



电子政务

E-Government

ISSN 1672-7223, CN 11-5181/TP

## 《电子政务》网络首发论文

题目：政府网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响机制研究  
作者：苗青，罗贻文  
收稿日期：2024-04-28  
网络首发日期：2024-06-14  
引用格式：苗青，罗贻文. 政府网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响机制研究[J/OL]. 电子政务. <https://link.cnki.net/urlid/11.5181.TP.20240612.2230.016>



**网络首发：**在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

**出版确认：**纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

# 政府网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响机制研究\*

苗青\*\*<sup>①②</sup> 罗贻文<sup>①③</sup>

①浙江大学公共管理学院

②浙江大学社会治理研究院

③浙江（浙江大学）国际发展与治理研究中心

**摘要：**政府在网络动员过程中常常出现“工作不好做、民众不理解、结果不理想”等困境，症结在于公众网络参与不足。为有效提高政府网络治理效能，须提高网络动员的针对性与有效性，激发公众数字化合作生产行为。基于此，通过实验研究探讨网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响关系。针对200名受访者的实验结果表明：诱致型和宣传型策略更能显著促进公众的数字化合作生产行为；网络动员策略通过影响公众的趋近动机与回避动机，进而影响其数字化合作生产行为；风险感知具有放大效应，风险感知水平越高，回避动机对数字化合作生产行为的负向效应越强。研究结论可为推进公众数字化合作生产行为提供参考。

**关键词：**政府网络动员；数字化合作；共同生产；合作生产；趋近-回避动机；风险感知

## 一、引言

政府与公众开展合作生产，建立多元协同治理格局已成为共识<sup>[1]</sup>。合作生产是指公共服务提供和治理中，政府和公民通过伙伴关系进行资源整合与共同生产，以提高公共服务质量和绩效<sup>[2,3]</sup>，目前已在公共安全<sup>[4]</sup>、社区治理<sup>[5]</sup>、乡村治理<sup>[6]</sup>、环境保护<sup>[7]</sup>等领域广泛运用。网络治理中的合作生产意味着政府与公众等多元主体在制定网络安全政策、分享网络安全信息、应对网络安全事件等方面开展协同合作，具有多重价值。一是能减少政府协调成本，提高网络安全维护的针对性；二是有助于政府提升应变能力、创新服务方式、重塑与民众的互动关系；三是提升公众参与意识，塑造互助精神，推动社会治理共同体建设。

然而，在实际网络治理中，合作生产的开展仍面临诸多困境。一是基层政府在动员过程中存在动员方向不明确、动员方式单一、缺乏人文关怀等问题<sup>[8]</sup>，导致网络动员效果不佳，难以有效调动公众参与合作生产。二是公众参与数字化合作生产的意愿和能力也有待提升<sup>[9]</sup>，部分公众还存在“政府包揽”的路径依赖思维<sup>[10]</sup>。这种政府动员不力、公众意愿不足的双重困境，

不仅影响数字化合作生产的成效，也制约着我国网络治理体系和能力的优化提升。如何推动公众积极、有序、持续地参与网络治理，亟待破局。

近年来，行为公共管理的兴起为分析政府动员与公众参与提供了新视角，其中“趋近-回避”动机理论备受关注。该理论认为“趋利避害”是人类行为的基本动机<sup>[11]</sup>，个体在面临压力情境时，会产生趋近或回避两种动机取向，进而影响其情绪、认知和行为反应<sup>[12]</sup>。在网络情境中，公众面临网络安全威胁、网络生活失序、网络舆情频发等多重压力<sup>[13]</sup>，政府采取的网络动员策略会影响公众的压力感知和应对动机，进而左右其参与行为<sup>[14]</sup>。目前，鲜有文献系统考察政府动员策略如何通过影响公众的压力应对动机进而作用于合作生产行为，现有研究多侧重某一方面，缺乏将政府动员、公众动机和行为整合考察的研究。

本研究拟整合现有研究，构建“政府动员-公众动机-公众行为”的理论模型，通过实验研究探讨政府网络动员策略影响公众数字化合作生产行为的因果机制。拟重点探讨以下问题：①政府网络动员策略与公众数字化合作生产行为间有何关系，不同类型的动员策略对公

\*基金项目：国家社会科学基金重大项目“发挥第三次分配作用促进慈善事业健康发展研究”（项目编号：21&ZD184）。

\*\*通讯作者

收稿日期：2024-04-28

修回日期：2024-05-05

众数字化合作行为的影响是否存在差异；②政府网络动员策略影响公众数字化合作生产行为的内在作用机制如何；③如何优化政府网络动员策略，以更好地激发公众参与数字化合作生产的积极性。

## 二、文献回顾与理论假设

### （一）网络动员策略与公众数字化合作生产行为

在网络安全治理中，政府采用不同的网络动员策略来引导公众参与数字化合作生产，这些策略可能通过激励或压力的方式产生不同的效果。目前，常将动员策略划分为强制式动员与诱导式动员两类<sup>[15]</sup>，强制型动员侧重以法律或政治权力等强制力迫使行为者服从；诱致型动员侧重以物质或精神方面的利益交换来达到预期目的<sup>[16]</sup>。此外，动员过程中的价值宣传亦是重要的动员手段，有学者将其总结为宣传型动员策略<sup>[17,18]</sup>，侧重通过信息传播、思想教育、树立模范典型等来促进公众对动员目标的共鸣。本研究综合学界主流观点，将政府网络动员策略划分为强制型网络动员策略、诱致型网络动员策略和宣传型网络动员策略三类。

#### 1. 强制型网络动员策略与公众数字化合作生产行为

现有文献对强制型动员策略的效果存在不同看法，一方面，强制性任务的惩戒属性可能改变公众的成本收益权衡，使其选择服从以避免惩罚，客观上增强公众合作生产行为<sup>[19,20]</sup>；另一方面，强制策略可能剥夺公众的自主权，损害自主性体验，削弱内在动机<sup>[21]</sup>，且占用个人时间，影响其获得支持和认同，降低持续参与动力<sup>[22]</sup>。有效的网络动员策略应通过激活公众内驱型动力、功用型动力等以促进公众可持续参与<sup>[23]</sup>。然而，强制型策略所体现的不平等、不信任等特征，可能破坏协作基础<sup>[24]</sup>，且其偏重动员物质资源，忽视意识形态动员和文化整合，难以形成可持续的合作生产秩序。本研究认为，在网络治理领域，公众能否持续参与数字化合作生产，很大程度上取决于其自主性和内生动机能否得到满足。然而，强制型网络动员策略通过命令、惩戒等手段强制推动参与，可能损害自主性，引发心理反弹，削弱持续参与的内在动力。因此，提出以下假设：

H1：与不实施动员策略相比，强制型网络动员策略

显著减少公众数字化合作生产行为。

#### 2. 诱致型网络动员策略与公众数字化合作生产行为

有学者认为，在重大突发事件应对中，利益诱导的作用可能下降<sup>[25]</sup>，过度依赖外部激励也可能挤出内在动机，影响合作生产意愿的持续性<sup>[26]</sup>。然而，结合网络治理特点，诱致型网络动员策略可能发挥更积极作用。首先，网络空间的开放性和公众参与的自主性，使得诱因激励可能成为调动公众参与积极性的更有效手段。其次，网络安全事件的复杂性和专业性要求公众不仅需要参与意愿，还需要相应的知识和能力，而合理的激励措施能够吸引更多人参与并提升参与能力，从而提高合作生产质量。再者，针对性激励有助于突出多元主体的价值，激发责任感，加强利益融合，推动构建可持续的合作生产机制。因此，诱致型网络动员策略通过提供物质或精神激励，改变了公众参与数字化合作生产的成本收益预期，激发了公众的参与动机。同时，该策略尊重公众的自主选择权，满足其自主性需求，有助于培育内在参与动力。因此，提出以下假设：

H2：与不实施动员策略相比，诱致型网络动员策略显著促进公众数字化合作生产行为。

#### 3. 宣传型网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响

宣传型网络动员策略通过信息传播和价值引导，塑造公众对网络事件的认知和态度，进而影响其参与行为。宣传型策略通过突出事件的紧迫性和破坏性，唤起公众的后果意识和责任感，促使其将参与行为内化为道德义务，从而助推合作生产行为的产生<sup>[27]</sup>。宣传型策略是一种框架整合过程，通过战略性话语强调事件影响，为公众参与赋予道德意蕴，激发风险感知和使命感，营造有利于动员的话语环境，克服“搭便车”心理。合作生产亦强调文化认同的重要性，宣传型策略通过体现利益共享、责任共担的理念，描绘众志成城、守望相助的图景，为参与各方搭建信念协调、情感联结的桥梁，培育“命运共同体”意识，奠定数字化合作生产文化基础。基于此，提出以下假设：

H3：与不实施动员策略相比，宣传型网络动员策略显著促进公众数字化合作生产行为。

#### 4. 强制型网络动员策略与诱致型网络动员策略的比较

相比强制型网络动员策略，诱致型策略在促进公众

数字化合作生产行为方面可能更具优势。两类策略在动员方式、参与自主性、能力感知和内在动机等关键维度存在显著差异。第一,在动员方式上,强制型策略依靠法律强制和权威压力驱使参与,诱致型策略则通过物质或精神奖励来激励参与,导致了不同的参与体验和心理感受。第二,在参与自主性上,强制型策略通过命令和惩罚削弱了参与的自主性和自我认同,可能引发心理反弹;诱致型策略为公众提供了参与的选择权,满足了自主性需求。第三,在能力感知上,诱致型策略所提供的物质奖励常被视为参与能力的肯定,有助于提升个体的能力感和内部动机,而强制型策略则缺乏这种激励效果。第四,在内在动机上,诱致型策略所传递的精神奖励和价值认可,更能激发个体的荣誉感和责任感,产生持久的行为驱动力,而强制型策略可能会削弱内在动机。已有研究支持上述分析,发现强制性措施可能引发不满,降低个体后续参与意向<sup>[28]</sup>,而认可性激励在组织和志愿服务情境<sup>[29]</sup>都被广泛验证能取得更好效果。据此,提出以下假设:

H4:与强制型策略相比,诱致型策略能更有效地促进公众数字化合作生产行为。

### 5.强制型网络动员策略与宣传型网络动员策略的比较

宣传型网络动员策略较之强制型策略,在促进公众数字化合作生产行为上可能更有效。两类策略主要在以下维度存在差异:第一,在参与动机上,强制型策略依赖外部控制,易引发心理反弹,难以激发内生动力和持续参与;宣传型策略则通过唤起问题意识、厘清角色价值,帮助公众将参与内化为自我实现的内在需求,更利于形成持久行为驱动力。第二,在规范激活上,宣传型策略为责任规范激活提供必要的信息线索和情境基础,引导个体将责任内化为道德义务,推动其采取行动;强制型策略在这方面作用有限。第三,在行为可持续性上,宣传型策略通过培育主体意识和责任意识,唤起内生动力,取得更持久效果;强制型策略导致的行为可能随外压减弱而难以为继。已有研究证实了宣传策略在塑造积极行为方面的独特效用,如在组织变革中,愿景传播通过厘清变革意义、凝聚价值共识而有效塑造变革支持行为<sup>[30]</sup>;在志愿服务中,“变革型领导”通过培育角色认同和使命追求而更能激发持续投

入<sup>[31]</sup>。据此,提出如下假设:

H5:与强制型策略相比,宣传型策略能更有效地促进公众数字化合作生产行为。

### 6.诱致型网络动员策略与宣传型网络动员策略的比较

宣传型策略虽然能通过观念塑造和意识唤醒促进公众参与,但在将态度转化为持续行为上却存在局限,还需外部诱因的辅助。相比之下,诱致型网络动员策略在促进公众数字化合作生产行为方面可能更具优势。两类策略主要在以下维度存在差异:一是在回报的时效性上,宣传教育影响具有滞后性,难以让参与者立竿见影地体验价值回报;而诱致型策略提供的及时反馈,能满足参与者心理预期,激发参与热情。人们偏好近期确定回报,及时奖励更能塑造巩固行为<sup>[32]</sup>。二是在需求的匹配度上,网络情境下任务繁重,公众更倾向寻求直接利益确认,单纯精神激励力有不逮;而诱致型策略适时回应公众急迫需求,短时间内汇聚广泛参与。三是在动员绩效上,大量实证研究,如灾害响应中的经济补偿<sup>[33]</sup>、传染病应对中的疫苗隔离补贴<sup>[34]</sup>,证实了诱致措施在促进社会动员中的有效性。据此,提出以下假设:

H6:与宣传型策略相比,诱致型策略能更有效地促进公众数字化合作生产行为。

## (二)网络动员策略影响公众数字化合作生产行为的机制建构

### 1.强制型网络动员策略对公众数字化合作生产的影响机制

强制型网络动员策略会通过增加公众的回避动机和减少趋近动机,削弱公众参与数字化合作生产的意愿和积极性。首先,强制型动员会增加公众的回避动机。作为一种权威性策略,强制型动员通过施加外部压力迫使公众参与,引发公众对参与风险和成本的高估,激发其规避损失的趋避心理<sup>[35]</sup>。在回避动机的驱使下,个体参与更多出于降低损失的考量,缺乏积极追求收益的内生动力,导致被动参与难以转化为高质量、可持续的合作生产投入<sup>[36]</sup>。其次,强制型动员会减少公众的趋近动机。成功的合作生产需要以公众的自主性参与为基础,而趋近动机如责任感、获得感等正向参与动机是推动参与行为持续的关键。然而,强制型策略削弱了参与的自主性,缺乏平

等互信、精神激励等良性互动，难以激发公众的趋近动机，反而强化了参与的负面体验，助长了逆反心理和不满情绪。由回避动机驱动的敷衍式参与质量不高，且易随外力减弱而难以为继。据此，本研究提出假设：

H7a：强制型动员策略通过减弱公众趋近动机来抑制公众数字化合作生产行为。

H7b：强制型动员策略通过增强公众回避动机来抑制公众数字化合作生产行为。

### 2. 诱致型网络动员策略对公众数字化合作生产的影响机制

诱致型网络动员策略通过影响公众的趋近动机和回避动机，进而促进其积极持续地参与数字化合作生产。第一，诱致型动员会增加公众的趋近动机。诱致型动员提供的物质与精神激励和参与氛围，能引导公众关注参与带来的获得感与成就感，激发其正向参与动机，驱动其投入更多时间与精力，追求高质量参与。<sup>[37]</sup>平等对话、精神激励等方式则满足了参与者的尊重和自我实现需求，产生内生、持久的趋近动机，使自主参与更契合参与者诉求，带来更佳体验感和绩效表现。<sup>[38]</sup>第二，诱致型动员会减少公众的回避动机。物质精神激励降低了公众对参与成本的顾虑，缓解了规避风险的趋避心理，而良性互动与伙伴关系则营造了支持性氛围，减少了疏离感和不安全感，进一步降低了回避动机。据此，本研究提出如下假设：

H8a：诱致型动员策略通过增强公众趋近动机来促进公众数字化合作生产行为。

H8b：诱致型动员策略通过减少公众回避动机来促进公众数字化合作生产行为。

### 3. 宣传型网络动员策略对公众数字化合作生产的影响机制

宣传型网络动员策略主要影响公众参与数字化合作生产的趋近和回避动机，进而促进公众数字化合作生产意愿与行为。一方面，宣传型动员通过凝聚共识、塑造责任意识和集体认同，影响公众对议题的集体诠释，唤起集体行动责任感，激发个体基于道德情感和内在驱动力的趋近动机，使其在参与中获得更多正向体验，表现出更高的任务投入和持久性。<sup>[39]</sup>另一方面，宣传型动员强调互相尊重，营造包容支持的氛围，能缓解公众对参与风险的担忧，减

少疏离感，降低回避动机。同时，宣传动员强化集体认同，唤起公众对共同利益的关切，削弱个人利益受损顾虑，进一步降低回避动机。据此，本研究提出以下假设：

H9a：宣传型动员策略通过增强公众趋近动机来促进公众数字化合作生产行为。

H9b：宣传型动员策略通过减少公众回避动机来促进公众数字化合作生产行为。

### （三）风险感知的边界作用

风险感知是指个体对可能发生的负面结果的主观评估，反映了个体对潜在威胁的认知和情绪反应。在数字化合作生产情境中，公众面临着网络安全威胁、个人信息泄露、数字欺诈等多重风险，其风险感知水平将显著影响其参与合作生产的行为动机和决策过程。在高风险感知下，公众可能出现两种相反的行为倾向：一种是风险规避和过度防御，导致合作生产意愿和参与度下降；另一种是主动参与风险管理，提升防范能力，形成抵御风险的合力。前者源于自我保护本能，后者则源于忧患意识和集体认同感的觉醒。相比之下，在低风险感知下，公众亦可能出现风险忽视或风险偏好两种倾向，影响数字化合作生产的质量。前者源于个体对网络威胁认知不足，危机时刻将无法发挥协同效能；后者源于个体未正确认识风险的严重性，受高额回报诱惑而接受高风险，忽视了参与的潜在危害，二者都将不利于公众数字化合作生产的提升。

风险感知作为链接外部情境和个体行为的心理机制，通过调节个体的趋近和回避动机，显著影响其在数字化合作生产中的参与。一方面，高风险感知可能唤起公众的趋近动机，推动其积极采取应对行动，通过参与数字合作生产共同维护网络秩序、消除共同威胁。当公众感知到网络安全形势严峻，数字参与可能带来隐私泄露、经济损失等风险时，集体意识和互助精神可能被激发。<sup>[40]</sup>作为一种行为诱因，高风险感知促使个体从自我利益转向公共利益，激发分享网络安全知识、提供技术支持等利他行为，促进公众数字化合作生产。另一方面，高风险感知也可能引发公众的回避动机，加剧自我保护倾向。当感知到网络风险可能直接危及个人信息安全、设备安全乃至人身财产安全时，公众往往更倾向于采取防范和规避策略，以降低潜在损害。<sup>[41]</sup>正如面对重

大网络安全事件时人们可能选择退出高风险平台、减少信息分享等“避险”行为，在日常的数字合作生产情境中，持续的高风险感知也可能抑制在线参与热情，导致协同贡献和互动频率下降。基于此，提出如下假设：

H10a：风险感知高时，回避动机对数字化合作生产行为的影响被放大；反之则被抑制。

H10b：风险感知高时，趋近动机对数字化合作生产行为的影响被放大；反之则被抑制。

综上，本研究建立政府网络动员策略影响公众数字化合作生产行为的双路径模型（参见图1），后续将通过实验研究验证其因果关系。

### 三、研究设计

#### （一）研究目的

实验旨在验证：①政府网络动员策略对公众数字化合作生产行为的直接影响（H1-H6）；②趋近动机及回避动机在网络动员策略对公众数字化合作生产行为影响的中介作用（H7a-H9b）；③风险感知对趋近/回避动机影响公众数字化合作生产行为的调节作用（H10a、H10b）。

#### （二）研究方法

##### 1. 实验设计

研究采用随机对照实验设计，分为“强制型动员组、诱致型动员组、宣传型动员组和对照组”，考察不同动员策略对公众数字化合作生产行为的影响及趋近/回避动机的中介作用。实验分为预实验和正式实验两个阶段。预实验阶段通过线上问卷和线下访谈相结合的方式，收集80名被试对实验设计的反馈意见，并据此优化实验情境描述和问卷呈现顺序。正式实验通过见数平台选取200名被试，随机分配到各组。实验流程包括：阅读网络安全情境、判断所呈现的动员策略、汇报趋近/回避动机及参与网络安全守护计划扩散消息以及行动意愿，并填写个人信息。

### 2. 实验材料的编制

实验材料的编制主要包括两个步骤：第一，收集并改编现实生活中常用的政府网络动员策略，使其既反映现实，又符合研究目的。为控制文字量对测量结果的影响，每个情境描述控制在100-150字左右。第二，通过文献回顾和焦点小组讨论确定三种主要动员策略，设计初始情境，并通过两轮预调研优化情境描述。第一轮调研显示情境判断正确率仅为53.89%，经专家意见修改情境表述方式和关键内容呈现后，第二轮调研中正确率提升至90.13%，表明修订后的实验情境适用于后续分析。

### 3. 变量的测量

#### （1）自变量：网络动员策略的操纵

自变量为网络动员策略，借鉴现有学者对网络动员策略的区分和测量方法<sup>[18]</sup>，将网络动员策略分为强制型网络动员策略、诱致型网络动员策略和宣传型网络动员策略三种，具体情境设置参见表1。

#### （2）因变量：公众数字化合作生产行为的测量

公众数字化合作生产行为采用多重指标测量<sup>[42]</sup>，包

表1 不同网络动员策略的情境设置

网络动员策略类型	情境描述
控制组	连日来，我市市民热衷的网站“都市潮”出现舆情。有非法组织散步不实信息，宣布某银行资金链断裂、金融风险的消息，导致一些银行出现挤兑，也有市民在此期间被不法分子利用，被告知账户冻结等虚假消息，导致银行卡盗刷，损失巨大
强制型	现要求在48小时内，知情者提供各种线索，如有隐瞒不报情况，将纳入个人诚信记录，并将承担一切法律后果
诱致型	现要求在48小时内，知情者提供各种线索，有效信息将获得200-1000元不等的奖励，并纳入我市净网行动达人榜
宣传型	现拜托市民朋友，彼此关心，广泛传播，警惕网络舆情，防范诈骗的信息陷阱

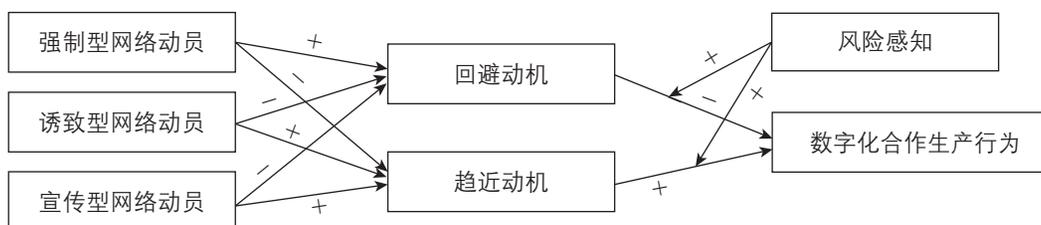


图1 实证分析框架

括扩散警示信息、检举可疑行为等题项（参见表2），采用5点计分，量表信度良好（Cronbach's  $\alpha=0.76$ ）。为控制社会期望对意愿测量的影响，本研究增加实际行为的测量指标。通过呈现虚拟志愿活动预约信息，记录被试是否浏览预约时段，以此反映其实际参与意愿，并在实验后告知被试预约为虚拟设置。

### (3)中介变量：趋近动机和回避动机的测量

本研究采用改编自Anderson等的7点评分量表测量趋近动机与回避动机<sup>[43]</sup>。趋近动机测量关注个体对参与网络安全守护可能带来的正面影响的关注程度，回避动机测量关注个体对参与可能带来的负面后果的担忧程度，分数越高表明动机越强。

### (4)调节变量：风险感知

采用刘楠等的5点评分量表测量个体对网络安全危害的风险感知<sup>[27]</sup>，评分范围为1(非常小)至5(非常大)，题项为“请评估您受到网络安全威胁的可能性有多大”。

### (5)控制变量

本研究通过网络随机抽样和线上独立调查降低组间差异，但仍控制了性别、年龄、政治面貌、居住地、月收入和教育程度等人口统计学变量，以确保结果可靠。

## 4.实验操作性检验

本研究通过设置单选题“你认为上述情境符合以下哪

表2 变量的测量

变量名称	变量描述
传播意愿	您是否愿意积极扩散警惕虚假信息?
行动意愿	您是否愿意积极检举揭发对网络安全有碍的可疑行为?
可投入时间天数	请问您最长愿意参与政府组织的网络安全行动多久?
实际行为	是否预约参与当网络安全守护计划的志愿者
趋近动机	我认为参与网络安全守护计划实现自我价值
	我认为参与网络安全守护计划能赢得社会荣誉
	我认为参与网络安全守护计划能结交新的朋友
回避动机	我认为参与网络安全守护计划可能会影响我的正常生活
	我认为参与网络安全守护计划可能会让我卷入很多无聊的事
	我认为参与网络安全守护计划可能会占用我的私人时间
风险感知	请评估您受到网络安全威胁的可能性有多大

种动员策略?”检验自变量操纵的有效性。被试需根据情境选择对应的动员策略类型(强制型/诱致型/宣传型)。数据清洗时剔除匹配错误的问卷，以确保操纵有效性。

## 5.被试

本研究使用G\*power3.1软件预估样本量。在中等效应量( $f=0.25$ )、显著性水平( $\alpha=0.05$ )和统计功效(Power=0.80)条件下,需要至少180名被试。研究通过见数平台招募被试,该平台具有版本控制、配额抽样和质量保证等优势。共回收200份问卷,剔除7份无效问卷后,最终有效被试193名(人口学特征参见表3)。所有被试签署知情同意书,并有权随时退出研究。

被试人口特征分析如下。性别分布中,女性占比56.5%。年龄分布显示了主要集中在18~40岁之间,其中18~25岁占45.1%,26~40岁占49.4%。文化程度上,本科学历者占大多数(63.7%),也包括高中及以下、专科以及硕士/博士研究生。政治面貌方面,样本既包括中共党员(29.0%),也有共青团员(34.7%)和群众及其他(36.3%)。收入分布跨越了从4000元及以下到10000元及以上不同档次,4000元及以下占

表3 被试人口学特征情况

特征指标	分类	频数	所占比例
性别	男	84	43.5%
	女	109	56.5%
年龄	18~25岁	87	45.1%
	26~40岁	95	49.4%
	41~65岁	11	5.5%
文化程度	高中及以下	14	7.3%
	专科	10	5.2%
	本科	123	63.7%
	硕士/博士研究生	46	23.8%
政治面貌	中共党员	56	29.0%
	共青团员	67	34.7%
	群众及其他	70	36.3%
收入	4000元及以下	69	35.8%
	4000~7000元	47	24.4%
	7000~10000元	55	28.5%
	10000元及以上	22	11.4%
居住地	城市	112	58.0%
	农村	81	42.0%

35.8%。居住地以城市居民为主(58%)。

#### 四、数据分析与结果

##### (一) 信效度分析及共同方法偏差检验

本研究采用未旋转的主成分分析法检验共同方法偏差,第一因子解释的总变异为33.3%,低于40%的标准值,且结合实验干预手段,表明不存在严重的共同方法偏差问题。由于网络动员策略为离散变量,将其他三个量表变量(趋近动机、回避动机和数字化合作生产行为)作为三因子模型,开展信效度检验。信度分析显示,趋近动机的克隆巴赫系数为0.803,回避动机的克隆巴赫系数为0.875,数字化合作生产行为的克隆巴赫系数为0.756,均在0.7以上。验证性因子分析结果表明,三因子模型拟合良好(参见表4),达到推荐标准。

##### (二) 描述性统计

各变量的均值、标准差和取值范围如表5所示。在因变量中,意愿层面(传播意愿、行动意愿及可投入时间)得分较高,实际参与行为得分较低,显示意愿与行为存在差异。在中介变量中,趋近动机(M=5.19)高于

表4 验证性因子分析结果

模型	$\chi^2/df$	CFI	TLI	SRMR	RMSEA
三因子模型	56.9/32	0.97	0.958	0.045	0.064
二因子模型	319/34	0.661	0.551	0.119	0.208
单因子模型	335/35	0.642	0.54	0.122	0.211

注:三因子模型为趋近动机、回避动机、数字化合作生产行为;二因子模型为趋近动机+回避动机、数字化合作生产行为;单因子模型为趋近动机+回避动机+数字化合作生产行为

表5 各变量描述性统计

变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
传播意愿	193	4.01	0.75	1	5
行动意愿	193	4.01	0.95	1	5
可投入时间 天数	193	10.45	7.89	0	30
实际参与 行为	193	0.8	0.6	0	2
动员策略	193	1.73	1.47	0	4
趋近动机	193	5.19	1.28	1	7
回避动机	193	4.32	1.64	1	7
风险感知	193	2.97	1.08	1	5

回避动机(M=4.32),表明被试普遍具有较高的趋近动机。调节变量风险感知程度中等偏高(M=2.97)。

##### (三) 组间平衡性检验

对四组被试的人口学变量进行差异分析,以检验随机化分组效果。表6结果显示,性别、文化程度、政治面貌和居住地等变量随机化控制良好,但年龄和月收入存在显著组间差异。后续分析将控制年龄与月收入变量,确保组间差异分析有效。

##### (四) 不同网络动员策略下因变量水平

表7呈现了不同网络动员策略下,因变量的描述性统计。整体而言,诱致型和宣传型策略在促进数字化合作生产行为方面效果较好,在综合参与指标上显著高于控制组和强制型策略。诱致型和宣传型策略下公众参与行为变异性较大,个体反应差异显著。诱致型策略在提升实际参与行为方面尤为突出。强制型策略未显示出显著优势,控制组数据显示无特定策略时参与意愿较低。

##### (五) 网络动员策略对数字化合作生产行为的影响

为验证假设H1-H6,以政府网络动员策略为自变量,以公众数字化合作生产行为为因变量,进行多组方差分析。多组方差分析结果显示(参见表8),不同网络动员策略对数字化合作生产行为的影响存在显著差异( $F=16.46, p<0.001, \eta^2=0.21, \eta^2p=0.21, \omega^2=0.19$ )。具体而言,诱致型(MD=-0.75,  $p<0.001$ )和宣传型策略(MD=-0.67,  $p<0.001$ )显著优于控制组,验证H2和H3;诱致型(MD=-0.7,  $p<0.001$ )和宣传型策略(MD=-0.62,  $p<0.001$ )亦显著优于强制型策略。强制型策略与控制组无显著差异,

表6 组间差异分析

变量	F值	p值	组别(中位数)			
			控制组	强制组	诱致组	宣传组
性别	3.66	0.418	1	2	1	2
年龄	5.33	0.002	24	26	27	27
政治 身份	3.19	0.365	2	2	2	2
所在地	1.31	0.962	1	1	1	1
教育 程度	1.64	0.242	5	5	5	5
月收入	6.19	<0.001	1.5	3	2	2

表7 不同网络动员策略下因变量水平

变量	分组	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
传播意愿	控制组	48	3.69	0.55	2	4
	强制组	50	3.92	0.97	1	5
	诱致组	48	4.15	0.65	2	5
	宣传组	47	4.28	0.62	3	5
行动意愿	控制组	48	3.65	0.91	1	5
	强制组	50	3.74	1.19	1	5
	诱致组	48	4.31	0.66	2	5
	宣传组	47	4.36	0.7	3	5
可投入时间天数	控制组	48	8.27	5.63	0	24
	强制组	50	7.02	4.78	0	16
	诱致组	48	13.58	9.02	0	30
	宣传组	47	13.11	9.21	0	30
实际参与行为	控制组	48	0.58	0.71	0	2
	强制组	50	0.54	0.5	0	1
	诱致组	48	1.19	0.57	0	2
	宣传组	47	0.89	0.31	0	1
综合参与指标	控制组	48	-0.36	0.65	-1.87	0.7
	强制组	50	-0.32	0.81	-2.47	0.85
	诱致组	48	0.39	0.64	-1.87	1.72
	宣传组	47	0.31	0.59	-0.93	1.3

注：综合参与指标是通过传播意愿、行动意愿、可投入时间天数及实际参与行为四个标准化变量进行等权重简单加权平均得到的综合变量，旨在综合评估个人在数字化合作生产行为中的总体参与程度

H1未获支持。诱致型与宣传型策略间差异不显著，效力相近，H6未获支持。

(六) 趋近/回避动机的中介效应检验

采用中介路径分析，将网络动员策略为自变量（控制组=0，强制型=1，诱致型=2，宣传型=3，按照等级变量进行处理），趋近/回避动机为中介变量，数字化合作生产行为为因变量，构建中介模型。使用Bootstrap法（1000次）估计效应。

表9显示以趋近动机为中介，网络动员策略对数字化合作生产行为（ $\beta = 0.242, p < 0.001$ ）、趋近动机（ $\beta = 0.564, p < 0.001$ ）有显著正向效应，趋近动机对数字化合作生产行为有显著正向效应（ $\beta = 0.564, p < 0.001$ ）；网络动员策略通过趋近动机对数字化合作生产行为有显著间接效应（ $\beta = 0.128, p = 0.002$ ）。相较控制组，强制型组减少趋近动机（ $\beta = -0.0996, p = 0.029$ ），进而减少数字化合作生产行为；诱致型（ $\beta = 0.1251, p = 0.007$ ）和宣传型（ $\beta = 0.0921, p = 0.042$ ）增加趋近动机，进而促进数字化合作生产行为，其中诱致型效应更大。H7a、H8a、H9a得到验证。

表9显示以回避动机为中介，网络动员策略对数字化合作生产行为有显著正向效应（ $\beta = 0.295, p < 0.001$ ），对回避动机有显著负向效应（ $\beta = -0.218, p = 0.002$ ）；回避动机对数字化合作生产行为有显著负向效应（ $\beta = -0.344, p < 0.001$ ）；网络动员策略通过回避动机对数字化合作生产行为有显著间接效应（ $\beta = 0.075, p = 0.007$ ）。相较控制组，诱致型（ $\beta = 0.072, p = 0.017$ ）和宣传型（ $\beta = 0.067, p = 0.023$ ）均减少回避动机，进而促进数字化合作生产行为，H8b、H9b得到验证；强制型与控制组无显著差异，H7a未获支持。

(七) 风险感知的调节作用检验

1. 风险感知对“趋近动机→数字化合作生产行为”的调节作用

分析风险感知对趋近动机和居民数字化合作生产行为之间关系的调节作用，发现趋近动机与风险感知的交互项对数字化合作生产行为不存在显著影响（ $b = 0.06, p = 0.136 > 0.05$ ），H10a没有得到验证。

表8 以数字化合作生产行为综合指标为因变量的事后比较分析结果

1	2	Mean Difference	SE	df	t	<i>p</i> <sub>tukey</sub>	Cohen's d
控制组	— 强制型	-0.05	0.14	189	-0.33	0.988	-0.07
	— 诱致型	-0.75***	0.14	189	-5.39	< .001	-1.1
	— 宣传型	-0.67***	0.14	189	-4.78	< .001	-0.98
强制型	— 诱致型	-0.7***	0.14	189	-5.11	< .001	-1.03
	— 宣传型	-0.62***	0.14	189	-4.5	< .001	-0.91
诱致型	— 宣传型	0.08	0.14	189	0.58	0.939	0.12

表9 网络动员策略对数字化合作生产行为的路径分析

		路径	b	S.E.	95% CI	$\beta$	z	p
趋近动机 为中介	直接效应	网络动员策略→综合参与	0.1247	0.029	[0.068, 0.181]	0.242	4.36	<0.001
		网络动员策略→趋近动机	0.1974	0.061	[0.078, 0.317]	0.227	3.24	0.001
	中介效应	趋近动机→综合参与	0.3352	0.033	[0.270, 0.400]	0.564	10.18	<0.001
回避动机 为中介	直接效应	网络动员策略→综合参与	0.152	0.033	[0.088, 0.217]	0.295	4.62	<0.001
		网络动员策略→回避动机	-0.243	0.078	[-0.396, -0.089]	-0.218	-3.1	0.002
		回避动机→综合参与	-0.159	0.030	[-0.217, -0.101]	-0.344	-5.38	<.001
	中介效应	网络动员策略→回避动机 →综合参与	0.0386	0.0144	[0.010, 0.067]	0.075	2.68	0.007

## 2. 风险感知对“回避动机→数字化合作生产行为”的调节作用

分析风险感知对回避动机与居民数字化合作生产行为之间关系的调节作用，发现回避动机与风险感知的交互项对数字化合作生产行为亦存在显著影响 ( $b=-0.12$ ,  $p<0.001$ )，验证了H10b。简单斜率分析发现，风险感知水平较高时，回避动机对数字化合作生产行为的负向效应较强；风险感知水平较低时，回避动机对数字化合作生产行为的负向效应较弱。

## 五、发现与讨论

### (一) 研究发现与边际贡献

本研究采用随机对照实验设计，探讨政府网络动员策略对公众数字化合作生产行为的影响及其作用机制。研究发现：①直接效应：公众愿“吃软不吃硬”。相较于未采取动员策略，诱致型和宣传型动员策略能够显著促进公众数字化合作生产行为，而强制型策略与对照组无显著差异。②中介效应：公众习惯“趋利避害”。诱致型和宣传型策略主要通过增强公众的趋近动机和降低回避动机而促进合作生产行为，而强制型策略则通过削弱趋近动机抑制合作生产行为。③调节效应：风险具有放大效应。风险感知调节回避动机对数字化合作生产行为的影响，高风险感知将放大回避动机对数字化合作生产行为的负向影响。

本研究的理论边际贡献主要体现在三个方面：一是丰富政府网络动员策略的理论内涵。本研究聚焦网络安全情境，通过实证比较分析强制型、诱致型和宣传型三

种策略在激发公众数字化合作生产方面的差异化影响，突破了目前学界主要基于定性分析、缺乏系统实证检验<sup>[17,44]</sup>，以及聚焦单一情境（如突发公共卫生事件）的研究局限<sup>[18]</sup>，为后续研究提供了新的理论分析框架。二是对动员策略影响公众行为的内在机制做出补充。本研究引入“趋近-回避”动机理论，发现网络动员策略是通过影响公众的双向动机而间接发挥作用的，弥补了现有研究简单假设动员策略对行为的直接影响或仅从情绪角度分析的不足<sup>[45,46]</sup>，深化了对动员策略与公众参与行为关系影响机理的认知。三是彰显了将情境因素纳入网络动员理论框架的必要性。本研究揭示了风险感知在动员策略影响中的边界作用，与现有风险放大效应研究结论一致<sup>[47]</sup>，表明网络动员效果还受风险情境等外部因素制约，为相关动员理论的精细化发展提供了新思路。

在本研究中，部分假设未得到验证，为解读相关现象提供了新的视角。第一，假设1未获支持，与既有研究关于强制策略效果两面性的讨论相符，表明在网络环境中，公众可能因规避风险和惩罚，以及从众心理而表现出服从与合作。第二，假设6未获支持，与已有研究强调物质激励非最优策略的观点一致，可能原因包括：诱致型和宣传型策略在影响动机上具有相似路径；宣传型策略倡导的道德规范可能激发更持久的内在动力，其营造的集体主义氛围更契合网络情境；个体差异可能掩盖了策略间的总体效应差异。第三，假设7b未获证实，挑战了传统观点，表明强制措施可能不会显著增加公众抵触情绪，外在压力的心理影响可能被高估，回避动机

更多源自个体内在心理和经验。第四，假设10b未获支持，可能因高风险感知导致群体对不确定性产生更多顾虑，削弱了趋近动机的积极影响。

## （二）实践启示

### 1. 采取多元化的网络动员策略，刚柔并济多管齐下

鉴于影响公众数字化合作生产行为的动员策略多种多样，建议动员主体如基层政府、社区居委会等基于当地网络状况，采取分类施策，运用强制型、诱导型和宣传型等多种类型的网络动员策略，实现多措并举，多管齐下，并加大诱致型和宣传型策略在网络动员体系中的构成比重。具体而言，要构建“5+N”制度体系：以社会响应机制、协调沟通机制、演练机制、激励机制和评价机制5大基本机制为主体，多项配套专项机制为辅助，形成覆盖各类主体、功能完备的网络动员工作机制。这既明确了不同策略的定位与运用，也为网络动员提供了制度保障，可优化策略配置，提升网络安全的社会共治水平。

### 2. 完善公众数字化参与的软激励，强化动员策略柔性导向

鉴于诱导型和宣传型策略在促进公众数字化合作方面优势明显，建议构建软激励机制，运用信息激励、价值激励和经济激励等方式增强公众的趋近动机。同时，还应从提升网络文化软实力的角度入手，加强正面宣传引导、普及网络安全知识，以增强这类软激励的针对性。具体而言，相关部门应主动搭建任务对接、技能培训、资源保障和表彰激励平台，打造公众数字化参与的良性生态，创设开展工作的有利条件。结合评选全国道德模范、网络管理系统先进个人、最美志愿者、青年岗位能手优秀个人奖等，开展重大典型的挖掘和表彰工作，以扩大正面宣传覆盖面，不断完善和巩固公众数字化参与软激励机制。

### 3. 关注公众趋利避害心理机制，加强保障弱化回避动机

针对公众数字化合作生产行为中“趋利避害”的双重心理机制特点，政府应重视其心理状态，主动采取措施弱化公众的回避倾向，具体应构建制度信任、保障参与安全、减少道德绑架，充分保障公众参与网络数字化合作行为的自主化、安全化、规范化。首先，要加快网络社会共治的法制化建设，确保网络治理社会动员依法

依规，不断提高网络管理社会动员规范化水平，增强公众的制度信任感。其次，完善参与的安全防护体系，加大正向激励，让公众看到主动行动的安全性保障。最后，注重情感化动员，防止道德绑架与强制性命令，基于自愿原则开展组织，让社会力量在宽松环境下主动承担责任。通过制度、环境、情感等多方保障，弱化公众回避动机，充分发挥社会力量在危机治理中的重要作用。

### 4. 识别公众异质性特征，实施差异化风险认知教育

鉴于风险感知在动机与行为间的作用路径中存在放大效应，使消极分子表现出极端差异，让怙人更怙，因而开展差异化的风险教育势在必行。具体来说，要区分目标群体的特征，分类施策。对于党员、社区工作者等积极群体，采取深化赋能教育，推进其能动性；对一般群众，以启发教育为主，培养基本判断力；而对于保守群众，则需开展说服教育，化解消极情绪，汇聚社会共识。此外，教育内容和形式要因人制宜，强调实战与趣味性。在实施中，还需跟踪评估，优化策略，最终提高社会整体的网络安全素养。

## （三）研究不足与展望

本研究的局限和未来可改进之处体现在以下几方面：

第一，本研究实验样本量仍可进一步增多，相关结论可能受实验材料等的影响存在误差，未来可以进一步开展不同网络情境的系列实验，增加结果的稳健性和可推广性。

第二，本研究仅考察了政府网络动员策略的影响，但一些研究已经发现社会文化特征、风险治理体系等对合作生产的影响，如社会资本、宣传框架效应<sup>[27]</sup>等。未来应综合考量更多可能的影响因素，考察其对公众数字化合作生产的影响。

第三，本研究探讨趋近动机与回避动机的中介作用，然而政府动员策略对公众数字化合作生产行为的影响是复杂的，未来可进一步探讨如政府信任<sup>[48]</sup>等的中介作用，进一步深入剖析影响机制。

第四，本研究尚未对不同策略的组合效果进行研究，然而现实中多种动员策略可能并存并发挥作用，未来有必要进一步开展这些策略交互影响的研究。

**参考文献:**

- [1] 李宁, 秦晓蕾. 平台化合作生产的逻辑理路与实践模式[J]. 电子政务, 2023(09): 117-128.
- [2] Ostrom E. Crossing the great divide: Coproduction, synergy, and development[J]. World Development, 1996, 24(06): 1073-1087.
- [3] Bovaird T. Beyond engagement and participation: User and community coproduction of public services[J]. Public Administration Review, 2007, 67(05): 846-860.
- [4] 曹海军, 王梦. 社区公共安全合作生产的行动逻辑与实现机制——基于Y市“零纠纷”建设的案例分析[J]. 中国行政管理, 2023, 39(10): 149-157.
- [5] 张绪娥, 温锋华, 唐正霞. 由合作生产到价值共创的社区更新何以可行? ——以北京“劲松模式”为例[J]. 公共管理学报, 2023, 20(01): 144-156, 175-176.
- [6] 胡卫卫. 乡村“数字化+积分制”治理模式的运作逻辑与实现路径研究——基于“全国乡村治理示范村”数字乡村建设的实证考察[J]. 电子政务, 2023(12): 17-27.
- [7] 吴宝家, 唐银彬. 合作生产赋能农村环境公共服务有效供给的机制探讨——基于四川省D镇巷道环境整治的案例分析[J]. 湖南农业大学学报: 社会科学版, 2023, 24(05): 95-105.
- [8] 徐明, 郭磊, 任韬. 疫情防控中基层应急社会动员的逻辑、机制与优化策略[J]. 河海大学学报: 哲学社会科学版, 2020, 22(03): 40-51, 106.
- [9] National Research Council. Private-Public sector collaboration to enhance community disaster resilience: a workshop report[M]. Washington, D.C.: National Academies Press, 2010: 12864.
- [10] 魏来, 刘泉灵. 公共服务合作生产: 理论图景与实践模式[J]. 江汉论坛, 2024(04): 55-62.
- [11] Elliot A J, Eder A B, Harmon-Jones E. Approach - Avoidance motivation and emotion: Convergence and divergence[J]. Emotion Review, 2013, 5(03): 308-311.
- [12] Carver C S, White T L. Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment: The BIS/BAS scales[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1994, 67(02): 319-333.
- [13] Wang C, Pan R, Wan X, et al. Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China[J]. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2020, 17(05): 1729.
- [14] 张同斌, 张琦, 范庆泉. 政府环境规制下的企业治理动机与公众参与外部性研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2017, 27(02): 36-43.
- [15] 谭翀, 严强. 从“强制灌输”到“政策营销”——转型期中国政策动员模式变迁的趋势与逻辑[J]. 南京社会科学, 2014(05): 62-69.
- [16] 姚靖, 唐皇凤. 新冠肺炎疫情防控中的政治动员: 实践策略与成功经验[J]. 湖北社会科学, 2021(03): 38-48.
- [17] 蒋积伟, 唐明勇. 当前中国公共危机动员策略研究——以自然灾害动员为例[J]. 天府新论, 2011(02): 80-85.
- [18] 雷叙川, 饶万婷. 危机动员方式何以影响政治信任? ——一项基于列举实验的研究[J]. 公共管理评论, 2023, 5(03): 84-107.
- [19] 雷晓康. 突发公共事件应急管理的社会动员机制构建研究[J]. 四川大学学报: 哲学社会科学版, 2020(04): 37-42.
- [20] 刘月怡, 谢明. 城市基层治理“软硬兼施”的政策执行逻辑[J]. 兰州学刊, 2021(11): 83-93.
- [21] Tönurist P, Surva L. Is volunteering always voluntary? Between compulsion and coercion in Co-production[J]. VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 2017, 28(01): 223-247.
- [22] 林鸿潮. 重大突发事件应对中的政治动员与法治[J]. 清华法学, 2022, 16(02): 156-172.
- [23] 李占乐, 魏楠. 中国公众网络政治参与动力系统模型的构建——基于自我决定理论和系统理论的分析[J]. 电子政务, 2019(12): 14-23.
- [24] 任昌辉, 巢乃鹏. 我国政府网络舆情综合治理创新路径研究: 基于治理工具论的分析视角[J]. 电子政务, 2021(06): 40-51.
- [25] Voorberg W, Jilke S, Tummers L, et al. Financial rewards do not stimulate coproduction: Evidence from two experiments[J]. Public Administration Review, 2018, 78(06): 864-873.
- [26] Vanleene D, Voets J, Verschuere B. Co-producing a nicer neighbourhood: Why do people participate in local community development projects?[J]. Lex localis - Journal of Local Self-Government, 2017, 15(01): 111-132.
- [27] 刘楠, 安薪如, 李爱梅, 等. 现在避害, 未来趋利: 目标框架和时间距离交互影响疫苗说服有效性[J]. 心理学报, 2022, 54(12): 1532-1547.

- [28]Arvanitis A, Kalliris K, Kaminiotis K. Are defaults supportive of autonomy? An examination of nudges under the lens of self-determination theory[J]. *The Social Science Journal*, 2022, 59(03): 394-404.
- [29]Alfes K, Shantz A, Bailey C. Enhancing volunteer engagement to achieve desirable outcomes: What can non-profit employers do?[J]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2016, 27(02): 595-617.
- [30]Choi M. Employees' attitudes toward organizational change: A literature review[J]. *Human Resource Management*, 2011, 50(04): 479-500.
- [31]Dwyer P C, Bono J E, Snyder M, et al. Sources of volunteer motivation: Transformational leadership and personal motives influence volunteer outcomes[J]. *Nonprofit Management and Leadership*, 2013, 24(02): 181-205.
- [32]Woolley K, Fishbach A. Immediate rewards predict adherence to long-term goals[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2017, 43(02): 151-162.
- [33]Sims J H, Baumann D D. The tornado threat: Coping styles of the north and south[J]. *Science*, 1972, 176(4042): 1386-1392.
- [34]Gersovitz M, Hammer J S. Infectious diseases, public policy, and the marriage of economics and epidemiology[J]. *The World Bank Research Observer*, 2003, 18(02): 129-157.
- [35]黄锡生, 张真源. 论中国环境预警制度的法治化——以行政权力的规制为核心[J]. *中国人口·资源与环境*, 2020, 30(02): 158-167.
- [36]Verschuere B, Brandsen T, Pestoff V. Co-production: The state of the art in research and the future agenda[J]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2012, 23(04): 1083-1101.
- [37]刘红波, 赖舒婷. 数字社会背景下的政府众包: 概念框架、价值蕴含与运行模式[J]. *电子政务*, 2022(07): 43-56.
- [38]Van Eijk C. Helping dutch neighborhood watch schemes to survive the rainy season: Studying mutual perceptions on citizens' and professionals' engagement in the co-production of community safety[J]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2018, 29(01): 222-236.
- [39]Van den Broeck A, Ferris D L, Chang C H, et al. A review of self-determination theory's basic psychological needs at work[J]. *Journal of Management*, 2016, 42(05): 1195-1229.
- [40]Corbett J B. Altruism, self-interest, and the reasonable person model of environmentally responsible behavior[J]. *Science Communication*, 2005, 26(04): 368-389.
- [41]Robinson S E, Pudlo J M, Wehde W. The new ecology of tornado warning information: A natural experiment assessing threat intensity and citizen-to-citizen information sharing[J]. *Public Administration Review*, 2019, 79(06): 905-916.
- [42]Wu X L, Xie Y Y, Tan X Q, et al. Association of psychological capital and engagement in coproducing emergency response: Evidence from Chinese communities[J]. *International Public Management Journal*, 2023, 26(02): 305-328.
- [43]Anderson C, Berdahl J L. The experience of power: Examining the effects of power on approach and inhibition tendencies[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 83(06): 1362.
- [44]曾智洪, 游晨, 陈煜超. 积极型政府数字化危机治理: 动员策略与理论源流——以抗击新冠肺炎疫情为例[J]. *电子政务*, 2021(03): 61-72.
- [45]赖诗攀, 何彬. 动员模式与普通官员行为: 以公共危机管理为例[J]. *中国行政管理*, 2017(08): 90-94.
- [46]青平, 张莹, 涂铭, 等. 网络意见领袖动员方式对网络集群行为参与的影响研究——基于产品伤害危机背景下的实验研究[J]. *管理世界*, 2016(07): 109-120.
- [47]宋宪萍, 曹宇驰. 风险的社会放大框架: 逻辑进路与趋向研判[J]. *甘肃社会科学*, 2022(05): 130-139.
- [48]张开平, 孟天广. 公共卫生危机中的网民捐助行为: 社会资本、政府信任与渠道选择[J]. *社会发展研究*, 2021, 8(02): 152-179, 245.

#### 作者简介:

苗青, 男, 浙江杭州人, 浙江大学公共管理学院教授, 博士生导师, 教育部青年长江学者, 浙大宁波理工学院商学院院长, 浙江大学社会治理研究院首席专家, 主要研究方向为治理体系与治理能力现代化。

罗贻文, 浙江大学公共管理学院博士研究生, 主要研究方向为数字治理。