

“抑郁公关”的心理影响机制：网络道德情感

牛梓瑜, 许泳晴, 边鲁丽, 苑媛

中央财经大学社会与心理学院心理学系, 北京

收稿日期: 2023年3月29日; 录用日期: 2023年5月23日; 发布日期: 2023年5月30日

摘要

抑郁公关是随着互联网的大规模覆盖和普及而新兴的一种公关手段。为了考察抑郁公关得以奏效的心理机制, 本文以社会公众为被试, 采用问卷法与实验法, 通过两个子研究先后测量144名与171名被试对不同网络群体的道德情感及在不同群体类型下对负面信息的接受程度, 并进行相关分析。结果表明, 社会公众对抑郁症群体与非抑郁症群体的网络道德情感存在差异, 对于抑郁症群体有着更高的网络道德情感; 网络道德情感是抑郁公关能够奏效的重要心理机制。

关键词

抑郁公关, 网络道德情感, 网络责任感, 心理影响机制

The Psychological Influence Mechanism of “Depression Public Relation”: Network Moral Emotion

Ziyu Niu, Yongqing Xu, Luli Bian, Yuan Yuan

Department of Psychology at School of Sociology and Psychology, Central University of Finance and Economics, Beijing

Received: Mar. 29th, 2023; accepted: May 23rd, 2023; published: May 30th, 2023

Abstract

Depression public relations are new public relations mean that has emerged with the massive reach and popularity of the Internet. In order to investigate the psychological mechanisms that make depression public relations effective, this research uses questionnaires and experimental methods to measure the moral feelings of 144 and 171 subjects towards different online groups and their acceptance of negative information under different group types, and conducts correla-

tion analysis. The results show that there are differences in the public's online moral feelings towards depressed groups and non-depressed groups, with higher online moral feelings towards depressed groups, which means online moral feelings are an important psychological mechanism for the effectiveness of depression public relations.

Keywords

Depression Public Relations, Moral Emotion, Network Moral Emotion, Psychological Mechanism

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

随着互联网的大规模覆盖与普及,网络已经成为人们接触和了解社会的重要手段。与此同时,网络舆论也成为新闻与公关的新一轮战场(张志安,晏齐宏,2016),抢占舆论阵地、把握舆论风向成为控制网络新闻的全新手段。同时,越来越多的不良公关手段被用来进行舆论操控,塑造能够使公众人物处于更高地位的舆论环境(黄迎新,窦佳乐,2017)。抑郁公关就是在这样的背景下产生的一种公关手段。

抑郁公关是由“抑郁”与“公关”两部分组成的合成名词。抑郁(Depression),是临床心理学领域的一个重要概念。抑郁症是一种有明确诊断标准的心境障碍,属于疾病范畴。公关,全称公共关系(Public Relations),是指某一社会组织同构成其生存环境、影响其生存与发展的那部分公众的一种社会关系。如今我们常说的“公关”更倾向于组织对危机中相关公众信息传播行为的实施(景庆虹,2014),也称“危机公关”。综合“抑郁”与“公关”两方面概念的定义,抑郁公关指的是公司或个体(通常具有一定的影响力)公开表明其确实存在或未真实存在抑郁症等相关心理疾病,并以此为公关手段,借以进行个人形象管理、化解公共关系危机、减少或消除社会公众的消极评价。虽然以往尚未有研究直接针对抑郁公关进行探究,但对于公众在网络中的行为及心理分析已有诸多结果,个体的网络道德情感是其背后心理机制可能存在的影响因素。

道德情感(Moral Emotions),是指在人类的情感系统中,能够在特定条件下增进人们对他人和社会的道德义务的一种情感(郑信军等,2009)。网络道德情感则是网络主体对遵守网络道德言行的喜爱以及对违反网络道德言行的厌恶(章淑贞,2010)。作为一种复杂的情感合集,道德情感在公关过程中发挥着重要作用,个体在网络上的道德表现大致符合其在现实中的道德表现(马晓辉,雷雳,2010)。对于道德情感的影响,有研究显示,道德认同与道德情感之间存在显著相关,个体的道德认同受到道德情感的影响(Lefebvre & Krettenauer, 2019)。而道德认同能够调节道德两难困境中个体的道义主义判断与利他行为之间的关系(Xu & Ma, 2016),且能够促进个体的亲社会行为和网络利他行为(赵倩,2018; Leng et al., 2020)。

以往鲜有前人以实证方式研究、探讨抑郁公关的心理影响机制及其作用。因此,本研究将以网络道德情感为切入点,以双加工理论和情绪信息理论为基本框架,通过两项子研究重点探索抑郁公关得以成功的潜在原因及心理影响机制。为了探讨社会公众对抑郁症群体、非抑郁症群体的网络道德情感有何不同,我们提出假设 1:社会公众对抑郁症群体和非抑郁症群体的网络道德情感存在差异;并在此基础上提出假设 2:抑郁公关能够提高个体的网络道德情感,且网络道德情感对个体负面信息接受程度的提高起正向作用。

2. 研究一：社会公众对不同群体的网络道德情感差异

2.1. 研究对象

本研究对象为社会公众，采用网络平台招募被试。通过平台发放问卷 180 份，回收有效问卷 144 份，问卷有效回收率 80%。经过 G-power 软件检验，被试量具有统计效力。其中，男性 60 人，女性 84 人。年龄集中在 18~25 岁，占比 59.03%。教育水平方面，大学本科以下占比 13.2%，大学本科占比 73.61%，研究生及以上占比 13.2%。

2.2. 研究工具

采用潘玮琳(2014)所编制的《大学生网络道德情感问卷》，并结合现实情况对问卷题目表述进行适当调整(调整一些在现实中不适用或有所改变的现象)。如：将“在 QQ 聊天/盗取他人 QQ 密码”替换为“在网络聊天/盗取他人账户密码”等。问卷共 35 个条目，包括网络羞愧感、网络责任感和网络移情三个维度，采用 1~5 点评分(1 = “很不符合”，5 = “非常符合”)，内部一致性系数为 0.88，三个维度的 Cronbach's α 系数均在 0.75 以上，问卷具有良好的信效度。

2.3. 实验设计

研究采用被试间实验设计，自变量为群体类型(抑郁症群体/非抑郁症群体)，因变量为被试的网络道德情感，控制变量有被试的性别、年龄、受教育程度等。

本次数据收集采用网络问卷形式。被试阅读完指导语后依次填写人口学信息；随后被随机分为两组(非抑郁症群体有效数据 74 份，抑郁症群体有效数据 70 份)，分别给被试呈现两种不同群体的图片，并通过言语表述让被试面对不同的群体类型，在此基础上填写《大学生网络道德情感问卷》。

2.4. 结果

2.4.1. 不同群体网络道德情感的相关性分析

经描述统计及相关性分析得出数据结果可验证研究假设 1，结果如表 1 所示。其中，学历与个体的网络道德情感总分及三个维度(网络羞耻感、网络责任感、网络移情)存在显著正相关；网络羞耻感与网络责任感、网络移情、网络道德情感总分存在显著正相关；网络责任感与网络移情、网络道德情感总分存在显著正相关；网络移情与网络道德情感总分存在显著正相关。

在控制人口学变量的情况下，分别做网络羞耻感、网络责任感和网络移情关于网络道德情感总分的回归。结果表明，网络移情对网络道德情感总分的解释率最大($\beta = 29.13$, $SE = 1.09$, $R^2_{adj} = 0.83$, $p < 0.001$)，其次是网络责任感($\beta = 24.81$, $SE = 1.10$, $R^2_{adj} = 0.78$, $p < 0.001$)，最后是网络羞耻感($\beta = 29.01$, $SE = 1.38$, $R^2_{adj} = 0.76$, $p < 0.001$)。

Table 1. Descriptive statistics and correlation analysis of moral emotions on the Internet ($N = 144$)

表 1. 网络道德情感描述统计与相关性分析($N = 144$)

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
1) 性别	1.58	0.50								
2) 年龄	2.63	0.89	—							
3) 学历	5.90	0.84	0.05	−0.33**						
4) 平均月收入	2.40	0.93	−0.14	0.42**	0.08					

Continued

5) 网络羞耻感	3.92	0.42	-0.05	-0.11	0.31**	-0.02			
6) 网络责任感	3.88	0.50	-0.02	-0.01	0.21*	0.07	0.65**		
7) 网络移情	3.88	0.44	-0.06	-0.09	0.35**	0.02	0.69**	0.73**	
8) 网络道德情感总分	136.21	14.10	-0.05	-0.08	0.33**	0.02	0.87**	0.89**	0.91**

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ 。

2.4.2. 不同群体的网络道德情感差异分析

对实验数据执行独立样本 t 检验, 以群体类型(非抑郁症群体/抑郁症群体)为自变量, 网络道德情感为因变量。结果显示, 非抑郁症群体下个体的网络道德情感总分($M = 132.47, SD = 16.34$)显著低于抑郁症群体下个体的网络道德情感总分($M = 140.17, SD = 9.82$), $t(120.81) = -3.45, p < 0.05, d = 0.60, 95\%CI = [-12.12, -3.28]$ 。针对网络道德情感的不同维度进行分析, 非抑郁症群体下个体的网络羞耻感均分($M = 3.81, SD = 0.48$)显著低于抑郁症群体下个体的网络羞耻感均分($M = 4.03, SD = 0.31$), $t(124.14) = -3.29, p < 0.05, d = 0.54, 95\%CI = [-0.35, -0.09]$; 非抑郁症群体下个体的网络责任感均分($M = 3.77, SD = 0.56$)显著低于抑郁症群体下个体的网络责任感均分($M = 3.99, SD = 0.41$), $t(142) = -2.67, p < 0.05, d = 0.45, 95\%CI = [-0.38, -0.06]$; 非抑郁症群体下个体的网络移情均分($M = 3.77, SD = 0.49$)显著低于抑郁症群体下个体的网络移情均分($M = 3.99, SD = 0.36$), $t(133.65) = -3.11, p < 0.05, d = 0.51, 95\%CI = [-0.36, -0.08]$ 。由此可见, 社会公众对抑郁症群体与非抑郁症群体的网络道德情感存在差异, 对于抑郁症群体有着更高的网络道德情感。

3. 研究二：抑郁公关影响社会公众的网络道德情感

3.1. 研究对象

本研究对象为社会公众, 采用网络平台招募被试。通过平台发放问卷 200 份, 回收有效问卷 171 份, 问卷有效回收率 85.5%。经过 G-power 软件检验, 并控制年龄、学历等人口学变量, 被试量具有统计效力。其中, 男性 52 人, 女性 119 人, 平均年龄 $M = 29.4$, 标准差 $SD = 7.697$ 。教育水平方面, 大学本科以下占比 22.8%, 大学本科(占比 69.0%), 研究生及以上(占比 8.1%)。

3.2. 研究工具

采用根据网络新闻及各类公关案例汇总而成的自编文字材料用于实验。公关文字材料分为普通公关材料(仅就问题行为道歉)和抑郁公关材料(强调该公众人物患有抑郁症)两种, 其中普通公关材料为: “很抱歉占用了公共资源, 在这里, 我要为自己在过去数月的行为向大家致以深刻、诚挚的歉意, 我充分意识到了自己的行为给社会、给粉丝们带来的不良影响, 没有正确履行作为公众人物的义务和责任, 为喜欢我的人起到正向的作用是我的失职, 我将会对此进行深刻反省, 并在今后更加规范自己的言行举止, 时刻谨记自己公众人物的身份。”; 抑郁公关材料为: “很抱歉占用了公共资源。在过去的一年里, 我一直处于失落、焦虑和无助中, 感觉自己的人生失去了方向。数月前, 我确诊了抑郁症, 每天都生活在消极情绪中。我知道自己过去数月的行为实属不该, 在这里要向大家致以深刻的歉意。同时, 我也将继续配合医生的治疗, 争取早日治愈自己的抑郁症, 更好地履行作为公众人物的义务和责任。”。两份材料总体字数、行文逻辑等均完全一致。

《大学生网络道德情感问卷》与研究一相同。

3.3. 实验设计

研究采用被试间实验设计, 自变量为个体的网络道德情感, 因变量为被试个体对负面信息的接受程度, 控制变量有被试的年龄、情绪、受教育程度等。

本次数据收集采用网络问卷形式, 被试阅读完指导语后依次填写人口学信息, 随后在电脑屏幕上向被试呈现一位公众人物的负性信息文字材料, 并让被试报告其对此公众人物负面信息的接受程度。

随后被试随机分为两组, 在电脑屏幕上向被试呈现针对该公众人物的不同公关材料。一组(控制组)阅读普通公关材料, 另一组(实验组)阅读抑郁公关材料。确保被试充分阅读理解材料内容后, 要求被试填写《大学生网络道德情感问卷》。最后再次向被试呈现该公众人物的负面信息, 并让被试报告此时对这一公众人物负面信息的接受程度。

3.4. 结果

3.4.1. 公关材料类型、网络道德情感和负面信息接受程度的相关分析

对研究 2 所涉及到的变量进行描述统计, 并对可能影响网络道德情感的人口学因素进行相关性分析, 结果如表 2 所示。在本研究中, 将平均月收入替换为主观家庭经济地位, 发现其与网络道德情感总分及网络责任感维度呈显著正相关($r = 0.16, p < 0.05$; $r = 0.17, p < 0.05$)。对可能影响负面信息接受程度的因素进行相关性分析, 发现被试网络责任感维度与其负面信息接受程度呈显著负相关($r = -0.19, p < 0.05$)。学历与网络道德情感总分及三个维度(网络羞耻感、网络责任感、网络移情)均无显著相关性。

Table 2. Descriptive statistics and correlation analysis of individual network moral emotion under different types of public relations materials ($N = 171$)

表 2. 不同公关材料类型下个体网络道德情感的描述统计与相关性分析($N = 171$)

		1	2	3	4	接受程度 1	接受程度 2
组别	普通公关材料($n = 85$)	3.76	3.81	3.74	131.78	3.81	4.47
	抑郁公关材料($n = 86$)	3.84	3.93	3.88	140.17	3.02	4.80
	性别	-0.01	0.17*	0.09	0.09	-0.05	-
	年龄	-0.02	0.01	0.03	0.01	0.08	-
	学历	0.03	0.09	0.10	0.08	0.08	-
	主观家庭经济地位	0.11	0.17*	0.14	0.16*	0.05	-
	1) 网络羞耻感	/	-	-	-	-0.08	-
	2) 网络责任感	0.70**	/	-	-	-0.19*	-
	3) 网络移情	0.73**	0.75**	/	-	-0.08	-
	4) 网络道德情感总分	0.90**	0.89**	0.92**	/	-0.13	-
	<i>M</i>	3.80	3.87	3.81	133.78	3.42	-
	<i>SD</i>	0.47	0.46	0.45	14.64	1.80	-

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$; 接受程度为个体对负面信息的接受程度, 1 为前测, 2 为后测。

3.4.2. 公关材料类型、网络道德情感和负面信息接受程度的差异分析

对实验数据执行独立样本 t 检验, 以公关材料类型(普通公关材料/抑郁公关材料)为自变量, 网络道德情感及负面信息接受程度为因变量。结果验证了研究 2 的假设: 对不同公关材料类型, 网络道德情感存在差异。普通公关材料下, 网络道德情感总分($M = 131.78, SD = 15.91$)低于抑郁公关材料下的网络道德情感总

分($M = 135.77, SD = 13.06$), $t(162.11) = -1.79, p = 0.08$ 。针对网络道德情感的不同维度进行分析, 普通公关材料下个体的网络移情均分($M = 3.74, SD = 0.48$)显著低于抑郁公关材料下个体的网络移情均分($M = 3.88, SD = 0.41$), $t(169) = -2.10, p < 0.05, d = 0.31, 95\%CI = [-0.28, -0.01]$; 另外两个维度均不显著。

对于不同的公关材料类型, 个体的接受程度提高值的差异显著。普通公关材料下的接受程度提高值($M = 0.66, SD = 1.77$)显著低于抑郁公关材料下个体对负面信息的接受程度提高值($M = 1.78, SD = 1.51$), $t(169) = -4.45, p < 0.001, d = 0.68, 95\%CI = [-1.62, -0.62]$, 公众更容易接受在抑郁公关材料下的负面信息。

3.4.3. 公关材料类型、网络道德情感和负面信息接受程度的中介检验

通过回归分析发现, 公关材料类型对个体网络道德情感的网络移情维度有显著正向预测作用($B = 0.15, t = 2.13, p < 0.05, 95\%CI = [0.01, 0.28]$), 但对于个体网络道德情感总分及其他两个维度(网络羞耻感、网络责任感)的预测作用并不显著。个体网络道德情感的网络责任感维度对个体负面信息接受程度的提高起到显著正向预测作用($B = 0.58, t = 2.14, p < 0.05, 95\%CI = [0.04, 1.12]$), 而个体的网络道德情感总分及其他两个维度(网络羞耻感、网络移情)对个体负面信息接受程度的提高预测作用不显著。

以公关材料类型(普通公关材料/抑郁公关材料)为自变量, 个体的网络道德情感总分及各维度均分为中间变量, 对负面信息接受程度的提高值为因变量, 通过 SPSS 的 Process 插件对可能有助于分析公关材料类型、网络道德情感和负面信息接受程度的中介作用进行探究。结果显示, 个体网络道德情感中的网络责任感在材料类型对个体负面信息接受程度的影响中起中介作用, 如图 1 所示, $Boot SE = 0.06, \beta = 0.07, p < 0.001, 95\%CI = [0.00, 0.24]$ 。

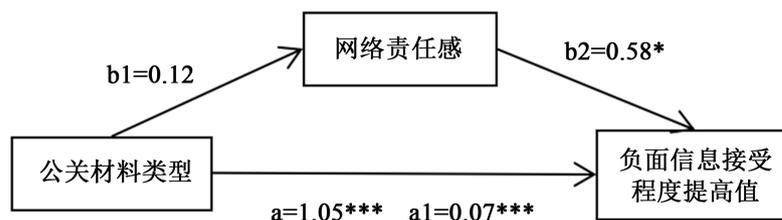


Figure 1. The mediating role of network responsibility in the relationship between the type of public relations materials and the increase in the acceptability of negative information

图 1. 网络责任感在公关材料类型与负面信息接受度提高值间的中介作用

4. 讨论

4.1. 不同群体与不同公关材料类型下的网络道德情感差异

双加工理论指出, 个体对于所交往群体的道义主义判断, 受到情绪因素特别是道德情绪的驱使 (Greene, 2007), 因此以同情动员为核心的网络公关手段, 能够引发广大民众的情感共鸣, 进而扩大事件的舆论影响力(何飞, 2019)。针对抑郁症群体, 公众通常会产生“怜悯心理”, 并受到焦虑心理、共情心理以及群体极化等的影响而产生不同的情感体验和行为方式(翟永威, 2018), 集中体现为更高的网络道德情感, 进而推动网络社会形成不同的舆论环境。

对不同公关材料类型, 个体的接受程度提高值的差异显著, 普通公关材料下的接受程度提高值显著低于抑郁公关材料下的接受程度提高值。这与 Walter 和 Redlaws 在 2021 年所发现的由政治认同引发的道德现象相似, 当个体对于公关材料所描述的抑郁个体或群体产生认同时, 其对于该个体或群体的接受程度也将有所提升。

莫雷与冷英(2005)在文本阅读的双加工理论基础上提出, 所阅读的文本信息如果具有明确的因果关系, 就会自动引发阅读焦点, 使随后的阅读过程成为焦点加工的过程, 而抑郁公关材料的焦点就是“抑

郁症”。通过文字的形式启动个体关于“抑郁症”的概念，将会使个体的认知聚焦于此，对信息的处理均建立在对方是抑郁症患者的基础上，从而提高其网络道德情感。这从侧面证明了公关对于网络舆论操纵的可行性，公关文字的启动方式也在研究2中得以验证。

根据双加工理论，在道德判断中，个体的认知与情绪过程同时存在，且彼此间存在竞争，其中道义判断主要受情绪过程驱动，而结果判断更多受认知过程驱动(邱俊杰, 张锋, 2015)。由于网络中对于抑郁症的报道通常都与自杀等个体负面行为挂钩，因此公众对于抑郁症群体很容易形成认知偏差，同时情感上又存在“怜悯心理”，不论是从道义判断还是结果判断的视角，其都会对抑郁症群体有较高的接受度。李明晖和饶俐琳(2017)补充了解释水平可能在情绪与认知过程中对个体的道德判断产生影响。当有信息表明是“抑郁症”导致了不道德行为的产生，个体对其的道德判断可能会处于高解释水平的抽象表征，从而更容易与抑郁症患者整体相联系，对不道德行为的接受程度提高。

社会公众对于抑郁症群体有着更高的网络道德情感。这主要是因为在网络社会中，人们与抑郁症群体产生交集时会有更高的羞耻感和责任感，从而产生更多的移情。这符合前人的研究结果与大众的普遍认知，即个体会对于心理疾病群体报以更宽容、支持的态度与行为方式(马超, 2017; Cohen et al., 2011; Olapegba, 2010)。

郭迪和李彩娜(2020)对主观社会经济地位与个体道德行为间的关系进行了探究，发现低主观社会经济地位的被试更可能做出不道德(欺骗)行为，而高主观社会经济地位被试的道德行为更稳定。

个体的学历越高，其网络道德情感越强。这符合前人的研究结果，即学历越高的个体其共情能力越强(朱宏锐等, 2016)。许胜男(2015)的研究发现学历在社交网站对个体道德心理的影响中具有显著作用，并认为本科生的道德认知更容易受到外界(尤其是网络社会)的影响，而本研究的被试群体大部分为本科生。网络社会对于抑郁症群体的普遍包容态度，使得高学历个体具有更高的网络道德情感。这一结论对于更高或更低层次学历是否具有普遍性仍需未来进一步探究。

4.2. 网络责任感在公关材料类型和负面信息接受程度之间的中介作用

抑郁公关材料能够提高个体对于特定群体或个体的网络道德情感，尤其是网络移情。情绪信息理论证明了情绪本身具有的社会信息价值(刘小禹, 付静宇, 2022)，因此，抑郁公关材料这类具有能够给个体带来情绪体验的信息将占用个体更多的注意资源，从而取得比普通公关材料更明显的效果。公关材料能够提高社会公众对于公关主体的同情，而抑郁公关的提升效果更为显著，这从实证角度证明了以同情动员为核心的网络公关手段的作用(何飞, 2019)。

抑郁公关材料还能够显著提高个体对于相同的负面信息的接受程度，从而使抑郁公关的手段得以产生效果。研究发现情绪类别对于个体的道德判断具有不同的影响，在积极情绪下，个体道德判断的严苛性将显著降低(李铜, 2020)，而抑郁公关材料可以给个体带来更显著的积极情绪体验。这一现象从情绪认知角度能够得到解释：Fredrickson (2001)认为，积极情绪会使个体的注意范围扩展，更关注整体的信息，近年来的研究证明这一注意现象还会受到性别、动机等因素的影响(柴江霞, 赵笑梅, 2015; 王振宏等, 2013)。同时，相较于普通公关，抑郁公关确实能够更显著地提高个体对负面信息的接受程度，利用个体对于心理疾病群体更为宽容、支持的态度与行为方式的公关手段取得的效果显然更加有效(马超, 2017; Cohen et al., 2011; Olapegba, 2010)。

网络道德情感中的网络责任感在材料类型对个体负面信息接受程度的影响中存在中介作用。这与前人的研究结果相似，即道德情感在道德认知与道德行为间存在中介作用(许胜男, 2015)。同时，有学者通过研究指出，网络道德情感中的网络责任感在网络利他行为和道德判断力中起部分中介作用(李林育, 2016)，这与本文研究结果相似，不同的网络责任感间接影响个体对负面信息的接受程度。道德情感中的网络责任感在网络社会的活跃用户主体以新生代青年为主，魏进平等(2016)学者的研究结果显示，当代大学生的社会责任感

总体处于较高水平；但“知行脱节”与“知行倒挂”等现象的持续存在，导致近年来大学生主体的社会责任感知出现“稳中有降”的总体趋势(马莉, 王旭, 2020)。这一变化趋势能够解释网络责任感在中介作用中会降低公关材料对个体负面信息接受程度的影响, 这种类似“消解”的现象同样需要引起重视。比对所有数据分析的结果可知, 大多不显著的结果其效应值处于 0.05~0.10 之间, 这可能是受到样本量以及取样平台限制的结果。因此, 网络道德情感是抑郁公关能够奏效的重要心理机制有必然的价值性, 有待进一步的探究。

与预期有所不同的是, 网络道德情感中的网络责任感作为中介变量时, 抑郁公关材料对个体负面信息接受程度影响的效应量有所降低。这也是本研究在问题提出阶段所提到的抑郁公关所带来的负面影响的集中体现, 被称为“同情消解现象”。近年来, 由于类似抑郁公关的手段在网络社会层出不穷, 利用公众对于抑郁症等弱势群体的天然偏向作为舆论公关的武器, 导致公众对于抑郁症这类心理健康问题的信任程度有所下降, 甚至对抑郁症患者出现“逆反心理”, 对其帮助意愿降低。钱逸倩等(2015)学者曾经报告过居民针对流浪乞讨现象所产生的社会同情心消解的现象, 而网络社会与现实社会具有高度的相似性, 且其高效的信息传播与特殊的匿名环境, 更容易推动这一现象更迅速地出现于网络社会。如何从网络道德情感方向对这一负面现象进行“修复”同样具有研究价值。

4.3. 研究意义与理论贡献

本研究在理论层面对公共材料类型、网络道德情感中的网络责任感、负面信息接受程度之间的关系进行了探讨和验证, 通过证实公关材料类型对社会公众负面信息接受程度的影响路径, 一定程度上考察了“抑郁公关”能够奏效的心理影响机制, 为维护健康的网络公共环境提供一定的理论指导和数据支持。同时, 进一步验证并支持了双加工理论和情绪信息理论。例如, 为了提高社会公众对“抑郁公关”的识别能力及网络环境的健康度, 公关媒体可以通过向公众进行抑郁症相关知识的科普, 增加公众对抑郁症的了解度, 使他们能够对真假抑郁症进行识别, 减少被舆论误导的机会。同时, 网络不是法外之地, 政府可以制定完善相关的网络法律, 打击不良舆论和不实报道, 营造良好的网络环境与氛围。

4.4. 研究不足

其一, 研究工具问题。网络道德情感测量的相关工具并未得到统一, 其泛用性同样未得到有效测试, 因此, 本研究所采用的研究工具仍需在未来的研究中进一步检验。

其二, 样本与取样方式问题。本研究的背景为网络社会, 采用了与之相匹配的网络问卷收集方法, 但由于两个子实验所采用的主体平台有所差别, 得到的结果略有出入; 另外, 本研究的样本平均学历偏高, 本科及以上学历占大多数, 未来可以进一步丰富样本类型样本, 以期得到更具有代表性和说服力的研究结果。

其三, 本研究旨在通过验证公关材料类型对社会公众负面信息接受程度的影响路径, 为网络环境的健康管理提供指导。但是, 研究仅限于理论层面的考察, 未来还需应用于实践, 切实帮助社会公众识别“抑郁公关”, 既友善对待真正的抑郁症患者, 也能与网络媒体共同维护网络健康。

5. 结论

- 1) 网络道德情感是抑郁公关能够奏效的重要心理影响机制;
- 2) 抑郁公关能够提高个体的网络移情以及对抑郁公关材料负面信息的接受程度;
- 3) 网络责任感在公关材料类型对个体负面信息接受程度的影响中起中介作用。

参考文献

- 柴江霞, 赵笑梅(2015). 积极情绪对注意范围和思维活动序列的影响. *心理与行为研究*, 13(1), 31-36.
- 郭迪, 李彩娜(2020). 道德自我知觉与主观社会经济地位对个体道德行为的影响. *陕西师范大学学报(哲学社会科学)*

- 版), 49(5), 166-176.
- 何飞(2019). 网络公共事件的同情动员研究. *当代传播*, (2), 106-108.
- 黄迎新, 窦佳乐(2017). 网络公关异化的产生、危害与监管. *湖北社会科学*, (10), 183-187.
- 景庆虹(2014). 危机公关与危机管理关系之解读. *中国行政管理*, (12), 74-77.
- 李林育(2016). *大学生道德判断能力对网络利他行为的影响: 网络道德情感的中介作用*. 硕士学位论文, 芜湖: 安徽师范大学.
- 李明晖, 饶俪琳(2017). 解释水平视角下的道德判断. *心理科学进展*, 25(8), 1423-1430.
- 李铜(2020). *情绪类别和认知状态对不同类型事件道德判断影响的研究*. 硕士学位论文, 长春: 吉林大学.
- 刘小禹, 付静宇(2022). 情绪即社会信息模型的理论及应用. *心理科学进展*, 30(1), 188-205.
- 马超(2017). *本质化信念与心理疾病类名词标签的关系: 同情的调节作用*. 硕士学位论文, 兰州: 西北师范大学.
- 马莉, 王旭(2020). 新时代大学生社会责任感现状调查研究——以L大学为例. *山东行政学院学报*, (4), 10-17.
- 马晓辉, 雷雳(2010). 青少年网络道德与其网络偏差行为的关系. *心理学报*, 10(42), 988-997.
- 莫雷, 冷英(2005). 目标焦点监控下目标信息的建构与整合. *心理学报*, 37(1), 41-50.
- 钱逸倩, 肖怡冉, 马金宇, 陈炎, 罗忠俊(2015). 流浪乞讨现象与社会同情心消解研究——基于苏沪地区流浪乞讨人员的调查. *中外企业家*, (18), 226-227.
- 邱俊杰, 张锋(2015). 道德困境中行为判断的认知与情绪问题: 从道德双加工模型到建构水平理论. *应用心理学*, 21(3), 271-280.
- 王振宏, 刘亚, 蒋长好(2013). 不同趋近动机强度积极情绪对认知控制的影响. *心理学报*, 45(5), 546-555.
- 魏进平, 刘泽亚, 杨易(2016). 90后大学生社会责任感现状调查与分析——基于全国54所高校5237名大学生样本. *武汉理工大学学报(社会科学版)*, 29(2), 299-303.
- 许胜男(2015). *社交网站对大学生受众道德心理与道德行为影响的实证分析*. 博士学位论文, 成都: 西南交通大学.
- 翟永威(2018). *网络舆论中“懦弱”现象产生之文化及社会心理因素探析*. 硕士学位论文, 保定: 河北大学.
- 张志安, 晏齐宏(2016). 网络舆论的概念认知、分析层次与引导策略. *新闻与传播研究*, 23(5), 20-29+126.
- 章淑贞(2010). *大学生网络道德素质问题研究*. 硕士学位论文, 曲阜: 曲阜师范大学.
- 赵倩(2018). 大学生道德认同与网络利他行为: 网络道德与性别的作用. *中国临床心理学杂志*, 26(6), 1226-1229.
- 郑信军, 孙洲, 缪芙蓉(2009). 道德情感的研究趋向: 从分立到整合. *心理科学*, 32(6), 1408-1410.
- 朱宏锐, 曾慧, 吕晓凡(2016). 不同学历护生共情能力、一般自我效能感与人格特征的相关性. *中国健康心理学杂志*, 24(4), 590-593.
- Cohen, M., Quintner, J., Buchanan, D., Nielsen, M., & Guy, L. (2011). Stigmatization of Patients with Chronic Pain: The Extinction of Empathy. *Pain Medicine*, 12, 1637-1643. <https://doi.org/10.1111/j.1526-4637.2011.01264.x>
- Fredrickson, B. L. (2001). The Role of Positive Emotions in Positive Psychology: The Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions. *The American psychologist*, 56, 218-226. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Greene, J. D. (2007). Why Are VMPFC Patients More Utilitarian? A Dual-Process Theory of Moral Judgment Explains. *Trends in Cognitive Sciences*, 11, 322-323. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2007.06.004>
- Lefebvre, J. P., & Krettenauer, T. (2019). Linking Moral Identity with Moral Emotions: A Meta-Analysis. *Review of General Psychology*, 23, 444-457. <https://doi.org/10.1177/1089268019880887>
- Leng, J., Guo, Q., Ma, B., Zhang, S., & Sun, P. (2020). Bridging Personality and Online Prosocial Behavior: The Roles of Empathy, Moral Identity, and Social Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 575053. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.575053>
- Olapegba, P. O. (2010). Empathy, Knowledge, and Personal Distress as Correlates of HIV-/AIDS-Related Stigmatization and Discrimination. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 956-969. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00606.x>
- Walter, A. S., & Redlawsk, D. P. (2021). The Effects of Politician's Moral Violations on Voters' Moral Emotions. *Political Behavior*. <https://doi.org/10.1007/s11109-021-09749-z>
- Xu, Z. X. & Ma, H. K. (2016). How Can a Deontological Decision Lead to Moral Behavior? The Moderating Role of Moral Identity. *Journal of Business Ethics*, 137, 537-549. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2576-6>

附录

附录 1 研究 1 所用问卷

本部分为人口信息收集，请根据您的实际情况进行填写。

性别：男 女

年龄：18 岁以下 18~25 26~30 31~40 41~50
51~60 60 岁以上

学历：小学及以下 初中 中专 高中 大专
大学本科 研究生及以上

平均月收入/个人月生活费：1 k 以下 1~5 k 5 k~1 w 1~2 w 2 w 以上

现在为您呈现的是**普通社会群体/抑郁症患者群体**。



请想象，与您进行网络交往的某个个体属于该群体，当您在脑海中对他(她)有一个栩栩如生的形象时，请结合日常经历以及对该群体的认识和了解，为下列描述与您的相符程度打分，在对应的数字上画“○”。

(其中，1=“非常不符合”；2=“不符合”；3=“一般”；4=“符合”；5=“非常符合”)

Part 2.道德情感

- | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|
| 1) 我会因在网络聊天时对他/她说谎而感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) 我会因在网上散布假消息而羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) 我会因在网上使用虚假身份与他/她聊天而羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) 我会因在网上剽窃他/她的成果而羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) 收到色情信息时，我不在乎别人对我的看法而去浏览 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6) 当弹出色情网页时，我会因不好意思而立即关闭 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7) 我会因浏览弹出的色情图片而不好意思 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8) 我会因盗取他/她的账户密码而感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9) 我会因传播网络病毒的行为而感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10) 我会因在网上窥探他/她的隐私而感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11) 我会因摘抄他/她的成果且不注明出处感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12) 我会因未经他/她允许在网络公开其隐私而感到羞愧 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13) 我能理解他/她的网恋行为 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14) 网络视频时我能觉察出他/她的情绪状态 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15) 我能够理解他/她沉迷网络游戏的心理 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16) 网上报道灾难场景时，我心里很难受 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17) 他/她在网络上诉苦时，我会为他/她感到难过 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

18) 他/她在网络上分享他/她的进步时, 我会替他/她开心	1	2	3	4	5
19) 网络聊天时我容易受他/她的情绪感染	1	2	3	4	5
20) 对网络上的提问, 如果知道的话, 我会给予回答	1	2	3	4	5
21) 他/她在网络上诉说自己的无助时, 我会很想帮助他/她	1	2	3	4	5
22) 我会指导他/她下载软件	1	2	3	4	5
23) 我会在网上分享好的文章、音乐、影视作品	1	2	3	4	5
24) 我会将他/她所需的资料发送给他/她	1	2	3	4	5
25) 我喜欢利用自己的专业知识在网络上帮他/她解决问题	1	2	3	4	5
26) 我能很好地控制自己的网购欲望	1	2	3	4	5
27) 我能自觉控制上网时间, 不沉迷于网络	1	2	3	4	5
28) 我能很好的将网络资源用于学习上	1	2	3	4	5
29) 我认为我是网络的主人而非网络的奴隶	1	2	3	4	5
30) 我不能容忍在网上使用粗鲁的语言调侃他/她	1	2	3	4	5
31) 我不能接受通过网络技术查看他/她的隐私的行为	1	2	3	4	5
32) 我不能接受在网络上用语言谩骂他/她	1	2	3	4	5
33) 维护网络安全、促进网络社会的健康是每个人的责任	1	2	3	4	5
34) 我不能容忍在网上制造和传播电脑病毒的行为	1	2	3	4	5
35) 我认为在网上揭发社会中不公正现象的行为值得提倡	1	2	3	4	5

本次问卷调查到此结束, 感谢您的参与!

附录 2 研究 2 所用问卷

1) 预实验问卷

一位知名公众人物针对其道德越轨行为发表了如下声明:

“很抱歉占用了公共资源, 在这里, 我要为自己在过去数月的行为向大家致以深刻、诚挚的歉意, 我充分意识到了自己的行为给社会、给粉丝们带来的不良影响, 没有正确履行作为公众人物的义务和责任, 为喜欢我的人起到正向的作用是我的失职, 我将会对此进行深刻反省, 并在今后更加规范自己的言行举止, 时刻谨记自己公众人物的身份。”

“很抱歉占用了公共资源。在过去的一年里, 我一直处于失落、焦虑和无助中, 感觉自己的人生失去了方向。数月前, 我确诊了抑郁症, 每天都生活在消极情绪中。我知道自己过去数月的行为实属不该, 在这里要向大家致以深刻的歉意。同时, 我也将继续配合医生的治疗, 争取早日治愈自己的抑郁症, 更好地履行作为公众人物的义务和责任。”

阅读完毕后, 请根据以上声明带给你的实际感受, 填写下列问卷, 每个项目采用 5 级评分, 评分越高表示越同意项目的描述, 其中, 1 表示完全不同意, 5 表示完全同意。

Part 1. 情绪部分

1) 感兴趣的	1	2	3	4	5	11) 易怒的	1	2	3	4	5
2) 心烦的	1	2	3	4	5	12) 警觉性高的	1	2	3	4	5
3) 精神活力高的	1	2	3	4	5	13) 害羞的	1	2	3	4	5
4) 心神不宁的	1	2	3	4	5	14) 备受鼓舞的	1	2	3	4	5
5) 劲头足的	1	2	3	4	5	15) 紧张的	1	2	3	4	5
6) 内疚的	1	2	3	4	5	16) 意志坚定的	1	2	3	4	5
7) 恐惧的	1	2	3	4	5	17) 注意力集中的	1	2	3	4	5

8) 敌意的	1	2	3	4	5	18) 坐立不安的	1	2	3	4	5
9) 热情的	1	2	3	4	5	19) 有活力的	1	2	3	4	5
10) 自豪的	1	2	3	4	5	20) 害怕的	1	2	3	4	5

Part 2.同情情感

1) 我为一个他/她感到难过	1	2	3	4	5
2) 我同情被不公平对待的他/她	1	2	3	4	5
3) 我担心他/她会受伤	1	2	3	4	5
4) 如果他/她因此生病, 我会产生关心	1	2	3	4	5

本次问卷调查到此结束, 感谢您的参与!

2) 正式实验问卷

本部分为人口信息收集, 请根据您的实际情况进行填写。

性别: 男 女

年龄: 18岁以下 18~25 26~30 31~40 41~50
51~60 60岁以上

学历: 小学及以下 初中 中专 高中 大专
大学本科 研究生及以上

平均月收入/个人月生活费: 1k以下 1~5k 5k~1w 1~2w 2w以上

请在认真阅读下面的文字材料后回答后面的问题:

某知名公众人物在过去数月间, 多次于室内公共场所吸烟酗酒, 数次因酒驾被交警拦截, 曾多次因作风道德问题被点名批评; 且有传言该公众人物存在暴力倾向, 曾发生伤人事件。

(其中, 1 = “完全不能接受”; 2 = “不能接受”; 3 = “有一些不能接受”; 4 = “无感”; 5 = “有一些能接受”; 6 = “能接受”; 7 = “完全能接受”, 在对应的数字上画“○”。)

你在多大程度上能够接受该公众人物的行为?	1	2	3	4	5	6	7
----------------------	---	---	---	---	---	---	---

请在认真阅读下面的文字材料后完成后续问卷填答。

几天后, 该知名公众人物针对其行为发表了如下声明:

(声明内容与预实验相同)

假设上述内容均为真实发生的, 请根据该公众人物的公关声明带给您的感受, 结合日常经验, 为下列描述与您的相符程度打分, 在对应的数字上画“○”。

(其中, 1 = “非常不符合”; 2 = “不符合”; 3 = “一般”; 4 = “符合”; 5 = “非常符合”)

Part 2.道德情感

(问卷内容与研究 1 相同)

在上述声明的基础上:

(其中, 1 = “完全不能接受”; 2 = “不能接受”; 3 = “有一些不能接受”; 4 = “无感”; 5 = “有一些能接受”; 6 = “能接受”; 7 = “完全能接受”, 在对应的数字上画“○”。)

你在多大程度上能够接受该公众人物的行为?	1	2	3	4	5	6	7
----------------------	---	---	---	---	---	---	---

本次问卷调查到此结束, 感谢您的参与!