

分类号: C391

密 级: 公开

学校代码: 10363

学 号: 2210720106



安徽工程大学

Anhui Polytechnic University

硕士学位论文

题 目 社交媒体上的突发事件回应特征对公众
认可度的影响研究: 基于 ELM 模型

论 文 作 者 黄叶琳

指 导 教 师 张雪峰 副教授

学 科 (专 业) 管理科学与工程

研 究 方 向 信息系统与管理

论文提交日期: 2024 年 6 月 3 日

分类号: C391

密 级: 公开

学校代码: 10363

学 号: 2210720106

题 目 社交媒体上的突发事件回应特征对公众认可度的影响
研究: 基于 ELM 模型

英文并列

题 目 Research on the Impact of Emergency Responses'
Features on Public Acceptance on Social Media: Based
on ELM Model

学生姓名: 黄叶琳

指导教师: 张雪峰 副教授

专 业: 管理科学与工程

研究方向: 信息系统与管理

论文答辩日期: 2024 年 5 月 29 日

安徽工程大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：我恪守学术道德，崇尚严谨学风。所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已明确注明和引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品及成果的内容。论文为本人亲自撰写，我对所写的内容负责，并完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

学位论文作者签名：

黄斗琳

日期：2024 年 6 月 3 日

安徽工程大学学位论文版权使用授权书

学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅或借阅。本人授权安徽工程大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保密 ☐，在 __ 年解密后适用本版权书。

本学位论文属于

不保密 ☒。

学位论文作者签名：

黄斗琳

日期：2024年6月3日

指导教师签名：

张永峰

日期：2024年6月3日

社交媒体上的突发事件回应特征对公众认可度的影响研究： 基于 ELM 模型

摘 要

回应设计在突发事件应对过程中占据举足轻重的地位，其质量直接关系到公众对政府应急管理工作的满意度与支持度。在当前信息社会，社交媒体已跃升为公众获取信息的重要渠道，同时也成为政府发布有关信息的主要平台。然而，社交媒体在提供信息便捷性的同时，也伴随着虚假信息、谣言滋生等问题，特别是在突发事件背景下，由于话题的高热度和公众的密集讨论，往往容易引发次生型网络舆情危机，给政府的应急管理工作带来额外的挑战。

在突发事件中，公众往往处于信息劣势地位，因此他们对政府回应的信息格外关注。政府及时发布突发事件回应，不仅能满足公众对事件信息的迫切需求，还能有效引导网络舆论，防止事态进一步恶化。因此，深入探讨政府在新媒体时代背景下如何迅速且有效地把握突发事件回应的关键点，设计更加有效的回应内容和表达方式，对于提升突发事件危机沟通效率和效果具有重要意义。

本文基于详尽可能性模型（Elaboration Likelihood Model, ELM），以提升突发事件回应的公众认可度为研究核心，选取微博平台上官方发布的突发事件回应文本为具体研究对象。结合公众在突发事件背景下的信息需求，运用内容分析法和自然语言分析技术深入剖析和测量回应文本的内容与表达特征。进一步地，构建了突发事件回应内容和表达特征与

公众认可度之间的关系模型，并通过负二项回归分析方法，系统探究了回应特征对公众认可度的影响机制。同时，本文还深入探讨了突发事件严重性在调节回应特征与公众认可度之间关系中的重要作用。

研究结果表明，突发事件回应的内容特征与表达特征均对公众认可度产生显著影响，突发事件特征调节了回应内容特征和表达特征与公众认可度之间的影响关系。具体而言，内容特征对公众回应认可度的影响更为显著。回应中所披露的信息内容、其准确性及清晰性，直接关系到公众对回应透明度的感知，进而深刻影响公众对回应的认可程度。然而，回应的表达特征，如情绪语言线索，对公众认可度产生负面影响。回应中积极或消极情绪语言可能引发公众对回应客观性的质疑，从而降低其认可度。不过，适当地对公众处境表达同理心，能够满足公众的情感需求，进而提升其对回应的认可。此外，突发事件的严重性特征，会影响公众的情绪和认知努力，从而调节回应信息特征对公众认可的影响。

本研究以公众在突发事件中的信息需求为切入点，剖析了突发事件回应的核心特征，并创新性地将 ELM 模型应用于突发事件的情境分析之中。通过严谨的实证检验，成功量化了回应特征对公众认可度改变的具体影响关系。这一研究成果不仅为政府及相关管理部门提供了坚实的理论支撑，更为在应对突发事件时精准把握公众需求、提升危机沟通效率提供了实用的策略建议。总体而言，本研究旨在为政府危机沟通提供有力的理论支撑和实践指导，以期增强公众对突发事件回应的认可度和信任度，从而更有效地维护社会稳定和公众利益。

关键词：突发事件，回应特征，公众认可，文本挖掘，ELM 理论

RESEARCH ON THE IMPACT OF EMERGENCY RESPONSES' FEATURES ON PUBLIC ACCEPTANCE ON SOCIAL MEDIA: BASED ON ELM MODEL

ABSTRACT

The response design plays a crucial role in the process of coping with emergencies, and its quality directly affects the public's satisfaction and support for government emergency management efforts. In the current information society, social media has emerged as a vital channel for public information access, while also serving as a primary platform for government information dissemination. However, while social media provides convenience in information access, it also brings about issues such as misinformation and rumor propagation, especially in the context of emergencies. Due to the high intensity of discussions and public engagement, emergencies often trigger secondary crises in online public opinion, posing additional challenges to government

emergency management efforts.

During emergencies, the public often finds themselves at an informational disadvantage, thus they pay particular attention to government responses. Timely government responses not only meet the urgent information needs of the public but also effectively guide online public opinion, preventing the situation from further deteriorating. Therefore, in-depth exploration of how governments can swiftly and effectively grasp key points in emergency response in the context of new media, design more effective response content and expression methods, is of significant importance in enhancing the efficiency and effectiveness of crisis communication during emergencies.

This study, based on the Elaboration Likelihood Model (ELM), focuses on improving public acceptance of emergency responses as its core research objective, selecting official emergency response texts published on the Weibo platform as specific research objects. Combining the public's information needs during emergencies, a relationship model between emergency response content, expression methods, and public acceptance is constructed. Furthermore, employing content analysis and natural language analysis techniques, the study delves into and measures the content and expression features of response texts. Through negative binomial regression analysis, the study systematically explores the impact mechanism of response features on public acceptance. Additionally, the study also examines the significant role of the severity of emergencies in moderating the relationship between response features and

public acceptance.

The research findings indicate that both the content and expression features of emergency response significantly influence public acceptance, with the characteristics of the response event playing a moderating role between content and expression features and public acceptance. Specifically, the impact of information content features on public response acceptance is more significant. The information disclosed, accuracy, and clarity directly relate to the public's perception of response transparency, thereby affecting the degree of public acceptance. However, the expressive features of the response, such as emotional language cues, may have a negative impact on public acceptance. The use of positive or negative emotional frameworks may raise questions about the objectivity of the response, thereby reducing its acceptance. However, expressing empathy towards the public's situation appropriately can meet the public's emotional needs and enhance acceptance of the response. Moreover, the severity characteristics of the response event affect public emotions and cognitive efforts, thereby moderating the impact of response information features on public acceptance.

Taking the public's information needs during emergencies as a starting point, this study analyzes the core features of emergency response and innovatively applies the ELM model to situational analysis of emergencies. Through rigorous empirical testing, it successfully quantifies the specific relationship between response features and public attitude changes. This

research not only provides solid theoretical support for governments and relevant management departments but also offers practical strategic suggestions for accurately understanding public needs and enhancing crisis communication efficiency in responding to emergencies. Overall, this study aims to provide strong theoretical support and practical guidance for government crisis communication, with the goal of enhancing public acceptance and trust in emergency responses, thereby more effectively safeguarding social stability and public interests.

Author: Yelin Huang (Management science and engineering)

Supervised by_ Professor Xuefeng Zhang

KEY WORDS: emergency, response features, public acceptance, text mining, ELM

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT.....	III
第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景与问题.....	1
1.2 研究目的与意义.....	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究意义	3
1.3 研究内容.....	4
1.4 研究方法与技术路线.....	5
1.4.1 研究方法	5
1.4.2 技术路线	6
1.5 研究创新点.....	7
第 2 章 相关研究与理论.....	8
2.1 突发事件回应研究.....	8
2.1.1 突发事件的概念.....	8
2.1.2 突发事件回应的概念.....	8
2.1.3 突发事件回应逻辑.....	9
2.1.4 突发事件回应特征.....	10
2.2 突发事件回应认可度研究.....	13
2.3 理论基础.....	15
2.3.1 危机沟通理论.....	15
2.3.2 详尽可能性模型.....	16
第 3 章 研究假设与理论模型构建.....	18
3.1 公众的突发事件信息需求.....	18
3.2 突发事件回应特征.....	19
3.2.1 回应内容特征——信息透明度.....	19
3.2.2 回应表达特征——情绪与同理心语言	21

3.2.3 回应事件特征——事件严重性程度.....	22
3.3 理论模型构建.....	23
3.4 研究假设.....	25
3.4.1 回应内容特征与公众回应认可度.....	25
3.4.2 回应表达特征与公众回应认可度.....	26
3.4.3 事件严重性特征的调节作用.....	27
第4章 研究设计与数据采集.....	29
4.1 数据的来源与预处理.....	29
4.2 变量测量.....	30
4.2.1 回应内容特征.....	31
4.2.2 回应表达特征.....	33
4.2.3 回应事件特征.....	34
4.2.4 公众回应认可度.....	35
4.2.5 控制变量	35
4.3 数据分析方法.....	35
第5章 假设检验与结果分析.....	37
5.1 变量描述性分析.....	37
5.1.1 回应事件特征分布.....	37
5.1.2 回应内容特征分布.....	38
5.1.3 回应表达特征分布.....	40
5.2 变量相关性分析和共线性检验.....	40
5.3 检验结果分析.....	42
5.3.1 回应内容特征假设检验.....	42
5.3.2 回应表达特征假设检验.....	43
5.3.3 回应事件特征假设检验.....	46
5.4 稳健性检验.....	47
第6章 结果讨论.....	49
6.1 回应内容特征结果讨论.....	49
6.2 回应表达特征结果讨论.....	49

6.3 回应事件特征结果讨论	50
6.4 建议与启示	51
6.4.1 基于内容特征的突发事件回应建议	51
6.4.2 基于表达特征的突发事件回应建议	52
6.4.3 基于事件特征的突发事件回应建议	52
第 7 章 结论与展望	54
7.1 研究结论	54
7.2 研究不足与展望	55
参考文献	56
附录 A 模型替换法稳健性检验——泊松回归法	65
攻读硕士学位期间发表或录用的学术论文	66
致谢	67

第1章 绪 论

1.1 研究背景与问题

突发事件因其突发性、不确定性、破坏性等特点，对个体、社会及政府均会造成负面影响^[1]。在突发事件中，公众作为事件的直接受害者，对事件信息的渴求尤为迫切。他们希望政府或相关组织能够迅速做出响应并公开相关信息，以助其做出合理判断与决策，确保他们的利益与安全得到最大程度的保障^[2, 3]。因此，政府在突发事件中的信息回应显得尤为重要。这不仅是满足公众知情权的基本需要，更是政府在危机管理中应尽的责任与义务。我国《国家突发公共事件总体应急预案》明确指出，突发事件发生后，政府应及时、准确地向公众公开信息，这是政府负责任的重要体现。通过信息的公开与发布，公众能够了解事件的真相，避免受到不实信息的误导，进而稳定社会情绪，激发公众在事件应对过程中的积极性^[4]。

互联网的兴起与普及显著提升了信息流通的速度和广度。在这一背景下，社交媒体以其独特的优势，成为了用户间信息沟通与交流的核心渠道，为信息的即时分享与传递提供了前所未有的便利^[5]。同时，社交媒体的蓬勃发展也为政府提供了全新的信息发布与公共服务平台，这为政府工作带来创新的同时，也随之带来了诸多挑战。微博，作为中国最大的社交媒体平台之一，对社会生活产生了深远的影响。微博以其信息来源的广泛性、传播速度的迅捷性以及使用的便利性等特点，赢得了广大用户的青睐，已然成为网络信息传播与沟通的重要舞台。尤其对于政府与相关部门而言，微博已经成为应急管理和紧急信息发布的首选渠道，发挥着不可或缺的作用^[6, 7]。政府在微博平台上创建官方账号，不仅为公众提供了一个了解政策信息、传递个人诉求和参与社会治理讨论的公共平台，也为公众提供了一个直接与政府互动、表达意见的新渠道。公众可以通过点赞、分享和评论等方式，对政府发布的信息进行反馈，这种互动形式赋予了公众更多的话语权，使得公众能够更为积极地参与到

社会公共事务的讨论与决策中，是公众行使监督权的新途径^[8-10]。

在突发事件中，政府及相关人员借助微博发布事件回应，这一举措在政府和公众之间构建了信息传递的重要桥梁，为双方提供了一种高效且及时的沟通方式。对于公众而言，突发事件回应成为他们获取权威信息、了解事件真相的关键途径。通过微博这一公共互动平台，公众不仅能够浏览和了解事件的最新进展，还能以留言评论的形式表达诉求，实现对事件处理过程的监督，有效行使公民的合法监督权^[8, 11, 12]。对于政府而言，突发事件回应的发布能够及时向公众阐明事件发生的原委、进展、损失情况以及处理结果，展现出政府的高度责任感、诚信和专业精神，有助于维护并重塑公众对政府的信任^[13-15]。同时，这种及时的信息披露还有助于填补信息空白，减少公众的不确定性，稳定公众情绪，有效预防次生型舆情危机事件的发生^[16, 17]。

尽管突发事件回应在构建和巩固政府与公众之间的信任关系、推动有效沟通方面发挥着至关重要的作用，但公众接受并深信这些回应的内在机制仍是一个尚未得到充分研究的议题。有鉴于此，本文致力于深入探究突发事件回应如何影响公众的认知和决策过程。通过详细分析，我们旨在为提升回应的有效性、优化公共危机情境下的沟通效率提供具有实际指导意义的策略建议。我们期望这些发现能够助力政府在应对突发事件时更加精准地把握公众需求，从而更有效地维护社会稳定和公信力。

为此，本文拟研究以下两个问题：

（1）政府应如何精心设计和调整与突发事件相关的信息内容及其表达方式，从而增强公众对突发事件回应的认可度和接受度？

（2）突发事件具有怎样的特性，这些特性又是如何影响公众对事件回应的认知过程的？这种影响又如何进一步改变公众对回应的态度和看法？

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

突发事件回应的效果，不仅直接关系到突发事件的处理成效和网络舆情的治理，

而且深刻影响着政府形象和社会稳定。因此，它成为了国家突发事件应急管理体系中备受瞩目的科学议题。本研究旨在综合运用心理学、危机学等多学科理论，通过爬虫软件精准采集热点突发事件的网络信息数据，借助计量经济学模型进行数据分析与模型构建，进而对突发事件回应社交媒体中的公众认同机制进行深入的量化研究。

具体而言，本研究以危机沟通理论为指导，结合详尽可能性模型（Elaboration Likelihood Model, ELM），从信息内容和形式两个维度出发，运用自然语言处理技术和内容分析方法，深入探究突发事件回应的信息特征和表达特征如何影响公众的认知与决策过程。此外，本研究还将从事件性质的角度出发，基于风险决策理论，分析不同性质特点的突发事件如何调节回应特征与公众认可度之间的影响关系。

通过本研究，我们期望能够揭示突发事件回应社交媒体中的传播规律与公众认可机制，为政府或相关组织提供科学的突发事件回应策略与指导依据，从而有效提升政府对突发事件的应对能力和网络舆情的治理水平，进一步维护政府形象和社会稳定。

1.2.2 研究意义

突发事件回应及其效果研究，作为政府应急管理领域与危机沟通领域的重点研究对象，具有显著的理论与实践价值。本研究聚焦于回应特征，深入剖析在突发事件背景下，回应的信息内容与表达特征如何影响公众对回应的认可度，以及事件特征在这一影响过程中的调节作用，从而为相关领域的研究和实践提供新的视角与思路。

（1）理论意义

第一，本研究基于危机沟通理论以及公众信息需求进行分析，识别出突发事件回应的三类特征：回应事件特征、回应内容特征和回应表达特征，并对这些特征做了进一步的细化，将信息透明度和信息情感表达纳入到研究范围，更全面地了解突发事件情境下政府回应的模式。这一分析识别过程有助于揭示社交媒体中官方账号在突发事件中的沟通模式和策略，对于进一步优化和改进突发事件应急管理方式、提高危机沟通效率具有重要理论意义。

第二，本研究对 ELM 模型在突发事件背景下的适用性进行了实证检验。从中心

路线（回应内容特征）和外围路线（回应表达特征）两个维度分析公众对突发事件回应的态度变化，并考虑突发事件性质对公众信息处理过程的影响，进一步明确了回应特征在特定情境下的作用边界。这不仅拓展了 ELM 模型的应用范围，也为揭示突发事件回应互动现象提供了新的理论视角。

第三，采用了定性与定量研究相结合的方法，对研究问题进行了深入且系统的分析。通过对现有突发事件回应文本进行定性分析，深入讨论了回应的内容和表达方式，进一步总结归纳了回应的信息特征。同时，采用计量分析方法，深入探讨了回应特征与公众认可度之间的内在影响关系，揭示了回应特征对公众认可度的具体影响机制。结合两种方法确保了研究内容紧密贴合现实情况，使数据分析建立在坚实的事实基础之上，为政府应对突发事件提供有力的理论支撑和实践指导。

（2）实践意义

第一，突发事件回应会影响政府在当前及后续的事件应对和应急管理的效率。社交媒体中信息的快速传播和演化极易引起次生型网络舆情危机，严重扰乱互联网的稳定秩序。突发事件回应对公众情绪和事件未来走向具有积极的引导作用。通过对回应特征的分析，提取影响回应效果的信息特征要素，可以为今后政府在社交媒体中的发言或宣传提供具体可行的建议，提升政府与公众沟通的效率。

第二，突发事件的特点决定了其管理的非常规性。通过对突发事件性质的调节效应研究，发现影响社交媒体中突发事件回应效果的调节作用，为政府及相关组织发布突发事件回应提供更具体、细致的精准引导，有效提升政府应急管理能力，帮助维持政府组织的声誉形象，维护社会稳定，建构和完善政府回应机制，以期提高政府的开放性和回应性。

1.3 研究内容

本研究聚焦于突发事件回应，旨在深入剖析其特征与公众回应认可度之间的关联，从而提高政府突发事件的应对效果提供理论支撑与实践指导。具体而言，研究关注哪些突发事件回应的特征与公众认可度紧密相关，其影响程度如何，以及突发事件的性质如何在这一关系中发挥作用。本研究主要由以下三部分构成：

（1）突发事件回应特征的系统分析

本研究首先系统梳理了突发事件回应的多元特征，构建了扎实的数据基础。为保证研究的真实性和可靠性，我们选择了新浪微博平台上的官方账号发布的突发事件回应信息作为数据来源，并从中选出 212 个热点突发事件回应作为特征提取的样本。随后，从信息内容与表达两个维度出发，结合 SMCC 理论和公众的信息需求，将回应特征细化为事件特征、信息内容特征和信息表达特征。通过广泛阅读和梳理相关文献，我们归纳了经过实证检验的影响因素，并据此对突发事件回应特征进行了整合与分类，制定了相应的量化标准，为后续研究提供了坚实的测量依据。

（2）回应特征作用机制理论模型的构建

本研究依据 ELM 模型提出的两条影响个体态度和行为的信息加工路径，对提取的回应特征进行了中心路径和外围路径的细分。内容特征作为与事件直接相关的信息，通常通过中心路径进行加工；而表达特征则作为背景线索，更多地通过外围路径进行处理。此外，事件特征被视为影响个体选择不同信息处理方式的关键因素。基于这些深入分析，我们初步构建了本研究的理论模型框架，为后续实证研究提供了理论支撑。

（3）突发事件回应特征与公众回应认可度的关系探究

本研究利用负二项回归分析和层次回归分析等科学方法，深入剖析了突发事件回应特征与公众回应认可度之间的内在联系。通过这一分析，我们期望揭示在突发事件背景下，不同回应特征如何影响公众的认知和态度，以及回应在应急管理中的作用机制。最终，结合数据分析结果，为政府在突发情境下的公共沟通策略提供有针对性的建议，以优化其应对效果，提升公众认可度。

1.4 研究方法与技术路线

1.4.1 研究方法

本研究在深入研读相关文献的基础上，结合理论驱动，对社交媒体中突发事件回应的有效性进行了实证探究。首先，本研究系统梳理了已有文献，依据现有理论构建了研究模型，并提出了相应的研究假设。随后，本研究采集了典型的突发事件回应数据，并运用计量经济学与自然语言处理的分析方法，对研究假设进行了严谨的检验与深入的数据分析。最后，本研究针对所得研究结果展开了详尽的讨论，并

据此提炼出实践层面的启示。本研究跨越了管理学、语言学与心理学等多个学科领域，展现了跨学科的研究特色，主要采用的研究方法包括：

（1）文献研究法

文献研究法主要指通过多种渠道获取与本研究相关的文献资料，详细研读本研究的参考文献，梳理本研究和参考文献之间的逻辑关系，提取参考文献之间相关性的研究方法。通过文献研究法，可以准确把握研究现状，从而为本研究提供理论支撑。本研究充分利用网络和数据库资源，对突发事件回应进行了系统回顾和梳理。通过对 ELM 模型、危机沟通理论等进行深入研究，为本研究中理论模型的构建与研究假设提供了理论支撑。

（2）元人种志法

利用元人种志法^[18, 19]，以“突发事件回应”为研究核心，系统梳理相关文献。我们从突发事件的定义、危机回应策略以及回应效果的影响因素三个维度进行归类统计，通过提取核心概念，对不同研究成果进行比较、筛选与集成。通过成果间的转译与提炼，力求形成具有创新性和说服力的新理论、新框架和新模型，为突发事件回应研究提供新的视角和思路。

（3）自然语言与内容分析法

本研究通过“文心（TextMind）”自然语言分析系统和文本内容分析方法对社交媒体中官方发布的突发事件回应博文进行语言和内容分析。主要采用中文 LIWC 作为中文语境下的心理语言词典，扩展了社交媒体环境下的热点网络用语和中文简体词汇，来分析突发事件回应博文中的信息表达特征。基于内容分析法，对回应的信息内容特征进行研究，确定回应博文中可能对回应说服效果产生影响的内容成分。

（4）负二项回归分析

借助网络爬虫技术获取微博平台上的突发事件回应详细数据，并进行数据预处理后，通过 Stata 软件对数据进行描述性统计与相关性分析，采用负二项回归分析的方法得出各变量间的关系，检验研究假设与模型构建的合理性，从而对如何提升突发事件回应有效性进行合理的解释。

1.4.2 技术路线

基于 1.3 的研究内容，采用理论与实证相结合的研究方式，仅仅围绕突发事件回

应与公众回应认可，采用“明确问题—提出假设—构建模型—实证检验”的研究路线。
本文的技术路线图如图 1-1 所示。

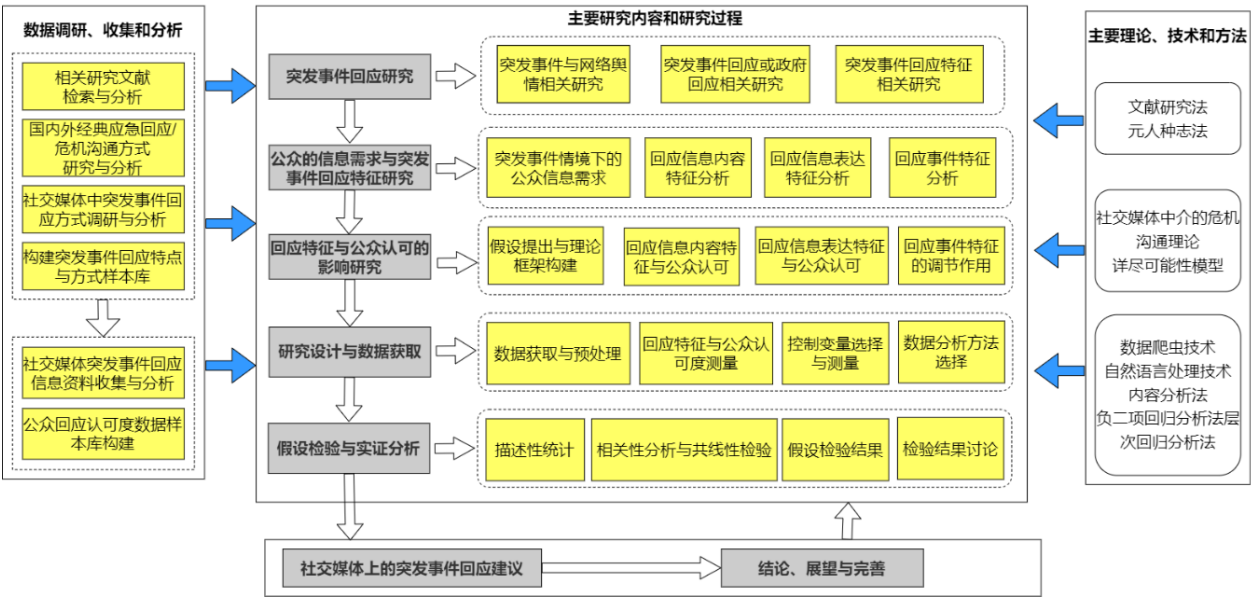


图 1-1 技术路线图

1.5 研究创新点

本研究在突发事件背景下，聚焦公众信息需求，深入剖析微博平台突发事件回应博文。基于相关理论，我们识别并量化了突发事件回应特征，并总结出突发事件回应的一般范式。与既有文献相比，本研究创新性地运用自然语言技术和内容分析的方式在现实背景下对突发事件回应展开分析，全面对比各变量测量方法，并充分考虑回应与平台特征，弥补了以往研究在模拟情境下进行实验方式进行分析检验的不足。

此外，我们创新性地将 ELM 模型应用于应急管理领域，基于 ELM 模型构建了回应特征与公众态度改变之间的框架模型，为突发事件回应的设计提供了理论指导，是对当前该领域内容实证研究的补充。

本研究在理论和方法上做出了新的改变与贡献，不仅丰富了突发事件应对和管理的理论体系，也为实践提供了重要指导。希望本研究成果能为相关领域的研究提供有益的参考和借鉴，推动突发事件应急管理研究的深入发展。

第2章 相关研究与理论

2.1 突发事件回应研究

2.1.1 突发事件的概念

本研究中所涉及的突发事件是指突然发生，造成或可能造成严重社会危害，需要采取应急处置措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。突发事件的主要特性在于其突发性和偶然性。这类事件往往毫无预兆地突然发生，超出了人们的预期和准备范围，因此具有高度的不可预测性^[20]。这种突发性使得公众在面对此类事件时往往感到措手不及，需要政府和相关机构迅速而准确地作出反应。例如，地震、火灾、交通事故等都属于突发事件，它们的发生不仅给人们的生命和财产安全带来严重威胁，而且由于后果和未来走向的不确定性，还极易引发公众的恐慌和焦虑情绪^[21]。这种恐慌和焦虑不仅影响公众的日常生活和工作，还可能对社会的稳定和政府的公信力造成负面影响。

因此，对于突发事件，政府及相关部门必须高度重视，建立健全的应急响应机制^[22]。一旦发生突发事件，相关部门需要迅速启动应急预案，采取有效措施来控制事态发展，减轻事件对社会的影响。同时，政府还应积极与公众沟通，及时发布权威信息，消除公众的疑虑和恐慌，维护社会的稳定和谐。

2.1.2 突发事件回应的概念

突发事件回应通常是指在面对突然发生的事件时，相关组织或机构（如政府、企业等）所采取的应对措施和信息发布行为^[23]。本文中所研究的突发事件回应特指政府通过文字、图片、视频等方式向公众披露突发事件的有关情况，比如相关数据文件、措施、办法和事情发展的全过程。

突发事件回应不仅是信息的传递，更是政府与公众之间的一种特殊沟通机制^[24]。

突发事件回应的核心目的是确保信息的及时、准确和全面传播，以满足公众的知情权，稳定社会情绪，维护社会秩序，并有效地指导公众采取合适的行动。这不仅是政府履行其职责的体现，也是构建透明政府、增强政府公信力的关键步骤^[2]。

在发布突发事件回应时，政府需要综合考虑内容、时机、渠道等多个方面。内容上，回应应包含全面、准确的信息，避免遗漏或误导；时机上，回应应及时进行，以最大程度地减少信息滞后带来的负面影响；渠道上，政府应选择覆盖面广、传播速度快的媒体和平台，确保信息的有效传播。

2.1.3 突发事件回应逻辑

政府在应对突发事件及其可能引发的网络舆情问题中扮演着举足轻重的角色。在处理突发事件时，政府掌握着更为丰富的信息资源，而公众则往往处于信息获取的弱势地位，这种信息不对称的现象在政府与公众之间尤为明显^[16, 17]。政府回应不仅是政府及其相关部门的职责所在，更是其应尽的义务。这种回应的核心意义在于能够准确捕捉公众的需求和关切，并针对性地作出积极反应^[25]。因此，有效的政府回应不仅有助于安抚公众情绪、解决实际问题，还能够促进政府与公众之间的良性互动，增强政府的公信力和形象^[26]。

然而，由于突发事件的复杂多变与各级政府能力有限性之间的固有矛盾，突发事件回应方面的策略和效果呈现出显著的差异^[10]。有时，这种回应甚至可能失效，这不仅损害了政府的公信力，还引发了公众对政府应急管理能力的质疑。为了有效应对这一挑战，众多学者开始深入剖析官方在突发事件中的回应机制，试图理清政府在突发事件治理中的回应逻辑，以期为实际的应急管理工作提供理论支撑和经验借鉴。这些研究不仅关注政府在信息发布、舆情引导、危机沟通等方面的策略选择，还深入探讨了这些策略背后的逻辑和影响因素。例如，如何根据不同类型的突发事件制定差异化的回应策略^[13]，如何在保证信息透明度的同时维护社会稳定^[27]，以及如何通过有效的沟通机制实现政府与公众的良性互动等^[9]。

除此之外，针对我国当前“回应型政府”建设的迫切需求，国内学者在这一领域也做出了诸多贡献。例如，文宏^[28]通过对“雪乡”事件舆情大数据的分析与挖掘，揭示了政府回应与网络舆情之间的逻辑互动偏差，强调了政府介入的作用，并明确了政府回应的合法性、必要性、主动性和责任义务。李明和曹海军^[29]基于政治沟通

理论，从事件类型、沟通主体、沟通渠道、信息反馈四个方面深入剖析了政府突发事件网络舆情的回应逻辑，发现信息发送者的客观性、信息接收者的正反馈、沟通渠道的多元畅通是构成有效舆情回应的关键要素。此外，王磊和易扬^[30]指出，数字政府回应力在有效回应公众诉求、遏制负面舆情发酵和扩散方面起到了积极作用，并可通过降低回应文本的信息冗余来提高政府回应效率。郑石明等人^[31]则基于政治系统理论与 LDA 主题模型，深入探讨了突发公共卫生事件中网络舆论与政府回应的互动逻辑，揭示了政府可以通过回应特定议题、释放政治信号、前置回应等方式对网络公共舆论的议题热度和议题框架产生反馈作用。

综上所述，政府在突发事件及其网络舆情应对中扮演着核心角色。通过深入研究和理解政府的回应逻辑，充分发挥政府回应在突发事件情境下的引导作用，注重回应的时机和方式，充分考虑公众的需求，积极解答公众的问题和困惑，做到及时回应、准确回应，有效提升突发事件回应力，进而实现政府与社会公众之间的良性互动和共同治理。

2.1.4 突发事件回应特征

社交媒体平台上突发事件回应的特点是当前研究领域备受关注的议题。在回应内容方面，往往具有透明化、信息量大和主题多样化的特点。政府在社交媒体上对突发事件进行回应时，政府可能会在回应中公布相关数据、救援进展等信息，以提高信息透明度和可信度，来满足公众对信息的迫切需求^[32, 33]。此外，政府回应的内容主题也呈现出多样性，既包括正式的官方声明，也可能涉及到个别官员的谈话或实地调研的报道，覆盖了不同层次和形式的信息呈现^[33, 34]。在回应表达特点方面，政府在社交媒体平台上的回应往往具有情感化、情绪化、互动性的特点。政府在回应中可能会注入情感因素，表达对受灾群众的关心和支持，以及对事件的严肃态度与处理决心^[12, 35]。此外，政府回应还展现出一定程度的互动性，通过回复评论、发布调查问卷等方式，与公众进行实时互动，增强信息传递的及时性和参与感^[36]。

对此我们综合现有文献，提炼各项研究成果，从内容、表达、来源、策略和文本五个维度对突发事件回应特征进行总结，具体结果如表 2-1 所示。

表 2-1 突发事件回应特征

维度	回应特征	阐释	测量方式	参考文献
回应内容特征	信息主题/议题	根据事件的发生背景、公众需求等来选择相应的内容	结合具体研究背景或实际情况进行划分，如“事件相关信息发布”议题、“传播正能量”议题、“政府积极行动”议题	[28, 34, 37]
	信息相关性	信息与事件主题相关的程度	TF-IDF 计算主题的相似性	[10]
	信息清晰性	信息在阅读时的难易程度，内容表述是否清晰，能否能让接收者迅速理解和领悟信息所要传达的含义	自然语言分析技术分析	[16, 38, 39]
	信息准确性	信息是否准确、真实且正确	核对信息内容的来源或可检验性的证明方式	[10, 38, 40]
回应表达特征	回应情绪	信息中所传达的个人主观感受，积极情绪、消极情绪	自然语言分析技术分析	[16, 37]
	回应语气	回应信息语法组织结构，用以说明事件过程的进行方式	划分为陈述、疑问、感叹、祈使	[12, 41]
	回应态度	组织对待突发事件的看法，以及对事件处理的态度	划分为关心、追责、称赞、补救、否认、解释、转移、承诺等态度	[34, 41]
回应来源特征	信息原创性	信息是由本人编写发布，而非转发他人信息	平台数据鉴定或检测其最初来源	[37]
	信息源可靠性/权威性	信息来源具有较高的组织等级或社会地位	查看信息发布组织	[24, 42, 43]
	信息发布渠道	借助于不同的平台、渠道发布信息	包括传统媒体渠道，如报纸、电视、广播等；新媒体渠道，如在线媒体、数字电视、移动媒体；自媒体渠道，如社交媒体、网络社区等	[44, 45]
回应策略特征	事件回应方式	政府根据突发事件的类型、危害程度等选择合	SCCT 理论划分：否认型、淡化型、	[4, 46, 47]

		适的策略方法来应对解决该事件以及其造成的负面影响	重塑型、支持型、无回应型； 根据政府与公民的互动划分：话语性回应、行动性回应、制度性回应	
回应文本特征	文本长度	文本长度与内容丰富度相关，并影响用户的阅读感受	字符的数量	[10, 37]
	文本丰富度	回应信息以文本、图像、音频或视频的形式单一或组合发布	根据文本发布形式编码：纯文字；文字+图像；文字+视频	[9]
	特殊文本符号	信息发布平台所提供的文本编辑功能，如话题/标签（#tag#）、超链接、@、表情符号等	自然语言分析技术	[37, 48]

2.2 突发事件回应认可度研究

突发事件回应认可度是公众对于政府或相关组织在突发事件发生后所作出的回复与应对的接受和认可程度^[49]。这种认可度是基于公众对回应内容的理解、信任以及其是否能有效解决问题和满足公众需求的综合评估。

在突发事件中，政府或相关组织的回应往往涉及到信息的发布、解释、措施的执行等多个方面^[34]。公众对这些回应的认可程度会直接影响他们对政府或组织的信任度，以及他们对待突发事件的态度和行为^[9, 46]。如果公众对回应的认可度较高，那么他们将更倾向于接受政府或组织的指导，积极参与应对行动，共同维护社会稳定。反之，如果认可度较低，则可能导致公众对政府或组织产生怀疑和不信任，甚至引发社会不满和动荡。因此，提高公众突发事件回应认可度是政府或相关组织在应对突发事件时的重要目标之一。

公众对突发事件回应的认可度是衡量政府或相关组织危机管理能力的重要指标之一。公众对回应的满意度、公众的参与程度以及回应介入前后公众情感的改变等方面，都可以作为评估公众对回应认可度的具体指标。通过系统地梳理和总结现有文献对于公众回应认可度的相关研究，可以为评估突发事件回应效果以及测量公众回应认可度提供有力的参考。表 2-2 总结了现有文献对于公众回应认可度的相关研究，这些研究从多个角度探讨了公众对突发事件回应的认可程度及其影响因素。通过对这些研究的梳理和分析，可以为本文如何评估突发事件回应的效果以及如何测量公众回应认可度提供有益的参考和启示。在此基础上，本文可以进一步探讨提升公众对突发事件回应认可度的策略和方法，为政府或组织在危机管理中提供决策支持。

表 2-2 突发事件回应认可度研究成果

指标名称	测量方式	研究结论	文献
公众评论情感	文本情感强度(正面、中性、负面)	公众对政务微博回应的正面情感占比较高；回应的语气、态度和议题对于公众评论情感具有显著影响。	[41]
回应有效性	公众情感值计算	事件演化进程中政府回应有效性表现出反转效应失效，缓解效应存在的特征；回应数量、回应内容和回应范围均积极影响回应有效性，其中回应内容质量和话语扩散程度对回应有效性的影响较强。	[50]
政务新媒体回应能力	回应的主动性 回应的有效性	回应政府层级和上级政府压力与政务新媒体回应能力呈现出正相关关系，且在不同危机事件、不同政府层级、不同危机事件危机程度和上级政府是否施压等方面上表现出较大的差异。	[23]
政府回应效果	肯定、中立、质疑 (人工编码)	重大突发公共卫生事件类型分布、曝光速度、谣言传播、舆情性质和解决情况、应对主体、应对速度和处置结果对政府回应效果具有显著影响。	[51]
组织声誉	问卷测量	在组织非责任型危机情境下，以个人账号进行幽默回应，对组织声誉有积极影响，而以组织账号进行幽默回应，会降低公众对回应信息的感知真诚，从而对组织声誉产生消极影响。	[43]
公众参与度	单条微博点赞、转发、评论的总数	媒体丰富性对公众参与度有负面影响，但对话循环、有关危机的最新消息以及政府对事件的处理信息对公民参与产生积极影响。	[9]
公众危机回应策略接受度	问卷测量	不同的危机来源会影响公众对不同危机策略的接受程度；当危机来源于外部时，公众对危机策略的接受程度受危机信息形式和信息来源的影响。	[24]

2.3 理论基础

2.3.1 危机沟通理论

在危机管理领域中，情境危机沟通理论（Situational Crisis Communication Theory, SCCT）^[13]占据着重要地位，它为分析组织在公共危机中的沟通策略提供了有力的理论支撑。根据 SCCT，组织在面临危机时，应根据危机的具体类型和特征，选择恰当的沟通策略，以实现危机沟通目标并最大化组织利益。该理论深入探讨了危机情境类型、沟通策略及其匹配关系，并借助归因理论详细阐释了在不同责任归因下，组织应如何制定应对策略。

随着社交媒体的蓬勃兴起，其在公共危机管理中的角色变得日益重要，引起了学者们的广泛关注。基于 SCCT 理论框架，发展出了社交媒体为中介的危机沟通理论^[24, 47]（Social-Mediated Crisis Communication, SMCC），该理论为理解危机在社交媒体平台和线下社交互动中的扩散与影响提供了有力工具。SMCC 模型精准地刻画了危机信息如何在网络空间中通过多样化的社交媒体平台传播并产生影响，并特别强调了社交媒体中意见领袖在危机沟通中的核心地位。意见领袖在社交媒体上的言论具有强大的影响力，能够显著影响追随者对危机的看法和态度。

基于对社交媒体及其用户行为的深入研究，SMCC 模型进一步提炼出社交媒体环境下危机管理的五大核心要素。首先，危机起源是关键因素之一，它涉及危机是由组织内部问题还是外部问题引发，直接影响责任的归属和应对策略的选择。其次，危机类型也是一个重要考量，包括受害者型危机、意外型危机和故意型危机等，不同危机类型所承担的责任大小和公众接受度有所不同。此外，组织结构也是危机管理的重要组成部分，它决定了危机应对的组织机构和特征，是集中处理还是地方化处理，取决于危机的性质和组织的实际情况。信息策略的选择同样关键，包括信息模糊策略和信息透明策略，组织需要根据危机起源和类型来制定合适的信息策略。最后，信息内容和形式也是不可忽视的要素，它们决定了危机信息的属性和传达方式，为公众提供情感支持和理解危机的关键信息。

SMCC 模型有效地揭示了危机沟通与管理过程中，社交媒体、组织、意见领袖、追随者及普通用户之间复杂的信息流动与交互。在突发事件情境下，政府或相关组

织通过精心策划的社交媒体回应，不仅能够迅速成为危机沟通中的“意见领袖”，引导公众议题讨论的方向，以最优化的方式应对突发事件，维护社会稳定和公众信任。

2.3.2 详尽可能性模型

ELM 模型^[52]，又称精细加工可能性模型，是一种深度探讨态度形成与改变的理论框架，其核心观点在于态度对于决策和行为的指导性，以及说服信息对于态度的影响。这一模型特别强调了信息处理的详尽程度在态度变化过程中的作用。其中，“详尽”是指人们信息处理的深度和数量，或是对信息的思考程度，而“详尽可能性”是指人们在处理信息的过程中进行更深入地思考和更努力理解信息的可能性。

根据 ELM 模型，不同的说服策略依赖于个体对信息详尽处理的可能性。当详尽处理的可能性较高时，说服的中心路径更为有效；而当这种可能性较低时，边缘路径则更为有效。这两条路径在 ELM 模型中得到了明确的体现，如图 2-1 所示。具体而言，中心路径侧重于信息内容本身，个体通过深度思考、分析和归纳信息内容，进而引发态度和行为的改变。这种改变通常更为稳定且持久。而边缘路径则侧重于信息的情境线索和外部联系，个体通过这些因素进行判断，形成相应的认知和态度转变。然而，由于缺乏对信息的深入思考和理解，这种态度改变往往是暂时性的且不够稳固。

个体在选择这两条路径时，受到其分析信息的动机和能力的影响。当个体动机强烈且能力较高时，他们更倾向于选择中心路径，全面考虑信息的各个方面，并进行深度分析。相反，当动机较弱或能力不足时，个体可能更倾向于选择边缘路径，依赖情境因素和外部联系来评估信息。

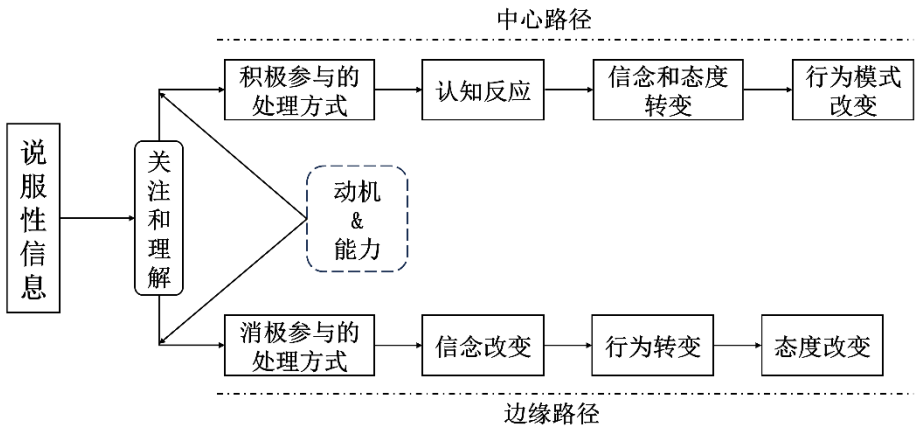


图 2-1 ELM 模型示意图

ELM 模型最初在消费者行为领域得到应用，其目的在于深入探究广告信息如何影响消费者的购买决策过程。由于 ELM 模型为态度改变提供了全面而深入的解析框架，至今它仍是学术界备受推崇的说服模型之一，并被广泛运用于多个研究领域。

在政府与公众的公共沟通研究问题上，Alon-Barkat^[53]通过运用 ELM 模型，深入剖析了公共沟通如何有效弥补公民对政府的不信任感。他特别关注了政府公共传播中的象征性元素，如徽标、图像和名人等，如何影响公民对政府的信任度。另一方面，Feng 等人^[54]则以 ELM 模型为基础，构建了一个全新的模型，用以解释政务微博的语义特征如何影响不同主题政府微博的传播效果，从而提升了政务信息传递的效率。在信息传播领域的研究中，ELM 模型被用来梳理了影响社交网络信息传播的各种因素，并提出了一个系统研究个人社交网站传播行为决定因素的理论框架^[55]。在商业研究领域，Allison 等人^[56]依托 ELM 模型，开发并验证了众筹中的说服模型，深入探讨了影响众筹项目成功融资的内容要素。除此之外，ELM 模型还被广泛应用于分析用户创新采纳^[57]、网络辟谣信息有效性^[42]、用户信任转移^[58]等领域内。

因此，以 ELM 模型为理论基础，我们可以进一步分析在突发事件情境下，公众不同的信息加工方式如何影响他们对突发事件回应中要素信息的识别，并探讨事件性质如何作用于公众的信息处理过程。这一研究不仅有助于提升官方对突发事件的回应水平，还能为完善突发事件回应的排版与编写提供有益的参考。

第3章 研究假设与理论模型构建

本章首先基于突发事件中的公众信息需求，分析突发事件回应的特征，并确定影响公众回应认可度的关键因素。在此基础上，结合现有研究，明确各个回应特征与公众认可度之间的关系，提出本文的研究假设。最后基于 ELM 模型构建公众突发事件回应认可度的影响因素模型框架，以与问题相关的信息为中心路径和以外部线索为边缘路径；其中，中心路径上的影响因素包括信息透明度的三个核心维度，即信息披露、信息准确性和信息清晰性，边缘路径上的影响因素包括信息情感情绪表达，即积极情绪、消极情绪、以及同理心情感。

3.1 公众的突发事件信息需求

突发事件发生后，公众的信息需求会迅速增加。公众希望了解事件的发生原因、现状和处理情况，及时获得与事件相关的信息来维护自身的合法权益。现有研究^[13, 32, 33, 41, 44]指出，在突发事件或其他危机情境下，公众的信息需求主要集中在事实信息、风险信息、行动信息以及情感信息四个方面。

在突发事件发生的背景下，公众对事实信息的需求显得尤为迫切。他们渴望了解事件的本质，包括其发生原因、演变过程、事件影响以及最终的处理结果。这种对事件全貌的探求，是公众在信息需求中的基础所在。与此同时，风险信息需求在公众心中占据着重要地位。他们关心的是自身生命财产的安全，以及对事件未来可能带来的风险的评估。这种需求的核心在于帮助公众更深刻地理解事件的危险程度，并寻找相应的预防措施，从而减轻潜在的威胁。除此之外，公众还期望获得行动信息。他们希望政府或相关组织能够提供解决问题的具体措施或行动方案，以满足他们有效应对突发事件。值得注意的是，在突发事件中，公众作为最直接的受害者，除了面临人身财产的损失，心理和情感的创伤也同样严重。因此，公众的情感信息需求同样不容忽视。他们渴望得到情感表达的机会，需要情绪疏导和关心慰问等情感信息内容，以帮助他们度过难关。

综合公众在突发事件中的多样化信息需求，我们可以将其归结为两大核心方面。首先，由于公众在突发事件中往往处于弱势地位，他们迫切希望从政府组织处获取准确、全面且具备实际效用的事件信息。这类信息不仅能帮助他们更好地了解事件进展，也能为他们在这困难阶段提供必要的指导和支持。其次，面对突发事件带来的破坏和潜在风险，公众普遍会产生焦虑和恐惧情绪，他们期望能够得到及时的情感关注与心理疏导，获得情感上的支持和共鸣，以缓解紧张情绪。

突发事件回应，作为组织与公众之间信息沟通的关键桥梁，应当充分满足紧急情境下公众的迫切需求。因此，本研究基于突发事件情境下公众的信息需求，从回应的信息内容和表达方式两个维度进行深入剖析，并结合突发事件的特性，分析突发事件回应的特征。通过这一研究，我们能够更好地理解相关组织如何利用社交媒体有效回应公众的信息需求，从而提升危机管理的效果。

3.2 突发事件回应特征

3.2.1 回应内容特征——信息透明度

《国家突发公共事件总体应急预案》要求，突发事件的信息发布应当及时、透明、准确、客观、全面。信息发布要积极主动，准确把握，避免猜测性、歪曲性的报道。政策规定可以公布的信息，要在第一时间内向社会公布，保证在整个事件处置过程中，始终有权威、准确、正面的舆论引导公众。

信息透明度作为一种挽救或提高公众对政府或相关组织的信心与信任的补救措施^[8, 59, 60]，在危机与应急管理的领域中得到了广泛而深入的应用。透明度的核心在于真实、全面地揭示特定主题事件的实际情况。这不仅有助于公众作出基于事实的明智决策，形成公正客观的意见，更能有效增强组织的公信力和信息沟通的效率^[27, 60]。在危机时刻，诚实、开放且透明的沟通方式成为了组织克服困境、走出危机的关键所在^[61]。

公众对信息透明的看法在很大程度上是由透明度线索决定的^[59]。透明度线索是指公众从信息来源、信息渠道以及信息内容等方面对信息质量进行的评估^[36, 39, 62]。政府和相关组织可以通过操作透明度线索来保证和提升突发事件回应的透明度，影响公众对事件的认知和态度的改变。具体而言，可以从信息披露（即信息公开程度）、

信息准确性（即信息的真实程度）、信息清晰性（即信息的可理解程度）三个方面进行透明度线索的操作。

（1）信息披露

信息披露是指政府、企业或其他组织主动向公众发布相关信息的行为^[63]。组织的信息披露行为不仅影响公众对信息的感知，更左右着公众对组织的整体看法。信息的不可访问性或不完整性，往往会阻碍公众对实际情况的判断^[64]。因此，信息披露不仅是信息透明的基石，更是构建公众信任的关键所在。当组织愿意主动披露信息时，公众往往更愿意与其建立深厚的信任关系^[39, 65]。

在突发事件中，公众的负面情绪与不理性行为往往源于事件的不确定性和信息的缺失。政府或相关组织及时披露信息，揭示突发事件的性质、原因、发展趋势及可能的后果，有助于公众对事件有更全面、清晰的认识，降低事件不确定性的负面影响。与此同时，信息披露也为公众提供了获取信息的渠道，使他们能够基于真实、准确的信息作出判断和决策。因此，突发事件回应中的信息披露主要目的在于实现事件信息的及时、真实、准确、完整的披露，以增强事件应对与管理的透明度，满足公众的信息需求，保障公众的知情权。

（2）信息准确性

信息质量的核心在于其准确性^[66]。信息的准确性，意味着其内容必须真实可靠，不容许掺杂任何故意偏见或毫无根据的捏造，这是确保信息透明度的基本要求^[36]。特别是在突发事件情境中，信息的准确性显得尤为关键，它关乎公众对突发事件回应中披露信息的正确程度的感知，直接关系到公众对事件的认知与判断。

当前，政府或相关组织往往借助社交媒体平台来发布突发事件回应。然而，这种基于网络的信息传递与沟通方式在提供便利的同时，也伴随着诸多问题与挑战。信息发布的时间点、网络中已有的信息、以及后续的更新内容等多重因素，都可能增加公众在判别信息可靠性与真实性时的难度^[40]。突发事件往往涉及公共安全、生命财产等重要方面，公众需要根据准确的信息来制定应对策略和采取行动^[51]。如果信息不准确，可能导致公众做出错误的决策，从而造成不必要的损失和伤害。因此，政府组织需要采取有效的信息策略确保披露的内容能够准确、真实地反映事件真相。

（3）信息清晰性

信息清晰性，是指信息接收者对接收到的信息的可读性和可理解性的主观感知

程度^[36]。信息清晰性的相关研究强调，如果信息中包含了大量的行业术语、未知外语或复杂的数学算法，即使信息内容高度披露，也不能认为该信息是透明的^[39]。清晰性的核心在于考察信息能否被接收者准确无误地理解，而不是关注信息的相关性或数量。因为在信息的交换和传递过程中，往往会出现失真现象，这会极大地影响接收者正确接收并理解信息的本质。因此，在准备突发事件回应的过程中，回应主体应当尽量采用简单明了的语言来表述信息，以减少公众在解读信息时可能遇到的失真情况，进而使接收者能够更好地理解信息的内容和意义^[67]。这样不仅可以提高信息传递的效率，还能增强公众对政府的信任度，为突发事件的解决奠定坚实的基础。

3.2.2 回应表达特征——情绪与同理心语言

平等、尊重、包容的态度是突发事件回应的基础。在突发事件回应的过程中，应该对受害群众展现出深切的人文关怀，通过亲切、自然的表达，从情感层面赢得大众的认同与共鸣^[22]。情绪情感的精准传递与表达，是回应公众关切时不可或缺的要害，它赋予了回应温度与人情味，这在突发事件回应中显得尤为关键^[34, 41]，它不仅有助于传递温暖和安全感，提升政府形象和信任度，还能促进信息传播和理解，为有效化解突发事件带来的影响提供重要支撑。

(1) 情绪语言

情绪语言，是指能够激发人们情感反应的词语或表达方式，通过直接触动个体的情绪状态，进而影响其对某一事物的看法和态度。信息中的情绪语言对个体态度的改变具有显著影响^[68, 69]。首先，情绪语言可以通过增强信息的吸引力和说服力以达到改变个体态度的目的^[70]。当信息中包含积极、正面的情绪语言时，个体更容易产生积极的情绪反应，从而更容易接受和认同信息中的观点。相反，消极、负面的情绪语言则可能引发个体的负面情绪，导致其对信息产生抵触或怀疑。其次，情绪语言能够影响个体的认知过程^[71]。个体的态度往往是在认知的基础上形成的，而情绪语言能够直接影响个体的认知判断。例如，当信息中使用强烈的情绪词汇来描述某一事件或人物时，个体可能会因此而产生更强烈的情感反应，进而改变其原有的认知和评价。

突发事件回应中的情绪语言可以在信息沟通过程中表达组织对事件的看法和对

公众的态度^[16, 24]。通过使用恰当的情绪语言，可以帮助调节公众紧张不安的情绪，有效地引导公众产生积极的情绪反应，增强公众对回应的接受和认同，提升突发事件的应急管理效果。因此，在应对突发事件时，政府和相关机构应当重视情绪语言的运用，构建出更具说服力和影响力的回应，以更好地引导公众情绪，从而赢得公众的信任与支持，为有效应对突发事件提供有力的语言保障。

(2) 同理心语言

同理心，亦被称为感情移入或共情，其核心在于深入体会并理解他人的情绪和情感体验^[72]，它既是一种心理结构，也是一种情感结构，是认知和情感共同运作的结果。据此，常把同理心细分为两种类型：情感同理心与认知同理心^[14]。情感同理心，即个体对他人情绪状态的感性反应，是对他人情感的共鸣与体验；而认知同理心则侧重于发现和理解他人的感受，是对他人情绪状态的理性分析和把握。在危机时期，对公众展现同理心不仅是道德基础的必要组成部分，更是每个危机情境下不可或缺的应对要素^[73]。

在突发事件应对过程中，相关工作者应当具备同理心这一核心能力，它能够使他们深刻洞察并精准把握当前情境下公众的情绪波动与心理状态^[74]。同时，他们还应熟练掌握同理心的表达技巧，能够表达出对公众所处境遇的深切关注，使公众真切感受到被理解与被关心的温暖^[35]。这种情感的表达与传递不仅有效减轻了公众的焦虑和不安情绪，为稳定社会情绪、维护公众心理健康发挥了积极作用，还进一步加强了人与人之间的情感联系，促进了相互理解与包容。这种情感共鸣与理解机制的建立，有助于增强公众对组织行动的信任度，使公众更愿意主动配合和支持相关管理措施的实施。因此，在突发事件回应中同理心是不可缺少的重要构成部分。

3.2.3 回应事件特征——事件严重性程度

回应事件特征，作为政府或相关组织在突发事件应急管理过程中必须面对的复杂因素集合，涵盖了事件的内在属性、社会影响广度以及事件规模的层次等多个方面，这些要素均与事件本身及其产生的后果紧密相连。这些特征不仅在制定应急管理决策时起到关键性影响，同时也在潜移默化中影响着公众对事件责任归属的看法和对组织工作成果的评判^[13, 46]。特别值得一提的是，突发事件的严重性程度在风险感知和公众行为决策中扮演着举足轻重的角色。

突发事件的严重性程度与其所造成的破坏和损失直接相关^[1]。我国《国家突发公共事件总体应急预案》中将突发事件按其性质、严重程度、可控性和影响范围等因素，一般分为四级：Ⅰ级（特别重大）、Ⅱ级（重大）、Ⅲ级（较大）和Ⅳ级（一般）。在不同级别的突发事件中，公众的生命财产安全以及社会秩序的稳定所受到的潜在威胁各不相同^[20]。因此，公众对政府和相关组织在突发事件中的应急响应需求也存在显著差异。

鉴于此，政府及相关组织应当基于突发事件的严重程度进行深入的评估与细致的划分，确保各级别的突发事件能够得到恰当且高效的应对，更加精准地回应和满足公众的需求，有效保障公众的生命财产安全，维护社会的和谐稳定。

3.3 理论模型构建

ELM 模型被学者广泛应用于研究互联网领域内信息沟通如何改变个体的行为态度^[56, 57]。鉴于突发事件回应本质上是一种通过社交媒体进行的危机信息沟通方式，旨在实现与公众的有效互动，其核心目标在于通过信息传递来安抚公众情绪、增强公众对政府的信任度，并说服公众积极参与事件的应对工作。在这一研究背景下，ELM 模型为我们提供了新的解释视角和理论支撑，有助于我们更深入地理解突发事件回应的信息沟通机制及其对个体行为态度的影响。

公众在处理信息时会受到两种路径的潜在影响，这取决于个人的“精细加工”方式。ELM 模型提供两条影响个体行为和态度改变的路径：中心路径和边缘路径。中心路径是指个体对信息中与问题相关的线索进行批判性思考，从而改变态度的过程，主要涉及到信息内容的新颖性、客观性等一系列与信息质量相关的特征。对于社交媒体中的信息沟通，结构丰富度^[54]、话题相关性^[55]、信息完整度^[75]等被认为是影响接收者感知信息有用性和接受信息的主要线索。因此，中心路径涉及到更高水平的信息精细加工，需要关注信息的内容，审查评价内容，反思与信息有关的问题。边缘路径是指通过一种简单的、自动的思维方式改变态度的过程，不同投入太多的认知努力。接收者依靠与信息观点或内容无关的线索直接快速地做出决断。在社交媒体的背景下，个体采取边缘路径加工信息可能受到信息中情感成分的存在^[56]、情绪或语气的变化^[76]等线索的影响。这些线索不需要接受者仔细检查信息论点，所以信

息接收者投入的认知努力较少。

从政府的角度来看，政府主动发布符合公众期望的信息，这对获得公众支持有很大帮助^[25, 65]。这种信息的公开透明性不仅体现了政府的责任感，而且在社交媒体平台上为公众提供了一种问责与提升透明度的机制。通过社交媒体平台进行公共沟通，有助于激发公众的参与热情，但这也要求政府组织明确并有效利用社交媒体的策略与能力。具体而言，政府在社交媒体运营时，不仅要考虑发布和传播的内容，还需关注信息的撰写与传播方式。信息的质量至关重要，内容越详尽、论据越充分、表达越清晰，信息的说服力便越强，公众对信息的感知也会更加透明。因此，政府组织在提升信息发布质量（中心路线）的同时，亦需考虑其沟通影响（外围路线），以确保信息的有效传递与公众的高度认同。

基于前文对突发事件回应特性的深入剖析，结合 ELM 理论的双路径框架，我们进行了系统性的归纳与分析。具体而言，首先，我们将回应信息的内容特性，即信息透明度，纳入中心路径线索。这是因为信息透明度的评估涉及到与突发事件核心相关的各类信息，这些信息能够触发公众进行深入的思考与判断，从而对其认知形成直接影响。其次，回应信息的表达特性被我们归为外围路径线索。情绪和同理心语言可以激发公众的情感共鸣，使其以更为感性和直观的方式影响其态度与看法。这一过程并不需要公众付出过多的认知努力，而是更多地依赖于文本所传达的情感和语气等隐性信息。最后，注意到突发事件本身的特性对公众风险感知和事件责任归因的显著影响。事件特征不仅直接关乎公众的信息需求，更会影响其对政府回应的期望和判断。通过这样的归纳与分析，我们期望能够构建一个更为全面的理论框架，以揭示突发事件回应过程中信息特征对公众信息处理路径的复杂影响机制。

综上所述，本文的理论框架构建如图 3-1 所示。

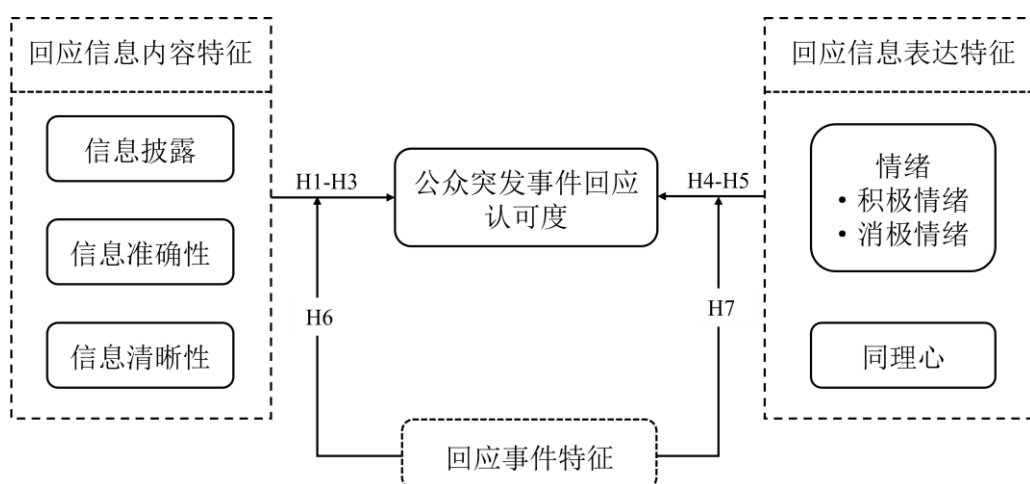


图 3-1 理论框架

3.4 研究假设

3.4.1 回应内容特征与公众回应认可度

(1) 信息披露

突发事件回应中，若信息披露缺乏核心内容，不仅难以满足公众的信息需求，反而可能会引发公众的信息焦虑和信息逃避行为^[21]。因此，精准选择并披露核心信息，对于提升回应效果及其指导作用的发挥至关重要。Shan and Lin^[77]的研究表明，与事件相关的高质量信息内容会更加吸引公众关注，有助于信息效用的持续释放。在信息披露的内容选择上，不仅要符合政府部门的规范要求，同时也要紧密围绕公众的实际需求和关切。在突发事件背景下，公众对信息的需求是多方面的，不仅包括事件造成的负面影响或损失，还包括事件处理进展、事件发生原因、利益相关者处理结果等信息^[32]。这意味着，信息披露内容应以公众需求为中心，根据事件风险状况的变化及时更新内容，以确保公众能够更好地识别风险^[3]。因此，我们认为，信息披露能够显著提升公众对回应透明度的感知，进而积极影响公众对回应的认可程度。基于这一认知，我们提出以下假设：

H1：在突发事件回应中，信息披露对公众回应认可度具有正面影响。

(2) 信息准确性

突发事件的回应不仅是政府的一项基本职责，更是公众获取事件进展、了解应对措施、判断处理结果的关键渠道。在这一过程中，信息披露的准确性至关重要，

它直接影响着公众对政府的信任度和对事件的整体认知。信息准确性在构建信息接收者对所获信息真实性与正确性方面具有积极作用^[78]。当政府能够确保回应中披露的信息准确无误时，公众将更有可能认为这些信息能在突发事件所引发的不确定性环境中为他们提供指引和帮助，进而增加对突发事件回应的认可与支持。因此，我们提出假设：

H2：在突发事件回应中，信息准确性对公众回应认可度具有正面影响。

(3) 信息清晰性

突发事件回应为公众提供了解释说明功能。值得注意的是，回应的深入阅读是获得公众认可的前提。一个高质量、高透明的回应，除了需包含核心且准确的信息内容外，其信息文本的文字表述是否易于公众的阅读和理解，同样是影响回应认可度的关键因素。有关政府信息公开和报告声明效果的研究表明^[3, 65]，无论是政务报告、事件声明或是政府信息公开，其信息文本的表述方式都应追求直接清晰，避免晦涩难懂。

信息清晰性对信息接收者认知与行为的影响已经得到了广泛而深入的验证。例如，文本信息的清晰程度能够显著增强消费者对产品的认知，提升产品满意度和购买意愿^[40, 79]。在灾难性事件的推文传播中，文本的清晰性对于信息的转发与扩散具有显著的正向影响^[16]。因此，在突发事件的应对过程中，政府应当高度重视文本信息表述的清晰性。这不仅有助于政府更全面、准确地阐述事件经过和官方态度，更能够显著提高公众对信息的理解程度，从而有效提升政府的公信力和应急响应能力。基于上述分析，我们提出以下假设：

H3：在突发事件回应中，信息清晰性对公众回应认可度具有正面影响。

3.4.2 回应表达特征与公众回应认可度

(1) 情绪语言

政府与相关组织可以在突发事件回应文本中通过对情绪语言的使用来引导公众对突发事件和政府的情绪或态度的改变^[80]。回应中的积极情绪语言所展示的正能量，不仅体现了组织解决突发事件的坚定决心，更通过传递对问题解决的乐观态度和积极努力的承诺，为公众提供希望和动力，并激励他们积极参与危机应对与事件解决。人们往往倾向于接受那些能带来积极、乐观情绪或让他人感觉良好的信息，以安抚

情绪、增强信心或怀抱希望^[81]。因此，我们认为，回应中采用积极情绪语言更能获得公众的认可。

然而，我们必须正视突发事件的破坏性，其带来的损失和伤亡是无法回避的。为了保持突发事件回应的透明性，真实且准确地向公众说明突发事件造成的负面情况至关重要。这意味着，突发事件回应中不可避免会出现关于损失与伤亡情况的负面消息与消极情绪。然而，负面信息的披露会进一步加剧公众紧张的心态。因此，过度的消极情绪表达反而更易引发个体的警惕心理，在一定程度上可能导致公众对事件回应产生抵触情绪，降低对回应的认可^[16, 82]。基于上述分析，在突发事件情境下，我们提出如下假设：

H4a：在突发事件回应中，积极情绪语言对公众回应认可度具有正面影响。

H4b：在突发事件回应中，消极情绪语言对公众回应认可度具有负面影响。

(2) 同理心语言

在面对突发事件造成的危害时，公众容易产生不安、焦虑等消极情绪。因此，政府及相关工作者在致力于突发事件的处理与解决的同时，亦需高度关注公众情绪和情感上的波动，并进行有效的安抚。在突发事件回应中，除了确保提供准确、清晰且与事件紧密相关的信息外，还应在回应中展现对公众处境的深切理解与同情。这种同理心的表达，能够显著缓解利益相关者的负面情绪^[14, 83]。

同理心，作为一种理解他人处境的能力，有助于政府及相关部门更加关注公众的实际需求与情感状态，从而提供更为精准的支持。在处理突发事件的过程中，政府与相关部门运用同理心，可以令公众感受到政府对他们的不幸遭遇的关注，并使公众认识到政府对他们悲痛情感的感知。这种认知将进一步激发公众对组织的关心与共情，增强其对政府部门的理解与支持^[73, 84]。因此，我们认为在突发事件回应中表达同理心，有利于从情感角度引起公众的共鸣，进而改变公众对回应的态度。基于上述讨论，提出假设：

H5：在突发事件回应中，同理心语言对公众回应认可度具有正面影响。

3.4.3 事件严重性特征的调节作用

根据风险决策理论，公众的决策行为建立在其对风险的评估和判断基础之上，风险感知在突发事件中直接影响公众的风险应对行为^[85, 86]。在突发事件情境中，公

众会基于不同的风险感知程度，采取诸如搜寻和传播风险信息等行为反应，以规避风险和不确定性^[87]。我们认为在高严重性程度的突发事件情境下，公众对突发事件的风险感知越大，他们迫切地希望从官方渠道获取准确、全面的信息，以便能够做出明智的决策和行动，从而应对风险并最大程度地保护自己和周围人的安全。因此，信息的透明度对于公众在高风险事件中的行为和决策具有至关重要的影响。鉴于上述分析，我们推断突发事件的严重性在调节回应内容特征与公众回应认可度之间扮演着重要角色。具体来说，高严重性突发事件可能会强化回应内容特征对公众回应认可度的影响。因此，我们提出以下假设：

H6：在高严重性突发事件情境下，回应信息的内容特征对公众回应认可度的影响将被强化。

然而，在面对风险性较小、严重性程度较低的突发事件时，公众的人身财产安全未受到严重威胁，公众对事件的风险评估持乐观态度。在这种情境下，公众对政府回应的迫切性降低，投入的认知努力减少，更倾向于依赖外部线索来快速了解事件情况，而不是进行深入的思考和详细分析。因此，我们预期在低严重性程度突发事件情境下，回应信息的表达特征将更为显著地影响公众对应急回应的认可度。基于上述分析，我们提出以下假设：

H7：在高严重性突发事件情境下，回应信息的表达特征对公众回应认可度的影响将被弱化。

第4章 研究设计与数据采集

4.1 数据的来源与预处理

本文以新浪微博上官方发布的突发事件回应为作研究数据。在官方微博发布的各类信息中，突发事件回应占据了一定比例。通过这些回应可以方便地向公众通报突发事件的最新情况和处理结果。此外，公众还可以通过赞同、评论、转发等方式与政府和其他用户互动。突发事件回应吸引了众多用户参与，积累了大量的公众意见和行为数据，为本文研究提供了良好的数据基础。本文通过以下步骤采集相关数据：

步骤 1：确定研究范围与关键词

我们确定了研究的时间范围为 2021 年至 2023 年，并设定了与热点突发事件相关的关键词，如表 4-1 所示。这些关键词涵盖了自然灾害、社会事件、政治变动等多个方面，以确保研究的全面性和代表性。

表 4-1 突发事件关键词总结

突发事件类型	关键词	热点事件举例
自然灾害事件	地震/暴雨/强降雨/洪涝/龙卷风/ 自然火灾/森林火灾	2022.9.5 四川泸定 6.8 级地震
		2022.8.17 重庆山火
		2022.7.20 连云港龙卷风
社会安全事件	恶性事件/医疗事故/刑事案件/ 斗殴/经济犯罪	2021.7.20 河南郑州“7·20”特大暴雨
		2022.11.24 兰州 COVID-19 检测造假
		2022.6.10 唐山烧烤店打人事件
公共卫生事件	新冠疫情/传染病/食物中毒	2022.11.1 兰州儿童中毒死亡事故
		2022.7.9 武汉大学发现霍乱病例
		2022.5.14 北京中铁十一局聚集性疫情
事故灾害事件	房屋倒塌/煤矿倒塌/火灾/爆炸/ 环境污染/交通事故	2023.2.22 内蒙古煤矿坍塌
		2022.6.28 上海公交车坠河
		2022.4.29 长沙自建房倒塌
		2021.10.22 内蒙古阿拉善化工厂爆炸

步骤 2：搜索与整理热点事件

借助百度等搜索引擎，我们使用这些关键词进行搜索。在搜索过程中，我们特别设定了限定词，如“2022 年度重大地震灾害”、“2022 年恶性伤人事件”等，以筛选出特定时间段的热点突发事件。通过对搜索结果的统计和整理，我们收集到了 2021 年至 2023 年间中国发生的热点突发事件，并对其名称进行了汇总。最终，我们整理出了 233 个热点事件，这些事件具有较高的社会关注度和影响力。

步骤 3：利用爬虫程序获取数据

我们根据确定的关键词和热点突发事件的名称，逐一搜索了官方在微博上发布的回应。这些官方回应主要来源于权威媒体和政务微博，如“人民日报”、“央视新闻”、“光明日报”以及各级省市政务微博。为了获关键词相对应的突发事件回应的详细数据，我们利用 Python 编写了一个网络爬虫程序。该程序能够自动访问微博页面，提取并整理出以下关键信息：

回应文本：包括官方回应的具体内容和描述。

点赞数：反映了公众对回应的认可和支持程度。

转发数：显示了回应社交媒体上的传播范围和影响力。

评论数：反映了公众对回应的反馈和讨论情况。

媒体丰富程度：回应中是否采用了多样化的表达形式，如图片、音频、视频等表达方式。

此外，我们还利用爬虫程序识别了每个回应中的标签（“#topic#”）数量以及“@”的使用情况。这些信息有助于我们进一步分析回应的话题聚焦和互动特点。

步骤四：筛选突发事件回应

在筛选过程中，我们遵循以下原则：首先，选择热点最高的回应，以确保研究的焦点集中在社会广泛关注的事件上；其次，选择突发事件处理阶段末期的回应，以获取对事件调查情况的完整通报；最后，排除只发布图片或视频的帖子以及字数小于 100 的帖子，因为这些帖子无法提供足够的语言特征数据。经过严格的筛选，我们最终保留了 212 个突发事件的官方回应作为研究数据。

4.2 变量测量

结合上述讨论，我们基于微博突发事件回应数据对回应内容特征的三要素（信

息披露、信息准确性和信息清晰性)、回应表达特征(情绪和同理心)、回应事件特征(事件严重性)进行测量。

4.2.1 回应内容特征

(1) 信息披露

信息披露的相关研究深刻指出,公众对组织的谅解与信任重建的核心在于组织所披露信息的内容质量^[27, 88]。特别是在突发事件的背景下,组织在回应过程中对于信息披露内容的选择,将直接影响公众对于该回应的认可程度。鉴于此,本研究基于现有研究成果,对回应信息披露程度进行了系统性的评估,具体从以下三个方面展开:

首先,我们评估了组织是否公开披露了“突发事件造成的负面影响”。这一方面的信息披露对于公众全面了解事件的严重性、可能的影响范围以及必要的防范措施至关重要^[32, 86, 89]。

其次,我们关注了“突发事件的利益相关者信息”的披露情况。这包括事件中涉及的各方主体、他们的角色和责任,以及可能受到事件影响的群体。通过公开这些信息,组织能够增强回应的透明度,减少公众对于信息不透明的疑虑^[9, 51]。

最后,我们评估了组织是否公开了“突发事件发生的原因和过程”进行了详尽的披露^[34, 41]。这包括对事件发生原因的深入剖析、事件发展的过程描述以及可能的未来趋势预测。通过提供这些深入分析的信息,组织能够帮助公众更好地理解事件的本质,从而做出更加明智的判断和决策。

综上所述,通过从这三个方面对回应信息披露程度进行评估,我们能够更加全面地了解组织在突发事件回应中的信息披露状况。

(2) 信息准确性

公众对信息准确性的感知与信息的外部支持因素之间存在着紧密的关联。信息发布者可以通过向信息接收者提供一系列额外的辅助信息,如信息的撰写方式、发布者的身份信息,来增强信息的准确性和可信度^[60]。基于这一认识,并结合现有的研究成果,我们对信息准确性进行了系统的评估。具体而言,我们主要从两个方面进行考量:

一是回应中是否提供了“辅助的证明材料或文件”。这些材料或文件不仅能够为

公众提供公正合理的解释，还能作为再次验证和核实信息真实性的途径，从而为信息的准确性提供坚实支撑^[39, 90]；

二是回应中是否包含了“具体的数据信息”。详尽准确的数据信息能够细化对事件情况的描述，其公布往往代表组织采取了实质性行动，将隐藏在背后的行动以数字形式呈现，增强了组织行为的透明度。此外，这些数据信息直接影响公众对信息可靠性的判断^[27, 63, 91]。

通过对上述两个方面的综合评估，我们能够更加全面、客观地评价信息的准确性。

(3) 信息清晰性

针对信息清晰性的评估，本文聚焦于信息文本的可理解性，以此作为衡量突发事件回应清晰性的关键指标。在可理解性方面，公众对词汇的理解程度被识别为影响突发事件回应清晰性认知的显著因素。具体而言，行业术语、专业词汇表、不常用的低频词汇、未知外语等在回应文本中大量出现会增加公众的信息理解难度和處理工作量，导致文本信息清晰性降低^[39]。相反，使用日常的、简单的词汇或语言来叙述突发事件有助于公众理解事件的来龙去脉和引导公众支持和参与应急管理和行动。

对于回应内容特征的测量，采用 0-1 编码的方式，进行人工的打分和判断，其中 1 表示提供了所述信息，0 则表示回应中未包含该信息。本研究选取了三位研究生进行打分编码工作。首先，我们对这三名编码员进行了长达 1 小时的系统培训，旨在建立统一的编码规范，确保他们在理解编码要求和标准上达到一致。随后，他们开始按照这些规范对样本内容进行打分。在打分过程中，若三位编码员的打分结果完全一致，则直接采用该结果。然而，当出现打分结果不一致的情况时，我们会组织三名编码员进行深入的讨论，通过充分的交流与协商，最终采用少数服从多数的原则确定最终编码结果。

变量的具体定义和测量方式如表 4-2 所示。

表 4-2 变量测量

变量	定义	测量	文献
信息披露 (TD)	TD1: 突发事件造成的负面影响信息		[32, 86, 89]
	TD2: 涉及到突发事件中利益相关者的信息	1, 提供该信息;	[9, 51]
	TD3: 突发事件发生的原因和过程的信息	0, 未提供该信息	[39, 46]
信息准确性 (TA)	TA1: 辅助的证明材料或文件	1, 提供该信息;	[39, 90]
	TA2: 公布具体、真实的事件数据	0, 未提供该信息	[62, 65, 97]
信息清晰性 (TC)	TC: 回应文本的可理解性	1, 未使用特殊词汇; 0, 使用特殊词汇	[39]
积极情绪 (PEM)	PEM: 突发事件回应传递的积极情绪体验	积极情绪词	[16, 44, 80]
消极情绪 (NEM)	NEM: 突发事件回应传递的消极情绪体验	消极情绪词	
同理心 (EP)	EP: 突发事件回应博文的文本情感表达与传递	情感历程词	[35]
事件严重性 (CL)	CL: 事件规模大小、对社会造成的危害程度、对公众人身财产安全的威胁程度等	一般严重性事件[0]; 较大严重性事件[1]; 重大严重性事件[2]; 特别重大严重性事件[3]	[1, 20]
回应认可度 (RA)	RA: 公众对突发事件回应博文的点赞行为	微博点赞数	[92]
控制变量 (CV)	Picture: 突发事件回应博文中的图片信息	1, 附加了图片; 0, 未附加图片	[34, 37, 48]
	Video: 突发事件回应博文中的视频信息	1, 提供视频; 0, 未提供视频	
	URL: 突发事件回应博文中的超链接信息	1, 提供超链接; 0, 未提供超链接	
	Tag: 突发事件回应博文中的标签信息	1, 使用了标签; 0, 未使用标签	
	@: 突发事件回应博文中的@功能使用	1, 使用@功能; 0, 未使用@功能	

4.2.2 回应表达特征

(1) 回应情绪

突发事件回应文本中传递的积极情绪和消极情绪会改变或影响阅读者的情绪和

态度^[16, 44, 80]。本研究通过对文本中积极情绪词汇和消极情绪词汇的使用情况来评估回应文本的情绪表达特征。

积极情绪是能够给人带来愉悦感受的心理和生理状态，在本研究中，积极情绪指的是突发事件回应中传递的使公众感到希望、美好等积极的情绪体验。这种内在的情绪体验会通过积极情绪语言进行描述，如：温暖、赞同、英雄、鼓舞等。消极情绪是给人带来不愉快感受的心理和生理状态，在本研究中，消极情绪是指突发事件回应中传递的使公众感到恐惧、惊讶、悲伤、愤怒、厌恶等消极的情绪体验。这种内在的情绪体验会通过消极情绪语言进行描述，如：担心、抗议、暴力、公愤等。

(2) 回应同理心

突发事件回应中的同理心是政府对处于突发事件情境下的公众情绪和情感的感同身受，并对其表达真诚地回应。日常交流中，同理心表达常借助于交流双方的肢体动作、面部表情、语气语调等；然而，在书面交流中，同理心的语言表达依赖于词汇、符号等文本特征的使用^[35]。根据心理语言学的研究成果，可以通过情感心理状态词，如哀怜、关怀、遗憾、尊敬等来体现同理心。这类词反映了个体的情感反应和体谅他人的程度，体现政府对突发事件和受其影响的公众的人文关怀。因此，本文通过对回应文本中情感历程词的使用情况来测量同理心。

对于突发事件回应文本中的情绪描述和同理心表达，我们采用 LIWC 对给定的回应文本进行分析，以获得相应的心理语言相关词汇在整个文本中的使用百分比。文心（TextMind）系统是中科院心理研究所基于中国大陆简体中文语言的特点，并扩充了大量新媒体网络词汇的中文心理分析系统。TextMind 对词典、文本和标点符号的处理是根据简体中文的特点进行优化的，而分类则与 LIWC 兼容，有效保证了 LIWC 在中文环境下研究的效度。因此，使用 TextMind 对回应文本进行分析，其结果是成熟的且可靠的。

4.2.3 回应事件特征

突发事件严重性综合考虑了突发事件所造成的社会经济损失、伤亡人数、社会影响范围等因素。本研究在突发事件严重性评估方面，主要从三个关键维度进行综合考量：人员伤亡情况、社会经济财产损失情况以及对多地区的影响情况。当突发事件导致人员伤亡、造成社会经济财产损失，并且其影响范围涉及多个地区时，该

事件的严重性程度将显著上升。这种情况下，政府或相关部门需要投入更多的资源，包括精力、物力和财力，以有效应对和处理突发事件及其可能引发的次生危机。

在本文中，我们依据上述三个维度对突发事件的严重性程度进行评估和打分。打分范围设定为[0,3]，以确保评估结果的精确性和可操作性。具体而言，若突发事件未造成任何损失，我们将其归为一般严重性事件，打分为 0；若事件仅在某一方面（生命、财产、范围）造成损失，我们将其视为较大严重性事件，打分为 1；若事件对其中任意两个方面造成影响，我们将其认定为重大严重性事件，打分为 2；若事件在三个方面均造成严重影响，我们则将其判定为特大严重性事件，打分为 3。

4.2.4 公众回应认可度

本研究中的因变量是公众的突发事件回应认可度，公众是突发事件回应是否发挥解释和说服效用的最终评判者。在社交媒体平台中，公众对于突发事件回应博文的三种常见行为，分别是点赞、评论和转发。从心理学角度来看，公众的点赞行为并非简单的数字累加，而是蕴含着丰富的情感和信息^[92]。点赞是对信息的关注和支持态度的外显化表达，它代表了公众对于突发事件回应内容的认可程度^[9]。这种认可可能源于对回应信息的准确性、及时性、专业性以及情感共鸣等多个方面的肯定。因此，我们通过统计每条突发事件回应博文的点赞数来衡量公众对突发事件回应的认可程度。

4.2.5 控制变量

为了避免遗漏变量可能会引起的模型估计偏差问题，本研究考虑到突发事件回应的文本特性和社交媒体平台的文本编辑功能特点，本研究设计了五个控制变量，分别是回应博文中是否附加了图片、是否提供了视频、是否有超链接（URL）、是否使用了标签（#topic#）以及是否使用了@功能。

4.3 数据分析方法

在选择实验模型时，我们进行了多方面的考量。首先，明确本研究的目的是为了探索回应内容特征和表达特征与回应认可度之间潜在联系。其次，我们充分考虑

了研究中涉及的变量类型，尤其是因变量——每条回应帖子的点赞数量，它属于计数变量。同时，自变量中既包含类别变量，也包含连续变量，这要求我们必须选择能够有效检测这些不同类型变量的回归分析方法，以确保数据的最佳拟合。

在多种回归分析方法中，负二项回归适用于自然事物或数据集（即只能用自然数或整数单位计算来计数）的分析^[93]。具体来说，它可以对大量的分类变量进行回归分析，比如性别、语言、民族等，但也可以将连续变量纳入到分析中。并且，负二项分析回归的目的在于探究变量或事物之间潜在的联系或现象。相较于其他常见的线性回归模型，负二项回归在数据拟合能力上更为出色，能够更有效地比较和拟合变量间的关联。因此，本研究采用负二项回归分析，以深入探究各变量之间的影响关系。

对于回应事件特征的调节作用检验，由于研究中的回应事件特征属于分类变量，根据研究变量的性质，我们采用调节效应（层次回归分析方法）来进行检验^[94]，即先分别考察自变量和调节变量对因变量的主效应大小，然后将“自变量×调节变量”乘积项纳入回归方程，若该项系数显著且主效应也显著，则表明调节效应显著。在进行调节效应检验是，由于交互项的加入会导致交互项与自变量间出现严重的多重共线性问题。为解决该问题，我们对自变量进行中心化处理，将中心化处理后的数据用于调节效应的检验。

第5章 假设检验与结果分析

5.1 变量描述性分析

本研究共收集了 212 个突发事件回应样本，利用 Stata 软件获取了本研究涉及的变量描述性统计信息，包括平均值、标准差、最小值、最大值，如表 5-1 所示，并通过多样化的图表进一步呈现突发事件回应的具体特征分布情况。

5.1.1 回应事件特征分布

(1) 事件类型特征分布

图 5-1 显示了本研究中涉及的各种类型的突发事件回应样本的情况。本研究共获取了 212 个突发事件回应样本，其中自然灾害事件 28 例，占总样本量的 13.2%；事故灾难事件 45 例，占总样本的 21.2%；公共卫生事件 48 例，占总样本的 22.6%；在所有突发事件中，社会安全事件占比最大，共 91 例，占总样本量的 42.9%。从该比例结构中可以看出，社会安全事件是政府及相关部门应急管理的工作重点，说明社会安全事件对公众的日常生活造成的影响明显高于其他几类突发事件。

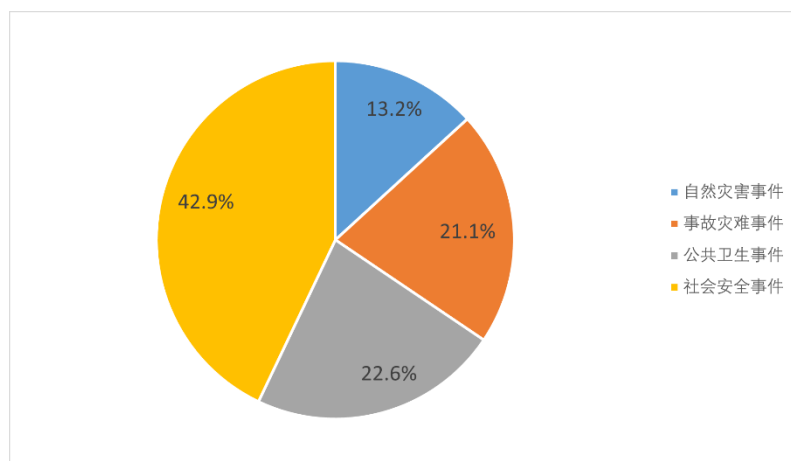


图 5-1 回应事件类型分布图

(2) 事件严重性特征分布

图 5-2 显示各种类型的突发事件严重性程度的分布情况。在总计 212 个突发事件

中，一般严重性事件 71 起，较大严重性事件 66 起，重大严重性事件 54 起，特别重大严重性事件 21 起。结合上文中对各类型突发事件的样本数量分布情况的描述，可以看出社会安全事件虽然是日常生活中最频繁发生的突发事件类型，但其严重性程度相较于其他三种类型的事件要小一些，而自然灾害事件虽然发生次数占比较少，但其严重性程度却是四种事件类型中最高的。鉴于突发事件严重性特点的分布情况，建议政府及相关部门应该提前制定或完善相关的应急管理预案，尤其是针对自然灾害突发事件。这样的举措有助于更好地应对潜在的风险，减少灾害带来的损失，并保障公众的生命财产安全。

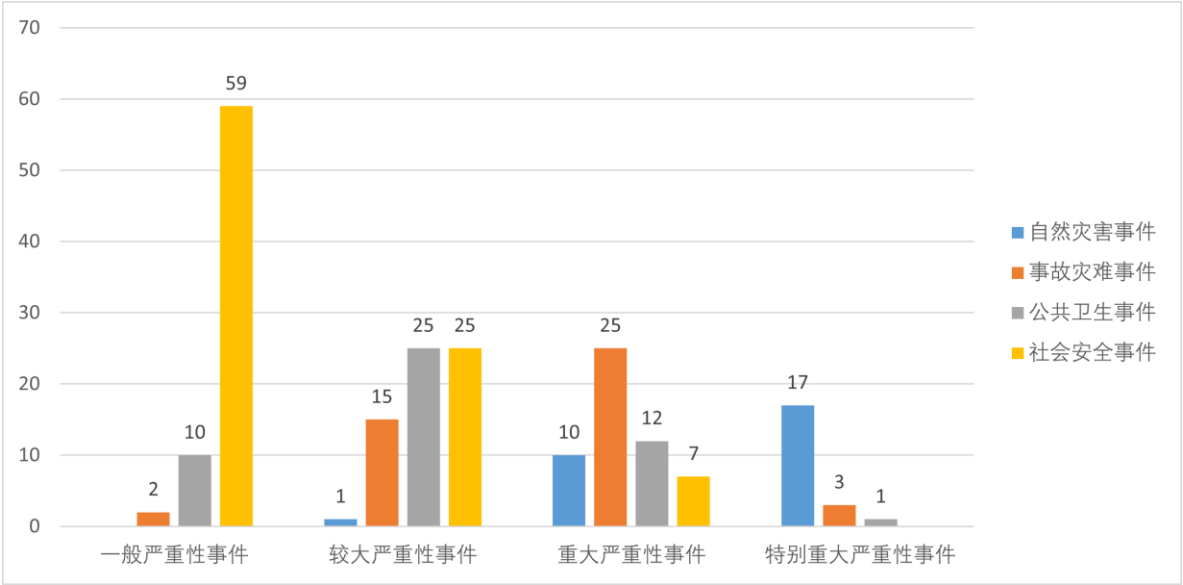


图 5-2 回应事件严重性程度分布图

5.1.2 回应内容特征分布

突发事件回应的信息内容特征分布如图 5-3 所示。从图中可以看出，对于不同类型的突发事件，为提高并保证突发事件回应的透明度，政府或相关部门在进行回应时其回应内容侧重有所不同。

对于自然灾害事件，政府在进行回应时更重视对事件具体数据信息的披露，结合具体回应内容来看，主要是对自然事件造成经济损失情况、基础设施损毁情况等实际数值的公布，这些信息的披露在提升信息准确性的同时，也能让公众清楚地了解到自然灾害的破坏力，可以提高公众的风险意识和预防行为意图。

对于事故灾难事件，政府回应的重点在于对事件造成的负面影响信息的披露和

具体损失数据的公开。事故灾难事件的发生往往与人为因素相关，所以政府主动揭示事件的负面影响及实际破坏程度，有助于消除公众对政府工作的疑虑，维护政府形象，并展现政府积极承担责任、接受公众监督的态度。

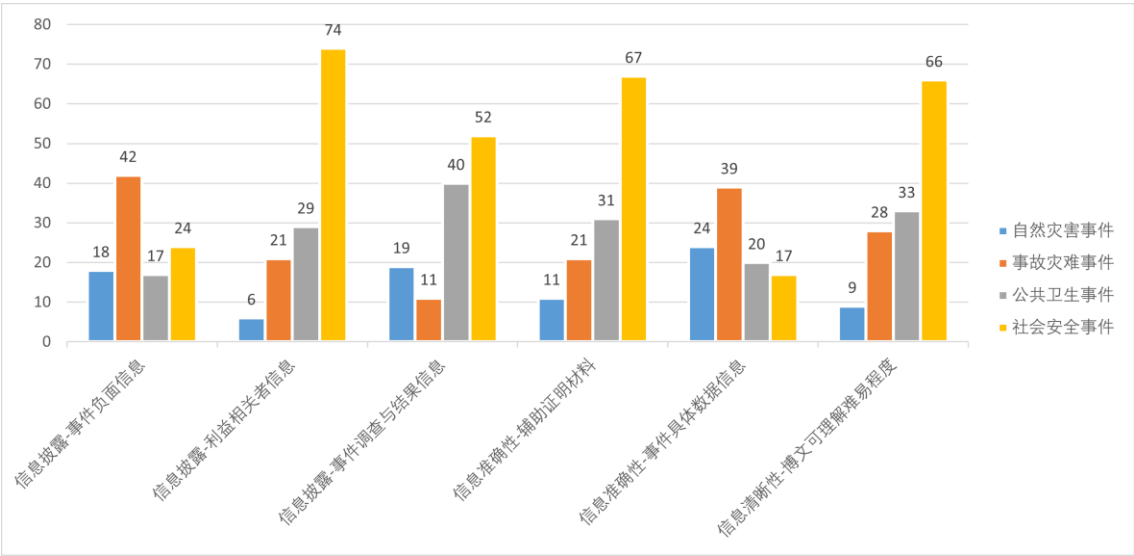


图 5-3 回应内容分布图

对于公共卫生事件，特别是那些具有传染性的公共卫生事件，它们往往会造成跨地区、跨国家的传播，严重威胁社会的健康安全，对公众生命安全和医疗资源构成巨大挑战。因此，政府在回应此类事件时，应重点调查事件原因，深入追根溯源，并及时公开调查结果。通过披露事件调查结果和处理措施，政府能够有效帮助公众预防潜在危机和风险，从而保障公众的健康安全。

对于社会安全事件，由于其往往涉及具体个人、企业或组织，政府在回应时更加注重披露事件中利益相关者的处理结果。通过公开事件责任人的处理结果以及对受害者的慰问情况，政府能够提升事件管理和应对过程的透明度和公开性，使公众更好地了解并监督政府的管理活动，进而增强政府的责任感和公信力。

总体而言，针对不同类型的事件，政府在回应时应根据事件特点和公众关切，有选择地披露相关信息，以增强政府的透明度和公信力，同时保障公众的利益和安全。

5.1.3 回应表达特征分布

从图 5-4 中可以看出，政府在回应各类突发事件时积极运用同理心情感表达的现象，这充分体现了政府对受突发事件影响公众的共情与深切关切。在回应中展现同理心，可以让受突发事件影响的人感受到关怀和支持，从而增强他们对组织的信任和信心。

从总体来看，政府在进行突发事件回应时更偏向使用消极情绪语言。这种消极情绪的描述与表达，实际上传递了政府及相关部门对事件负面结果的关心与忧虑，有助于提醒公众保持对危机事件的警惕性，从而避免进一步的损失与危害。在针对自然灾害这类严重性程度较高、损失破坏巨大的突发事件时，政府更多地采用积极情绪表达的方式进行回应。这是因为积极情绪描述在自然灾害突发事件回应中，能够有效缓解公众的恐慌与焦虑情绪，提升他们的情绪稳定性与应对能力。同时，积极情绪框架还能够鼓励公众团结合作、怀抱希望，积极面对危机、寻找解决方案并采取实际行动。

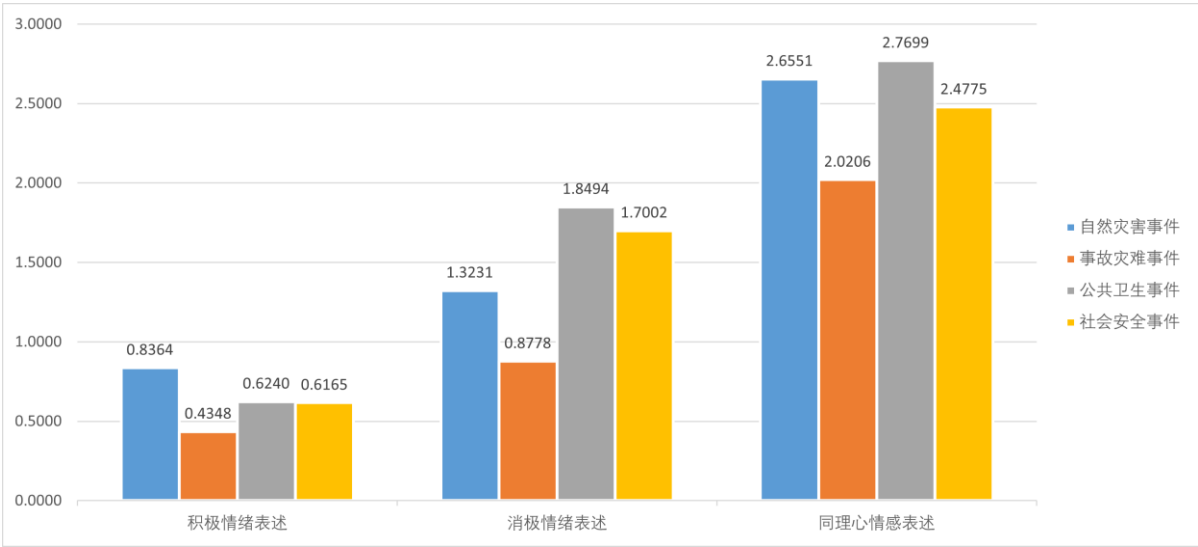


图 5-4 回应信息表达分布图

5.2 变量相关性分析和共线性检验

利用相关性分析可以初步判断各变量间的相关程度和影响方向。由表 5-1 可知，本研究的各变量之间具有显著的相关性，且相关系数均小于 0.5，共线性检验 VIF 值小于 5，无显著共线性问题，可以进行下一步假设检验。

表 5-1 相关性信息与描述性统计

	RA	TD1	TD2	TD3	TA1	TA2	TC	PEM	NEM	EP	CL	Picture	Video	URL	Tag	@
RA	1															
TD1	-.256***	1														
TD2	.109	-.173***	1													
TD3	.016	-.079	.043	1												
TA1	.243***	-.193**	.185***	.102	1											
TA2	-.371***	.423***	-.220***	-.030	-.258**	1										
TC	.295***	-.094	.032	-.145***	.214**	-.220***	1									
PEM	-.151*	-.054	-.075	-.068	.023	.041	-.065	1								
NEM	.165**	-.136**	.020	.141***	.106	-.117*	.095	-.016	1							
EP	.151**	-.060	-.091	.090	.114*	.004	.131*	.333***	.782***	1						
CL	-.417***	.372***	-.260***	.049	-.250**	.589***	-.311***	.037	-.062	-.006	1					
Picture	-.055	.033	-.047	-.010	.039	.048	.011	.053	.024	.108	.010	1				
Video	.013	.001	.048	.040	-.047	.006	.019	-.023	-.036	-.104	-.041	-.272***	1			
URL	-.015	-.064	.155**	.008	.013	.061	.052	.053	-.064	-.100	.027	-.177***	.162**	1		
Tag	.226***	-.175**	.015	-.004	-.069	-.014	.200**	-.019	.087	.039	-.165**	-.018	-.076	.094	1	
@	.032	.008	.014	-.055	-.116*	-.089	.067	-.096	.058	.003	-.138*	.082	.023	-.006	-.540	1
Mean	57615.74	.492	.614	.575	.614	.472	.642	.609	1.51	2.47	1.099	.717	.208	.349	.943	.165
Std	216164.6	.501	.488	.495	.488	.500	.481	.894	1.333	1.771	.966	.452	.407	.478	.232	.372
Min	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Max	2587196	1	1	1	1	1	1	5.357	9.589	10.959	3	1	1	1	1	1
VIF	\	1.35	1.16	1.09	1.23	1.81	1.28	1.56	3.68	4.27	1.81	1.13	1.14	1.13	1.16	1.08

注：“*”表示变量之间的相关系数显著，显著性水平设置为 0.01。

5.3 检验结果分析

为了探究回应特征对公众回应认可度的影响，本研究运行了带有控制变量的基本模型，然后运行了 9 个独立的模型。如表 5-2 所示，Model（1）为基本模型，主要考察 5 个控制变量对回应认可度的影响。

Model（2）-（4）检验了回应内容特征（信息披露、信息准确性、信息清晰性）如何影响公众对突发事件回应的认可度。

Model（5）-（6）则检验了回应表达特征（情绪语言和同理心语言）如何对公众的回应认可产生的影响。

Model（7）-（9）检验了事件严重性对回应内容特征和表达特征与公众认可度之间影响关系的调节作用。

5.3.1 回应内容特征假设检验

Model（2）检验了信息披露的作用，即在突发事件回应中，披露哪些与突发事件相关的信息会对回应认可度产生影响。结果显示，披露事件利益相关者的信息/关系（TD2； $\beta=0.688$ ， $p<0.01$ ），解释和分析突发事件发生的原因和过程的信息（TD3； $\beta=0.213$ ， $p<0.05$ ）对公众回应认可度具有积极显著影响，但在回应中主动披露突发事件造成的负面影响对回应认可度有消极影响（TD1； $\beta=-0.831$ ， $p<0.05$ ）。因此，H1 得到部分验证，突发事件回应中，信息披露内容会影响公众对回应的认可度，且不同的披露内容对公众回应认可度的影响程度不同。

Model（3）解释了突发事件回应中如何通过保证信息准确性来改变公众对回应的接受。对于保证回应准确性中，当回应中提供辅助的信息证明材料或文件时，该回应更容易得到公众的认可（TA1； $\beta=1.101$ ， $p<0.001$ ）；但与之相反的是，在回应信息中公布具体、真实的事件数据时，公众对于该回应的认可度反而会降低（TA2； $\beta=-1.600$ ， $p<0.001$ ）。因此，H2 部分成立，公众对于突发事件回应准确性的认知受到不同的准确性检验方式影响，回应信息准确性验证方式会影响公众对回应的认可与接受。

Model（4）检查了信息清晰性的作用，即通过提高突发事件回应文本的可理解

性来改变公众对回应的态度。分析结果显示，越清晰的突发事件回应更容易得到公众的认可（ $\beta=0.764$, $p<0.01$ ）。该结果支持 H3。

5.3.2 回应表达特征假设检验

Model（5）考察了两种不同情绪语言线索对回应认可度的影响作用。从结果可知，在回应中使用积极情绪语言对公众回应的认可度具有显著且负向的影响（PEM； $\beta=-0.486$, $p<0.001$ ）；而突发事件回应中的消极情绪语言对回应认可度无显著影响（NEM； $\beta=0.118$, $p=0.208$ ）。该结果不支持 H4a、H4b，突发事件回应的情绪线索对于公众回应认可度的提高不存在积极效用。

Model（6）则说明了突发事件回应文本采用同理心情感语言线索对公众回应认可的影响效果。突发事件回应博文的同理心表达与传递能引发公众的情感共鸣，对回应认可度有积极显著影响（ $\beta=0.425$, $p<0.05$ ）。H5 得到验证，数据结果显示突发事件回应中的同理心语言能够促进公众对回应的认可与接受。

表 5-2 假设检验结果

回应认可度	Model (1)	Model (2)	Model (3)	Model (4)	Model (5)	Model (6)	Model (7)	Model (8)	Model (9)
控制变量									
Picture	-.854** (.001)	-.588* (.022)	-.355 (.125)	-1.153*** (.000)	-.738** (.005)	-.834** (.002)	-.398 (.101)	-.383 (.115)	-.420+ (.091)
Video	.744* (.018)	1.175*** (.000)	.349 (.188)	.617* (.047)	.577+ (.063)	.760* (.017)	.251 (.389)	.478+ (.061)	.587* (.026)
URL	-.355 (.161)	-.556* (.025)	-.493* (.026)	-.463+ (.074)	-.501* (.042)	-.362 (.153)	-.377+ (.096)	-.431* (.048)	-.489* (.026)
Tag	1.942*** (.000)	1.681** (.001)	2.225*** (.000)	1.876*** (.000)	1.884*** (.000)	1.979*** (.000)	.994+ (.056)	1.298** (.009)	1.682*** (.000)
@	-.448 (.148)	-.711* (.018)	-.142 (.606)	-.608+ (.052)	-.525+ (.084)	-.440 (.159)	-.354 (.240)	-.563* (.038)	-.517+ (.065)
回应内容特征									
TD1		-.831* (.018)					-.830* (.032)		
信息披露 TD2		.688** (.005)							
TD3		.213* (.049)					.780* (.020)		
信息准确性 TA1			1.101*** (.000)						
TA2			-1.600*** (.000)						
信息清晰性 TC				.764** (.005)					
回应表达特征									
积极情绪 PEM					-.486*** (.000)			-1.264*** (.000)	
消极情绪 NEM					.118 (.208)			-.933** (.005)	

同理心	EP					.425** (.002)			.703* (.012)
回应事件特征									
较大严重性事件							-1.805 ⁺ (.081)	-.812 ⁺ (.093)	-.555 (.290)
重大严重性事件							-1.865* (.035)	-2.781*** (.000)	-2.718*** (.000)
特别重大严重性事件							-1.845 (.269)	-3.413*** (.000)	-3.381*** (.000)
调节作用检验：									
(1) 信息披露TD1×事件严重性									
较大严重性事件							1.421** (.007)		
(2) 信息披露TD3×事件严重性									
重大严重性事件							-1.438* (.032)		
(3) 积极情绪 (PEM) ×事件严重性									
较大严重性事件								1.441** (.001)	
特别重大严重性事件								1.798* (.047)	
(4) 消极情绪 (NEM) ×事件严重性									
较大严重性事件								1.758*** (.000)	
(5) 同理心 (EP) ×事件严重性									
较大严重性事件									-1.175*** (.000)
Constant	9.611***	9.403***	8.707***	9.441***	9.760***	9.636***	9.843***	10.782***	10.497***
lnalpha	.987***	.917***	.744***	.964***	.941***	.986***	.569	.708	.768***
Pseudo R ²	.0055	.0102	.0217	.0071	.0087	.0056	0.033	0.0240	.0202

注：*** p<.001, ** p<.01, * p<.05, + p<.01, 括号中为 p 值；为便于阅读，交互项系数不显著的变量检验结果未呈现

5.3.3 回应事件特征假设检验

紧急事件严重性的调节效应结果显示，紧急事件严重性主要调节了边缘路径上回应表达特征对公众回应认可度的影响，对中心路径上信息透明度与回应认可度之间的调节作用不明显。

表 5-2 中的 Model（7）显示了事件严重性在信息披露与回应认可度之间的调节作用。检验结果显示，事件的负面影响（TD1）和事件发生原因和过程的说明信息（TD3）与事件严重性构成的交互项对公众的回应认可度具有显著影响。TD1 与 CL 的交互项系数显著为正，TD3 与 CL 的交互项系数显著为负，说明事件严重性弱化了 TD1 对回应认可度的负面影响和 TD3 对回应认可度的正面影响。图 5-5 和图 5-6 展示了变量的边际效应图。虽然事件严重性在调节信息披露与公众回应认可度之间的关系时起到了复杂而关键的作用，但对于中心路径上的其他线索，我们的研究未证明事件严重性对它们的调节作用。因此，综合来看，H6 假设未通过检验。

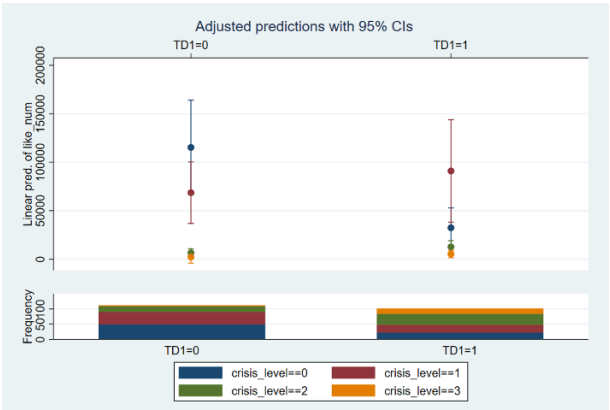


图 5-5 TD1×CL 调节作用边际效应图

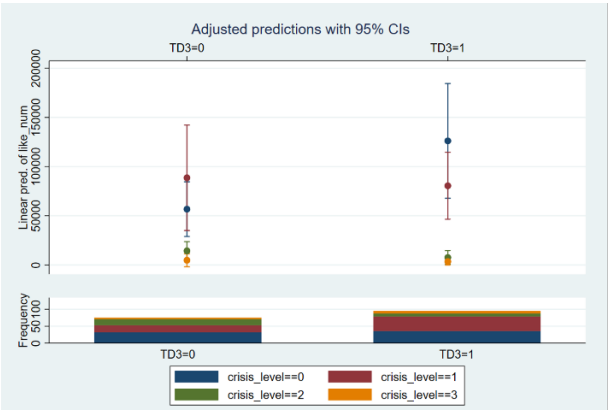


图 5-6 TD3×CL 调节作用边际效应图

表 5-2 中 Model（8）至（9）的结果揭示了事件严重性如何调节回应表达特征与公众对突发事件回应认可度之间的关系。检验结果显示，事件严重性与情绪语言（积极情绪语言和消极情绪语言）之间存在显著的交互作用且交互项系数显著为正，说明事件严重性弱化了情绪语言对公众回应认可度的负面影响。对同理心语言的结果显示，它与事件严重性的交互项系数显著为负，说明事件严重性弱化了同理心语言对公众回应认可度的正面影响。图 5-7、5-8、5-8 分别展示了回应表达特征的边际效应图。综合来看，情绪语言随着事件严重性程度的增加，负面效果减弱，而同理心语言作用正面效果减弱。所以，综合来看 H7 通过检验。

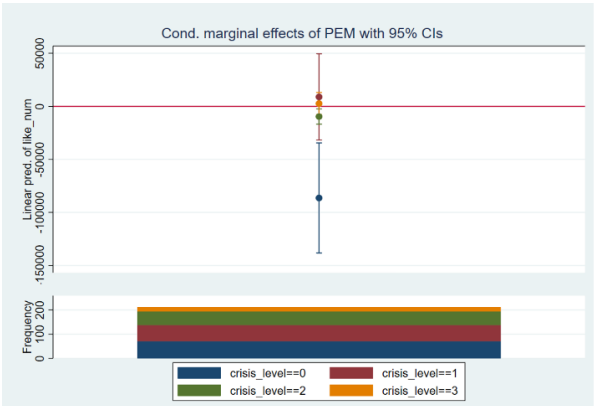


图 5-7 PEM×CL 调节作用边际效应图

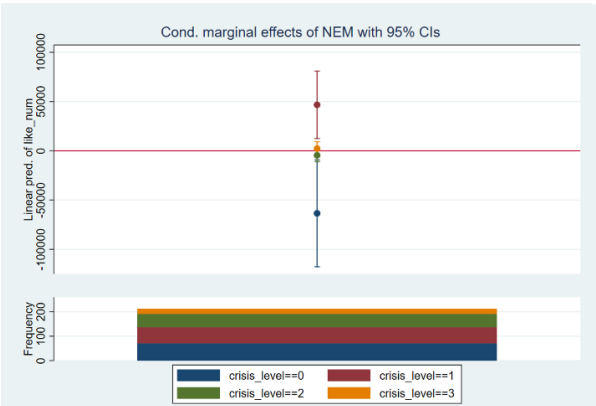


图 5-8 NEM×CL 调节作用边际效应图

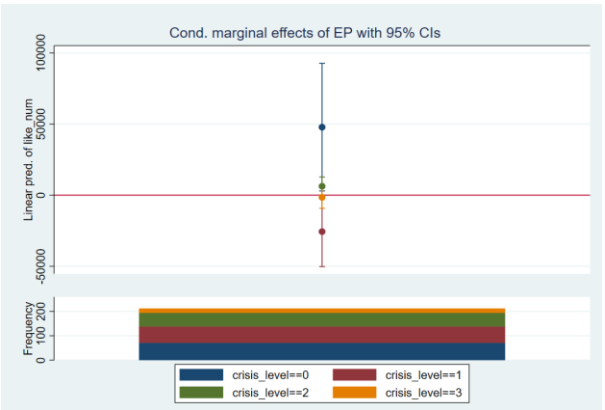


图 5-9 EP×CL 调节作用边际效应图

5.4 稳健性检验

基于对模型稳健性的深入考量，本研究进一步采用了泊松回归模型以进行稳健性检验。表 5-3 详细展示了泊松回归模型在检验回应特征与公众认可度之间影响关系方面的稳健性测试结果（完整稳健性检验结果见附录 A）。

泊松回归模型的结果显示，除了回应表达特征中的消极情绪和同理心与负二项回归模型的结果存在不一致外，其余回应特征的检验结果均与负二项回归模型的结果保持一致。这一发现不仅证实了本研究结论的有效性和稳定性，还进一步增强了本研究模型的准确性和解释力度。

表 5-3 泊松回归分析结果

回应认可度	Model (1)	Model (2)	Model (3)	Model (4)	Model (5)	Model (6)
控制变量						
Picture	-.857*** (.000)	-.831*** (.000)	-.746*** (.000)	-.858*** (.000)	-.807*** (.000)	-.852*** (.000)
Video	.344*** (.000)	.346*** (.000)	.417*** (.000)	.345*** (.000)	.374*** (.000)	.336*** (.000)
URL	-.893*** (.000)	-.975*** (.000)	-.792*** (.000)	-.895*** (.000)	-.825*** (.000)	-.908*** (.000)
Tag	1.525*** (.000)	1.318*** (.000)	1.794*** (.000)	1.496*** (.000)	1.562*** (.000)	1.537*** (.000)
@	-.143*** (.000)	-.0869*** (.000)	-.252*** (.000)	-.156*** (.000)	-.204*** (.000)	-.133*** (.000)
回应内容特征						
		-.579*** (.000)				
信息		.627***				
披露		(.000)				
		.391***				
		(.000)				
信息			1.182*** (.000)			
准确性			-1.615*** (.000)			
信息				.0954*** (.000)		
清晰性				(.000)		
回应表达特征						
积极					-.472*** (.000)	
情绪					(.000)	
消极					.0117*** (.000)	
情绪					(.000)	
同理心						-.0307*** (.000)
Constant	9.611***	9.965***	9.390***	10.186***	10.331***	10.281***
Pseudo R ²	.0988	.1604	.3081	.0994	.1241	.0997

注: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .01$, 括号中为 p 值

第6章 结果讨论

6.1 回应内容特征结果讨论

突发事件回应内容特征的检验结果显示，提高回应的透明度可以有效提升公众对回应的认可度。这一结论与当前关于信息透明度研究的主张相一致^[27, 38, 60]，即更高的信息透明度有助于组织在突发情况下更好地应对困境。

突发事件回应中披露与事件相关的信息确实会改变公众对回应的认可度，但具体的影响效果则取决于披露的实质性内容。检验结果显示，与利益相关者相关的信息是影响回应认可度最显著的因素。这可能是因为这类信息与公众的生活和切身利益紧密相关。这种对利益保障的关切是人类天生的利己性和独立性的体现，也是公众在面对不确定性时寻求安全和稳定的一种本能反应^[95]。

在信息准确性维度上，在回应中添加辅助的证明文件对提高回应认可度最为显著。真实准确的信息可以给紧急情况下的人们提供正确的指导，可以消除错误信息对公众判断和处理信息的能力负面影响^[87]。尽管官方账号发布的信息通常被视为最可信的信息来源，但在突发事件情境下，仅依赖信息来源的可靠性并不足以满足公众对信息真实性的需求，而提供更多的信息准确性验证方式，能够增强公众在紧急情况下的信息安全感。

通俗易懂的突发事件回应更容易获得公众的认可与接受。突发事件回应的目的在于及时与公众进行信息交流与沟通，为公众提供有效的信息指导。因此，确保公众能够清晰明了地理解信息内容是有效回应的关键要求之一。尽管行业术语可以体现回应的专业性，但却降低其可理解性和可读性，不符合公众需求。

6.2 回应表达特征结果讨论

我们的研究结果对突发事件回应中情绪语言的使用有新的发现。回应中积极或消极的情绪语言会减弱公众对回应的认可。这可能是因为，当回应中的情绪色彩过

于突出时，它可能会引发公众的质疑和反感。强烈的情绪语言可能使得回应显得主观和偏颇，降低了其客观性和可信度。公众可能会怀疑回应背后的真实意图和动机，进而对回应内容产生怀疑和不信任^[16]。

对于突发事件回应中的同理心，研究结果证明，同理心表达有助于提升公众对回应的认可，这与现有危机沟通中关于同理心的研究结果相一致^[14, 74, 96]。在突发事件发生后，公众的情感诉求也是政府应急管理中的一大重点。通过在回应中表达同理心，政府部门能够传递出对公众情感需求的关注。这种情感表达能够积极回应公众诉求，使公众感受到政府的人文关怀，从而更愿意接受突发事件回应，并遵循其中的政策指令。

6.3 回应事件特征结果讨论

本章中检验了突发事件严重性对回应内容特征和表达特征与公众回应认可度之间关系的影响。研究结果证实了，事件特征作为影响公众信息需求改变的要素之一，会导致公众对回应中不同特征的关注。

在突发事件严重性的调节作用检验中，从整体的结果来看，事件严重性特征的调节作用主要发生在回应表达特征与公众回应认可之间，对于回应内容与公众认可之间的调节作用较弱。具体而言，随着突发事件的严重性程度增加，回应文本中传递的情绪感受对公众回应认可的负面影响显著减弱。这从侧面揭示了危机情境下，公众对回应文本中的情绪情感线索的关注度显著上升。在面临高风险事件时，个体对信息内容的关注程度明显减弱，更倾向于依赖外部信息线索进行信息处理，这可能与人的心理和认知因素紧密相关。

首先，个体的情绪因素在决策过程中起到关键作用。高风险事件往往引发人们的恐惧、焦虑和压力，这些负面情绪会干扰冷静思考和理性判断^[80]。为了缓解这些情绪，人们更容易寻求简单而快速的信息处理方式。使用外部信息线索，如文本情绪或信源可信度，提供了一种快速评估信息的方法，以减少不确定性和焦虑感。

其次，认知偏差也影响了信息处理方式。人们在认知上存在偏向，例如对于新信息的选择性注意和加工，更容易接受符合自身观点和期望的信息。当面临高风险事件时，人们可能倾向于接受那些与自身立场相符的信息，并忽视或排斥与之相悖

的信息。这种认知偏差导致人们更容易受到文本情绪和信源可信度等外部线索的影响，而不是更深入地处理信息^[4]。

此外，信息过载也是一个重要因素^[87]。在当今信息爆炸的时代，人们面临大量的信息输入，必须迅速筛选和处理。面对高风险事件，人们可能没有足够的时间和认知资源来进行全面、深入的信息处理。因此，他们更倾向于依赖简化的信息线索来快速做出决策。

6.4 建议与启示

6.4.1 基于内容特征的突发事件回应建议

前文的研究结果已经明确指出了突发事件回应的内容特征对公众认可度的显著影响。内容特征的完善不仅关乎信息披露的广度，更涉及到其深度、准确性和清晰性。通过精准、全面地披露与事件相关的核心信息，能够消除公众的信息焦虑，满足其对于信息的需求，进而提升公众对回应的透明度和认可程度。

信息披露作为透明度的核心维度，强调了信息内容的重要性。披露那些核心且最受公众关注的信息，不仅能够提升回应的有效性，还能增强公众的认可度^[97]。实质性的内容披露能够引发公众的深入思考，从认知层面长久地改变公众对回应的态度，进而赢得公众的支持与认可。

社交媒体的普及为信息传播提供了便捷的渠道，但也导致了虚假信息、谣言和低俗信息的泛滥，给相关组织的突发事件回应工作带来了巨大挑战^[42, 45]。受到误导信息的干扰，回应的准确性常受到公众质疑，这使得信息源无法单独作为检验回应内容可靠性的标准。因此，政府及相关组织需要提供更多可验证信息准确性的方式，如添加相关证明文件，以确保回应的有效性。这些证明文件，如法律法规、公章证明等，能消除错误信息对公众判断和处理信息的负面影响，从而显著提高公众对回应的认可度。

在与公众沟通的过程中，共识沟通同样重要。组织与公众之间往往因为缺乏共同理解的语言而增加了突发事件应急管理沟通的难度。因此，在舆情引导中，应注重回应话语的清晰性表达，将专业术语转化为公众易于理解的话术，从而与公众达成共识沟通，进一步提升突发事件回应的有效性。

综上所述，相关组织在社交媒体发布突发事件回应时，应仔细考虑回应信息的内容特征，确保其符合公众需求，展现政府透明处理突发事件的决心与行动。这样不仅能保障公众的知情权和监督权，还能引导网络讨论走向积极正确的方向，有效提升突发事件回应的综合引导水平。

6.4.2 基于表达特征的突发事件回应建议

社交媒体，作为组织发布突发事件回应的重要渠道，提供了多样化的语言符号工具，构建了特有的信息发布体系。然而，这种次生网络语言文化的兴起与普及，对政府传统严肃的文字表达方式形成了显著冲击。因此，组织在利用社交媒体进行回应时，必须完善其回应机制。具体而言，应摒弃过于“公文式”的语言表达方式，减少“公告”、“公文”、“通报”等公式化的信息组织形式，并在回应中增加对公众情感的人文关怀，以更贴近公众的表达方式传递信息。

在突发事件回应中，信息发布者在表达情感时需审慎权衡个性化和权威性的关系。务必保持政府组织的沉稳可靠形象，避免情绪化的发文，既不刻意迎合网络舆论的情绪表达，也不过度煽情，以维护并赢得公众的广泛认可与信任。同时，巧妙地运用同理心语言，能够有效触发公众的情感共鸣，显著提升政府与公众之间的危机沟通效率，进而赢得公众的真心支持与认可。组织在关键时刻的适时介入，给予公众真挚的情感关怀，有助于引导公众情绪态度，积极影响事件的后续发展。

在回应中，通过语言文字的巧妙运用，多使用具体化、形象化和个人化的表达方式，使语言更具生动性和贴近性。这样，不仅能够巧妙地获得公众的情感认同，使他们从回应中深切感受到政府的关心与关注，形成强烈的情感共鸣，更能发挥同理心的凝聚力，有效吸引受众、促进理解，最终实现共识达成的突发事件回应效果。

6.4.3 基于事件特征的突发事件回应建议

突发事件发生后，由于不同严重程度的事件对公众的伤害程度和对社会的影响程度迥异，政府在应对时会展现出异质性^[1]。同时，从突发事件本身来看，不同类型的突发事件其发生原因、回应主体、处置策略以及结果和影响都各不相同，这些因素都将深刻影响政府在突发事件回应的内容和形式选择^[20]。此外，突发事件的特点会影响人们的责任归因和风险评估，也影响了组织的危机沟通方式^[27, 98]。所以，在

应对突发事件的过程中，应重视事件的差异性和环境背景，对程度各异的突发事件采取适配的沟通与管理方式，达到最优的事件处理效果。

组织在回应突发事件的过程中，必须全面考虑事件的类型、影响规模、严重程度以及事件责任等因素，并据此制定精准的回应策略，以提高公众对回应的认可度。该做法不仅有助于提升组织的危机管理能力，也能有效地维护公众利益和社会稳定。

第7章 结论与展望

7.1 研究结论

本研究以社交媒体为中介的危机沟通理论为基石，结合 ELM 模型，深入探讨了突发事件背景下，回应信息的内容特征和表达特征如何影响公众对回应的认可度。通过实证研究方法，运用负二项回归与分层回归分析，揭示了信息内容与表达方式在突发事件情境中对公众回应认可度的关键影响。研究得出以下重要结论：

首先，突发事件回应的信息透明程度是影响回应认可度的重要因素。在社交媒体环境下，保障公众对突发事件的知情权至关重要，组织需全面、准确地传递相关信息。所传递信息的内容质量影响着公众情绪和对回应效果的评价。信息透明度的提升有助于公众正确认知组织的工作努力，将注意力聚焦于事件本身，从而避免认知偏差，减少网络舆情危机的发生。

其次，在突发事件的应对与管理中，除了对事件本身的妥善处理，关注并回应公众的情感需求同样至关重要。尽管组织通过公开事件处理进程可以有效缓解信息不对称问题，但公众在突发事件中往往处于焦虑、恐慌和不安的状态。面对这一挑战，组织需运用富含情感的语言文字对公众进行引导，以疏导消极情绪，激发积极情绪。然而，在此过程中，组织必须谨慎平衡积极与消极情绪的表达，以及对公众感受和处境的关心程度。过度情感化的表达可能会干扰公众对回应内容的正确理解，因此，保证回应的客观性至关重要。通过适度、恰当的情感表达，组织可以在确保信息准确传递的同时，有效缓解公众情绪，提升其对回应的认可度和满意度。

最后，本研究基于 ELM 模型，讨论了突发事件性质对回应有效性的影响，揭示了事件性质在回应特征与公众认可之间的调节作用。这不仅丰富了 ELM 模型的应用场景，也为如何基于文本信息提升回应认可度提供了指导。在突发事件回应中，组织应根据事件性质，灵活调整回应内容分配与语言风格，以实现回应效果的最优化。在不同的突发事件情境下，公众对需求是不一致的。组织在进行突发事件回应

时，结合事件性质，进行回应内容的分配与语言风格的选择，有助于优化回应效果。

7.2 研究不足与展望

与所有研究一样，这项研究也有一些局限性。因此，希望这里讨论的局限性可以为未来针对突发事件回应方式的研究提供一些思路和建议。首先，我们使用了一个混合的突发事件的数据，并未根据不同的突发事件类型（包括自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件）对它的文本内容进行分析。不同的突发事件类型，公众对其回应特征的关注重点可能会有所不同。后续可以进行进一步研究与分析。其次，本研究依靠了新浪微博作为唯一的来源来收集数据。根据当前新媒体发展的趋势，短视频平台、微信公众号以及独立的新闻 app 等也会作为发布突发事件回应的渠道。所以，在未来的研究中可以考虑对不同的平台和渠道中突发事件回应特征和其发布效果进行分析。除突发事件回应文本外，其他形式的回应（如新闻发布会和视频信息）是如何发挥作用的，以及在不同的回应方式中信息内容特征和表达特征是否同样发挥了作用都可以进行深入的研究。第三，本研究着眼于突发事件的结束期，考察最后阶段的总结性的突发事件回应特征对公众态度的影响。但是突发事件是具有周期性的，在不同的阶段它的回应内容和方式可能存在差别。未来的研究可以在现有的研究基础上进行扩展，纳入不同的时间阶段，对突发事件回应的特征有更全面的认识。最后，本研究中对于回应信息透明度的三个信息维度（准确性、清晰性和披露）和同理心的测量进行了一个新的尝试，在衡量方法上仍存在不足，希望后续完善。

参考文献

- [1] 安璐, 陈苗苗, 李纲. 社交媒体环境下突发事件严重性评估和预警机制研究 [J]. 图书情报工作, 2021, 65(05): 98-109.
- [2] 刘冰, 张航. 基于民众需求与情感的突发公共卫生事件政府回应策略研究 [J]. 情报科学, 2023, 41(09): 8-18.
- [3] 张泰瑞, 李月琳, 孙劲松, et al. 突发公共卫生事件情境下的公众信息需求——面向政府信息公开的研究 [J]. 图书情报知识, 2022, 39(06): 122-32.
- [4] 刘焕. 公共事件中政府回应对公众认知偏差的影响 [J]. 情报杂志, 2020, 39(01): 107-14.
- [5] KAPLAN A M, HAENLEIN M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media [J]. Business Horizons, 2010, 53(1): 59-68.
- [6] REUTER C, KAUFHOLD M-A. Fifteen years of social media in emergencies: A retrospective review and future directions for crisis Informatics [J]. Journal of Contingencies and Crisis Management, 2018, 26(1): 41-57.
- [7] SIMON T, GOLDBERG A, ADINI B. Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations [J]. International journal of information management, 2015, 35(5): 609-19.
- [8] BUELL R W, PORTER E, NORTON M I. Surfacing the Submerged State: Operational Transparency Increases Trust in and Engagement with Government [J]. Manufacturing & Service Operations Management, 2020, 23(4): 781-802.
- [9] CHEN Q, MIN C, ZHANG W, et al. Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis [J]. Computers in Human Behavior, 2020, 110: 106380.
- [10] 安璐, 陈苗苗. 突发事件情境下政务微博信息发布有效性评估 [J]. 情报学报, 2022,

41(07): 692-706.

- [11] ZHAO D, WANG F, WEI J, et al. Public reaction to information release for crisis discourse by organization: Integration of online comments [J]. *International journal of information management*, 2013, 33(3): 485-95.
- [12] RAO H R, VEMPRALA N, AKELLO P, et al. Retweets of officials' alarming vs reassuring messages during the COVID-19 pandemic: Implications for crisis management [J]. *International journal of information management*, 2020, 55: 102187.
- [13] COOMBS W T. Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory [J]. *Corporate Reputation Review*, 2007, 10(3): 163-76.
- [14] NDONE J, PARK J. Crisis communication: The mediating role of cognitive and affective empathy in the relationship between crisis type and crisis response strategy on post-crisis reputation and forgiveness [J]. *Public Relations Review*, 2022, 48(1): 102136.
- [15] CLEMENTSON D E. Narrative persuasion, identification, attitudes, and trustworthiness in crisis communication [J]. *Public Relations Review*, 2020, 46(2): 101889.
- [16] LEE C H, YU H. The impact of language on retweeting during acute natural disasters: uncertainty reduction and language expectancy perspectives [J]. *Industrial Management & Data Systems*, 2020, 120(8): 1501-19.
- [17] CALLERO P L, BERGER C R, BRADAC J J. Language and social knowledge: Uncertainty in interpersonal relations, F, 1984 [C].
- [18] 胡漠, 张蕴潮. 基于模糊集理论——DEMATEL 方法的突发公共事件短视频舆情衰退关键影响要素识别研究 [J]. *情报科学*, 2023, 41(11): 111-9+61.
- [19] 袁红, 王焘. 基于元人种志和 DEMATEL 的政府开放数据价值实现评价框架研究 [J]. *情报理论与实践*, 2023, 46(04): 131-40.
- [20] 雷玉琼, 梁晓鸣. 地方政府公共危机回应的影响因素研究——基于“主体-事件-客体”框架的组态分析 [J]. *北京航空航天大学学报(社会科学版)*, 2023, 36(01): 90-100.
- [21] 张艳丰, 刘亚丽, 邹凯. 突发公共卫生事件社交媒体用户健康信息焦虑影响因素识别研究 [J]. *图书情报工作*, 2021, 65(08): 65-73.

-
- [22] 郭慧, 雷智博. 建立和完善突发事件舆论引导策略新格局 [J]. 行政管理改革, 2019, (02): 70-5.
- [23] 章昌平, 钱杨杨, 黄欣卓, et al. 公共危机信息传播中的政务新媒体回应能力影响因素研究——基于 2013 年以来 90 个公共危机事件的分析 [J]. 现代情报, 2020, 40(07): 104-13.
- [24] JIN Y, LIU B F, AUSTIN L L. Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management: The Effects of Crisis Origin, Information Form, and Source on Publics' Crisis Responses [J]. Communication Research, 2014, 41(1): 74-94.
- [25] 何祖坤. 关注政府回应 [J]. 中国行政管理, 2000, (07): 7-8.
- [26] COOMBS W T. The value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research [J]. Business Horizons, 2015, 58(2): 141-8.
- [27] HOLLAND D, SELTZER T, KOCHIGINA A. Practicing transparency in a crisis: Examining the combined effects of crisis type, response, and message transparency on organizational perceptions [J]. Public Relations Review, 2021, 47(2): 102017.
- [28] 文宏. 网络群体性事件中舆情导向与政府回应的逻辑互动——基于“雪乡”事件大数据的情感分析 [J]. 政治学研究, 2019, (01): 77-90+127-8.
- [29] 李明, 曹海军. “沟通式”治理: 突发事件网络舆情的政府回应逻辑研究——基于 40 个突发事件的模糊集定性比较分析 [J]. 电子政务, 2020, (06): 32-40.
- [30] 王磊, 易扬. 公共卫生危机中的数字政府回应如何纾解网络负面舆情——基于人民网“领导留言板”回复情况的调查 [J]. 公共管理学报, 2022, 19(04): 65-78+169.
- [31] 郑石明, 兰雨潇, 黎枫. 网络公共舆论与政府回应的互动逻辑——基于新冠肺炎疫情期间“领导留言板”的数据分析 [J]. 公共管理学报, 2021, 18(03): 24-37+169.
- [32] XIE Y, QIAO R, SHAO G, et al. Research on Chinese social media users' communication behaviors during public emergency events [J]. Telematics and Informatics, 2017, 34(3): 740-54.
- [33] NGAI C S B, SINGH R G, LU W, et al. Grappling With the COVID-19 Health Crisis: Content Analysis of Communication Strategies and Their Effects on Public Engagement on Social Media [J]. J Med Internet Res, 2020, 22(8): e21360.

-
- [34] 翟冉冉, 纪雪梅, 王芳. 基于政务微博内容分析的突发公共事件回应方式研究 [J]. 情报科学, 2020, 38(05): 49-57.
- [35] FANNES G, CLAEYS A-S. Putting empathic feelings into words during times of crisis: The impact of differential verbal empathy expressions on organizational reputation [J]. Public Relations Review, 2022, 48(2): 102183.
- [36] SCHNACKENBERG A K, TOMLINSON E C. Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships [J]. Journal of Management, 2014, 42(7): 1784-810.
- [37] 陈娟, 刘燕平, 邓胜利. 政务微博辟谣信息传播效果的影响因素研究 [J]. 情报科学, 2018, 36(01): 91-5+117.
- [38] HOLLAND D, KRAUSE A, PROVENCHER J, et al. Transparency tested: The influence of message features on public perceptions of organizational transparency [J]. Public Relations Review, 2018, 44(2): 256-64.
- [39] SCHNACKENBERG A K, TOMLINSON E, COEN C. The dimensional structure of transparency: A construct validation of transparency as disclosure, clarity, and accuracy in organizations [J]. Human Relations, 2020, 74(10): 1628-60.
- [40] VENKATESH V, THONG J Y L, CHAN F K Y, et al. Managing Citizens' Uncertainty in E-Government Services: The Mediating and Moderating Roles of Transparency and Trust [J]. Information Systems Research, 2016, 27(1): 87-111.
- [41] 纪雪梅, 翟冉冉, 王芳. 突发公共事件政务微博回应方式对公众评论情感的影响研究 [J]. 情报理论与实践, 2020, 43(12): 126-32.
- [42] 唐雪梅, 赖胜强. 网络辟谣信息如何影响受众的感知可信度——信息介入度的调节效应 [J]. 国际新闻界, 2020, 42(08): 27-48.
- [43] 宫贺, 黄苗红, 柯颖妮. 幽默的“两面性”: 社交媒介危机回应的效果与影响因素 [J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(02): 58-76+127.
- [44] 蒙胜军, 尚珏婷, 张帆, et al. 社交媒体中新冠疫情科学信息传播效果与危机应对策略选择影响因素研究——基于科学家群体相关热门微博文本的实证分析 [J]. 图书情报工作, 2022, 66(13): 91-101.

-
- [45]王晰巍, 邱程程, 李玥琪. 突发公共事件下社交网络谣言辟谣效果评价及实证研究 [J]. 情报理论与实践, 2022, 45(12): 14-21.
- [46]ZHAO X, ZHAN M, MA L. How publics react to situational and renewing organizational responses across crises: Examining SCCT and DOR in social-mediated crises [J]. Public Relations Review, 2020, 46(4).
- [47]KI E-J, NEKMAT E. Situational crisis communication and interactivity: Usage and effectiveness of Facebook for crisis management by Fortune 500 companies [J]. Computers in Human Behavior, 2014, 35: 140-7.
- [48]SON J, LEE H K, JIN S, et al. Content features of tweets for effective communication during disasters: A media synchronicity theory perspective [J]. International journal of information management, 2019, 45: 56-68.
- [49]YAN J. Making Sense Sensibly in Crisis Communication: How Publics' Crisis Appraisals Influence Their Negative Emotions, Coping Strategy Preferences, and Crisis Response Acceptance [J]. Communication Research, 2010, 37(4): 522-52.
- [50]邓卫华, 吕佩. 反转或缓解?突发事件政府回应有效性研究——基于在线文本情感分析 [J]. 中国行政管理, 2021, (02): 123-30.
- [51]宋欢迎, 刘聪, 张旭阳. 重大突发公共卫生事件政府回应效果影响因素研究——基于 2011—2020 年我国 36 起重大突发公共卫生事件的实证分析 [J]. 情报理论与实践, 2022, 45(01): 152-8+76.
- [52]PETTY R E, CACIOPPO J T. The Elaboration Likelihood Model of Persuasion [M]//BERKOWITZ L. Advances in Experimental Social Psychology. Academic Press. 1986: 123-205.
- [53]ALON-BARKAT S. Can Government Public Communications Elicit Undue Trust? Exploring the Interaction between Symbols and Substantive Information in Communications [J]. Journal of Public Administration Research and Theory, 2020, 30(1): 77-95.
- [54]FENG X, HUI K, DENG X, et al. Understanding how the semantic features of contents influence the diffusion of government microblogs: Moderating role of content topics [J]. Information & Management, 2021, 58(8): 103547.

-
- [55] SHI J, HU P, LAI K K, et al. Determinants of users' information dissemination behavior on social networking sites: An elaboration likelihood model perspective [J]. *Internet Research*, 2018, 28: 393-418.
- [56] ALLISON T H, DAVIS B C, WEBB J W, et al. Persuasion in crowdfunding: An elaboration likelihood model of crowdfunding performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 2017, 32(6): 707-25.
- [57] 王楠, 陈详详, 祁运丽, et al. 基于详尽可能性模型的用户创新社区创意采纳影响因素研究 [J]. *中国管理科学*, 2020, 28(03): 213-22.
- [58] NEL J, BOSHOFF C. Development of application-based mobile-service trust and online trust transfer: an elaboration likelihood model perspective [J]. *Behaviour & Information Technology*, 2017, 36(8): 809-26.
- [59] DE FINE LICHT J. Transparency actually: how transparency affects public perceptions of political decision-making [J]. *European Political Science Review*, 2014, 6(2): 309-30.
- [60] CURRY A L, STROUD N J. The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions [J]. *Journalism*, 2019, 22(4): 901-18.
- [61] SEEGER M W. Best Practices in Crisis Communication: An Expert Panel Process [J]. *Journal of Applied Communication Research*, 2006, 34(3): 232-44.
- [62] RAWLINS B. Give the Emperor a Mirror: Toward Developing a Stakeholder Measurement of Organizational Transparency [J]. *Journal of Public Relations Research*, 2008, 21(1): 71-99.
- [63] YIN H, LI M, MA Y, et al. The Relationship between Environmental Information Disclosure and Profitability: A Comparison between Different Disclosure Styles [J]. *Int J Environ Res Public Health*, 2019, 16(9).
- [64] ZHU, KEVIN. Information Transparency of Business-to-Business Electronic Markets: A Game-Theoretic Analysis [J]. *Microeconomic Theory eJournal*, 2004.
- [65] 黄种滨, 孟天广. 突发公共危机中的政府信息公开与危机应对 [J]. *电子政务*, 2022, (06): 63-74.
- [66] WIXOM B H, TODD P A. A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology

Acceptance [J]. *Information Systems Research*, 2005, 16(1): 85-102.

[67] 付佳, 喻国明. 表达的具象度与距离感: 危机传播模式中两个关键性变量的效应评测 [J]. *国际新闻界*, 2022, 44(12): 84-108.

[68] AN L, AN N, LI G, et al. Research on the dynamic mechanism of group emotional expression in the crisis [J]. *Telematics and Informatics*, 2022, 71: 101829.

[69] LEE J, HONG I B. Predicting positive user responses to social media advertising: The roles of emotional appeal, informativeness, and creativity [J]. *International journal of information management*, 2016, 36(3): 360-73.

[70] HAN S, LERNER J S, KELTNER D. Feelings and consumer decision making: The appraisal-tendency framework [J]. *Journal of Consumer Psychology*, 2007, 17(3): 158-68.

[71] LERNER J S, KELTNER D. Beyond valence: Toward a model of emotion-specific influences on judgement and choice [J]. *Cognition and Emotion*, 2000, 14(4): 473-93.

[72] WISPE L. The distinction between sympathy and empathy: To call forth a concept, a word is needed [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, 50(2): 314-21.

[73] DECETY J, JACKSON P L. The Functional Architecture of Human Empathy [J]. *Behavioral and cognitive neuroscience reviews*, 2004, 3(2): 71-100.

[74] SCHOOF L, FANNES G, CLAEYS A-S. Empathy as a main ingredient of impactful crisis communication: The perspectives of crisis communication practitioners [J]. *Public Relations Review*, 2022, 48(1): 102150.

[75] CHANG H H, LU Y-Y, LIN S C. An elaboration likelihood model of consumer response to facebook second-hand marketplace: Impulsiveness as a moderator [J]. *Information & Management*, 2020, 57(2): 103171.

[76] 王亚妮, 王君, 姚唐, et al. 什么样的评论更有用? 基于 ELM 的“Meta 分析” [J]. *管理评论*, 2021, 33(05): 246-56.

[77] SHAN S, LIN X. Research on emergency dissemination models for social media based on information entropy [J]. *Enterprise Information Systems*, 2018, 12(7): 888-909.

[78] DUBBINK W, GRAAFLAND J, VAN LIEDEKERKE L. CSR, Transparency and the Role of Intermediate Organisations [J]. *Journal of Business Ethics*, 2008, 82(2): 391-406.

-
- [79] 齐托托, 刘倩, 王天梅, et al. 知识付费产品描述语言风格的说服效应研究——知识生产者声誉的调节作用 [J]. 南开管理评论, 2020, 23(05): 159-70.
- [80] 宋之杰, 王娜, 李爱影, et al. 情绪对突发事件信息加工过程的影响——基于眼动追踪技术 [J]. 情报杂志, 2017, 36(08): 76-80+149.
- [81] BERGER J, MILKMAN K L. What Makes Online Content Viral? [J]. Journal of Marketing Research, 2012, 49(2): 192-205.
- [82] BAI H, YU G. A Weibo-based approach to disaster informatics: incidents monitor in post-disaster situation via Weibo text negative sentiment analysis [J]. Natural Hazards, 2016, 83(2): 1177-96.
- [83] 唐润华, 叶元琪. 灾难叙事中共情传播的模式创新 [J]. 青年记者, 2023, (10): 80-2.
- [84] BARON-COHEN S, WHEELWRIGHT S. The Empathy Quotient: An Investigation of Adults with Asperger Syndrome or High Functioning Autism, and Normal Sex Differences [J]. Journal of autism and developmental disorders, 2004, 34(2): 163-75.
- [85] BERNOULLI D. Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk, F, 1954 [C].
- [86] XU H, GAN Y, ZHENG D, et al. Relationship Between COVID-19 Infection and Risk Perception, Knowledge, Attitude, and Four Nonpharmaceutical Interventions During the Late Period of the COVID-19 Epidemic in China: Online Cross-Sectional Survey of 8158 Adults [J]. Journal of Medical Internet Research, 2020, 22: e21372.
- [87] SOROYA S H, FAROOQ A, MAHMOOD K, et al. From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global health crisis [J]. INFORMATION PROCESSING & MANAGEMENT, 2021, 58(2): 102440.
- [88] 龚栩, 邓胜利. 突发公共卫生事件下多元主体信息披露内容及特征演化研究 [J]. 情报资料工作, 2022, 43(04): 16-26.
- [89] 汪婧, 郭楚晴. 考虑公众风险感知的突发事件风险传播模型及仿真研究 [J]. 运筹与管理, 2023, 32(01): 159-68.
- [90] KIM B, HONG S, CAMERON G T. What Corporations Say Matters More than What They Say They Do? A Test of a Truth Claim and Transparency in Press Releases on Corporate Websites and Facebook Pages [J]. Journalism & Mass Communication Quarterly, 2014, 91(4): 63

811-29.

[91] MENG X, ZENG S, XIE X, et al. Beyond symbolic and substantive: Strategic disclosure of corporate environmental information in China [J]. *Business Strategy and the Environment*, 2019, 28(2): 403-17.

[92] ALHABASH S, MCALISTER A R, HAGERSTROM A, et al. Between Likes and Shares: Effects of Emotional Appeal and Virality on the Persuasiveness of Anticyberbullying Messages on Facebook [J]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2013, 16(3): 175-82.

[93] HILBE J. Negative binomial regression [M]//HILBE J M. *Negative Binomial Regression*. Cambridge; Cambridge University Press. 2011: 185-220.

[94] 温忠麟 侯, 张雷. 调节效应与中介效应的比较和应用 [J]. *心理学报*, 2005, (02): 268-74.

[95] LAKE J, GERRANS P, SNEDDON J, et al. We're all in this together, but for different reasons: Social values and social actions that affect COVID-19 preventative behaviors [J]. *Personality and Individual Differences*, 2021, 178: 110868.

[96] XIAO Y, HUDDERS L, CLAEYS A-S, et al. The impact of expressing mixed valence emotions in organizational crisis communication on consumer's negative word-of-mouth intention [J]. *Public Relations Review*, 2018, 44(5): 794-806.

[97] ZHU L, LI H, HE W, et al. What influences online reviews' perceived information quality? Perspectives on information richness, emotional polarity and product type [J]. *The Electronic Library*, 2020, 38(2): 273-96.

[98] HEGNER S M, BELDAD A D, HULZINK R. An experimental study into the effects of self-disclosure and crisis type on brand evaluations – the mediating effect of blame attributions [J]. *Journal of Product & Brand Management*, 2018, 27(5): 534-44.

附录 A 模型替换法稳健性检验——泊松回归法

Poisson regression
Log likelihood = -9171955.4
Number of obs = 212
LR chi2(44) = 2.39e+07
Prob > chi2 = 0.0000
Pseudo R2 = 0.5659

like_num	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
picture	-.7592469	.0006901	-1100.18	0.000	-.7605995	-.7578943
video	.3287105	.0008616	381.53	0.000	.3270219	.3303992
url	-.3610457	.0007923	-455.68	0.000	-.3625986	-.3594928
tag	.3640798	.0027515	132.32	0.000	.358687	.3694726
at_	.0425631	.0010278	41.41	0.000	.0405488	.0445775
crisis_level						
1	-2.942341	.0035074	-838.90	0.000	-2.949215	-2.935467
2	-3.158205	.0058728	-537.77	0.000	-3.169716	-3.146695
3	-2.737953	.0185421	-147.66	0.000	-2.774295	-2.701612
1.d1	-1.26682	.0014097	-898.67	0.000	-1.269583	-1.264057
1.d2	.7410518	.0013667	542.22	0.000	.7383731	.7437305
1.d3	.3717563	.001044	356.09	0.000	.3697101	.3738025
1.a1	.8124894	.0013089	620.75	0.000	.809924	.8150548
1.a3	.4689216	.0021793	215.17	0.000	.4646503	.4731929
1.c1	-1.317418	.0009772	-1348.19	0.000	-1.319333	-1.315503
posemo	-.7647184	.0011129	-687.12	0.000	-.7668997	-.7625371
negemo	-.9911102	.0009695	-1022.24	0.000	-.9930105	-.9892099
affect	.5398487	.0008013	673.71	0.000	.5382781	.5414192
crisis_level#d1						
1 1	2.486447	.0018787	1323.48	0.000	2.482765	2.490129
2 1	2.128008	.0041912	507.73	0.000	2.119793	2.136223
3 1	1.459559	.0165922	87.97	0.000	1.427039	1.49208
crisis_level#d2						
1 1	.0549979	.0017166	32.04	0.000	.0516334	.0583623
2 1	-.7971355	.0041718	-191.08	0.000	-.805312	-.788959
3 1	-.0345353	.0086356	-4.00	0.000	-.0514607	-.0176098
crisis_level#d3						
1 1	.1220799	.0015637	78.07	0.000	.1190151	.1251447
2 1	-.1096846	.0036432	-30.11	0.000	-.1168252	-.1025441
3 1	-.642135	.0082316	-78.01	0.000	-.6582687	-.6260013
crisis_level#a1						
1 1	.2855872	.0020126	141.90	0.000	.2816426	.2895318
2 1	-.9476209	.0037375	-253.55	0.000	-.9549462	-.9402955
3 1	-.260832	.0074997	-34.78	0.000	-.2755312	-.2461328
crisis_level#a3						
1 1	-2.461373	.002703	-910.61	0.000	-2.466671	-2.456076
2 1	-2.023468	.0039281	-515.13	0.000	-2.031167	-2.015769
3 1	-1.388774	.0272969	-50.88	0.000	-1.442275	-1.335273
crisis_level#c1						
1 1	3.083428	.0018556	1661.69	0.000	3.079791	3.087065
2 1	2.956054	.0039678	745.01	0.000	2.948277	2.963831
3 1	1.614008	.0077914	207.15	0.000	1.598737	1.629279
crisis_level#c.posemo						
1	.7647267	.0016182	472.59	0.000	.7615552	.7678982
2	.2135087	.0034353	62.15	0.000	.2067756	.2202419
3	.9400615	.0100175	93.84	0.000	.9204275	.9596954
crisis_level#c.negemo						
1	1.354218	.0013523	1001.44	0.000	1.351568	1.356869
2	.8925136	.0021461	415.88	0.000	.8883074	.8967199
3	1.407328	.0088196	159.57	0.000	1.390042	1.424614
crisis_level#c.affect						
1	-.8594889	.0011153	-770.65	0.000	-.8616748	-.857303
2	-.2109039	.0021079	-100.05	0.000	-.2150354	-.2067724
3	-.8206435	.0079551	-103.16	0.000	-.8362353	-.8050518
_cons	11.6075	.0033495	3465.40	0.000	11.60094	11.61407

攻读硕士学位期间发表或录用的学术论文

发表或录用论文

- [1] Zhang, X., Huang, Y., Du, L. et al. Exploring the impact of motivations on individual online and offline preventive actions against COVID-19. *Curr Psychol* 43, 12232–12247 (2024). <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04283-z>
- [2] 张雪峰, 黄叶琳. 突发事件政府回应认可度研究——基于在线文本透明度与同理心情感分析[J]. 科技情报研究, 退修已返修.

参与科研项目

- [1] 安徽省哲学社会科学规划项目“公众参与地方政府社会治理创新众包的驱动机理、效果评估与提升对策研究”（项目批准号：AHSKQ2022D064，参与）

致谢

时光荏苒，转瞬即逝，回首走过的求学之路，心中充满感激之情。在这篇论文的撰写过程中，我得到了许多人的关心、支持和帮助，在此，我要向所有支持过我的人们表达我最诚挚的感激之情。

我要由衷感谢我的导师张雪峰老师。您是我求学路上的引路人，您的悉心指导和无私奉献让我受益匪浅。在研究生阶段，您不仅传授给我学术知识，更是教会我扎实的研究方法和坚韧的科研精神。您的言传身教使我受益终身，我将永远铭记在心。

感谢研究生三年共同学习进步的同门师兄师弟，在学习和科研的道路上，有你们的陪伴和指导让我倍感温暖和安心。感谢你们的帮助和支持，让我学到了很多更多的知识和经验。

感谢我的家人，在我求学生涯中，你们一直是我坚强的后盾。是你们的支持和鼓励让我坚定前行，无论遇到什么困难和挑战，都能从你们那里获得力量和勇气。谢谢你们一直以来对我的无私奉献和理解，我会更加努力，让你们为我骄傲。

感谢所有在学习和生活中帮助过我的老师、同学和朋友们。在交流互助的过程中，我收获了友谊和真挚的情谊，你们的陪伴和支持让我感到温暖和幸福。每一次的合作和交流都让我受益匪浅，让我更加坚定了前行的步伐。

最后，感谢所有曾经帮助过我的人们。是你们的善意和帮助，让我度过了求学生涯中的艰难时刻，让我在追寻知识的道路上不再感到孤单。愿我们在未来的道路上继续携手前行，共同努力，共同成长！

在此，我要向所有支持和帮助过我的人们致以最诚挚的感谢！愿我们在人生的旅途中继续相互扶持，共同开创美好的未来！