

社会化媒体环境下 非对称性危机演化研究



姜金贵 张鹏飞 沈丹薇 著

 哈尔滨工程大学出版社

社会化媒体环境下 非对称性危机演化研究



姜金贵 张鹏飞 沈丹薇 著

内 容 简 介

社会化媒体的广泛应用使危机呈现出虚假信息过剩和真实信息匮乏、强势主体话语权弱化和弱势主体话语权强化、强势主体和弱势主体的利益损失差异、强势主体和弱势主体应对社会舆论差异等明显的非对称性特征。本书围绕社会化媒体环境下非对称性危机的演化进行了系统的研究。在界定社会化环境下非对称性危机内涵、特征的基础上,识别了社会化媒体环境下危机演化影响因素及因素间的关系,研究了社会化媒体影响下危机中弱势主体与强势主体之间的博弈策略,揭示了社会化媒体环境下非对称性危机演化机理,探索适用于社会化媒体环境下非对称性危机的协调解决机制。研究内容紧扣现实问题,通过科学凝练和研究,旨在丰富危机管理理论,指导实践中危机的科学应对。

本书主要面向高校和科研单位的硕士生、博士生和学者,对企业和政府中危机管理者也具有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

社会化媒体环境下非对称性危机演化研究/姜金贵,张鹏飞,沈丹薇著. —哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社, 2017. 2

ISBN 978 - 7 - 5661 - 1448 - 8

I. ①社… II. ①姜… ②张… ③沈… III. ①媒体 - 影响 - 危机管理 - 研究 IV. ①C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 320039 号

选题策划 马中月
责任编辑 张忠远 马中月
封面设计 博鑫设计

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451 - 82519328
传 真 0451 - 82519699
经 销 新华书店
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 787 mm × 960 mm 1/16
印 张 6.5
字 数 180 千字
版 次 2017 年 2 月第 1 版
印 次 2017 年 2 月第 1 次印刷
定 价 29.80 元
<http://www.hrbeupress.com>
E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

前 言

社会化媒体(Social Media)是一种给予用户极大参与空间的新型在线媒体。在 Web 2.0 时代,社会化媒体的用户生成性、开放性、自由性、碎片化等特性改变了危机的传播模式,虚假信息过剩、真实信息匮乏、普通民众等弱势主体拥有更多话语权,“塔西佗陷阱”与“罗宾汉情结”涌现,这些都使得社会化媒体环境下的危机呈现出不同的特征与变化,迫切需要进行系统的分析与归纳。

虽然已有学者发现了此类现象的存在,但还未有学者将这些现象进行系统阐述,对这类危机进行合理定义,因此本书在提出非对称性危机概念的基础上,对社会化媒体环境下非对称性危机的演化进行了系统研究。

本书共包括 7 章。第 1 章是绪论,主要介绍了本书的研究背景、国内外研究现状及研究思路;第 2 章界定了社会化环境下非对称性危机的内涵,并分析其特征;第 3 章运用扎根理论识别了社会化媒体环境下危机演化影响因素;第 4 章通过定量方法研究了社会化媒体环境下危机演化影响因素的关系;第 5 章通过演化博弈分析了社会化媒体环境下非对称性危机中弱势主体与强势主体之间的博弈策略;第 6 章对社会化媒体环境下非对称性危机演化进行仿真,揭示了社会化媒体环境下非对称性危机演化机理;第 7 章探索适用于社会化媒体环境下非对称性危机的协调解决机制。本书的研究旨在关注社会化媒体对危机的影响,明晰社会化媒体环境下非对称危机的演化机理,从源头对危机进行预防以及在危机发生后采取合理的策略以进行协调解决。

全书的统稿与编排由姜金贵完成,其中第 2 章、第 5 章的研究成果主要基于姜金贵、沈丹薇的研究;第 3 章、第 4 章及 6.1 节的研究成果主要基于姜金贵、张鹏飞的研究。此外,研究生张琦、何筱彤也参与了本书的整理和仿真程序的调试。

本书是教育部人文社会科学青年基金项目“社会化媒体环境下非对称性危机事件的演化仿真研究”(13YJCZH062)、黑龙江省留学归国人员科学基金资助项目“社会化媒体环境下基于 Multi-Agent 的危机事件演化仿真研究”(LC2016028)、国

家软科学基金资助项目“重特大灾害社会风险演化机理及多元治理研究”(2013GXS4D113)的研究成果。

本书所依托的科研项目在研究过程中得到了哈尔滨工程大学经济管理学院灾难与危机管理研究所的支持,在此表示深深的感谢。

疏漏之处,敬请指正。

著 者

2016 年 12 月

目 录

第1章 绪论	1
1.1 研究背景、目的及意义	1
1.2 国内外研究现状	3
1.3 研究内容与思路	9
第2章 社会化媒体环境下的非对称性危机	11
2.1 危机概述	11
2.2 社会化媒体环境下非对称性危机的内涵及特征	12
第3章 基于扎根理论的社会化媒体环境下非对称性危机演化影响因素识别	16
3.1 扎根理论概述	16
3.2 数据来源	17
3.3 开放性编码	17
3.4 主轴编码	19
3.5 选择性编码	23
3.6 理论饱和度检验	24
第4章 基于SEM的社会化媒体环境下非对称性危机演化影响因素关系分析	27
4.1 结构方程模型基本理论	27
4.2 研究模型及研究假设构建	30
4.3 研究对象与量表设计	33
4.4 结构方程模型分析	36
第5章 社会化媒体环境下非对称性危机的演化博弈	43
5.1 演化博弈概述	43
5.2 社会化媒体环境下非对称性危机主体及行为分析	44
5.3 政府协调下的非对称性危机演化博弈分析	47
第6章 社会化媒体环境下非对称性危机演化仿真及机理研究	54
6.1 社会化媒体环境下非对称性危机演化影响因素分类	54
6.2 社会化媒体环境下非对称性危机演化仿真	57
6.3 社会化媒体环境下非对称性危机演化机理分析	68

第7章 社会化媒体环境下非对称性危机协调解决机制研究	70
7.1 社会化媒体环境下非对称性危机治理的“情景-权变”管理范式	70
7.2 社会化媒体环境下非对称性危机的协调解决机制构建	73
附录A 扎根理论编码节点(节选)	77
附录B 调查问卷	79
附录C 仿真代码(节选)	82
参考文献	90

第1章 绪 论

1.1 研究背景、目的及意义

1.1.1 研究背景

社会化媒体(Social Media)是一种给予用户极大参与空间的新型在线媒体,其建立在 Web 2.0 的技术和思维方式上,用户可以创造新的内容和用户间进行内容交流^[1]。它使得用户的作用得到空前的提升,用户既是媒体信息内容的传播对象,同时也是媒体信息内容的制造者,这让民众开始摒弃过去“接受者”的角色,逐步参与到网络的日常运作中来,成为网络内容的创造者。

随着改革开放以来三十多年的发展,中国在社会发展、经济建设等诸多方面取得了举世瞩目的成绩,然而,改革的深入推进也使得进入社会转型期的中国面临的社会矛盾逐渐凸显,各类危机事件的发生频度、深度和广度持续增加^[2]。社会化媒体的广泛应用打破了原有非对称性信息的传播模式^[3],使得危机信息的流动、聚合与扩散呈现出了新模式,其所具有的广泛参与性、联通性、即时性等特点在赋予了参与者更多权限的同时,也彻底改变了危机中参与者的行为,进而影响了危机的演化。在参与主体方面,社会化媒体的出现让危机中参与主体的类型和数量大大增加;在危机信息传播的方式方面,社会化媒体扩展了危机信息传播的途径,使得危机信息由政府或政府主导的媒体单向传播逐步向社会广泛参与的多途径传播转变;在危机信息量方面,社会化媒体的出现,使得危机信息泛滥、危机舆论呈现多种观点并立的局面。由此可见,社会化媒体的普及与广泛应用为危机传播和危机信息的人际交流提供了更加便利的途径与平台,使得危机演化呈现出更为复杂、更为不确定的倾向。

与此同时,在社会化媒体环境下危机演化的过程中,由于危机信息源的多样化,信息的真伪难以判断,容易滋生谣言,因此出现虚假信息过剩和真实信息匮乏的非对称性;相比传统环境下的危机而言,舆论的影响力被不断放大,强势主体的

话语权却在不断减弱,更易掉进“塔西佗陷阱”^[4],弱势主体和强势主体对危机的话语权出现差异,出现强势主体话语权弱化而弱势主体话语权强化的非对称性;在危机的传播过程中,强势主体声誉等将随着危机事态的进一步扩大而受到严重损害,但是对于弱势主体而言,其社会化媒体上的言论不会对其利益产生影响,反而可以通过这种行为得到补偿,呈现出舆论对双方利益损失的非对称性;在强势主体采取应对策略时,往往会做出承诺,社会化媒体易将强势主体的每句话、每个行为进行放大,言论责任性增强,而社会化媒体提供了弱势主体言论自由的空间,相比强势主体而言,弱势主体言论无需承担责任,呈现出言论责任性的非对称性,等等。

社会化媒体的发展,为我们提供了发展的机遇,但是也存在一些隐患。新时期,弱势主体的民主意识、维权意识等得到增强。当其利益受损时,弱势主体除了会采用传统的法律途径解决外,还会通过社会媒体进行信息的传播与号召来维护自身的利益。此外,当组织出现危机信息时,其传播的速度、广度和深度都得到了很大的加强。虽然已有学者发现了此类现象的存在,但还未有学者将这些现象进行系统的阐述,也未有学者将对这类危机进行合理定义。因此,本书在提出非对称性危机概念、识别社会化媒体环境下危机演化影响因素的基础上,对社会化媒体环境下非对称性危机的演化进行了系统的研究。

1.1.2 研究目的及意义

1. 研究目的

本书的研究目的是明晰社会化媒体环境下非对称性危机演化的影响因素及作用关系,分析社会化媒体环境下非对称性危机中弱势主体与强势主体之间的博弈策略,揭示社会化媒体环境下非对称性危机演化机理,从而探索适用于社会化媒体环境下的非对称性危机协调解决机制,从源头对危机进行预防以及在危机发生后采取合理的策略进行处理。

2. 研究意义

(1) 理论意义

① 完善危机管理理论体系

对社会化媒体环境下非对称性危机的内涵、特性展开研究,可以完善危机管理理论体系。在危机管理的研究中,虽然有学者对社会化媒体特性、影响进行了分析,但是未有学者对社会化媒体环境下危机呈现出来的信息,以及强势主体和弱势主体话语权、利益损失等非对称性方面进行总结。因此,本书通过对社会化媒体互动性、传播性、碎片化等特性进行分析,对非对称性危机进行内涵分析和特性描述,弥补了这部分理论的不足。

②有助于深入理解非对称性危机

针对社会化媒体广泛应用的新环境,系统分析非对称性危机演化的影响因素,有助于深入理解非对称性危机。高速发展的信息时代,特别是互联网的极速发展,各种社会化媒体的加入,使得一些新的影响危机演化的因素产生,这就使得危机演化更加复杂化,所以系统分析非对称性危机演化的影响因素,对更好地理解其演化过程有着重要的意义。

③明晰其参与主体的行为策略对非对称危机演化的影响

通过分析社会化媒体对强势主体和弱势主体行为的影响,明晰了社会化媒体环境下非对称性危机参与主体的行为策略对非对称性危机演化的影响。在危机的演化研究方面,学者们多数只考虑了传统环境下的演化博弈,而本书通过对社会化媒体特性对危机影响的研究,发现由于信息过剩、主体话语权弱化、利益损失严重以及言论责任性非对称性特性,强势主体和弱势主体的行为决策发生着变化,有必要对社会化媒体环境下非对称性危机的演化进行研究,为社会化媒体环境下危机的处理提供新的解决思路。

(2) 实际意义

除了理论意义,本书的研究还具有实际意义,主要表现为本书的研究能够丰富和完善社会化媒体环境下非对称性危机的应对策略。危机发生后,最重要的是合理制定应对策略,合理的应对策略能够最大限度地降低危机对组织信誉、名誉、形象等的影响,甚至化危机为机遇,使其进入一个新的发展期。本书在分析社会化媒体环境下非对称性危机新特性以及影响因素的基础上,有针对性地提出预防和应对策略,为有效应对社会化媒体环境下非对称性危机,减少危机造成的负面影响提供实际指导。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外研究现状

1. 社会化媒体环境下危机的研究现状

随着社会化媒体的蓬勃发展,学者对社会化媒体的关注越来越多,对社会化媒体环境下的危机也做了大量研究,相关研究主要体现在以下几个方面。

(1) 对预防和应对危机开展研究

从社会化媒体中挖掘危机事件的信息,对预防和应对危机开展研究。Pohl 等人认为,社会化媒体为危机管理提供了大量的、多种形式的信息,通过相应的算法

来自动处理这些数据,并从中挖掘有用的数据,特别是挖掘能诱发危机的子事件,对社会化媒体环境下危机管理显得尤为重要^[5];Kreiner等人把Twitter和其他社会化媒体上采集的数据化分为国家发展计划安全模型中的七类,并利用自动分类器从中抽取信息并分析出其中的危机信息,从而为获取社会化媒体中的危机信息提供了方法和模型^[6];Jin等人提出了SMCC危机模型,用以研究公众是怎样在社会化媒体和其他资源中产生、消费和分享危机信息的,研究结果指出了危机源在影响公众偏好信息源和信息形式中发挥着关键作用^[7]。

(2) 社会化媒体环境下危机信息传播及对用户行为影响的研究

Jiang等人以银行危机为案例,研究了社会化媒体环境下的市场表现。他们通过多阶段动态分析模型发现,危机影响社会化媒体环境下的讨论主题,不同的利益相关者群体和主体在危机每个阶段对股票市场预期的影响会有很大的差异^[8]。Wilensky认为,社会化媒体对于那些亲身经历过危机或者间接受过危机影响的人,在寻求精神和情感支持或者重建他们的文化价值体系和身份方面发挥着重要的作用。并且,社会化媒体工具对于那些寻求情感支持与想同其他人在更加广阔的时间和空间里进行交流的人有着更为重要的作用^[9]。Hui等人研究了Twitter中存在的信息和用户的类型,并利用模型对这些信息是怎样在用户中进行传播进行了研究,认为危机管理者可以利用这一信息来促进准确信息的传播和阻碍不准确信息的传播^[10]。Gupta等人根据Twitter中用户在危机中发表的信息,运用谱聚类对用户进行分类,应用度中心性确定最高的中心用户,并确定他们所属的社区^[11]。Li等人以德克萨斯州校园枪击事件为例,研究了该危机事件在Twitter中的传播模式以及人们的信息交流行为^[12]。

(3) 社会化媒体在危机应对中的研究

Hiltz等人以海啸为例,阐述了社会化媒体和危机管理的关系,认为随着现代媒体的发展,各个部门、机构、组织的关系更加亲密,能够集合到一起同步或不同步地进行危机事件的管理和应对^[13]。Dugdale等人研究了社会化媒体和SMS在地震后人道主义援助中的作用^[14]。Birregah等人认为,社会化媒体作为应急的平台,近年来已经被人们广泛利用,并发挥了强大的作用,但是其信息的利用效率和信息的整合,仍然是个问题。为此,他们提出基于社会化媒体的多层次危机筹划模型,以更加有效利用社会化媒体中的信息来应对危机^[15]。

2. 危机演化机理的研究现状

国外学者对危机演化机理的研究主要集中在诱发因素、演化模型、个体行为理论等方面。

(1) 危机诱发因素的研究

国外学者认为危机最终是由利益问题导致的。其中,Melucci指出,社会结构

改变致使许多矛盾凸显,人们共同意识到集体行动能够使他们获利最多,从而使集体行动频发^[16];Gould 强调网络结构在集体行动的发生过程中扮演着重要的角色^[17]。在社会冲突方面,Collins 认为冲突是由于财富、权力、声望等方面的不公平分配造成的^[18],Dahrendorf 认为社会冲突的根源是对权力和权威等稀缺资源的争夺^[19]。

(2) 危机模型和因素的研究

Turner 构建了危机前阶段模型,认为危机在发生前阶段具有各种诱因,这些诱因相互作用和耦合,最终导致了大规模危机的爆发^[20]。这些诱因包括:组织具有的觉察力和文化刚性的强度,假相干扰了对危险源的识别,系统内部信息错综复杂,沟通不畅、未按安全规章制度开展工作,缺乏危机意识和敏感度。Shaluf 等人通过对马来西亚 1968—2002 年期间 7 个灾害的调查报告的研究,提出了 Ibrahim - Razi 模型,将灾害的发生前阶段分为错误产生阶段、错误聚集阶段、警告阶段、纠正或改正阶段、不安全状态阶段、诱发事件产生阶段、保护防卫阶段、灾害爆发阶段,对组织系统内部的各因素及因素间的关系进行了分析,以此来发现各因素间的作用机理^[21]。Shrivastava 等人提出工业危机模型,该模型描述工业危机的发展过程,认为工业的危机是由组织的内部和外部环境相互作用产生的。其中,组织内部因素包括成员、组织和技术因素,组织的外部环境因素包括管理制度、下层构造和应急失误^[22]。1995 年,Burkholder 提出了危机演化模型,将危机的发展过程分为三个阶段,即急性的紧急事件阶段、晚期紧急事件阶段、后期紧急事件阶段。该模型描述了不同阶段紧急事件的状态,提出了必须依据紧急事件的阶段特征,具体问题具体分析,设定不同的目标和采取不同措施,在动态中处理危机^[23]。Toft 和 Reynolds 提出了系统失误和文化重新调整模型(SFCRM),该模型认为危机是由于内部因素的变化与外部环境的不适应引发的,并认为通过事件后的调查分析,对组织进行适当的改变可以避免类似事件的发生^[24]。

(3) 危机中个体行为理论的研究

① 模仿理论

该理论由 Tarde 提出,认为当人们面临危机时,多数人将处于非理智状态,自我控制能力降到最低点,行为出现“还原现象”,即互相模仿,力求一致^[25]。

② 信息传播理论

该理论由沃纳·赛佛林提出,认为个体的集群行为是非组织行为,其信息不是组织提供的,而是来自流言和谣言^[26]。

③ 感染理论

该理论认为情绪的变化影响个体的行为,而且个体的情绪极容易受到他人的

影响,尤其是群体的影响^[27]。

④紧急规范理论

该理论由 Gustave 提出,认为在一个群体中虽然没有一定的行为规范,但当危机发生时,人们之间会形成一种潜在的行为趋向,该理论合理地解释了集群行为^[28]。

⑤控制转让理论

该理论由 Coleman 提出,认为每个人都是自己行为的主宰,而在集群行为中,当人们认为保持独立自主地位所获得的收益大于付出的代价时,他们就可能将自己行动的控制权转让给他人,目的是获取最大限度的收益,这种情况下就产生了集群行为^[29]。

1.2.2 国内研究现状

1. 社会化媒体环境下危机的研究现状

国内学者对社会化媒体环境下的危机及相关领域做了大量的研究,归纳起来主要体现在以下几个方面。

(1) 社会化媒体对危机的影响研究

社会化媒体对危机的影响分为正面影响和负面影响两种。合理地利用社会化媒体,能够及时、有效地对危机进行预防和管控;反之则会加剧危机应对的复杂程度和破坏程度。余欢欢指出,社会化媒体使信息传播呈现出几何级、随意性、个性化的特点,及时地传播危机信息有助于有效开展危机预警、有效地监督危机的处理,此外,社会化媒体还可以缓解危机中公众心理的压力,但是社会化媒体同时也会充当谣言传播的载体,助长危机事态的恶化,不利于危机舆论的引导^[30];郑慧君对危机中手机传播现象进行了研究,认为手机所具有的便携性及互动性,在危机发生时作为人际传播工具而异常活跃,手机平台的社会化媒体传播的危机信息对危机的蔓延、恶化、化解等均呈现出较大的影响,其中既有扩大信息采集、增强信息沟通等正面效应,也有引发社会恐慌、加速危机发展、损害政府及组织形象等负面效应^[31];张琪认为,社会化媒体对舆论的引导是一把双刃剑,引导正确可以避免骚乱、稳定人心、消除恐惧、促进社会稳定,引导不正确则会把危机处理引向一个不利的处境,不但不利于危机的化解,还可能推波助澜,成为危机爆发的“助燃剂”,加重危机的危害程度^[32]。

(2) 社会化媒体对危机的监督作用

沈正赋、顾娅等人以汶川地震为例,研究了危机发生、发展四个阶段中社会化媒体的不同功能,他们认为正确发挥社会化媒体功能,对危机的预防控制以及我国

社会的稳定和谐发展有着积极的作用^[33]。李浩崴研究了危机中的大众传媒,认为在危机潜伏期,媒体如果能及时准确地发出预警信息,社会就有可能提前采取对策以减小危机的损害;在危机爆发期,主流媒体提供权威性的危机信息能够在一定程度上消除各种流言及其蔓延;在危机的扩散期,媒体能够最大限度地调用社会关系和社会资源,充分发挥其应用的舆论监督作用^[34]。过肖芸对危机中社会化媒体的特殊作用分阶段进行了分析,认为社会化媒体在社会危机事件中有着重要的预警作用,是危机历史的记录者,是危机中的心理医生^[35]。

(3) 社会化媒体对危机的预警作用

慕良梓、张杰对危机中社会化媒体的传播作用进行了研究,认为社会化媒体在危机演化中具有及时监测功能,起到社会雷达预警作用,社会化媒体在危机中对维护社会稳定、促进沟通、监督不当行为等方面发挥着正面作用,能够有效减少危机的发生,缓解危机扩散^[36-37]。赵帅认为,社会化媒体的实时动态性能对危机进行实时动态发布,对危机的发展状况进行及时的报道,这些都增加了信息的透明性,保证了公众的知情权^[38]。危机事件发生后,社会化媒体有助于拓宽信息的传播渠道和方式,突破危机中各类谣言的迷雾,揭露事件的真相,从而使危机向着解决的方向发展^[38]。张志海对突发事件与社会化媒体的关系进行了研究,分析了危机发展的不同阶段社会化媒体所发挥的作用,认为社会化媒体在潜伏期具有预警功能,在爆发期具有告知功能,在解决期发挥组织协调功能,在消退期发挥反思功能^[39]。

(4) 社会化媒体对危机中公众心理变化的影响

张玉茹对突发事件与危机干预进行了研究,认为在如今信息化时代下,社会化媒体与危机热线、网络服务、电子延伸服务等共同作用,可以给身处危机事件中的社会公众以强有力的心理支持^[40]。

2. 危机演化机理的研究现状

在危机演化机理方面,运用社会冲突理论、燃烧理论和群体心理理论对危机进行了分析,并将其演化过程分为潜伏阶段、诱发阶段、发展高潮阶段和消亡平息阶段^[41]。罗成琳等人通过分析相关部门、国内媒体、聚集群体之间的信息交流来分析危机事件的诱发过程,并将危机的演化过程分为诱因产生阶段、次生事件产生阶段、冲突爆发阶段、冲突应对阶段和恢复阶段^[42]。江燕燕等通过研究将危机的发生过程分为预兆期、发作期、快速反应期和解决期这四个阶段^[43]。郭浩等人通过案例分析把网络性危机分为潜伏期、引发期、发展期、爆发期和消亡期等五个阶段^[44]。此外,陈安等人将危机的发生分为发生、发展、诱发三个阶段^[45]。以上危机发展的阶段划分,基本上涵盖了我国危机发展的全部过程。

在影响因素方面,我国处于社会转型期,以前隐蔽的社会矛盾逐渐显露^[46],这就为危机的爆发埋下了种子;社会转型期间我国经济的发展方式和水平也相应发

生了很大的变化^[47],但是不合理的经济发展方式、民众合法利益受损、城乡和地区间经济发展水平差距增大^[48]等经济发展衍生问题,也激化了社会各类矛盾的不断发生;经济的发展,对外贸易的加强,外来文化冲击使得民众的民主意识逐渐增强,但是与之对应的政治参与能力较低、法制观念淡薄^[49],导致部分民众选择通过一些不符合法律要求的方式来表达自己的诉求^[50];新媒体尤其是社会化媒体的逐步普及,对危机的传播起到一定推动作用;另外,在体制上,由于信息披露不及时、利益诉求表达机制不健全^[51]、利益协调机制失衡、权力约束机制缺位、利益诉求机制不畅以及政府考核机制不合理等因素也促使了危机的频繁发生^[52]。危机影响因素的研究模型和方法方面,许晶等人运用 ISM 这一系统工程理论和数值计算软件得出,新机制不完善是危机的根源,利益矛盾、贪污腐败、劳资纠纷等是危机的具体诱发因素^[53];汤志伟等以斯梅尔塞的价值累加理论模型为假设,运用结构方程模型,经研究得出,在网络危机中,结构性诱因、结构性紧张与怨恨、普遍情绪和共同信念、触发因素、行动动员和社会控制能力对网络危机的发生均具有显著影响^[54];曾婧婧运用契约论从环境转型、沟通变异和利益异化三个层面分析农村危机的成因^[55];张秋菊、朱帮助运用信息熵理论得出,经济发展速度、社会管理水平、环境保护水平、生存保障以及教育水平与危机有很强的关联性^[56],也就是说这几方面是影响危机的主要因素;姬浩等人运用 FP-growth 算法对高校危机关联规则进行了分析,并得出,大部分危机与日期没有必然联系,与内部因素相比外部因素导致的危机影响力更大^[57]。

1.2.3 国内外研究现状评述

通过梳理、归纳国内外文献发现,近几年来学者们对危机的研究呈逐渐上升的趋势,学者利用案例分析等方法对传统环境下危机的影响因素进行了研究并对危机的发展过程进行了划分,对危机的演化机理做了相应的研究。学者们对危机的研究取得了较多的研究成果并且日趋系统化。但是其在研究中也存在着一些不足。

对危机的影响因素进行研究和提出时,没有考虑在社会化媒体这一新环境下影响因素的演变和增加。此外,在对危机的影响因素进行研究和提出时,由于其用到的主要方法是案例分析,通过案例的分析总结概括出这类事件的影响因素,因此往往导致得出的结果过于主观。虽然有学者利用一些模型和方法对危机的影响因素进行了研究,但是大部分研究只是得出影响因素的重要程度,尚缺少对影响因素的系统分析。所以,还需要在已有研究的基础上,对社会化媒体环境下危机的影响因素进行系统研究。

对于演化机理的研究主要是运用模型和仿真的方法,并获得一些独特的见解,对群体事件等危机的演化机理有较为深刻和全面的了解。但是其研究对象主要是

网络群体事件,研究视角也多集中于传播学方面,危机演化过程的提出也主要通过事件分析得出,在可视化仿真研究方面较少,尚需要用规范的方法系统地研究危机的演化。

1.3 研究内容与思路

1.3.1 研究内容

本书针对社会化媒体环境下非对称性危机的演化问题,提炼相关的科学研究问题,综合运用信息传播理论、扎根理论、演化博弈理论、多主体仿真等分析方法,研究社会化媒体环境下非对称性危机的特征、不同主体间的博弈、演化机理、演化仿真、危机协调解决机制等。具体研究内容包括:

第1章绪论,介绍本书研究的背景、目的和意义,国内外研究现状,论文的研究内容、研究思路及方法,为后续开展社会化媒体环境下非对称性危机研究奠定基础。

第2章是社会化媒体环境下的非对称性危机。借鉴国内危机的内涵,界定了社会化媒体环境下非对称性危机的内涵,并着重分析了社会化媒体环境下非对称性危机的特征。

第3章运用扎根理论识别了社会化媒体环境下非对称性危机演化的影响因素。运用扎根理论,从资料数据中产生概念、建立概念之间的联系,并系统地对资料进行三级(开放式、主轴、选择性)编码,从而识别出社会化媒体环境下非对称性危机的主要影响因素和核心因素,厘清因素之间的关系。

第4章是基于SEM的社会化媒体环境下非对称性危机演化影响因素关系分析。在识别社会化媒体环境下非对称性危机演化的影响因素基础上,运用结构方程模型对影响因素进行关联度分析,梳理影响因素之间的关系。

第5章是社会化媒体环境下非对称性危机的演化博弈。分析了社会化媒体环境下非对称性危机的参与主体及其行为策略,构建了政府协调下的非对称性危机演化模型并进行稳定策略分析。

第6章是社会化媒体环境下非对称性危机的演化仿真。以社会化媒体环境下非对称性危机演化影响因素和因素间的作用关系为基础,运用NetLogo仿真平台建立非对称性危机演化的多主体仿真模型,并对演化过程、危机中主体间的策略进行动态模拟仿真,进而对社会化媒体环境下非对称性危机演化机理进行深入的讨论和分析。

第7章研究了社会化媒体环境下非对称性危机的协调解决机制。依据社会化媒体环境下非对称性危机演化中弱势主体与强势主体的行为、演化机理,结合非对

称性危机治理策略效果的仿真结果,提取社会化媒体环境下非对称性危机治理的“情景-权变”管理范式,构建社会化媒体环境下非对称性危机的协调解决机制。

1.3.2 研究思路

本书的基本思路框图如图 1-1 所示。

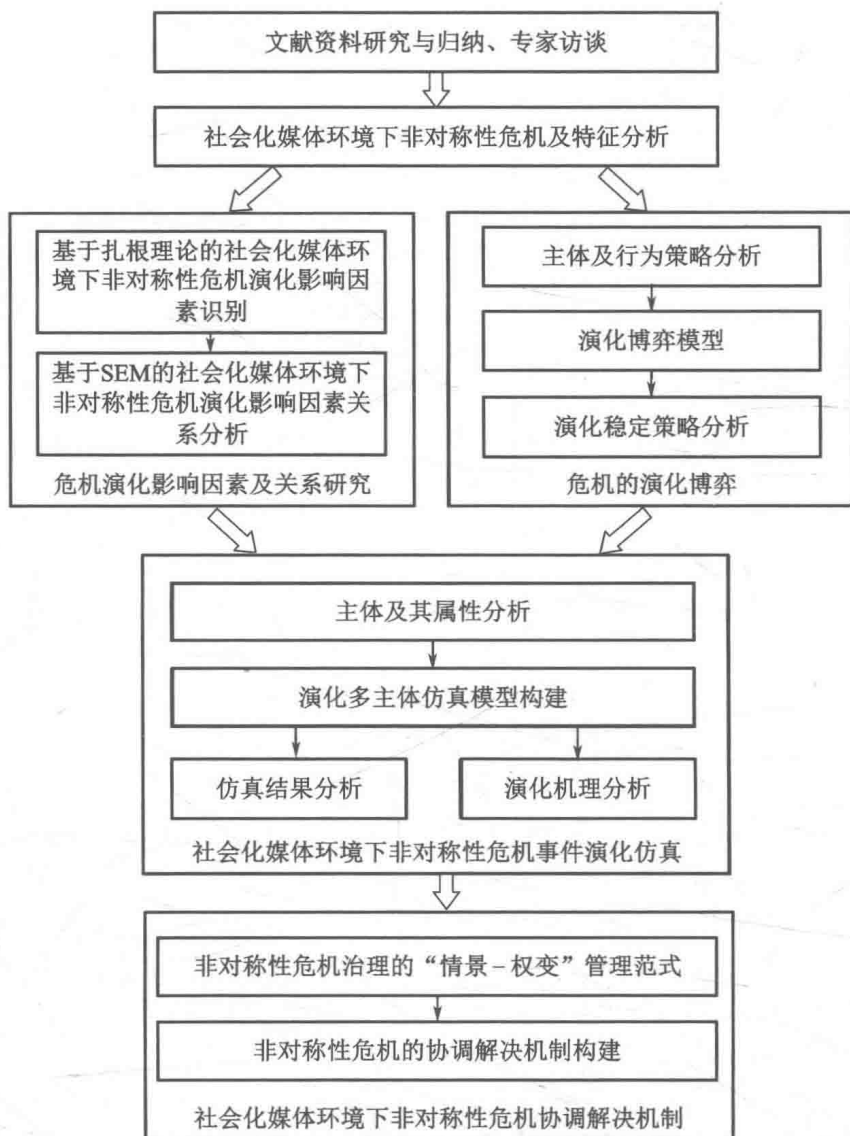


图 1-1 研究思路框图