

意识形态与思行方式研究

# 新媒体事件运行的多重 机制及治理策略

李 阳

【提 要】新媒体对于社会生活的深度介入使社会舆论生态产生了显著变化。兼顾反映论和制造论双重范式，我们把生发于新媒体平台的、涉及社会公共领域问题的群体性事件称为新媒体事件。行动动员和社会控制是决定新媒体事件是否由个人行为演变为群体性公共事件的重要环节。新媒体事件一旦演变为群体性公共事件将直接导致公共领域社会治理张力加大、社会风险成倍增加。当下我们对于新媒体事件的应对手段十分有限，严重落后于新媒体事件的发展进程，因此政府应采取积极、迅捷、精准的治理措施，在舆论生态中占据主导地位，把握议题的发展走向，主导舆论发展进程，保持政府对信息引导力的同时，避免因信息饥渴造成舆论真空的产生。

【关键词】新媒体事件 治理策略 运行机制

〔中图分类号〕C913〔文献标识码〕A〔文章编号〕1000—2952(2018)04—0023—09

## 一、新媒体事件研究指向的框定

新媒体以其兼容性、开放性和连接性不仅使表层信息传播的方式和舆论呈现发生了变化，更打破了传统媒体固守的“传—受”格局，社会舆论生态日趋复杂化。随着新媒体对社会生活的全方位渗透，近年来频繁出现了一系列源发于新媒体平台的公共事件。经过调研我们发现，这类事件，诸如孙志刚事件、唐山黄淑芬事件、厦门反PX事件等，均具有某些相似的特征，即事件在新媒体平台上生成后持续吸引公众热议，事件本身所蕴含议题发酵升级，舆情态势叠加共振，并逐渐蔓延至线下，最终形成反响强烈、规模庞大、扩散迅速的群体性事件。目前，对于这类群体性事件在国内外的研究中都没有形成统一的称谓。在国外研究中类似研究指向的概念有“集体行动”、“集体冲突”、“群体行为”及“社会冲突”等，通常从心理学、社会学等视角来进行阐释。在国内的研究中，类似研究指向的往往有“群体性突发事件”、“群体事件”、“群体性事件”等类似称谓，但是这些称谓大多只关注到了这些事件的“群体性”和“社会冲突性”，而忽视了事件本身是由于新媒体的介入导致的新变化和新问题。

这些公共事件汇聚起来形成的公共能量场集中地体现了当下我国社会转型时期所出现的社会问

题。因其与社会现实和文化情境紧密相连，引起了社会学、政治学、心理学、传播学等多个领域学者的关注，当前学术界对这类概念的多种不同称谓反映了学者不同的阐释角度，体现了多样化的研究尝试。对于事件的命名大体上遵循两种范式：反映论和制造论。反映论认为，事件的起因源于现实社会发生的事件，就这一类生发于新媒体的事件而言，新媒体的作用在于对这些事件进行报道传播，反映的主体是媒体事件；制造论认为，媒体是出于某种特定目的制造、策划事件，也就是说，这些事件的产生与新媒体有着密切关系。考虑到对这一类事件的称谓需要兼顾“反映论”和“制造论”双重研究范式，本文倾向于将其称为“新媒体事件”，以求更好地体现这类事件产生和扩散传播的本质特征。

新媒体作为新生事物，当下我国还没有形成相对完善的理论体系能够对其进行透彻的诠释。而国外的相关研究领域虽然对于媒体“反映论”和“制造论”已经有了相对成熟的理论阐释体系，但不容否认的是西方社会公众表达的媒介偏好与我国有着明显的差异，即便是在网络媒体覆盖率位居世界首位的美国也未曾出现与我国类似的网络舆论生态迅猛汹涌的现象，更没有如此频繁地诱发过新媒体事件。由于事件的内容往往关涉公共领域的权益问题，我国新媒体事件往往有着新闻属性和社会属性的双重特质。对于新媒体事件的研究目前尚没有现成的可供借鉴的框架和理论，迫切要求我们基于本土的社会背景和文化情境，探索具有针对性的研究思路 and 理论体系。

基于以上分析，本文所提出的新媒体事件的研究指向是事件行动者基于个人利益的诉求，针对由现实社会或新媒体引发的指向社会问题和公共利益议题，利用新媒体作为表达平台建构或参与构建的公众事件。做出这样的框定的目的是为了突出了事件行动者、公众事件和新媒体平台这三大要素，意在将这些事件置于“新媒体与社会”的宏阔背景中研究事件运行多重机制背后的深层含义及其扩散对社会舆论生态造成的深远影响，进而提出行之有效的治理策略。

## 二、新媒体事件生成的动力机制

催生新媒体事件的动力大致来源于两个方面：一是，新媒体作为传播技术物，其自身的工具性特点促成了新媒体事件的产生；二是，新媒体作为传播平台，其所承载的社会内容推动了新媒体事件的产生。

### （一）作为媒介技术物的工具性动因

与传统媒体相比，新媒体的“新”在于科学技术的进步、内容方式的转变、传播语境的变化以及传统话语权的解构与转变。作为传播工具，新媒体独特工具性动因主要体现在以下几个方面。

#### 第一，打破信息垄断，公众实现自我赋权。

新媒体打破了传统媒体的信息垄断，传统媒体被迫逐渐从内容的发布者向平台服务者转变。同时，受众身份不断弱化，由传统意义上的“乌合之众”逐渐变为“理性批判者”。公众在新媒体平台上既可以是信息的发布者也可以是信息的传播者，更有权成为公共领域的监督者。在新媒体的传播环境下公众完成了自我赋权。

赋权这一概念最初广泛应用于心理学，所谓的赋权就是指“赋能”（enabling）或者是一种“自我效能”（self-efficacy），它源于个体对自主的内在需求。<sup>①</sup>从这个意义上讲，赋权就是指通过提升强烈的个人效能意识，以增强个体达成目标的动机。如今将这个概念应用于新媒体事件的分析之中，赋权一词的意义便发生了外延性扩展。新媒体对社会生活的深入参与促成了权利的扁平化，导致了

<sup>①</sup> 参见李文杰：《微博反腐：从“自我赋权”到“娱乐至死”》，《新媒体研究》2016年第4期，第37页。

权利的分散性，受众自我赋权的过程实质上就是表达自我意识、提升对所处环境认知能力和评价能力、整合个人及所属社群资源的过程。在这个过程中，公众及其所属社群借助新媒体平台得以释放力量，获取更多的信息自主权和独立性并且因其所关注的内容多为与其自身利益紧密相关的公共性内容，突破了传统媒体的信息垄断之后，大大提升了新媒体事件生成的几率。新媒体促成的公众自我赋权为新媒体事件的生成提供了思想基础。

第二，多层次扩散，互动过程中议题不断深化。

多主体层级式扩散是新媒体传播的重要特点之一。这种扩散方式往往围绕一个中心迅速扩散至整个层级，而这一层级中的每个个体又成为下一层级扩散的中心，短时间内信息覆盖数量呈几何式增长。这种多层次的扩散方式其根本动力在于新媒体的交互性特征。新媒体平台突破了信息的单向传播模式，拉近了传播者与接受者之间的距离，使受众成为用户，实现了无障碍的互动沟通、海量信息和网络资源共享。

新媒体的交互性使公众可以在传播者和接受者的双重身份之间自由切换，既可以畅达交流又能实现及时反馈。基于此种特性，新媒体的用户群体开始逐渐分化，按照年龄、性别、种族、社会地位、文化程度、兴趣爱好、专业程度等不同标准进行分化、聚合为不同社群。由新媒体的交互性和分众性产生的社群关系为新媒体事件的网络动员提供了条件。这些由于某种共同偏好自发形成的社群往往具有更强的自组织性和动员能力，更容易形成群成员之间的情感认同。同时在不断地交流与信息扩散的过程中，公众谈论的早期议题通常是事件本身，关注的是事件的起因、参与者、发展过程、真相、处理结果等事件发生、发展的基本要素。然而随着新媒体平台上，公众互动的深入，人们会将关注的重点转移至事件的更深层面，力求从理论、制度、体制、文化积淀、道德伦理、社会情绪等角度对事件进行剖析和评论，进而衍生出与事件相关的议题和社会问题，吸引更多公众关注并参与其中，成为社会热点，与此同时社会舆论出现政治化、制度化、公共化的倾向，议题也随之不断深化、拓展，甚至可能偏离了新媒体事件最初关注的议题本身。新媒体的多层次扩散特征为新媒体事件的生成、扩散以及深化提供了路径和可能。

第三，全媒体传播，端口开放下多渠道互动。

新媒体最为直观的特点就是全媒体传播。传播的信息不单是文字或者图片，还附有音频、视频等。所谓的“有图有真相”意味着多种感官渠道接收的信息更具有吸引力和说服力。随着新媒体技术的不断升级，不同新媒体渠道之间端口陆续开放，任何一个热点事件都可以通过链接发送轻而易举地实现跨渠道分享。即便是环闭性、私密性最强的新媒体渠道之一的微信也包含其中。如果微博上的一则消息引起了用户的兴趣，通过对网页链接的复制、粘贴或直接使用分享按钮，公众便可以轻易地将其转移至微信，再通过微信发送给朋友或分享至朋友圈，短时间内便可以完成跨媒体转发、传播的过程，实现全媒体多渠道互动。多渠道互动使原本UGC（User Generated Content，即用户生成内容）成分就占很大比重的新媒体传播变得更具有偶发性，多层次的转发造成信息本身的碎片化变得愈加严重，在某种程度上强化了新媒体事件的“突发性”。

第四，去中心化、去议程设置，舆论走向难以预期。

新媒体去中心化的特征表现为公众不必固守同一主题进行讨论，对于可探讨主题的选择性很大，传递信息的内容也包容多元化表达。信息传播不必拘泥于固定的用词模式，公众可以遵循自己的语言习惯自由发表个人见解。去议程化并不意味着没有议程，而是在去中心化的自由交流过程中，经过反复的讨论、碰撞、修订、博弈，结合公众的反馈形成最终相对一致的认同和共识，这里所谓的去议程设置指的就是变单一的、固定的议程设置为多元的、灵活的互动讨论模式设置。这个过程是

开放的、流动的，会随着社会动员的舆论生态变化而随时改变事件的发展走向。舆论的热度和发展走向难以预期和控制。

公众在新媒体平台上的交流推动新媒体事件的生成、发展，使舆论的关注度可以在短时间内达到难以预期的高度，传播范围可以瞬间成倍扩大。新媒体事件所表现出来的突发性和群体性的特征，根本原因在于新媒体本身的去中心化和去议程设置，去中心化使新媒体事件的舆论发展方向随时可能发生变化。最终蔓延至线下的事件，社会关注点很可能与最初的事件诉求截然不同，内容甚至可能发生反转。去议程设置使得新媒体事件的发展阶段不可掌控，信息监管部门很难在新媒体事件正处于酝酿阶段就及时介入，做到有效化解，这种隐蔽性和不可预期性导致新媒体事件一旦爆发便极有可能在短时间内急速蔓延至线下，演变成突发性群体性公共事件。

## (二) 作为媒介技术物的社会载体功能性动因

新媒体作为一种传播平台，所有新媒体事件本质上都是源于社会现实的，新媒体事件作为一个窗口反映出当前社会存在的一些问题。因此，新媒体作为信息的社会载体，其推动新媒体事件产生、扩散的动因大致来自于以下几个方面。

第一，社会转型带来发展不平衡问题。当下，我国正处于社会转型的关键时期，社会问题凸显。改革不可避免地会触及到一部分公众的既得利益。从宏观的社会发展过程来看，这些问题都是暂时而不可避免的，但就个人利益受损的这部分公众而言，则会不同程度地产生一些相对剥夺感。新媒体对社会生活的深入渗透，加上新媒体传播所具有的低成本、快捷性和社群性等特征使其极易成为负面情绪的表达出口。从这个意义上讲，社会转型带来的发展不平衡是引发新媒体事件的主要诱因之一。

第二，公众情绪流于底层，信访沟通渠道不畅。当前我国社会基层发生的绝大多数群体性事件均源于在社会转型时期事件行动者利益受损或遭受不公正待遇，他们发起新媒体事件的初衷在于表达利益诉求。阿尔蒙德和鲍威尔把政治过程分为利益表达、利益综合、政策制定和政策实施四个阶段，利益表达居于首要环节，提出：“当某个集团或个人提出一项政治要求时，政治过程就开始了。这种提出要求的过程称为利益表达。”<sup>①</sup>若利益表达顺畅，社会管理者便可及时获取信息，对现有社会资源作权威性的分配以维护社会稳定。反之，若利益表达不畅，不能及时调整利益关系，便增加了诱发群体性事件的可能。

为了满足公众利益表达需要，加强地方政府与人民群众的联系，保障公民的批评、建议、申诉、控告和检举等基本权利，国家设置了信访制度。然而在实践中，信访工作的数量往往被视为衡量地方是否稳定、和谐的标准。某些地方政府和官员对上访群众持有偏见，甚至不惜采取压制措施以抵消群众上访对其政绩的不良影响。此外，即便是没有被压制，公众履行正常的信访程序时也常常会因为程序繁复、受理周期长，时间、精力成本耗费过高等问题，放弃信访维权。

除了政府设置的信访渠道之外，以往传统的新闻媒体也被认为是最有效、最直接的利益表达工具，但是由于受到政治体制、市场经济和法治环境等多方面因素的制约，传统新闻媒体日渐式微，越来越难以在监督公共权力、维护弱势群体利益方面发挥作用。官方信访渠道不畅和传统舆论工具式微使处于转型时期自身利益动荡未明的公众忐忑的心情无处安放、利益诉求无处表达。新媒体的出现适逢其时，直接拓宽了信访渠道，为公众提供了情绪宣泄、利益诉求的出口，同时也为新媒体事件生成提供了环境。

<sup>①</sup> [美] 加布里埃尔·A·阿尔蒙德、小G·宾厄姆·鲍威尔：《比较政治学——体系、过程和政策》，曹沛霖、郑世平、公婷、陈峰译，上海译文出版社1987年版，第199页。

第三，文化激烈碰撞，公众认知呈现多元化。新媒体促成了海量信息的高速、广泛传播。传统媒体信息垄断格局被打破的同时，不同文化的进入引发了公众舆论场域中观点更为激烈的碰撞，对公众的认知产生了巨大影响。认知反映了个体对外界事物认识、判断和评价的能力，认知水平的高低与实践经验、知识水平、思维能力、信息储量等因素密切相关。新媒体承载的海量社会信息使公众对时事热点、文化、经济等方面信息的了解和获取更为便捷、丰富。信息的大量涌入带来了文化间的激烈碰撞，引发了公众认知的多元化。

新媒体为公众提供了彼此交流和分享的平台，在接受新信息的同时，公众可以凭借自身的知识储备针对同一议题进行思维的双向输出和吸纳，在彼此交流中提升认识、求同存异，实现信息价值最大化，促进议题内涵深入化、意义广泛化。在新媒体平台上实现了不同阶层的平等对话，不仅激发了交流者自身文化的创新，同时也引发了公众对社会问题的思考和监督。公众的认知视角的多元化、认知水平不断提升，质疑和探索精神以及民主意识的萌生是引发新媒体事件的思维驱动力。

### 三、新媒体事件扩散的价值累加机制

新媒体事件从最初的个人行为演变成公共事件，由中心问题衍生出各种周边议题，将直接导致公共领域社会治理张力加大、社会风险成倍增加。

从行为主体的角度来看，新媒体事件在本质上是一种群体性事件，借用社会学中阐释集体行为的“价值累加理论”对其进行解读，有助于加深对新媒体事件发生发展过程中不同环节的运行机制的理解。借助“价值累加理论”，我们可以发现，一个群体性事件的生成和扩散必须具备以下社会条件。一是，有利的结构。社会结构的构成方式必须具备允许集合行为在特定情况下成为可能的一般性背景。二是，结构性紧张。即公众已经感知到社会环境中的某些状况出现了问题，这种紧张通常以相对剥夺的形式表现出来。三是，普遍情绪或共同信念。仅有有利的结构和结构性紧张不足以产生集体行为。在集体行为发生之前，人们的结构性紧张必须转化为某种一般化信念，人们对某个特定问题产生的症结及其解决途径产生一个共同的认识。即群体性行为的参与者必须对他们所感受到的结构性紧张达成普遍性的情绪或共同信念，并认为当下的形势有助于实现集群行为的目标并对个人充满意义。这种共同信念的内容往往包括对失常状态的分析、对现实状况应该持有的看法、一系列用以纠正这一局面的策略战术以及对如果不进行改进则可能会产生的不利局面的认识。四是，促发因素，即引发事件的导火索。这个导火索通常是一个看似平常的事件但却能证实或加剧普遍信念中隐含的恐惧和结构性紧张。五是，参与者的行动动员。如果前四个条件已经得到满足，那么一场群体性事件便具备了爆发的基本条件，而行动动员则是将这场群体性事件酝酿到临界值，扩大事件的参与群体和影响力。在社会动员的过程中还可能深化，甚至改变事件的社会关注点和舆论方向。六是，社会控制。应对群体性事件，政府采取的行动会对舆论生态在结构上产生重要影响。是否会引发骚乱、是否有助于结构性紧张加剧、是否能够改变普通信念的发展方向等，在很大程度上取决于政府是否采取了合适的手段。如果处理不当甚至会演变成为群体性事件升级、社会问题激化的促发因素。

就新媒体事件而言，当下我国的社会现实已经具备了“价值累加理论”中的前两个要素：一是，社会转型时期，社会结构面临重大变革为新媒体事件的发生提供了的宏观背景；二是，在社会转型过程中存在一些公众的既得利益被触及的情况，也存在部分公众应对社会转型的紧张感因变革动荡而被刺激放大的现象。当单独个体紧张感被扩大化时，新媒体的介入结合网络社群强大的自组织能力致使事件行为者在情感和信念上更加容易实现共情、更容易将这种共情上升为一种普遍信念。潜

藏于普遍信念中的负面情绪触及到某种偶然的诱因便极有可能引发新媒体事件。与传统意义上的群体性事件不同,新媒体事件的传播媒介为事件参与者提供了低成本、高效率、广覆盖、精准到达的行动动员平台,其便捷性和精准性是传统媒体所无法比拟的,特别是新媒体信息传播的方式造成舆论监管的难度很大,导致政府对于新媒体事件的介入往往是在事件爆发之后。面对已具有一定的规模和社会关注度的新媒体事件,在社会控制过程中,政府采取何种应对措施显得尤为重要,这将直接影响新媒体事件的发展走向。

通过用“价值累加理论”对新媒体事件生成及扩散过程的解读,我们可以发现,在新媒体事件扩散机制中以下两个环节对事件的发展趋势具有决定性意义。

一是,行动动员。社会运动或是集体行动的形成需要一种渠道或方式将单独的个体组织联系起来,个体凝聚在一起,认识到彼此相似的处境并达成共识,从而提高参与集体行动的能力,而动员结构指的就是能够促成集体参与行动的正式或非正式的渠道,它可以是社会结构,也可以是手段或者策略。我国的新媒体用户规模庞大、动员群体充足,新媒体技术的开放性消解了政府舆论的绝对主导地位,增强了公众获取信息资源的能力,这些因素使得看似结构松散、极度个人化的新媒体具有强大的组织性和行动动员能力。

我国新媒体事件的行动动员大多基于新媒体社群内部成员之间情感上的共鸣,相对剥夺感和对社会资源分配的不满等情感往往是促成行动动员的主要因素。情感上的共鸣极易将同一社群内其他成员的遭遇内化为个人的情绪体验。新媒体事件发生的最初阶段,公众自发的关注和讨论使多样化的个人意见在互动中实现碰撞、交融,促进意见分化和主流意见的形成,奠定了个人意见向共同信念转化的基础。在这个过程中,意见领袖逐渐掌握了动员的主动权和话语权,并为社群成员参与深层讨论,形成并强化共同信念提供更为有效的组织保障和可操作性。在意见领袖的引导下,新媒体的公众参与者不再是散落在网络各处的独立个体,而是在原本弱联系的基础上通过意见协商,最终凝聚成的有组织、有管理、有纪律的行动社群。社群成员由信念认同演变为身份认同,具有极强的行动动员能力,一旦舆论方向引导不力,极易促成新媒体事件迅速扩散并蔓延至线下。

二是,社会控制。社会控制大体上分为两类:预防性社会控制和紧急性社会控制。预防性社会控制影响集合行为发生的可能性;紧急性社会控制是在事件发生之后出现,影响集合行为事件的程度和性质。新媒体平台信息的传播的即时性、层级性,决定了要对新媒体事件发出预警、监控事件发展趋向的任务十分艰巨。此外,新媒体事件的突发性特征决定难以用敏感词筛选这种传统手段加以管控。当下我国对于新媒体事件的预防性社会控制手段尚未取得实质性的突破,因此处理新媒体事件时政府往往需要采取紧急性控制手段。力求尽快解决新媒体事件所反映的社会问题,最大限度地消除或削弱事件带来的负面影响。

新媒体事件的生成——传播——扩散——消亡的全过程没有固定的发展路径,而是始终处于一种不断振荡状态之中。伊里亚·普里戈金(Ilya Prigogine)提出的耗散结构理论指出:一个远离平衡态的开放系统通过不断地与外界交换物质和能量,在外界条件变化达到一定阈值时,可以通过内部的作用产生自组织现象,使系统从原来的无序状态自发地转变为时空上和功能上的宏观有序状态,形成新的、稳定的有序结构。这种非平衡态下的新的有序结构就是耗散结构。<sup>①</sup>新媒体事件正是这样一种耗散结构。一旦政府针对事件所采取的控制措施得当,对于事件所反映的问题能给出一个令公众满意的答复,公众对于事件的传播热度将持续下降,如果在衰落的过程中不再有新的刺激性信息

<sup>①</sup> 参见何盛明:《财经大辞典(上卷)》,中国财政经济出版社1990年版,第1605页。

与外界进行新一轮的物质和能量上的交换，那么这个耗散结构就将因没有活力且无法更新而变成衰亡结构，最终走向消解，淡出公众视野。相反，如果政府所采取的控制措施不能令公众满意，问题并没有从根本上得到解决或者由于处理不当引发了新的矛盾焦点，那么事件将在衰落的过程中不断被重新提出，进一步扩散并引发新一轮的深度热议，甚至会因在社会控制过程中所产生的新的矛盾焦点而开启新一轮的非平衡相变，导致事件的不断升级。尤其是在事件的传播热度持续不减的情况下，很容易被别有用心的人所利用，散布谣言、抹黑政府形象。在不良情绪的影响下，公众容易因轻信谣言而无法实现理性判断，原有的信任关系很容易被动摇或破坏，严重损害政府在公众心目中的公信力，增加应对新媒体突发事件的难度，影响社会稳定和谐。

#### 四、新媒体事件的治理策略

当下，新媒体事件频发，其社会影响力日趋扩大，监管难度增加，然而现下我们对于新媒体事件的应对手段十分有限，严重落后于新媒体事件的发展进程，因此深入开掘行之有效的治理策略迫在眉睫。俄亥俄州立大学的让尔法·斯多格蒂尔提出了“二维构面理论”，其目的在于确定领导行为在实现群体和组织目标过程中的重要性，这为我们有针对性地提出新媒体事件的治理策略提供了启示。“二维构面理论”又称“俄亥俄模型”，是一个最初存在于管理学的中研究领导行为的理论。这一理论的贡献在于通过两个维度对领导行为要素进行描述：一是，定规维度：领导的关注点集中在指定的规章制度及工作程序方面，可以分为高定规和低定规。二是，关怀维度：领导行为中对下属的关注度。可分为低关注和高关注。将“二维构面理论”应用于新媒体事件治理中，领导行为对应的是政府应对于新媒体事件的社会控制手段；所要实现群体和组织目标对应的是新媒体事件作为群体性公共事件所要实现的目标。据此，我们建立研究新媒体事件治理手段的两个维度：一是，影响；二是，关注。据此我们对新媒体事件进行了以下分类。

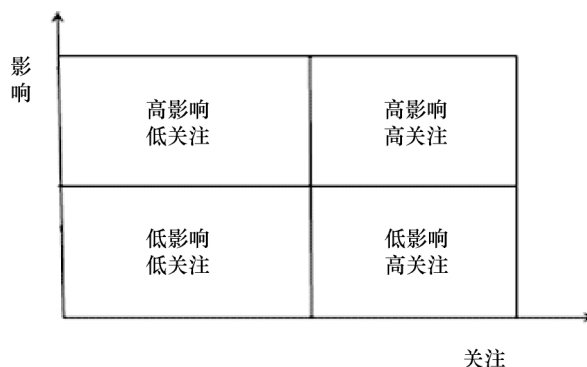


图 1 二维构面理论下新媒体事件的分类

图 1 中的“低影响”维度下的事件指的是未危及到社会和谐稳定、不会对公众生活造成重大影响的新媒体事件。“高影响”维度下的事件是指对社会稳定已造成威胁的新媒体事件。“低关注”维度下的事件是指并未引起公众的广泛关注的新媒体事件。“高关注”维度下的事件是指公众关注度高、讨论积极的事件。

在影响维度下，新媒体事件会随着影响维度的提高与该事件对社会及网络空间的威胁程度呈正相关关系。随着影响维度的提高，新媒体事件对社会稳定更具威胁性。关注维度下的新媒体事件会随着关注维度的提升与该事件受到公众热议程度呈正相关关系。随着关注维度的提升，新媒体事件

在公众中形成普遍信念的可能性不断增加。在影响和关注双重维度作用下，我们划分出四个不同区间，将新媒体事件分为四类，政府的社会控制措施应针对不同类别的事件而有所区别，以提高政府在新媒体事件治理方面的精准率和有效性。

第一，低影响低关注事件。对于这一区间的事件，政府单独制定应对策略的意义并不大。一方面，这类事件并未引起公众的广泛关注；另一方面，也没有对社会及网络空间带来太大的影响。对于这类事件政府没必要采取过多措施进行强制性干预，随着时间的推移，事件大多会自行衰亡、消失在公众视野中。但是不强制干预并不代表放任不管，政府需要对其采取跟踪检测的策略，一旦事件越过舆情扩散点，及时进行适当干预，防止事件性质发生变化。

第二，低影响高关注事件。这一区间的事件属于公众关注度高、但对社会不一定造成太大影响的事件。如娱乐圈明星效应、体坛赛事事故、文化名人绯闻等。在新媒体平台上这类事件突出表现为公众言论聚集、关注热度持久、曝光度高，甚至可能转至线下成为街谈巷议的热门话题。这类事件虽对社会稳定、经济发展影响不大，但是对政府公信力和政府治理能力却有着重大影响，对主流价值观和社会正能量形成对冲，因此对这一类事件政府制定治理策略的关键是要掌握舆论的主导权、把握舆论走向，及时地消除负面影响。

第三，高影响低关注事件。这一区间的事件主要是指已经威胁到网络或社会安全、对国家利益或人民利益造成一定损害，但却没能引起公众普遍关注的新媒体事件。应对这样的事件政府应采取低调、迅捷的处理方式。在新媒体这个公开、匿名的平台上，高调处理原本没有引起公众广泛关注的事件，很可能引发不必要的意外状况。在没有高调警示必要的前提下，对于这样的事件更不宜人为扩大影响。

第四，高影响高关注事件。这一区间的事件是指对社会及国家利益影响巨大，且已经引起了公众的高度关注的新媒体事件。政府及相关部门应对这类事件加以高度重视，如何对其进行妥善处理是对政府治理能力的一种考验。与其他三个区间的新媒体事件相比，这一区间的新媒体事件的治理策略应遵循其自身的特点和运作机制。在实际操作中应从多方面入手，采取协同治理的策略。

对新媒体事件的治理最理想的方式是防患于未然，即在事件酝酿和筹划阶段就积极介入、进行预警管控。当下我们最常用的预警手段是检测热点话题、筛选敏感词，但这种检测手段比较容易规避，同时也很可能忽略了事件的行动动员过程。通过对新媒体扩散机制的研究，我们认为在跟踪热点话题的基础上，需要对新媒体用户社群活跃度进行检测，掌握社会动员的组织规模和程度，以便及时作出正确判断、拟定有效应对策略。

在采取紧急性应对策略的阶段，政府应表现出主动作为的积极姿态。第一，在新媒体事件爆发初期快速反应，对事件信息诉求和舆情动向作出精准判断，提升短时间内搜集、组织相关素材并进行高质量信息发布的能力。第二，充分利用传统媒体与新媒体相结合的信息资源优势，形成网络化、全媒体覆盖的融媒体宣传体系，在“黄金1小时”内进行权威回复、及时公布事情进展状况，在舆论生态中占据主导地位、把握议题的发展走向、主导舆论发展进程，保持政府对信息引导力的同时避免因信息饥渴造成舆论真空、谣言乘虚而入。第三，重视对于意见领袖的培养。在新媒体事件行动动员的过程中，意见领袖的作用十分关键，对于社群普遍信念形成上发挥着至关重要的作用。培养的意见领袖必须具备在舆论形成的关键时期发表具有说服力的主流意见的能力，能够在必要时及时有效地调整社群公众的集体思路，传递正能量、驳斥谣言。在现代都市社会中，意见领袖以专业性为主，即一个人只要在某个特定领域很精通，或在周围人中享有一定声望，他们在这个领域便可扮演意见领袖角色，而在其他领域他们则可能是被影响者。第四，创建新媒体信访、举报平台。新



媒体事件为社会治理提出了新的挑战，但同时新媒体拓宽信访渠道，为完善社会治理提供了创新路径。相当一部分新媒体事件是由于信访渠道不畅通、诉求无门，迫使事件行为者转向到新媒体平台上去寻求解决途径或是发泄不满情绪的。高效、顺畅的正常信访渠道将在很大程度上降低公众进行申诉的经济成本和时间成本，进而减少新媒体事件生成的几率、消减社会矛盾激化的表征，为建构一种满足多元利益主体之间理性沟通的政治生态提供契机。第五，要建立并完善新媒体举报平台，新媒体平台信息传播的特性支持公众用语音、视频、短信、图片等形式实时举报，举报人既可以实现匿名举报效果，又可以与政府相关部门进行互动交流，既具隐蔽性同时兼具便捷性与精准度。信访部门的新媒体后台收到投诉举报后，由专人将相关举报内容整理、打印后及时转交信访（案管）室登记，履行相关审批手续后转由各业务室负责办理，并及时在微信后台告知举报人联系相关承办部门了解调查进度和处理结果。最后，要做好回访备案工作。大部分的新媒体事件的生发都是源于对社会境遇不公待遇的一种诉求，在新媒体事件平息之后应对社会问题的解决进行定期回访，了解实施效果。对事件进行备案，总结经验，避免重蹈覆辙。

本文作者：辽宁社会科学院新闻与文化传播中心副研究员、《社会科学辑刊》编辑  
责任编辑：周勤勤

## Multiple Mechanisms and Governance Strategies for the Operation of New Media Events

*Li Yang*

**Abstract:** The deep involvement of new media in social life has brought about significant changes in the ecology of social public opinion. Taking into account the dual paradigms of reflection theory and producing theory, we call the mass incidents involving social and public domain issues and arising from new media platforms as new media events. Action mobilization and social control are important steps in deciding whether new media events would evolve from individual behaviors to group-based public events. Once a new media event has evolved into a mass incident, it will directly lead to an increase in the tension of social governance in the public sector and a multiplication of social risks. Our response to new media events is still very limited, and it is seriously lagging behind the development of new media events. Therefore, the government should adopt active, prompt, and accurate governance measures to dominate the public opinion ecology, grasp the developing trends of the issues, lead the development process of public opinion, maintain the government's ability to guide information, and avoid the generation of public opinion vacuums due to information hunger.

**Keywords:** new media events; governance strategies; operational mechanisms