

壹、前言

網路迷因隨處可見，從原本只是觀看特定粉絲專頁，到現在可以自己產製：用廣為流傳的圖片加上貼近自己生活的描述或笑點，再轉發給身旁好友。而後，網路迷因的內容除了有趣之外，有些也許暗藏了某些隱喻、暗諷，甚至歧視等，也就是地獄梗。地獄梗指創作的元素中內含違反道德或是政治不正確的言語或觀點，也就是這份作品會涉及爭議性的議題（葉子毓，2019）。2018年英國物理學大師霍金（Stephen Hawking）於三月中逝世，當時除了在全球引起譁然之外，網路上也流傳了許多與霍金有關的地獄梗圖。霍金因為疾病的關係，晚年只能坐在輪椅上、靠電腦與人溝通，於是網路上便使用他歪斜坐在輪椅上的照片為主，另外加上一些違反道德的語句，如：「這是史蒂芬·霍金，他上知天文，下肢癱瘓。」此圖在網路上廣為轉傳，其一是因為主角為話題人物，其二為搭配的文字不只符合霍金博士，也違反了人們對知名古文「上知天文，下知地理」的語句預期，而感到有趣。

過去對於網路迷因的研究多以質化或量化文本分析方式，探討個案或特定領域之迷因，如國內研究的政治型網路迷因（葉子毓，2019）、以語音學分析迷因的語音變異（高婉瑜，2014）；國外學者也由社會文化（Linda K. Borzsei，2013）、語言學與符號學（Osterroth，2018）等角度分析網路迷因圖片，然而地獄梗圖身為網路迷因的其中一支線，似乎仍未被單獨探討。因此本研究希望專注於網路迷因中的地獄梗圖範疇，並且從閱聽人感知層面作探討，以理解不同類型的地獄梗迷因是否會有不同的「笑」果。

貳、文獻探討

一、迷因與地獄梗

迷因 (meme) 這一詞彙最早出現於英國生物學家 Richard Dawkins 於 1976 年出版之著作《The Selfish Gene》一書，書中指出了文化訊息傳遞時的概念。Dawkins 挪用生物在演化中遺傳的概念，進而描述文化訊息被大量地仿造的現象，因此迷因 (meme) 一詞與生物學中的遺傳因子基因 (gene) 非常相似。認知科學家 Dan Sperber 將迷因稱為「文化複製子」，認為迷因擁有「再現」的特性，是一個與人類心智相關聯的象徵符號 (Díaz, 2003: 84)；Mogens Olesen 則由傳播角度觀察迷因，將之定義為：「任何形式的文化現象，它可以被複製，並從一個心智傳遞到另一個」(Díaz, 2003: 87)。這種文化現象包含了風俗、儀式、藝術、工程技術等，透過非遺傳進化的手段，以「模仿」的方式傳播 (Dawkins, 1976/盧允中、張岱云、陳復加、羅小舟譯, 2012; Blackmore, 1999; 黃意能、黃曉琪, 2016)。

迷因的概念從誕生至今，藉著網路盛行的風潮以及使用者自製內容的廣泛性，近年再度受到矚目並且發展更為多元 (Shifman, 2014)。迷因生存的三大要素為長壽、繁殖力以及精確的複製能力 (黃意能、黃曉琪, 2016)，網路迷因則擁有複製、變異與選擇的三個特色 (陳燕玲、陶聖屏, 2015)。Shifman (2014) 提出網路迷因的定義：「網路迷因是數位物件的組合，是分享內容、立場或形式的普遍特徵，藉著每一個他人的關注而被創造，再經由網路使用者流通、模仿或轉換。

在各種可能呈現的網路迷因中，其中一種就是地獄梗。地獄梗指創作的元素中內含違反道德或是政治不正確的言語或觀點，也就是這份作品會涉及爭議性的議題 (葉子毓, 2019)。地獄梗將笑點建立在特定事件或族群上，包含宗教、種族、弱勢族群、天災人禍等，並且往往帶有濃厚嘲諷、冒犯意味。一般而言，觀者看到悲劇類的照片或圖片應該感受到同情、心痛等情緒，但在照片旁附上地獄梗語句使觀者產生個體失諧，再以逆溯推論技巧達到解困，完成失諧-解困的幽默歷程 (方裕民、林銘煌、廖軍豪, 2006)，使觀者重新理解圖中的人物或事件 (培養 meme, 2019)。地獄梗挑戰文化規範建立的道德底線，當閱聽人的這份失諧感覺過於強烈，帶來的衝擊感越過內心的道德底線時，可能會產生震驚、憤怒等負面情緒 (培養 meme, 2019)。前述之衝擊感除了來自每個人心中的道德感界線不同之外，也跟閱聽人與這個地獄梗之間的心理距離有關。

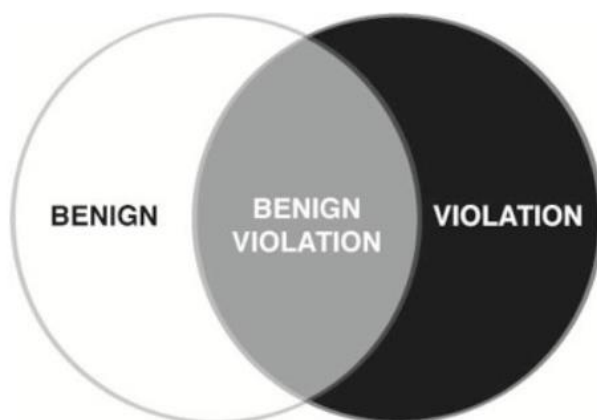
二、心理距離 (psychological distance)

心理距離是一種心理構念，被定義為「個體對現實世界的主觀經驗」，若個體無法在此時此刻直接對某人、事、物產生經驗，則個體與此人、事、物即為產生了心理距離 (Liberman, Trope, & Stephan, 2007)。過去關於心理距離的研究，主要包含地理距離與無形距離兩大觀點 (Ghemawat, 2001)，無形距離包含語言、文化、經濟、行政或政治制度等差異。無形距離多以「文化」距離作

為研究概念，其源自於 Hofstede (1980)，後續研究也多依循採用「文化距離」等同於「心理距離」之觀點進行研究。Lieberman 等人 (2007) 則將心理距離歸結為四種不同維度，包含時間距離 (temporal distance)、空間距離 (spatial distance)、社會距離 (social distance) 以及假設性距離 (hypotheticality) 四類 (周裕翔，2013)。

心理學家 Peter McGraw & Caleb Warren (2010) 提出「良性衝突理論 (Benign Violation Theory, BVT)」，從社會學的角度解釋幽默一事，其中也使用了心理距離的概念。良性衝突理論的先決條件，是一個錯誤、不穩定或是具有威脅性的事物，但也必然要同時意識到某些部分是安全的、可以被接受的，這個交錯的區域就是「良性衝突」區域，在這區域內的笑話才能產生笑點 (McGraw, Warren, 2010)。也就是說，令接收者感到痛苦時又有安全愉悅，才能產生幽默而發笑的效果；若太安全則淪為平淡無趣、太過侵犯又成了攻擊，這兩種都會讓人笑不出來。而要使這個具有威脅性的事物讓人感覺是良性的，有三種方式：保持輕度的冒犯、讓對方覺得這個選擇是可以接受的，以及保持與被冒犯對象的心理距離。McGraw (2014) 也提到，較遠的距離減少了對於威脅的感受，會讓人難以察覺衝突的行為；心理距離太近或是威脅太多，會抑制幽默感受。因此本研究使用良性衝突理論的心理距離元素，以此作為操弄變項，用以瞭解心理距離的遠近對於閱聽人幽默感知。

圖一、良性衝突理論概念圖



三、道德情緒 (moral emotion)

一般提及道德，多與認知有關，如 Piaget 或 Kohlberg 強調的道德發展認知途徑，然而情緒在道德理解上的角色卻是較少被提及 (Thomson, 1989)。

Scheffler (1977) 首先提出道德情緒 (moral emotion) 的概念，這種基於道德認知上的情緒，是透過真實證據而擁有評估、評斷的道德立場。道德的發展是一種認知發展的進程，以理性為主；而情緒則是比較主觀、感性的概念，但道德情緒將兩者結合在一起，Carroll E. Izard (1977) 認為意識與道德的連結橋樑即為情緒，說明情緒可以影響一個人在理性上是否願意付諸德行，並且用這個情緒作為是否繼續付出行為的標準。

道德情緒表個人將道德原則內化的心理表徵，是由自我意識的情緒所構成，道德情緒的展現也有不同面向（陳一菁，2008）。一種是因為對於不道德的行為產生的厭惡、反感，一種是對於高尚的道德行為產生的同意或喜愛（詹棟樑，1997）。毛連塹（1994）進而將道德情緒彙整提出：積極正向的道德情緒，包含同情、同理心、榮譽感；消極負向的道德情緒，包含羞恥感、內疚感、焦慮、恐懼。研究指出，道德情緒可以減少作出不適當行為的意圖，其中消極的羞恥感、罪惡感會使人願意改過自新、減少不恰當行為（Gehm & cherer，1988）；伴隨而出的積極道德情緒如同情心，則會增加有利於社會的行為（Batson，2003）如前文所述，地獄梗圖多涉及爭議性的議題、內涵違反道德觀點，因此內文往往挑戰閱聽人心中的道德底線。本研究希望瞭解觀者心中對於地獄梗圖的道德層面感知，及其對於心情、行為態度、意圖的影響。

四、幽默感知

從心理學觀點出發，幽默感是一個廣泛而且多層面的概念（Nazareth，1988），大多研究從人格特質或是個別差異的角度來探討幽默感（Hallett & Derks，1998；Martin，2001）。Martin（2000）從不同觀點探討幽默感知：行為層面上，笑是最常見的外顯行為（Martin，2001；Veatch，1998）；認知層面上，幽默包含對於失諧或矛盾的處理能力（Forabosco，1992）；情緒層面則發現幽默可以引起快樂的情緒狀態（Ruch，1993）；社會層次上，幽默感與人際關係有強大的關係（McGhee，1980）。

自從佛洛伊德提出幽默此一概念以來，這一詞並無確切、統一的定義，它具有多維的向度。國內學者陳淑蓉、陳學志（2005）將幽默分為六個向度：幽默理解能力、幽默創造能力、社交情境中的幽默能力、幽默因應能力、對幽默的態度、笑的傾向。幽默理解能力表個體對於幽默資訊的掌握能力；幽默創造能力表個體覺知外在事物，並將之連結引起他人發笑的能力；社交情境中的幽默能力指在社交中使用幽默來增進人際關係的能力；幽默因應能力表在面臨難題時，透過幽默外顯行為來應對的能力；對幽默的態度表個體對於使用幽默的喜好程度；最後笑的傾向表個體在生活情境中出現笑的行為的能力。本篇研究探討地獄梗，指內含爭議性議題的元素，將笑點建立在特定事件或種族上面。根據前文所述，個體對於笑點理解能力，及其心理距離跟內心的道德感知差異，會造成對該文本的幽默感知有所不同，因此本研究使用陳淑蓉、陳學志（2005）的分類中的幽默理解能力與對幽默的態度兩種層面的幽默感知，放進本研究的討論範疇內。

五、罪惡感（guilt）

罪惡感（guilt）產生於個體在真實的或想像的情境中違反了規範，而造成他人的困擾（Kugler & Jones，1992），因此被認為是道德性與適應性的情緒（Tangney，1991）。過去研究未將羞愧感（shame）與罪惡感分開，羞愧感甚至被視為罪惡感（Tangney, Burggraf, & Wagner, 1995; Tangney & Dearing, 2002），但其差異之一為罪惡感是源於關心自身對他人造成之影響，羞愧感則源於關心他人對自我之評價。當個體從事不道德的行為，並發覺到自身所犯之錯誤、感受

到不當的行為時，罪惡感可能會因此產生（Gausel & Leach, 2011；Tangney, Miller, Flicker, & Barlow, 1996）。前述之不道德意指廣義的規範，包含外在的社會文化、潛規則，也包含個人內心的標準。

Lewis（1971）認為罪惡感為一種較負面的情緒，個體會嘗試對錯誤的行為負起責任或是解決問題。感受到罪惡感之人，較不會以自我作為責備，而是較會引發他人導向的行為，如進行關懷等（Tangney, 1991）。後續研究指出，個體會因為罪惡感而感到痛苦、遭到道德譴責的衝擊，進而引發逃避等防衛性質的行為（楊立慈，2015）；當感受到的罪惡感，會與補償行為有高度的關聯（Tangney, 2011；Ghorbani et al., 2013）。

六、享樂感

享樂感常被應用於行為面研究，被認為具有主觀成分的內涵（Babin et al., 1994），並且與追求快樂、自我實現的欲求有關（林建煌，2008）。在享樂的過程中，往往與感覺、幻想、樂趣以及符號意義有關的元素，是歡愉的、有趣的感受（Sherry, 1990）。Raney（2004）指出，當個體在花費精力與時間觀賞媒介內容時，投注情感資源與心智於此文本，是為了從中獲取娛樂經驗此正向感受。情感傾向理論（deposition-based theory）指出，閱聽眾在接收媒介內容時，會受到對於劇中角色的道德表現以及喜好程度而影響對於這份文本的享樂程度（Zillmann, 1994）。Zuckerman（1996）認為，個體願意尋求不同的、新穎的、複雜的、激烈的正向知覺體驗，承擔後續的風險。

在過去研究中提到，娛樂滿足與產品態度、購買意願有正向預測性（吳肇銘，1997）。Gopal et al.（1993）提出，個體對於事物的享樂性愈高，採用的意願也會愈高；Bründl 等人（2017）提出個體在感知到愉悅後產生了享樂感，會正向影響未來的行為意圖。

七、情緒

情緒（emotion）是一種個人主觀所知覺的情感狀態（Gardner, 1985），是一種多元的綜合事件，由不同的思想、行為與感覺相互影響而產生的生理及心理狀態（Kleinginna & Kleinginna, 1981）。認知心理學家認為，個體對於事件的評斷會直接影響到個體情緒，大腦的邊緣系統會判斷事件對於個體的影響，再依此結果決定面對事件的情緒。因此，情緒不只是主觀的感受及客觀的生理反應，也是一種對於外在社會的表達（Izard, 1993）。

關於情緒的研究大致可分成分立（discrete）與構面（dimensional）兩類取徑，分立情緒是將情緒進行分類，而構面是將情緒視為喚起（arousal）、支配（dominance）、價性（valence）三個構面。Tomkin（1962）定義了八種基本情緒：有趣、愉悅、害怕、憤怒、驚訝、嫌惡、羞愧、痛苦；Ekman（1992）提出人們天生有六種分立的情緒狀態，包含快樂、驚訝、恐懼、悲傷、生氣、噁心。在構面取徑部分，人類出於保護生命的反應行為，會對正面與負面刺激做出情緒反應，即為動機系統（motivational system）。動機系統由價性與喚起構面組成，分別代表處理有利存的欲求系統（appetitive system）、處理對生命有

危害的厭惡系統 (aversive system)，以及動機系統活化的程度。這兩種動機系統可分為行為趨近系統 (behavioral approach system, BAS) 與行為抑制系統 (behavioral inhibition system, BIS) (Carver, 2004)，前者表正面情緒或是外在獎賞會引起個體的趨近行為，後者表攸關威脅時個體會產生退縮、抑制行為。

在情緒管理理論 (mood management theory) 中，也承接了趨近系統與抑制系統的觀念。情緒管理理論提到了人們會為了達到最大程度的愉悅，而不斷改善情感與情緒體驗 (Zillmann, 1988a, 1988b)，在追求愉悅的同時，也會調適自身處境，減少或避免產生不愉悅的心理機制 (Bryant & Davies, 2006；Knobloch & Zillmann, 2002；Vorderer, Bryant, Pieper, & Weber, 2006；Zillmann, 1988；Zillmann & Bryant, 1985)。另外，也有研究指出使用者被激發出愈多的正面情緒時，對訊息的分享意願就會更高 (吳姮憶, 2014)。

參、研究方法

本研究將地獄梗圖視為娛樂媒介，將探討幽默的良性衝突理論中的心理距離構念元素拉出，以及地域梗違反心中道德水準此兩項概念，將之作為本研究的操弄變項。期望能延續過去對於迷因的研究，從過往文本分析的方式（葉子毓，2019；高婉瑜，2014），到本研究拆解閱聽人感知的部分，以了解地獄梗圖的不同類型是否會有不同的認知與行為意圖影響。

一、研究假設與研究問題

過去道德情緒多應用於教育領域的兒童發展領域，本研究欲援引此概念，用以探討閱聽眾對於地獄梗圖中的主角的評估、評斷的道德立場為何。觀看地獄梗圖另一項可能造成觀者認知差異的變項為心理距離，觀者對於地獄梗圖中主角的心理距離遠近可能會造成不同的認知態度。因此本研究依循以上文獻，提出下列假設：

H1a：在心理距離遠的情境下，道德情緒正向比道德情緒負向更能正向預測罪惡感。

H1b：在心理距離近的情境下，道德情緒正向比道德情緒負向更能正向預測罪惡感。

H2a：在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測享樂感。

H2b：在心理距離近的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測享樂感。

H3a：在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測正面情緒。

H3b：在心理距離近的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測正面情緒。

H4a：在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測分享意圖。

H4b：在心理距離近的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測分享意圖。

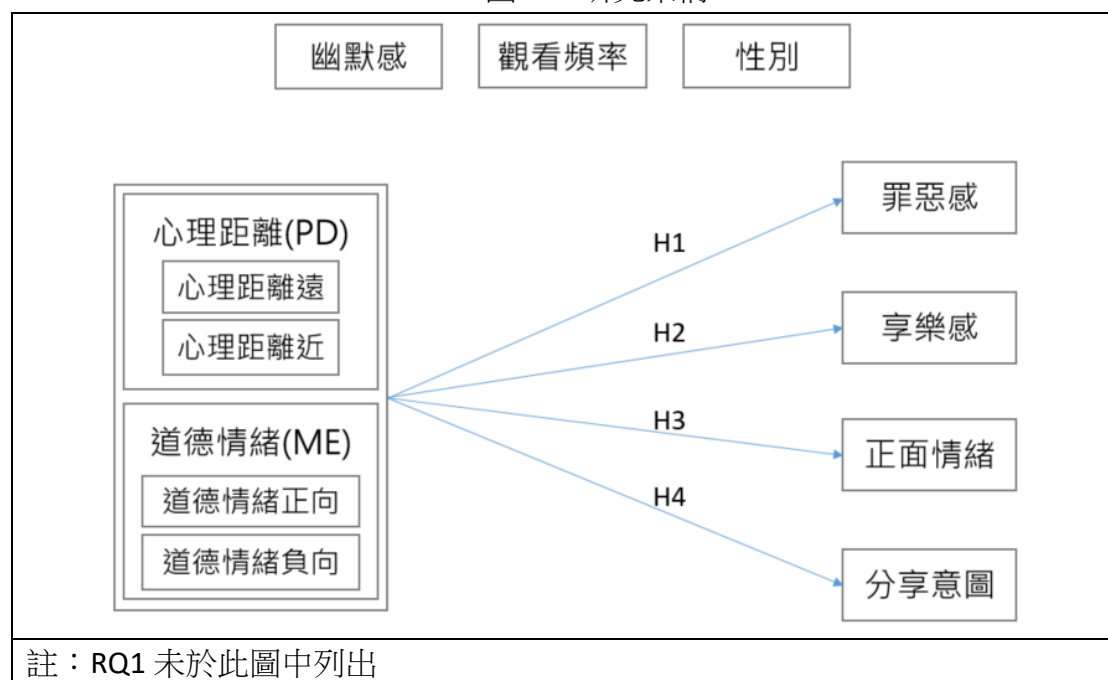
另外，本研究除了探討心理距離與道德情緒兩因素對於罪惡感、享樂感、正面情緒、分享意圖的影響外，也希望能進而整理出變項間關係。過去研究多探討情緒、態度、行為意圖三者之間的關係（王奕昕，2013；鄒宗翰，2014；黃仁宗、蔡瑋菱，2018），皆在研究中提出情緒預測態度、態度預測行為意圖。為了解本研究中是否也能以此架構梳理變項間關係，且未能找尋足夠過往文獻支持，因此依照本文對於各變項之理解，提出以下研究問題：

RQ1：在觀看地獄梗圖後，引發的正向情緒會如何預測後續的態度以及分享意圖？

地獄梗圖近年在網路上蔚為流行，本研究欲透過心理距離與道德情緒將地獄梗圖分類，了解閱聽人對於不同組合是否會有不同的態度與行為，因此本研

究控制了觀者性別、觀看地獄梗圖頻率以及觀者本身的幽默感知，依照上述假設，本研究支架構圖如下：

圖二、研究架構



二、實驗設計

本研究為 2（心理距離）X2（道德情緒）的二因子實驗設計。第一個操弄變因為心理距離，分為心理距離遠、心理距離近，第二個操弄變因為道德情緒，其分為道德情緒正向、道德情緒負向，總共分為四個實驗組別。

根據文獻對於心理距離以及道德情緒的探討，本研究將心理距離遠近以文化做區分，華人文化為心理距離近者，伊斯蘭文化與黑人文化為心理距離較遠者；道德情緒的部分，較為天真、無害的幼童產生的道德情緒偏向正面，對於有負面刻板印象的族群或個人則道德情緒偏向負面。本研究參考目前在網路上已有之梗圖，搭配文字則針對圖中主角的文化、刻板印象，最後使用 [imgflip](#) 網站生成刺激物。

在心理距離近且道德情緒負向組，使用金正恩為主角的照片作為刺激物，搭配文字為：「在學校當一個胖小子不容易，在整個國家當唯一的胖小子那更是不容易」，以金正恩體型為主要嘲諷標的，也暗諷北韓人民生活品質不佳。心理距離近且道德情緒正向的組別，則選用華人小孩作為刺激物，圖中主角為哭泣的男孩，搭配文字為：「當你期末拿到 A-，而且床底的計算機貝媽媽發現時」，此為華人學生被認為注重成績且算術能力極佳的刻板印象敘述文字。心理距離遠且道德情緒負向組，選用一張背景為機艙內，主角是一個眼睛睜大、嘴巴微張的驚恐表情的穆斯林男子，搭配文字為：「發現了一個不是自己裝的炸彈」，暗指自殺炸彈客往往是穆斯林的刻板印象。最後一組為心理距離遠且道德情緒正向組，照片選用僅穿內褲的非裔孩童，赤腳在路面上扭動身體、跳舞的照

片，搭配文字為：「在非洲，不用電腦也可以玩踩地雷」，暗示非洲地區動盪且生活品質不佳，孩童對此卻無危機意識。四組刺激物整理如下：

表一、實驗設計

| | | 心理距離 | |
|------|---|------|------|
| | | 近 | 遠 |
| 道德情緒 | 負 | 金正恩 | 穆斯林 |
| | 正 | 華人男孩 | 非裔男孩 |

三、研究變項與測量

依照架構，以下為本研究參考文獻後對變項之定義，以及符合此研究之操作型定義。

表二、研究構念與操作型定義

| 構念 | 定義 | 操作型定義 |
|------|--|---------------------------------------|
| 心理距離 | 個體對現實世界的主觀經驗。 | 受測者對地獄梗圖中主角的實際距離與文化距離層面的主觀感受。 |
| 道德情緒 | 個體將道德原則內化的心理表徵，是由自我意識的情緒所構成。 | 受測者在道德原則的表徵之下，對地獄梗圖產生的情緒。 |
| 罪惡感 | 個體從事不道德的行為，並發覺到自身所犯之錯誤、感受到不當的行為時產生的情緒。 | 在觀看地獄梗圖時，發覺自己是在從事不道德行為並感受到不當行為時產生的情緒。 |
| 享樂感 | 在接觸媒介內容時，一種快樂的、歡愉的主觀感受。 | 在觀看地獄梗圖時，受測者體驗到的快樂的、歡愉的主觀感受。 |
| 情緒 | 由不同的思想、行為與感覺相互影響而產生的生理及心理狀態。 | 在觀看地獄梗圖時，產生的生理及心理狀態。 |
| 分享意圖 | 在特定環境下，個體對自身分享行為的預期，將轉化為個體欲從事此行為之機率。 | 受測者對願意分享地獄梗圖的行為預期與之機率。 |
| 幽默感知 | 內含多層面的概念，對於滑稽、詼諧、有趣的外在刺激、心理歷程或反應。 | 個體對於幽默訊息的掌握能力以及對幽默的喜好程度。 |

根據上述操作型定義，本研究採用 SPSS22.0 進行信度檢測，以 Cronbach's α 係數作為信度檢測依據，驗證本研究問卷是否具有一致性。根據 Nunnally (1978) 建議，Cronbach's α 係數高於 0.7 即代表各構念的問項之間正確性與精確性具有可靠程度。本研究正式施測問卷中，「享樂感」、「罪惡感」、「分享意圖」以及「幽默感知」四個構面標準化後的 Cronbach's α 係數皆符合前述之標準，代表本研究問卷量表有良好信度。

表三、各項量表信度

| 測量構面 | Mean | SD | 標準化後 Cronbach's α |
|------|------|------|--------------------------|
| 享樂感 | 4.30 | 1.37 | .93 |
| 罪惡感 | 3.21 | 1.10 | .89 |
| 分享意圖 | 3.08 | 1.67 | .97 |
| 幽默感知 | 5.86 | 0.63 | .86 |

四、前測

本研究經由前測選定正式施測時使用的刺激物，於前測階段確認採用之刺激物為同等刺激。前測樣本採便利抽樣，有效樣本數為 59 份，四組分別為 14 份、15 份、15 份、15 份樣本。在進行線上實驗法時，受測者隨機分配至四個組別，每個組別分別會看到兩份刺激物：受測者首先填寫幽默感知量表以及當下情緒，接著，觀看完一份刺激物後會填寫心理距離、道德情緒、當下情緒、享樂感、罪惡感以及分享意圖量表，再看另一份刺激物以及填寫同上量表，最後填寫人口變項。最後透過統計分析，比較組內兩份刺激物在操弄變項心理距離以及道德情緒兩者上的平均數，在每一組之中選出較為適合的一份刺激物，作為正式施測時的刺激物。

五、研究樣本蒐集與分析

本研究使用線上調查軟體 Qualtrics，以便利抽樣方式在於 Facebook、Instagram 限時動態、Dcard、PTT 發放問卷，並以抽獎做為誘因公開招募問卷填答者。樣本招募期間為 2019 年 07 月 22 日至 2019 年 07 月 29 日，共 8 天。樣本回收份 309 份，剔除不符本研究所需以及未作答完成樣本 81 份，最終有效樣本為 228 份，填答完成率為 73.8%。根據中央極限定理，樣本數達到 30 至 35 份以上時，樣本平均數即可近四於常態分配 (Roscoe, 1969/楊國樞譯, 1978)。本次研究的 228 份有效樣本中，每位受試者會被隨機分配到四組之中，第一組 57 人、第二組 54 人、第三組 58 人，以及第四組 59 人。所有受試者中，女性共 126 人 (佔 55.3%)、男性共 102 人 (佔 44.7%)；填答問卷者年齡分布於 13 歲至 59 歲，平均為 23.9 歲，其中以 24 歲占多數 (佔 21.9%)；教育程度則以大專院校之 69.7% 佔最多數，其次為 25.0% 研究所受測者。調查結果顯示，有 7.9% 的受試者沒有看過地獄梗圖，8.8% 表示不確定是否看過地獄梗圖，190 位受試者 (佔 83.3%) 看過地獄梗圖。受試者中，34.2% 認為自己「有時

候」會觀看地獄梗圖，為最主要分佈區間，23.2%受試者「經常」觀看地獄梗圖，「很少」觀看（佔 12.3%）地獄梗圖者與「很頻繁」觀看（佔 11.0%）者占比則差異不大。

六、問卷設計

本實驗採取線上實驗法，透過線上調查軟體 Qualtrics 發放問卷。問卷第一部分先詢問受測者的幽默感知，包含幽默的事物使我心情愉快、我常看有趣的影音來放鬆心情、我可以發現有趣的事物等 12 題。接著第二部分，在觀看刺激物之前先詢問受測者當下心情，包含高興、快樂等正面形容詞以及悲傷、憂愁等負面形容詞共 6 題。第三部分讓受試者均勻隨機分配到四個組別、觀看四種不同的刺激物，並詢問是否有看過這份刺激物，以及對於圖中的主觀笑點理解程度。第四部分詢問對於這份刺激物的道德情緒，包含正向的愧疚、同情，以及負向的憤怒、焦慮等 6 題。除此之外，也測量心理距離遠近，包含實際的地區距離，文化背景、生活環境、外表等文化距離層次共 7 題題項。第五部分欲了解在觀看前後之情緒變化，因此再問一次受試者在觀看刺激物後的心情。第六部分詢問受測者對於刺激物本身的享樂感，包含有趣的、幽默的、無聊的等形容詞。接著第六部分詢問罪惡感，包含我認為不該消費圖中主角文化、我認為對此圖的感受是不恰當的、我會擔心圖中人物等 9 題題項。第七部分詢問對於此刺激物的分享意圖共 3 題。最後第八部分詢問受測者人口變項，包含性別、年齡、學歷，以及符合本研究的相關問題，包含宗教信仰、過去觀看地獄梗圖經驗與頻率題項。本研究之量表除了最後一部分人口變項之題項外，皆以李克特 7 點量表作為衡量尺度。受測者根據題項敘述填寫自身同意程度，選項 1 為非常不同意，依序到 4 普通再到 7 非常同意。下表為本研究各變項量表採用來源：

表四、量表來源

| 變項 | 量表來源 |
|------|--|
| 幽默感知 | Martin & Lefcourt (1996) |
| 心理距離 | Ghemawat (2001)；周裕翔 (2013) |
| 道德感知 | 王少騏 (2012) |
| 正向情緒 | Andrade and Cohen (2007) |
| 享樂感 | Berry, Gray, & Donnerstein (1999)；林姿君 (2014) |
| 罪惡感 | O'Connor et al. (1997) |
| 分享意圖 | Ajzen (2002)；Bock et al. (2005) |

肆、研究結果

本研究以 IBM 統計軟體 SPSS 22.0 以及 PROCESS v3.2 作為分析資料工具，以下分別以實驗的操弄檢定以及假設檢定做分析介紹。

一、操弄檢定

本研究操弄的變項變數為心理距離（近 v.s. 遠）、道德情緒（負向 v.s. 正向），為確認研究操弄變項是否符合預期，因此使用獨立樣本 T 檢定執行操弄檢定。首先先檢視心理距離是否如本研究操弄的分為近組跟遠組，變異數同質性的 Levene 檢定達顯著 ($F = 11.08, p < .01$)，表示兩組樣本的離散情形有差別。不採用相等變異數檢定，可看出結果達顯著性 $t(45.876) = -3.19, p < .01$ ，表本研究所操弄的心理距離遠組與心理距離近組在統計上有顯著差異。接著檢驗道德情緒是否如本研究預期的分為正向組與負向組。在獨立樣本 T 檢定中，變異數同質性的 Levene 檢定未達顯著 ($F = 1.59, p = .21$)，表示兩組樣本的離散情形並無差別。採用相等變異數檢定，可得結果達顯著性 $t(56) = -2.65, p < .05$ ，代表本研究操弄的道德情緒正向組與負向組在統計上有顯著差異。依據上述兩個 T 檢定，可得本研究的操弄檢定是成功的。

二、假設檢定

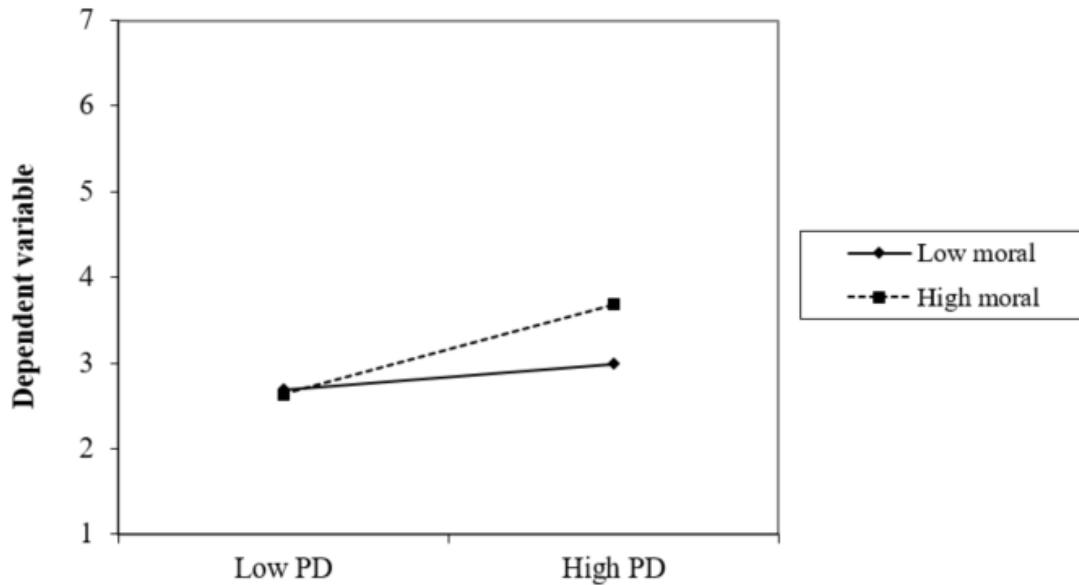
本研究以二因子變異數分析檢定假設一至假設四，以 Process macro (Hayes, 2019) 迴歸分析檢定研究問題。

根據所收集到的樣本，道德情緒以及心理距離做為自變項，分別以罪惡感、享樂感、正向情緒、分項圖做為依變項進行二因子變異數分析。

首先用 two-way ANOVA 驗證道德情緒與心理距離是否對罪惡感有統計上的影響。同質性檢定為不顯著 $F(3,224) = 1.80, p = .148$ ，可進行後續變異數分析。由報表可得，在控制年齡、幽默感知、觀看梗圖頻率後，心理距離主效果 $F(1,221) = 28.42, p < .001$ 與道德情緒主效果 $F(1,221) = 5.92, p = .02$ 皆顯著，且交互效果達顯著水準 $F(1,221) = 7.91, p = .01$ 。因交互效果達顯著，因此以簡單主要效果繼續做分析。

在簡單主要效果中，將道德情緒分組檢示，道德情緒正向的組別中，心理距離能顯著正向預測罪惡感 $F(1,114) = 4.88, p = .03$ ；道德情緒負向組別中，心理距離也可以顯著正向預測罪惡感 $F(1,110) = 27.44, p < .001$ ，意指不論是道德情緒正向或負向的組別，心理距離都對罪惡感有顯著影響。接著將心理距離做分組，可以看出心理距離近的組別，其道德情緒對罪惡感無顯著影響 $F(1,109) = 0.003, p = .09$ ，心理距離遠的組別的道德情緒則與罪惡感有正向顯著影響 $F(1,115) = 12.55, p = .001$ 。表示在交互效果下，心理距離遠的組別的道德情緒能顯著預測罪惡感，假設 1a 在心理距離遠的情境下，道德情緒正向比道德情緒負向更能正向預測罪惡感成立，而假設 1b 在心理距離近的情境下，道德情緒正向比道德情緒負向更能正向預測罪惡感不成立。

圖三、道德情緒與心理距離預測罪惡感之交互效果

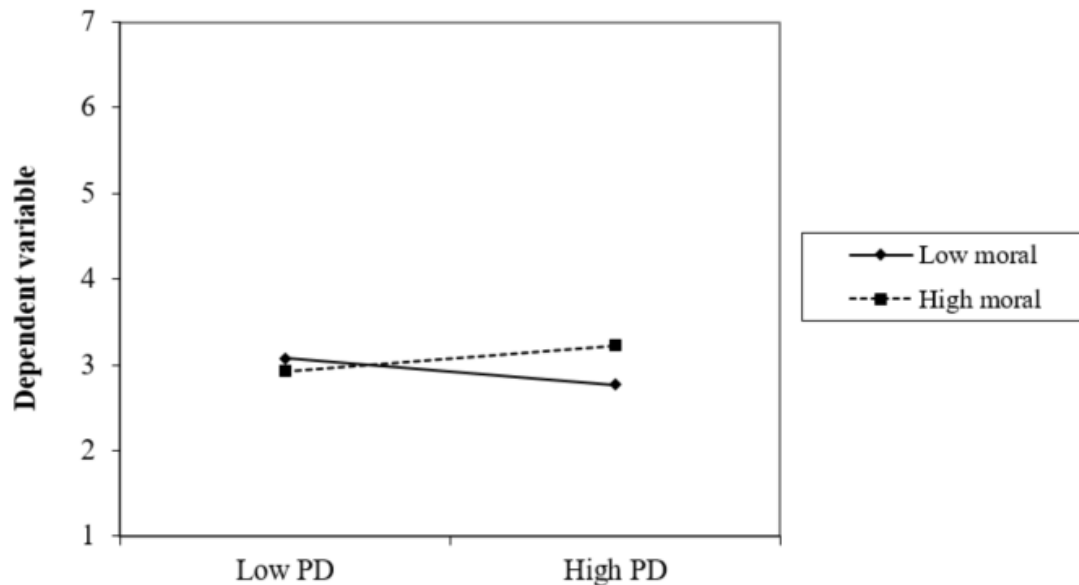


接著以 two-way ANOVA 驗證道德情緒與心理距離是否對享樂感有統計上的影響。同質性檢定為不顯著 $F(3,224) = 0.64$ ， $p = .59$ ，可進行後續變異數分析。由報表中可得：在控制年齡、幽默感知、觀看梗圖頻率後，心理距離對於正向情緒有顯著影響 $F(1,221) = 10.09$ ， $p = .002$ ，而道德情緒對正向情緒則無統計上顯著影響 $F(1,221) = 3.27$ ， $p = .07$ ，交互作用亦無達顯著影響 $F(1,221) = 0.12$ ， $p = .73$ 。依照檢驗可得，假設 2b 在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測享樂感不成立，假設 2b 在心理距離近的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測享樂感也不成立；然而從主效果中可得心理距離能正向顯著預測享樂感。

再者，以 two-way ANOVA 驗證道德情緒與心理距離是否對正向情緒有統計上的影響。同質性檢定為不顯著 $F(3,224) = 1.505$ ， $p = .214$ ，可進行後續變異數分析。由報表可得知，在控制年齡、幽默感知、觀看梗圖頻率後，道德情緒與心理距離兩個主效果皆不顯著，僅交互效果達顯著水準。代表在心理距離與道德情緒的交互影響之下，會對正向情緒有顯著正向影響 $F(1,221) = 5.21$ ， $p = .02$ 。因交互效果達顯著，因此以簡單主要效果繼續做分析。在簡單主要效果中，可以看出心理距離較遠的組別，其道德情緒對正向情緒無顯著影響 $F(1,115) = 2.91$ ， $p = .09$ ，心理距離近的組別也與正向情緒無顯著影響 $F(1,109) = 0.36$ ， $p = .55$ 。再以道德情緒分組後做簡單主要效果檢驗，道德情緒負向的組別對正向情緒沒有顯著影響 $F(1,110) = 1.86$ ， $p = .18$ ，道德情緒正向的組別對正向情緒也無顯著影響 $F(1,114) = 1.03$ ， $p = .31$ 。本研究推論也許有未查核之共變因素，造成交互作用顯著之下，分組做簡單主要效果卻無法得知顯著的組別為何，然透過下圖中可看出有交互作用，假設 3b 在心理距離近的情境下，道德情緒負向比

道德情緒正向更能正向預測正面情緒成立，假設 3a 在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測正面情緒則不成立。

圖四、道德情緒與心理距離預測正面情緒之交互效果



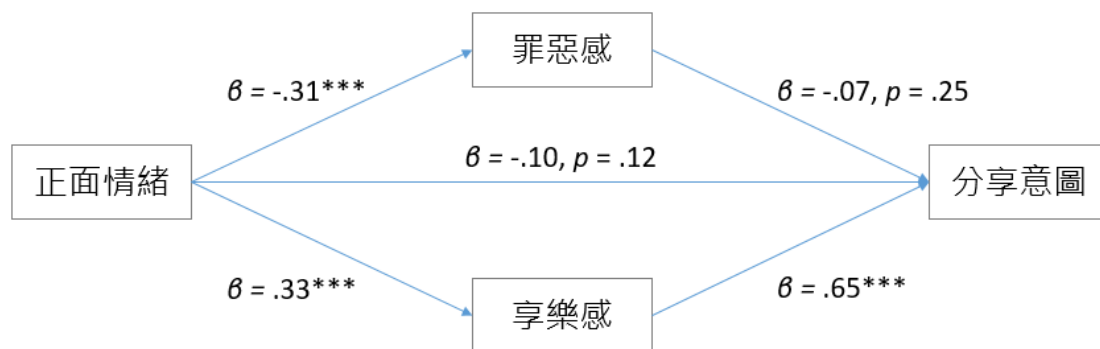
最後，以 two-way ANOVA 驗證道德情緒與心理距離是否對分享意圖有統計上的影響。同質性檢定為不顯著 $F(3,224) = 2.47$ ， $p = .06$ ，可進行後續變異數分析。由報表可得知：在控制年齡、幽默感知、觀看梗圖頻率後，心理距離主效果 $F(1,221) = 1.74$ ， $p = .19$ 與道德情緒主效果 $F(1,221) = 0.29$ ， $p = .59$ 皆不顯著，且交互效果也未達顯著水準 $F(1,221) = 0.10$ ， $p = .75$ 。表心理距離與道德情緒皆無法顯著預測分享意圖，因此假設 4a 在心理距離遠的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測分享意圖不成立，假設 4b 在心理距離近的情境下，道德情緒負向比道德情緒正向更能正向預測分享意圖也不成立。

接著以 PROCESS MACRO (Hayes, 2019) 迴歸分析，欲了解研究問題在觀看地獄梗圖後，引發的正向情緒會如何預測後續的態度以及分享意圖。因此本研究以正向情緒做為自變項、分享意圖做為依變項，並以罪惡感與享樂感做為中介變項，性別、觀看地獄梗圖頻率以及幽默感知作為控制變項進行分析。首先探討罪惡感作為中介變項時，根據所蒐集到的樣本，正向情緒對於分享意圖有顯著正向相關 $\beta = .28$ ， $t(221) = 2.06$ ， $p = .04$ ，正向情緒與罪惡感之間有顯著負向相關 $\beta = -.31$ ， $t(221) = -4.97$ ， $p < .001$ ，罪惡感則無法顯著預測分享意圖 $\beta = -.07$ ， $t(219) = -1.16$ ， $p = .25$ 。從以上三項迴歸來看，正向情緒可以顯著負向預測罪惡感，然而罪惡感無法顯著影響分享意圖，因此不符合中介效果之條件。

若以享樂感做為中介變項，根據所蒐集到的樣本，正向情緒與享樂感之間有顯著正向相關 $\beta = .33$ ， $t(221) = 5.29$ ， $p < .001$ ，享樂感對於分享意圖也有顯著

正向相關 $\beta = .65$ ， $t(219) = 11.03$ ， $p < .001$ 。經由享樂感做為中介變項後，正向情緒對於分享意圖的預測性從前述的顯著正相關變為不顯著 $\beta = -.10$ ， $t(219) = -1.58$ ， $p = .12$ ，可見享樂感在此迴歸中為完全中介變項。以 Preacher & Hayes (2008) 所建議的拔靴法 (bootstrap) 加以檢驗，可發現以重複樣本 5000 次檢驗後，享樂感的中介效果的 95% 信賴區間 (CI = .2614 to .5984) 不包含 0，代表孤獨感在此模型中有達到中介效果。據此，可得正向情緒能顯著正向預測享樂感，享樂感也能顯著正向預測分享意圖，且享樂感為完全中介變項。

圖四、假設驗證結果



伍、結論與建議

本章根據上章研究結果提出進一步的研究結論，再於結尾闡述本研究之限制與未來研究建議。

本研究透過對地獄梗圖在觀者心中主觀的心理距離、道德情緒進行拆解，了解受測者對其的情緒、罪惡感、享樂感與分享意圖的關係，企圖理解不同組合的地獄梗圖對於觀者的認知有何差異，以及後續是否會引發分享意圖此一迷因所具備的特質。根據本研究發展出的假設與研究問題，以下稍作討論。

一、心理距離愈遠的地獄梗圖，其享樂感則愈高，符合良性衝突理論

本研究從心理學家 Peter McGraw & Caleb Warren (2010) 提出的良性衝突理論中汲取心理距離的概念做為探討變項之一。在理論中提到，若一具有威脅或錯誤的事物同時具有安全、可被接受的條件，則為良性衝突的交集區域，此範圍內的笑話才能使人感到愉悅。而要使威脅降低為可被人接受的其中一種方式，即為心理距離。心理距離愈近，被冒犯的感受愈強烈，會降低對於幽默的感受程度；心理距離愈遠，人們被冒犯的感受愈低，則笑點的良性衝突區域就增加。在本研究結果中，可看出受試者與地獄梗圖主角的心理距離愈遠，其對於地獄梗圖的享樂程度就愈高，因此本研究結論符合良性衝突理論中對於幽默的解釋。

二、在心理距離遠的情境中，幼童為主角的地獄梗圖既能引發正向情緒，也會產生高度罪惡感

研究中發現，心理距離遠的狀況下，對於主角為天真、無害幼童的地獄梗圖的罪惡感明顯高於主角為有負面刻板印象的地獄梗圖；而若在心理距離近的狀況下，兩組不同道德情緒的地獄梗圖則在罪惡感上沒有明顯差異。因此本研究推論，在罪惡感層面，心理距離的遠近是造成罪惡感差異的重要因素。同樣的數據趨勢可以在正面情緒此一變項中看到，也就是說，心理距離遠的情境中，人們對於天真者為主角的地獄梗圖的正面情緒是高於道德情緒負面的組別。結合以上兩個研究發現，可得在心理距離遠的情境中，人們對於道德情緒正面的幼童為主角的地獄梗圖，既能引發高度的正向情緒，又會產生高度的罪惡感，形成一種看似矛盾的有趣狀態。然而在後續的迴歸分析中發現，若不考慮心理距離或道德情緒，觀看地獄梗圖所引發的正面情緒愈高，則罪惡感會愈低。

三、觀看地獄梗圖的享樂體驗能提高分享意願，罪惡感則無影響

本研究將觀者對於地獄梗圖的心理距離與道德情緒做為操弄變項，來預測是否會有分享地獄梗圖的意願。研究結果顯示，實驗操弄並無法直接影響分享地獄梗圖的意願，然而在後續的檢驗中，可以看到正面情緒可以預測梗圖的分享意願，享樂感更是可以作為中介變項。也就是說，享樂感在觀看地獄梗圖後產生的正向情緒，到願意分享這份地獄梗圖的意願中扮演了重要的角色。網路迷因的其中一特色即為複製力 (陳燕玲、陶聖屏, 2015)，本研究中這項結果代

表地獄梗圖帶給觀者的享樂體驗是很重要的，會影響到這份迷因是否有足夠的繁殖力、複製力。

反之，觀看地獄梗圖的正向情緒愈高，罪惡感則是受到了抑制；而後也可以發現，罪惡感對於分享意願並無顯著的負向影響。過去研究指出，罪惡感會引發逃避類型的消極防衛行為（楊立慈，2015）；本研究推測罪惡感無法負向預測分享意願的原因在於，分享為一積極行動，而過往研究闡明罪惡感會引發消極行為，不代表罪惡感會抑制積極行為，兩者並非二元對立關係。

四、研究限制與未來建議

地獄梗圖的呈現方式百百種，內容更是會因為當下時事而有所增長。本研究採用的刺激物為普遍大眾多少能聯想到刻板印象的產物，期望能減低不同族群受試者在觀看圖片時的認知負荷，因此選擇刺激物在本研究中是一項困難的項目，建議未來研究在刺激物環節可多找一些樣本進行前測，或甚至使用焦點團體法來瞭解刺激物的分類是否得宜。

再者，過往文獻也曾提及罪惡感屬於道德情緒中的一個情緒，在本研究中將罪惡感當作中介變項，然可能罪惡感與道德情緒會有共線性問題，本研究並未對此部分加以釐清，建議未來研究可加強梳理文獻或找到適合的研究架構。另外，透過對網路迷因文獻的梳理，可得其一大特色是在網路上被大肆轉貼、分享，因此本研究在處理研究問題時，依變項使用了分享意圖，中介變項放了享樂感以及罪惡感兩項。然而，在觀者接觸到某網路文本時，會影響其分享意圖的原因有太多種，包含分享的平台為何、哪些人會看到這篇分享等，在在都會影響到受試者願意分享該地獄梗圖的意願，因此建議未來研究可以加入更多因素做為考量，方能對於觀者感知有更多的掌握。

陸、附錄

您好，我們是研究所學生，正在進行一項關於觀看地獄梗圖的研究。非常感謝您百忙之中抽空填答此份問卷，以下將需要您 5-10 分鐘的時間完成。本研究採用不具名的填答方式，您所提供的答案僅供學術研究參考，絕不用於其它用途，敬請安心填答。此外，我們將會從完整填答問卷者中抽出五名幸運兒，贈送 60 元 LINE 點數，請您留下您的電子郵件作為抽獎聯絡用。如有任何疑問，歡迎來信詢問，祝
平安喜樂

(下一頁)

請您根據對自己的理解，用最真實的感覺來填答。

1. 我能看出別人有意引起他人發笑的幽默行為，例如做鬼臉、改變聲調等。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
2. 在大多數情境中，我通常可以發現有趣或滑稽的事物。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
3. 我在理解笑話或掌握笑點上的反應比較慢。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
4. 通常別人能掌握到笑點，而我不能找到好笑之處。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
5. 我喜歡看或聽好笑的笑話。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
6. 我相信如果有更多幽默感，我的生活會變得更輕鬆快活。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
7. 使用幽默能幫助我放鬆。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
8. 使用幽默幫助我適應許多不同的情境。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
9. 幽默的事物總是能讓我心情愉快。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
10. 我常常看有趣的影片或圖片來放鬆心情。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

11. 我覺得如果沒有幽默感，生活會變的平淡無味。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

12. 我覺得如果能以笑來面對周遭事物，那麼週遭事物也會變得很美好。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

(下一頁)

請您根據目前的感受，用最真實的感覺來填答

1. 我現在的心情是高興的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

2. 我現在的心情是愉快的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

3. 我現在的心情是快樂的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

4. 我現在的心情是擔心的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

5. 我現在的心情是憂愁的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

6. 我現在的心情是悲傷的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

接下來要請您觀看一張圖文，請停留至少五秒鐘。

(下一頁)(受測者被隨機分配到其中一組)

道德情緒負面/心理距離近



道德情緒正面/心理距離近



道德情緒負面/心理距離遠



道德情緒正面/心理距離遠



請問您是否曾經看過這張圖片？

是 否 不確定

你認為自己對於這張圖文的梗的理解程度為？

非常不理解 不理解 有點不理解 普通 有點理解 理解 非常理解

(下一頁)

1. 我覺得圖片中的主角人物，令我感到同情。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

2. 我覺得圖文中的主角人物，令我感到內疚。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

3. 我會對圖片中的主角產生同理心。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

4. 我覺得圖片中的主角人物，令我感到焦慮。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

5. 我覺得圖片中的主角人物，令我感到恐懼。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

6. 我覺得圖文中的主角人物，令我感到憤怒。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

(下一頁)

1. 請問您覺得圖片中情境發生的地點離你多遠？

非常遠 遠 有點遠 普通 有點近 近 非常近

2. 我覺得我跟圖片中主角外表有相似之處。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

3. 我覺得我跟圖片中主角文化背景相似。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

4. 我覺得圖片中主角與我的生活環境類似。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

5. 在看圖中主角的情境時，我覺得與我無關（有如旁觀者）。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

6. 在看圖中主角的情境時，我覺得與我有關（有如本人）。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

7. 我覺得圖中主角的情境，可能發生在我生活周遭。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

(下一頁)

請您根據自身觀看這張圖片的感受，用最真實的感覺來填答。

1. 當我在觀看這張圖片時，我感到高興的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

2. 當我在觀看這張圖片時，我感到愉快的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

3. 當我在觀看這張圖片時，我感到快樂的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

4. 當我在觀看這張圖片時，我感到擔心的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

5. 當我在觀看這張圖片時，我感到憂愁的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

6. 當我在觀看這張圖片時，我感到悲傷的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

請您根據觀看這張圖片的感受，用最真實的感覺來填答。

1. 我覺得這張圖片是有趣的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

2. 我覺得這張圖片是好笑的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

3. 我覺得這張圖片是無聊的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

4. 我覺得這張圖片是風趣的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

5. 我覺得這張圖片是幽默的。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

(下一頁)

請您根據觀看這張圖文的感受，用最真實的感覺來填答。

1. 我對圖片主角感到抱歉。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

2. 我比圖中主角有更好的生活條件使我感到不自在。

非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

常同意

3. 我會盡量減少表達我所處的環境與圖中環境差異的優越感。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
4. 我會擔心圖片中的人物。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
5. 我認為我不應該消費圖中主角的文化。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
6. 我認為這張圖片的存在是在傷害圖片中的人物。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
7. 我會認為我對這張圖片的感受是不恰當的。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
8. 我會想要譴責自己對於這張圖片的感受。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
9. 我沒有替圖中主角發聲，我感到羞愧。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

請您根據自身觀看這張圖片的感受，用最真實的感覺來填答。

1. 我會願意分享這張圖片。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
2. 我將分享這張圖片給我身邊朋友。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意
3. 我認為這張圖片值得分享給身邊好友。
非常不同意 不同意 有點不同意 普通 有點同意 同意 非常同意

(下一頁)

以下請您回答一些基本問題，並根據自身狀態填答。

請問您的性別為 男性 女性

請問您的出生西元年為 [直接填答]

請問您的最高學歷（含在學中）為 國中（含）以下 高中／職 大專院校

研究所（含）以上

請問您的宗教信仰為 其他/無 佛教 道教 猶太教 天主教 基督教
伊斯蘭教 東正教

請問您是否有觀看過地獄梗圖？ 是 否 不確定

請問您日常生活中觀看地獄梗圖的頻率為？幾乎沒有 很少 有點少 普通
有時候 經常 很頻繁

(下一頁)

非常感謝您協助完成此問卷！若您有興趣，請留下您的信箱地址，我們將抽出五位幸運兒贈送 60 元 LINE 點數。

[直接輸入]

柒、參考資料

一、中文部分

- 方裕民、林銘煌、廖軍豪（2006）。〈失諧—解困理論與設計邏輯中的幽默理解歷程〉，《設計學報》，11（2）：65-81。
- 吳壽進、方文昌（2008）。〈心理距離、夥伴關係成因特徵與合作程度之研究：以大陸市場買方夥伴關係為例〉，《商管科技季刊》，9（3）：315-348。
- 林姿君、陶振超（2013）。〈以情緒共生檢視恐怖電影的享樂感〉。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 程玲（2012）。〈罪惡感，羞恥感，與得釋放：神學與心理學整合觀點的初探〉，《哲學與文化》，39（1）：65-86。
- 陳金定（2008）。〈依附關係與憂鬱症狀之因果模式探討：罪惡感與羞愧感之中介角色及其與憂鬱症狀之關係〉，《教育心理學報》，39（4）：491-512。
- 黃意能、黃曉琪（2016）。〈以網路模因理論分析「泛舟哥」張吉吟爆紅事件中的圖像與影像模因〉，《中華傳播學會》。

二、英文部分

- Berry, M., Gray, T., & Donnerstein, E. (1999). Cutting Film Violence: Effects on Perceptions, Enjoyment, and Arousal. *The Journal of Social Psychology*, 139(5), 567-582.
- Bründl, S., Matt, C., & Hess, T. (2017). Consumer Use Of Social Live. Streaming Services: The Influence Of Co-Experience And Effectance On Enjoyment. In Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS). *Guimarães, Portugal*, 1775-1791.
- Carver, C. S. (2004). Negative affects deriving from the behavioral approach system. *Emotion*, 4(1), 3.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition & Emotion*, 6(3-4), 169-200.
- Evans, J., Treadgold, A., & Mavondo, F. T. (2000). Psychic distance and the performance of international retailers – A suggested theoretical framework. *International Marketing Review*, 17(4/5), 373-391.
- Forbosco, G. (1992). Cognitive aspects of the humor process: The concept of incongruity. *Humor: International Journal of Humor Research*, 5, 45-68.
- Gardner (1985). *Social psychology and second language learning: the role of attitudes and motivation*. London: Edward Arnold.
- Ghemawat, P. (2001). Distance still matte31. rs: The hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*, 79(8), 137-146.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Press.

- Izard, C. E. (1993). Four systems for emotion activation: Cognitive and noncognitive development. *Psychological Review*, *100*, 68-90.
- Kleinginna, P. R., & Kleinginna A. M. (1981). A categorized list of emotion definitions, with suggestions for a consensual definition. *Motivation and emotion*, *5*(4), 345-379.
- Lewis, M. (1995). *Shame: The exposed self*. New York: Free Press.
- Martin, R. A. (1996). The situational humor response questionnaire (SHRQ) and coping humor scale (CHS): A decade of research findings. *Humor: International Journal of Humor Research*, *9*(3), 251-272.
- McGraw, A.P. & Warren, C. (2010). Benign violations: Making immoral behavior funny. *Psychological Science*, *21*, 1141-1149.
- McGraw, A.P. Williams, L.E., & Warren, C. (2014). Psychological distance. *Encyclopedia of Humor Studies*, 602-604.
- Nazareth, J. (1988). *The psychology of military humor*. New Delhi: Lonor.
- Raney, A. A. (2004). Expanding disposition theory: Reconsidering character liking, moral evaluations, and enjoyment. *Communication Theory*, *14*, 348–369.
- Raney, A. A. (2005). Punishing media criminals and moral judgment: The impact on enjoyment. *Media Psychology*, *7* (2), 145-163
- Swift, J. S. (1999). Cultural closeness as a facet of cultural affinity: A contribution to the theory of psychic distance. *International Marketing Review*, *16*(3), 182-201.
- Tangney, J. P. (1991). Moral affect: The good, the bad, and the ugly. *Journal of personality and social Psychology*, *6*, 598-607.
- Tangney, J.P., Miller, R.S., Flicker, L., & Barlow, D.H. (1996). Are Shame, Guilt, and Embarrassment Distinct Emotions?, *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*, 1256-1269.
- Tangney, J. P., & Dearing, R. L. (2002). *Shame and guilt*. New York: Guilford Press.
- Thorson, J.A. and Powell, F.C. (1993) Development and Validation of a Multidimensional Sense of Humor Scale. *Journal of Clinical Psychology*, *49*, 13-23.
- Raney, A. A. (2004). Expanding disposition theory: Reconsidering characterliking, moral evaluations, and enjoyment. *Communication Theory*, *14*, 348–369.
- Raney, A. A. (2005). Punishing media criminals and moral judgment: The impact on enjoyment. *Media Psychology*, *7* (2), 145-163
- Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, *31*(3), 327-340.