当代中国青少年主观幸福感与文化消费方式关系研究

黄振超[1] 丁皓川[2] 谭静蓉[3] 胡嘉梓静[4] 张偌浠[5] 吴淑仪[6] 闫城旭[7] 梁钟文[8]

（1 深圳前海哈罗外籍人员子女学校 广东 深圳 518000）

（2 华润小径湾贝赛思国际学校 广东 惠州 518000）

（3 Veritas Collegiate Academy, Alexandria）

（4 华润小径湾贝赛思国际学校 广东 惠州 518000）

（5 万科梅沙书院 广东 深圳 518000）

（6 深圳新哲书院 广东 深圳 518000）

（7 深圳国际预科书院 广东 深圳 518000）

（8 深圳国际预科书院 广东 深圳 518000）

【摘 要】随着社会的发展和科技的进步，当代中国青少年的文化消费模式发生了显著变化，对他们的价值观、社交方式和心理健康产生影响。本研究探讨了当代中国青少年的文化消费方式与主观幸福感之间的关系，通过问卷调查和数据分析，研究发现不同的文化消费方式对青少年的主观幸福感有不同的影响，其中，情感导向的文化消费方式对青少年的主观幸福感影响最大。本研究还发现，社交和情感因素在文化消费与主观幸福感之间起到了重要的中介作用。

【关键词】当代中国青少年；主观幸福感；文化消费方式

1 引言

在当今社会，随着科技的迅速发展和互联网的普及，中国青少年正面临着一个多样化和快速变化的文化消费环境。这一变化不仅仅体现在从传统媒体如阅读和电视转向新兴的社交媒体、虚拟现实等数字化平台，还表现在文化消费内容和方式上的多元化。

面对这一变革，探索当代中国青少年在这个新时代背景下的文化消费方式及其对主观幸福感的影响，具有重要的理论和实践意义。主观幸福感作为衡量个体心理健康和生活质量的重要指标，不仅受到个人心理状态的影响，还与其所处的社会文化环境紧密相关。

本文提出以下研究问题：不同的文化消费方式与青少年主观幸福感之间的关系是什么？

2 文献综述

2.1 主观幸福感

在心理学和社会学领域，主观幸福感（Subjective Well-Being，简称 SWB）的概念随着学科的发展而逐渐完善，成为衡量个体生活质量的重要指标。这一概念涉及个体基于自身标准对生活的情感性和认知性评价。

学者胡迪、康乐等（2023）在《主观幸福感研究进展——以海外执勤队员为例》中，对主观幸福感进行了深入的阐释。他们指出，主观幸福感（Subjective Well-Being，简称 SWB）是指个体根据自身的标准对其生活质量所做的情感性和认知性的整体评价。这也意味着，主观幸福感的评估涉及到个体对生活事件的认知和情感反应，以及这些反应如何影响个体对幸福的整体评价。

2.2 文化消费

文化消费是现代社会日常生活的重要组成部分，涵盖从阅读、观看电影到参加艺术活动等各种形式。而以什么为标准分类不同的文化消费方式在学界也有不同的看法与讨论，通常情况下消费者的社会阶层、兴趣爱好、文化背景都可以成为分类的依据，而综合以上所有因素，本研究根据个体的导向和消费动机对文化消费方式进行分类，主要包含以下 4 类：

2.2.1 情感导向的文化消费方式

情感导向的文化消费方式包括音乐、电影和戏剧等。研究发现这种情况通常发生在补偿心理下为满足情感需求而向社会寻求情感支持（严标宾，郑雪，邱林，2003）。据研究表明这些文化消费方式常常与情感愉悦感相关，可以引发欢乐、悲伤、兴奋等情感反应（罗苏奇，2023）。

2.2.2 认知导向的文化消费方式

认知导向的文化消费方式包括文学、艺术、哲学等。通常这些文化消费方式强调思考、理解和思辨，通过此类文化消费方式通常可以在一定程度上改变人们对于事物的看法或认识，引发人们对于人事物的深

层次思考和考究。（沐小琳 & 谷传华，2016）。

2.2.3 创意和参与导向的文化消费方式

包括参与性文化体验，如参与艺术创作、音乐演奏、文化活动等。据研究发现这些文化消费方式与个体的参与和创造力相关，可以增加自主性和创意满足感。通过自己的参与和创作，年轻人可以获得成就感和自我满足感（梁宁维 2021）。

2.2.4 社交导向的文化消费方式

包括参与文化活动、分享文化体验等。这些文化消费方式强调社交互动和社会联系，可以增加社交满足感。

不同文化消费方式对主观幸福感的影响存在差异。现学界研究通常聚焦于文化消费背后的理论和对社会的整体影响，然而，对于个体层面上文化消费与主观幸福感之间的关系的研究相对较为有限。

3 研究方法

本研究采用了定量研究方法，分析和理解当代中国青少年的主观幸福感与文化消费方式之间的关系。为了收集相关数据，通过微信等在社交媒体进行了电子问卷调查。该问卷旨在了解青少年对不同文化消费方式的选择和他们的主观幸福感。

在主观幸福感的测量方面，本研究参考了邢占军教授在 2002 年发表的《中国城市居民主观幸福感量表》及迪纳教授 1984 年发布的 SWB 量表。结合研究对象群体的特点，对这两个量表进行了适当的修改和补充，以更准确地测量当代中国青少年的主观幸福感。

本次研究有效问卷数量为 982 份，其中女性占比 48%，男性占比 52%。参与者年龄范围为 10-24 岁，这一年龄段能够较好地代表当代中国青少年群体。

4 研究分析

4.1 文化消费习惯对主观幸福感的影响

根据收集到的数据，如表 1 所示，78.3% 的受访青少年认为其文化消费习惯对主观幸福感有积极影响（主观幸福感指数大于等于 6）。这表明了文化消费习惯与主观幸福感之间的直接正相关关系。

本研究进一步分析了文化消费频率与主观幸福感之间的关系。如表 2 所示，文化消费频率与主观幸福感成正相关。频繁进行各类文化消费的青少年主观幸福感明显高于那些文化消费频率较低的群体。

如图 1 所示，各类文化消费频率在 30 及以下的受测人的主观幸福感远远低于频率更高的人们。同时，可以发现图表基本满足正态分布。并且，主观幸福感最强的人群进行文化消费的频率尤其高。文化消费的频率可以带给人们更加丰富的主观幸福感。

4.2 不同文化消费方式对主观幸福感的影响

在剔除 24.73% 很少参与文化消费的数据后，如图 2 所示，进行各类文化消费的当代中国年轻人的主观幸福感指数的平均值均在 7.04 至 7.42 间（其中 1 表示无法获取幸福感，10 表示能够获取很多幸福感）。在各类文化消费方式中，对主观幸福感的影响确实存在区别，但区别较小，极差为 0.38。

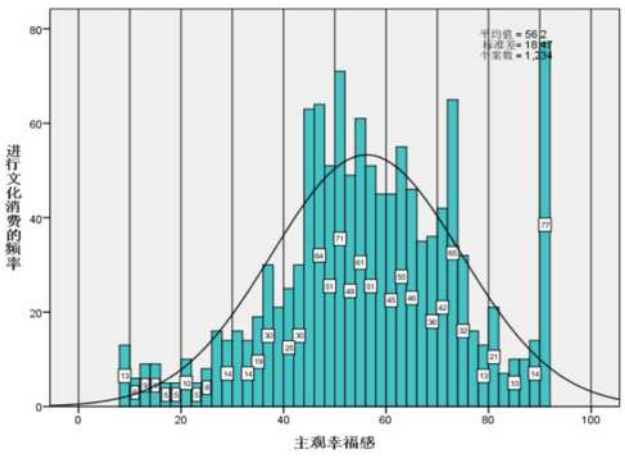
表 1 平时能够在文化消费中获得的幸福感打分

		数量	百分比	有效百分比	累计百分比
进行文化消费的主观幸福感	1	29	3.0	3.0	3.0
	2	15	1.5	1.5	4.5
	3	24	2.4	2.4	6.9
	4	22	2.2	2.2	9.1
	5	124	12.6	12.6	21.6
	6	94	9.6	9.6	31.3
	7	149	15.2	15.2	46.4
	8	223	22.7	22.7	69.1
	9	78	7.9	7.9	77.1
	10	225	22.9	22.9	100.0
	总计	982	100.0	100.0	

表 2 主观幸福感与进行文化消费的频率的数据

		平时的文化消费习惯的数量	在文化消费中获得的幸福感	主观幸福感考量
平均值		.67	7.31	56.20
标准差		.470	2.270	18.470
总和		827	9020	69345
百分位数	25	.00	6.00	45.00
	50	1.00	8.00	56.00
	75	1.00	9.00	69.00

图 1 主观幸福感与进行文化消费的频率的关系



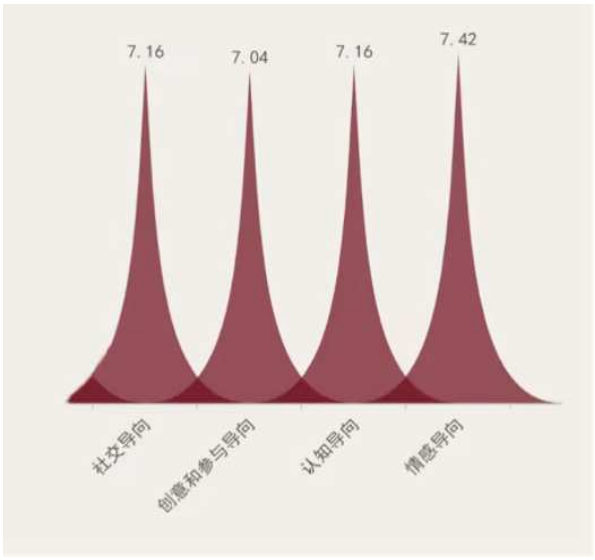


图 2 各类文化消费方式对主观幸福感的不同影响

其中情感导向的文化消费对主观幸福感的影响最大。由图 3 可知，各类文化消费方式中，选择情感导向的文化消费的人数最多，占比 42.14%，这些活动通常能引发强烈的情感反应，促进情感共享和社交互动，从而增强个体的主观幸福感。情感导向的文化消费方式，例如音乐和电影，因其能够激发情感共鸣和社交互动，对主观幸福感的提升作用最为明显。相比之下，认知导向和创意参与导向的文化消费方式，虽然影响程度较小，但也对青少年的主观幸福感有正面贡献。

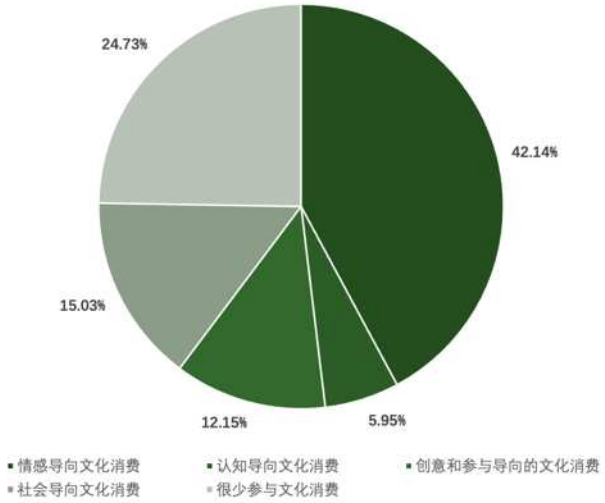


图 3 各类文化消费方式在受测者人群中被选择的比例

5 结论

本研究旨在探讨当代中国青少年的主观幸福感与其文化消费方式之间的关系。研究结果显示，大多数青少年认为文化消费习惯对他们的主观幸福感有积极影响。其中，频繁参与文化活动的青少年展现出更高的幸福感。此外，不同类型的文化消费方式对幸福感的影响存在差异，其中情感导向的文化消费方式对青少年的主观幸福感影响最大。

参考文献：

[1]Diener, E., Emmons, R., Larsen, J., & Griffin, S. (1985). Satisfaction With Life Scale. J Personality Assessment, 49(1), 71-75.

[2]Helliwell, J. F., Layard, R., & Sachs, J. (2017). World Happiness Report 2017. New York: Sustainable Development Solutions Network.

[3]Steptoe, A., Deaton, A., &Stone, A. A. (2015). Subjective wellbeing, health, and ageing. The Lancet, 385(9968), 640-648.

[4]Van Ingen, E., Dekker, P., &Smits, A. (2017). Cultural participation, trust and subjective well-being: An empirical examination of the relation between cultural leisure activities and subjective well-being. Social Indicators Research, 131(1), 217-235.

[5]Vermeulen, I. E., &Smidts, A. (2014). The effect of cultural consumption on individual well-being: Evidence from the Netherlands. Social Indicators Research, 117(3), 859-886.

[6] 张雯，郑日昌 . (2004). 大学生主观幸福感及其影响因素 . 中国心理卫生杂志 (01), 61-62+44.

[7] 罗琼 . (2013). 公民幸福感与社会和谐发展。观察与思考 (2), 39-43

[8] 严标宾，郑雪，邱林 . (2003). 大学生主观幸福感的影响因素研究 . 华南师范大学学报（自然科学版）(02), 137-142.

[9] 邢占军 . (2002). 主观幸福感测量研究综述 . 心理科学 (03), 336-338+342. doi: 10.16719/j.cnki.1671-6981.2002.03.022.

[10] 邢占军 . (2003). 中国城市居民主观幸福感量表的编制研究（博士学位论文，华东师范大学）.

[11] 胡迪，康乐，黄媛，孙洪涛 (2023). 主观幸福感研究进展——以海外执勤队员为例 . 心理学进展，13(10), 4137-4143.

[12] 罗苏奇 . (2023). 体育锻炼与大学生主观幸福感的关系：情绪调节自我效能感的中介效应 . 体育世界 (09), 140-142+159.

[13] 倪旭东 & 王沈瑶 . (2023). 杭州市大学生的主观幸福感现状及影响因素分析 . 校园心理 (04), 235-241.

[14] 沐小琳 & 谷传华 . (2016). 青少年移动社交媒介使用行为与主观幸福感的关系 . . (eds.) 第十九届全国心理学学术会议摘要集 (pp. 351). .

[15] 梁宁维 . (2021). 观察类综艺节目的情感消费研究（硕士学位论文，江西财经大学）.