

# 70后、80后、90后网络公共参与的代际差异

## ——对微信和微博中公共参与的一项探索

□ 赵联飞

**摘要：**网络公共参与是互联网日常应用中的重要内容。基于四川省绵阳市的一项抽样调查数据，分析70后、80后、90后在微信和微博中的公共参与情况。结果表明，和70后相比，80后、90后关注微信“公域”公众号的可能性更高。和70后比起来，80后关注“私域”公众号的可能性要高出41%左右，90后与70后在对“私域”公众号的关注上没有显著差异。与70后群体相比，80后、90后群体更关注民间意见领袖的微博。

**关键词：**70后 80后 90后；网络公共参与；代际差异

**中图分类号：**C913.2

**文献标识码：**A

**文章编号：**1671-8402(2019)04-0151-10

### 一、研究背景和问题

在互联网出现伊始，笔者已经意识到互联网为人们提供了哈贝马斯所言的公共空间，早期的电子公告板(BBS)、论坛等形式的互联网应用为人们参与公共事务讨论提供基本的平台和途径。随着互联网应用的发展，网络公共参与出现在越来越多的互联网应用中，并不像早期那样相对固定地和某一应用相联系。比如说，在视频观看的过程中，随着弹幕技术的出现，视频的观看者可以发言交流；在网上购物的过程中，购买同一商品的顾客可以就商品的性能、电商服务的好坏进行评论，这些实际上都具有公共参与的性质。从而，对互联网公共参与的关注可以从更为广泛的角度切入。

基特等人曾经将美国的网络公共参与分为四个维度：(1)选举行动(*electoral action*)，指围绕选举的社会运动与选举有关的行为，也即是在早期互联网政治参与研究中提到的在线选举运动；(2)公民行动(*civic action*)，指人们那些用来帮助所生活的社区以及和慈善相关的那些事务；(3)政治

基金项目：国家社会科学基金项目“70后、80后、90后代际文化差异与网络参与关系研究”(13BSH034)。

作者简介：赵联飞，中国社会科学院社会学研究所，博士，副研究员，《青年研究》副主编。研究领域为互联网与社会、社会统计学、青年研究、港澳研究。

参与 (*political voice*)，指人们对政治和社会事务的表达；(4) 关注 (*attentiveness*)，指人们保持对哪些政治或者时事动态的关注。<sup>①</sup>

基特等人对网络公共参与的划分对中国网络参与活动的研究具有一定的借鉴意义。由于中国和美国的国情不同，政治意涵上的网络选举运动在中国基本不存在，但后三个维度的网络公共参与却是可观察到的，比如说，近年来在微信朋友圈中的网络募捐，在一些基于地理条件而建立起来的网上居民社区论坛中的社区治理活动，各类网络维权和抗议活动，网络上对时事新闻的大量讨论，等等。

微信和微博是当前中国网民互联网生活中的两项重要应用，分别代表了强关系和弱关系社会媒体，根据中国互联网络信息中心的统计结果，微信和微博在中国网民中的渗透率分别达到了93.3%和40.9%。<sup>②</sup> 在微信的使用中，网民通过关注公众号来获得自身感兴趣的内容；在微博的使用中，网民通过关注其他的使用者来了解他人的动态。不管是关注公众号，还是关注其他互联网参与者，网民的行为涉及到公共性的生成。近年来，国内学者已经开始对微信和微博中的公共参与现象进行探讨。<sup>③</sup> 与此同时，网络参与的代际差异问题近年来也逐渐引起了注意。有研究者对中生代（60后、70后）与新生代（80后、90后）的网络关注进行分析，结果发现，中生代（60后、70后）的网络关注更多的是公共议题，而新生代（80后、90后）则更多的是关注个体生活。<sup>④</sup> 其他的一些研究也都指出网络参与行为存在着代际差异。<sup>⑤</sup>

本研究选择微信和微博中的公共参与行为观察分析对象，并致力于刻画70后、80后、90后在微信和微博中的关注行为差异，并从代际文化差异的角度进行解释。

## 二、数据与方法

本次分析用到的数据来自于笔者2015年8月在四川省绵阳市开展的国家社会科学基金研究课题调查，该调查选取了绵阳市区（涪城区、游仙区）、江油市和三台县作为调研区域，在四个区内采取多级抽样方式抽取样本，最终的有效样本为1102个。

样本中，男性比例为45.3%，女性比例为54.7%；未婚占25.2%，已婚占73.2%，离婚比例为1.6%；中国共产党党员占4.1%，共青团员占27.2%，群众占68.4%，民主党派人士占0.3%；未受过教育的占0.2%，小学教育程度的占4.3%，初中教育程度的占35.2%，高中教育程度的占28.5%，职高/技校/中专/中师教育程度的占12.1%，大专教育程度的占12.3%，本科教育程度7.4%，研究生以上的占0.1%。

本次分析的核心是70后、80后、90后群体在微信中关注的公众号类型差异以及在微博中所关注的对象差异。对于微信公众号类型差异，主要采取交互分析多重响应分析和序次回归分析；对于微博中所关注对象的差异，则主要采取多重相应分析和Logistic回归分析。

① Keeter S, C. Zukin, M. Andolina, et al. *The Civic and Political Health of the Nation: A Generational Portrait*, Center for Information & Research on Civic Learning & Engagement, 2002.

② 中国互联网络信息中心，《第42次中国互联网络发展状况统计报告》，2018年8月。

③ 孙黎《WeChat: 电子书写式言谈与熟人圈的公共性重构——从“微信”出发的一种互联网文化分析》，《国际新闻界》2014年第5期；谭爽、任彤《“绿色话语”生产与“绿色公共领域”建构：另类媒体的环境传播实践——基于“垃圾议题”微信公众号L的个案研究》，《中国地质大学学报（社会科学版）》，2017年第4期；柳珊：《超越孤独：微信公众号里的个人公共生活》，《探索与争鸣》，2017年第7期。

④ 方师师、李博璠、李秀玫《中生代与新生代网络关注的代际差异》，《新闻记者》2014年第12期。

⑤ 李琼《网络用语的代际差异研究》，《今传媒》2014年第5期；华昊《新生代网民的网络政治参与及其多元治理》，《南京社会科学》2016年第5期。

### 三、微信公众号关注的差异

#### (一) 微信公众号关注的数量差异

交互分析则发现,70后和80后关注的公众号数量在很大程度上普遍低于90后,尤其是70后、80后中对公众号关注个数为0的比例(分别为36.9%和38.5%)显著高于90后(24.6%)。这一差异在统计上显著( $\alpha=0.01$ )。这说明,90后更多地将公众号内容作为信息的获取来源。见表1。

表1 70后、80后、90后关注的微信公众号分布差异( $n=900$ )

		微信关注公号个数				合计
		0个	1-3个	4-9个	10个以上	
年龄分组	70后	36.9%	30.7%	35.0%	21.4%	31.1%
	80后	38.5%	42.7%	36.2%	38.5%	39.0%
	90后	24.6%	26.6%	28.8%	40.1%	29.9%
合计		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

网民所关注的领域是本文的另一个研究内容。在调查中,我们要求网民从13个选项中选出自己所关注的公众号最多位于哪一个领域。结果发现,70后、80后、90后在关注的微信公众号领域上有差异。具体来说,70后关注度最多的三个领域是健康养生(49.4%),美食/旅游(48.5%)和时政新闻(35.9%);而80后关注度最高的三个领域是美食旅游(50.5%)、健康养生(43.5%)和时政新闻(36.2%),90后关注度最高的三个领域是美食旅游(48.1%)、时政新闻(45.6%)以及笑话娱乐(35.9%)。见表2。

#### (二) 微信公众号关注的领域差异

如果我们进一步将前面的关注进行区分,则可以大致将网民的关注分为“公域”和“私域”两大部分。即我们将“时政新闻”“经济问题”“民生政策”“环境问题”“军事/历史”等问题作为典型的“公域关注”,而将“投资理财”“美食/旅游”“军事/历史”“健康/养生”“奇闻异事”“明星八卦”“笑话/娱乐”“励志/感悟”等问题作为典型的“私域”关注,则可以更加明确地发现70后、80后、90后在关注问题上的差异。

为了进行上述分析,我们首先对变量进行必要的改造。创建两个新变量,分别命名为“公域关注”和“私域关注”,并使其分别等于被访者在前述“公域”和“私域”项目的得分之和,由于在问卷调查中本身是使用二分变量来标识被访者在每个选项上的回答结果,其编码为“0-1”编码,同时调查时又限制被访者只能选择三项,因此,对公域关注和私域关注来说,这两个变量的取值都在0-3之间。采取的方法是序次回归(ordinal regression)。<sup>①</sup>具体来说,我们分别以个体对“公域”和“私域”公众号的关注数量为因变量,以世代分组变量为自变量,同时控制教育程度、性别、婚姻状况等变量,从而来拟合个体对公众号的关注情况。结果见表3。

表3中回归结果表明,和70后相比,80后、90后群体有更高的可能关注“公域”公众号。具体来看,80后群体的回归系数为0.442,其对应的发生比为1.5559,表明80后群体关注“公域”公众号的可能性比70后群体高出56%左右;而90后群体的回归系数为0.569,其对应的发生比为

① 关于序次回归的原理介绍可参阅其他教科书。

1.7665,表明90后关注“公域”公众号的可能性比70后高出77%左右。此外,从控制变量来看,性别的系数为-0.493,其对应的发生比为0.6108,表明女性群体关注“公域”公众号的可能性比男性群体低39%左右。而高等教育的作用则不显著,这表明,高等教育并不能影响人们对“公域”公众号的关注程度。同时,婚姻状况的作用也并不显著。尽管模型的整体解释度偏低(Cox & Snell仅为0.028),但这个模型可以使我们看到代际在关注“公域”公众号的差异。

表2 70后、80后、90后微信公众号关注的领域分布多重应答交互分析

		年龄分组			总计	
		70后	80后	90后		
公众号内容	时政新闻	计数	83	109	108	300
		百分比	35.9%	36.2%	45.6%	
	经济问题	计数	27	48	38	113
		百分比	11.7%	15.9%	16.0%	
	民生政策	计数	31	31	18	80
		百分比	13.4%	10.3%	7.6%	
	环境问题	计数	19	32	15	66
		百分比	8.2%	10.6%	6.3%	
	投资理财	计数	61	72	28	161
		百分比	26.4%	23.9%	11.8%	
	美食/旅游	计数	112	152	114	378
		百分比	48.5%	50.5%	48.1%	
	军事/历史	计数	30	23	25	78
		百分比	13.0%	7.6%	10.5%	
	健康/养生	计数	114	131	65	310
		百分比	49.4%	43.5%	27.4%	
	奇闻异事	计数	66	74	63	203
		百分比	28.6%	24.6%	26.6%	
	明星八卦	计数	14	53	53	120
		百分比	6.1%	17.6%	22.4%	
笑话/娱乐	计数	47	73	85	205	
	百分比	20.3%	24.3%	35.9%		
励志/感悟	计数	24	41	21	86	
	百分比	10.4%	13.6%	8.9%		
其他,请注明	计数	8	8	18	34	
	百分比	3.5%	2.7%	7.6%		
总计		计数	231	301	237	769

注:百分比和总计以响应者为基础。下同。

表3 70后、80后、90后对“公域”公众号关注的序次回归<sup>①</sup>

		估计	标准误	Wald	df	显著性	95% 置信区间	
							下限	上限
阈值	[公域关注数量 = 0]	.860	.217	15.668	1	.000	.434	1.286
	[公域关注数量 = 1]	2.257	.232	94.536	1	.000	1.802	2.712
	[公域关注数量 = 2]	3.311	.267	153.934	1	.000	2.788	3.833
位置	未接受高等教育	-.107	.173	.380	1	.538	-.446	.233
	接受过高等教育	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	女性	-.493	.142	12.001	1	.001	-.773	-.214
	男性	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	90后	.569	.246	5.362	1	.021	.087	1.050
	80后	.442	.173	6.537	1	.011	.103	.781
	70后	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	未婚	.038	.232	.027	1	.870	-.416	.492
已婚	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.	
联接函数: <i>Logit</i> 。								
a. 因为该参数为冗余的, 所以将其置为零。								
模型拟合信息								
模型	-2 对数似然值	卡方	df	显著性				
仅截距	220.173							
最终	191.531	28.642	5	.000				
伪 R 方								
<i>Cox&amp; Snell</i>				.028				
<i>Nagelkerke</i>				.035				
<i>McFadden</i>				.017				

和对“公域”公众号关注的拟合类似,表4给出了对“私域”公众号关注程度的拟合情况。结果表明,90后对“私域”公众号的关注与70后没有显著差异,其对应的系数为0.073,相应的显著度为0.736;但80后在“私域”公众号的关注上和90后具有显著的差异,其对应的系数为0.344,显著度为0.02,表明和70后比起来,80后关注“私域”公众号的可能性要高出41%左右( $\exp(0.344) = 1.4106$ )。对于这一点,笔者分析认为,80后当前处于成家立业生子的高峰,对日常生活的信息需求量更大,而大部分70后已经经历了这一阶段,大部分90后又还没有进入这一阶段,从而导致了这一差距。性别因素在“私域”公众号关注中的影响作用和“公域”公众号关注中的恰恰相反,女性群体关注“私域”公众号的可能性比男性群体高39%左右( $\exp(0.329) = 1.3896$ ),这和我们的日常经验基本吻合。高等教育在“私域”公众号的关注中的作用具有统计显著

<sup>①</sup> 为了和“70后”相比较,这里将“70后”编码为3,从而使其在模型中成为参考类。下同。

性 ( $sig. = 0.071$ )，其影响系数的大小为  $-0.283$ ，表明未受过高等教育的人关注“私域”公众号的可能性要比受过高等教育的人低 25% 左右 ( $exp(-0.283) = 0.7535$ )，这可以理解为接受高等教育的人更习惯于从他人那里获取经验。

表 4 70 后、80 后、90 后对“私域”公众号关注的序次回归

		估计	标准误	Wald	df	显著性	95% 置信区间	
							下限	上限
阈值	[私域关注数量 = 0]	.306	.195	2.467	1	.116	-.076	.689
	[私域关注数量 = 1]	.916	.197	21.644	1	.000	.530	1.303
	[私域关注数量 = 2]	1.498	.201	55.505	1	.000	1.104	1.893
位置	未接受高等教育	-.283	.157	3.250	1	.071	-.590	.025
	接受过高等教育	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	女性	.329	.126	6.779	1	.009	.081	.577
	男性	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	90 后	.073	.217	.114	1	.736	-.352	.499
	80 后	.344	.147	5.449	1	.020	.055	.632
	70 后	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	未婚	.030	.212	.020	1	.889	-.386	.445
	已婚	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
联接函数: <i>Logit</i> 。								
a. 因为该参数为冗余的，所以将其置为零。								
模型拟合信息								
模型	-2 对数似然值	卡方	df	显著性				
仅截距	248.816							
最终	231.069	17.746	5	.003				
伪 R 方								
<i>Cox 和 Snell</i>				.018				
<i>Nagelkerke</i>				.020				
<i>McFadden</i>				.008				

#### 四、微博中的关注对象

##### (一) 70 后、80 后、90 后在微博关注对象上的差异

微博中的关注体现了微博用户的兴趣。按照微博的功能设计，微博使用者所关注的对象所发的微博将显示在设置关注的微博用户的首页，从而使得设定关注的用户在第一时间了解到关注对象的信息。因为这一设计，微博在很多时候不仅仅是一个自媒体，同时也具有社交网络关系维护的作用。

表5 70后、80后、90后在微博中的关注的代际差异

			年龄分组			总计	
			70后	80后	90后		
微博中的关注	同学、同事、亲人、好友	计数	14	53	83	150	
		百分比	77.8%	96.4%	84.7%		
	影视明星、文艺或体育人士	计数	9	35	81	125	
		百分比	50.0%	63.6%	82.7%		
	学者或媒体人士	计数	4	8	22	34	
		百分比	22.2%	14.5%	22.4%		
	政界或商界的精英	计数	2	3	10	15	
		百分比	11.1%	5.5%	10.2%		
	草根名人	计数	1	12	20	33	
		百分比	5.6%	21.8%	20.4%		
	媒体官方微博	计数	10	21	43	74	
		百分比	55.6%	38.2%	43.9%		
	政府机构和组织等官方微博	计数	1	10	8	19	
		百分比	5.6%	18.2%	8.2%		
	其他各种组织机构的微博	计数	5	12	17	34	
		百分比	27.8%	21.8%	17.3%		
	总计		计数	18	55	98	171

从表5中的数据可以看到,70后、80后、90后在关注对象的分布上具有一定差异。对70后来说,关注对象提及率最高的前三位是“同学、同事、亲人、好友”“媒体官方微博”和“影视明星、文艺或体育人士”,其比例分别为77.8%、55.6%和50.0%;对80后来说,关注对象提及率最高也是这三类,但其顺序变为“同学、同事、亲人、好友”“影视明星、文艺或体育人士”和“媒体官方微博”,比例则依次为96.4%、63.6%和38.2%;90后关注前三位顺序同80后一样,比例依次为84.7%,82.7%和43.9%。表中数据反映出如下几个特点:

第一,70后、80后、90后的共同特点是对“同学、同事、亲人、好友”最高,这表明三个世代的网民均将微博作为社会网络关系维持的工具,但同时也看到,80后在“同学、同事、亲人、好友”的关注度的关注度最高,笔者认为这可能和微博推出的时间点有关联。

第二,70后、80后、90后对“媒体官方微博”的关注度有差异,相对来说,70后对“媒体官方微博”的关注度最高,而80后最低,90后居中。如果将“媒体官方微博”“政府机构和组织等官方微博”这两类微博的关注度合并考虑,则可以发现70后、80后、90后的合并提及率分别为61.2%(55.6%+5.6%)、56.4%(38.2%+18.2%)和52.1%(43.9%+8.2%),即随着世代的年轻化,对“官方”相关微博的关注度下降。

第三,70后、80后、90后对民间意见领袖的关注度有差异。相对来说,在三类民间意见领袖中,“学者或媒体人士”和“草根名人”在三个群体的提及率较高,而“政界或商界的精英”的提及率低一些。其中,70后和90后更多提及“学者或媒体人士”,而80后则最多提及“草根名人”。如果我们将这三类人士的提及率合并,则可以发现70后、80后、90后对民间意见领袖的提及率合

计比例依次为 38.9% (22.2% + 11.1% + 5.6%)、41.8% (14.5% + 5.5% + 21.8%) 和 53.0% (22.4% + 10.2% + 20.4%)，这意味着，随着世代的年轻化，对民间意见领袖的关注度逐步升高。

## (二) 对民间意见领袖的微博关注分析

为了进一步分析 70 后、80 后、90 后对民间意见领袖的关注情况，笔者此处采取一个 Logistic 回归模型来对 70 后、80 后、90 后在微博中的关注情况进行分析。模型中的因变量代表样本中对民间意见领袖的关注情况，该变量的具体构建方式是，构建一个新变量，将问卷调查中回答微博关注中含有“学者或媒体人士”“政界或商界的精英”“草根名人”这三类的样本在该变量上的取值为 1，而不含这三类中任何一类的则赋值为 0；将教育变量改造为一个二分变量（即是否接受过高等教育），将婚姻状况也改造为一个二分变量（未婚 - 已婚），并将性别、婚姻作为控制变量纳入模型。

表 6 70 后、80 后、90 后关注民间意见领袖微博的 Logistic 回归分析

	<i>B</i>	<i>S. E.</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Exp ( B)</i>
性别 (参照类 = 女性)	-.105	.332	.100	1	.751	.900
婚姻 (参照类 = 已婚)	.184	.467	.155	1	.694	1.202
年龄分组 (参照类 = 70 后)			9.280	2	.010	
90 后	2.124	.716	8.796	1	.003	8.363
80 后	1.188	.663	3.206	1	.073	3.279
是否接受高等教育 (参照类 = 接受)	-.824	.334	6.079	1	.014	.439
常量	-4.084	.673	36.856	1	.000	.017
模型汇总						
步骤	-2 对数似然值		<i>Cox &amp; Snell R 方</i>		<i>Nagelkerke R 方</i>	
1	318.743 <sup>a</sup>		.034		.123	

表 6 中的结果表明，年龄分组因素和教育程度对关注意见领袖微博的行为有显著影响。80 后关注民间意见领袖微博的可能性是 70 后的 3.3 倍左右 ( $\exp(1.188) = 3.281$ )，这一系数在  $\alpha = 0.1$  水平显著；90 后关注民间意见领袖微博的可能性是 70 后的 9.7 倍左右 ( $\exp(2.271) = 9.689$ )，这一回归系数在  $\alpha = 0.001$  水平下显著。未接受过高等教育的群体关注民间意见领袖微博的可能性则是比接受过高等教育群体低 56% 左右 ( $1 - \exp(-0.824) = 0.5613$ )，这一回归系数水平在  $\alpha = 0.05$  水平系数下显著。控制变量性别和婚姻的影响作用则不显著。

为何随着世代的年轻化，对官方媒体的关注度下降，而对民间意见领袖的关注度逐步上升？笔者认为主要原因在于近年来政府公信力下降。一项关于大学生的研究曾经指出，80 后、90 后大学生在他们接受高等教育和初入社会之际遭遇了正处于转型之中当代中国社会，由于工业化、城镇化加快推进，经济基础和社会结构剧烈变动，利益关系和利益格局深刻调整，加之自 1999 年以来的教育扩招政策之后出现的大量就业问题以及 2008 年以来的全球经济危机的影响，使得 80 后、90 后大学生群体的遭遇迥异于 70 后乃至更早时代的大学生。求职难、生活压力大是他们面临的客观现实。由此带来 80 后、90 后大学生对自我和社会现状的总体评价程度不高，近年流行语网络的“苦逼”“压力山大”等词汇正是这一现实的反映。而与此同时，80 后、90 后大学生对政府官员的评价较低，主要是认为官员不仅在能力方面有欠缺，并且在个人品德方面较差，而最差的则是为人民服务的意识



不强。<sup>①</sup> 一些网络流行语，比如说，“躲猫猫”“俯卧撑”也反映了网民对政府不信任态度。

## 五、政治效能感、代际文化差异与网络公共参与

### （一）政治效能感与代际文化差异

70后、80后、90后的网络公共参与行为的差异实际上是受到他们的政治效能感影响。政治效能感是测量政治态度的重要变量，它不仅是“当代民主理论”的核心概念，而且也是“民主政治参与理论”的重心所在。既有研究表明，政治效能感对人们的政治参与行为有着直接影响，在线政治参与行为也与政治效能感紧密相关。<sup>②</sup> 通常来说，政治效能感越高，政治参与的意愿也越高。在本项研究中，笔者用“我没有能力去影响政府的政策制定和执行”这一道题来测量了70后、80后、90后的政治效能感，结果发现在三个群体之间存在着显著差异。见表7。

表7 70后、80后、90后的政治效能感差异 (n=1102)

		[B48] 我没有能力去影响政府的政策制定和执行。						合计
		非常不同意	比较不同意	基本上不同意	基本同意	比较同意	非常同意	
年龄分组	70后	1.5%	7.0%	5.0%	21.1%	32.6%	32.8%	100.0%
	80后	2.7%	3.5%	8.0%	26.1%	28.3%	31.5%	100.0%
	90后	3.7%	4.3%	8.6%	30.5%	26.5%	26.5%	100.0%
合计		2.5%	5.0%	7.1%	25.6%	29.3%	30.5%	100.0%

从表7中可以看出，70后、80后、90后的政治效能感呈现逐渐增强的趋势。其中，70后表示“非常不同意”“比较不同意”“基本上不同意”“我没有能力去影响政府的政策制定和执行”这一陈述的比例为13.5% (1.5% + 7.0% + 5.0%)，80后为14.2% (2.7% + 3.5% + 8.0%)，而90后的这一比例则为16.6% (3.7% + 4.3% + 8.6%)，这一差异在统计上显著 ( $\alpha = 0.01$ ，此处省略了卡方检验的输出内容)。这表明，90后相对来说有着更强的政治效能感。这也正是90后在微信中有着更高的公共关注的原因。

### （二）70后、80后、90后的代际文化差异

代际文化称“世代文化”，是以代际作为群体划分标准的一种亚文化。按照生命历程理论的理解，在同一个时期内出生的人，因其出生时代背景相似，受教育状况相近，故会在价值观、行为方式和生活态度等方面呈现出一些具有代表性的特征。当代中国的70后、80后、90后成长于不同的年代，一些关键性的社会事件出现在他们不同的成长时点，从而使得他们的观念和行为模式具有明显的差异。为什么90后的政治效能感强于70后和80后？对这一问题的回答实际上可以从70后、80后、90后的生命历程中寻找答案。

从70后的成长经历看，总体上，70后成长的时代是计划经济时期以及从计划经济向市场经济转轨的时期，物质产品相对匮乏，社会流动较慢，文化变动速率不高，社会正在逐渐走向开放，新的观念和思想开始传入，但传统保守的观念和力量依然具有较大的影响。70后在青少年时期接受了较

<sup>①</sup> 赵联飞，《80后、90后大学生的社会政治态度——基于12所高校学生调查结果的分析》，《社会蓝皮书》中国社会科学文献出版社2012年版，236-248页。

<sup>②</sup> 周翔、刘欣、程晓璇《微博用户公共事件参与的因素探索——基于政治效能感与社会资本的分析》，《江淮论坛》2014年第3期；胡荣《中国人的政治效能感、政治参与和警察信任》，《社会学研究》2015年第1期。

为正统的社会主义价值观和中国传统文化的教育,属于在“前喻文化”下成长的一代,而在1985年之后,70后又接受了西方文化引入的全方位冲击,从而在70后群体中可以观察到深刻的价值观冲突的矛盾。在这一背景下成长起来的70后,有现实主义的追求,但也有理想主义的情怀,有对自由主义的信奉,但也带有保守主义的烙印。在政治态度上,70后是具有理想主义却又无可奈何的一代。上述的70后这种思想状况投射到网络参与行为上就表现为,他们在网络上有参与,热衷于论坛,但大部分会选择远离政治,将关注中心放在个体的日常生活之中。这也是为什么70后对微信“公域”公众号关注度较低的原因。另外,70后的保守主义倾向也使得他们更为关注“官方”的意见。

80后是中国改革开放之后出生的第一代,80后的童年生活比70后相对富足,所受教育比70后更加开放,经历的是一个社会空前活跃的时期,因此与上一代相比他们更加灵活、开放、个体化。80后被称作为当代中国最“苦”的一代,这主要是从社会制度的变革角度来谈的,80后在教育、就业和住房政策上都是第一批遭遇新政的对象,从而使得他们在教育、就业、住房等多方面承受改革的压力。而从思想文化上来看,80后和70后不同之处在他们出生之时,许多传统的东西已经在中国社会中渐行渐远,而新的传统尚未建立起来,前喻文化的影响在80后那里逐渐式微,更多的是一种互喻文化。对80后来说,“一切坚固的东西都已经烟消云散了”。<sup>①</sup>在1990年代末,以搜狐、新浪、网易三大门户网站以及腾讯即时通讯为代表的互联网应用相继出现,此时正值80后的青少年期(10-19岁)。互联网自身所具有的开放、去中心等特点和80后中流行的互喻文化存在潜在的亲和性,从而,互联网成了80后成长的重要伙伴,并作为新的文化传媒对80后产生了巨大的影响。

90后出生的年代是中国经济高速发展时期。从90后成长的具体过程看,当他们在儿童时期的时候,南巡讲话已经发表,市场经济已经基本确立,中国变得更加开放。因此,90后和70后、80后的一个重要差别在于他们从一出生就在市场经济的传统之下,不仅物质条件相对丰富,而且在底层价值观上更为偏向于市场经济。如果说,对70后来说是很多东西还没有烟消云散,对80后来说是“一切坚固的东西都已经烟消云散了”,那么对90后来说,则是在“一切坚固的东西都已经烟消云散了”的同时出现了另外一些逐渐变得“坚固”的东西。对90后来说,一个巨大的社会变革是社会阶层基本固化。<sup>②</sup>如果说,70后处于当代中国社会结构变动的初期,那么80后是处于社会结构变动的中期,90后则必须面对一个相对固化的社会结构。在上述历史背景下,90后的心态发生了微妙的变化。一方面,在个人的日常生活中,以“小确幸”“丧文化”“佛系”为代表的文化悄然出现,反映到互联网参与上是他们更加关注娱乐和消费;另一方面,在涉及公共事务的问题上,90后既没有70后的沉重,也没有80后的失意和彷徨,他们对中国的未来充满希望,这使得他们更乐于参与公共事务。

(作者单位:中国社会科学院社会学研究所,北京100732)

(责任编辑:孙菲)

<sup>①</sup> “一切坚固的东西都已经烟消云散了”语自《共产党宣言》。美国社会学家马歇尔·伯曼(Marshall Berman)以其为论著书名。参见马歇尔·伯曼《一切坚固的东西都已经烟消云散了》,商务印书馆2003年版。

<sup>②</sup> 杨文伟《阶层固化的负面效应及其出路》,《中共中央党校学报》2015年第1期;张乐、张翼《精英阶层再生产与阶层固化程度——以青年的职业地位获得为例》,《青年研究》2012年第1期。