

The Influence of Subjective Well-Being on Emotional Valence

—Evidence from Behavioral Experiment

Cui Zhou*, Jianjun Zhang, Boyu Qiu

School of Psychology, South China Normal University, Guangzhou Guangdong
Email: *20142903030@m.scnu.edu.cn

Received: Feb. 2nd, 2017; accepted: Feb. 18th, 2017; published: Feb. 22nd, 2017

Abstract

It's of high research significance to discuss the influence of subjective well-being on emotional valence. The subjective well-being questionnaire and behavioral experiment were applied to investigate the influence of individual subjective well-being on emotional valence. 100 participants took part in the research. The results are follows: 1) The subjective well-being was significantly related to the valence of all emotional stimulus and positive emotional stimulus. 2) The valence of all emotion and positive emotion were significantly different between different levels of subjective well-being. Individuals with high subjective well-beings performed better on the valence of all emotion and positive emotion than individuals with low subjective well-beings. Individuals with high subjective well-beings can better adapt to social situations, thus, higher sensitive about positive emotional stimulus, and better regulation about other emotional stimulus.

Keywords

Subjective Well-Being, Emotional Valence, Emotional Stimulus

主观幸福感对情绪效价的影响

—来自行为实验的证据

周 翠*, 张建军, 邱博宇

华南师范大学, 心理学院, 广东 广州
Email: *20142903030@m.scnu.edu.cn

收稿日期: 2017年2月2日; 录用日期: 2017年2月18日; 发布日期: 2017年2月22日

*通讯作者。

摘要

讨论主观幸福感对情绪效价的影响有重要的研究意义。本研究采用主观幸福感问卷和行为实验来探索不同个体主观幸福对情绪效价的影响。100名被试参与了研究,结果如下:1) 主观幸福感与总情绪刺激、正性刺激的效价均显著相关;2) 总情绪效价和正性效价在主观幸福感的不同水平下差异显著,高主观幸福感个体的总情绪效价和正性情绪效价显著高于低主观幸福感个体。主观幸福感高的个体有着更好的社会适应结果,在正性情绪刺激上能更敏感地进行感知,在其他情绪刺激上能够更好地进行调节。

关键词

主观幸福感, 情绪效价, 情绪刺激

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

幸福感是研究人类良好存在的实证科学,也是许多学者研究的重要内容。随着对幸福的研究逐步深入,学者对幸福的定义、结构、测量方法都提出了自己的观点,越来越多的学者进行了不同因子与幸福感的关系研究及将幸福感作为影响因子的影响研究。

主观幸福感是对生活满意和情绪状态的综合评价,与个人适应有密切关系(Diener et al., 1999),在对主观幸福感的研究中,已有研究证明主观幸福感与人际关系困扰、个人应激水平、价值观和健康状况有显著的相关(张灵 等, 2007; 辛自强, 池丽萍, 2001; 刘仁刚, 龚耀先, 2001; 张河川, 李润仙, 1998; 何璞, 2000)。

情绪效价指对情绪刺激类型及强度的感知,在本研究中主要指对情绪强度的感知。已有研究指出情绪效价与个体的演绎推理、词汇加工的优势效应和个体的趋避反应均存在影响(刘浩鑫, 孟宪璋, 2012; 朱丽萍, 袁加锦, 李红, 2011; 张晓雯, 禚宇明, 傅小兰, 2012)。

Sprenghelmeyer 和 Jentsch (2006)的研究指出给被试呈现不同类型的表情(愤怒、厌恶和恐惧)时,被试评定的情绪效价强度也有不同,王琳(2013)在综述中认为这种差异的产生与图片代表的社会意义有关联,而主观幸福感即是个人与社会适应的综合体现,因此本文希望通过实证研究探讨幸福感对情绪效价的影响,一方面可以探讨个人在社会适应中的结果能否导致情绪效价的变化,另一方面可以讨论除了 Sprenghelmeyer 和 Jentsch (2006)使用的负性情绪图片之外,使用正性、中性情绪的图片是否能够产生类似的影响。

2. 方法

2.1. 被试

被试为在校大学生 100 人,在心理学实验室进行团体实测,进行实验处理后删去无效问卷和无效行为实验结果,获得有效数据 89 组,其中女生有 65 人,男生有 24 人。

2.2. 材料

2.2.1. 主观幸福感问卷

主观幸福感问卷选择张灵等(2007)使用的问卷,主观幸福感有15个项目,有生活满意度、正性情感和负性情感三个维度,上述问卷被广泛用于各种研究,有多篇文章对其信效度进行了检验,发现其信效度良好。

2.2.2. 行为实验

本次实验利用 E-prime 随机呈现情绪性场景来诱发被试情绪,并要求被试报告其情绪效价(从 1~9 评分),系统自动记录被试的报告内容。实验流程如图 1。

实验中所使用的情绪性场景图片,都是来自中国情绪材料情感图片库(CAPS)。白露(2005)研究验证 CAPS 每张图片的各个维度的内部一致性、重测信度都十分可观,本研究使用 CAPS 正性、负性和中性图片各 15 张,具有较好的情绪唤起效果和实用性。

2.2.3. 数据处理

对数据进行预处理,删除实验数据中无反应时和反应时大于或小于两个标准差的数据。利用 SPSS 软件处理数据。

3. 结果

3.1. 主观幸福感各维度与情绪效价的相关

主观幸福感各维度与情绪刺激效价的相关系数如表 1。

主观幸福感与总情绪效价、正性刺激效价显著正相关,主观幸福感愈高的个体其总情绪效价、正性刺激效价愈高;主观幸福感分维度正性情感、生活满意度两者都只与正性刺激效价呈显著正相关,正性情感、生活满意度得分愈高,则其由正性刺激诱发的情绪效价愈高。

3.2. 不同主观幸福感下的个体情绪效价差异比较

不同主观幸福感下个体情绪效价的 t 检验结果及描述性统计结果如表 2。

总情绪效价显著,高主观幸福感个体的总情绪效价显著高于低主观幸福感个体的总情绪效价;正性刺激效价显著,高主观幸福感的个体对正性刺激的效价显著高于低主观幸福感的个体。

4. 讨论

相关分析显示总情绪效价、正性刺激效价与主观幸福感显著相关,而中性刺激效价、负性刺激效价无显著相关。出现这样的结果可能是由于情绪效价效应。情绪效价效应是指人脑对负性情绪刺激的效价变化非常敏感,而对正性刺激的效价变化相对不敏感,这是因为对负性刺激的效价变化敏感对个体的生存适应有重要价值。简言之,如果个体对于负性刺激感知不敏感,个体的生存将会受到威胁,为了个体更好的生存,个体必须对负性刺激有很强的感知力,要对于负性刺激的效价变化相当敏感。正是出于此种效应,致使个体的负性刺激效价更多的受其生理基础的影响,而幸福感的影响在统计结果上不显著,但总情绪效价、正性刺激效价受主观幸福感的影响显著。

高主观幸福感的个体其总情绪效价和正性刺激效价显著高于低主观幸福感的个体。总情绪效价显著受幸福感影响,其原因在于情绪效价中包含正性刺激效价、中性刺激效价和负性刺激效价,而中性刺激效价和负性刺激效价在不同幸福感水平下差异并不十分显著,但正性刺激效价在不同幸福感水平下差异显著。也即正是因为正性刺激效价的存在,总情绪效价在不同幸福感水平下的差异性才达到显著水平。



Figure 1. Procedure of behavioral experiment

图 1. 行为实验流程

Table 1. Correlation between subjective well-being and valence of emotional stimulus

表 1. 主观幸福感与情绪刺激效价的相关

	总情绪效价	正性刺激效价	中性刺激效价	负性刺激效价
主观幸福感	0.213*	0.302**	0.118	0.002
正性情感	0.193	0.301**	0.074	0.000
负性情感	0.046	0.120	-0.055	0.012
生活满意度	0.200	0.292**	0.09	0.012

注: ***代表 $p < 0.001$, **代表 $p < 0.01$, *代表 $p < 0.05$ 。

Table 2. Results of difference test and descriptive statistics on emotional valence under different subjective well-being

表 2. 不同主观幸福感下情绪效价的差异检验结果及描述性结果

	主观幸福感	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i> 值	η^2
总情绪效价	低	4.8721	0.38542	-2.098*	0.060
	高	5.1500	0.52207		
正性刺激效价	低	6.395	0.75261	-3.096**	0.112
	高	7.0421	0.69442		
中性刺激效价	低	4.9788	0.55028	-1.158	0.025
	高	5.1671	0.57639		
负性刺激效价	低	3.2446	0.38163	0.016	0.015
	高	3.2421	0.67517		

总而言之, 主观幸福感高的个体有着更好的社会适应结果, 在正性情绪刺激上能更敏感地进行感知, 因此在正性情绪效价上差异显著; 而在其他情绪刺激上能够更好地进行调节, 不会对中性或负性刺激过于敏感, 因此在中性和负性情绪效价上差异不显著。

5. 总结

本研究的主要结果是: 主观幸福感与总情绪效价、正性刺激效价显著相关, 而与中性刺激效价、负性刺激效价相关不显著; 总情绪效价和正性情绪效价在主观幸福感的不同水平下差异显著, 且高幸福感的个体其总情绪效价、正性刺激效价显著高于低幸福感的个体; 中性刺激效价和负性刺激效价在三种幸福感的不同水平下差异都不显著。

本研究的主要结论是: 主观幸福感高的个体有着更好的社会适应结果, 在正性情绪刺激上能更敏感地进行感知, 在其他情绪刺激上能够更好地进行调节。

参考文献 (References)

白露, 马慧, 黄宇霞, 罗跃嘉(2005). 中国情绪图片系统的编制, 在 46 名中国大学生中的试用. *中国心理卫生杂志*, 19(11), 719-722.

- 何瑛(2000). 重庆大学生主观幸福感状况及其影响因素. *重庆师专学报*, 2, 35-38.
- 刘浩鑫, 孟宪璋(2012). 情绪效价及强度对演绎推理的影响. *中国临床心理学杂志*, 20(5), 635-638.
- 刘仁刚, 龚耀先(2001). 老年人主观幸福感与应激水平的相关性研究. *中国心理卫生杂志*, 15(1), 28-30.
- 王琳(2013). 情绪负性偏向及负情绪效价强度效应的研究综述. *科教导刊*, 2, 205-205.
- 辛自强, 池丽萍(2001). 快乐感与社会支持的关系. *心理学报*, 33(5), 442-447.
- 张河川, 李润仙(1998). 中年教师心身健康与主观幸福感的相关分析. *中国健康教育*, 3, 13-16.
- 张灵, 郑雪, 严标宾, 温娟娟, 石艳彩(2007). 大学生人际关系困扰与主观幸福感的关系研究. *心理发展与教育*, 23(2), 116-121.
- 张晓雯, 禰宇明, 傅小兰(2012). 情绪效价对趋避反应的作用. *心理科学进展*, 20(7), 1023-1030.
- 朱丽萍, 袁加锦, 李红(2011). 情绪效价及强度对词汇加工的影响. *心理科学*, 2, 284-288.
- Diener, Ed., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Sprenghelmeyer, R., & Jentsch, I. (2006). Event Related Potentials and the Perception of Intensity in Facial Expressions. *Neuropsychologia*, 44, 2899-2906. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2006.06.020>

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ap@hanspub.org