

# 新媒体使用对青少年主观幸福感的影响

◎郑 恩 龚 瑶

**摘要:**追求幸福是信息社会中现代人的重要目标。已有主观幸福感研究多从心理学、社会学和伦理学等学科的主客观因素考察,尚缺乏传播学视域中关于媒介使用与主观幸福感关系的阐释框架和理论资源。本文通过深度访谈和焦点小组讨论等质化研究方法,考察了大众传播的媒介使用对青少年主观幸福感的影响。研究发现,媒介使用通过三种路径影响青少年的主观幸福感:大学生通过媒介内容(信息)的主动使用与满足直接影响其主观幸福感;媒介作为中介变量能使大学生构建更广阔的主观现实,通过参照系对比和后续行为,进而与主观幸福感发生勾连;大众传播媒介通过如“地方认同”、“国家认同”等象征性资源整合社会凝聚力,大学生的“认同”感知的变化会隐性地影响其主观幸福感。\*

**关键词:**媒介使用 主观幸福感 使用与满足 社会对比 身份认同

**中图分类号:**G112 **文献标识码:**A

## 一、问题的提出

追求幸福生活是人类共有的终极目标。主观幸福感(Subject Well-Being, SWB)研究在美国兴起已有 50 多年历史,在不同的评价体系中对于主观幸福感的判定有多维的标准。经过文献梳理发现,尽管标准不一,但研究者都认为影响人们主观幸福感的因素有客观和主观两种。

客观因素中,社会整体环境和经济发展水平是影响主观幸福感的两个重要方面。改革开放 30 余载,中国的经济总量达到 37 万亿元,成为世界第二,人均收入 2010 年也达到 4000 美元。在取得巨大经济利益的同时,也有诸多深层的社会矛盾开始凸显。国家体制与市场经济的张力,资源分配不均,社会贫富差距加大,利益诉求主体愈加多元化,都成为亟待解决的制度性问题。随之而来的社会断层和文化鸿沟加大了阶层之间的隔阂,有可能会引发一定的

---

\* 基金项目:清华大学亚洲研究中心 2011 年度一般项目《微博与表达自由——基于中韩微博用户的内容分析》成果之一。

社会震荡。目前,中国的改革已从单一的经济体制改革,向政治、经济、社会、文化“四位一体”的全方位纵深跃进。国内外学者都曾指出经济的发展并不与人们的主观幸福感呈正相关;此外,社会整体环境亦会影响主观幸福感的提升。如何在差序价值观中寻求平衡和共识,优化资源分配,缩小贫富差距,如何提高全社会的主观幸福感是转型期社会重要的课题。

另一方面,随着信息社会的发展,新媒体的兴起正在重塑我们的生活方式和社会结构。截至2010年6月30日,中国已有3.38亿网民,随着3G牌照的发放,中国手机网民用户规模已达1.82亿人,占全部网民的53.8%。人类越来越依赖于媒介技术,媒介使用对人们的认知、情感、行为都产生了巨大影响,在整体上也对人们的自我认知和主观幸福感产生一定影响。从国内外研究现状来看,已有的研究多从心理学领域的人格因素、社会学领域的社会支持系统及功利主义伦理学以及经济学领域的福利经济学等幸福进行度量。从传播学维度研究媒介使用与主观幸福感关系的研究较少。本文试图通过传播学质化研究中的深度访谈和焦点小组访谈法,寻找新媒体使用对人们主观幸福感的影响路径。

## 二、文献回顾

### (一)媒介使用对主观幸福感的显性影响

美国学者格罗斯和盖博在一项青少年网络使用与社交幸福感的研究中发现<sup>①</sup>,在学校日常生活中感到孤独或社交恐惧的青少年更倾向于通过即时信息(IM)与陌生人交流来消除孤独感,这更加剧了其日常生活的不安(疏离);而社会交际较好的同学会把网络作为额外的互动工具,从而形成更多元的沟通网络。克朗特等人通过2年的家庭网络研究显示,即使每周仅3小时的上网时间也会导致情绪沮丧和社会支持的减弱。他指出<sup>②</sup>,青少年更容易受到负面影响,过度上网聊天会导致对熟人社会关系网络的疏远。类似的,特罗通过对1000多名美国父母的调查表明<sup>③</sup>,2/3的父母表达了对儿童媒介使用行为的关切,父母普遍认为长时间上网会导致孩子与他人的疏离,40%的父母坚信孩子过度上网会导致反社会行为的产生。

国内学者金兼斌等人的研究与国外的媒介使用研究结果具有一致性。研究显示,媒介拥有对人们的生活满意度有显著影响;拥有电话则和生活满意度的提高显著相关;使用计算机时间越长,其生活满意度越低,“重度媒介使用行为则可能导致其生活满意度下降”。陆哗则通过青少年“离网离视”活动反面研究青少年的媒介使用情况。研究发现<sup>④</sup>,青少年看电视和上网的首要目的分别是满足娱乐需要和社会交往需要;这两方面的需要比较难于完全依赖于其他媒介的替代性来解决。青少年很难通过“离网离视”寻找到一条有效的可替代性使用与满足“路径”。

### (二)媒介使用对主观幸福感的隐性影响

在媒介使用对于主观幸福感的隐性(务虚)影响研究中,学者多关注媒介使用与“国家认同”、“阶层认同”、“社会动员”(凝聚力)和乡村的“现代性”等象征资源的关系。研究显示,媒介使用行为对建构国家认同(特别是本地认同)和社会凝聚力有重要作用,新媒体能够重塑阶层认同,电视对农村社会的现代性和构建农民的身份认同与社会流动有重要作用。

陆哗通过2009年上海城市居民的问卷调查数据发现<sup>⑤</sup>,媒介使用行为与公众对社会凝聚力的主观感知和国家认同的不同维度会在一定层面上发生互动,尤其在建构本地认同上具有重要作用。公众对社会凝聚力离心趋势的感知会对其民主主义认同和城市共同体的情感依附产生直接的负面影响。周葆华的研究表明<sup>⑥</sup>,互联网与手机的采纳与使用,均在不同程度上影响社会成员的阶层地位感知,特别是文化阶层认同。新媒体不仅受制于社会结构,而且可以重塑阶级或阶层。孙纬认为,媒介的社会动员包含了政治认同中的多样化内容,在动

员的关键环节“集体认同感”、“集体行动框架”中都体现了转型中国的特殊性,大众媒介在中国“新民权运动”中有社会动员的重要作用<sup>⑦</sup>。

在“电视下乡”与农村“现代性”方面,关于大众传媒与农村社会研究都表明,媒介使用(特别是电视)在很大程度上构建了村民(农民)的象征资本(如文化资源、身份想象、乡村认同、现代性等),电视对农民生活、生产及生活观念有着巨大的影响。还有学者通过对湖南浏阳农村的实证研究发现,大众传播媒介的使用对于中国农村居民的现代性有独立的预测作用,特别是上网相比其他的媒介使用能更好地预测当前中国农村居民的“现代性”。

### 三、研究问题与研究设计

本文通过传播学质化研究中的深度访谈法和焦点小组讨论的形式探索关于媒介使用与主观幸福感间的联系路径,并尝试归纳出能较好阐释两者关系的理论框架。具体而言,研究主要涉及三个方面的问题:(1)大学生如何通过媒介使用(包括媒介使用与媒介内容)直接影响主观幸福感?(2)大学生如何通过媒介(中介变量)建构主观现实,进而与幸福感发生勾连?(3)现代媒介作为描绘世界图景的工具,它能够“生成新的社会、新的关系、新的可能”,“象征性资源”的构建如何隐性地影响主观幸福感?

本文所选取的研究个案是北京市海淀区高校的大学生这一特定群体。这一群体是新媒介的早期接触者,新媒介使用时间较长,使用程度较强。

在研究方法上,本研究主要采用质化研究中的深度访谈为主,辅之以焦点小组讨论。质化研究专家 Jaber F. Gubrium 建议<sup>⑧</sup>,线性主题的深度访谈样本数在 28-40 为宜,这样可以保证研究的集中度和有效性(Jaber F. Gubrium, 2001)。本研究通过面谈、电话、qq 等方式共访谈了 36 名在读大学生,获得了第一手资料。其中有 20 名男生,16 名女生;12 名理工专业学生,24 名人文社会科学学生;16 名本科生,20 名研究生;年龄从 18 岁到 27 岁不等。本研究主要依据采访提纲进行了开放式访谈,重点了解受访者的媒介使用情况对其主观幸福感的影响情况,兼顾受访者主观幸福感的其他维度感知。

### 四、研究发现

#### (一)受访者媒介使用的基本情况

本研究主要统计了 36 名受访对象在最近一年内平均每周上网、看电视、看报纸、听广播的时间(表 1)。在每周媒介使用时间上,上网是被访者最主要的形式,平均每周使用 31.4 小时,其次是看电视与看报纸。一方面,大学生作为具有较高知识的群体更拥有使用互联网这项媒介的能力。另一方面,硬件接入条件影响了这一应用情况(高校宿舍都配备网口,但是电视端口却并不是必备的),而媒介的硬件使用情况及具体软件应用都有可能对大学生的生活存在影响。

此外,本研究还具体调查了 36 名受访者的媒介使用目的,5 分表示最主要,1 分表示不太主要,同等重要的平分,根据受访者意愿共同取高值或低值。根据实际经验,并结合中国互联网络信息中心(CNNIC)和金兼斌的《媒介使用与生活满意度》分类结果,本文将媒介使用目的分为五种,即社会交往、休闲娱乐、获取信息、学习工作和商务交易。研究发现,在 36 名被访者中,社会交往和休闲娱乐得分位列前两位,是被访者最主要的媒介使用目的,商务交易得分较低(表 2)。

#### (二)主要研究发现

当我们谈论“媒介”(或“媒体”)时,有时指涉的是信息的载体,有时则直接指涉信息本身。所以,“媒介”存在两个维度,作为技术性的工具维度和作为信息消费的内容维度。从工具

表 1 大学生每周媒介使用时间

	上网	看电视	看报纸	听广播
个案数	36	36	36	36
均值	31.438	1.625	.950	.000
标准误	3.5390	.6945	.5723	.0000
标准差	14.1561	2.7779	2.2891	.0000
方差	200.396	7.747	5.240	.000
最小值	14.0	.0	.0	.0
最大值	70.0	10.0	8.0	.0
总计	1131.8	58.50	34.2	.0

表 2 大学生新媒介使用目的

	社会交往	休闲娱乐	获取信息	学习工作	商务交易
个案数	36	36	36	36	36
均值	4.50	3.81	2.94	2.19	1.19
标准误	.183	.188	.232	.228	.306
标准差	.730	.750	.929	.911	1.223
方差	.533	.563	.863	.829	1.496
最小值	3	3	2	1	1
最大值	5	5	5	4	4
总计	162	137	106	79	43

维度上说,媒介是一种中介变量,作为现实社会的节点和桥梁,人们通过媒介与社会现实产生勾连,媒介帮助人们去蔽未知世界,“拨开迷雾”。从这个维度看,媒介使用对人们主观幸福感产生间接影响。

另一方面,作为内容和信息消费的媒介本身与人们的主观幸福感发生联系。人们按需消费媒介信息,从中获取知识、娱乐,这种“人—机”交互行为直接贡献于短期情感体验(快乐、悲伤、兴奋、喜悦、放松、享受、舒畅、发泄等),与主观幸福感直接发生联系。受众接触和使用媒介并不是一蹴而就,由于媒介使用的持久性,更为重要的却不为人觉察的隐性联系是媒介对于“身份认同”、“身份想象”等象征资源的塑造,这直接与主观幸福感的身份定位维度发生关联,这是媒介使用与主观幸福感的深层联系。结合深度访谈和焦点小组讨论调查结果,发现大学生媒介使用对其主观幸福感的影响主要体现在三个路径上。

### 1. 使用与满足

作为内容与符号本身,媒介使用在满足受众主动需求方面与主观幸福感发生直接联系。受众主动使用媒介的某种功用来满足其特定需求,从而提升主观幸福感。使用与满足理论认为,受众根据一定目的使用媒介(主动受众)。托马斯认为,使用与满足理论还包括另一个假设,即:“需要的满足于受众对特定媒体选择联系在一起。”<sup>⑨</sup>据此前提,麦奎尔及其同事还对受众需要与满足作了分类,它们包括逃避和转移、人际关系、个人身份、环境监测四个个方面。这四个方面的满足了个体主观幸福感的短期情感体验、社会联络、自我价值和信息告知的诉求。



在访谈中发现,大部分大学生把社会交往和休闲娱乐作为其媒介使用的主要目的,其次是获取信息和工作学习。这些“媒介功用”多为情感体验或互动,能够在短期内得到主观反馈,直接贡献于幸福感的即时提升。另一方面,过度地卷入主动媒介使用,事后易出现明显的“情绪反弹”。

“弹弹堂比魔兽好多了,只是用东西砸对方,对方会血条下降,直到把对方血打没了,这个特别爽!现在我是中号,有很多小弟求我打,而且还有拍马屁的,我要是砸中对方,我的队友会说姐姐你太棒了、真厉害之类的话,哈哈!”(清华大学自动化本科 W)

“上次打了一个晚上 WOW(魔兽世界,笔者注),到了凌晨 5 点钟终于把那个大 Boss 杀死了,还很高兴呢。突然想起来早上一、二节还有课,结果整个人就特悲剧,特别感到负罪感。(中国人民大学 B)

用于社会交往的媒介使用其特征有较大的个体差异性。根据格罗斯和盖博的青少年因特网使用与幸福感研究,只有现实中比较孤独的青少年才会在网络的社交平台上表现得比较活跃。我们的访谈中,却不乏现实中和虚拟社区都较活跃的个体。社交网络基本上被视为现实人际交往的有益补充形式,在情感联络、友谊维持、多元关系组合、自我满足与实现方面都有正面作用。另一方面,与娱乐、消遣功用类似,过多沉迷于虚拟现实的社会交往往往会导致个体产生“负罪”或“空虚”等负面情绪,事后降低主观幸福感。

“我之所以使用人人网是因为周围的人都用,随大流,防止被周围的同学排斥在圈子之外,也可以说成一种无形的压力,但是确实浪费时间,有时候很产生负罪感,还需要提高自我控制力。”(清华大学新闻学本科 L)

与人人网、开心网等 SNS 网站稍有不同,微博实际上是以“粉丝——名人”为主导网络结构,用户之间彼此相对陌生,且基于社交目的的互动较少,但由于微博中大量的“桥节点”充当了突破熟人社会界限的中介者,其在信息转发、传递与交换上较频繁,有利于形成更大范围的信息网络。被访者通过微博使用,及时了解了名人的最新动向,同时又获取了较报纸等传统媒介更为即时的信息。

“我认为微博同时也可以找到兴趣相同的新朋友和名人,可以扩大交际圈,还可以获得更多的信息!使用微博是朋友介绍使用,然后自己也比较喜欢。”“我特别喜欢评论,一上微博就加了 @笑蜀、@莫之许、@于建嵘等人的微博,可以每天动态更新言论。对了,还有就是 @小 s,我是‘康熙控’。”(娱乐节目《康熙来了》,笔者注)(清华大学新闻学院本科 L)

媒介使用的信息获取是维持人们与外部世界联系的重要指标,亦是专业人士的职业需求,在象征性层面信息(知识)还是一种文化资本,这种文化资本不仅是生存技能,更重要的是,它是向其他场域如经济(资产收入)、社会(关系网络)流通或竞争的惯习资源。作为场域中的日常生活实践,信息获取是现代人必要的身份性资源,是一种高度社会化的行为,对个体的主观幸福感并没有显著影响。

“最近在报社实习,每天要关注一些财经和房产方面的信息和知识,以前我从来都不会去关注什么道琼斯指数啊、沪深指数,现在也算是半个内行了,偶尔还可以作为‘谈资’。”(北京外国语大学 G)

## 2. 社会比较与阶层想象

早期的社会比较理论强调对比结果,即个人与周围人比较,如果自己优于别人则感到幸福。社会比较的结果取决于个人的人格特质与他人情况两个因子。早期的社会比较多发生在熟人社会(亲属、邻里),强连带语境高,参照系对比范围有限,个体可见差异程度较小,其心

理落差(冲击)较小。媒介使用的介入使得人们与更广阔的社会现实发生勾连,社会比较的参照镜由熟人社会扩展到陌生人社会,网络弱连带效应凸显,个体可见差异度增大,心理落差(冲击)放大。媒介拥有情况一定程度上决定了信息结构的封闭与开放性,传统社会的封闭性结构带来某种稳定和平静,这种信息对比是显性的,相对而言,熟人社会的信息传播其冲击力较小。受访者普遍认为网络给他打开了新的世界,媒介使用前后的经历差异对其看待社会的视角产生了很大的影响。

“我高中时候都不上网,那时候甚至连电视上常说的“万维网”、“因特网”都搞不明白,那时候我只看看电视,和周围同学走得比较近,大家的喜好都差不多。上了大学上了网才发现世界那么多元,好多新鲜的玩意儿自己都没尝试过,很羡慕那些人。”(中国人民大学经济管理学院研究生 B)

视角上的扩展是媒介使用不尽然对个体的主观幸福感产生影响,使用内容和使用权度的差别却会对主观幸福感产生很大影响。个体的社会对比往往从具体的人(身边同学或朋友)发展到某一个阶层或群体对比。按照美国学者杰克曼的定义,主观阶层认同“即个人对自己在社会阶层结构中所处位置的综合判断”。<sup>⑩</sup>人们在社会转型时期生活机遇的变化,尤其是社会经济地位的相对变动,相对于人们所处的客观阶层地位来说,对阶级认知的差异会有更大的解释力。

“每次看到网络上关于富二代、官二代的富家小姐一掷千金或者某个时尚达人又去国外血拼、旅游神马的,觉得人家的生活多风光啊。”(北京联合大学电子商务系本科 W)。

那么,新媒体采纳和使用是否以及如何影响社会成员对自己在中国这样日益分化的社会之中位置的感知与评价?媒介呈现的拟态环境是否会加剧大学生群体的阶层认知显著度?刘欣认为<sup>⑪</sup>,当人们与自己所处社会环境中的其他成员相比较,在经济、权力、文化等资源的占有上沦入相对剥夺地位时,会倾向于作出社会不平等的判断。而 Nee 的研究发现,“受教育水平低的人比受教育水平高的人更有可能认为社会是分层的”<sup>⑫</sup>,这与我们的访谈结果有较大出入。戴维斯·弗莱德曼的研究则在一定程度上解释了这个现象,即为何名校大学生反而更倾向于社会分层加剧。他们的研究发现<sup>⑬</sup>,年轻人比年长者更有可能认为社会是分层的。社会的各种报酬的分配有论资排辈的倾向,福利性资源都偏向年长者,年轻人更容易处于相对剥夺地位,更有可能认为社会是分层的。

由此可见,媒介信息通过“标签”、“渲染”某个社会群体特别是有关高层生活体验,消费想象以及暗示转型社会阶层分化的提示信息,容易导致受众产生“相对剥离感”,在社会对比中产生“认知弱势”幻想,降低主观幸福感体验。媒介呈现的新闻框架也往往采取策略性迂回立场,特别是表现党和政府对弱势群体的关爱以及边缘群体的生活境况特写。受众接收到此类信息时,可能会产生下移关怀,形成自己处于较高阶层的认同,提升主观幸福感。

### 3. 社会整合与认同调适

社会整合(社会凝聚)是大众传播媒介重要的功能。大众媒介通过“在地经验”促成地方共同体,形成民族主义想象,通过爱国主义、社会凝合形成较为一致的国家认同。社会认同包含了社会周围的信任和归属感,国家认同则不仅能够诠释社会凝聚力的个体间的心理联系,也是社会凝聚力的实践目标之一。

“08年的时候看奥运会开幕式,当时我们全家都全程把节目看完了,心情特别激动,北京终于圆梦了,中国终于办奥运了,晚上睡不着觉还拉着饼干(小狗)出去逛街。”(清华大学英语本科 L)

改革开放 30 多年,随着经济与社会的发展,中国的民族国家认同在外部性上逐渐增高。关于中国崛起、中国模式的论证和探讨从侧面印证了共同体想象的逐步自信。在一系列媒体关于国家话语的宏观叙事中,如奥运会、世博会、国庆 60 周年阅兵的报道中,加深了国家认同与新型国家形象的建构,甚至在汶川大地震、云南旱灾以及 3·14 西方不实报道、7·5 新疆事件中负面事件中,亦取得了一定的正向爱国主义情绪或社会凝聚。

值得注意的是,国家认同外部性具有相当局限性。随着转型深入带来的阶层分化,社会矛盾继续裂变,媒体报道的群体性事件裹挟社会失序想象,正在使国家认同产生微妙的变化。“总体性社会产生裂变,形成了新的国家—社会结构”<sup>⑩</sup>。关于断裂社会、失序社会、阶层对立等负面信息的曝光在一定程度上使公众内部性的国家认同感下降。实际上,对社会凝聚力和离心趋势的感知会直接显著地从负面影响到人们的民族主义国家认同和对城市共同体的信心和情感依附。

“相比于正面信息,失望和担心的负面信息对我刺激更大,因为这样的信息很影响社会发展,影响人民的生活状态。对于社会出路,我觉得理论上看上去很多,但是对每个人很少,只能选择一两条,很艰难。”(清华大学法学本科 Y)

国家认同的二元结构感知,会引发幸福感的某种应激变化。现代主观幸福感理论认为,社会整体环境(情境)尤为重要,人格特质对幸福感的影响可以被情境削弱或强化,因而其影响超出直接的主效应。媒介对社会整体环境的报道(想象)出现了复杂交织的两重性框架:一方面,有学者用跨民族主义来阐述当今中国大众传播媒介所实践的国家想象,这一认同经由民族主义话语与跨国进程的共谋得以达成。如媒介框架中多年较为一致的民族主义官方想象(春节联欢晚会、香港回归、国庆等)和中国作为崛起中的大国参与世界体系的身份想象,这是全球化进程中获取身份表述的路径之一。另一方面,媒介的在地报道,特别是地方性群体事件、热点事件正以网络参与的新民权方式消解着民族意义上的国家认同,引起了社会底层或弱势群体的民意反弹。公众通过大众媒体感知的社会印象包括信任缺失、道德滑坡、阶层板结,降低了国家认同感,增加了社会疏离感,个体主观幸福感受到社会整体环境感知判断影响。

“你随便打开人人网都是这种事情(负面信息,笔者注),什么尘肺病啊、宜黄强拆啊、复旦博士奔丧……有时候我会想为什么现在的社会这么不安全啊,整天要提心吊胆的。”(中国人民大学经济学院博士生 T)

## 五、讨论与启示

全媒体时代,新媒体技术已然成为人们日常生活不可或缺的必备工具。信息社会中,人们的媒介拥有程度和使用程度都与其生活质量密切相关。一方面,作为信息载体的技术路径,媒介形态与人们的感官比率、社会结构和人类思维方式直接勾连,技术本身成为一种现代文明的异化因素,技术成为超越主体建构的话语逻辑,媒介依赖便是技术(客体)异化的典型表征。技术路径入侵“生活世界”在无形中重构着人们的幸福感知。这些是技术哲学、批判学派对媒介与人之存在关系的沉思。

本文主要考察了大学生的媒介使用情况(媒介拥有与媒介内容)对其主观幸福感的影响,发现媒介使用通过三种路径影响大学生的主观幸福感。

第一,媒介使用对主观幸福感的直接联系即媒介的使用与满足路径,被访者会主动根据特定需求寻找某种媒介使用,从而提升主观幸福感。一方面大部分被访者将社会交往和休闲娱乐作为其媒介使用之首要目的,这种体验性或情感互动直接贡献于短期幸福感体验(快

乐、悲伤、兴奋、喜悦等);另一方面过度卷入主动媒介、沉迷虚拟现实往往会导致“负罪感”、“空虚感”等情绪反弹。信息获取是受访者主动使用媒介的又一方面,它往往是专业人士的职业需求,又是一种文化资本,是向其他场域如经济、社会流通或渗透的惯习资源。信息获取是现代入必要的身份性资源,是一种高度社会化的行为,对个体主观幸福感并没有显著影响。

第二,媒介使用作为中介变量与主观幸福感发生勾连即社会比较与阶层想象路径。早期的社会比较多发生在熟人社会,大学生媒介使用的介入则将其扩展到陌生人社会,网络弱连带效应增强,个体可见差异度增大,其心理落差放大。受访者透过媒介构建的主观现实的社会对比,往往从具体的人发展到某一阶层(群体)的对比。媒介通过“标签”、“渲染”某个社会群体特别是高阶层生活体验和阶层分化提示信息,容易导致受访者产生相对剥离感,降低主观幸福感体验。媒介呈现框架往往有一定的迂回性,视角下移则有利于提升主观幸福感。

第三,媒介与幸福感的深层隐性联系即媒介使用对于身份认同、民族国家等象征性资源的构建。大众传播媒介通过如“地方认同”、“国家认同”等象征性资源整合社会凝聚力。受访者认为中国的民族国家认同在外部性上逐渐增高,但随着社会矛盾的升华,内部性的国家认同感正在下降。媒介的跨民族主义阐述与在地负面报道的两重性框架,会引发幸福感的应激变化。受访者通过大众媒介感知的信任缺失、道德滑坡、阶层板结等信息会增加社会疏离感,消解共同体的信心和情感依附,影响主观幸福感质量。

#### 注:

- ① Elisheva F.Gross Jaana Juvonen and Shelly L.Gable. Internet Use and Well-Being in Adolescence. *Journal of Social Issues*, Vol.58, No.1, 2002, pp.75-90.
- ② Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, pp.1017-1032.
- ③ Turov, J. (1999, May 4). The Internet and the family: The view from the family, the view from the press. The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania.
- ④ 陆晔等.媒介使用与青少年闲暇生活——“离网离视”活动个案分析[J].新闻记者, 2006(4): 3-7.
- ⑤ 陆晔.媒介使用、社会凝聚力和国家认同——理论关系的经验检验[J].新闻大学, 2010(2): 14-22.
- ⑥ 周葆华.新媒体使用与主观阶层认同:理论阐释与实证检验[J].新闻大学, 2010(2): 29-40.
- ⑦ 孙纬.中国“新民主运动”中的媒介“社会动员”[J].新闻大学, 2008(4): 13-19.
- ⑧ Jaber F.Gubrium James A.Holstein (2001). *Handbook of interview research: context & method*. London: Sage publications. 13-26.
- ⑨ Thomas E.Ruggiero. Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, Vol.3, No. 1. (2000), pp.3-37.
- ⑩ Jackman, M.R., & Jackman, R. (1973). An Interpretation of the Relationship between Objective and Subjective Social Status. *American Sociological Review*, 3, 569-582.
- ⑪ 刘欣.相对剥夺地位与阶层认知[J].社会学研究, 2002(1): 21-35.
- ⑫ Nee, Victor (1991). Social inequalities in Reforming State Socialism: Between redistribution and markets in China. *American Sociological Review*, Vol.56.
- ⑬ Davis-Fridmann & Deborah 1985. Intergenerational Inequalities and the Chinese Revolution. *Modern China*, vol.11.
- ⑭ 朱学勤.公民意识:中国的困难与曲折[M].书斋里的革命,昆明:云南人们出版社, 2006: 328-343.

作者单位 清华大学新闻与传播学院、浙江大学传播研究所  
责任编辑 有明