

全力聚焦 全时发布 全媒引导

——媒体硬核出征新冠肺炎阻击战

揭雨兴

2020年春节来临之际,新型冠状病毒肺炎疫情突然来袭。常山传媒集团迅速贯彻常山县委县政府关于疫情防控的宣传报道要求,以敢打硬仗的作风、突破常规的勇气,全力开展新冠肺炎阻击战特别报道。统筹做好联防联控和宣传报道,统筹做好新闻宣传和教育引导,统筹做好本级宣传和上下联通,全力聚焦、全时发布、全媒引导,为全县疫情阻击战提供了极为重要的舆论支持。

一、正面引导,及时回应社会关切

事关身体健康的信息,是公众比较关注的,也往往是线上线下各种谣传的热点话题。主流媒体要及时公布相关信息,发挥舆论引导作用。

一是发布疫情信息,提升公众防控意识。针对社会上关于新冠肺炎的各种传闻,今年1月22日,常山发布推送了《关于冠状病毒防护,你需要了解更多一点》,从病情特点、预防措施、救治费用等社会关注的话题,及时辟谣,给出官方权威解读。紧接着,又报道了常山县委常委传达学习习近平总书记关于新冠肺炎疫情的重要指示精神和李克强总理批示要求,以及常山县的防控情况,提升社会对新冠肺炎的关注度和防控力。发布疫情信息时,我们注重从党委政府防控的角度做出正面推送,不夸大、不渲染疾病

发生情况。1月24日(大年三十),发布《常山县新型冠状病毒感染的肺炎疫情通报》。当天常山县确认1例输入性新冠肺炎确诊病例,系武汉返常人员,正在接受隔离治疗,属轻症病例。所有密切接触者均在医学观察中,未见异常。这则通报澄清了社会上的各种谣传,同时也让公众产生警觉——疫情就在身边,不可麻痹大意,抱有侥幸心理。

二是发布防控指南,发动防疫“战争”。正月初一,发布《关于加强新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作的通告(第2号)》,明确疫情防控要求,对涉及疫情重点区域的人员进行摸排、隔离,宾馆、酒店、图书馆、体育场等公共场所全部关闭,要求广大城乡居民春节期间居家为主。这条信息引起公众大量阅读、转发,阅读量达44万人次,为最大限度地减少春节期间拜年聚会打下良好的舆论基础。强化出门戴口罩、正确处置口罩,最好不见面、见面不握手,不拜年、不宴请、不打牌、不串门等公益宣传,让“口罩文明”“远程拜年”在这个春节蔚然成风。同时,根据疫情发展特点和重要节点、天气状况,不断更新推送疫情防控要求。如针对天气晴朗有人聚集晒太阳、元宵节可能聚会聚餐等,常山传媒集团提前谋划,作出预警宣传,避免人员集聚。在做

好治疗进展动态报道的同时,加强防控意识的提醒,努力发挥媒体在疫情防控中不获全胜决不收兵的作用。

三是发布治疗信息,鼓舞防疫士气。年前,常山县青石镇江家村一位青年从武汉回来举办婚礼,后来成为常山县首例新冠肺炎确诊患者,仅本村就有94位村民与其有过亲密接触,一时成为城乡居民谈之色变的疫情新闻。根据要求,这些村民都进行隔离医学观察。既要做好防范、治疗的宣传,又要客观冷静处置相关信息,这无疑考验着媒体的智慧。对此我们及时报道了94位密切接触者解除隔离医学观察、常山首例确诊患者治愈出院、常山5位医护人员驰援武汉等社会关注度高的新闻信息,提振了抗疫士气,鼓舞了战疫斗志,让“武汉加油!”“中国加油!”更值得期待,更具舆论基础。

二、全面动员,融媒聚焦推送特别报道

在重大突发事件中,媒体面临着组织力、领导力、影响力,以及选题策划和把控等能力的考验。在特别的时候要有特别的举措,让特别报道彰显媒体的独特价值。

一是采编提前返岗,开展报道工作。全体采编人员放弃春节假期,投身疫情防控特别报道,推送了300多条专题内容,除了新闻信息、感人故事,主要

还有各级党委政府的抗疫要求、防控工作动态、防控知识等,刊发、转载评论文章,注重公众引导,强化舆情疏导。“常山发布”突破每天推送一次、每次不得超过三条的常规节奏,改为每天推送三次、每次五条左右的全时发布新常态;“慢城常山”App一天24小时在线,随时发布信息。这两个平台成为常山县委县政府发布信息的主平台、社会各界了解疫情防控信息的主渠道。加强村居联防联控典型经验的宣传推广,采编“常山:千群齐心、全民战疫”系列报道。深入挖掘联防联控中涌现的感人故事,运用文字、图片、短视频等形式,集中推送“温暖抗疫路”等暖心新闻。

二是弹好钢琴,兼顾联防联控和新闻宣传。根据省里的“一级响应”要求,为全力做好节后返岗疫情防控工作,确保防疫工作量化、细化、闭环管控,媒体单位和其他机关事业单位一样,要确保一半力量下沉到社区,开展联防联控。这大大分流了采编队伍。加上部分采编人员在衢州市外过春节,不能按时返回,即使返回也要居家隔离14天,更让采编力量捉襟见肘。为此,在岗的采编人员既做好联防联控,也兼顾采编工作,发扬不怕苦、连轴转的精神。同时,在市外或居家隔离人员开展线上办公,做好编辑排版、通讯员联络以及相关材料整理等工作,弥补人员紧缺的短板。

三是上下联通,构建立体式宣传格局。启动农村应急广播,遍布城乡的1559只大喇叭发挥了强大的作用。在及时播报各级党委政府疫情防控工作动态、疫情防控具体措施以及

相关公益宣传的基础上,创造性地推出常山方言节目“徐半边开讲了”,普及防疫小贴士,已经播报30多期,发挥广播滚动宣传、强力灌输的优势,形成铺天盖地、入耳入心的疫情防控宣传局面。推送通讯员撰写的“隔离日记”和“联防联控工作手记”,开展体验式报道。合理利用“常山慢城通”微信公众号平台,从乡镇端口搜集报道线索,开展深入采访报道。大力向上级媒体推送新闻作品,新华社、人民日报、中央电视台、浙江日报、浙江卫视等均已大量采用,形成常山外宣新高地。

三、深入挖掘,大力报道正面典型

正面报道是主流媒体永恒的主题,媒体要善于发现典型、报道典型、讴歌典型,弘扬真善美,传递正能量。

一是紧扣社会关注,宣传医护人员典型。疫情初期,医务人员交叉感染是社会关注的一大热点话题。常山卫生健康系统也有很多“逆行者”,纷纷主动请缨,如医务工作者请战、医护夫妻并肩作战等感人事迹。我们深入医院感染科,采访了这些生命的守护者。制作成的《常山:感染科医生王勇的战疫日记》短视频,当天阅读量达到13万。一位护士来不及脱下防护服、摘下护眼罩就靠着门框睡着的“最美防护服姐姐”图片,刷爆微信朋友圈成为网红,获得点赞近500万;当代著名作家、诗人黄亚州也被深深打动,特意创作了诗歌《她的梦是长脚的》。

二是发挥示范作用,开展防控先进报道。及时推送党员干部推迟宴请聚会、爱心人士捐钱捐物捐献口罩等典型案例,

推送入户排查、源头防控,正确佩戴、处理口罩的典型经验,新闻主播示范戴口罩,努力提高群众防范意识,消除恐慌心理,发挥服务中心、稳定人心、凝聚力量的作用。着重报道“党建统领+基层治理”防控体系,“三联工程”(组团联村、两委联格、党员联户)在疫情防控中的独特作用,党员干部带头开展人员摸排和公众劝导,带头干在防控一线,带头不拜年不宴请不打牌不串门,发挥了“红细胞”作用,为疫情防控提供了强大正能量。其中《江家村支书的一周战疫》短视频阅读量达22万,获得广泛好评,为一线抗疫工作树立了鲜明典型,主人公被县委县政府通报表彰。《暖心,百岁老人取消寿宴》《常山89岁老人的一封暖信》《这信,比汤圆还甜》等报道,表现了群众主动参与配合疫情防控的感人故事,引发网友广泛共鸣。

三是挖掘工作经验,推进疫情联防联控。联防联控、居家隔离等疫情防控的特殊措施,给城乡居民生活带来一些不便,也会造成一定心理影响,让少数人产生抵触情绪。既要有防控力度,也要有人性温度,这不仅是联防联控需要思考的问题,也是媒体宣传需要把好的尺度。记者在一线采访中,发现有的地方创造性地开展联防联控,如用“福”字代替封条、用彩旗制作隔离线等,既体现了居家隔离硬管控,也符合百姓吉祥喜庆的心理需求。媒体对这些人性化的举措做了集纳式展示宣传,进一步推进了工作创新,为融洽社区、联防联控单位与居家隔离人员的关系加油鼓劲、推波助澜。

(作者单位:常山传媒集团)