

不同情绪对网络利他行为的影响

孔亚亚*, 李晓密, 郑子偕, 董 锋

曲阜师范大学心理学院, 山东 曲阜

Email: psychology0931@163.com

收稿日期: 2020年10月13日; 录用日期: 2020年11月4日; 发布日期: 2020年11月11日

摘 要

本研究旨在探讨不同情绪对网络利他行为的影响。本研究采用单因素的实验设计, 其中自变量为被试的情绪状态, 有积极情绪状态、中性情绪状态、消极情绪状态三个不同的层次。因变量是被试在网络利他行为问卷上的得分, 有四种不同的维度, 即网络支持、网络指导、网络共享和网络提醒。本研究采用视频材料诱发情绪。结果发现: 1) 相比于中性条件, 在积极情绪状态下的被试更容易产生利他行为。2) 相比于中性条件, 在消极情绪状态下的被试更容易产生利他行为。3) 在网络分享这个维度上, 相比于中性情绪状态, 被试在积极情绪状态下更容易产生网络分享行为; 在网络指导这个维度上, 相比于中性情绪, 被试在消极情绪和积极情绪下更容易产生网络指导行为; 在网络提醒这个维度上, 相比较于中性情绪, 被试在积极情绪下更容易产生网络提醒行为。

关键词

积极情绪, 消极情绪, 网络利他行为, 网络提醒, 网络指导

The Influence of Different Emotions on Internet Altruistic Behavior

Yaya Kong*, Xiaomi Li, Zixie Zheng, Feng Dong

School of Psychology, Qufu Normal University, Qufu Shandong

Email: psychology0931@163.com

Received: Oct. 13th, 2020; accepted: Nov. 4th, 2020; published: Nov. 11th, 2020

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of different emotions on internet altruistic

*通讯作者。

behavior. This study was designed using a single factor experiment, in which the independent variables were the emotional state of the subjects, with three different levels: positive emotional state, neutral emotional state, and negative emotional state. Because the variable is the score of the subject on the internet altruistic behavior questionnaire, there are four different dimensions, namely network support, network guidance, network sharing and network reminder. This study used video material to induce emotion. The results showed that: 1) Compared with neutral conditions, participants in positive emotional states were more likely to produce altruistic behavior. 2) Compared to neutral conditions, participants in negative emotional states were more likely to produce altruistic behavior. 3) In the dimension of network sharing, participants were more likely to have network sharing behavior in positive emotional states than in neutral emotional states; In the dimension of network guidance, participants were more likely to produce internet altruistic behavior under negative emotion and positive emotion than neutral emotion. In this dimension of network alert, participants were more likely to have network alert behavior in positive emotions than in neutral emotions.

Keywords

Positive Emotions, Negative Emotions, Internet Altruistic Behavior, Network Alerts, Network Guidance

Copyright © 2020 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

根据中国互联网网络信息中心(CNNIC)发布的第 41 次《中国互联网络发展状况统计报告》的统计结果,到 2017 年 12 月为止,我国已经有 7.72 亿互联网用户(中国互联网络信息中心, 2018)。网络社会也是现实的社会,所以现实社会中的利他行为也同样会发生在网络社会中。前人对于现实生活中情绪对利他行为产生影响的研究较多,但却没有统一的结论,积极情绪状态、消极情绪状态都可能会加快利他行为的发生,也可能都会降低利他行为发生的概率(龚焯, 2018)。情绪状态是影响网络利他行为的一个重要因素,研究不同情绪状态下网络利他行为的差异对增加网络利他行为具有重要的意义。

本研究以大学生为研究对象,采用数量化的方法对不同情绪状态下大学生网络利他行为的四个分维度即网络支持、网络指导、网络分享和网络提醒进行比较,以研究在不同情绪状态下网络利他行为的四个分维度上的差异。

2. 研究的内容和方法

2.1. 研究内容

研究不同的情绪状态(积极情绪、中性情绪、消极情绪)对网络利他行为及其分维度(网络支持、网络指导、网络分享、网络提醒)的影响。

2.2. 研究方法

2.2.1. 实验设计

本研究采用单因素的实验设计,其中自变量为被试的情绪状态,有三种不同的水平,分别是积极情绪状态、中性情绪状态和消极情绪状态。因变量是被试在网络利他行为问卷上的得分,有四个不同的维

度, 分别是网络支持、网络指导、网络分享和网络提醒。

2.2.2. 被试选取

本研究采用方便取样的方法, 被试来自天津市某高校在读本科生 78 人, 并且确保这些被试近期没有参加过此类实验。其中男生 38 人, 女生 40 人。被试的年龄分布在 18~24 岁, 所有参加实验的被试视力或矫正视力、听力均正常。将这些被试随机的分配在积极情绪组、中性情绪组和消极情绪组。消极情绪组 26 人, 其中女生 11 人, 男生 15 人; 中性情绪组 25 人, 其中女生有 15 人, 男生有 10 人, 女生的人数多于男生; 积极情绪组 27 人, 其中女生 10 人, 男生 17 人, 男生的人数多于女生。

2.3. 实验工具

2.3.1. 情绪诱发材料

诱发积极情绪的材料: 该材料的选取首先经过筛选, 组织 8 个被试观看 4 个诱发积极情绪的实验材料, 四个诱发材料分别节选自《欢乐喜剧人》中宋小宝等人表演的小品《甄嬛后传》中的一个搞笑片段、《唐伯虎点秋香》中的一个搞笑片段、《三傻大闹宝莱坞》中老师上课的片段、《家庭幽默录像》中关于宠物的一个搞笑片段。被试在观看完四个小短片填写实验材料评定问卷, 该问卷为五点计分, 让被试对每一个视频的情绪唤起度进行 1~5 等级的评定。其中 1 表示很悲伤、2 表示悲伤、3 表示无情绪唤起、4 表示高兴、5 表示很高兴。最后计算所有被试在每一个视频材料的总分, 四个视频材料的得分依次是 33、30、29、31。最后经过评选选出的是《欢乐喜剧人》中宋小宝等人表演小品《甄嬛后传》, 时长 4 分 39 秒。

诱发消极情绪的材料: 该材料的选取首先经过筛选, 组织 8 个被试一同观看 4 个负性情绪诱发视频, 四个负性材料分别节选自《唐山大地震》、《我的兄弟姐妹》、《南京! 南京!》、《南京梦魇》中的片段。被试在观看完四个小短片填写实验材料评定问卷, 该问卷为五点计分, 让被试对每一个视频的情绪唤起度进行 1~5 等级的评定。其中 1 表示很悲伤、2 表示悲伤、3 表示无情绪唤起、4 表示高兴、5 表示很高兴。最后计算所有被试在每一个视频材料的总分, 四个实验材料的得分依次是 10、12、13、11。最后评选出《唐山大地震》, 时长 14 分钟 39 秒。

诱发中性情绪的材料: 该材料的选取首先经过筛选, 组织 8 个被试观看 4 个中性短视频, 四个中性材料依次选自《航拍中国》中的一个片段, 《看鉴》中的三个片段。被试在观看完四个小短片填写实验材料评定问卷, 该问卷为五点计分, 让被试对每一个视频的情绪唤起度进行 1~5 等级的评定。其中 1 表示很悲伤、2 表示悲伤、3 表示无情绪唤起、4 表示高兴、5 表示很高兴。最后计算所有被试在每一个视频材料的总分。四个视频材料的得分依次为 24、25、23、23。最后评选出《航拍中国》中的一段关于甘肅的纪录片, 时长 5 分 53 秒。

2.3.2. 问卷

情绪的测量: 使用正负性情绪量表(PANAS 量表): 该量表由积极情绪表 PA 和消极情绪表 NA 两个组成, 每个表包含了 10 个表示情绪的词, 要求受测者评估每个情绪在某一固定时间的强度。采用 5 点等级计分(其中 1 表示几乎没有或者非常轻微的、2 表示有点、3 表示中等程度、4 表示强烈、5 表示非常强烈)。PA 反映了人们感到激情、活跃和警醒的程度。在该量表上, 高分是一种精力和注意力集中以及热情的状态。较低的得分则意味着悲伤和失去意识。NA 是一种低情绪和不愉快的激活状态的基本主观体验, 包括愤怒、羞愧、仇恨、内疚、恐惧和紧张等各种令人生厌的情绪状态。低度 PA 是一种平静的情绪状态(Watson, Clark, & Tellegen, 1988)。该量表已有成熟的中文版, 并在国内研究之中被广泛使用(张卫东, 刁静, Constance J. Schick, 2004)。

利他行为的测量：大学生网络利他行为量表，此量表共包括网络支持、网络指导、网络分享和网络提醒四个维度。网络支持表示在网上给人以肯定、鼓励、安慰等支持行为。网络指导表示在网上给予他人帮助的指点、引导行为。网络分享表示在网上将自己拥有的资源分享给他人的行为。网络提醒表示在网上给予他人的提示、警醒行为(郑显亮, 祝春兰, 顾海根, 2011)。采用四点计分，其中1表示从不，4表示总是。在前人的研究中，总量表的 α 系数为0.937，各维度的系数、分半信度和重测信度都在0.7以上，各维度的 α 系数在0.800~0.878之间，各项信度指标均达到了测量学的理想要求(郑显亮, 2010)。本研究中，量表的 α 系数为0.934，各个维度的 α 系数分别为：网络分享的 α 系数为0.777；网络提醒的 α 系数为0.814；网络指导的 α 系数为0.784；网络支持的 α 系数为0.847。

2.4. 实验程序

整个试验在学校实验室机房完成，在正式实验开始之前告知被试此实验结果仅用作学术研究，让被试据实作答。并保证实验结果保密，不会用作其他用途，得到被试的同意后开始实验。

被试首先填写 PANAS 情绪自评情绪量表，然后告知被试接下来你会看到一个小短片，请自然的观看，就像在家里或者宿舍里一样。再让被试观看一段小短片诱导被试产生不同的情绪，最后让被试填写 PANAS 情绪自评量表和大学生网络利他行为量表。实验结束后，给每个被试赠送实用小礼物。

2.5. 数据处理

实验数据采用 SPSS17.0 进行数据处理。

实验结束后，删除9个极端数据。删除极端数据的原则是：1) 在积极和消极情绪下被试前后两次情绪没有变化的数据，因为这类的被试可能没有认真作答，他们的数据会影响实验结果。2) 为了保证被试真实的积极情绪状态，在积极情绪组，将情绪量表中的积极选项中得分少于25分的被试样本数据删除(柯青松, 2011)。3) 为了保证被试的真实消极情绪状态，在消极情绪组，删除情绪量中消极选项得分少于25分的样本数据(柯青松, 2011)。

3. 结果与分析

3.1. 情绪诱发效果分析

首先采用描述性统计的方法对积极情绪组、中性情绪组、消极情绪组的被试在情绪自评量表的两个维度 PA 和 NA 上的评分进行了分析。详细结果见表 1。

Table 1. Descriptive statistics of PA and NA scores of three different types of emotional videos (M (SD))

表 1. 三种不同类型情绪视频的 PA、NA 得分的描述性统计(M(SD))

	积极情绪组 (n = 24)	中性情绪组 (n = 23)	消极情绪组 (n = 22)
PA	4.64 (6.36)	0.13 (2.88)	3.38 (5.39)
NA	9.45 (6.49)	-1.04 (1.87)	-4.08 (3.89)

注: *** $p < 0.001$ 。

使用单因素方差分析(ANOVA)技术考察不同视频诱发情绪的效果差异。结果表明，不同情绪组在 PA 和 NA 分量表上存在显著的差异($F(2,68) = 57.53$, $F(2,68) = 57.54$, $p < 0.001$, $F(2,68) = 14.41$, $p < 0.001$)。事后多重比较分析的结果发现，在 PA 和 NA 量表中，三种不同的情绪组两两之间的差异都达到了显著性水平。详情见表 2。

Table 2. Multiple comparisons of PA and NA in videos of three different emotion types
表 2. 三种不同情绪类型视频的 PA、NA 的多重比较

	情绪(I)	情绪(J)	差异(I-J)	标准误	显著性水平
PA		消极	13.54*	1.32	0.000
	中性	积极	-10.50*	1.33	0.000
		消极	3.04*	1.30	0.022
	消极	积极	-13.54*	1.32	0.000
		中性	-3.04*	1.30	0.022
	积极	中性	-4.77*	1.51	0.002
NA		消极	-8.01*	1.50	0.000
	中性	积极	4.77*	1.51	0.002
		消极	-3.25*	1.48	0.032
	消极	积极	8.01*	1.50	0.000
		中性	3.25*	1.48	0.032

注: * $p < 0.05$ 。

从统计分析结果来看, 情绪诱发的实验材料取得了预期的诱发效果, 符合实验要求。

3.2. 网络利他行为

3.2.1. 情绪与网络利他行为的四个维度之间的相关关系

为了探究不同情绪与网络利他行为的四个维度之间的相关关系, 对数据进行交叉表分析。结果显示, 情绪与网络利他行为以及网络利他行为的四个维度之间相关关系不显著($r = 0.044, p = 0.721$)。

对网络利他行为的四个维度之间的相关性进行检验。通过 Person 相关分析, 详细结果见表 3。

Table 3. Correlation of four dimensions of network helping behavior
表 3. 网络利他行为的四个维度的相关关系

	不同维度	r	p
网络分享	网络提醒	0.68**	0.000
	网络支持	0.64**	0.000
	网络指导	0.75**	0.000
网络提醒	网络支持	0.62**	0.000
	网络指导	0.71**	0.000
网络支持	网络指导	0.58**	0.000

注: ** $p < 0.01$ 。

结果显示, 网络分享与网络指导之间的相关关系显著 $r = 0.75, p < 0.001$; 网络分享与网络提醒之间的相关关系显著 $r = 0.68, p < 0.001$; 网络分享与网络支持之间的相关关系显著 $r = 0.64, p < 0.001$; 网络指导与网络提醒之间的相关关系显著 $r = 0.71, p < 0.001$; 网络指导与网络支持之间的相关关系显著 $r = 0.58, p < 0.001$; 网络提醒与网络支持之间的相关关系显著 $r = 0.62, p < 0.001$ 。

3.2.2. 性别与网络利他行为的四个维度之间的关系

对性别与网络利他行为的四个维度之间的关系进行考察。对数据进行 t 检验，详细结果见表 4。

Table 4. The relationship between gender and four dimensions of online helping behavior

表 4. 性别与网络利他行为的四个维度之间的关系

维度	性别	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
网络分享	男	37	12.24	3.62	0.85
	女	32	11.53	3.27	
网络指导	男	37	12.30	3.61	2.15*
	女	32	10.69	2.58	
网络提醒	男	37	11.14	3.51	2.21*
	女	32	9.44	2.77	
网络支持	男	37	20.46	5.79	-0.81
	女	32	21.50	4.80	

注: * $p < 0.05$ 。

结果显示,不同性别的被试在网络指导上的差异显著,相比于女生,男生会出现更多的网络指导($t = 2.15, p < 0.05$);不同性别的被试在网络提醒上的差异显著,相比于女生,男生会出现更多的网络提醒行为($t = 2.21, p < 0.05$);男女生在网络分享和网络支持上的差异不显著。

3.3. 情绪与网络利他行为的关系

对情绪与网络利他行为之间的关系进行了描述统计,结果见表 5。

Table 5. Descriptive statistics of the relationship between different emotions and internet altruistic behavior (M(SD))

表 5. 不同情绪与网络利他行为关系的描述性统计(M(SD))

	积极情绪组	中性情绪组	消极情绪组
	(<i>n</i> = 24)	(<i>n</i> = 23)	(<i>n</i> = 22)
网络利他行为	58.79 (10.33)	48.61 (11.07)	57.68 (14.45)

注: * $p < 0.05$ 。

使用单因素方差分析(ANOVA)考察不同情绪对网络利他行为的影响的效果差异,结果表明,不同情绪组的网络利他行为存在显著差异($F(2,68) = 4.69, p < 0.05$);事后比较分析的结果发现,相比较于中性情绪,被试在积极情绪和消极情绪下网络利他行为的程度高,且具有显著性的差异($p < 0.05$)。被试在积极情绪下和消极情绪下的利他行为差异不显著。详细结果见表 6。

不同情绪与网络利他行为的四个维度的关系

对不同的情绪与网络利他行为的四个维度之间的得分进行描述统计。详细结果见表 7。

使用单因素方差分析(ANOVA)比较不同情绪对网络利他行为的四个维度的关系差异,结果表明,不同情绪组在网络分享上存在显著差异($F(2,68) = 4.13, p < 0.05$);不同情绪组在网络指导上存在显著差异($F(2,68) = 4.60, p < 0.05$);不同情绪组在网络提醒和网络支持这两个维度上不存在显著差异。多重比较结果发现:在网络分享这个维度上,相比于中性情绪状态,被试在积极情绪状态下更容易产生网络分享行为,且两者差异显著($p < 0.05$),积极情绪和消极情绪、消极情绪和中性情绪下被试的网络分享行为为无显

著差异；在网络指导这个维度上，相比于中性情绪，被试在消极情绪和积极情绪下更容易产生网络指导行为，且两者差异显著($p < 0.05$)，被试在积极情绪和消极情绪下的网络指导行为差异不显著；在网络提醒这个维度上，相比较于中性情绪，被试在积极情绪下更容易产生网络提醒行为($p < 0.05$)，被试在中性情绪和消极情绪、积极情绪和消极情绪下的网络提醒行为差异不显著；在网络支持这个维度上，不同情绪对网络支持的影响差异不显著。详细结果见表 8。

Table 6. Multiple comparisons of the effects of three different emotions on internet altruistic behavior

表 6. 三种不同情绪对网络利他行为影响的多重比较

	情绪(I)	情绪(J)	差异(I-J)	标准误	显著性水平
网络利他行为	积极	中性	10.18*	3.62	0.006
		消极	1.11	3.66	0.763
	中性	积极	-10.18*	3.62	0.006
		消极	-9.70*	3.70	0.017
	消极	积极	-1.11	3.66	0.763
		中性	9.70*	3.70	0.017

注: * $p < 0.05$ 。

Table 7. Descriptive statistical analysis of internet altruistic behavior in different emotional groups (M (SD))

表 7. 不同情绪组的网络利他行为描述性统计分析(M (SD))

	积极情绪组 (n = 24)	中性情绪组 (n = 23)	消极情绪组 (n = 22)
网络分享	13.04 (3.13)	10.35 (2.64)	12.1 (4.05)
网络指导	12.42 (3.61)	9.96 (2.71)	12.27 (2.85)
网络提醒	11.13 (3.14)	9.09 (2.73)	10.82 (3.67)
网络支持	21.38 (5.06)	19.22 (4.46)	22.27 (6.17)

注: * $p < 0.05$ 。

Table 8. Multiple comparisons of the influence of different emotions on the four dimensions of internet altruistic behavior

表 8. 不同情绪对网络利他行为的四个维度影响的多重比较

	情绪(I)	情绪(J)	差异(I-J)	标准误	显著性水平
网络分享	积极	中性	2.69*	0.97	0.007
		消极	0.72	0.98	0.462
	中性	积极	-2.69*	0.97	0.007
		消极	-1.97	0.99	0.05
	消极	积极	-0.72	0.98	0.462
		中性	1.97	0.98	0.05
	积极	中性	2.46*	0.90	0.008
		消极	0.14	0.91	0.88

Continued

网络指导	中性	积极	-2.46*	0.90	0.008
		消极	-2.32*	0.92	0.014
	消极	积极	-0.14	0.91	0.88
		中性	2.32*	0.92	0.01
	积极	中性	2.04*	0.93	0.032
		消极	0.31	0.94	0.746
网络提醒	中性	积极	-2.04*	0.93	0.032
		消极	-1.73	0.95	0.074
	消极	积极	-0.31	0.94	0.746
		中性	1.73	0.95	0.746
	积极	中性	2.04	1.54	0.164
		消极	-0.90	1.55	0.565
网络支持	中性	积极	-2.16	1.54	0.164
		消极	-3.06	1.57	0.056
	消极	积极	0.90	1.55	0.565
		中性	3.06	1.57	0.056

注: * $p < 0.05$ 。

4. 分析与讨论

4.1. 情绪诱发的有效性

在以往的研究中,情绪启动材料通常会选择小视频、语音、图片、文字等。影片启动情绪是情绪表达研究中常用的实验范式,该范式主要涉及了人的视听通道(van Steenbergen, Band, & Hommel, 2010)。但也有研究者认为电影通常能够诱发出被试强烈的情绪体验,但是,电影剪辑诱发法通常会诱发出一系列情绪,其特异性却相对较差(郑璞,刘聪慧,俞国良,2012)。本研究涉及到的三种情绪分别为积极情绪、中性情绪、消极情绪,这三种情绪并不是指单一的情绪,而是各自包含多种情绪。比如消极情绪就包括愤怒、厌恶、压抑、悲伤等;因此,本研究继续使用小视频来诱发被试的不同情绪。本研究使用的视频都是通过阅读大量的经典文献并从中选取了8个经典的视频,经过专业的评估最终挑选了三个诱发效果最好的小视频作为本研究的视频材料。

本研究采用情绪自评量表来测量被试在观看小视频前后的情绪的变化,结果显示:在PA量表上,三种情绪组的两两差异都达到了显著性水平;在NA量表上,三种情绪组的两两差异都达到了显著性水平;从总体来看,情绪诱发的实验材料的效果相当显著,符合实验要求。这与以往的视频诱发情绪的研究结果相符。

4.2. 不同情绪下的网络利他行为差异

4.2.1. 情绪与网络利他行为

本研究主要探讨情绪与网络利他行为之间的关系,研究结果表明,相比于中性条件,在积极情绪状态下的被试更容易产生利他行为;相比于中性条件,在消极情绪状态下的被试更容易产生利他行为;积极情绪下被试的网络利他行为与消极情绪下被试的网络利他行为差异不显著。其中第一个结论与以往研

究者的结论相同，第二个结论和第三个结论与前人的研究结论不一致。王亚芹的研究结果表明，网络利他行为在不同情绪类型上(积极、中性和消极)差异显著。相对于中性情绪和消极情绪，积极情绪会增加被试的网络利他行为；相对于积极情绪和中性情绪，消极情绪会减少被试的网络利他行为(王亚芹, 2017)。

与前人研究结论不一致可能存在的原因有：1) 不同的被试的情绪唤起程度不同，所以导致了被试产生的行为有所不同。2) 本实验仅从消极、积极、中性这三种情绪类型探讨情绪对网络利他行为的影响，而有研究表明，相同类型但不同的具体情绪，如悲伤和愤怒这两者会对被试的利他行为产生不同的影响(赵怡琳, 2016)。

4.2.2. 情绪与网络利他行为的四个维度之间的关系

本研究探讨了情绪与网络利他行为的四个维度之间的关系，研究结果表明，在网络分享这个维度上，相比于中性情绪状态，被试在积极情绪状态下产生更多网络分享行为，且两者差异显著($p < 0.05$)。有研究者认为，好心情会影响到人们对情境的理解，好心情使个体更容易回想起积极的思想 and 情感，其中可能含有利他经验，因此就可能增加个体的利他行为(Winkielman, Berridge, & Wilbarger, 2005)。积极情绪和消极情绪、消极情绪和中性情绪下被试的网络分享行为为无显著差异；在网络指导这个维度上，相比于中性情绪，被试在消极情绪和积极情绪下产生更多的网络指导行为，且两者差异显著($p < 0.05$)。此结果可以用消极状态释放模型来解释，消极状态释放模型则认为，消极情绪增加了利他行为的结果可以用消极状态减缓模式来进行解释，该模式认为，处于消极情绪中的个体会感到痛苦、自卑，为了减轻这样的消极感受，他们往往会实施帮助行为(Baumann, Cialdin, & Kendrick, 1981)。有研究提出，个体处于消极情绪状态，如果注意力集中于自己，则利他水平较低，但如果他们将注意力集中于他人想象，则利他水平较高(张晓贤, 桑标, 2012)。被试在积极情绪和消极情绪下的网络指导行为为差异不显著；在网络提醒这个维度上，相比较于中性情绪，被试在积极情绪下产生更多的网络提醒行为($p < 0.05$)。当个体产生满足、愉快等积极情绪时，就较乐于帮助他人(Benenson, Pascoe, & Radmore, 2006)，被试在中性情绪和消极情绪、积极情绪和消极情绪下的网络提醒行为为差异不显著；在网络支持这个维度上，不同情绪对网络支持的影响差异不显著。

有研究认为，网络情境中四类利他行为的发出成本不一样导致了个体在发出各种网综合考虑各维度包含的利他行为，难易程度由易到难依次为网络支持、网络指导、网络分享、网络提醒，这就造成了大学生网络利他行为各维度得分由高到低依次为网络支持、网络指导、网络分享、网络提醒(黄雪珂, 2015)。

综上，网络利他行为的四个维度除了与情绪相关外，网络情境中四类利他行为的发出成本也可能影响个体的利他行为。

4.2.3. 性别与网络利他行为四个维度之间的关系

为了探讨性别、网络利他行为的四个维度之间的关系，对数据进行 t 检验，结果发现，不同性别的被试在网络指导上的差异显著，相比于女生，男生会出现更多的网络指导($t = 2.15, p < 0.05$)；不同性别的被试在网络提醒上的差异显著，相比于女生，男生会出现更多的网络提醒行为($t = 2.21, p < 0.05$)；男生和女生在网络分享和网络支持上的差异不显著。

前人的研究中对于利他行为在性别方面的差异研究不一致，比如，章滢等人的研究结果表明，女性发出的利他行为多于男性(章滢, 2005)；郑显亮、张婷、袁浅香等的研究指出，男生的利他行为高于女生(郑显亮, 张婷, 袁浅香, 2012)；蒋达等人的研究指出性别与利他行为无关(蒋达, 王歆睿, 傅丽, 周仁来, 2008)。出现此种情况的原因可能是因为利他是社会赞许性较高的行为，利他受到多种因素的影响，这些影响因素之间不但具有复杂的相互关系，而且他们会以复杂作用途径作用于利他行为个体，因此利他行为在性别变量上的研究结果会受到多种因素的影响(黄雪珂, 2015)。

本研究的被试年龄介于 18~24 岁之间, 平均年龄是 22.5 岁, 由于年龄的跨度不够大, 所以对于年龄与网络利他行为的四个维度之间的关系的考察会受到年龄跨度的影响。

4.3. 本研究的现实应用价值

本研究的研究结果显示, 积极情绪和消极情绪相对于中性情绪都能够增加网络利他行为, 根据本研究的结果, 当求助者想要寻求他人的帮助时, 可以先采取一定的措施使得他求助的对象处于一种积极的情绪状态, 比如给予利他者相应的报酬, 这种报酬可以是物质上的也可以是精神上的。或者诱使利他者处于一种消极情绪状态, 可以通过给求助者说明自己目前的情况, 使得利他者对求助者产生同情, 从而对求助者施于帮助。

不同性别的被试在网络指导上的差异显著, 相比于女生, 男生会出现更多的网络指导; 即如果在日常的工作学习中遇到一些与网络指导有关的问题, 比如在操作某个程序时遇到困难, 可以优先考虑向男性求助。不同性别的被试在网络提醒上的差异显著, 相比于女生, 男生会出现更多的网络提醒行为; 同理, 可以优先考虑向男性求助于网络提醒有关的问题。

5. 研究的不足与展望

本研究采用实验研究的方法对情绪与网络利他行为之间的关系进行了研究, 得出了一些和前人的研究相同的结论, 具有一定的应用参考意义, 但还存在部分缺陷, 需要后期的研究者加以改进:

1) 本实验仅从消极、积极和中性这三种情绪类型探讨情绪对网络利他行为的影响, 而有研究表明, 相同类型但不同的具体情绪, 如悲伤和愤怒这两者会对被试的利他行为产生不同的影响(赵怡琳, 2016)。以后的研究可以具体细分各种情绪然后进行研究。

2) 本研究诱发情绪的视频材料长短没有进行平衡, 可能会影响情绪的诱发。以后的研究可以对视频材料的长短进行平衡。

3) 网络亲社会行为要消耗时间和精力, 需要利他者无偿贡献自己的知识技能, 但是互联网环境是匿名的, 并且绝大多数网民都是陌生人, 彼此完全不了解, 所以利他者一般不会得到实质性的回报, 甚至连受助者的反馈和感谢等精神上的回报也得不到。但利他行为在互联网中普遍并持续的存在, 因此网络利他行为的动机也是值得关注的(陈思思, 2015), 可以进一步的研究进行网络利他行为时利他者的动机, 从而增大网络利他行为的概率。

6. 结论

通过实验分析, 本研究得出以下结论:

- 1) 相比于中性条件, 在积极和消极情绪状态下的被试都产生了更多的利他行为;
- 2) 积极情绪下的网络利他行为与消极情绪下的网络利他行为差异不显著;
- 3) 在网络分享维度上, 相比于中性情绪状态, 被试在积极情绪状态下产生了更多的网络分享行为, 且两者差异显著($p < 0.05$), 积极情绪和消极情绪、消极情绪和中性情绪下被试的网络分享行为无显著差异;
- 4) 在网络指导维度上, 相比于中性情绪, 被试在消极情绪和积极情绪下更容易产生网络指导行为, 且两者差异显著($p < 0.05$), 被试在积极情绪和消极情绪下的网络指导行为差异不显著;
- 5) 在网络提醒维度上, 相比于中性情绪, 被试在积极情绪下产生了更多的网络提醒行为($p < 0.05$), 被试在中性情绪和消极情绪、积极情绪和消极情绪下的网络提醒行为差异不显著;
- 6) 在网络支持维度上, 不同情绪对网络支持的影响差异不显著;

7) 不同性别的被试在网络指导上的差异显著, 相比于女生, 男生会出现更多的网络指导($t = 2.15, p < 0.05$); 不同性别的被试在网络提醒上的差异显著, 相比于女生, 男生会出现更多的网络提醒行为($t = 2.21, p < 0.05$); 男女生在网络分享和网络支持上的差异不显著。

参考文献

- 陈思思(2015). 大学生网络亲社会行为及影响因素研究. 硕士学位论文, 北京: 北京林业大学.
- 龚焯(2018). 积极情绪能促进网络利他吗? 硕士学位论文, 上海: 上海师范大学.
- 黄雪珂(2015). 大学生内隐、外显网络利他行为特点及其与大五人格、道德同一性的关系研究. 硕士学位论文, 郑州: 郑州大学.
- 蒋达, 王歆睿, 傅丽, 周仁来(2008). 内隐利他行为的实验研究. *心理科学*, 31(1), 79-82+78.
- 柯青松(2011). 情绪和时间压力对偏好反转的影响. 硕士学位论文, 上海: 华东师范大学.
- 王亚芹(2017). 情绪对网络利他行为影响的实验研究. 硕士学位论文, 赣州: 赣南师范大学.
- 张卫东, 刁静, Constance J. Schick (2004). 正、负性情绪的跨文化心理测量: PANAS 维度结构检验. *心理科学*, 27(1), 77-79.
- 张晓贤, 桑标(2012). 儿童内疚情绪对其亲社会行为的影响. *心理科学*, 35(2), 314-320.
- 章滢(2005). 大学生利他行为、移情能力及其相关研究. 硕士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- 赵怡琳(2016). 动机与情绪对他惩罚的影响及其毕生发展. 硕士学位论文, 上海: 华东师范大学.
- 郑璞, 刘聪慧, 俞国良(2012). 情绪诱发方法述评. *心理科学进展*, 20(1), 45-55.
- 郑显亮(2010). 大学生网络利他行为: 量表编制与多层线性分析. 博士学位论文, 上海: 上海师范大学.
- 郑显亮, 张婷, 袁浅香(2012). 自尊与网络利他行为的关系: 通情的中介作用. *中国临床心理学杂志*, 20(4), 550-551+555.
- 郑显亮, 祝春兰, 顾海根(2011). 大学生网络利他行为量表的编制. *中国临床心理学杂志*, 19(5), 606-608.
- 中国互联网络信息中心(2018). 第41次《中国互联网络发展状况统计报告》发布. *中国广播*, 297(3), 96.
- Baumann, D. J., Cialdini, R. B., & Kendrick, D. T. (1981). Altruism as Hedonism: Helping and Self-Gratification as Equivalent Responses. *Journal of Personality & Social Psychology*, 40, 1039-1046. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.40.6.1039>
- Benenson, J. F., Pascoe, J., & Radmore, N. (2006). Children's Altruistic Behavior in the Dictator Game. *Evolution and Human Behavior*, 28, 168-175. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2006.10.003>
- van Steenbergen, H., Band, G. P. H., & Hommel, B. (2010). In the Mood for Adaptation: How Affect Regulates Conflict-Driven Control. *Psychological Science*, 21, 1629-1634. <https://doi.org/10.1177/0956797610385951>
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>
- Winkielman, P., Berridge, K. C., & Wilbarger, J. L. (2005). Unconscious Affective Reactions to Masked Happy versus Angry Faces Influence Consumption Behavior and Judgments of Value. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 121-135. <https://doi.org/10.1177/0146167204271309>