7-30.
- Fry, K. (1998). A cultural geography of Lake Wobegon. *Howard Journal of Communication*, 9(4), 303-321.
- Gellner, E. (1983). *Nations and nationalism*. London: Blackwell.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Graham, S. (1998). The end of geography or the explosion of place? Conceptualizing space, place, and information technology. *Progress in Human Geography*, 22(2), 165-185.
- Habermas, J. (1987). *Theory of communicative action (vol.2): Liveworld and system: A critique of functionalist reason*. (Thomas A. McCarthy Trans.). Boston, Mass: Beacon Press.
- Hafez, K. (2007). *The myth of media globalization*. Cambridge, UK: Polity.
- Halavais, A. (2000). National borders on the World Wide Web. *New Media & Society*, 2(1), 7-28.
- Harwood, J., & Roy, A. (2005). Social identity theory and mass communication research. In J. Harwood & H. Giles (eds.), *Intergroup communication: Multiple perspectives* (pp. 189-212). New York: Peter Lang.
- Hayes, J. (1996). Touching the sentiments of everyone: Nationalism and state broadcasting in Thirties Mexico. *Communication Review*, 1(4), 411-439.
- Hoskins, A. (2009). Digital network memory. In A. Erll, & A. Rigney (Eds.), *Mediation, remediation,*

- and the dynamics of cultural memory* (pp. 91–106). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Hoskins, A. (2011). 7/7 and connective memory: Interactional trajectories of remembering in post-scarcity culture. *Memory Studies*, 4(3), 269-280.
- Ignatieff, M. (1993). *Blood and belonging: Journeys into the new nationalism*. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Inglehart, R. (1999). Postmodernization erodes respect for authority, but increases support for democracy. In P. Norris (Ed.), *Critical citizens: Global support for democratic government* (pp. 236-256). Oxford: Oxford University Press
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Katz, E. (1996). And deliver us from segmentation. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 22-33.
- Keillor, B. D., Hult, G. T. M., Erffmeyer, R. C., & Babakus, E. (1996). NATID: The development and application of a national identity measure for use in international marketing. *Journal of International Marketing*, 4(2), 57-73.
- Kelman, H. C. (1997). Nationalism, patriotism, and national identity: Social-psychological dimensions. In D. Bar-Tal, & E. Staub (Eds.), *Patriotism in the life of individuals and nations* (pp. 165-189). Chicago: Nelson-Hall.
- Knorr-Centina, K. (1999). *Epistemic cultures: How the sciences make knowledge*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Knorr-Centina, K. (2005). Complex global microstructures: The new terrorist societies. *Theory Culture, & Society*, 22(5), 213-234.
- Kunovich, R. M. (2009). The sources and consequences of national identification. *American Sociological Review*, 74(4), 573–593.
- Lash, S. (2002). *Critique of information*. London: Sage.
- Levi, M. (1998). A state of trust. In M. Levi, & V. Braithwaite (Eds.), *Trust and Governance* (pp. 77-101). New York: Russell Sage Foundation.
- Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. New York: Routledge.
- Ma, E. K. W. (1998). Reinventing Hong Kong: Memory, identity, television. *International Journal of Cultural Studies*, 1(3), 329–349.
- Madianou, M. (2005). *Meditating the nation: News, audiences and the politics of identity*. London: UCL Press
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London:

Sage.

- Mihelj, S. (2011). *Media nations: Communicating belonging on exclusion in the modern world*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Miller, D. (1995). *On nationality*. Oxford: Clarendon Press.
- Miller, D. (2000). *Citizenship and national identity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Miller, D., & Slater, D. (2000). *The Internet: An ethnographical approach*. Oxford: Berg Publisher.
- Mishler, W., & Rose, S. (2001). What are the origins of political trust? Testing institutional and cultural theories in post-communist societies. *Comparative Political Studies*, 34, 30-62.
- Moaddel, M., Tessler, M., & Inglehart, R. (2008). Foreign Occupation and National Pride. *Public Opinion Quarterly*, 72(4), 677-705.
- Morley, D. & Robins, K. (1995). *Spaces of identity: Global media, electronic landscapes, and cultural boundaries*. New York: Routledge.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion*. London: Allen Lane.
- Mrazek, R. (1997). Let us become radio mechanics: Technology and national identity in late-colonial Netherlands East Indies. *Comparative Studies in Society and History*, 39(1), 3-33.
- Nikolas, M. M. (1999). False opposites in nationalism: An examination of the dichotomy of civic nationalism and ethnic nationalism in modern Europe. *Unpublished Master Thesis*. Monash University.
- Norris, P. & Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan communications: Culture diversity in a globalized world*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Poster, M. (1999). National identities and communications technologies. *Information Society*, 5(4), 235-240.
- Reid, S., Giles, H. & Abrams, J. (2004). A social identity model of media effects. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 16(1), 17-25.
- Rivenburgh, N. K. (2000). Social identity theory and new portrayals of citizens involved in international affairs. *Media Psychology*, 2(4), 303-329.
- Rose, R. (1985). National pride in cross-national perspective. *International Social Science Journal*, xxxvii(1), 85-96.
- Sapountzis, A. (2008). Towards a critical social psychological account of national sentiments: Patriotism and nationalism revisited. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 34-50.
- Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life*. Oxford: Blackwell.
- Schlesinger, P. (1991). *Media, state and nation: Political violence and collective identities*. London: Sage.
- Schopflin, G. (1996). Nationalism and ethnic minorities in post-communist Europe. In R. Caplan & J. Feffer (Eds.), *Europe's new nationalism* (pp.150-170). New York: Oxford University Press.

- Shklovski, I. & Struthers, D. M. (2010). Of states and borders on the Internet: The role of domain name extensions in expressions of nationalism online in Kazakhstan. *Policy & Internet*, 2(4), 107-129.
- Shulman, S. (2002). Challenging the civic/ethnic and west/east dichotomies in the study of nationalism. *Comparative political studies*, 35(5), 554-585.
- Smith, A. D. (1986). *The ethnic origins of nations*. Oxford: Blackwell.
- Smith, A. D. (1991). *National identity*. Reno, NV: University of Nevada Press.
- Smith, A. D. (2000). *The nation in history: Historiographical debates about ethnicity and nationalism*. Hanover, NH: University Press of New England.
- Smith, A. D. (2006). Ethnicity and nationalism. In G. Delanty & K. Kumar (Eds.), *The SAGE handbook of nations and nationalism*(pp. 169-181) . London: Sage.
- Smith, P. & Phillips, T. (2006). Collective belonging and mass media consumption: Unraveling how technological medium and cultural genre shape the national imaginings of Australians. *The Sociological Review*, 54(4), 818-846.
- Smith, T. W. & Kim, S. (2006). National pride in cross-national and temporal perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 18 (spring), 127-136.
- Soffer, O. (2013). The Internet and national solidarity: A theoretical analysis. *Communication Theory*, 23(1), 48-66.
- Strate, L. (2008). Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach. *Media Tropes eJournal*, 1, 127-142.
- Stratton, J. (1997). Cyberspace and the globalization of culture. In D. Porter (Ed.), *Internet culture*(pp. 253-276) . London: Routledge.
- Tamir, Y. (1993). *Liberal nationalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Trepte, S. (2006). Social identity theory. In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 255-271). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Tsaliki, L. (1995). The media and the construction of an imagined community: The role of media events on Greek television. *European Journal of Communication*, 10(3), 345-370.
- Ugarteche, O. (2007). Transnationalizing the public sphere: A critique of Fraser. *Theory Culture, & Society*, 24(4), 65-69.
- Uslaner, E. M. (2003). Trust, democracy and governance: Can government policies influence general trust? In M. Hooghe & D. Stolle (Eds.), *Generating social capital: Civil society and institutions in a comparative perspective* (pp. 171-190). New York: Palgrave MacMillan.