

doi: 10.15936/j.cnki.1008-3758.2018.04.010

# 微信舆情叠加效应下群体性事件的预警与阻断问题研究

——以广东A市环境群体性事件为例

李伟权, 刘雁

(暨南大学公共管理学院, 广东广州 510632)

**摘要:** 微信舆情对群体性事件的影响日趋明显,其多重舆情叠加效应改变了舆情传播结构,给管理者带来了极大的舆情治理挑战。结合A市环境群体性事件的分析,发现微信平台群体性事件存在显著的传播主体叠加、传播渠道叠加、传播内容叠加特征,在微信多重叠加效应下群体性事件网络动员力量迅速发酵,爆发进程得以催化加速,同时事件不断演进升级且极易引发次生事件。政府应当在树立微信叠加效应风险防控意识、加强立法监管保障、强化微信叠加效应过程阻断管理等方面做好预警与阻断,避免事件演化升级。

**关键词:** 微信; 舆情; 叠加效应; 环境群体性事件

中图分类号: C 939

文献标志码: A

文章编号: 1008-3758(2018)04-0392-07

## On the Warning and Blocking of Group Events Under the Superposition Effect of WeChat Public Opinion ——Based on the Case Study of the Environmental Group Events in A City

LI Wei-quan, LIU Yan

(School of Public Management, Jinan University, Guangzhou 510632, China)

**Abstract:** The effect of WeChat public opinion on group events has become increasingly obvious, and its superposition effect has changed the transmission structure of public opinion, bringing great public opinion governance challenges to the administrators. Based on an analysis of the environmental group events in A City, it was found that the group events of the WeChat platform are characterized by the superposition of communicators, the superimposition of dissemination channels and the superposition of dissemination contents. Under the influence of the multi-superposition of WeChat, the mass mobilization forces of group events tend to ferment rapidly and the outbreak process may be accelerated catalytically while the event continues to evolve and upgrade which easily leads to secondary events. The government should establish the risk prevention and control awareness of WeChat superposition effect, strengthen the legislative supervision and protection, and reinforce the blocking management of WeChat superposition effect so as to avoid the evolution and upgrading of events.

**Key words:** WeChat; public opinion; superposition effect; environmental group event

收稿日期: 2018-01-13

基金项目: 广东省自然科学基金资助项目(2015A030313318); 国家社会科学基金重大资助项目(14ZDB166)。

作者简介: 李伟权(1974-),男,广东博罗人,暨南大学副教授,管理学博士,主要从事公共管理、网络舆情与应急管理研究。

近年来诸多突发性群体事件显示,微信作为新型的传播媒介深刻影响着网络舆情的传播生态,给群体性事件的生成及应对带来了新的影响及挑战。当前学界关于微信舆情的研究主要集中在:一是基于传播学视角研究微信舆情的传播方式、特征和规律等,分析其推进舆情发展的新特性<sup>[1]</sup>;二是微信舆情的监测与治理,研究微信舆情的引导机制<sup>[2-3]</sup>;三是群体性事件的微信动员及舆情治理<sup>[4-5]</sup>。这些研究多为基于微信传播特性的推演阐述,未能结合具体的群体性事件深入分析微信舆情的影响及其治理应对的困境。总体而言,目前关于微信舆情的研究尚未形成系统的理论基础,在微信开始介入群体性事件并给管理者带来严峻的治理挑战的现实背景下,还存在相关研究的弱环,仍需结合实际开展更有针对性的研究。

本文通过对广东A市“3·17”“3·19”环境群体性事件的分析,发现其微信舆情传播存在一

种特殊现象:多元的信息在短时间内通过多种方式和渠道在多个传播主体间进行传播,继而产生一种相互叠加的效应<sup>[6]</sup>,这种叠加效应对政府舆情治理工作造成了冲击,探究微信舆情叠加效应对群体性事件的影响作用,分析政府舆情应对过程存在的问题,构建微信舆情叠加效应预警与阻断机制,对微信时代群体性事件舆情治理与应对具有重要的意义。

## 一、广东A市环境群体性事件及政府应对过程

2017年3月14日至19日,广东A市因当地市民反对“工业废弃物处置中心项目”及“某环保科技有限公司综合利用、处置工业固体废物项目”的建设,经由微信舆情发端,先后发动了两起群体性事件,称“3·17”“3·19”事件,事件演化过程见图1。

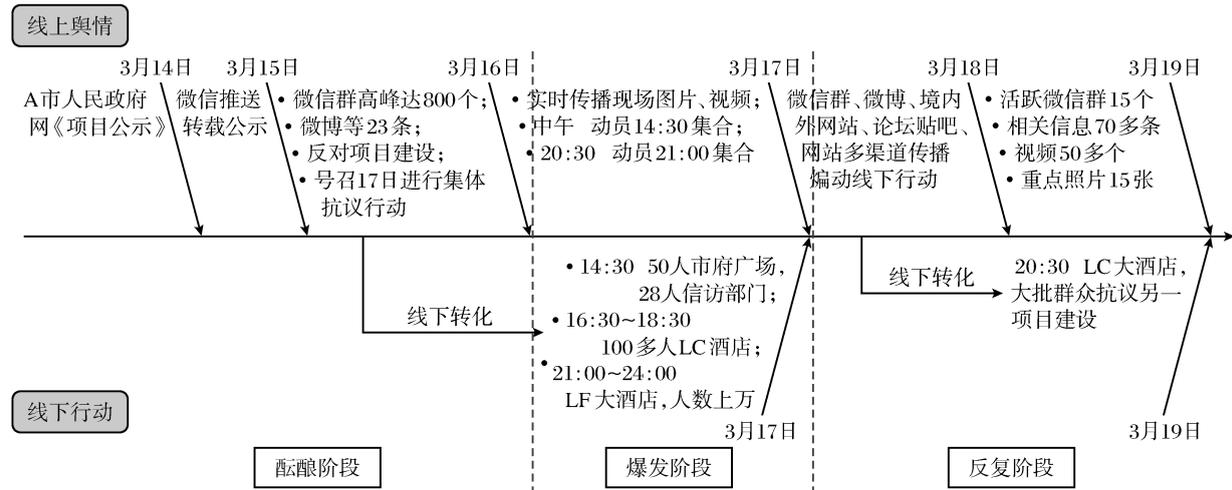


图1 A市“3·17”“3·19”环境群体性事件演化示意图

A市突发事件网络舆情管理机构设在宣传部内的网信办,在突发事件网络舆情的应对上,其传统做法主要是依靠封堵和宣传两种手段:一方面利用法定职权,借助网络管理的高级权限对首发信息平台的运营商进行约谈,要求其删除负面信息进行删除;另一方面利用官方平台(包括电视、电台、报纸、官方网站、政务微博、政务微信等)发布权威信息,开展正面宣传。

然而,在“3·17”“3·19”事件中,A市政府传统的网络舆情应对措施很难适应微信舆情发展的新特点,处置效果不佳。下文将结合事态发展从事件酝酿、爆发、反复三个阶段详述A市政府

关于两起事件的应对过程。

### 1. 酝酿阶段:启动紧急舆情响应机制,召开专题会议部署应对措施

3月14日,A市政府发布工业废弃物处置中心项目社会稳定风险评估信息公示后,多个微信公众号以《A市又有大动作!投资5.6亿元搞这个》一文对该公示进行转载。据悉,在发布该项目公示之前,A市政府前期基本没有进行必要的宣传和信息公开,决策环节公众参与受众面窄,因此一经发布便引起A市市民的强烈关注,出于对项目环境风险隐患的担忧,市民们在微信群、朋友圈广泛转发推文并号召采取集体行动反对项目建

设,微信舆情迅速发酵。16日19:30,A市网信办监测到舆情危机后,立即发出预警并向上级政府汇报情况。接到预警通知后,19:45,A市市委领导、宣传部部长召集多个相关部门研究应对措施,动员全体政府工作人员在微信群对有关情况作出说明,避免网民对项目的误解。22:30,上级市政府领导也赶到A市,要求17日上午全市机关事业单位组织工作组进村入户开展宣传教育工作。

经宣传部门初拟,各级领导的批示修改,时隔8个小时之久才于17日凌晨3点在A市官方微信公众号发布第一条新闻通稿《关于工业废弃物处置中心项目有关情况的说明》,说明项目建设的必要性,强调项目已通过省环保厅环评,呼吁市民群众通过合法途径反映意见,却没有提供相应的意见反映渠道且没有加盖公章。同日7点开始,各工作小组进村入户说明项目前期工作的相关情况,引导公众通过合法程序反映意见,不要参加非法集聚。11时,政府再次对外发布《关于进一步对A市工业废弃物处置中心项目有关情况的说明》,力图向公众说明项目的必要性、合法性和安全性。两则说明篇幅均较长,宣传味道较浓,难以发挥应有的舆情引导、纾解作用。

## 2. 爆发阶段:线下维稳行动的强布控,民情危机高压下的软妥协

在A市政府采取了以上预防与疏导措施后,A市市民的集体行动发动进程得到了一定的缓解,但17日14:30,仍有50人次前往市政府广场聚集抗议,也有部分群众前往信访部门反映意见,经劝导后均散去,但有网友在微信群上发动第二轮的聚集行动,将行动地点改为A市LC酒店,这一轮行动也经公安干警及其他政府工作人员的劝解于18:30得以疏散。然而,20:30,微信舆论场又出现了煽动抗议行动的言论,21时200余名群众在LF酒店附近聚集,并引起大批群众围观,据悉,现场人数已达上万人,至此群体性事件发展至高峰,群众抗议情绪高涨,在民情高压下,政府现场维稳力量已凸显弱势。21:30,A市市委书记现场宣布终止实施该项目,同时通过微信、微博、电视广播等各种渠道对公众宣布项目终止消息,经过政府工作人员多番劝导及依法处置现场挑事分子的强制措施下,历经3个多小时才基本将现场群众劝离现场。

## 3. 反复阶段:提高查处侦破工作力度,严控次生舆情事件进一步蔓延

18日,A市政府通过网络对项目终止消息进行巩固宣传,但当晚经网络搜索巡查发现,有部分网民在微信群继续发表煽动性言论:一是表示不信任终止决定,二是提出A市某环保科技有限公司处置工业固体废物项目同样会对环境造成严重污染,再次呼吁公众采取抗议行动。

发现舆情后,政府网上回应力量主要集中于第一个项目终止决定的巩固宣传上,而第二个项目则主要采用线下模式,于19日凌晨5点开始,逐户宣传关于终止某环保科技有限公司项目的决定。事实证明,线下宣传的模式显然不如线上针对性答复奏效,19日20:30仍有大批群众聚集抗议。此时,A市政府组织大量警力对现场进行严格监控,将现场挑头闹事分子带离现场进行教育,同时通过各大媒体平台发布《通告》,劝导广大市民不信谣、不传谣,并表明将坚决依法从严处理散布谣言、煽动、策划非法集会、游行、示威等违法犯罪行为,发动多个民间公众号转发终止某环保科技有限公司项目的通知,并动员工作人员在多个微信群转发,才逐渐平息公众激愤的情绪,网络舆论逐渐降温。随后,公安机关对一批刻意煽动群众情绪、散播不实信息的不法分子进行排查严打,事件于20日起趋于平息。

## 二、A市环境群体性事件的微信舆情叠加特征分析

通过对案例材料的详细分析,笔者发现“3·17”“3·19”事件均是在微信舆论场首先发酵的群体性事件,同时事件演化升级过程中带有明显的微信舆情叠加特征,是典型的微信叠加效应多重作用下的环境群体性事件,主要表现在以下三个方面。

### 1. 微信传播主体叠加:群体规模效应激增、民意舆论场能量积蓄

在微信UGC(用户生产内容)模式下,公众借助信息发布和传播引发舆情聚合,可以充分表达自己的情绪、意见和态度<sup>[7]</sup>。由于微信平台的私密性、半封闭性,突发性群体事件相关的信息、言论极易在多个微信用户间迅速扩散开来,带来的是传播主体的规模激增及民意的强能量聚合。

### (1) 强关系连接下传播主体的数量叠加

微信好友间具有以现实关系为基础的“强关系”<sup>[8]</sup>,这种关系下人们更有安全感,更有转发和分享的欲望,自发从信息传播客体转变为传播主体,因而群体性事件发起者的信息发布更容易被信赖,能在短时间内动员更多的个体成为信息传播主体,在传播主体叠加下实现规模效应激增。如在案例中,某微信公众号发布推送后迅速被大量转发,随后多个微信群相继组建(如“盈峰花园业主群”“建设美好家园,抗议一切污染群”“反对A市建废弃物处置中心群”等),舆情酝酿期微信群、QQ群的组建峰值达800多个,传播主体数量叠加特征显著。

### (2) 共情作用下传播主体的情绪叠加

面对邻避项目,公众因利益共性、地缘共性而集结在一起,共同采取抵抗行动,而微信为这些群体提供了一个深入互动的场域。在微信的强连接场域下,用户们基于身份认同、情感归属等趋同性更容易朝着共同认知的方向移动,这种方向性的移动极易走向群体的极化。在A市爆发群体性事件之前,微信上大量积聚带有明显“情绪指向”的言论,表达愤怒情绪并用多种煽情言论为线下行动进行广泛动员;行动当天,大量A市市民通过微信进行情绪宣泄,或“呐喊助威”,或“谩骂戏谑”,为抗争行动渲染造势。

## 2. 微信传播渠道叠加:信息倍增效应凸显

微信具有多元的传播渠道,如好友转发、微信群、朋友圈及公众号等,将平台内外的信源交织叠加在一起,使微信成为了信息多元叠加扩散的加速器,信息量呈几何级增大,迅速形成规模性的舆情话语权,加重舆情扩散的多元化和复杂化趋势。

### (1) 平台内传播的信息量叠加

在微信平台内的信息传播分为“圈内”和“圈外”传播。圈内成员之间的亲近感和趋同性使信息传播效果更加深入,例如上文提及的A市市民组建的多个微信群,其中有些是同一个小区业主共同组建的,地缘共性大大提升了信息被相互转载的可能性;每个微信用户一般都会身处各个不同的“圈子”中,每个用户都可以视做一个传播节点,信息通由这些节点在不同“圈子”间呈发散型射线状传播,形成圈内、圈外多渠道交合的信息叠加,例如A市事件中,微信上多次有人扬言在确切的时间和地点集合,这些信息一经发出便迅速在多个微信群间转发。

### (2) 跨平台传播的信息量叠加

微信对微博、新闻客户端和几乎所有资讯类APP都开放了端口,通过分享链接的方式连接了各种外部信源,形成了信息传播的勾连态势<sup>[9]</sup>。在多个舆论场勾连、对接、互动、共振作用下,微信成为一个拥有巨大信息量的平台,极易引发舆论爆点。在A市事件升级演化时,网络舆论场也随之从微信平台扩散到了微博、境内外网站、论坛贴吧、资讯APP等平台上,信息量急剧增加。

## 3. 微信传播内容叠加:内容强化效应突出

根据以往群体性事件观察发现,网络舆情内容传播有诸多相似的地方,大抵分为以下几类:①内容本质上表达相同诉求且煽情色彩极强的信息被不断地重复转发;②一起事件的爆发致使另一起相似事件的连环爆发,信息传播上呈现出同类信息相串联的特点;③舆论场的杂音传播,即通过发布虚假信息、谣言及极端言论等对群体产生刺激。通过以上内容传播,形成了难以忽视的内容强化效应,不断促使舆情往传播主体设定的目标方向移动。

首先是同质信息的重复叠加。为号召网民采取行动对工业废弃物处置中心项目建设表达抗议,其中最为广泛传播的信息如下:“大家发朋友圈,通知各位朋友,今晚8:30××集合。A市是我家园,建到A市就是不行,把垃圾厂,大烟厂统统踢出A市!A市政府!腐败无能!出尔反尔!毒害乡亲!项目若建成投产,年处置几千万吨的工业垃圾,毒气与癌症笼罩着整个A市,疾病与污染充满着我们美丽清新的家园!A市的兄弟姐妹、父老乡亲们,让我们心连心,走在一起,举起我们充满力量的双手,保卫我们的家园,保护我们的家人!!!”从内容来看,语句虽不甚通顺,但在当时的情境下却能产生极强的煽动性,消息开篇即表明扩散意图,几个感叹号的连用表达出极强的态度倾向,使得许多作为利益共同体的A市市民产生强烈的转发欲望。

其次是同类信息的串联叠加。“3·19”事件是非常典型的由微信舆情对同类邻避项目信息的串联叠加传播下引发的次生群体性事件。当“3·17”事件的相关网络舆情有所回落时,有网民在多个微信群发布新项目的相关信息并煽动市民再次聚集抗议,此时“3·17”事件影响仍未完全散去,群众极易将两起事件联系在一起,在这种串联传播作用下舆情再次高涨,催生了又一轮的集体

抗争行动,最终导致该环保科技有限公司项目也被叫停终止。

最后是异化信息的刺激叠加。在整个事件中,不乏大量对政府有关部门带有恶性假设、丑化政府工作人员形象的消息及言论,如将领导维持秩序的图片PS上金项链、名表、叼着烟、文字对白并转发。也有不法分子在微信上通过各种手段,试图搅乱局势,煽动更多人参与集体行动,例如:①歪曲事实。网民“娟姐冬菇”在朋友圈谎称项目是在隔壁镇遭万人反对后被迫取消才转移选

址A市的。②移花接木。有微信用户传播2014年拍摄的某镇河流污染图,假称“某镇污染严重导致红河再现”,引起了群众的恐慌。③散播谣言。政府明确宣布终止项目之后仍有网友在微信群继续发布谣言、动员集体行动。诸如此类的异化信息叠加形成了强烈的刺激作用,让本已处于恐慌状态的利益相关群体极易走向非理性状态,带来极为恶劣的影响。

综上分析,可将A市环境群体性事件的微信舆情叠加特征整理如图2所示。

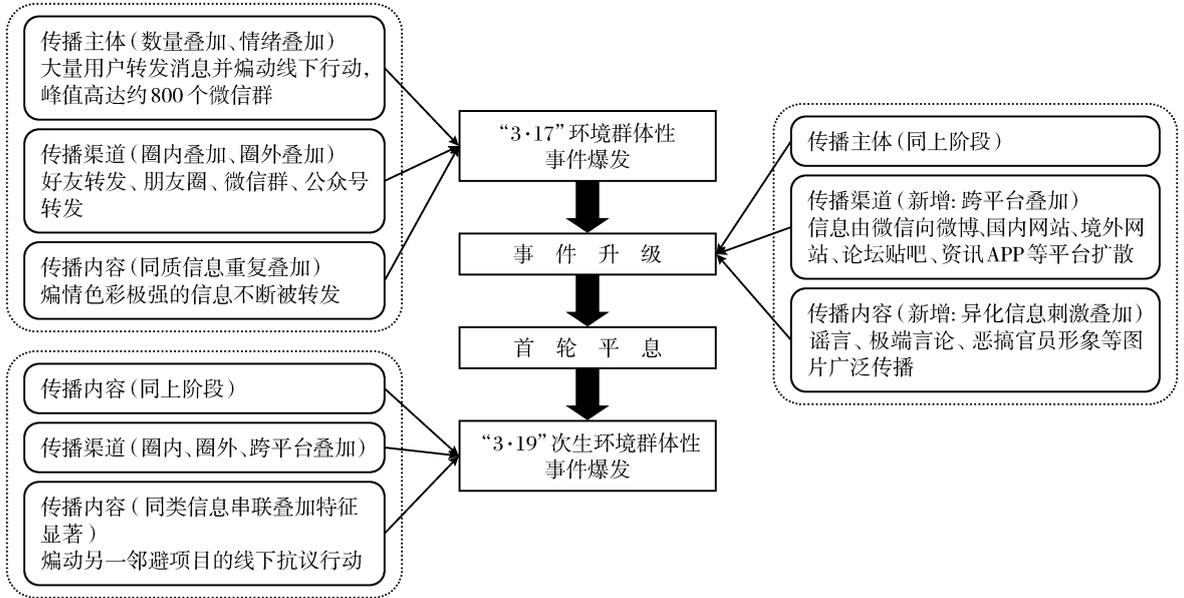


图2 A市环境群体性事件微信舆情叠加特征示意图

### 三、微信舆情叠加效应对A市环境群体性事件的作用分析

#### 1. 酝酿阶段:微信传播主体叠加效应下网络动员力量迅速发酵

在酝酿阶段,微信传播主体叠加效应具有明显的动员作用。第一,工业废弃物处置中心项目的环境污染风险在微信用户的交互传播过程中被放大,微信传播主体叠加效应将事件的根源性诱发因素凸显化;第二,传播主体的相互转发扩大了信息的传播范围,使得线上参与者、知情者的数量迅速增长;第三,微信为传播主体构建了一个复杂多元的舆论场。一定环境的诱惑力、鼓动气氛,能增强某种意见的感染力,不断产生激发社会情绪的气氛和压力<sup>[10]</sup>。此阶段传播主体带有明显情绪和态度倾向的言论在微信舆论场上交汇、碰撞、感染,释放出巨大的影响力,令置身于该事件的利

益群体情绪得到累积,进而走向群体的极化,为线上转化为线下孕育了充分的动员力量,线下行动一触即发。

#### 2. 爆发阶段:微信传播内容叠加效应催化集体行动的爆发进程

集体行动的爆发需要一定的能量积蓄和行动合理性构建,微信传播内容叠加效应为其提供了契机。首先,在微信平台上,信息通过一键式“复制、粘贴”操作极易转发扩散,尤其是煽情色彩较强的信息更是被大量转发,在受众中完成“问题意识”唤醒的功能;其次,半封闭的平台特性使得虚假信息、谣言、极端言论等广泛传播,容易对特定群体产生刺激,使人们信以为真或盲目跟从;最后,在已成熟的微信舆论场上容易将相关事件信息串联起来加以渲染推动,产生一系列不良反应。这些内容叠加效应发挥了Snow等提出的“框架整合功能”<sup>[11]</sup>,短时间内从一开始的“环境议题”放大和延伸,将“家乡”和“保卫家园”的议题吸纳

进来,进而发展成“政治议题”,从而赋予了集体行动的合理性,催化了线下行动的爆发。

### 3. 升级阶段:微信多元传播渠道叠加效应推动线下行动演化升级

在A市事件几番反复升级的过程中,微信多元传播渠道起到了直接推动的作用。一方面,微信丰富化的传播方式便于行动参与者进行“实况转播”,让行动组织者、参与者、旁观者“实时在场”,网络言论随着线下行动的进行而甚嚣尘上;另一方面,在群体性事件中,当最终的利益表达受损或期望落空时,就会出现公众下一步的行动选择<sup>[12]</sup>,起初群众的线下行动因管控手段受阻,面对相关部门对自身利益诉求的被动回应,便寄希望于通过新媒体互动进行集体行动的再进行<sup>[13]</sup>。微信传播渠道的叠加效应正好迎合了人们发动平台内的“关系动员”及冲出平台外的“闹大心态”需

求,对集体行动的演化起到了“助推器”的作用,促进了线上线下的实时沟通和参与规模的不断扩大。

### 4. 反复阶段:微信舆情串联叠加效应下次生邻避事件的爆发

在微信舆情的串联叠加效应下,邻避情结作为一种“不要将污染建在我家后院”的情感表征极易走向极化。对于环境类项目和环境污染问题,“一致反对”是民众过激反应的本能姿态,“一闹就停”则成为一些地方对抗议的自然选择<sup>[14]</sup>。A市群众刚通过一番抗争阻止了第一个项目的立项,此时在“余温尚存”的微信舆论场引入当地另一个同类项目建设事件,极易产生串联叠加效应,使得两起事件交互影响,基于原有线上动员的成功经验,次生群体性事件的爆发更易推动。

综上,将微信舆情叠加效应对A市环境群体性事件整个过程的作用分析简化为图3。

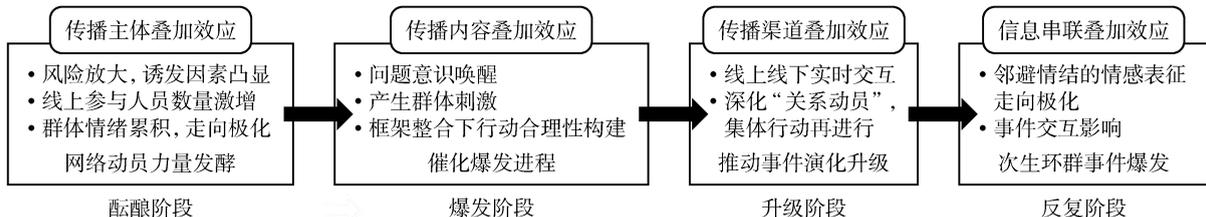


图3 微信舆情叠加效应对A市群体性事件的作用

## 四、微信舆情叠加效应下群体性事件预警与阻断机制构建

纵观A市“3·17”“3·19”两起环境群体性事件,A市政府投入了大量的人力、物力仍在舆情预警与阻断上屡屡失效,最终不得不以项目的终止换取事件的平息,看似“民意胜利”的背后,却是一场经济发展、环境保护、官民沟通的多输局面,笔者认为亟需完善政府微信舆情预警与阻断措施以提高应对此类问题的效率和精度,进而提升政府在宣传新常态中掌舵的定力。

### 1. 树立微信叠加效应风险防控意识,加强微信舆情应对理论与技能培训

在微信舆情叠加效应下邻避项目爆发群体性事件的风险被放大,因此要重视微信舆情叠加效应可能带来的负面作用,充分认识到微信时代舆情预警与阻断对应时效性的高要求。政府部门要紧跟自媒体网络发展趋势,即时更新公务员微信时代舆情应对与处置的相关理论和技能培训,通过邀请相关领域的专家学者或培训机构为领导干部、相关

职能部门工作人员开展系统化的、有针对性的微信舆情应对培训课程,不断提升公务员对微信传播特征及舆情引导的认识和了解,树立微信舆情叠加效应风险防范意识,提高微信舆情预警与阻断技巧。

### 2. 加强微信舆情治理法规建设,完善微信平台舆情管控力量

微信平台上的信息发布与互动交流虽然属于私域,但不是法外之地,利用微信群组发布违法信息、实施违法犯罪活动将接受法律的制裁是应有之举。需要尽快结合现有互联网传播的法制建设基础及微信舆情特点制定合理有效的网络基本法,同时要制定完善的互联网监管的工作程序,科学、合理地对微信舆情传播进行有效监管。最后要明确微信舆情应对中政府各部门的权力清单及解决网络舆情治理人员、技术、设施设备建设等一系列配套措施,为政府部门应对微信舆情事件提供规范化的法制保障。

### 3. 完善微信舆情叠加效应协同运作机制,提高微信舆情应对合力

舆情危机管理需要多个部门的高效配合,协同应对,在事件发生后要有相应的遏制、处理、消

除危机和重建或恢复正常状态的方案,协调各方力量有效解决舆情治理问题。面对新型的微信舆情传播案件,更是应该对其采取科学部署的、全方位的应急联动响应措施。在舆情预警联动上,要发挥网信部门的监控实效,通过人工与技术等方式收集舆情,发现敏感信源后及时向上级部门及相关部门预警,实现信息的互通,并采取初步的舆情管控措施;在宣传联动上,要形成以宣传部门为中坚力量的多部门协助运作机制,统一由宣传部门对外发声,对相关事件负有主体责任的各单位、部门处置完毕后将结果实时反馈至宣传部门,由宣传部门进行回应;在行动联动上,要由分管领导带头成立由各部门主要领导组成的紧急工作小组,同时打通层级壁垒,建立应急状态下的垂直化即时沟通机制,有针对性地在网下妥善解决问题,形成应对合力,有效提高舆情处置效率。

#### 4. 建立微信叠加效应过程阻断机制,提高微信舆情应对精度及效度

面对微信舆论场的危机,应通过微信用户所熟知的传播渠道进行信息发布,采用公众接受程度较高的方式进行舆情疏导工作,可从以下三方面着手:首先,把握舆情应对的时效性。尤其注重首次信息的发布时效和内容,由于微信舆情累积及向线下行动转化的时间很短,政府部门的官方声明原则上要在1~2个小时内进行发布,内容上除了优先通报事件进展以外,更多地是对整个事件的处置进行“定调”,明确涉事方的立场和态度,以及大体的处置框架,让网民有一个明确的预期,在舆情发酵开端阻断微信主体叠加效应的进一步扩散。其次,舆情应对语言精准化。在与网民的后续互动中,要善用公众话语,少点官话套话,多些带有情感和温度的言语,拉近与群众的距离,并注重辅以相应的图片、图示等,简明扼要地传递信息,切忌“长篇大论”“生涩硬冷”,在理清事件原委的基础上,精确定位,找准舆情应对措施发布的时机,发挥舆情阻断措施的最佳效应。最后,抢占舆论高点。面对微信舆论场上异化信息冲击的叠加效应时,要及时发声,将不实言论、谣言等在第一时间逐个击破,组织好网络评论员在相关的新闻报道、微信群、朋友圈等进行引导和理性评论,向公众传播理性的声音,强化主流舆论,争取中立舆

论,孤立反动舆论<sup>[15]</sup>。

#### 5. 完善线上线下并重的管控机制,保持微信舆情应对的策略平衡

政府面对群体性事件微信舆情的治理必须迅速反应,线上线下并重,尤其是在线下集体行动处置妥当之后,要严密监控网上舆情的后续发展情况,建立线上舆情与线下情况快速联合研判通道,预判舆情走向,客观全面评估网络舆情可能产生的不良影响。根据舆情发展的新变化、新情况及时开展有针对性的信息发布,最大程度铲除谣言滋生的土壤,避免不良信息“卷土重来”,导致次生危机事件的发生。

#### 参考文献:

- [1] 王玉珠. 微信舆论场:生成、特征及舆情效能[J]. 情报杂志, 2014(7):146-150.
- [2] 郭小安,薛鹏宇. 微信朋友圈会让我们更相信谣言吗——论微信谣言的三个传播特征[J]. 电子政务, 2015(2):44-48.
- [3] 张艳梅,安平. 移动互联网时代微信舆情妥协机制研究[J]. 当代传播(汉文版), 2015(2):103-105.
- [4] 靳澜涛,王瑞山. 微信平台群体性事件的网络动员与政府治理[J]. 哈尔滨市委党校学报, 2016(2):72-77.
- [5] 樊良树. 群体性事件视域下的微信动员与风险应对[J]. 中国党政干部论坛, 2017(5):33-35.
- [6] 李伟权,聂喻薇. 叠加型风险下整合型应急预案联动机制缺失问题研究——12·20深圳特别重大滑坡事故的教训[J]. 中国行政管理, 2016(9):128-133.
- [7] 文国琴. 微信舆情的传播特点和潜在风险[J]. 青年记者, 2017(3):33-34.
- [8] 马克·格兰诺维特. 镶嵌:社会网与经济行动[M]. 罗家德,译. 北京:社会科学文献出版社, 2007:130.
- [9] 熊茵,赵振宇. 微信舆情的传播特征及风险探析[J]. 现代传播, 2016,38(2):79-82.
- [10] 刘冰玉,凌昊莹. 从社会学视角探讨网络媒介环境中群体性事件的舆情变异[J]. 现代传播, 2012,34(9):111-115.
- [11] Snow D A, Rochford Jr E B. Frame Alignment Processes, Micro-mobilization, and Movement Participation [J]. American Sociological Review, 1986,51(4):464-481.
- [12] 任园. 当前中国群体性突发事件中的政治信任:结构、运行与对策[D]. 上海:华东师范大学人文社会科学学院, 2010.
- [13] 李春雷,舒瑾涵. 环境传播下群体性事件中新媒体动员机制研究——基于昆明PX事件的实地调研[J]. 当代传播, 2015(1):50-54.
- [14] 汪伟全. 风险放大、集体行动和政策博弈——环境类群体事件暴力抗争的演化路径研究[J]. 公共管理学报, 2015,12(1):127-136.
- [15] 张小明. 基于网络舆情研判的突发事件应急舆论引导[J]. 新视野, 2013(4):55-58.

(责任编辑:付示威)