

澳門居民的跨境流動與國家認同*

藍宇東

[摘要] 本文基於澳門社會心態民意調查數據，考察了澳門居民的跨境流動對國家認同的影響，並探討了其中的作用機制。研究發現，經常性跨境的澳門居民有着顯著更高的國家認同，並且在此過程中，社會距離起到了完全中介作用；在通過傾向值匹配進行穩健性檢驗後，社會距離的中介機制依然穩健。研究表明，大灣區社會融合工作已取得一定成就，但仍需進一步消除阻礙跨境流動的不利因素；社會距離是提升國家認同的關鍵，通過打造大灣區共同身份的認同有助最終實現國家認同的提升。

[關鍵詞] 中介效應 社會距離 國家認同 跨境流動 澳門

自澳門回歸以來，在“一國兩制”方針與澳門《基本法》的指導下，澳門的各項事業取得了巨大成就。其中，港澳居民融入大灣區是港澳融入國家發展大局的最重要基礎，也是推進港澳居民“人心回歸”的重點工作。雖然近年來，隨着粵港澳大灣區建設的不斷推進，澳門與內地的跨境往來和交流進一步密切，社會融合程度有所提升，但兩地仍然存在着社會政治制度、經濟發展水平、文化風俗習慣等方面的差異，這也將持續影響着澳門居民對國家的認同感和歸屬感。

已有對澳門居民國家認同的研究認為，得益於澳門特區政府在回歸後各項弘揚中華傳統文化的舉措以及注重在教育中強化“愛國愛澳”意識的培養，澳門市民的國家認同感和歸屬感總體上不斷增強，^①相較於同樣實行“一國兩制”方針的香港而言，澳門青年的國家認同水平也更高。^②但是囿於澳門缺乏針對市民身份認同的系統且持續性的民調數據，對澳門居民認同的研究大多仍以質性分析為主，較為缺乏實證數據的支持。因此，本研究基於大規模隨機抽樣調查數據，在粵港澳大灣區社會融合背景下，考察澳門居民的跨境流動與其國家認同之間的關係，並探討其中的作用機制，以期為進一步推進粵港澳大灣區港澳居民“人心回歸”工作提供可靠的理論與實證支持。

* 本研究為國家社科基金重大項目“增強香港、澳門同胞的國家意識和愛國精神研究”（編號20ZDA095）的階段性成果。感謝中山大學黎熙元教授的指導意見。

作者簡介：藍宇東，中山大學粵港澳發展研究院、港澳珠江三角洲研究中心博士研究生。

^①袁持平：〈澳門的“一國兩制”與“人心回歸”〉，《人民論壇·學術前沿》（北京），第21期（2018），頁6—12。

^②夏瑛：〈港澳青年的國家認同：趨勢、現狀和成因〉，《當代港澳研究》（廣州），第2輯（2019），頁66—86。

一、文獻回顧與研究假設

(一) 認同理論與澳門居民的身份認同

“認同”作為社會研究的基本概念，最早源於心理學領域，而後隨着行為科學中認同概念與理論的逐步成熟，開始被廣泛運用於社會學和政治學等領域。在社會學中，認同的討論與族群身份有關，例如 Tajfel 認為，社會認同是指個體對自己從屬於特定社會群體的認知，這種群體成員資格對其在價值與情感上具有某種重要意義。^①又如張淑華等人指出，身份認同包含個體對自我身份的確認、對所歸屬群體的認知以及對所伴隨的情感體驗和行為模式的整合。^②認同影響人們的行為方式與選擇，是行動者意義的來源。^③而在政治學領域，認同是一種社會政治過程中個體與集體關係的結果，作為一種國家政治和治理過程的政治資源，社會政治認同在社會互動過程中建構，並且會隨着社會制度、經濟利益的改變而有所變化。賀金瑞和燕繼榮認為，國家認同是指一個國家的公民對自己祖國的領土主權、文化傳統、道德價值和理想信念等的認同，是一種國民意識，隨個人公民身份的產生而開始；國家認同實質上是一個民族確認自己的國族身份，將自己的民族自覺歸屬於國家，形成捍衛國家主權與民族利益的主體意識。^④

對國家認同問題的分析，通常置於“民族—國家”（nation-state）的框架下進行。在該框架下，國家是指集領土、主權與人口於一體的國家共同體（nation），以及集組織、權力與制度於一體的國家政權系統（state）的結合體。^⑤於是，作為具有一定人口的國家共同體，在個體層面表現為無數公民個體的集合，在群體層面則表現為一定數量的族群整合而成的民族。而在民族國家的建構過程中，一國的居民開始有了一種通過政治和法律而表現出來的新型歸屬感，這種屬於“同一”民族的意識將臣民變成了同一共同體中的公民。這一過程也使得公民資格具有了雙重特徵，一種是由公民權利確立的身份，另一種則是文化民族的歸屬感，二者所分別對應的是民族國家中“民族”的兩種存在狀態：公民依靠自身力量建立平等而自由的政治法律共同體，以及由天生同源的人們置身於相同環境而造就的歷史命運共同體。^⑥因此，國家認同也就有了雙重含義：作為一國公民對國家在政治法律上的認同，以及作為民族的人民在心理和文化意義上對國家的歸屬。

^① Tajfel, Henri. *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. Academic Press, 1978.

^② 張淑華、李海瑩、劉芳：〈身份認同研究綜述〉，《心理研究》（開封），第1期（2012），頁21—27。

^③（美）曼紐爾·卡斯特（Manuel Castells），曹榮湘譯：《認同的力量》，北京：社會科學文獻出版社，2006年，頁2—3。

^④ 賀金瑞、燕繼榮：〈論從民族認同到國家認同〉，《中央民族大學學報（哲學社會科學版）》（北京），第3期（2008），頁5—12。

^⑤ 肖濱：〈兩種公民身份與國家認同的雙元結構〉，《武漢大學學報（哲學社會科學版）》（武漢），第1期（2010），頁76—83。

^⑥（德）尤爾根·哈貝馬斯（Jürgen Habermas），曹衛東譯：《包容他者》，上海：上海人民出版社，2018年，頁163—165。

對澳門居民而言，自從1999年回歸祖國後，作為中國公民，其身份認同在法律框架內已經得到了基本解決，澳門居民在國家認同方面取得了明顯的進步，但身份認同最根本的還是一種文化認同，“一國兩制”雖然使國家收回了對澳門的主權，實現了領土屬性的轉型，但卻不能完全實現對澳門與內地在意識形態上的整合，回歸後的澳門與內地在政治體制、法律體系、社會制度和經濟利益等方面仍有明顯差異，加之澳門存在多元化的族群，^①所以對於澳門居民來說，仍然存在認同方面的挑戰與問題。從社會政治認同發展的規律來看，不同個體與集體之間要建立同一的民族認同和國家認同，必須實施基本相同的政治、法律、經濟、社會和教育制度。^②粵港澳大灣區的建設，便是新時期推動“一國兩制”事業的新實踐，其旨在通過政策溝通、設施聯通、貿易暢通、資金融通和民心相通，推動區域內法律與管理制度的對接和政策的協調，逐步消除大灣區內各項壁壘與障礙，建立起統一的市場，最終實現社會融合。^③粵港澳大灣區建設的過程，實質上也是打造港澳居民與大灣區內地城市居民的一個共同體身份的過程，通過經濟融入、協同治理以及文化塑造等方式從心理上提升港澳居民的歸屬感，進而從根本上提升他們的國家認同。

粵港澳大灣區社會融合中最基礎的便是加強灣區內人員的流動與溝通，隨着2018年廣深港高鐵香港段和港珠澳大橋兩大工程的相繼通車，極大地便利了三地居民的跨境流動。田飛龍指出，粵港澳“跨境大交通”在推動港澳居民的身份認同上具有突出效應，具體表現為：首先，“大交通”使澳門居民尤其是青年人有更多的機會前往內地旅遊、就業、創業和生活，並可享受相應的特惠和便利安排，幫助其在具體利益、情感和國家認知方面融入大灣區和國家體系；其次，通過灣區內多重福利、優惠和政策性的安排，將“大灣區人”身份的概念與制度進一步具象化；最後，通過“大交通”使大灣區社會生活方式趨同，打破“兩制”的區隔，推動其向“一國”的有機融合發展。^④澳門居民的跨境流動必然導致其與內地居民接觸的增加，根據群際接觸理論（intergroup contact theory），通過對外群體成員的接觸，與其合作並建立友誼，能夠增進對外群體的認識，消除群體間的偏見和焦慮，從而建立起共享性的社會認同。^⑤常樂的研究指出，通過經常性地組織澳門學生在大灣區、“一帶一路”沿線城市的遊學訪學活動，以及與內地的各種文化交流活動，能夠讓澳門青少年從教育、旅遊、文化、科技等不同方面深入瞭解國家的發展成就，從而不斷增強他們對國家的認同感。^⑥據此，提出本文的第一個假設：

^①鄭曉雲：〈澳門回歸後的文化認同變化與整合〉，《中南民族大學學報（人文社會科學版）》（武漢），第2期（2010），頁18—29。

^②陸平輝：〈試論澳門特區的國家認同和民族認同建設——紀念澳門回歸祖國十周年〉，《學習與探索》（哈爾濱），第6期（2009），頁69—74。

^③張作文：〈粵港澳大灣區建設：澳門面對的機遇、挑戰及其策略〉，《港澳研究》（北京），第2期（2019），頁62—67、95。

^④田飛龍：〈具有澳門特色的“一國兩制”實踐經驗解析：港澳比較及國家戰略的視角〉，《港澳研究》（北京），第4期（2019），頁55—64、95。

^⑤Tajfel, H., and Turner, J. C. “An Integrative Theory of Intergroup Conflict.” *The Social Psychology of Intergroup Relations*, edited by W. G. Austin and S. Worchel, Brooks/Cole, 1979, pp. 33-47.

^⑥常樂：〈教育政策與青年國家認同：“一國兩制”的澳門範例及經驗〉，《深圳大學學報（人文社會科學版）》（深圳），第1期（2020），頁34—41。

假設 1：相較於沒有經常前往大灣區內地城市的澳門居民而言，經常前往大灣區內地城市的澳門居民有着更高的國家認同。

（二）社會距離與身份認同

社會認同理論認為，社會融合的心理建構具有重要意義，個體的融合心理和能力是實現社會融合的關鍵。^①通常隨着接觸頻率的增加，不同群體之間的成員能夠瞭解、學習彼此之間的思維與想法，知曉內外群體之間的差異，從而在一定程度上破除對外群體的刻板印象，減低群體偏見，消除“我”與“他者”之間的區隔感，從而產生情感上的聯繫，並最終在心理上達到融合狀態，進而提高對外群體的認同感。^②這種個體心理上的融合狀態通常可以用社會距離來加以衡量。

“社會距離”的概念最早是由法國社會學家塔爾德（G. Tarde）在研究社會階層之間的差異時提出，用以強調不同群體之間的客觀差異。齊美爾（Simmel）進一步區分了社會距離概念的類別，他指出社會距離既有文化、教育、收入等客觀屬性的距離，也有心理、認知、觀念等主觀性質的距離，從而賦予了社會距離這一概念以主觀色彩。具體而言，齊美爾認為社會距離是人與人之間“內在的屏障”，是指個體感知到的人與人之間的關係或親近程度。^③而後，芝加哥學派繼承了齊美爾的思想，並進一步發展了社會距離概念的內涵。帕克（Park）認為社會距離描述的是一種思想狀態，是人們準備與他人建立親密關係的程度，是存在於集團與個人之間的親近程度。個人之間與集團之間的社會距離越大，彼此間的相互影響則越小。^④

至於何種因素影響社會距離，帕克和伯吉斯（Burgess）指出，將人們彼此分開的距離有兩種，一種是物理空間的，另一種是社會心理的。^⑤空間上的距離表現為地理位置上居住空間的不同分佈，空間上的隔離與孤立會排斥人們之間的社會接觸並阻止社會交往，導致群體之間的疏離，使社會距離變大，反之，若居住空間臨近，則表明群體之間彼此認同，社會距離較小；心理上的距離則體現為一種區分內外群體的關係，一般與社會經濟地位、社會網絡、文化差異、制度等社會因素有關。^⑥首先，社會經濟地位決定社會距離。社會經濟地位是衡量社會分層與流動的核心變量，同時也是個體收入、受教育程度以及職業身份等方面的綜合體現，它能夠在一定程度上影響人們的社會行為與社會態度。而在日常生活中，人們一

^①黃匡時、曠日達：〈社會融合理論研究綜述〉，《新視野》（北京），第 6 期（2010），頁 86—88。

^②Pettigrew, T. F., and L. R. Tropp, U. Wagner, O. Christ. "Recent Advances in Intergroup Contact Theory." *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 35, no. 3, 2011, pp. 271-280; Dommelen, A. van, and K. Schmid, M. Hewstone, K. Gonsalkorale, M. Brewer. "Construing Multiple Ingroups: Assessing Social Identity Inclusiveness and Structure in Ethnic and Religious Minority Group Members." *European Journal of Social Psychology*, vol.45, no.3, 2015, pp. 386-399.

^③Simmel, Georg. "The Metropolis and Mental Life." *The Sociology of Georg Simmel*, edited by Georg Simmel, Free Press, 1950, pp. 409-424.

^④Park, R. E., *Race and Culture*. The Free Press, 1950, p. 257.

^⑤Park, R. E., and E. W. Burgess. *Introduction to the Science of Sociology Including the Original Index to Basic Sociological Concepts*. The University of Chicago Press, 1969.

^⑥盧國顯：〈中西方社會距離的研究綜述〉，《學海》（南京），第 5 期（2005），頁 117—123。

般會根據他們業已建立的事物的秩序給予他人以一定的分類和評價，加之處於相同地位的群體通常具有相似的生活方式，使不同地位的群體之間維持着一定的距離，在與其他地位的群體進行社會交往時保有一定的排斥性和限制性。^①其次，社會網絡對社會距離有重要影響。社會交往的本質就是由單純的同質群體間互動逐漸擴大為異質群體間的互動，而隨着個人社會網絡的擴大與社會資本的增加，能夠在社會互動的過程中加深對外群體的理解，消除群體間的偏見，從而縮小彼此間的社會距離。^②再次，文化和制度差異也對社會距離產生一定的影響。^③語言、社會習俗、道德等文化符號和因素是區分不同種族和群體的標誌，人為設定的制度與政策差異也會引起身份感知上的區別，導致認同偏差，從而增加群體間的社會距離。

對於澳門居民來說，地理空間上與內地的距離是客觀的，而在回歸之後，在“一國兩制”下，澳門社會依舊實行着與內地不同的政治、經濟和文化制度，這也使得澳門居民與內地居民之間繼續保持着一定的社會距離，並且可以預期的是該社會距離將長期存在。然而，社會網絡、社會資本與社會交往等變量對社會距離的解釋邏輯實際上暗含了群際接觸對改善社會距離的作用。澳門居民的跨境流動一方面打破了地理空間的區隔對於社會交往的限制，另一方面也實現了更為廣泛的群際接觸，從而增進了他們對內地的瞭解，並為澄清有關內地可能的錯誤資訊提供了必要的機會。此外，在跨境流動的過程中，還能擴大並豐富澳門居民在內地的社會網絡與社會資本，這些要素均有益於縮小他們與內地人之間的社會距離，從而提高他們對作為粵港澳大灣區共同成員身份的認同，進而使其國家認同水平得到提升。而在已有對港澳青年國家認同的研究中，心理融合被證明是港澳青年國家認同構建的關鍵路徑，^④因此，社會距離可以被視為跨境流動與國家認同之間因果機制的中介變量，於是提出本研究的第二個假設：

假設 2：社會距離在經常前往大灣區內地城市對澳門居民的國家認同的影響過程中有中介作用。

二、研究設計

（一）數據來源

本研究採用的數據來源於中山大學粵港澳發展研究院和港澳珠江三角洲研究中心於 2021 年 6 月開展的“澳門社會心態”民意調查。該調查使用電腦輔助電話訪問系統（computer

^①王毅杰、茆農非：〈社會經濟地位、群際接觸與社會距離——市民與農民工群際關係研究〉，《南京農業大學學報（社會科學版）》（南京），第 4 期（2016），頁 60—70、156—157。

^②王桂新、武俊奎：〈城市農民工與本地居民社會距離影響因素分析——以上海為例〉，《社會學研究》（北京），第 2 期（2011），頁 28—47、243。

^③孫九霞：〈珠江三角洲外來企業中的族群與族群關係（下）——以深圳中成文具廠為例〉，《廣西民族學院學報（哲學社會科學版）》（南寧），第 4 期（2001），頁 39—46；李強：〈關於城市農民工的情緒傾向及社會衝突問題〉，《社會學研究》（北京），第 4 期（1995），頁 63—67。

^④傳承哲、周子玥：〈內地港澳大學生國家認同的心理融合機制比較研究〉，《青年探索》（廣州），第 2 期（2020），頁 99—112。

assisted telephone interview, CATI) , 通過嚴格隨機抽樣的方法抽取樣本以保證其具有一定的代表性和科學性。調查期間, 訪員一共撥出電話 31,561 次, 合計使用的電話號碼為 15,600 個, 最終成功電訪了 1,004 名年齡在 18 歲或以上的澳門居民, 即有效樣本為 1,004 個。該民意調查的最終回應率和合作率分別為 37.9% 和 75.1%。

(二) 變量設置

(1) 因變量

本文測量的因變量為國家認同。澳門居民的國家認同, 具體是指“一國兩制”下的國家認同問題, 在“澳門社會心態”民意調查問卷中選取“請問你對‘一國兩制’發展前景的信心是?”這一問題的回答作為測量指標。該問題的回答採取 0 至 10 分計算, 其中 0 分代表完全沒信心, 5 分代表一般, 10 分代表完全有信心, 得分越高則表示受訪者的國家認同越高。該題允許受訪者選擇“不知道/好難說”或者拒絕回答, 本研究對於這部分個案在分析時作缺失值處理, 因此因變量國家認同的取值範圍為 [0, 10]。

(2) 自變量

本研究的自變量為經常性跨境。在對何謂“經常性”的判定上, 本文基於研究數據的形態與現實情況加以考量。在數據形態方面, 問卷詢問了受訪者過去一年(2020年)前往大灣區內地城市的頻率, 回答的選項包括: 不曾去過、幾個月一次或更少、一月一次、一月幾次、一周一次、一周幾次以及幾乎每天, 對頻率從少到多依次賦值 0 至 6, 頻率的峰值度為 5.76, 偏度值為 1.76, 表明跨境頻率數據右偏分佈, 其中位數為 0。考慮到 2020 年在全球範圍內爆發了新冠肺炎疫情, 疫情直接導致了跨境流動的減少, 數據上呈現出多數人在過去一年不曾前往大灣區內地城市是合乎邏輯的。因此, 本研究將“經常性”定義為前往大灣區內地城市的頻率在一月一次及以上, 並構造出相應的虛擬變量, 其中經常性跨境取值為 1, 非經常性跨境取值為 0。

(3) 中介變量

中介變量是指在跨境流動中影響國家認同的路徑或機制, 本研究的中介變量為社會距離。社會距離可以測量不同群體之間的親疏遠近關係, 作為理解社群融合的重要指標, 能夠反映出社會融合的心態。本文將問卷中“想像一下如果您將在工作或生活中與內地人打交道, 您能否接受下面幾個情境”這一量表作為測量社會距離的變量。該量表包含四個情境: 工作上共事、成為您的鄰居、成為您的朋友、因為結婚而成為您的近親, 受訪者需回答對每個情境的接納程度, 按 1 至 10 分表示從完全不介意到非常介意。該題允許被訪人不作回答, 對於回答“不知道”的個案在分析時同樣作缺失值處理。對其進行信度分析, 克朗巴哈係數 (Cronbach's α) 為 0.88, 表示量表具有較高的內在一致性, 信度非常好。進一步地, 對其做 KMO 檢驗和 Bartlett 球形檢驗, 結果顯示 KMO 統計量取值為 0.83, 適合做因數分析, p 值小於 0.05, 說明各項之間具有相關性, 因數分析有效。於是, 對其進行因數分析, 採用主成分分析法提取了 1 個因數, 將其定義為社會距離因數, 社會距離得分越低則表示澳門居民在心理上越接

受內地人，社會融合度越高；反之，社會距離得分越高則意味着澳門居民與內地人越疏遠，社會排斥度越高。

(4) 控制變量

根據已有研究的經驗，本文將影響國家認同的社會人口特徵，以及社交媒介與信息特徵作為控制變量。社會人口特徵變量包括性別、年齡、受教育年限、職業身份、是否在澳門回歸後由中國內地移居到澳門的新移民。對性別和是否為澳門回歸後新移民進行 [0, 1] 虛擬變量處理：0 分別為女性、非澳門回歸後新移民，1 分別為男性、澳門回歸後新移民。年齡分為 18-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲和 61 歲及以上五個年齡組別。受教育年限為連續變量，取值範圍為 [6, 18]。職業身份為類別變量，分別為無就業、學生、管理階層、白領、藍領和其他職業。社交媒介與信息特徵變量則包括最常使用的新媒體與應用程式，以及是否經常關注內地或大灣區新聞。其中常使用的媒介類型變量為類別變量，可分為沒有經常使用的、經常使用國際的、經常使用中國內地的社交媒體與應用程式三個組別。將關注內地或大灣區新聞的頻率在一周數次及以上的定義為經常關注，賦值為 1，其他次數則定義為不常關注，並賦值為 0（表 1、2）。

表 1 連續變量的描述性統計

變量	樣本量	均值	標準差	最小值	最大值
國家認同	932	7.04	2.44	0	10
社會距離	802	-3.65e-10	1.00	-1.04	3.16
受教育年限	995	11.29	4.01	6	18

註：由於問卷中部分題目允許受訪者選擇“不知道”或者拒答，這部分案例作缺失值處理，因此各變量的樣本量不一致，下同；社會距離均值以科學計數法表示。

表 2 類別變量的描述性統計

	變量	頻數	百分比 (%)		變量	頻數	百分比 (%)
跨境流動 頻率	經常性跨境	193	19.36	職業身份	無職業	508	51.52
	非經常性跨境	804	80.64		學生	65	6.59
性別	男	382	38.05		管理階層	129	13.08
	女	622	61.95		白領	129	13.08
年齡組	18-30 歲	174	17.54		藍領	94	9.53
	31-40 歲	124	12.50		其他職業	61	6.19
	41-50 歲	133	13.41	常使用的 媒介類型	無常使用的社交 媒體與應用程式	202	20.14
	51-60 歲	161	16.23		國際社交媒體與 應用程式	366	36.49
	61 歲或以上	400	40.32		內地社交媒體與 應用程式	435	43.37

是否澳門 回歸後新 移民	澳門回歸後 新移民	108	89.17	是否經常 關注內地/ 大灣區新聞	經常關注內地/ 大灣區新聞	491	48.90
	非澳門回歸 後新移民	889	10.83		不常關注內地/ 大灣區新聞	513	51.10

(三) 研究設計

本研究的因變量“國家認同”為連續變量，於是，首先採用多元線性迴歸模型分析跨境流動對國家認同的影響；然後，根據本文假設，跨境流動是通過影響人們之間的社會距離，進而對國家認同產生影響，也即社會距離在跨境流動與國家認同之間起着中介作用。因此，建立中介效應模型檢驗其中的路徑或機制，具體的模型設定如下所示：

$$Y = i_1 + cX + d_1CV + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$M = i_2 + aX + d_2CV + \varepsilon_2 \quad (2)$$

$$Y = i_3 + c'X + bM + d_3CV + \varepsilon_3 \quad (3)$$

在上述方程組中， Y 是因變量國家認同， X 是自變量經常性跨境， CV 代表控制變量組，包括社會人口特徵和社交媒介與信息特徵， M 代表中介變量社會距離。 i_1 、 i_2 、 i_3 代表常數項， c 、 a 、 c' 分別為式 (1) 至 (3) 自變量的迴歸係數， d_1 、 d_2 、 d_3 表示控制變量的迴歸係數， b 為中介變量的迴歸係數， ε_1 、 ε_2 、 ε_3 則代表對應方程的殘差。係數 a 與 b 的乘積 ab 即為中介效應。

此外，考慮到由於澳門居民前往大灣區內地城市是一種非隨機選擇的行為，可能與其個人特徵有關，比如年齡世代、出生地等等。而且，在澳門居民的跨境流動中，他們與內地人的接觸也可能只停留在一些較為淺層次的活動上，並沒有與其進行深入的來往，也就談不上拉近群體間的社會距離，例如民意調查的結果顯示，51.6% 的受訪者表示自己前往大灣區城市的主要目的為“買餸等日常生活事務”。因此，使用多元迴歸的結果可能有樣本選擇性偏誤的問題，也即存在着影響大灣區社會融合效果的內生性問題。於是本研究採用傾向值匹配法 (propensity score matching, PSM) 進行穩健性檢驗。具體而言，首先利用 Logit 模型估計每個樣本進入處理組的概率：這裏處理組為經常性跨境，控制組為非經常性跨境；然後對處理組與控制組的傾向值匹配情況進行平衡性檢驗，並採用不同的匹配方法估計平均處理效應 ATT 以保證結果具有穩健性。^①

^①胡安寧：〈傾向值匹配與因果推論：方法論述評〉，《社會學研究》（北京），第 1 期（2012），頁 221—242、246。

三、迴歸結果分析

(一) 多元線性迴歸模型與中介效應分析

模型 (1) 以國家認同為因變量，經常性跨境為自變量，結果顯示 (表 3)，在控制了社會人口特徵、社交媒介與信息特徵因素之後，相較於非經常性跨境的澳門居民而言，經常性跨境者有着明顯更高的國家認同，平均高出 0.425，並且在 5% 的水平上顯著，假設 1 得到驗證。在控制變量方面，不同性別之間的國家認同並無顯著差異；年齡越大者，國家認同感也越高；受教育年限與國家認同呈現負相關關係；學生群體相較於其他職業身份的人群有着顯著更高的國家認同；澳門回歸後的新移民的國家認同較高，但是與澳門回歸前就已經是澳門居民的那部分人差異並不顯著；社交媒介使用的不同情況的確影響着人們的認同，具體而言，相較於沒有社交軟件固定使用偏好的澳門居民，經常使用國際社交媒體與應用程式的澳門居民國家認同較低，而經常使用內地社交媒體與應用程式的人則有着較高的國家認同；此外，經常關注內地，尤其是大灣區新聞的澳門居民有顯著更高國家認同。

接着考察社會距離在經常性跨境對國家認同作用機制中的中介效應。模型 (2) 是以社會距離為因變量的迴歸結果，可以看到經常性跨境的迴歸係數為負，並且在 1% 的水平上顯著，說明經常前往大灣區內地城市的澳門居民有着與內地居民更近的社會距離，社會融合水平更高。在模型 (3) 中，將社會距離納入迴歸模型中，可以看到社會距離對國家認同具有顯著的負向影響 ($p < 0.01$)，這也表明了社會距離越近，國家認同水平也越高；社會距離越遠，則國家認同感越低。對比模型 (3) 和模型 (1)，在加入社會距離變量後，模型的解釋力也得到了提升， R^2 從 0.233 上升至 0.248。與此同時，模型 (3) 中經常性跨境的迴歸係數依舊為正，但是數值相對模型 (1) 而言下降明顯，並且顯著性不再，這說明了經常性跨境對國家認同的影響是通過社會距離的完全中介作用產生的，並且該中介效應顯著。

表 3 跨境流動對國家認同的作用機制

變量		模型 (1)	模型 (2)	模型 (3)
		國家認同	社會距離	國家認同
經常性跨境		0.425** (0.189)	-0.254*** (0.091)	0.290 (0.198)
社會距離				-0.261*** (0.079)
性別 (參照組：女性)		0.137 (0.153)	0.075 (0.075)	0.129 (0.162)
年齡組 (參照組：18-30 歲)	31-40 歲	0.942*** (0.295)	0.125 (0.137)	0.973*** (0.296)
	41-50 歲	1.421*** (0.300)	0.064 (0.140)	1.335*** (0.302)
	51-60 歲	1.599*** (0.303)	0.258* (0.142)	1.714*** (0.31)
	61 歲或以上	2.277*** (0.328)	0.115 (0.156)	2.093*** (0.341)

受教育年限		-0.072***	-0.010	-0.082***
		(0.026)	(0.013)	(0.028)
職業身份 (參照組：無就業)	學生	0.729*	0.139	0.676*
		(0.382)	(0.176)	(0.384)
	管理階層	0.390	-0.142	0.252
		(0.276)	(0.130)	(0.283)
	白領	0.092	0.044	0.022
		(0.276)	(0.130)	(0.283)
	藍領	0.196	-0.188	0.305
		(0.283)	(0.136)	(0.299)
	其他職業	-0.213	-0.160	-0.223
		(0.327)	(0.161)	(0.347)
澳門回歸後新移民 (參照組：非澳門回歸後新移民)		0.206	0.055	0.218
		(0.233)	(0.122)	(0.265)
常使用的媒介類型 (參照組：無常使用的 社交媒體與應用程式)	國際社交媒體與應用程式	-0.453*	-0.101	-0.342
		(0.249)	(0.132)	(0.288)
	內地社交媒體與應用程式	0.446**	-0.194	0.430
		(0.225)	(0.122)	(0.269)
經常關注內地／大灣區新聞 (參照組：不常關注)		0.713***	-0.106	0.765***
		(0.149)	(0.074)	(0.161)
常數		5.720***	0.256	5.900***
		(0.474)	(0.238)	(0.522)
樣本量		894	775	748
R ²		0.233	0.042	0.248

註：括弧內報告的數據為標準誤；其中，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

根據溫忠麟和葉寶娟的研究，在通過依次檢驗方法確定中介效應顯著後，可進一步採用 bootstrap 方法分解中介作用的貢獻程度。^①結果顯示間接效應 ab 為 0.064，其 95% 的置信區間為 [0.001, 0.127]，明顯不包含 0，再次表明中介效應顯著。中介效應佔總效應的比例，即效應量為 0.184，說明在經常性跨境對國家認同的總影響中，有 18.4% 通過中介變量的間接影響產生。綜上所述，社會距離在經常性跨境對國家認同的作用機制中的中介效應顯著，假設 2 得到驗證。

(二) 穩健性檢驗結果分析

根據前文的分析，為解決樣本可能存在的內生性問題，本研究採用 PSM 方法進行穩健性檢驗。首先，以控制變量作為解釋變量，經常性跨境為被解釋變量，使用 Logit 模型估計每個樣本經常性跨境的傾向值。迴歸結果顯示，相較於女性，男性經常性跨境的傾向更高；年輕世代經常性跨境的可能性更大；經常使用內地社交媒體與應用程式者有更高的經常性跨境概率；越關注內地，特別是大灣區新聞的澳門居民，其經常性跨境的可能性更高。

其次，對協變量進行平衡性檢驗。結果顯示，匹配前協變量的標準化偏差從 -48.4% 至

^①溫忠麟、葉寶娟：〈中介效應分析：方法和模型發展〉，《心理科學進展》（北京），第 5 期（2014），頁 731—745。

36.7% 波動，匹配後協變量的標準化偏差均小於 10%，並且所有 t 檢驗結果接受原假設，即 P 值均大於 0.1，表明處理組與控制組無系統差異，平行假設得到滿足，匹配效果好。最後，基於匹配樣本做因果係數估計，即考察平均處理效應 *ATT*。一般認為需要比較不同的匹配方法以確保結果的穩健性，因此本研究採用了最近鄰匹配、半徑匹配、核匹配和馬氏匹配四種方法進行傾向值匹配。結果顯示（表 4），不論採取何種匹配方式，處理組與控制組之間的差異均在 0.60 至 0.89 之間，並且在顯著性水平上，最近鄰匹配、半徑匹配和核匹配達到了 0.01，馬氏匹配的顯著性水平為 0.05。這表明經常性跨境與國家認同之間存在着顯著的正相關關係，在考慮了樣本的選擇性偏誤問題後，澳門居民的經常性跨境行為仍然會提高其國家認同感。

表 4 國家認同的傾向值匹配結果

匹配方法	處理組	控制組	<i>ATT</i>	標準誤	T 統計值
最近鄰匹配	7.19	6.30	0.89	0.26	3.45***
半徑匹配	7.23	6.60	0.64	0.21	2.98***
核匹配	7.19	6.58	0.60	0.21	2.91***
馬氏匹配	7.19	6.59	0.60	0.24	2.49**

註：處理組為經常性跨境者，控制組為非經常性跨境者；其中，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

四、討論

本研究基於“澳門社會心態”民意調查數據，在粵港澳大灣區社會融合的背景下分析了澳門居民的跨境流動與國家認同之間的關係，並在心理層面考察其中的作用機制。主要的研究結論包括：首先，在控制了社會人口特徵和社交媒介與信息特徵因素後，經常性跨境的澳門居民有着顯著更高的國家認同感，表明通過跨境往來增加澳門居民與內地的接觸確實有助於提高大灣區的社會融合。其次，社會距離在經常性跨境對國家認同的影響中充當着完全中介的作用，並且在進行考慮了內生性因素的影響之後，即進行了傾向值匹配檢驗後，該中介機制的效用仍舊穩健。社會距離的中介效應顯著也表明了心理融合是提升澳門居民國家認同水平的關鍵路徑。

需要注意的是本研究所使用的數據資料收集於 2021 年 6 月，澳門居民的跨境流動行為不可忽視地受到新冠肺炎疫情的影響。新冠肺炎疫情直接導致了兩地跨境流動的減少，而上述研究結果也顯示跨境流動對國家認同的作用機制依舊顯著，效應明顯，這也從一定程度上表明，未來在推動大灣區建設上需要進一步加強澳門居民與內地的聯繫，在政策和制度上進一步便利澳門居民前往大灣區內地城市的程序和手續，減少阻礙跨境流動的不利因素。除此之外，主觀層面上的社會距離是影響跨境流動與國家認同的關鍵，這意味着通過跨境流動與內地接觸的增加並不必然帶來澳門居民認同的提升，只有在有效地拉進其與內地人心理上的距離才能達到預期的社會融合，實現真正的“人心回歸”。對此，通過打造一個共同的大

灣區身份，進一步消除澳門居民在大灣區內地城市學習、工作、創業以及生活時，由於身份問題而在客觀或主觀方面感受到的差異，培養其對“灣區人”身份的認同，有助最終提升其對國家的認同感與歸屬感。

[責任編輯 陳超敏]

[校對 王旭佳 黃耀岷 陳嘉欣]