

媒介信息对环境风险感知的影响研究

李丽丽 颜其松 王星月
重庆科技大学法政与经贸学院
DOI:10.12238/ej.v7i5.1534

[摘要] 居民对环境风险的感知与实际环境风险之间常有偏差,分析偏差的形成原因对引导居民形成科学的环境风险感知和建设绿色社会至关重要。媒介作为绿色发展理念的主要传播载体,有必要研究其对居民环境风险感知的影响机制。本文基于CGSS2021数据,构建有调节的中介模型,研究发现传统媒介与网络媒介均正向影响居民环境风险感知,但网络媒介推动作用更大。环境价值观在其中起完全中介作用,而环境治理评价则正向调节这一中介效应。为缩小感知偏差、提升公众环境满意度,需加强环境风险信息传播的管理、强化环境治理水平与公信力建设、在推进生态文明建设中提升居民环境认知水平。本研究的创新在于超越传统的风险社会放大框架局限,引入环境治理评价、环境价值观等变量,为绿色发展传播与环境风险感知的研究提供新视角。

[关键词] 风险感知; 媒介信息; 环境价值观; 环境治理评价

中图分类号: G206.2 **文献标识码:** A

Amplification or attenuation: An investigation of the influence of media information on environmental risk perception.

Lili Li Qisong Yan Xingyue Wang

School of Law, Politics and Economics, Chongqing University of Science and Technology

[Abstract] The perception of environmental risks among residents often deviates from the actual risks. It is crucial to analyze the causes of these deviations in order to guide residents towards forming a more scientific perception of environmental risks and ultimately contribute to the establishment of a green society. As the primary vehicle for communicating the concept of green development, it is essential to examine the mechanism through which media influences residents' perceptions of environmental risks. Drawing on data from CGSS2021, this study constructs a moderated intermediary model and finds that both traditional media and online media have a positive impact on residents' perception of environmental risks, with online media playing a particularly significant role in promoting such awareness. Environmental values act as a complete mediator, while evaluation of environmental governance positively moderates this mediating effect. In order to mitigate perceptual biases and enhance public satisfaction with their environment, it is imperative to strengthen management over the dissemination of information related to environmental risk, elevate levels of environmental governance and credibility building, as well as enhance residents' understanding about their environment in support for ecological civilization construction. This study's innovation lies in surpassing traditional frameworks associated with risk society amplification by introducing variables like assessment on environmental governance and values related to environment while offering new perspectives for studying communication regarding green development and perceptions surrounding environmental risk.

[Key words] risk perception; Media information; Environmental values; Environmental governance assessment

引言

随着我国绿色社会持续的推进,各级党委和政府对环境治理工作愈加重视,环境治理取得一定成效。2021年全国有218个城市的环境空气质量达标,占比达64.4%,与2016年相比上升了

39.5%。但在环境质量持续向好的同时,与环境污染相关的投诉却呈现上升趋势。2021年,全国生态环境部门共受理44万余件居民举报信息,比2016年上升69.2%^[1],这表明环境治理成效持续提升与居民的环境污染投诉量之间存在反差,这一现象值得研

究。以往研究已指出居民对环境污染造成的风险感知越强,其越可能针对环境污染进行投诉^[2]。若公共部门披露的环境信息与居民实际感受存在明显差异时,可能会降低居民对环境治理的信心,甚至产生不信任,影响社会稳定^[3]。对居民环境风险感知建构机制的理解,有助于规避环境风险对社会秩序的负面影响,引导居民形成理性的环境风险感知。

以往研究主要用风险社会放大框架来解释居民的风险感知现象,侧重于对突发事件^[4]、环境舆情^[5]等风险信息的传播机制进行分析。一些研究表明,媒介信息能影响人们对社会的认知和态度,进而形塑人们对绿色发展的价值评价^[6]。不同媒介对人们环境价值观的影响会有差异^[7],这种差异是否会带来差异性的环境风险感知呢?这有待进一步的研究。同时,以往研究更多是从传播学和社会学角度对环境风险感知进行分析,而将公共部门的管理因素悬置。而公共部门作为生态环境管理的主体,对其环境治理水平的评价不同,媒介信息对居民环境价值观和环境行为的影响可能存在差异。针对上述问题,本文基于风险社会放大框架,以环境治理评价为调节变量,环境价值观为中介变量,探讨媒介信息对居民环境风险感知的影响是放大了还是消减了?

1 文献综述与研究假设

1.1 媒介信息对环境风险感知的影响

信息媒介是传播风险信息的主要载体,其传播的信息内容也是人们建构环境风险感知的主要渠道。从总体上来看,无论是使用传统媒介还是网络媒介,使用信息媒介越多的居民,其往往表现为对媒介信息的信任度越高,媒介信息的影响也就更深刻,因此他们对环境风险的感知程度越强^[8]。但传统媒介与网络媒介对居民环境风险感知的影响存在差异。一是二者的影响强弱存在差异,虽然二者都对居民的环境风险感知有正向影响,但与传统媒介信息相比,网络媒介信息的报道量更大,对人们环境风险感知的影响更强^[9]。二是二者的影响路径存在差异,传统媒介对居民风险感知既可以通过直接路径,也可以通过间接路径产生影响^[10],而网络媒介仅通过间接路径对风险感知产生影响^[11]。此外,虽然部分研究结论认为传统媒介能消减居民的环境风险感知,但那往往是对突发事件的环境风险感知^[12]。对非突发的环境风险,传统媒介信息与网络媒介信息对居民的环境风险感知都是正向影响,但网络媒介的影响更大。基于此,得出本文第一个假设。

假设1:传统媒介信息与网络媒介信息对居民的环境风险感知都有正向影响,但网络媒介信息对居民环境风险感知的影响更大。

1.2 环境价值观对环境风险感知的影响

从既有研究看,大部分学者都认为环境价值观能够对居民环境风险感知产生显著影响。如Stern提出价值观—信念—规范理论(VBN理论),将环境价值观划分为利己价值观、利他价值观和生态价值观三个维度,发现不同的环境价值观是影响后果意识的直接因素^[13]。在此基础上,学者们将VBN理论与目标框架理论^[14]、自我决定理论^[15]、计划行为理论^[16]等理论融合去研究个

体价值观对其环境风险感知的作用机理,均发现前者会直接影响后者。除此之外,还有学者探讨了居民面临环境风险时的应对机制,发现环境价值观在风险认知转化过程中起到放大作用^[17]。综上所述,以往研究大多是在微观上探讨环境价值观与环境风险感知之间的关系,缺少在风险社会放大框架这一宏观的理论下去研究两者之间的联系。而根据上述分析我们可以推断出,积极的环境价值观可能会增强个体对环境问题的关注和认识,从而增加他们对环境风险的感知。推论出本文的第二个假设:

假设2:居民的环境价值观越强,其环境风险感知水平可能也会越高。

1.3 媒介信息、环境价值观与环境风险感知

媒介信息还会通过环境价值观间接影响环境风险感知。首先,媒介信息是塑造和影响个人环境价值观方面的重要途径。通过阅读、观看或听闻与环境相关的信息,居民不仅增加了对环境问题的了解,还可能形成独特的理解和环境价值观,进而影响他们的环境风险感知^[18]。其次,以往研究虽然提出了“放大论”与“消减论”两种观点,但它们在一点上达成共识:媒介信息通过影响居民的环境价值观,改变他们对环境问题的认知和态度。^{[19][20]}虽然以往的研究较少专门探讨媒介信息、环境价值观与环境风险感知三者的关系,但结合前面的分析可以得出媒介信息对居民的环境风险感知有影响,提出本文的假设3与假设4。

假设3:环境价值观在传统媒介信息与居民环境风险感知间起着中介作用。

假设4:环境价值观在网络媒介信息与居民环境风险感知间起着中介作用。

1.4 环境治理评价的调节效应

环境治理评价是指居民对公共部门的工作能力、效率和态度的主观情感评价^[21]。在我国,居民对于行政部门的评价普遍较高^[22]。因此,环境治理评价对于培养居民的环境价值观发挥着重要的“引导”作用。一方面,居民获取媒介信息实质上属于居民参与^[23],由于参与的类型、方式与过程存在差异,居民的环境治理评价也将呈现差异化的特征^[24]。另一方面,居民环境价值观属于个体价值观的层次,与个体行为相比,媒介信息对环境价值观的影响过程更容易受到其他因素的影响^[25]。同时,由于环境治理评价具有“引导”作用,因此,在个体意识层面,它可以对媒介信息所发挥的作用产生影响。结合上述分析,提出本文的第五个假设。

假设5:环境治理评价正向调节媒介信息与环境价值观之间的关系,即环境治理评价越强,媒介信息对居民环境价值观的促进作用越大。

基于假设3、假设4和假设5所表达的关系,借鉴温忠麟和叶宝娟^[26]的观点,当中介路径的其中半段具有调节效应时,该中介路径也可能被调节,进一步表现为有调节的中介模型。具体而言,环境价值观中介媒介信息对环境风险感知的影响,但该中介效应的大小取决于环境治理评价刺激的强弱。即当进行强环境

治理评价刺激时,传统媒介信息或网络媒介信息经由环境价值观对居民环境风险感知的间接效应可能会增强。基于以上分析,得出本文的假设6和假设7。

假设6:环境治理评价正向调节环境价值观在传统媒介信息和居民环境风险感知之间的中介效应,即环境治理评价越强,环境价值观的中介效应越大。

假设7:环境治理评价正向调节环境价值观在网络媒介信息和居民环境风险感知之间的中介效应,即环境治理评价越强,环境价值观的中介效应越大。

基于以上假设,本文构建了媒介信息对居民环境风险感知的分析框架图,如图1所示:

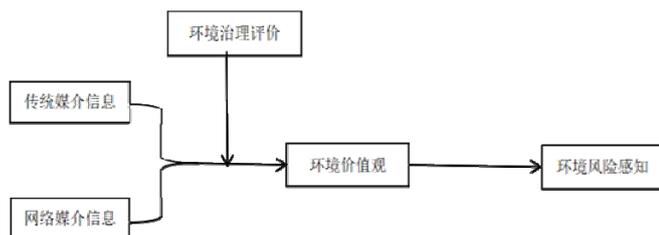


图1 媒介信息对居民环境风险感知的分析框架

2 数据来源、变量测量与分析方法

2.1 数据来源

本文采用的数据来源于中国人民大学中国调查与数据中心于2021年主持的“中国综合社会调查”项目,即CGSS2021。该项目的抽样方法采用多阶段分层抽样,调查对象覆盖28个省份,491个乡镇/居民委员会,最终获得了8148份有效问卷。CGSS问卷分为核心模块和专题模块,其中专题模块只针对部分受访者进行调查,本文所使用环境模块数据共包含2741位受访者。

2.2 变量测量

2.2.1 因变量

环境风险感知是本文的因变量。CGSS2021问卷调查了居民对空气污染、水污染、土壤污染、噪声污染、工业垃圾污染、生活垃圾污染、建筑装饰污染的环境风险感知情况。这7个方面的选项都包括“没有该问题”到“很严重”6个选项,分别赋值0—5。得分越高,表示居民环境风险感知越强。7个题项的KMO值为0.9512($p < 0.001$),Cronbach's α 系数为0.910。通过主成分分析将7个题项合成为1个综合的环境风险感知因子,该值越大,说明居民的环境风险感知越强。

2.2.2 自变量

媒介信息是本文的自变量,借鉴以往相关研究^{[27][28]},本文将媒介信息操作化为“使用媒介的频率”。CGSS2021问卷中对媒介信息的测量题项为“过去一年,您对以下媒介的使用情况是?”媒介包括报纸、杂志、广播、互联网(包括手机上网)和手机定制消息共计5种。使用频率的选项包括“从不”到“非常频繁”5个选项,分别赋值1—5。5个题项的KMO值为0.6149($p < 0.001$)。通过主成分分析法将前三种媒介和后两种媒介的使用频率分别综合为传统媒介信息和网络媒介信息。两类信息媒介的Cronbach's

α 系数分别为0.6505和0.5346。综合后的两个因子值越大,说明居民使用该类媒介越多。

2.2.3 中介变量

环境价值观为本文的中介变量,CGSS2021问卷中对环境价值观的测量包括“目前的人口总量正在接近地球能够承受的极限”等15个题项,每个题项都有5个选项,包括“完全不同意”到“完全同意”。^①这15个题项的KMO值为0.8278($p < 0.001$)。通过探索性因子分析,发现正向措辞和反向措辞的题项分属两个不同因子,以往学者建议只保留正向措辞的题项进行主成分分析^[29]。正向措辞的8个题项的Cronbach's α 系数为0.7469。采用主成分分析生成了环境价值观因子,其值越大,表明居民的生态主义环境价值观越强烈。

2.2.4 调节变量

环境治理评价是本文的调节变量。参考以往学者的相关研究^[30],利用CGSS2021问卷中“在解决中国国内环境问题方面,您认为近五年来,中央政府做得怎么样?”一题来测量环境治理评价。选项从“片面发展经济,忽视环境保护工作”到“取得了很大的成绩”共5个,分别编码为1—5,数值越大表示居民对公共部门环境保护工作的评价越高。

2.2.5 控制变量

本文将性别、年龄、受教育程度和政治面貌共4个变量作为控制变量。

2.3 描述性统计分析

表1是对主要变量的描述性分析结果。结果显示,居民使用网络媒介的频率高于传统媒介,居民的生态主义环境价值观与居民对环境治理评价都较高。问卷涵盖了不同年龄、性别、职业、收入等各个方面的样本,说明代表性较好。

变量	均值	标准误	最小值	最大值	样本量
因变量					
环境风险感知	14.11	7.91	0	35	2735
自变量					
传统媒介信息	5.04	2.18	3	15	2741
网络媒介信息	5.34	2.53	2	10	2741
环境价值观	28.36	4.88	8	40	2741
环境治理评价	4.07	0.85	1	5	2741
控制变量					
性别(男=1)	0.46	0.50	0	1	2741
年龄	51.6	17.6	18	94	2741
受教育程度	9.32	4.67	0	19	2735
政治面貌	1.32	0.68	1	3	2741

注:为更直观地呈现这些变量的分布情况,此表汇总的是这类变量原始得分加总后的平均数和标准差,后文的回归分析和路径分析将采用对这类变量进行主成分分析生成的数值。

2.4 统计分析方法

本文首先采用多元线性回归分析方法，分析媒介信息、环境价值观对居民环境风险感知的影响。其次借鉴以往研究的做法^[31]，在Stata软件中采用knb命令，做有调节的中介效应分析，探讨媒介信息影响居民环境风险感知的过程，环境价值观的中介作用和环境治理评价的调节效应。具体模型构建如下：

$$Y=c_0+cX+e1..... (1)$$

$$M=a_0+a_1X+a_2W+a_3XW+e2..... (2)$$

$$Y=b_0+b_1M+c'X+e3..... (3)$$

公式(1)—(3)中，Y为居民环境风险感知，X为媒介信息，M为中介变量环境价值观，W为调节变量环境治理评价。a, b, c, c', d, e为待估计系数，e1、e2、e3为随机误差项。公式(1)中的c是媒介信息对居民环境风险感知的总效应，公式(2)中的a₁是媒介信息对环境价值观的影响系数，a₂是环境治理评价对环境价值观的影响系数，a₃是环境治理评价调节媒介信息与环境价值观关系的系数。公式(3)中的b₁是环境价值观对居民环境风险感知的影响系数，c'是媒介信息对居民环境风险感知的直接效应。

3 分析结果

3.1 媒介信息的主效应检验

本研究采用多元线性回归模型分析媒介信息对环境风险感知的影响，结果如表2所示。模型1是基准模型。模型2的结果显示，传统媒介信息对居民环境风险感知有显著正向影响(b=0.040, p<0.05)，网络媒介信息对居民环境风险感知也有显著正向影响(b=0.047, p<0.05)，且网络媒介信息对居民环境风险感知的影响大于传统媒介信息，假设1得到验证。模型3的分析结果显示，环境价值观对居民环境风险感知有显著影响(b=0.114, p<0.001)，假设2得到检验。模型4的结果显示，传统媒介(b=0.037, p<0.1)和网络媒介(b=0.171, p<0.001)都对居民的环境价值观有显著正向影响。模型5的结果显示，传统媒介对居民环境风险感知依然有显著影响(b=0.036, p<0.1)，但网络媒介对居民环境风险感知的影响变得不显著(b=0.028, p>0.1)，环境价值观对居民环境风险感知的影响依然显著(b=0.109, p<0.001)。以上分析表示环境价值观可能在媒介信息对居民环境风险感知的影响中发挥中介作用。

3.2 环境价值观的中介效应检验

从表2可以看出总效应与直接效应，此处只进行间接效应检验。由表3的路径系数结果可知，当环境价值观作为传统媒介与环境风险感知的中介变量时，传统媒介对环境风险感知的间接影响不显著(b=0.004, p>0.1)。当环境价值观作为网络媒介与环境风险感知的中介变量时，网络媒介对环境风险感知的间接影响显著(b=0.019, p<0.001)。综上所述，环境价值观在传统媒介对居民环境风险感知的影响中的中介作用不显著，假设3未得到验证，环境价值观在网络媒介对居民环境风险感知的影响中发挥着完全中介的作用，假设4得到证实。

表2 主要变量的多元回归分析

	环境风险感	环境风险	环境风险感	环境价值	环境风险感
	知	感知	知	观	知
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5
性别 (男=1)	-0.105** (0.038)	-0.105** (0.038)	-0.113** (0.038)	0.078* (0.036)	-0.114*(0.038)
年龄	-0.081** (0.013)	-0.074** (0.014)	-0.073** (0.013)	-0.027* (0.013)	-0.071** (0.014)
教育水平	0.035** (0.005)	0.029** (0.005)	0.028** (0.005)	0.047** (0.005)	0.024** (0.006)
政治面貌	-0.002 (0.029)	-0.011 (0.029)	-0.007 (0.029)	0.033 (0.028)	-0.015 (0.029)
传统媒介信息		0.040* (0.020)		0.037 (0.019)	0.036 (0.020)
网络媒介信息		0.047* (0.023)		0.171** (0.022)	0.028 (0.023)
环境价值观			0.114** (0.020)		0.109** (0.020)
常数	0.139 (0.098)	0.168 (0.104)	0.176* (0.098)	-0.384** (0.099)	0.210* (0.103)
N	2735	2735	2735	2735	2735
R ²	0.073	0.076	0.084	0.156	0.086
P	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

注：括弧里的数据为标准误。+p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001。

3.3 环境治理评价的调节效应检验

表3 间接效应检验

效应名	效应值 标准误 P值			置信度 95%的上下限	
				下限	上限
间接效应 (a*b)					
传统媒介→环境价值观→环境风险感知	0.00	0.00	0.21	-0.002	0.010
网络媒介→环境价值观→环境风险感知	0.01	0.00	0.00	0.009	0.028

图2绘制了环境治理评价对媒介信息与环境价值观关系的调节图。^②在传统媒介与环境价值观的关系中(左图)，当环境治理评价较弱时，传统媒介信息对环境价值观有负向的抑制作用。

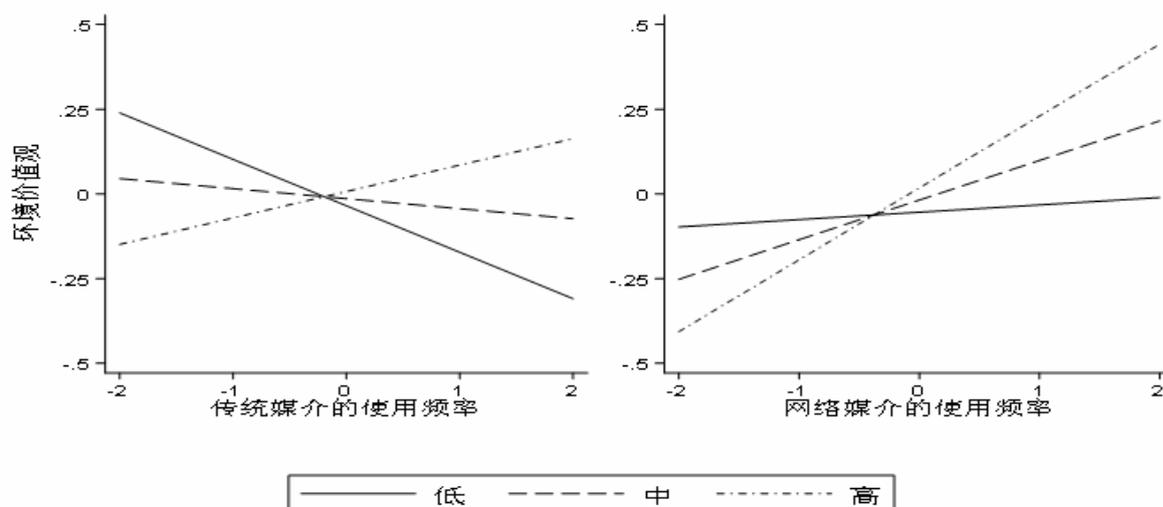


表4 有调节的中介效应检验结果

环境治理评价	有调节的中介效应 (b)	S.E.	P	置信度 95%的上下限	
				下限	上限
传统媒介→环境价值观→环境风险感知					
低环境治理评价	-0.001	0.003	0.778	-0.006	0.005
中等环境治理评价	0.004	0.002	0.060	0.000	0.008
高环境治理评价	0.009	0.003	0.006	0.003	0.015
网络媒介→环境价值观→环境风险感知					
低环境治理评价	0.014	0.004	0.000	0.006	0.022
中等环境治理评价	0.018	0.004	0.000	0.010	0.027
高环境治理评价	0.023	0.005	0.000	0.013	0.033

当环境治理评价较高时,传统媒介信息对居民环境价值观的有正向的促进作用。在网络媒介与环境价值观的关系中(右图),无论环境治理评价的强弱程度如何,网络媒介信息对环境价值观都有促进作用,而且随着环境治理评价的增强,网络媒介信息对居民环境价值观的促进作用也会不断增强,综上所述,假设5得到验证。

3.4 有调节的中介效应检验

如表4所示,在传统媒介信息→环境价值观→环境风险感知路径中,在低环境治理评价的影响下,环境价值观的中介效应不显著($b=-0.001, P>0.1$),在中等强度的环境治理评价的影响下,环境价值观有较强的中介效应($b=0.004, P<0.1$),在高强度的环境治理评价的影响下,环境价值观有更高的中介效应($b=0.009, P<0.05$)。因此可以认为,随着环境治理评价的增强,环境价值观在

传统媒介信息与居民环境风险感知之间的中介作用也越来越强,假设6得到检验。

在网络媒介信息→环境价值观→环境风险感知路径中,在低环境治理评价的影响下,环境价值观有显著的正向中介作用($b=0.014, P<0.001$),在中等强度的环境治理评价的影响下,环境价值观的中介效应显著且有所增加($b=0.018, P<0.001$),在高强度的环境治理评价的影响下,环境价值观的中介效应变得更强($b=0.023, P<0.001$)。由此得知,环境治理评价正向调节了环境价值观在网络媒介信息与居民环境风险感知之间的中介作用,假设7得到检验。

4 结论与建议

4.1 结论

本研究采用CGSS2021数据,基于风险社会放大框架视角,分析了媒介信息和环境价值观对居民环境风险感知的影响。本研究的创新在于超越传统的风险社会放大框架局限,引入环境治理评价、环境价值观等变量,探讨媒介信息对环境感知的影响差异,为利用媒介有效引导居民形成科学环境风险感知提供了依据。

通过上述分析,得出如下三点主要结论:

(1)随着风险社会放大框架的演进,风险的社会建构路径呈现了新的维度:风险不仅可以被“放大”,还可能被“缩小”^[32]。在我国绿色社会发展的背景下,尽管民众环保意识提升,但主观环境风险感知与客观环境差距不大,这反映出居民的环境风险感知可能受到多种机制的影响。

(2)媒介在环境风险信息的传播中扮演关键角色。网络媒介因其快速、广泛和互动的特点而更具影响力^[33],这种影响机制可能涉及信息的选择性接触、解释和记忆等过程,导致居民对环境风险的感知受到媒介塑造的影响^[34]。环境价值观作为中介变量,在这一过程中起到桥梁作用,连接媒介信息与居民环境风险感知,揭示了媒介和环境价值观共同塑造了人们的绿色发展观和环境行为。

(3)环境治理评价在居民环境认知上发挥“引导”效应。公共部门肩负着生态环境管理的首要职责,在环境风险管理中起着重要作用。环境治理评价作为个体环境价值观的重要影响因素,对居民的环境认知具有显著的“引导”效应。

4.2 建议

4.2.1 加强环境风险信息传播与管理

优化信息传播渠道,特别是借助互联网等新兴媒介,确保环境风险信息的准确、及时和全面传播。同时,提升信息传播的互动性和参与性,积极鼓励居民参与讨论和反馈,形成信息的双向流通机制,从而增强信息的有效性、针对性和权威性。

4.2.2 强化环境治理水平与公信力建设

环保机构需进一步提升环境治理水平,有效应对各类环境风险,以实际行动消除居民疑虑,增强公共部门在环境问题上的公信力和执行力。同时,加强环保工作的透明度,让居民了解环保工作进展和成效,从而进一步增进环境治理部门与居民之间的信任,提升居民对公共部门环境治理工作的评价。

4.2.3 在推进生态文明建设中提升居民环境认知水平

在大力推进生态文明建设时,应高度重视对居民环境认知水平的提升。通过科普宣传、教育活动等多种形式,增强居民环保意识,引导其形成正确的环境风险感知,促进居民环境认知水平的提升。

[基金项目]

教育部人文社会科学研究青年基金项目(编号:20YJC840034);重庆科技大学研究生创新计划项目(编号:YKJCX2321006)。

[参考文献]

[1]中华人民共和国生态环境部<https://www.mee.gov.cn>.

[2]Bałasha A M, Peša I. “They polluted our crop fields and

our rivers, they killed us”:Farmers’ complaints about mining pollution in the Katangese Copperbelt[J].*Helijon*,2023,9(4).

[3]李兆东,李雪颖.环境治理、信任危机与资源环境审计[J].*财会月刊*,2021,(10):108-114.

[4]刘碧玉.突发事件的网络舆情演化机制——基于风险社会放大框架的分析[J].*苏盐科技*,2019,046(003):111-112,123.

[5]辛方坤.基于风险社会放大框架理论的邻避舆情传播[J].*情报杂志*,2018,37(3):7.

[6]石志恒,晋荣荣,慕宏杰.基于媒体教育功能视角下农民亲环境行为研究——环境知识、价值观的中介效应分析[J].*干旱区资源与环境*,2018,32(10):76-81.

[7]岳筱宁.核心价值观不同传播方式的特征[J].*人民论坛*,2016,(20):120-122.

[8]潘明明.环境新闻报道促进农村居民垃圾分类了吗?——基于豫、鄂、皖三省调研数据的实证研究[J].*干旱区资源与环境*,2021,35(01):21-28.

[9]万仞雪,袁益.媒体使用与环境风险感知:政治信任的“双路径”中介效应分析[J].*复印报刊资料:社会学*,2022,(10):14.

[10]张杰,聂茜.风险网络:作为非行动者的媒体与社会风险的生成[J].*新闻界*,2023,(01):57-65.

[11]王晓楠,周林意.新媒体影响力对雾霾风险感知的作用机制[J].*北京理工大学学报(社会科学版)*,2020,22(02):41-49.

[12]王晓楠.雾霾风险感知对应对行为的影响机制研究[J].*中国应急管理科学*,2022,(09):55-70.

[13]Stern PC. New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior[J]. *Journal of social issues*,2000,56(3):407-424.

[14]Liobikienė G, Juknys R. The role of values, environmental risk perception, awareness of consequences, and willingness to assume responsibility for environmentally-friendly behaviour: The Lithuanian case[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2016,112:3413-3422.

[15]冯雪.环境价值观对旅游者亲环境行为的影响研究[D].导师:李莺莉.中南财经政法大学,2020.

[16]张园圆,杨晨钰婧,耿丽丽,等.环境价值观影响家庭农场低碳生产行为的机理分析——基于TPB-VBN整合模型[J].*北京林业大学学报(社会科学版)*,2023,22(03):64-75.

[17]Gao S, Li W, Ling S, et al. An empirical study on the influence path of environmental risk perception on behavioral responses in China[J]. *International journal of environmental research and public health*,2019,16(16):2856.

[18]石志恒,晋荣荣,慕宏杰.基于媒体教育功能视角下农民亲环境行为研究——环境知识、价值观的中介效应分析[J].*干旱区资源与环境*,2018,32(10):76-81.

[19]何地.基于风险社会放大框架下的社交媒体使用对公众风险感知的影响研究[J].*新闻界*,2016,(18):8.

- [20] Bearth A, Siegrist M. The social amplification of risk framework: A normative perspective on trust?[J]. Risk Analysis, 2022,42(7):1381-1392.
- [21] 黄岚. 基于政府效能感知和互联网中介的政府信任生成逻辑研究[D]. 云南大学, 2022.
- [22] 苏毓淞, 汤峰, 褚向磊. 全面从严治党何以提升中国民众的政治信心——来自CSGS2015的实证证据[J]. 治理研究, 2021,37(02):26-38.
- [23] 黄荣贵. 互联网与抗争行动: 理论模型、中国经验及研究进展[J]. 社会, 2010,30(02):178-197.
- [24] 金炜玲, 孟天广. 公众参与、政治价值观与公众感知的政府质量——基于2015年中国城市治理调查数据[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021,(01):44-57.
- [25] 薛可, 王丽丽, 余明阳. 社交媒体的媒体行为对受众风险感知的影响研究——以古雷半岛PX项目爆炸事件为例[J]. 新闻大学, 2015,(06):101-107.
- [26] 温忠麟, 叶宝娟. 有调节的中介模型检验方法: 竞争还是替补?[J]. 心理学报, 2014,46(05):714-726.
- [27] 包智明, 颜其松. 人口流动、信息媒体与公众环境知识[J]. 社会发展研究, 2022,9(02):193-208+246.
- [28] Jang S M, Mckeever B W, Mckeever R, et al. From Social Media to Mainstream News: The Information Flow of the Vaccine-Autism Controversy in the US, Canada, and the UK[J]. Health Commun, 2019(1).
- [29] 洪大用, 肖晨阳. 环境友好的社会基础[M]. 中国人民大学出版社: 2012.311.
- [30] 师硕, 郑逸芳, 黄森慰. 城市居民环境友好行为的影响因素[J]. 城市问题, 2017,(05):81-88.
- [31] 汪兴东, 宋汶璐, 刘庚. 预期情感、生态认知与农村居民生活垃圾分类行为[J]. 干旱区资源与环境, 2023,37(08):68-75.
- [32] Larson H J, Lin L, Goble R. Vaccines and the social amplification of risk[J]. Risk Analysis, 2022,42(7):1409-1422.
- [33] Babutsidze Z, Blankenberg A K, Chai A. The effect of traditional media consumption and internet use on environmental attitudes in Europe[J]. Journal of Evolutionary Economics, 2023:1-32.
- [34] Mackay C M L, Schmitt M T, Lutz A E, et al. Recent developments in the social identity approach to the psychology of climate change[J]. Current Opinion in Psychology, 2021,42:95-101.

作者简介:

李丽丽(1997--), 女, 汉族, 四川内江人, 硕士研究生, 从事区域经济与环境治理研究。

通讯作者:

颜其松, 博士, 讲师, 研究方向: 环境社会学、人口与健康。