

灾难报道中基层融媒的社会功能

——台州广电集团战“疫”全媒体报道探析

张青松

摘要:灾难事件发生后,人们总是急切地想知道到底发生了什么事情。在新闻报道中,灾难报道因灾难的突发性、冲击性而成为重要的报道类型。随着技术发展和社会进步,灾难报道正逐渐从传统的承担信息传递、社情民意表达、社会帮扶救助,发展到现代的公共信息服务、权威政策导航、社会舆

论引领、社情民意交互和重大风险化解等重要功能。近几年来,随着移动互联网的发展,新媒体强势崛起,基层媒体面临角色定位转变。在这个媒体融合的时代大背景下,基层媒体如何创新做好灾难报道?本文从城市台融媒视角出发,结合当下“新冠肺炎”疫情报道热点,分析探讨灾难报道中基层融媒

的社会功能。

关键词:灾难报道 基层融媒 疫情报道 社会功能

一、灾难报道的范畴和理念发展

灾难分为自然性灾害和社会性灾害两类,也就是“天灾”与“人祸”。灾难总是以其突发性和破坏性给人类带来巨大的

伤害和损失。灾难发生后,人们会迫切地去了解相关的信息,媒体的报道自然就成为社会关注的焦点。灾难报道因灾难的突发性、破坏性、冲击性和社会负面性所具有的异常巨大新闻价值而备受重视。

灾害新闻多指自然灾害新闻,“即以灾害孕育、发生、发展、危害及预防、抗灾、减灾等人类与之斗争为题材的新闻体裁”^①。国内新闻界对灾难新闻的报道理念和报道方式经历了很大的变化。2003年“SARS非典事件”的公众信息公开化,2008年“5·12汶川大地震”的超长时段直播及新媒体介入报道,被学界公认为中国灾难报道理念发展的两个重要转折点。而在2020年1月发生的新型冠状病毒肺炎疫情则把灾难报道推升到史无前例的高度。与2008年前的媒体生态不同的是,当下的全媒体融合使得灾难报道不仅仅仰仗于电视直播,还通过全媒体多屏同步直播和文字、图像、短视频、微视频的多媒滚动直播来实现。

二、基层融媒报道在灾难中的社会功能

在全媒体生态中,传统媒体与新媒体拥有各自优势,两者相互融合、协同共振形成了一个崭新的新闻传播生态,为受众提供了更加优质的新闻服务,进而提升自身公信力和传播力。台州广电在“新冠疫情”全媒体报道实践中,通过全媒体融合的生产模式,整合全流程资源,实现广播、电视、新媒体三位一体的同网、同平台制

作,将“新冠疫情”相关资讯快速有效地进行分发传播,成功实践了基层融媒在灾难报道中的多维度的社会功能。

(一)主打传播力 担负公共信息的服务器

“传播力是传播主体充分利用各种手段、实现有效的信息传播的能力。”^②新闻媒体以信息传播因子作为自己的基本新闻要素。新闻产生于人们对信息的需求,这一特点在新媒体时代尤为突显。去年公布的玛丽·米克尔互联网趋势报告显示,全球互联网用户和智能手机数量增速放缓,人均使用网络的时间却在增长。这意味着,对用户时间和注意力的竞争会越来越激烈,内容成为“信息黄金”。^③而在灾难事件发生时,人们对信息的需求达到峰值。在这次“新冠疫情”防控宣传报道中,台州广电集团第一时间调整春节假期安排,紧急启动突发事件应急响应一级预案,迅速进行全媒体动员,实行“统一力量、统一调度、统一策划、统一编排、统一实施、统一发声”,以全媒体要求主打传播力,实现力量大整合,形成舆论大合唱,全方位打好战“疫”宣传硬仗。

1. 全媒体节目调整。1月20日上午10点41分,台州广电集团移动客户端“无限台州”发布了第一条疫情报道《省卫健委:5例武汉到浙并现发热等症状的患者正隔离治疗》,标志着持续进行的防疫报道正式启动。与此同时,广播、电视等传统渠道同步跟进,启动应急节

目编排,统一开设了《联防联控 共克时艰——台州战“疫”进行时》专栏,全媒联动,聚焦疫情防控,快速、持续地发布疫情相关信息。

2. 全媒体人员集合。在保证原有新闻报道的基础上,按全媒体要求全面整合采编人员,从各个广播、电视频道抽调采编力量,组成“战疫”宣传应急团队,统一指挥、统一调度,即刻投入到“新冠疫情”防控宣传报道中。

3. 全媒体滚动直播。大时段开启全媒体直播特别节目,应急广播每天10小时不间断播发最新信息;广播、电视各频道打通原有时段开展疫情报道,通过直播报道、专题报道等形式介绍疫情动态;“无限台州”APP自1月20日发布第一条疫情信息后,不间断通过图文音视频等多媒体形式综合滚动直播。截至3月9日8:30,共计发布滚动直播67场;发布抗“疫”报道1955条,创造了1585.6万的千万级阅读量;发布短视频新闻403条,阅读量达217.7万。

(二)捍卫公信力 担当权威政策的导航者

移动互联网时代人人都有麦克风,处处话语喧嚣。信息从媒体对人的价值性传播,变成人与人的直接传播,媒体作为信息过滤器的作用却被弱化,甚至摘除。从近几年发生的灾难性事件可以看出,灾难事件的报道,新媒体总是首发。但我们观察到灾难报道中的独特现象:群众对于信息的需

求空前高涨,受众往往会逆回流到主流媒体面前。台州广电集团全媒体滚动直播报道《最新 | 台州连续 21 天无新增确诊病例,累计 146 例,出院 137 例》阅读量达 170.5 万;《重磅 | 台州出台“支持民营企业渡过难关 20 条”》阅读量达 78.5 万;图文直播贴《持续更新 | 台州辖区高速 10 个收费站出口 30 日 0 时起关闭》阅读量达 27.1 万。这几个数字充分反映了受众对权威政策信息的渴求,我们的灾难报道恰恰满足了受众对权威信息的需求。

主流媒体的把关人有效核实甄别信息,可以最大程度地确保真实信息的传播,提供优质信息服务和满足信息需求。尤其是党媒与政府部门长期以来深度合作的基础和默契,使得传统媒体拥有网络无可比拟的权威政策导航者功能,在灾难报道中成为消除各类杂音碎语的中流砥柱。2012 年以来,《小康》杂志连续开展媒体公信力调查,在各类传统媒体、新媒体中,电视媒体的公信力始终处于首位。^④“新闻传媒的公信力是新闻传播能够获得受众信任的能力,反映了新闻传媒以新闻报道为主体的信息产品被受众认可、信任及其赞美的程度。”^⑤没有公信力的媒体就没有生命力。

(三)掌握话语权,担纲社会舆论的引领者

“舆论导向是一种话语权、主导权,话语即权利,主导即决定。”^⑥灾难期间,人们对信息的渴求和信息供给之间的

矛盾,一旦失衡极易出现谣言和次生灾害。况且,灾难事件易诱发信息危机。信息危机带来的并非是社会文化或经济等单一方面的影响,而是层出不穷的谣言与误导性信息导致的社会动荡。网络上不实信息蔓延、谣言烽烟四起、不信任感加强,甚至产生民众恐慌。谣言只能通过真相来揭开,地方政府只有将正确的信息交给有公信度的主流媒体、意见领袖、权威人士,及时地对不实谣言进行澄清,才是解决恐慌的唯一解药。典型案例有非典期间的抢盐风波、抢购板蓝根谣言以及本次新冠肺炎疫情中抢购双黄连口服液等诸多谣言。“澄清谬误、明辨是非,是新闻舆论工作原则性和思辨作用的集中体现,关系意识形态安全,关系形成社会共识。”^⑦信息及时公开透明是预防谣言的首要条件,其次在于主流媒体的舆论引导。“媒体发展的关键在于,媒体能否有效推进信息消费升级,让主流声音成为流行。”^⑧在此次新冠疫情防控报道中,台州广电在力求信息及时迅速和准确的同时,恪守党媒使命,把握报道导向,引导社会舆论,营造了良好的舆论生态。

(四)深入群众 承担社情民意的交互者

“坚持一切为了人民、一切依靠人民,充分发挥广大人民群众积极性、主动性、创造性,不断把为人民造福事业推向前进。”^⑨“以人民为中心”是习近平新时代中国特色社会

主义思想的精髓。灾难报道中坚持以人民为中心,坚持人民是报道的主体和服务对象,围绕人民所思所想所求,充分报道人民群众的意见、愿望、要求和呼声,解决人民群众在灾难中的困难诉求是灾难报道的核心。

在这次全媒体战“疫”报道中,台州广电集团推出了《“疫”线日记》系列短视频。在内容上,呈现的其实都是一些在防疫工作中的小事情,有交通卡点的夜晚值守,有超市物资情况,有小区防疫管理,有企业为医护人员献爱心等,这些算不上大新闻,但因为依靠新媒体短视频的及时和纪实的呈现,可以给观众一种“我就在现场,看到事情发生”的观感体验。而且在移动互联时代,由于碎片化的传播,观众往往对于宏大的叙事和第三者角度播报式的新闻,接受程度相对不高。反而对一些有现场、有带入感的,带有一定主观性视角的视频更加感兴趣。《“疫”线日记》系列短视频以记者自拍而产生带入感,通过一定主观性的描述,给观众呈现了第一手的事件。这些短视频在疫情比较严重,严格管控、限制出行的那个时间段,给被居家的观众带来了外界的现场,进一步激发他们的兴趣点,在传播效果上实现了交互,在百姓情感上实现了共鸣。

移动互联网时代,把传统媒体的内容优势和新媒体的创新优势进行有机地整合,通过打造一个高效的全媒体内容分

发平台,不仅拓展了传播介质,也对传播内容进行了挖掘再造。更突出的在于通过新闻报道中受众意识的培塑,实现了媒体融合后信息发布的即时性、共享性和交互性。可以说,受众意识的培塑与交互,是基层融媒沟通民意、成功转型的基石。

(五)融合共振 成就重大风险的化解者

灾难虽然往往以单一状态出现,但其背后却可能隐藏着一系列的自然或社会问题。基层融媒体的互动功能,在灾难报道中发挥着凝聚人心、汇聚力量、协调各方的重要作用,媒体可以借助技术手段实现文字、音频、视频、数据等多种表现方式的创新表达,以正能量来促进风险的化解。

这次新冠肺炎疫情防控报道中,台州广电集团从防范化解风险的高度,践行“新闻+服务”的理念,融合了广播、电视、网络、手机、微博、微信等多种形态于一体,以更广泛的视角为用户提供减灾避灾,灾后自救等相关信息和科学知识。《健康直播间》特别节目——“防控疫情,我们在一起”,邀请医学专家走进演播室介绍如何防范“新冠疫情”,仅直播时间段的网络点击量就超过了10万,每期节目的累计回放量近20万次。防疫宣传微剧《送口罩》,在微信朋友圈形成转发热潮,累计点击量达到20万+,很多网友纷纷留言:“故事虽短,但触动了心灵深处的泪点”。系列短视频《疫情防控来宣讲》,

用百姓喜闻乐见的方言“三句半”形式来宣传防疫知识。该短视频在集团“两微一端”发布后,单条点击量达到25万+。同时,精心制作的短音频也被全市各乡村广播广泛播送。

灾难报道,最终的目的是以人为本、防灾减灾。大疫面前,防范是重点,把防疫知识通俗易懂地传达给广大群众,教育和引导广大群众提高自我防范保护的意识与能力,这项工作,新闻媒体责无旁贷,地方融媒体更是要冲在最前沿。

三、结语

2019年全国地市级广电已全面进入融媒改革。台州广电融媒完成了全台队伍、内容、渠道、平台、经营一体深度融合,实现了内容产品化思维转变,加速了自主开发的、具有自主知识产权的融媒体客户端的迭代,联合台州区域内的县市区广电媒体,朝着联动政府、打造城市品牌与服务模块升级的方向发展,并逐步探索融媒商业模式。从2019年的防御“利奇马”台风特别报道,到2020年的新冠肺炎疫情防控报道,我们通过一次次融媒灾难报道的实战,充分运用地市级媒体的优势,借助并调动人民群众,成功减灾救灾,不但获得极高的美誉度和广泛的影响力,同时实力证明传统广电融媒转型在当下传播界仍具有不可撼动的江湖地位,地市级融媒的社会功能同样具有时代的价值,当然,随着社会的进步与发展,基层融媒的社会功能还有待进一步开拓提升。尤其在当下,面

临突发的武汉肺炎疫情,举国上下众志成城,群防群控,合力打响了一场阻击疫情的人民战争,一个新的挑战正在检视着我们基层融媒的危机处置能力。

参考文献:

①刘海贵.新闻采访教程[M].上海:复旦大学出版社;2002:251.

②程曼丽.北大新闻传播评论.2013年版.北大出版社.

③刘赫.人民日报经济透视:当内容成为“信息黄金”2019年08月13日 来源:人民网-人民日报.

④章巧明,林尧增.提高供给力 提升引导力 增强传播力——台州广电集团神话新闻立台实践《中国广播电视学刊》2018(06) 40.

⑤郑保卫、唐远清:《试论新闻传媒的公信力》,《新闻爱好者》2004年第三期.

⑥习近平新闻思想讲义 人民出版社2018年6月第一版65.

⑦《习近平新闻思想讲义》.北京:人民出版社,2018:51.

⑧丁磊:推进信息消费升级 让主流声音成为流行 2019-07-29 网易.

⑨习近平 在庆祝中国共产党成立九十五周年大会上的讲话 2016.7.1 十八大以来重要文献选编 下 中央文献出版社2018年版 352.

(作者单位:台州广播电视电影电视集团)