

社会阶层、媒介偏好与体育活动参与

——基于CGSS2021数据的实证研究

李卓嘉, 闫生, 陶永纯

(哈尔滨工业大学体育部, 黑龙江 哈尔滨 150001)

摘要: 媒介的不断发展打破了时空限制, 深刻改变了人们的生活方式, 同时也对不同社会阶层的体育活动参与产生了重要影响。基于2021年中国综合社会调查(CGSS2021)数据, 采用多元线性回归模型, 实证分析了社会阶层(收入、教育、职业)与体育活动参与(现场观看体育比赛、参加体育锻炼)之间的关系, 并引入媒介偏好(传统媒介、新媒体)以检验群体性差异。研究结果显示:(1)不同收入阶层对体育活动参与没有显著影响, 而不同教育阶层对体育活动参与具有积极促进作用; 在职业阶层中, 管理者在现场观看体育比赛中呈现出正向效应, 且不同职业阶层对体育锻炼具有显著的促进作用。(2)传统媒介和新媒体对体育活动参与均具有促进作用。(3)媒介对不同收入阶层的体育活动参与没有调节效应, 传统媒介对中高等教育阶层在参加体育锻炼方面呈现负调节效应, 新媒体对高等教育阶层参与体育锻炼也呈现负向调节, 而传统媒介对一般非体力劳动者参与体育锻炼具有积极的促进作用。研究表明, 通过教育提升不同社会阶层的媒介素养, 合理有效地利用各类媒介进行体育信息技能的传播, 对于促进全民体育活动的参与具有重要意义。

关键词: 社会阶层; 媒介偏好; 体育活动参与; 体育锻炼

中图分类号: G 80-05

文献标识码: A

文章编号: 1007-7413(2024)06-0050-09

Social Class, Media Preference, and Participation in Sports Activities

——An Empirical Study Based on CGSS 2021 Data

LI Zhuojia, YAN Sheng, TAO Yongchun

(Department of Physical Education, Harbin Institute of Technology, Harbin 150001, China)

Abstract: The continuous development of media has broken the limitations of time and space, profoundly changing people's lifestyles and significantly impacting the participation of different social classes in sports activities. Based on the data from the 2021 China General Social Survey (CGSS 2021), this study employs a multiple linear regression model to empirically analyze the relationship between social class (income, education, occupation) and participation in sports activities (watching sports events live, engaging in physical exercise), and introduces media preferences (traditional media, new media) to examine group differences. The results show that: (1) Different income levels have no significant impact on sports participation, while different educational levels positively promote sports participation. In terms of occupational class, managers exhibit a positive effect on watching sports events live. Moreover different occupational classes have a significant promoting effect in physical exercise. (2) Both traditional and new media promote sports participation. (3) Media does not moderate the relationship between income level and sports participation; traditional media has a negative moderating effect on individuals with medium to high education levels in participating in physical exercise, while new media also has a negative moderating effect on individuals with higher education levels in engaging in physical exercise. However, traditional media positively promotes non-manual workers' participation in physical exercise. The study suggests that improving media literacy through education for different social classes

收稿日期: 2023-12-11

基金项目: 黑龙江省哲学社会科学青年项目“网络社会视角下青少年体育参与的行动机制研究”(22TYC312); 中央高校基本科研业务费专项资金资助“数字技术赋能青少年体育参与的生成逻辑与行动路径”(HIT.HSS.202314)

第一作者简介: 李卓嘉(1992—), 女, 河南洛阳人, 讲师, 博士。研究方向: 体育人文社会学。

and utilizing various media channels to disseminate sports information skills reasonably and effectively is of great significance for promoting nationwide participation in sports activities.

Key words: social class; media preference; sports activity participation; physical exercise

在健康中国战略和全民健身政策的双重推动下,体育活动参与始终是学术界关注的核心议题之一。据《2020年全民健身活动状况调查公报》统计数据,2020年我国7岁及以上居民经常参加体育锻炼的人口比例为37.2%,较2014年的调查数据提高了3.3%。这表明国民体育锻炼的普及度显著提升,但体育锻炼的规律性仍有待进一步增强^[1],与此同时,体育活动的参与也存在显著的异质性和社会阶层分化问题^[2]。随着媒介技术的不断发展和普及,媒介使用对人们体育活动参与的影响也日益显著^[3],但不同社会阶层在媒介使用偏好上的差异如何影响体育活动参与,尚未得出明确结论。本文基于中国社会调查(CGSS2021)数据,从社会阶层的视角出发,在媒介化社会语境下,探讨不同阶层体育活动参与的异质性。同时,将社会阶层与体育活动参与置于媒介偏好的框架下,分析社会阶层与媒介偏好共同作用的结果,旨在挖掘和提升全民体育活动参与的潜在空间,为全面实现全民健身行动提供参考依据。

1 文献回顾与研究问题

1.1 社会阶层的学理阐述

社会阶层(Social Class)是社会学中的一个核心概念,通常用于描述社会成员在经济、职业、教育等方面存在的结构性差异^[4]。根据马克斯·韦伯(Max Weber)的理论,社会阶层和社会经济地位(Socioeconomic Status, SES)可以通过收入(Income)、教育(Education)和职业(Occupation)这三个指标来衡量,并认为这三者的组合能够全面反映一个人在社会中的地位^[5]。然而,社会阶层与社会经济地位并不完全相同。社会阶层更强调社会成员的分层和结构性差异,涵盖的不仅是经济资源,还包括文化资本、社会网络等广泛的社会资源。相比之下,社会经济地位更多关注个体在经济和社会资源方面的获取和分配^[6],难以全面体现职业和教育背景对体育活动参与的复杂作用。在本研究中,社会阶层包括收入、教育和职业在内的综合指标,能更全面地捕捉不同群体的特征^[7],因此有助于揭示体育活动参与中的结构性不平等现象。此外,研究社会阶层还可以更好地探

讨媒介偏好在体育活动参与中的调节作用,从而更全面地理解社会分层对体育活动的综合影响。

1.2 社会阶层与体育活动参与

布迪厄的文化资本理论(Bourdieu's Theory of Cultural Capital)认为,文化资本是社会阶层的重要组成部分。高社会阶层的人群拥有更多的文化资本,这包括体育爱好和运动参与等形式。文化资本可以通过教育和家庭背景传递,这进一步解释了社会阶层与体育活动参与之间的关系^[7]。社会分层理论(Social Stratification Theory)指出,社会分层是社会结构中不可避免的现象,不同社会阶层在资源、机会和生活方式上存在显著差异。体育活动作为一种生活方式,自然受到社会阶层的影响^[8]。同样,健康信念模型(Health Belief Model, HBM)也强调个体对健康的认知和行为选择受其信念影响。高社会阶层的个体往往具有更高的健康信念,认为体育活动有助于保持健康,因此更愿意积极地参与体育活动^[9]。高社会阶层通常具备更多的经济资源、更高的教育水平和更稳定的职业,这为他们提供了更多的时间和金钱去参与体育活动。此外,高社会阶层通常更重视健康和生活质量,因此更愿意参与体育活动来保持身体健康。相反,低社会阶层的人群因经济压力大、教育水平低、职业不稳定,往往缺乏足够的资源和时间投入到体育活动中,他们可能更倾向于从事体力劳动,而非休闲体育活动。因此,社会阶层在一定程度上决定了个体参与体育活动的频率和类型。

随着社会的变迁,不同社会阶层参与体育活动的问题引起了国内外学术界的广泛关注。大量研究证实,社会阶层对体育活动参与存在显著影响,包括经济水平、职业地位和教育程度等^[10-12]。从收入层面来看,“经济无关论”认为,几乎所有社会阶层都参与体育消费,这与行动者的支付能力和经济资本无关,主要取决于不同社会阶层的偏好、品味和知识技能^[4,13]。相反,“经济决定论”则认为,经济收入越高的人,参加体育锻炼的概率也越高^[14]。从教育层面来看,“积极促进论”指出,社会阶层较高的人往往拥有更多文化等社会资本,因此更倾向于参加体育锻炼^[15]。然而,“消极削弱论”则表明,文化资本与现场观看体育赛事呈负相关^[16]。“无关论”则认为,教育水平对现场观看体育比

赛没有显著影响^[17]。从职业层面来看,职业与职位特征能够影响个体的运动偏好和体育消费^[18]。然而,不同职业的工作性质、缺乏系统组织以及体育场所等因素也会影响不同职业群体的体育活动参与^[19]。综上所述,社会阶层中的收入、教育、职业与体育活动参与之间的关系是一个复杂的问题,并随着社会发展和变迁而不断变化。因此,有必要重新梳理社会阶层对体育活动参与的影响因素及作用机制,以制定有效的政策和措施,减少社会阶层差异。

1.3 媒介偏好与体育活动参与

通过不同媒介获取体育信息,从了解体育、欣赏体育、热爱体育到最终参与并坚持体育运动,这一复杂过程离不开大众传媒的影响^[20]。国内外关于媒介偏好与体育活动参与的研究存在两种相反的观点。“积极促进论”认为,受众通过媒介可以获取大量与体育相关的信息,包括体育新闻、赛事直播、运动知识与技能,这些信息能够对其参与体育活动提供知识和技能支持,并提升参与动机^[21]。相反,“负面削弱论”则指出,屏幕时间和体育活动呈负相关,屏幕时间较长的男孩在体育课表现得不够积极^[22],过多的媒介使用会增加屏幕时间和久坐时间,挤占体力活动的时间,进而导致体育活动参与的减少^[23],因此,有必要对媒介使用时间进行有效控制^[24]。根据信息传播特征,将报纸、杂志、广播和电视等单向传播媒介归为传统媒介,而将互联网和手机定制消息等具有双向互动传播特征的媒介归为新媒介^[25]。当前关于媒介偏好与体育活动参与的争议主要在于,传统媒介或新媒介的使用内容是否跟体育信息相关,媒介在体育活动参与中究竟发挥何种关键作用。

1.4 媒介偏好的调节作用

当前,中国已快速进入媒介化社会^[26],大众传媒被视为阶层意识和阶层身份建构的重要来源^[27]。由于不同社会阶层在心理结构、先天条件、知识储备以及生活环境等方面存在差异,他们对于客观事物的理解角度和深度也不尽相同,因而在媒介信息的获取上表现出差异性,这种差异与社会阶层从事的职业、经济水平和学历密切相关^[28]。知沟假说指出,随着媒介传播信息量的增加,各社会阶层的知识水平都会有所提升,但不同经济阶层受众的信息拥有量仍然存在相对差异^[29]。媒介接触不仅不能缩小不同社会群体在知识获取层面的不平等,反而可能加剧这种不平等^[30]。从这一角度看,知沟假说为国民媒介、知识获取和阶层区隔之间建立了逻辑关联^[31]。

在媒介空间的划分中,社会中的优势阶层往往在媒介空间中也占据优势地位,而社会中的弱势阶层则在媒介空间中处于弱势^[32]。在媒介使用及其使用能力方面,不同阶层之间的差距明显,知沟现象尤为突出^[21]。在体育活动参与方面,由于社会阶层在经济收入、教育程度及职业类别上的差异,他们通过广播、电视、书籍、网络等不同媒介获取体育知识和信息技能,进而影响其体育活动参与的差异。因此,在探讨社会阶层、媒介偏好与国民体育活动参与的关系时,应重点关注媒介偏好对不同社会阶层体育活动参与的调节作用。

1.5 研究问题及框架

本文在研究体育活动参与时引入社会阶层特征,重点关注不同阶层的收入水平、教育程度与职业类型对体育活动参与的影响,包括现场观看体育比赛和参加体育锻炼两种形式。基于此,提出以下研究问题(图1):第一,不同社会阶层群体在体育活动参与方面呈现出怎样的特点,是更加积极或是更加消极?第二,媒介偏好分为传统媒介和新媒介两种类型,不同类型的媒介偏好对体育活动参与有何影响?第三,媒介偏好是否对不同阶层的体育活动参与起到调节作用?调节方向如何?

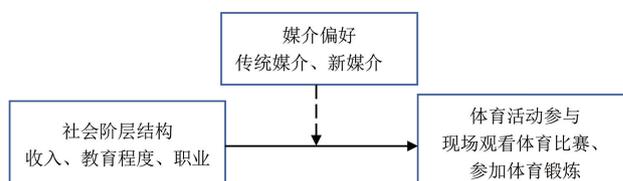


图1 社会阶层、媒介偏好与体育活动参与的分析框架

2 数据、方法与变量测量

2.1 数据来源与研究方法

本研究数据来源于中国综合社会调查(CGSS 2021),该调查是目前国内最具代表性的大规模社会调查项目之一,全面涵盖了中国社会成员在经济、教育、职业、生活方式等多方面的信息,为探讨社会阶层与体育活动参与提供了丰富的数据支持。研究中采用STATA统计分析软件,运用多元线性回归模型对社会阶层、媒介偏好与体育活动参与之间的关系进行实证分析,通过这一模型,可以更全面地揭示社会阶层和媒介偏好对体育活动参与的复杂影响机制。

2.2 变量测量说明

本文自变量为社会阶层,主要是从收入、教育、职

业三个维度进行划分(见表1)。因变量为体育活动参与,包括现场观看体育比赛和参加体育锻炼两种形式。调节变量为媒介偏好,分为传统媒介与新媒介。传统媒介包括报纸、杂志、广播、电视的总和,新媒介则是互联网与手机定制消息的总和。控制变量为基本人口统

计特征,如性别、户口类型、地区、年龄等,以及体质指数(BMI),其计算公式为 $BMI = \text{体重}(\text{kg}) \div \text{身高}^2(\text{m}^2)$,根据 BMI 值,将体质指数分组:低于 18.5 为偏瘦,18.5 ~ 23.9 为正常,大于 23.9 为偏胖。此外,主观健康状况也被纳入控制变量(见表2)。

表1 社会阶层变量分布

变量划分	类别	频数	百分比/%	依据
职业	管理者	810	16.11	党政机关、事业单位以及各类企业单位中的负责人和中层以上管理人员,占有生产资料较多的雇主
	专业技术人员	580	11.54	专业技术
	一般非体力劳动者	1 157	23.01	专业辅助人员、单位一般办事人员以及底层管理人员、个体户
	工人	1 243	24.73	一般制造业工人、商业服务人员
	农民	1 239	24.61	农民
	总计	5 027	100.00	
教育	低教育程度	4 941	61.09	没有受过任何教育、私塾和扫盲班、小学、初中
	中等教育程度	1 478	18.27	职业高中、普通高中、中专、技校
	高等教育程度	1 669	20.64	大学专科(成人高等教育、正规高等教育)、大学本科(成人高等教育、正规高等教育)、研究生及以上
	总计	8 088	100.00	
收入	低收入	2 131	26.28	个人年收入 3 600 元以下
	中等收入	3 493	43.08	个人年收入 3 600 ~ 5 万元
	高收入	2 485	30.64	个人年收入 5 万元以上
	总计	8 109	100.00	

表2 体育活动参与、媒介偏好、人口统计学变量说明

变量	变量划分	样本数	均值	标准差	变量说明
体育活动参与	现场观看体育比赛	8 113	1.29	0.69	取值从 1 ~ 5
	参加体育锻炼	8 109	2.83	1.62	取值从 1 ~ 5
媒介偏好	传统媒介接触频率	8 098	8.39	2.69	取值从 4 ~ 20
	新媒介接触频率	8 080	2.00	1.34	取值从 2 ~ 10
人口统计特征	性别	8 109	0.45	0.50	男 = 1, 女 = 0
	年龄/10	8 109	5.36	1.76	连续变量; Min = 2.0, Max = 10.1
	年龄平方/100	8 109	0.20	0.19	连续变量; Min = 0.04, Max = 1.02
	户口	8 016	0.31	0.46	非农户口 = 1, 农业户口 = 0
	地区	8 109	1.14	0.73	西部 = 0, 东部 = 1, 中部 = 2
	体质指数 BMI	7 931	2.29	0.62	分类变量; 偏瘦 = 1, 正常 = 2, 肥胖 = 3
	主观健康状况	8 103	3.48	1.09	连续变量; 很不健康 = 1, 很健康 = 5

3 结果与分析

3.1 社会阶层对体育活动参与的影响

表 3 显示了使用多元线性模型估计的结果。模型(1)和模型(2)的因变量分别是现场观看体育比赛和参加体育锻炼。在两个模型中,中等收入变量的系数分别 0.02 和 0.08,高收入变量的系数为 0.06 和 0.12,均未达到显著性水平。这表明收入阶层对两种体育活动参与没有显著影响。随着全民健身政策的实施和公共体育资源的投入,满足了国民对体育活动的需要,一定程度上说明体育活动参与已不再以经济分层为主导,体育活动逐渐成为全民生活中的“必需品”。

模型(1)和模型(2)显示,中等教育变量的系数

分别为 0.07 和 0.49,分别在 1% 和 0.1% 水平上显著;高等教育变量系数分别为 0.12 和 0.61,且均在 0.1% 水平上高度显著。这表明教育水平对体育活动参与具有显著的促进作用,具体而言,教育程度越高,参与两种体育活动的积极性越强。教育能够培养审美趣味和体育锻炼技能,从而进一步推动体育活动的参与。

从职业阶层来看,管理者在现场观看体育比赛中的系数为 0.08 ($P < 0.05$) 呈正向显著性,表明高职业阶层拥有更多的资本,与中低职业阶层在现场观赏型体育活动参与上呈现出分化。而在模型(2)中,参加体育锻炼的不同职业阶层变量系数均在 0.1% 水平上高度显著,表明不同职业阶层对体育锻炼具有显著的促进作用。

表 3 社会阶层对体育活动参与的影响

变量	变量划分	变量划分细化	模型(1)		模型(2)	
			现场观看体育比赛		参加体育锻炼	
社会阶层特征	收入(低收入为参照)	中等收入	0.02	(0.03)	0.08	(0.07)
		高收入	0.06	(0.04)	0.12	(0.08)
	教育(低教育为参照)	中等教育	0.07**	(0.03)	0.49***	(0.06)
		高等教育	0.12***	(0.03)	0.61***	(0.07)
	职业(农民为参照)	管理者	0.08*	(0.04)	0.61***	(0.09)
		专业技术人员	0.04	(0.04)	0.66***	(0.09)
		一般非体力劳动者	-0.00	(0.03)	0.43***	(0.07)
	性别(女性为参照)	工人	0.02	(0.03)	0.43***	(0.07)
		男性	0.08***	(0.02)	0.00	(0.05)
		年龄/10	-0.06	(0.04)	0.38***	(0.09)
控制变量	户口(农业为参照)	年龄平方/100	0.23	(0.37)	-2.54**	(0.83)
		非农户口	0.01	(0.02)	0.27***	(0.05)
	地区(西部为参照)	东部	-0.10***	(0.03)	0.04	(0.06)
		中部	-0.11***	(0.03)	0.01	(0.06)
	体质指数 BMI (正常为参照)	偏瘦	-0.03	(0.04)	-0.19*	(0.09)
		偏胖	-0.03	(0.02)	0.02	(0.05)
	主观健康评价	0.02	(0.01)	0.11***	(0.02)	
	截距项	1.45***	(0.12)	0.45	(0.28)	
样本量			4 885		4 902	
拟合度			0.038		0.109	

注:(1)括号内为标准误;(2)表中显著性:*表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$

在控制变量的结果中,男性在现场观看体育比赛更积极(系数为0.08, $P < 0.001$);年龄呈现相对稳定的倒“U”形(系数为-2.54, $P < 0.01$),即年龄越大,参加体育锻炼的积极性越高(系数为0.38, $P < 0.001$),但在达到一定年龄后,这种积极性会开始下降。非农户口人群在参加体育锻炼方面表现出显著的正向关联(系数为0.27, $P < 0.001$)。从地区差异来看,东部和中部地区在现场观看体育赛事中的系数分别为-0.10和-0.11,且在0.1%水平上高度显著。这些负系数表明,相较于西部地区,中东部地区居民现场观看体育赛事的概率较低。随着中西部地区体育赛事的举办与发展,现场观看体育赛事的机会逐渐增多;而在东部地区,由于更多文化娱乐产业的多元化发展,居民选择的娱乐方式更为广泛,不再局限于现场体育比赛。关于体质指数(BMI)的结果显示,偏瘦体质人群在参加体育锻炼时更为消极(系数为-0.19, $P < 0.05$);而自我健康评价状况越高的群体在体育锻炼中的积极性也越高(系数为0.11, $P < 0.001$)。

3.2 媒介偏好对体育活动参与的影响

由表4可知,在两个模型中,传统媒介变量的系数为0.04和0.12,新媒体变量的系数为0.02和0.09,且在0.1%水平上高度显著。这表明传统媒介和新媒体均对两种体育活动的参与起到促进作用,且传统媒介对体育活动的参与影响大于新媒体。传统媒介如报纸和杂志可以对体育事件进行深入报道,广播和电视等通过特色栏目以及主持人的精彩解说,给予受众强烈的代入感。而新媒体如互联网,因其超越时空限制,提供了便捷的体育信息获取渠道。然而,互联网等媒介同时也带来了更加多样化的休闲娱乐方式,在一定程度上产生了对体育信息接触的“挤出效应”。

表4 媒介偏好对体育活动参与的影响

变量	变量划分	模型(1)		模型(2)	
		现场观看体育比赛	参加体育锻炼	现场观看体育比赛	参加体育锻炼
媒介偏好	传统媒介	0.04*** (0.00)	0.12*** (0.01)		
	新媒体	0.02*** (0.00)	0.09*** (0.01)		
控制变量(省略)					
	样本量	7 804		7 825	
	拟合度	0.075		0.118	

注:(1)括号内为标准误;(2)表中显著性:*表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$

3.3 媒介偏好的调节作用

3.3.1 对收入阶层的调节效应

由表5可知,在模型(1)和模型(2)中,传统媒介变量的系数分别为0.03和0.13,均在0.1%水平上高度显著;新媒体变量的系数为0.02和0.10,分别在5%和0.1%水平上显著。这表明传统媒介和新媒体均对两种体育活动参与产生了积极影响。在模型(2)中,高收入群体的主效应系数为0.38,且在5%水平上显著,这表明高收入群体在接触传统媒介和新媒体后,更有可能参与体育锻炼活动。

相比之下,在表3模型(2)中未加入收入与媒介偏好的交互项时,高收入变量的回归系数为0.12且不显著。这表明当不考虑媒介偏好时,高收入群体对体育活动参与的影响并不显著。尽管媒介偏好对体育活动参与具有积极影响,但表5中的交互项数据显示,媒介偏好对不同收入阶层体育活动参与并未产生显著的调节效应。此外,从表3可以看出,收入本身对体育活动参与的影响同样不显著,这进一步支持了调节效应的缺失。

表5 媒介偏好对收入阶层体育活动参与的调节效应

变量	变量参照/交互	变量划分(交互)	模型(1)		模型(2)	
			现场观看体育比赛	参加体育锻炼	现场观看体育比赛	参加体育锻炼
收入阶层	收入(以低收入为参照)	中等收入	-0.12 (0.07)	0.19 (0.16)		
		高收入	0.08 (0.08)	0.38* (0.18)		
媒介偏好类型		传统媒介	0.03*** (0.01)	0.13*** (0.01)		
		新媒体	0.02* (0.01)	0.10*** (0.02)		
控制变量(省略)						
收入阶层与媒介偏好交互项	收入 * 传统媒介 (低收入#传统媒介为参照)	中等收入#传统媒介	0.01 (0.01)	-0.00 (0.02)		
		高收入#传统媒介	-0.00 (0.01)	-0.03 (0.02)		
		中等收入#新媒体	0.01 (0.01)	-0.03 (0.02)		
		高收入#新媒体	-0.01 (0.01)	-0.02 (0.02)		
	收入 * 新媒体 (低收入#新媒体为参照)	截距项	1.64*** (0.10)	1.00*** (0.22)		
		样本量	7 804		7 825	
		拟合度	0.076		0.119	

注:(1)括号内为标准误;(2)表中显著性:*表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$

3.3.2 对教育阶层的调节效应

在表 6 模型(1)中,中等教育和高等教育对现场观看体育比赛的影响系数分别为 0.09 和 -0.06,且均未达到显著性水平。这表明在纳入媒介偏好后,教育程度对现场观看体育比赛的影响有所减弱。相比之下,在未加入交互项的表 3 模型(1)中,中等教育和高等教育的系数分别为 0.07 和 0.12,且均为正向显著影响。这意味着,在不考虑媒介偏好的情况下,教育程度对现场观看体育比赛有更强的正向作用。

在分析媒介偏好与教育程度的交互作用对体育锻炼参与度的影响时发现,传统媒介对中等及高等教

育水平人群的体育锻炼参与度呈现显著的负向调节作用,其相关系数为 -0.06,且在 0.1% 水平上高度显著。同样,新媒介对高等教育水平人群的体育锻炼参与度也表现出负向调节作用,相关系数同样为 -0.06,且在 5% 水平上显著。这表明相较于低教育程度群体,传统媒介接触频率较高的中高等教育水平人群,以及新媒介接触频率较高的高等教育水平人群,参与体育锻炼的频率反而更低。这暗示随着教育程度的提高,人们可能会将更多时间投入到媒介娱乐或媒介消费上,时间的“挤出效应”在一定程度上削弱了中高教育程度群体的体育锻炼行为。

表 6 媒介偏好对教育阶层体育活动参与的调节效应

变量	变量参照/交互	变量划分(交互)	模型(1)		模型(2)	
			现场观看体育比赛		参加体育锻炼	
教育程度	教育(以低教育为参照)	中等教育	0.09	(0.09)	1.05***	(0.20)
		高等教育	-0.06	(0.10)	1.49***	(0.22)
媒介偏好类型		传统媒介	0.03***	(0.00)	0.14***	(0.01)
		新媒介	0.01**	(0.00)	0.08***	(0.01)
控制变量(省略)						
教育程度与媒介偏好交互项	低教育#传统媒介	中等教育#传统媒介	-0.01	(0.01)	-0.06***	(0.02)
		高等教育#传统媒介	0.01	(0.01)	-0.06***	(0.02)
	低教育#新媒介	中等教育#新媒介	0.00	(0.01)	-0.03	(0.02)
		高等教育#新媒介	0.01	(0.01)	-0.06*	(0.02)
		截距项	1.51***	(0.09)	0.34	(0.20)
样本量			7 784		7 805	
拟合度			0.078		0.136	

注:(1)括号内为标准误;(2)表中显著性:*表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$

3.3.3 对职业阶层的调节效应

在表 7 模型(1)中,传统媒介和新媒介的系数均为 0.03,且在 0.1% 和 1% 水平上显著;在模型(2)中,传统媒介和新媒介变量的系数均为 0.09,且均在 0.1% 水平上高度显著,这表明,无论是传统媒介还是新媒介,都对体育活动的参与产生了正向影响。然而,进一步考察不同职业阶层的个体时,媒介偏好对体育活动参与的影响出现了变化。

在表 3 模型(1)中,管理者在现场观看体育比赛的回归系数从 0.08 ($P < 0.05$) 变为不显著 (-0.09),这可能意味着,尽管管理者总体上更倾向于通过媒介参与体育活动,但这种倾向在控制了其他变量后并不显著。在表 3 模型(2)中,专业技术人员、一般非体

力劳动者及工人参加体育锻炼的回归系数分别为 0.66、0.43 和 0.43,均在 0.1% 水平上高度显著。然而,在加入职业类型和媒介交互项后,这些系数分别变为 0.22、-0.11 和 0.29,并失去显著性。这表明,媒介的多样性和便捷性可能导致人们花费更多时间在屏幕娱乐上,从而减少了体育活动的参与。

特别值得注意的是,一般非体力劳动者与传统媒介的交互对体育锻炼呈现正向显著性(回归系数为 0.05, $P < 0.05$),这表明对于这一群体而言,传统媒介可能对其体育锻炼起到促进作用。这或许是因为传统媒介能够提供更多的体育活动信息和激励,从而鼓励一般非体力劳动者积极参与体育锻炼。

表7 媒介偏好对职业阶层体育活动参与的调节效应

变量	变量参照/交互	变量划分(交互)	模型(1)		模型(2)	
			现场观看体育比赛		参加体育锻炼	
职业类别	职业(农民为参照)	管理者	-0.09	(0.13)	0.82**	(0.30)
		专业技术人员	0.12	(0.15)	0.22	(0.33)
		一般非体力劳动者	0.01	(0.12)	-0.11	(0.26)
		工人	0.05	(0.11)	0.29	(0.25)
媒介偏好类型		传统媒介	0.03***	(0.01)	0.09***	(0.02)
		新媒介	0.03**	(0.01)	0.09***	(0.02)
控制变量(省略)						
		管理者#传统媒介	0.01	(0.01)	-0.02	(0.02)
	职业与传统媒介 (农民#传统媒介为参照)	专业技术人员#传统媒介	-0.01	(0.01)	0.03	(0.03)
		一般非体力劳动者#传统媒介	-0.01	(0.01)	0.05*	(0.02)
		工人#传统媒介	0.00	(0.01)	0.04	(0.02)
职业类型与媒介 偏好交互项		管理者#新媒介	-0.00	(0.01)	-0.00	(0.03)
	职业与传统媒介 (农民#新媒介为参照)	专业技术人员#新媒介	-0.01	(0.02)	0.03	(0.04)
		一般非体力劳动者#新媒介	0.00	(0.01)	0.01	(0.03)
		工人#新媒介	-0.02	(0.01)	-0.05	(0.03)
		截距项	1.31***	(0.14)	0.12	(0.31)
样本量			4 874		4 891	
拟合度			0.058		0.141	

注:(1)括号内为标准误;(2)表中显著性:*表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$

4 结论与展望

在实施健康中国和全民健身战略的时代背景下,本研究立足于社会阶层视角和媒介化社会语境,基于CGSS2021数据,构建了现场观看体育比赛和参加体育锻炼两个多元回归模型,实证分析了社会阶层、媒介偏好与体育活动参与之间的关系。首先,不同社会阶层在体育活动参与上存在差异。收入分层对两种体育活动参与均未产生显著影响,这在一定程度上表明,体育活动参与不再以经济分层为主导。相较于低教育程度群体,中高等教育程度群体在两种体育活动参与中均表现出更高的积极性,教育因素对体育活动参与具有正向促进作用。职业层面上,与农民阶层相比,只有管理者在现场观看体育比赛中呈现显著性,高职业阶层与中低职业阶层在现场观赏型体育活动参与上出现分化,且不同职业阶层对体育锻炼具有显著的促进作用。其次,媒介偏好对体育活动参与具有显著影响,传统媒介和新媒介均对两种体育活动参与起到正向作用。最

后,媒介偏好对收入分层的体育活动参与不具有调节效应;但传统媒介对中高等教育群体的体育锻炼参与呈负向调节作用,新媒介对高等教育群体的体育锻炼参与也呈负向调节作用。此外,传统媒介对一般非体力劳动者的体育锻炼具有显著的促进作用。

媒介作为人的延伸突破了时空的界限,影响了不同社会阶层的体育活动参与。要实现更高水平的全民健身,应依托教育对体育信息技能的传授,以满足不同社会阶层的体育活动需要,并不断提升国民对体育赛事的鉴赏能力。同时,应培养不同社会阶层的媒介素养,充分发挥传统媒介和新媒介的正向引导作用。

诚然,受数据限制本研究难以检验媒介偏好时间对其他社会活动的挤出效应;本研究使用截面数据,无法深入分析体育活动参与的具体变化过程,未来研究可利用纵向多期数据,以更细化的视角深入探讨,进一步丰富实证检验。尽管研究存在一定局限性,但在一定程度上扩展了社会阶层与体育参与的研究视野,对理解媒介化社会语境下的体育活动参与具有积极意义。

参考文献

- [1] 王富百慧. 中国国民体育锻炼行为变迁:1995—2020 年[J]. 体育科学, 2022, 42(11):19-26.
- [2] 许玮, 朱建勇. 体育参与阶层化趋势及其影响因素[J]. 体育学研究, 2020, 34(01):77-86.
- [3] 张龙, 卢春天, 曾玉华, 等. 网络媒介使用对中国居民体育参与行为的影响——基于 CGSS2017 数据的实证研究[J]. 体育学刊, 2022, 29(05):54-61.
- [4] HOUT M. Social and economic returns to higher education in the United States [J]. *Annual Review of Sociology*, 2012, 38: 379-400.
- [5] BREEN R, JONSSON J O. Inequality of opportunity in comparative perspective: Recent research on educational attainment and social mobility [J]. *Annu. Rev. Sociol.*, 2005, 31(01): 223-243.
- [6] ISHII K, EISEN C. Socioeconomic status and cultural difference [DB/OL]. (2020) [2024-10-29]. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.584>.
- [7] BOURDIEU P. Distinction a social critique of the judgement of taste [M]. London: Routledge, 2018: 287.
- [8] LARSSON H, LARSSON B. Social stratification of physical activity. An exploration into how logics of practice affect participation in movement culture [J]. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 2023, 28(03): 213-228.
- [9] ROSENSTOCK I M. Historical origins of the health belief model [J]. *Health Education & Behavior*, 1974, 2(04): 328-335.
- [10] TAKS M, RENSON R, VANREUSEL B. Social stratification in sport: a matter of money or taste? [J]. *Eur J Sport Manage*, 1995, 2(01):4-14.
- [11] SCHEERDER J, VANREUSEL B, TAKS M, et al. Social sports stratification in Flanders 1969-1999 [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 2002, 37(02):219-245.
- [12] 李骁龙, 邢晓燕. 社会分层视角下中国城市社区居民体育锻炼行为分析——基于 CGSS 数据的实证研究[J]. 北京体育大学学报, 2014, 37(09):17-25.
- [13] WILSON T C. The paradox of social class and sports involvement: the roles of cultural and economic capital [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 2002, 37(01):5-16.
- [14] DOWNWARD PAUL. On leisure demand: a Post Keynesian critique of neoclassical theory [J]. *Journal of Post Keynesian Economics*, 2004, 26(03):371-394.
- [15] 马江涛, 于显洋, 李树旺, 等. 中国居民参与体育锻炼影响因素的序次逻辑回归分析 [J]. 成都体育学院学报, 2014, 40(09):12-18.
- [16] MEHUS I. Distinction through sport consumption: spectators of soccer, basketball, and ski-jumping [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 2005, 40(03):321-333.
- [17] THRANE C. Sport spectatorship in Scandinavia: a class phenomenon? [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 2001, 36(02):149-163.
- [18] 仇军, 钟建伟. 城市中体育参与社会融合的理论研究:以大众体育为例 [J]. 体育科学, 2010, 30(12):29-33.
- [19] 王玉. 职业、职位特征与体育运动参与 [J]. 中国体育科技, 2022, 58(03):96-107.
- [20] 杜蔚, 董芑飞. 四川省高校学生媒介接触偏好行为实证研究 [J]. 新闻世界, 2014(05):198-200.
- [21] 张业安, 王乐. 媒介传播对青少年体力活动与体质健康的影响 [J]. 西安体育学院学报, 2018, 35(02):164-172.
- [22] SANDERCOCK G R H, OGUNLEYE A, VOSS C. Screen time and physical activity in youth: thief of time or lifestyle choice [J]. *Journal of Physical Activity & Health*, 2012, 9(07):977-984.
- [23] SERRANO-SANCHEZ J A, MARTI-TRUJILLO S, LERANAVARRO A, et al. Associations between screen time and physical activity among Spanish adolescents [J]. *Plos One*, 2011, 6(09):e22453.
- [24] 胡鹏辉, 余富强. 中学生体育锻炼影响因素研究——基于 CEPS(2014—2015) 数据的多层模型 [J]. 体育科学, 2019, 39(01):76-84.
- [25] 卢春天, 权小娟. 媒介接触偏好对政府信任的影响——基于 CGSS2010 数据的实证研究 [J]. 国际界, 2015, 37(05):66-80.
- [26] 童兵. 媒介化社会新闻传媒的使用与管理 [J]. 新闻爱好者, 2012(21):1-3.
- [27] 何晶. 媒介与阶层——一个传播学研究的经典进路 [J]. 新闻与传播研究, 2014, 21(01):78-93.
- [28] 谭延敏, 张铁明, 刘志红. 居民传媒对小城镇不同社会阶层居民参与体育锻炼的影响 [J]. 首都体育学院学报, 2008(05):49-52.
- [29] 丁未. 社会结构与媒介效果:“知沟”现象研究 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003:23.
- [30] TICHENOR P J, OLIEEN G A D N. Mass media flow and differentiated growth in knowledge [J]. *Public Opinion Quarterly*, 1970, 34(02):159-170.
- [31] 张卓, 周红莉. 童年的区隔: 家庭文化资本与儿童视听媒介实践——以 Z 城和 S 乡为例 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(03):162-168.
- [32] COULDRY N. The place of media power: Pilgrims and witnessses of the media age [M]. London: Routledge, 2002: 18.

[责任编辑 江国平]