

群体性事件发生的诱因及优化传播路径研究

张 航

烟台大学, 山东 烟台

收稿日期: 2025年3月2日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月3日

摘 要

在群体性事件中, 信息的真实与虚假、应激心态与理性诉求、民间话语与新闻话语的矛盾与冲突, 构成了群体性事件传播控制的复杂性。客观研究不难发现, 群体性事件传播中出现的所有问题几乎都和传播的有效性、精准度相关, 群体性危机事件传播的有效性与媒体的沟通互动密切相关。新闻传媒只有保持与政府、企业、公众之间的信息互动与沟通, 方能构建群体性事件传播的优化模式。

关键词

群体性事件, 危机管理, 优化传播, 精准信息

Study of Communication Path on the Cause of Mass Events

Hang Zhang

Yantai University, Yantai Shandong

Received: Mar. 2nd, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 3rd, 2025

Abstract

The contradictions and conflicts of the information are true and the false in the mass events, the stress state of mind and the rational appeal, civil discourse and news discourse, constitutes the complexity of the control group event propagation. Objective study is not difficult to find, and the mass incidents spread almost all related to the validity and accuracy of the spread of mass crises spread is closely related to the effectiveness of communication and media interaction. The news media only maintain the interaction and communication with government, business, and public information, in order to build mass incidents, spread optimization mode.

Keywords

Mass Events, Crisis Management, Optimization Dissemination, Accurate Information

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在人类历史进程中，群体性事件时有发生，如何通过自身的行为来处理危机是对人类智慧的考验，也是对人类信息传播系统的考验，因为人类正是仰仗信息做出自身的行为决策的。应该说，群体性事件是国家面临的重要社会问题，就其本质而言，是人民内部矛盾引起的群体性聚集事件[1]，其界定的落脚点应放在利益冲突上[2]。有关群体性事件发生的诱因，有学者认为，群体性事件的发生常与社会结构性矛盾密切相关[3]，群体性事件的发生与群体心理密切相关，群体心理的演变是导致群体性事件原始诱因，“法不责众”心理催生的群体性事件不胜枚举[4]；同时群众维权及基层政权弱化，同样成为群体性事件诱因[5]。数字技术的快速发展，为草根阶层提供了组织与传播的渠道，新的舆论场正在形成，社会情绪成为激发群体性事件新的重要动因[6]。情感事件理论倾向于认为，当一个人经历了受到外部组织环境影响的特定情感事件时，其对这些事件的感受会激发出相应的情感反应，这一反应会进一步对其后续的行为产生影响[7]。

在当代社会，由于新闻传媒系统处于专司信息传播职责的权威地位，群体性事件发生时，人们往往对新闻传媒的传播活动寄予厚望，以求为他们了解危机状态的方方面面和在此基础上的行动方向提供帮助[8]。在群体性事件的危机管理活动中，海量信息的筛选发布，危机管理的舆论引导，公众情绪的稳定，政府形象的塑造等诸多方面，都离不开新闻媒体，可以说，新闻传媒在危机管理中扮演着十分重要的角色。

2. 群体性事件发生的诱因分析

(一) 人的社会活动性问题

人类在进化中演化出一种社会性，那就是人在原始的社会群体活动中，必须进行群体的合作才可以更好的生存，群体的合作及舆论领袖的出现为群体性事件的发生提供了产生的前提，对于不符合群体利益而且舆论领袖加以引导的事件，很容易演变为群体性事件。近年来，中国处于社会转型的阵痛时期，群体性利益在冲突与整合间不可避免地呈现出趋同性与爆发的可能性。如重庆“棒棒”事件。贵州“俯卧撑”事件，原本都是很小事情，却因为群体的围聚和部分人利用舆论造势而演变成群体性事件。

(二) “利益判断”存在问题与错解

民众大都会将发生的社会事件与自己的生活利益进行联系，并做出判断。符合自己利益的就支持，或自己的潜在利益受损害的就反对。人在进行利益判断时就将自己划分归属于某些群体，而这些群体的行动就很容易形成呼应。与此同时，一些非直接利益群体的加入很容易使事件扩大，从而变得难以控制。我国利益结构多元化、利益差别扩大化以及利益对立关系日益显著，造成了部分民众畸形心理的滋生，为此，一旦出现群体性事件，如“医闹”等，立刻会有非直接关系人加入进来，他们站在弱势的一方，共同谴责强势或政府一方，稍有不慎就可能引发难以控制的恶性事件。

(三) 管理者自我纠错机制不健全

社会政治制度中都有对相关监督管理的纠错制度，相关部门处理一些公共事务时要受到监督管理。如果管理者不能公正处理事情，出现了不合法或违法行为，就应该被纠错，追究其相应的责任。如果监督管理纠错制度是完善的，当事人一旦出现不公正处理事情就会被追究责任，轻者受停职检查处分，重

者开除公职等。在这样的完善制度下，管理者选择公正处理事情，依法合理合情的处理事情，这对管理者来讲是最有利的，也合乎法制社会建设的精神。如果社会政治制度对管理者监督管理纠错制度存在问题，存在错误，管理者在处理事情时出现问题未能及时被纠错，而且不公正处理事情且能从中获取利益，那么管理者就趋向于不公正处理事情，随着管理者不公正处理事情的不断增加，个别遭遇不公正待遇的个体的累积最终为群体性事件爆发的质变积累了“势”，一旦有适当的事件引导，必然会产生群体性事件。

(四) 流言的产生为群体性事件发生创造了土壤

流言是一种信源不明、无法得到确认的消息或言论，通常发生在社会环境具有较高的不确定性，而正规的传播渠道不通畅或功能减弱的时期。一方的不断跟进造成另外一方的不断沉默，导致流言以几何级数的速度扩展和蔓延。

美国心理学家 G.W.奥尔波特总结集合行为中“信息流”问题时提出的流言传播公式：

$$R = i \times a \text{ (流言流通量 = 问题重要性} \times \text{证据的暧昧性)}$$

这个公式表明，对于民众关心的问题，如果缺乏权威媒体的信息发布，那么随着民间流言话语的不断跟进造成媒体与官方的不断沉默，导致流言以不可思议的速度扩展，最终可能引导不明真相的群体参与到群体性事件之中，对社会稳定造成极大的伤害。

3. 新闻媒体在群体性事件传播中的角色

媒体在群体性事件中扮演的角色，是在事件发生之初开始的，一些群体性事件的发生，如果不是被媒体披露，曝光以后，恐怕都不会认为是一个重大的群体事件，当媒体开始介入以后，才使这一事件浮出水面，所以媒体在群体性事件过程中作用是非常大的。从传播学的角度看，群体性事件本身就是一个传播的过程，因此，危机管理的实质就是信息传播的管理。对于公共群体性事件而言，政府是决策者和管理的主角，而新闻传媒则发挥着政府与公众、企业与公众沟通的桥梁和纽带作用，是群体性事件信息的筛选者和“把关人”，是群体性事件传播的中心。媒体的有效群体性事件传播能够凸现并具象化潜在风险，相反，如果媒体遮蔽、扭曲信息，必然带来群体性事件沟通的失衡。

(一) 群体性事件发生征兆的预警者

古人说，凡事预则立，不预则废，最成功的危机管理就是防患于未然。随着经济发展，社会问题的急剧增多暴露了我国媒介生态上的失衡。虽然社会上对危机事件或现象有诸多不同的解读，但是认真分析起来，它们都在不同程度、不同侧面上暴露出我国新闻传媒的功能性障碍(即传媒预警功能的缺位)[9]。事实证明，我国新闻传媒之所以预警功能缺位，除了体制问题外，跟其预警机制不完善也密切相关。

在群体性事件爆发的潜在期内，如果媒体能够利用自身的传播优势，及时向政府、公众传递信息，把潜在群体性事件处理在萌芽状态中，就会最大程度防止危机的发生。

(二) 群体性事件的舆论引导者

舆论是指一定的社会群体对人们普遍关心的社会事件所持的共同意见，是社会整体知觉和集合意识的外化。在一个全社会受到挑战的公共危机事件中，舆论引导作用非常重要。光有充足的信息是不够的，仅仅做到信息真实也不可能引导舆论，无法凝聚社会应对群体性事件，而信息的繁杂也容易造成网络流言的形成。当群体性事件传播信息不能满足公众的信息需求，或传播信息的有效性和精准性受到质疑时，各种意见就会以非正常状态出现，并且演绎与放大公众的恐惧心理，进而推动流言的传衍[10]。

(三) 群体性事件处理中的有效沟通者

群体性事件传播的过程，是一个动态的沟通过程，表现为政府、媒体、公众的信息互动。危机的一大特点是不确定性，演变迅速，决策者要在有限时间内需要搜集各方面的信息做出决策，公众也需要充

分的信息以指导自己的行动。因此，无论是政府还是公众，都希望从群体性事件传播的最主要渠道——新闻传媒中获取关于群体性事件的信息。作为大众传播的工具，新闻传媒有责任也有义务向公众提供群体性事件的精准信息。要保障群体性事件处理信息的通畅、顺利，新闻传媒就必须做好与政府与公众之间的沟通交流。

对新闻传媒与群体性事件各方沟通互动过程的分析，笔者借鉴了灾难事件中电视媒体抽屉式直播报道的模式[11]。采用“抽屉式传播模式”加以剖析：这种传播模式以新闻传媒为中心，由国家安全事故领导小组及地方政府、卫生专家和相关责任方三个信源组成。(图 1)新闻传媒是传播模式的核心组织力量，好比拉抽屉的人，其他信源好比三个盛满东西的抽屉，新闻传媒通过与各信源沟通互动，抽取各信源掌握的信息，经过整合后呈现给观众，再通过观众反馈，及时将反馈信息回递给三个信源，形成信息沟通互动的完整链条。从图中可以看出，在群体性事件中，新闻传媒处于最有利的信息沟通位置，享有与群体性事件相关的大量信息，是群体性事件传播的主体。

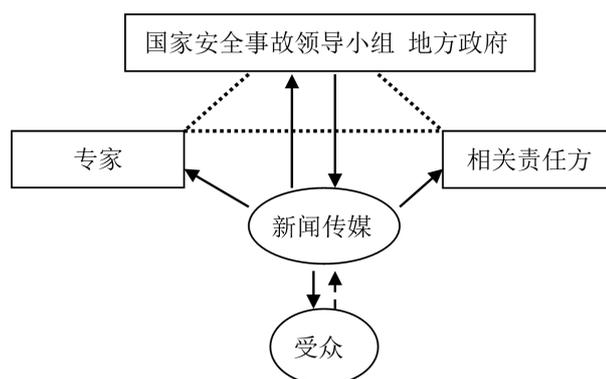


Figure 1. Drawer style propagation mode
图 1. 抽屉式传播模式图

在群体性事件处理中，正是新闻传媒的沟通和传播，不断改变公众对于群体性事件各方的看法。群体性事件传播信息的平衡和对称，也是影响事件处理的重要因素。新闻传媒还应遵循双向对称模式，利用新闻传播工具开通各种对话渠道，变“单声道”为“双声道”和“多声道”，让各种意见、观点、信息在新闻媒体上充分交流、融合、碰撞[12]。

4. 新闻传媒在群体性事件不同时期采取的策略

新闻传媒在群体性事件中的沟通主要体现在两个方面：发起对群体性事件的监督；组织受关注主体(政府、专家、公众、记者与相关企业)借助大众传媒沟通信息与观点。在历时性与共时性的群体性事件传播过程中，媒体通过沟通发挥告知、倾听、言说和影响功能[13]。在历时性群体性事件中，随着事件的深入会具体形成不同的几个发展阶段：爆发前；爆发初期；持续期；恢复期。新闻传媒根据群体性事件不同时期传播的特点，可以采取不同的沟通策略。

(一) 新闻传媒早期采取“高度关注”的传播策略

“态度决定一切”。实现有效传播首先是“高度关注”(High touch)理念的确立。在群体性事件传播过程中，新闻传媒的关注度越高，表明媒体对群体性事件越关注，受众越可能接受媒体传递的信息。群体性事件爆发前和爆发初期，公众对于相关信息的需求量最大，新闻传媒的“高度关注”代表了公众的诉求，其公信力会因此加强。当然，“高度关注”还不仅限于媒体的版面和时段的简单分配，一些媒体在群体性事件的传播过程中，往往只限于充当传声筒的角色：转载其他媒体的文章，虚张声势。媒体的“高

度关注”应该体现在媒体对于群体性事件的态度上，根据事件传播特点，以高度责任感和事业心以及本地区与群体性事件的相关程度，通过信息交换、分析机制，对现行的、未来的、已经的、可能的危机、危机处理策略进行客观、专业记录，从宏观层面体现新闻传媒高度关注的态度。

(二) 新闻传媒持续期采取精准信息传播的策略

有效的群体性事件传播在于新闻传媒“精准信息”传播策略的实施。新闻传媒对事态发生、发展的报道、传播及时，实际就取得了舆论引导的主动权，报道客观则建立了信息传播渠道的公信力和权威性。新闻传媒只有第一时间和政府、相关责任方取得联系，理解信息尽可能准确和可靠，才能发布精准有效的信息。在群体性事件传播过程中，新闻传媒的主观能动性也决定了传播信息的可靠性，要获得精准信息，新闻传媒必须在心理上重视群体性事件的传播，成立重大事件特别报道小组。此外，动用媒体资源与“舆论领袖”沟通合作也是精准信息传播的重要保障。精准传播离不开“舆论领袖”的参与和支持。中国人民大学舆论研究所进行的有关“瓮安事件”的舆论调查研究发现，人际传播在瓮安事件中是不可替代的信息传播主渠道[14]。在群体性事件处理中，新闻传媒应该加强与“舆论领袖”的交流与沟通，通过他们强化群体性事件互联网络传播的重要性。同时通过媒体间的融合互动，以网络论坛、手机短信、热线电话、电子邮件等“民间”信息传播渠道，将政府、危机组织的意图转达下去，消除公众的疑虑、猜测、误解和流言蜚语的负面影响。

(三) 新闻传媒恢复期采取有效监督与形象塑造策略

新闻传媒在进行群体性事件深度报道，加强双向沟通和引导社会舆论的同时，更要注意安抚公众情绪，帮助政府和相关责任方尽快恢复形象。任何群体性事件传播，总会形成一定的舆论焦点，影响人们的观念，进而影响到群体性事件的后续发展。

5. 互动与合力促进群体性事件的优化管理

新闻传媒对群体性事件的呈现与建构，提高了事件处理过程中的“社会能见度”(Social Visibility)。在目前的群体性事件处理模式中，政府和相关责任方往往受到更多的关注。但是，在具体的群体性事件中，相关责任方由于处于事件的漩涡里，其公关信息很难获得公众信任，所以只能通过媒体等渠道和公众间有效沟通。在群体性事件处理上，社会系统更需要传媒子系统中存在担当政府、相关责任方与公众之间的“中间领域”部分，即新闻传媒。新闻传媒只有保持与政府、相关责任方以及公众之间的互动与沟通，才能形成群体性事件处理的合力，从而促进危机事件的优化管理。

(一) 建立以政务公开为核心的信息传输平台

目前，中国政府已经出台了《国家突发公共事件总体应急预案》、《突发事件应对法》(草案)、《政府信息公开条例》等一系列文件，这些文件为群体性事件传播制订了基本的政策依据。政府正是依靠这些政策条例，才使多起群体性事件得以化解。但是在面对纷繁错杂的危机事件时，一些地方政府片面认识维持社会稳定的目标，造成信息的迟滞或瞒报，也影响了政府对群体性事件处理的公信力。

(二) 打造以媒体融合为基础的群体性事件传播平台

在现代传播条件下，报纸广播、电视、网络、手机等多种媒体以及门户网站和传统媒体网站，可以相互组合，形成信息融合的新平台。在多媒体共存的“泛媒体时代”，信息传播的多渠道使群体性事件传播控制充满了变数，以网络流言为特征的芜杂信息影响到公众对群体性事件的判断。同时，由于对群体性事件信息以及发布制度整合方面，中央媒体与地方媒体、主流媒体与都市媒体、传统媒体与新媒体之间还存在着信息差异以及体制壁垒，使得各媒体在事件处理中存在着各种差异，在一定程度上也影响了受众对事件的判断。媒体间通过沟通、融合，有效弥补相互间的信息差异，形成群体性事件传播的合力，不仅有利于群体性事件的管理，同时也节约了媒体资源，使新闻媒体在高度关注的同时，确保信息

传播的精准性，提高了新闻媒体的公信力。

(三) 新闻传媒与相关责任方之间形成群体性事件处理的合力

新闻传媒与相关责任方(政府相关部门或企业等)之间存在着一种特别微妙的关系。对于相关责任方而言，新闻传媒是一把双刃剑：既可能发起舆论监督，在群体性事件中形成对自己不利的舆论，同时新闻传媒也能帮助相关责任方摆脱流言的困扰，恢复名誉。

(四) 确立以公众利益为前提的互动平台

在抽屉式群体性事件传播模式中，新闻传媒与受众之间存在着互动关系，但是并不对称，受众与新闻传媒、相关责任方(企业)、专家及政府主管之间的互动微乎其微，受众在群体性事件中处于默声状态。显然，缺少受众参与的群体性事件传播是不完美的，特别是很多受众与群体性事件利益相关时，受众无法获得与其他关系方对等的话语权。在不能获得对等话语权的情况下，互联网络等新媒体成为公众参与群体性事件的平台，这也为网络流言传播创造了条件。新闻传媒应该利用媒体融合的有利态势，通过网络等新媒体平台，积极与公众交流互动，重视网络中“舆论领袖”的作用，对群体性事件处理中坦诚交流，同时通过舆论引导，逐渐提升公民的道德素养、责任意识与理性判断能力，与公众之间互信交流，最大程度减轻群体性事件带来的危害。

6. 结语

本研究从群体性事件的诱因分析出发，确认媒体在群体性事件中的引导作用，提出多元互动下的群体性事件治理路径。在传播路径优化层面，提出构建协同治理框架的必要性：通过完善利益表达机制、重构媒体责任伦理，可有效缓解社会对立并引导理性对话。然而，现有研究对本土化传播策略的实证检验仍显不足，技术干预的伦理风险(如隐私侵蚀与算法偏见)亦需审慎权衡。未来研究需进一步融合传播学、社会学与数据科学方法，探索适应中国社会语境的“情感-制度”平衡路径，同时关注数字时代公众参与边界的动态重构，为预防群体性事件、促进社会善治提供更具操作性的理论支持。

基金项目

教育部人文社科基地重大项目“国家治理体系现代化中的传媒治理研究”(22JJD860016)阶段研究成果。

参考文献

- [1] 应星. “气场”与群体性事件的发生机制——两个个案的比较[J]. 社会学研究, 2009, 24(6): 105-121, 244-245.
- [2] 陈奇. 群体性事件的基本特征及预防处置策略[J]. 中共福建省委党校学报, 2007(9): 76-79.
- [3] 黄文森. 从泛连接到部落化: 共识在新闻流通中的形成与演变[J]. 中国出版, 2024(24): 16-22.
- [4] 桂梦美, 邹依格. 新型群体性事件中“法不责众”心理生成动因及治理[J]. 广西政法管理干部学院学报, 2025(1): 87-94.
- [5] 吴佩芬, 王国明. 近几年学术界关于群体性事件的研究综述[J]. 云南行政学院学报, 2009, 11(5): 45-48.
- [6] 张爱军, 王思尹. 网络群体性事件的社会情绪演进逻辑与动态调节策略[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2024, 44(6): 1-7, 14.
- [7] 赵云泽, 薛婷予. 多重突发事件下的群体恐慌情绪传播与风险治理[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2023, 44(3): 162-169.
- [8] 张咏华. 网络时代新闻时效性在群体性事件传播中的重要性[J]. 杭州师范学院学报(社会科学版), 2007(5): 62-65.
- [9] 朱洁. SK-II vs. KFC: 成败皆媒介[J]. 广告大观, 2005(5): 13-14.
- [10] 田大宪. 网络流言与危机传播控制模式[J]. 国际新闻界, 2007(8): 55-58.
- [11] 关德兵. 灾难事件的抽屉式直播报道模式[J]. 国际新闻界, 2008(5): 5-9.

- [12] 赵志立. 新闻传媒在危机管理中的地位和作用[J]. 当代传播, 2005(2): 4-6.
- [13] Taig, T. (1999) Risk Communication in Government and the Private Sector: Wider Observations. In: Bennet, P. and Calman, S.K., Eds., *Risk Communication and Public Health*, Oxford University Press, 226.
- [14] 于迎军. 论危机管理中的精准信息传播[J]. 经济与管理研究, 2005(6): 62-65.