

社会经济地位、环保效能感 与公众环境治理责任认知

邢敏慧¹, 张航²

(1. 武汉大学 社会学院, 湖北 武汉 430072; 2. 华中师范大学 中国农村研究院, 湖北 武汉 430079)

摘要:基于全国CGSS数据,构建公众环境治理责任认知影响因素的分析框架,利用Mlogit模型检验社会经济地位、环保效能感对公众环境治理责任认知的影响机制。结果发现,公众环境治理责任认知处于较低水平,其更多地将环境治理视为他者而非自身责任;经济因素和教育水平对公众环境治理责任认知分别发挥抑制和促进作用;环保效能感和环境污染感知对公众环境治理责任认知具有显著积极影响;相较于老一代、农民而言,新一代、市民的环境治理责任认知较高;与传统媒体相反,新型媒体接触能有效促进公众环境治理责任认知的增强。基于此,文章提出政府既要履行好应有职能又要发挥好引导作用,借助加强公众环境治理宣传教育、下沉环保治理单元、促进传统媒体功能转型来激发重点群体环境治理责任认知。

关键词:社会经济地位;环保效能感;环保责任主体;Mlogit

中图分类号:X324

文献标志码:A

文章编号:1674-8638(2020)06-0054-08

一、问题提出与文献综述

近年来,更大规模、更多种类、更为严重、更复杂的环境问题越来越多地出现在人们的日常生活中,成为迈向美好生活的拦路虎。正是基于对环境现状的深刻认识和科学把握,党的十九大报告指出,要“构建政府为主导、企业为主体、社会组织 and 公众共同参与的环境治理体系”^[1]。从治理结构上看,公众参与是环境制度科学化的必要条件,是环境治理体系中必不可少的组成部分;从治理伦理上看,由于公民环境身份的具备,按照权责对等原则,公民应承担环境责任伦理;从治理绩效上看,在环境治理中政府和市场的作用并不是

万能的,治理“死角”需要公众参与来弥补。但目前公众的参与现状却不容乐观,呈现出公众不动^[2]、隔离型自保^[3]、无序参与^[4]等特征。如何打破参与“瓶颈”,使公众更为主动、持续、广泛、积极地参与环境治理,与政府、市场形成环境治理合力成为当务之急。

现有研究对于推动公众的环境治理参与进行了诸多有益的探索,包括从人口统计^[5]、社会心理^[6]、社会结构^[7]、公共治理理论^[8]等多种视角进行解读,并建立了计划行为论^[9]、预测环境行为的ABC理论^[10]、价值—信念—规范理论^[11]、环境素养模型^[12]、负责任环境行为模型^[13]等分析框架。在

收稿日期:2020-09-07

基金项目:国家社会科学基金一般项目“互动式治理视角下农村环境多元共治的实现机制研究”(19BZZ077)

作者简介:邢敏慧(1993),女,河南淇县人,博士研究生,研究方向:政治社会学;

张航(1993),男,河南邓州人,博士研究生,通信作者,研究方向:基层治理。

诸多研究当中,环境责任认知有着举足轻重的地位。在社会心理的维度,环境责任认知是必不可少的前置性因素,会激发个体的环保意识和倾向,而从现代公共治理理论出发,公民社会自身责任的觉醒是基础性条件。

本文的研究聚焦在公众环境责任认知上,进一步梳理集中在以下方面:第一,在责任认知与环境行为的关系方面,聂伟研究发现环境责任感显著提升公众的减排行为^[14],王惠娜等人进一步分析了环保责任归因削弱了环境关心与环保行为的正向关系^[15];第二,在公众责任认知现状方面,闫国东等人通过两次调查均得出公众认为政府和企业应对环境问题负有重要责任这一结论^[16],谢瑾等人对雾霾治理进行了研究,发现我国网民个人参与雾霾治理责任感较差,大多数人认为雾霾治理应由承担公共服务职能的政府来进行^[17],谢秋山、彭远春认为公众自我避责倾向严重,并在宏观层面关注环境问题,在日常生活中忽视环境保护^[18],杨成钢、何兴邦则对个人与政府企业环保责任、个人与其他社会公众环保责任这两对群体进行了责任对比^[19];第三,在公众环境责任认知的影响因素方面,仅有魏静等人对收入水平与环境责任感做了相关研究^[20],刘小青从政治社会化视角分析环境治理责任认知^[21]。

综上所述,公众环保责任对环境行为能够产生正向影响已是学界所公认的,无论是普遍还是特殊的环境问题,公众环保责任均处于偏低的状态。但对公众环保责任影响因素的研究还处于相对真空的状态,这可能会降低相关环境政策的针对性和有效性。因此,基于CGSS全国数据,本文将探究公众环保责任的现状及其相关的影响因素,为提升公众的环保责任提出行之有效的对策建议,以期对公众环境行为产生正向的影响。

二、研究假设

(一)社会经济地位与环境责任认知

学界普遍认同,社会经济地位是影响人们环境意识的重要因素,但影响方向尚未达成共识。马斯洛需求层次理论认为,人的行为由动机决定,而动机又是由需求引起的,且需求方向由低级向

高级层次发展。就环境保护而言,社会经济地位较高的人会对更好的环境水平表示关注。英格尔哈特关于后物质主义理论的论述得出类似结论,即物质生活条件改善是公众价值取向由强调物质福利与人身安全向高生活治理追求迈进的重要原因^[22]。处于经济繁荣社会环境中的人们更倾向于后物质主义价值观,对环境的关注产生更高的环境意识。自动延展学说则认为,社会经济地位高的人们往往具有较高的素质,其对政治和社会活动的积极参与会延伸到生活的其他领域^[23],理应具有更高的环境意识和行为。环境公平论指出,环境风险的分布与阶级阶层结构同构、同社会经济地位差异显著相关^[24-25]。不同社会阶层所面临的环境风险和所拥有的环境资源是不一样的,其对环境责任的认知程度也是有差异的。由此可见,社会经济地位是影响个体环境责任认知的重要因素。据此,本文提出假设1。

H1:社会经济地位对公众环境治理责任认知具有显著影响,公众的社会经济地位越高,其参与环境治理的自我责任认知也越高。

(二)环保效能感与环境责任认知

Bandura的自我效能感理论认为,存在一种与结果期望相对的效能期望,即自我效能感,指的是个体对自身实现特定目标所需能力的判断与信念,它涉及的不是个体所拥有的能力本身,而是个体对自身所拥有能力能够干什么的判断^[26]。自我效能感具有主体性,其强弱直接影响到个体意识或能力能否成功转化为行动以及行动中能力的功能发挥程度。就环境治理而言,环保效能感是影响公众主动参与环境治理的主要因素。具体而言,个体的环保效能感能够显著影响到其对自身从事环保行为的能力和行动结果的预判,部分地决定其对环境治理主体的选择和环境行为的生成。当个体认为自己的行动有助于解决环境问题、缓解生态压力,则倾向于采取行动;如果认为自身行为微不足道,难以改善环境,即使他有强烈的环境关心意识、丰富的环境知识或者处在紧密的环保规范中,环保行为也会受到阻碍^[15]。概而言之,个体倾向于回避那些其认为超出其能力范围的任务,而将责任推给具有胜任能力的其他主

体。反过来说,环保效能感强的个体比环保效能感弱的个体具有更高的环保责任认知。由此,提出假设2。

H2:环保效能感对公众环境治理责任认知具有显著影响,公众的环保效能感越高,其参与环境治理的自我责任认知也越高。

三、数据来源与研究方法

(一)数据来源及特征

本研究的数据源自中国人民大学中国调查与数据中心实施的“中国综合社会调查(CGSS)项目”,该项目旨在追踪收集个体、家庭、社区、社会四个层面的数据,系统地反映中国社会结构和生活质量的互动与变化。囿于CGSS最新数据中关于环境责任认知测量题项的缺失,本文使用的数据是CGSS2010,该样本覆盖了100个区县、480个村/居委会,目标样本规模为12 000名个人,调查对象包括住户样本中的全部家庭成员,抽样方法采取多阶分层PPS随机抽样。根据因变量“环境治理责任认知”一题和关键因变量的答题情况,剔除变量不完整样本,最终获得6 032个有效样本。此外,本研究采取Stata14.0对数据进行统计分析。

(二)变量设定

1. 因变量

本文考察的因变量为公众对环境治理责任认知,通过向被调查者询问“就企业、政府、公民团体和公民个人而言,您认为哪一方面需要对缓解中国面临的环境问题负责任?”进行测量,答案设置“政府、企业、公民团体、公民个人”四个。由于公众对环境治理的参与主要表现为个人和NGO组织两种形式,因而,基于广义上公众环境治理参与的考虑,本文将“公民团体”与“公民个人”合并构成“公众”选项。由此,“政府、企业、公众”分别赋值“1、2、3”。

2. 核心自变量

本文的核心自变量包括社会经济地位和环保效能感。第一,社会经济地位包括客观社会经济地位和主观社会经济地位。前者包括受教育程度和收入水平,后者指自身阶层归属的主观感受,即阶级认同。结合社会经济地位的主客观两方面内

容,本研究用绝对收入、相对收入和教育水平来表征客观社会经济地位,主观社会经济地位则通过“底层到顶层的10级认同”进行测量。第二,根据前文对环保效能感的界定,本研究通过“①像我这样的人很难为环保做什么”和“③除非大家都做,否则我保护环境努力没意义”“②花费更多的钱和时间也要做有利于环境的事”和“④生活中还有比环保更重要的事要做”这两对“一正一反”的题项进行测量。将①和④选项反向处理后,将相关题项加总取均值即为“环保效能感”变量。四个题项的Cronbach's alpha值为6.025,具有较高的信度。

3. 控制变量

(1)代际队列。社会变迁带来价值观变化,这种变化常常表现为不同代际队列之间群体的价值观差异^[27]。代际之间的观念差异,部分是由于不同年龄生理或心理上的差异造成的,但更为重要的是社会变迁导致不同代际的不同历史经历,以及与此相关的经济、社会、文化和政治环境的改变^[28]。本研究参考学界普遍的划分标准,以改革开放为节点,将出生于1978年之前的人界定为老一代群体,赋值为0;出生于1978年之后的人界定为新一代群体,赋值为1。

(2)环境污染感知。环境污染感知是客观存在的环境污染作用于个体并产生的一种负向主观体验。环境污染驱动假说认为,公众对环境污染的感知能够激发其环境保护意识和行为^[29]。本研究通过“环境问题直接影响我的日常生活”一题对环境污染感知进行测量,“完全不同意、比较不同意、无所谓同意不同意、比较同意、完全同意”分别赋值“1、2、3、4、5”。

(3)社会媒体接触。大众媒体通过信息传播和社会动员两种机制作用于公众的环境意识。大众传媒对公众环境意识的影响已达成共识,但不同类型大众传媒的影响却存在明显差异。本研究采用报纸、杂志的使用频率来测量传统媒体的接触频率;采用电视、互联网(包括手机)的使用频率来测量新媒体的接触频率。

(4)其他控制变量。本文还控制了性别、年龄和居住地等变量,具体见表1。

表1 变量的描述统计分析

变量		变量定义	均值	标准差
因变量	环境治理责任认知	政府=1;企业=2;公众=3	1.483	0.646
	绝对收入	个人年收入(对数)	7.814	3.155
自变量	相对收入	远低于平均水平=1;低于平均水平=2;平均水平=3;高于平均水平=4;远高于平均水平=5	2.463	0.784
	教育水平	小学及以下=1;初中=2;高中=4;大专及以上=5	1.876	1.073
	主观社会经济地位	1代表最底层,10代表最顶层	3.755	1.749
	环保效能感	5题项之和取均值	2.593	0.706
控制变量	性别	男=1;女=0	0.448	0.500
	年龄	实际年龄(岁)	50.547	15.411
	居住地	城市=1;农村=0	0.471	0.499
	代际队列	新一代=1;老一代=0	0.126	0.332
	环境污染感知	完全不同意=1;比较不同意=2;无所谓同意不同意=3;比较同意=4;完全同意=5	3.381	1.126
	传统媒体接触	报纸、杂志之和取均值	1.735	0.990
	新型媒体接触	电视、互联网(包括手机)之和取均值	2.773	0.797

(三)模型构建

本研究的因变量为“环境治理责任认知”,分为“政府”、“企业”、“公众”三种类型。由于因变量是三分类变量,故采取多分类无序logit模型来分析各维度变量对环境治理责任认知的影响作用。将二值logit模型推广得到多值选择logit模型:

$$P(y_i = j|x) = \begin{cases} \frac{\exp(x'_i \beta_j)}{1 + \sum_{j=1}^J \exp(x'_i \beta_j)} & (j = 1, \dots, J) \\ \frac{1}{1 + \sum_{j=1}^J \exp(x'_i \beta_j)} & (j = 1) \end{cases} \quad (1)$$

其中,“j=1”对应的一组为参照组,且各选项概率和为1。

本研究以选项3“公众”为参照组,建立如下两个logit回归模型:

$$\text{Logit} \left[\frac{P(y = 1)}{P(y = 3)} \right] = \sum_{i=1}^n \exp(\beta_{1i} x_i) + \alpha_1 \quad (2)$$

$$\text{Logit} \left[\frac{P(y = 2)}{P(y = 3)} \right] = \sum_{i=1}^n \exp(\beta_{2i} x_i) + \alpha_2 \quad (3)$$

其中,β为回归系数,反映自变量对因变量的影响方向与程度;exp(x'β_j)为相对风险,又称相

对机会比,反映变量单位的增加引起相对风险的边际变化;α为模型的截距^[30]。

四、实证结果与分析

(一)公众环境治理责任认知的现状

对公众环境治理责任认知进行描述统计分析,结果见图1所示。在总体环境治理主体选择比重上,将环境治理主体总的划分为三类,其中选择公众的仅有8.4%,选择政府为环境治理主体的比例高达60.15%,是选择公众主体的近8倍,选择企业的有31.45%。需要额外注意的是选择公众的8.4%,不仅仅是公民个人(4.97%)还包括公民团体(3.43%)。

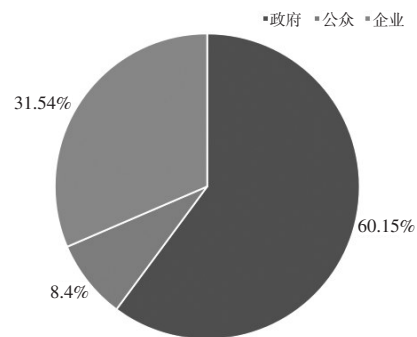


图1 公众环境治理责任认知状况
公众环境治理责任认知处于较低水平,更多地

将环境治理视为别人而非自己的责任,更倾向于政府和企业而非自己承担环境治理。有多重理论可对此现象进行解释,其中集体行动理论进行阐释时,将环境物品视为一种纯公共物品,使用上的非竞争性和收益上的非排他性并存,公众可以不加限制、没有门槛地获取生态资源,然而在环境治理时,受信息不对称的影响会出现“囚徒困境”,公众即使不付诸实际的治理行动也可享受到环境改善所带来的便利,同时又因为难以实现对实际治理行为的监管,公众会在个体理性的驱动下选择“搭便车”,进而造成环境治理的“公地悲剧”。除非在社会经

济地位、环保效能感和环境污染感知等自身因素,以及媒体接触、地区差异、代际差异等外在因素影响下,公众对环境治理主体的选择偏好才会改变,下文会对此进行深层次探讨。

(二)社会经济地位、环保效能感对公众环保责任偏好的影响

为进一步获悉各因素对因变量的影响作用大小及方向,本文采用多分类无序logit回归模型,将社会经济地位、环保效能感、环境污染感知、媒体接触和代际差异等变量纳入分析,模型1和模型2均以“公众”为参照组,结果见表2所列。

表2 社会经济地位、环保效能感对公众环保责任偏好

变量	模型1:政府/公众			模型2:企业/公众		
	β	$\exp(\beta)$	Std.Err.	β	$\exp(\beta)$	Std.Err.
绝对收入	0.043***	1.044	0.016	0.010	1.011	0.157
相对收入	0.088	1.092	0.074	0.026	1.027	0.077
教育水平	-0.315***	0.714	0.068	-0.126*	0.834	0.070
主观社会经济地位	0.110***	1.116	0.033	0.066*	1.068	0.034
环保效能感	-0.596***	0.551	0.070	-0.676***	0.509	0.073
代际队列	-1.049***	0.350	0.189	-1.807***	0.164	0.194
环境污染感知	-0.309***	0.734	0.050	-0.223***	0.800	0.052
传统媒体接触	0.199***	1.220	0.075	0.400***	1.492	0.077
新型媒体接触	-0.402***	0.669	0.078	-0.067	0.935	0.081
性别	-0.459***	0.632	0.107	-0.425***	0.654	0.112
年龄	0.018***	1.018	0.005	-0.023***	0.977	0.005
居住地	-0.352***	0.703	0.115	-0.204*	0.815	0.120
_cons	4.118	61.441	0.532	5.018	151.103	0.552
Log likelihood	-4 910.575 2					
LR chi2(16)	767.69					
Pseudo R ²	0.072 5					
Prob > chi2	0.000 0					
N	6 032					

注:*** $p < 0.01$, ** $P < 0.05$, * $P < 0.1$ 。

社会经济地位对公众环境治理责任认知的影响。主观社会经济地位和教育水平对公众环境责任认知的影响具有相反效应。具体看,在公众与其他主体之间,主观社会经济地位的回归系数均为正,意味着自评社会经济地位越高的公众越倾向于选择政府和企业,其环境治理责任认知水平越低。主观社会经济地位每增加一个单位,公众选择政府和企业的概率分别增加1.116和1.068倍。教育水平的回归系数为负,说明受教育程度越高的公众越可能选择公众自身,即参与环境治理的责任认知越强。教育水平每增加一个单位,其选择政府和企业的概率分别降低0.714和0.070倍。

环保效能感对公众环境治理责任认知的影

响。环保效能感变量的回归系数为负,表明该变量与政府/公众、企业/公众之间的选择呈负向影响关系,即公众的环保效能感越低,其更依赖于政府和企业。换句话说,公众的环保效能感越高,其环境治理的责任认知水平越高。环保效能感每增加一个单位,公众选择政府和企业的概率分别降低0.551倍和0.509倍。

控制变量对公众环境治理责任认知的影响。代际队列、环境污染感知、媒体接触、性别、年龄、居住地等变量均对公众环境治理责任认知具有一定显著影响。具体来看,代际队列和环境污染感知的回归系数均为负,表明相比老一代群体而言,新一代群体具有更高的环境主体自觉性;公众感

知到的环境污染程度越严重,其越可能选择自身为环境治理主体;传统媒体和新型媒体接触频率对公众环境责任认知具有相反效应,即与传统媒体接触相比,接触新型媒体越多,公众的环境治理责任认知越高;年龄对不同主体环境责任认知的影响呈现相反方向,即随着年龄的增长,公众越认同“相比公众而言政府环境治理中负有主要责任,相比企业而言公众的责任更大”。换句话说,年老公众对责任主体的心理排位依次为政府、公众、企业,而年轻公众的心理排位为企业、公众、政府。此外,男性、城市居住群体的环境责任认知更高。

五、结论与讨论

(一)研究结论

本研究利用CGSS2010数据,在实证分析公众环境治理责任认知现状基础上,借助Stata14.0分析工具进一步论证了社会经济地位、环保效能感对公众环境治理责任认知的影响机制,并得出以下结论:第一,政府是公众环境治理主体的首要选择,其次是企业;第二,社会经济地位中的经济因素和教育水平分别显著抑制和促进了公众环境治理责任认知;第三,环境效能感显著提升公众环境治理责任认知;第四,相较于老一代、居住在农村的群体而言,新一代、市民公众的环境治理责任认知更强;第五,与传统媒体相反,与新型媒体的接触频率促进了公众环境治理责任认知的增强。

(二)讨论与建议

1. 政府——既要履行好应有职能又要发挥好引导作用

从数据结果来看,公众环境治理责任认知处于较低水平,更倾向于选择政府和企业而非自己承担环境治理责任。本研究针对此现状提出以下建议:①政府要履行好应有职能。正如十九大报告所指出的,我国社会主要矛盾发生了转化,人民对物质文化生活提出更高要求的同时,对美好生活其他方面的诉求也在日益增长,对环境的需求就是其中之一。而随着我国国家能力的提升,政府作为国家意志的代表理应提供更多的公共产品,在满足人民群众的物质生活需求之余,提供更为适宜的环境。因此,生态文明建设成为政府职能转变的必由之路。②政府应发挥好引导作用。在央地关系、央企关系、城乡关系、新能源开发等

方面,通过宣传、立法、规制、问责、监察、奖惩等多种有效手段,改变公众环保避责心态,敦促企业改善生产技术、提升科技含量和管理水平,引导企业、社会团体和公众个体共同承担环境保护的责任。因此在生态文明体制建设进程中,我国政府既不能缺位、更不能越位,发挥好自身引导作用,构建起“三方共治”体系。

2. 中上阶层、农村老一代群体——环境治理责任认知急需提升的对象

经济收入和主观社会经济地位越高的公众并未表现出较强的环境治理责任认知,反而倾向于将环境治理责任归结为政府,该结论与英格尔哈特的“富裕假说”相悖。一个可能的解释是,基于环境风险与社会经济地位同构的视角,不同社会经济地位的公众在环境风险中的暴露存在差异,社会阶层较低的公众受到环境风险影响的可能性越大^[31],环境改善的需求也更大。相比之下,社会经济地位较高的个体对环境风险的敏感度较低,环境治理的责任认知相对较弱。该解释也与环境风险驱动假说相契合,即环境污染程度与环境保护的意识和行为具有显著正相关关系。但相比城市地区和新一代群体而言,农村地区 and 老一代群体的环境治理责任认知反而相对较弱,这与受教育程度、媒体接触及社区环境等因素密切相关。为此,提高公众教育水平和加强环境治理宣传教育,将有利于增强公众参与环境治理的责任意识,同时也是培育公众参与环境治理能力的有效途径。

3. 环保效能感——环境治理责任认知提升的重要因素

作为心理学范畴的效能感,显著影响着人的行为。本研究证实,环保效能感越高的个体,其参与环境治理的责任认知也相应越高。当个体确信自己有能力参与环境治理或判定自身的参与行为会对环境保护产生预期意义时,才会具有参与的责任认知,进而更可能表现出参与的主动性。提升公众环保效能感,本质是让其认识到其参与行动的意义、价值及能力。学界对于提升效能感的研究有多种进路,本文建议通过下沉环保单元对公众效能感予以激活。既有环保活动的开展多是以社区、村庄为单元,在实际开展中往往会面临环保治理单元过大的情况,居民很难感受得到自身环境行为所带来的效果,进而挫伤环保积极性。

因此可考虑划小环保单元,以小区、村民小组为实际单元组织公众开展环保活动,人口规模过大的地区甚至可考虑以楼栋、片区为单元,社区、村庄作为协调、统领单元,这样环保行动既容易开展,公众保护环境的收益又容易内部化,保护环境的激励也十分有效,公众更乐于将环保效能感转化为环保行动,进而形成良性循环。

4. 新型媒体——环境治理责任认知培养的主要介体

大众媒体具有环境认知建构、环境议题舆论引导的双重功能。一方面,大众媒体通过环境知识的传递,促进公众环境知识结构的完善和环保素质的提升;另一方面,大众媒体具有的“议程设置”^[32]功能,在一定阶段内对环境事件的突出报道会引导公众的舆论热点,进而影响人们的价值观念和环保行动。本研究发现,传统媒体接触频率越高,人们在环境治理主体中越可能选择政府和企业。可能的原因是传统媒体更多的是注重政府企业在环保治理中的重要位置,对公众责任关注不足,也可能是传统媒体多侧重于一般性环保议题的单角度报道,互动性欠缺。相反,新型媒体接触频率越高的人们则越倾向选择公众自身为环境治理主体。可能的解释是:一方面,新型媒体具有较强的议题设置和社会动员功能,能够通过信息传播中突出报道相关议题来影响人们对环境问题的关注和重视,从而在提升公众环境认知程度的同时,也有可能重塑个体与社会间的关系,促使其更加关注自身在环境治理中的定位和作用。另一方面,新型媒体所具有的互动特性,赋予公众主动获取信息和参与讨论的权利,无形中塑造了公众的责任认知。为此,应继续发挥新型媒体在舆论设置方面对公众环境治理责任认知中的正向功能,同时也持续推动传统媒体环境传播的功能转型,在信息传播和舆论引导中传递更多具有公共环境价值观的内容,引导公众对环境问题的关注和重视,激发其在环境治理中的功能定位。

参考文献

[1] 习近平. 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2017-10-18)[2017-

10-27]. http://www.xinhuanet.com/2017-10/27/c_1121867529.htm.

- [2] 涂正革, 谌仁俊. 排污权交易机制在中国能否实现波特效应?[J]. 经济研究, 2015, 50(7): 160-173.
- [3] 王晓楠. 公众环境治理参与行为的多层分析[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2018, 20(5): 37-45.
- [4] 李咏梅. 农村生态环境治理中的公众参与度探析[J]. 农村经济, 2015(12): 94-99.
- [5] 崔凤, 邢一新. 环境行为的社会学研究回顾[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2012, 11(2): 5-11.
- [6] 彭远春. 国外环境行为影响因素研究述评[J]. 中国人口·资源与环境, 2013, 23(8): 140-145.
- [7] 崔凤, 唐国建. 环境社会学: 关于环境行为的社会学阐释[J]. 社会科学辑刊, 2010(3): 45-50.
- [8] 宋妍, 张明. 公众认知与环境治理: 中国实现绿色发展的路径探析[J]. 中国人口·资源与环境, 2018, 28(8): 161-168.
- [9] AJZEN I. The Theory of Planned Behavior[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991, 50(2): 179-211.
- [10] GUAGNANO G A, STERN P C, DIETZ T. Influences on Attitude-Behavior Relationships: A Natural Experiment with Curbside Recycling [J]. Environment and Behavior, 1995, 27(5): 699-718.
- [11] STERN P C. New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior[J]. Journal of Social Issues, 2000, 56(3): 407-424.
- [12] HUNGERFORD H R. Investigating and Evaluating Environmental Issues and Actions Skill Development Modules[J]. Skill Development Modules, 1992.
- [13] HINES J M. Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior[J]. Journal of Environmental Education, 1987, 18(2): 1-8.
- [14] 聂伟. 环境认知、环境责任感与城乡居民的低碳减排行为[J]. 科技管理研究, 2016, 36(15): 252-256.
- [15] 王惠娜, 邵玉香, 薛秋童. 城市居民环保责任归因、环保效用感知与环保行为研究[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2018(4): 128-140.
- [16] 闫国东, 康建成, 谢小进, 等. 中国公众环境意识的变化趋势[J]. 中国人口·资源与环境, 2010, 20(10): 55-60.
- [17] 谢瑾, 黄劲松, 王瑛. 中国网民的环境意识现状研究——基于雾霾天开车与否的网络调查数据[J]. 中国人口·资源与环境, 2015, 25(S2): 377-381.
- [18] 谢秋山, 彭远春. 政府、企业和公民: 中国环境治理的责任困境[J]. 天府新论, 2013(5): 91-99.

- [19] 杨成钢,何兴邦.环境改善需求、环境责任认知和公众环境行为[J].财经论丛,2016(8):96-104.
- [20] 魏静,方行明,王金哲.环境责任感、收入水平与责任厌恶[J].财经科学,2018(8):81-94.
- [21] 刘小青.公众对环境治理主体选择偏好的代际差异——基于两项跨度十年调查数据的实证研究[J].中国地质大学学报(社会科学版),2012,12(1):60-66.
- [22] 罗纳德·英格尔哈特.现代化与后现代化:43个国家的文化、经济与政治变迁[M].严挺,译.北京:社会科学文献出版社,2013.
- [23] ALTHOFF P, GREIG W H. Environmental Pollution Control: Two Views from the General Population [J]. *Environmental & Behavior*, 1977, 9(3):441-456.
- [24] 李友梅.从财富分配到风险分配:中国社会结构重组的一种新路径[J].社会,2008(6):1-14.
- [25] 龚文娟.社会经济地位差异与风险暴露——基于环境公正的视角[J].社会学评论,2013(4):16-28.
- [26] 班杜拉.社会学习心理学[M].郭占基,译.长春:吉林教育出版社,1998.
- [27] 李春玲.静悄悄的革命是否临近?——从80后和90后的价值观转变看年轻一代的先行性[J].河北学刊,2015,35(3):100-104.
- [28] PARRY E, URWIN P. Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence [J]. *International Journal of Management Reviews*, 2011, 13(1):79-96.
- [29] SANDRA T, MARQUART-PYAT T. Concern for the Environment Among General Publics: A Cross-National Study [J]. *Society & Natural Resources*, 2007, 20(10):883-898.
- [30] 周广肃,梁荣,田金秀,等.Stata统计分析与应用[M].北京:机械工业出版社,2011.
- [31] 聂伟.社会经济地位与环境风险分配——基于厦门垃圾处理的实证研究[J].中国地质大学学报(社会科学版),2013,13(4):45-52.
- [32] 沃尔特·李普曼.舆论学[M].林珊,译.北京:华夏出版社,1989.

Socio-Economic Status, Sense of Environmental Efficacy and Public Cognition of Environmental Governance Responsibility

XING Min-hui¹, ZHANG Hang²

(1. *Institute of Sociology, Wuhan University, Wuhan 430072, China;*

2. *Institute for China Rural Studies, Central China Normal University, Wuhan 430079, China)*

Abstract: Based on the national CGSS data, this paper constructs an analysis framework of influencing factors of public environmental governance responsibility cognition, and uses the Mlogit model to test the influence mechanism of social and economic status and environmental protection efficacy on public environmental governance responsibility cognition. The results show that the public awareness of environmental governance responsibility is at a low level, and they regard environmental governance as others rather than their own responsibility; economic factors and education level have inhibitory and promoting effects on public awareness of environmental governance responsibility respectively; environmental efficacy and environmental pollution perception have a significant positive impact on public awareness of environmental governance responsibility; compared with the old generation and farmers, the new generation and citizens have higher awareness of environmental governance responsibility; contrary to the traditional media, new media contact can effectively promote the enhancement of public awareness of environmental governance responsibility. Based on this, the paper proposes that the government should not only perform its due functions, but also play a good guiding role. By strengthening the publicity and education of public environmental governance, sinking the environmental protection governance unit, and promoting the functional transformation of traditional media, the government should stimulate the awareness of environmental governance responsibility of key groups.

Key words: social and economic status; environmental efficacy; environmental responsibility subject; Mlogit

[责任编辑:胡亭亭]