

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2016.03.036

学校突发公共卫生事件中新媒体的运用

田华

(湘潭大学 文学与新闻学院,湖南 湘潭 411105)

摘要:作为当之无愧的第一媒体,新媒体在学校突发公共卫生事件的信息传播中具有传播速度快、个性化特征明显、互动性强等优势,但也存在着围观现象严重、传播内容芜杂、用户习惯性质疑等问题。对此,学校及相关主管部门在学校突发公共卫生事件的信息传播中,必须改变态度,从害怕、防范新媒体逐步过渡到重视新媒体,及时掌握舆情动向,运用新媒体迅速发布权威信息,并加强与新媒体用户的合作互动。

关键词:学校突发公共卫生事件;新媒体;舆论引导

中图分类号:G203

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2016)03-0108-03

突发公共卫生事件是指突然发生,造成或者可能造成社会公众健康严重损害的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病、重大食物和职业中毒以及其他严重影响公众健康的事件^[1]。近年来,我国各类学校突发公共卫生事件频发,不但对学校正常的教学、管理构成了威胁,而且随着微博、微信等新媒体的日益普及,一旦信息公开和新闻处置不当,很容易使突发事件演变成公共危机,不但会使学校的形象和声誉遭受负面影响,而且会让学生、家长乃至社会陷入恐慌。

1 学校突发公共卫生事件必须高度重视新媒体

新媒体是一个相对的概念,随着媒体技术、媒介组织形态、用户使用方式的变化而不断变化与演进。当前,新媒体是基于数字信息技术的具有互动性、多元性、开放性等诸多特点的一种媒体形态,微博、微信等均可归入其中。随着数字信息技术的日益发展,手机应用体验的不断提升,手机等新媒体终端成为人们工作和闲暇时间使用最多的媒体。但是,在相当长一段时间内,学校及相关主管部门在面对学校突发公共卫生事件的传播时,重传统媒体轻新媒体,重门户网站轻两微一端的现象一直不同程度地存在。事实上,在学校尤其是高校,微博、微信等新媒体已经逐渐成为广大师生获取信息、关注热点事件的重要甚至是主要渠道。学校发生突发公共卫生事件之后,微博、微信等新媒体对其持续不断的更新与评论,在某种程度上为受众提供了呈现整个事件的某种映像,必然会对学生及相关人群产生影响,甚至有可能成为引领事件发展的重要因素,也正因为如此,加强对新媒体传播内容的管理与调控显得尤为重要。

2 新媒体在学校突发公共卫生事件中的传播特点

相比传统媒体而言,微博、微信等新媒体在学校突发公共卫生事件的传播中具有明显的传播特点,具体体现在以下几个方面:

2.1 传播速度快捷

随着通讯工业的发展,可拍照手机的普及,新媒体用户只要手中有一台手机或者其他的移动终端,

收稿日期:20151014

基金项目:湖南省教育科学“十二五”规划2013年度课题(XJK013QW001)

作者简介:田华(1975-),女,湖南湘乡人,副教授,博士生,主要从事新闻传播理论、新媒体研究。

就可以随时随地传播信息,发表评论。在学校突发公共卫生事件的信息传播中,相关的信息也往往是新媒体用户借助微博、微信等新媒体最先发布的。传播速度快捷的优势,让新媒体在学校突发公共卫生事件中既有可能因传播迅速抢占舆论的制高点,也有可能因为传播内容的不够全面和准确而给学校和相关管理部门带来不利。

2.2 个性化特征明显

新媒体的“零门槛”,让每一个用户都有可能成为信息的传播者,“人人都是通讯社,个个都有麦克风”的时代悄然来临。在学校突发公共卫生事件的信息传播中,新媒体用户不但在传播的时间、地点、内容、形式上“我的地盘我做主”,而且与传统媒体相比较而言,新媒体对于学校突发公共卫生事件的信息传播在内容上更为丰富,在传播手段上也更为多元,文字、图像、声音经常被综合运用,表现形式日趋多元,信息传播的个性化特征明显。

2.3 互动性强

“从前所说的‘大众’媒介正演变为个人化的双向交流,信息不再被‘推给’消费者,相反人们将所需要的信息‘拉出来’,并参与到创造信息的活动中。”^{[2]49}在学校突发公共卫生事件的传播中,新媒体用户不但接受来自新、老媒体传播的内容,而且通过对相关内容的点赞、转载、评论等方式直接或者间接地表达自己的意见和看法,与传播者进行互动,甚至参与到传播过程中去。

3 新媒体在学校突发公共卫生事件信息传播中存在的问题

当前,在学校突发公共卫生事件的信息传播中,一方面新媒体的社会影响越来越大,另一方面其存在的人云亦云、热闹围观、习惯性质疑等诸多问题,也亟待引起人们的重视。

3.1 围观现象严重

2015年6月,沈阳市立人学校数百学生出现集体呕吐症状,对此,学生家长 and 当地民众既有在朋友圈里发文感慨的,也有在微博发帖并@中央电视台等传统媒体的官方微博的……与以往人们对于突发公共卫生事件“以看为主”不同,不少新媒体用户不但“看”,而且边“看”边“说”,或自行传播道听途说的消息,或通过点赞、评论、转发等方式表达自己对这一事件的关注与声援,形成“蔚为壮观”的新媒体围观现象。学校突发公共卫生事件中的新媒体围观现象,以及由新媒体围观进而引发的传统媒体围观现象,虽然能够引起相关部门的高度重视,进而促成问题的解决,但其在围观过程中对社会公众所造成的心理恐慌,对事发学校及相关主管部门形象的危害,同样不能轻视。

3.2 传播内容芜杂

学校突发公共卫生事件发生后,由于牵涉的面比较广,社会影响较大,往往能够迅速引发社会公众的关注,在官方说法没有出台之前,各种未经核实的内容、背景、最新进展,借助新媒体这种“零门槛”的传播媒介广为传播。这些消息既有来自新媒体用户在事件现场了解到的最新情况,也有可能仅是主观臆测与妄加揣测,甚至有可能是以讹传讹。在真假芜杂的传播内容中,既有可能有隐藏的事实真相,也可能有别有用心者的蓄意为之。在学校突发公共卫生事件的信息传播中,学校及其管理部门如果不高度重视新媒体所传播的内容,而是任其泛滥、发酵,不加以正确引导的话,完全有可能让事情往相反的方向发展,这既不利于社会的稳定,也不利于问题的解决。

3.3 用户习惯性质疑

在学校突发公共卫生事件的信息传播中,对于来自官方的信息,相当多新媒体用户的第一反应是习惯性质疑,这种习惯性质疑一旦通过新媒体广为传播,极易产生连锁反应,进而成为一种集体的质疑、误解甚至情绪的对立。与此相对应的是,不少新媒体用户对于所谓的“内幕”甚至谣言,却很容易轻信。2015年3月发生在贵州省安顺市普定一中的食物中毒事件,虽然当地政府部门组成了专门的调查组进行调查,公布因食物中毒需要治疗的学生仅几十名,但在新浪微博上却被传播为“食堂食物不干净导致1100多名学生食物中毒,医院学生爆满”,而且这样的虚假信息被不少新媒体用户所采信,这不能不让

人反思。

4 学校突发公共卫生事件中新媒体运用策略

学校突发公共卫生事件的“负面性质”,往往让事发学校及相关主管部门“防火防盗防记者”,对于无孔不入的新媒体也是“应对”多于“运用”。在新媒体环境下,我们必须改变对于新闻媒体尤其是新媒体的态度,从害怕、防范逐步过渡到重视、正确运用上来。

4.1 重视新媒体,掌握舆情动向

学校突发公共卫生事件发生前,往往会有一定的征兆,这些征兆大多通过不同的方式呈现在公众面前。其中,新媒体由于其便捷、匿名、低成本等传播优势,成为最有可能的传播途径。事实上,学生及家长通过微博、微信对学校卫生状况、隐患等方面的抱怨、投诉、求助,贴吧、论坛里的相关热帖,都有可能成为学校及相关管理部门获取信息、掌握舆情动向的重要途径。对于已经在新媒体上暴露出的“苗头”,必须高度重视,不但要快速、准确地报送相关管理部门,而且要迅速对暴露出的问题进行调查和处理,从而将危机扼杀在萌芽状态。当前,已经有不少学校,尤其是高校开始重视通过新媒体掌握舆情动向,如华中科技大学的舆情信息研究中心在校园舆情调查与分析方面已颇有建树,值得各级各类学校及管理部门借鉴。

4.2 运用新媒体,及时发布信息

一般突发事件发生后,半小时之内网上就会出现文字、图片、视频,铺天盖地^[3]。当前,微信、微博等新媒体关于学校突发公共卫生事件的信息传播,几乎就是现场直播。而且由于新媒体的开放性和自由性使得新媒体成为各种舆论意见的角力场和集散地,也经常成为裹挟着流言、充斥着非理性情绪的无序世界,使得舆情监测与引导更加困难^[4]。对此,在出现学校突发公共卫生事件后,学校及相关管理部门充分利用新媒体的传播优势,通过官网、官方微博、微信公众号等在第一时间发布权威信息,无疑是最为明智的选择。其中,对于谣言,迅速澄清事实的真相;对于事故造成的危害,宣布补救措施;对于事情的最新进展,及时更新……只有这样,才能逐步化解舆论危机,将可能产生的负面影响降到最低限度。

4.3 借力新媒体,加强合作互动

“网络首先聚合的是那些持有相同观点的人,这是它的威力和诱惑力之所在。”^[5]³⁸事实上,不单网络是这样,微博、微信等其他新媒体也是如此。人们之所以关注新媒体、使用新媒体,其中一个很大的原因就在于通过新媒体能够找到具有相同观点、相同志趣的人,能够找到自己所属的“圈子”。从某种程度上来说,新媒体的用户是“参众”,参与者以“我”为基点,进入同嗜的圈子,获得“我”的愉悦体验,这是一个以“我”为中心的内循环^[6]。从这一角度而言,学校突发公共卫生事件发生后,新媒体用户的迅速关注与讨论,既源于对事件本身的关注,也有对这种参与式传播的“热衷”。因此,在学校突发公共卫生事件的信息传播中,学校及相关主管部门认真搜集与整理群众意见,并及时、主动地进行回应,加强与他们之间的互动,不但能够满足“参众”的知情权,而且能够赢得他们的理解与尊重,促成问题的解决。

参考文献:

- [1] 突发公共卫生事件应急条例[EB/OL]. [2015-08-20]. 中华人民共和国中央人民政府网站, http://www.gov.cn/gongbao/content/2003/content_62137.htm.
- [2] 尼古拉·尼葛洛庞帝. 数字化生存[M]. 胡泳, 范海燕, 译. 海口: 海南出版社, 1996.
- [3] 马利. “网罗其中”的国家挑战与战略机遇[N]. 新华日报, 2011-05-11(B07).
- [4] 宋振文. 新媒体: 公共危机舆情管理的机遇与挑战[J]. 学术论坛, 2011(12): 195-199.
- [5] 多米尼克·吴尔敦. 信息不等于传播[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2012.
- [6] 张立伟. 小众媒体崛起与大众媒体新定位[J]. 当代传播, 2012(6): 4-7.