

# 社会态度、互联网使用对居民幸福感影响研究

## ——基于CGSS2017数据实证分析

周 妙

上海工程技术大学，上海

收稿日期：2022年5月21日；录用日期：2022年6月11日；发布日期：2022年6月23日

---

### 摘要

居民幸福感是衡量我国社会治理体系现代化的重要指标之一，基于中国社会综合调查2017年的数据(CGSS2017)，主要考察社会态度和互联网使用对居民幸福感的影响研究，通过对社会态度、互联网使用进行分析，运用stata软件进行多元回归，建立模型分析社会态度和互联网使用对居民幸福感的影响。结果表明，社会态度对居民幸福感存在显著影响；互联网使用对居民幸福感存在显著影响。通过增强社会信任、促进社会公平、加强公众利用互联网获取信息能力，最后提出提升居民互联网使用频率和互联网使用能力的相关建议，以进一步丰富我国对于居民幸福感的研究。

---

### 关键词

社会态度，互联网使用，居民幸福感，回归分析

---

# Research on the Influence of Social Attitude and Internet Use on Residents' Well-Being

## —Empirical Analysis Based on CGSS2017 Data

Miao Zhou

Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: May 21<sup>st</sup>, 2022; accepted: Jun. 11<sup>th</sup>, 2022; published: Jun. 23<sup>rd</sup>, 2022

---

### Abstract

Residents' happiness is one of the important indicators to measure the modernization of the social governance system. Based on the 2017 data from the China Comprehensive Social Survey (CGSS2017), this research mainly examines the impact of social attitudes and Internet use on res-

idents' well-being. By analyzing social attitudes and Internet use, and using stata software on multiple regression, a model was established to analyze the impact of social attitudes and Internet use on residents' well-being. The results show that social attitudes have a significant impact on residents' well-being; Internet use has a significant impact on residents' well-being. By enhancing social trust, promoting social equity, and enhancing the public's ability to use the Internet to obtain information, finally, some suggestions are put forward to improve the frequency of residents' Internet use and the ability to use the Internet, so as to further enrich the research on residents' well-being in my country.

## Keywords

**Social Attitudes, Internet Use, Residents' Well-Being, Regression Analysis**

---

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

近年来，随着数字技术的发展与互联网的日益普及，我国经济和科技水平逐渐增强，居民收入水平不断提高，居民的幸福感成为研究的热点问题，与之相关的研究也层出不穷，我国学者对居民幸福感的研究和讨论也十分丰富，有学者从互联网对农村居民幸福感的角度展开研究，认为互联网至少通过网络学习和休闲娱乐两类渠道提升了农村居民幸福效应；还有学者从单个因素出发，研究媒体使用对居民幸福感的影响等等。这些研究在一定程度上丰富了居民幸福感的研究，但还存在可研究空间。如：社会态度会影响居民幸福感吗？互联网使用在那些方面提升居民幸福感？新时代下如何提升居民幸福感等问题，对这些问题的回答，不仅可以有效帮助我们理解当前我国居民幸福感水平，还有助于发现影响我国居民幸福感的多种因素，进而为提升居民幸福感，满足人民日益增长的物质文化需求。

主观态度与幸福感产生息息相关，加之互联网的日益普及，居民日益拥有自己的主见和价值观，为了了解社会态度、互联网使用对居民幸福感的影响，本文拟通过 CGSS2017 数据，运用多元回归分析，试图通过对模型的构建进而从社会态度和互联网使用角度来探索居民幸福感，以进一步丰富我国对于居民幸福感的研究。

## 2. 社会态度、互联网使用、居民幸福感

### 2.1. 社会态度

社会态度反映了民众对社会的个体判断和感受，是居民幸福感研究中需要高度重视的内容之一。在当代社会，民众的社会态度除了具有“晴雨表”的作用外，还具有反应居民幸福感的意义，社会态度一定程度上可以影响居民幸福感的获得。社会态度由社会中的各种因素引起——由于人对涉及的社会事物，不管其是否符合自身物质方面或理念方面的内容，都会产生不一样的感受；因此，个体主观因各种社会事物对个体的差异，就会形成不同方向、不同强度或者从中心到四周对事物地位不同的态度。社会态度通过整个社会的流行、时尚、舆论和社会成员的生活感受、未来目的、发展动机、社会情感等得以表现；它与主流意识形态相互作用，可以通过社会认同感、情绪感染和去个性化等方式去表现，从而对社会个体形成模糊的、潜在的和情绪性的影响，这种影响可以是潜移默化的。由此，我国关于社会态度的研究

多集中为不同群体对社会态度，社会热点事件态度的研究，鲜少有对幸福感的研究，本文就 CGSS2017 数据中社会态度问卷相关问题作为自变量对居民幸福感做研究。

## 2.2. 网络媒体

当前，网络传媒在现代社会发展中发挥了重要作用，与我们生活息息相关，居民可以通过网络媒体感知发现世界，从而通过网络影响我们对生活的认知和情感需求，此外，随着社会现代化进程的加快，网络媒体发展越来越快速，伴随着网络上开放的言论，这都影响着居民对社会的认识，也在一定程度上可以影响居民幸福感，居民幸福感在不同时代会有所变化。格伯纳的“涵化理论”(cultivation theory)认为，在现代社会，大众传媒提示的“象征性显示”对人们认识和理解现实世界发挥巨大影响，并且这种影响是一个长期的、潜移默化“培养”的过程，它在不知不觉中影响着人们对现实的理解[1]。由此可见，居民对于媒体的使用和传播，不仅会促进信息网络科技的发展，也可以影响我们对幸福感的感知，甚至是价值观。媒体使用这一概念在学术界也有很多不同的理解，众所周知，网络使用是指大众在日常生活中接触和使用网络媒体的情况。通过研究发现，有学者认为媒体使用在一定程度上影响着居民幸福感的提升。通过 CNKI 搜索整理发现，国内早期研究由姚君喜教授提出将幸福感和媒介相联系起来的研究[2]，此外学者还认识到公众对于大众传媒的认知和评价具有明显的个体特征和影响。之后，学者袁爱清在 2016 年提出媒介幸福感这一概念，其意指由居民幸福感还可以通过媒介实现，且认为媒介幸福感研究具有重大的社会意义，是对实现中国梦的回应和创新以及对时代的呼唤[3]。此外，黄嘉雯通过 2005 年 CGSS 数据对区域收入分化和居民幸福感关系的研究；学者韦路通过主客观的角度，从这两方面探索媒介与主观幸福感之间的关系，发现从客观上来讲，幸福感可以通过媒体提升，而主观上人们可以通过媒体网络了解社会生活，从而培育和影响人们的观念，进而影响居民的幸福感[4]。同时，学者叶映华通过对 260 名中国大学生的网络交流进行研究，发现了新的结论，其认为主观幸福感和网络社交互动的偏好呈现负相关相关，由此可知，居民幸福感受网络媒介影响，网络为媒介的公众对媒体使用一定程度上甚至会产生居民幸福感下降的后果[5]。

## 2.3. 居民幸福感

幸福感作为当代社会发展过程中的热门话题之一，随着时代变化，在概念上呈现出多元化的趋势。通过对该领域研究进行了梳理发现，陈浩彬、苗元江学者认为主观幸福感、心理幸福感和社会幸福感是主流的三种幸福感划分类型[6]。其中，主观幸福感划分为积极情感、消极情感和生活满意度三个维度，表现的是个体对情感和生活质量的整体评价；心理幸福感注重个体内心的良好状态，强调个体的自我实现；社会幸福感关注个人与他人、集体和社会之间的关系质量，以及对生活环境和社会功能的自我评估。这三者看似在概念内涵上相互独立，但在一定意义上，却存在些许相关联系。此外，国外关于幸福感的研究也十分丰富，Kavetsoetal (2011) 使用 29 个欧洲国家通过对其面板数据进行分析，发现互联网接入与更高的幸福感水平相关，且互联网使用比例越大的国家其幸福感水平越高[7]。国外还有学者创立了世界幸福数据库，收集汇总世界各国的幸福研究数据，对不同的国家和文化进行研究，促使人们重新关注幸福感。此外，国内关于幸福感的研究也开始发展，学者倪旭东、王勤勤通过对 2000 年起国内有关幸福感的研究，梳理发现相关领域的研究热点主要有主观幸福感、大学生幸福感和社会幸福感等方面，心理学和教育学上研究较多，并且国内的幸福感研究主要多以大学生、居民为主，具有样本数量多且集中、便于收集的优势，较好开展研究。在幸福感的影响因素方面也具有较为丰富的研究，国内主要在收入水平、受教育程度、职业状况、家庭关系、社会经济地位、社会保障和社会信任等七个方面关注幸福感的变化。国外的研究则主要是探究社会人口学中的个体特征、经济发展程度、政治因素等对于幸福感的影响。目

前学者在这些因素的强弱和影响方面上并没有一个统一的结论，不可比较，而且存在一定争议，但不可否认的是，这些因素对于研究幸福感变化的重要性。

综上，我国对于社会态度、互联网的研究成果日渐丰富，但受限于经济发展，国内对社会态度和互联网对居民幸福感的研究相对较少，研究的范围和视角也相对较窄。因此，本文基于社会态度和互联网使用视角，从社会信任、社会公平、互联网使用频率、信息获取、政治参与、阶级固化等方面重点探讨社会态度和互联网对居民幸福感的影响，以全面、深入地展开对社会态度和互联网使用对居民幸福感的影响效应的讨论，以进一步丰富我国对于居民幸福感的研究。

### 3. 数据来源、变量选取

#### 3.1. 数据来源

本研究所运用的数据是源于中国人民大学“中国调查与数据中心”在 2017 年在全国范围内所开展的综合性社会调查，称之为“中国综合社会调查(China General Social Survey，简称 CGSS)”，是北京中国调查与数据中心联合了全国各个省市以及 40 多家的大学院校和科研机构。基于系统科学的抽样形式，对全国 28 个省(直辖市、自治区)，132 个县(区)的个人或者家庭进行问卷调查，得到了有效居民样本 12,549 份。

#### 3.2. 变量选取

1) 因变量。本文研究的因变量是居民的幸福感。选取问卷中的问题“总的来说，您觉得您的生活是否幸福？”选项分别为“a) 非常不幸福、b) 比较不幸福、c) 说不上来幸福不幸福、d) 比较幸福、e) 非常幸福”，要求被调查者回答其中的一项。

2) 自变量。本文设置社会态度和网络媒体使用为自变量。其中，社会态度选取“总的来说，您同不同意在这个社会上，绝大多数人都是可以信任的？”“总的来说，您认为当今的社会公不公平？”两个问题做变量分析。在网络媒体使用方面，选择“您同不同意这一说法：互联网的一大优势就是让越来越多的人都能够获取到信息。”“互联网使像您这样的人可以更好的理解政治”“互联网能让越来越多的人都能够获取到更多社会资源”“互联网能打破社会阶层固化状况”此外，选择“在过去的一年里，您因为下列事情而上网的频繁程度中的社交活动和自我展示”作为自变量。

3) 控制变量。本文选取居民部分个人特征作为控制变量。选取性别、受教育程度、宗教信仰、政治面貌、婚姻状况和收入水平共 6 项为控制变量。性别为男性和女性。受教育程度按年限进行划分，从未受过任何教育为 0 年，私塾、小学为 6 年，初中为 9 年，中专和高中为 12 年，大专及本科为 16 年，研究生及以上为 19 年。宗教信仰分为是、否两类。政治面貌分为党员和非党员两类。婚姻状况分为婚否两类。对收入进行取对数处理。描述性统计分析如表 1 所示。

**Table 1.** Sample descriptive statistics

**表 1.** 样本描述统计

变量	描述	均值	标准差
因变量			
幸福感	非常不幸福 = 1，比较不幸福 = 2，一般 = 3， 比较幸福 = 4，非常幸福 = 5	3.855	0.851
自变量			
社会态度：社会公平	否 = 0，是 = 1	0.669	0.471
社会信任	否 = 0，是 = 1	0.769	0.421

**Continued**

网络媒体使用：信息获取	否 = 0, 是 = 1	0.979	0.145
自我展示	否 = 0, 是 = 1	0.569	0.495
社交活动	否 = 0, 是 = 1	0.836	0.370
政治理解	否 = 0, 是 = 1	14.057	33.321
社会资源获取	否 = 0, 是 = 1	14.254	33.444
阶层	否 = 0, 是 = 1	20.110	38.904
控制变量			
性别	女性 = 0, 男性 = 1	0.472	0.499
政治面貌	非党员 = 0, 党员 = 1	0.112	0.315
宗教信仰	否 = 0, 是 = 1	0.896	0.306
收入	取对数/元	8.769	4.135
受教育情况	取值范围：0 至 19	9.061	4.787
婚姻	未婚 = 0, 已婚 = 1	0.876	0.329

#### 4. 模型分析与讨论

从本文研究出发，依据研究内容，本文通过多元回归进行分析，在控制居民的社会人口特征的情况下，通过分析社会态度中的社会信任和社会公平程度和互联网使用对居民幸福感产生的影响，根据结果显示：社会态度中社会信任和社会公平程度显著影响居民主观幸福感，互联网的使用和居民的主观幸福感的影响明显，其次居民幸福感的获取受到个体异质性的影响。下面将对结果进行具体分析，由于样本量在收集过程中存在偏差、因素确定偏差等问题可能会导致结果不可预见性。由此需要从辩证的角度去综合考察分析各变量对居民幸福感的影响程度。(具体结果见表 2)。

**Table 2.** A model of the impact of social attitudes and internet media usage on residents' well-being**表 2. 社会态度、网络媒体使用对居民幸福感影响模型**

变量	模型(1)	模型(2)	模型(3)	模型(4)	模型(5)
	happy	happy	happy	happy	happy
male	-0.105*** (-6.81)	-0.106*** (-7.09)	-0.0791** (-2.94)	-0.0729* (-2.27)	-0.0742* (-2.31)
party	0.187*** (7.49)	0.152*** (6.25)	0.207*** (4.74)	0.221*** (4.50)	0.219*** (4.47)
marry	0.130*** (5.43)	0.125*** (5.37)	0.110** (2.65)	0.0814 (1.87)	0.0812 (1.86)
lninc	0.00601** (3.16)	0.00552** (2.99)	0.00914** (2.70)	0.00712 (1.79)	0.00694 (1.75)
educ_y	0.0246*** (14.03)	0.0267*** (15.70)	0.0184*** (5.78)	0.0186*** (3.79)	0.0180*** (3.65)

**Continued**

religion	-0.0284 (-1.15)	-0.0431 (-1.80)	-0.0783 (-1.74)	-0.113* (-2.04)	-0.114* (-2.05)
fair		0.417*** (26.14)	0.383*** (13.13)	0.298*** (8.81)	0.299*** (8.83)
believe		0.126*** (7.08)	0.209*** (6.47)	0.217*** (5.85)	0.219*** (5.91)
information			0.194* (2.14)	0.318** (2.82)	0.322** (2.86)
社交活动				0.0839 (1.81)	0.0836 (1.81)
自我展示				-0.0549 (-1.60)	-0.0555 (-1.62)
政治理解					0.00195 (1.54)
社会资源					-0.000779 (-0.63)
阶层固化					-0.00123 (-1.83)
_cons	3.520*** (92.21)	3.151*** (78.90)	3.023*** (26.37)	2.982*** (20.30)	2.993*** (20.32)

*t* statistics in parentheses;  
\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

模型 1 是加入控制变量的回归结果，从表中可以看出，性别、受教育情况、政治面貌和婚姻状况显著影响居民的幸福感获得，宗教信仰不会影响居民幸福感的获得。受教育状况每提高一个层次，居民的幸福感增加 2.4%。受教育情况一直以来都是研究的重要内容之一，受教育状况也是居民幸福感重点关注的方面之一，通过增加学历，学习等会增强个人幸福感，幸福感可以由成就取得，那么受教育越多，个人内心越充实，看事情也更加理性，由此发现，受教育程度可以显著影响居民幸福感。此外，男女性别差异也影响居民幸福感获取，在社会上，男女平等，男性与女性个人幸福感受性别影响也在一定程度上影响其幸福感获取，男性认为女性是幸福的，女性有时候也觉得男性更幸福，两者相反获取更容易认为幸福。关于婚姻状况的影响，婚姻状态也会影响居民幸福感获取， $p < 0.001$ 。从表格还可以看出，政治面貌也会影响居民幸福感。

模型 2 是在模型 1 的基础上加入社会态度因素，社会态度在问卷中，主要提取了“社会公平程度和社会信任感”作为变量对居民幸福感的影响，回归结果显示，社会公平和社会信任显著正向影响居民的幸福感。一直以来，社会信任度和社会公平与否都是人民关注的主要方面，社会的信任和公平程度决定居民幸福感，社会信任度越高，人民幸福感更高，社会越公平人民越感受到幸福，社会信任和社会公平是衡量社会发展的重要内容之一，一个充满信任和公平的社会，人们普遍具有较高的幸福感，信任和公

平能够给社会带来活力，公平正义也一直是公众追求的，通过提高社会信任程度，促进社会公平，由此居民幸福感也能够提升。

模型 3 在模型 2 的基础上加入信息获取变量，提取问卷中“互联网的一大优势就是让越来越多的人都能够获取到信息”这一变量来做回归分析，回归结果显示  $p < 0.05$ ，可以看出信息获取和幸福感在 10% 的水平下显著，那么信息的获取也在一定程度上影响居民幸福感的获得，从模型来看，信息获取在互联网信息获取越便利，人民的幸福感越高，这就是互联网在信息获取方面对居民幸福感的影响。随着我国信息技术的飞速发展，信息获取越来越重要，获得信息就是获取更多的资源，个人发展和社会发展都需要信息，但是居民对于信息的获取和使用存在不足，辨别真实信息和谣言的能力仍然需要提升，这给居民提出了新的要求，需要在众多的信息中提取对自己发展有用的信息，从而促进个人发展，提升居民幸福感。

模型 4 在模型 3 的基础上加入社交活动和自我展示频繁程度变量，根据回归结果，在模型 3 基础上对互联网使用频率进行回归分析，回归结果显示  $p < 0.05$ ，可以看出信息获取和幸福感在 10% 的水平下显著。社交活动是个人在社会生存发展的重要活动之一，人们通常把社交当作幸福感的衡量之一，幸福感通过这些表现出来，自我展示社交活动越频繁和互联网自我展示越频繁，人民幸福感有所提升，个人幸福感可以通过多种方式提升或者减少，幸福感获取也是丰富多彩的，模型 4 中的结果代表当前样本的居民的幸福感，只是部分方面，从本模型中可以看出，一方面互联网可以增强人与人之间的互动，另一方面积极自我展示可能会使个人幸福感提升，此外，互联网使用频繁程度对居民幸福感的影响还有待探究。

模型 5 在模型 4 的基础上加入互联网对政治理解，社会资源获取和阶级固化三个变量，根据回归结果，在模型 4 基础上对互联网使用频率进行回归分析，回归结果显示  $p < 0.05$ ，可以看出信息获取和幸福感在 10% 的水平下显著。个人政治理解能力、社会资源强弱、阶级高低对幸福感并存在显著影响，个体幸福感可以通过这些方面表现出来，虽然有时居民对于这些理解也不尽相同，且在社会表现的层面上，世俗可能会觉得居民通过互联网对政治参与越高、社会资源获取越便利、阶级流动越强更有利居民幸福感的获得，当然，我们要辩证地看待两者关系，一方面需要积极发挥互联网对居民政治参与，资源获取和阶级流动等方面的影响作用，另一方面还可以探讨居民幸福感的其他重要因素，从而发现可以有效提升居民幸福感的其他方法，从而促进个人发展和社会和谐有序。

## 5. 结论

基于 2017 年 CGSS 数据，采用社会态度和互联网使用对居民主观幸福感的影响，并分析社会态度和互联网如何影响居民幸福感。研究发现：第一，社会态度中社会信任和社会公平程度显著影响居民主观幸福感，第二，互联网的使用和居民显著影响居民主观幸福感，其次居民幸福感的获取受到个体异质性的影响。数据结果显示：互联网通过提升居民的社会态度、丰富社交活动、提升政治参与、促进资源获取和减少阶级固化等措施会对居民幸福感产生影响，但是还需要辩证看待。基于上述的研究结论，将以下几个方面提出相关建议，从而提升居民幸福感。

### 5.1. 努力构建服务型政府，增强居民社会信任和社会公平程度

居民对社会信任和社会公平的感知对其幸福感有着长期持续重要的影响，同时，我国政府在人民幸福感获取方面也承担了重要角色，我国正在努力构建服务型政府，以服务来提升公民对社会信任和社会公平的程度。因此，为增强居民幸福感，一个重要手段措施就是增强社会信任和社会公平程度，因此要加快建设服务型政府，同时积极重视提升居民社会公平和社会信任程度，完善我国的社会信任体系和促进社会公平，提高居民幸福感。

## 5.2. 加强信息技术的运用和普及，提升居民利用互联网获取信息能力

信息技术在当代社会中扮演重要的角色，在当今信息众多，信息鸿沟等现状，居民互联网获取信息的频繁程度也能会影响居民幸福感的获取，因此需要加强我国对信息技术的运用和普及程度，提升居民利用互联网获取信息能力，使信息能够最大化被人所使用，尽而提升居民幸福感。

## 5.3. 加大宣传普及互联网知识，提升居民互联网使用频率和互联网使用能力

随着互联网的高速发展，我国在互联网知识普及层面还需要加强，互联网的使用对我国居民幸福感有明显的影响，一方面，我国互联网普及程度越来越广，互联网也在很多领域得到广泛的使用，另一方面随着个体的差异性，人们对于互联网的使用能力不一，互联网的使用频率和使用能力的大小，在一定程度上会影响人们对幸福感的感知。因此在大力发展信息技术的同时，需要加强对互联网相关知识的普及，其次加强互联网信息安全保障，完善网络安全体系，避免其在发展中产生的负外部效应而给人们带来的负面影响，提升居民幸福感。

## 参考文献

- [1] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999: 224-229.
- [2] 姚君喜. 大众传媒与社会公众的幸福感[J]. 当代传播, 2006(4): 10-13.
- [3] 袁爱清. 媒介幸福感的研究意义与原则探析[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2016, 49(6): 126-130.
- [4] 韦路. 媒介能使我们感到更幸福吗——媒介与主观幸福感研究述评[J]. 当代传播, 2010(4): 16-18.
- [5] Ye, Y. and Lin, L. (2015) Examining Relations between Locus of Control, Loneliness, Subjective Well-Being, and Preference for Online Social Interaction. *Psychological Reports*, **116**, 164-175.  
<https://doi.org/10.2466/07.09.PR0.116k14w3>
- [6] 陈浩彬, 苗元江. 主观幸福感、心理幸福感与社会幸福感的关系研究[J]. 心理研究, 2012, 5(4): 46-52.
- [7] Kavetsos, G. and Koutroumpis, P. (2011) Technological Affluence and Subjective Well-Being. *Journal of Economic Psychology*, **32**, 742 -753. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.05.004>