公共议题中的自媒体传播乱象与治理策略 —— 基于框架理论的分析

[摘
要]
在移动互联网时代，自媒体的兴起满足了社会分众化的需求。它在产生积极影响的同时，也滋生了较多传播乱象，对政府公信力、媒体传播力产生负面影响。自媒体在公共议题传播中常用的框架有主题性框架、情感性框架、叙事性框架、互动性框架和选择性框架。基于框架理论视角，自媒体在公共议题传播中普遍存在由于问题框架滥用造成的刻板与模糊现象、由于因果框架的误用造成的偏见解释、由于道德框架的错位导致的刻意摆拍、由于事实验证框架的挪用造成的以假乱真等问题。究其原因，主要是过度追求利益导致信息违规发布运营、专业门槛过低导致信息质量良莠不齐、算法存在漏洞加速劣质信息传播、监管不够完善导致网络暴力加剧等。为此，应从三个层面对自媒体传播乱象进行治理，一是管理部门要完善法律法规，强化平台责任，并建立快速反应机制，以提高对自媒体网络及平台的宏观管理水平；二是平台要进一步完善管理机制，强化内容与账号管理，定期开展专项整治行动，确保平台运营的合规性；三是自媒体要加强自我规范、约束，业界要了解并遵守行业规范，广泛参与媒介素养建设，多培养具有正能量的新型意见领袖，营造良好的文化生态，推动提高自身的传播与运营能力，共同维护行业的健康发展。

[关键词] 自媒体；公共议题；传播乱象；框架理论；网络空间治理；算法漏洞；社交媒体

自媒体（Self-Media）是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称[1] 1626-1627。在移动互联网时代，自媒体的兴起满足了社会分众化的需求，赋予了普通用户信息发布与传播的新权力。但自媒体平台的开放性与匿名性，也带来了对信息真实性与可靠性的挑战。尤其是在公共议题的传播过程中，自媒体所构建的信息框架对公众认知产生了较为显著与深远的积极影响，同时，受资本逐利和流量规训的影响，自媒体已逐渐成为滋生传播乱象的温床，对政府公信力、媒体传播力产生了负面影响。

党的二十大报告指出，要“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局。健全网络综合治理体系，

推动形成良好网络生态”[2]。如何引导自媒体健康、良性发展，是业界和学界迫切需要正视和思考的问题。

框架理论的起源可追溯至1954年，其基本概念由格雷戈里·贝特森(Gregory Bateson)首次提出。随后，1974年欧文·戈夫曼(Erving Goffman)在其著作《框架分析：经验组织论》中对框架理论进行了全面而深入的阐释，他将框架定义为人们解释外部世界的心理模式，并强调人们如何通过框架来组织经验并赋予其意义。而盖伊·塔克曼(Gaye Tuchman)进一步将框架概念引入新闻传播领域，为理论的应用奠定了基础。直至1993年，罗伯特·恩特曼(Robert M. Entman)对框架理论进行了系统性构建，其研究表明，报道的规模控制和具体信息的呈现方式是构建和实现新闻框架的两个关键机制[3]。

随着研究的深入，框架理论逐渐演化并形成了多个分支，包括但不限于新闻框架、政策框架和社会运动框架。新闻框架关注媒体如何呈现新闻事件，包括事件的描述、原因、后果和解决方案，通过选择性报道和解释，影响公众对事件的理解和认知。政策框架研究政策议题在媒体中的呈现方式，以及这些方式如何影响公众对政策的理解和评价，通过设定议题和解读政策内容，引导公众的政策态度和行为。社会运动框架则分析社会运动如何通过媒体传播其理念和诉求，以及这些框架如何促进或阻碍社会变革，通过塑造公众的意识和态度，影响社会变革的进程和结果。这些研究分支的形成和发展，丰富了框架理论的应用场景和研究维度，使其在解释和分析媒体传播及其社会影响方面具有更强的解释力和应用价值。

一、框架理论在自媒体研究中的应用

框架理论在自媒体领域的应用，主要聚焦于探究用户如何通过内容生成构建和传播信息框架。在“人人都有麦克风”的时代，自主权的下放导致了信息框架构建过程的多元化和复杂化，创作者会根据大众视角、主流观念和预期受众，对信息进行个性化的解读和呈现。同时也因为信息密度及质量的降低，进一步影响受众的信息获取。研究发现，自媒体在发布信息时，往往会采取主题性框架、情感化框架、叙事性框架、互动性框架、选择性框架等方式来构建和传播信息。

（一）主题性框架

主题性框架是指自媒体根据特定的主题或议题，选择性地展示相关信息，以引导公众关注特定方面。

通过突出某些议题的重要性，自媒体能塑造公众的认知框架，使其关注并讨论特定主题。例如，当前围绕“双减”政策的讨论就成为许多自媒体平台的重要内容。通过分享学生和家长的反馈，有助于将复杂的信息简化和集中，促使公众关注教育改革的进展和影响，激发有价值的社会讨论，从而形成更有力的舆论影响。

（二）情感性框架

情感性框架通过使用情感化的语言和图像，激发受众的情感共鸣，增强信息的吸引力，这种框架策略利用人类对情感信息的敏感性，通过激发受众的情绪反应，增强信息的记忆和传播效果。例如，在报道灾难事件时，创作者结合采访音频及现场画面，通过描述受害者的痛苦和救援人员的英勇行为，引发受众的同情和感动。情感性框架不仅提高了信息的吸引力，还能促使受众采取行动，如捐款或参与志愿服务，进一步扩大信息的社会影响力。

（三）叙事性框架

叙事性框架通过构建连贯的叙事结构，以故事化的手法来呈现信息，提高信息的可接受度和传播效果。叙事性框架利用故事的力量，将复杂的事件转化为易于理解和记忆的故事情节，增强信息的连贯性和吸引力。例如，在宣传某一新闻事件时，创作者利用网上流传的片段，通过讲述参与者的经历，呈现事件的起因、过程和结果，从而使受众更容易理解和接受事件的大致走向。叙事性框架能够将抽象的信息具体化，增强信息的情感共鸣和传播效果。

（四）互动性框架

互动性框架利用自媒体平台的互动特性，通过受众反馈来调整和优化信息框架。当前自媒体平台普遍提供了评论、点赞、分享等多种互动功能，使信息发布者能实时了解受众的反应和意见。通过收集和分析这些反馈，自媒体创作者可以对信息框架进行调整，以更好地满足受众的需求和期望。例如，自媒体在发布一篇关于健康生活方式的文章后，可以根据评论区的反馈，增加更多的实用建议和具体案例，从而提高文章的实用性和吸引力，不仅增强了信息的灵活性和适应性，还促进了信息发布者与受众之间的互动和沟通。

（五）选择性框架

选择性框架基于个人或群体的价值观和目标，有选择地呈现信息，以支持特定的观点或立场。用户通过选择性地展示某些信息片段，隐瞒或淡化其他信息，从而引导公众形成特定的认知和态度。例如，在社会治安相关的议题中，自媒体创作者可能会刻意放大性别及地域标签，以形成特定的信息叙述方式，使其更符合发布者吸引流量的利益和目标，但也可能导致信息的片面性和失真。

二、公共议题中的自媒体传播乱象

所谓公共议题是指人们在社会公共领域讨论的话题，可分为争议性公共议题和非争议性公共议题。学者陈刚提出，争议性公共议题(controversial public issues)主要有两个架构性的元素：一是公众关注、聚焦的或是与公共利益密切相关的议题；二是社会、公众对该类议题的认知存在多元意见，即富有争议与冲突[4]。在网络空间公共议题的讨论中，争议性公共议题由于其内在涉及的公共服务、道德伦理、特定群体的利益诉求等因素，往往具备更高的民意聚焦度与社会关注度。也正是由于高关注度所带来的高流量，导致许多自媒体因为追求流量暴涨、流量变现而无所不用其极，形成了在这一领域的诸多传播乱象。

（一）问题框架的滥用：刻板呈现，模糊新闻焦点

问题定义框架是指对公共议题的界定和描述方式，这种框架通过选择性地强调某些方面而忽略其他方面，塑造了公众对议题的初步理解。新闻媒体的刻板呈现(The Use of Stereotypes)是指在新闻生产过程中使用程式化、概括化、先入为主的方式对新闻事实进行呈现的行为。沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)曾深刻指出，拟态环境的存在不仅会强化刻板印象，而且这种印象的持续存在还依赖于拟态环境中结构性因素的支撑[5]。人们为了减少认知上的投入，往往会倾向于使用现成的标签来对事件进行简化和刻板化的理解。自媒体借助这样的心理倾向，对个体的认知和情感施加影响。因此，普通大众在接收信息的过程中，一方面是在维护他们的集体认同和自我价值感，同时也在无形中接受了这种信息环境的潜在操控。

在涉及阶层关系、特殊群体和特定地域的讨论中，自媒体往往会首先使这些关键词成为新闻的焦点，刻意放大相关人物和事件的新闻标签，通过断章取义和哗众取宠的表述引起舆论的关注和揣测。以“方岱宁事件”为例，尽管事发后学校官方迅速通过社交媒体做出回应，但部分自媒体已开始就“男院士”和“女博士后”等标签进行臆想，将事件引向学术伦理与不雅关系，引发新一波舆论热潮。更有甚者，挖掘该名女性的真实信息，肆意杜撰虚假新闻，对当事人个人隐私、名誉和生活造成极大影响。这种问

题框架的应用影响了公众对议题的感知，从而衍生出次生舆情，导致更强烈的情感反应。尤其是在后真相时代，成见在前、事实在后的思考逻辑日益冲击着新闻的本质和真相。

（二）因果框架的误用：偏见解释，忽略新闻全局

因果解释框架涉及对公共议题成因的解释。自媒体用户或平台在传播信息时，可能会采用特定的因果逻辑来解释问题发生的原因。在经济议题方面，一个典型的因果解释框架的应用例子是某些自媒体对国际贸易冲突的报道。例如，当讨论国内经济增长放缓的问题时，一些自媒体可能会将原因主要归咎于外部因素，如中美贸易战，强调贸易壁垒和关税增加对国内出口企业的负面影响，而较少关注甚至忽略内部因素，如国内消费需求的减弱、产业升级的压力或宏观经济政策的调整。这种选择性的因果解释可能会引导公众认为，只要外部贸易环境改善，国内经济问题就会迎刃而解，而忽视了通过内部改革和调整来增强经济的内生动力和抵御外部风险的能力。这样的报道方式不仅影响公众对问题原因的理解，影响公众对经济政策的评价，也可能影响他们对政府经济管理能力的信任，以及对政策调整和行动的期望。

（三）道德框架的错位：刻意摆拍，博流量变现

道德评价框架通过道德和价值判断来评价公共议题。自媒体在传播过程中，可能会使用情感化的语言和符号来表达对议题的道德立场，如使用“正义”“不公”等词汇。这种框架的应用能够激发公众的道德情感，引导他们对议题持有特定的道德评价，但同时也有可能引发非理性的集体行动。

2023年2月，自媒体博主“云南波波”在四川凉山“资助”老人3000元，拍完视频后则收回2800元，“自导自演”出多条捐助他人的视频。除了内容主体以外，摆拍内容所涉及的议题和素材也有明显的特征，包括家庭、医疗、城市管理等领域以及社会热点事件。比较典型的是“摆拍式家暴”“摆拍式冲突”等[6]，这类摆拍视频造成了极大的负面影响，在危害社会安全稳定、造成民心恐慌的同时，还可能落入政府公信力下滑的“塔西佗陷阱”。2023年3月，中央网信办部署开展为期2个月的“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动，重点整治自媒体利用弱势群体进行流量变现的行为，针对自媒体在造谣、假冒、违规盈利等方面的失德甚至违规违法行为，相关部门采取强有力的措施进行严格处罚[7]。

（四）事实验证框架的挪用：以假乱真，加剧信息迷雾

在信息过载的数字时代，事实验证框架的挪用已成为自媒体传播领域一个日益严峻的问题，这种挪用指的是一些自媒体账号或平台有意或无意地使用不准确、夸大或虚假的信息来编造报道，误导公众，增加了信息环境中的混乱和不确定性。晕轮效应是一种认知偏差，指的是人们对某一特质或属性的积极评价会扩散到对其他特质的评价上。在自媒体传播的背景下，当一条信息或观点获得权威机构或个人的“背书”时，公众可能会因为这种权威性的认可而对信息产生过度的信任感。这种认知偏差可能导致公众低估信息可能存在的偏差或不准确性，而高估信息的可信度。

在社交媒体上，一些自媒体账号通过模仿知名新闻机构的名称，如使用“XX新闻”或“XX官方发布”等，利用晕轮效应来增强其信息的吸引力和可信度。这种做法是借力正规媒体的信誉和影响力，通过模仿来误导公众，使他们更容易接受和传播这些信息，但这种策略不仅损害了信息的真实性和可靠性，也对公众的认知和判断能力构成了挑战。

2023年10月至11月，微信平台依据《互联网用户账号信息管理规定》，对892个发布虚假信息、仿冒官方机构、传播低俗内容的违规自媒体账号进行了法律处置。特别是对那些仿冒新闻机构名称和标识误导公众的账号，如“国际要闻”“人民栏目网”“新闻传媒”等，以及假冒、仿冒党政军机关、企事业单位的账号，如“人民所得税专项扣除”“军政发布”等[8]，进行了严肃查处。此举旨在维护网络信息的真实性和社会秩序，强调了注册和使用互联网账号时不得有假冒新闻媒体的名称和标识等行为。

三、自媒体传播乱象的形成原因

自媒体传播乱象的形成原因十分复杂，以互联网技术为支撑的全媒体时代，降低了传统媒体的专业化门槛、弱化了传统媒体的“舆论权威”形象、打破了传统媒体的传播渠道垄断[9]。而自媒体的野蛮生长，给行业带来了更多不确定性，主要涉及过度追求利益最大化、专业门槛过低、算法存在漏洞、监管不够完善等多方面因素，不仅侵蚀信息的准确性与可靠性，而且对媒介生态的稳定性构成威胁。因此，深入了解自媒体传播乱象背后的动因，对于制定有效的治理策略、促进健康的媒介环境建设具有重要意义。

（一）过度追求利益导致信息违规发布运营

在市场经济的激励下，点击率、观看次数和粉丝数量直接关系到广告收入和商业盈利，驱使自媒体从业者优先考虑内容的吸引力而非准确性，催生了大量追求眼球效应而牺牲内容真实性的现象，因为这

些内容更容易吸引用户注意力并引发情感反应，从而产生更多的广告收入，进一步导致了“点击诱饵”和激进、极化内容的泛滥。

中国的内容聚合平台“今日头条”和短视频平台“快手”均为国内极具影响力的自媒体平台，其主要依靠广告和内容推广来实现收益，通过增加用户停留时间和互动率来吸引广告商，从而实现利益最大化。这导致平台上的一些自媒体为了追求更高的点击率和关注度，不惜发布夸张、误导性甚至是虚假的信息，如上文谈到的利用弱势群体摆拍视频、冒充专业人士夸大商品的“神奇”疗效，通过“买水军”、批量化生产和传播的方式，在短时间内实现迅速涨粉，直到粉丝数量达到平台规则后开启带货直播（如抖音规定个人账号直播带货需要达到1000个粉丝），利用人们的同情心进行商品售卖或礼物打赏，这些都是经过精心谋划的违规运营行为，其本质都是为了追求更高的经济利益。

（二）专业门槛过低导致信息质量良莠不齐

在当代的数字传播环境中，互联网技术的普及和应用平台的便捷性大大降低了内容生产和发布的门槛，导致信息源的真实性难以保证且信息源极度分散。加之公众媒介素养参差不齐，无法确保所有自媒体从业者都能遵循相同的标准和伦理，以致所发布的信息质量良莠不齐。这种趋势在医疗健康信息的传播领域表现尤为明显。

中国社交平台曾出现一条谣言，声称“盐水灌肠可以治疗自闭症”，一段时间内在微信、微博等平台上迅速传播。首先，谣言的传播部分源于当前数字媒体生态中的低门槛内容生成与发布机制。在社交媒体平台上，个体无需专业知识验证即可发布信息，或能够在没有专业资质认证或伪造资质认证的情况下进行商品售卖，这种匿名化的分享虽然促进了信息共享的自由度，但同时也降低了信息质量的控制门槛，导致未经验证的医疗信息能够肆意地迅速传播。

其次，公众媒介素养的参差不齐也会影响对信息真伪的判断，尤其是在专业性较强的医疗健康领域，由于部分公众对自闭症的认识有限，对健康信息有迫切需求，加之对于筛选和评估在线信息的能力与技巧比较欠缺，使得部分用户容易接受并传播未经验证的治疗方法，加剧了虚假健康信息的大面积传播。

（三）算法存在漏洞加速劣质信息传播

互联网和社交媒体的广泛应用极大地加速了信息的传播，同时也降低了信息发布的门槛。这一方面促进了信息共享和知识传播，另一方面也为不实信息、谣言和假新闻的传播提供了便利。以算法驱动为代表的内容推荐系统，通过推荐具有高参与度但质量参差不齐的内容来吸引用户注意力，形成了所谓的“过滤气泡”和“回音室效应”，这种算法推荐存在一定漏洞，有进一步加剧不良信息传播的风险。

比如抖音平台的算法是根据用户的互动行为（观看时间、点赞、评论、分享等）来推送视频，因为算法推荐系统设计的本质就是要实现用户参与度与平台留存时间最大化，因此系统倾向于推送那些能够激起强烈反应和高度互动的内容。而健康谣言、错误的生活小窍门、偏门的新闻报道等，能引发用户的好奇心与情感反应，导致用户有可能花费更多时间来观看和互动，因而这些视频就可能被算法判定为“受欢迎”的，进而被推送给更多用户。

在重大公共议题的传播中，一些尚未得到证实的错误信息和阴谋论视频在极短的时间内获得广泛传播，同样也是因为其中含有争议性的观点，往往能够引发大量的讨论和分享，使得该类视频在算法权衡下的热度值更高，算法推荐便更倾向于将其推送给更多用户，从而加速了这些不良信息的快速传播。

（四）监管不够完善导致网络暴力加剧

在传媒实践应用过程中，法律法规和监管机制的完善相对于技术创新和传播实践的迅猛发展往往存在一定程度的滞后性，这引发出一系列管理和监管挑战，监管真空区、权责模糊地带频频出现，为自媒体“剑走偏锋”导致传播乱象频发提供了可能。特别是在个人信息保护、网络暴力、网络维权等方面，现有法律框架与新兴媒介实践之间的不完全匹配，成为亟待解决的问题。

2023年1月23日，因染粉色头发而遭网暴的女孩“鸡蛋姬”郑灵华去世，引起了社会的极大震动，也唤起了公众对于网络暴力和抑郁症的关注[10]。郑灵华事件反映了现有网络法律法规与平台监管规则在应对新兴社交媒体现象时的紧迫性挑战。社交媒体平台应如何保护好用户个人信息，评论区如何最大限度地避免网络暴力现象的产生，如何完善私信机制以保护用户避免遭受不良分子侵扰等，都需要相关法律法规的不断完善，需要社会各界共同努力，更新和完善网络治理机制，加强网络伦理建设，以适应数字化社会的发展需求，保护个体在网络空间的合法权利，积极防控、应对不法分子的违法行为。

四、自媒体传播乱象的治理策略

学者吴飞认为，在“新闻专业主义2.0”时代，新闻专业主义将会内化成个体交往的基本规则，每一个个体都是这一规则的立法参与者，也同时是阐释者和监督者[11]。过去传统新闻媒体垄断了信息传播中的话语权，而如今在“把关人”缺失的众声喧哗时代，新闻媒体的行业性精神，将泛化为所有参与新闻传播活动的个体所要普遍遵守的行为准则，由此推进建构性新闻传播格局的生成。针对当下自媒体中的传播乱象，以下几个主体应同向发力。

（一）管理部门：完善法律法规，提高宏观管理水平

治理自媒体传播乱象的法律机制涉及综合运用立法、司法、行政监管等手段，以构建一个有效的法律框架，旨在保障信息传播的真实、合法和道德性，同时促进自媒体健康发展。

1. 完善法律法规。首先，需要对现有关于互联网信息传播的法律法规进行全面梳理和修订，明确自媒体内容发布的法律边界，对虚假信息传播、版权侵犯、个人隐私保护、网络诽谤等问题设定明确的法律定义和处罚标准，确保法律具有足够的威慑力和执行力。明确责任清单与行为规范，对自媒体平台、监管部门、法律部门等主体的权利和责任予以明晰。

其次，加大普法宣传。一般而言，在网络上编造或散布谣言，可能面临三种法律责任：侵犯名誉权的民事赔偿、扰乱公共秩序或诽谤他人的行政处罚，以及构成犯罪时的刑事追究。“巴州法院”微信公众号的“以案释法”专栏就以“微信群里发表不当言论而引起的名誉权纠纷案件”为基础，向公众普及侵犯他人名誉权，应承担何种法律责任的相关知识[12]。以此为借鉴，网络安全相关部门也可以以法律责任为主题进行普法宣传，将事后惩治的方向调整为事前预防，让公众明晰违法、犯罪行为所要付出的代价，将“互联网不是法外之地”落到实处。

2. 强化平台责任。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央不断强化网络安全顶层设计和总体布局，以网络安全法为核心的网络安全法律法规和政策标准体系基本形成[13]。2023年7月，中央网信办发布《关于加强“自媒体”管理的通知》，为自媒体的规范发展指明了方向，压实了网站平台信息内容管理主体责任，健全常态化管理制度机制[14]。通过修订《网络安全法》《互联网新闻信息服务管理规定》等，加大对自媒体平台的法治管理，要求平台对用户生成内容进行有效监管，建立健全内容审核机制，对违法违规内容进行及时处置，提高违法违规成本，倒逼平台进行管理改革与优化，积极约束、管控网络不良行为。

3. 建立快速反应机制。设立专门的网络信息监管机构，配备专业的法律和技术团队，对网络信息进行实时监控，一旦发现违法违规内容，能够迅速作出反应，及时采取删除、屏蔽、限流等措施，并依法对相关责任主体进行处罚。除此之外，公安、司法等官方主体也应加强针对自媒体传播乱象的整治，利用区块链技术固定证据，确保网络侵权行为的证据不被篡改。对于造谣、传谣等相关用户应予以教育和处罚，及时联动各平台对违规行为进行约束和整顿。2023年，全国公安机关就曾开展网络谣言打击整治100天专项行动，督导网站平台完善信息发布审核、用户实名管理等制度，从源头堵塞网络谣言传播漏洞，并对部分违规的短视频平台作出责令整改、行政罚款10万元的行政处罚，大大提升了对违规个人和团体的震慑力[15]。

地方网络信息管理部门应承担相应的地区管理职责，加强业务指导和常规监督，对包括新闻资讯、社交网络、直播服务、短视频平台、知识问答及论坛社区等在内的多种类型的网络平台进行督导和检查，切实加强对自媒体的管理。

4. 提高司法效率。设立专门的网络侵权案件快速通道。例如，当下的“人民法院在线服务”小程序就设立了在线立案系统，让受害者能够快速便捷提交诉讼材料，对于自媒体传播乱象的治理有极大的促进作用。当前，杭州、北京、广州三家互联网法院借助数字技术已实现全流程在线和“异步审理”模式，让法官和当事人在不同时间、不同地点进行庭审。在AI法官的帮助下实现在线立案庭审，并辅助法官自动生成裁判文书[16]，技术的赋能为优化网络侵权案件的司法处理流程，降低诉讼成本，提高案件审理效率提供了有力支持，确保受害者能够通过司法途径及时有效地维权，通过加强法院与网信、公安等部门的合作，形成打击网络犯罪的合力。

（二）平台：完善管理机制，强化内容与账号管理

各类网络平台、新媒体平台作为“把关人”中的核心要素，要将社会效益与公共责任落实到行为规范中，为内容运营提供建设性引导，完善相应的把关机制，强化自身应对风险隐患的能力。

1. 加强内容审核。首先，平台要制定明确的内容审核标准，涵盖专业知识的准确性、合法性、道德性等各个方面。对于特定领域的专业内容，如医疗、法律或金融信息，平台应参考相关行业的标准和最佳实践来制定审核准则。

其次，利用人工智能技术，如自然语言处理和图像识别，对大规模数据进行预处理，对内容进行初步

筛选，快速识别并处理违规信息，建立自动化内容筛选机制。对于高度专业化的内容，平台可能需要依赖该领域的专家进行内容审核和验证，借助自动化工具和人工智能算法，通过预先定义的关键词、模式识别等方式筛选潜在的问题内容，辅助专家审核。

再次，鉴于专业知识和行业标准有可能随着时间的推移而变化，平台需要定期更新相关内容审核标准，并为参与审核的专家和工作人员提供持续的培训和更新信息，以确保审核过程的时效性和准确性。

最后，定期发布透明度报告，详细说明其内容审核工作的统计数据，包括接收的举报数量、处理的违规内容类型以及采取的行动（如删除、限制访问或标记内容），以便于各方监督。2024年4月，TikTok就曾发布第二份欧盟《数字服务法》（简称DSA）透明度报告，重点介绍该平台如何在欧盟27个成员国审核内容，具体包括删除了约1300万条的违规内容和超200万账户[17]，其以详细的平台准则和信息披露内容赢得了目标用户的信任。

2. 完善内容治理。完善行为监测和自动化警告系统，在内容、评论及私信的在线发布过程中，平台系统可以围绕相关屏蔽词自动识别，警告那些行为可能违反社区准则的用户，并在重复违规时限制其账号功能。

一方面，针对谣言的传播，可以优化大数据的风险域控阀门，加大对造谣信息发布主体的处罚力度，尽快建立失信黑名单制度；配合区块链技术，增强内容真伪或人为技术处理的辨识能力，对已辟谣的相关内容做好屏蔽提示和下架处理；增加人机协同的审核机制，对于刻意摆拍和恶意造假的相关风险性视频，应畅通用户的反馈渠道和举报机制，一旦接到举报，即可在相应时限内进行人工审核，以决定是否采取措施，如删除内容、暂停或永久封禁违规账号，加快劣质内容的处理速度。

另一方面，可以通过优化算法和内容推荐系统，设置账号奖励机制及流量倾斜策略，鼓励和推广具有正面价值和社会责任感的内容生产，进一步升级内容布局版面，突出优质内容，促进高质量内容的创作和传播。

当前，微博借助大数据技术打造的微博智搜，通过对信息传播路径、受众反应和情感倾向的分析，可以识别出潜在的风险和问题，并采取有效的应对措施。尤其是在突发公共事件中，通过实时监测和分析，可以迅速发现谣言和虚假信息，及时进行辟谣和纠正，以维护社会稳定。

3. 强化账号管理。加强前台实名认证制度，要求用户在注册时进行实名认证，提高用户身份及平台可信度和透明性，降低匿名传播虚假信息的风险，规范内容生产和传播的权利与责任。针对专业领域的内容创作者（医疗健康、金融科技等）要强化资质认证展示，对未认证资质或资质认证已过期的自媒体，网站平台应暂停提供相应领域信息发布服务。

针对特定的自媒体违法情形可以采取取消互动功能、清理粉丝、取消营利权限等处置措施，形成有效的威慑机制。网站平台还可以健全MCN机构管理制度，对MCN机构及其签约账号实行集中统一管理。除处罚外，平台还可以尝试提供教育资源，如参加在线行为改善课程（如网络暴力相关教育课程），帮助用户了解何为不恰当行为，防患于未然。

4. 开展专项整治。网络平台应针对特定主题或热点事件，定期开展专项整治行动，清除虚假信息、侵权内容、不良信息等，对社会热点、敏感话题进行重点监控，防止谣言和不实信息的扩散，依规办事，防止不作为、乱作为。

比如，“微信珊瑚安全”微信公众号发布《关于持续治理自媒体违规行为的公告》，从造谣传谣、违规营利、直播诈骗等多个板块出发，对违规自媒体用户予以打击和治理，采取账号封锁、关键词屏蔽等多种处理措施[18]。

联动官方平台精准打击，开展跨界合作机制。密切关注并遵守国家法律法规的更新和要求，主动与监管机构沟通，确保平台运营的合规性。与政府、行业协会、学术机构和非政府组织等多方建立合作机制，共同探讨和实施网络治理的最佳实践，形成联动监管的格局。

（三）自媒体：自我规范、约束，共同维护行业健康发展

当下，网络中探讨公共议题的自媒体主要分为三大类：一是传统媒体机构及其衍生出的自媒体账号；二是一些组织化运作的机构与个体；三是游走于灰色地带的私人化、平民化账号[19]。后两类由于缺乏相应的把关机制和专业素养，带着逐利而非公共服务的目的进行信息传播，很容易因缺乏约束而扰乱网络舆论生态，造成不良社会影响，因而急需更有效的行为准则规范来自我约束，提升自身与用户的媒介素养，同时推动提高自身的传播能力与运营能力，为营造良好的文化生态做贡献。

1. 了解并遵守行业规范。熟悉平台相关规则，参加自媒体从业者关于内容创作和传播的相关协议与行

为准则的学习和测试，为创作和传播行为提供指导和约束，明确行为清单下哪些可为哪些不可为，保证自己的行为符合从业标准。澎湃新闻就曾针对自媒体从业规范发布相关普法文章，并以版权问题、用户隐私保护、内容审核、知识产权、未成年人保护五个专题为切入口，开列自媒体人必备的法律自查清单，从源头规避法律风险[20]。

2. 参与媒介素养建设。积极参加平台开展的媒介素养教育项目，提升用户识别虚假信息和保护个人隐私的能力，通过平台资源和公共教育资源共同推动公众媒介素养的提高。如微信官方账号就曾发布真假官号的识别方法：一看认证蓝标，二看账号主体，这些小技巧有助于提升公众信息辨别能力，应进一步宣传和推广[21]。用户作为传播生态中的一员，针对平台上的不良行为也应积极举报，及时反馈，以提高对劣质内容的处理效率。

3. 培养具有正能量的新型意见领袖。自媒体的孵化源，即MCN机构之间，可以形成一定体量的行业组织联盟，对于优秀内容的创作者，可进行相应的激励和表彰，并给予一定的资金支持和流量扶持。与此同时，要使他们明晰自身的社会责任和价值观导向作用，在内容传播生态中营造正向的发展态势。反之，对于传播不良内容的创作者应予以谴责和教育，并辅以相应惩罚，以共同维护自媒体行业的健康发展。

五、结语

随着自媒体逐渐成为公民自我表达和公共议题探讨的重要载体，其开放性和匿名性带来的信息真实性和可靠性问题也愈加突出。本文从框架理论的视角，分析了自媒体在公共议题传播中存在的问题框架滥用、因果解释框架误用、道德框架错位、事实验证框架挪用等问题，并从逐利本质、门槛过低、算法漏洞、监管缺失四个方面分析了自媒体传播乱象的成因。针对这些乱象，我们要建构多方协同的治理策略，从管理部门、平台、自媒体用户等多方面着手进行治理。下一步，应借助平台流量机制设置，邀请自媒体更多地参与官方正能量活动的宣传，联动政府部门发布真实、有效的信息，主动发声、积极发声，使自媒体在公共议题中朝着建设性的方向发展，让自媒体成为民间话语的有力代言人。既能反映舆情民意，又能理性发声、深度思考，共建有情、有理、有价值的互联网传播新生态。

[参考文献]

[1] 祝光耀,张塞.生态文明建设大辞典:第3册[M].南昌:江西科学技术出版社,2016.

[2] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26.

[3] 胡翼青,姚文苑.作为背景的“框架”：媒介研究视角下的框架理论再诠释[J].新闻界,2023,(7).

[4] 陈刚.范式转换与民主协商:争议性公共议题的媒介表达与社会参与[J].新闻与传播研究,2011,(2).

[5] 林晨洁.重返李普曼：拟态环境和刻板印象的思想演进与启蒙[J].声屏世界,2021,(24).

[6] 自媒体摆拍视频类舆情现象分析[EB/OL].法治网,2023-05-17.http://www.legaldaily.com.cn/index/content/2023-05/17/content_8854752.html.

[7] 关于开展“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动的通知[EB/OL].中国网信网,2023-03-12.http://www.cac.gov.cn/2023-03/12/c_1680256771482498.htm.

[8] 微信加大“自媒体”造谣传谣、假冒仿冒等问题的治理力度[EB/OL].界面新闻,2023-11-07.https://new.qq.com/rain/a/20231107A0823V00.

[9] 姚莉,王晓路.全媒体时代的“时”“势”之辨——正面宣传被舆论反噬引发的思考[J].决策与信息,2023,(6).

[10] 粉色头发女孩遭遇网暴,媒体如何报道｜事件复盘[EB/OL].澎湃网,2023-04-08.https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_22614224.

[11] 吴飞,田野.新闻专业主义2.0:理念重构[J].国际新闻界,2015,(7).

[12] 以案释法丨侵犯他人名誉权,应承担何种法律责任？[EB/OL].澎湃网,2024-04-07.https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_26948743.

[13] 习近平.互联网不是法外之地[EB/OL].求是网,2021-10-13.http://www.qstheory.cn/zhuanqu/2021-10/13/c_112

7952040.htm.

[14] 关于加强“自媒体”管理的通知[EB/OL].中国网信网,2023-07-10.http://www.cac.gov.cn/2023-07/10/c_169063

8496047430.htm.

[15] 明确了！自媒体造谣传谣,平台也要承担责任[EB/OL].澎湃网,2023-07-22.https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_23955344.

[16] 刘嫚.杭州、北京、广州三家互联网法院院长对话,畅谈新技术带来审判模式变革[EB/OL].中国大数据产业观察网,2019-10-15.http://www.cbdio.com/BigData/2019-10/15/content_6152182.htm.

[17] TikTok发布第二份关于欧盟内容审核透明度报告[EB/OL].电商报,2024-04-29.https://www.dsb.cn/244200.html.

[18] 微信加大“自媒体”造谣传谣、假冒仿冒等问题的治理力度[EB/OL].界面新闻,2023-11-07.https://new.qq.com/rain/a/20231107A0823V00.

[19] 自媒体人必备法律自查清单,法律风险规避[EB/OL].澎湃网,2024-02-23.https://www.thepaper.cn/newsDetail_for

ward_26440353.

[20] 曹开研.流量思维主导下的“自媒体”乱象整治[J].青年记者,2023,(9).

[21] 黄楚新.我国自媒体发展现状、问题及对策[J].人民论坛,2022,(22).

[责任编辑：汪智力]

On the Chaos and Governance Strategies of Self-Media Communication in Public Issues: An Analysis Based on Framework Theory

YU Ren, LIANG Yongshi

Absrtact: In the era of mobile Internet, the rise of self-media has met the needs of social decentralization. While it has a positive impact, it has also fostered a lot of communication chaos, which has a negative impact on government credibility and media communication power. The commonly used frameworks for self-media in public issue communication include thematic framework, emotional framework, narrative framework, interactive framework, and selective framework. From the perspective of framework theory, self-media commonly faces problems in public issue communication, such as stereotypes and ambiguity caused by the abuse of problem frameworks, biased interpretations caused by the misuse of causal frameworks, deliberate framing due to the misalignment of moral frameworks, and distortion of truth caused by the appropriation of factual verification frameworks. The main reasons for this are excessive pursuit of profits leading to illegal information dissemination and operation, low professional barriers resulting in uneven information quality, algorithm loopholes accelerating the spread of low-quality information, and inadequate supervision leading to intensified online violence. To this end, we should address the chaos of self-media communication from three levels. Firstly, the management department should improve laws and regulations, strengthen platform responsibilities, and establish a rapid response mechanism to enhance the macro management level of self-media networks and platforms; Secondly, the platform needs to further improve its management mechanism, strengthen content and account management, regularly carry out special rectification actions, and ensure the compliance of platform operations; Thirdly, self-media should strengthen

self-regulation and restraint. The industry should understand and abide by industry norms, participate widely in media literacy construction, cultivate new positive opinion leaders, create a good cultural ecology, promote the improvement of its own communication and operation capabilities, and jointly maintain the healthy development of the industry.

Keywords: self-media; public issues; spreading chaos; framework theory; cyberspace governance; algorithm vulnerabilities; social media

[基金项目] 广东财经大学学位与研究生教育改革研究项目

[作者简介]
余人，男，湖北仙桃人，文学博士，广东财经大学人文与传播学院、网络传播学院教授，硕士生导师，主要从事新闻传播、编辑出版、企业文化、新媒体传播等研究；梁咏诗，女，广东佛山人，广东财经大学人文与传播学院、网络传播学院硕士研究生。