

救灾捐助中的情感疲劳与社会调适

谢俊贵

提 要 救灾捐助中的情感疲劳是指救灾捐助者救灾捐助的热情难以持续或救灾捐助的意愿逐渐消磨的现象。这种情感疲劳现象会导致人们救灾捐助态度的冷漠或救灾捐助行为的迟缓。救灾捐助中情感疲劳的原因很多,有个人的原因,也有社会的原因,其中更多的是社会的原因。要消除和减轻这种情感疲劳,关键的是要采纳以下策略开展社会调适:(1)灾管行为优化策略;(2)捐助对象细分策略;(3)捐助活动分时策略;(4)捐助方式多样策略;(5)捐助信息公开策略;(6)捐助行为激励策略。

关键词 情感疲劳 灾害救助 救灾捐助 慈善捐助 社会调适

中图分类号 C913.7 **文献标识码** A **文章编号** 1000-114X(2012)02-0201-07

心理学认为,知、情、意是人的意识行为的三个基本因素,在一定程度上,情感可以直接影响乃至决定行为主体的主观心态,从而可以决定人的行为,支配人的行为。情感社会学则从社会层面揭示了情感对社会建构与社会行动的正向功能,认为“情感是联结个人组成群体乃至社会的基因”;同时,“人们在行动时具有的理性比他们所想象的要少得多,情感则成为行动的直接动力”^①。依此,可以推出另一社会心理定律:情感的变化必然引起行为主体主观心态和行为意向的变化,从而引起行为主体社会行为的变化。这一点可以从大量的情感疲劳现象中得到相应的佐证。当然,本文的目的既不在于详证这一社会心理定律,也不在于对大量的情感疲劳现象进行普泛意义的解析,而在于利用“情感—行为”变化规律来认识当今社会救灾捐款中的情感疲劳现象,并提出相应的调适策略。

一、救灾捐助中的情感疲劳现象

互联网上近来的某些相关信息表明,媒体和学界对救灾捐助中的情感疲劳现象已有所认知,相关的新闻报道和理论文章也有所涉及。这不仅反映出救灾捐助中情感疲劳现象确实存在,而且体现出人们已对这一现象给予高度关注。但是,有关什么叫情感疲劳,救灾捐助中的情感疲劳现象如何,它对救灾捐助会产生何种程度的影响等,人们并未进行深入论述。为此,有必要加以揭

示。

1. 从审美疲劳到情感疲劳

就我国学界而言,“情感疲劳”(Emotional fatigue)一词是继“审美疲劳”(Aesthetic fatigue)一词在社会上广泛流行后开始逐步流行的一个词语。“审美疲劳”是这样一种现象,即审美主体对审美对象的兴奋度减弱,不再对审美对象产生较强的美感,甚至对审美对象表示厌弃^②。“审美疲劳”一词因导演冯小刚2003年底在贺岁片《手机》中的点睛妙用,而迅速成为许多国人日常生活中的口头禅或自嘲语。“审美疲劳”的意思在该电影中被借指因长期的婚姻生活对配偶产生的平淡味与麻木感。随后,该词词义被迅速泛化而进入人们社会生活的许多领域,人们只要是对某一件事失去兴趣,或是被某一事情弄烦了,都可以说是得了“审美疲劳”。夫妻结婚多年感情淡化是“审美疲劳”;农家乐旅游设施千篇一律造成“审美疲劳”;天天重复同样的生活过程更是“审美疲劳”。一句话,只要人感到激情不再或心理疲惫,都可说是审美疲劳。

审美疲劳是中國人在娱乐性的社会活动过程中发明的一个含义广泛的美学术语,而情感疲劳则是一个特定意义的心理学术语,它指的是人们的某种情感被多次重复地激起的过程中出现的激情不再或感情衰减的现象。比如,一个年轻人在多次追求配偶未获成功后,渐渐对恋爱结婚失去兴趣,或不再去追求异性对象;一个喜欢吃海鲜的人在天天给他吃海鲜后,它对海鲜也会渐渐失去兴趣,甚至出现见到海鲜就反胃的情况。事实上,情感疲劳在日常生活中的例子正如审美疲劳一样,可说屡见不鲜。只要我们留意,在我们自身、在我们身边,在我们的组织生活中,在社会生活领域的许多方面,都能找到情感疲劳的许多案例。当然,情感疲劳作为一个心理学的术语,其基本指涉范围则在心理学探索范围之内。人们对情感疲劳的研究也往往限定于它与认知、意向以及具体行为之间关系的研究。这是情感疲劳与审美疲劳所具意义与作用不完全相同的体现。

2. 救灾捐助中的情感疲劳

从某种角度上讲,救灾捐助行为导源于灾害发生过程中人们之间的情感相关机理^③。然而,情感是易变的东西。情感疲劳就是情感变化的一种表现。即使在重大灾害的救灾捐助中,也存在着情感疲劳现象。所谓救灾捐助中的情感疲劳现象,是指救灾捐助者由于各方面的原因,其救灾捐助的热情难以持续或救灾捐助的意愿逐渐消磨的现象。《国际先驱报》2010年的一篇报道,便反映了救灾捐助中的情感疲劳现象。报道指出,8月15日,举国向舟曲县特大泥石流遇难者志哀。与此同时,新一轮的捐款赈灾热潮也再次拉开序幕。一时间,人们熟悉的场景再次出现在镜头中:来自四面八方的爱心涌向舟曲,捐助的款项和物资持续不断驰援灾区。但在这轮捐赠高潮中,在北京某事业单位工作的小宋却陷入了纠结之中^④。这种纠结是什么纠结,显然是情感疲劳的纠结。受接二连三的募捐活动和其他因素影响,不仅使小宋,而且使不少人得了一种“捐助疲劳症”。

在某单位,救灾捐助的情感疲劳现象也在某些员工中开始显现。在近几年里,由于重特大灾害在我国频频发生,尽管“人非草木,孰能无情”的道理尽人皆知,但救灾捐助情感的多次被激发也使得不少人陷入了情感疲劳状态。大家都还记得,在南方冰雪灾害的时候,通过单位进行了募捐,很多员工都捐了款。汶川地震灾害,单位员工的救灾捐助情感被激发到巅峰程度,各二级单位都有组织地进行了募捐,所有员工都为之慷慨解囊。由此大家都理解到,社会中提倡的“一方有难,八方支援”,不仅是一幅抗灾救灾的社会动员标语,而且更是一种受情感支配的社会志愿行动。尽管紧接着玉树、舟曲等一些重特大灾害的发生,仍然使员工保持了一份较强的捐

助激情。但是，再接下来一些灾害的肆虐，却难以升华员工对某些灾区的捐助激情，相反，有的员工的捐助热情却在渐渐冷淡下来。甚至有的员工在听到单位的募捐动员后，发出了“又要捐款了”的慨叹。

3. 情感疲劳影响救灾捐助

在救灾捐助中，情感疲劳会导致救灾捐助行为的迟缓或者救灾捐助行为的顾惜。首先是导致救灾捐助行为的迟缓。在人的意识行为的三要素中，知、情、意三者有着相互影响的关系。一般来讲，认知所决定的行为意向及其引发的行为是理性行为，情感所决定的行为意向及其引发的行为是感性行为。感性行为的启动通常要快于理性行为的启动。尤其是在激情燃烧、情绪高涨的情况下，人们的行为意向往往能够很快确立并使得意向行为得以快速启动。而理性行为不同，它必须在得到充足的信息，并在精打细算之后才能做出行为意向的选择，然后启动具体的行为。情感疲劳之所以会导致救灾捐款行为的迟缓，是因为情感疲劳减小了情感对意向行为的启动作用，进而会倾向于依靠认知来理性选择行为意向并启动意向行为。这就不免影响了救灾捐助行为的快速启动，使救灾捐助行为变得异常迟缓。这就是对某些人在连续多次捐款后需要详细考虑的解释。

其次是导致救灾捐助行为的顾惜。在救灾捐助中，如果我们限定其他条件，仅对救灾捐助者的情感强度与捐助数量之间的关系进行考察，我们可以轻易地知道，救灾捐助者指向捐助行为的情感强度越高，他越有可能捐助更多的善款或其他捐助物；救灾捐助者指向捐助行为的情感强度越低，他越有可能捐助较少的善款或其他捐助物，甚至可能不再参与救灾捐助活动。在救灾捐助中，情感疲劳意味着救灾捐助者的情感强度减弱，甚至激情不再。在如此情况下，救灾捐助者即使捐助，也可能是捐助行为顾惜，捐助数量渐渐减少，甚至取消捐助的想法。在前几年频繁发生的各类灾害中，据笔者的观察，在汶川大地震的救灾捐助活动中，由于本次地震灾难的巨大，加上传播媒介的渲染以及社会组织的动员，人们的情感得到全面激发，很多人可谓出手阔绰。但是，一次又一次的捐款后，即使人们照样还在为救灾而捐助，但捐助数量却呈现出一种递减的迹象。

二、情感疲劳的致因分析

导致灾害捐助中情感疲劳的因素很多。有捐助者个人的原因，更有社会的原因。从个人的角度来讲，灾害捐助作为一种志愿行动，导致灾害捐助中情感疲劳的原因当然会有个人的原因，具体来讲，个人的认知水平、个性特征、经济实力、生活经历、社会责任感等，都可能影响其情感的变化以及情感疲劳的发生速度。而从社会的角度来讲，导致灾害捐助中情感疲劳的原因不仅更多的是社会的原因，而且这种原因相对比较复杂，主要的有：

1. 灾管失当行为导致情感疲劳

灾管（即灾害管理）作为一种公共管理，其责任主体是政府。政府的灾管行为表现会严重影响救灾捐助者的情感。一般来讲，政府灾管行为如果得当，尽力作为，那么，救灾捐助者的激情就容易得到激发；反之，就容易出现情感疲劳或同情疲劳。香港文汇报 2011 年 4 月 15 日的一篇短论谈到日本地震灾害后国际社会的“同情疲劳”问题，文章指出，从事态发展来看，福岛核危机很大程度是人祸：核电站海墙高度不足、后备发电装置不堪一击，加上核电站多次出现事故，监管当局仍然视若无睹，无不是这次危机的直接原因。有学者认为，是次核事故发生，本来欧美的同情之声最大，但一旦核事故迟迟未解，势将出现“同情疲劳”^⑤。由此可见，无论灾害

发生在何地，也无论救灾捐助者是谁，同样的灾害，同样的救助，能够更好激发救灾捐助者激情的是灾管行为得当的国家和地区，因为他们更值得信任和同情。否则，人们就可能形成一种不值得同情之感。有的人甚至会化同情为好奇或者愤慨，转而去追问和责备政府的灾管行为。

2. 捐助对象较多导致情感疲劳

相对于救灾捐助行为而言，情感疲劳也称为同情疲劳。关于同情疲劳，美国俄勒冈大学心理学系教授保罗·斯洛维奇认为，同情疲劳与数字麻木具有一种特殊的关系。我们中的大多数人在了解某一个人的苦难后，会花很大精力去营救他；而当一群人遇到更严重的问题时，人们却会感到麻木。造成这一情况的主要原因在于，人类没有能力理解数字且将它们和大型悲剧相关联，并让他们产生行动。相反的情况却比比皆是，看看人们愿意花巨大的精力来拯救困境中的某一个人，比如受伤的登山者。这一观点得到了以色列心理学家一项试验的证实。该试验选择之一是为8名生病儿童捐助，另一选择则是向1名儿童捐助。尽管两种捐赠的钱数一样，但选择后一种的却大大超过前一种。同情者捐赠的钱数对于一组受害者比个体要少很多^⑥。由此可知，危难所涉及的人数越多，范围越大，人们对于每个危难处境者的感觉会更少。在救灾捐助中，由于捐助对象是重灾或巨灾中的受害者，他们人数多，因而容易使人产生同情疲劳或情感疲劳。

3. 募捐活动频繁导致情感疲劳

募捐活动的开展频率是导致救灾捐助者情感变化的一个重要原因。通常来讲，如果募捐活动开展频率很高，那么，救灾捐助者的情感疲劳就容易出现，如果频率较低，那么，救灾捐助者的情感疲劳就不容易出现。这好比我们折弯一根铁丝，如果我们折来折去的频率很高，那么，这根铁丝就越容易折断；而如果我们折来折去的频率很低，那么，这根铁丝就越不容易折断。最近一些年来，由于我国正在设法解决部分贫困人口的脱贫问题，同时又偏偏遭遇到许多百年一遇、五十年一遇的重大灾害的肆虐，这样，我国各地慈善募捐活动的频率不断增加。以南方某省为例，一是该省本身年年都有水灾、风灾，而且灾灾重大，募捐活动本就比较频繁；二是该省乃经济发达省份，全国各地有灾有难都会向该省寻求支援，又增加了募捐活动的频繁度；三是该省为了解决本省贫富差距过大尤其是大片山区的绝对贫困问题，省市各级常设了一年一度的扶贫募捐活动，更增加了募捐活动的频率。于是，救灾捐助者的情感疲劳在所难免。

4. 捐助摊派方式导致情感疲劳

心理学认为，自愿的行为方式往往能够使人形成快感，不易产生疲劳；而外加的行为方式则不易使其形成快感，倒很容易产生倦怠。在当前我国的救灾捐助中，捐助方式的选择也是一个影响救灾捐助者情感变化的重要因素。在计划经济时代，我国的救灾捐助方式是计划指令性的，对于国家职工，救灾捐助通常是摊派方式，其捐款数额由领导部门确定，并在许多情况下是通过财务部门从工资中扣除。然而，即使到了今天，捐助摊派方式仍然保留着很深的痕迹，这难免令人易于产生情感疲劳。在前述案例中的小宋，在玉树地震时，单位要求每人捐1000元。而在此之前，他已主动向红十字会捐赠数百元。事不过三终不止，当年8月16日，他刚结束休假回到单位，又接到向舟曲捐款的通知，这真使他有些无奈、郁闷。中国社会科学院社会政策研究所葛道顺指出，“多次反复的行政性劝募会影响很多人的捐款热情，因为人都有情感疲劳、心理疲劳的时候。本来救灾是激发公众捐款的热情，如果反复使用，可能会适得其反。”^⑦

5. 捐助指向不明导致情感疲劳

捐助行为应该是一种有明确指向的行为，指向越明确，越有利于激发捐助者的情感，而不至

于使捐助者很快产生情感疲劳。这里的明确指向包括两层含义：一是具有明确的目标对象。根据保罗·斯洛维奇的见解可以得出，捐助目标对象越明确，越有利于激发捐助者的同情心。当捐助对象为特定的某个人时，捐助者的同情心可以激发到最高的程度，从而不易产生情感疲劳。二是具有明确的款物流向。也就是说，捐助者捐助的款物最终会流向到何地何人。当捐助者能够知道所捐款物流向何地何人时，他们会认为自己的感情有所依托，并非无的放矢、自作多情，从而不易产生情感疲劳。然而，在我国过去一段时期的救灾捐助中，救灾捐助行为往往缺乏较为明确具体的捐助指向，通常是以为某一特大灾害捐助为名而募捐；捐助者捐助的款物流向也不清晰，各种捐助款物如泥牛入海，甚至被某些机构或地方挪作他用，或者进了贪官污吏的腰包。如此这般的捐助指向，不仅会使救灾捐助者产生情感疲劳，而且会使救灾捐助者产生反感。

6. 激励机制缺乏导致情感疲劳

救灾捐助行为虽然是一种自愿行为或志愿行为，但自愿行为或志愿行为也需要激励，才能得以激发出来并得以长期保持。目前，我国对救灾捐助行为仍然缺乏必要的激励机制，就企业来讲，一是对于企业的救灾捐助还缺乏配套的媒体公布机制，致使某些捐助大量款物的企业还只能做无名英雄，而捐助较少的企业或没有捐助的企业也能如无事一般。原民政部慈善促进司司长、现北师大壹基金公益研究院院长王振耀指出“前不久，美国《今日美国》公布了299家公司去年的捐款数额，而中国很少在有影响力的大报上有这样的排名。”二是对于企业的救灾捐助仍然缺乏完善的税务减免机制，致使大部分企业对慈善捐助兴趣不大。虽然2008年1月起施行的《中华人民共和国企业所得税法》，将企业公益性捐赠的税前扣除标准由年度应纳税所得额3%以内统一规定为企业年度利润总额12%以内，以此鼓励企业捐赠，但据王振耀透露，这个规定只在北京实施得比较好，地方上并未很好落实^⑧。至于一般捐助者，其激励机制更是缺乏。

三、情感疲劳的社会调适

从相关观察和走访得知，救灾捐助中的情感疲劳现象在很大程度上已成为一种救灾捐助中的社会倦怠现象甚至社会冷漠现象。这种社会倦怠现象甚至社会冷漠现象不仅扩散到了个人层面，而且扩散到了组织层面，已成为发展我国慈善事业和减灾救灾事业的严重障碍。为此，切实加强救灾捐助中情感疲劳的社会调适已刻不容缓，势在必行。各级政府、各类社会组织都必须加以重视，并采取相应的调适策略，有效激发和保护救灾捐助者的一片衷情，一份善意。

1. 灾管行为优化策略

正如前述，影响人们救灾捐助情感的不仅是灾害给灾区居民造成的生命和财产损失的程度，政府的灾管行为表现也会影响人们的救灾捐助情感。就这两个救灾捐助情感的影响因素而论，灾害造成损失的程度往往是一个定值，而政府灾管行为的表现则是一个变量。因此，在针对某一灾害进行救灾捐助时，救灾捐助者的情感变化往往由政府的灾管行为表现所决定。其基本规律是：政府灾管行为的表现越好，越能激发救灾捐助者的同情心和捐助热情，反之，则越难激发救灾捐助者的同情心和捐助热情。为此，切实优化政府的灾管行为，使政府在广大民众中树立良好的灾管形象，让广大民众知道政府是对灾民负责的政府，政府已为此作出了很大的努力，并将继续作出更大的努力，救灾工作正在有序地进行，但要解决灾区民众的生产生活问题仍然存在很大的困难。这样，就有利于激发救灾捐助者的同情心和捐助热情，消除和减缓救灾捐助者的情感疲劳。

2. 捐助对象细分策略

捐助对象细分策略是基于保罗·斯洛维奇见解而拓展的一种策略。这一策略的基本要点是：既然人们没有能力理解数字且将它们和大型悲剧相关联并让他们产生行动，而愿意花巨大精力来拯救困境中的某一个人，那么，就可以根据这一原理对捐助对象进行细分，以更好地激发人们的同情心和捐助热情。我国在过往的救灾捐助中，实际上已在一定的程度上采用了这一策略，如在唐山地震时，民政部门对于孤儿问题的处理就隐约地表现出对象细分的思想。当然，捐助对象细分也并不是一定要细分到每一个具体的个体的程度，在巨灾和各类重大灾害中，既可以分区分片地进行细分，也可以分群分类地进行细分。例如，在汶川地震中，由于灾区范围过大，巨大的灾害损失数字确实使人十分茫然而无法理解，人们的同情心因无特定指向，有可能使不少人易于产生情感疲劳。于是，我国灾害救助部门便将整个汶川地震灾区细分，初步采纳捐助对象细分策略。

3. 捐助活动分时策略

捐助活动分时策略是针对捐助活动频繁易于使救灾捐助者产生情感疲劳而提出的一种实用性策略。这一策略的基本要点是：社会上的捐助活动很多，不仅有救灾捐助活动，而且有扶贫济困捐助活动，社会事业发展捐助活动，各地区、各部门、各种社会组织应当根据本地的情况，科学安排各类可以预知的捐助活动的时间，以尽量避免在一个较短的时间段内开展多次募捐活动而造成捐助者的情感疲劳。采用这一策略需要正确理解：一是科学安排各种扶贫济困捐助活动和社会事业发展捐助活动的时间，这类捐助活动应力避某些可以初步预估的如水灾、风灾、冰灾、雪灾、旱灾等自然灾害的多发季节进行。二是科学安排针对同一灾害的多次救灾捐助活动的时间。我们过去通常采取的策略是“趁热打铁”，也即趁民众捐助激情高涨时反复开展救灾捐助活动，这当然会有一定的效果。但是，有专家指出，这种做法等于“竭泽而渔”^⑨，并不十分可取。

4. 捐助方式多样策略

在救灾捐助的发展历程中，我国以往的主导方式是集体行为或规制行动，即通过单位的行政动员向员工募集捐助，捐助物品更多要求是货币，甚至在操作方法上采取直接从员工工资中扣发。这种救灾捐助方式经济效果较好，但社会效果较差。须知，救灾捐助本意上是一种志愿行动，而志愿行动的原点是个人行为。将志愿行动强扭为规制行动，采取过度的行政动员甚至强行摊派的方式不符合救灾捐助的本意，同时也是对员工的欠尊重和欠信任，容易使员工出现情感疲劳甚至产生反感。当然，如果将个人行为或志愿行动作为我国救灾捐助的主导方式，可说是还了救灾捐助的本意，但也存在一定问题，其中最大的问题是“路径依赖”，因为我国许多人已习惯了单位动员的捐助方式。为此，我们建议，在避免摊派性、重视志愿性的前提下保留和优化单位动员的捐助方式，提倡和强化社区动员和社会组织动员的捐助方式，并在捐助物品上尽量提倡多样化。

5. 捐助信息公开策略

要求聚集善款的口袋是玻璃做的，这是一种国际惯例。遵循这样一种国际惯例，就能让人明白地看出，所有善款是谁放进去的，谁又从中拿出去了，这样才能保证善款的安全和效率，并且能让捐助者放心，从而保证捐助者的捐助热情永驻。要做到这一点，除了认真做好各种救灾捐助活动的监管工作，如捐助活动的全程监督、捐助资金的严格审计之外，关键的是要做好捐助信息公开的工作。因为，捐助活动的全程监督、捐助资金的严格审计，在很大程度上都还是少数人参与的监管过程，不能以这种少数人的监管代替所有救灾捐助者的监管和救灾捐助对象的监管。

基于这一认识,捐助信息公开工作的关键在于:一是借助于大众传播媒介公开救灾捐助者及其捐助财物的数量信息和指向信息;二是借助于大众传播媒介公开救灾捐助财物的去向信息。只有通过这样两类信息在较大范围内的公开,让公众知情,才能真正对捐助者和捐助对象有明确交代。

6. 捐助行为激励策略

行为科学认为,人的行为需要激励,才能使其优良行为继续发展,不良行为得以减弱。救灾捐助中的捐助行为也需要激励。通过适当的激励,不仅可以使救灾捐助者的捐助激情得到强化,救灾捐助者的捐助热情得到提升,从而使其捐助行为继续发展,而且可以使救灾捐助的后进者、旁观者受到感化,从而参与到救灾捐助活动中来。如果缺乏相应的激励机制,救灾捐助者的积极性就会逐渐减弱,情感疲劳就很容易产生,很不利于救灾捐助活动长效机制的形成。为此,救灾捐助管理部门应该建立一些有效强化救灾捐助者情感和行为的激励机制。这些机制从理论上来讲应包括物质激励机制和精神激励机制两种。主要可采纳的机制有:免税机制——即对于企业捐助者,可以采取免去相应的税收的办法给企业以鼓励和奖赏。荣誉机制——即授予捐助者一定的荣誉,如张榜表彰、授予嘉奖或名誉市民等。其他机制——可通过深入调研发现一些其他可行机制。

综上所述,救灾捐助中的情感疲劳现象是一种客观存在的社会心理现象,尤其在我国灾害频繁发生、救灾募捐任务较重、救灾捐助活动较多的情况下,这种情感疲劳现象更容易发生。这种情感疲劳现象对救灾捐助活动的有效实施具有阻碍作用,必须设法消除或减轻。为此,有必要从三个方面做好工作:第一,深入分析救灾捐助中情感疲劳的成因,并对症下药地采用各种社会调适策略对情感疲劳进行社会调适。研究表明,这项工作不仅是必要的,而且是可行的。第二,正确处理救灾捐助活动、扶贫济困捐助活动、社会事业发展捐助活动之间的关系,按照救灾捐助活动优先的原则妥善安排各类慈善捐助活动。第三,救灾捐助中的情感疲劳与政府灾管行为表现关系密切,必须切实加以重视。要通过优化政府灾管行为,塑造政府良好灾管形象来赢得捐助者的救灾捐助热情。值得说明的是,救灾捐助中的情感疲劳还与媒体有密切关系^⑩,拟另文探讨。

①郭景萍 《情感社会学:理论·历史·现实》,上海:上海三联书店,2008年,第62、65页。

②封孝伦 《人类生命系统的美学》,合肥:安徽教育出版社,1999年,第403页。

③谢俊贵 《复杂灾害社会协同管理基本问题探析》,哈尔滨 《黑龙江社会科学》,2010年第6期,第129页。

④⑧陈雪莲 《自然灾害频发考验中国慈善捐赠高潮背后存危机》,北京 《国际先驱导报》,2010年8月24日。

⑤张启宏 《环球点评:日本须重视同情疲劳症》,香港 《文汇报》,2011年4月15日。

⑥ 〔美〕保罗·斯洛维奇 《数字麻木(同情疲劳)》, <http://page.renren.com/600002131/note/>

403661321,2009年7月10日。

⑦⑨葛道顺 《社会捐助应遵循的几个基本原则》,北京 《中国社会科学院要报》,2008年17期。

⑩陈建云 《汶川大地震报道中的伦理问题》,上海:《新闻大学》,2008年第4期,第28页。

作者简介:谢俊贵,广州大学公共管理学院社会学教授,湖南师范大学公共管理学院博士生导师。广州 510006

责任编辑 左晓斯