

新媒介环境下重大突发公共卫生事件的舆论引导机制研究

杨笑

摘要

重大突发公共卫生事件以其事件发生的紧迫性、影响范围大、造成损害后果严重等特点引起了公众的广泛关注。随着网络技术的不断更迭和媒介环境的变化，舆论格局也呈现出新的特征，重大突发公共卫生事件的舆论引导对我国政府、媒体而言更是举步维艰。在 2020 年新冠肺炎疫情期间，疫情的突然爆发，对我国政府、媒体而言在危机状态下的舆论引导是一次重大的考验。因此在突发公共卫生事件中建立健全的舆论引导机制十分必要。

关键词

突发公共卫生事件、舆论引导、困境、机制

作者简介

杨笑，兰州大学新闻与传播学院硕士研究生。电子邮箱：xiaoywx1023@163.com。

Research on public opinion guidance mechanism of major public health emergencies under new media environment

YANG Xiao

Abstract

Major public health emergencies have attracted widespread attention from the public due to their urgency, large impact range and serious damage consequences. With the constant change of network technology and media environment, the pattern of public opinion also presents new characteristics, and the guidance of public opinion on major public health emergencies is even more difficult for our government and media. During the 2020 COVID-19 epidemic, the sudden outbreak of the epidemic is a major test for China's government and media to guide public opinion in a state of crisis. Therefore, it is necessary to establish a sound public opinion guidance mechanism in public health emergencies.

Keywords

Major public health emergency, public opinion guidance, dilemma, mechanism

Author

Yang Xiao is a postgraduate student at the School of Journalism and Communication, Lanzhou University.

E-mail: 1023200269@qq.com

重大突发公共卫生事件是指事发突然难以预料、影响范围大、持续时间长、危及人们的财产和生命安全且对社会影响极大的事件。从 2003 年抗击非典到 2020 年年初爆发的新冠疫情，这些突发公共卫生事件对我国应对风险挑战以及在危机状态下的舆论引导而言是一次重大的考验。而舆论作为民意的集中表达，是社会思想观念和各种意识形态聚集的集中反映，如果引导不当则会使公众陷入一片慌乱之中，加剧社会的不稳定性。因此，只有把握新媒介环境下舆论环境变化的新特点，立足我国国情，坚持“人民至上”的理念和“民本”底线思维，将群众的惶恐不安和心理诉求转换为凝心聚力的强大精神力量，才能克服困难、转危为安。

一、新媒介环境下舆论格局的新特征

（一）传统媒体话语权旁落，传播主体多元化

过去的传统媒体时代，人们的信息来源渠道单一，传统的报刊、电视是大多数人获取信息的主要来源和渠道。人们在选择信息时是相当被动的，只能选择“看”或“不看”，而无法通过自身来选择信息内容，因此在传统的舆论引导过程中，政府及官方主流媒体的话语权较大，他们不仅可以根据自身需求和媒体定位来发布信息，还能有效控制舆论走向。随着网络技术的不断更迭，技术赋权让任何用户在平台上有了信息发布权，改变了过去由传统媒体“一家独大”的舆论格局，人人成为信息发布者，传播方式也由此从“一对多”变成了“多对多”。传播主体多元化消解了传统媒体权威，从而导致其话语权旁落。

（二）热点议题应接不暇，舆论环境更加复杂

技术赋权使得“人人都是媒体”，再加上社交媒体的发展，用户可在任何时间、任何地点通过平台发布内容。因此，相较于传统媒体占据主导地位时期，在新媒介环境下舆论环境变得更加复杂，众生喧哗消解了主流媒体权威，再加上各种热点议题频发充斥着网络平台，传统媒体在第一时间引导舆论被提出越来越高的要求，舆论引导的速度跟不上热点议题的更新速度。其次，如果遇到突发事件，因其本身敏感度就高、影响范围大，人们的不安情绪会促使受众对事态的变化及发展时刻保持着较高的关注度，如果没有政府和官方媒体的及时引导，各种热点议题会持续发酵，舆论环境复杂多变。

二、新媒介环境下突发公共卫生事件舆论引导的困境

（一）公信力下降，政府易陷入“塔西佗陷阱”

在重大突发卫生事件面前，公众情绪恐慌，如果没有官方第一时间发布的权威信息，公众极易陷入混乱的舆论漩涡当中，加剧了社会的不稳定性。在网络新媒体时代，一些新媒体平台异军突起，在重大事件尤其是突发性事件当中，率先传递信息、发布内容的不再是记者而是事件发生的主人公、参与者等。其次，根据卡茨的“使用与满足”理论，即把受众成员看做有着特定“需

求”的个人，他们会根据自己的需求动机来使用媒介，从而使这些需求得到“满足”的过程。个人会根据“使用”媒介的“满足”程度来改变自己的媒介印象，从而改变自己对此一媒介的期待。于欢案中就出现了“毛驴怼大巴”一事，致使官方在公众心目中的公信力大大降低。一旦相关部门和媒体陷入“塔西佗陷阱”，那么在突发事件当中，舆论引导难度便会不断被加大。

（二）众声喧哗，舆论引导共识难以形塑

自媒体的兴起，“新闻搭车”效应导致网络舆论表达的多元化，自媒体不像官方主流媒体，把关不严且信息发布审核机制相对匮乏。在重大突发事件面前，人们会基于自身需要通过“蹭热度”的方式从而实现“搭车”的目的，使得众声喧哗越来越成为常态化。这种多元化表达，一方面有利于公众在平台上表达自己的诉求，但另一方面也必然带来两个不可避免的结果：人们观点不一，各种观点和意愿相互碰撞，如果此时缺乏官方媒体的舆论引导，会不断恶化舆论环境。新媒体环境下，众声喧哗使共识难以达成。

（三）信息公开程度低，流言谣言满天下

根据流言流通量公式 $R=I*A*U$ ，公众与重大突发公共事件的关联程度高，与人民群众生命财产和切身利益相关，在这种环境下，公众个人恐惧和慌乱情绪增加，而此时如果政府信息发布渠道不畅通，公众的信任感缺失，就加剧了环境的不稳定性。在 2020 年的新冠肺炎疫情期间，新华网官方微博“新华视点”发布了一则“双黄连可抑制新型冠状病毒感染”的消息，一度引发了各大媒体纷纷转发，从而导致公民疯狂抢购药物，再加上当时官方信息发布不到位，各种谣言滋生，公众情绪又处于慌乱和紧张当中，连一些与双黄连相关的药物也被群众哄抢。因此，如果缺乏官方权威消息的及时发布以及信息的公开透明，滋生流言谣言的土壤也会更加肥沃。

（四）媒体深度融合，谣言治理难度加大

新媒体环境下，各种类型的传播形式相结合，加强了媒介的深度融合。信息发布者与用户个人、各媒体平台间相互影响不断加深，从而实现信息内容的叠加和强化。尤其在“两微一端”、知乎、抖音快手等平台，信息通常不经授权，不需要标注原创消息源就可转发，再加上人际传播，线上线下双渠道传播，使得内容源头难以寻找，其真实性考证难度加大，各种谣言、虚假信息的治理举步维艰。

三、构建重大突发公共卫生事件的舆论引导机制

重大突发公共卫生事件的舆论环境难以把控，如果能将舆论生态引导到一个积极良好的方面，则有利于快速转为危机、化险为夷。因此，在重大突发公共卫生事件处置过程当中，需要总结经验、把握事件发生的规律和特点，构建强大的舆论引导机制，以此来提升政府在重大风险挑战面前的组织协调能力和贯彻执行能力，提升公众的社会信任感。

（一）建立舆情研判监测预警机制

重大突发公共事件通常是危机的爆发形态，建立一个强大的预警机制便成为公众应对风险的基础工作和预防措施。在全球化背景下，各国、各地区之间的交流与沟通不断加强，一件微小的事情很可能因为“蝴蝶效应”不断被放大发酵，这就要求我们要提前建立一个应对风险挑战的预警机制，这是应对风险挑战的关键和前提，在事件舆情发酵之前有先见之明，做好相应的防护措施和应对策略。拉斯韦尔提出大众传播有环境监测功能，在应对重大突发公共事件当中，媒体要利用好自身的环境监测功能，及时监控、了解、把握环境的变化，尤其在网络新媒体环境下，更应时刻关注网络舆情动向、发展态势，并且根据党和国家在第一时间下达的决策、文件、方针路线随时调整战略，把舆论引导到一个积极良好的方面。其次，政府、媒体应提升研判能力，对可能发生的情况和风险危机要尽早做好监测和评估，未雨绸缪。健全的舆情预警监测机制有利于政府和媒体化“被动”为“主动”，更好地把握舆论引导的主导权，提升对风险挑战的应对和控制能力。

（二）建立负责有效的新闻发布机制

1. 率先发声，占领舆论的制高点

重大突发公共卫生事件面前，及时有效地处理事件一般遵循“黄金两小时”原则。事件一旦发生，政府要迅速了解事件状况、性质、进展、以及发生的来龙去脉等，集中力量调动一切资源力量处置突发事件。其次，新闻媒体是社会的“瞭望塔”，政府了解事件的来龙去脉之后，要利用媒体率先发声，将最新的真实的情况和处理动态告知公众。网络新媒体时代，新闻发布的“实时性”变成了“即时性”，这对媒体抢占先机提出了更高的要求。在突发事件面前，媒体可将一次性的终端报道变为分阶段的追踪报道，在网络上实时更新最新动态，从而在第一时间抢占舆论先机，以权威性的信息发布和观点表达，引导公众的理性讨论。

2. 及时召开新闻发布会有利于提升政府权威

从2003年非典之后，我国政府开始建立新闻发言人制度。新冠肺炎疫情期间，我国政府召开了不少新闻发布会，不仅会主动设置议题，引导公众对热点事件议题的聚焦，及时更新重大突发公共卫生事件的发展动态，而且还会邀请一些专家、医生对疫情防控知识进行讲解和普及，为公众释疑解惑。其次，召开新闻发布会有利于回应舆论，从而形成一个“正反馈”，例如上海市新闻发言人尹欣，她在新闻发布会上公布了一系列的解决方案，提出一种实行村委会、居委会、指定药店购买口罩等措施的供应模式，并且表示要通过“复工”加大口罩生产和国际上的采购问题，从“口罩”问题入手直接回应公众关切，有利于缓解公众在疫情期间的焦灼和恐慌情绪。除此之外，还有张文宏医生，被称为疫情期间的“金句专家”，他以对话的姿态回应社会关切，在官方

与公众之间起着重要的桥梁作用。

但是，有的新闻发布会上会频频出现失误，如发言人敷衍了事，对事件的来龙去脉了解不彻底，从而产生一系列的负面舆论。因此，新闻发言人要坚持实事求是的原则，加强与公众的双向沟通，将准确、可靠的官方信息第一时间向公众公布，而并非敷衍应对。如“天津港爆炸”事件中，天津市政府新闻办共举行了十四次新闻发布会，在会上发言人面对记者的提问多次出现“回头核实”、“暂未统计”等情况，这样一来就大大降低了政府的公信力。

（三）建立多方协调联动机制

1. 政府：始终坚持人民至上的原则

习近平总书记在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上的重要讲话在医务工作者和广大干部群众中引发强烈反响。他表示，在保护人民生命安全面前，我们必须不惜一切代价，我们也能够做到不惜一切代价，因为中国共产党的根本宗旨是全心全意为人民服务。新冠肺炎疫情期间，党中央和政府始终秉持“人民至上”原则，尽最大可能挽回人民的生命财产损失。一方面，党和政府要善于利用媒体，在报道事件和舆论引导过程中，要注意反映、了解人民群众呼声，及时下达党和政府的政策和方针，让人民群众了解党和政府的关切，树立战胜困难的信心，汇聚起强大的力量；另一方面，媒体在报道中要注重人文关怀，在疫情期间，一些媒体在微博上报道了大量的感人事迹，如“最美骑行者”甘如意、奔赴一线的钟南山院士、负重前行的民警陈德春等等，用一个个暖心的故事传递人间正能量，以温情感染受众，安抚群众情绪。

2. 媒体：主流媒体和自媒体双管齐下

（1）要发挥好主流媒体的“压舱石”作用

中国共产党领导下的社会主义新闻事业是党的事业，也是人民的事业。做党、政府和人民的耳目喉舌，是我国新闻事业的根本性质，也是对新闻工作的基本要求。然而，我国在国际舆论场中的话语权仍然较弱，意识形态领域的斗争日益复杂、尖锐，在新冠肺炎疫情期间，一些外国媒体恶意把新冠病毒称为“中国病毒”和“武汉病毒”，忽略了中国在全球抗疫中做出的巨大贡献，对中国进行“污名化”的处理。

在重大突发公共卫生事件面前，我国的主流媒体必须要牢牢地把握住立场，坚守意识形态阵地，在信息传播、宣传、突发事件引导中要充分发挥“压舱石”的作用，以真实的内容、详实的数据、鲜活的语言弘扬主旋律。突发事件波及范围广，与人民群众切身利益关系密切，媒体要加强与人民群众的沟通和联系，及时贯彻党中央下达的指令和方针政策，在第一时间传递给人民群众，加强有关政策措施的宣传解读工作，坚决维护社会大局稳定。主流媒体绝不能失语、误语，要率先发声，打好“引导第一牌”。

（2）科学规划议程设置

根据议程设置理论，大众传播具有一种为公众设置“议事日程”的功能，传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种“议题”不同程度的显著性的方式，影响着人们对周围世界的“大事”及其重要性的判断。在网络新媒体环境下，媒体的舆论引导仍然离不开议程设置。

重大突发公共卫生事件与人们切身利益关系密切，容易在网络上发酵形成热点，一旦热点扎堆，会导致舆论失焦。媒体可在舆论发生之初就及时根据公众关注的焦点设置议程，并且选择合适的方式进行报道，引导舆论向核心议题深入，防止舆论失焦。例如在新冠肺炎疫情期间，电视节目可以适时推出“疫情防控专题节目”来普及疫情防治的知识。此外，传统媒体较网络媒体更具客观性和专业度，在网络媒体环境下更容易激发谣言的传播，传统媒体是辟谣的可靠方式之一。在谣言开始时，运用短消息、新闻报道等形式及时进行疏导，与谣言拼时间、比速度，随后及时还原事件原貌，采用评论、深度报道等方式遏制谣言的进一步传播。

（3）重视对自媒体的利用，构建强大的传播矩阵

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上对舆论导向问题提出，不论什么新闻媒体类型、新闻产品种类和报道的呈现方式都要坚持正确的舆论导向。新媒介环境下，自媒体信息传播及时，这为用户快速获取信息提供了便利，自媒体的兴起不断消解了官方主流权威，并且与官方主流媒体在互联网上争夺舆论主导权。一方面传统媒体如果在新媒体平台开疆拓土，可以扩大其影响力，另一方面，自媒体平台发布重要的新闻信息如果有主流媒体发声和支持，这样便能提升其权威性，增强用户粘性。由此可见，自媒体和传统媒体两者只有相辅相成、加强融合，才有利于舆论引导。自媒体要当主流媒体的帮手，做好补充工作，构建强大的传播矩阵。

（4）发挥自媒体平台“把关人”角色

自媒体平台方要做好门户网站“把关人”，建立健全的辟谣机制。平台可利用技术加持，加大对技术的资金投入，如大数据、人工智能及区块链技术加强审核，及时删除、屏蔽谣言和劣质内容，对发布人予以警告或禁号处理。在新冠肺炎疫情期间，医学健康类谣言和引起公众恐慌、危害社会秩序稳定的不良信息层出不穷，不少平台对此建立了辟谣平台。例如“微信辟谣助手”、公众号丁香医生的辟谣专栏、腾讯的“较真查证”等，这些平台发布的内容较权威可靠，也获得了大批受众的信任。但由于微信朋友圈相较于微博更封闭，公众大多只能通过人际传播、好友推荐才能了解更多的信息，所以各平台各自为政建立网络辟谣账号已显得收效甚微，公众也无法对各平台的信息一一关注。因此，应由政府牵头，自媒体平台通力合作，建立一套官方统一的系统辟谣平台，共同治理谣言。

（5）自媒体从业者应坚守新闻职业道德，不散播谣言

技术赋权降低了信息发布的门槛，使得“沉默的大多数”转变为“人人都有麦克风”，打破了传统媒体在危机信息传播时一家独大主导舆论的格局。然而近年来自媒体乱象丛生，发布虚假新闻、散播谣言、一味地满足受众追求刺激、猎奇的心理而没有底线地发布“三俗化”内容的现象层出不穷。例如咪蒙忽视公共利益，往往会用煽情、夸张等手法撰写一些低俗、猎奇、虚假的内容以激起人们负面情绪，违背了基本的职业道德，不仅会消解主流价值观，甚至出现劣币驱逐良币的现象。真实是新闻的生命，这就要求我们的自媒体从业者在为受众提供信息的同时，不能违背基本的职业道德，坚守新闻的真实性原则。重大突发公共事件的发生，自媒体平台并不是无所作为，也不代表可以任意妄为，而是在任何时候都要遵守国家的法律法规和新闻职业道德。

3. 公众：应提升媒介素养，保持理性

媒介素养影响人们对信息认知、判断、评价和使用能力。互联网信息内容过载，各类信息鱼龙混杂、泥沙俱下。如果公众素养不足，则在内容甄别和选择中会更加困难。如在我们的微信群当中，很多不实消息带来的认知上的偏差都是以讹传讹造成的，受众媒介素养不高，虚假信息的传播也由此多了一种“再次传播”的可能。因此，我国要加强对公众的媒介素养教育，可通过活跃在网络的意见领袖、主流媒体引导、社会教育机构等多种方式共同来提升受众对信息的甄别和批判、免疫能力。同时在任何情况下，对于网络上纷繁复杂的信息，个人都要始终保持理性思维，多源求证信息。

（四）加强法律体系保障机制

新媒介环境下，舆论引导困难重重，因此必须要完善相关法律法规，让新媒体的信息传播在法律规范的制度体系下合理运行。一是要加强对新媒体平台的监管以及行业自律；二是要加大惩处力度，严格打击网络散播谣言行为。2019年12月20日，国家互联网信息办公室发布了《网络信息内容生态治理规定》，为进一步净化网络空间环境保驾护航。2020年春节，疫情突如其来，市民们人心惶惶纷纷闭门在家，然而不少自媒体用户在网络上散播谣言，甚至有公众个人在朋友圈发布不实消息，更是加剧了人们的恐慌心理。互联网不是法外之地，突发事件面前，谣言流言满天下，对此我国应加大惩处力度，严格监管自媒体平台 and 网民个人，对一些违规内容 and 不实消息进行严厉查处，以净化网络环境。

（五）打造新型“意见领袖”

在网络空间中，意见领袖不仅没有消失而且仍然活跃在互联网各个角落，这些意见领袖粉丝基数庞大，在既定的群体范围内拥有一定的话语优势，他们在网上的言行、举动都会影响群体内的各个成员，有时甚至会超过主流媒体的影响力。从某种意义上讲，这些意见领袖就是发布信息和舆论酝酿的始发地，甚至会影响舆论走向。政府及主流媒体应有针对性地打造一批新型“意见

领袖”，可以通过名人、权威专家、网络大V等在其网络账号上发表观点和言论来协助媒体引导舆论，充分发挥其优势作用，让他们替政府和主流媒体发声，建立庞大的粉丝群。

例如新冠肺炎疫情期间，凤凰网推出的《暖暖的中国》节目引起了人们的广泛关注。在最后一期，主讲人陈铭作为一个有着较大影响力的意见领袖倾情演讲《我来》，讲述了火神山医院建立的过程以及背后涌现的一系列感人事迹，向人们展现了中国速度和中国力量。还有一些媒体如央视新闻通过采访钟南山院士、张文宏医生，将他们的第一手采访信息通过短视频的方式发布到新媒体平台，不仅有利于引导舆论，而且还缓解了公众的焦灼情绪。

四、结语

新媒介环境下，舆论环境复杂多变，在重大突发公共卫生事件面前不论是对政府还是媒体而言舆论引导举步维艰。总而言之，重大突发公共事件由于事关人民群众的生命安全，在多种因素的影响下容易滋生网络谣言，并在网络空间不断蔓延，衍生各种“次生灾害”。因此在舆论引导的过程中，要多管齐下、同声共振，注意把握好舆论引导的时机，坚持适度引导，构建一个以政府主导、全社会共同参与的舆论引导机制和社会治理模式，从而形成舆论引导的强大合力。

参考文献

- 胡微、蒋婧杰. 从疫情期间重大舆情审视舆论引导工作对策. 新闻研究导刊[J]. 2021: 20-22.
- 陈廷钊、高虎. 论大数据时代舆论引导工作机制现代化建设 ——以“抗”疫初期舆情风波为例. 新闻前哨[J]. 2020: 09-12.
- 赵林云. 重大突发事件中网络舆情引导的基本原则. 人民论坛[J]. 2020: 116-117.
- 禹华月. 重大突发事件舆论的形成机制及其引导原则与路径. 吉首大学学报(社会科学版)[J]. 2020, 129-136.
- 马缘园. 重大突发公共卫生事件中主流媒体与网络舆情有机运动关系探讨 ——以新冠肺炎疫情信息传播为例. 新闻爱好者[J]. 2020: 27-31.
- 吴宁、孙鲁. 重大突发公共卫生事件中的舆情危机及其应对策略. 湖南省社会主义学院学报[N]. 2020: 74-77.
- 张彩霞. 重大突发公共事件的舆论生态与引导研究 ——基于新冠肺炎疫情传播的舆论生态与引导的反思. 山东社会科学[J]. 2020: 100-107.
- 陈思诗. 新冠肺炎疫情公共危机事件 网络舆情治理的多维审视. 西部学刊[J]. 2020: 131-133.
- 赵耀、王建新. 基于多元主体共在与信息即时公开的新冠肺炎疫情网络舆情的思考. 中国矿业大学学报(社会科学版)[J]. 2020: 88-99.
- 郑保卫、赵新宁. 论新闻媒体在新冠肺炎疫情传播中的职责与使命 ——基于我国疫情传播和抗疫报道的分析与思考. 新闻爱好者[J]. 2020: 09-16.
- 李金聪. 全媒体时代重大突发性公共事件中主流媒体如何强化舆论引导和社会服务作用. 新闻研究导刊[J]. 2020: 138-139.
- 郑桂贤、郑小璇、侯光辉. 如何做好重大突发公共事件的网络舆情化解 ——以新冠肺炎疫情舆论引导工作为例. 新闻研究导刊[J]. 2021: 24-25.
- 沈正赋. 社会治理视域下重大突发事件的舆论引导机制创新. 新闻战线[J]. 2020: 16-18.
- 邓杭. 突发公共卫生事件的危机传播与新闻发布. 现代传播[J]. 2020: 67-72.