

从幸福感到幸福观：媒介与幸福研究的新进路

姚锦云

摘要：目前，大部分的媒介与幸福研究都围绕幸福感展开，而影响幸福感的重要变量幸福观却被忽视。幸福感的影响因素非常复杂，媒介使用对幸福感的贡献率，相对于社会变迁、生活环境等因素来说是微不足道的。而且作为一种效果研究取向，很容易忽视人的主体性。将幸福观引入媒介与幸福研究具有积极的意义：幸福观的研究是勾连历史、文化、社会、媒介与个人精神世界的桥梁，是我们得以窥探文化与个人互动的极好窗口，并认真思考人的主体性。幸福观研究可从三个领域展开，一是对幸福的呈现与投射：媒介内容与个人观念的互动；二是对幸福的记忆与感知：文化传统与社会变迁的媒介交汇；三是对幸福的取向与体验：有形与无形的主体性转化。

关键词：幸福观；幸福感；媒介

作者简介：姚锦云，男，博士生。（浙江大学 传播研究所，浙江 杭州，310028）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552（2014）01-0007-05

幸福是古往今来哲学家和心理学家关注的重要话题，其中哲学家关注幸福观，心理学家则侧重幸福感。幸福观是指人们对幸福问题的总的看法和基本观点。对幸福观的哲学思考自古希腊以来，分别有着快乐主义（hedonic）和完善论（eudaimonic）两大传统。前者代表人物有阿里斯底波、伊壁鸠鲁、洛克、莱布尼茨、边沁、穆勒、费尔巴哈等，后者代表人物有赫拉克利特、德谟克利特、亚里士多德、弗洛姆、马斯洛等^[1]。主观幸福感（Subjective Well-Being，简称SWB）是心理学的专门术语，指评价者根据自定的标准对其生活质量的整体性评估。关于SWB的理论有倾向于内部因素的遗传人格特质理论、内外交互的人格-环境交互作用理论、强调外部因素的社会比较理论、期望值理论、目标理论、适应和应对理论等^[2]。随着网络与媒介的发展，“幸福”被引入传播与媒介研究。

一、当前媒介与幸福研究综述

目前，基于媒介的幸福研究属于起步阶段，主要集中于媒介使用对幸福感的影响，仅有少数研究关注媒介对幸福感的呈现和媒介对幸福观的影响。

首先，关于媒介使用对幸福感的影响方面，经历了三个阶段。最初的研究发现，网络使用和幸福感之间没有关联^[3]。进一步的研究则发现，人们与陌生人的网络交往降低了幸福感^[4]；网络使用的增加反而降低了幸福感^[5]。还有研究结果则与此相反，如发现报纸对公众幸福感的认知评价有明显的建构和影响作用^[6]；生活满意度的提高与经常看电视也有关联^[7]。更多的研究引入了中介变量，如社会资本、自我表露、自我展示等，也进一步支持了媒介使用与幸福感的正相关。例如，博客用户通过博客建立社会资本，能够提高生活质量满意度^[8]；SNS用户自我表露越多，主观幸福感越高^[9]；facebook朋友数量越多，主观幸福感越高，其中自我展示是提高幸福感的中介变量，积极的自我展示直接影响主观幸福感，而诚实的自我展示间接影响主观幸福感^[10]。其次，在媒介对幸福感的呈现方面，仅有一项开拓性的新近研究：以媒体语料库的方法，发现媒介对幸福的呈现主要体现在物质条件富足、社会关系和谐等方面，但在幸福感的个体情感和认知层面略显不足^[11]。第三，关于媒介对幸福观念影响的研究很少，仅检索到一项1987年的电视研究。该研究发现，对物质的依赖程度越高，人的物质主义价值

观倾向越强,越会对生活条件不满足,因而降低生活满意度。而电视广告暴露对物质主义价值观有关联^[12]。此外,最新的综合研究发现,媒介使用通过三种路径影响主观幸福感:一是对媒介内容的主动使用与满足影响主观幸福感;二是媒介构建主观现实,通过参照系对比和后续行为,与主观幸福感勾连;三是媒介通过象征性资源整合社会凝聚力,影响观念认同进而影响主观幸福感^[13]。

二、对幸福观缺位的反思

综上所述,研究者从多方面考察了媒介与幸福感的关系,以及媒介对幸福的呈现,使此类研究逐渐丰富而成为一个研究领域,并展示了其研究价值:一方面,传播学理论有助于解释主观幸福感的形成和发展,成为幸福学的有益补充;另一方面,传播学理论也借此得以延伸,成为传播学研究的一个越来越重要的方向^[14]。但随着研究的进行,却面临以下问题:

第一,将媒介置入复杂生活中,媒介对幸福感的贡献率尚存几何?决定幸福感的因素过于复杂,单独将媒介从社会生活中抽离出来,探讨媒介对人们幸福感的直接影响,的确能产生相应的结果。但若将其置于复杂的社会生活,在其他因素(如社会变迁、童年经历、生活环境、事业发展、人生转折等)共同作用的环境中考察幸福感时,媒介的作用究竟显著到何种程度?是否具有足够的研究意义和价值?

第二,为何绝大多数媒介与幸福研究只关注幸福感而不谈幸福观?这源于心理学的传统。目前心理学关于幸福感的测量已形成了完整的理论体系和成熟量表。但幸福观的测量研究极少,一方面由于幸福观似乎超越了科学心理学的范畴而被认为是哲学的任务,另一方面也由于幸福观与文化的复杂关系,使得采取普同主义和文化客位取向的心理学者感到困难重重^[15]。心理学者陆洛认为,幸福包含幸福观和幸福感两个相互联系而又不同的层面。幸福观是个人对“何为美好人生”的体认与追求,包含了一整套与此有关的信念、价值、态度及行为意向,是幸福的深层结构,受到文化的形塑;幸福感是个人依自身的幸福观,在人生追求幸福的进程中,对自己目前之存有状态的整体感受^[15]。也就是说,文化形塑着幸福观,幸福观又与幸福感相关。更有研究发现,不同的幸福观取向对幸福感具有显著的正向影响^[16]。正如韦伯所说,“被我们视为‘相同’或‘类似’的人类行为表现形式,可能根源于各个行为者完全不同的意向联系”^[17]。幸福观及其背后文化因素的缺位,限制了媒介与幸福研究的前景。

第三,是媒介影响着我们对幸福的认知还是我们影响着媒介对幸福的呈现?这是一个最难回答、也是最为紧迫的问题。媒介与使用者之间的互动关系由于过于复杂而无人敢于触及,效果研究的传统使得大部分研究集中于媒介对使用者影响的层面,而使用者对媒介的影响层面,亦即媒介使用者的主体性被忽视。一方面,文化传统、社会变迁等因素是影响人们幸福观的最主要因素,“没有文化就没有人类”^[18]。另一方面,每个人除了受到社会经济、文化的影响之外,尚有自己的“辨别与推想的能力”,即有选择幸福观的主体性。在人生的不同时期,个人可能会选择不同的幸福观。

因此,媒介与幸福研究要从以往的狭隘视角中抽身出来,从只关注媒介与幸福感过渡到媒介、幸福观、幸福感并重,而幸福观是其中的核心概念,使我们关注人与媒介的深层关系,并置于文化传统和社会变迁的背景中。首先,幸福观的研究,是勾连历史、文化、社会、媒介与个人精神世界的桥梁,避免了将媒介从具体的社会生活中剥离出来的危险。其次,幸福观研究,是我们得以窥探文化与个人互动的极好窗口。第三,幸福观的研究有望突破效果研究与受众研究的窠臼,真正将人的主体性、将人与环境及文化互动的过程体现出来。

三、媒介与幸福研究的新进路

(一) 对幸福的呈现与投射:媒介内容与个人观念的互动

媒介是社会的大脑,人是社会的主宰,两者相互依赖,共同形塑着“幸福”的观念,进而影响人们的幸福体验。

大众媒介通过新闻报道形成“拟态环境”或“媒介现实”,并不断建构着对“幸福”的定义与解读,乃至影响个人的价值与行为,并潜在地成为现代社会文化日益重要的参考情境框架^[19]。围绕“议

程设置”的数百项的研究最终确认：媒介不仅仅告诉我们想什么，而且告诉我们怎么想^[20]。然而，“媒介现实”与“客观现实”存在着巨大鸿沟。并非事件的主题和本身的性质使其成为新闻，而是新闻机构的结构要求和事件发生方式的合谋，构成了一个事件成为新闻并呈现于媒介的过程。最重要的流程即“类型化”（typification），即根据事件发生的方式，将其归入某一新闻类别，从而将纷繁复杂、充满变数的故事常规化地进入新闻人的工作流程，使新闻机构成为一架提取变化性的故事原料却常规化地生产新闻产品的工厂^[21]。其机理是，只有能够类型化的事件才能成为新闻，否则连成为原材料的资格也没有。除了“类型化”，更适合大规模新闻生产的“标准化”问卷更加简化了流程，却导致“媒介现实”与“客观现实”鸿沟的扩大。如央视用“你幸福吗”向各类人提问，结果遭遇各种“神回复”。姑且不提这个问题的“社会期望性”因素，更为重要的是其严重低估了幸福问题的复杂性。期望以标准化生产的方式直接呈现“幸福”，结果有可能离真正的“幸福”越走越远。塔奇曼指出：“新闻限制了接近权，而且能转变不同的意见。新闻使现状合理化，因为新闻避开了历史分析，而是采用具体的逻辑分析，强调的是事件的偶然性而不是结构的必然性”^[22]。

只要“媒介现实”与“客观现实”的巨大鸿沟存在，媒介就很难左右对幸福的建构。反过来，网络时代的到来，媒介使用者也会积极将其对幸福的思考投射到媒介上，作为对专业媒介的对抗或者回应，并不断得到自身群体的呼应。例如，许多关于幸福的故事，如“我给老板打工还是老板给我打工”、“小明与小强”的故事等，它们在QQ群等网络空间广泛传播，反映了一种网友的幸福观：健康是幸福的根本，关于金钱、事业乃至家庭的幸福都建立在健康之上。在节奏快速、压力巨大的现代社会里，网友的心声被投射并传播到了网络空间。

在这一方面，以下议题可以展开研究：各类媒体的新闻报道、广播电视节目和影视作品，以及网络故事和笑话，分别展现了何种幸福观？与现实生活中人们的幸福观有何勾连？与人们的幸福感有何关系？新闻媒体与自媒体、专业与草根之间有着何种联系与鸿沟？两者是如何相互沟通的？分别代表了怎样的社会意识或集体记忆？两种力量是如何相互作用的？通过什么方式作用？其机制是什么？

（二）对幸福的记忆与感知：文化传统与社会变迁的媒介交汇

余英时认为，文化是“一个民族的生活方式”^[23]，其核心是价值系统^[24]。而观念则是价值系统的重要内容。一种文化中的观念具有历史的传承性，也具有社会的扩散性。哈布瓦赫认为，人们通常正是在社会之中才获得了他们的记忆的。也是在社会中，他们才能进行回忆、识别和对记忆加以定位^[25]。在历史的纵向传播与空间的横向传播的交汇处，媒介成为我们观察和记录“社会记忆”或“集体记忆”的窗口。不同的文化会塑造出个体不同的幸福观，从而决定幸福感的体验。更为重要的是，同一文化的不同历史时期，社会变迁形塑着文化变迁，进而形塑着观念的变迁。同属儒家的代表人物孔孟对幸福的理解既有一致，也有不同。从孔子的志向“老者安之，朋友信之，少者怀之”（《论语·公冶长第五》）可以看出，孔子的幸福观胸怀天下；而孟子的幸福观更接近个人：“君子有三乐，而王天下不与存焉。父母俱存，兄弟无故，一乐也。仰不愧于天，俯不忤于人，二乐也。得天下英才而教育之，三乐也。”（《孟子·尽心上》）陆洛认为，文化除了直接形塑幸福观，还会通过建构不同的自我观来影响获得幸福感的历程，这些自我调控的机制进而决定了人们在追求幸福时的想法、感受及行为^[15]。

除了文化传统以外，社会变迁对幸福观也有影响。“文化心理学的观点让我们注意到幸福观以及人们惯用追寻幸福的方式都有其文化根源，而社会变迁的观点则为静止的系统注入了动力，使我们注意到人们在面临社会环境巨幅改变时，一则传承文化，一则创造文化的复杂动态历程。”^[15]正如余英时所问：“中国的传统文化究竟是体现在古代经典书籍里，还是体现于中国人行为的实际倾向中？”“不能把传统文化与现代生活割裂开来，中国人的现代生活就是中国文化在现阶段的具体表现”^{[24]（27）}。因此，涉及传统与当下的媒介与幸福研究，需要以传统文化为背景，以现实生活为语境进行研究。

在这一方面，以下议题可以展开研究：从古至今，中国人的幸福观是如何发展与变迁的？传统典籍是如何描述的？是什么原因导致了这种变化？当下中国人有着什么样的幸福观？现阶段中国人的幸福观与传统文化中的幸福观有何历史勾连？一百多年来西方文化的冲击，对中国人的幸福观有何影响？近代报刊对中国人幸福观念是如何呈现，如何解读的？在中国人幸福观变迁过程中有何作用？哪些幸

福观被广为接受,哪些又已经消失或濒于消失?传承与变迁的脉络如何?这种幸福观在目前大众媒介(报纸、广播、电视、电影、网络与手机媒体)中是如何呈现的?目前的大众媒介又是如何传承、改造并更新传统幸福观的?大众对此是认同,是否认或反抗,还是麻木?对当下中国人的幸福感体验来说,大众媒介和个人幸福观分别是怎样与之发生作用的?当幸福观在历史的纵向传播与空间的横向传播中交汇时,我们能否发现其中的机制?在这种幸福观的传承与变迁中,媒介扮演了何种角色?给我们以怎样的理论启示?同一文化下的不同亚文化,对幸福观的历史传承、当下呈现与不断更新,有无差别?这种差别相比于其他因素,对幸福感的贡献具有何种意义?

(三) 对幸福的取向与体验:有形与无形的主体性转化

对幸福本质的理解影响着幸福感的水平。在东西文化交融的一百多年里,特别是最近的半个多世纪中,人们的幸福观经历了极大的变化,表现在对物质和精神、硬性指标与软性指标取向的摇摆中。例如,邢占军研究发现,幸福感与收入有关,但收入并非是幸福感的决定因素^[26]。对于经济发展与收入增长等硬指标来说,环境卫生、身体健康这些软指标对幸福的意义可能更为重要。但40年前却完全不是这样,杜维明曾讲过一件事:1972年中国代表团参观美国匹茨堡时,看到当地的日落因为空气污染而显得特别艳丽,居然觉得美极了,认为这是工业文明的象征。他们并不在乎空气污染,觉得只要工业能够发展,看到这样的日落就心满意足了^[27]。而闻一多于1922年到芝加哥时,却极其讨厌当时的美国工业,他在诗中写道:“这不像我的山川,太阳!这里的风云另带一般颜色,这里鸟儿唱的调子格外凄凉”,^[28]“那里只有钢筋铁骨的机械,喝醉了弱者底鲜血,吐出些罪恶底黑烟,涂污我太空,闭熄了日月”^{[28](197)}。

如果我们再往前追溯,就会发现中国古人更在乎无形(精神)方面的幸福。如道家认为“福祸相依”,快乐与痛苦、幸与不幸不过是硬币的两面,人们不应追求表面的幸福,而应追求更深层次的内在均衡与外在融合。儒家一方面强调个人的修身养性,以仁爱之心建立和谐的人际关系,另一方面也要齐家、治国、平天下,求取功名^[29]。“儒道互补”的文化特性也形成了“得志时是儒家,失意时是道家”的调节机制。人们在日常生活中也认为,人生的不同阶段可用不同的幸福观指导:退休之前用儒家(积极入世),退休之后用道家(泰然出世),七老八十用佛家(超脱生死)。

通过对幸福观的研究,我们得以了解在一个文化系统中,个人是如何既受到文化和环境(包括媒介)的影响,又积极主动地自主选择,从而调节自身的认知系统,达到“幸福”的目的。正如林毓生所说,我们思想文化虽受客观政治、经济与社会环境的影响,但直接造成思想文化之心的功能,除了能接受外界的影响以外,尚有一种辨别与推想的能力。这种能力在选择可行的途径时能发挥很大的效能^[30]。

在这一方面,以下议题可以展开研究:对媒介来说,近现代报刊呈现了怎样的幸福观取向的变迁?对个人来说,人生的不同阶段,人生的不同遭遇,会对幸福观取向有何影响?又分别对幸福感体验生何种影响?媒介在这一过程中又扮演着何种角色?幸福对不同人生阶段或人生遭遇的人,是否有着不同的意义?为什么看上去差不多条件的人,会有截然不同的幸福感体验?幸福观的不同取向在何种条件下会相互转化?媒介在此过程中扮演何种角色?是媒介对幸福观的形塑具有重要作用,还是人们对媒介关于幸福观的呈现具有推动作用,还是两者兼而有之?

总之,社会科学发展的趋势,似乎越来越突破“存而不论”的藩篱,试图不断接近人类的“灵魂”深处。维特根斯坦的劝诫“对于不可言说的事物,最好保持沉默”已经无法抵挡人类的好奇心。以幸福观为中介的媒介与幸福研究,就是这样的尝试:深入人类的观念世界,通过与其“对话”而达成理解,并且“入乎其中,出乎其外”,还要进入经验世界,探索其与文化传统、社会变迁以及媒介呈现的关系,并与幸福感体验进行勾连,从而加以验证。韦伯曾经给我们以力量:“社会学指的是一门试图说明性地理解社会行为,并由此而对这一行为的过程和作用作出因果解释的科学。”^{[17](10)}也就是说,社会科学研究既是可理解的,又是能够经验验证的,是“合意向性”与“合因果律”的统一。李金铨这样评价:“韦伯式的方法出入于实证论和现象学之间,从社会演员的意义世界入手,然后由研究者居间引进理论和概念,以便在历史中照明一层层社会演员的意义结构,帮助他们阐释生活的世界,这个方法

可以两头兼顾实证的因果（抽丝剥茧，执简驭繁）和现象学的意义（多元、复杂甚至矛盾，殊堪玩味）。”^[31]这正是媒介与幸福研究努力的方向。

参考文献：

- [1] 邢占军, 黄立清. 西方哲学史上的两种主要幸福观与当代主观幸福感研究 [J]. 理论探讨, 2004 (1): 32-35.
- [2] 吴明霞. 30 年来西方关于主观幸福感的理论发展 [J]. 心理学动态, 2000 (4): 23-28.
- [3] Elisheva F. Gross, Adolescent Internet use: What we expect, what teens report [J]. *Applied Developmental Psychology*, 2004 (25): 633 - 649.
- [4] Patti M. Valkenburg & Jochen Peter. Internet Communication and Its Relation to Well-Being: Identifying Some Underlying Mechanisms [J]. *Media Psychology*, 2007 (1): 43 - 58.
- [5] Holly Schiffrin, Anna Edelman, Melissa Falkenstein, Cassandra Stewart. The Associations among Computer-Mediated Communication, Relationships, and Well-being [J]. *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking*, 2010 (3): 633-649.
- [6] 姚君喜. 大众传媒与社会公众的幸福观 [J]. 当代传播, 2006 (4): 10-13.
- [7] Megan Mathers, B App Sci, Louise Canterford, MBiostats; Tim Olds, Kylie Hesketh, Kate Ridley, Melissa Wake. Electronic Media Use and Adolescent Health and Well-Being: Cross-Sectional Community Study [J]. *Academic Pediatrics*, 2009 (9): 307-314.
- [8] Hsiu-Chia Ko & Feng-Yang Kuo. Can Blogging Enhance Subjective Well-Being Through Self-Disclosure? [J]. *Cyber Psychology & Behavior*, 2009 (1): 75-79.
- [9] Gyudong Lee, Jaeun Lee, Soonjae Kwon. Use of Social-Networking Sites and Subjective Well-Being: A Study in South Korea [J]. *Cyber Psychology & Behavior, and Social Networking*, 2011 (3): 151-155.
- [10] Junghyun Kim, Jong-Eun Roselyn Lee. The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being [J]. *Cyber Psychology & Behavior, and Social Networking*, 2011 (6): 359-364.
- [11] 廖卫民, 钱毓英. 民生新闻传播与社会幸福感评估——基于浙江省媒体语料库的实证分析 [J]. 当代传播, 2012 (3): 21-25.
- [12] Marsha L. Richins. Media, Materialism, and Human Happiness [J]. *Advances in Consumer Research*, 1987 (1): 352-356.
- [13] 郑恩, 龚瑶. 新媒体使用对主观幸福感的影响: 基于深度访谈的质化研究 [J]. 中国传媒报告, 2012 (3): 63-72.
- [14] 韦路. 媒介能使我们感到更幸福吗——媒介与主观幸福感研究述评 [J]. 当代传播, 2010 (4): 16-18.
- [15] 陆洛. 华人的幸福观与幸福感 [J]. 心理学应用探索, 2007 (1): 19-30.
- [16] David W. Chan. Orientations to happiness and subjective well-being among Chinese prospective and in-service teachers in Hong Kong [J]. *Educational Psychology*, 2009 (2): 139 - 151.
- [17] 马克斯·韦伯. 社会学的基本概念 [M]. 胡景北, 译. 上海: 上海人民出版社, 2005: 1.
- [18] [美] 克利福德·格尔茨. 文化的解释 [M]. 韩莉, 译. 南京: 译林出版社, 2008: 54.
- [19] 陆晔. 作为现代社会文化情境的“媒介真实”——试论电视传播对社会现实的建构 [J]. 1995 (2): 56-58.
- [20] [美] 麦库姆斯. 议程设置大众媒介与舆论 [M]. 郭镇之, 徐培喜, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008: 155.
- [21] Gaye Tuchman. Source, Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected [J]. *American Journal of Sociology*, 1973 (1): 110-131.
- [22] [美] 塔奇曼. 做新闻 [M]. 麻争旗, 刘笑盈, 徐扬, 译. 北京: 华夏出版社, 2008: 169-183.
- [23] 余英时. 中国文化的重建 [M]. 北京: 中信出版社, 2011: 1.
- [24] 余英时. 中国思想传统的现代诠释 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 1992: 2.
- [25] [法] 莫里斯·哈布瓦赫. 论集体记忆 [M]. 毕然, 郭金华, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 68-69.
- [26] 邢占军. 我国居民收入与幸福感关系的研究 [J]. 社会学研究, 2011 (1): 196-246.
- [27] 杜维明. 现代精神与儒家传统 [M]. 北京: 生活读书新知三联书店, 1997: 246-247.
- [28] 闻一多. 红烛 [M]. 上海: 上海泰东图书局, 1923: 168.
- [29] 孔德生, 蔡丽. 关于“幸福”的中西方哲学探讨 [J]. 理论探讨, 2010 (6): 156-158.
- [30] 林毓生. 中国传统的创造性转化 [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2011: 276.
- [31] 李金铨. 视点与沟通 [J]. 读书, 2003 (11): 74.