

本书由上海市哲学社会科学基金资助出版

任福兵◎著

网络社会危机 传播原理



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

本书由上海市哲学社会科学基金资助出版

任福兵◎著

网络社会危机 传播原理



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

网络社会危机传播原理/任福兵著. —上海:华东理工大学出版社,2017.3
ISBN 978-7-5628-4940-7

I. ①网… II. ①任… III. ①互联网络-舆论-研究-中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 040441 号

策划编辑/李 骁

责任编辑/李 骁

装帧设计/戚亮轩

出版发行/华东理工大学出版社有限公司

地址:上海市梅陇路 130 号,200237

电话:021-64250306

网址:www.ecustpress.cn

邮箱:zongbianban@ecustpress.cn

印 刷/江苏凤凰数码印务有限公司

开 本/710mm×1000mm 1/16

印 张/19.25

字 数/355 千字

版 次/2017 年 3 月第 1 版

印 次/2017 年 3 月第 1 次

定 价/78.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

随着信息技术的发展和网络技术的进步,人类正快速步入现代网络社会。网络社会巨大的信息旋涡,将现实生活中越来越多的“现实人”卷入其中,演化为网络社会的“虚拟人”,人类原先的传统社会日益分化为现实社会和 network 社会并存的局面,现实社会和 network 社会相互影响、相互渗透,尤其是 network 社会对现实社会的影响越来越广泛、越来越深入。

网络技术的发展,不仅拓展了人们的传播空间,还带来了许多新的传播观念,其中,最为重要的是平等传播理念。网络技术使得每一个网络公民都能够自然成为传播者,而不仅仅是传播链中的受众,“人人都是通讯社”的理念已经深入人心,大量的网络事件和网络信息都是由普通网民发布,其现场感和及时性是许多传统媒体难以匹敌的。平行传播、交互传播、网络直播改变了以往的垂直传播理念。

网络社会造就了新的舆论生态。当今社会,网络为中国公众提供了一个现实社会难以企及的交流平台,这一平台正日益发展成为一个重要的舆论场。依托互联网的自媒体,网络舆论从边缘步入中心,民间舆论场不断壮大,改变了传统舆论场“官方媒体”一家独大的格局,传统媒体(纸媒)在整个舆论场的影响力则明显下滑,网络日益成长为当下中国社会最具活力和影响力的舆论场,成为整个中国社会的重要组成部分。一个相互制衡的传统媒体和网络媒体的格局正在形成。在网络舆论场,掌握话语权正变得越来越重要。

网络给社会发展带来巨大推动力。随着媒体格局的发展,网络舆论场已经并且将继续深度影响现实,其积极意义是不言而喻的。但是,在网络传播和交流的过程中,网络舆论场一些混乱现象也在不断出现。网络传播中的不良行为如何矫正,引起了官方的持续介入,并引发整个网络舆论格局的

再度调整。纵观整个网络舆论场,官方与民间的博弈仍在持续。

网络舆情成为社会关注的风向标。网络舆论场巨大的政治、经济、社会和文化等影响力,引发了政府和社会对于网络治理的关注。网络社会舆情错综复杂,再加上网络传播不规范的现象层出不穷,造成网络传播中出现了诸多问题和弊端,最明显的是网络危机事件大量涌现。就网络危机传播的负面影响而言,网络大腕在网上呼风唤雨,部分大腕的影响力甚至不亚于政府重要媒体的影响力,其传播能力可想而知,更何况大量网络水军、网络黑客的存在,加之越来越多的网民参与到网络公共事件传播当中,不适当的网络导向阻碍了社会正能量的传播;同时,随着自媒体技术的不断进步,以及网民利用网络传播的自主性和信息加工能力的不断提高,从理论角度深刻认识网络社会危机传播显得十分必要。

本书的写作目的在于,通过对网络危机传播原理的研究,帮助读者和研究人员深刻认识网络危机产生和发展的基本规律,养成独立判断网络危机舆情的能力,并能够对舆情发展趋势形成清晰的认识。本书的主要研究内容包括三部分:

第一部分为基础理论篇。该篇主要包括相关的基础理论:网络危机的传播哲学,网络信息的生命周期、传播价值、传播要素、传播主体和传播能力。它首先突出了哲学在研究网络危机传播中的重要性,分别从传播哲学、网络哲学和危机哲学等三方面展开;从网络危机传播的参与主体来看,政府、公众、媒体、意见领袖和利益相关者都在其中发挥重要作用,最终作用发挥的大小,哪一类网络危机传播主体发挥作用,取决于这些传播主体的传播能力。

第二部分为危机演化篇。该篇主要包括网络危机传播生成的道德环境、危机传播动力、传播能量的空间结构与传递、危机信息传播的碎片化与拼图化、危机信息传播机制、危机传播认同及其产生,上述因素导致了多种网络危机传播效应。在此基础上,揭示危机信息传播的基本规律。

第三部分为危机管理篇。该篇主要包括网络危机各个传播主体的传播责任、网络危机传播的预警管理、危机事件传播的应急管理、危机传播的常态管理。

通过上述三个部分的研究,读者能够较为完整地把握网络社会危机传播的基本原理,提升网络危机的认识能力、分析能力、研究能力和治理能力。本书可以作为新闻和情报专业关于网络传播和舆情研究的理论课教材,也适合网络危机治理的相关专业人员和网络传播兴趣爱好者参考使用。

笔者历时三年完成了本书的撰写。在著述过程中,得到了上海市哲学社会科学基金项目的资助,笔者参阅和借鉴了同行专家与学者的观点及理论,并得到笔者所指导的研究生张雪、李媛媛、张宇、李玲玲和王玉梅等的文稿校对帮助,在此一并表示衷心感谢!限于笔者的知识水平和专业能力,书中可能会出现一些错误与遗漏,敬请读者批评指正。

目 录

第一章 网络社会危机信息传播理论构建	1
第一节 网络危机传播基础理论	1
第二节 网络危机传播演化理论	3
第三节 网络危机传播治理理论	11

基础理论篇

第二章 网络危机传播的哲学基础	19
第一节 传播哲学	19
第二节 网络哲学	23
第三节 危机哲学	25
第三章 危机信息网络生命周期	28
第一节 信息生命周期概念的演化	28
第二节 网络危机信息传播过程与生命周期	30
第三节 网络危机传播类型与信息生命周期	34
第四节 网络危机信息的老化与影响因素	38
第四章 网络危机传播价值	40
第一节 网络危机传播价值的概念及内涵	40
第二节 网络危机传播价值的影响因素	42
第三节 网络危机传播价值的价值判断	45
第四节 网络危机传播价值的价值构成	46
第五章 网络危机传播要素	51
第一节 传统危机传播要素	51
第二节 网络危机传播要素	52

第三节 网络危机传播要素发展趋势	57
第六章 网络危机传播主体	59
第一节 政府:网络危机传播的管控者	59
第二节 公众:网络危机传播的传受者	61
第三节 媒体:网络危机传播的挖掘者与传播者	62
第四节 意见领袖:网络危机传播的中枢	63
第五节 利益相关者:网络危机传播的利益源	65
第七章 网络危机传播能力	68
第一节 网络公众传播能力	69
第二节 意见领袖传播能力	71
第三节 媒体传播能力	75
第四节 政府传播能力	78

危机演化篇

第八章 网络社会危机传播的负面道德环境	85
第一节 道德泛化:网络社会的道德越位	85
第二节 道德低俗化:网络社会的道德缺位	87
第三节 道德苛刻化:网络社会的道德错位	90
第四节 道德弱化:网络社会的道德失位	93
第九章 网络危机信息传播动力	98
第一节 传播动力理论基础	98
第二节 传播主体动力理论	100
第三节 危机传播社会思潮	103
第十章 网络危机信息能量场的空间结构与能量传递	105
第一节 舆论能量场理论	105
第二节 网络危机信息能量场的概念推定	107
第三节 网络危机信息能量场的空间结构	108
第四节 网络危机信息能量场的能量空间传递	111
第十一章 碎片化与拼图化:网络传播的扩散与整合	115
第一节 传播碎片化和拼图化的概念界定	115
第二节 碎片化:网络传播信息的分裂与扩散	116
第三节 拼图化:碎片化传播的整合与还原	121
第四节 碎片化与拼图化:网络传播过程中的关系演化	126

第十二章	网络危机传播机制	129
第一节	信任机制	129
第二节	动员机制	134
第三节	激励机制	138
第四节	道德机制	139
第五节	关注机制	141
第十三章	网络传播碎片信息的拼图机制	147
第一节	网络个体:散点式拼图机制	147
第二节	网络群体:集群式拼图机制	150
第三节	意见领袖:组织化拼图机制	152
第四节	专业媒体:整合式拼图机制	155
第五节	政府机构:压力式拼图机制	158
第六节	全媒体:融合式拼图机制	160
第十四章	网络危机传播认同	163
第一节	网络危机认同及其产生	163
第二节	道德认同	165
第三节	价值认同	167
第四节	文化认同	169
第五节	政治认同	171
第六节	国家认同	174
第十五章	网络危机传播效应	176
第一节	蝴蝶效应	176
第二节	极化效应	178
第三节	马太效应	180
第四节	围观效应	181
第五节	乘数效应	183
第六节	信息茧房效应	184
第七节	塔西佗陷阱效应	186
第八节	议程设置效应	188
第十六章	网络危机信息传播的基本规律	190
第一节	传播内容:从假象到真相	190
第二节	传播方向:从多元到一元	194
第三节	传播路径:从时间到空间	198
第四节	传播效应:从主体到客体	201
第五节	传播价值:从定律结构到生命周期	203

危机管理篇

第十七章	网络危机传播责任	209
第一节	媒体的社会责任	209
第二节	意见领袖危机传播社会责任	219
第三节	政府危机传播社会责任	229
第四节	企业危机传播社会责任	234
第五节	网民危机传播社会责任	240
第十八章	网络危机传播的预警管理	247
第一节	网络危机预警基本理论	247
第二节	危机预警管理流程	249
第三节	预警系统结构与管理内容	250
第四节	预警指标体系	253
第五节	网络危机预警机制	256
第六节	网络危机预警运行模型	257
第十九章	危机事件网络传播应急管理	260
第一节	网络舆情应急管理的内涵及意义	260
第二节	网络舆情应急管理现状	262
第三节	网络危机传播应急管理存在的问题	263
第四节	网络舆情应对机制存在的问题原因	265
第五节	网络危机传播管理对策	267
第二十章	网络危机信息传播常态管理	275
第一节	网络危机信息传播的管理现状	275
第二节	网络危机舆情传播常态管理问题	277
第三节	网络危机传播政府常态管理对策	280
参考文献		287

第一章 网络社会危机信息传播理论构建

当今社会是危机社会,这种危机体现为现实社会危机和网络社会危机。国内学界关于网络危机的研究始于 20 世纪末,到目前为止已经积累了较为丰富的案例分析和实证分析研究成果,然而,该领域的研究仍有待继续深化,尤其是网络危机传播理论的系统化研究亟待加强。本书将对这一理论从网络危机传播的基础理论、演化理论和治理理论三个方面进行体系化构建,建立网络危机信息传播理论。

第一节 网络危机传播基础理论

网络危机信息传播理论作为一个理论系统,首先应当确定网络危机信息传播的研究对象、研究范畴、基本知识、基本概念等,分析其基本结构,揭示其逻辑关系,阐述其基本作用及功能。总体而言,网络危机信息传播的基础理论包括其学科属性、研究对象与结构、学科内涵及其研究方法理论。

一、学科属性梳理

就学科属性而言,网络危机信息传播理论是一门交叉学科,涉及情报学、传播学、管理学、信息学等。当前的传播学和情报学都将网络危机传播作为自身的主要研究对象,因此该理论具有综合性特征。随着新媒体的快速发展,学界对网络危机信息传播的研究呈现爆发态势,因此,加强对网络社会危机信息传播的理论研究,便于更好地分析网络危机传播的环境、影响因素、动力机制、演化规律及其治理,为认识和解决网络危机、降低危机的社会影响、缩短危机事件过程、降低危机的社会成本和经济成本、维护社会稳定提供理论指导。

二、研究对象体系

网络危机信息传播作为综合性交叉学科,受到很多领域的共同关注。

其研究对象可从横向、纵向、下向、边向四个维度来分析。横向研究包括元理论、基础理论和研究方法三个组成部分;纵向研究包括信息过程(涵盖危机信息的产生、传播与老化,即危机信息的起点到终点)、信息链(信息传播和扩散的推进逻辑关系)和信息传播要素;下向研究包括其价值就在于满足社会需求,运用和服务于社会实践,体现研究的应用性;边向分析是指在信息社会背景下的网络危机信息传播不断与其他学科交叉融合。

三、研究内容结构

按照传播的对象等级分类,网络危机信息传播可分为宏观危机信息传播、中观危机信息传播和微观危机信息传播,其中,宏观层面包括国际网络危机信息传播、国家网络危机信息传播、政府网络危机信息传播;中观层面包括行业网络危机信息传播、企业网络危机信息传播;微观层面包括群体网络危机信息传播、个人网络危机信息传播等。

按照传播的内容领域分类,网络危机信息传播包括政治危机信息传播、经济危机信息传播、社会危机信息传播、生态危机信息传播、文化危机信息传播等。

按照传播的驱动源分类,网络危机信息传播主要包括内源驱动危机信息传播、外源驱动危机信息传播、内外源合力驱动危机信息传播。

按照传播的发展速度分类,网络危机信息传播包括潜伏型危机信息传播、突发型危机信息传播、诱发型危机信息传播、曲折型危机信息传播。

按照传播的影响范围分类,网络危机信息传播包括浅层型危机信息传播和深层型危机信息传播。

四、哲学基础及价值理论

网络危机信息作为物质世界的一种普遍化存在形式,即危机事件的信息化。信息传播就是信息运动,运动是信息传播的本质和基本特征。网络危机传播哲学以情报学哲学和传播学哲学为基础,以网络社会领域和网络社会形态为研究背景,以网络技术存在为前提,以网络基础设施为危机信息发展演变的物理载体,以网络化关系和活动的新现象、新问题为研究对象,关注网络时代人的信息生存状态。

在现代危机高发时期,网络危机传播成为影响危机事件发展进程的关键变量。危机事件的突发性、复杂性以及高速传播、传播生态环境、公众心理等诸多因素,使得网络传播效果更加不可预期和难以控制。

五、研究方法论体系

方法论是研究认识事物和改造事物实践的手段与工具,包括规律性知

识(揭示影响事物发展各变量之间固有的、内在的、与实际相符合、逻辑严谨的知识)和有效知识(具有现实针对性、简洁明了的解释框架和思维模板)。

作为一个跨学科的研究领域,网络危机信息传播的方法论体系涉及哲学、情报学、管理学、传播学、社会学、数学、计算机等诸学科的研究方法。其中,哲学方法涵盖分析归纳法、反馈法、比较法、选择法、阐释法和系统法等;情报学的专有方法包括信息计量法、内容分析法、层次分析法、知识发现法等;数理方法包括统计法、测量法、信息获取法、矩阵思考法、模糊数学方法、博弈法等;社会学方法包括社会网络分析法、人际交往法、社会调查法、观察法、实验法等;管理学方法包括假设—推理法、实证研究法、案例研究法、情境分析法等;传播学方法包括实证主义和人文主义方法。上述学科的研究方法,构成了网络危机传播的研究方法体系。

第二节 网络危机传播演化理论

网络危机传播是在网络环境下,参与者在系统动力的推动下采用一定的方式进行信息传播的过程。网络危机传播理论体系的构建重点是演化理论,包括传播生态理论、传播角色与行为理论、传播动力理论、传播方式理论、传播阶段理论、传播规律理论等(如图1-1所示)。

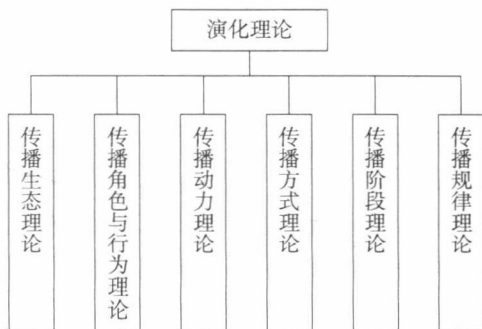


图 1-1 网络危机传播演化理论

一、传播生态理论

1. 危机传播生态构成

网络世界作为人类生存的第二空间,改变着人类的生存方式。由网络和信息构成的虚拟环境形成的民主开放、自由共享的网络世界,是人们相互交流、共同旅行的生存空间,也被称为“网络生态”。网络危机传播生态,即网络信息危机传播的环境,泛指一切与人类活动相关的网络信息及其状态,

包括影响网络传播运行的所有物质网络、生物网络、经济网络和社会网络,具有传播层次性、时空动态性、系统脆弱性、抗击扰动性、信息协同性等特征。

2. 危机传播生态危机

由于人们对网络的滥用和误用,致使网络环境问题严重,如网络世界的信息污染、安全危机、信息膨胀、信息侵犯、信息分布不均等,导致网络危机传播生态恶化和失调,导致传播生态危机。网络传播生态危机产生的原因主要包括网络崇拜的负效应、网络空间观念淡漠、网络虚拟性滥用等,由此滋长了网络问题的灰色区域空间,导致网络伦理普及严重滞后于网络技术发展,恶化了网络危机传播环境,严重影响到网络的正常运行。

3. 危机传播生态恢复力

网络生态恢复力,是指网络系统的自身能力能够实现运行状态稳定、抗击外来干扰的自我修复能力和以最少的外界支持来维持其自身管理。网络危机传播生态恢复力,是指危机信息在传播过程中,传播系统在复杂的网络环境中能够应对内外压力,基本遵循网络伦理和网络相关法律,保持正常的传播危机信息的功能。即使在短时间受到多因素干扰,也能够实现自我系统重建的能力。网络危机传播生态恢复力,很大程度上取决于网络信息生态赖以生存的环境,网络主体因素对网络生态系统的恢复力起主导作用。

二、传播角色与行为理论

1. 危机传播角色

危机传播,是指在危机全过程中,政府、组织、媒体、公众内部和彼此进行的信息交流。不同的组织和个人在各种危机传播中所承担的角色是不同的,即使在同一危机事件中,同一个组织和个体也可能承担不同的角色,同时,他们的角色决定他们在危机传播中发挥不同的作用和功能。根据危机信息传播的流程,危机传播角色可以分为危机信息的制造者、传播者、受众、监控者、受害者、受益者。其中,危机信息的制造者是原始信息生产或制作的机构或个人,以及危机信息的揭示或发掘机构、媒体或个人;传播者包括一级传播者、二级传播者,或为意见领袖、网络推手、网络水军,或个体传播者、组织传播者,或真实信息传播者和虚假信息传播者;受众包括普通网民或信息链低端个人;监控者包括政府和主管机构;受害者包括同行机构、相关组织、利益相关者、产品或信息的消费者;受益者包括同行机构、竞争对手、利益相关者。

2. 危机传播行为

危机传播的场所包括论坛、社区、微博等,这些场所因为具有交互性、隐匿性和集聚性等特点而成为网络公共领域。目前,网络传播在大众传播中

的作用日益加大,并持续改变着政府、机构、企业和个人面临的传播生态。其中,政府掌握着舆论的主导权和引导权,是集政治、权威、公关于一体的天然传播主体,具有保障公众的知情权和传播权、尊重与保障各类媒体采访权的责任。当前,政府正在经历从传统的刚性控制者向柔性沟通协调者转型。大众媒介充当着多方信息沟通的桥梁和纽带,并成为危机传播的组织者。意见领袖是网络中具有独到见解、有网络组织力和影响力的一些网民,他们能够影响消费者和公众对危机的认知与判断、立场与观点,将网络舆情引向某一个设定的方向发展。公众通过网络表达观点和立场、抒发情绪,充当着大众麦克风的自媒体角色,彰显平民网络话语权,部分公众在意见领袖的组织和作用下会演化为极化群体,以至于产生网络暴力,成为网络打手。

三、传播动力理论

网络危机传播由传播主体、传播客体和传播信道组成,但实现传播需要传播动力。危机传播动力分为博弈驱动(利益驱动、避害驱动)、责任驱动(职责驱动、道德驱动、服务驱动)、权力驱动(话语权驱动、知情权驱动)、关注驱动(兴趣驱动、专业驱动)、合力驱动(双重驱动、多层驱动)等,这些动力因素构成网络危机传播的动力体系。而不同类型网络危机的传播动力各不相同,不同传播动力在危机传播中占据的地位和发挥的作用也各不相同。

1. 博弈驱动

博弈驱动包括正反两个方面,分别是利益驱动和避害驱动。参与网络危机传播博弈的主体主要包括机构、组织、媒体或个人,他们都是危机事件的利益相关者。出于利害关系,各传播者会两利取其重、两害取其轻。通过权衡利弊,推动或阻碍危机信息传播。

2. 责任驱动

责任驱动包括职责驱动、道德驱动和服务驱动。危机事件本质是自然或社会矛盾的反映,公众期望政府能做到公开、高效、透明、准确地报道危机信息。面对网络危机,政府有责任营造良好的网络危机传播生态,倾听公众的意见和建议。政府通过技术过滤和阻断信息、议题设置引导、信息制度化公开等手段,加强网络监管,并参与到危机传播中去。危机事件往往带有道德因素,如政治道德、社会公德、职业道德和个人道德,如果危机制造的主体触及基本的道德底线,就会导致有基本道德良知的各方参与传播活动,批评和指责肇事者,以维护社会道德。服务职责是媒体的基本职责,它对公众普遍关心的、触动现实利益的、迫切需要解决的危机进行报道,向公众传播相关信息和提供相关信息服务。

3. 权力驱动

权力驱动包括话语权驱动、知情权驱动。话语权是公众表达利益诉求

的重要工具。网络的信息获取成本低,交叉传播便捷,公众的网络话语权意识开始觉醒,同时兼具信息接收和传播双重身份,使得他们争相传播危机信息,并以人数众多占据传播的主动地位,从而实现利益诉求。知情权是公众对国家重大决策、政府重要事务以及事关公民利益的重大事件应享有的了解和知悉的权利。网络危机直接或间接地降低或减少公众的切身利益,公民关心自己的知情权就是对自身权利的关注。在信息公开不充分的情况下,网民更愿意从人际传播这一非正式渠道获得信息,而这些信息往往和政府的信息相左,甚至是对抗的,这就削弱了政府的权威地位,为网民话语权的构建开辟了道路。

4. 关注驱动

公众对信息的需求,除利益、道德和权利外,还有兴趣和专业的推动。对于公众普遍关心的、触动其现实利益的、迫切需要解决的网络危机,公众有着迫切的信息需求,这种底线就是危机知情权,这种知情权会产生强大的推动力,极大地促进网络信息的传播活动。同时,对于危机事件相关领域的研究人员,他们对危机的研究促使他们会持续关注事件的发展和变化,用专业的方法和技术提出专业、精辟和深入的观点。

5. 合力驱动

危机传播动力通常不是单一动力驱动,而是多种力量多层驱动的结果,多层驱动的合力包括政府的职责驱动、媒体的服务驱动、各阶层的话语驱动、利益相关者的博弈驱动、公民的道德驱动、公众的关注驱动、网民的权利驱动等。在各种危机事件的传播中,各驱动力所拥有的地位和发挥的作用各不相同,即使同一种驱动力,在传播的不同阶段发挥的作用也不一样,各种驱动力的力度不同,其组合千变万化,其作用力模型也相去甚远。

四、传播方式理论

1948年,美国学者 Harold Lasswell 提出的“5W 传播模式”奠定了传播方式研究的基础,体现为以信息传播者为中心的线性传播。但是,这一传播模式缺少信息反馈环节,传播者和受众之间缺乏互动。不同于传统传播,网络危机传播的特点是传播速度快、主客体互动、多传播主体、多信道扩散、系统复杂、现场性强,这与它的传播方式密切相关。网络危机传播方式包括非线性传播(过程)、病毒式传播(速度)、融合式传播(主客体)、协同式传播(效率)、复杂化传播(系统)、议程设置式传播(干预)等。

1. 非线性传播

从传播过程看,在网络技术和信息技术的推动下,网络危机信息表现为非线性传播、传播的起点和终点不明确。传播的方向存在很大的不确定性,单向传播、互动传播并存,传播者与受众不存在明确的区分。具备了大众传

播和人际传播相互融合的特点,这种传播方式扩大了传播范围,使传播更具多样性、及时性和同步性。

2. 病毒式传播

从传播速度看,网络危机传播呈现为病毒式网络传播,其传播特点与传统传播有本质的差异,路径不再是线性传播,而是以交互传播方式为主。这种方式不仅提高了传播速度和传播效率,而且在传播过程中不断发生变异,一如病毒复制一样。

3. 融合式传播

从传播主客体看,网络技术对危机传播的主客体进行彻底重构,个体传播、群体传播、组织传播和大众传播都参与危机传播,他们彼此的共同传播构成网络时代多重传播主体的图景。在这一时代,传播主体复杂化、话语权垄断消失、传者和受者的平等局面已经形成。

4. 协同式传播

从传播效率看,网络危机传播的多种媒体呈现为竞争型传播态势,包括网络媒体和传统媒体间的相互竞争,报道信息的相互作用,信息反馈的持续增加,通过相互间竞争传播来实现协同合作,提高信息传播的频率,推动危机真相的揭示和向公众的传播,确保信息传播的及时性与保真性。

5. 复杂化传播

从传播系统看,危机传播呈现主客体多元、传播路径多变、传播边界不定的特点。首先,个体传播、群体传播、组织传播和大众传播都参与到危机传播之中,很多情况下他们身兼“传”与“受”的双重身份。其次,主客体的多元化必然导致传播路径的复杂化。再次,互为传者和受众,他们间的联系除竞争性关系外,也可能是利益相关者,传播边界也变得模糊,传播表现出更加复杂性特征。

6. 议程设置式传播

从传播干预看,干预传播主体的有效手段就是进行议题设置。从网络危机事件的发展过程来看,干预式危机传播已经形成“议程设置”模式,即“网络人提出议题—媒介关注—全社会参与—政府行为”的模式。

五、传播阶段理论

Kathleen Feam Banks 将危机传播定义为“在危机事件发生之前、之中及之后,介于组织及公众之间的传播”。危机传播过程都是危机事件发展的全程映射。通常,网络危机事件的发生发展过程被分为四个或五个阶段。四个阶段包括潜伏期、发生期、发展期、结束期,五个阶段则加上总结期。

1. 过程传播阶段论

网络危机传播分为潜在期、突发期、蔓延期和解决期,其反映在危机的