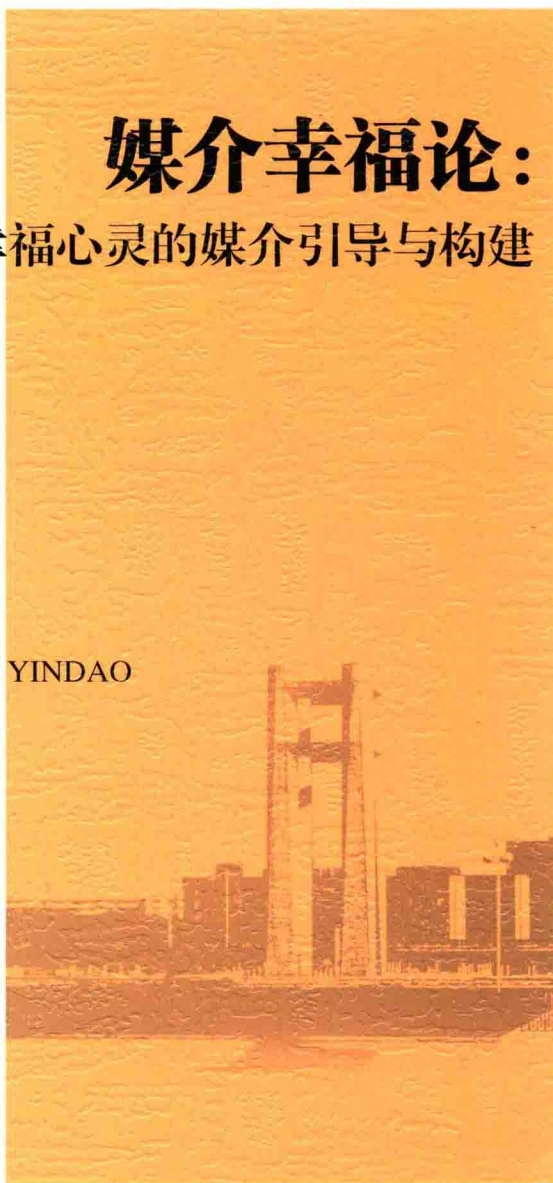


J I A N G X I N O R M A L U N I V E R S I T Y

媒介幸福论： 幸福心灵的媒介引导与构建

MEIJIE XINGFU LUN:
XINGFU XINLING DE MEIJIE YINDAO
YU GOUJIAN



袁爱清
著

中国社会科学出版社

媒介幸福论： 幸福心灵的媒介引导与构建

MEIJIE XINGFU LUN:
XINGFU XINLING DE MEIJIE YINDAO
YU GOUJIAN



袁爱清
著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介幸福论：幸福心灵的媒介引导与构建/袁爱清著. —北京：
中国社会科学出版社，2017. 8

(江西师范大学博士文库)

ISBN 978 - 7 - 5203 - 0140 - 4

I. ①媒… II. ①袁… III. ①传播媒介—作用—幸福—研究
IV. ①B82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 074552 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 席建海
责任校对 王佳玉
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2017 年 8 月第 1 版
印 次 2017 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 19.75
插 页 2
字 数 272 千字
定 价 86.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话：010 - 84083683

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 命题：传播如何守住人类的幸福	1
第一节 本选题的意义、由来及结构	1
第二节 国内外相关研究现状述评	6
第三节 本研究的基本思路、研究的主要视角、研究方法与创新点	29
第二章 出发与归宿：媒介幸福感研究的“心”视角	33
第一节 媒介幸福感研究的时代意义	34
第二节 媒介幸福感研究的社会意义	40
第三节 研究媒介幸福感的理论意义	44
第四节 媒介幸福感研究原则	46
第五节 媒介幸福感应用的领域	49
第三章 追问与回溯：媒介对幸福感的建构想象	54
第一节 幸福感	55
第二节 媒介与幸福感	59
第三节 媒介幸福感“正能量”的想象	62
第四节 媒介幸福感的建构	67

第四章 前因与后果：媒介幸福感的内涵与外延	79
第一节 媒介幸福感框架	79
第二节 媒介幸福感特性	83
第三节 媒介幸福感影响因素	85
第四节 媒介幸福感提升途径	96
第五章 转型与构建：媒介幸福感整合理论探新	103
第一节 媒介幸福感的基本理论	104
第二节 媒介幸福感的整合理论视野	112
第六章 中介与边界：媒介幸福感的心理机制	119
第一节 媒介幸福感的内在基本要素	120
第二节 媒介幸福感机制影响模型转化过程	126
第七章 流转与规避：媒介养心的幸福感模型	134
第一节 媒介养心的结构	135
第二节 媒介养心的信任与依赖	139
第三节 媒介养心的动态模型	146
第八章 方向与引擎：受众从媒介中寻求幸福感的研究	152
第一节 媒介幸福感信息寻求动机	153
第二节 从媒介中寻求信息的相关影响因素	156

第九章 拥有与超越：媒介幸福感的促进路径	168
第一节 媒介幸福感促进	169
第二节 媒介幸福感促进的相关因素分析	169
第三节 媒介幸福感的促进策略	174
第十章 回归与呼唤：媒介幸福感的干预策略	184
第一节 媒介干预因素分析	185
第二节 媒介干预的原则	189
第三节 建立媒介干预策略	193
第十一章 童年的回归：流动儿童媒介幸福感的研究	205
第一节 研究问题	205
第二节 研究方法	210
第三节 研究结论	213
第四节 促进流动儿童媒介幸福感的建议	222
第十二章 公平与正义：新生代农民工媒介幸福感的研究	228
第一节 研究基础	229
第二节 研究方法、研究过程及研究对象	235
第三节 研究发现	239
第十三章 健康与幸福：离退休老人媒介幸福感的研究	252
第一节 问题的提出	252

第二节 研究文献综述	254
第三节 研究问题与研究设计	259
第四节 研究发现	261
第五节 讨论与结论	268
第十四章 总结	270
附录 青少年媒介幸福感调查问卷	274
参考文献	278
后 记	306

图表目录

图 1-1 研究框架：论文整体章节安排与内在结构安排/5

图 3-1 媒介的中介作用/71

图 3-2 媒介对幸福感的两种调节路径/72

图 4-1 媒介幸福感概念框架/82

图 5-1 媒介使用与满足对受众幸福感的影响路径/110

图 5-2 媒介对幸福感的发展模式/115

图 6-1 媒介幸福感内在转化模型/122

图 7-1 媒介养心的动态模型/147

图 11-1 流动儿童获取信息的媒介选择的百分比/213

图 12-1 新生代农民工所偏爱媒介类型/239

表 1-1 高频关键词/21

表 1-2 与心理学有关的关键词出现的频次/23

表 1-3 与媒介研究有关的关键词出现的频次/23

表 1-4 与研究对象相关的关键词出现的频次/24

表 5-1 马斯洛需要理论及媒介使用与满足对受众幸福感的影响的相互关系/111

表 11 - 1 有效问卷的频次分布/210

表 11 - 2 最近一个星期平均每天接触各类媒介所花时间的
人数百分比/214

表 11 - 3 媒介接触的动机人数百分比/215

表 11 - 4 不同性别的流动儿童的主观幸福感比较 ($M \pm SD$) /216

表 11 - 5 上网时间不同的流动儿童的主观幸福感比较 ($M \pm SD$) /217

表 11 - 6 网络使用目的不同的流动儿童的主观幸福感比较 ($M \pm SD$) /219

表 11 - 7 观看电视时间不同的流动儿童的主观幸福感比较 ($M \pm SD$) /220

表 11 - 8 观看电视目的不同的流动儿童的主观幸福感比较 ($M \pm SD$) /222

表 12 - 1 受访者个人资料/238

表 12 - 2 新生代农民工平均每天接触媒介的时间/241

表 12 - 3 新生代农民工认为媒介各种类型的优势与不足/242

表 13 - 1 每天媒介使用时间/261

第一章 命题：传播如何守住人类的幸福

第一节 本选题的意义、由来及结构

人类发展史，就是一部人类追求幸福的历史。可人类的发展却始终与心理困扰相伴。人类创造了媒介，创造了文化，文化反过来又把动物性的自然人塑造成现代人。现代人与原始人最大的不同是要遵循相应的社会法则，并表现出符合社会伦理道德的行为。因此，我们在现实生活中表现出来的行为并不代表真实的内心欲望，而是在一种文化下的角色面具。心理学家荣格认为，我们在现实中表现得越完美，掩藏的阴影越大，内心的冲突和痛苦就越多。从这个角度来说，人类文明与心理幸福是我们这个时代的悖论。

可幸福与痛苦似乎是感觉的两极，是不能同时存在的，正如白昼与黑夜。但当我们站在星球上看，白昼与黑夜是可以同时并存的。我们追求幸福，不是去消除痛苦，而是学会接纳痛苦，享受幸福。站在更远的星球是一种隐喻，是媒介文化给了我们更深更广博的知识。

本选题研究的起点是幸福，研究的终点依然是幸福，研究的逻辑是媒

介何以能带给我们幸福。本选题研究，前承传播学与心理学交叉理论构建，后接社会需求，具有一定的现实意义。下面对本选题的意义、现实基础及选题内容进行简要介绍。

梁漱溟先生在《这个世界会好吗?》一书中，提出人类要面临“人与物”“人与人”“人与内心”三大问题，并提出这三大关系必须遵循相应的顺序，才能使人类抵达幸福的终点。这些年来，我们一直致力于解决人与物之间的问题，而且发展的目标是物化的，“温饱”“翻两番”“小康”……可随着这些目标的陆续实现，我们也逐渐发现，一部人类发展史，同时也是—部代价史。经济的发展并没有带来相应的幸福感的持续增加，整个人群充满了抱怨和怀疑。人们可以接受天灾、人祸和意外，却似乎越来越怀疑现实，无数的网友面对现实的处境发出无奈的调侃：“早上买根地沟油油条，冲杯蒙牛眉山奶，切个苏丹红咸蛋，中午……晚上钻进黑心棉被窝，醒后我们要坚强活下去，因为墓地又涨价了。”于是，焦虑、不安、迷茫……接踵而至。

2012年国庆期间，中央电视台向国人发问“你幸福吗?”招致不少神回复，并引发人们对内心的关注。最后还是回到那个老问题，我们该如何安顿焦灼的心灵?这在这个物质相对充裕、精神越发迷茫的今天，变得更难，也更迫切。从温家宝总理提出“要让人民生活得更加幸福、更有尊严”到习近平主席提出“中国梦”，当代领导人提出的奋斗目标显示出眼下最紧要的事是如何创造人类共同的幸福。

随着互联网的发展，广播、电视、报纸三分天下的时代已经结束，门户网站、博客、播客、微博、微信……社交媒体令人眼花缭乱、目不暇接，给人们带来太多的选择。选择太多，意味着无法选择，于是，人们遭受了信息饥渴症、信息疲劳症、心理焦虑症和各种生理疾病，以及由此引发的诸多社会问题的困扰——我们正面对的是一个时代的困扰。

传播学不仅是一门理论学科，更应与各个社会生活领域相融合。

传播学的研究应该来源于生活，应用于人类实践，多一些生活气息；传播学的研究应该正视社会现实，面向中国的社会现实需求和各种现实问题的解决。这不仅是传播学学科的使命，更是一个传播学研究者的责任。尽管研究尚浅薄，但毕竟我们上路了。

关注人类情感、关心内心需要，这是传播学和心理学共同的旨趣。几年前，笔者在讲授传播学课程时，运用团体游戏、户外拓展等形式建立互助学习小组，受到学生的热烈追捧，笔者也多次被评为江西师范大学优秀教师。尽管基于情感及资源共享的互助小组并不是一个新的概念，一些奖项也微不足道，而且已成为过往，但追逐前进的步伐永不停息。2010年，又有幸跟随邵培仁老师做访问学者，被“媒介生态”“媒介地理”等宏大命题及富有生机而极具人文气息的研究所吸引，进一步坚定媒介学与心理学相结合的研究方向。最初写过一篇《媒介知觉论》，尽管不成熟，但也是一个开端；读博期间，系统地阅读了媒介生态学、媒介地理学等媒介学及心理学方面书籍，国家社科课题“网络传播语境下弱势群体的信息表达及引导机制研究”成功立项；随后撰写《媒介视野下弱势群体怨恨情结及疏导策略》等十余篇相关论文，并相继发表在《现代传播》等期刊。笔者逐渐发现有关传播学对现实问题的研究是有意义的，这对我是一个启发和鼓励。

基于前期的社会现实需要、学科发展及本人研究兴趣及专业基础，尽管研究方向是确定了，但“幸福”是一个较大的课题，到底选择什么样的题目做博士论文？似乎很多主题可写，却无从下笔，这就是《道德经》里所说的“少则得，多则惑”吧。在邵老师的指导下，笔者将美国传播学博士论文题目拿来研究，笔者当时的心境和现代大多数人心境有着共同之处：在后现代社会信息的海洋中，人常常迷失自己。最初设想的题目是“媒介传播心理过程的研究”，但该题目有研究媒介心理学的嫌疑和倾向，不久就放弃了。后来想到“媒介、知觉及人文转向：后现

代进程”，因为我们处在一个去中心化、多元化的时代；但论文的篇章结构如何安排，一时找不到方向，该题目也很快就被自己否定了。

于是，再次请教邵老师，并征询师兄建议，他们提出一个共同的意见：逻辑要清楚，研究的问题也要有侧重点。因此，本研究将围绕“媒介何以影响人类的幸福”这一问题进行，研究媒介如何影响人类的幸福感，并在此基础上构建媒介幸福感的相关模型。在阅读有关心理学及传播学相关的著作之后，受到了积极心理学思想的影响，提出以下问题：媒介与幸福感是否存在一定的关联？媒介是否能从积极的角度来影响人类的认知？媒介通过何种途径满足人类的各種精神需要，并最终影响到人类的幸福感？在以信息技术为特征的社会转型期，媒介的及时互动性、虚拟性等从多角度影响人类精神世界的构建。这对于当前快速发展的中国，对于不断寻找人生意義的人们来说，具有理论价值和启发性的现实意义。

本研究从媒介对人类幸福感的研究意义出发，提出了媒介对幸福感的建构想象，并就媒介幸福感的内涵与外延进行了多角度分析。特别需要说明的是，尽管本研究的中心问题是“媒介对人类幸福感的建构与影响”，但为了表述方便，本书常用“媒介幸福感”一词进行简述。但这两者还是略有差别：第一，媒介幸福感的范围更广，不仅研究媒介对受众幸福感的影响，同时还包括媒介的一种和谐平衡的状态，也就是说，所指的对象不仅是受众的幸福感，还包括媒介。第二，媒介幸福感的理论基础更为广泛，不仅包括从媒介学、心理学、社会学视野来研究受众的幸福感，同时还包括系统论思想。本书通常交替使用这两个概念，尽管两者有略微差别，但在具体运用时，亦可完全等同。

遵循这一思路，本书包括以下五个部分。1. 选题的由来。在研究相关文献的基础上提出媒介对受众幸福感的研究逻辑起点。2. 媒介幸福感的理论架构。是基于中国梦实现的宏观视野、中国社会现实及媒介现状的研

究,根据传播学学科发展的背景以及中国梦实现的社会现实需求出发,我们提出媒介幸福感的研究路径及方向。3. 媒介幸福感的机制与寻求。形成机制的探索既从认知心理学和传播学层面探讨,也从动态、系统的视野来分析,并从受众角度研究如何寻求幸福。4. 媒介幸福感的促进与干预。针对媒介引起不幸福感的因素建立前期预测因素,建立媒介幸福感干预机制。5. 媒介幸福感的研究应用。媒介对各类群体的幸福感的影响研究,尤其是对弱势群体,选取几个有代表性的弱势群体进行质化及量化研究,如对流动儿童、新生代农民工群体深入分析,这为论述媒介幸福感提供了丰富的证据。

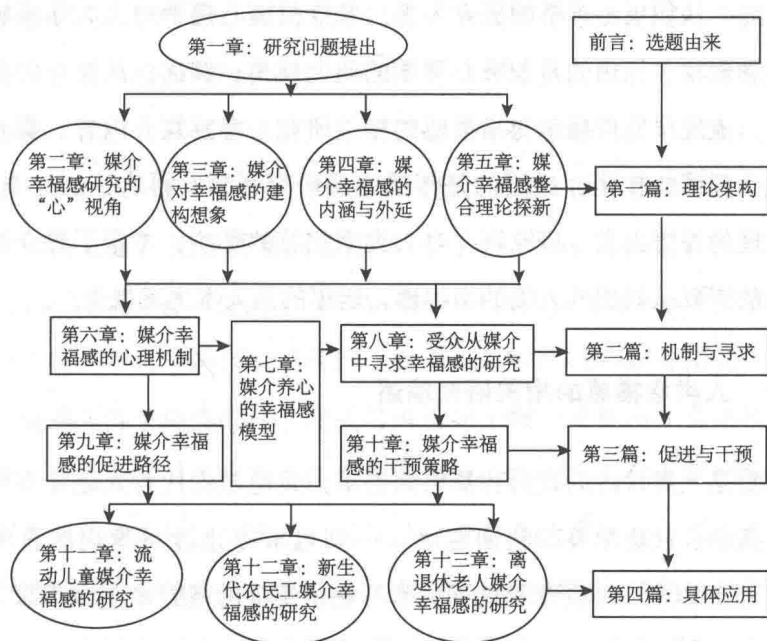


图 1-1 研究框架：论文整体章节安排与内在结构安排

第二节 国内外相关研究现状述评

本课题专注于考察影响人类幸福感的传播机制问题，研究传播究竟如何作用并影响人类的心理过程，以及从而给人类的幸福带来哪些影响。关于此类话题的研究在不同国家存在普世性，并已成为一个全球性的议题，相关研究总体来说是从三种不同的视野进行探讨。

首先，从积极心理学的研究入手，考察积极心理学对人类幸福感的影响机制和现状，运用的是积极心理学的研究视角；其次，从媒介传播的角度入手，梳理早期传播学与幸福感的相关研究，考察媒介内容、媒介形式对人类幸福感的作用，运用的是传播学的研究视角；再次，从生态平衡、和谐发展的视野出发，研究媒介对人类幸福感的影响，考察了媒介如何满足人类的需要从而提升人类的幸福感，运用的是人本主义视角。

一 人类幸福感的相关研究综述

幸福是人类亘古的现实和梦想的追求，无论是古代哲人还是现代心理学、传播学、社会学等学科研究者，一刻也未停止过对幸福的思考和探索。18世纪以来，不同学科的研究者开始从实证的视野来研究幸福。边沁作为西方功利主义伦理学的代表，汲取了西方哲学史中快乐主义的精神内涵，提出“最大多数人的最大幸福”（the greatest happiness of the greatest number）原则，解释个体与社会行为的协调一致性以及个体行为与社会规则的选择问题。从心理学角度来看，人类的幸福感体现为最佳心理健康状态。20世纪早期，Karl Mennniger（1930）把心理健康定义为：“人类对世界的适应以及人与人之间最高的效率和最大限度的幸福。” Jones（1942）

和 Boemh (1955) 也认为心理健康是幸福感的重要条件。心理学关于幸福心理的研究始于 20 世纪五六十年代, 只有短短的五六十年历史, 早在 1958 年, 积极心理学的先锋者 Marei Jhadoo, 挑战了传统的心理健康观点, 认为没有疾病作为心理健康的前提条件还不够。^①

(一) 幸福感的研究

综观幸福感的研究历史, 走过了三个时代。第一个时代的代表人物是 Diener, 他是主观幸福感理论的提出者, 他的主要贡献是将相关理论模型进行整合, 将积极情绪及认知体验作为主观幸福感的基本要素, 开创了主观幸福感研究的新时代; 第二个时代的代表人物是 Ryff, 他以实现论为基础, 提出心理幸福感理论, 指出自我接受、生活目的等心理健康层面的统一, 形成了积极心理机能模型, 开创了心理幸福感时代; 第三个时代的代表人物是 Keyes, 他开创了社会幸福感时代。Keyes 曾发表很多有关社会幸福感方面的文章, 代表作有《婚姻状况与社会幸福感的影响》(*Marital Status and Social Well-Being: Are the Married Always Better Off*), 从社会学角度对人类的幸福感进行宏观考察, 如 *Social Well-Being* 等论文。他认为社会幸福感是源于经典的社会混乱与疏远的主题, 并提出社会幸福感的五个维度, 分别是: 一是从社会接受角度出发, 提出人们拥有积极的生活态度能更好地接受各种社会现实; 二是从社会实现角度出发, 提出人们具有主观能动性, 并相信社会的潜能可以获得积极的发展; 三是从社会有用性出发, 提出我们在日常生活中都有相应的价值而且可以被其他人认同; 四是从社会幸福和谐角度出发, 提出社会生活能使我们生活得更加富有意义且幸福和谐; 五是从社会支持系统出发, 提出社会能提供相应的归属感, 具有一定的社会整合作用, 人们可从中获得安慰和支持。在此基础上,

^① 参见徐维东《内隐幸福感研究》, 博士学位论文, 华东师范大学, 2006 年, 第 3—4 页。

Keyes 构建了积极心理健康模型，将积极情绪、积极心理功能和积极社会功能整合在一起，所对应的正好是主观幸福感、心理幸福感和社会幸福感。^① Ryff, Singer 和 Love (2004) 通过综述得出，心理学中的幸福感研究主要存在快乐论和实现论两大派别。^② Diener 等 (1999) 认为快乐的人具有积极的情感品质，持快乐论的个体会从积极的角度对自己的生活进行整体性评估，而且这种评估往往是积极的，并由此而产生积极性情感占优势的心理状态。^③ 而实现论体现的是心理幸福感和社会幸福感，心理幸福感指的是个体的心理机能的良好状态，指的是一种自我完善的潜能，也是弗洛伊德所说的“生的本能”中的“完美欲”，这是自我价值实现的一部分。此外，社会幸福感是一种社会关系的质量评估，个体在各种社会关系中进行的自我评估，主要包括社会贡献、社会整合、社会和谐、社会认同以及社会实现等五个方面。^④

综观先前的研究，人们对幸福感的探讨有很多是从积极心理学的角度进行论述。美国学者克里斯托弗·彼得森，是积极心理学的创始人之一，他撰写的《积极心理学——构建快乐幸福的人生》从什么是积极心理学、愉悦与积极体验、幸福、积极的思想、个性的力量、价值、兴趣、能力和成就、健康和积极的人际关系等方面来介绍积极心理学领域。彼得森认为在我们拥有愉悦的情绪体验时我们能感受到幸福。作者在此引用了伯克利的心理学家对一所私立女子学校米勒学院的年鉴相册的研究结果。伯克利的心理学家曾在 1958—1960 年对 114 张照片进行分析研究发现，如果照片

① 参见苗元江、赵姗《从社会幸福感到积极心理健康模型——Keyes 介评》，《心理研究》2009 年第 2 期，第 13—16 页。

② 参见 Ryff, C. D., Singer, B. H., & Love, G. D., (2004), *Positive Health: Connecting Well-being with Biology*, *Philosophical Transactions of the Royal Society Biological Sciences*, 359 (1449), pp. 1383 - 1394.

③ 参见 Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., et al., (1999), "Subjective Well-being: Three Decades of Progress", *Psychological Bulletin*, 125 (2), pp. 276 - 302.

④ 参见 Keyes, C. L. M. (1998), "Social Well-being", *Social Psychology Quarterly*, 61 (2), pp. 121 - 140.