

互联网使用能否提高居民幸福感

——基于双重中介的实证研究

张艺凡

河南大学经济学院

摘要：人民幸福感的提升是中国式现代化推动实现中华民族伟大复兴的一个重要实践向度。本文基于中国社会综合调查（CGSS）数据（2017），就互联网使用对居民幸福感的影响进行研究。研究表明：第一，互联网使用能显著提升居民幸福感；第二，社会信任、社会公平可以在一定程度上抑制互联网使用对居民幸福感的提升作用，表现出遮掩效应；第三，尽管社会信任、社会公平显著弱化了互联网使用对居民幸福感提升的正向影响，但这种弱化作用并不是长期的，可以通过有效引导实现转变。

关键词：互联网使用；居民幸福感；OLS模型

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6261.2022.02.250

一、问题提出

为人民谋幸福是中国共产党不渝的初心和使命，人民幸福也是国家富强的必然要求。党的报告强调“深入贯彻以人民为中心的发展思想，使人民群众的获得感、幸福感、安全感更加充实”。在中国式现代化的背景下，尽管城乡居民的物质生活水平大幅度上升，但是他们的幸福感仍有待进一步提高。满足居民的美好生活需要、提高他们的幸福感是当前亟待解决的重要问题。根据中国互联网络信息中心公布的第51次《中国互联网络发展状况统计报告》，我国的互联网用户规模达到10.67亿，互联网普及率是75.6%。这说明随着数字经济的发展，互联网对居民的影响深度不断增强，也影响着他们的幸福感。本文利用2017年的中国综合社会调查（CGSS）数据，分析互联网使用对居民幸福感的影响并探究其内在传导机制，并对以下问题进行深入思考：互联网使用如何影响居民幸福感？社会信任、社会公平在互联网使用对居民幸福感的影响中发挥着怎样的作用？期望本文可以丰富居民幸福感的现有研究，进一步发挥数字经济新引擎的助推作用，提高居民幸福感，进而助力实现中国式现代化。

二、理论假设

（一）互联网使用对居民幸福感的直接影响

一种观点认为互联网使用会提升居民幸福感，如祝仲坤（2018）等人认为使用互联网会显著提升居民的主观幸福感^[1]。鲁元平、王军鹏等（2020）认为互联网的使用能够加快信息的传播和获取，推动线上休闲娱乐和网购消费等新活动的出现，这有助于提升居民幸福感^[2]。而另一种观点认为互联网使用会降低居民幸福感，网络诈骗和网络安全犯罪等行为的不断发生，会导致居民的身心健康受到损害（王鹏，2014）^[3]。综上所述，尽管互联网的使用存在一些负面影响，但目前多数学者以及学术界研究结果还是支持互联网使用能够提升居民幸福感。因此，我们提出本文的研究假设1。

假设1：互联网的使用能够提升居民幸福感。

（二）互联网使用对社会信任的影响

赵晓航和李建新（2017）利用倾向值的分析方法发现，相较于传统媒介，以互联网为主要信息获取渠道的青年群体的社会信任水平更低，这是由于互联网的发展使得负面消息的传播更加便利、迅速^[4]。李锋和刘杨（2020）利用因果中介模型分析互联网使用对患方信任的影响，研究发现互联网使用会降低社会信任，进而降低患方信任^[5]。因此，提出本文的研究假设2。

假设2：互联网使用会显著影响社会信任。

（三）互联网使用对社会公平的影响

无论是传统媒体还是互联网，负面新闻总是比正面新闻或者中性新闻获得更多的选择性曝光（Kleemans, 2012; Hansen, 2011）^[6]，从而使人们接触到更多的社会不公平信息，而接触不平等的信息更容易使个体用不公正的眼光来看待整个社会（陈勃，2013）^[7]进而导致人们社会不公平感增加。因此，我们提出本文的研究假设3。

假设3：互联网的使用会显著影响社会公平。

（四）互联网使用与居民幸福感的中介机制

根据前文所述，本文形成两个推论：社会信任在互联网使用与居民幸福感的关系中起中介作用（H3a）；社会公平在互联网使用与居民幸福感的关系中起中介作用（H3b）。

三、研究设计

（一）数据来源

中国综合社会调查（CGSS）全面地收集社会、家庭、个人等多层次的数据，是我国多学科的经济与社会数据采集平台，已成为研究中国社会最主要的数据来源，广泛地应用于科研、教学、政府决策之中。CGSS 2017年的数据获得了有效样本12582份，覆盖全国28个省。本文运用该年度的数据，在剔除缺失值、极端异常值后，获得符合条件的样本12291份。

（二）变量选取

1. 被解释变量

本文的被解释变量是居民幸福感，以问卷中“您觉得您的生活是否幸福？”进行测度。

2. 核心解释变量

本文的核心解释变量是互联网使用，CGSS通过询问“过去一年，您对互联网（包括手机上网）的使用情况是”调查受访者对互联网的使用情况。

3. 中介变量

本文的中介变量分别是社会信任、社会公平。社会信任用“您同不同意在这个社会上，绝大多数人都是可以信任的？”这一问题来测度，社会公平通过“您认为当今的社会公平不公平？”这一问题来测度。

4. 控制变量

基于已有文献，本文选择年龄、受教育程度、身体健康状况作为控制变量。其中，年龄变量通过CGSS 2017数据中的出生年份数据进行测度，用2017减去受访者出生年份。省份区域变量通过住宅地址进行测度，把受访者的住宅地址按经济区域划分为东北地区、东部地区、中部地区和西部地区。

(三) 模型设定

本文采用最小二乘法（OLS）进行实证分析，尽管通过一般线性回归估计出来的系数可能受到样本选择性偏差的影响，但与整体分析而言可以忽略不计。回归模型如公式（1）所示：

$$Happiness_i = \alpha + \beta Internet_i + \gamma M_i + \varepsilon_i \quad \text{公式（1）}$$

其中，下标*i*表示第*i*个人，*Happiness_i*表示居民幸福感，*Internet_i*表示互联网使用，*M_i*表示控制变量， ε_i 表示随机扰动项。

四、实证研究

(一) 实证结果

1. 基准回归

本文采用OLS模型进行基准回归。表1的模型（1）表示在未加入控制变量之前的回归模型。模型（2）表示加入控制变量后，通过回归估计互联网使用对居民幸福感的影响。结果均显示互联网使用对居民幸福感有显著的正向影响，这表明居民通过使用互联网可以有效提高自身幸福感。控制变量回归系数与预期相符，所有变量回归系数均在1%的水平上显著。

表1 基准模型回归结果

变量	模型（1）	模型（2）
Internet	0.046*** (10.421)	0.027*** (4.261)
Age		0.108*** (17.511)
Education		0.064*** (10.195)
Health		0.2*** (26.856)
_cons	3.725*** (254.057)	2.47*** (58.826)
N	12291	12291
调整R ²	0.009	0.084
F	108.588	283.363

2. 内生性检验

为避免出现因遗漏变量产生的内生性问题，本部分通过工具变量法对该问题进行检验。本文使用互联网使用行为、手机拥有情况作为工具变量，通过GMM估计与两阶段最小二乘模型（2SLS）重新考察互联网使用对居民幸福感的影响。

由内生性检验结果可知，Wu-hausman检验在1%的显著水平上拒绝原假设，说明选中的内生变量中具有内生性。由过度识别检验结果可知，sargan检验和Hansen J检验均不显著，不能拒绝原假设，工具变量全为外生。GMM估计与TSLS回归结果显示，互联网使用对居民幸福感具有显著的正向影响，验证了本文结果的可靠性。

表2 GMM估计与TSLS回归结果

变量	(1)	(2)
	GMM估计	TSLS回归
Internet	0.029*** (3.681)	0.153
Age	0.11*** (16.562)	0.119
Education	0.063*** (9.899)	0.062
Health	0.2*** (23.654)	0.2
_cons	2.465*** (46.001)	2.455
N	12291	12291
R ²	0.084	0.081
Wald	908.736	1124.97***

3. 稳健性检验

为检验实证结果的稳健性，本文通过替换基准模型的方法对实证结果的稳健性进行检验。表3中模型（1）~（2）是将原基准回归模型替换为有序逻辑模型和岭回归模型，利用源数据再次检验互联网使用对居民幸福感的影响关系。回归结果显示，替换基准回归模型后，互联网使用对居民幸福感的影响仍在1%的水平下显著为正。各控制变量对居民幸福感的影响方向没有发生较大变化，因而本文的结论是稳健的。

表3 稳健性检验结果

变量	(1)	(2)
	有序逻辑回归	Ridge回归
(Internet)	0.05*** (3.309)	0.019*** (4.407)
Age	0.261*** (17.091)	0.074*** (16.578)
Education	0.144*** (25.554)	0.053*** (11.321)
Health	0.484*** (25.554)	0.162*** (26.87)

_cons		2.796*** (80.271)
N	12291	12291
调整R ²		0.08
F		268.947***

(二) 机制检验

文本选取社会信任、社会公平作为中介变量，以探讨互联网使用对居民幸福感的作用机制。表4汇报了中介变量的中介效应估计结果。模型估计了互联网使用对居民幸福感的总影响效应；模型表明互联网使用对社会信任、社会公平作为中介变量的影响系数均在1%的水平上显著为负；将中介变量社会信任、社会公平引入，模型结果表明互联网使用确实通过社会信任、社会公平对居民幸福感产生影响。

表5显示了平行中介效应检验下，社会公平、社会信任在互联网使用对居民幸福感的影响机制中的中介作用为遮掩效应。

表4 中介效应回归模型系数表

	Happiness	Justice	Trust	Happiness
常数	2.47	2.46	2.234	2.773
Internet	0.027	-0.059	-0.025	0.033
Age	0.108	0.084	0.069	0.069
Education	0.064	0.043	0.035	0.031
Health	0.2	0.102	0.018	0.149
Justice				0.182
Trust				0.07
Stratum				-0.183
样本量	12291	12291	12291	12291
R ²	0.084	0.026	0.106	0.197
调整R ²	0.084	0.026	0.105	0.197
F	F(4, 12286) =283.363, P=0.000***	F(4, 12286) =83.173, P=0.000***	F(5, 12285) =290.747, P=0.000***	F(7, 12283) =431.844, P=0.000***

注：***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平

表5 平行中介效应检验汇总结果表

项	c 总效应	a	a (p值)	b	b (p值)	a*b 中介效应 值	a*b (Boot SE)	a*b (z值)	a*b (P值)	a*b (95%BootCI)	c' 直接效应	检验结论
Net=>Justice=>Happiness	0.027	-0.059	0.000***	0.182	0.000***	-0.011	0.002	-6.767	0.000***	-0.014 - -0.008	0.033	遮掩作用
Net=>Trust=>Happiness	0.027	-0.042	0.000***	0.07	0.000***	-0.003	0.001	-4.458	0.000***	-0.004 - -0.002	0.033	遮掩作用

五、结论与建议

基于以上研究，本文得出以下结论：第一，互联网使用能够显著提升居民幸福感，与未使用互联网的居民相比，使用互联网的居民幸福感水平更高，此结论在加入所有控制变量后仍成立；第二，社会信任、社会公平在互联网使用影响居民幸福感的关系中，起着遮掩效应，二者综合作用下使得互联网使用对居民幸福感的提升程度降低；第三，互联网使用对于居民幸福感的影响存在地区的异质性，结果显示，互联网使用对中部地区和东北地区居民幸福感存在着显著的正向影响，但对东部地区和西部地区的影响并不显著。

针对以上结论，本文提出三点建议：第一，优化公共数字资源配置，不断完善互联网基础设施建设，加强互联网使用“提速降费”的改革力度，降低网络使用门槛，让更多居民能够用得上网、用得起网，从而提高互联网的普及度和使用率；第二，加大对互联网使用环境的监管力度，提高居民在使用互联网时的安全感和信任感，如采用互联网过滤和封堵等技术手段加强对互联网使用的监管，防止居民个人隐私的泄露，防止非法信息及不良内容的传播，减少网络诈骗的发生；第三，正视网络群体差异，破解“数字鸿沟”困境，对不同的人群实施不同的共享互联网福利政策，尤其是加大对老年等弱势群体的关注程度，切实解决他们在互联网的使用过程中面临的困难，并针对性地对互联网使用进行宣传和培训指导，增加可以无障碍使用的上网设备的数量，提

升弱势居民群体使用互联网的比例，从而进一步提升其幸福感。

参考文献

[1] 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, No. 209(01): 78-90.

[2] 鲁元平, 王军鹏. 数字鸿沟还是信息福利——互联网使用对居民主观福利的影响[J]. 经济学动态, 2020(2): 15.

[3] 王鹏. 互联网使用对幸福感的影响——基于城镇微观数据的实证研究[J]. 软科学, 2014, (10): 139-144.

[4] 赵晓航, 李建新. 当代青年的互联网使用与社会信任——基于CGSS2013数据的实证研究[J]. 青年研究, 2017(01): 19-27+94.

[5] 李锋, 刘杨. 互联网使用、社会信任与患方信任——基于因果中介模型的分析[J]. 中国社会心理学评论, 2020(01): 81-94+185.

[6] Kleemans M, Hendriks Vettehen P G J, Beentjes JW J, et al. The influence of age and gender on preferences for negative content and tabloid packaging in television news stories[J]. Communication Research, 2012, 39(5): 679~697.

[7] 陈勃, 董敏: 《社会不公信息传播对公正信念影响的实验研究》, 《新闻与传播研究》2013, 5.