

新媒介环境下反腐信息媒介接触对民众 清廉感知的影响机制

杜晓燕,张江楠

(西安交通大学 马克思主义学院,陕西 西安 710049)

摘要:提升民众的清廉感知是新时代廉政建设的重要目标,也是巩固党执政基础的现实指向。在新媒介环境下,以议程设置理论为视角来分析当前反腐信息呈现特点,发现其具有海量、即时性、差异性、浅层化和娱乐化等特征。新媒介既提供给民众多样化获取反腐信息的渠道,又通过反腐信息媒介接触来影响民众清廉感知形成。当前反腐信息媒介接触存在三个“二律背反”问题,即多元化与极端化并存、积极性与消极性并存、趋同性与对抗性并存,这些问题降低了民众清廉感知。民众清廉感知形成受到多重机制影响,分别为反腐信息议程框架影响机制、廉洁心理认知机制和廉洁行为决策机制。基于上述三重影响机制,民众的清廉认知、态度和行为需要从优化反腐信息议程设置、精准投放正面反腐信息和健全反腐信息分类管理制度等方面来共同提升。

关键词:新媒介环境;反腐信息;媒介接触;清廉感知

中图分类号:D63

文献标识码:A

文章编号:1007-905X(2023)04-0045-11

一、问题的提出及文献综述

党的十八大以来,党和国家对腐败治理问题高度重视,反腐全方位发力取得并巩固压倒性胜利。然而,密切关注反腐问题的广大民众却没有对强有力的反腐工作给予相应的高度评价,清廉感知保持较低水平。如袁柏顺在2015年通过对湖南省C市1000名民众调查发现,民众认为C市贪污腐败现象“非常普遍”和“比较普遍”的占84.2%,认为反腐总体上非常有效的只有17.25%^[1]。相似地,倪星等对G省5398位民众调查结果显示,2017年民众对中央反腐满意度为80.55%,对G省满意度为75.47%^[2]。这种与反腐成果背离的现象引起我们高度关注。

追本溯源,造成这一问题的重要原因之一是当前民众的清廉感知水平较低,对反腐最终胜利信心不足。学术界研究一再证明,民众清廉感知不仅是实现腐败有效治理的关键性因素,也是政党合法性与国家政治稳定运行的重要基石^[3]。如何有效提升民众的清廉感知已成为当前学术界关注的热点话题。

清廉感知是一种复杂的主观感受、判断,受到多重因素影响。学术界现有研究可以概括为“四因素”说:第一,“腐败经历说”,强调自身腐败经历对清廉感知的影响。倪星等认为,有过腐败经历的民众对政府反腐败工作的评价较差、清廉感知水平较

收稿日期:2023-02-10

基金项目:国家社会科学基金一般项目“新媒体时代反腐信息媒介接触对公务员与民众清廉感知的影响机制研究”(19BZZ074);西安交通大学党的十九大专项“从互动到联动:以大数据为抓手推进全面从严治党向纵深发展”(SK2018051)

作者简介:杜晓燕,女,西安交通大学马克思主义学院教授、博士生导师;张江楠,女,西安交通大学博士研究生。

低^[4]。Ricardo Gonzalez 等认为,个人行贿经历与腐败感知紧密相关^[5]。Li Hui&Meng Tianguang 发现,腐败经历加强了腐败感知,降低了民众对政府反腐努力的正面评价^[6]。第二,“腐败认知说”,强调民众自身的腐败认知判断对其清廉感知产生的影响。Loukas Balafoutas 分析了廉洁信念对腐败行为的影响,提出民众对政府廉洁或腐败的信念程度影响其对公职人员的清廉感知^[7]。公婷等发现,对腐败概念定义越严格的人腐败容忍度越低^[8]。第三,“反腐绩效说”,强调反腐绩效对清廉感知的影响。Soonhee Kim 发现,韩国民众对政府的反腐评价低,导致他们清廉感知水平低,进而加剧他们对政府的不信任感^[9]。杜治洲提出民众对反腐绩效的满意度会显著影响他们的清廉感知水平^[10]。肖汉宇等指出,香港市民对廉政公署反腐工作的高认可,促成他们的高清廉感知和低腐败容忍^[11]。第四,“人口统计学特征说”,强调性别、年龄、收入水平等对清廉感知的影响。从性别角度看,女性较之男性可能拥有更高的伦理标准和行为标准,因而其腐败容忍度更低^[12、13]。从年龄角度看,年龄越大的民众腐败感知水平越低^[14]。从收入水平看,孙宗锋等认为高收入群体的腐败容忍度更高^[15];倪星等提出,收入差距与腐败容忍度之间存在正相关关系,收入差距越小,民众的腐败容忍度越低^[16]。

在民众清廉感知的形成过程中,反腐信息承担着引导舆论评价与引领价值认知的重要作用,却又是一个在反腐研究中被长期忽视的重要因素^[17]。反腐信息根据来源的不同,大体可以分为四类:第一类是官方反腐新闻信息,包括中央广播电视总台、报纸杂志等传统官方媒体发布的反腐新闻;各级纪检监察部门、检察院、法院等权威部门发布的反腐新闻、公告、通告等;新华社、官方微信公众号、官方微博、官方短视频平台以及学习强国等官方 App 等新媒体官方渠道。第二类是非官方网络反腐信息,包括非官方微信公众号、微博、短视频平台、门户网站及各类新闻 App。第三类是网络群聊及朋友聊天等小道消息。第四类是娱乐化反腐信息,包括各类反腐题材的电影、电视剧、小说等,如 2022 年热播的电视专题片《零容忍》引发全民关注反腐话题。民众主要是通过对这四类反腐信息的媒介接触来了解中国的反腐败工作进程、决心与态度,进而形成

自身的清廉感知。在新媒介环境下,反腐信息传递的是党和国家打击腐败的决心,反腐信息的大量曝光在一定程度上可以起到震慑作用,一方面能够加强党政干部廉洁从政的自觉意识,另一方面对潜在的腐败分子产生威慑力,为反腐败工作取得最终胜利提供坚实的基础。

近年,西方学者把媒介接触理论引入清廉感知研究之中,他们认为民众清廉感知的形成是民众对外界与腐败相关信息接触、获取、思考与评价的过程^[18]。最早关注反腐媒介接触的 Michael J. Robinson 提出“由于(媒体)对各种腐败案例的广泛报道,民众会形成一种政府与官员都是不诚实的从而根本不值得信任的观念”^[19],进而提出著名的“媒体抑郁论”。Zhu 等也认为随着媒体自由化程度的提高和更多腐败丑闻的揭露,民众更多感受到的是腐败的严重程度与对政党和政府的不信任感^[20]。Manoli Argyro Elisavet 等认为,社交媒体在传播反腐信息方面所起的作用已超越传统媒体,直接影响民众的清廉感知^[21]。国内关于反腐媒介接触与清廉感知的相关研究较少,散见于陈旻等对性别、信息接触差异与腐败治理评价之间的研究^[22],郑小荣等对审计公开与腐败治理关系的研究^[23]。因此,以媒介接触为切入点与突破口,深入挖掘这一“黑箱”,有助于我们在新媒体时代全新的舆论环境下,通过优化与重塑反腐信息媒介接触来有效提升民众的清廉感知,从而起到重塑反腐舆论环境、净化政治生态,增强民众反腐败胜利的决心。

二、新媒介环境下反腐信息的多维呈现与民众媒介接触特点分析

(一)基于议程设置理论的反腐信息呈现

议程设置理论是解释新闻信息议程如何影响民众认知的重要理论。该理论最早由沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)提出,他认为新闻媒介会影响“我们头脑中的图像”^[24]。议程设置是通过新闻主题选择、立场表达、细节描述、情感态度传递和写作风格特点来共同影响民众的认知与判断。议程设置的功能有“O/I 效果”和“知觉模式”,即大众传媒报道或不报道某个议题,对某个议题报道的频率和强度,这些都会影响民众对该议题的判断与认知^[25]。新闻议题的不同侧重点与呈现方式,对某些内容的刻意凸显或有意淡化处理,都会在一定程度上强

化或弱化民众的已有认知,从而影响他们的态度和行为。

在新媒介环境下,通过新闻媒体的反腐议题设计与特定传播,民众阅读反腐信息后产生对腐败的认知,经过认真思考后形成自身的清廉感知。基于议程设置理论,分析当前反腐信息呈现情况发现有如下特点:第一,反腐信息呈现具有海量化、即时性特点。海量化体现在反腐信息24小时全天候在各类媒介平台上大量涌现,如微博热搜及热点话题榜、微信公众号、短视频平台等,海量化反腐信息使广大民众扩大了反腐知情权。即时性体现在媒体遵循新闻报道“24小时黄金法则”,一旦拥有反腐新动态,很多媒体都会同步跟进、争取第一时间发声,关注、转帖、评论等让广大民众增强了反腐参与度。第二,反腐信息呈现立场态度具有差异性。这种差异性表现为当前反腐信息供给异质性立场态度,既有立场态度坚定的正面宣传,又有价值中立或模棱两可的中性报道,还有一些歪曲丑化的负面信息。异质性反腐信息造成民众认知的差异化。第三,反腐信息呈现具有浅层化特点。当前的反腐信息多是一种简短性、描述性报道,缺乏对腐败案件背后形成原因的深度探讨,对造成腐败问题的体制机制缺乏深度剖析。这让民众仅停留在简单的知晓层面,难以对反腐信息进行深度思考与理性认知。第四,反腐信息呈现过度娱乐化倾向。在一些反腐败报道中,部分媒体为了吸引眼球、追求流量,摒弃了反腐新闻的严肃性,使用戏谑式语言来渲染反腐事件,使严肃的反腐事件变为娱乐狂欢,也使一些民众以猎奇式心态来阅读反腐信息,弱化已有的清廉认知。

美国新闻评论家李普曼认为:“新闻媒介的报道为我们提供了了解外部世界的总体认知,人们通过新闻媒介提供的事实来了解外部社会。”^[26]民众对反腐败工作的具体情况并不熟悉,反腐信息客观上存在信息不对称情况,因而反腐信息实际上成为民众形成清廉感知的重要来源。而反腐信息多维化呈现又造成了正确清廉认知形成的困难。特别是在新媒介环境下,信息受众往往通过对媒介呈现的反腐信息进行置换性分析^①,将反腐信息所呈现出的违规违法事实在头脑中自行推断并形成腐败严重化的逻辑推论,这将冲击民众已有的清廉认知,

甚至起到恶化清廉感知的负面效果。

(二)反腐信息的媒介传播渠道

1964年,著名的传播学家麦克卢汉提出了“媒介即信息”的观点,他认为媒介传播渠道本身的介质特征对人们接收信息、形成认知和行为都具有重要影响^[27]。媒介作为人们获取反腐信息的重要渠道,在人们清廉认知形成过程中发挥了重要作用,深刻影响人们的认知、态度和行为决策。

新媒介环境革新了信息传播与媒介接触的常规范式,颠覆了原有单一的传播形态,呈现出一幅媒体“去中心化”和传播“多层次化”新图景。媒介的多元化选择对信息受众的影响程度具有差异性,不同受众基于媒介对反腐信息的认知与体验也呈现出异质性。杨丽娜对山西省科级干部媒介接触情况进行调查发现,在干部获取信息渠道方面,网络使用率为58%,报纸和电视使用率均为21%;在日常媒介使用方面,网络为81%,电视为72%,报纸为60%^[28]。卢春天等对西北地区青年农民媒介接触调查发现,青年农民的电视接触率最高,为93.4%;其次是报纸,为74.8%;接下来依次是手机、杂志、广播和网络^[29]。朱松挺对杭州市三所高校大学生信息获取的媒介接触情况进行调研发现,大学生群体每天平均使用手机时间为106分钟,使用电脑为54分钟,看报纸和杂志的时间分别为12.5分钟和8.3分钟,手机使用时长远远高于其他媒介^[30]。由此可见,当下民众媒介接触具有明显的群体性差异,多数民众更倾向于使用新媒介来获取与阅读信息,新媒介日趋成为他们接触信息的首选平台。

不同的反腐媒介接触渠道会对信息受众已有的清廉认知产生不同的影响,导致信息受众清廉感知出现差异化特征。以大学生群体为分析对象,李成涛通过调查四川省部分高校大学生获取反腐信息媒介渠道发现,74.9%的大学生选择“电脑、手机网络等新媒体”,65.7%的大学生选择“报刊、广播、电视等传统媒体”,只有32.9%的大学生选择从“同学、朋友间的交流”中获取反腐信息^[31]。当被问及对不同媒介的信任程度时,朱松挺对浙江大学生群体进行调查研究发现,信任程度存在群体差异性,如被问及“新闻媒体在社会生活中扮演何种角色”时,41.6%的大学生认为新闻媒体是“提供新闻传播信息的工具”,30.7%的大学生认为是“社会公共舆论

机关”；被问及“对网络信息是否信任”时，22.3%的学生选择“不会完全相信，会选择通过其他途径鉴别”，56.8%的学生选择“网络信息鱼龙混杂，无法判断”，11.8%的学生选择“小道消息，完全不值得信赖”，选择“完全信任”的仅占5.6%^[31]。在新媒介环境下，民众对反腐信息的获取渠道更加多元、迅捷，但不同媒介接触渠道对同一反腐信息认知与信任程度却表现出差异性。这也说明，反腐信息媒介接触渠道是一个在民众清廉感知形成过程中需要被重视的重要因素。

（三）民众反腐信息媒介接触的“二律背反”

在新媒介环境下，大众传播媒介是人们获取反腐信息的主要渠道，人们通过媒介接触到形形色色的反腐信息，会在有形无形之中影响到自身的清廉感知。新媒介环境为民众提供多元化反腐信息接触渠道和差异化反腐信息内容，民众接触到反腐信息并对其进行阅读与思考，产生点赞、评论、转发等参与行为，或引发其情感共鸣，或产生“沉默的螺旋”现象。在新媒体时代，差异化的反腐信息与多样化的媒体接触对民众清廉感知的形成与塑造能够带来不同影响。

新兴媒体既给予民众多维获取反腐信息的渠道，又通过多元化的反腐信息呈现来影响民众清廉感知。当前的反腐信息媒介接触存在三个“二律背反”现象，削弱了其正确引导反腐绩效评价的功能，也降低了民众的清廉感知。第一，多元化与极端化并存。当前反腐信息立场态度呈现出正面、中性和负面三种态势，反腐信息传播渠道呈现官方渠道与非官方渠道并存的情况。在多元化发展势头下，官方与非官方网络媒介发布的反腐信息鱼龙混杂，表现出高频率、严肃性、政治性以及娱乐化、情绪化与低俗化等两极化倾向。身处反腐舆论旋涡中的民众易受到反腐信息两极化影响，广泛的接触与阅读引发其复杂的认知和情绪，部分信息受众对腐败问题的批判上升至对国家政策的否定与不满，从而不利于其形成正确的清廉认知。第二，积极性与消极性并存。民众高频率接触正面的反腐信息可以给他们带来积极效应，促使其参与政治热情高涨，从而有利于正确反腐态度的形成，相反，高频接触负面的反腐信息则带来消极效应，一些民众对反腐持冷漠态度，甚至还表现出明显的厌恶

感。如周莉等对2013—2016年间32件反腐大案的101699条新浪微博评论态度进行量化分析后发现，其中情绪化表达高达63.02%，直接表达厌恶情绪的为42.19%^[32]。第三，趋同性与对抗性并存。在反腐媒介接触过程中，一部分民众通过微博、微信公众号以及抖音短视频等平台接触到正面反腐信息，能够感受到党和国家进行反腐败斗争的决心与力度，促使其产生向廉洁奉公楷模们学习的动力，积极参与反腐败斗争，从而产生廉洁趋同性行为。与此同时，网络媒介反腐信息鱼龙混杂，一些负面的、娱乐化的反腐信息喧宾夺主，以“标题式”反腐新闻夺人眼球，吸引流量，诱使一部分民众产生对反腐参与的漠视或不作为态度，甚至表现为参与腐败犯罪的对抗性行为。当前不当的反腐信息媒介接触不仅弱化了我们党和国家反腐的成效，而且降低了民众的清廉感知水平，更有甚者成为部分青年追捧、效仿的对象，导致近年腐败犯罪呈现年轻化特点。因此，优化与重塑反腐信息媒介接触刻不容缓。

三、反腐信息媒介接触对民众清廉感知的影响机制

（一）新媒介环境下反腐信息议程框架对民众清廉感知的影响机制

信息在推动人类社会进步时起到巨大的作用，引领社会发展的方向，已成为民众认知世界、选择决策、做出行动的重要依据，也影响着民众认知、态度与行为^[33]。与此同时，媒介技术进步衍生出的权力嬗变催生出“媒介分权”，也促使“媒介反腐”兴起。新兴媒体具有更强的生命力，在网络反腐舆论场域中，由于舆论表达更加自由多元，在传播与评论当前反腐问题时用语更加犀利、文风更加诙谐，也吸引更多的受众参与。根据心理认知的相关理论，民众对反腐信息的媒介接触会影响自身的清廉感知，但反腐信息如何通过心理认知去影响其清廉感知呢？不同类型、不同渠道、不同环境下的反腐信息媒介接触对受众心理认知、态度和行为决策产生怎样不同的影响呢？这些还需要进一步分析。

1. 反腐信息议程框架对民众清廉感知的影响

民众通过反腐信息媒介接触形成的清廉感知受到两大因素的影响：一是信息类型，二是媒介接

触渠道。在新媒介环境下,反腐信息由不同信息发布部门通过对信息“主题选择、价值定位、情绪表达与结果披露”来设置反腐议程,并选择相应的传播渠道进行发布。在反腐信息议程框架构成要素中,反腐信息类型、信息发布部门、传播渠道、信息信任度、舆论传播控制力等因素均对民众的清廉感知产生重要影响,具体如表1所示。

表1 反腐信息议程框架对民众清廉感知的影响因素

信息类型	发布部门	传播渠道	信息信任度	舆论传播控制力	对受众清廉感知的影响程度
官方反腐新闻	国家权威部门	传统媒体、新媒体	高	强	弱
非官方网络反腐信息	公司、个人、境外媒体	新媒体、自媒体	低	强	强
反腐小道消息	社团、个人、境外媒体	人际传播、传统媒体、新媒体	低	弱	强
反腐娱乐化信息	影视公司、出版社、杂志社、个人	传统媒体、新媒体、自媒	低	中等	强

根据表1可知,反腐信息根据信息发布源头可以分为官方反腐新闻、非官方网络反腐信息、反腐小道消息和反腐娱乐化信息。其中,官方反腐新闻信息以高权威性、高信任度成为反腐信息的首选发声源,但是对民众清廉感知的影响效果较弱,这就需要官方主流媒体创新反腐信息呈现方式,扩充反腐信息受众范围,增强反腐舆论影响力。反观非官方网络反腐信息、小道消息和反腐娱乐化信息,其信息触达能力强、舆论传播范围广,但信息可信度低,舆论传播控制力较弱,虽然对民众清廉感知影响强,但亟须加强信息监管与舆论引导,以营造风清气正的反腐舆论场域。

2. 反腐信息传播环境对民众清廉感知的影响

民众的清廉感知是外部的反腐信息环境与个体内部的既有信念在心理认知作用下相互博弈的过程,其本质是心理认知系统对外部环境信息刺激作出的心理反应,进而引发信息受众认知、态度及行为等变化^[34]。在新媒介环境下,反腐信息传播环境对民众清廉感知的影响机制如图1所示,具体过程为:第一,反腐信息作为重要的外部作用源,会冲击民众已有的清廉认知,促使他们在阅读、思考反腐信

息过程中产生相应的廉洁心理认知反应,这种反应包括显性的认知反应和隐性的认知反应;第二,认知主体已有的清廉认知受制于心理认知系统对外界反腐信息的接受程度,同时又在不同类型反腐信息的影响下调整着自身的廉洁心理结构,这种结构包括清廉认知、反腐态度和廉洁行为等要素;第三,廉洁心理反应和廉洁心理结构又共同受到外部不

同类型反腐信息的影响,促使民众生成新的清廉认知。新媒介环境下的外部反腐信息对这三方面都产生一定的影响。

(二) 反腐信息对民众廉洁心理认知的影响机制

认知心理学家库尔特·勒温提出了心理生活空间(life space)概念,指出“每一个行为取决于个体的状态,同时也取决于环境”^[35],并将人的行为决策视为个体主观认知因素和客观信息环境因素相互作用的结果,其中个体的需求、欲望、动机等主观因素是激发人行为的基础,信息、制度、文化等客观环境是激发人行为的条件。勒温提出了如下的心理认知公式:

$$B=f(PE)=f(LS)$$

其中B表示行为,P表示行为主体,E表示环境,

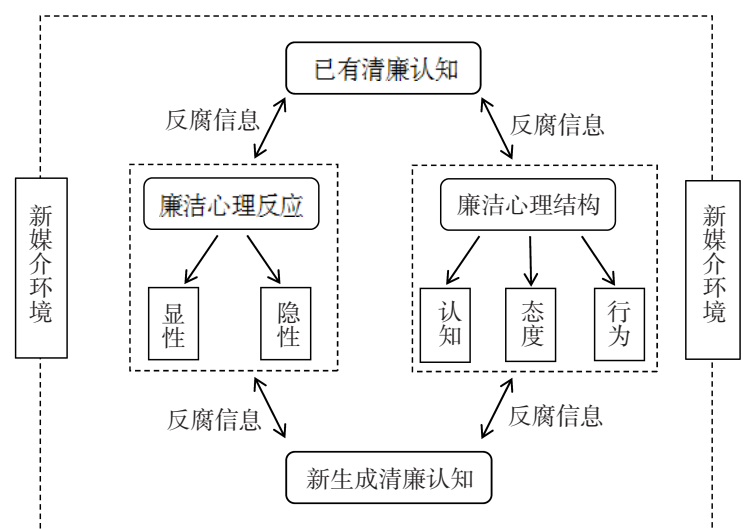


图1 新媒介环境下反腐信息对民众清廉感知影响机制

LS表示心理生活空间。即行为取决于人与环境之间相互影响后生成的心理生活空间^[36]。

我们把勒温的心理认知理论引入到清廉感知的反腐信息媒介接触研究中,发现反腐信息可以对信息受众的清廉感知形成心理认知影响。信息受众一方面以反腐信息的传播者身份向反腐舆论空间中其他信息受众传播自己的清廉认知与反腐态度;另一方面又以反腐信息的接收者身份从社会舆论环境中获取反腐信息,并结合自身已有认知来形成新的认知与态度,从而在整个反腐信息传播过程中不断更新自身的清廉认知与判断。

1.信息受众对反腐信息的解读影响其对清廉感知的判断

这种解读既受到自身教育背景或者知识框架的影响,也与个体腐败经历或者见闻密切相关。受众接触反腐信息之前的清廉感知程度属于已有认知判断,受众对新的反腐信息的解读会影响其已有认知结构,清廉感知的新判断就是新认知结构变化的结果性呈现。信息受众在接触反腐信息时会通过对信息内容的解读、线索的解读、观点的解读、情绪的解读等,形成对清廉感知的新认知结构。

2.信息受众的认知类型影响其清廉感知的判断

借鉴心理认知理论的相关知识,本文依据受众对反腐信息的需求、已有认知结构、信息内容偏好和认知强度等差异将信息受众划分为信息主导型、认知主导型、双重主导型和直觉主导型四种类型。这四类信息受众在接触反腐信息媒介传播时,会产生不同的清廉认知结果,具体如表2所示^[34]。由此可知,不同类型的信息受众面对同一个反腐信息时会产生差异化认知,因而要求我们在进行反腐信息传播时要根据信息受众特点进行分类投放与管理。

信息主导型受众的清廉认知。信息依赖又可以细分为事实依赖型和观点依赖型两种。观点依

赖型主要指受众倾向于信赖接触到的反腐信息观点,直接接受反腐观点,进行清廉认知。事实依赖型要动用更多的认知资源,会根据传播的事实信息推导出背后暗含的逻辑主线,进而得出思考后的清廉认知结论。从当前的反腐信息呈现特点来看,反腐描述性报道占据主体地位,海量反腐信息的不间断呈现会强化信息依赖型受众的腐败犯罪严重化感知,从而降低这类民众的清廉感知。

认知主导型受众的清廉认知。认知主导型受众在接触并解读反腐信息时会将信息内容与传递的情感与已有情感认知进行匹配,不过多在乎信息自身正确与否,而是将反腐信息表达的情感视为强化自身已有认知的支持性证据。因而,当媒介呈现的反腐信息与其已有认知相一致时,这类信息受众可以产生强烈的情感共鸣,反之,当纠正自己的已有认知时也会产生一定的排斥心理。当前反腐信息中负面信息占据主体位置,且存在着娱乐化、低俗化等倾向,因而,这样的反腐信息往往强化了认知主导型受众头脑中已有的官员腐败广泛且严重的认知判断,不利于其清廉感知的提升。

双重主导型受众的清廉认知。Axelrod等认为受众在双重主导型类型下认知反应的结果取决于已有认知和信息的一致性程度,如果两者相符合,那么两者在认知系统中的信任度就会相互提高,反之则相互降低^[37]。双重主导型受众的已有认知具有开放性特点,解读反腐信息的目的是“求知”,而不是维护已有认知,他们会根据解读结果修正自己的已有认知判断,因而,不断更新反腐信息呈现会对这类信息受众清廉感知判断起到重要作用。当下,新闻媒介聚焦于“小官巨贪”“情妇反腐”“边腐边升”“带病提拔”等反腐舆情的负面评价性会给双重主导型受众带来清廉感知认知困惑,进而影响其清廉感知。

直觉主导型受众的清廉认知。前三种认知类型偏理性,直觉主导型属于感性的认知类型。国外学者 Stanovich 通过研究发现,直觉主导型受众在接触信息时会调动直接感官将信息内容与此时的语境和心境进行捆绑式储存。事件记忆的程度又受到记忆线索

表2 不同类型信息受众对反腐信息认知的特点分析

认知类型	基本特征	认知成本	认知结果
信息主导型	高度依赖信息	高	根据信息修正已有认知
认知主导型	高度依赖认知	较低	根据认知加工信息强化认知
双重主导型	中度依赖信息和认知	较高	根据信息调整认知强度
直觉主导型	高度依赖直觉	低	建立新的认知

的数量、记忆痕迹清晰度的影响,也就是事件提供的线索越明确、记忆痕迹越清晰,认知形成就越深刻^[38]。张晓依对《南方都市报》2013—2016年期间的反腐新闻报道进行分析,发现该报反腐报道年均发文达302篇,其中反腐新闻标题中“二奶”“情妇”“不雅视频”“大肆卖官”等带有贬义的刺激性词语高频出现,刺激了直觉主导型信息受众的感官,也恶化了他们的清廉感知^[39]。

(三) 反腐信息媒介接触对民众廉洁行为决策的影响机制

社会建构论认为,人们对现实世界的理解与感知是建立在信息“拟态环境”基础上的。在当前的反腐舆论场域中,民众长时间不间断地通过多样化媒介平台接触反腐信息,他们的清廉认知在这样的“拟态环境”中形成,反腐败态度和行为决策也会随之变化。对民众而言,他们的清廉感知来源于所接触到的反腐信息,包括官方反腐新闻信息、非官方网络反腐信息、小道消息以及娱乐化反腐信息。在反腐信息议题中,媒体通过对反腐事件相关材料进行结构化整合与选择性报道,并通过媒介化加工以及采用相应的叙述手段将其转化为流通的反腐信息投放给民众,在此过程中重塑了人们的清廉认知。同时,媒介的突出报道、案例分析加深了人们对反腐败工作的理解,进而影响到个体的反腐态度和行为决策。

在新媒介环境下,反腐信息媒介接触对民众廉洁行为决策影响机制如图2所示,具体过程为:反腐信息媒介接触对民众廉洁行为决策的影响可以划分为反腐信息发布层、接触层、态度层和行为层四个层级。在反腐议程设置下反腐信息通过信息发布者有意识地进行主题选择、立场表达、细节描述等被投放至新媒介平台,民众得以接触到不同类型的反腐信息。当民众通过媒介接触到的反腐信息正面价值引领作用大于负面消

极暗示时,会表现出正面反腐态度,对此类民众政府要对其行为进行鼓励;当频繁接触中性反腐信息时,民众易表现为漠视不作为的态度,对于此类民众,政府要进行积极的行为引导;当民众高频率接触负面反腐信息数量大于正面反腐信息数量时,此类民众易产生腐败严重化心理认同,态度上倾向于消极腐败,对于此类民众,政府要实施行为惩治。这四个层级形成了反腐信息发布—媒介接触—反腐态度—廉洁行为的有机链条,并在反复循环过程中形成了反腐的宏观政治生态环境。一旦清正廉洁的政治生态环境形成,也会反过来进一步促进廉洁信息的生成与传播,从而起到提升民众整体性清廉感知的效果。由此可见,有效的反腐信息媒介接触是阻断腐败循环发生的重要环节,也是夯实反腐败斗争民意的核心要素。

四、新媒介环境下提升民众清廉感知的路径选择

在新媒介环境下,虽然反腐信息以海量化、即时性、差异性、浅层化和娱乐化的方式呈现,但从反腐信息议程设置到传播媒介选择再到媒介接触等环节都存在一定的问题。因此,亟须以优化反腐信息呈现和媒介接触为着力点来提升民众清廉感知,铲除腐败滋生的社会环境土壤。

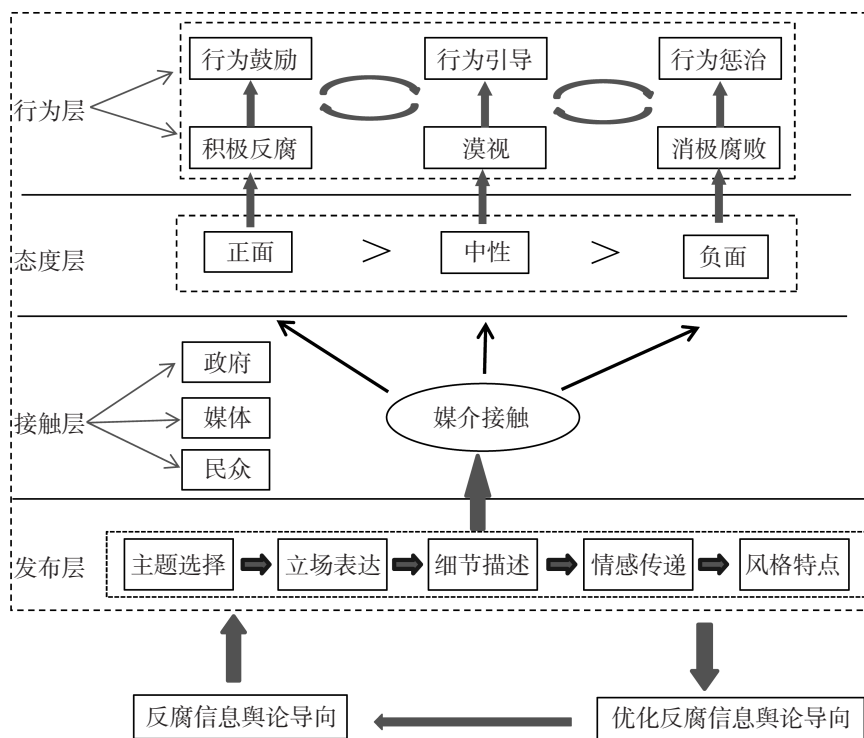


图2 反腐信息媒介接触对民众廉洁行为决策影响机制

(一)优化反腐信息议程设置,提升民众的清廉认知

在媒介市场竞争日益激烈的当下,部分反腐信息在关注视角上向低俗化偏移;在反腐议题选择上,贪腐犯罪揭丑多于廉洁行为宣扬;在价值定位上,歪曲丑化的负面信息传播多于正面宣扬的廉洁信息,甚至形成所谓贪腐新闻报道的“张二江现象”^②,这既不利于民众形成正确的清廉认知,也严重违背了反腐新闻的报道初衷。要改变这种现状,需要优化反腐信息议程设置。

首先,媒体人要强化职业操守,从源头上提供优质且真实的反腐信息,优化反腐信息议程设置。媒体人在反腐报道过程中,对贪腐新闻报道的视角要由鞭笞转变为预警,由扒粪转变为廉洁人物、事迹弘扬。因此不仅要如实披露犯罪事实,更要分析腐败问题的症结,分析贪腐现象背后的制度性原因,预防腐败犯罪的再次发生,还要以正面宣传廉洁信息为主,主动过滤掉博眼球的标题式的负面反腐信息,为民众提供高质量的反腐信息。其次,新闻审核机关要加强对反腐信息内容的审核。需要从源头入手,加大对“标题党”反腐信息的审查力度,凡是夸大、失真的反腐信息一旦发现就对其新闻发布单位进行严肃查处,并责令在其网站或者报纸醒目位置刊出整改声明。再次,反腐信息内容上主要由侧重腐败案件报道转向主动宣扬廉政文化。当前腐败犯罪报道充斥着各大舆论宣传阵地,使受众形成信息轰炸后的眼球疲劳与腐败严峻的认知固化。新闻宣传媒体应该在反腐信息内容呈现上适当减少腐败案件的曝光频次,更多使用中国传统文化中的优秀廉政故事、老一辈革命家的廉洁家风、新时代廉洁奉公的时代道德楷模、人民群众自己创作的优质廉洁文化作品等,以喜闻乐见又接地气的廉政文化来占领反腐舆论主阵地,推动民众了解客观全面的反腐案件及反腐进程,从而促进其形成正确的清廉认知。

(二)精准投放正面反腐信息,推动民众形成积极的反腐态度

在新媒介环境下,信息发布的即时性加快了反腐信息传播速度,信息扩散的共享性扩大了反腐信息受众范围,信息评论的互动性提高了反腐信息受众关注度,而信息审核“把关人”的缺位增加了反腐

信息失真的可能性,信息发声身份的隐匿性弱化了反腐信息发布门槛,信息传播的“去中心化”又稀释了反腐信息的身份界别,加之反腐信息因涉案人员身份的公权性、调查工作的保密性与民众参与的有限性又增强了它的神秘性、热点性、猎奇性,使反腐信息的多重性模糊了人们的价值判断,降低了民众的清廉感知,也加剧了群众对党和政府官员的不信任。因此,如何针对不同认知类型的信息受众精准化投放正面反腐信息,成为当前学术界重点研究的热点问题。

第一,加强主流媒体反腐议程设置,精准设定反腐新闻框架结构。在当前的反腐信息传播环境下,主流媒体要根据民众个体化的反腐信息需求来设定并优化反腐信息议程框架,提升反腐信息内容生产的专业性、影响力和话语权,就要围绕反腐事件进行精准设定,借助多维视听模式和传播渠道打造矩阵化传播格局,提升反腐新闻事件的丰富度、影响力和感召力,凸显议程设置功能,从而达到引导反腐舆论的重要作用。第二,针对不同认知类型的信息受众,捕捉其阅读反腐信息的个人偏好,为其个性化提供反腐信息内容。媒体应根据信息主导型、认识主导型、双重主导型和直觉主导型四种受众的特点,依托大数据技术深度挖掘这四种信息受众的个体阅读偏好,构建信息受众个人画像,绘制符合其阅读偏好的反腐信息内容。第三,发挥不同媒介传播优势进行反腐信息的精准投放。媒体要善于利用算法推荐技术,推动反腐信息生产模式变革,将反腐信息个性化分发应用于信息的各个生产环节,锚定反腐信息的标题和内容,根据民众的信息需求有针对性地进行个性化推送,实现反腐信息内容的精准细分,不仅要精准化推送受众感兴趣和想了解的反腐信息,又要推送有利于塑造受众正确价值观的反腐信息,引发受众情感和态度上的转变,推动民众形成积极的反腐态度,助力我国反腐倡廉取得更大进步。

(三)健全反腐信息分类管理制度,促进民众践行廉洁行为

当前全媒体快速发展,呈现出新旧媒介并存的“多元性”图景和不同媒介交叉渗透的“融合性”样态。在此环境中,民众由最初的反腐信息传播的接收终端发展至反腐信息传播的各个环节参与,成为

反腐败斗争的重要推动力量。由前面分析可知,反腐信息的发布部门、传播渠道、信息可信度和舆论传播控制力对民众清廉感知的影响程度各异,最根本的原因在于反腐信息来源的不同。民众接触到不同类型的反腐信息,对个人的清廉认知、反腐态度及廉洁行为产生差异化的影响,因此,需要健全反腐信息的分类管理制度,以发挥各个反腐信息类型对民众廉洁行为的促进作用。

在官方反腐信息的管理上,官方媒体应坚守“权威声音、主流价值”的目标定位,以通俗易懂的语言高扬正义之声,摒弃刻板的官方媒体形象,建立和新兴媒体的良性互动,及时对偏激反腐舆论或谣言进行正本清源,更好地发挥反腐信息“传达者”和“梳理者”的优势,在波谲云诡中引领反腐舆论的正向走向,高频率地向民众传达正面的廉洁文化,促使民众形成积极反腐的态度,从而推动民众廉洁行为的践行。在非官方网络反腐信息的管理上,非官方媒体需要优化反腐信息内容供给,提高反腐信息内容的质量,摒弃恶性竞争、无意义的议题设置。一方面,重视反腐信息的真实呈现。在充分利用大数据、VR等新技术以及短视频、VLOG等新形式对反腐信息进行创造性呈现时要以信息真实性为原则,尊重信息受众,以人为本,舍弃抓眼球、拼流量等行为,真实地呈现反腐事件的本来状况。另一方面,要树立正确的反腐价值观。非官方媒体要自觉承担起媒体的社会责任,具备专业素养和职业道德,追求长远发展,不断更新优化反腐信息内容,为社会树立正确的廉洁文化导向。对于“丑化”“娱乐化”等价值立场模糊的、简单描述性的反腐信息,政府对其要加强行为引导,使民众的反腐态度由漠视不作为转为积极参与。在小道消息管理上,努力减少虚假消息和小道消息滋生、传播对民众清廉感知的影响。一方面,需要对自媒体平台及门户网站加强监管,切实提高其反腐信息报道的真实性,从源头上防止谣言的突然出现和快速传播;另一方面,要建立健全谣言预警应对机制,设置专门机构和人员进行人工监控,提高甄别反腐谣言的实效性。对待发布反腐虚假消息的不良媒体以及恶意传播者,政府要及时进行惩治。在反腐影视剧的管理上,要以优秀的影视制作团队来打造高水平反腐电视剧、电影、网络剧等作品,通过多渠道呈现将腐败

危害具象化,从而提升民众反腐参与意愿,促进民众廉洁行为践行。

注释:

①这里置换性分析指的是信息受众利用反腐信息提供的腐败数量形成对腐败的感知数量,然后再把感知数量置换成对实际腐败数量的论断。

②“张二江现象”指的是由张二江个案折射出来的现象,是违规谋取权力的代名词。曾经的湖北省某市委书记张二江因“吹、卖、嫖、赌、贪”五毒俱全,被称为“五毒书记”,其违纪违法的事件被媒体冠名为“张二江现象”;后来,张二江在监狱里著书立说,获得6年减刑提前出狱,引起公众质疑,形成了新的“张二江现象”。

参考文献:

- [1]袁柏顺.民众腐败感知与腐败的民间传说:基于C市城区民众腐败感知调查的一项研究[J].公共行政评论,2016(3):56-69,187.
- [2]倪星,张军.廉洁拐点的地方经验与政策意涵[J].政治学研究,2018(5):39-53,125,126.
- [3]WANG Ching-Hsing. Government Performance, Corruption, and Political Trust in East Asia [J]. Social Science Quarterly, 2016(2):211-231.
- [4]倪星,孙宗锋.经济发展、制度安排与地方反腐败力度:基于G省面板数据的分析[J].经济社会体制比较,2015(5):92-103.
- [5]GONZALEZ R, MACKENNA B, MUÑOZ Y E. The experience and perception of corruption: A comparative study in 34 societies[J]. International Journal of Sociology, 2019(3): 222-240.
- [6]LI Hui, MENG Tianguang. Corruption Experience and Public Perceptions of Anti-corruption Crackdowns: Experimental Evidence from China[J]. Journal of Chinese Political Science, 2020(3): 431-456.
- [7]BALAFOUTAS L. How much Income Redistribution? An Explanation Based on Vote-buying and Corruption[J]. Public Choice, 2011(1-2):185-203.
- [8]公婷,吴木銮.关于以薪养廉有效性的探讨:基于中国的经验[J].经济社会体制比较,2012(5):

117-129.

- [9]KIM S. Public Trust in Government in Japan and South Korea: Does the Rise of Critical Citizens Matter? [J]. *Public Administration Review*, 2010(5):801-810.
- [10]杜治洲.民众参与反腐倡廉的影响因素及其挑战[J].*理论视野*,2013(3):39-43.
- [11]肖汉字,公婷.腐败容忍度与“社会反腐”:基于香港的实证分析[J].*公共行政评论*,2016(3):42-55,186.
- [12]MELGAR N, ROSSI M, SMITH T W. The Perception of Corruption[J].*International Journal of Public Opinion Research*, 2010(1):120-131.
- [13]郭夏娟,涂文燕.女性是否比男性更清廉?:基于中国公职人员腐败容忍度的分析[J].*妇女研究论丛*,2017(4):5-16.
- [14]张丹.政府绩效评价、社会认知对腐败感知的影响[D].济南:山东大学,2021.
- [15]孙宗锋,杨丽天晴.“打老虎”如何影响民众腐败感知差异?:基于广东省的准实验研究[J].*公共行政评论*,2016(3):89-107,188.
- [16]倪星,马珍妙.地区腐败容忍度的影响因素与有效治理:基于全国314个地级行政区的实证研究[J].*华南师范大学学报(社会科学版)*,2021(1):100-116,196.
- [17]陈旻,邱新有.反腐信息对政治信任的影响:基于制度反腐与网络反腐路径差异的实证研究[J].*江西社会科学*,2016(10):215-223.
- [18]COSTAS-PÉREZ E, SOLÉ-OLLÉ A, SORRIBAS-NAVARRO P. Corruption scandals, voter information, and accountability[J].*European Journal of Political Economy*,2012(4):469-484.
- [19]ROBINSOR M J. Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of “The Selling of the Pentagon” [J]. *American Political Science Review*,1976(2):409-432.
- [20]ZHU J, LU J, SHI T. When Grapevine News Meets Mass Media: Different Information Sources and Popular Perceptions of Government Corruption in China’s Mainland [J]. *Comparative Political Studies*,2013(8):920-946.
- [21]ELISAVET M A, COMILLE B. Perceptions of the role of traditional and social media in communicating corruption[J]. *Sport Management Review*, 2020(prepublish): 500- 516.
- [22]陈旻,邱新有.信息金字塔:信息接触对腐败治理评价影响的性别差异[J].*江西师范大学学报(哲学社会科学版)*,2017(4):93-100.
- [23]郑小荣,程子逸.政府审计结果公开与官员腐败:基于认知心理学的理论分析[J].*中国行政管理*,2018(11):121-126.
- [24]LIPPMANN W. Public opinion/ by Walter Lippmann[J]. Wilder Publications,1922.
- [25]麦库姆斯.议程设置:大众媒介与舆论[M].郭镇之,译.北京大学出版社,2008:10.
- [26]李普曼.舆论学[M].阎克文,江红,译.上海:上海人民出版社,2006:3,59.
- [27]喻国明,李彪,杨雅,李慧娟.大数据方法与媒介接触界面的情境洞察[J].*当代传播*,2015(4):58-61.
- [28]杨丽娜.基层领导干部网络媒介接触使用调查研究:以山西省晋中市科级干部为例[J].*传播与版权*,2016(10):94-95.
- [29]卢春天,张志坚.西北农村青年公共事务参与意愿:基于媒介接触和媒介信任的视角[J].*当代青年研究*,2017(3):99-105.
- [30]朱松挺.新媒体视域下大学生媒体素养教育研究[J].*高教学刊*,2018(9):166-168.
- [31]李成涛.新媒体环境下大学生廉洁教育研究[D].成都:成都理工大学,2017.
- [32]周莉,王子宇,胡珀.反腐议题中的网络情绪归因及其影响因素:基于32个案例微博评论的细粒度情感分析[J].*新闻与传播研究*,2018(12):42-56,127.
- [33]李天龙,李明德,张志坚.媒介接触对农村青年线下公共事务参与行为影响的实证研究:基于西北四省县(区)农村的调查[J].*新闻与传播研究*,2015(9):80-91,128.
- [34]郑小荣.政府审计结果公开对腐败普遍性信念的作用及机制:基于认知心理学的理论分析[J].*中南财经政法大学学报*,2017(4):35-45.

- [35]勒温.拓扑心理学[M].竺培梁,译.杭州:浙江教育出版社,1997:10-11.
- [36]申玖.参照物物理动力学理论建构心理动力学体系的初探:来自《拓扑心理学原理》的启发[J].延安大学学报(自然科学版),2010(3):84-91.
- [37]AXELROD, R.Schema Theory: An Information Processing Model of Perception and Cognition[J]. American Political Science Review, 1973(4) : 1248-1266.
- [38]STANOVICH K E, WEST R F. Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate[J]. Behavioral and Brain Sciences, 2000(5) :645-665.
- [39]张晓依.反腐报道的议程设置研究[D].杭州:浙江传媒学院,2018.

编辑 陈 曲

Research on the Influence Mechanism of Anti-corruption Information Media Contact on People's Perception of Incorruptibility under New Media Environment

Du Xiaoyan, Zhang Jiangnan

Abstract: Improving people's perception of incorruptibility is an important goal of building a clean government in the new era, and also the realistic direction of consolidating the party's ruling foundation. Under the new media environment, this paper analyzes the characteristics of current anti-corruption information from the perspective of agenda setting theory, and finds that it has the characteristics of quantification, immediacy, difference, superficial and entertainment. New media not only provide diversified channels for people to obtain anti-corruption information, but also affect the formation of people's perception of integrity through the contact of anti-corruption information media. At present, there are three "antithesis phenomena" in the contact of anti-corruption information media, that is, the coexistence of diversification and extreme, the coexistence of positivity and negativity, and the coexistence of convergence and antagonism, which reduce the perception of integrity of the public. The formation of people's perception of incorruptibility is influenced by multiple mechanisms, including the influence mechanism of anti-corruption information agenda framework, incorruptibility psychological cognition mechanism and incorruptible behavior decision-making mechanism. Based on the above three influencing mechanisms, the public's awareness, attitude and behavior of anti-corruption need to be improved from the optimization of anti-corruption information agenda setting, accurate release of positive anti-corruption information and improve the classified management system of anti-corruption information.

Key words: New Media Environment; Anti-corruption Information; Media Contact; Clean Perception