

感动的社会联结效应及其理论解释*

岳童^{1,2} 王洪³ 田兴江⁴ 吴婷¹ 傅安国⁵ 周燕鹏¹

(¹ 西南大学心理学与社会发展研究中心; 西南大学心理学部, 重庆 400715)

(² 内蒙古自治区学生欺凌防治研究中心, 通辽 028000)

(³ 重庆师范大学应用心理学重点实验室, 重庆师范大学教师教育学院, 重庆师范大学教育科学学院, 重庆 401331)

(⁴ 重庆幼儿师范高等专科学校学前教育学院, 重庆 404047)

(⁵ 云南师范大学教育学部, 昆明 650504)

摘要 感动是一种由外部刺激引发的非自主性、即时产生的情绪状态。感动产生后具有社会联结效应, 不仅能够增强个体与直接触发者之间的联结, 还具有更广泛的扩展效应, 使个体的社会联结倾向超越具体的情境。共享关系强化理论和意义凸显性理论分别从感动联结效应的自动化与认知建构过程进行解释: 前者强调感动源于进化适应性机制, 通过激活共有共享关系促进社会联结; 后者认为感动引发个体对核心价值的认同, 促使其主动寻求社会联结。本文在梳理感动直接联结与扩展联结表现的基础上, 分析了上述两种心理机制的异同与交织特性, 并指出未来研究可从感动联结效应的扩展边界、理论机制的区分与整合以及个体差异的调节作用等方向, 进一步深化对感动社会功能的理解与应用。

关键词 感动, 社会联结, 依恋, 共有共享关系

分类号 B849: C91

1 引言

感动是外部刺激对个体主观感受的作用, 是由动力性强的事件(如共享行为、道德行为、美感等)所引发的一种非自主性的、即刻产生的情绪状态(岳童等, 2025; Zickfeld et al., 2020)。在学术研究领域通常以“being moved”或“being touched”来进行指称, 也有一些学者借用梵语中的“Kama muta”(意为“因爱而感动”)来描述这一心理现象(Fiske, 2019)。需要指出的是, 在研究这一人类独特心理时, 学者们往往将感动定位为一种情绪(emotion)状态而非一般的、长时间的情感(affect)体验或心境(mood)(Fiske, 2019), 并在此基础上探讨其诱因、体验内容及功能等。

目前, 研究者多将感动视为一种虽然复杂但

具有独特性的情绪, 在评价模式、现象学感受、生理反应及行为后果上均能与其他情绪进行有效的区分(Cova & Deonna, 2014; Fiske et al., 2017; Herting & Schubert, 2022; Zickfeld et al., 2019)。这种独特性体现在如下几个方面。在主观感受及生理反应方面, 感动表现出情绪唤醒及生理平静交替激活的独特性特点(岳童等, 2025)。例如, 在感动过程中人们会经常报告打寒战的主观感受, 而与之相伴的生理反应是产生鸡皮疙瘩(goosebumps)、心率增加等交感神经系统的活动加强, 而这些生理反应被认为代表了在感动过程中的情绪唤醒活动(Martínez-Molina et al., 2016); 与此同时, 感动过程中个体还经常产生流泪和内心温暖等表现或主观反应, 而与其对应的生理反应被认为与副交感神经系统有关, 可以在感动过程中提供暂时性的平静作用, 有助于情绪调节, 类似于情感宣泄的作用(Gračanin et al., 2018)。在情绪效价方面, 虽然很多时候感动情绪可以由悲伤情境诱发(Eerola et al., 2021), 但最终表现出来积极的主观报告状态、奖赏相关的荷尔蒙变化模式及神经反

收稿日期: 2025-03-01

* 重庆市教育委员会人文社会科学研究项目(24SKJD071)、
内蒙古自治区高校人文社会科学重点研究基地基金
(25JKQLYB16)资助。

通信作者: 王洪, E-mail: 20131691@cqnu.edu.cn

应模式(Eerola et al., 2021; Herting & Schubert, 2022; Wassiliwizky et al., 2017), 是一种独特而复杂的积极情绪状态。近些年来, 研究者开始关注感动在社会生活中所表现出的“社会联结(social connection)效应”, 即感动可以通过情绪联结个体和群体以推动社会关系的强化(Hajnosz, 2024; Petersen & Martin, 2021; Vuoskoski et al., 2022)。

感动情绪所展现出的社会联结效应得到了不同学科研究者的广泛关注。例如, 感动的唤起不仅是修辞学、美学、宗教和艺术的追求目标, 它还成为传媒和营销领域中被广泛关注的传播手段(Hanich et al., 2014)。许多音乐、电影、文学等艺术作品通过创造感动的氛围, 试图触发观众的情绪共鸣(Kuehnast et al., 2014; Menninghaus et al., 2015; Seibt et al., 2017)。此外, 感动也在社会舆论宣传和情绪治理中得到了应用(艾娟, 2020), 如《感动中国》便在社会上引起了广泛的反响, 深刻激发了公众对积极情绪的共鸣, 并取得了显著的宣传和引导效果。在心理学实证研究领域, 研究者主要关注感动情绪在促进亲社会行为(艾娟, 贾喜瑶, 2021; Lyshol et al., 2020)、加固社会联系(Menninghaus et al., 2015; Lyshol et al., 2020)以及提高社会参与度(Landmann & Rohmann, 2020; Lizarazo Pereira et al., 2022)等的社会联结效应。总之, 即便很多研究者已经开始将这种社会联结效应应用于一些社会问题的解决之中, 如促进人际关系、解决群体冲突、增强集体行动力以及促进环保行为等, 但其背后的心理机制仍然缺乏深入而系统性的探讨, 这在很大程度上阻碍了感动研究的应用转化。有鉴于此, 本文将在梳理和总结现有研究成果的基础上, 探讨感动社会联结效应的具体表现, 并进一步结合现有理论分析其背后的作用机制, 最后对未来的研究方向提出展望, 以期为该领域的后续研究提供理论参考和启示。

2 感动社会联结效应的表现

有关感动社会联结效应的现有研究主要集中在不同层次的联结对象上。为了更系统地整理和呈现这些研究成果, 本文将感动的社会联结效应区分为两大类: 直接联结效应和扩展联结效应。直接联结效应是指感动情绪促使个体对情绪触发者本身(如具体他人、所在群体、特定实体)产生更强的亲密感、归属感与信任感; 而扩展联结效应

则指感动体验使个体超越原有触发情境, 将联结动机泛化到更广泛的社会对象, 如更大的社会群体、文化符号、自然环境等。

2.1 与感动触发者之间的直接社会联结

在感动情绪产生之后, 增进与感动情绪触发者之间的关系紧密度是其社会联结效应的最直接体现。具体而言, 人们会被其他个体、群体甚至非人类实体的某些行为、特质或情境所感动, 进而提升与感动触发者之间的直接心理联结。

首先, 被具体的他人所感动之后, 可以有效加强被感动者与他人之间关系的主观亲密密度感受。例如, Seibt 等人(2019)的研究表明, 在美国政治竞选广告中, 通过围绕候选人构建令人感动的叙事框架并成功唤起支持者的情感共鸣, 能够有效增强选民与候选人之间的社会联结感知和情感认同, 进而显著提升其投票意愿。Grüning 和 Schubert (2022)的研究还发现, 感动情绪与选民的党派倾向密切相关: 党派匹配的广告能让选民体验到更强烈的感动情绪。当选民在观看政治广告时经历感动情绪, 他们会感到与候选人之间的情绪共鸣和联系得到加强, 从而更倾向于对候选人产生亲密感, 并增加投票支持意愿。在更亲密的人际互动情境中, 感动同样展现了强化直接关系的功能。例如, Alessandrini (2024)通过对来访者和心理咨询师的半结构化访谈研究发现, 在咨询过程中, 咨询师通过营造一些“小事情”(如泡茶、轻触肩膀等)能够有效唤起来访者的感动情绪, 这可以引发深刻的情绪共鸣, 增强与咨询师之间的情感联结。不仅如此, 感动在亲密关系中的长期效应也得到了初步验证。最近, Hajnosz (2024)通过4个实验系统探讨了感动在产生之后对与他人关系亲密度的积极影响。在前两个实验中, 研究者通过感人的视频片段来诱发被试产生感动情绪, 结果发现被试自我报告产生了更强的归属感, 与他人的关系也更加紧密和充实。在后两个实验以浪漫伴侣为被试, 结果进一步发现个体当天经历感动情绪的频率和强度不仅可以预测其感知伴侣反应性(perceived partner responsiveness)(如被理解、被关心等), 而且还能影响其伴侣对被试关心和理解的感知, 即感动不仅能促进彼此之间的联结感和亲密性, 且这种影响具有跨时间和跨伴侣的传递效应。综上, 无论是在政治传播、心理咨询还是亲密关系背景下, 感动情绪均通过增强归属感与

亲密体验,直接促进了个体与具体他者之间的社会联结效应。

其次,感动的社会联结效应还表现为能够提升个体对所在群体的认同感与归属感,从而强化与群体成员之间的情绪共鸣与心理联结。例如, Landmann 和 Rohmann (2020)发现,当被试参与环境保护抗议活动被群体精神所感动时,他们会在情绪上与社会运动或集体目标建立更紧密的联系,从而增强对这些群体的归属感,提升集体效能感,最终激发个体为共同目标而行动。Landmann 和 Naumann (2024)的研究也发现,当被试在参与气候抗议活动(如“Fridays for Future”运动)时,如果因群体表达的积极价值观和集体意义所感动,其群体身份认同会显著增强,进而提升后续集体行动参与意愿。Landmann 和 Naumann 认为,这种情绪路径不仅增强了群体认同感,还为和平集体行动提供了相比于愤怒感更为有效的情绪动力,因为后者往往会引发财产破坏、暴力行为等消极后果。Lyshol 等人(2022)进一步探讨了感动如何通过增强共同群体认同,减少美国两大党派(民主党与共和党)支持者之间的情感极化(affective polarization)和党派间不信任。研究发现,当美国公民观看能够激发感动情绪的视频(如展示自然灾害后美国人团结互助的情景)后,显著增强了参与者对共和党和民主党成员属于同一群体的认同感,进而增强了对党派对立者的信任和亲近感,这为缓解现代社会的政治极化提供了一种情绪层面的有效途径。总之,感动情绪在群体层面通过激发归属感、强化认同及增进信任,直接促进了个体对集体目标和社会关系的情感投入,展现了其在不同社会单元中稳固社会联结的重要作用。

最后,感动的社会联结效应不仅限于人际之间,还体现在人与非人类对象之间。例如,Steinnes 等人(2019)的研究表明,当个体观察到可爱动物之间或动物与人类之间的亲密互动时,不仅会引发强烈的感动情绪,还激发其与动物建立或深化情感联结的动机,从而促进紧密的情绪关系形成。Petersen 和 Martin (2021)要求大学生在户外活动中拍摄那些令他们感动的瞬间,并围绕这些照片进行半结构化的访谈。参与者在访谈中描述了如“沉浸于大自然之中”或“与自然融为一体”的情绪体验,即感动情绪通过激发对自然的积极情绪反应,帮助参与者感受到与自然环境之间的深刻

联结。Seibt 等人(2023)要求被试观看能够引发情绪共鸣的自然环境公益广告,同时记录被试的生理反应及自我报告的感动水平。结果显示,当被试产生感动情绪时,他们对自然的情绪认同显著增强,并表现出更强的责任感以及保护自然的意愿,且这种与自然环境的情绪联结还具有长期的效应。由此可见,感动情绪在面对自然环境和动物时,同样能够激发情感认同与亲密动机,促使个体建立起跨越人际界限的直接社会联结体验。

总体而言,感动情绪能够在多种社会对象层级中直接强化个体的情感联结体验,无论是面对具体的他人、所归属的群体,还是自然与非人实体,均展现出明显的社会联结效应。这种以直接情绪共鸣为基础的联结形式,构成了感动社会功能的核心层面。然而,感动所激发的社会联结并不局限于初始情境本身,还具有向更广泛社会对象迁移与扩展的潜能。

2.2 感动社会联结的扩展效应

中国古人提出过“感而遂通”、“仁者与天地万物为一体”等理念,认为感动可以产生广泛而深层次的联结作用。在心理学的实证研究领域近些年来也发现了类似的现象,即因感动情绪而产生的社会联结不仅仅局限于与具体的触发者之间,还能进一步产生扩展效应。

这种扩展效应的一种体现是,可以将被非人类实体引发的感动社会联结延展至更为广泛的人际关系亲密度提升上。例如,Swarbrick 等人(2021)发现,当观众被现场或虚拟音乐会中的音乐或氛围所感动时,其与表演者及其他观众之间的情绪联结会得到加强,进而促进参与群体之间关系亲密度的提升和社交关系的建立。在此基础上,Swarbrick 和 Vuoskoski (2023)进一步发现,不同的音乐作品能够引发不同的情绪反应,其中民间音乐最容易引发感动情绪,而感动情绪经由音乐诱发之后,会扩展至与他人的社会联结感上。其中,观看直播的观众更容易感受到与演奏者的连接,而现场的观众则更容易感受到与其他观众的连接。不仅如此,由大自然引发的感动情绪也会泛化至人际关系的加强上。Petersen 和 Martin (2021)的其中一个研究结果便发现,当被试报告被自然美景所感动时,想要与他人(如小组成员)进行联系的意愿和动机也会随之加强,即感动促进的自然联结可能是随之而来的他人联结的一个

重要促进手段,因此 Petersen 和 Martin 认为该结果对于依恋障碍、抑郁、焦虑和其他与建立和维持社会联系困难心理问题具有潜在的治疗价值。

由人际关系引发的感动还能进一步扩展至对非人类实体的社会联结之中。例如, Xiong (2018) 通过广告视频讲述了一个父亲对女儿的爱与关怀的故事,旨在诱发感动情绪,在广告的最后以“我爱爸爸,每个孩子的未来都值得一切牺牲”结尾,并展示 MetLife (大都会人寿)这一保险公司品牌。结果发现,被广告内容感动的被试报告了更强的自我品牌联结(self-brand connection) (被试通过选择两个圆圈的重叠程度来表示他们与品牌的心理联结感,圆圈重叠越多,表示联结感越强)、更积极的品牌态度以及更高的口碑传播意愿。此外,感动情绪对品牌的长期认同也产生了显著影响,能够建立深远且持续的消费者关系,从而提升品牌价值和市场竞争力。这说明,被试因为父女之间亲情引发的感动社会联结效应扩展到与自己价值观一致的品牌上,从而感受到更强的品牌联结。最近, Zhou 等人(in press)采用了两种情境来诱发感动情绪(研究 1),其中一组要求被试回忆一次印象深刻的人际互动中的感动经历,而另一组则回忆与大自然相关的感动经历,结果显示无论是哪种情境,感动均显著提升了被试的亲环境行为意愿。在视频诱发实验中(研究 2),在观看高人际关怀情绪视频后,被试的自然联结量表评分显著提升,表明即便感动情绪起源于人际关系,其激发的共享情绪依然能扩展至人与自然的联结。

研究还证实,感动能突破群体隔阂,增强群际信任并促进合作行为,这体现了感动社会联结效应更为丰富的内涵。例如, Lyshol 等人(2022)通过一项定性研究和一项定量研究发现,当挪威移民感受到挪威人的帮助、建立亲密的友谊,或认为挪威的文化价值观(如平等、自由、包容等)与自身价值观一致时,其经历的感动情绪会促使他们更倾向于接受挪威文化、语言和价值观,进而更为顺利地融入对他们而言是外群体的挪威文化并促进文化适应。Lyshol 等人(2020)通过实验研究了感动情绪对减少外群体偏见的影响。研究者让美国白人被试观看外群体成员(如有色人种、性少数群体等)展现共情行为(如相互关怀、支持或表达爱意)的视频。结果显示,那些被视频成功诱发感动情绪的被试,更倾向于将外群体成员视为具有完

整人性(humanization),这种认知转变显著改善了跨群体关系的态度。这提示相关领域研究者,未来研究可进一步探讨感动在减少群体偏见、推动跨文化对话乃至提升全球认同感等方面的实际功能,特别是在社会矛盾激烈或文化差异显著的情境中。

2.3 小结

综上所述,感动所产生的社会联结效应表现为两个层次:首先,对感动情绪的直接触发者(无论具体的个体、较大的群体或非人类实体)表现出直接的社会联结增强效应,如提高人际关系中的亲密感与联结感,强化群体认同与归属感,促进个体与非人类实体之间的情绪联结;其次,这种效应不仅具有直接性,而且体现为一种扩展化特征,即从初始的触发者进一步泛化至更广泛、更普遍的社会联结网络之中,实现人与人之间、人与非人类实体之间以及个体与更广大社会环境或外群体之间的多维度联结效应。这种现象在心理学领域的实证研究与传统哲学思想如“感而遂通”、“仁者与天地万物为一体”等理念间实现了跨文化、跨学科的理论共鸣,反映出感动情绪在促进社会联结中的深层心理功能。那么,感动的这种社会联结效应背后涉及何种心理机制呢?在本文的下一部分之中,将对此问题进行探讨。

3 感动社会联结效应的理论解释

目前,关于感动情绪产生直接或扩展化社会联结效应的心理机制,研究尚未形成统一的解释框架。从现有的研究成果来看,要阐明感动的社会联结效应背后的心理机制,关键在于理解感动情绪自身的诱发原因与功能意义。综合来看,目前主要存在两种理论解释路径。一种解释视角是共享关系强化理论,强调感动情绪类似依恋机制,具有进化适应功能,一旦激发出来便会产生广泛意义上的联结倾向;另一种解释视角是意义凸显性理论,认为感动的产生与个体对意义和价值的感知密切相关,会促使个体更深刻地理解和认同某些核心价值观,而社会联结效应正是这种意义追寻过程的重要表现形式。

3.1 共享关系强化理论

根据社会关系理论(relational models theory), Fiske 等人(1992, 2019)认为感动是人们因感受到共有共享关系(Communal Sharing Relationship)加

剧而产生的情绪反应：当个体亲身经历或目睹人际之间的共有共享关系加强时(如相爱的人相互拥抱、对陌生人表达足够的善意等)，便会产生感动情绪(Fiske et al., 2017)。与此同时，感动还会激发个体对共有共享关系的奉献和承诺，促使个体感受到与他人、群体或社会的紧密联系，并进一步投身于共享关系的营造之中，体现为社会联结效应，两者是双向促进的关系(Seibt et al., 2023)。

那么，为何感动发端于共享关系的加强，最终又能促进社会联结的形成呢？研究者一般从进化心理学的视角尝试进行解释，即认为感动是一种被自然选择保留下来的社会情绪，它的核心功能在于加强人类之间的社会联结，尤其是增进亲密关系与共享关系的稳固性(Fiske, 2019; Vuoskoski et al., 2022)。感动的进化起源可能与母婴依恋密切相关：母亲在婴儿出生后需要立即形成强烈的社会联结，以确保对婴儿的照顾和保护，增加后代的存活概率(Steinnes et al., 2019)。在此过程中，那些能够迅速激活母婴亲密联结的情绪体验便具有极大的进化优势，而感动恰好契合了这种情绪需求，因而在进化过程中得到保留和强化(Eerola et al., 2021; Zickfeld et al., 2019)。随着人类社会的发展，感动情绪逐渐从最初的亲子依恋关系推广到更广泛的社会情境之中，但它的核心机制依然是强化社会共享关系(Fiske, 2019; Cullhed, 2020)。从感动情绪的诱发情境来看，能够引发感动的因素往往与共享关系密切相关：不仅具体人际关系(如亲情、爱情、友情)中的相互支持、关怀与无私行为能够激发感动，甚至抽象的群体互动或个体与非人类对象的互动也能引发类似情绪体验(Menninghaus et al., 2015; Clark & Mills, 2011)。这支持了感动作为一种共享关系强化机制的进化意义：通过在不同情境下反复激活个体的共享关系体验，感动情绪持续强化了个体与他者之间的亲密联结，从而为人类合作提供稳固的情绪基础。总之，感动是一种“依恋情绪(attachment emotion)”，而其产生的社会联结效应是感动的进化功能使然，因此不仅可以表现为与触发者之间的直接联结，还能将这种社会联结进一步扩展化。

已有研究从两个方面支持了上述假设。一方面，从生理机制来看，与感动情绪相伴而生的生理反应(如胸腔温暖感、流泪、鸡皮疙瘩等)与依恋和亲密关系中的典型反应模式高度相似。而这种

生理机制被认为是在进化过程中保留下来的，能够强化个体之间的社会联结并促进亲社会行为(Eerola et al., 2021; Inagaki et al., 2016; Vuoskoski et al., 2022)。例如，胸腔的温暖感可能与催产素(Oxytocin, OT)的释放有关，而催产素是一种与依恋和社会联结密切相关的激素(Inagaki et al., 2016)，眼泪可能通过增强情绪共鸣来促进社会联结，而寒战则通过激发情绪共鸣，增强群体内部的凝聚力。Mori 和 Iwanaga (2021)进一步提出，感动情绪中常见的流泪反应可能与依恋过程中的安抚机制相符，因为两者在生理上都伴随着心率(Heart Rate, HR)和呼吸率(Respiratory Rate, RR)的显著下降，而这种生理反应的进化逻辑在于其有助于建立和维持深厚的社会联结，尤其是在家庭成员之间的亲密关系中。

另一方面，从个体的主观报告和行为测量的结果来看，感动产生的社会联结效应大部分都与个体在其中感受到的共有共享关系的加强有关。在人际联结方面，Seibt 等人(2019)的研究发现，政治候选人的感人广告通过激发选民的感动情绪，增强了他们对候选人的情绪联结和支持动机，这一效应由共享关系感知(如“我感受到了难以置信的纽带”)所中介。Vuoskoski 等人(2022)通过音乐诱发感动情绪，发现感动水平与联结感(sense of connection)高度相关，这种联结感表现为听众与音乐、表演者或其他听众之间形成的亲密关系，是共有共享关系强化的典型体现。在群体联结方面，Lyshol 等人(2022)发现，由美国主题引发的感动情绪显著增强了参与者的共享关系感知(如“我感觉更接近美国”)，从而使不同政党支持者开始将彼此视为同一群体，表现为更高的温暖感、信任感和社交亲密感。Lyshol 等人(2022)的研究发现，当挪威移民回忆起挪威人对自己的帮助、建立亲密的友谊时(即共享关系的加强)会经历感动情绪，这进一步促使他们产生集体认同感并融入挪威社会与文化，起到良好的群体融合效果。在与非人类实体的联结层面，Petersen 和 Martin (2021)便采用共享关系理论来解释人们被大自然(如树木、湖泊或动物)感动时产生的广泛社会联结效应，认为与他人、自然、人造物甚至自我所形成的情绪联结具有同质性。

3.2 意义凸显性理论

还有一些研究者认为，感动的社会联结效应

与其说是源于共有共享关系的强化,不如说是个体通过社会联结过程来追求价值和意义,即这种广泛的社会联结是感动所引起的意义凸显效应的体现。具体而言,Cova和Deonna(2014)便认为,感动源于某种核心价值观在特定情境下的凸显,是事物背后的普遍价值和深层意义所引发的,如友情、团结、和平、健康、美感等。同敬畏一样,感动也是一种具有自我超越(self-transcendental)特性的情绪,在产生之后能够促使人们进一步追寻并实现被凸显出的深层价值与意义(Cova & Deonna, 2014; Strick & Van Soolingen, 2018)。在这个过程中,与他者建立社会联结是符合大多数人价值和意义优先性的,因此以这种形式得以彰显。

从感动情绪产生的原因分析来看,有研究发现在某些情况之下,意义凸显性假设的确相比于共享关系强化假设更适于解释感动情绪的发生。第一,如果能够引发人们感动的事件或情境不以共有共享关系为基础,那么在很大程度上便能说明意义凸显解释的正确性。关于这一点,Landmann等人(2019)在研究中专门进行了分类,并发现虽然社会关系有关的情境最能唤起被感动的感觉,但一些表达个人成就(如白手起家、通过奋斗获得财富自由)的事件同样也能触发感动情绪。其二,感动的产生受到情境的影响,在消极情境(如威胁、困境或生命的有限性)下,更能使个体感受到事物或价值的珍贵和意义,从而更易激发感动,这也是共享关系理论难以进行解释的。例如,Kato(2024)的研究表明,当个体意识到生命的有限性时,有限的生命与无限的核心价值形成对比,使个体更易感受到核心价值的永恒性和超越性,从而更强烈地产生感动。Koh等人(2025)的研究也表明,自然灾害这种负面情境突显了人际关系和个人价值的珍贵性,从而使积极价值在困境背景下被更强烈地感知和欣赏,更易激发感动情绪。其三,如果意义凸显性的解释更加有效力的话,由于人们检视意义的方式有别,面对相同的感动情境也应表现出不同的感动水平。Xiong(2018)的研究便发现了类似的现象,不仅发现与被试个人价值观更具有契合性的视频片段唤起的感动情绪也更强,而且通过暗示操纵被试价值观的排序来触发出了不同程度的感动情绪,再次证明感动可能与个体关于事物价值和意义的感知紧密相关。

在感动情绪的社会联结效应理论解释中,意

义凸显视角逐渐成为重要分析框架。在人际关系的联结层面,Hänninen和Koski-Jännes(2023)通过分析芬兰参与者的感动经历发现,婚礼、葬礼或子女成长等事件之所以令人感动,是因为个体在其中感受到了社会与情绪意义,如他们能够重新审视并确认生命和亲情的重要性,进而更加珍视与家人及社会群体的联系,表现出与他者亲密关系的提高。在群体认同层面,Landmann和Rohmann(2020),Landmann和Naumann(2024)的研究指出,人们之所以会因参与保护生态或气候抗议等集体行动而感动,是因为这些行动本身蕴含着积极的社会意义,能够带来高度道德性的社会变革,这种意义感知增强了人们的群体认同感和集体行动意愿。Lyshol等人(2020)也发现,之所以个体在观看外群体成员之间的共享行为(如关怀、支持、爱等)后感动情绪能减少他们对外群体的偏见,进而促进群体间的融入并弱化隔阂,是因为被试在被感动后更多将外群体成员视为更具人性化(humanization)了,即感受到人的价值和意义。在与非人类实体的联结方面,Xiong(2018)发现,当消费者被广告中的情节所感动时,他们会更强烈地意识到自己与广告品牌之间共享的价值,这增强了他们对自我认同和品牌认同之间重叠的感知,进而增进了他们与品牌的心理亲密度。Steinnes等人(2019)的研究也发现,当被试观察到可爱动物之间或可爱动物与人类之间的亲密互动时,被其引发的感动情绪会让这些动物看起来“更具人性”,即消弭了非人性的认知,提升了生命的价值和意义,进而促进了与它们之间的亲密联系和互动。Zhou等人(in press)也认为,个体在感动状态下倾向于将自然拟人化,这种心理机制赋予了自然更加深刻的社会意义:自然不再是外在的客体,而是和人类一样拥有情绪与生命的主体,进而在心理上拉近了与自然之间的距离。

3.3 两种理论解释的比较

综上所述,关于感动情绪如何引发社会联结效应,现有研究尚未达成统一结论。目前主要存在两条解释路径,其内在机制既有交叉重合之处,也存在一定的区分性。一方面,共享关系强化理论认为,感动情绪源于个体在亲密互动和共有共享关系的感知,其进化适应功能促使这一情绪在被激发后自动引发广泛的社会联结。根据该视角,感动类似于依恋情绪,是自然选择保留下来的适

应性机制，其自动化特性使得个体在体验情绪时不仅会与触发者建立直接联结，还能扩展到更大范围的社会群体(Fiske, 2019; Seibt et al., 2017)。另一方面，意义凸显性理论则将焦点置于个体对情境深层意义与核心价值的感知上。根据这一理论，感动情绪的激发并非仅仅依赖于关系的强化，而是源于个体对情境中所体现的普遍价值(如友情、团结、和平等)的深刻认同(Cova & Deonna, 2014)。在此过程中，感动促使个体反思自身的人生意义和价值观，并以此为基础寻求更高层次的社会联结效应。换言之，社会联结效应在这一解释之下，更多地体现为一种主动的意义追寻与价值确认过程，其产生的社会联结是对内心认知与情绪体验的延伸(Strick & Van Soolingen, 2018)。

综合前述分析，共享关系强化理论与意义凸显性理论在解释感动情绪引发社会联结效应时，并非彼此排斥的两种机制，而在很大程度上可以是互为补充的。感动情绪往往伴随着对共有共享关系的强化感知，也同时触发对核心价值和社会意义的认同，这种双重路径在实际体验中常常交织出现。因此，在大多数自然情境下，基于共享关系的联结机制与基于意义追寻的认同机制往往难以截然区分，二者可能代表了研究者理论关注焦点的不同，而非感动体验本身的本质差异。无论是依赖于亲密依恋激活的自动联结过程，还是源自核心价值感知的意义建构过程，最终均可能表现为个体对共有共享关系的强化与社会联结的扩展。然而，在某些特定情境下，这两种路径仍可能具有理论上可区分的特性。例如，Landmann等人(2019)发现，除基于亲密关系的情境外，以个人奋斗与成就为核心的经历同样能够激发感动情绪。这一发现为理论检验提供了重要启发：如果感动的社会联结效应仅仅依赖于共享关系的强化，那么由个人成就唤起的感动体验应当同样促进个体的人际亲密度提升；相反，如果个人成就情境主要激活的是对意义和价值的认同，而非依恋式联结，那么感动所带来的社会联结应体现为更偏向于价值认同层面的社会归属而非具体的关系亲密。因此，未来研究可通过操纵感动诱发情境的性质，进一步探究共享关系强化机制与意义凸显机制在社会联结形成中的相对作用及其边界条件，为感动社会功能理论提供更具区分力的经验依据。

4 总结与展望

本文围绕“感动的社会联结效应”这一核心问题，系统梳理了感动情绪在不同对象层级与不同联结层次中所展现的联结特性，并基于现有文献提出了更具层次性的归纳框架。感动不仅能够在特定亲密互动中迅速增强个体对他者的情绪联结，还具有跨越初始情境的扩展性，促进更广泛的社会归属感与认同感。围绕其心理机制，本文整合了共享关系强化路径与意义凸显性路径，指出感动社会联结效应可能通过依恋激活与意义建构两条互补机制协同作用，且二者在不同感动情境中可能呈现出交织或可区分的特点。共享关系强化机制强调感动作为进化保留的情绪反应，自动促进社会联结；而意义凸显性机制则揭示了感动通过核心价值认知，引发自我超越与社会共情的深层心理过程。总体而言，感动情绪作为一种兼具进化功能性与文化建构性的社会情绪，在促进个体-群体-社会系统中的多重联结方面展现出独特而重要的心理作用。尽管当前研究已初步描绘了感动社会联结效应的轮廓，但仍有诸多关键问题亟待深入探讨。未来研究可在以下几个方向上进一步推进理论建构与实证检验。

首先，未来研究应关注感动情绪所引发的社会联结在不同社会对象与群体层级中的外化特性及扩展模式。目前多数实证研究集中于感动所激发的直接联结效应，即个体对触发情境中具体人物的亲密感与归属感增强(Seibt et al., 2017; Landmann & Rohmann, 2020)。然而，感动的联结作用显然不仅限于熟人或内群体之间，其扩展性特征使个体在面对群体、符号化对象(如国家、民族、品牌)或非人实体(如自然、动物)时，也可能表现出强烈的联结倾向与社会动员意愿(Zickfeld et al., 2019)。值得进一步探讨的是，感动所引发的社会联结是否具备泛化与迁移机制，即感动是否可促使个体将情感投射从具体对象迁移至相似社会成员甚至抽象群体，从而增强外群体的认同与信任。例如，当个体被陌生人间互助行为所感动时，其联结动机是否会泛化至更广泛的他者群体，进而减少偏见、促进跨群体合作(Vuoskoski et al., 2022)。此外，需要深入检验的是，感动情绪是否不仅提升内群体内部的亲密感，还能跨越群体边界，促进更广泛意义上的群际信任与合作，尤其

是在文化异质性较高或社会冲突背景下,其联结扩展功能是否仍然成立,以及是否存在影响这种扩展效应的边界条件(如情境特征、个体特质等)。进一步地,感动联结是否具有即时高效而又短暂的“峰值型”效应,抑或在特定条件下(如多次暴露、情感沉淀)能够转化为稳定的社会态度与身份认同,也是未来值得深入验证的问题。

其次,未来研究应聚焦于感动情绪在社会联结中机制的建构与检验,尤其是在“共享关系强化路径”和“意义凸显路径”这两种理论解释的整合与区分上。基于现有理论,本文认为感动的社会联结效应不仅受其触发情境的结构特征(如亲密关系的强度、情境的道德性质等)影响,也可能通过个体对核心价值的认知来激活不同的联结路径。然而,目前关于这些路径激活条件、相互作用及其过程的实证研究仍然较为匮乏,尚未形成成熟的理论模型。因此,未来研究可以通过情境操控实验,比较在亲密互动和道德彰显等不同情境下,感动是否分别激活共享关系路径与意义路径,并探讨两类路径在联结目标、信任感和行为反应等方面的异同。此外,研究还应关注共享关系路径与意义路径之间的互动与交织效应,例如在某些情境中,是否可能先由自动的依恋机制激活基础的联结感,再通过对核心价值的感知完成更深层次的社会认同,或者二者是否存在互为补充的功能或竞争性偏好,受个体价值取向、文化背景等因素调节(Seibt et al., 2017; Vuoskoski et al., 2022)。最后,双路径模型的理论边界问题同样值得深入探讨,例如,哪些类型的感动情境无法归入现有的两种路径?是否存在第三类联结机制,如美学感受或集体行动中的社会联结(Zickfeld et al., 2019)?

第三,未来研究需系统探讨个体差异在感动联结效应中的调节作用,以揭示“为何感动不对每个人产生相同的联结效果”。尽管感动通常被视为一种普遍的情绪体验,但其在社会联结中的功能并非对所有个体呈现一致性。一方面,有研究者提出“感动特质”这一稳定个体变量,用于描述个体在日常生活中感知、体验和回应感动情境的倾向,并发展出相应的测量工具来衡量个体在这种心理上的差异(Cova & Boudesseul, 2023; Wu et al., 2025)。已有研究发现,感动特质不仅影响感动情绪的激发频率,还可能与联结对象的选择、认同

强度及行为反应密切相关(Zhou et al., in press)。未来的研究可以借助已有的测量工具,考察感动特质在预测个体其他社会功能方面的作用及其可能的心理机制,从而进一步验证并拓展基于状态感动所获得的研究成果。另一方面,一些与感动情绪紧密相关的个体差异变量也可能通过调节联结路径的选择,影响人们在社会联结效应中的表现。例如,Śmieja等人(2022)发现,孤独感较高的个体较难感动,且“信任”这一维度在孤独感与感动之间起着中介作用。这一发现表明,个体在孤独感水平上的差异,可能通过影响感动情绪的敏感性与触发概率,进一步调节其社会联结过程中的亲密感知与信任建构,从而导致社会联结效应的强弱差异。未来研究可以结合特质测量、情境操控和多维行为指标的联合设计,验证感动特质等个体差异变量在感动-社会联结过程中的路径调节作用。

参考文献

- 艾娟. (2020). 感动: 心理学阐释及其作为社会情感治理策略. *学术交流*, 314(5), 146-155.
- 艾娟, 贾喜瑶. (2021). “有感而发”: 感动对利他行为倾向的促进. *心理技术与应用*, 9(3), 149-155.
- 岳童, 王洪, 吴婷, 李庆功, 王梦雨. (2025). 感动的心理学解析: 情感属性与诱发机制. *心理科学*, 48(1), 177-185.
- Alessandrini, K. (2024). Small things—‘It felt like love’—The experience of being deeply moved in therapy: Clients’ stories of the small things that matter in therapy. *Counselling and Psychotherapy Research*, 24(2), 768-781.
- Clark, M. S., & Mills, J. R. (2011). A theory of communal (and exchange) relationships. In P. A. M. V. Lange & A. W. Kruglanski (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 2, pp. 232-250). Sage.
- Cova, F., & Boudesseul, J. (2023). A validation and comparison of three measures of participants’ disposition to feel moved (introducing the Geneva Sentimentality Scale). *Cognition and Emotion*, 37(5), 908-926.
- Cova, F., & Deonna, J. A. (2014). Being moved. *Philosophical Studies*, 169(3), 447-466.
- Cullhed, E. (2020). What evokes being moved? *Emotion Review*, 12(2), 111-117.
- Eerola, T., Vuoskoski, J. K., Kautiainen, H., Peltola, H. R., Putkinen, V., & Schäfer, K. (2021). Being moved by listening to unfamiliar sad music induces reward-related hormonal changes in empathic listeners. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1502(1), 121-131.
- Fiske, A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99(4), 689-723.
- Fiske, A. P. (2019). *Kama Muta: Discovering the connecting*

- emotion*. Milton Park: Routledge.
- Fiske, A. P., Schubert, T. W., & Seibt, B. (2017). The best-loved story of all time: Overcoming all obstacles to be reunited, evoking kama muta. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 1(1), 67–70.
- Gračanin, A., Bylsma, L. M., & Vingerhoets, A. J. (2018). Why only humans shed emotional tears: Evolutionary and cultural perspectives. *Human Nature*, 29(2), 104–133.
- Grüning, D. J., & Schubert, T. W. (2022). Emotional campaigning in politics: Being moved and anger in political ads motivate to support candidate and party. *Frontiers in Psychology*, 12, 781851. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.781851>
- Hajnosz, I. S. (2024). *Social connection and Kama Muta: The psychosocial consequences of feeling emotionally moved or touched* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Edinburgh.
- Hanich, J., Wagner, V., Shah, M., Jacobsen, T., & Menninghaus, W. (2014). Why we like to watch sad films. The pleasure of being moved in aesthetic experiences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(2), 130–143.
- Hänninen, V., & Koski-Jännes, A. (2023). Being moved: A meaningful but enigmatic emotional experience. *Human Arenas*, 8, 285–305. <https://doi.org/10.1007/s42087-023-00340-y>
- Herting, A. K., & Schubert, T. W. (2022). Valence, sensations and appraisals co-occurring with feeling moved: Evidence on Kama Muta theory from intra-individually cross-correlated time series. *Cognition and Emotion*, 36(6), 1149–1165.
- Inagaki, T. K., Irwin, M. R., Moieni, M., Jevtic, I., & Eisenberger, N. I. (2016). A pilot study examining physical and social warmth: Higher (non-febrile) oral temperature is associated with greater feelings of social connection. *PLoS One*, 11(6), e0156873.
- Kato, J. (2024). Effects of finitude salience and value orientation on the feeling of being moved. *International Journal of Psychology*, 59(6), 1199–1207.
- Koh, A. H. Q., Nakayama, M., Liew, K., & Uchida, Y. (2025). The function of feeling Kama Muta in face of collective threat. *Social Psychological Bulletin*, 20, Article e13457.
- Kuehnast, M., Wagner, V., Wassiliwizky, E., Jacobsen, T., & Menninghaus, W. (2014). Being moved: Linguistic representation and conceptual structure. *Frontiers in Psychology*, 5, 107761.
- Landmann, H., Cova, F., & Hess, U. (2019). Being moved by meaningfulness: Appraisals of surpassing internal standards elicit being moved by relationships and achievements. *Cognition and Emotion*, 33(7), 1387–1409.
- Landmann, H., & Naumann, J. (2024). Being positively moved by climate protest predicts peaceful collective action. *Global Environmental Psychology*, 2, <https://doi.org/10.5964/gep.11113>
- Landmann, H., & Rohmann, A. (2020). Being moved by protest: Collective efficacy beliefs and injustice appraisals enhance collective action intentions for forest protection via positive and negative emotions. *Journal of Environmental Psychology*, 71, 101491.
- Lizarazo Pereira, D. M., Schubert, T. W., & Roth, J. (2022). Moved by social justice: The role of Kama Muta in collective action toward racial equality. *Frontiers in Psychology*, 13, 780615.
- Lyshol, J. K. B., Pich, O., & Seibt, B. (2022). Moved to Norway, then moved by Norway: How moments of Kama Muta is related with immigrants' acculturation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 53(9), 1117–1144.
- Lyshol, J. K. B., Thomsen, L., & Seibt, B. (2020). Moved by observing the love of others: Kama Muta evoked through media fosters humanization of out-groups. *Frontiers in Psychology*, 11, 1240.
- Martínez-Molina, N., Mas-Herrero, E., Rodríguez-Fornells, A., Zatorre, R. J., & Marco-Pallarés, J. (2016). Neural correlates of specific musical anhedonia. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 113(46), E7337–E7345.
- Menninghaus, W., Wagner, V., Hanich, J., Wassiliwizky, E., Kuehnast, M., & Jacobsen, T. (2015). Towards a psychological construct of being moved. *PLoS One*, 10(6), e0128451.
- Mori, K., & Iwanaga, M. (2021). Being emotionally moved is associated with phasic physiological calming during tonic physiological arousal from pleasant tears. *International Journal of Psychophysiology*, 159, 47–59.
- Petersen, E., & Martin, A. J. (2021). Kama muta ($\approx$ being moved) helps connect people in and to nature: A photo elicitation approach. *Ecopsychology*, 13(1), 37–47.
- Seibt, B., Schubert, T. W., Zickfeld, J. H., & Fiske, A. P. (2017). Interpersonal closeness and morality predict feelings of being moved. *Emotion*, 17(3), 389–394.
- Seibt, B., Schubert, T. W., Zickfeld, J. H., & Fiske, A. P. (2019). Touching the base: Heart-warming ads from the 2016 U.S. election moved viewers to partisan tears. *Cognition and emotion*, 33(2), 197–212.
- Seibt, B., Zickfeld, J. H., & Østby, N. (2023). Global heart warming: Kama Muta evoked by climate change messages is associated with intentions to mitigate climate change. *Frontiers in Psychology*, 14, 1112910. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1112910>
- Śmieja, M., Blaut, A., Kłosowska, J., & Wiecha, J. (2022). Not moved, still lonely: The negative relation between loneliness and being moved. *Motivation and Emotion*, 46(4), 557–571.
- Steinnes, K. K., Blomster, J. K., Seibt, B., Zickfeld, J. H., & Fiske, A. P. (2019). Too cute for words: Cuteness evokes the heartwarming emotion of Kama Muta. *Frontiers in Psychology*, 10, 387.
- Strick, M., & Van Soolingen, J. (2018). Against the odds: Human values arising in unfavourable circumstances elicit the feeling of being moved. *Cognition and Emotion*, 32(6), 1231–1246.
- Swarbrick, D., Seibt, B., Grinspun, N., & Vuoskoski, J. K. (2021). Corona concerts: The effect of virtual concert

- characteristics on social connection and Kama Muta. *Frontiers in Psychology*, 12, 648448. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648448>
- Swarbrick, D., & Vuoskoski, J. K. (2023). Collectively classical: Connectedness, awe, feeling moved, and motion at a live and livestreamed concert. *Music & Science*, 6, 1–24.
- Vuoskoski, J. K., Zickfeld, J. H., Alluri, V., Moorthigari, V., & Seibt, B. (2022). Feeling moved by music: Investigating continuous ratings and acoustic correlates. *PloS One*, 17(1), e0261151.
- Wassiliwizky, E., Koelsch, S., Wagner, V., Jacobsen, T., & Menninghaus, W. (2017). The emotional power of poetry: Neural circuitry, psychophysiology and compositional principles. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 12(8), 1229–1240.
- Wu, T., Wu, N. N., Bi, C. Z., Yin, Y. W., Chen, X. R., & Yue, T. (2025). Psychometric evaluation of the Geneva Sentimentality Scale in Chinese college students. *PsyCh Journal*, 14(2), 235–243.
- Xiong, J. (2018). *The feeling of being moved* [Unpublished doctoral dissertation]. National University of Singapore.
- Zhou, Y., Bi, C., Lin, Y., & Yue, T. (in press). Being moved boosts willingness to protect the environment: Mediation of connectedness to nature and moderation of psychological richness. *Journal of Environmental Psychology*.
- Zickfeld, J. H., Arriaga, P., Santos, S. V., Schubert, T. W., & Seibt, B. (2020). Tears of joy, aesthetic chills and heartwarming feelings: Physiological correlates of Kama Muta. *Psychophysiology*, 57(12), e13662.
- Zickfeld, J. H., Schubert, T. W., Seibt, B., & Fiske, A. P. (2019). Moving through the literature: What is the emotion often denoted being moved? *Emotion Review*, 11(2), 123–139.

The social connection effects of being moved and their theoretical explanations

YUE Tong^{1,2}, WANG Hong³, TIAN Xingjiang⁴, WU Ting¹, FU Anguo⁵, ZHOU Yanpeng¹

(¹ Research Center for Psychology and Social Development, Southwest University;

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715, China)

(² Inner Mongolia Student Bullying Prevention Research Center, Tongliao 028000, China)

(³ Key Laboratory of Applied Psychology, Chongqing Normal University; School of Teacher Education, Chongqing Normal University; School of Educational Science, Chongqing Normal University, Chongqing 401331, China)

(⁴ Department of Early Childhood Education, Chongqing Preschool Teachers College, Chongqing 404047, China)

(⁵ Faculty of Education, Yunnan Normal University, Kunming 650504, China)

Abstract: Being moved is an involuntary and immediate emotional state triggered by external stimuli. Upon its occurrence, it exerts a pronounced social connection effect, strengthening not only individuals' bonds with the direct elicitors but also extending their inclination toward broader social affiliation beyond the immediate context. Communal Sharing Strengthening Theory and Meaning Salience Theory offer two complementary perspectives on the psychological mechanisms underlying this effect: the former emphasizes an evolutionarily adaptive process that promotes social bonds through activation of communal sharing, while the latter highlights cognitive processes whereby the recognition of core values motivates voluntary social connection. This paper reviews the manifestations of both direct and extended connection effects induced by being moved, analyzes the similarities and differences between the two explanatory frameworks, and suggests that future research should further explore the boundary conditions of connection expansion, the distinction and integration of theoretical mechanisms, and the moderating role of individual differences, in order to deepen the understanding and application of the social functions of being moved.

Keywords: being moved, social connection, attachment, communal sharing relationships