

突发公共卫生事件

风险感知视角下
公众应急响应行为调研

指导老师：沈军威

杨帆 宋金铃 陈一豪 安晨昕 成琦

目录

一、调研背景	3
二、调研目的	3
三、调研对象	3
四、调研时间及研究方法	4
（一）调研时间	4
（二）研究方法	4
五、研究思路及模型构建	5
六、结果及可视化分析	6
（一）描述性统计	6
（二）相关性检验及回归分析	6
（三）火眼金睛可视化分析	7
七、调研结论	10
（一）信息来源显著影响公众的风险感知	10
（二）信息色彩显著影响公众的风险感知	10
（三）信息时效性方面感知程度更高	10
（四）风险感知显著影响公众对疫情事件和防疫的态度	10
八、政策建议	11
（一）加强对疫情相关信息的管控力度	11
（二）实时更新疫情动态信息，管控信息传播	11
（三）对公众做好健康教育，完善其对疫情认知	11
（四）对因疫情造成较大经济损失的予以一定的补贴	11
（五）做好人文关怀	12
九、研究局限及未来展望	12
参考文献	12
附录	13

一、调研背景

突发性公共卫生事件（以下简称为“事件”）是指突然发生的、造成社会公共健康严重损害的事件，包括有重大传染病疫情、重大食物或职业中毒以及其他严重影响公众健康的事件^[1]。对事件的预警和应急早在 2003 年中国爆发 SARS 疫情后就有大量且系统的研究。其中就有关于事件应急响应机制的研究^[2]。

自 2019 年底新冠疫情爆发以来，全球范围内都受到了波及，尽管在国内，新冠疫情的传播已经得到了有效控制，但在抗疫过程中，我国付出了惨重代价，即使到 2022 年，疫情仍在各地有反弹，同时在防控疫情中仍旧暴露出许多可以继续优化的问题：包括防控决策和管理部门横向联动的灵活性不足^[3]、医疗体系的漏洞、社会信息的混乱等^[4-8]。这些宏观上存在的问题，具体到公众身上就有可能诱发新的问题与矛盾，影响疫情防控工作的顺利推进。超市哄抢食物、大量风险区居民擅离隔离区，以及抢购“莲花清瘟”的现象，都是由公众所接收的信息及其心理风险感知诱发的。

综上可知，在新冠疫情大背景下，为探究信息流对公众响应行为的影响，进一步为开展的疫情防控措施提供科学有效的建议。我们小组基于风险感知视角，开展了针对突发公共卫生事件中对公众应急响应行为预测模型研究，并撰写如下调研报告，为提高公众积极性响应行为提出建议。

二、调研目的

本小组从疫情中公众角色出发，聚焦社会信息的流动，从公众的风险感知视角，试图通过探究社会信息特征在风险感知的中介作用下，如何影响公众对疫情防控的配合情况，以此构建公众应急响应模型，以分析公共突发事件下公众心理及行为变化，提出对社会信息的规范的建议，协助疫情防控的顺利开展，提高疫情防控效率和效益。

三、调研对象

调查对象为社会人员与在校大学生，从学历、疫情期间扮演角色、所处地区风险等级、对公众信息特征感知、公众风险感知、公众响应行为等方面开展具体调研。

四、调研时间及研究方法

（一）调研时间

调查时间为 2022 年 1 月 30 日至 2022 年 2 月 30 日，调查过程中我们需要解决的主要问题如下：设计合理有效的调查问卷；确定一些适合采访的调查对象；通过问卷回收结果及采访内容分析信息流与风险感知的关联关系，以及风险感知与公众响应行为的关联关系。

（二）研究方法

小组采取了文献调研和问卷调查的研究方法。文献调研法即围绕突发公共卫生事件中的公众应急响应，有目的有计划地查阅文献情报资料，明确相关领域的已有研究和可以继续深入研究之处，为小组的调研选题提供依据，指明方向，并为小组调研活动的展开提供科学的理论基础与研究方法。

问卷调查分为分层随机抽样和随机抽样。通过分层随机抽样，将公众分为低风险地区以及高风险地区，在两个群体中分别展开调查，然后再进行随机抽样；在问卷星平台线上发放问卷并收集调查问卷。

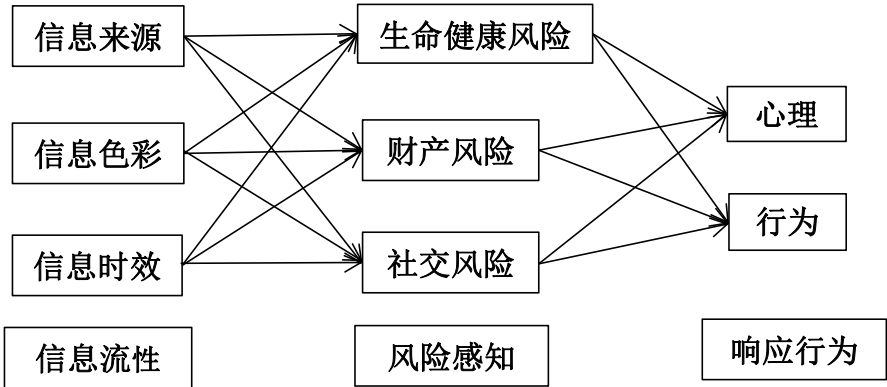
问卷设置性别、年龄、职业、学历和所处地域五个人口特征变量。对于信息流、风险感知及行为响应变量，进行了可操作性定义，分别以李克特量表形式进行测量信息接收程度、风险感知程度及具体行为响应。考虑到问题解读不明的情况，我们将信息特征和不同维度的风险感知放入到具体场景中，从而保证结果的准确性和可靠性。

五、研究思路及模型构建

基于孙俐丽^[11]提出的公众风险信息感知影响因素模型，结合王子^[9]、张翼鹏、马敬东^[10]等人的信息流因素，本文探讨在不同信息的接受程度下，在不同的风险感知视角下，公众的应急响应行为预测情况，研究模型如图-模型构建所示。具体而言，本文将信息流分为信息来源、信息色彩、信息时效性，预分析其对公众风险感知及响应行为的影响情况；同时将风险划分为生命健康风险、财产风险、社交风险；响应行为分为心理和行为，拟探究公众对信息流认知、风险感知、与

响应行为之间的相关性。

图 1 模型构建



变量阐述如表 1 所示。信息来源是指公众接受的信息在发布时是否经过官方认证；信息色彩是指疫情信息描述中的正面或负面信息，负面信息如每日新增感染、死亡人数，新增风险地区等，而每日治愈人数，抗疫阶段性成果，疫苗研发等则属于正向信息；信息时效性是指公众接收信息时更愿意选择关注长远信息如疫情的整体感染率及死亡率情况还是关注近期发生的信息，如某地疫情反弹等。在风险感知层面，生命健康风险、财产风险、社交风险分别是衡量公众对疫情的感染率、后遗症等感知情况对财产和社交关系的风险程度如何。响应行为分为心理和行动，心理层面如产生紧张、恐慌等心理情绪，行为则有拒绝或配合政府抗疫政策两种行为。

六、结果及可视化分析

本研究使用 SPSS 软件对数据进行描述性统计、Pearson 相关性检验、ANOVA 分析等验证其相关性，采用火眼金睛进行可视化分析（本文仅展示部分火眼金睛可视化图片，全部信息详见附件 1--文件夹中以.hyjj 结尾的文件及对应 PNG 图片）。

（一）描述性统计

经检验，问卷 Cronbach.a 系数为 0.840，存在信度。问卷共计回收 215 份，经数据清洗后取有效问卷 204 份。分析被调查者的人口特征统计变量，见表 2。

从信息流看，官方信息的平均值 4.52，远高于非官方信息；信息色彩相差不大；但时效性关注较高，平均值 4.39。在风险感知层面，生命健康风险的关注度更高，平均值 13.16。在响应行为方面，在疫情中采取积极行为如主动配合防疫

政策、自愿参加防疫工作的人更多，平均值约 8.79。各变量的具体描述性统计见表 3。

（二）结果分析

1. 相关性检验

（1）信息源

在信息来源方面，更关注官方媒体发布信息的群众认为接种疫苗后不会轻易感染结果显著($r=0.29, p<0.01$)。更关注非官方媒体发布信息的群众认为一旦感染会对身体健康造成严重影响，甚至会产生后遗症结果显著($r=0.19, p<0.05$)。

在信息色彩方面，关注正向情感信息（如新增治愈人数、接触隔离人数等）的公众认为我国的疫情防控做得很好，不会轻易感染($r=0.18, p<0.05$)，而关注负向情感色彩信息(如疫情后遗症、全球化疫情感染等)的公众则认为一旦感染会对身体健康造成严重影响，甚至会产生后遗症($r=0.26, p<0.01$)，与生命健康风险关系显著。

在时效性方面，关注最新发生信息的群众（指新增确诊人数，新增中高风险地区数量等，最新的感染或治愈信息）认为被感染的可能性很大($r=0.16, p<0.05$)，认为此次疫情远未结束，随时会面临感染的风险($r=0.30, p<0.05$)。从财产风险来看，关注非官方媒体与风险感知中财产风险关系显著($r=0.29, p<0.01$)。从社交风险来看，更关注非官方媒体发布的信息认为影响较大($r=0.21, p<0.01$)。

（2）风险感知三维度

在健康风险内部，认为被感染的可能性很大的群众与认为此次疫情远未结束，随时会面临感染的风险显著相关($r=0.32, p<0.01$)，相反，认为我国的疫情防控做得很好，不会轻易感染与不会轻易感染显著相关($r=0.35, p<0.01$)。在财产风险和社交风险的内部，二者都是三者均显著相关，都是使财产或者社交关系受到不好的影响影响。

（3）行为响应

从心理层面来看，认为被感染的可能性很大会对心理产生负面影响，如内心恐慌、焦虑($r=0.39, p<0.01$)，减少与朋友交流的兴趣等($r=0.18, p<0.01$)，财产风险与社交风险均与其产生显著相关($p<0.01$)，因疫情产生的钱财的损失和社交关系

与心理行为的负面影响较大。

在行为层面内部，萎靡不振、废寝难安，尝试通过吸烟、喝酒、服药和吃东西来解除烦恼与减少与亲朋好友的交流，进行自我孤立显著相关($r=0.74, p<0.01$)，而积极配合政府防疫政策与积极参加社区防疫服务显著正相关($r=0.68, p<0.01$)，财产风险会产生负向的行为，如吸烟喝酒等($r=0.31, p<0.01$)。

从行为层面侧向看，认为被感染的可能性很大产生负面行为($r=0.29, p<0.01$)，与社交风险关系显著($r=0.28, p<0.01$)。而认为接种疫苗后不会轻易感染与积极行为相关联，与积极配合政府防疫政策（如：居家隔离，勤做核酸、戴口罩等）($r=0.26, p<0.01$)，会积极参加社区防疫服务显著正相关($r=0.34, p<0.01$)，认为我国疫情防控做得很好，不会轻易感染的人群会更加参加产生积极行为，如配合政府防疫工作($r=0.24, p<0.01$)，积极参加社区疫情服务($r=0.29, p<0.01$)。

健康风险与关注疫情负面情感信息无显著相关关系，健康风险中认为接种疫苗后不会轻易感染与心理负向暗示也无显著相关关系。财产风险、社交风险均与关注官方信息，疫情正向信息、信息时效性无显著相关关系。

2. 回归分析

在相关性分析基础上，进行线性回归（Linear Regression）分析，信息流到风险感知相关性结果如表 7 所示，信息流及风险感知到响应行为相关性结果如表 8 所示。对于生命健康风险，信息来源的三因素对其影响显著，而仅信息来源对财产风险负向影响显著（ $\beta=-0.305, p<0.01$ ），信息来源是否是官方性信息对社交风险也是显著负相关（ $\beta=-0.326, p<0.01$ ）。而信息来源到行为响应显著负影响（ $\beta=-0.276, p<0.001$ ），信息色彩到响应行为显著正相关（ $\beta=0.121, p<0.05$ ），信息时效性到响应行为则不相关。对于响应行为信息流中的信息来源（ $\beta=0.331, p<0.001$ ）信息色彩（ $\beta=-0.276, p<0.001$ ）与其显著相关，而信息时效与响应行为显著不相关。而生命健康风险与响应行为显著相关，风险感知三因素与消极心理均显著相关，而财产风险与社交风险对疫情防控积极行为显著不相关。但社交风险与消极行为显著正相关（ $\beta=0.174, p<0.05$ ）。

（三）火眼金睛可视化分析

首先进行数据清洗工作，经筛选后，对于出现多组相同 IP 地址数据的情况，

认定为同一用户重复填写问卷，为确保研究结果有效性和准确性，仅保留多组数据中第一组最早填写的问卷数据。同时，近期全国疫情反弹，为区分公众所在地区的风险程度，经过筛选近一个月全国中高风险地区汇总表，通过 IP 地址包含的所在省市信息，对所有用户近一月来源地区为低风险或中高风险地区进行了标注，以研究公众自身所在地区的风险情况对用户获取信息流影响。最后，对于图表中的总分分级，官方性信息关注度总分数正数为偏向关注官方性信息，负数则反之。信息关注度总分数正向为偏向关注正向色彩信息，负数则反之。

1. 信息来源

由图 2 所示，76.5%的公众更关注官方性信息（总分数为正），21.9%的人对此表示无所谓（总分数为 0），1.5%对官方性信息表示不关注（总分数为负）。

对来源地区分布进行分析，中高风险地区人群对官方性信息的关注分布较均匀。由图表可知在总分数为 1--关注的图表里占的比例最大，此类人群对信息官方性关注程度偏低，更倾向于选择熟人、微信朋友圈、私人媒体微博等非官方信息平台进行信息获取，此类平台疫情信息更新快、与公众自身周边环境和疫情实地情况关联紧密。低风险地区人群关注官方性信息的比例更高，可以分析得出他们低风险地区，对非官方平台信息关注较少，更加关注官方性信息的推送来获取全国疫情情况。

2. 信息色彩

根据图 3、4 分析可知，40.3%的群众关注正向色彩性的信息（总分数为正数），40.3%的群众对关注信息的色彩性偏向较不明显（总分数为 0），19.4%的群众更关注负向色彩性的信息（总分数为负数）。

对来源地区分析可知，信息色彩度 2-5 图表中低风险地区人群所占比例趋同分布较均匀。中高风险地区人群中信息色彩性关注度总分数主要为 0 和-1，且占比基本相同，分析可知用户对信息色彩性的关注度程度受地区风险情况影响较小，群众更偏向关注正向信息，而较少选择关注负向信息。

3. 信息时效性

如图 5 所示，疫情期间担任不同角色的群体对及时性信息表示非常关注和关

关注的占比最高，普通群众关注及时性信息的占比 98%，大于志愿者（89.7%）大于社区工作人员（85.7%）。图 6 所示，不同学历对信息时效性关注存在差异。研究生全部选择了非常关注疫情中及时性信息，本科生有 93.6%表示会关注疫情中的及时性信息，大专学历占比为 90.3%，初中及以下关注仅占和 83.3%。从结果可显示，在一定程度上，学历越高，对疫情的及时性消息的获取越快，更关注疫情及时性信息。且高学历获取者对国家时事更为关心。

根据图 7 可知，疫情期间处于不同风险地区群体对及时性信息表示非常关注和关注的占比最大，其中中高风险地区对及时性信息的关注度为 93.75%，高于低风险地区的 92.98%，分析可知处于中高风险地区的群体更偏向关注及时的疫情信息。

4. 感知风险到响应行为

数据清洗：对收集数据进行数据清洗，去除问题问卷，对健康风险、财产风险、社交风险、消极心理、消极行为、积极心理、积极行为问卷分数进行加权求平均数，根据加权平均数进行可视化分析，加权平均数为 3、4、5 视为“偏向或程度强”，加权平均数为 1、2 视为“不偏向或程度弱”，如：“探究健康风险程度高时，高健康风险以加权平均数为 3、4、5 的健康风险总分数据标红”。以下展示部分可视化分析结果（其余图片以附件形式呈现，详见附件 1--文件夹中以.hyjj 结尾的文件及对应 PNG 图片）

如图 8、图 9 所示，在健康风险程度较大的情景中，公众中偏向消极心理人数占比极高，分析可得当健康风险程度较高时，公众出现消极心理可能性极高。不同健康感知程度（加权平均分）中偏向消极心理人群所占比例基本相同，说明当健康风险程度偏高时，公众极大可能产生消极心理；在社交风险程度较大的情景中，公众偏向采取消极行为人数占比为 20.80%，不偏向采取消极行为人数占比为 79.20%。分析可得当社交风险程度偏高时，公众采取消极行为反应的可能性较高，说明社交风险带来的社交对于公众采用消极行为影响程度较大。

七、调研结论

过问卷调查和数据分析，我们发现：公众接受到的信息会显著影响用户对疫情事件的风险感知程度，进而会影响公众对疫情防控工作的态度和行动。

（一）信息来源显著影响公众的风险感知

相比于关注官方信息的公众，关注非官方信息的公众的风险感知程度更高。这可能是由于非官方信息的误导信息较多，未经官方认证，虚假夸大的成分更多，公众对其的反应程度更剧烈导致。

（二）信息色彩显著影响公众的风险感知

负面信息相比于正面信息更能引发公众的风险感知，这可能是因为负面信息往往都与风险直接联系，比如疫情越严重，影响范围越大，普通人被感染的可能性就越高，从而造成健康和财产等损失的可能性就更大。

（三）信息时效性方面感知程度更高

大多数公众更愿意关注最新的信息，并且相比于关注非最新消息的公众来说，关注最新消息的用户的风险感知程度更高，这可能是因为越新的消息就越能激发用户的不确定性感知，从而出现情绪上的波动而影响风险感知。

（四）风险感知也会显著影响公众对疫情事件和防疫的态度

感知生命健康风险的程度越严重，产生消极心理（失眠，焦虑等）、做出消极行为（逃避隔离等）的可能性就越高，但大部分情况仍会服从社区防疫安排。对于财产风险和人际社交风险来说，公众的感知程度越高，其表现消极心理和做出消极行为的可能性就越大，且出现拒绝防疫安排的可能性就越高。因此，相比于健康风险感知，财产和人际关系的损失更可能使公众做出扰乱防疫秩序的行为。

八、政策建议

根据以上调研结论，我们提出以下建议：

（一）加强对疫情相关信息的管控力度

监督各平台对发送的信息严加审核，杜绝不实消息、恐慌消息的发布，更多发布诸如疫情好转等正面消息，激励公众，让公众对抗击疫情的胜利充满信心，促使公众积极配合政府的各项防疫工作。由于公众更愿意相信官方的信息，所以官方媒体更要承担起责任，发布最为真实可靠的疫情消息，同时也要对不实消息进行及时辟谣。要传导信心。要统筹网上网下、大事小事，加强宣传教育和舆论引导。要大力宣传党中央国务院和地方各级党委政府对疫情防控的高度重视、主动报道各地各部门的防控措施；要深入防控一线，宣传报道一线人员众志成城、抗击疫情的感人事迹，宣传报道广大人民群众团结一心、同舟共济的精神风貌；要有组织地宣传报道康复患者的有关情况，用防控成效、治疗效果引导民众增强信心。要做好疏导，针对不同人群的心理状况实施分类干预、分类援助，做好心理疏导和人文关怀。要发挥“健康中国”APP、“12320”卫生热线及各种健康平台、各个协会、各个学校、各个公益性组织的心理危机干预热线^[41]，为民众提供全天候的心理咨询或心理援助服务。

（二）实时更新疫情动态信息，管控非官方、虚假恶意造谣信息传播

在当下全国抗疫的阶段，公众对于疫情的关注程度与日俱增，更新的信息使得公众能够及时准确地了解疫情的最新动向，包括新增人数以及新患者的动向轨迹等，在安抚公众心情的同时也可以及时地组织公众进行全面的预防措施^[42]，使得公众在面对未知的风险时也不会感到过度的慌张。

（三）对公众做好健康教育，完善其对疫情认知

疫情发生以来，各种信息铺天盖地。打开手机、连上网络，映入眼帘的都是疫情信息。有官方的，有民间的；有正面的，有负面的；有积极的，也有消极的。由于各种信息真假莫辨^[43]，人们总是处于一种紧张不安的状态。政府应加强对公众的健康教育，使公众了解新冠肺炎的相关防控知识，如此，降低公众对新冠病毒的恐惧感，降低公众的风险感知，使之积极配合政府的防疫政策。

（四）对因疫情造成较大经济损失的予以一定的补贴

如对因疫情不可抗力导致工期延误，政府和施工单位协商根据实际情况依法与建设单位协商，合理顺延合同工期。停工期间或工期延误增加的费用，发承包

双方按照有关规定协商处理。因疫情防控发生的防疫费用，可计入工程造价。因疫情造成的人工、建材价格上涨等成本，承包双方应加强协商沟通，按照合同约定的调价方法调整合同价款。地方各级住房和城乡建设主管部门及有关部门要积极研究、主动作为，加强对复工复产保障政策的解读、细化和落实，向企业宣传好、解释好、落实好政策，支持企业依法享受税收、成本、金融、保险等优惠政策，打通政策落地“最后一公里”。对材料、设备等供应短缺，影响工程复工复产的，应会同有关部门积极协调解决，真正让企业得到实惠、受到激励，更加坚定复工复产信心。

（五）做好人文关怀，避免因疫情隔离或行程数据暴露产生的孤独感

从这一点出发，鼓励公众在疫情期间，通过网络和家人或者邻居交流情感，同时避免网络人肉、网络暴力的产生，尽量保护用户行程数据信息。

九、研究局限及未来展望

本次调研也存在局限性：首先，基于接触范围有限，未能收集到医护人员及科研人员问卷数据，故本文结果更能代表普通公众，未来研究可扩大对作答领域、问卷数量的获取，使结果更具有普遍性规律；其次，关于研究方法，本文采用文献调查和问卷调查法收集数据，问卷可能存在有考虑欠佳的设计和样本数据量不够大的问题，研究结果还需进一步检验，未来可以扩大样本量，并采用定性比较分析等方法来探究公众对信息流认知、风险感知程度与公众响应行为之间的关系。

参考文献：

- [1] 谭晓东,陈小青,王凤婕.突发性公共卫生事件预防和控制概述[J].中国公共卫生, 2003(08):9 -11.
- [2] 甄尚敏,孟友侯,延文等.对《突发性公共卫生事件应急反应体系》的研究[J].中国公共卫生管理, 2003(02):96-97.
- [3] 杨巧云,姚乐野.协同联动应急决策情报体系:内涵与路径[J].情报科学, 2016, 34 (02):27-31.
- [4] 郭雪松.突发公共卫生事件协同应对机制研究——以新冠肺炎疫情应对为例[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2020(04):16-27.

- [5] 罗琳,曾晓进,廖欣等.新冠肺炎疫情期公众疾病认知、应对方式及锻炼行为调查[J].中国公共卫生, 2020,36(02):156-159.
- [6] 魏华,李廷玉.新型冠状病毒肺炎疫情对不同人群心理的影响及心理干预的建议[J].儿科药学杂志,2020,26(04):6-7.
- [7] 姜长云,姜惠宸.新冠肺炎疫情防控对国家应急管理体系和能力的检视[J].管理世界, 2020,36(8):8-18, 31.
- [8] 姚宏武,索继江,杜明梅等.新型冠状病毒肺炎流行期间医院感染防控难点与对策[J].中华医院感染学杂志, 2020,30(6):806-810.
- [9] 王子.公众心理危机长效干预机制的构建——基于新型冠状病毒肺炎疫情的思考[J].贵阳市委党校学报,2020(5):43-48.
- [10] 张翼鹏,马敬东.突发公共卫生事件误导信息受众情感分析及传播特征研究[J].数据分析与知识发现,2020,4(12):45-54.
- [11] 孙俐丽,巫超.突发重大事件中公众风险信息感知的影响因素研究:以新型冠状病毒肺炎疫情为例[J].情报理论与实践,2020,43(8):38—43.

附录：

表 1 变量阐述

变量类型		变量名	变量阐释
自变量	信息流	信息来源	发布信息是否经过官方认证
		信息色彩	信息隐含的情感色彩
		信息时效性	接收最新疫情动态的能力
因变量	风险感知	生命健康风险	对生命健康的威胁
		财产风险	疫情中财产损失
		社交风险	社交回避及行程信息泄露等
	行为响应	心理	对疫情事件的主观想法感受
		行为	疫情下具体做法

表 2 样本人口统计学特征变量

人口特征	统计变量	样本数量	百分比 (%)
性别	男	86	42.16%
	女	118	57.84%
学历（含在读）	初中学历及以下	6	2.94%
	高中或中专学历	23	11.27%
	大专学历	31	15.20%
	大学本科学历	142	69.61%
	硕士研究生学历及以上	2	0.98%
疫情期间担当角色	社区工作人员	7	3.43%
	志愿者	29	14.22%
	普通群众	153	75.00%
	其他	15	7.35%
来源地区	中高风险地区	32	15.69%
	低风险地区	172	84.31%

表 3 变量描述性统计 (N = 204)

变量	平均值 (Mean)	标准差 (Std. dev.)	最小值 (Min)	最大值 (Max)	偏度 (Skewness)
性别	1.58	0.495	2	1	-3.2
学历	3.54	1	5	1	-1.522
角色	4.86	0.579	6	3	-1.059
官方媒体	4.52	0.752	5	1	-2.31
非官方媒体	2.42	1.282	5	1	0.584
信息来源	2.1	2	4	-2	-2.91
正向情感	3.94	1.041	5	1	-0.894
负面情感	3.39	1.344	5	1	-0.487
时效性-新	4.39	0.745	5	1	-1.647
威胁生命-严重	13.16	2.854	20	4	0.285
生命健康-不严重	10.5	2.339	15	3	-0.22
生命健康风险	2.67	3.415	16	-5	0.233
财产风险	8.41	3.065	15	3	-0.26
社交风险	9.25	2.889	15	3	-0.265
消极心理	7.74	3.015	15	3	0.28
积极行为	8.79	1.397	10	2	-1.218
消极行为	3.55	2	10	2	1.654
行为响应	12.98	2.631	8	-1	-0.798

表 4 信息流到风险感知相关性(N=204)

变量	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 官方媒体	-0.026	.489**	.246**	0.085	.235**	.549**	.234**	.165*	.265**	-0.063	-0.025
2. 非官方媒体	1	.859**	.138*	.262**	.315**	-0.012	.259**	.212**	.312**	.328**	.330**
3. 官方性		1	.247**	.272**	.395**	.271**	.346**	.269**	.408**	.254**	.275**
4. 正面情感			1	-.143*	.538**	.396**	.174*	.302**	.310**	0.103	0.078
5. 负面情感				1	.757**	.175*	.195**	0.131	.217**	.219**	.224**
6. 色彩性					1	.411**	.281**	.311**	.389**	.254**	.242**
7. 时效性						1	.145*	.253**	.259**	-0.088	0.054
8. 生命健康不严重性							1	.147*	.782**	0.088	.162*
9. 生命健康严重性								1	.732**	.426**	.362**
10. 生命健康风险									1	.329**	.340**
11. 财产风险										1	.589**
12. 社交风险											1

注: *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; 未标注即为不

表 5 风险感知到响应行为相关性 (N=204)

变量	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 生命健康不严重	.147*	.782**	0.088	.162*	.206**	.269**	.278**	.407**
2. 生命健康严重性	1	.732**	.426**	.362**	.339**	.398**	.157*	.447**
3. 生命健康风险		1	.329**	.340**	.356**	.436**	.290**	.562**
4. 财产风险			1	.589**	.557**	.399**	-.140*	.269**
5. 社交风险				1	.662**	.403**	-0.123	.282**
6. 消极心理					1	.583**	-.150*	.425**
7. 消极行为						1	-.140*	.800**
8. 积极行为							1	.481**
9. 行为响应								1

注: *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; 未标注即为不显著。

表 6 多重共线性诊断

变量	方差膨胀系数	变量	方差膨胀系数
学历	1.045	信息时效性	1.210
官方信息	1.177	生命健康风险	1.246
非官方信息	1.149	财产风险	1.031
正向色彩信息	1.096	社交风险	1.269
负向色彩信息	1.037	消极心理	1.112

表 7 信息流到风险感知回归分析结果

因变量 自变量	生命健康风险		财产风险		社交风险	
	系数	T 值	系数	T 值	系数	T 值
信息来源	-0.507*	-0.774	-0.305**	-4.325	-0.326**	-4.667
信息色彩	0.082*	0.515	-0.062n.s.	-0.914	-0.092n.s.	-1.366
信息时效	0.225**	2.923	0.004n.s.	0.064	0.156*	2.242
F 值	6.595*		7.485**		8.699**	
R ²	0.117		0.101		0.340	

注: *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; ***: $p < 0.001$; n.s.: 不显著。

表 8 信息流及风险感知到响应行为分析结果

因变量 自变量	消极心理		积极行为		消极行为	
	系数	T 值	系数	T 值	系数	T 值
信息来源	0.098*	-0.257	0.331***	4.503	-0.276***	-3.681
信息色彩	-0.030*	1.084	0.083*	1.319	0.121*	1.997
信息时效	-0.479n.s.	-0.479	0.128n.s.	1.168	0.048n.s.	0.654
生命健康风险	-0.0236*	-0.483	0.150*	2.065	0.222***	3.158
财产风险	0.238***	3.553	-0.077n.s.	-0.938	0.135	1.707
社交风险	0.503***	7.758	-0.086n.s.	-0.938	0.174*	2.298
F 值	27.361***		10.184***		12.937***	
R ²	0.494		0.267		0.316	

注: *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; ***: $p < 0.001$; n.s.: 不显著。

图 2 官方性信息关注度分析结果

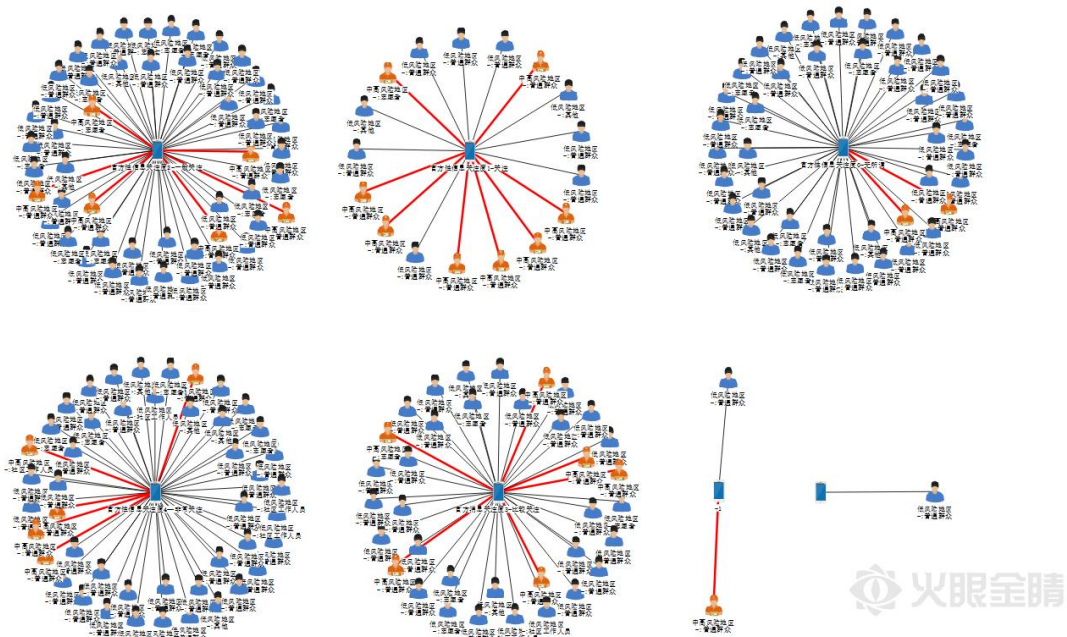
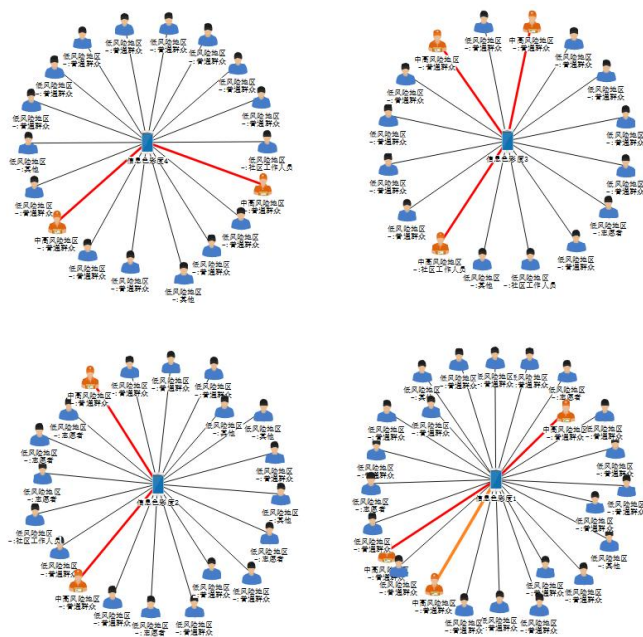
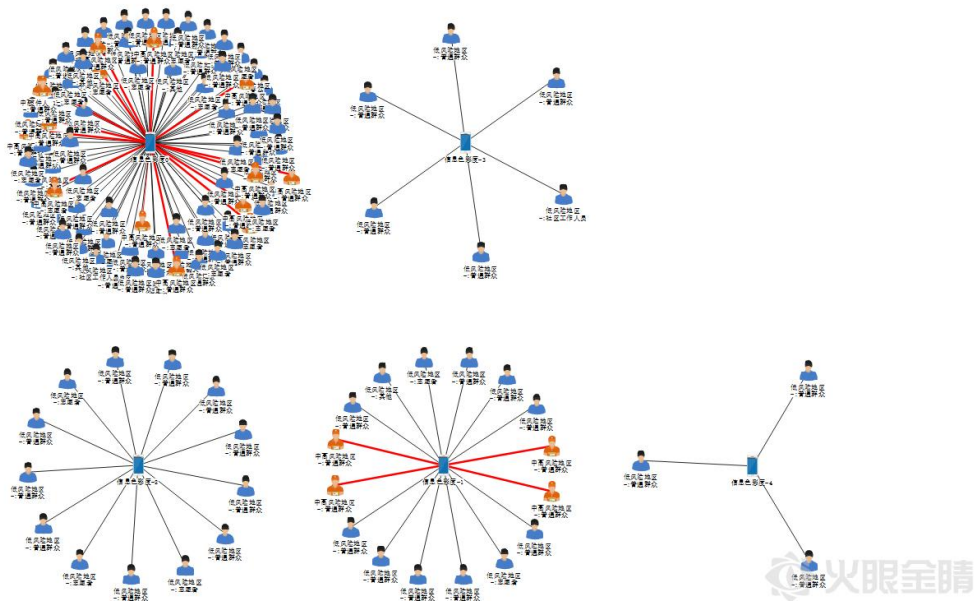


图 3 信息正向色彩度分析结果



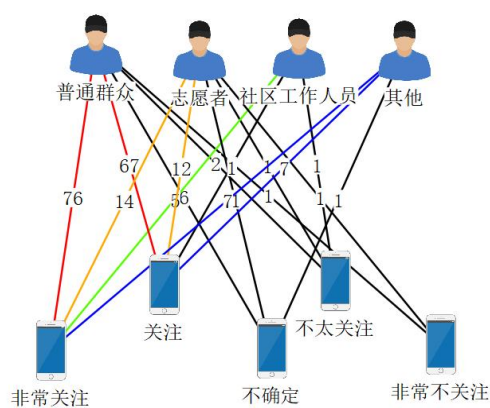
火眼金睛

图 4 信息负向色彩度分析结果



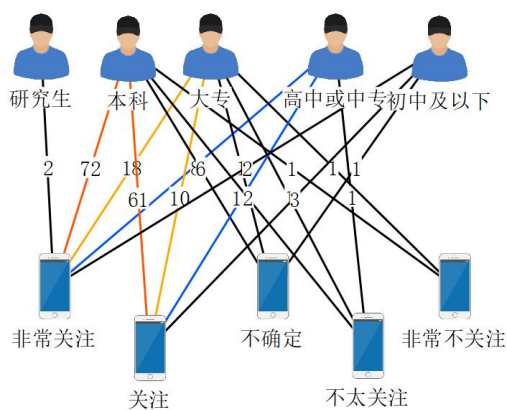
火眼金睛

图 5 公众疫情期间担任角色对及时性信息的关注度分析结果



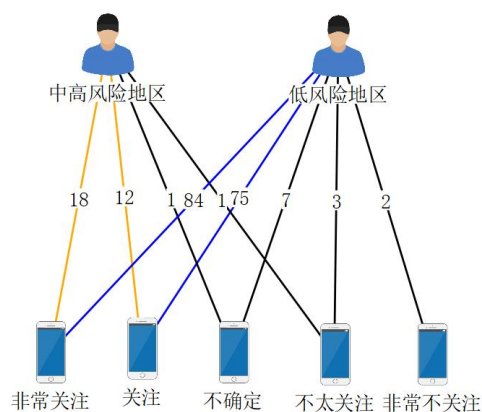
火眼金睛

图 6 群体学历对及时性信息的关注度分析结果



火眼金睛

图 7 公众所处风险地区对及时性信息的关注度分析结果



火眼金睛

图 8 高健康风险感知对消极心理影响分析

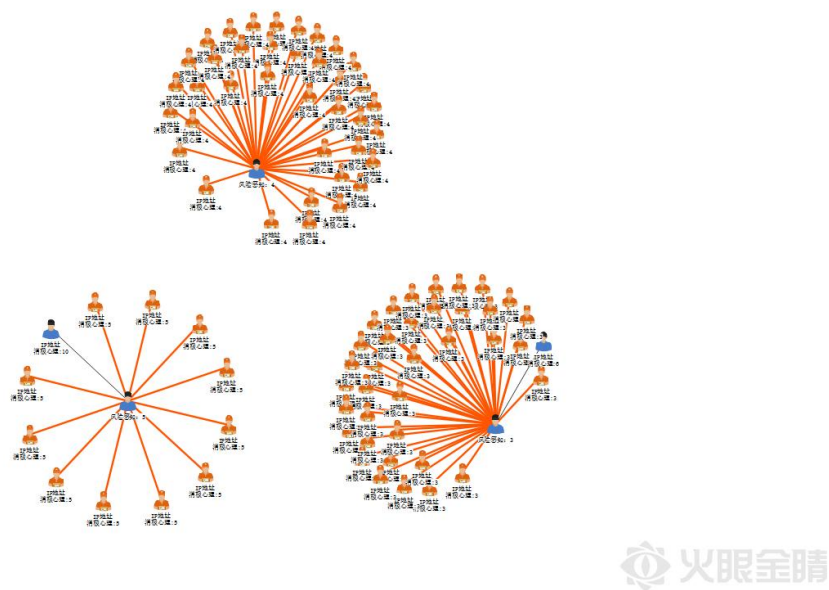


图 9 高社交风险感知对消极行为影响分析

