

從「第三人效果」理論看 中國大學生眼中的反腐新聞報導

● 果蕾、蘇超、李昊

摘要：本研究採用「第三人效果」(Third-Person Effect) 理論，探討中國大陸有關反腐運動的新聞報導對內地大學生認知的影響，並嘗試分析該認知是否會影響大學生對中國現行反腐政策的支持度，以及是否會影響他們的相關政治參與行為。本研究採用多層隨機抽樣法，對北京、上海、廣州六所大學的1,060位學生進行問卷調查。研究結果顯示，「第三人效果」認知差距的強弱會隨着受訪者所認知的反腐新聞的社會需求度以及反腐運動的個人關聯度而有所差異。此外，「第三人效果」認知差異並不會影響大學生對現行反腐政策的支持度，但他們在網絡上討論、轉發反腐新聞等政治參與行為卻與「第三人效果」認知差異存在聯繫。

關鍵詞：「第三人效果」 反腐新聞 反腐政策 大學生 政治參與

一 引言

自2012年中共第十八次全國代表大會以來，以習近平為首的新一代中共領導人在全國範圍內展開了大規模的反腐行動，規模之大實屬1949年新中國成立以來罕見。該行動也被本屆領導人視為任期內的核心施政重點，也因其涉及範圍廣、程度深，而被外界稱為「反腐運動」^①。截至目前，運動中共查處逾萬名內地官員，其中包括中共黨內機構、副部級及以上國家機關與政協官員、解放軍軍官與武警警官等共計164隻「老虎」（級別高的黨政官員），以及數以千計的「蒼蠅」（級別較低的幹部）^②。這場已持續四年之久且聲勢浩大的反腐運動，也引發了國內外各大媒體的密集關注與報導，從而使得這一新聞事件成為公眾關切的社會議題。

腐敗問題在中國不僅一直持續且非常嚴重，民眾也對反腐運動抱有非常複雜的感情。內地反腐運動開展之初，雖然民眾對中央反腐的態度反應較小，但隨着中共領導人的各種講話及中央政府傳達的各種信息更加清晰且引

起共鳴時，內地民眾也轉向更加支持反腐運動。但同時也有愈來愈多的中國知識份子及評論家認為，此次反腐運動雖然起到了一定效果，但這並不能真正等同於反腐敗，該運動僅是現任領導人用來打擊潛在政治對手、鞏固權力的手段^③。因此，公眾如何認知、評價這一新聞事件，且這種認知如何影響受眾的政治參與行為，是本研究試圖探討的主要問題。

目前已有一些研究討論中國反腐運動這一新聞事件，但這些研究主要討論反腐運動的執行情況以及中央政府的舉措，或是以內容分析的方式研究不同媒體反腐新聞的報導方法及角度^④，截至目前，尚無研究以媒介效果的角度探討此類新聞報導對受眾認知的影響。而更重要的是，此前有關媒介效果的研究中，很少將受眾認知與實際行為進行聯繫分析。

縱觀運用於媒介效果研究中的各類理論，「第三人效果」(Third-Person Effect) 理論尤其受到關注，而其中一個重要的原因即是，該理論認為受眾對媒介內容的「第三人效果」認知會對其行為產生相應的影響。如上所述，因反腐運動及有關的新聞報導對中國民眾產生了很大影響，所以本研究將以「第三人效果」理論為論述框架，探究該類新聞報導對內地民眾對反腐新聞、反腐政策、反腐運動認知的影響以及對民眾相應政治參與行為的影響。同時，反腐新聞的接收頻率、社會需求度以及個人關聯度等與「第三人效果」認知差異的關係也在本研究的檢驗假設之列。而由於大學生群體的教育水平較高，對於外界諮詢的感知更為敏感，也能比較理性地分析和處理問題，因此在他們身上可能會產生較為顯著的「第三人效果」，故本研究將分析中國大學生對反腐新聞報導的認知與他們支持政府現行反腐政策以及相關網絡政治參與行為的關聯，以期對受眾認知及相關行為的關聯上做出一定學術貢獻。

二 研究背景及「第三人效果」相關文獻

以下首先對研究背景即中國反腐運動及其影響進行介紹，然後回顧過去「第三人效果」的相關研究，從而提出一系列研究假設。

(一) 中國反腐運動

直至目前，中央政府已連續四年開展「老虎、蒼蠅一起打」的反腐運動，隨着運動的不斷推進，政府高層、軍隊、國企，甚至高校、科研機構、私企都已被納入打擊貪腐的範圍，運動更打破了「刑不上常委」的「潛規則」。此次中央反腐力度之大、打擊範圍之廣、持續時間之久，實屬 1949 年以來罕見。此外，國家主席習近平也在多次講話(包括新年獻詞)中經常強調，要「有腐必反、有貪必肅，以實際成效取信於民」^⑤。

根據現有的數據統計，僅 2015 年，就有上至國級下至地方以及軍隊、國企的近萬名中共官員因收受賄賂、違反八項規定等被調查，共涉及全國十六個省市，其中九省更現「首虎」(首次出現被調查官員)，至此中共反腐實現三十一省份全覆蓋^⑥。軍隊反腐方面，2015 年底的公開資料顯示，在被查處

的四十八名副軍級以上將領中，有近一半(二十三人)在這一年落馬。另外，2015年高級法院審結貪腐等三萬餘犯罪案件，且落馬高官貪腐案審結遠超過2014年，最高涉及金額過億^⑦。由此，此次反腐運動的力度及強度的增長可見一斑。

此外，大規模的反腐運動也引發了國內外各大媒體的關注，如中央電視台、《人民日報》、《新京報》、「南方」報系等都對事件作出即時跟進及持續的報導；《紐約時報》(*The New York Times*)、路透社(Reuters)、法新社(AFP)、英國廣播公司(BBC)，以及香港的各大媒體包括《明報》、《南華早報》(*South China Morning Post*)等也做出了持續且重要的報導。以前中央軍委副主席郭伯雄及其家庭的貪污案為例，2015年7月30日，中央紀委監察部網站發布信息稱，已退任的郭伯雄涉嫌受賄被開除黨籍並交由有關部門依法處理^⑧。由於郭在解放軍內部資歷深厚，翌日國內外各大媒體紛紛以大篇幅、重要版面報導。但此前郭受查一事早已在國內外媒體廣泛傳播，且被認為是繼前中央軍委副主席徐才厚後中共反腐的又一隻「大老虎」^⑨。早在2014年，當瀋陽軍區高層出現人事異動後，就有觀點認為郭伯雄出現危機，至2014年7月《明報》引述北京消息稱，在徐才厚被開除黨籍之際，郭伯雄的兒子、兒媳因涉及相關案件已被中紀委帶走協助調查^⑩，報導被海外多家媒體及國內多個新媒體平台轉發；此後在2015年初，路透社引述多個軍方消息獨家報導稱，郭伯雄正在接受調查^⑪，報導又再次受到全世界範圍內關注，「美國之音」(*Voice of America*)、《南華早報》等媒體開始追蹤報導。直至郭伯雄落馬，新華社、《解放軍報》、《人民日報》、《環球時報》、「財新」以及各大門戶網站也開始大篇幅的總結式報導。

總體而言，國內報導多將貪污官員定位於個案，且強調其貪污的款項及為社會所帶來的不良後果；而國際的相關報導則會探討產生貪腐的根源，反腐效果以及可能產生的社會影響等。這樣的大規模且差異性報導會使得一部分民眾支持現行反腐政策，而同時也會有一部分民眾、專家、學者反思反腐的初衷及成效，甚至質疑行動僅是「打擊異己」的手段^⑫。

(二) 媒介資訊中的「第三人效果」

著名社會學家戴維森(W. Phillips Davison)於1983年為闡釋直覺(intuition)和輿論(public voice)之關聯時提出「第三人效果」理論。這一理論的假說包含兩個部分：在認知(perceptual)層面，該假說認為人們普遍會認為他人更容易受到媒介內容的影響；在行為(behavioral)層面，則認為這種普遍的認知預期會導致人們採取相應的行動^⑬。這一理論強調「自我強化的偏向」(self-enhancement bias)，認為人們生而傾向於認定自我的特殊性，從而使得自己至少看起來要強於他人^⑭。在自我強化意識的驅使下，「我」要比「他人」更加優秀，所以「我」對資訊會有更加客觀、理智的解讀，資訊不會對「我」做出的判斷和採取的行動產生重要影響；相反，「他人」不如「我」優秀，所以「他們」更容易受到輿論的操控，而這裏的「他人」或者「他們」並不確切指向某一類具體的人，統稱為「第三人」。一言以蔽之，基於「第三人效果」理論的推導，人們普遍會低估媒介資訊對自身產生的影響，並高估媒介資訊對他人造成的影響^⑮。

此後的研究不斷證實了「第三人效果」的存在，如羅文輝和帕登(Anna Paddon)就發現，無論男性或女性都普遍認為色情資訊對他人的影響要大於對自己的影響，從而會更傾向於支持控制色情資訊流通的政策舉措¹⁶。在政治宣傳中，魏然等學者的研究也表明，當這種個人受到的影響(「第一人效果」)和個人認為「第三人」所受到的影響(「第三人效果」)間的差異愈大，就愈有可能激發現實生活中的政治參與和網絡上的政治討論¹⁷。此外，有不少研究認為「第三人效果」還會出現在饒舌歌曲歌詞、電視節目、有爭議性的新聞等媒介內容中¹⁸。

隨着科技的發展，媒介內容接收途徑更加方便、多樣，受眾也就有了更多的機會去接收新聞從而了解社會發展及變遷。過去有不少研究證實「第三人效果」在新聞報導中的存在及重要性，如美國美式足球員辛普森(Orenthal J. Simpson)殺妻案審判新聞¹⁹及美國、台灣總統大選的新聞²⁰等。上述研究發現，眾多受訪者在閱讀新聞報導後都會產生「第三人效果」的認知差距。

基於以上研究發現，本研究認為近年中國的反腐新聞報導正是一類結合了新聞報導和政治宣傳的有爭議性的特殊新聞類型。中央政府冀望通過反腐以及相關宣傳手段來樹立一個透明、廉潔、公正的政治形象，重拾老百姓對共產黨官員作為「人民公僕」的信心。但另一方面，隨着運動深入，也開始有民眾質疑反腐運動的初衷，少部分人或認為反腐運動的報導不過是一些政治宣傳的伎倆，或者實際上是政府內部權力鬥爭的結果。由於過去研究顯示，被廣泛報導且爭議性較大的新聞中會存在「第三人效果」，因此，根據該理論，本研究認為內地大學生會認為反腐新聞報導對他人的影響大於對自己的影響，由此提出第一個假設：

假設 1：大學生會認為，反腐運動的新聞報導對他人的影響較大，對自己的影響較小。

(三) 媒介接觸、社會需求度與「第三人效果」

中國作為一個政治上的威權國家，在政治傳播領域，學者對於黨宣性質的媒介內容的實際效果，素來有所爭論。一部分學者認為，中國民眾由於資訊獲取的差異性，以及中國新聞環境的封閉性，只能被動地接收單方面的黨宣，一味地被「洗腦」，從而對共產黨「言聽計從」，新聞機構在其中充分發揮了黨的「喉舌」的作用；另一派學者則認為，受眾具有較高的自我判斷能力，黨宣新聞僅是被自動忽略的「畫外音」，受眾會對威權政府持有高度懷疑，因此政治宣傳的新聞內容不過是「雷聲大，雨點小」，不能說完全沒有作用，但至少很難達到預期效果，而有限的效果還受到媒介市場化進程及新媒體發展的影響，其實際效果及作用則會更小²¹。在這些爭論的基礎上，著名學者麥金農(Rebecca MacKinnon)所提出的「網絡威權主義」(Networked Authoritarianism)進一步解釋了中國國情中政治新聞效果的複雜性²²。在「網絡權威主義」框架中，中國不僅沒有因為媒介市場化而邁向政治民主，政權反而會通過互聯網、社交媒介等新科技加強媒介控制和政治宣傳。

在戴維森於1983年提出「第三人效果」理論時，新聞信息的接收頻率就與效果深淺密不可分。大量實證研究證明，受眾接收的某一類特別的新聞信息

愈多，則更傾向於認為該信息對自我和他人都有更加強烈的影響（如羅文輝等學者關於台灣的美國牛肉進口爭端的新聞報導分析研究²³）。那麼，新聞信息的接收又是如何影響個體對自我和他人認知之間的差異性呢？

同樣，根據「第三人效果」理論，人們可以將個體接收的新聞信息是否合意（*desire*）來進行劃分。詳細來講，個體通過判斷該信息是否會對其產生不利的影響，來劃分信息是否合意。如受眾認為，新聞信息是在大眾中流行的、是符合社會期許的（*socially desirable*）、是健康積極的，那麼他們更傾向於將新聞信息歸類為合意的信息，從而認為該信息對自己的影響要大於他人；進一步來說，自我和他人間的認知差異則會減少。反之，如果信息是不合意的，例如酗酒、吸毒、色情等內容，那麼受眾則傾向宣稱信息對別人的影響要大於自身，從而增大對於自我和他人之間的認知差異²⁴。

佩羅夫（Richard M. Perloff）通過文獻回顧發現，人們認為社會不需要的媒介內容會造成較大的「第三人效果」認知差異，而人們認為社會需要的媒介內容會使「第三人效果」認知差異縮小²⁵。一項關於香煙廣告和反吸煙廣告對於兒童的影響的調查表明，反吸煙廣告對兒童自身的影響要大於他人，而香煙廣告則對他人有更大的影響²⁶。「自我膨脹」（*ego-enhancement*）可用來解釋這一現象，因為通常人們都認為自己比別人具有更強的能力去評估媒介資訊，從而對不需要的資訊或負面資訊「免疫」，也就是相對於他人來講，自身不容易受到不良影響²⁷。

早在1990年代，關於媒介內容需求度與「第三人效果」關係間的研究就陸續展開²⁸，中外學者通過對不同群體及不同媒介內容的研究，基本確定了媒介的社會需求度在「第三人效果」研究中的重要意義。羅文輝和帕登在1998年的一項對台北市高中生關於色情媒介看法的研究中發現，受訪的學生無論男女都普遍認為色情媒介內容對自己的負面影響小，對他人的影響較大²⁹。這和剛瑟（Albert C. Gunther）1995年在美國進行過的同類研究結果相似，在該研究中，多數美國成年人都認為色情媒介內容對自己的影響小，對他人的影響大³⁰。胡倫斯（Vera Hoorens）和魯伊特（Suzanne Ruiter）1996年在荷蘭大學生中進行的關於需要資訊和不需要資訊的「第三人效果」比較研究中發現，受訪者認為不需要的資訊對他人的影響大於對自己的影響，而需要的資訊對自己的影響大於對他人的影響³¹。2000年以後的研究也繼續證實這一假設，如2008年魏然等人對台灣的禽流感新聞報導的「第三人效果」研究中發現，受訪者認為禽流感的新聞報導對自己的影響較小，對他人的影響較大³²。

與前述研究相似，本研究也認為當受訪者認為反腐新聞的社會需求度愈高時，則傾向認為自身和他人的認知差異會愈小。同樣，當受訪者認為反腐新聞的社會需求度愈高時，他們也會更加傾向於支持現行反腐政策，並更容易付諸相應的網絡政治參與行為。因此，綜上所述，本研究提出以下研究假設：

假設 2.1：受訪者愈認為反腐新聞的社會需求度高，其對自我和他人認知的差異性會愈小。

假設 2.2：受訪者愈認為反腐新聞的社會需求度高，則愈有可能支持現行的反腐政策。

假設2.3：受訪者愈認為反腐新聞的社會需求度高，則愈有可能付諸相應的網絡政治參與行為。

此外，受訪者接收相關新聞的頻率也是預測「第三人效果」認知差異的因素之一。在接收的新聞被大部分受眾定義為負面信息時，此前的研究就發現，受眾愈頻繁、長時間接觸暴力新聞信息後，會認為暴力新聞對自己的影響小，對他人的影響大，從而增大「第三人效果」認知差距；當受眾更少接觸色情信息時，更傾向於認為色情信息對自己的影響大，對他人的影響小，從而減小「第三人效果」認知差距^③。但在接收普遍被認為是社會需求的新聞信息時，媒介接收率卻被發現與「第三人效果」認知差距呈現正相關，即接收頻率愈高，愈認為該信息對自己的影響大，從而減少「第三人效果」認知差距。在魏然等人針對禽流感新聞的研究中就發現，當受訪者愈多收看或收聽禽流感新聞時，愈認為對自身的影響大^④。

在本研究的前期調研中，中國的反腐新聞普遍被認為是合意的新聞信息。總的來說，大部分人都認為反腐是一種符合社會需求的舉措，打倒貪官對老百姓是有益的，值得支持。根據「第三人效果」理論，對於符合社會需求的新聞信息，接觸得愈多，則對於自我和他人間的認知差異愈小，因為自我和我眼中的他人認為符合社會需求的資訊是有益的。但是，鑒於中國作為一個威權國家的特殊環境，傳統媒體基本可以看作是政府宣傳的工具。新媒體雖然在一定程度上比傳統媒體更具有多樣性，但總體來說仍處於高強度的政治審查機制下。故可以認為，傳統媒體和新媒體都主要傳遞了被認為「符合社會需求」的新聞信息。因此，本研究提出以下研究假設：

假設3.1：大學生透過傳統媒體接收反腐新聞愈多，其對自我和他人認知差異性會愈小。

假設3.2：大學生透過新媒體接收反腐新聞愈多，其對自我和他人認知差異性會愈小。

同樣，社會需求度為反腐新聞是否可以產生實際政治宣傳效果提供了一種思考途徑。我們可以認為，在傳統新聞媒體的報導中，反腐新聞被刻畫為符合社會需求的資訊，因此，受眾大多會接受這一資訊，從而傾向支持現行的反腐政策。新媒體上關於反腐的資訊雖然整體上仍受到政府審查，但其資訊內容、報導視角等較傳統媒體更加多樣，而受眾也更容易在社交媒體上以閱讀相關評論等形式接觸到更多的不同意見，因此，在新媒體上接收愈多的反腐相關新聞，則愈有可能產生不同於主流觀點的想法，從而不接受「符合社會需求」的傳統媒體報導的反腐新聞，最終可能不支持現行的反腐政策。此外，這種認知差異也可能體現在行為上。分別從傳統媒體和新媒體接收反腐新聞的受眾，都有可能在網絡上表達更多意見，只不過前者更加支持反腐，後者則可能發表更多異見。因此，相關假設可以闡述如下：

假設3.3：大學生透過傳統媒體接收愈多的反腐新聞，則愈有可能支持現行的反腐政策。

假設3.4：大學生透過新媒體接收愈多的反腐新聞，則愈有可能不支持現行的反腐政策。

假設3.5：大學生透過傳統媒體接收愈多的反腐新聞資訊，則愈有可能在網絡上進行與反腐新聞相關的政治參與行為。

假設 3.6：大學生透過新媒體接收愈多的反腐新聞資訊，則愈有可能在網絡上進行與反腐新聞相關的政治參與行為。

(四) 個人關聯度與「第三人效果」

受眾的個人關聯度 (personal relevance) 也被認為是影響媒介資訊認知的一項因素^⑤。一般來說，與受訪者關聯度高的媒介資訊會較大地影響其認知，而與受訪者關聯度較低的媒介資訊則較小地影響受訪者的認知。這是因為如果媒介資訊與受訪者聯繫緊密，受訪者涉入感就會提高，處理資訊的方式也會更為主動，從而影響媒介資訊接收的「第三人效果」。這與心理學的「詳盡可能性模型」(Elaboration Likelihood Model) 關於人們處理信息的行為方式及資訊的說服性效果的相關闡釋也是一致的^⑥。

相關研究都支持了這一觀點。羅文輝和程曉萱測量了香港和廣州兩地大學生在「谷歌」(Google) 退出中國新聞中的「第三人效果」，研究發現，認為自己與谷歌個人關聯度較強的受訪者比感覺個人關聯度較弱的受訪者更傾向認為，谷歌退出中國的新聞對自己的影響較大，因為谷歌退出中國較大幅度影響了他們日常生活中網絡資料搜索的習慣。而對於認為與谷歌的個人關聯度較弱的大學生來說，則認為谷歌退出中國的新聞報導對自己和對他人的影響都比較小^⑦。林美雅等人的瘦身廣告研究也顯示，一般認為瘦身與自己息息相關的受訪者，認為瘦身廣告對自己的影響要大於對他人的影響^⑧。另外，魏然等人關於台灣「太陽花運動」的研究也反映出，當受訪者認為自己與運動密切相關時，會認為相關新聞對自己的影響比對他人的影響更大^⑨。

這些研究都較好地驗證了個人關聯度與「第三人效果」的關係，我們不難判斷在中國內地，如果受訪者自身認為反腐議題與生活密切相關，那麼就會積極主動地搜索並關注相關信息，從而受到相關新聞資訊更多的影響，而「第三人效果」認知差異也就愈小。為了驗證這一判斷，本研究作出如下假設：

假設 4.1：受訪者認為反腐運動與自身關聯度愈高，對自我和他人認知的差異性會愈小。

此外，考慮到心理學「詳盡可能性模型」中的相關論述，即受眾處理資訊的方式與對資訊的認知效果繼而會影響受眾行為^⑩，本研究認為與反腐運動關係密切的受眾會產生更多與此相關的行為與行動，研究假設如下：

假設 4.2：認為反腐運動與自己關聯度高的受訪者，會更支持中國政府的現行反腐政策。

假設 4.3：認為反腐運動與自己關聯度高的受訪者，會更為積極地在網絡上表現出對反腐議題的參與行為。

(五) 「第三人效果」與相關行為

「第三人效果」理論並不僅僅是對認知層面的探索，更是對行為層面的探究，實際上，戴維森在最早提出該理論時就已經談到，「第三人效果」會導致個體的「自我—他人」認知差距，這一差距的形成可能最終導致個人行為層面

的改變⁴¹。一般來說，有關「第三人效果」行為層面的研究都表明，「自我—他人」的認知差距在面對負面資訊時會進一步導致個體更加傾向於支持保守的政策。例如前述羅文輝與帕登的研究發現，當人們認為色情或者暴力的電視節目對其他人有負面影響時，就會更加支持政府關於色情暴力內容立法的政策⁴²。

然而，當被媒介廣泛報導的新聞主要採用一種對社會有益的視角時，研究表明人們更傾向於效仿他人的行為做出選擇，以使自己的選擇符合社會規範⁴³。也就是說，如果大量的媒介報導都聚焦於反腐運動的有效性和成果，那麼受眾就會自然認為，他人普遍會支持這一對社會整體合意的行為。在這一判斷之下，受眾對於反腐運動的態度會效仿其所判斷的社會整體態度，使得自我的態度與他人的態度更加接近，減少「自我—他人」的認知差距，從而在態度上傾向於支持反腐政策。反之，「自我—他人」的認知差距愈大，則個體愈難以支持現行的反腐政策。另外，魏然等學者在關於台灣「太陽花運動」的研究中也發現，當大學生愈覺得相關新聞對自己有影響，就愈有可能進行線上及線下的政治參與活動；相反，當他們愈覺得相關新聞對他人的影響較大時，則愈不會進行線上及線下的政治參與行為。此結果也為本文的以上推斷提供了實證支持⁴⁴。因此，本研究也將「自我—他人」的認知差距與個體態度和行為之間的關係納入研究範疇，基於「第三人效果」的理論，提出以下研究假設：

假設 5.1：受訪者對自我和他人認知的差異性愈小，則愈有可能支持現行的反腐政策。

假設 5.2：受訪者對自我和他人認知的差異性愈小，則愈有可能採取網絡行動表達政治訴求。

三 研究方法

(一) 抽樣方法

本研究採用多層隨機抽樣法，在北京、上海和廣州這三個城市中的大學名單中分別隨機抽取兩所大學，再從每一所被抽中的大學中隨機抽取兩至三門大學通識課程（如馬克思主義哲學、毛澤東思想概論、鄧小平理論概論課程等）。之後，在獲得任教教師同意後，我們在課堂上發放紙質問卷給學生並於下課時回收。問卷發放從2015年9月21日開始，至9月30日結束，問卷共設五十九條問題。這期間共發放1,200份問卷，最終回收有效問卷1,060份，回收率達88.3%。

(二) 研究變量

本研究的研究變量包括「第三人效果」認知變量、反腐新聞接收頻率、反腐新聞的社會需求度、反腐運動的個人關聯度、對現行反腐政策支持度、網絡政治參與行為以及人口變量等，各變量的具體測量方法說明如下：

1. 「第三人效果」變量

本研究採用的「第三人效果」認知變量，分為「對自己的影響」和「對其他大學生的影響」。

「對自己的影響」，是指受訪者認為媒介資訊對自己可能產生的影響。本研究測量「對自己的影響」的方法是詢問受訪者在看過中國反腐新聞後，會不會影響他們對於(1)中國反腐問題的態度；(2)中國反腐政策的了解；(3)中國貪腐問題的了解；(4)中國反腐政策的看法。研究使用李克特五點量表(Likert Scale)進行測量，受訪者的回答為：1：完全沒影響；2：不太有影響；3：中立；4：有些影響；5：非常有影響(平均數=3.54，標準差=.76，內部一致性信度=.85)。

「對其他大學生的影響」，是指受訪者認為媒介資訊對他者(自己以外)的影響。本研究也採用相同的題項來測量「對其他大學生的影響」，考察受訪者在看過反腐新聞後，認為會不會影響其他大學生對於(1)中國反腐問題的態度；(2)中國反腐政策的了解；(3)中國貪腐問題的了解；(4)中國反腐政策的看法。受訪者的回答為：1：完全沒影響；2：不太有影響；3：中立；4：有些影響；5：非常有影響(平均數=3.57，標準差=.72，內部一致性信度=.88)。

計算「第三人效果」的認知偏差的方法，是將對他人影響的效果數值減去對自己影響的效果數值。

2. 反腐新聞接收頻率

在受眾獲取反腐新聞資訊的媒介平台分類中，我們結合了傳統媒體和新媒體，把媒介平台分為印刷版報紙、廣播電台、電視、新聞網站、手機應用程式(APPs)或其他手機新聞用戶端、平板電腦APPs或其他平板電腦新聞用戶端。受訪者根據使用頻率作答：1：從不；2：很少；3：偶爾；4：有時；5：經常。計算「通過傳統媒體接收反腐新聞頻率」的方法，是將受訪者在報紙、電台、電視的三項回答的分值相加後求平均數(平均數=2.46，標準差=.84，內部一致性信度=.68)；計算「通過新媒體接收反腐新聞頻率」的方法，是將受訪者在新聞網站、手機APPs、平板電腦APPs的三項回答的分值相加後求平均數(平均數=3.48，標準差=.98，內部一致性信度=.65)。

3. 社會需求度

在關於受訪者如何認知反腐問題時，本研究設定的問題有：(1)反腐新聞社會需求很高；(2)反腐新聞有益於社會發展；(3)反腐新聞符合社會價值；(4)反腐新聞有益於強化社會規範。受訪者的回答是：1：非常不同意；2：比較不同意；3：中立；4：比較同意；5：非常同意。計算「社會需求度」的方法，是將受訪者對於這四項問題的回答的分值相加後求平均數(平均數=3.78，標準差=.75，內部一致性信度=.87)。

4. 個人關聯度

本研究結合羅澤(Connie Roser)、胡幼偉以及派蒂(Richard E. Petty)等人關於「第三人效果」的研究^⑥，認為媒介信息與受眾的個人關聯度會影響受眾

對信息的認知。本研究設定的問題為：(1)對我而言，目前中國貪腐問題是很重要的議題；(2)對我而言，目前中國貪腐問題與我的生活息息相關；(3)對我而言，目前中國貪腐問題是值得關注的議題；(4)對我而言，目前中國貪腐問題會牽涉到我的日常生活。受訪者的認知程度為：1：非常不同意；2：比較不同意；3：中立；4：比較同意；5：非常同意。計算「個人關聯度」的方法，是將受訪者對於這四項問題的回答的分值相加後求平均數(平均數=3.68，標準差=.77，內部一致性信度=.85)。

5. 對現行反腐政策支持度

在關於受訪者對於政府反腐運動的支持方面，本研究關注他們如何看待政府的反腐政策和策略。受訪者需要回答的問題是：(1)我支持現行反腐政策；(2)我支持繼續執行現行反腐政策；(3)我支持執行更嚴格的反腐政策；(4)我認為反腐政策應得到更多民眾支持。受訪者的回答是：1：非常不同意；2：比較不同意；3：中立；4：比較同意；5：非常同意。計算「對現行反腐政策支持度」的方法，是將受訪者對於這四項問題的回答的分值相加後求平均數(平均數=3.90，標準差=.76，內部一致性信度=.86)。

6. 網絡政治參與行為

受訪者被問到會否在網絡上參與一些有關反腐新聞議題的行為，包括主動在網上發表有關反腐議題的帖子、微博、微信等內容。本研究的問題設置為：(1)在網上發表有關反腐議題言論；(2)分享或轉發與反腐新聞相關內容；(3)在網上評論與反腐新聞相關內容；(4)在網上與他人討論反腐新聞。受訪者根據自己的實際行為作答：1：從不；2：很少；3：偶爾；4：有時；5：經常。計算「網絡政治參與行為」的方法，是將受訪者對於這四項問題的回答的分值相加後求平均數(平均數=2.00，標準差=.91，內部一致性信度=.87)。

7. 人口變量

根據以往的「第三人效果」研究顯示^④，性別、年齡、政黨屬性(中共黨員、預備黨員、共青團員、民主黨派、普通群眾或其他)會對人們的「第三人效果」認知產生影響，因此這三項也在本研究中列為控制變量。

四 調查的分析結果

本研究的數據分析分為兩個部分：第一部分主要對各項測量指標和受訪者的基本概況進行描述性分析；第二部分對受訪者的人口學特徵、對反腐新聞的態度、對反腐政策支持度及相關行為間的關係進行解釋性分析。

(一) 受訪者基本概況及態度分布

資料分析顯示，在參與調查的大學生中，男性有473人，佔45%，女性有578人，佔55%，其餘為缺失數據。受訪者的年齡從16歲至45歲不等，平均

年齡為21.2歲，其中92%的受訪者為1980年或以後出生，即研究結果可在很大程度上代表「80後」大學生對反腐運動及相關新聞的看法。至於受訪者的學歷，其中232人為本科一年級生，佔總受訪人數的22%，259人為本科二年級生，佔24.6%，118人為本科三年級生，佔11.2%，83人為本科四年級生，佔7.9%，其餘的為碩士研究生及以上學歷，佔34.3%。至於受訪者的政治面貌分布，其中252人為中共黨員或預備黨員，佔總受訪人數的23.9%，共青團員為660人，佔62.75%，民主黨派4人，佔0.4%，其餘為普通群眾及其他，佔12.9%。

首先，我們對大學生通過不同媒介接收反腐新聞的情況進行初步探究（表1）。在傳統媒體中，有超過一半的受訪者表示自己很少和從不通過報紙及廣播電台接收反腐新聞，但電視卻是例外，大部分受訪者都表示或多或少會通過電視接收反腐新聞，這或與一般重大反腐新聞都會於中央電視台首次發布有關，儘管收看電視對於常住學生宿舍的大學生而言並不是非常方便。而在新媒體中，新聞網站以及手機新聞APPs已成為大學生獲取反腐新聞的主要途徑。

表1 大學生通過不同媒介接收反腐新聞的頻率

媒介平台	從不	很少	偶爾	有時	經常
報紙	257 (24.5%)	472 (45.0%)	172 (16.4%)	94 (9.0%)	53 (5.1%)
廣播電台	408 (39.0%)	413 (39.5%)	136 (13.0%)	65 (6.2%)	23 (2.2%)
電視	75 (7.1%)	235 (22.3%)	302 (28.7%)	263 (25.0%)	177 (16.8%)
新聞網站	55 (5.3%)	117 (11.2%)	246 (23.5%)	297 (28.4%)	330 (31.6%)
手機APPs	61 (5.8%)	101 (9.6%)	148 (14.0%)	285 (27.0%)	462 (43.7%)
平板電腦APPs	262 (25.0%)	238 (22.8%)	157 (15.0%)	210 (20.1%)	179 (17.1%)

說明：樣本數為1,060，如各項選擇人數相加不足1,060，則剩餘為缺失數據。下同。

同時，受訪者對反腐新聞的社會需求度的認知也是態度各異（表2）。平均來講，超過60%的受訪者認為目前內地的反腐新聞有益於強化社會規範，對社會的發展及鞏固社會價值等都有積極作用，但同時也有逾25%的受訪者對此保持中立態度，而另有7.5%的受訪者認為反腐新聞報導的社會需求度偏低或沒有社會需求度。

表2 大學生對反腐新聞的社會需求度的態度

指標問題	非常不同意	比較不同意	中立	比較同意	非常同意
反腐新聞社會需求很高	26 (2.5%)	91 (8.6%)	327 (31.0%)	469 (44.5%)	141 (13.4%)
反腐新聞有益於社會發展	23 (2.2%)	55 (5.2%)	270 (25.6%)	496 (47.1%)	209 (19.8%)
反腐新聞符合社會價值	17 (1.6%)	45 (4.3%)	256 (24.3%)	496 (47.1%)	240 (22.8%)
反腐新聞有益於強化社會規範	18 (1.7%)	42 (4.0%)	217 (20.6%)	498 (47.2%)	279 (26.5%)
指標問題平均值	21 (2.0%)	58 (5.5%)	268 (25.4%)	490 (46.5%)	217 (20.6%)

在對反腐運動的個人關聯度的評估中(表3)，也同樣有逾60%的受訪者認為目前內地的反腐新聞報導是很重要的、值得關注的議題，但當被分別問道是否與他們的生活息息相關，甚至是否會牽涉到他們的日常生活時，表示「同意」或「非常同意」的受訪者比例相對降低，有35%左右的受訪者表示「中立」。但整體而言，認為反腐運動與個人關聯度較高的受訪者仍佔多數，僅有10%左右的受訪者不認同這一說法。

表3 大學生對反腐運動的個人關聯度的態度

指標問題	非常不同意	比較不同意	中立	比較同意	非常同意
對我而言，目前中國貪腐問題是很重要的議題。	20 (1.9%)	57 (5.4%)	199 (18.9%)	539 (51.3%)	236 (22.5%)
對我而言，目前中國貪腐問題與我的生活息息相關。	27 (2.6%)	92 (8.8%)	367 (34.9%)	404 (38.4%)	161 (15.3%)
對我而言，目前中國貪腐問題是值得關注的議題。	16 (1.5%)	43 (4.1%)	212 (20.2%)	517 (49.2%)	263 (25.0%)
對我而言，目前中國貪腐問題會牽涉到我的日常生活。	48 (4.6%)	126 (12.0%)	369 (35.1%)	357 (34.0%)	150 (14.3%)
指標問題平均值	28 (2.7%)	80 (7.6%)	287 (27.3%)	454 (43.2%)	203 (19.3%)

在大學生對現行反腐政策支持度的評估中(表4)，總體而言，受訪者對現行反腐政策的支持度達到70%，持中立態度的佔24.3%，不支持的比例不足6%。如按四個維度分別看，不難發現，「反腐政策應得到更多民眾支持」的支持度最高，為76.8%，而「支持現行反腐政策」的支持度相對較低，為61.2%。

表4 大學生對政府現行反腐制度的態度

指標問題	非常不同意	比較不同意	中立	比較同意	非常同意
我支持現行反腐政策	22 (2.1%)	44 (4.2%)	345 (32.7%)	497 (47.1%)	148 (14.1%)
我支持繼續執行現行反腐政策	14 (1.3%)	36 (3.4%)	215 (20.4%)	504 (47.8%)	285 (27.0%)
我支持執行更嚴格的反腐政策	19 (1.8%)	65 (6.2%)	264 (25.0%)	373 (35.3%)	335 (31.7%)
我認為反腐政策應得到更多民眾支持	18 (1.7%)	28 (2.7%)	199 (18.9%)	396 (37.6%)	413 (39.2%)
指標問題平均值	14 (1.7%)	43 (4.1%)	256 (24.3%)	443 (42.0%)	295 (28.0%)

但對有關反腐新聞的網絡政治參與行為，受訪大學生卻表現出了較低的意願(表5)。總體來講，超過四成受訪者表示自己從不在網絡上發表、分享、評論甚至討論與反腐新聞相關的內容；而表示自己有時或經常有上述行為的大學生僅為一成左右。

表5 大學生參與網上有關反腐新聞行為的情況

指標問題	從不	很少	偶爾	有時	經常
在網上發表有關反腐議題言論	610 (58.0%)	264 (25.1%)	109 (10.4%)	63 (6.0%)	5 (0.5%)
分享或轉發與反腐新聞相關內容	436 (41.5%)	305 (29.0%)	174 (16.6%)	114 (10.9%)	21 (2.0%)
在網上評論與反腐新聞相關內容	500 (47.7%)	280 (26.7%)	162 (15.4%)	87 (8.3%)	20 (1.9%)
在網上與他人討論反腐新聞	297 (28.3%)	283 (27.0%)	248 (23.6%)	168 (16.0%)	54 (5.1%)
指標問題平均值	461 (43.9%)	283 (27.0%)	173 (16.5%)	108 (10.3%)	25 (2.4%)

(二) 研究問題及假設驗證

本文共提出了多個研究假設，假設驗證的結果如下：

1. 「第三人效果」認知檢驗

本研究的假設1是受訪的大學生認為反腐新聞報導對於他人的影響較大，對自己的影響較小。配對樣本 t 檢定結果顯示，看過反腐新聞後，受訪者認為他人(平均數=3.55，標準差=.85)比自己(平均數=3.48，標準差=.93)對中國反腐問題的態度更容易受到影響，且差異達顯著水平($t = -2.60, p < .01$) (當 p 值大於.05時則差異不顯著)；受訪者也認為他人(平均數=3.54，標準差=.86)比自己(平均數=3.48，標準差=.93)對中國反腐政策的了解更容易受到影響，且差異達顯著水平($t = -2.31, p < .05$)，其他兩個項目(在接觸內地反腐新聞報導後，受訪者認為他人與自己對中國貪腐問題的了解及對中國反腐政策的看法)並不存在明顯差異。因此從上述分析結果看，本研究的假設1獲得部分支持。

2. 「第三人效果」之預測變量

本研究除檢測「第三人效果」的主要假設外，還將過去相關研究所涉及的可能會影響「第三人效果」認知差距的變量，包括人口變量、媒介接收頻率、媒介內容社會需求度以及個人關聯度作為回歸分析中的變量，以檢測這些變量在反腐新聞報導中對報導所產生的「第三人效果」認知差距的影響，涉及的假設包括：2.1、3.1、3.2、4.1。

根據回歸分析結果顯示(表6)，在第一階層回歸中置入的人口變量中，性別($\beta = -.01, p > .05$)、年齡($\beta = .03, p > .05$)、政治面貌($\beta = -.07, p > .05$)等，均不可預測「第三人效果」認知差距(當 p 值大於.05時即變量的預測力不顯著)。在第二階層回歸中，大學生的反腐新聞接收頻率無論是通過傳統媒體($\beta = -.01, p > .05$)還是新媒體($\beta = -.03, p > .05$)，都難以預測「第三人效果」的認知差距。在第三階層回歸中，反腐新聞的社會需求度($\beta = -.10, p < .01$)可以預測「第三人效果」認知差距，即愈覺得該類新聞的社會需求度高的大學生，愈傾向於認為反腐新聞對自己的影響大。此外，第四階層回歸中也發現，當

表6 不同變量對反腐新聞中「第三人效果」認知差距預測力的階層回歸分析

變量	「第三人效果」認知差距
第一階層：人口變量	
性別	-.01
年齡	.03
政治面貌	-.07
Adjusted R^2	.00
第二階層：反腐新聞接收頻率	
傳統媒體接收頻率	-.01
新媒體接收頻率	-.03
Adjusted R^2	.00*
第三階層：社會需求度	
Adjusted R^2	.10**
Adjusted R^2	.02***
第四階層：個人關聯度	
Adjusted R^2	-.10**
Adjusted R^2	.01**
全部 Adjusted R^2	.03
樣本數	1,060

說明：(1)表內數字為最後階層的標準化beta回歸系數(final Betas)。(2)人口變量編碼方式：性別(1 = 男；0 = 女)；政治面貌(1 = 黨員、預備黨員或共青團員；2 = 民主黨派及其他)。(3)*** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$ 。(4) Adjusted R^2 指變量被解釋的百分率。

大學生認為反腐運動與個人關聯度 ($\beta = -.10, p < .01$) 愈高，則「第三人效果」認知差距會愈小。綜上所述，假設2.1與4.1成立，假設3.1與3.2均不支持。

除了檢測不同變量對反腐新聞中「第三人效果」認知差距的預測力，本研究更重要的目的是檢測這些變量及「第三人效果」認知差距是否會影響大學生對現行反腐政策的支持度以及相關網絡行為。

資料分析的結果顯示(表7)，在大學生對現行反腐政策支持度的預測中，位於回歸分析第一階層的人口變量，包括受訪者的性別 ($\beta = .01, p > .05$)、年齡 ($\beta = -.01, p > .05$)、政治面貌 ($\beta = -.05, p > .05$) 對大學生是否支持現行反腐政策無任何預測力。在第二階層中，通過傳統媒體接收反腐新聞 ($\beta = .10, p < .001$) 及通過新媒體接受反腐新聞 ($\beta = -.06, p < .05$) 均對大學生是否支持現行反腐政策有一定的預測力，但其中通過傳統媒體途徑接收反腐新聞的頻率與支持現行反腐政策呈正相關，即通過傳統媒體如報紙、廣播、電視收看或收聽反腐新聞愈多的大學生，愈傾向於支持現行的反腐政策；而通過新媒體包括網絡、手機或平板電腦接收反腐新聞愈多的受訪者，則更傾向於不支持現行的反腐政策。究其原因，這或與官方嚴控傳統媒體對反腐新聞的報導，且要求報導口徑一致有關；而通過新媒體接收的反腐新聞因管道多樣，其報導角度及立場等或會不同，從而導致通過不同媒體接收相關新聞的受眾對反腐政策產生認知差異。

第三及第四階層中，反腐新聞的社會需求度 ($\beta = .33, p < .001$) 及反腐運動的個人關聯度 ($\beta = .33, p < .001$) 均對大學生對現行反腐政策的支持度有較強影響，即當受訪者認為反腐新聞的社會需求度愈高，且認為反腐運動與個人的關聯度愈高，愈傾向於支持中央政府現行的反腐政策。但位於第五階層的「第

表7 不同變量對反腐政策支持度及相關行為預測力的階層回歸分析

變量	對現行反腐政策支持度	相關網絡行為
第一階層：人口變量		
性別	.01	.14***
年齡	-.01	-.01
政治面貌	-.05	.05
Adjusted R ²	.01**	.01**
第二階層：反腐新聞接收頻率		
傳統媒體接收頻率	.10***	.17***
新媒體接收頻率	-.06*	.09**
Adjusted R ²	.03***	.06***
第三階層：社會需求度		
Adjusted R ²	.23***	.01***
第四階層：個人關聯度		
Adjusted R ²	.08***	.02***
第五階層：「第三人效果」變量		
Adjusted R ²	.00	.01*
全部 Adjusted R ²	.34	.11
樣本數	1,060	1,060

說明：(1) 表內數字為最後階層的標準化beta回歸系數 (final Betas)。 (2) 人口變量編碼方式：性別 (1 = 男；0 = 女)；政治面貌 (1 = 黨員、預備黨員或共青團員；2 = 民主黨派及其他)。 (3) *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$ 。 (4) Adjusted R²指變量被解釋的百分率。

三人效果」認知差距 ($\beta = -.00, p > .05$) 則對政策支持度無任何預測力。整個模型對支持現行反腐政策有34%的較高解釋力。因此，分析結果顯示，假設2.2、3.3、3.4、4.2成立，假設5.1則不成立。

但是在預測大學生是否會在網絡上進行與反貪腐新聞相關的轉發、評論等行為上，不同的變量呈現出不同預測效果 (表7)。在第一階層中，調查發現性別 ($\beta = .14, p < .001$) 對受訪者的相關網絡行為具有很強的預測力，結果顯示，男性更傾向在網絡上發表、轉發、評論或討論有關反腐的新聞報導。同時，反腐新聞的接收頻率包括通過傳統媒體的接收頻率 ($\beta = .17, p < .001$) 以及通過新媒體的接收頻率 ($\beta = .09, p < .001$)，都對受訪者相關的網絡行為有較強的預測力。換言之，愈經常收看或收聽反腐新聞的大學生，愈經常會透過網絡發表、轉發、評論、討論相關內容。

不同於媒介接收頻率的較強預測力，處於第三階層的反腐新聞社會需求度 ($\beta = .03, p > .05$) 則無法預測受訪者在網絡上的相關行為。受訪者所認為的自身與反腐運動的關聯度 ($\beta = .16, p < .001$) 則顯示了對他們相關網絡行為的較強預測力。至於第五階層的「第三人效果」認知差距 ($\beta = -.07, p < .05$) 則顯示對相關網絡行為呈負相關，即受訪者愈認為反腐新聞報導對自己的影響大，則愈傾向於在網絡上對相關新聞進行評論、轉發等行為；相反，受訪者愈認為反腐新聞對他人影響大，則愈不會進行網絡相關行為。雖然這一模型的解釋力較低，但仍對大學生相關網絡政治參與行為有11%的解釋力。因此，假設2.3不成立，假設3.5、3.6、4.3、5.2均成立。

五 總結與限制

本文的主要研究目的，是採用「第三人效果」理論來理解中國反腐新聞對內地大學生認知及相關行為的影響。研究發現，受訪的大學生認為，反腐新聞只有在對中國反腐問題的態度、反腐政策的了解上存在自己與他人的顯著認知差異，但是在對中國貪腐問題的了解及反腐政策的看法上並不存在認知差距，因此，「第三人效果」假設在受眾接收反腐新聞報導中只獲得部分支持。

此外，本研究也再次證明，媒介信息的社會需求度、個人關聯度都會影響「第三人效果」認知差距，即在中國反腐新聞報導的語境中，當反腐新聞被認為是社會需求度高的正面信息、且當受訪者認為自己與反腐運動的個人關聯度愈高，就更傾向於認為反腐新聞對自己的影響較大，從而減小「第三人效果」認知差距。但不同於以往的研究，本研究發現反腐新聞接收頻率並不能對受眾的相關認知產生影響。胡幼偉等人曾總結，影響「第三人效果」認知差異的因素包括受眾對信息來源可信度的認知、受眾對內容特徵的認知（如能否引起受眾正面情緒等），以及受眾人口特徵及心理因素的特徵等^④，可見媒介接收頻率在「第三人效果」研究中並非一個穩定的預測因素。筆者認為，後續的研究可以在不同的新聞報導或媒介信息語境下，探討不同媒體的媒介信息接收頻率對「第三人效果」認知差異的影響。

本文的另一個貢獻是將媒介影響與受眾的實際認知與行為相聯繫，研究發現受眾認為反腐新聞的社會需求度及個人關聯度都會與支持現行反腐政策呈正相關；同時，通過傳統媒體接收反腐新聞的頻率愈高，大學生也會更傾向於支持現行的反腐政策，因傳統媒體中可能出現具說服性意圖的反腐新聞更多；而大學生愈通過新媒體接收反腐新聞，則愈不支持現行反腐政策，這或與新媒體中反腐新聞報導的角度比較多樣，甚至會出現在內容、分析角度方面與官方媒體口徑大相逕庭的情況有關，且新媒體中受眾能參與評論新聞，故大學生能有更多機會接觸不同的意見；此外，大學生透過新媒體接收反腐新聞也更有可能因此接收境外媒體相關的新聞報導，故透過新媒體接收反腐新聞的大學生，則更有可能不支持中央政府現行的反腐政策。

而不同於以往研究結果的是，在此前研究中發現「第三人效果」認知差異在暴力、色情信息中都與支持限制相關信息的政策有關^⑤。但本研究發現，「第三人效果」認知差異對大學生是否支持現行反腐政策並不具有任何預測力。究其原因，或由於現行的反腐政策本身是有爭議性的——目前的反腐政策並非是制度性反腐，其效果及緣由都曾被學者或社會觀察家詬病。所以在本研究中，儘管受訪的大學生認為他人所受到的新聞信息的影響大於自己，或對自己的影響大於他人，但都不一定會支持中央政府現行的反腐政策。由此可見，「第三人效果」認知差異與相關政策支持間或仍存在不同變量以調節二者關係，後續研究可以在這方面加以深入研究與探討。

最後，本研究還將「第三人效果」認知差異與受眾的網絡實際行為相聯繫，並證實反腐新聞接收頻率、受眾與反腐運動的個人關聯度以及「第三人效果」認知差異都對受眾的相關網絡行為有顯著預測力，且這種預測力在男性大學生中更加明顯。這與之前的研究發現一致，即男性與女性的政治消息傳播

行為，如：政治新聞、節目觀看，參與政治議題討論等存在差異，且相對而言，男性的政治傳播行為頻率比女性更高^⑨。而隨着社會的發展，女性教育水平、政治地位等的上升，這種性別差距逐步減少。

當然，本研究也有不少值得繼續探索的地方。首先，本研究所採用的樣本主要是中國內地發達城市的一本高校，受訪者主要是文化水平較高的年輕學生。因此，本研究不足以代表中國不同地區、年齡群體、職業群體對反腐新聞的態度，未來的研究可以採用更具代表性的樣本進行相關分析。而由於採用大學生樣本，故受訪者通過新舊媒體接收新聞的習慣會受到一般大學生日常的生活、學習環境所限制，所以在反腐新聞媒介接收習慣方面或會對研究結果產生影響。其次，本研究的最終因變量主要是受訪者的網絡行為，與受訪者實際的線下政治參與不可一概而論。這主要是局限於中國的威權政治環境，在政府的高度監管之下，個體的政治行為難以在日常生活中進行有效表達。另外，由於樣本的局限性，本研究很難表現出不同社會群體在面對同一社會因素時，如何做出不同的認知判斷和行為反應，未來的研究也理應進一步深入探究。同時，由於調查問卷設計的問題是以數字測量的方式為原則進行，由此雖然能夠得出大學生基本上支持反腐運動的結論，但因為政治問題在中國內地的敏感性，我們很難了解到大學生個體對於反腐議題的具體考量，甚至他們會否在做問卷的過程中有所保留。

註釋

- ① 孟睿思(Chris Marquis)、楊一婧著，王藝璇、賀瑞珍、楊超譯：〈中國網民對反腐的情緒分析〉，《中國經濟報告》，2013年第9期，頁101-103。
- ② Michael Forsythe, "Database Tracks 'Tigers and Flies' Caught in Xi Jinping's Corruption Crackdown", *The New York Times*, 21 January 2016.
- ③ 杰安迪(Andrew Jacobs)：〈中國反腐運動未能帶給民眾根治腐敗信心〉(2015年1月16日)，紐約時報中文網，<http://cn.nytimes.com/china/20150116/c16chinacorrupt/>。
- ④ 何美榮：〈反腐新聞報道娛樂化傾向反思〉，《湖南行政學院學報》，2011年第4期，頁36-38；王國鳳、邵培仁：〈新聞話語研究的超學科轉向——以英國《衛報》中國反腐新聞的話語分析為例〉，《現代傳播》，2015年第8期，頁38-42。
- ⑤ 〈習近平：有腐必反、有貪必肅 以實際成效取信於民〉(2013年1月22日)，中國新聞網，www.chinanews.com/gn/2013/01-22/4510369.shtml。
- ⑥ 李志暉、劉巍巍：〈中國「兩高」報告昭示今年反腐力度不減〉(2016年3月13日)，中國人大網，www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2016-03/14/content_1983364.htm。
- ⑦ 林子楨：〈2015反腐年報〉(2016年1月4日)，財新網，<http://weekly.caixin.com/2016-01-01/100895170.html>。
- ⑧ 新華社：〈中共中央決定給予郭伯雄開除黨籍處分 將郭伯雄涉嫌犯罪問題及線索移送司法機關依法處理〉(2015年7月30日)，中央紀委監察部網，www.ccdi.gov.cn/xwtt/201507/t20150730_59984.html。
- ⑨ "China 'Decides to Investigate' Retired General Guo Boxiong", 20 April 2015, www.scmp.com/news/china/policies-politics/article/1771635/china-decides-investigate-retired-general-guo-boxiong.
- ⑩ 〈郭伯雄兒子郭正鋼等高級軍官被調查〉(2015年3月2日)，BBC中文網，www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2015/03/150302_guoboxiong_son_guozhenggang。

- ① Ben Blanchard and Benjamin Kang Lim, "Exclusive: China Investigates Second Top Officer for Graft-sources", 3 March 2015, www.reuters.com/article/us-china-corruption-exclusive-idUSKBN0LZ0XW20150303.
- ② 魏德安 (Andrew Wedeman) 著·李晗、李全譯：〈習近平反腐能走多遠？〉(2014年3月17日)·FT中文網·<http://m.ftchinese.com/story/001055263>。
- ③④ W. Phillips Davison, "The Third-Person Effect in Communication", *Public Opinion Quarterly* 47, no. 1 (1983): 1-15.
- ④ Jonathon D. Brown, "Evaluations of Self and Others: Self-Enhancement Biases in Social Judgments", *Social Cognition* 4, no. 4 (1986): 353.
- ⑤ Vincent Price, Li-ning Huang, and David Tewksbury, "Third-Person Effects of News Coverage: Orientations toward Media", *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74, no. 3 (1997): 525-40.
- ⑥④ Ven-hwei Lo and Anna Paddon, "Third-Person Effect, Gender Differences, Pornography Exposure and Support for Restriction of Pornography", *Asian Journal of Communication* 11, no. 1 (2001): 120-42.
- ⑦③④ Ran Wei, Ven-hwei Lo, and Hung-yi Lu, "Issue Importance, Perceived Effects of Protest News and Political Participation", symposium conducted at 99th annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (San Francisco, CA, 2015).
- ⑧ Douglas M. McLeod, William P. Eveland, Jr., and Amy I. Nathanson, "Support for Censorship of Violent Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third-Person Effect", *Communication Research* 24, no. 2 (1997): 153-74; Ran Wei, Ven-hwei Lo, and Hung-yi Lu, "Reconsidering the Relationship between the Third-Person Perception and Optimistic Bias", *Communication Research* 34, no. 6 (2007): 665-84.
- ⑨ Paul D. Driscoll and Michael B. Salwen, "Self-perceived Knowledge of the O. J. Simpson Trial: Third-Person Perception and Perceptions of Guilt", *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74, no. 3 (1997): 541-56.
- ⑩ 胡幼偉：〈選舉新聞的第三者效果〉·「中華傳播學會論文研討會：傳播、科技與社會」(台北·1997)。
- ⑪ Ashley Esarey and Qiang Xiao, "Digital Communication and Political Change in China", *International Journal of Communication*, vol. 5 (2011): 298-319.
- ⑫ Rebecca MacKinnon, "China's 'Networked Authoritarianism'", *Journal of Democracy* 22, no. 2 (2011): 32-46.
- ⑬ Ven-hwei Lo et al., "Perceived Issue Importance, Information Processing, and Third-Person Effect of News about the Imported U.S. Beef Controversy", *International Journal of Public Opinion Research* 27, issue 3 (2015): 341-60.
- ⑭⑮ Richard M. Perloff, "The Third Person Effect: A Critical Review and Synthesis", *Media Psychology* 1, no. 4 (1999): 353-78.
- ⑯ Lisa Henriksen and June A. Flora, "Third-Person Perception and Children: Perceived Impact of Pro- and Anti-smoking Ads", *Communication Research* 26, no. 6 (1999): 643-65.
- ⑰ Albert C. Gunther and Paul Mundy, "Biased Optimism and the Third-Person Effect", *Journalism & Mass Communication Quarterly* 70, no. 1 (1993): 58-67.
- ⑱ Albert C. Gunther, "Overrating the X-Rating: The Third-Person Perception and Support for Censorship of Pornography", *Journal of Communication* 45, no. 1 (1995): 27-38; Lisa Henriksen and June A. Flora, "Third-Person Perception and Children", 643-65; Michael B. Salwen and Michel Dupagne, "The Third-Person Effect: Perceptions of the Media's Influence and Immoral Consequences", *Communication Research* 26, no. 5 (1999): 523-49.
- ⑲ Ven-hwei Lo and Anna Paddon, "The Third-Person Perception and Support for Restrictions of Pornography: Some Methodological Problems",

paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (Baltimore, MD, 1998).

⑳ Albert C. Gunther, "Overrating the X-Rating", 27-38.

㉑ Vera Hoorens and Suzanne Ruiter, "The Optimal Impact Phenomenon: Beyond the Third Person Effect", *European Journal of Social Psychology* 26, no. 4 (1996): 599-610.

㉒㉓ Ran Wei, Ven-hwei Lo, and Hung-yi Lu, "Third-Person Effects of Health News: Exploring the Relationships among Media Exposure, Presumed Media Influence, and Behavioral Intentions", *American Behavioral Scientist* 52, no. 2 (2008): 261-77.

㉔ Cynthia Hoffner et al., "Support for Censorship of Television Violence: The Role of the Third-Person Effect and News Exposure", *Communication Research* 26, no. 6 (1999): 726-42.

㉕㉖ Richard E. Petty, John T. Cacioppo, and Rachel Goldman, "Personal Involvement as a Determinant of Argument-based Persuasion", *Journal of Personality and Social Psychology* 41, no. 5 (1981): 847.

㉗ 羅文輝、程曉萱：〈谷歌退出中國新聞的第三人效果研究〉，《資訊社會研究》，2012年第23期，頁66-95。

㉘ 林美雅、向倩儀、蔡維鴻：〈瘦身廣告的第三人效果〉，《中華傳播學刊》，2005年第7期，頁227-53。

㉙ Richard E. Petty and John T. Cacioppo, "Issue Involvement Can Increase or Decrease Persuasion by Enhancing Message-Relevant Cognitive Responses", *Journal of Personality and Social Psychology* 37, no. 10 (1979): 1915.

㉚ Guy J. Golan and Anita G. Day, "The First-Person Effect and Its Behavioral Consequences: A New Trend in the Twenty-five Year History of Third-Person Effect Research", *Mass Communication and Society* 11, no. 4 (2008): 539-56.

㉛ Connie Roser, "Involvement, Attention, and Perceptions of Message Relevance in the Response to Persuasive Appeals", *Communication Research* 17, no. 5 (1990): 571-600；胡幼偉：〈選舉民調第三者效果的因果分析〉，「中華傳播學會論文研討會：集體記憶」（台北，1998）；Richard E. Petty and John T. Cacioppo, "Issue Involvement as a Moderator of the Effects on Attitude of Advertising Content and Context", *Advances in Consumer Research* 8, no. 1 (1981): 20-24.

㉜ Albert C. Gunther, "Overrating the X-Rating", 27-38; Ven-hwei Lo and Chingching Chang, "Knowledge about the Gulf Wars: A Theoretical Model of Learning from the News", *The Harvard International Journal of Press/Politics* 11, no. 3 (2006): 135-55.

㉝ 胡幼偉、蔡炯青、郭文平：〈第三者效果：一項民意研究的新課題〉，《民意季刊研究》，第190期（1994年10月），頁49-68。

㉞ Hernando Rojas, Dhavan V. Shah, and Ronald J. Faber, "For the Good of Others: Censorship and the Third-Person Effect", *International Journal of Public Opinion Research* 8, no. 2 (1996): 163-86; Ven-hwei Lo and Anna Paddon, "Third-Person Effect, Gender Differences, Pornography Exposure and Support for Restriction of Pornography", 120-42.

㉟ 參見林嘉誠：《政治心理形成與政治參與行為》（台北：台灣商務印書館，1989）；Hilde Coffé and Catherine Bolzendahl, "Same Game, Different Rules? Gender Differences in Political Participation", *Sex Roles* 62, no. 5-6 (2010): 318-33。

果 蕾 香港中文大學新聞與傳播學院碩士研究生

蘇 超 香港中文大學新聞與傳播學院博士研究生

李 昊 香港中文大學新聞與傳播學院博士候選人