



# 融媒体环境下 如何利用广播优势 做好灾害报道中的“正能量”传播

吴 洋

**摘要:**自然灾害报道是所有新闻传播活动中较为重要的一类,直接或间接关系到社会的和谐与稳定。“正能量”传播并不是一个新生概念,我们有必要对它的概念和表现方式加以辨析、反思和总结。而在自然灾害报道中,传统媒体一旦与新媒体紧密结合,实现较好的融媒体传播,其效果是那些“生来”就是新媒体的自媒体等所无法比拟的。

在传统媒体中,广播不论是在做自然灾害报道的融媒体传播,还是在做灾害报道中的“正能量”传播方面,都有着自己独特的优势。本文将从上述两个方面阐述传统媒体实现融媒体后在自然灾害报道中正能量传播的意义和方略。

**关键词:**自然灾害 广播  
融媒体 正能量

## 一、自然灾害报道中“正能量”传播的意义

我国是一个自然灾害频发的国家,自然灾害报道不但考验着新闻工作者的专业素养和水平,也促使媒体人在报道中不忘初心、展露关怀。

灾难事件一般包括自然性灾难(如地震、台风、海啸等)和社会性灾难(如恐怖主义袭击等)两类。本文的研究对象主要

是以台风为例的自然灾害。有研究指出,面对突发灾难事件,媒体应发挥三种功能:(一)报道灾情的功能;(二)提供各种防灾救灾信息的功能;(三)提供灾区重建类信息的功能。<sup>①</sup>笔者认为,这其中还应该增加一种媒体功能,那就是“传播正能量”。

2012年,“正能量”一词开始出现在公众的视野内。它指的是一切予人向上和希望、促使人不断追求、让生活变得圆满幸福的动力和感情。<sup>②</sup>

自然灾害报道中的“正能量”传播对社会、对公众的心理有着非常重要的意义,笔者将其总结为四点:(一)避免不安、恐慌情绪蔓延;(二)给人以信心和希望,增强人与人之间“守望相助”的凝聚力;(三)增强民众对国家的认同感和自豪感;(四)指导人们下一次更好地预防和应对灾害。

## 二、如何在融媒体环境下做好自然灾害报道的“正能量”传播

什么样的报道才能称得上是真正的“正能量”传播呢?笔者打算从以下四个方面展开论述:

第一,灾害报道中的“正能量”传播应该首先满足民众的知情权,做到灾害信息发布及时、公开透明。

自然灾害的发生有其不可预测、难以抵抗的非人为因素,因此自然灾害造成的人员伤亡、财产损失等并不等同于“负面报道”,不应该把这类报道视为与“正能量”传播相对立的“负能量”传播。让公众及时、客观地获取灾情的相关情况,这应该是“正能量”传播的一个方面。

在眼下微博、微信高度普及的时代,人人都有一定的话语

权。重大突发性自然灾害发生后,个人发布的微博、微信信息短时间便会引发广泛关注并持续发酵。对灾情信息捂着不发或者避重就轻,显然是不明智的,这种做法不但会在事态发展的最初阶段就失去主动权,还会变成“负能量”信息。

另一方面,正因为人人都可以随时随地地上网发布信息,这就造成灾害发生后网上的信息过于零碎、过于片面,甚至会出现一些可能造成恐慌的谣言,人们开始焦虑不知从哪里获取准确的第一手信息。这个时候,人们通常会先想到具有权威性的政务型微博、微信公众号,但是这一类的微博、微信发布信息的速度和容量似乎跟不上大众的需求,于是就需要有一个或几个权威性的媒体能“脱颖而出”,担负起实时地、不间断地、准确客观地报道灾区情况的重任。

这里说的“媒体”指传统媒体,因为传统媒体的记者经过专业训练,冲在灾害现场第一线,给人带来的信息较为客观真实。虽然以自媒体为代表的新闻媒体的兴起使得传统媒体陷入到时时面临挑战的嬗变格局中,但新闻生产链经过长期考验和积累,传统媒体在灾害事件传播中仍然占据主导地位。这种主导地位一旦与新媒体手段相结合,较好地实现融媒体传播,其效果是自媒体等望尘莫及的。

以台风“利奇马”登陆浙江为例,今年8月9日至11日,浙江之声官方微博共发布信息近800条,微博话题#直击利奇马#点击总量接近5000万。人民日报微博和央视新闻微博转发浙江之声内容共15条。新浪微博的官方评价是:“对突发灾害成功救援起到‘定海神针’的作用。”同时,网友们在微信、微博后台的留言也很能直接说明这种“正能量”传播的效果,“在各大新闻客户端都有‘浙江之声’的身影!好样的!”“心疼媒体记者,您们辛苦了。祝平安,爱浙江之声”。更有网友在微博上艾特了另一位网友,让他不要相信谣言,直斥某位知名互联网资讯博主乱发损失数据信息,并称想知道权威的信息发布要去看浙江之声。

第二,灾害报道中的“正能量”传播应该更多地将着眼点落



到平凡人身上,发掘平凡人身上的闪光点,让受众看到人性的光辉,看到爱和希望,感受到人与人之间在大难面前的守望相助。

这里,笔者想特别强调“平凡人”这个概念。越平凡的东西越真实,越真实的东西越能打动人心,哪怕只是一张照片、一个声音。比如,抗台报道期间,浙江之声微博关注了数百个暖心故事和瞬间。其中,最受关注的是8月11日浙江之声发布的一组正能量图片《浙江临海:奋战一晚的救援人员席地而睡》。这组图片被人民日报、央视新闻等转发,在人民日报微博上该条阅读量达8315万,同时还引发娱乐圈、体育圈等众多流量明星的转发。在大量的视频和图片中,传播效果最好的往往就出在譬如“睡觉”、“吃饭”这些“平凡人”都要做的“平凡事”的点上,因为有灾害救援这一大背景,这些“平凡事”显得格外不同,对于现场外的受众来说也有一种非常真实的感动。

根据笔者观察,这些“正能量”传播中包含“平凡”之意却收获不俗效果的例子还有很多。比如,8月11日浙江之声发布了题为《这么多线路跳了,我尽力了,但还是感到无能为力……》的微博,至今为止点击量已超过50万,由此引发的话题#电力检修员被强制休息大哭#的阅读量达237.4万。这个新闻素材随后也被微信的各大公众号转发。



主人公——杭州钱塘新区线路运检一班90后小伙田汉霖的哭容令人印象深刻,每个人都有能力的界限,并不会在危难时就变成超人。田汉霖因为达不到理想中的目标而哭鼻子,像极了每一个曾经因为考试成绩不佳而懊恼沮丧的我们,所以这样的“平凡”真实而可爱,更加让人觉得感动。

再比如,浙江之声在各大新媒体平台推送了一篇题为《台风天,临海几乎全城被淹,这个小区却挺住了!全因业主一起做了一件事》的报道,其中用文字、视频充分展现了这个小区百名业主众志成城挖土、找沙袋替代物、加固挡板、保障后勤等等一系列“守望相助”的生动过程,让受众也能充分体会到受访业主所说“一家人的氛围真的出来了,感觉是真的不一样了”的和谐感。这条推送的视频点击量仅在微博上就达到了176万次,点赞数超过2.5万。

抓住了平凡人身上的闪光点,报道就会很动人。再比如,温州市永嘉县山早村村干部徐文海,在村支书这一特殊身份背后,他首先有个“平凡”的身份——他母亲的儿子。但救出六个村民后,迎接他的却是与自己母亲的永别。所有救援人员在其职业、社会属性之前首先是别人的丈夫妻子、父亲母亲、儿子女儿,这些“平凡”的身份使他们的平凡故事更充满了大爱。

第三,灾害报道中的“正能量”传播应该实现区域性融媒传播与全国性融媒传播相结合的互动场景,这样才能更好地激发国民的自豪感和对国家的认同感。

在浙江媒体踊跃报道各地救援队纷纷出动救灾时,人们会

发出诸如“浙江人民真团结”“浙江,加油”“浙江是个温暖的地方”的感叹;但如何将这些仅针对某个区域的正面评价上升到国家层面的认同感和自豪感,却是个值得深思的问题。笔者认为,关键在于这样的融媒传播过程中,本地媒体是否与全国性权威媒体建立一种良好的互动关系,双方是否形成一种相对顺畅的资源共享模式,即本地媒体提供灾区情况、救援细节,全国性媒体提供本地媒体所向往的大号流量,从而引起全国范围内的广泛、持久、深入的关注。

同样以浙江之声的融媒媒体实践为例,浙江之声通过央视新闻+APP共发布台风“利奇马”视频共41条,4条视频入选央视新闻移动网首页精选。央视《晚间新闻》节目还选用了移动网矩阵号中浙江之声发布的两个视频,并标明来源。央视新媒体还把这些暖心视频和浙江之声记者现场报道加以集合,在微博和央视新闻抖音号发布。

另外,浙江之声微博发布的《今晚20时—21时,浙江临海或发生超历史性大洪水》《临海市中医院回浦路院区断水断电》这两则消息,被人民日报、央视新闻官方微博“紧急扩散”转发,第一条冲上微博热搜第2,全网阅读量超10亿。而在第一条微博的人民日报评论区,笔者看到了这样的评论:“哪怕我们实际做不了什么,但是我们也想知道,我大祖国一方的受灾地区人民是否安全,灾情的时时情况如何?也许身处祖国的天南海北,但是我们都是中华儿女,应该团结一致,互相关心!祈祷一定要顺利度过这道难关!保佑平安!”还有一则留言则是:“没经历过大洪灾的人不会懂看着水

漫上来时的心情,更加不会懂看到解放军划着船来接我们的感动,那时真是断水断电没信号不知道会不会有人来救,国家不会不管任何一个人,我相信军人消防员他们已经在路上了。”

在谈起探索传统媒体的融媒体之路时,我们以往最先想到的是与新媒体的融合,但是这里笔者想强调的是,地方媒体与全国性媒体上下通达的融合发展也应是题中之意。这种区域与全国相联结的融媒体传播方式,既承载着鼓舞受灾地区人民士气和振兴受灾地域的重要职责,也有利于在广大受众的瞩目下,将区域内“正能量”的一面放大到全国范围,以增强民众对国家的认同感。

第四,灾害报道中的“正能量”传播应该对本次灾害发生和灾害报道有反思、对下一次可能发生的灾害有警示的指导作用。

灾害发生后的一个月是媒体的灾害报道最为密集的时段,之后随着新闻热度的减退,报道数量会迅速减少,关注度急剧下降,日本学界将这种现象称为新闻的“风化”。<sup>③</sup>灾害报道中的“正能量”传播应该不仅仅在灾害新闻的热搜期,还应该在后续跟进上重新发现一些有价值的新闻点,并进行进一步探讨与扩展,同时也能够及时发现和总结自身报道中存在的一些问题。

### 三、自然灾害报道中,广播在探索融媒体发展方面的独特优势

在这次的“利奇马”台风报道中,为什么浙江之声能在融媒体传播中脱颖而出呢?笔者认为,主要原因有以下三点:

第一,由广播本身的媒介属性决定。

在新媒体时代到来以前,广

播一直具有成本低、回报大、时效性强的特点。相对于其他媒介形态,广播新闻的这三个优势显而易见:(1)快捷。广播新闻与电视新闻不同,前者没有节目编排时间以及刊登报纸的时间,广播新闻具有优于电视和报纸的重要特点就是快。(2)灵活。它可以随时随地进行插播,或改变原来的播出节目单,在短时间内拉起大直播特别节目。(3)制作简单、信息量大。<sup>④</sup>

在灾害报道的融媒体传播中,快捷、灵活、制作简单意味着可以源源不断地满足受众实时的知情需求。毫不夸张地说,在灾害发生的初期,谁提供的信息准确、量大,谁的信息量发布铺开的面广,谁就越容易掌握主动权。同时,灾害报道的实时传播并不需要大量的文字或复杂的画面,广播新闻采编人员只要掌握基本的图片处理和短视频拍摄、剪辑技术,就可以达到较好的传播效果。而这一点,恰恰符合他们长期以来形成的业务习惯。

第二,省级广播台有一套相对成熟、完善的组织体系和针对上报稿件质量、数量的激励制度。

鉴于人力、财力、精力的局限,省级广播记者不可能到达灾区的角角落落去了解各种情况、去记录各种细节,也不可能24小时随时处于待命状态,因此与市县台、地方记者站的融媒体联盟联动就变得非常重要。尤其在突发性重大灾害报道中,市县台、地方记者站的供稿不仅成为占据主动权的重要来源之一,也有助于新媒体编辑将采集信息的时间成本节约到精炼精编信息的“二次加工”上去,从而更好地发掘具有“正能量”传播特点的新闻报道。

第三,品牌效应。

作为主流媒体,“浙江之声”是省委省政府信息发布的唯一广播媒体,其不可撼动的权威性是在灾害报道中收获不俗传播效果的基础。同时,自融媒体中心成立以后,通过对采、编、播人员不断地“全媒体化”的用心打造,浙江之声已经逐渐摸索出了一条适合自身特点的融媒体发展模式,这次抗击台风“利奇马”的报道就是一次很好的佐证。

### 四、结语

正能量是我们生活中不可或缺的一种力量,它同样也是新闻报道中不可缺失的要素,而灾难报道作为新闻报道的一种特殊形式,更应该传播正能量,在关键时刻避免公众产生未知的恐慌,给人以信心和希望,同时增强社会凝聚力、给人以警示和反思。无论是传统媒体,还是新媒体,都应该以传播正能量为己任。本文通过对自然灾害报道中正能量传播的意义和实例的论述,希望能在新闻媒体进行自然灾害报道时带来有用的启示。

### 注释:

①赵联果.灾难新闻的特点与作用[DB/OL] 2011-09-16, <http://media.people.com.cn/GB/22114/206896/230560/15680577.html>.

②理查德·怀斯曼,英国,《正能量》湖南文艺出版社,2012年8月出版

③李旻洋.日本媒体灾害新闻报道研究[D].吉林大学,2017.

④秦海军.如何发挥广播新闻的优势[J].西部广播电视,2018(03):27-28.

(作者单位:浙江之声融媒体中心)