

# 媒体使用对主观幸福感影响研究

## ——以政治信任为中介变量

李新宜

贵州大学, 贵州 贵阳

收稿日期: 2022年3月24日; 录用日期: 2022年4月30日; 发布日期: 2022年5月7日

### 摘要

近年来对主观幸福感的研究层出不穷、类型众多, 所涉及的领域也很广泛, 包括社会学、心理学以及经济学等领域。本文选择以媒体使用类型为自变量, 以政治信任为中介变量, 民众主观幸福感为因变量建立研究模型。试图从网络媒体使用方面探讨民众主观幸福感的影响因素, 并加入了政治信任这一变量, 为进一步了解媒体化时代政府与媒体间关系提供借鉴。本研究从中国学术资料调查库中获取主要研究数据, 共5415份问卷, 采用SPSS25.0对数据进行回归分析处理。并结合《爱德曼信任度调查2021年度中国报告》对近些年我国网民信任度变化进行分析。研究结果表明官方媒体的使用对民众主观幸福感产生显著的积极作用, 非官方媒体使用会对主观幸福感产生显著的消极影响, 政治信任在媒体使用和主观幸福感之间有显著的中介作用。因此为提高民众主观幸福感, 政府部门应提高官方媒体的使用, 塑造国家积极正面的形象, 更好提升民众对国家的正面认知。

### 关键词

主观幸福感, 政治信任, 官方媒体, 非官方媒体

# The Influence of Media Use on Subjective Well-Being

## —Taking Political Trust as the Intermediary Variable

Xinyi Li

Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 24<sup>th</sup>, 2022; accepted: Apr. 30<sup>th</sup>, 2022; published: May 7<sup>th</sup>, 2022

### Abstract

In recent years, studies on subjective well-being emerge in endlessly, many types, involving a wide

range of fields, including sociology, psychology and economics. This paper chooses the type of media use as the independent variable, political trust as the intermediary mediating variable, and people's subjective well-being as the dependent variable to establish the research model. This paper attempts to explore the influencing factors of people's subjective well-being from the use of network media, and adds the variable of political trust to provide reference for further understanding the relationship between government and media in the media age. In this study, the main research data were obtained from the Chinese Academic Information Survey Database, with a total of 5415 questionnaires. SPSS25.0 was used for regression analysis. Combined with the "Edman Trust Survey 2021 China Report", this paper analyzes the changes of political trust of Internet users in China in recent years. The results show that the use of official media has a significant positive effect on people's subjective well-being, and the use of non-official media has a significant negative impact on subjective well-being. Political trust has a significant mediating effect between media use and subjective well-being. Therefore, in order to improve people's subjective well-being, government departments should improve the use of official media, shape a positive image of the country, and better enhance people's positive cognition of the country.

## Keywords

Subjective Well-Being, Political Trust, Official Media, Unofficial Media

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

主观幸福感作为人类对客观生活质量的主观判断, 充满变化和复杂性, 自出现以来就不断的有人进行研究。早期研究热潮是 20 世纪 50 年代, 主要出现在心理学领域。随着经济和互联网的发展, 主观幸福感开始扩展到经济学、社会学等领域, 主要从理论方面探讨了影响主观幸福感产生的个体因素和社会因素。21 世纪开始出现媒体使用与主观幸福感的相关研究, 但这些研究停留在较为表层的关系研究上, 并且研究的媒体类型也比较单一, 主要是纸质媒体以及后来的广播。近些年来, 网络媒体已经成为民众获取信息的主要途径, 据《中国互联网发展统计报告》显示, 2020 年我国互联网普及率达 70.4%, 网民数量高达 9.89 亿人。因此, 网络媒体使用对人民主观幸福感的塑造作用也应引起重视, 以及这种影响的作用路径如何也亟待回答。基于此本研究以中国网民为研究对象, 从实证角度分析变量间影响关系, 并对媒体使用产生影响的内在机制展开研究, 以便更好地了解民众主观幸福感的产生, 为充分发挥网络时代媒体积极的政治传播作用提供理论借鉴和实证依据。

## 2. 文献回顾与研究假设

### 2.1. 主观幸福感

幸福一词最早出现在哲学中, 由外国学者开始研究, 在八十年代中期开始逐渐的引起我国研究者的关注。主观幸福感的定义在国内外众说纷纭, 目前最为广泛接受的是 Eddiener 的定义, 即主观幸福感是指评价者对自己的生活质量的全面和综合性评价, 是对于客观条件的主观认知[1]。即个人对自我生活越满意幸福感就越高, 反之则不然。主观幸福感受到多方面因素的影响包括主观因素和客观因素[2]。主观因素主要包括评价者个人的受教育程度、价值观、自我认知和性格特征等, 这些因素以评价人内在的情

感体验来反映[3][4]。客观因素所涉及的方面更为广泛,包括评价人生活条件、物质环境、自身收入水平以及当前的社会环境等[1]。主观因素和客观因素相互作用共同影响着评价人的主观幸福感。已有的研究中主观幸福感的衡量主要依靠两个维度,一个是情感上的平衡,另一个是对生活的满意度。情感上的平衡受个人主观因素的影响较大,且这种平衡感是相对而言的,是经过比较的相对的情感状态[4]。对生活的满意度受到主客观因素的共同影响,是对自我生活质量进行评价。

## 2.2. 媒体使用与主观幸福感

21世纪进入到了信息化时代,数字媒体逐渐的取代了纸质媒体,成为人们获取信息的第一大途径。人类与网络媒体的关系越来越紧密,不论是工作学习还是生活娱乐,人类越来越依靠网络媒体。随着时间推移,网络媒体也正在影响着人类的情感、认知和行为[5]。有研究表明,随着新媒体技术的使用和推广,人类的幸福感逐渐提升,但这一结论仍存在争议[2]。具体的不同使用频率、使用类型和使用强度如何产生不同影响还没有得出一致的意见,以及存在着怎样的影响机制还未得到深刻的研究。还有研究显示强迫使用互联网非但不会使个体的主观幸福感提升,反而会引起个体疲劳使主观幸福感下降;若个体通过网络媒体去观察社会现状,其个人主观幸福感将会下降[6]。目前获取信息的主流媒体分为官方和非官方两类,官方媒体主要包括央视网、人民日报、凤凰网等,非官方媒体主要指微信公众号、朋友圈等社交媒体,这类社交媒体用户可以根据自身需要创造出内容,所以信息的真实性就无法保证,但是它却能给弱势群体一个发声的机会。例如近些年的许多重大案件都是在微博上扩散之后得到了妥善的处理,有“微博办案”之说。综合以上研究社交媒体的使用对人类幸福感产生着不同程度的影响,因此本文提出如下假设:

H1: 官方社交媒体使用与主观幸福感产生正相关,非官方社交媒体使用对主观幸福感的产生负相关。

## 2.3. 媒体使用与政治信任

以往关于媒体使用的研究主要与主观幸福感相联系,对于政治信任的研究很少。政治信任主要是指个体对当前的国家的政治制度和政府管理的支持程度,是个体基于各方面条件对政府的评判结果[7]。随着人类物质生活水平的提升,越来越开始重视精神上的满足,也越来越追求公平公正和平等,因此对于政府部门工作的关注度也越来越高。现有的研究关于媒体使用和政治信任两者之间关系有两种观点。第一种观点认为网络上各种媒体混杂,发布的信息质量参差不齐,使民众对相关事情的真相没有一个清楚地认识,某些媒体恶意发布舆论引导,不能起到增进民众政治信任的作用。另一个观点则认为通过网络媒体的使用有助于增进民众的政治信任,这是因为官方媒体可以通过发布一些正确的新闻鼓励和引导民众,同时通过网络使工作更加透明化增进信任[4]。有研究人员指出产生这种意见上的差异主要是因为这些研究者的研究对象、研究环境及条件不同,只有在充分控制相关变量的情况才能得出正确的结论[3]。对于那些依靠海外媒体或者是小道等非官方发布的信息容易产生不信任感,那些经常关注官方网站的政治信任要偏高。因此提出如下研究假设:

H2: 接触官方发布的消息与民众政治信任正相关,接触非官方发布的消息与民众政治信任负相关。

## 2.4. 政治信任和主观幸福感

主观幸福感是民众依照自己内心对所处环境各项进行综合评价的结果,这些评价的标准中应当包括所处的国家政治环境如何。当一个国家政治制度正确、管理得当,那么国家的发展将会越来越好,生活环境将会越来越好,民众的主观幸福感也将越来越高[2]。人民的主观幸福感越高对政府工作就越支持和信任,也会积极影响政府未来的工作,这是一种良性循环[3]。所以政治信任和主观幸福感并非是独立的两个变量,两者存在着一定的联系,本研究提出第三个假设:

H3: 政治信任对民众主观幸福感产生正向影响。

本文研究模型如图 1 所示:

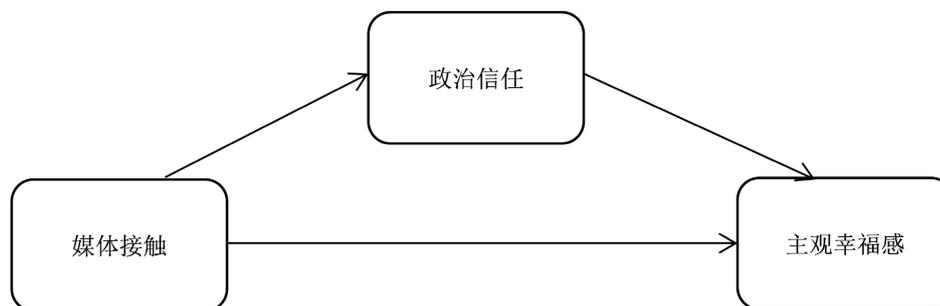


Figure 1. Research model 1  
图 1. 研究模型 1

### 3. 研究方法

#### 3.1. 实验介绍

本研究数据从中国学术资料调查库中获取,该数据调查时间为 2018 年 8 月。实验方法为问卷调查法,调查问卷由马得勇教授设计,由马得勇教授具体负责实施调查。此次调查主要向微信(聊天与朋友圈)、问卷网(“爱调研”注册用户)、微博这三个渠道发布答题链接,邀请网友自愿进行答题分别收集了 1363、1761、2291 份问卷,合计 5415 份。其中男性占 55.1%,女性占 44.9%;中共党员占 31.7%,民主党派占 9.9%;年龄从 18 岁到 60 岁以上;近一半被调查者生活在大型城市,25.3%的被调查者生活在中等城市,其余生活在小城市或者国外。

#### 3.2. 变量分析和测量

##### 3.2.1. 媒体接触

本研究的自变量为与社交媒体的使用,主要通过测量被调查者使用哪类社交媒体以及使用的频率如何,选项包括凤凰网、腾讯网等商业门户,央视网、新华社、人民日报的时政分析报道,以及微信 QQ 熟人分享、翻墙在外网获取等 9 种获取途径。频率以几乎没有、偶尔有、经常如此和几乎天天如此四项来衡量,数据显示微信朋友圈、QQ 群等朋友分享的时政新闻的平均值最大为 2.95,且其几乎每天使用的人数也最多。凤凰网、腾讯网等次之,央视网等时政分析第三,最后是翻墙从外网获取。使用主成分分析法将测量项目归为两类(见表 1):官方和非官方。其中凤凰网等商业网站、央视网等观看地方电视台新闻节目等为官方媒体使用,翻墙获取、社交论坛以及其他小道消息等为非官方媒体使用。根据表 2 可知 KMO 值为 0.886,巴特利特球形度检验的显著性为 0.000,证明该因子分析方法是有效的。

Table 1. Component matrix<sup>a</sup>  
表 1. 成分矩阵<sup>a</sup>

题项	1	2
哪些渠道来获取时政类消息? 凤凰网、新浪网、腾讯等商业门户网站的时政新闻	0.601	0.482
微信朋友圈、QQ 群等熟人朋友分享的时政新闻	0.542	0.089
twitter、facebook、BBC、多维等翻墙所得信息或外媒渠道	0.632	-0.522

## Continued

观看各地方电视台的时政新闻节目	0.634	0.386
阅读专业杂志的时政、社会问题报道和分析	0.738	-0.108
央视、新华社、人民日报的时政分析报道(含微博及微信公众号)	0.632	0.436
专业论坛或网站的时政帖子	0.740	-0.157
个人的新浪微博、非官方的微信公众号等自媒体平台	0.616	-0.098
通过小道消息或朋友聊天获得的政治内幕、消息	0.628	-0.432

提取方法：主成分分析法。<sup>a</sup>提取了2个成分。

**Table 2.** KMO and Butterlit spherical test

**表 2.** KMO 和巴特利特球形检验

KMO 取样适切性量数		0.866
	近似卡方	12982.788
巴特利特球形度检验	自由度	36
	显著性	0.000

### 3.2.2. 主观幸福感

因变量为主观幸福感，主要通过询问被调查者是否认为自己当前处于幸福状态来测量，包括非常幸福、比较幸福、一般、比较不幸福、非常不幸福，采用李克特五级量表来使变量可操作化。数据显示平均值为 2.08，标准差为 0.930，大多数人处于不太幸福状态。

### 3.2.3. 政治信任

中介变量为政治信任，该变量的测量有两种，一种是测量当前政策制度的信任和支持程度，另一种是测量对政府相关部门人员及工作的认可程度。本文主要选择了后者对变量实施可操作化。后者测量的项目对政府团体和机构是否信任，包括法院、警察、党中央和中央政府、省级政府、乡镇政府和村委会。均使用李克特量表来衡量，从非常信任到非常不信任。使用了降维处理，使反映中介变量的这几项转化为一个新的变量来简化操作。

鉴于本研究的模型含有一个中介变量，因此选择了 Process 插件中的 Model4 来进行数据分析，中介效用用 Bootstrap 进行检验。Bootstrap 检验即自举法检验，使用放回式抽样统计方法，通过对样本多次重复取样，构建多个数据集，然后根据样本信息特征去顾及总体的特征。检验中介效应时，当自变量 X 对中介变量 M 和中介变量 M 对因变量 Y 的影响都显著，且自变量 X 对因变量 Y 的影响不显著是，中介效应是完全的；若前者显著后者不显著这说明中介效应是不完全的；当前者不显著，后者显著时，说明假设中所说中介效应不存在。

## 4. 实验数据分析

本实验的研究模型如图 2 所示，自变量为 X1 官方媒体接触和 X2 非官方媒体接触，中介变量政治信任，因变量主观幸福感，控制变量为性别、年龄、政治面貌、收入和教育程度这些可能影响对幸福感评价的因素。

根据表 3 数据可知当网民接触的媒体为官方媒体时，自变量 X 对因变量 Y 产生显著的正向影响( $\beta = 0.028$ ,  $LLCI = 0.0041$ ,  $ULCI = 0.0519$ , 且  $P = 0.0217$ , 小于 0.05)，当网民接触的媒体为非官方媒体时，自变量 X 对因变量 Y 产生显著的负向影响( $\beta = -0.2273$ ,  $LLCI = -0.2513$ ,  $ULCI = -0.2033$ , 且  $P = 0.000$ )，

说明接收官方发布的时政消息要比接收非官方发布的时政消息更能增加网民的主观幸福感,假设 1 成立。

接触的媒体网络为官方媒体时,自变量 X 对中介变量 M 产生负向影响( $\beta = -0.1682$ ,  $LLCI = -0.1966$ ,  $ULCI = 0.1399$ , 且  $P = 0.000$ ),当接触媒体为非官方媒体时,自变量 X 对中介变量 M 产生负向影响( $\beta = -0.3395$ ,  $LLCI = -0.3663$ ,  $ULCI = -0.3127$ , 且  $P = 0.000$ )。表明不论接触的是官方媒体还是非官方媒体都不能增强网民的政治信任,但是相较于非官方媒体,官方媒体对网民政治信任的负向影响更大,假设 2 不成立。

根据表 4 可知,不论是接触官方媒体还是非官方媒体,中介变量 M 对因变量 Y 都产生显著的正向影响,系数分别为 0.4121、0.3292,假设 3 成立。

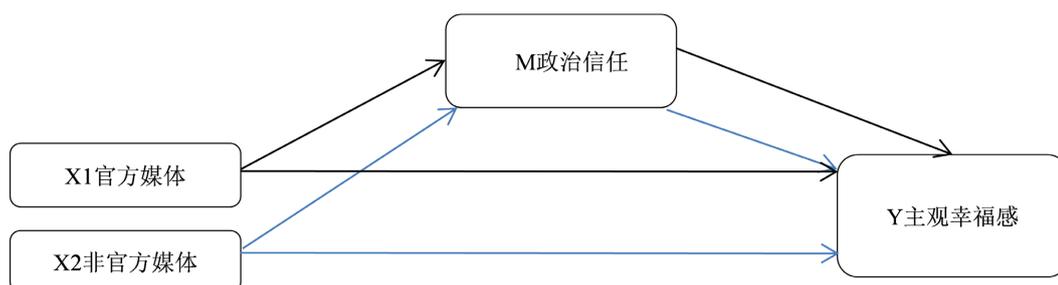


Figure 2. Research model 2  
图 2. 研究模型 2

Table 3. Regression analysis results  
表 3. 回归分析结果

途径	系数	P 值	LLCI	ULCI
官方媒体→政治信任	-0.1682	0	-0.1966	-0.1399
官方媒体→主观幸福感	0.028	0.0217	0.0041	0.0519
非官方→政治信任	-0.3395	0	-0.3663	-0.3127
非官方→主观幸福感	-0.2273	0	-0.2513	-0.2033
政治信任(官方)→主观幸福感	0.4121	0	0.3882	0.4359
政治信任(非官方)→主观幸福感	0.3292	0	0.305	0.3533

Table 4. Mediating effect test  
表 4. 中介效应检验

类型	系数	P 值	LLCI	ULCI
官方	-0.0693		-0.0822	-0.0566
非官方	-0.1118		-0.1252	-0.0987

## 5. 结论与不足

通过构建媒体使用和居民主观幸福感的理论模型,使用 SPSS 软件进行回归分析,本文得出如下结论:

第一,当接触的为官方媒体时,民众的主观幸福感较高;当接触的为非官方媒体时,民众的主观幸福感较低。第二,政治信任在媒体使用类型和民众的主观幸福感间起部分中介作用,即媒体使用对主观幸福感影响显著,同时不同媒体类型的使用对政治信任产生影响进而影响民众的主观幸福感,这两条影

响路径同时存在共同影响着主观幸福感。第三，当公众接触的为非官方媒体时，媒体接触会对政治信任产生显著的负向影响，同时也会对主观幸福感产生显著的负向影响，此情景下政治信任对主观幸福感的正向影响较弱于接触非官方媒体时的负向影响；当接触的为官方媒体时，媒体接触会对政治信任产生显著的负向影响，这可能是由于当前处于信息大爆发的时代，民众对于所接触到的信息持较高度度的怀疑，但接触官方媒体对主观幸福感的总效应显著为正。

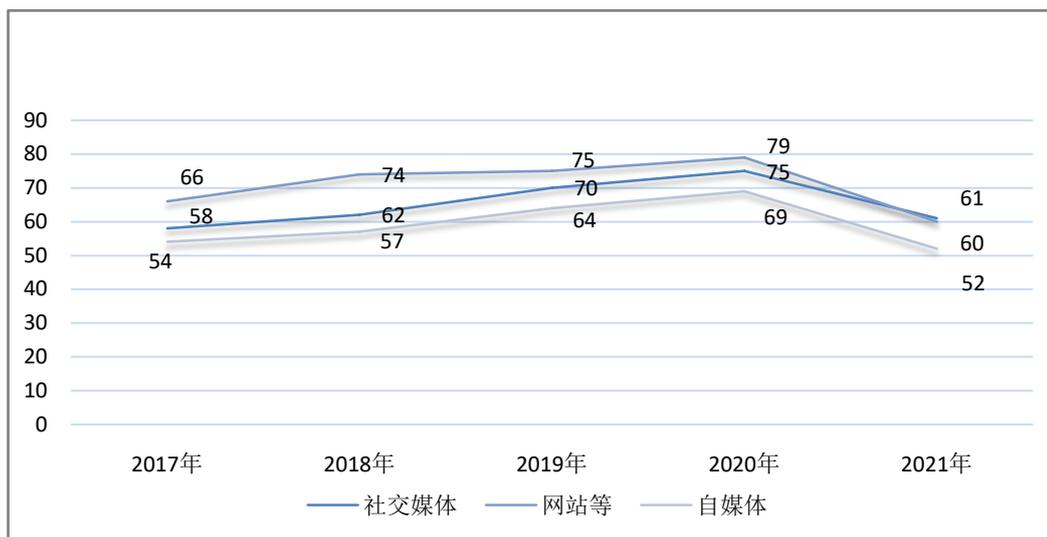


Figure 3. Percentage of information source trust

图 3. 信息来源信任度百分比

实际中，公众对于政府部门的绩效和工作认知除了来自于主观感知外，很大程度上来源于各个网络媒体[8]，媒体使用对主观幸福感的涵化作用在本研究中也已被证实。根据《爱德曼信任度调查 2021 年度中国报告》的数据如图 3 可知，信息大量的涌现，公众对网络媒体总体的信任有所降低。但是 2021 年社交软件的信任度占据各类网络媒体之首。基于这些数据支撑，本文提出如下建议：

第一，随着民众对网络媒体使用的增加，政府部门除了要在报纸、电视等传统媒体上发声，也要更加重视网络媒体上的运营。通过网络发声，既能快速准确的将政府的绩效、制度以及立场等传达给网民，同时也能扩大信息传播范围。

第二，政府部门在树立积极形象时，应尽可能的通过公众社交媒体软件上的官方账号发布信息。在这个信息鱼龙混杂的时代，大众面对质量参差的信息无法准确辨认，但是从官方账号所发布的消息更能吸引网民注意可信度也更高。因此，在使用网络媒体发生时，尽量选择各地区或各机构的官方账号发布消息，以便于在增进民众正面感知时提升政治信任，进而提高主观幸福感。

此外，本研究中变量的测量参考了以往研究中的处理方法，虽然问卷设计和数据都较为可靠，但是由于数据为二手数据，测量每个变量的项目有限，这可能会造成对变量变化测量不准确影响实验结果。第二方面本实验将媒体类型分为了官方媒体和非官方媒体，虽然是按照主成分分析结果来将各个网络媒体进行分类，但是这种分类方式并不严谨也没有一个成熟的研究作为参考，因此未来应该对网络媒体的分类有更加严谨的操纵，有一定的分类依据支撑。

## 参考文献

- [1] 葛蕾蕾, 陈昱睿. 媒体使用对居民幸福感的影响研究[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版), 2020, 33(4): 100-110.

- 
- [2] 祝仲坤, 冷晨昕. 互联网使用对居民幸福感的影响——来自 CSS2013 的经验证据[J]. 经济评论, 2018(1): 78-90.
- [3] 王如一, 王法硕. 官方媒体使用影响主观幸福感作用机制研究——爱国主义的中介作用及政治信任的调节效应[J]. 山东青年政治学院学报, 2020, 36(2): 29-36.
- [4] 刘毅. 微信使用对大学生主观幸福感影响的实证研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(8): 154-159.
- [5] 祁玲玲, 赖静萍. 政府行为、政治信任与主观幸福感[J]. 学术研究, 2013(7): 52-58.
- [6] 马得勇, 王丽娜. 中国网民的意识形态立场及其形成一个实证的分析[J]. 社会, 2015, 35(5): 142-167.
- [7] 李艳霞. 何种治理能够提升政治信任?——以当代中国公众为样本的实证分析[J]. 中国行政管理, 2015(7): 59-65.
- [8] 杨江华, 王辰宵. 青年网民的媒体使用偏好与政治信任[J]. 青年研究, 2021(4): 1-10+94.