

研究論文

# 當代中國情境下社會資本測量的再思考 及其與傳播渠道關係的實證研究

蔣亞隆、曹博林

## 摘要

華裔學者將社會資本定義為親、友、信層層外推形成「差序格局」的社會關係網，而外國學者則認為社會資本是個人的社會組織參與。本文認為在中國社會現代化轉型背景下傳統關係社會資本和現代組織社會資本都存在。本文利用CGSS 2006年數據探究了中國人的社會資本的基本情況，並利用理性選擇理論以及不確定性消除理論等理論假設探究了影響個人社會資本的因素。結果顯示中國個人的組織社會資本積累與他們自己的關係社會資本積累以及發達國家個人的組織社會資本積累都有明顯差距。三種傳播渠道的使用與兩種社會資本關係都有比較顯著的相關關係，且在方向和大小都各有不同。相比線上渠道使用，線下渠道使用與關係社會資本增長的相關性更高；相比線下渠道使用，線上渠道使用與組織社會資本相關性更高。本文還討論了相關發現的意義。

關鍵詞：社會資本、傳播渠道、中國

蔣亞隆，香港城市大學媒體與傳播系博士候選人。研究興趣：關係傳播學、新媒體使用與社會資本、數據挖掘。電郵：aaronjiang2016@vip.163.com

曹博林(通訊作者)，北卡羅萊納大學項目中國辦博士後，香港城市大學博士。研究興趣：傳播與社會、新媒體研究、健康傳播。電郵：caobolin2006@163.com  
論文投稿日期：2015年1月30日。論文接受日期：2015年11月23日。

---

Research Article

## **Reconsidering the Measures of Social Capital in Modern China and Examining Its Relationships with Different Communication Channels**

Yalong JIANG, Bolin CAO

---

### **Abstract**

Chinese scholars often conceptualize social capital as personal social networks, which include kinsfolk, friends, and acquaintances, while non-Chinese scholars define social capital as organizational participation. In view of the social transformation in contemporary China, we propose in this article that social capital in the context of contemporary China should both include traditional *guanxi* and organizational social capital. Relying on the rational choice theory, we argue that the usage of communication channels is likely associated with the accumulation of social capital. Data were retrieved from a Chinese general social survey in 2006, and the results revealed that the organizational social capital that Chinese people possessed was generally far lower than the social capital in their traditional *guanxi* social network. Different communication channels were all significantly associated with both Chinese people's *guanxi* and organizational social capital, but with different directions and valences. Compared with online communication channels, the usage of

---

Yalong JIANG (PhD candidate). Department of Media and Communication, City University of Hong Kong. Research interests: community communication in China, computer-mediated communication and social capital, data mining.

Bolin CAO (PhD, corresponding author). Postdoc at University of North Carolina Project-China; PhD at City University of Hong Kong. Research interests: communication and society, new media communication, health communication.

offline channels can contribute to accumulating more *guanxi* social network. On the other hand, communicating online can lead to greater accumulation of organizational social capital than communicating offline. The implications of this study are discussed.

**Keywords:** social capital, communication channels, China

**Citation of this article:** Jiang, Y., & Cao, B. (2017). Reconsidering the measures of social capital in modern China and examining its relationships with different communication channels. *Communication & Society*, 39, 133–156.

## 社會資本概念在中國環境下的不同測量方式

社會資本這一名詞最早由漢尼芬(Hanifan, 1916)提出，用以描述社區中鄰居相互提供的幫助、同情，以及夥伴關係。80年代以來，學者如科爾曼(Coleman, 1988)、普特南(Putnam, 1995, 2000)、納哈皮特和戈沙爾(Nahapiet & Ghoshal, 1998)、林南(Lin, 1999)、烏爾庫克(Woolcook, 2000)、韋爾曼等(Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001)，以及邊燕杰和李煜(2000)，開始以一種更複雜的方式來認識和看待社會資本。學者們儘管觀點不盡相同，但大都同意將社會資本定義為社會關係網及其上附著的資源。

然而，隨著社會資本概念的普及和應用，國外學者和中國學者對社會資本的操作化定義卻逐漸變得有所不同。國外的學者如科爾曼(Coleman, 1988)認為社會結構是社會資本的基礎，這些社會結構包括了人們所參與的組織，與之相關的還有人們的信任和互助程度(也即格蘭諾維特所提出的強連結和弱連結)，以及共享的符號系統。而普特南(Putnam, 1995, 2000)更重視社會資本的「公共性」。他認為社會資本就是人們的公共組織參與，相互信任以及相互幫助。他提出了「橋接資本」(bridging capital)和「結合資本」(bonding capital)的概念。他還認為一個國家或社區的社會資本的高低與該國家或者地區的社會穩定息息相關。比如公共組織參與高的社區/國家的人，所感知的社會幸福感(psychological social wellbeing)會比較高，而這些人所在的社區/國家犯罪率會降低。科爾曼(Coleman, 1986)、普特南(Putnam, 1995, 2000)，還有納哈皮特和戈沙爾(Nahapiet & Ghoshal, 1998)、烏爾庫克(Woolcook, 2000)、韋爾曼等(Wellman et al., 2001)都曾經使用或者建議使用以人們參與社會組織的多少來測量社區中個人的社會資本。

而一些華裔或者來自中國的研究者卻對於社會資本的操作化定義有著不同的意見。早在1920年代，費孝通等人(1985 [1947])就提出了中國人的社會關係模式是以家庭為核心，以親人、朋友、熟人層層外推的具有「差序格局」特徵的社會關係網。林南等人發展出了「位置生成法」來測量與這種關係網相關的社會資本。他們不詢問個人的社會關係，或者個人所可得到的社會資源。他們詢問社會鏈接的社會位置，不同的社會資源會集中在這些位置之中(Lin, 1999; Lin & Dumin, 1986;

Lin & Erickson, 2008)。邊燕杰和李煜(2000)在此基礎上使用了「位置生成法」和「春節拜年網」來測量人們的社會資本。每一個拜年的親友就是一個社會連結，而每一個社會連結都有其職業和工作單位，而職業和工作單位在林南和邊燕杰等人看來代表著人們的資源(包括權力、地位和金錢等)之所在。對一個個人來講，他的關係網中不同職業和單位的人越多，這個人的社會資本總量越高。林南(Lin, 1999)、邊燕杰和李煜(2000)的測量，不但測量了中國社會獨有的傳統的親、友、信的「差序格局」，而且對上面附著的資源也進行了效度較高的測量。這種測量方式已經比較成熟並能夠幫助我們去瞭解在中國的「關係社會」中個人的社會資本的實際情況(Lin, 1999; Lin & Dumin, 1986)。

林南、邊燕杰、李煜等人的方法更適合測量中國環境中的社會資本概念，但這並不意味著外國學者的測量方式在中國完全行不通。科爾曼(Coleman, 1986)、普特南(Putnam, 1995, 2000)、還有納哈皮特以及戈沙爾(Nahapiet & Ghoshal, 1998)這些人的測量方式也在一定程度上可以反映中國個人的社會資本的一些現狀。自改革開放以來，中國社會正在經歷「三千年未有之變局」，正在從一個前現代社會轉型到現代社會。中國社會現代意義上的社會組織，比如不同的NGO等，正在逐年增加，人們的社會資本中具有「公共性」的那部分也在增加。在大環境發生變化之際，如果僅僅按照受到華裔文化圈影響的學者的定義來測量社會資本，則無法看到中國人的社會資本形態正在起變化：社會組織和其上附著的信息和機會資源也在為中國人提供幫助。學者如邊燕杰(Bian, 1997)在研究中早已提示，隨著中國改革開放後的現代化進程加快，中國個人的傳統社會資本，比如親屬朋友圈及其上的資源，在中國人的生活中所起的作用正在變小。在1980年代的中國沿海大城市，人們依靠一些間接的稍微弱一點的關係，比依靠直接的強關係，比如親屬介紹，能找到更好的工作(Bian, 1997)。而隨著時間的流變，在中國的大城市中，人們日益依靠市場上不同組織的渠道提供的信息和機會而不是親戚等提供的機會來找工作。在這個時候，社會組織，比如勞工協會或者同學會、同鄉會等等，就會起到較大的作用。隨著中國於2001年末加入WTO和互聯網的興起，中國社會在全球化和網絡化兩大因素的共同影響下出現了巨大改變，社會組織正在加快發展。比如，中國社會中出現了大量的社會組織，據中國社會組織網的

數據，中國2002年末實有社團數量為133,340個，2003年為142,121個，2005年為153,359個，2006年為191,946個，2009年這一數據上升到229,681個(國家民間組織管理局，2014)，八年中，僅官方統計的中國社團數量就增加了接近一倍。一些公益組織增加使得人與人之間的互助和互信增多。一些電子商務系統的發展也在幫助人們逐步建立起互信。比如淘寶上的賣家和買家在進行交易的時候，由於支付寶的存在，在一定程度上是相互信任的。社會組織起到的作用正在越來越大，人們會參與不同的社會組織(比如行業協會、同學會、同鄉會)，並獲得各種信息或者別的資源(比如信息和項目合作)。這些或許說明科爾曼(Coleman, 1986)、普特南(Putnam, 1995, 2000)，以及那哈皮特和戈沙爾(Nahapiet & Ghoshal, 1998)這些學者的測量方式在中國也有可能適用。

所以，在如今的中國，人們的社會資本應該既包括了他們的親人、朋友和熟人，也包括了他們所參加的社會組織。人們可以獲得的資源，既包括了他們可以從親人、朋友和熟人那裏所獲得的資源，也包括了他們所參加的社會組織的資源。在本文中，我們將以親人、朋友和熟人為主的社會關係網及附著於上的資源稱為關係社會資本；而將各種社會組織及其上附著的資源稱為組織社會資本。關係社會資本可以從職業和單位的種類數量觀察到。對一個人來講，他的關係網中的人擁有的職業和單位的種類越多，這個人的關係社會資本總量越高。組織社會資本可以從所參加的組織種類數量觀察到。對一個人來講，他的組織的種類越多，這個人的組織社會資本總量越高。

## 影響中國人個體社會資本增加的因素

在重新討論了社會資本的操作化定義之後，最值得探究的問題當屬究竟哪些因素預測著個體的社會資本？社會學學者普遍認為會導致個人社會資本變化的因素包括了個人社會地位、收入、教育程度、城鄉差距等(Burkhardt & Brass, 1990; McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001)。本文試圖探討的是通過對不同交流渠道的使用，人們的社會資本也會不斷增加。不同的理論從不同的角度支持著這個論點。首先，根據理性

選擇理論 (rational choice theory)，人們在意識到社會資本所賦予的資源及其重要性之後，出於理性的考慮，人們會主動選擇不同的交流渠道去維護和拓展其社會資本。理性選擇理論預設人們想要更多的利益並力圖最大化他們的利益 (Goode, 1997; Hechter & Kanazawa, 1997)。而不同的交流渠道可以讓人們去最大化他們的利益。第一，交流渠道使人們對外界新信息一直有所瞭解，而新的信息能夠幫助人們做出正確的決定。第二，人們可以通過溝通交到新朋友。這些新朋友能夠提供幫助或者信息。第三，通過交流，人們會逐漸瞭解到團結合作能讓人們去完成他們一個人完成不了的事情。最後，個人通過不同的交流溝通能夠組織不同團體去為單個人完不成的工作目標奮鬥。同時，通過溝通人們能夠相互協商並瞭解到自己在群體中的位置，這樣會提高群體協作的效率。以上因素都會促使人們去選擇不同交流渠道來進行溝通。而具體而言，人們在平日裏維護和擴展資源經常使用的三種傳播渠道為：面對面交流 (比如一起打牌 / 麻將、聚餐 / 喝茶，以及一起外出郊遊玩耍)，電話傳播渠道，或者網絡傳播渠道 (上網聊天、相互交換信息)。人們使用三種渠道越多，他們之間的溝通也會越多。

其次，不確定性消除理論 (uncertainty reduction theory, URT) 認為人們溝通越多，相互瞭解也會越多，對對方的知識的不確定的方面會逐漸減少，並會認為對方可靠且行為可以被預測，他們會更信任對方，關係也會更加親密 (Berger & Calabrese, 1975; Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011; Rempel, Holmes, & Zanna, 1985)。根據不確定性消除理論，人們花更多時間去參與不同渠道的交流會導致雙方積累更多親密和信任。所以花更多時間去使用不同的溝通渠道有利於使用者維持一個可以向他們提供信息或者其他資源的社交網絡，並尋找認識一些新朋友，擴大自己的社交網絡。

另外，根據未來依靠假設 (future dependence hypothesis, FDH) 一個花更多時間到不同溝通渠道的使用上的人會體驗更多的相互幫助 (比如相互提供信息和情感撫慰) 並積累更多的關係社會資本。一些學者指出：一個體驗了更多的互相幫助的人會傾向於更信任他 / 她的互助夥伴在他 / 她給予對方幫助後，在將來會給與回報 (Carnevale & Carrington, 1982; Pruitt & Kimmel, 1977)。學者將這種信任稱為未來依靠 (future

dependence)，並指出一個人積累的未來依靠(信任)越多，他就越可能在將來給互助夥伴提供幫助(Carnevale & Carrington, 1982)。因為他們知道互助會最大化他們的利益，他們幫助別人的動機會更強。所以一個花更多時間到不同溝通渠道的使用上的人會體驗更多的相互幫助，和他/她一起體驗了更多的互助經驗的互助夥伴也將會積累更多的未來依靠，並更有可能給他們提供幫助。一個花更多時間到不同溝通渠道的使用上的人就更有可能維持並擴大可以給他們提供資源的「有效的」社會關係網。這個關係網上可能有不同職業和工作單位的人。他們的社會資本就會隨之增加。因此我們提出如下假設：

假設 1.1：在中國社會，面對面交流程度與關係社會資本呈正向相關。

假設 1.2：在中國社會，電話使用程度與關係社會資本呈正向相關。

假設 1.3：在中國社會，網上聊天遊戲的程度與關係社會資本呈正向相關。

另外，一個人花更多時間到三種渠道上也很可能會導致他們的組織社會資本的增長。正如前面所言，現代中國社會已經出現了大量的正式註冊和非正式的社會/社區組織。這些組織會舉辦各種活動，並通過線下活動、電話或者網絡的形式推送他們的招人信息並廣而告之。在西方社會，生活在社區的人們經常會看到社區各種組織的招新信息，這些信息會通過線下活動、熟人見面介紹、招貼、電話邀請，以及郵件或者網站推送的方式發送給受眾(Dutta-bergman, 2005; Hampton & Wellman, 2003; Kavanaugh & Patterson, 2001; Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。在中國，各種社會組織和社區組織也在使用類似的方式招新。當人們參加了不同的組織，他們就會獲得來自不同的組織的資源。比如健康類組織會提供健康信息和幫助。消費者協會可以幫助消費者維權等。因而一個人花越多的時間到不同渠道的使用上，他/她就可能收到更多的組織招人信息，他/她成為不同類型的組織的成員的可能性就會加大。他/她的組織社會資本也會相應增加。所以一個人花更多時間來使用三種渠道和別人溝通能夠增進他和社會聯繫(social contacts)的親密程度和信任，維持和擴大關係網，並讓更多具有不同職業或者工作單位的人成為可以給他提供資源的社會連接(social



ties)，他們的社會資本也會隨之增加。因此我們提出下假設：

**假設 2.1：**在中國社會，面對面交流程度與組織社會資本呈正向相關。

**假設 2.2：**在中國社會，電話使用程度與組織社會資本呈正向相關。

**假設 2.3：**在中國社會，瀏覽互聯網程度與組織社會資本呈正向相關。

以上分析有利於幫助我們理解交流渠道與社會資本之間的基本關係，但實際上線上渠道使用和線下渠道使用和人們的社會資本積累之間的不同的關係值得深究。這兩種渠道的使用和社會資本積累的相關程度都很高，那麼哪一種相關程度更高呢？就文獻看來，面對面渠道的使用和線上渠道的使用各有優勢。

面對面渠道的使用的優勢在於，這種交流是一種「純粹」的交流方式。首先，參與到面對面交流的人們需要集中注意力並將所有時間投入到交流中去；這與人們在互聯網上經常同時處理多項任務 (multi-tasking) 的習慣極為不同。比如，人們可以在上網和朋友聊天的同時聽音樂，看視頻或者玩遊戲 (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, & Scherlis, 1998)。當一些人使用互聯網的時候，他們或許並沒有參加到網上的交流活動中去。他們可能只是在從事或實踐一些單獨活動，這類活動不需要人與人之間的溝通 (Leary, Herbst, McCrary, & LaMode, 2003)。其次，面對面交流中人們可以使用非語言信息 (比如表情和姿勢) 來傳遞信息，但是互聯網不能傳達與面對面交流時同樣豐富的信息。面對面的交流，人們除了使用語音外，還可以使用表情、姿勢、身體語言來協助進行交流。所以和互聯網交流相比，面對面交流具有更多功能且交流效果更好。再次，面對面交流能營造出適合維繫關係的環境。邊燕杰、劉翠霞和林聚任 (2004) 提到聚餐在中國的關係維持中的重要性。他們也指出中國人借助請客聚餐可以提供一個良好環境來讓人們充分地交換信息，並維持一個能給他們提供資源的「有效的」關係網絡。這種交換信息包括了信息和感情上的互助 (information and emotional reciprocity)。所以看上去與互聯網渠道使用相比，線下渠道能更好地促進個人的關係社會資本的增加。所以我們有以下假設：

**假設3.1：與互聯網渠道使用相比，線下渠道使用與關係社會資本增加的相關程度更高。**

當然，互聯網交流也有其優勢。互聯網有兩個特質：巨量信息存儲和信息快速擴散。

巨量信息存儲指的是互聯網上可以存儲大量的不同種類的信息。信息快速擴散指的是在互聯網上信息可以迅速地在網民中擴散。這兩大特點會導致人們接收到大量的社會組織的招募信息和社會活動的動員信息。互聯網巨量信息存儲的特質會讓那些收到大量公民參與的信息的人也會收到大量的動員信息或者公民事務內容(Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。互聯網的信息高速擴散特質還會讓人們始終瞭解到社區的最新信息(Hampton & Wellman, 2003; Kavanaugh & Patterson, 2001; Quintelier & Vissers, 2008)。公民事務內容和社區最新信息中包括了大量的慈善組織的徵召材料和社會運動的努力或者社會俱樂部的網頁。這些信息會增加了人們參與不同組織的機會。

另外，人們還可以通過互聯網大量且在快速擴散的信息來增加自己的政治知識和社區知識，瞭解公民運動或社區活動的目的和原因，這會鼓勵他們進行決策並參與到公民運動或社區活動中去(Dutta-Bergman, 2005; Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005; White, 1997)。比如，一些學者就指出互聯網上關於候選人的信息可以讓選民瞭解更多候選人的信息，從而做出決策並開始參與政治組織的活動(Kern, 1997; Wang, 2007)。所以看上去互聯網渠道的使用與線下活動相比能更好地促進個人的組織社會資本的增加。所以我們有以下假設：

**假設3.2：與線下渠道使用相比，互聯網渠道使用與組織社會資本增加的相關程度更高。**

## 方法

### 數據

本文所採用的是中國普通社會調查(Chinese general social survey, CGSS) 2006年的數據，這次調查採用了分層的四階段不等概率抽樣，樣本來自全國(含22個省、4個自治區、4個直轄市；不含西藏自治

區、港澳台)的2,801個區縣單位。樣本總量為10,151人，男性佔比為46.2%，年齡範圍從18歲到71歲，平均年齡43歲，個人2005年平均年收入為8,933元人民幣，漢族佔比93%，黨員佔比8.7%。

## 測量

**交流渠道：**本文測量了兩種主要的交流渠道，分別為面對面線下交流和通過互聯網的線上交流。而後者又細分為瀏覽互聯網和網上聊天遊戲。面對面交流通過以下五項具體的交流方式的頻率之和來表現：外出郊遊、打牌/麻將、去咖啡館、坐茶館和外出就餐。受訪者被要求在7分的李克特量表上呈現他們使用每一項交流方式的頻率(1為「幾乎每天」，7為「從不」)。數據在處理過程中進行了重新編碼，使得數值越大，代表該社會交往方式使用頻率越高。由於五種方式相加，因而面對面交流方式的得分值範圍是1至35。與此類似，瀏覽互聯網和網上聊天遊戲這兩個變量則分別是通過檢測受訪者在閒暇時間瀏覽互聯網和上網聊天遊戲的頻率來實現的。受訪者也是在7分的李克特量表上報告其使用頻率(1為「幾乎每天」，7為「從不」)。同樣，數據在處理過程中進行了重新編碼，使得數值越大，代表該社會交往方式使用頻率越高。

除此之外，我們還用參與者的手機使用年限來當做他們的手機溝通的一個指標。手機使用年限對參與者的社會關係有一定的影響。尤其是由於該數據收集於2006年，手機通訊在社會交往中佔據著重要的地位。在本文的測量中，以2006年作為參照年來計算手機使用年限。如，某人從2005年開始使用手機，則其使用手機的年數則為「1」，以此類推。

**關係社會資本：**關係社會資本是通過對人們的「春節拜年網」進行測量的。林南(Lin, 1999)、邊燕杰和李煜(2000)都認為在中國，人們的資源可以以其所從事的職業和所在單位來代表。而這些職業和單位依據其所提供的資源是可以按社會經濟地位和聲望進行排序的。邊燕杰和李煜(2000)從國家統計局所頒布的350種職業中選取了20種職業，又按產權和組織形式選取了12種單位類型，然後請被訪者為這些

職業和單位打分，並給出了一個打分表(詳見附錄一)。每個職業或單位的分數都有一個加權分，代表這個職業或單位的資源。這個表中職業從最高分科學家(95分)到最低分鐘點工(6分)降序排列，單位從最高分政府機關(86分)到最低分(集體企業)降序排列。同時，他們認為中國人主要的社會關係網是他們的春節拜年網，並詢問了受訪者親人、朋友、熟人中有沒有誰職業和單位和給出的已打分表格中相同。如果有，則無論人數多寡均記作1分。最後將每個職業與職業地位加權分相乘再相加得出職業地位總分。同理得出單位地位總分。再通過統計上的因子分析來將職業地位總分、單位地位總分、職業種類、單位總類四個變量放到一起算出每個人的社會資本總量。

CGSS問卷呈列了20種不同的職業類型，如科研人員、醫生、私營業主等。受訪者需要報告是否與從事此類工作的人有春節來往(1為「有」；0為「沒有」)。這些不同的種類加起來成為每一個受訪者的關係網職業類型。根據邊燕杰和李煜(2000)一文，不同的職業種類引起社會地位差異，可以賦予不同的權重，如科學研究人員的職業地位平均分為95；企事業單位負責人為71等(詳見附錄一)。通過對不同的職業種類進行加權和累計，我們得出每個受訪者關係網職業類型的總得分。再有，除了職業類型之外，春節拜年網中的職業類型也是考量社會資本的一個重要維度。7種不同的單位類型包括：黨政機關、國有企業、個體經營等，受訪者需要判斷其春節拜年對象中是否存在在此類單位上班的人員(1為「有」；0為「沒有」)。與上相似，受訪者每個人關係網的單位類型通過疊加後的總數呈現。另外，不同的單位類型也同樣根據社會地位被賦予不同的分數(同見附錄一)。經對不同單位類型賦予權重和疊加之後，我們得到受訪者每個人關係網的單位類型總得分。最後，在此基礎上，我們對上述四項關係網的呈現方式進行因子分析，強制析出一個因子值，其已解方差為81.4%。此所求得的因子值則為受訪者的社會資本總量。

**組織社會資本：**組織社會資本主要是通過對人們參與的組織數來進行測量，其中包括了黨組織和其他的組織。我們沒有給不同組織類型打分，而是僅僅測量個人參加不同組織的個數。首先，不同的組織提供的資源不同，比如有的組織會提供情感支持，有的組織能提供信

息資源，這些資源沒法統一比較。同時，我們也認為個人是理性的，不會重複參加同類組織，浪費時間精力。所以我們認為個人參加組織數量越多，這個人的組織社會資本越高。

**控制變量：**根據前人的研究，本文將人口學變量，如性別（「男」= 1，「女」= 0）、年齡、教育程度、收入狀況、城鄉差異狀況（「城市戶口」= 1，「農村戶口」= 0）、婚姻狀態（「已婚」= 1，「未婚」= 0）、種族（「漢族」= 1，「其他」= 0）、社會階層（「下層階級」= 1，「中下階級」= 2，「中層階級」= 3，「中上階級」= 4，「上層階級」= 5）和宗教（「基督教」= 1，「其他」= 0）等變量作為控制變量納入分析當中。

## 結果

首先，我們在文章中按照邊燕杰和李煜（2000）的算法算出了關係社會資本總量，具體請見表一。由於考慮到結果值轉換為1到100分數會影響到後續結果，所以關係社會資本總量是一個極小值為-1.32，極大值為4.74的係數。由表一來看，受訪者在春節交往中平均涉及到4個不同的職業；而且職業地位的總分平均數在172左右。而受訪者春節交往中的單位類型則平均在2.7個，單位地位總分的平均數為116。

表一 社會資本網絡分析

	平均數	標準差	因子負荷值	
拜年網中的職業個數	4.21	2.86	.91	
職業地位總分	172.30	165.11	.90	
拜年網中單位類型個數	2.71	1.49	.91	
單位地位總分	116.14	78.81	.89	
	最小值	最大值	平均數	標準值
因子值	-1.32	4.74	0	1
已解方差	81.4%			

然後，我們對主要自變量和因變量的頻率進行了分析。具體結果請見表二。表二說明，受訪者中採用面對面線下交流方式的平均數為8.92，在1-35的得分區間中數值偏小。由此來看，當時人們面對面線

下社交的頻率較低，大多表現為「一年幾次」。而受訪者中平均使用手機的年數為4年左右。此外，較之上網聊天遊戲(平均數為1.8)，受訪者瀏覽互聯網的頻率(平均數為2)略高。

表二 主要變量頻率分析

	數量	平均數	標準差
面對面交流頻率	10,151	8.92	4.55
手機使用年長	4,730	4.07	3.12
瀏覽互聯網頻率	10,151	2.01	1.98
網上聊天遊戲頻率	10,151	1.77	1.73
關係社會資本	5,432	-.23	1
組織社會資本	10,151	.11	.34
組織社會資本 (無黨組織)	10,151	.02	.17

表二中受訪者的關係社會資本平均數為-.23，相較於最大值4.74，更接近最小值-1.32。同時，表二說明，受訪者的組織社會資本總量(組織參與個數)普遍較低。將黨組織計算在內為.11，平均100個受訪者中才參加11個社會組織。而若將黨組織排除在外，則為.02，平均100個人才參加2個社會組織。但是當我們使用中國2006年的社會組織個數平均數來與美國2004年普通社會調查的數據(general social survey, GSS)比較的時候(美國數據請見表1.3)，會發現即使我們使用的是中國2006年的數據與美國2004年的數據相比，中國社會中個人的組織參與程度與美國仍然要差很多。美國的平均數為1.4，而中國，即使算上執政黨，也才0.11。也即美國人平均100人參加了140個組織，而中國人平均100個人才參加了11個組織。由於組織社會資本指的就是人們參加的組織及組織上附著的資源，所以可以見到中國人所擁有的組織社會資本和美國人比是極低的。

表三 美國全國社會調查2004年社團和網絡使用數據

	社會組織參與個數	網絡使用
樣本數	1,464	1,701
平均數	1.44	7.46
標準差	1.67	10.53

數據來源：Yan & Jiang (2014)

然後，我們將主要的自變量和因變量進行了雙變量相關分析。具體請見表四。表四說明，人們的各種社會交往方式都與其社會資本之間存在著正相關關係。而且，不同的社交形式與受訪者的社會資本總分之間存在著較強的關係，但不同的社交形式與人們的組織社會資本之間的相關程度普遍較低，特別是互聯網交流的頻率與參與組織數量相關較為微弱（相關係數為.02， $p < .05$ ）。另外，人們的不同的社會交往形式之間的相關關係也較強。

表四 社會資本與交往方式的相關係數

	社會資本 總分	參與組織 數量	面對面 交流	手機使用 年數	互聯網 瀏覽頻率	網上聊天 遊戲頻率
社會資本總分 (樣本數)	1 5,432					
參與組織數量 (樣本數)	.10** 5,432	1 10,151				
面對面交流 (樣本數)	.20** 5,432	.06** 10,151	1 10,151			
手機使用年數 (樣本數)	.19** 3,286	.13** 4,730	.26** 4,730	1 4,730		
互聯網瀏覽頻率 (樣本數)	.21** 5,432	.08** 10,151	.44** 10,151	.20** 4,730	1 10,151	
網上聊天遊戲頻率 (樣本數)	.18** 5,432	.02* 10,151	.43** 10,151	.11** 4,730	.82** 10,151	1 10,151

最後，我們用不同自變量和關係社會資本以及組織社會資本進行了多元層級回歸分析。具體請見表五中的模型一到模型四。表五說明四種不同的交流渠道都能正面影響人們的社會資本總數。模型二在控制了一些人口學變量之後，四種不同的交流渠道可以增加.05的模型解釋力。手機使用年數 (Beta = .11,  $p < .001$ )，面對面的線下交流 (Beta = .10,  $p < .001$ )，和互聯網交流頻率 (Beta = .07,  $p < .05$ ) 都與關係社會資本顯著相關。所以假設 1.1、1.2 和 1.3 均得到了支持。

表五 社會資本和參與組織數量的回歸分析(標準化回歸係數)

	關係社會資本		組織社會資本		組織社會資本 (無黨組織)	
	模型一	模型二	模型三	模型四	模型五	模型六
性別	-.02	-.05*	.12***	.12***	.01	.01
年齡	.03	.08***	.29***	.28***	.07***	.06**
教育程度	.15***	.10***	.24***	.22***	.07**	.06**
收入	.08***	.03	.03	.01	.10***	.10***
婚姻狀態	.02	.04	.00	-.01	-.03	-.04*
民族	.00	-.00	-.02	-.02	-.00	-.00
宗教信仰	.00	.00	-.02	-.02	.00	.00
城鄉差距	.08***	.07***	-.06***	-.07***	-.01	-.01
社會階層	.08***	.03	.04**	.04**	.01	.01
面對面交流		.10***		-.04*		-.02
手機使用年數		.11***		.05**		.02
瀏覽互聯網頻率		.06		.10***		.01
網上聊天遊戲頻率		.07*		-.07**		-.02
調整後的已解方差	.06***	.09***	.12***	.13***	.02***	.02***
樣本數	2,962	2,962	4,150	4,150	4,150	4,150

同時，我們可以看到網上聊天遊戲標準化回歸係數Beta = .07，小於面對面線下交流標準化回歸係數Beta = .10。我們對兩個回歸係數的差別進行了檢驗，檢驗結果是得到一個自由度為2,850的T值：-16.84，相應的p值 = .0086 < .01，所以面對面交流和關係社會資本的相關程度顯著大於網上聊天遊戲和關係社會資本的相關程度。假設3.1得到了支持。

另外，在模型二中，性別 (Beta = -.05,  $p < .05$ ) 和關係社會資本成負相關。年齡 (Beta = .08,  $p < .001$ )，教育程度 (Beta = .10,  $p < .001$ )，和城鄉差距 (Beta = .07,  $p < .001$ ) 的增加都與關係社會資本的增加相關。而收入，婚姻，民族，信仰等均與關係社會資本的增減無關。

表五還說明四種不同的交流渠道也能影響人們的組織社會資本。在模型四中，在控制了一些人口學變量之後，四種不同的交流渠道可以解釋12.5%的組織社會資本總數。然而，其中面對面的線下交流頻率 (Beta = -.04,  $p < .05$ ) 和網上聊天遊戲的頻率 (Beta = -.07,  $p < .01$ ) 都負面地影響組織社會資本。而手機使用年數 (Beta = .05,  $p < .01$ ) 和瀏



覽互聯網 ( $Beta = .10, p < .001$ ) 的頻率則正面地影響著組織社會資本。所以假設 2.1, 假設 2.2 和假設 1.3 都得到了支持。

同時, 我們可以看到瀏覽互聯網標準化回歸係數  $Beta = .10$ , 絕對值大於面對面線下交流標準化回歸係數  $Beta = -.04$ 。我們對兩個回歸係數的差別進行了檢驗, 檢驗結果是得到一個自由度為 3,979 的 T 值: -13.12, 查表得相應  $p$  值  $< .001$ , 所以瀏覽互聯網與關係社會資本相關程度顯著大於面對面交流與關係社會資本相關程度。網上聊天遊戲標準化回歸係數  $Beta = -.07$ , 絕對值大於面對面線下交流標準化回歸係數  $Beta = -.04$ 。我們對兩個回歸係數的差別進行了檢驗, 檢驗結果是得到一個自由度為 3,979 的 T 值: 16.83, 相應  $p$  值  $< .001$ , 所以網上聊天遊戲與關係社會資本相關程度顯著大於線下交流與關係社會資本相關程度 (就絕對值而言)。假設 3.2 得到了支持。

另外, 模型四中性別 ( $Beta = .12, p < .001$ )、年齡 ( $Beta = .28, p < .001$ )、教育程度 ( $Beta = .22, p < .001$ )、城鄉差距 ( $Beta = -.07, p < .001$ )、社會階層 ( $Beta = .04, p < .01$ ) 都能與組織社會資本的增加產生顯著正向相關, 而收入則與組織社會資本無關。

其後, 我們又進行了探索性分析。由於在中國, 中國共產黨作為執政黨具有特殊地位。所以我們探索性地研究了將黨組織去掉後組織社會資本與因變量的關係, 具體請看模型五和模型六。耐人尋味的是, 將組織社會資本中的黨組織除去之後, 模型中的年齡 ( $Beta = .06, p < .01$ )、教育程度 ( $Beta = .06, p < .001$ )、收入 ( $Beta = .10, p < .001$ ) 均與組織社會資本增加成正相關, 而婚姻狀態 ( $Beta = -.04, p < .01$ ) 則與組織社會資本成反相關, 但人們的四種社會交往方式均無法與組織社會資本產生相關。

## 討論

首先, 本研究提出國外學者和華裔學者對於社會資本的操作化定義各有所長也各有偏頗, 並認為在中國的環境下, 社會資本作為社會關係網和附著於上的資源, 可以分為兩個部分, 一部分是關係社會資本, 一部分是組織社會資本。關係社會資本指的是以個人家庭成員為

核心，從親人到朋友，熟人這樣層層外推的傳統關係網及其上附著的資源。而組織社會資本指的是個人所參加的社會團體所形成的現代社會關係網及其上附著的資源。相比以前的定義，這樣定義的優點在於更接近中國的現實：如果僅僅按照西方學者的定義來測量社會資本，則中國人的社會資本總量會很低。如果僅僅按照華裔學者的定義來測量社會資本，則無法看到中國人的社會資本形態正在起變化：社會組織和其上附著的信息和機會資源也在為中國人提供幫助。數據結果顯示兩種社會資本中，中國人所積累了更多的關係社會資本。而與美國相比，中國的所積累的組織社會資本還相對較少，這與中國社會組織不發達有較大的關係。

其次，本研究用數據證明了以下理論或假設。首先被證實的是理性選擇假設 (rational choice hypothesis)，人是理性而主動的，會主動的採取行動來最大化自己的利益。這種理性的行為導致了中國人不斷的使用各種交流渠道交流和協商。其次是不確定性減少理論 (URT) 和未來依靠假設 (FDH)。通過交流，人們可以減少對對方不確定的知識，增加對對方的信任 (Berger & Calabrese, 1975; Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011; Rempel et al., 1985)，同時交流中相互的幫助會讓人們積累更多的未來期望 (future dependence)，並讓人們更可能從他們的社會連絡人那裏獲得資源 (Carnevale & Carrington, 1982; Pruitt & Kimmel, 1977)，這樣交流者的朋友圈就會擴大。交流者還可以和更多不同類型親友保持聯繫，他們關係社會資本就會增加。最後，我們指出人們可以通過交流接收到更多的社會組織的招募信息，從而參加更多不同的社會組織，他們的組織社會資本也會逐漸增加 (Dutta-bergman, 2005; Hampton, & Wellman, 2003; Kavanaugh, & Patterson, 2001; Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。這些理論或者假設都得到了數據的支持。

比較有意思的是，數據分析結果顯示儘管面對面渠道的使用，電話渠道使用和網上渠道使用都和關係社會資本的增加相關。面對面渠道使用與關係社會資本的正向相關程度卻要顯著高於線上渠道使用和關係社會資本的正向相關程度。我們曾經假設相對於網上渠道使用，面對面渠道使用與關係社會資本增加相關程度更高。面對面渠道使用具有如下優勢：(a) 人們可以通過面對面渠道使用傳遞多樣化的信息；

(b) 人們通過策略性的面對面渠道使用(比如請客吃飯)可以營造一個良好環境來增進和維持關係網(邊燕杰、劉翠霞和林聚任, 2004)。觀察到的數據支持了這樣的「多樣化, 好環境」假設。另外, 我們假設相對於面對面渠道使用, 網上渠道使用的優勢在於互聯網能存儲海量信息並使得信息快速擴散的特點能讓人們接觸到更多的社會組織招募信息, 從而增加人們參加不同組織的機會, 進而導致他們的組織社會資本增加(Hampton, & Wellman, 2003; Kavanaugh & Patterson, 2001; Quintelier, & Vissers, 2008; Shah, Kwak, & Holbert, 2001)。這一「大儲量, 擴散快」假設也得到了證明: 數據顯示互聯網瀏覽與組織社會資本增加的關係為正相關, 而面對面交流與組織社會資本增加的關係為負相關。而且僅就絕對值來講, 互聯網瀏覽與組織社會資本的相關程度也要顯著大於面對面交流與組織社會資本的相關程度。所以, 在促進關係社會資本積累的幾種傳播渠道使用中, 線下渠道使用扮演了較為重要的角色。在促進組織社會資本積累的幾種傳播渠道使用中, 線上渠道使用扮演了較為重要的角色。

上網聊天遊戲和組織社會資本負向相關的原因如下: 第一, 本研究的數據說明了個人上網瀏覽越多, 則其組織社會資本會增加, 而其面對面交流和網上聊天遊戲越多, 則現代組織社會資本減少。這和之前學者如Kraut等人(1998)以及Shah等人(2001)的研究可以相互印證。有研究表明, 上網聊天的對象往往是自己熟識的朋友, 會在一定程度上形成「自我繭化」(tele-cocooning)效果, 使得自己的社交圈子越來越局限在小圈子當中。在與熟識的朋友交流的過程中, 關係社會資本可能會進一步增長。然而過多網上聊天所佔用的時間將削弱人們拓展組織社會資本的機會(Kobayashi & Boase, 2014)。問卷在測量面對面交流的時候是在問受訪者是否外出交流、一起喝茶等等。這些活動和網上聊天遊戲一樣, 大都是中國人和傳統關係網中的朋友一起做的活動。如果受訪者是被問到閒暇時間有沒有參與到黨組織生活, 以及黨組織生活的頻率等等, 則數據分析結果可能會明顯不一樣。這在一定程度上解釋了為何三種交流渠道都和無黨組織的組織社會資本難以產生影響。然而更重要的因素在於, 儘管社會組織在中國在逐漸增加, 但受訪者參與的除黨組織之外的組織仍相當有限, 這使得使用不同交流渠

道的影響很有限。另外，人們通過互聯網來與陌生人聊天的時候，更多地是閒聊，這種閒聊和一些組織內的溝通不一樣，反倒會佔用網下的較為正式的活動的時間。也就是說互聯網上聊天遊戲並不會幫助增加社會組織參與，倒很可能佔用網下社會組織參與的時間。所以互聯網網上聊天會與組織社會資本的積累有負面相關關係。因為個人的時間有限，這被稱作時間替代假設(time displacement hypothesis，見Kraut et al., 1998; Shah et al., 2001)。

有學者認為手機和互聯網的使用能使得人們有更多的時間來擴大朋友圈、增進社會聯繫、參加更多的組織，但也很可能增大互聯網用戶之間社會資本擁有量的不平等。邱林川(2014)講過一些中國新生代勞工對虛擬互聯網產品的消費可能會導致他們被只知道賺錢的互聯網商家利用，沉迷於虛擬空間而缺乏線下社交。本研究數據業已證明互聯網上的閒聊和人們的組織社會資本的減少相關，而科魯特等人(Kraut et al., 1998)和肖等人(Shah et al., 2001)更指出玩網遊，網上購物和看電視都會導致個人所有的社會資本的萎縮。所以，社會對互聯網使用應該分類區別的進行對待。另外，數據結果還顯示城市戶口擁有者具有更多的關係社會資本，而農村戶口擁有者則具有更多的組織社會資本，這是一個耐人尋味的現象，這極可能和農村外出打工者較多，在外地更依賴上網，而城市人大都本地人，喜歡線下活動有關。這也說明互聯網不一定會導致勞工沉迷，反而會導致人們瞭解給更多信息，積累更多組織社會資本。最後，本研究還討論了社會資本的其他先導因素(antecedents)，並通過數據分析證明教育程度確實與兩種社會資本都有正向相關。這說明在中國社會中，教育程度越高，則個人很可能傳統的關係網資源和現代社團關係網資源都很高。可見在中國，教育改變命運，不僅僅是改變了一個人所擁有的經濟資本和人力資本(Bourdieu, 1986)，也改變了他們的社會資本。數據結果還顯示社會階層越高，關係社會資本和組織社會資本都會越高，而經濟收入的增加(其實這也可以看做是個人的經濟資本的一個指標)則和兩種社會資本的增加都不能產生顯著相關，卻與去掉黨組織之後的組織社會資本顯著正向相關。這是個有趣的現象，這很可能是因為經濟收入高的人離鄉背井，遠離了傳統朋友圈；而且經濟狀況上的寬裕可能為他們帶來

了更多時間和資源來參與社會組織活動。本研究發現女性更可能會傾向於擁有更大傳統的親人，朋友，熟人的圈子，也擁有了更多的關係社會資本。而男性更傾向於參加黨組織或者各種社會組織。這種中國社會中男女社會資本有別的情況是一個比較有趣的發現。婚姻狀態和去掉黨組織的組織社會資本成反向顯著相關，這說明未婚者更傾向參加各種社會組織。本研究的發現有助於人們瞭解中國人的社會資本（或者說人脉資源）的結構性現狀。總體來看，中國人所大量擁有的社會資本仍然是關係社會資本，但也擁有了少量的組織社會資本。本研究的發現也有利於幫助國人瞭解什麼因素和機制會影響到中國人的社會資本的積累。簡而言之，那些能夠理性而又有策略性地使用三種不同的交流渠道，或收入，社會地位和教育程度較高的人會擁有更多不同類型的社會資本。

本研究也有一定的局限。首先，由於本文使用的是二手數據，一些測量的指標可能不夠完善。其次，由於社會資本是一個牽涉面廣的概念，一些可能會和兩種社會資本有相關關係的變量也許未被全部被囊括進來分析。最後，互聯網使用其實是一個需要進行分類辨析的概念，不同的具體使用行為所導致的社會資本積累狀況會有不同。希望以後有學者能夠對互聯網使用進行分類並逐一比較他們和社會資本的關係。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 邱林川 (2014)。〈告別i奴：富士康、數字資本主義與網絡勞工抵抗〉。《社會》，第34卷第4期，頁119-137。
- Qiu Linchuan (2014). Gaobie i nu: Fushikang, shuzi ziben zhuyi yu wangluo laogong dikang. *Shehui*, 34(4), 119-137.
- 國家民間組織管理局 (2011年4月6日)。〈中國全國2003-2009年社會組織數量統計〉。上網日期：2015年1月29日，取自中國社會組織網，<http://www.chinanpo.gov.cn/2201/yjzlkindex.html>。
- Guojia minjian zuzhi guanliju (April 6, 2011). Zhongguo quanguo 2003-2009nian shehui zuzhi shuliang tongji. Retrieved on January 29, 2015 from zhongguo

- shehui zuzhiwang, <http://www.chinanpo.gov.cn/2201/yjzlkindex.html>.
- 費孝通、劉豪興(1985)。〈鄉土中國〉。北京：生活·讀書·新知三聯書店。
- Fei Xiaotong, Liu Haoxing (1985). *Xiangtu zhongguo*. Beijing: Shenghuo · dushu · xinshi sanlian shudian.
- 邊燕杰、李煜(2000)。〈中國城市家庭的社会網絡資本〉。《清華社會學評論》，第2期，頁1-18。
- Bian Yanjie, Li Yu (2000). Zhongguo chengshi jiating de shehui wangluo ziben. *Qinghua shehuixue pinglun*, 2, 1-18.
- 邊燕杰、劉翠霞、林聚任(2004)。〈中國城市中的關係資本與飲食社交：理論模型與經驗分析〉。《開放時代》，第2期，頁94-107。
- Bian Yanjie, Liu Cuixia, Lin Juren (2004). Zhongguo chengshizhong de guanxi ziben yu yinshi shejiao: Lilun moxing yu jingyan fenxi. *Kaifang shidai*, 2, 94-107.

#### 英文部分 (English Section)

- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some exploration in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Bian, Y. (1997). Bringing strong ties back in: Indirect ties, network bridges, and job searches in China. *American Sociological Review*, 62 (3), 366-385.
- Bian, Y., & Ang, S. (1997). Guanxi networks and job mobility in China and Singapore. *Social Forces*, 75(3), 981-1005.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Burkhardt, M. E., & Brass, D. J. (1990). Changing patterns or patterns of change: The effects of a change in technology on social network structure and power. *Administrative Science Quarterly*, 35 (1), 104-127.
- Carnevale, P. J. D., & Carrington, P. I. (1982). Effects of future dependence, liking, and repeated requests for help on helping behavior. *Social Psychology Quarterly*, 45(1), 9-14.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(supplement), s95-s120.
- Dutta-Bergman, M. J. (2005). The antecedents of community-oriented Internet use: Community participation and community satisfaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 97-113.
- Goode, W. J. (1997). Rational choice theory. *The American Sociologist*, 28(2), 22-41.
- Hampton, K., & Wellman, B. (2003). Neighboring in Netville: How the Internet

- supports community and social capital in a wired suburb. *City & Community*, 2(4), 277–311.
- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, 130–138.
- Hechter, M., & Kanazawa, S. (1997). Sociological rational choice theory. *Annual Review of Sociology*, 23, 191–214.
- Jiang, L., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2011). The disclosure–intimacy link in computer-mediated communication: An attributional extension of the hyperpersonal model. *Human Communication Research*, 37(1), 58–77.
- Kavanaugh, A. L., & Patterson, S. J. (2001). The impact of community computer networks on social capital and community involvement. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 496–509.
- Kobayashi, T., & Boase, J. (2014). Tele-cocooning: mobile texting and social scope. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 681–694.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. *American Psychologist*, 53(9), 1017.
- Leary, M. R., Herbst, K. C., & McCrary, F. (2003). Finding pleasure in solitary activities: desire for aloneness or disinterest in social contact?. *Personality and Individual Differences*, 35(1), 59–68.
- Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22(1), 28–51.
- Lin, N., & Dumin, M. (1986). Access to occupations through social ties. *Social Networks*, 8(4), 365–385.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415–444.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Pruitt, D. G., & Kimmel, M. J. (2003). Twenty years of experimental gaming: Critique, synthesis, and suggestions for the future. *Annual Review of Psychology*, 28(1), 363–392.
- Putnam, R. D. (1995). Turning in, turning out: The strange disappearance of social capital in America. *Political Science and Politics*, 28(4), 664–683.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Quintelier, E., & Vissers, S. (2008). The effect of Internet use on political participation an analysis of survey results for 16-year-olds in Belgium. *Social Science Computer Review*, 26(4), 411–427.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 95.
- Shah V., Kwak, N., & Lance Holbert, R. (2001). “Connecting” and “disconnecting” with civic life: Patterns of Internet use and the production of social capital.

- Political Communication*, 18(2), 141–162.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the internet increase, decrease or supplement social capital?. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 436–455.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27(2), 151–208.
- Yan, J., & Jiang, Y. (2014). *Relationship between Internet use and participation in voluntary organizations: Comparative study in democratic and non-democratic countries*. The 7th International Forum on Public Relations and Advertising. Bangkok, Thailand.

## 附錄一 社會網絡的地位賦值

### 個體人員

科學研究人員	95	行政辦事人員	53
大學教師	91	護士	48
工程師	86	營銷人員	25
法律工作人員	86	私營業主	25
醫生	86	個體戶	25
中小學教師	81	產業工人	20
政府機關負責人	80	商業服務員	11
黨群組織負責人	73	家庭保姆計時工	6
企事業單位負責人	71	農民工	6
經濟業務人員	64	農民	6

### 機關單位

黨政機關	86	私營企業	39
國有事業機關	75	集體事業單位	30
中外合資企業	66	個體經營	29
國有企業	41	集體企業	24

來源：邊燕杰、李煜 (2000)

## 本文引用格式

蔣亞隆、曹博林 (2017)。〈當代中國情境下社會資本測量的再思考及其與傳播渠道關係的實證研究〉。《傳播與社會學刊》，第 39 期，頁 133–156。