

应急突发事件的融媒传播探索

——以浙江应急广播FM93 交通之声为例

金亦维

摘要：应急突发事件具有突发性、信息量大、新闻价值高、传播速度快等特点，愈发引起社会各界关注。本文梳理应急突发事件的概念及传播特性，举案说理，探索应急突发事件融媒传播的三大策略：快速响应、及时发布；持续跟进、专业表达；把握基调、正本清源。

关键词：突发事件 应急广播 融媒传播

一、应急突发事件传播报道演变

《中华人民共和国突发事件应对法》总则第三条规定：突发事件是指突然发生，造成或可能造成严重社会危害，需要采取应急处置措施予以应对的自然灾害、事故灾害、公共卫生事件和社会安全事件。应急突发事件的传播在我国总体上经历了四个时期的演变。

一是计划经济时期，应急突发事件的传播

受到极大限制。例如1976年7月28日，唐山发生7级地震。次日，《人民日报》发布两则报道，并未涉及受灾情况，至于灾难的伤亡人数只是在3年后才得以公布。当时公众的知情权形同虚设，报喜不报忧是应急突发事件报道的常态。

二是改革开放初期至20世纪末，应急突发事件的报道逐步放开。比如，1988年8月7日，长江九江四号闸附近发生决堤事故，《中国青年报》不仅宣传救灾精神，还报道了调查组对事故原因的分析，探讨如何提升防灾能力。伴随着思想的解放，公众的知情权得以重视，应急突发事件的报道比以往更加透明。

三是21世纪00年代，应急突发事件的传播呈现公开、及时的特点。比如，2008年5月12日汶川地震，多家媒体记者第一时间赶赴救灾前线，发布大量现场消息。时任总理温家宝代表政

府表达欢迎境外媒体报道灾情。有关汶川地震的报道在国内外广泛传播，赢得国际舆论的支持。

四是2010年之后，随着移动互联网时代的到来，以微博、微信为代表的新媒体平台蓬勃发展，应急突发事件从有限传播转向“全民发声”，情况变得复杂多样。比如，2019年12月以来，随着新冠疫情爆发，一时间网络上的各类消息铺天盖地，既有一手的鲜活资料，也不乏一些谣言、非客观理性的讨论，应急突发事件报道面临空前的挑战。

二、应急突发事件传播报道的策略

应急突发事件具有突发性、信息量大、新闻价值强、传播迅速等特点，容易引起社会各界关注，融媒传播需要遵循科学、有序、可控、有效的原则。FM93交通之声自2015年被浙江省政府授予“浙江应急广播频率”以来，围绕中心工作回应公众关切，积极探索融媒环境下应急广播的传播报道策略。

（一）快速反应，及时发布

2016年11月，国务院办公厅《〈关于全面推进政务公开工作的意见〉实施细则》中明确指出，对涉及特别重大、重大突发事件的政务舆情，要快速反应，最迟在5小时内发布权威信息，在24小时内举行新闻发布会，持续发布权威信息，有关地方和部门主要负责人要带头主动发声。

媒体要充分理解应急突发事件给公众带来的焦虑情绪，以及公众急切需要获取真实、正确信息的渴望。在突发事件发生后，作为相关的单位和机构，应该第一时间举行新闻发布会，发布新闻通稿、情况说明等内容，以正视听。媒体应该在事发现场，以现场新闻呈现真实可靠的消息。如果相关信息不能快速、准确地传递给公众，则容易引发恐慌，甚至造成社会的不稳定。

比如，2021年4月19日，杭州野生动物世界的3只金钱豹脱逃。杭州野生动物世界管理人员决定向政府主管部门及社会公众隐瞒该事件，并自行组织力量搜捕。2021年5月6日，有村民报警称，在当地龙门坎村的山林中发现一只疑似豹子的猫科动物并拍下照片，有关部

门随即到现场附近核实。当时，杭州野生动物世界、杭州动物园均表示没有动物出逃。豹子出没的社区居民多以老人、小孩为主，当地居民产生了恐慌，此事也在网络上持续发酵，引发全国关注。

经过调查，杭州市政府在5月10日举行新闻发布会，详细公布了事发经过和工作进展及处理意见，并介绍了下一步要采取的针对性措施，及时回应了社会关切。杭州市野生动物世界本该在发现有动物出逃后的第一时间启动紧急预案并公之于众，却在事件发酵后瞒报，迟迟未发声明，导致错过了最佳搜救时间，也让事态进一步扩大，最终造成了恶劣的舆论后果。

（二）持续跟进，专业表达

应急突发事件报道往往不是一蹴而就的，除了第一时间发布权威消息外，还需要对事件持续跟进，引入专业的表述，调动专业人员，进行客观中立的分析，为公众答疑解惑。

2021年迎战台风“烟花”期间，浙江电台交通之声首次联合气象部门建立台风应急特别直播公共信号，在受台风影响较大的现场，气象主播“天天”跟随气象“追风车”实时进行广播连线，从专业视角报道现场情况。气象专家则坐镇演播室分析，及时讲解防台避灾知识，给公众提供专业解读和解答。同时，在“北高峰”客户端建立专题页面，将权威发布、现场直击、抗台锦囊等内容集纳发布。在现场报道、演播室评论、融媒体呈现这三个层面凸显专业化，保障了应急突发事件报道的权威性和可信度。

除了内容的专业性，还需要注重表达的专业性。比如，在7·23甬温线特别重大铁路交通事故首次新闻发布会上，时任铁道部新闻发言人面带微笑回答提问，说出“至于你信不信，我反正信了”的论调，引发民众不满。在掌握事实的基础上，应坚持实事求是的态度和开放透明的原则，以真诚、负责的姿态面对公众。防止应急突发事件的不专业发声，降低新闻发布和政府应急处置部门的公信力。

（三）把握基调，正本清源

主流媒体在应对突发事件处理过程中往往有不可替代的重要作用，应充分发挥自身优势，

做好应急突发事件中的传播报道，在危机与困难中彰显人的闪光点，弘扬社会正能量。

2019年8月27日晚，G15沈海高速猫狸岭隧道货车起火事故，造成5人死亡，31人受伤。事故发生当晚，浙江电台交通之声是唯一一家进入事故现场采访报道的媒体，台州驻站记者王维第一时间赶赴猫狸岭隧道，和救援人员一起深入现场，彰显了应急广播媒体的责任担当。

在采访过程中，记者在坚持新闻真实性的同时，积极挖掘现场救援故事。比如报道中呈现了当晚最先到达现场的一辆警车，车上3名高速交警连同他们救下来的1名货车司机，被困在隧道内长达1个多小时。期间，4人用尿液捂住口鼻自救、互相打嘴巴保持清醒，尤其是通过微信语音在工作群求助时，艰难喘气的声音让人动容。在随后的报道中，记者通过融媒传播方式，将救援中的细节如实呈现。这则救援故事通过交通之声官方微信刊发后，被省内外媒体广为传播，引发了受众对“逆行者”的感动和点赞。

在应急突发事件中，主流媒体还应该依托媒体属性，积极介入救援，推动事件发展。2021年7月25日台风“烟花”登陆浙江。就在高速进出口大量关闭的时刻，浙江电台交通之声接到听众求助，舟山普陀一位主动脉夹层破裂的老人需要急送上海就医，而此时因为台风影响G9211甬舟大桥已经双向全桥封闭。交通之声立刻联动舟山、宁波、嘉兴交警，紧急联系上海各相关单位，全程陪护病人前往医院，并对整个送医过程进行了视频和图文直播，最大程度发挥应急广播的作用。此次直播被多家媒体转载，仅《人民日报》微博号直播的观看量就超过560万人次。

三、应对突发事件的机制建构

在实现应急突发事件融媒传播策略的过程中，临时抱佛脚是行不通的。在平日的工作中，需要建立起相应的应急机制，做到“事前有预案，事中有机制，事后有反馈”，从而确保传播策略的落地实施。

事件发生前，要在内部建立应急宣传工作协调组，设置应急宣传预案，完善信息传输、审核与发布流程，实行24小时待命工作机制，既能系统作战，又能各司其职。同时，与外界各部门、各单位持续交流联系，做到信息传播的平稳有序。

事件发生时，在同一平台需统一口径进行信息发布，各业务口各司其职，协调联动，积极与其他媒体平台资源共享，提升效能。通过对舆情的监测与研判，及时发现网民普遍关注的事件进展、意见建议和诉求，引导相关部门加强与网民的互动，对各类问题给出及时准确的回应。

事件发生后，及时进行内部复盘，警惕舆情隐患，不断优化现有机制，形成闭环，为今后的应急突发事件传播报道打下坚实基础。

2022年12月，随着疫情防控进入新阶段，全社会正在经历新考验，作为应急广播浙江电台交通之声，根据频道应急突发宣传预案快速反应精心策划，第一时间推出《保健康 防重症》疫情防控应急融媒大直播，全天候回应关切。把广播与北高峰客户端联动，有机串联最新动态、权威服务、专家解答等硬核内容；鲜活呈现“阳康”日记、居家故事、网课时间等真实生活；多样态制播科普类公益宣传产品；并在北高峰客户端“浙里直播”应用上线互联网医院功能，实现足不出户问诊开方，从而努力回应群众关切、稳定公众情绪、倡导科学积极应对。本次直播与以往最大的不同在于，采编播人员大量进入“阳”群，使得采编力量遇到了前所未有的困难。此刻“无论身在何处，时刻都是应急战士”的氛围“拉满格”，梯队作业的应急措施进入实战，不论之前身处哪个岗位，那一刻大家都是报道的生力军。大家把信息汇聚到新闻中心的“中央厨房”，在编辑统一把关、领导统一审核后，有效保障了内容的鲜活、服务的贴近。通过这一轮战疫报道的文化认同、应急响应再次通过实战得到了深化与提升。

（作者单位：浙江电台交通之声）