

# 社交媒体协同主流媒体提升舆论引导力研究

董秀成

**摘 要：**社交媒体在突发重大公共事件以及常态环境中，协同主流媒体提升国内外舆论正面引导力的积极作用不可小觑。文章认为，以社会主义核心价值观和中华民族优秀传统文化的力量，对社交媒体进行持之以恒的动员、聚合及引导，以媒体联动和政府机构参与的组织方式加以积极推进，以立足于面对现实、解决问题、发挥作用和统筹内宣、外宣工作上建章立制，将有利于持续不断做好社交媒体协同主流媒体提升舆论正面引导力的工作，也有利于中国各种媒体力量今后在国内外讲好中国故事、发出中国声音和塑造中国形象方面共同发挥更多、更好的积极作用。

**关键词：**社交媒体；主流媒体；重大公共事件；舆论引导力

**作者简介：**董秀成，男，副教授。（浙江传媒学院 电视艺术学院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**G206.2

**文献标识码：**A

**文章编号：**2096-8418 (2020) 02-0102-07

本文的相关研究，主要缘起于此次我国抗击新冠肺炎这场突发重大公共卫生事件。其主要研究内容一方面是针对此次突发重大公共卫生事件，国内各种媒体发挥舆论正面引导力及作用的回溯与研讨，另一方面是想由此深入探究突发重大公共事件以及常态环境中，如何更好地引导社交媒体协同主流媒体提升舆论正面引导力这个问题。其中特别关注认真贯彻落实习近平总书记“在中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话”<sup>①</sup>等一系列重要讲话精神，坚持从实际出发、放眼长远、总结经验、吸取教训，即基于问题意识，为“把握主导，壮大网上正能量”“占据主动，有效影响国际舆论”<sup>[1]</sup>及制订相关政策而建言献策，以期不断扩大传播效果和持续提升舆论正面引导力。

本文所谓的社交媒体，主要包含社会机构媒体和个人自媒体这两部分。社会机构媒体比较著名的如二更、财新等；个人自媒体则不胜枚举，在此次防控新冠肺炎的伟大人民战争中，比较显著的有外交部的华春莹、赵立坚发的推特和武汉个人志愿者自己拍摄传播的抗疫手机微纪录片等。在我们国家，包含社会机构媒体与个人自媒体在内的社交媒体，是相对官方媒体（即主流媒体）而言的，自然具有民间性和群众性特色（即便如外交部发言人发的推特，事实上也具有这样的属性）。社交媒体作为广大用户信息交流、情绪宣泄的平台蕴含大量映射了用户心理行为的多媒体信息。<sup>[2]</sup>就平时而言，各种社会媒体的存续及发声，体现了媒体的多样性、丰富性和媒体声音的多方位、多角度；在抗击新冠肺炎这样突发重大公共卫生事件中，则可以让国内外受众感受到更广泛多样且更为可信的媒体信息。简而言之，社交媒体在突发重大公共事件以及常态环境中，如何更好地协同主流媒体提升舆论正面引导的影响力及积极作用，确实不可小觑，非常值得研究。

## 一、以文化思想力量进行持之以恒的聚合引导

一般说来，各种社交媒体自发、自觉地在突发重大公共事件中很好协同主流媒体提升相关舆论正面引导力并发挥很大的积极作用，总是会有外在推动力量和内在的推动力量。有研究表明，社交媒体

① 习近平在中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话，2020年2月3日。

在“双向互动 VS 肯定补充”模式中，则呈现肯定、赞扬、补充、参与等正面效果。<sup>[3]</sup>为了在今后重大突发事件以及常态环境中，持之以恒且更加有效引导社会媒体在协同主流媒体提升舆论正面引导力方面发挥更好的积极作用，需要认真研究这推动力量来自何处的问题，也需要认真研究并回答能否可持续地利用其中相关力量来加以积极引导的问题。

在防控新冠肺炎战“疫”期间，我国主流媒体对党和国家坚强领导和英明指挥进行了非常全面及时的多形式、多方位报道，向全国人民和世界各国人民讲述了中国人民响应党和国家号召投身防控疫情的生动故事和豪迈声音，既起到了鼓舞国人战“疫”的士气，又向广大受众传递了温暖人心的媒介力量，再次非常正面地展示了中国形象。疫情防控工作取得的成效，也再次彰显了中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势。这是官方媒体的职责所在，使命所在。很多社会媒体的此次广泛参与和积极发声，则成为防控新冠肺炎重大突发事件中媒体讲好中国故事、发出中国声音全景图中特别靓丽的一个重要组成部分。当疫情日益严峻的时候，尤其是武汉封城以后，很多社会机构媒体和众多个人自媒体自发、自觉地参与到记录并反映这场伟大人民战争的行列中，弥补了在火烧眉毛之际，官方媒体多少有点无暇顾及的部分，因而其重要作用更加凸显。

在《那个被感染了的急诊科护士》系列微纪录片中，没有爱情偶像剧里奇巧精致的情节，但两位主人公之间一点一滴的日常和日夜不舍的陪伴，不离不弃的精神令疫情下的爱情显得更加弥足珍贵。在《正月里的坚持》中，有来自四川什邡县的“网红”主播大树先生，利用自己的影响力，用一种特殊的直播“捐货送货”方式，将民众捐赠的萝卜、上海青等蔬菜及时送抵武汉；有为19个医疗队，近400名医护人员义务剪发的理发师沈杰；有日夜坚守在实验室里为核酸检测试剂盒制作配件的科研战士严飞。在《武汉：我的战“疫”日记》中，有将病人视为“临时家属”的医护人员，让人感受到中国医生的仁爱无边；有90后志愿者组成的“守护天使”车队，连续40天接送医护人员和转运物资，彰显出当代青年人的勇气和担当。诸如这些抗击疫情的群英谱，几乎都是个人手机拍摄的微视频，其传播影响力一点都不弱小。尤其像社会媒体二更拍摄制作的微纪录片《一路归来》，非常真实地记录了南航机组临危受命将滞留在泰国普吉岛的湖北同胞平安接回国的故事。由于该纪录片只是一个短片，内容不如电影《红海行动》那样惊心动魄，但其中一幕幕来自第一时空现场真切感人的情景，足以让每一个中国人热泪盈眶，深深感受到祖国关怀的温暖与力量。反过来，这又为以社会主义核心价值观和中华民族优秀文化力量来聚合社会机构媒体和个人自媒体，为协同主流媒体提升舆论正面引导力的创作实践再出发提供了坚实基础。

仔细分析研究一下这些社会媒体、尤其是个人自媒体的积极参与，可以发现他们具有非常趋同的推动力量。这推动力量可以分成内外两个部分：外部力量主要都来自当时无数中国人说的“疫情就是命令”这样的环境使然。在这场伟大的抗击疫情斗争中，不光只有服从命令的军人，也不仅只有服从“救死扶伤”天职的医护人员才具有“疫情就是命令”的使命感，且还有相当多的中国民众也自发产生了类同的使命感，其中就包括很多社会机构媒体和个人自媒体工作者。其内部推动力量也非常趋同而强大：这种引导他们自发、自觉积极参与的内在推动力量主要来自思想文化方面——表层是中华优秀传统文化中的“四海之内皆兄弟”“天下兴亡匹夫有责”“一方有难，八方支援”等；里层是社会主义核心价值观；深层则是对中国特色社会主义举国体制自觉的认同。并且这三个层次其实是融会贯通、三位一体的。从那些社会机构媒体和个人自媒体工作者的自我表达或被采访时的说法来看，他们都充分感觉到，在国家民族遭遇重大突发事件情况下，不仅中国政府可以充分利用举国体制，且广大中国人民内心也十分拥护这种基于“四海之内皆兄弟”的举国行为、举国大爱和人类命运共同体的理念。

因此,不仅有无数的中国人民愿意逆行支援武汉,愿意积极投身抗击疫情的斗争中去,还有很多中国人愿意进行国际援助,共同努力传颂中华文明自古就有的“胸怀天下”的情怀及文化精神,用实际行动生动展示当代中国提出的人类命运共同体理念和中国特色社会主义大国形象,为中华民族伟大复兴创造更好的国际舆论环境。

习总书记说过:“中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉。”党的十八大以来,党和国家特别强调的“四个自信”教育,特别倡导的社会主义核心价值观和中国特色社会主义制度显著优势等方面的教育,对于建设中国特色社会主义强国,实现中华民族伟大复兴具有深远的历史意义。总而言之,以中华民族优秀传统文化精神、社会主义核心价值观来聚合各种社会媒体力量,协同主流媒体,提升舆论正面引导力,对于成功应对重大突发事件及常态环境下提升舆论正面引导力,都是一项十分重要的工作,对于建设中国特色社会主义现代化强国和构建人类命运共同体,具有不可小觑的积极作用和深远影响。

## 二、以媒体联动及政府机构参与来提升效率效果

当今世界,一个国家文化的影响力不仅取决于其思想内容,且取决于其传播能力。谁的传播能力更强大,谁的思想文化和价值观念就能更加广泛地流传,谁就能够更加有力地影响世界。<sup>[4]</sup>明确了以中华民族优秀传统文化精神、社会主义核心价值观来聚合各种社会媒体力量,协同主流媒体,提升舆论正面引导力,对于成功应对重大突发事件及常态环境下提升舆论正面引导力,是一项十分重要的工作,于是接着就需要明确以什么样的组织方式来做好相关的有效引导工作。

### (一) 以创新媒介生产方式来提升传播内容的生产效率

随着媒介新技术的不断发展,多层面、多方式的媒介融合已经是大势所趋,且正在改变媒体的内容生产和传播方式。以《武汉:我的战“疫”日记》的创作实际情况来看,基本上是按照“UGC(用户生产)+PGC(专业生产)”相结合的方式而成就的,也就是基于通常所说“融媒体”的方式而创作成功的。在相关创作过程中,央视纪录频道不仅与总台新闻中心和湖北广播电视台联手合作,且开创性地实现了与社会机构媒体如二更、快手等新媒体平台的合作。这些合作方,其实都在向社会征集一线抗击疫情的视音频素材,从而客观上也很好地鼓励了身处疫情重灾区的亲历者,用手机来拍摄记录自己容易了解到的真实故事。其中更为成功有效的一个办法是,从中着力物色相对具有较好拍摄制作能力的个人自媒体工作者,哪怕是非常业余的,也邀请他们参与相对明确主题内容的拍摄与制作,然后交由专业的编导剪辑制作人员完成作品,尽快予以平台播出。

历史确有很多惊人的相似之处,这不由得使人想起了第二次世界大战中很多“战争喇叭片”的创作情形。当然,这也不禁使人感觉到,这正是对早已提倡的将媒体内容生产信息分散采集与中央厨房统一编辑发送进行很好结合的成功案例。正是由于采取这种同样可以称之为“战时举措”的“融媒体”策略,使得很多业余“下里巴人”的手机拍摄,能够很快进入“阳春白雪”的央视纪录频道“微9”播出,并很快实现了跨电视端、移动端的全网融合传播。如此成功有效的创新形式,不仅应该是今后重大突发事件中,做好媒体协同提升舆论正面引导力工作的有效组织方式,而且也应是常态环境下深化媒体融合和协同各种媒体力量,讲好中国故事、发出中国声音和塑造中国形象而需要不断探索完善的有效组织方式和积极引导的重要内容。

### (二) 以加强主流媒体与社会媒体以及政府部门联动来提升传播效果

由二更主要负责拍摄的微纪录片《一路归来》应该是一个特别好的经典范例。南航接到命令要去



泰国紧急接回一批武汉同胞，但官方媒体在短时间内难以安排人手随行拍摄，二更作为社会机构媒体则缺乏很快直接获得包括需要外交、民航、宣传等政府管理机构认可支持的能力。在央视有关方面协调下，很快落实了二更拍摄团队随航班出发跟踪拍摄的事宜。这种类似于战时期特事特办的方式，客观上造成了主流媒体、社会机构媒体和多个政府部门之间的高效联动，成就了一次快速高效的媒体力量组织行动，并因此快速高效地生产了一个难能可贵而富有时效性的影像作品。不言而喻，这种极其成功的案例及经验，完全可以成为今后做好媒体协同，与政府实现很好联动，出色完成媒体宣传任务的有效做法，需要认真加以总结并持续推广，而不是过时不用。

由上可见，在重大突发事件及常态环境中，如何通过发挥社会主义核心价值观思想引领和中华优秀传统文化精神聚合的作用，持续积极组织动员各种社会机构媒体和个人自媒体，协同讲好中国故事、发出中国声音并成功塑造中国形象，需要也可以进行一定的建章立制设计，特别要将思想引领、精神聚合和动员措施、管理设计等层面建言献策有机融合起来，改变偏重政策条文和管理措施、轻视思想引领和精神聚合的问题，努力使我们党和国家在全方位做好舆论正面引导力方面，更好地动员并发挥社会机构媒体和个人自媒体的巨大力量及积极因素。

### 三、社会媒体协同主流媒体的作用及影响力

讲好中国故事，是提升中国国际话语权和展示中国文化软实力的有效传播战略。<sup>[5]</sup>就防控新冠肺炎伟大人民战争实践经验来看，在重大突发事件及常态环境中，如何通过发挥社会主义核心价值观思想引领和中华优秀传统文化精神聚合的作用，持续积极组织动员各种社会机构媒体和个人自媒体协同提升舆论正面引导力，不仅对于讲好中国故事、发出中国声音并成功塑造中国形象具有很好的作用，且也能有利于适度缓解对我国建设发展并不有利的某些国际舆论环境问题。对此，应该立足于全面总结经验教训，由实践而理论，尽快充实相关的智库及政策储备理论成果，为我们国家常态引导各种社会媒体，协同提升舆论正面引导力而建言献策。

#### （一）创造更为积极向上的舆论环境

很多有效政策的制订，往往来自于对存在问题的清晰认识。应该看到，在信息技术快速发展的今天，原来处于绝对主导地位的官方媒体在信息传播、舆论引导和社会影响力方面，都在日益受到以互联网为主要媒介的各种社会媒体的强有力冲击。<sup>[6]</sup>广大受众，特别是年轻受众，对于互联网的信任度不断上升，更愿意在互联网上进行信息分享。相应地，各种社会媒体作为人们发表言论和自由交互的重要场域，为舆论引导及影响力拓展提供了很强的媒介传播基础。这种信息交互的随意性和自由度，使得舆论引导工作，尤其是在具有公共危机情况下有时会变得无法捉摸和难以把握。因此，无论是常态情况下，还是在发生公共危机的时候，强调以社会主义核心价值观，尤其是通过中华优秀传统文化精神，来聚合并指导各种社会媒体在舆论正面引导力方面发挥积极作用，就变得空前重要了。

社会机构媒体和个人自媒体数量庞大而良莠不齐，其播送的内容时常也充斥着不少消极、低俗的东西，自然会或多或少地消减社会舆论正面引导力。随着受众对社交媒体使用频率的不断上升，人们对基于各种社会媒体信息产生了更多的依赖乃至信任，于是它作为非官方媒体，在突发公共危机和常态媒介环境中，都可以扮演越来越重要的角色。在这样的情况下，政府如何利用文化引领和思想引导的方式，来提升社会媒体协同官方媒体共同营造良好的社会网络舆论环境，确实显得非常必要和重要。此外，由于暂时难以完全改变的原因，官方媒体在讲述中国故事、发出中国声音和塑造中国形象方面，无论是国内传播还是国际传播，都存在这样那样的不足甚至障碍，而各种社会媒体的信息传播，可以

比较有效地减少或降低那样的不足和障碍。因此,这也就是为何要研究如何常态引导社交媒体,提升舆论正面引导力的重要原因之所在。

## (二) 提升中国媒体国内外舆论影响力

正如国之相交的关键在于民心相通,国家舆论的正面引导力也十分需要代表民间力量和人民群众力量的各种社会机构媒体和个人自媒体的更多参与。中国作为一个正在崛起的现代大国和东方大国,正在国际事务中发挥越来越重要的作用,也获得越来越多的国家和地区的拥护和支持。但毋庸讳言,由于意识形态和社会文化差异的问题,尤其是因为欧美西方媒体还把持着更多国际舆论的主导权,中国官方主流媒体在国际上的发声效果及影响力还比较有限。要更好地解决这个问题,需要我国官方主流媒体的更多努力,但也特别需要社会机构媒体和个人自媒体的广泛参与,并发挥其积极作用。

在此次中国人民防控新冠肺炎的伟大战争中,不仅官方媒体的视音频被部分国外主流媒体运用,且很多社会机构媒体或个人自媒体的视音频也被很多世界观众所广为传播和接受,尤其是数量庞大的海外华人华侨。事实上,这种传播效果及策略运用,在国内外都是相通的。比如,在有关新冠肺炎起源的污名中国舆论战方面,无论是部分西方政客、反华势力及媒体的“甩锅、诋毁、造谣、中伤”,还是中国政府及主流媒体的强烈反击,其实在某种程度上,都不如权威学术期刊由多国科学家共同署名发表相关学术论文中的观点更有传播效果,尽管其并不掌握很大的传播话语权。这不仅因为涉及科学技术,也因为其在政治意识形态方面的中性,在媒体立场方面的非官方性。因此,如何做好常态引导社交媒体协同提升舆论正面引导力的工作,确实非常重要,更不用说在重大突发事件的情况下了。

随着党和政府及广大人民抗击新冠肺炎斗争的持续展开,尤其是广大医护人员大爱无疆倾心奋斗的事迹及精神,吸引更多社会机构媒体和个人自媒体创作相关的视音频作品,并得到更为广泛的传播,非常有效地激发中国人民更加昂扬的斗志,鼓舞必胜的信心,其舆论正面影响力必将日益扩大。

## 四、结论与建言

在防控新冠肺炎伟大人民战争之前,社交媒体协同主流媒体,发挥提升舆论正面引导力量是非常不够的,即使有,大多也都是不自觉的,因此其影响力非常有限,基本没有引起各方面的特别关注。由于疫情紧迫和爱国热情高涨,很多社会机构媒体以及数量更为庞大的个人自媒体骤然自觉发挥了协同主流媒体进行宣传报道的作用,对于形成良好的、正面的舆论环境及传播影响力,造就了不得不令人刮目相看的惊喜态势。因此,对于相关行业主管部门来说,如何利用此次疫情所形成的社交媒体协同主流媒体提升舆论正面引导力量的良好基础及发展势头,进一步全面深入地做好相关工作,对于更加有效地营造我们国家内外舆论环境,不仅具有很好的工作基础,而且将日益产生深远的历史意义。

首先,我们应高度关注青年受众的思维热度,动员更多积极的年轻力量,运用新媒体技术手段,践行社交媒体协同主流媒体提升舆论正面引导力的伟大使命。就防控新冠肺炎人民战争中的社交媒体参加者来说,无论是社会机构媒体的,还是个人自媒体的,广大青年是毋庸置疑的主体力量,因此受吸引和影响的也更多是青年网络用户。比如,在众多优秀的“战疫”短纪录片中,最不能不说的当然要首推武汉人民自己拍摄的作品。2020年2月3日,湖北广播电视台垄上频道自发制作的宣传短视频《武汉莫慌,我们等你》登上了微博热搜榜,引发热议。该片时长仅123秒,全部摄制人员只有3位年轻人,其中一位还是“客座”的,却被广大网民称赞为“武汉大片”。该短视频制作者自行拍摄的画面内容以及引用的相关新闻镜头和资料镜头,虽说不上数量巨大,但是足够的纷繁多姿,能够对应那作为超大城市的武汉;虽然镜头画面都来自武汉,但是足够的离散,极其缺乏线性表达的可能;虽然短

视频有非常明确的创作诉求，但基本没有人物和故事，只是一个非虚构的广义纪录影像。那么，到底是什么原因能够让这样一部并非由大师操刀、并无大制作投入的短视频成为“武汉大片”呢？笔者认为，最为关键的一点，就在于创作者发自内心的真情实感深深地打动了广大网民。视频中，几乎都是简单而直白的声画组合，但处处能使观众强烈感受到疫情发生前后，武汉城市生活的反差和人们内心绵延的焦虑与强烈的期盼。尤其是连续几个真切而感人的“想念”，十分催人泪下；而“爱和希望比病毒蔓延更快”以及武汉方言“我信了你的邪”（我算服了你了）那从滚烫血液里流出来的心声，又促使人们心底涌起无限的暖流。也许这不是一部很工整的纪录片，因为纪录片不仅要努力讲好故事，还要尽量秉持冷静的观察和连续的现场拍摄。也许这也不是一部很有气势的宣传片，因为它没有大片制作的样态，更没有慷慨激昂的解说。但作为艺术样式之一的纪录片毕竟首先也应该是情感的表达形式，《武汉莫慌，我们等你》充满了真挚情感的自然流淌，它怎么能够不感动人？怎能够不具有温暖人心的力量？怎能够不被点赞为“武汉大片”？

从一定意义上来说，武汉之所以先后涌现出不少逆行的年轻志愿者，拍摄很多关于自身抗疫行动的微视频，就是因为有感于这样一种年轻人乐于接受的情真意切视音频作品的网络传播。因此，要持续不断地做好社会机构媒体和个人自媒体协同主流媒体提升舆论正面引导力量的一个重要领域和重要方面，就是要高度关注青年受众的思维热度，鼓励更多的年轻人积极参与到正能量传播上来。一方面因为网络的活跃用户主体是年轻人，而年轻人对年轻人的了解更为真切，于是，持续组织动员年轻力量，利用新媒体进行健康向上的媒介生产及网络传播，其舆论正面引导的影响力将不可低估。

其次，我们应主动迎接互联网传播带来的宣传生态变革，发挥社会媒体非官方传播所独具的不是外宣胜似外宣的传播效果。尽管在宣传内容和舆论营造方面，还是会有内外之别。但随着互联网传播的即时快速与无远弗届，加上中文学习在世界范围内的不断提升，各种媒体的很多内容生产及传播，其实都无法限制在传统媒体的传播范围之内，因此所谓内部宣传和对外宣传，现在已经基本不存在清晰而严格的边界。

在这方面，数量庞大的中国社会机构媒体和个人自媒体，不仅可以生产更多的传播内容，而且可以在国内外吸引更多的受众，尤其是海外华人华侨和具备汉语听读能力的世界各国对华友好人士。在一定意义上来说，我们国家的对外宣传，需要通过世界各国对华友好人士和海外华人华侨来进行二次传播，才能扩大提升传播效果。而非主流的社会机构媒体和个人自媒体传播内容及方式，不仅具有某种独特性，有利于解决我国官方媒体在欧美国家被接受度和被信任度不高的问题，且也更容易帮助那些可以成为意见领袖的受众来实现二次传播，从而达到更多更好的传播效果。

值得注意的是，努力通过社会机构媒体和个人自媒体，去讲述中国民间的想法和表达中国人民的意见，应该更具有较好的可信性，其世界传播效果也很可能会比主流媒体的提升速度更快些，效果也可能会更好些，即带来不是外宣作品所具有的外宣效果。从一定意义上来说，这样的做法很可能事半功倍。往往因为我们国家与西方国家在意识形态、社会历史文化及政治制度等方面的不同，从而在世界舆论主阵地上我们还时不时地招致各种非议与偏见。在当前疫情控制的良好局面下，我们完全有理由相信，中国的举国体制不仅是中国特色社会主义的制度优势，且这种制度优势伴随着深厚的民族文化历史根基，源远流长、根深叶茂、生生不息。因此，它既可以是实现中华民族伟大复兴永不枯竭的力量源泉和护卫中华民族繁荣昌盛的无形长城，也可以是大部分爱我中华的国人会自觉且不遗余力地去努力守护的中国文化版图。

最后，我们应充分发挥社会媒体意见领袖的作用，有序组织动员更多个人自媒体去拓展国内国际



舆论阵地。无论如何，中国官方主流媒体持续代表党和国家以及中华民族更好地发声是非常必要的，并且一定要做到“不以物喜，不以己悲”。但以此为开始，除了在重大突发事件面前，运用中华优秀传统文化精神聚合和社会主义核心价值观引导各种社会媒体协同提升舆论正面引导力，特别可以认真考虑并逐步周密安排更多三观端正和英语表达能力较强的中国知识分子，努力使用英文去发送推特，进而更好地传播中国故事、中国声音。

具体来说，就是要通过遴选、动员和经过必要的培训，努力构建具有足够数量且连续不断向世界传达中国社会各阶层人员真实想法的多层次传播媒介。其中，首先可以进行遴选、动员和培训的，主要有部分外交工作者、部分科研院所及企事业单位研究人员、部分高校教师等。这样，不仅可以在世界舆论主阵地之一的个人自媒体领域，发出“面广量大”的中国声音，同时还可以将官方力量和民间力量结合起来，将主渠道和多渠道结合起来，将主旋律和多声部结合起来，形成舆论正面引导的强大力量，以争取获得空前良好的传播效果。

应该看到，诸如我国外交官华春莹、赵立坚的推特，诸如媒体工作者刘欣女士与美国同行之间自发约起的辩论等媒体事件，虽然会导致社会各界的不同看法，但总体影响对我们国家而言是积极而正面的。中国社会机构媒体和个人自媒体在国内外的传播效果正在不断提升，这是越来越不能忽视的现实。但我们也应意识到这些还远远不够，设想一下，如果有更多协同提升舆论正面引导的社会机构媒体和个人自媒体活跃在国际媒介舆论主阵地，那对讲好中国故事、发出中国声音和塑造中国形象，一定会是更大的利好。

本文有现实针对性地研究重大突发事件以及常态环境下，如何更好以民族文化精神聚合各种社会媒体力量及发挥其不可或缺的积极因素，使其行动力能够更好地协助党和政府及主流媒体更加全方位成功有效地应对重大突发事件。同时，我们应特别强调在重大突发事件及常态环境下，讲好中国故事、发出中国声音和塑造中国形象的工作中，需要转变由主流媒体单一作战的方式，持续弘扬我党一贯倡导和坚持的相信群众、发动群众、依靠群众的精神，使我国各种媒体今后在围绕重大突发事件，做好舆论正面引导力方面，能够凝心聚力、团结协作，不断取得更大的成功。应该看到，在重大突发事件以及常态环境中，无论是主流媒体还是各种社会媒体的传播，大部分会通过网络，即其相关事实内容及思想观点的传播，已程度不同地将传统意义上的所谓内宣和外宣工作进行了结合，因此其提升舆论正面引导力的范围，客观上已经不可能局限于国内了，而这正是我们的党和国家在推进“一带一路”建设、构建“人类命运共同体”进程中，特别需要努力做好的重要工作之一。

## 参考文献：

- [1] 习近平．在中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话 [J]．求是，2020（4）．
- [2] 高晓源，刘箴，柴艳杰，刘婷婷，王瑾．社会媒体情绪感染模型研究 [J]．应用心理学，2019（4）．
- [3] 何舟，陈先红．双重话语空间：公共危机传播中的中国官方与非官方话语互动模式研究 [J]．国际新闻界，2010（8）．
- [4] 郑昭红．打造文化强国的影像力量——关于重大题材文献纪录片创作和传播情况的调查报告 [N]．光明日报，2012-04-24．
- [5] 陈先红，宋发枝．“讲好中国故事”：国家立场、话语策略与传播战略 [J]．现代传播（中国传媒大学学报），2020（1）．
- [6] 山峰．突发危机中非官方正能量信息的挖掘与传播研究 [D]．上海交通大学 2016 年博士学位论文，2016．

[责任编辑：高辛凡]