

公共卫生事件中的风险感知和风险传播模型研究

——兼论疫情严重程度的调节作用

章 燕¹ 邱凌峰² 刘安琪² 钟淑娴² 李介辰²

(1. 浙江大学 国家制度研究院, 浙江 杭州 310012; 2. 浙江大学 传媒与国际文化学院, 浙江 杭州 310012)

【摘要】本文以新型冠状病毒肺炎健康危机为例,运用量化研究的方法,研究公众的风险感知、风险传播行为的特点,以及疫情严重程度对上述二者关系的调节作用。研究发现:(1)风险信息、疫情严重程度主要通过风险感知对公众的风险传播行为起作用,风险感知是该模型中多个因素对传播行为发挥作用的重要中介变量;(2)疫情严重程度对公众的风险感知和传播行为的调节作用部分被证实:疫情严重程度不同地域的公众对风险感知和参与风险传播的行为存在显著差异,且主要存在于疫情较严重和疫情最严重地域的公众之间。

【关键词】风险信息;风险感知;传播行为;疫情严重程度

【中图分类号】G20

【文献标识码】A

继2003年的SARS、2009年的H1N1等大型卫生健康危机之后,2019年的新冠肺炎疫情危机又发生了。由于危机情境的不确定性和负面性,公众信息需求和传播行为激增;又由于众多影响因素在短时间内的急剧碰撞和相互作用,更进一步加剧了公众信息需求和传播行为的复杂性和多样性,对危机传播的传播行为和传播特点的研究也提出了更高要求。

风险本身应该是客观的,但个体的风险认知带有明显的主观特征,“传播是双向互动的,应高度重视危机传播的复杂性”(陈先红、刘晓程,2013:31)。纵观健康传播的研究,效果研究占据了主要的阵地。学者普遍采用内容分析和问卷调查相结合的方式,先对研究对象文本内容(网络媒体的报道框架和报纸媒体的报道框架)进行量化并提出假设,再对受众进行问卷调查,验证媒介传播效果。有研究指出,“当前(的风险感知)研究缺少考虑风险信息对风险感知的作用及风险感知在突发事件生命周期不同阶段的差异;提出未来研究应从公众需求信息与风险信息所造成的心理落差视角研究风险

【作者简介】章 燕,浙江大学国家制度研究院,浙江大学传媒与国际文化学院副教授。

邱凌峰,浙江大学传媒与国际文化学院硕士研究生。

刘安琪,浙江大学传媒与国际文化学院硕士研究生。

钟淑娴,浙江大学传媒与国际文化学院硕士研究生。

李介辰,浙江大学传媒与国际文化学院本科生。

信息对风险感知的作用；提出在风险感知的刻画中应考虑突发事件生命周期各阶段内部因素和阶段间演变的因素”（王治莹、梁敬、刘小弟：2018）。

本研究试图从传统的“who says what in what channel to whom”视角，转变为“who chooses what in what channel with what effect”，从公众的视角，建构风险感知、风险信息和传播行为研究框架，研究在新冠肺炎疫情暴发期，不同的疫情严重程度与公众的媒介选择、媒介内容选择、传播行为变化等之间的关系和规律，希望能给新闻报道、政府公共管理提供一些改进的建议。

一、风险感知、风险信息与媒介

风险感知的研究最早可以追溯到1951年俄勒冈大学的布鲁尔教授（O. K. Burrell）在*The Journal of Finance*中发表的论文。在该文中，他提出将心理分析运用到投资行为影响的科学研究中。直到20世纪80年代，该大学的斯诺维克在同一杂志上发表了“影响投资决策的心理分析”一文后，“风险感知”这一概念才引起了学界的重视。斯诺维克将风险感知定义为公众对某一特定风险事件的主观直觉判断。塞博等人则认为风险感知是公众对某些有价值的东西（包括人类本身）受到威胁的情境时的认知与心理反应（Setbon, Raude & Fischler, 2005）。心理学对风险认知/感知的定义则是：个体对存在于外界的各种客观风险的主观感受与认知，它受到心理、社会和文化等多方面因素影响（时勘等，2003）。

米勒提等人的研究认为，公众的风险感知是由风险信息促成的（Mileti, 2000）。索伦森指出，外界的积极或者负面的信息是影响公众风险感知变化的主要原因（Sorensen, 2000）。卡尼曼等人在前景理论中证明风险的学习和经历，会影响人们对风险的评估：当缺少对风险的学习时，人们将高估遇到的风险；当在充分经历或学习风险后，人们对风险的评价将趋于客观（Kahneman, 1979）。更有多个研究进一步指出，媒体的报道是公众风险信息的重要来源，对公众的风险感知起着极为重要的作用：王治莹等人在分析影响风险感知的因素中指出，媒体报道是影响风险感知的重要因素之一（王治莹、梁敬、刘小弟，2018），人们对很多事物的认知是借助媒体营造的拟态环境完成，特别是当人们本身无法直接亲历危机事件只能通过媒体去了解相关信息时，媒体的报道在很大程度上就促成了公众风险感知的形成（He, 2014）。

1975年美国学者菲什拜因和阿耶兹提出理性行为理论（theory of reasoned action, TRA）：任何因素可以通过人们的态度和主观的准则对行为产生影响。阿耶兹在TRA的基础上提出了计划行为理论（theory of planned behavior, TPB），引入感知行为控制变量，认为“行为是行为意向和感知行为控制共同引起的”（阿耶兹，1975）。同年，罗杰斯等提出了保护动机理论（protection motivation theory,

PMT): 认知中介过程由信息源启动, 保护动机最终归结为应对模式。其中, 认知中介是核心部分。由此, 风险信息——风险认知和应对行为架构确立。

但需要关注的是: 媒体、环境、公众变化了。在传统的新闻媒介“有位置但不必然有效力, 网络关系始终以去中心与再中心进行着波浪式的涌动”, 在“媒介与社会的界线消解, 只有自组织自滋生的多重相互联结”(黄旦, 2015: 80)的现在, 新媒体环境中多元信息背后是多元主体的利益诉求: 不同的信息源个体、组织立足于不同的价值取向, 他们通过信息的收集、把关和发布与公共利益进行博弈(李敏智, 2012)。而公众在风险理性化的过程中, 会主动而不是被动地利用多种信息渠道和知识对风险信息进行判断、选择。但由于公众属于不同层次和属性的集体, 各集体的认知程度不完全一致, 而且危机与危机个体的类型不同, 对危机传播的主要影响体现在危机信息来源的供给程度、时效性、社会网络参与人之间的信任程度、危机与环境变化的不确定等因素。

据此, 我们提出问题1: 健康危机中的公众, 他们的风险感知、风险信息和媒介内容的选择等, 是呈现怎样的一种特点和规律? 这三者之间, 又呈现怎样的关系?

二、疫情严重程度与媒介选择及传播行为

风险认知理论认为, 较强的风险认知使得消费者更加关注风险信息, 收集和研判风险信息, 并与他人进行风险沟通, 会在一定程度上采取必要的措施规避风险; 当风险认知一旦超出可承受范围时, 消费者的行为会发生很大改变, 对各种风险信息非常敏感, 信息需求非常旺盛, 风险传播行为也非常活跃, 消费者会把风险信息告诉亲朋好友, 与他人分享风险信息, 进而自行采取各种规避措施来避免风险的伤害, 甚至引发消费者焦虑和恐慌(赖泽栋、杨建洲, 2014)。

谢晓非等研究者在对SARS的研究中, 也研究了疫情严重程度对公众行为的影响: “统计结果显示, 在对SARS知识的了解和受干扰的程度上, 疫区民众的分数都显著地高于非疫区民众”, 但非疫区民众心理焦虑、从众行为和家庭依赖等指标的分值却显著地高于疫区民众, “数据结果表明, 隔离区内的被试比隔离区外的被试、疫区被试比非疫区被试都表现出更低的心理焦虑状态”(谢晓非等, 2005: 637)。

基于以上的理论和研究, 我们提出如下问题:

问题2: 对于新型冠状病毒危机, 在各个地区的疫情严重程度呈现迥然不同的态势, 那么, 在不同的区域公众的风险感知、风险信息和传播行为是否会呈现不一样的特点和规律?

三、研究框架和假设

（一）研究框架

风险信息，分成两个维度：有关风险自身的信息、为降低风险采取措施的信息。共5项，运用李克特五点量表法进行测试。

风险感知，是指公众感知到风险，分为两个维度：对于疫情发展的预测对自身的担忧，共8项，运用李克特五点量表法进行测试。

传播行为分别考察了4个方面：传播信源的选择（媒介）（7项）、内容传播的意愿程度（内容）（8项）、信息传播目的（5项）和传播行为频率的变化（3项），均运用李克特五点量表法进行测试。

疫情的严重程度，根据丁香医生小程序公布的2月15日的全国疫情最新情况和图形的标识描述标准，把全国区域按照疫情严重程度分为5个级别：最严重区域（湖北省）、较严重区域（浙江、河南、广东）、中级区域（安徽、湖南、江西）、较轻区域（四川、云南、广西、福建、重庆、陕西、山西、河北、江苏、山东、背景、辽宁、黑龙江、海南和上海）以及轻度区域（贵州、青海、甘肃、宁夏、内蒙古、吉林、台湾、西藏、香港、澳门、天津、新疆等）。

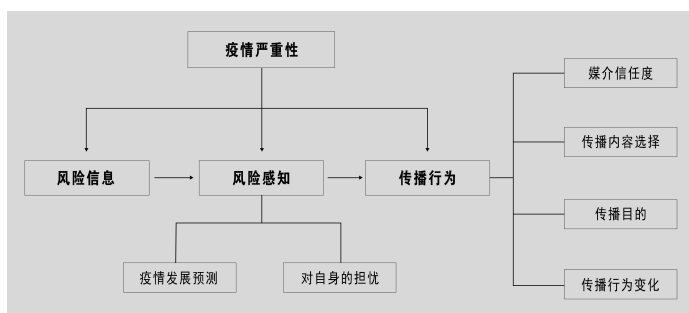


图1 研究框架图示

（二）研究假设

1. 根据研究框架和研究问题1，我们提出以下研究假设：

假设1：风险信息通过风险感知的中介作用，影响公众的媒介选择行为。

假设2：风险信息通过风险感知的中介作用，影响公众的信息传播行为频率。

假设3：不同的公众风险感知的中介作用，公众的信息传播目的没有显著差异。

假设4：不同的公众风险感知的中介作用，公众的媒介内容选择没有显著差异。

2. 根据研究框架和研究问题2，我们提出以下研究假设：

假设5：疫情严重程度不同，公众的风险信息水平没有显著差异。

假设6: 疫情严重程度不同, 公众对正式传播媒介的信任度没有显著差异。

假设7: 疫情严重程度不同, 公众的风险感知水平没有显著差异。

假设8: 疫情严重程度不同, 公众的传播行为没有显著差异。

四、研究方法

(一) 调查问卷

主要包括三大部分: (1) 风险信息调查问卷; (2) 风险感知调查问卷; (3) 传播行为调查问卷。每份问卷在对问题概念化和对概念操作化的基础上, 借鉴前人研究的成果, 编制而成。问卷进行多人试测, 最后进行spss探索性因子分析, 采取主成分分析法, 凯撒正态化最大方差法, KMO取样适切性量数为0.894, 巴特利特球形度检验显著性为.000。并运用spssHarman单一因子检验法进行了共同方法偏差检验, 发现本研究提取的第一公因子的方差解释百分比为23.412%<40%, 说明不存在共同方法偏差。

(二) 调查样本

调查在全国范围内采用分层抽样的方式进行。调查时间为2020年2月1日—2月9日, 查看丁香医生小程序公布的全国疫情趋势图, 可以看到, 新冠肺炎疫情处于疫情爆发期。依前述研究框架中的疫情严重区域划分方法发放问卷。疫情最为严重的湖北省, 样本量为421份, 次级严重区域, 样本量为1102份; 中级区域, 样本量为98份; 较轻级区域, 样本量为201份; 轻级区域, 样本量为88份。问卷总数达到1915份。

参加调查的人员中, 性别分布: 男性718人, 占总人数的37.5%; 女性1197人, 占总人数的62.5%。城镇和乡村的分布比例是: 城镇人员1350, 占70.5%; 乡村565人, 占29.5%。文化程度的分布比例为: 初中及以下文化程度184人, 占9.6%; 高中或中专257人, 占13.4%; 大专250人, 13.1%; 本科970人, 占50.7%, 硕士及以上254人, 占13.3%。年龄的比例分布是: 17岁以下: 64人, 3.3%; 18~28岁, 1047人, 54.7%; 29~40岁, 331人, 17.3%; 41~60岁, 448人, 23.4%; 61岁以上, 25人, 1.3%。有隔离经历的人数为272人, 占总人数的14.2%; 没有隔离经验的人, 为1643人, 占85.2%。

(三) 统计方法

本研究运用spss软件, 对数据进行平均数检验、相关分析和差异检验; 同时mplus结构方程模型能够根据调研问题, 检验一组变量之间的关系, 进而评估和修改被检验结构之间的关系 (Baumgartner & Homburg, 1996), 因此被本研究用来进行风险信息、风险感知、疫情严重程度和传播行为模型的路径分析。

五、风险信息、风险感知、疫情严重程度与传播行为的关系

（一）危机爆发期的公众风险信息、风险感知和传播行为水平分析

1. 性别、年龄、城乡以及文化程度差异分析

（1）**性别差异：**经过平均数方差检验，发现在“病毒防护知识”“相关部门的应对措施”“专业人士的疫情研判”“医院、患者的求助信息”“个人和机构的捐助行为”这些信息的传递上，男女之间存在着显著差异。仔细对比他们的平均数，发现女性传播意愿普遍高于男性，说明在健康危机中，女性比男性更偏好于信息的传播。在传播目的上——“可以减轻我对疫情的恐惧”“可以消磨时间”，男女性别有显著差异，前者女性的需求大于男性，而后者男性的需求高于女性。在“对自身的担忧”“传播行为频率变化”“正式传播媒介信任度”上，男女有显著差异；女性比男性更显担忧，对正式传播媒介有更大信任度，而男性比女性在疫情中变得更多刷微博和微信等。

（2）**年龄差异检验：**除了在“风险信息”这一变量上没有显著差异，其它方面都存在显著差异外，而且显著水平几乎都在.000。说明在突发公共卫生健康危机前，年龄是一个非常重要的影响认知、态度和行为的变量，需要引起重视。再进一步审视各变量的平均数，发现重要的差异在于61岁以上这个人群，除了正式媒介信任度高于其他组外，其他的所有意愿和行动都显著低于其他年龄组。

（3）**城乡差异分析：**数据统计结果发现，城乡在健康危机中的各方面表现差异并不是很显著。在“个人和机构的捐助行为”“为疫区一线人员加油的寄语”“可以减轻我对疫情的恐惧”“可以消磨时间”“对危机发展预测”这几项上有显著差异，且农村的平均水平都普遍高于城镇；其它维度上则没有显著差异。

（4）**文化程度差异分析：**文化程度是显著影响公众风险信息、风险感知和传播行为的因素。除“风险信息”“对疫情扩散情况的传播意愿”“可以让我获取更多信息”“可以对抗击疫情的工作进行舆论监督”几个维度外，其他方面，文化程度都具有显著差异。传播意愿方面，文化程度越低，对信息的传播意愿越高；对疫情发展预测方面，文化程度越高，越不乐观；对自身的担忧方面，文化程度相对低者表现出更强的忧虑和担忧。

（5）**隔离经验差异分析：**有无隔离经历几乎没有表现出显著差异性。略有差异的是，有隔离经历的人更信任“非正式媒介传播”更倾向于“消磨时间”。

2. 各基本变量和水平描述：

除了非正式传播媒介信任度平均数得分在3分之下（2.89分），其余项目平均数都处于比较高的水平，说明大家对和疫情相关的事件关注度很高。但具体到传播行为表现上，又呈现以下偏好和差异。

(1) **内容偏好度**：公众对所有疫情相关的内容，都表现出较强的传播意愿。在所有内容中，对病毒的防护知识、专业人士的疫情研判、相关部门应对措施排在前三，接下来依次是医院/患者的求助信息、疫情扩散情况、为疫区和一线人员加油的寄语、个人/机构的捐助行为、抗击疫情过程中典型人物的故事。

(2) **传播渠道信任度选择**：在疫情期间，公众对正式传播媒介的信任度远远高于非正式传播媒介，有非常显著的差异。在正式传播媒介中，中央媒体被信任度最高（平均数高于“比较信任”），地方新闻媒体次之，专业类媒体（如丁香园）第三，新闻门户网站第四。但总体说，以上媒体受信任度都比较高。非正式传播媒体中，受信任度最高的是微博大V/知名公众号，口口相传和微信/微信朋友圈的信息受信任程度都在中等程度以下。

(3) **传播目的分析**：给周围人“科普”和“警示”成为公众传播信息的首要目的，“获取更多信息”和进行“舆论监督”并列第二，“减轻自身恐惧”排名第四。

(4) **讨论疫情媒体平台选择**：排在第一位的是微信，其次是微博和QQ，论坛使用人数极少。

3. 疫情严重程度差异分析：

发现：疫情最严重区域人群和其它疫情严重程度区域人群之间在传播内容偏好、传播目的、传播媒介信任度等上面，都有显著差异。具体表如下：

(1) 在**传播内容的偏好**上，疫情最严重的湖北地区居民，对所有的内容传播意愿都比其他区域要低；疫情严重程度排名次之的区域的居民，其传播各种内容的意愿远高于其他几个区域的民众。由此可以推断：这些人群信息交换和讨论最活跃，大量社交媒体的信息由他们生产。

(2) 对**正式传播媒介和非正式传播媒介的信任度**有显著差异，疫情最为严重的区域（湖北），正式传播媒介信任度平均数为3.89，非正式传播媒介信任度为3.90。人们更相信口口相传、线上的人际传播（微信和微信朋友圈）；而在疫情严重程度相对比湖北低的地区，呈现两个规律：对正式传播媒介的信任度要高于非正式传播媒介；对正式传播媒介的信任度高于湖北地区，对非正式传播媒介的信任程度都要远远低于湖北地区。

概而言之，疫情严重程度，会影响人们对非正式传播媒介的信任度。

(3) 在**传播目的**上，疫情程度严重的湖北居民，在减轻恐惧和消磨时间上，已远远高于其他疫情地区的人群，而在示警和科普这个传播目的上，其他地区的传播意愿要远高于疫情严重地区的人群。

表1 性别、年龄、城乡、文化程度、隔离经验及疫情严重程度差异分析表

		性 别		年 龄		城 乡 差 异		文 化 程 度		隔 离 经 验		疫 情 严 重 程 度	
		F	显著性	F	显著性	F	显著性	F	显著性	F	显著性	F	显著性
传播内容	病毒防护	14.180	.000	13.509	.000	.290	.590	6.451	.000	.961	.327	15.746	.000
	疫情扩散	.166	.683	3.817	.004	.083	.774	.401	.808	.846	.358	2.149	.073
	应对措施	5.311	.021	22.082	.000	.922	.337	13.254	.000	1.904	.168	10.056	.000
	疫情研判	7.108	.008	17.220	.000	.208	.649	6.335	.000	.485	.486	7.992	.000
	求助信息	6.717	.010	12.533	.000	1.062	.303	3.855	.004	.005	.942	6.172	.000
	捐助行为	7.021	.008	15.024	.000	5.066	.025	16.014	.000	1.159	.282	3.965	.003
	人物故事	.934	.334	34.861	.000	3.411	.065	27.117	.000	.248	.618	9.347	.000
	一线加油	2.546	.111	39.379	.000	9.715	.002	44.039	.000	.101	.750	15.890	.000
传播目的	获取信息	4.773	.001	4.773	.001	2.866	.091	1.903	.107	1.418	.234	.648	.628
	减轻恐惧	6.320	.012	4.838	.001	4.100	.043	4.976	.001	1.847	.174	2.915	.020
	消磨时间	9.221	.002	11.874	.000	5.937	.015	3.643	.006	12.881	.000	9.244	.000
	舆论监督	.111	.739	3.798	.004	.555	.457	.624	.646	.825	.364	.398	.810
	科普警示	2.095	.148	10.453	.000	.000	.995	4.747	.001	1.917	.166	7.677	.000
风险信息		.800	.371	1.926	.103	.020	.888	.697	.594	.604	.437	1.341	.252
传播行为变化		18.863	.000	11.719	.000	1.549	.214	4.781	.001	.034	.854	3.540	.007
感知风险	疫情预测	.125	.724	45.849	.000	9.013	.003	49.616	.000	.175	.675	31.404	.000
	自身担忧	5.371	.021	7.105	.000	2.177	.140	5.689	.000	.768	.381	1.050	.380
媒介信任	非正式媒介信任度	1.273	.259	16.095	.000	.526	.468	11.342	.000	12.020	.001	38.471	.000
	正式传播媒介信任度	14.609	.000	21.091	.000	.509	.476	16.155	.000	.106	.745	7.855	.000

(二) 危机爆发期的公众风险信息、风险感知、疫情严重程度和风险传播行为模型分析

1. 风险信息和风险感知、传播行为之间的关系分析

运用相关关系分析,发现风险信息和风险感知之间存在显著相关关系,但相关系数不高,分别为.225和.173。风险信息和传播目的之间的相关系数也显著,但相关系数仅在.055~.179之间。

风险感知和各个内容传播意愿之间存在显著相关,相关系数比分布在.20~.40之间。风险感知和传播信源选择上,基本都呈现显著相关。仔细分析数据,发现风险感知和正式传播媒介的选择和信任度呈现较高度度的相关,而非正式媒介的选择和信任度的相关系数相对较低。风险感知与传播目的的5个维度之间、与传播行为频率变化也是

呈现低相关系数的显著相关。

为了进一步检验公众的风险信息、风险感知和传播行为之间的关系，我们进一步运用mpplus结构方程模型，对研究框架中的三者之间的关系进行路径分析。

由于传播行为是涉及传播内容、信源选择、传播目的和传播行为变化的4组数据，其中信源选择和传播行为变化适用于结构方程模型；传播内容偏好和传播目的，无法整合成一个变量和数据，另外，依据我们的研究目的，更适合运用差异分析，以分辨何种情形适合传播何种内容以及不同情形下人们的传播目的。

2. 不同风险感知和公众传播内容、传播目的的多变量方差分析

对不同风险感知和公众传播内容、传播目的（假设三和假设四）进行多变量方差分析, 结果为：研究假设三、研究假设四被证伪，说明公众的风险感知程度不同，其传播目的和传播内容偏好度存在显著差异。

表2 不同风险感知和公众传播内容、传播目的方差分析

主体间效应检验								
源	因变量	因变量	III 类平方和	自由度	均方	F	显著性	偏 Eta 平方
风险感知	传播目的	获取信息	155.033	31	5.001	6.424	.000	.096
		减轻恐惧	236.413	31	7.626	6.761	.000	.100
		消磨时间	135.090	31	4.358	3.377	.000	.053
		舆论监督	158.433	31	5.111	6.008	.000	.090
		科普、警示	160.258	31	5.170	8.771	.000	.126
	传播内容	病毒防护	164.380	31	5.303	10.295	.000	.145
		疫情扩散	160.827	31	5.188	5.574	.000	.084
		应对措施	245.965	31	7.934	12.219	.000	.167
		疫情研判	191.501	31	6.177	10.770	.000	.151
		求助信息	171.072	31	5.518	8.421	.000	.122
		捐助行为	234.111	31	7.552	10.907	.000	.152
		典型故事	284.966	31	9.192	12.516	.000	.171
		一线加油	366.395	31	11.819	15.723	.000	.206

3. 公众的风险信息、风险感知、疫情严重程度、传播行为的关系模型分析

(1) 风险信息、风险感知、疫情严重程度和传播行为（信源选择——正式传播媒介）之间关系的路径分析

表3 结构模型1、2的拟合情况

MODEL	R-square	df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
模型 1	1021.197	10	.986	.928	.062	.017
模型 2	662.152	10	.986	.932	.048	.012

模型1为风险信息、风险感知、疫情严重程度和正式传播媒介信任度模型，模型适切度指数显示，模型可以接受。

模型2为风险信息、风险感知、疫情严重程度和非正式传播媒介信任度模型，模型适切度指数显示，模型适切度很好。

模型中各变量之间的关系和系数图如下。

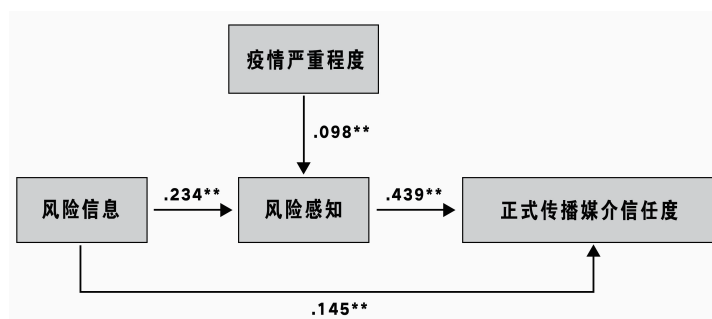


图2 结构方程模型1图示

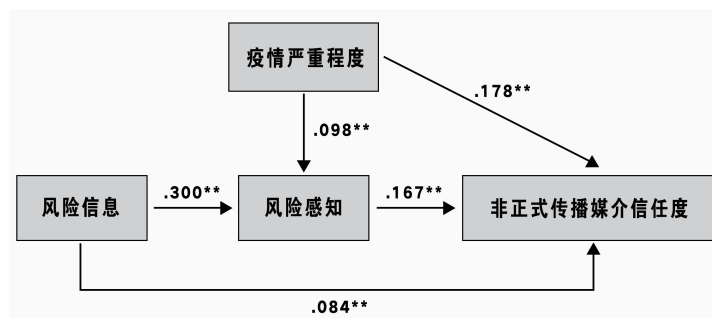


图3 结构方程模型2图示

说明：*表示在.05水平上显著，**表示在.001水平上显著。

(2) 风险信息、风险感知和传播行为（行为频率变化）之间关系的路径分析

表4 结构模型3的拟合情况

MODEL	R-square	df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
模型 3	1105.34	21	.908	.808	.072	.033

模型3为风险信息、风险感知、疫情严重程度和传播行为（行为频率变化）路径分析模型拟合度指数显示，模型适切度可以接受。

模型中各变量之间的关系和系数图如下。

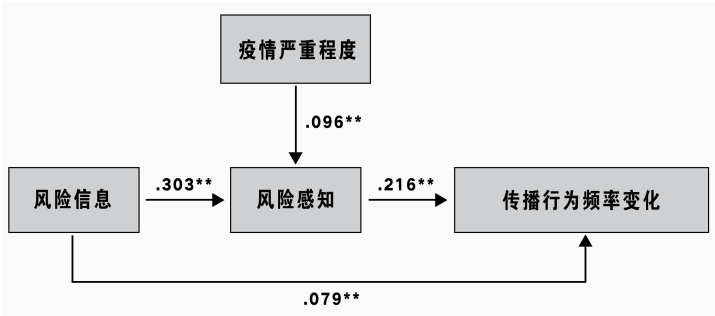


图4 结构方程模型3图示

说明：*表示在.05水平上显著，**表示在.001水平上显著。

综合以上研究结果，回归研究假设，发现：假设1、假设2被证实，假设3、假设4被证伪，说明风险感知在风险信息、传播行为、疫情严重程度和传播行为之间的中介作用。

六、疫情严重程度和风险感知、传播行为关系的进一步分析

正如上文所述，疫情严重程度影响公众的风险感知和风险传播行为。但考虑到疫情严重程度的差异往往伴随着地域差异，需要考虑控制随之而来的地域政策和文化差异等因素的影响，因此，为进一步检验疫情严重程度的作用，我们对湖北和浙江两地的疫情严重程度和风险感知、风险传播行为关系作了进一步的深入分析。

(一) 选择湖北、浙江两地作为研究对象的根据

正如前文所述，根据丁香医生疫情地图，湖北和浙江分属疫情最严重和疫情较严重两级，符合研究目的；根据对前面疫情严重程度和风险感知、风险传播行为方差分析中的两两对比，发现：显著性差异主要存在于疫情最严重区域和疫情较严重区域之间。

假设省内的政治文化因素没有显著差异，进行省内不同疫情程度对省内公众风险信

息、风险感知和传播行为的差异分析，在控制了政治、经济等因素后，相关疫情严重程度研究结论更有效度。

（二）湖北、浙江两省份内部疫情严重的不同程度对公众风险感知、风险传播行为影响

1. 根据丁香医生疫情地图，把湖北省地区疫情严重程度分为三级：一级（武汉）、二级（黄冈、孝感、随州、荆门、宜昌、荆州、鄂州）、三级（天门、潜江、仙桃、黄石、咸宁、恩施、襄阳、十堰和神农架）；浙江省的疫情，选取温州市、杭州市和绍兴市分别代表疫情严重程度一级、二级和三级。
2. 进行省份内部疫情严重的不同程度对公众风险感知、风险传播行为影响的方差分析

表5 省份内部不同疫情严重程度区域在风险感知、风险传播行为上的方差分析

		湖北省		浙江省	
		F	显著性	F	显著性
传播内容	病毒防护	.992	.396	22.179	.000
	疫情扩散	.394	.757	1.140	.320
	应对措施	.529	.663	15.685	.000
	疫情研判	.234	.872	19.645	.000
	求助信息	.374	.772	14.184	.000
	捐助行为	.671	.570	14.560	.000
	人物故事	.453	.716	22.218	.000
	一线加油	.197	.898	34.492	.000
传播目的	获取信息	1.133	.336	1.637	.195
	减轻恐惧	1.065	.364	1.765	.172
	消磨时间	.582	.627	11.190	.000
	舆论监督	1.717	.163	1.096	.335
	科普警示	3.250	.022	9.523	.000
媒介信任	非正式传播媒介信任度	2.964	.032	.950	.387
	正式传播媒介信任度	.644	.587	22.942	.000
风险感知	疫情预测	.773	.509	30.520	.000
	自身担忧	1.410	.239	3.977	.019
风险信息		1.547	.202	5.924	.003
传播行为变化		.929	.427	19.969	.000

研究发现：湖北省的各个不同疫情严重程度区域的公众，在几乎所有的风险信息、风险感知和风险传播行为上（除科普警示、非正式传播媒介信任度外），差异都不显著。而在浙江省的不同疫情严重程度区域的公众，在几乎大部分的风险信息、风险感知和风险传播行为上（除获取信息、降低恐惧舆论监督、疫情扩散、非正式传播媒介信任度等外），都存在显著差异。

假设5、假设6、假设7、假设8被部分证伪，说明在一定情形下疫情严重程度影响风险感知和传播行为等。

这是一个令人意外，也是值得深入讨论的结果。我们会在讨论部分结合以往研究成果进行集中论述。

至此，本文比较好地回答了文章开始提出的两个问题。

七、讨论及展望

（一）风险信息的个体差异

不同于以往，在公众对媒体和媒体内容拥有较大选择权的今天，个体获知的风险信息会因为公众的自我选择而产生极大的个体化差异，个体的风险感知及后续的有关风险的传播行为的差异性也比较明显。本研究的结果，进一步证实了性格、年龄、文化程度、城镇差别以及是否有隔离经验对公众的风险感知有显著影响作用（喻国明等，2003）。

这个时代给我们带来差异性和复杂性的同时，也给了我们机会和方便。多媒体、多渠道，使我们可以根据公众的特点进行传播渠道的细分，以达到更好的传播效果。尤其在重大公共卫生健康危机事件发生时，这个会变得更加重要且迫切。

（二）风险信息、风险感知、风险严重程度和风险传播行为模型

研究结果显示，我们的模型假设成立。风险信息既通过风险感知对传播行为发生作用，也直接作用于传播行为（媒介选择和传播行为频率），但风险感知的中介效应非常显著，要远远高于直接作用。从疫情严重程度发挥作用的模型检验结果看，它也主要是通过风险感知发挥对行为的作用。风险感知在模型中的中介作用非常显著，处于模型的中心位置。这个模型可以为后续的风险传播研究提供一定的理论支撑。

（三）公众传播渠道的选择

从本研究的结果看，公众更信任正式传播媒介。虽然非正式传播媒介的信任度相对来说还可以（2.94），但正式传播媒介的信任度平均数达到3.98，对正式传播媒介的信任度远远高于非正式传播媒介，公众对正式媒介和非正式媒介的信任度有显著差异。同时需要特别注意的是，不同的疫情严重程度，对正式传播媒介和非正式传播媒介的信任

度有显著差异。所以，在危机传播和舆情管理中，要发挥正式传播媒介的作用，尽最大可能发挥正式传播媒介的作用，在恰当的领域发挥正式媒介的作用，要和非正式传播媒介协同作用。

（四）公众信息传播内容和传播目的选择

研究发现，公众对所有疫情相关的内容，都表现出很强的传播意愿，平均值都超过4.00。而在所有内容中，对病毒的防护知识、专业人士的疫情研判、相关部门相对措施排在前三。夏倩芳总结“非典危机”的主要报道内容主题有：疫情报道、预防措施和行动报道、医疗救治、预防知识、科研进展、外交、经济活动等7个方面（夏倩芳、叶晓华，2003）。我们的研究结果和他们的研究发现有相似，但也有差别。其中的差异，除了考虑疫情阶段的不同可能导致报道内容和重心的差异外（我们只调研了疫情暴发期公众关注的内容），可能是因为媒体角度和公众角度不同而造成的差异。所以，本研究的结果也为新闻媒体报道提供了一定的方向。

为了减轻自身的恐惧，成为公众传播信息的首要目的；为了给周围人科普和警示、进行舆论监督并列第二。这些可以帮助我们了解公众的心理需求和传播行为规律，有助于提供适时的帮助和合适的内容。

（五）疫情严重程度的调节作用

根据本研究的结果，发现疫情严重程度的调节作用得到了部分证实：湖北省不同疫情程度区域的公众，他们的风险信息、风险感知和风险传播行为之间没有显著差异；而浙江省不同疫情程度区域的公众，他们的风险信息、风险感知和大部分风险传播行为之间有显著差异。我们还发现，模型中疫情严重程度对公众的风险感知和媒介信任程度之间的关系存在调节作用。疫情最严重区域的公众，对正式传播媒介的信任度不及疫情相对不严重区域，但对非正式传播媒介的信任度远远超过另外地区。疫情严重程度差异主要体现在对非正式传播媒介的信任度上。

对于后者的结论，回顾以往研究，曼德塞纳等（Maderthaner、Guttman、Swaton，1978）发现住在核反应堆附近的居民比住得较远的居民，对核反应堆的风险评价更低；尼利等也发现，在核设施临近地区（比如核工厂）的民众，对核设施安全性的评价比一般公众要高（Nealey, Melber & Rankin, 1983）；米登等（Midden, Daamen & Verplanken, 1983）则比较了两组民众对核工厂的负面影响的的评价，结果仍然是离厂区远的居民对负面结果的评价更严重一些（谢晓非等，2005）。但是我们发现，疫情严重程度的影响，非常复杂。我们大胆假设，疫情严重程度和传播行为之间的关系，可能不是线性，而是一个倒U字型的。但这个假设还需要后续研究和数据进行更进一步的验证。但这也给我们以启示：我们应该非常重视出现的差异及其代表的意义，以及对舆情传播工作和新闻工作的启示。例如，我们有一定的理由认为：疫情期间，占据民间舆

论大多数的声音，来自于疫情较严重区域的居民，而不是疫情最严重的湖北。这是我们进行舆情管理应该注意的视角。

对于湖北省和浙江省有关疫情严重程度的检验存在差异问题，笔者试着从以下几方面加以解释：（1）虽然湖北省的不同地区呈现了不同的疫情严重程度，但从总体上说都是相当严重的，它的疫情严重程度差异，可能只是量上的差异，没有质上的区别。所以，对公众的风险信息、风险感知和风险传播行为没有造成显著性影响和呈现显著性差异。而浙江省的三个地区之间的差异，有质的差异，所以不同疫情严重程度的居民的风险信息、风险感知和风险传播行为呈现显著性差异。这就证实了疫情严重程度的调节作用。（2）全部样本和浙江样本显示的在公众风险信息、风险感知和风险传播行为上出现的显著差异，也有可能是由于其他因素造成的，如区域文化、政府公信力等因素。

参考文献：

- [1] 陈先红, 刘晓程. 理论、框架与议题: 中西危机传播研究差异分析[J]. 国际新闻界, 2013(5), 第26-32页.
- [2] 王治莹, 梁敬, 刘小弟. 突发事件情境中公众的风险感知研究综述[J]. 情报杂志, 2018(10), 第161-166页.
- [3] Setbon, M., Raude, J., and Fischler, C. "Risk Perception of the 'Mad Cow Disease' in France." *Determinants and Consequences* 25.4 (2005):813-826.
- [4] 时勘, 范红霞, 贾建民, 李文东, 宋照礼, 高晶, 陈雪峰, 陆佳芳, 胡卫鹏. 我国民众对SARS信息的风险认知及心理行为[J]. 心理学报, 2003(4), 第546-554页.
- [5] Mileti, D., and Peek, L. "The Social Psychology of Public Response to Warnings of a Nuclear Power Plant Accident." *Journal of Hazardous Materials* 75.2-3 (2000):181-194.
- [6] Sorensen, J. H. "Hazzard Waring Systems: Review of 20 Years of Progress." *Naturel* (2000).
- [7] Kahneman, D., and Tversky, A. "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk." *Echonmetrica: Journal of the Econonmetric Society* 47.2 (1979):263-292.
- [8] He, G., Mol, A. P. J., Zhang, L., and Lu, Y. "Nuclear Power in China after Fukushima: Understanding Public Knowledge, Attitudes, and Trust." *Journal of Risk Research* 17.4 (2014):435-451.
- [9] 黄旦. 重造新闻学——网络化关系的视角[J]. 国际新闻界, 2015(1), 第75-88页.
- [10] 李敏智. 突发公共卫生事件风险感知与信息传播机制分析——以2009年甲型H1N1流感为例[J]. 新闻知识, 2012(11), 第30-32页.
- [11] [丹麦]克劳斯·布鲁斯著, 刘君译. 媒介融合[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2012.
- [12] 黄旦. 序言: 媒介转向[A]. 中国传播学评论[C], 2017.
- [13] 谢晓非, 郑蕊, 谢冬梅, 王惠. SARS中的心理恐慌现象分析[J]. 北京大学学报(自然科学版), 2005(4), 第628-639页.
- [14] Baumgartner, H., and Homburg, C. "Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: A Review." *International Journal of Research in Marketing* (1996):139-161.
- [15] 喻国明, 靳一, 张洪忠, 张燕. 信息透明化处理的传播效果——SARS事件中的民意调查及分析[J]. 新闻记者, 2003(7), 第28-32页.
- [16] Frewer, L. J., Shepherd, R., and Sparks, P. "Biotechnology and Food Production: Knowledge and Perceived Risk." *British Food Journal* 96 (1994):26-32.
- [17] 薛明, 王丽丽, 余明阳. 自然灾害报道中传统媒体与社交媒体信任度对比研究[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2014(4), 第88-95页.
- [18] Freberg, K. "Intention to Comply with Crisis Message Communicated Via Social Media." *Public Relations Review* 38 (2012):416-421.
- [19] 夏倩芳, 叶晓华. 从失语到喧哗: 2003年2月~5月国内媒体“SARS危机”报道跟踪[J]. 新闻与传播研究, 2003(2), 第56-65页, 第94页.

31 Risk Perception and Risk Communication Model in Public Health Events: Focusing on the Moderation Effects of the Epidemic Severity

· *ZHANG Yan, QIU Ling-Feng, LIU An-qi, ZHONG Shu-xian, LI Jie-chen*

[Abstract] This paper uses quantitative methods to analyze the laws of risk perception and communication behaviors, the moderation effects of the epidemic severity between risk perception and communication behaviors during the outbreak of the COVID-19 crisis. It is found that: (1) Risk information and the epidemic severity are playing major roles in risk communication behaviors of the public by risk perception. Risk perception is an important mediation variable that many factors play a role in the communication behaviors in the model. (2) It is partially confirmed that epidemic severity has a moderation effect between the risk perception and communication behaviors. There are significant differences found among different regions. The main differences are that People perceive greater risk in the fairly severe region than people in the most severe area, and also their communication behaviors are different, with the former more active than the later.

[Keywords] risk information; risk perception; communication behavior; epidemic

46 On Lenin's Journalistic Thoughts and Practice in the Period of Socialist Construction: Celebrating the 150th Anniversary of Lenin's Birth

· *TONG Bing*

[Abstract] This paper divides the formation and development of Lenin's Journalistic ideology into three stages, including building the party, seizing power and socialist construction. The key point in the period of building the party is to put forward the idea of building the party by running newspapers, the contribution in the period of seizing power is to construct the principle of the party character of the party newspaper, and the period of socialist construction is the main aspect of this thesis. Lenin puts forward the nature and function of newspapers and periodicals in the new period, the policy of socialist freedom of publication, the operational guidelines of socialist press and propaganda, radio broadcasting features and functions, and the principles and strategies of the work of the communist international press. The author makes an in-depth analysis of Lenin's theoretical contribution to the development of Marxist journalism, and puts forward some Suggestions