

The Performance, Risk and Avoidance Strategy of Improper Publicity in Omnimedia Era

Hu Shenming Luo Manqi

Abstract: Positive publicity is an important principle of news operation in China. However, there are lack of attention to the improper behavior and the Malpractice of positive publicity. Through summing up the typical cases in recent years, the study found that the main performance of positive miscommunication is the correct goal, the misuse of means. The main risks it brings are loss of image, failure of crisis management and public opinion attack. Avoiding the risk of inappropriate positive publicity requires media operators to have Grand Scheme, understanding the policy and pay attention to the social mentality comprehensively.

Key words: Positive publicity; Improperity; Risk; Grand scheme

全媒体时代不当宣传的表现、风险 与规避策略

胡沈明 罗曼琪

摘 要: 正面宣传为主是我国重要的新闻运行原则，然既有研究多关注如何做好正面宣传，对不当宣传行为却缺少关注。通过总结近年的典型案例，研究发现不当宣传主要表现为目标正确，手段误用上。其带来的风险主要是形象受损、危机处理失败、遭遇舆论攻击等。规避宣传失当

作者简介：胡沈明，江西师范大学新闻与传播学院教授、副院长，博士生导师；罗曼琪，江西师范大学新闻与传播学院研究生。
课题项目：本文系江西省社科规划重大委托项目“国家治理现代化视野下的新闻使命研究（项目编号：19WT104）”阶段性成果。
文章引用：胡沈明，罗曼琪. 全媒体时代不当宣传的表现、风险与规避策略[J]. 中国新闻评论，2022，3（3）：8-17.
<https://doi.org/10.35534/cnr.0303002>

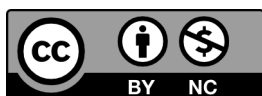
的风险需要媒体运营者胸怀大局、全面理解政策并关注社会心态。

关键词：不当宣传；舆论；风险；大局

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



一、引言

正面宣传是“对火热生动的社会生活和昂扬向上的精神力量”^①的宣传，其实践可上溯到20世纪四五十年代。在新中国成立初期，毛泽东强调“新闻批评不能总以暴露为主”^②，其后1989年“李瑞环”^③同志在全国新闻研讨会上正式提出以正面宣传为主的新闻工作方针，并对怎样坚持正面宣传为主和正面宣传的内容做了规定与分析。以此为界，正面宣传研究出现分野，在这之前，正面宣传多关注以典型报道动员群众；在这之后学界与业界皆将“如何做好正面宣传”“正面宣传的内涵”作为研究重点，意在提高正面宣传的质量与水平。譬如“杨保军”^④认为正面报道不仅是要报道积极的事实，还要采用积极的报道手法。进入21世纪以后，随着互联网舆论逐渐壮大，正面宣传的研究重点又从着眼于提升正面报道的质量逐渐转向对网络舆情的正面引导，以及对正面宣传失当的分析。不过有关不当宣传的研究主要集中于“低级红”^⑤之上。事实上就当前舆论生态而言，不当宣传表现较为多元，且缺失归纳，对其所造成的社会风险也缺乏相应的评估和总结。而总结分析不当宣传的问题，不仅有利于提升各类媒体尤其是政务媒体的宣传能力，还能有效防范舆论风险。

二、不当宣传的表现

宣传的目标有二：一是宣传自我，二是应对危机。在这一过程中，若方法、过程与目标出

① 习近平新闻思想讲义：2018年版[M]．北京：人民出版社，2018：68．

② 毛泽东文选：第4卷[M]．北京：人民出版社，1991：1322．

③ 李瑞环．坚持以正面宣传为主的方针[M]//新华社新闻研究所．新闻工作文献选编．北京：新华出版社，1999：202-206．

④ 杨保军．正效新闻·负效新闻·零效新闻——为解决老问题而提出的一组新概念[J]．今传媒，2006（8）：12-13．

⑤ 褚大志．从三则慰问新闻“翻车”说起——兼谈新闻舆论工作防范“低级红”对策[J]．青年记者，2021（16）：52-53．

现背离，便会产生宣传失当的后果。然而，我们在分析宣传失当之时，需要将自我宣传失当与宣传遭遇舆论攻击等负面效应有效地区隔开。

（一）宣传目标失当

平台媒体时代，流量为王，不少宣传主体容易将捕获流量当作最终目标，忘记正面宣传的目标在于“生活”和“精神”层面的积极向上、政治层面的凝心聚力、社会层面的稳定有序。部分宣传者以获取流量为目的来宣传看似正能量的事物，其失当表现为采用夸张、煽动式报道吸引公众的注意力和情感。例如一些媒体看中某人单面的正能量行为就以“最”系列（最好、最美、最伟大）、“无”系列（无人能比、无人不感动）、“都”系列（都喜欢、都敬佩）的话语加以表彰。如丰县铁链女事件中一大波自媒体接连将董某民标榜为“最慈祥的父亲、没有女人会拒绝的男人”，2020年“援鄂最美护士”于鑫慧也被各类媒体大肆宣传。这些报道表面上是在宣传正能量，实则是打着正能量的外衣捕获流量。

（二）自我观念失当

一些宣传者往往缺失全局观念，从自我观念出发，坐井观天式宣传自我。该类型的失当行为不仅表现为宣传者报道只看中典型事物的当前效益而忽略长远效益，还表现为不去核实典型事物的真假，直接转载其他媒体的正面报道，亦呈现出宣传者只坐在自己的一方天地看世界，全然不顾公众想法，甚至让公众闭麦的景象。今年2月，西安未央区检察院官方微博与官方微信推出文章，称一醉驾涉嫌危险驾驶罪，但检察院因其着急探望突发疾病的父亲，便不予起诉，后犯罪嫌疑人送来锦旗。检方原本想宣传其人性化执法，却忽略了开创特例的条件与后果。而在第一财经事件中，虽然媒体后续删除报道，但其最初丝毫不理会公众提议，直接将评论区关闭的做法，将“自我观念”体现得淋漓尽致。

（三）任务完成失当

与常态宣传相比，有些正面宣传往往是任务驱动型的，宣传者为了完成任务而进行的正面报道，其任务主要包括政策阐释与政策实施。推宗明本，政策阐释型正面宣传是指宣传者为了将党和政府的政策、精神与方向有效传达给公众，并让公众理解而展开的正面解读。但是解读过程呈现出很大的不确定性，极易产生传播隔阂或传播障碍。一方面宣传者自身没有真正领会政策内涵，导致传导失误；另一方面宣传者在阐释过程中出现歧义，如表述不清、用词不当等，造成阐释失败。

政策实施型正面宣传则是指宣传者为证实政策的合法性而对与之相关的典型落实成果展开报道与号召。其失当则表现为在报道过程中，宣传者选取的典型成果状况百出。有些宣传典型

明明是好故事、真故事，却报道得不合时宜。如上海六院的“丁丁保卫战”事件，原本是带有人性化温度的救死扶伤色彩且有利于国际传播的好故事，宣传时间却处于上海疫情最严峻的阶段。为外国人开急诊通道的故事内容与当时就医难的现状对比，不仅惹得当地群众愤慨，全网公众也跟着怒斥。

还有些宣传典型与事实不符，而后被公众揭露。这里所谓的不符并非完全无中生有，而是只报道与政策号召相关的一面，隐藏或忽略无关的另一面。徐州丰县铁链女事件，最开始是以“正能量”“扶助贫困”的名号出现在抖音短视频，接着董某民被丰县欢口镇当作扶贫政策帮扶的典型脱贫人物发布在该镇的微信公众号。2022年3月，“第一财经”日报发微博称2021年离婚登记人数大降43%，其关键因素在于“离婚冷静期”政策在起缓冲作用。微博一发出便冲上热搜，但遭到公众一致批评。因为公众认为第一财经有意忽略了结婚率下降这一关键事实。

此外，宣传者在报道典型成果过程中不注意宣传节奏，大量且重复宣传，也使公众渐生反感，产生报道的负面效果。具体表现为在一段时间内，某个人或事被各种媒体一窝蜂地扎堆报道，形成走哪都能听到、看到的局面。起初公众对此还乐于接受，但随着宣传的持续性进行，越来越多公众产生厌烦情绪。比如谷爱凌作为北京冬奥会的多金运动员，起初她为国争光的荣耀与积极向上的三观获得无数点赞。一时间，各类宣传者都将她作为典型人物广泛宣传，但随着宣传的遍地开花与持续不断，一些公众逐渐开始反感，进而将她转国籍、参加冬奥会等解读成早已策划好的“圈钱”手段。

（四）危机应对失当

危机应对式正面宣传是指宣传者在应对危机时，为了稳定舆论、解决危机进行的正面回应。毋庸置疑，这种回应的初衷是为了稳定社会，但是有些宣传者的回应却表现得本末倒置。今年3月，长春疫情凶猛，“吃菜难”的问题随之突显。面对这一窘境，长春市直机关党工委、市委网信办竟开展了党员干部“晒晒我家蔬菜包”的活动。当地群众得知后，利用网络对相关部门“掩耳盗铃”的行径加以声讨。同年4月，上海疫情紧迫，资源匮乏，人心惶惶。可就在这个节骨眼上东方卫视花钱大办“抗疫”晚会，但公众丝毫不买账，一致认为晚会的各种花销对紧缺资源的上海而言无疑雪上加霜，并讽刺其“闲得不轻”。

三、宣传失当的舆论风险

与一般舆论风险相比，正面宣传带有明显的主动性，因此其失当所导致的风险更需关注，因为这类舆论风险轻则遭受舆论攻击，重则破坏社会稳定。

（一）行为层面：遭受舆论攻击

一般情况下，只要正面宣传出现失当行为，宣传者就立马会受到行为层面的舆论攻击。不同的失当行为会引发不同形态的攻击，但归根结底可概述为两种攻击路径。一种是起初只有小部分公众对宣传者的失当行为感到厌烦，并公然对宣传者进行谩骂与造谣。随后由于“流瀑机制”，一大波公众认为无风不起浪，苍蝇不叮无缝的蛋，于是跟着迎合，形成现象级的声讨。另一种是多数公众对媒体的失当行为感到愤慨，尤其是处于危机中的人群。他们将愤怒变成反抗——先以各种形式、渠道将悲愤情绪散布至全网从而获取情感认同，再以惊人的凝聚力汇集各阶层、各行业的公众，一同对媒体进行讨伐，甚至对报道人展开人肉搜索并波及他们的家人。

（二）目标层面：危机公关失败

部分正面宣传主要是以危机公关的形式存在，意在降低当前的危机。若宣传者在面临危机时采取的缓解策略无效，或者正面引导失当后采取的补救措施不起作用，便宣告着危机公关失败，同时也意味着宣传者及其背后机构的维稳目标功亏一篑。例如丰县铁链女事件爆发之后，丰县、徐州两级政府先后进行回应，但其回应含糊不清、前后矛盾，最终以失败告终。至此很长一段时间，舆论都处于震荡的状态，甚至丰县政府在很多公众的头脑中成了懒政、腐政的代表，而官媒的集体沉默更是进一步强化了这种风险。

（三）结果层面：形成新的危机

当正面宣传失当时，官方媒体集体性失声或者多次失当皆未及时纠正，最终引发的结果将是相应层级行政系统的合法化危机。一方面正如约瑟夫·希斯对哈贝马斯有关合法性危机的解读：“制度性约束一旦被媒介传递，就会把参数化限制条件附加在策略性互动上，以实现合乎社会需求的平衡。但是当系统的失衡使输出量在一段持续的时期内明显低于已确立的期望水平时，就会激化生活世界中的冲突和反抗，并直接威胁社会整合。”^①比如坐井观天式正面宣传，媒体自说自话、禁言闭麦。长此以往，沟通性权力（即民意）形同虚设，民众的期望水平也会随之下降，从而质疑相应层级行政机构的合法性。另一方面我国的官方媒体是党和政府的耳目喉舌，其权威性不言而喻，若对失当行为闭口不谈，不论是否有隐情，彼时的舆论，将如船行海上，不受控制，迷失方向。从这种意义上来看，正面宣传失当还应包括关键时刻不能主动发声、坚定发声。

^① 约瑟夫·希斯. 哈贝马斯后期著作中的“合法化危机”[J]. 上海行政学院学报, 2010, 11(5): 107-108.

四、宣传失当的原因

当前，专业媒体、官方媒体、自媒体、平台媒体共同构成的平等化新闻生态系统，打破了过去专业媒体“一人言”的垄断局面，进而导致专业媒体的表达不再不容置疑，甚至令其成为其他各类媒体和公众的批判对象。如果技术没有赋权，传播格局依旧是“你听我说”，那么正面宣传即使出现不妥当的行为，也没有人会公开地将其定义为失当，更没有人会对它的宣传内容、手段、思想展开质疑。因为一切都是专业媒体说了算，其他人没有渠道、没有话筒。所以从根本上来讲，是“人人皆记者”的媒介环境创造了媒体正面宣传失当的可能性，而媒介主体，即宣传者与接收者在宣传时忽视的一系列问题进一步推动了失当行为。

（一）宣传者：目标重于手段

全媒体时代下，互联网技术不断进步，移动终端广泛普及，宣传主体随之多元，尽管正面宣传的总体传播力、影响力大大提升，但技术的推动却在某种程度上促使主流媒体产生认知误判，自媒体缺乏人文关怀及政务媒体形成角色混乱等问题，而这些问题正是正面宣传失当的关键所在。

1. 主流媒体：与公众存在较大认知差距

美国心理学家洛钦斯曾提出首因效应，即交往双方形成的第一次印象，对今后交往关系的影响会有先入为主的效果。“虽然第一印象并不一定正确，但却是最鲜明、最牢固的，并决定着以后双方交往的进程。”^①在过去，主流媒体是人们获知外界的主要窗口，但如今，互联网的海量性与及时性使人们对传统主流媒体的依赖急剧下降。传统主流媒体为了加强自身影响力，就将“首因效应”误判为最重要的推动因素。于是他们过度重视时效性，即使在不确定新闻是否真实的情况下，也执意发布。这种模棱两可便加大了正面报道反转的可能。

另外，我国主流媒体中有相当一部分媒体人的观念仍停留在过去，但新一代公众的思想却焕然一新。这种“旧”与“新”的碰撞，是当代媒体人对公众认知误判的结果。甚至部分媒体人从未意识到自身与公众存在认知差距，所以 they 与公众在一些公共议题上会产生质的分歧。如中国农网的评论《借丰县事件该说的事情是什么？》，就本意而言，评论员是为了引导舆论朝正面发展，但是他的论据与时代脱轨，与公众认知存在巨大差距。放在过去，中国农网的观点不会被抨击。但是如今女性主义高涨、社会文明进步、民主法制修进，拐卖事件已是时代痛点，被新一代公众唾弃不已。农网的稿子能发布，就说明不是记者一人对公众认知产生误判，而是相当一部分媒体人不了解当下公众的价值取向，从而导致主流媒体在正面宣传时把握不准舆论

^① 赖礼建. 谈传统媒体人的心态建设[J]. 当代社会科学(英文), 2016(7): 57-58.

方向，最终得不偿失，反噬自我。

2. 自媒体：缺乏专业精神与人文关怀

互联网技术在带来言论自由的同时也降低了媒体的门槛，很多自媒体运营者的专业素养并不过关。他们只在意流量效益，很少顾及社会效益。尽管他们大多出自民间，知道公众会被什么吸引，会为什么感动，有时甚至能够精准地抓住公众的心理痛点，从而“激发他们的悲情、愤怒、戏谑等情绪，以引起关注、获得支持。”^①但是自媒体的出发点并非为了帮助公众解决痛点问题。因为他们不具备人文关怀精神，即使知道痛点涉及社会不公、不义等问题，也只是想借用情绪力量捕获流量，遂即只宣传与正能量相关的部分。同时也因为他们缺乏专业主义精神，或许对痛点背后的社会意义、逻辑及其关系未曾察觉，所以简单地将其打上正能量的外衣加以宣传。而当公众揭下这层外衣或曝出“正能量”丑陋真面时，自媒体的正面宣传也就失当了。

抖音账号“我是月嫂”从2021年上半年开始推送董某民的八孩的视频，该视频首先是以八孩的猎奇性吸引公众目光，然后以董某民一家的生活艰难捕获公众的情感认同。一旦他转向“弱者”形象的塑造，关注便会快速增加。董某民接连被多个自媒体陆续宣传正是因为他在整个社会大系统中属于弱者，能够博得公众同情。其中抖音博主“徐州一修哥”对小花梅的拍摄极具煽动性。画面中“阴暗的小屋、单薄的衣服、凌乱的头发、满口脱离的牙齿、被锁链拴住的脖子”紧拽着公众的情感神经。该视频的拍摄目的就是利用小花梅的惨况来捕获公众，而非为她发声。

3. 政务媒体：从业主体社会角色混乱

近些年，政务媒体在正面宣传方面下足了功夫，但是仍存在迫切宣传、罔顾真相，急于邀功、顾此失彼等不足。这些不足在某种程度上可归因于新媒体技术的运用使得政务媒体人身着多重身份，但他们却时常搞混。微观看，他们既是行政成员又是基层执行者，得严谨、客观，积极完成领导安排的任务；宏观看，他们既是媒体人又是人民公仆，得亲民、接地气，不但要架起政府与公众沟通的桥梁，还要维护社会的公平正义。从主观出发，他们也想搞好正面宣传，但部分人员能力不够、悟性不够，经常出现角色混乱的情况。以丰县事件为例，欢口镇红十字会的志愿者们只承担了基层公务人员一角，该角色赋予他们的任务是宣扬扶贫政策的力度与成果。董某民身为贫困人口，受到帮扶乃情理之事，成为政府扶贫成果的典型人物自然也无厚非。可问题在于他们不仅是任务执行者，还是媒体人与人民公仆。所以他们还应当维护社会公平正义——控诉董某民，解救小花梅。当前不少政务媒体人员同他们一样，对自身的多重角色意识不足，大多时候仅从微观视角出发，认为完成领导布置的任务便可，很少从宏大格局入手思考，

^① 白淑英，肖本立. 新浪微博中网民的情感动员[J]. 兰州大学学报(社会科学版)，2011(39): 60-68.

所以正面宣传才会显得不尽人意。

（二）接收者：质疑成为主导思维

过去的公众是被动的，媒体说什么就是什么；现在的公众是主动的，媒体说是一回事，公众接受又是另外一回事。总体来看，公众面对正面宣传一般持有三种态度：质疑、沉默与从众，其中最易引发负面舆情的就是“质疑”。那它是如何导致正面宣传产生负面效应的呢？下文将从公众的素养、心理与表达行为三个方面展开分析。

1. 公众素养：质疑媒介环境能力增强

李普曼认为拟态环境是传播媒介通过象征性事件或信息进行选择和加工、重新加以结构化以后向公众提示的环境。的确，公众对外部环境的认知大多来自媒体，可媒体也并非事事报道，而是经过选择与加工。如今的媒体依旧是公众了解世界的最大窗口，只不过随着移动互联网的普及，公众获取信息的渠道变得多元，而且不同渠道传播的信息内容、叙事角度大相径庭。在“多真相”的驱使下，公众的媒介素养不断提升，甚至逐渐意识到媒介的建构及其背后的意识形态。早在20世纪50年代，文化研究学派，如大卫·莫利和斯图尔特·霍尔等人的研究，通过对电视电影等媒介产品的用户分析，认为“用户并非被动地接收知识，而是积极地创造自我认知，且有能力主动地建构属于自己的文化。”^①也就是说，公众会根据自身的社会环境对媒介营造的拟态环境展开分析与批判。如今，在技术的推动下，公众越发熟知媒介建构的逻辑和步骤。

在“第一财经日报报道离婚率下降”的事件中，尽管《第一财经日报》初衷是为宣扬“离婚冷静期”的作用，呼吁人们理性对待婚姻，但它忽略了结婚率跳崖式下降的现状，进而使公众意识到它意图建构婚姻长久美满的拟态环境。面对这种建构，公众只觉得是假象，并意识到自己的生存空间被操纵。这种不高明的建构在当下社会时有发生，公众见多了便会不自觉地产生质疑，从而导致一些没有问题的正面宣传也被迫失当。

2. 公众心理：凸显个体网络社会存在

移动互联网的普及为公众发声提供了平台，并衍生出两类不同心理的公众：一类是现实生活平淡或不顺畅，意在网络上寻找存在感的人。他们故意与主流相悖，无论主流媒体如何正面引导，都能挑起事端。尤其是当媒体对冲突事件进行正向引导时，他们为了彰显自己的与众不同，“不断复现和放大原有的冲突事件，使舆论快速走向极化”，造成正面引导的负面效应。^②另一类是正义感十足且社会责任意识强烈的人。面对正面宣传的内容、手段、时机，他们积极提出合理质疑，意在监督媒体与维护公众权益。虽然这种质疑具有平衡社会冲突和怨恨的功能，

① 王贵斌. 媒介素养认知模式的迭代更新[J]. 现代传播, 2020(6): 158-163.

② 王建磊. 网络引战探析[J]. 青年记者, 2020(5): 69-71.

不过一旦媒体回应不够及时或媒体一时没有权限回应,不少人就可能会因此转向愤怒,并加入前者的阵营。他们认为只有加大存在感才能汇集更多关注,只有夺取更多目光才能形成强大力量维护社会公平正义。这便从侧面促使正面宣传失当产生更大的负面效应。

3. 公众行为:从群体沉默到乐于表达

进入21世纪后,公众的表达行为由内敛转为外向,由集体转向个人。具体而言,一些正面宣传所传达的理念放在过去对公众而言并无不妥,即使部分公众察觉到不妥,也会迫于群体压力保持沉默。但如今公众的思想开放、多元且包容,他们乐于表达且顾虑不多,故而会直接指出宣传内容的不足。还有一些正面宣传,比如典型人物的正面报道,放在过去不太可能会翻车,但如今却接连被同乡或身边亲友爆出黑历史,这与公众集体性道义的淡化不无关系。在过去的乡土社会里,“‘差序格局’造成了信任有别的人际观、亲疏远近的人伦观,并使得空间之维的‘村里’与‘村外’内化成了内外有别、等差有序的伦理实践与观念依循。”^①简而言之,就是同村的人不会把你出卖给外村的人。正如丰县老一辈村民明知铁链女的来历与遭遇,却一直选择集体性沉默。但随着铁链女事件逐渐发酵,当地新一代知情人不再包庇,而是陆续爆料铁链女的遭遇。这从侧面显示出乡土社会里公众思想的变化:家乡的名望不再是非坚守的使命,遵从自己内心的道义才是最重要的。

五、规避宣传失当的策略

从方法上,要想规避宣传的失当行为就要“抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求”^②。但从专业素养上,宣传者应当胸怀宏大格局、全面理解政策并时刻关注社会心态,接收者才会剔除质疑,主动接受、理解。

(一) 时刻胸怀宏大格局

所谓宏大格局,是指宣传者不能只拘泥于个人的微观身份,而应站在一个宏观视角,思量自己的角色与任务。尤其是主流媒体与政务媒体的工作人员,要时刻记住自己是党和政府的喉舌,是与公众进行沟通的代表。所以在任务实施过程中,一定要多方位考量与预测。比如选取典型的纵向面(个人生平)与横向面(社会关系)是否有污点?没有污点又是否有形成负面效果的可能?传播的时机对不对?传播的节奏对不对?如果这些都考虑到位了,正面宣传的失当概率将大大下降。另外自媒体在某种程度上被视作意见领袖,他们在享受流量来带红利的同时,

^① 许心宏.“打工妹”生存转向的文化隐疾与身份切问书写——以贾平凹《极花》为例[J].重庆师范大学学报(社会科学版),2018(3):41-45.

^② 习近平谈治国理政:第2卷[M].北京:外文出版社,2017:333.

必须承担起公众人物的义务与责任，所以他们也应当怀有宏大的格局，更多地考虑社会效益。

（二）全面理解各类政策

首先，主流媒体与政务媒体是党与公众沟通的桥梁，如果它们对政策都没有理解到位，又如何向公众阐释与传递呢？一知半解地讲给公众听只会引起质疑并阻碍政策的实施。其次，自媒体尤其是一些营销号，在互联网的传播中，时常不懂装懂、断章取义，即使宣传的是正面政策，也会带来负面效应。所以宣传者必须加强政治素养，深入学习政治知识，并将其巧妙地转化为通俗易懂的话语或直观有趣的形象传达给公众。如此正面宣传政策既不会误导公众又不会遭到公众攻击。

（三）随时关注社会心态

关注社会心态其实就是贴近生活、贴近实际、贴近群众，了解群众的社会痛点，明晰群众的心理动态。这需要主流媒体一方面从基层抓起，高度重视县级融媒体中心舆情搜集建设。另一方面还要随时关注年轻群体常用的社交软件，学习他们的话语体系，维护正常的发声机制，切忌寒蝉效应。另外政务媒体应当大量引进传媒人才，学习传媒思维，并放下姿态用传媒文本与公众对话。只有这样，才能真正地把握社会心态，了然舆论规律，防止正面宣传失当。

六、结语

当前社会的舆情环境十分复杂，公众情绪不断，境外势力虎视眈眈，各类宣传者的正面引导却屡屡失误。面对如此态势，宣传者必须对自身的各种失当行为展开反思。尤其是主流媒体与政务媒体的工作人员，务必调整当前的格局观并缩小与公众的认知差距，既要完成好上传下达的沟通任务，又要谨记其一言一行都代表着党与政府。同时所有的媒体使用者应当兼具人文关怀与责任意识，而监管部门更应对所有网络成员进行监管，如此才能规避宣传的失当行为，保证整个舆论积极向上，保证社会稳定和谐。