

SARS 危机中以受众为中心的风险沟通分析

谢晓非 王惠任 静于清源

(北京大学心理学系, 北京 100 1)

摘要 采用问卷调查的方法, 通过探讨信任和社会心理的, “心的通”方 A 的。通过、和信, 信的“”信; 和信任; 的社会心和, 的。通过, 的“心的通”方。

关键词 通信任社会心 A

中图分类号: 42 **文献标识码:** A **文章编号:** 100 - 020(2005)-02-0104-0

1 引言

风险沟通指个体、群体以及机构之间交换信息和看法的相互作用的过程^[1]。在危机管理中, 风险沟通对民众的风险认知以及心理状态等方面均有重要影响。良好的风险沟通应该能有效利用沟通渠道, 理性传达信息, 满足民众特定的心理需求^[2]。风险危机中的沟通不同于一般情况下的沟通, 其特殊性首先体现在沟通的对象上。也就是说, 危机中的沟通必须将公众视为“中心”(我们将其称为“以受众为中心的风险沟通”), 并围绕这个中心来形成有效的沟通方式, 从而满足民众在危机中的特定需求。

研究表明, 不同的个体在对信息渠道的选择上存在差异。Riffin 等人将信息渠

道分为大众媒体(电视、报纸和电台)、专业媒体(健康专家、政府)和人际关系渠道(家庭和朋友), 发现权力地位趋向的个体更信任家庭成员和朋友, 而风险焦虑高的个体对各类渠道的信任程度都较高, 且最信任专业媒体^[1]。由此可见, 不同的渠道对公众的风险认知有不同的意义, 同时个体自身的特征也会影响对渠道的知觉。如果将问题置于突发性的风险情景中, 所有方面的影响都会变得更加敏感和尖锐。

信任是风险沟通有效性至关重要的指标, 它在解决风险争议方面扮演着重要角色。但是, 信任非常脆弱, 需要经过长时间的努力才可能建立, 却可以十分轻易地遭到破坏。风险沟通中如果没有沟通双方的信任, 沟通障碍就不可能真正被克服。Johnson 将信任的建立归因于能力、关注和共同价值

* 国家自然科学基金主任专项基金(040009)资助项目
 通讯作者: 谢晓非, 女, 教授, 博士生导师, E-mail: xiaofei@pku.edu.cn
 ©1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

三个方面^[4]。相关研究表明,人们对特定机构和个体(如安全专家、科学家和教育家)具有高~中等程度的信任^[5],是风险沟通形成的基础。信任是受众与渠道之间的中介,没有信任不可能达成有效的沟通。

同时,民众信任的沟通渠道往往是社会心理支持体系建立的基础。社会心理支持体系是指一定范围的个人之间相对稳定的社会关系,人们从中可以获得各种资源支持(如情感、友谊等)。许多研究都表明,良好的社会心理支持不但对维持一般的良好情绪体验具有重要意义,而且对处于压力状态下的个体能起到缓冲作用^[6]。研究发现,个体在社会支持网络的使用上有所不同,并且男性与女性在此问题上也存在差异。例如,有研究表明,女性比男性更容易得到指向于情感的社会支持,而男性比女性更容易得到指向于问题的社会支持^[7]。

本研究以 A 危机为特定背景,采用实证的方法分析“以受众为中心的风险沟通”方式应具备的特征,探讨影响形成该风险沟通方式的主要因素。具体地说,首先,比较各沟通渠道对民众认知和情绪的影响;其次,分析主要的社会和心理因素在风险沟通中的意义和作用,如信任和社会心理支持的来源等;最后,探讨风险沟通的物理特征(如渠道建设)与心理特征(如社会心理支持体系)的互动关系。通过本研究,将了解风险沟通对民众心理状态的影响,为风险沟通管理及实际干预建立理论基础。

2 方 法

2.1

从200年 月5日至9月12日(主要为 月份)共收集了22名被试的信息,其中男性9名,女性11名,其余4名被试缺失性别信息,平均年龄2.52岁。

2.2

测量工具由自编问卷构成,变量涉及沟通渠道和内容、信任、社会心理支持来源,以及认知、态度和行为等几类性质不同的指标,均采用 点等级评价。

2.2.1 人口学变量

包括性别、年龄、文化程度、职业、单位以及所在地等信息。

2.2.2 沟通渠道和内容

(1)渠道测量:列举10个获得信息的渠道(如“电视”),请被试对每种信息渠道的重要性和可信性程度进行评价。

(2)内容测量:列举 A 期间媒体经常进行报道的9项内容(如“本地区疫情情况”),请被试对各类报道的关注程度进行评价。

2.2 信任

测量民众对专家和政府的信任状况。请被试评价专家学者在评论、建议以及预测等方面的可信程度以及对自己的帮助程度。同时,自政府开始每日公布疫情之后,从整体上对政府在此次抗击 A 过程中所扮演的角色是否成功进行评价。

2.2.4 社会心理支持来源

列举政府官员、专家学者以及亲朋好友等 类对象,请被试评价在帮助个体克服心理恐慌方面所起到的作用。

2.2.5 认知、态度和行为

(1)信息充分性:由一个条目构成,询问被试“在此次 A 期间,您认为民众是否能够充分获得他们应该知道的有关 A 的信息”。

(2)志愿者意向:测量个体为抗击 A 而参与某些义务性活动的意愿程度。由 个条目构成,如“我愿意为 A 做一些义务工作”等。

()仿效行为:测量个体在 A 期间关注和仿效其他个体行为的情况,这些条目反映个体对其他人在 A 期间的行为表现的关注和仿效的程度。由5个条目构成,如“我比较留意周围的人是否仍然采取了一些防范措施”等。

3 结 果

.1 和

.1.1 信息渠道

本研究测量了被试在 A 期间采集信息的渠道,根据 riffin 等人的分类方式

将渠道分为三类: 第一类为大众渠道, 由电视、报纸、网络和电台构成; 第二类为专门渠道, 由相关专家、政府和单位构成; 第三

类为人际渠道, 由家人、朋友和同事/同学构成。表 1 列

状况与民众在认知、态度和行为表现之间的关系,分别以民众对专家学者的信任程度、政府的评价为因变量,以信息充分性、仿效行为、志愿者意向以及性别为自变量,进行层次回归分析。首先,令信息充分性变量进入回归方程;其次,令性别、仿效行为、志愿者意向进入回归方程。在对专家学者的可信度评价的回归方程中,信息充分性、仿效行为和志愿者意向等变量显著(见表2),即:个体知觉到的信息越充分,越关注周围其他个体的行为,具有越强的志愿者意向,对专家学者们有关 A 问题的评论、建议和预测等信息越信任。

在对政府扮演角色的成功程度评价的回归方程中,信息充分性、仿效行为、志愿者意向及性别变量都显著(见表2),即:个体知觉到的信息越充分,越关注周围其他个体的行为,具有越强的志愿者意向,对政府在 A 过程中所扮演角色的评价也越高,且女性比男性对政府的评价更高。

表2 信任的回归分析表

因变量	自变量	步骤	Adj. R ²	F	Δ	p	ea
专家信任	信息充分性	1	0.154	0.15	0.9	.2	**
	仿效行为	2	0.20	0.0	0.154	2.2	4*
	志愿者意向			0.19	2.4	*	
	性别			0.05	0.1		
政府评价	信息充分性	1	0.1	0.11	0.41	.4	**
	仿效行为	2	0.210	0.055	0.1	1.9	*
	志愿者意向			0.15	2.150	*	
	性别			0.05	1.204	*	

注: * $p < 0.01$, * $p < 0.05$, 下同。

社会心理支持

对降低民众不安情绪的信息来源或交流对象进行探索性因素分析,采用主成分分析法,进行正交旋转,根据碎石图、因子解释方差百分比及因子的可解释性,提取两个因子,共解释 9% 的方差(见表3)。将因子1命名为“权威型对象”,包括政府官员、单位领导和专家学者,对应社会团体等与个体较远的外延关系。将因子2命名为“情感型对象”,包括亲朋好友、同学/同事和配偶恋人,对应亲友等与个体有密切联系的亲情关系。结果说明个体主要的交流对象由“权

威型对象”和“情感型对象”构成。

表3 社会心理支持来源的主成分分析

	因子	
	1	2
政府官员	0.55	
专家学者	0.0	
单位领导	0.1	
同事同学		0.2
亲朋好友		0.5
配偶恋人		0.55

相关样本 检验表明,情感型对象在降低民众不安情绪上的作用显著高于权威型对象($r_{22} = .41$, $p = 0.000$)。对情感型对象中的各组成因素采用重复测量的方差分析,结果表明差异显著($F_{(2,220)} = 24.45$, $p = 0.000$),配偶/恋人在降低民众不安情绪上的作用显著高于亲朋好友和同事/同学,而亲朋好友的作用又显著高于同事/同学。

为进一步分析社会心理支持来源与其他变量之间的关系,以权威型对象为因变量,以信息充分性、仿效行为、志愿者意向和性别为自变量,进行层次回归。首先,令信息充分性变量进入回归方程;其次,令仿效行为、志愿者意向和性别进入回归方程。结果说明,权威型对象在降低民众的不安情绪中,信息充分性、仿效行为和志愿者意向等变量的作用都显著(见表4),即:个体知觉到的信息越充分,越关注周围个体的行为,有越强的志愿者意向,越倾向于接受来自权威的信息,权威型对象在降低自身不安情绪上的作用也越大。同时,性别因素不显著,表明无论男性还是女性,在面临突发的 A 灾难时,个体对权威型对象的需求没有差异。

以情感型对象为因变量时,所建立的回归方程不显著。

表4 社会心理支持-权威型对象的回归分析

	步骤	Adj. R ²	F	Δ	p	ea
信息充分性	1	0.1	0.11	0.414	.4	**
仿效行为	2	0.22	0.0	0.1	2.209	*
志愿者意向			0.1	2.52	*	
性别			0.0	1.42		

4 讨 论

“以受众为中心的风险沟通”的核心在于帮助民众建立理性的风险认知模式。在 A 期间,电视等大众渠道在人们的生活中扮演着重要角色,而网络虽然是信息采集中经常用到的渠道,但对它的信任却打了折扣。对某种沟通渠道,人们既需要依赖它又无法信任它,这一现象在风险沟通中值得关注。这种现象容易引起公众的心理困惑和冲突,进而产生负性情绪,引发不满和信任危机。尤其是在风险事件比较严重、民众处于高度焦虑的情况下更可能如此。因此,风险管理机构应该高度重视对网络的管理,细化网络在风险沟通中的作用,通过专门的措施来提高对网络的信度。比如,开辟特定的信息发布和反馈网络,保证渠道的专业性和严肃性。随着科技进步,网络这一渠道不仅不可能被忽视,而且应该在风险沟通中发挥更大的作用。

通过对 A 期间民众关注信息情况的探讨,我们发现个体在面临风险时,首先关注风险事件的危害性,这是民众关注的焦点;其次关注与自身利益相关的个体措施;再次关注与自身利益相关的社会因素,因而,形成了一个有层次的信息关注模式。以自身利益为焦点为中心,对其他信息关注程度有轻重层次之分并逐层递减。这种模式说明,民众并非等权重地关注所有信息,风险管理机构在制定风险沟通时必须考虑民众的这种信息关注模式。

风险沟通的效果依赖于沟通的启动过程。一方面,专家和政府需要建立信任,需要扮演好信息发布者的角色,提供的信息应该是为民众所关注和需要的,而且信息要广泛而充分;另一方面,民众也需要积极参与到风险沟通的过程中来,有为他人、为社会出力所能及帮助和支持的意愿。只有这样,才能形成一种双方积极互动的模式。

风险沟通的最终目的是帮助民众克服

面临风险事件时的心理恐慌,理性应对风险事件。社会心理支持正是这一过程中不可缺少的部分,是风险沟通效果的重要保障。从前面的结果中可以看出,在降低民众的不安情绪上,是以情感型对象为优先的,由此可以推测亲情是建立良好社会心理支持体系的核心和起点,并且这种心理支持层次是以情感的亲疏来划分的,即配偶/恋人是个体风险情景中的第一层社会支持关系,其次是亲朋好友;再其次是同事/同学。这种情感型的心理支持不同于权威型。我们可以通过民众的信息充分性知觉、仿效行为和志愿者意向等变量来预测权威型对象对于干预民众的心理状态所起到的作用,但是却无法预测情感型对象的作用。这也说明两者的性质不同,情感型的心理支持可能需要更核心、更贴近人人所必需的,而权威型对象对于干预个体的心理状态的作用则更依赖于权威型对象所做出的某些认知、态度和行

际... 新进... 前提... 周围... 意向... 评论... 政府在... 越高... 系可以... 社会心... 对象能... 在很大程... 努力以及... 本研究发... 及渠道问... 行为特点... 必然包涵沟... 通双方互动、信任以及社会心理支持等多... 项机制的运

ensionali
 rela ed rus .
 h, 1999, 2(4):

[1] Co ell
 uni on,
 and uni
 inform io
 , a a hol
 ion,
 a io
 of e
 n
 ie ma:
 on or
 199 1

[2] Co ll
 he h
 Jo na
 20 ,

[
 u
 hannels in
 u ou rea .
 (4 : ~ 5

ers , o e iJ ,
 uni a ion, he es nil
 i, and io errors :
 o he o uni a ion h
 he in en onal or
 al release of a pa ho en i
 in . Journal of r an
 199 ,
 le in of he e o
 edi ine, 2001, (2)
 Cohen , ills
 oor, and he r

publ
 or
 or
 sh
 Journal of
 2001, 22 (4)
 ic
] 刘玉新, 张建
 格对大学生压
 2005, (1):

Risk Crisis

YU Qing-yuan
 rs, eiin 100

ao-fe
 en of

ed
 ra eri
 ode
 d
 a
 uni a
 e found
 inf
 s p
 ha
 el dur
 a io
 ouc

ps no-
 lo i al subor s se and an au hori a i e ps -
 se , hi h had differen
 h in e ra in
 hese hara enis is, "tol - en erea ris o u
 ni a ion" ode ould e for ed.
 uni a ion, rus , so ial