

# 突发公共事件中地方媒体 提升传播效能的实践与思考

朱 慧

**摘要：**新冠肺炎疫情发生后，全国上下团结一心、齐心协力，打赢了这场疫情防控的阻击战。作为湖州市新闻传媒中心所属的移动新媒体平台“爱湖州”客户端在此次重大突发公共卫生事件中发挥了怎样的作用？非常时期，如何让分散的社会公共信息资源迅速集纳、无缝对接，从而实现精准化的动态分析与科学施策？本文以“爱湖州”客户端新冠肺炎抗“疫”新闻报道为例，探讨主流媒体作为“发声者”“监督者”“引导者”“服务者”的角色定位。

**关键词：**突发公共事件 媒体角色 传播效能

2020年年初，自疫情发生以来，“爱湖州”客户端全面布局、统筹协调、多措并举，着力汇聚起舆论宣传的强大合力，形成一个覆盖全市、功能强大、备受关注的疫情防控综合报道平台。目前，全国疫情防控阻击战取得了重大战略成果，但境外疫情爆发增长态势仍在持续，

国内防止疫情反弹的复杂性也依然存在。在这个特殊时期，或者在今后新的突发公共事件处置中，亟待进一步提升信息传播主导权，严守舆情发布主阵地。观察和分析在这场战“疫”中的媒体作为，对探讨媒体融合背景下地方媒体如何应对舆论引导机制发生的新变化、面临的新问题，以及进一步提升传播效能有着积极的现实意义。

## 一、做强舆论引导主平台，权威发声敲下“定音锤”

病毒的蔓延隐秘且迅速，疫情防控工作无异于和病毒赛跑。在此情形下，如果出现信息短路和偏差，谣言就会插上“翅膀”从而引发社会恐慌，造成混乱。传播学者克罗斯提出一个谣言公式，即谣言等于事件的重要性 $\times$ 事件的模糊性 $\div$ 公众的批判能力。如果想让公众不信谣、不传谣，最好的做法不是禁止发声，而是要做信息增量。在这场战“疫”中，“爱湖州”客户端就是权威信息与病毒赛跑、与谣言

赛跑的重要载体。截至目前，客户端共发布防控疫情和经济社会发展相关稿件5470余篇。其中，被上级媒体录用的稿件达1100余篇。信息公开是最好的“疫苗”，充分的新闻供给让真相跑过谣言，牢牢占据舆论主阵地。

### （一）建立采编一体化机制，“快速发声”

1月23日，浙江省第一时间启动了公共突发卫生事件I级响应，“爱湖州”编辑部第一时间与各区县和150多家通联单位沟通，适时调整栏目设置和稿件审核要求，建立“战”时稿件快速审核报送机制。连月来，编辑部每日接受到全市各县（区）及各供稿单位大量的疫情相关稿件，日均编辑、审核稿件逾百篇，日均发布稿件超过50篇。与此同时，编辑部主动出击，抽调精干力量组建宣传报道突击队，前方记者迎难而上，宵衣旰食，主动奔赴湖州市防疫工作指挥部、交通、卫生、公安等各级各部门，深入市疾控中心、各大医院、高速卡点、街道社区、超市商场和疫情隔离点等防控工作一线，第一时间记录湖州市委市政府的指示精神和工作部署；第一时间播发全市上下齐心协力、各级各部门不辞辛劳、各方力量联防联控抗击疫情的具体行动；第一时间挖掘来自防控疫情一线团结一心、尽己所能、奋勇争先的先进典型和温暖故事，为全市坚决打赢疫情防控阻击战营造了浓厚氛围，也充分展现了传媒铁军的新形象、新风貌。

### （二）建立日常新闻搜索机制，“全面发声”

宣传教育和舆论引导工作要反映各地区各部门的“硬核”举措，让群众看得见、听得到、触得着，以此坚定防控信念。自疫情爆发起，“爱湖州”客户端开设的《战“疫”前线》《战“疫”日记》等专题专栏以及全省首推的抗“疫”实时智能汇聚平台，全面及时地报道中央、省市各级党委政府统筹推进疫情防控和经济社会发展工作部署。多层次高密度发布的权威信息，全面反映抗“疫”救援、物资保障、疫苗研制、社会捐助、复工复产、复商复市等公众关心的重大问题；充分报道各地区、各部门联防联控措施成效、经济社会发展工作进展。

### （三）建立关键信息发布机制，“重点发声”

脚下有多少泥土，笔尖就有多少真情。疫

情爆发期间，“爱湖州”客户端记者连续采制了《独家揭秘 | 爱湖州记者探访湖州负压隔离病房》《独家专访 | 湖州6例确诊病例治疗情况怎样？专家组组长这样说》《独家视频 | 收藏！抗“疫”焦虑几个动作就能缓解》等一系列影响力大、传播面广的精品稿件。开设的《战“疫”湖州人》专栏，大力宣传市本级、县区、乡镇、村社等地方部门单位开展疫情防控工作中的先进典型和感人事迹。联动湖州市卫健委、疾控中心等单位，及时报道湖州各级医疗机构派出医务人员驰援湖北武汉的消息，受到了广大党员干部和普通市民的点赞好评。许多坚守在抗“疫”一线的“守护者”和“逆行者”给编辑部打来电话表示，他们是看着“爱湖州”客户端实时编发的内容从深夜值守到天明的，平台上所呈现的内容给了他们莫大的克服困难的精神动力和战胜疫情的必胜信心。

## 二、当好媒体融合主引擎，化危为机吃下“定心丸”

承担社会责任是党媒的价值担当，也是自身事业发展的切实需要。自疫情爆发以来，“爱湖州”客户端便将信息组稿的触角伸向各个层级，形成了“地（市）级—县级—乡镇—村社”联动、上下合一、互补互动的信息流通网络。为夺取疫情防控和经济社会发展工作双胜利，充分发挥媒体融合优势，用好新时代文明实践中心、区（县）级融媒体中心，多平台联动促进各种新闻要素的深度融合。

（一）加强针对性引导，兼顾好“政府引导”和“媒体融合”，让传播更见实效。

战“疫”期间，“爱湖州”客户端强化服务，为受众提供精准信息服务。如对于一线医务人员的情绪管理、治愈患者的心理疏导问题、中小学生学习、地方中小企业复工潮如何破局等，秉持宏观议题与微观议题相结合的原则展开报道。2020年2月中旬以来，根据疫情防控的形势变化，积极服务部分市民和中小学生学习“在家工作”“在家学习”等需求，“爱湖州”客户端融合多平台资源，第一时间开设“嘉业学堂”栏目，下设“学科指导”“兴趣拓展”等子栏目，涵盖小初高各阶段课程。推出的570余篇精品慕课，满足了广大学生学科有指导、

学习有保障、兴趣有拓展、全家齐互动要求；联合“爱湖州”微信公众号推出的AI虚拟主播短视频专题《小AI的防疫日志》，用新型的传播形态，不间断发布科学防治的权威观点和专业意见建议，指导科学防控；联合各区县融媒体中心精心制作《防控疫情 主播倡议》《返工防疫疫情科普》《社区志愿者个人防护要求》等科普视频200余个，多以快板、顺口溜、快闪、动画等受众喜闻乐见的形式向广大市民科普防疫知识，引导市民正确防“疫”；联合湖州市新闻传媒中心其他平台制作了《我们众志成城》MTV、“致敬英雄”公益广告以及“新型肺炎我们怎么预防”等多个疫情防控宣传片；联合各大医院共同录制《湖州37度心理》专题，通过专家医师解读新冠肺炎有关问题疑惑，引导大众积极做到科学防护、消除恐慌、理性应对。此外，报道的多篇“政府搭台，爱心助农”稿件，协助遭遇滞销的本市多地农户对接消费者，有效缓解了因疫情防控引发的农产品流通、滞销和采购难题。

(二) 筑牢宣传主阵地,兼顾好“媒体作战”和“群众配合”,让宣传更聚合力。

这是一个“人人都是传播者”“用户即为产销者”的时代，在超载的信息海洋中，强化参与性，把受众都变成当事人，这样的传播才能实现更强的到达率和影响力。战“疫”期间，“爱湖州”编辑部尤其重视广大人民群众的力量，在新闻生产主体上主动引导受众参与创作，共同抗“疫”。策划发起《文艺战“疫”》，组织各文艺家协会和文艺爱好者以多种文艺宣传形式谱写众志成城抗击疫情的文艺之声，特别是推动全面普及戴口罩、勤洗手、常通风最简单、最有效的大众防护措施。截至目前，发布作品逾500件，涉及MV、诗歌、漫画、湖剧、琴书等多种艺术形式，总点击量1000万+。湖剧传承人、琴书传承人、书画家等文艺群体通过不同的表达方式，抒发情感，传递力量。平台发起的“我家的抗疫生活”主题征集活动，收到来自全市中小学生创作的作品共1686件。孩子们用绘画、剪纸、书法、Vlog等形式抒发了对这场人类与新型冠状病毒抗击战的感触，为全民抗击疫情鼓劲。

### 三、建设思想引导主窗口，推出典型讲述“好故事”

一个典型就是一面光辉的旗帜。以小人物为象，与大时代共振，为疫情防控提供强大精神动力。战“疫”期间，“爱湖州”编辑部通过“横向到边纵向到底”的供稿链路，汇聚全市各供稿单位的优质信息资源，全面反映各地各单位战“疫”经验做法，推出战“疫”系列栏目，着力讲好医护人员、民警、社区干部、志愿者等一线战“疫”群体的生动感人事迹。一篇篇生动鲜活的新闻报道为疫情防控与复工复产凝聚了“精气神”、注入了“催化剂”。

一是善做减法，重主题也能“轻传播”。此次抗“疫”报道中，“爱湖州”客户端尤为重视可视化手段的运用，力求用海报、漫画、微视频等方式将信息提纯，达到更直观的形象化表达效果。如《走断两块石膏的战“疫”民警》报道了湖州市南太湖新区公安分局康山派出所副所长徐骏春节前夕因意外受伤致脚趾骨折，在投入到紧张防疫工作之后，绑在脚上的石膏都走断了两块；《雪夜桃花岭上的坚守者》报道了安吉县山川乡九亩村的党员、团员、村干部、村民志愿者们在气温骤降的雨雪天气主动请缨加入卡点执勤队伍，坚守在浙北“第一高”。在对此类常规稿件进行再编辑时，编辑部尤其重视强化“网感”，从原先数千字的图文稿件和十数分钟的视频新闻中，提炼出最精粹的部分。《致敬！奋战在雷神山医院工地的湖州南浔建筑工人》《“白衣天使”的24小时战“疫”守关》《我家的抗疫生活：我的妈妈是超人》等一大批稿件被广泛转发，充分展现了全市战“疫”一线广大党员干部、青年团员和普通群众不畏艰险的无私奉献精神。

二是巧用加法，短消息也要“做厚实”。在本次战“疫”中，湖州儿女挺身而出、勇于担当、舍己为公，以一个个让人泪目的暖心故事，塑造了“最美湖州人”的集体群像。他们的抗“疫”事迹，有的被中央媒体转载，有的登上微博热搜，安抚了群众在疫情下的紧张心情，展现了湖州人民团结一心、同舟共济的精神风貌。然而在超载的信息海洋中，受众更渴望获得系统信息。编辑部工作人员逐一进行信息整合，

打造出有深度、有高度、有力度、有温度的新闻，从而形成了强信心、聚民心、暖人心、筑同心的舆论强势。如《窗台上的牙痕让人泪目》一文报道了协辅警组长胡伟明因连续抗“疫”晕倒，造成三颗牙齿磕碎窗台的事迹。编辑通过梳理“中新网”“中国蓝新闻”“爱湖州”等主流媒体的公开报道，整合了相关图文、视频内容，整合后的报道对典型人物作了更详细的介绍，更好地讲述了“湖州好故事”，传递了“湖州好声音”。《您的口罩已送达，请开窗接收》报道了湖州市长兴县综合行政执法局夹浦中队队员利用无人机为隔离人员赠送口罩和温度计，网友们竞相转发，点赞量达14万以上。

#### 四、锻造宣传思想主力军，旗帜鲜明发出“最强音”

评论是抗击疫情的战斗檄文，也是指挥全民防控的战斗号角。“爱湖州”客户端自2020年2月初起开设“南太湖时评”专题版块，坚持每天推出一篇本地评论员文章，在关键时刻发出关键声音，重大事件彰显重大作用。截至目前，“南太湖时评”已连续推出时评共40余篇。文章全面深入宣传习近平总书记重要讲话和重要指示精神，分别从政治优势、党性锻炼、社会治理等角度，阐释打赢疫情防控阻击战的着力点，坚定必胜信念，鼓舞抗“疫”斗志。

《拧成一股绳 聚力关键处》《争分夺秒 复工复产抢先一步》《真情实举 服务企业更深一步》等文章结合近期的中央、省委精神、市委市政府安排部署以及新闻报道重点有的放矢，精准放评。《抗疫进入“深水区” 需妥善处理“三组关系”》《胸中一盘棋 担当比真功》等一篇篇评论态度鲜明，提出了改进方向，放大了中央、省委、市委的声音，较好地履行了党媒喉舌职能，有序引导了社会舆论。

此次成功案例所折射的思维方式转变、实现路径选择，值得认真总结。事实证明，突发危机下的媒体宣传观念转变，到打通路径，提增效能，即时发布，对于提振战“疫”信心、满足信息需求、减少市民恐慌、增加政府工作透明度、推进战“疫”新措落地等尤为重要。从目前形势看，全国疫情防控阻击战取得了重大战略成果，此次“爱湖州”客户端在战“疫”报道中切实做到了以新闻宣传之措，强疫情防控之声，充分发挥了地方媒体在舆论上应有的旗帜引领作用。能够取得较好的传播效果既是近年积极推进媒体融合发展成果的一次集中体现，更是领会习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神，尊重新闻传播规律，创新方法手段的成功尝试。

（作者单位：湖州市新闻传媒中心）