

道德判断影响网民群体在线信息行为的双路径机制探析*

——基于上海女童失踪案网评的量化统计分析

孙世姣 石密

(天津工业大学经济与管理学院, 天津 300387)

摘要: 基于道德判断双加工模型, 本文研究不同的信息线索如何激发人们的道德判断而对其网络集体行为产生影响, 为疏导网络舆论、构建网络生态环境以及规范网络集体行为健康发展提供决策依据。通过文本挖掘获取研究数据, 对网评上海女童失踪 632 条不同类型的帖子及其评论进行量化统计分析, 探索并剖析道德判断对网络民众在线信息行为的影响路径。信息的情绪线索会影响网民的非理性行为, 其逻辑线索会影响网民的理性行为; 道德判断是信息线索影响网络民众信息行为的重要桥梁。

关键词: 网络信息; 道德判断; 网络集体行为; 道德判断双加工模型

中图分类号: C93

文献标识码: A

0 引言

道德由多元成分构成, 是基于特定社会文化情境所产生的, 用以约束与规范民众社会行为的重要准则^[1]。在我们的中华文化遗产里, 道德是非常重要的行为标准与伦理规范^[1]。由于在现实生活中, 人们的行为并非总是与道德存在一一对应的关系, 这就需要民众依据道德准则对这些问题进行“是”与“否”、“好”与“坏”、“善”与“恶”的判断, 也即道德判断^[3]。

道德判断对社会群体能否良性运转至关重要。在当今信息化社会, 网络已渗透进人们工作、生活与学习的方方面面。民众可以通过网络平台获取信息, 也可经过自我加工后再次将信息传播出去。网络民众在助推热点话题、探讨社会事件、扩散不对称信息等方面发挥重要作用, 如不严加监管, 可能引发信息过载甚至是网络信息完全问题^[4]。因此, 需要我们关注并重视网络民众在信息传播过程中扮演的角色与承担的社会责任。尤其是网络个体不是孤岛, 当网络民众联结成有共同利益的网民群体后, 极易在后真相的信息迷雾下通过“道德价值”启动“道德情绪捆绑”实现“道德判断固着化”^[5]。而驱动网民群体作出道德判断的重要依据就是信息^[6]。网民群体在网络语境下常常会遭到多种社会情绪融合演化的复杂境况, 若不能进行正确的道德判断, 其在线信息行为极有可能成为助推网络舆情演变的“暴风因子”。

由于在热点社会事件下网络信息通常会融合有多重线索, 网民群体在对信息进行加工时, 其认知加工与情感加工是通过何种方式达成共识, 进而作出合乎网

基金项目: 本文系天津市研究生科研创新项目资助(项目编号: 2022SKY150 “道德判断对网络集体行为意向的动态影响”); 教育部人文社会科学研究科学青年项目“网络集群行为的道德情绪演变机制与应对策略研究(项目编号: 19YJC870020)”的阶段性研究成果。

民群体规范的道德判断？亦或是否在触动信息接受者的社会道德价值点时，才会激发其相应的道德情感，进而产生道德判断？依据道德判断的双加工理论^[7]，触发道德判断的信息加工过程既存在情感加工又包含认知加工，二者存在竞争关系，信息加工的优先级不同，道德判断的结果不同，信息加工过程中的优势方享有最终道德判断的决定权。然而也有研究者就此提出异议，认为在道德判断的驱动过程中，情绪加工与认知加工并非是竞争关系，而是相互并存、相互促进^[8]。虽然上述两种理论有冲突，但均有行为学与认知神经科学的实证研究支持。

基于上述理论背景，本研究主要以道德判断双加工模型为理论基础，构建“信息线索→道德判断→网民群体在线信息行为”的机制模型。关注点从情境驱动的网络信息行为转向道德判断驱动的网络信息行为，进一步明晰情与理在驱动网络民众信息行为的道德判断中所发挥的具体作用，以期为更合理地进行道德判断及引导网络集体行为的发展提供了有价值的理论指导。

1. 理论综述与研究假设

1.1 网络信息线索与在线信息行为

在网络语境中，信息就是个体之间交往的媒介，其内容特质是影响个体行为的关键因素之一^[9]。网络信息作为一种公共信息，其内容包含多种线索，一般常见的信息线索可以分为任务线索和情感线索^[10]。其中，任务线索主要是指信息内容的关联性以及有用性^[11]；情感线索则是信息内容所反映的个体情绪，具有情绪性^[12]。研究表明，网络民众的行为通常会受到任务线索和情感线索的影响^[9,13]。Teo^[14]等人通过实证研究发现信息本身的内容能直接对个体行为产生影响。在对用户生成内容的众多研究中，学者们根据信息文本类型把信息分为认知型评论和体验型评论。其中，认知型评论以客观事实，逻辑描述为主，而体验型评论以情绪表达，直观感受为主，并且这两种类型的评论促使用户产生不同的行为^[15]。张玉荣^[14]通过对在线社群成员分享行为进行研究，指出描述客观事实的广告信息和自我表达形成共情的广告信息都会对分享行为产生影响。这是因为，信息中的情绪线索可以唤起个体的情绪和自我表达^[16]。国内学者周涛等人基于SOR模型说明了情感支持和信息支持通过虚拟社区感影响个体行为^[17]。此外，张洪^[18]等人在对用户分享意愿的研究中发现，信息情绪类型会对用户分享意愿产生显著的影响，而意愿则是产生行为的动机之一^[19]。万晓榆^[9]等人通过实证研究发现，个体对情绪化信息较非情绪化信息的分享意愿会更强烈。由于个体之间的情绪感染通过情绪体验及信息感知双路径会对网络集体行为意向产生影响^[20]。与主观性情绪对立的是具有一定客观性质的逻辑推理。亨德瑞克斯^[21]等学者分析一系列事件后，认为逻辑的思考和推理能够让个体保持理性。张平^[22]等人在文献中提出两种假设：一是，在理性行为假设下，社会个体是理性信息的追求者，由认知思维驱动；第二是，在非理性假设下，社会个体由他人的情感所驱动。

然而，现有研究大多数都以情绪信息影响行为或意愿为主，对逻辑推理的信

息考虑较少,并且没有对信息会引起的个体行为类型进行划分。在微博等社交平台,网民用视频、图片、文字等形式表达自己的想法和观点^[23],这些信息内容中通常带有情绪色彩和逻辑推理。其他用户感知到信息线索之后,会进行评论、点赞、转发等,形成集体行为^[24]。本研究在众多研究基础上把网络信息线索分为信息情绪线索和信息逻辑线索,分析两种信息线索与不同行为之间的具体关系。

基于以上论述,本研究提出假设:

H1a: 信息中的情绪线索驱动非理性行为;

H1b: 信息中的逻辑线索驱动理性行为。

1.2 网络信息线索与道德判断

道德判断是道德认知发展的核心内容^[25],学界提出的与其相关的理论目前主要有四个。第一个是传统道德判断理性模型,由皮亚杰^[26]提出并发展而来,其内容是个体经过推理和思考来获得道德判断,否定了道德情感在其中的作用;第二个是社会直觉理论,由 Haidt^[27]在研究中发现的道德失声现象而提出,这个理论指出个体做出的道德判断是出于一种感性的判断;第三个是 Greene^[28]的双加工模型,认为道德判断受到情感和认知两种因素的影响,是逻辑推理和情感直觉之间的博弈;第四个是认知——情绪整合论,提出情绪和认知的整合可以对个体的道德判断进行解释。Graham^[29]等人证明了直觉启动个体的道德判断,而认知是对道德判断进行处理的过程。在上述四个理论模型中,学者们更加认同的是道德判断双加工模型,大多数有关道德判断的研究就是在双加工模型的基础上进行的。现有研究基本都是围绕情绪对个体道德判断的影响而展开的。王云强^[30]等人在一项研究中指出,情绪状态会对大学生道德判断的能力产生一定的影响。Pizarro^[31]在文章中阐述了,情绪会唤醒个体的共情心理,进而影响个体的道德判断。文少司^[32]等人基于完全差异化观点,提出每一种情绪都会影响特定领域的道德判断。Kleef^[33]提出的 EASI 模型,即情绪社会分享模型,认为情绪作为一种社会信息通过情绪感染而引发个体的情绪反应,这种情绪反应就会在一定程度上激发道德判断。Greene^[34]及其合作者通过 fMRI (功能核磁共振成像)证实了情绪会受到不同情境中信息线索的诱发,进而影响个体的道德判断。另外,有研究表明个体抽象的道德概念也会受到环境物理属性变化的影响,具体而言,冷暖色会通过激发个体不同的身体感受来影响其道德判断^[35]。Guglielmo^[36]的研究证实了信息是促使个体做出道德判断的重要依据。M Osman^[37]在文章中说明了信息是个体调整道德判断的基础,道德判断在很大程度上与场景的信息变化密切相关。

但是,现有研究大部分只是阐明了情绪信息及客观信息都会影响个体的道德判断,并没有明晰情绪信息和客观信息如何具体对道德判断产生影响。根据道德判断双加工理论模型,个体的道德判断存在两条路径^[38],本文基于此理论模型,将详细探讨不同信息线索对网民群体信息行为的道德判断双加工路径的触发机制。

基于上述论述, 本研究提出假设:

H2a: 信息情绪线索会触发网民的情绪道德判断加工路径;

H2b: 信息逻辑线索会触发网民的推理道德判断加工路径。

1.3 道德判断、网络集体行为及道德判断的中介效应

道德判断是指个体判断和推论自我或他人行为的过程, 这个过程中个体运用了其已具备的道德概念和道德认识。道德判断主要的意义是个体认知道德现象的逻辑思维形式^[36,39]。在有关道德判断现存的理论模型中, 学者们更多是在双加工模型的基础上而展开研究的。根据道德判断双加工模型的观点, 在产生道德判断的过程中认知加工路径和情绪加工路径并存, 其中认知加工主导的是功利主义的道德判断, 而情绪加工主导的是道义主义的道德判断^[40]。当两条加工路径的方向一致时, 表现为道德判断既遵从直觉又包含理性; 反之, 则互为竞争, 势强者主导行为结果^[41]。网民群体的信息行为是基于虚拟网络环境下产生的一种在线社会行为, 其表现形式通常为跟帖、转载、评论或发表意见、点赞等网络活动^[42]。早期, 陈嵩和蔡明田^[43]通过实证研究, 证明了道德判断对行为意向有显著影响作用。行为意向就是一种行为倾向, 在一定程度上会导致行为的发生, 因此道德判断可能对行为产生重要的影响^[44]。国外相关研究认为, 道德判断和行为意向或行为之间存在着重要联系^[45]。Barnett 和 Walentine^[46]在对不同道德场景的研究基础上, 发现道德判断显著影响不道德的行为或行为意图。在对硕士研究生网络利他行为的研究中显示, 道德判断与网络利他行为呈显著正相关关系^[47]。学者们还发现, 在各类情境中, 道德意向、道德判断、道德行为都与个体的亲社会——反社会行为存在显著相关性^[48]。同时, Tangney^[49]等人早在 2007 年就指出个体情绪对道德判断具有强烈的影响作用。个体通过预期的情绪反应来调整自己的实际行为^[50], 主要是道德情绪。而通常, 个体的情绪会受到信息中的情绪感染, 进而刺激个体的行为决定^[51]。综上述, 虽然有研究指出了道德判断在一定程度上会影响个体行为^[48]。但是, 目前尚没有研究详细阐明在网络语境下面对热点社会事件驱动网民群体信息行为的道德判断过程中的情绪加工路径-认知加工路径与个体的理性-非理性行为存在怎样的内在机制。

基于以上理论, 本研究提出假设:

H3a: 情绪型道德判断影响非理性行为;

H3b: 推理型道德判断影响理性行为。

H4: 道德判断在信息线索影响网民群体信息行为中发挥中介作用, 具体而言就是, 情绪型道德判断在信息情绪线索影响非理性行为过程中具有中介作用; 推理型道德判断在信息逻辑线索影响理性行为过程中具有中介作用。假设模型见图 1:

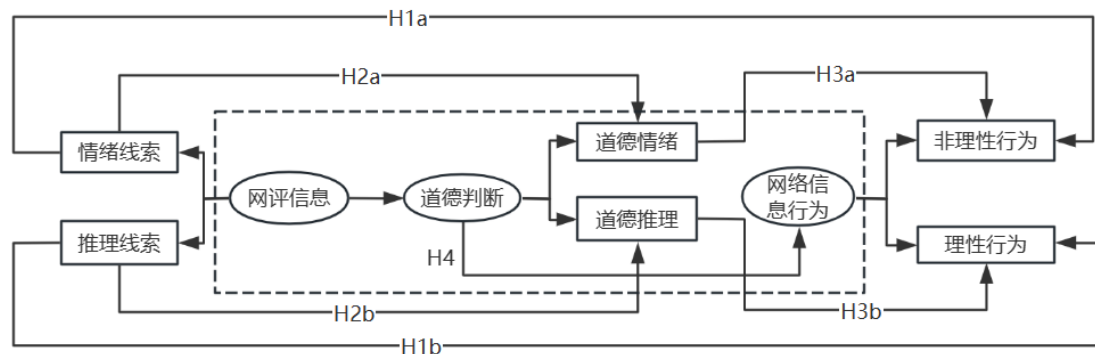


图 1 假设模型

2. 研究方法过程

2.1 样本数据

本文选取微博平台有关上海 4 岁女童失踪的相关话题进行研究,通过爬虫技术方法在“上海 4 岁女童海滩走失父亲发声”、“上海 4 岁女童走失超 120 小时”、“4 岁走失女童父亲在网友评论区求助”、“上海 4 岁女童失踪已超 90 小时”、“上海 4 岁女童海滩失踪案最新进展”、“不能完全排除上海女童落水可能性”、“上海 4 岁女童失踪海滩入口已封闭”七个话题中获取到有效信息,获取数据的时间正处于网民对此事件进行激烈讨论的时候,同时也是此事件属于热点话题的时间。对获取到的文本进行筛选、剔除、整理之后,得到有效文本信息共 632 条,同时保存相关微博原文的转发数、评论数、点赞数等,为后续的统计分析提供了数据基础。

2.2 变量选取

(1) 信息线索:本研究将信息线索分为信息情绪线索和信息逻辑线索。剔除原文内容为单一视频或图片、内容重复、以及没有评论和点赞的文本,将获取到的 632 条信息。把以下内容归为信息情绪线索,并将其编码为 1:①原文内容带有道德情绪色彩的词眼,例如:生气、难受、难过、想哭等;②具有隐含道德情绪的词语,例如:气愤、该死、有病、谴责等辱骂性词语;③反映情绪的标点符号,例如:连续的感叹号或者问号。把以下内容归为信息逻辑线索,并将其编码为 2:①原文内容带有逻辑推理的,例如:因为...所以...、如果...那么...、既然...就...等关联词;②原文内容是陈述客观事实的,例如:有数据、时间、科学依据等;③具有条理引经据典的,例如:逻辑性反问、历史上等。经过处理得到 407 条含有情绪线索的信息,225 条含有逻辑线索的信息。

(2) 道德判断:将道德判断分为情绪型道德判断和推理型道德判断两个维度进行研究。利用数据爬取技术,一一收集 632 条微博原文的评论,并对评论进行分类。本研究将含有“心碎”、“心痛”、“揪心”等表达情绪线索的评论,以及具有侮辱性词语或连续的感叹号、问号等明显表达情绪的评论,确定为情绪型道德判断;将含有逻辑关联词、陈述客观事实,以及逻辑性反问的评论确定为推理型道德判断。对应每条微博原文,分别计算其评论区内的情绪型评论和推理型评论,以作

为情绪型道德判断和推理型道德判断的量化标准。

(3) 网民群体在线信息行为：将网民群体在线信息行为分为非理性行为和理性行为两个维度。关注每条微博文本评论区中每条评论的点赞数，统计情绪型评论的点赞数之和以及推理型评论的点赞数之和，分别作为非理性行为和理性行为的量化指标，两个维度共同构成网络信息行为。

经过整理，形成本研究所要统计分析的数据集，其中自变量为信息情绪线索和信息逻辑线索，中介变量为道德判断，其包含的两个维度是情绪型道德判断和推理型道德判断，因变量为非理性行为和理性行为，即网民群体在线信息行为。

3.实证分析

3.1 数据检验

(1) 描述性统计

对数据进行标准化处理，即通过 SPSS 软件进行 log 转换，再做后续的一系列分析，得到的频率、描述性统计分析结果如下：

表 1：信息线索的频率

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	1	407	64.4	64.4	64.4
	2	225	35.6	35.6	100
	总计	632	100	100	

表 2：变量描述性统计

		类别	情绪判断	推理判断	非理性	理性
个案数	有效	548	525	530	492	548
	缺失	84	107	102	140	84
平均值		0.6109	0.4969	0.8731	0.7545	0.6109
中位数		0.6021	0.4771	0.9542	0.699	0.6021
众数		0	0	0	0.3	0
偏度		0.3	0.956	-0.039	0.5	0.3
偏度标准误差		0.104	0.107	0.106	0.11	0.104
峰度		-0.275	0.832	-0.153	-0.125	-0.275
峰度标准误差		0.208	0.213	0.212	0.22	0.208

注：信息线索=信息情绪线索和信息逻辑线索，情绪判断=情绪型道德判断，推理判断=推理型道德判断，非理性=非理性行为，理性=理性行为

由非理性行为和理性行为的偏度和峰度可知，这两个变量的数据都属于非正态分布，因此要进行非参数检验的方法检验数据是否具有统计学意义。

(2) 非参数检验

表 3：Mann-Whitney 非参数检验结果

情绪判断	推理判断	非理性	理性
------	------	-----	----

曼-惠特尼 U	21486.5	29107	18698.5	20539
威尔科克森 W	46911.5	112135	44123.5	103567
Z	-11.117	-7.682	-12.363	-11.574
渐近显著性（双尾）	0	0	0	0

a 分组变量：类别

注：信息线索=信息情绪线索和信息逻辑线索，情绪判断=情绪型道德判断，推理判断=推理型道德判断，非理性=非理性行为，理性=理性行为

Mann-Whitney 非参数检验结果显示，在不同的信息线索条件下，情绪型道德判断、推理型道德判断、非理性行为以及理性行为都具有显著差异，有统计学意义。

3.2 假设检验

（1）相关性分析：根据数据的分布特征，本研究采用斯皮尔曼相关性分析方法。

表 4：斯皮尔曼相关性分析

		信息线索	情绪判断	推理判断	非理性	理性
类别	相关系数	1.000				
情绪判断	相关系数	-0.223**	1.000			
推理判断	相关系数	0.170**	0.431**	1.000		
非理性	相关系数	-0.220**	0.599**	0.205**	1.000	
理性	相关系数	0.339**	0.119*	0.624**	0.323**	1.000

** 在 0.01 级别（双尾），相关性显著。

注：信息线索=信息情绪线索和信息逻辑线索，情绪判断=情绪型道德判断，推理判断=推理型道德判断，非理性=非理性行为，理性=理性行为

如表 4，信息线索与非理性行为、理性行为的相关系数分别为 -0.220 和 0.339，呈显著相关，说明信息线索对网络信息行为具有影响作用。也就是说，信息情绪线索会影响网民的非理性行为，而信息逻辑线索影响网民的理性行为，故假设 1a 和 1b 成立；信息线索与情绪型道德判断相关系数为 -0.223，呈显著负相关，由于本研究对信息情绪线索编码为 1，信息逻辑线索编码为 2，因此信息线索的编码数越大，情绪型道德判断就越少，说明信息情绪线索更容易引发网民的情绪型道德判断加工路径，相反，信息线索与推理型道德判断相关系数为 0.170，呈显著正相关，因此信息逻辑线索会引发网民的推理型道德判断加工路径，故假设 2a 和假设 2b 成立；情绪型道德判断与非理性行为的相关系数为 0.599，即个体经道德判断的情绪加工路径之后更容易做出非理性行为；推理型道德判断与理性行为的相关系数为 0.624，即个体经过道德判断的认知加工路径之后更容

易做出理性行为, 因此能说明, 道德判断正向影响网络信息行为, 故假设 3a 和假设 3b 成立。

(2) 道德判断的中介效应分析

由于数据是非正态分布, 且自变量属于二分类变量, 因此选择 Bootstrap 抽样分析法^[52]对道德判断的中介效应进行分析, 利用 SPSS 中的 Process 插件完成统计分析。对两条路径分别进行检验, 得到两组结果, 如下表所示:

表 5: 推理型道德判断中介效应

	因变量	自变量	R	R-sq	F	β	t
第一步	推理判断	信息线索	0.200	0.040	20.490**	0.186	4.527**
第二步	理性	信息线索	0.345	0.119	66.357**	0.361	8.146**
第三步	理性	信息线索	0.727	0.529	274.240**	0.224	10.614**
		推理判断				0.736	14.391**

信息线索=信息情绪线索和信息逻辑线索, 推理判断=推理型道德判断, 理性=理性行为

表 6: Bootstrap 中介效应检验结果

效应关系	效应值	LLCI	ULCI	效应占比
总效应	0.361	0.274	0.449	
直接效应	0.224	0.159	0.290	0.621
间接效应	0.137	0.075	0.203	0.379

如表 5, 信息线索显著正向预测理性行为 ($p < 0.01$), 推理型道德判断显著正向预测理性行为 ($p < 0.01$)。表 6 中, 推理型道德判断的中介效应显著, 置信区间不包含 0, 效应占比是 37.9%, 部分中介了信息逻辑线索对理性行为的影响作用。

表 7: 信息情绪线索中介效应检验

	因变量	自变量	R	R-sq	F	β	t
第一步	情绪判断	信息线索	0.123	0.015	8.128**	-0.654	-2.851**
第二步	非理性	信息线索	0.210	0.044	24.266**	-0.230**	-4.926**
第三步	非理性	信息线索	0.633	0.400	175.960**	-0.149	-3.988**
		情绪判断				0.669	17.700**

注: 信息线索=信息情绪线索和信息逻辑线索, 情绪判断=情绪型道德判断, 非理性=非理性行为

表 8: Bootstrap 中介效应检验结果

效应关系	效应值	LLCI	ULCI	效应占比
总效应	-0.230	-0.322	-0.139	
直接效应	-0.149	-0.222	-0.076	0.648

间接效应	-0.081	-0.140	-0.018	0.353
------	--------	--------	--------	-------

如表 7，由于人为编码（信息情绪线索=1，信息逻辑线索=2），故信息线索显著负向预测非理性行为（ $p<0.01$ ），情绪型道德判断显著正向预测非理性行为（ $p<0.01$ ）。表 8 中，情绪型道德判断的中介效应显著，置信区间不包含 0，效应占比是 35.3%，部分中介了信息情绪线索对非理性行为的影响作用。

通过 Bootstrap 抽样分析法所得到的结果，在信息逻辑线索对网民理性行为的影响过程中，推理型道德判断具有一定的中介作用；在信息情绪线索对网民非理性行为的影响过程中，情绪型道德判断具有部分中介作用，因此可以得出结论，道德判断在信息线索影响网民群体在线信息行为的过程中具有中介效应，故假设 4 成立。

4.研究展望

4.1 研究发现与贡献

本研究基于道德判断双加工模型的理论视角，借助大数据网络爬取技术，通过统计分析的方法，验证了研究假设。以网络用户作为研究对象，系统地探索了网络信息、道德判断对网络信息行为的作用路径。得到以下结论：a.在网络环境中，信息表征为不同的线索，主要是情绪线索和逻辑线索，而信息中的情绪线索会直接触发网民的非理性行为，逻辑线索会使网民做出理性行为；b.道德判断作为个体社会认知的一种，也会影响网民的网络行为，导致集体行为的发生；c.信息线索不仅能直接影响网络信息行为，还会通过道德判断的两条路径，分别影响网络信息行为；d.本研究结论中的一个创新点是通过实证研究，证明了网络信息影响网络信息行为的两条路径，一是信息情绪线索——非理性行为的情绪判断路径，二是信息逻辑线索——理性行为的推理判断路径。

此次研究重要的理论贡献是以道德判断双加工模型为理论基础，明确了在网络环境下网络信息以信息线索为标准分为信息情绪线索和信息逻辑线索，两种信息线索会通过道德判断对网络信息行为产生影响。为后续开展相关实验研究及更深入地探讨其他变量的作用机制提供了较为充分的依据，也为控制网路舆情提供了一定的理论指导和实践指南。

首先，国内关于网络信息行为的实证研究较少，对网络信息所引起的集体行为的研究更是少之又少。目前学界尚缺少针对道德判断对网络信息行为的实证研究，因此本研究在一定程度上是对道德判断影响网络信息行为的重要理论补充。有关信息情绪线索影响网络非理性集体行为的情绪型道德判断路径启示我们，情绪型道德判断是网民基于信息情绪线索进行非理性行为的重要依据。这一路径为我们控制具有情绪线索的网络信息，扼制不良非理性网络信息行为的发生，提供了重要的指导意义；而关于信息逻辑线索影响网络理性集体行为的推理型道德判断路径提示我们，网络信息中的逻辑线索能有效激发网民的道德判断中的认知路

径,可能占有较少的情绪体验,提高网民认知网络信息的正确度。互联网是各类信息的重要传播方式,同时也为个体网络行为提供了施展平台。参考本研究的结论,在网络社交平台上,信息情绪线索越多,更能激发网民道德判断中的情绪加工路径,非理性行为发生的可能性就会增强,相反,网民通过道德判断的推理加工路径,就可能做出理性行为。因此,本文的研究结论不仅为网络非理性及理性集体行为的发生提供了重要的理论依据,还为控制网络舆情的发展提供了实践指导。

其次,道德判断也是网络信息与网络信息行为之间的重要桥梁,发挥着中介作用。主要表现在情绪型道德判断和推理型道德判断,是产生网络信息行为的两个重要路径。这提示道德认知改变对于个体的集体行为具有非常重要的意义,也为后续针对网络信息行为其他介入因素的实验设计研究提供了重要的理论支持。综上所述,本研究结论表明了网民群体信息行为的道德判断双加工路径的影响规律,对解释不同网络信息所引起的网民群体信息行为提供了充分的实证材料,是控制不良网络舆论发酵与净化网络环境的重要理论依据和实践指导。其中在理论方面需要注意的是:①网络环境中网民情绪感染与逻辑推理对网民群体信息行为的潜在影响;②道德判断双加工路径是信息情绪线索与信息逻辑线索影响网络非理性与理性集体行为的重要桥梁。在实践的指导方面:①通过减少网络信息情绪线索或增加信息逻辑线索的出现,引导网民进行逻辑思考和判断,改变网民的网民群体信息行为选择;②根据网络信息线索预判可能发生的网民群体信息行为,制定合理的控制舆论策略,防止恶性事件发生。

虽然本研究在收集数据过程中严格遵循科学性、合理性与普适性原则。进行数据统计分析时,也预先对数据分布特征进行了检验,采用了合理的数理统计分析方法,然而在定性分析过程中,不可避免地存在主观因素。但是,本研究中手动对文本进行编码、归类,更能切实地体会到信息中深层次的情绪亦或是逻辑所在,这是相比于计算机分析更为精准的一种方式,同时针对同一个话题所选取的样本,在一定程度上是具有一定的外延效度的。

然而仍不可否认的是本研究确实存在一定的局限性。首先,本研究所采用的数据爬取技术,不能统计到网民的性别、年龄、学历等信息,具以往研究表明,道德判断能力与个体年龄、学历等因素有着密切的联系,为增加研究的严谨性应该在后续的相关研究中加入潜在解释变量;其次,只针对道德判断这个单一中介变量的影响作用,对个体的道德判断偏好,如道德判断标准、先前道德经验和前瞻道德期望,三个可能的涉入的因素欠缺考虑,可以在后续研究中进行更为详细的深入的挖掘;第三,本研究结果表明网民群体信息行为的道德判断路径的一般规律,然而个体进行道德判断的过程极为复杂,会受到很多其他相关因素的影响,比如社会文化、个体状态等,因此在后续研究中应该涉及其他解释变量,来丰富面对热点社会事件网民群体在线信息行为的影响机制,为更合理地发挥道德判断

在规范网络信息行为中的积极社会价值发展提供更有建设性的理论指导。

参考文献

- [1] Haidt, J. (2007). The new synthesis in moral psychology. *Science*, 316(5827), 998 - 1002.
- [2] 杨中芳. (1996). 如何研究中国人. 台北: 桂冠图书公司.
- [3] 隋雪, 杨博等. 道德判断过程中的情理相争或情理相融 ——来自行为学及认知神经科学的证据
- [4] 王林, 时勘, 赵杨. 网络集群行为执行意向的维度研究[J]. 管理评论, 2013, 25(12): 60-68.
- [5] 董天策. 从网络集群行为到网络集体行动——网络群体性事件及相关研究的学理反思[J]. 新闻与传播研究, 2016(2): 80-99.
- [6] Guglielmo S. Moral judgment as information processing: An integrative review[J]. *Frontiers in Psychology*, 2015, 6: 1637.
- [7] Greene, J. D., Nystrom, L. E., Engell, A. D., Darley, J. M., & Cohen, J. D. (2004). The neural bases of cognitive conflict and control in moral judgment. *Neuron*, 44(2), 389-400
- [8] Moll, J., De Oliveira-Souza, R., & Zahn, R. (2008). The neural basis of moral cognition: Sentiments, concepts, and values. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1124(1), 161-180.
- [9] 万晓榆, 杨腾, 袁野, 盛海刚. 微博信息情绪类型对用户分享意愿的影响研究[J]. 情报科学, 2019, 37(08): 97-101+107.
- [10] Eroglu, Sevgin A., Karen A. Machleit, and Lenita M. Davis. 2001. Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research* 54: 177 - 84
- [11] Parboteeah, D. Veena, Joseph S. Valacich, and John D. Wells. 2009. The influence of web site characteristics on a consumer's urge to buy impulsively. *Information Systems Research* 20: 60 - 78.
- [12] Zhang P. The Affective Response Model: A Theoretical Framework of Affective Concepts and Their Relationships in the ICT Context[J]. *MIS quarterly*, 2013, 37(1): 247-274. DOI: 10.2753/MIS0742-1222290410.
- [13] Smith E R, Seger C R, Mackie D M. Can emotions be truly group level? Evidence regarding four conceptual criteria. [J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 2007, 93(3): 431-46. DOI: 10.1037/0022-3514.93.3.431.
- [14] 张玉荣. 营销信息类型对在线社群成员分享行为影响研究: 情绪理论视角[J]. 河北企业, 2021, No. 379(02): 107-110.
- [15] Cheung C M K, Thadani D R. The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model[J]. *Decision Support Systems*,
- [16] Chen Y, Delcampo R G. Information Clues and Emotional Intentions: A Case Study of the Regional Image of the Cultural and Creative Community[J]. *Administrative Sciences*, 2019, 9. DOI: 10.3390/admsci9020039.
- [17] 周涛, 刘佳怡, 邓胜利. 基于SOR模型的在线知识社区用户潜水行为研究[J]. 情报杂志, 2022, 41(07): 160-165+83.
- [18] 张洪, 蒋婷, 万晓榆, 盛海刚. 信息情绪类型对用户分享意愿的影响——基于微博热点事件的研究[J]. 情报杂志, 2019, 38(05): 169-176.
- [19] Fishbein M, Ajzen I. Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley, Reading MA [J]. *Philosophy & Rhetoric*, 1977, 41(4): 842-844. DOI: 10.2307/4393175.
- [20] 石密, 刘春雷, 时勘, 刘建准. 影响网络集体行为意向的情绪感染路径研究——基于情绪-信息的理论视角[J]. 情报杂志, 2018, 37(11): 103-109+121.
- [21] Hendricks, V. and Hansen, P. G., "Infostorms: How to Take Information Punches and Save Democracy", Copernicus, 2014.

- [22] Zhang P , Wang C .The Evolution of Social Commerce: An Examination from the People, Business, Technology, and Information Perspective[J].Social Science Electronic Publishing[2023-09-29].
- [23] 范文蓉,刘峰.基于抑郁症患者微博平台数据的文本语义挖掘与情感分析[J].软件导刊.
- [24] 张晓璐,钱清.微博话题数据分析及知识图谱构建研究[J].信息技术与信息化,2022,No.270(09):91-95.
- [25] 金林杉,陈巍.心理理论与道德判断的关系:毕生发展的视角[J].心理研究,2013,6(06):22-26+39.
- [26] 周钧毅.道德判断模式理论新进展[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版),2012,9(03):22-23.
- [27] Haidt,Jonathan.The Emotional Dog and Its Rational Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment. [J].Psychological Review, 2001.
- [28] Joshua,D,Greene.Why are VMPFC patients more utilitarian? A dual-process theory of moral judgment explains[J].Trends in Cognitive Sciences, 2007, 11(8):322-323.D01:10.1016/j.tics.2007.06.004.
- [29] Haidt J,Graham J.When Morality Opposes Justice: Conservatives Have Moral Intuitions that Liberals may not Recognize[J].Social Justice Research, 2007, 20(1):98-116.D01:10.1007/s11211-007-0034-z.
- [30] 王云强,郭本禹,吴慧红.情绪状态对大学生道德判断能力的影响[J].心理科学,2007,No.170(06):1324-1327.
- [31] Pizarro,David.Nothing More than Feelings? The Role of Emotions in Moral Judgment. [J].Journal for the Theory of Social Behaviour, 2000.
- [32] 文少司,丁道群.情绪如何影响道德判断:完全差异化的观点[J].心理研究,2015,8(03):19-29.
- [33] Kleef G A V .The Emerging View of Emotion as Social Information[J].Social and Personality Psychology Compass, 2010, 4(5).D01:10.1111/j.1751-9004.2010.00262.x.
- [34] Greene,Joshua,D,et al.An fMRI Investigation of Emotional Engagement in Moral Judgment. [J].Science, 2001, 293(5537):2105-2105.
- [35] 曹阳.马基雅维利主义特质及冷暖颜色信息线索对大学生道德判断影响的研究[D].云南师范大学,2018(01).
- [36] Steve,Guglielmo.Moral judgment as information processing: an integrative review[J].Frontiers in Psychology, 2015.D01:10.3389/fpsyg.2015.01637.
- [37] Osman M .Moral Judgment: Truth, Order and Consequence[J].Psychology, 2015, 6(5):633-642.D01:10.4236/psych.2015.65061.
- [38] Cushman, Fiery , L. Young , and J. D. Greene . "Our multi-system moral psychology: Towards a consensus view." oxford handbook of moral psychology (2010).
- [39] 曹令敏.心理理论与道德判断关系刍议[J].苏州教育学院学报,2015,32(01):85-89.
- [40] 李明晖,饶琳琳.解释水平视角下的道德判断[J].心理科学进展,2017,25(08):1423-1430.
- [41] 沈汪兵,刘昌.道德判断:理性还是非理性的?——来自认知神经科学的研究[J].心理科学,2010,33(04):807-810.
- [42] 金晓燕,任广乾,刘莉.网络社会集体行为中的先驱者跟随者模式及其协调机制研究[J].情报杂志,2021,40(07):114-121.
- [43] 陈嵩,蔡明田.伦理评价、伦理判断与行为意图关系之实证研究 [J].中山管理评论,1999,7(4):1025-1047.
- [44] 陈道平,苏力沙.人格特质、道德判断与行为意图——基于信用卡消费者未偿信贷的研究[J].统计学报,2022,3(01):78-92.
- [45] Vitell S J .Consumer Ethics Research: Review, Synthesis and Suggestions for the Future [J].Journal of Business Ethics, 2003, 43(1/2):33-47.D01:10.1023/A:1022907014295.
- [46] Barnett T , Valentine S .Issue contingencies and marketers' recognition of ethical issues, ethical judgments and behavioral intentions[J].Journal of Business Research, 2004, 57(4):338-346.D01:10.1016/S0148-2963(02)00365-X.

- [47] 李炜. 硕士研究生网络利他行为的量表适用性及其与道德判断间关系[D]. 华东师范大学, 2012(12).
- [48] 冯泰熙, 祝大鹏. 体育情境中认知情绪调节对亲社会——反社会行为的影响: 道德认知的中介作用[J]. 湖北体育科技, 2022, 41(10): 903-907.
- [49] Tangney J P, Stuewig J, Mashek D J. Moral Emotions and Moral Behavior[J]. Annual Review of Psychology, 2007, 58(1): 345-372. DOI:10.1146/annurev.psych.56.091103.070145.
- [50] 任俊, 高肖肖. 道德情绪: 道德行为的中介调节[J]. 心理科学进展, 2011, 19(08): 1224-1232.
- [51] 林宝灯, 胡飞群. 情绪刺激对微信公众号信息分享意愿的影响实证研究[J]. 科技促进发展, 2021, 17(06): 1234-1242.
- [52] 陈瑞, 郑毓煌, 刘文静. 中介效应分析: 原理、程序、Bootstrap 方法及其应用[J]. 营销科学学报, 2013, 9(04): 120-135.

A Dual Path Study on the Impact of Moral Judgment on Online Information Behavior of Internet Users: Quantitative statistical analysis based on online reviews of missing girls in Shanghai

Sun Shijiao Shi Mi

(School of Economics and Management, TianGong University, Tianjin 300387, China)

Abstract Based on the dual-processing model of moral judgment, this paper investigates how different information cues stimulate people's moral judgment and have an impact on their online collective behaviors, so as to provide decision-making basis for the channeling of online public opinion, the construction of an online ecological environment, and the regulation of the healthy development of online collective behaviors. The research data were obtained through big data text mining, and 632 posts of different types and their comments were statistically analyzed to explore and analyze the paths of the influence of moral judgments on the online information behavior of online people. The emotional cues of information affect the irrational behavior of Internet people, and its logical cues affect the rational behavior of Internet people; moral judgment has a mediating effect in the process of information cues affecting online collective behavior.

Key words online information moral judgment online collective behavior dual processing model of moral judgment