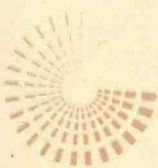


人民日报学术文库



吴文汐◎著

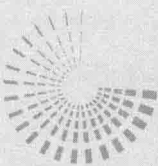
媒介的力量

媒介使用对人的生活时间的重构研究

The Power of Media

人民日报出版社

人民日报学术文库



吴文汐◎著

媒介的力量

媒介使用对人的生活时间的重构研究

The Power of Media

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介的力量：媒介使用对人的生活时间的重构研究 /

吴文汐著. —北京：人民日报出版社，2015. 3

ISBN 978-7-5115-3075-2

I. ①媒… II. ①吴… III. ①传播媒介—影响—
生活—时间—研究—中国 IV. ①G206. 2②D669. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 042482 号

书 名：媒介的力量：媒介使用对人的生活时间的重构研究
著 者：吴文汐

出 版 人：董 伟
责任编辑：梁雪云
封面设计：中联学林

出版发行：人民日报出版社

社 址：北京金台西路 2 号

邮政编码：100733

发行热线：(010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线：(010) 65369530 65363527

编辑热线：(010) 65369526

网 址：www. peopledailypress. com

经 销：新华书店

印 刷：北京天正元印务有限公司

开 本：710mm × 1000mm 1/16

字 数：200 千字

印 张：14. 5

印 次：2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5115-3075-2

定 价：43. 00 元

序^{*}

媒介接触状况的研究是传播学理论和实践的基础性研究,犹如人口普查之于社会经济的重要性。2011年我和我的博士研究生吴文汐等3人组成《中国人的媒介接触:时间维度与空间界面》课题组,在历时一年多的时间里,课题组殚精竭虑、孜孜以求,试图在这一基础研究方面实现学术创新,吴文汐作为本课题组的核心成员为此做出了突出贡献,她在研究中表现出了相当的学术才华和严谨踏实的治学精神。在本项研究中,我们采用问卷调查和日记卡相结合的调查方式,从行为、空间、心理三个维度透视不同特征的受众群体媒介接触行为及其影响的差异。同时着眼于量和质两个层面,以时钟时间和社会时间相结合的方式来描摹受众的媒介接触图景,深入地、全面地考察受众对媒介注意力的配置情况。作为一种探索,我们尝试从测量模型和测量方法两方面入手,通过引入媒介接触时间在微观和宏观上的相关权重变量,兼顾研究方法的适切性和科学性,来对已有的研究难点加以克服,即“量与质”的并重,从而实现媒介接触时间这一基础数据在研究信度和效度上的提高、应用价值的拓展。

本书是吴文汐博士在前述研究基础上,采用数据挖掘相关方法进一步

* 喻国明:中国人民大学新闻学院教授、长江学者;国务院新闻传播学学科评议组成员;中国传媒经济与管理学会会长;中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任。

理论创新的研究成果。它从结构调整以及基于媒介共用和多任务行为的总量延长两个方面深入探讨了媒介对于生活时间的重构作用,在此基础上,进一步探索两种重构作用所产生的短期和长期心理效果。首先,在结构性影响方面,本书发现,时间替代模型并不完全适用于新技术对生活时间的结构性影响,媒介既是时间替代者,又是时间强化者,功能等价假说的解释仅使用于媒介对闲暇活动的时间替代作用,而不适用于媒介对非闲暇活动的时间替代作用。其次,在总量延长方面,本书发现媒介共用和多任务行为普遍存在于各类群体中,人口统计学因素、人格特征因素和时空情境因素对媒介共用和多任务行为存在不同程度的影响,常见的媒介共用组合通常是一个媒介提供听觉刺激,另一个媒介提供视觉刺激,以此减少互相之间的干扰,与此同时,认知资源投入较少的非媒介使用行为更容易与媒介使用行为并行。进一步,本书探讨了媒介的生活时间重构作用产生的心理效果。在短期心理效果分析中,本书从内在心理动因上解释了媒介对非闲暇活动的时间替代作用,在实证研究基础上提出积极情绪体验是媒介使用行为替代非闲暇行为的驱动因素。本书还发现与单独使用一种媒介相比,媒介共用的情绪偏向消极,而与单一从事某项日常活动相比,媒介使用行为与该日常活动并行对情绪的影响因具体媒介和活动的不同而有所差异,广播是最优的伴随媒介。在长期心理效果分析中,本书发现媒介对生活时间的结构调整作用对生活满意度有较为显著的影响,比如看电视这一行为可通过对其他日常活动的时间替代作用而对生活满意度产生间接影响。

本书是对基于日记法的天津市民媒介接触数据的深度挖掘,数据涵盖了八种主要媒介,记录了741名受访者35天的日常活动情况、空间移动情况以及情绪变动情况。借助日记法数据的独特性,本书分析了具体情境下实际媒介接触行为及其心理影响,证实了实际媒介接触行为及其心理影响的可预测性,这是具有突破性的一个贡献。在研究内容上,本书不仅仅考察媒介的生活时间重构作用,还探索了这种重构作用所产生的心理影响,后者是以往相关研究中甚少触及的一个问题,这一探索大大深化了媒介的生活时

间重构作用研究。此外,本书对媒介共用行为和多任务行为的行为模式、影响因素及其心理效果做了全面系统的考察,极大丰富了国内相关研究成果,对于了解我国受众的媒介共用和多任务行为特征及其影响具有很好的参考价值。

目 录

CONTENTS

绪 论	1
第一节 研究背景 1	
第二节 研究意义 5	
第三节 研究问题与思路 7	
第一章 基础文献回顾	10
第一节 生活时间预算研究 10	
第二节 媒介使用对生活时间的影响研究回顾 13	
第二章 研究方法	18
第一节 日记法——日常生活的如实重现 18	
第二节 日记卡设计说明 22	
第三节 方案执行 27	

第三章 媒介使用对生活时间的结构性影响	32
第一节 相关经验研究回顾	34
第二节 理论基础与问题提出	41
第三节 模型构建与变量说明	46
第四节 研究结论	49
第五节 本章小结	61
第四章 媒介共用与多任务行为：生活时间的总量扩张	64
第一节 相关经验研究回顾	66
第二节 理论基础与问题提出	73
第三节 模型构建与变量说明	75
第四节 研究结论	84
第五节 本章小结	104
第五章 媒介使用的时间重构作用对情绪的影响	108
第一节 相关经验研究回顾	109
第二节 理论基础与问题提出	117
第三节 模型构建与变量说明	121
第四节 研究结论	124
第五节 本章小结	141
第六章 媒介的时间重构作用对生活满意度的影响	143
第一节 相关经验研究回顾	144
第二节 理论基础与问题提出	149
第三节 模型建构与变量说明	151
第四节 研究结论	155
第五节 本章小结	165

第七章 结论、局限性与未来研究方向	168
第一节 主要研究结论	168
第二节 研究局限性及未来研究方向	173
附录一	177
附录二	187
参考文献	194
致 谢	215

图表目录

图 0-1	研究思路图	(9)
图 4-1	媒介共用与多任务行为现有研究成果的总结性框架	(72)
图 4-2	35 个调查日日历	(81)
图 5-1	各项日常活动的情绪特征	(124)
图 6-1	交通路途日均耗时中介效应示意图	(159)
表 2-1	活动分类表	(24)
表 2-2	空间分类表	(25)
表 2-3	情绪分类表	(27)
表 2-4	样本构成	(31)
表 3-1	变量说明	(48)
表 3-2	媒介使用对各类日常活动时间的的影响回归分析	(50)
表 3-3	各项日常活动日均耗时对特定媒介使用时长的回归系数	(53)
表 3-4	网民和非网民各项日常活动日均耗时比较	(57)
表 3-5	受访网民的日均上网时长四分位数	(58)
表 3-6	不同程度网络使用者各项日常活动耗时比较	(59)
表 4-1	变量说明	(83)
表 4-2	媒介共用和媒介多任务行为的日均时长	(84)

表 4-3	媒介共用日均时长列联表	(86)
表 4-4	各类媒介日均与媒介使用以外的其他日常活动并行的时长 ...	(88)
表 4-5	与特定媒介并行时间最长的三类日常活动	(89)
表 4-6	影响媒介共用行为的受众因素回归分析结果	(91)
表 4-7	影响媒介多任务行为的受众因素分层回归分析结果	(95)
表 4-8	媒介共用行为影响因素的 logistic 回归分析结果	(100)
表 4-9	媒介多任务行为影响因素的 logistic 回归分析结果	(103)
表 5-1	变量说明	(123)
表 5-2	各项日常活动对情绪的影响多元 logistic 回归分析结果 ...	(130)
表 5-3	媒介使用的时间替代作用对情绪的影响	(132)
表 5-4	媒介使用的时间强化作用对情绪的影响	(134)
表 5-5	媒介共用对情绪的影响多元 logistic 回归分析结果	(136)
表 5-6	媒介使用与各大类活动并行对情绪的影响整体分析	(138)
表 5-7	媒介使用行为与主要并行活动并行对情绪的影响分析 ...	(140)
表 6-1	变量说明	(154)
表 6-2	人口统计学变量和人格特征变量对生活满意度的影响 回归分析	(155)
表 6-3	交通路途日均耗时中介效应分解	(159)
表 6-4	各项日常活动日均耗时对生活满意度的影响	(161)
表 6-5	媒介共用与多任务行为日均耗时对生活满意度的影响 ...	(163)
表 6-6	媒介使用日均与各大类活动并行日均耗时对生活满意度的 影响	(164)
表 6-7	媒介使用行为与主要并行活动并行日均耗时对生活满意度的 影响	(165)

绪 论

第一节 研究背景

当下社会,媒介高度渗透填充着人们的日常生活,尤其是以智能手机、平板电脑为代表的移动终端的崛起,更是将媒介的渗透性发挥到了极致,每一个生活中的缝隙都可能被媒介所入侵,只要你是处于清醒的状态。

这是典型的都市上班族的媒介使用情况:手机上全天候挂着QQ、微信、微博,以随时在线的姿态即时回复他人的信息。在工作日的时候,一早醒来匆忙洗漱完毕出门,等公交车的时候刷微信微博、看新闻,坐上公共交通工具以后,还是掏出手机,看看小说、新闻或刷微信微博、玩小游戏等,对于不玩手机的人,公共交通工具上还有车载视频或广播可供打发时间,此外,如果赶上地铁入口派发地铁报,则顺手翻阅下。而对于开车上班的人士,一边开车一边听交通广播,了解目前的路况,顺便听听新闻,既满足信息需求,也是在独自一人的路途中打发时间的一种方式。进入办公室,一天的工作以开启电脑那一刻为标志,在没有限制登录外网的单位里,挂上QQ,再看一下QQ弹窗的新闻,然后开始正式工作。事实上,对于如今的很多单位而言,微信和QQ已经不是单纯的聊天工具,它是重要的内部以及内外部的信息沟

通、文件传输工具,人们挂着微信和 QQ 的目的也非仅仅为了和朋友聊天,而是出于工作需要。而对于限制登录外网的单位里,职员们也并非就与媒介隔绝,此时,手机是一个绝好的渠道,隐蔽性强,使用方便,几乎 PC 终端可实现的互联网功能,手机都能实现。中午休息时间,刷微博,看新闻,逛逛购物网站等等。下午下班以后,还是在交通工具上摆弄手机或听广播。回家以后,有些人厌倦了一天对着电脑屏幕的状态而选择看电视,其中一边用餐一边看电视是很多家庭的习惯。而对于一些回家仍需要承担家务的人,边听电视边做家务似乎能为做家务这个过程增添一些乐趣。至于不看电视的人,则是上网看视频、逛 SNS 网站、购物网站、新闻网站、玩游戏等等。临到睡觉前,刷一会儿微信或微博,看看是否有自己在这一天中错过的比较重要的信息,然后准备就寝。如果是周末,早上醒来,赖在床上,捧着手机或平板电脑,刷一阵子微信或微博,看一会儿新闻,以免遗漏掉自己睡觉的时候错过的各种信息,了解新的一天又有什么事情发生,朋友们都在忙些什么。如果准备去看电影,可能在豆瓣上看看影评以决定观看哪部电影,甚至提前团购了电影票还有餐券,一天的休闲生活安排妥当。

正如利文斯通(Livingstone, 1999)所言,我们再也无法想象在闲暇时间或在家里没有媒介和传播技术的日子。从典型都市人的日常生活可见,媒介几乎无处不在,它以不同的形态,不同的功能诉求点进入到生活之中,由于媒介与一些日常行为具备功能相似性,随着媒介使用时间的增加,这些行为逐渐被替代,同时又因为媒介所带来的新的技术特征、功能体验而促进了一些新的行为的产生和既有行为的调整,这种行为的增减调整在无形之中重构着人们的生活时间,并进一步影响着人们的心理。根据索福瑞的数据,自 2003 年至 2009 年,收视量一直在 175 分钟上下浮动。从 2010 年开始,随着新媒体时代的到来,各式新媒介传播平台以及收看设备的普及,人均收视时长逐年下降,在 2011 年跌落至 166 分钟,达到了十年来的谷底,2012 年由于伦敦奥运会等重大事件的带动,收视时长有所反弹,上升至 169 分钟。2013 年,人均收视时长再次下降,回落至 165 分钟,平均到达率也从 2010 年

的72%下降至2013年的66.5%(CSM,2014)。^①与此形成鲜明对照的是,根据中国互联网络信息中心2014年7月发布的第34次中国互联网络发展状况统计报告,互联网的普及率从2009年底的28.9%上升到2014年的46.9%,其中手机网民在网民中的比例高达83.4%,网民的人均日上网时长达222分钟,^②互联网的受众规模和日均接触时长正在不断上升,而在传统媒介环境中占据绝对优势的电视,却在面临着受众流失的威胁。

自从20世纪中期,电视迅速崛起,看电视逐渐成为人们日常生活中一项主要的闲暇活动以来,电视对日常生活的影响被诸多学者所讨论,其中电视对生活时间的重构也是学者们所关注的一个焦点,法兰克福学派认为,广播电视的出现塑造了现代社会的闲暇模式以适应(在一定程度上是再生产)工业资本主义的主导节奏[西尔弗斯通(Silverstone),1993],节目时间表提供了一个框架用于强化被施加了工作需求的日常生活模式[帕特森(Paterson),1980],小时、天和电视季在现代社会工作周里以十秒增量的模式按照时间表连续排列和交易,从而形成了白天时间、黄金时间和深夜时段或周,时间本身是性别化的、等级化的商品,是闲暇的货币化[梅伦坎普(Mellencamp),1990]。另一些学者则通过分析看电视和其他日常活动时间之间的关系,发现看电视取代了如广播、音乐、书籍、通俗小说、电影等大众娱乐方式,家庭以外的社交活动,非自由时间(比如睡眠、洗衣服等时间)[罗宾逊(Robinson),2011]以及户外活动[安德森等人(Anderson. et al.),1998],与此同时看电视的时间越长,与家人共处的时间也越多[库贝(Kubey),1990]。人们的生活时间的分配因为电视的介入而发生了显著的变化,而这种变化也对人们的身体、心理以及社会关系等方面产生影响(安德森等人,1998;库贝和契克森米哈赖[Kubey & Csikszentmihalyi],1990)。

① 杜宇宸:《2013年电视收视市场回顾》,《收视中国》2014年第2期,第5页,http://www.csm.com.cn/data/editor/pdf/534ba06c1aa9e.pdf,2014-2/2014-5-1。

② 《第34次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwjbg/201407/P020140721507223212132.pdf,2014-7/2014-9-12。

进入信息社会以后,电视作为家庭主导媒介的地位正在被撼动,互联网的进入使得媒介使用行为正在向个人导向转变,互联网使用模式与电视的使用模式截然不同,电视的进入引发了生活时间的一次重构,而随着覆盖率进一步扩大,人均日接触时长的进一步提升,互联网直接威胁着电视的主导位置,引发了新的一次生活时间的重构,由于整体时间的有限性,花费在一种技术上的时间可能会影响人们在其他活动上的时间分配,因此时间分配模式被视为理解家庭中计算机的角色以及信息技术的影响的重要变量[瓦塔拉里等(Vitalari et al.),1985]^①,从这个意义上说,研究互联网对生活时间的重构作用是理解互联网对日常生活影响的一个重要维度。那么,究竟互联网如何重构人们的生活时间,它是强化了传统媒体时代的生活时间配置模式,还是局部调整,抑或是根本性改变了生活时间配置模式?20世纪末以来,国外一些学者陆续对该问题进行了探讨[克斯腾波姆等(Kestnbaum. et al.),2002;丘瑞尔和威迪(Choudrie 和 Dwivedi),2007;克斯腾波姆等,2002;罗宾逊等人,1999,2011],然而由于互联网目前正处于飞速发展时期,新功能层出不穷,受众规模不断扩张,人们在日常生活的方方面面面对互联网的依赖度正在不断提高,互联网的使用方式仍处于不断变化当中,这使得互联网的时间重构作用随着技术的发展出现新的变化,因此研究仍需持续跟进,同时目前的研究主要聚焦于行为层面的考察,至于这种时间重构作用如何影响人们的心理,并未得到研究者们的重视,有鉴于此,该问题仍需要更为深入的、持续性的、历时性探讨,以更深层次地、动态性地考察技术的变化对日常生活的影响。

① Vitalari, N. P., Venkatesh, A. and Gronhaug, K., Computing in the Home: Shifts in the Time Allocation Patterns of Household, *Communications of the ACM*, 1985, Vol. 28, No. 5.

第二节 研究意义

本书通过比较分析不同媒介对生活时间的重构作用及其心理影响,在传统媒体的参照之下,分析以互联网为代表的新技术的进入如何影响生活时间的结构及总量,呈现出哪些不同于传统媒体时代的新特点,进而对人们的心理产生怎样的影响。无论从理论层面还是现实层面,本书均具有丰富的价值。

本书在理论层面主要有三方面意义:

第一,深化了媒介的生活时间重构作用研究。本书不仅仅考察媒介的生活时间重构作用本身,还深入到心理层面,考察生活时间重构对个体心理的影响,这是此前互联网的生活时间重构研究中未有深入分析的问题。库贝和契克森米哈赖(1990)曾经以其他日常活动为参照,全面考察了看电视这一行为如何形塑日常生活体验,然而有关互联网的使用如何影响日常生活体验仍缺乏全面而深入的研究,本书将在研究互联网时间重构作用的基础上,对该问题展开探讨。

第二,本书不仅对媒介使用习惯进行研究,还对具体情境下的实际媒介行为及其心理进行探索分析,证实了实际媒介接触行为和心理的可预测性,这是具有突破性的一个贡献。因为此前有关媒介使用行为的研究,主要是针对受众的媒介使用习惯,比如日均使用时长或频率,而受众理论当中,也多是在去情境化的前提下,以一般性的媒介使用习惯为核心提出来,学者们更关注人口统计学特征、品位偏好等稳定性因素对媒介使用习惯的影响以及媒介使用习惯对个体心理、行为的影响,而忽视时间或空间对实际媒介使用行为的作用,因为媒介时间或空间虽然离媒介使用近的多,然而这些从来就不是可以完全预测的(麦奎尔(McQuail),2011),基本上对时间、空间因素的分析主要存在于文化研究中,通过定性研究展开,鲜有学者用量化方法来

检验时空因素对实际媒介使用行为的预测性,脱离现实情境脉络也就成为了受众研究中定量研究饱受诟病的一点,此外,即时性的心理影响除了在实验室中被探究,在实际情境中,以问卷为代表的传统定量方法未能对其进行有效分析,直到 ESM(Experience Sampling Method,经验抽样法)的出现,才弥补了这一不足,然而这种方法多用在心理学领域,传播学领域的研究中鲜有学者使用此方法进行考察,库贝和契克森米哈赖(1990)对看电视如何塑造日常体验的研究是利用此方法进行受众研究的代表之作。本书在媒介共用与多任务行为的考察中,探索了实际媒介共用与多任务行为的情境影响因素,发现其具有显著的预测性,这是对以往媒介使用研究的一个补充,此外利用日记法(类似于 ESM),本书获取了受众的即时性情绪数据,对媒介使用、媒介共用与多任务行为对情绪的影响进行探索,也验证了在实际情境中,媒介接触心理的可预测性。

第三,本书采用定量方法对媒介共用行为和多任务行为模式、影响因素及其心理效果进行了考察,极大地丰富了国内相关研究。国外有关媒介共用与多任务行为研究成果丰富,学者们采用问卷、日记法、深度访谈、观察法、实验法等定性和定量多种方法,从行为的普遍性、行为模式、影响因素、发生机制以及效果等方面进行了广泛的探讨,然而国内相关研究主要集中于策略性探讨,仅有的一篇经验研究则是以深度访谈完成的,只是探讨了电脑、平板电脑、MP4 和智能手机四类媒介的共用行为,受访者为大学生群体,人群上也缺乏代表性(董克和崔岸雍,2011)。本书调查数据覆盖不同群体,以定量研究的方法,涵盖了八种主要的大众媒介,更具有代表性,对于了解我国受众媒介共用和多任务行为特征及其影响具有很好的参考价值。

在实践层面上,本书有三方面的价值:

第一,本书从生活时间的角度入手,为人们理解媒介对日常生活的影响提供了一个新的视角,帮助、引导人们在面对媒介对日常生活的介入时,如何做出相对科学、合理的时间配置选择,提升生活质量,减少媒介使用对日常生活的负面影响。