

J&C 新闻传播学精品文库

彭伟步 主编

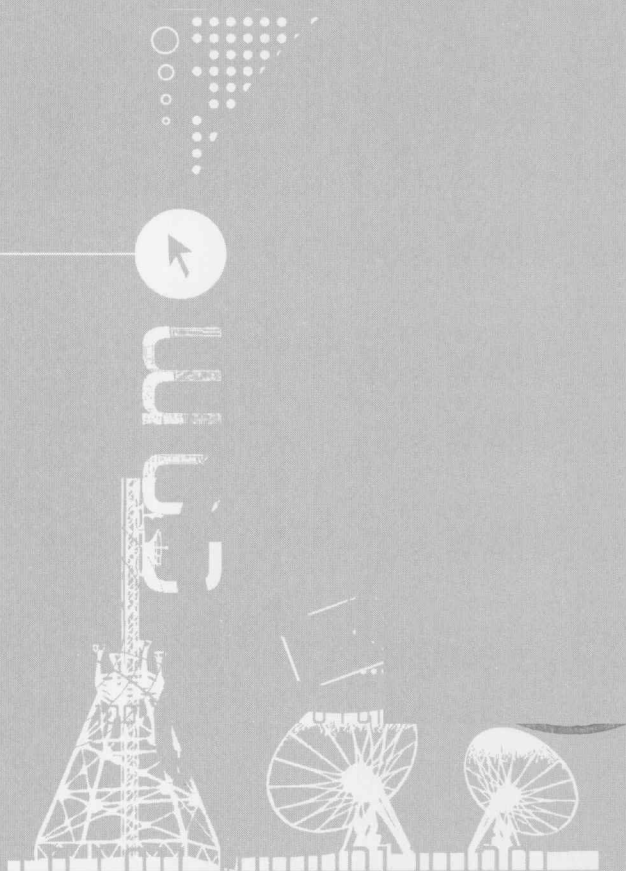
突发公共事件 媒介化现象解读



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



新闻传播学精品文库



突发公共事件 媒介化现象解读

彭伟步 主编



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

G1206.2
313

图书在版编目 (CIP) 数据

突发公共事件媒介化现象解读/彭伟步主编. —广州:暨南大学出版社,
2014.4

(新闻传播学精品文库)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0892 - 9

I. ①突… II. ①彭… III. ①突发事件—传播媒介—研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 300124 号

突发公共事件媒介化现象解读

主 编 彭伟步

出 版 人 徐义雄

策划编辑 杜小敏 史学英

责任编辑 黄北光

责任校对 曹 军

出版发行 暨南大学出版社 (广州暨南大学 邮编: 510630)

网 址 <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

电 话 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

排 版 广州市铨建商务服务有限公司

印 刷 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本 787mm × 960mm 1/16

印 张 17

字 数 276 千

版 次 2014 年 4 月第 1 版

印 次 2014 年 4 月第 1 次

定 价 35.00 元



(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

目 录

一、突发公共事件媒介化的概念与现象解读

突发公共事件媒介化 彭伟步 (2)

二、突发社会安全类事件媒介化现象解读

郭美美事件的媒介化过程与解析 李四方 (22)

“房姐”事件媒介化透析 焦何结 (39)

乌坎事件国内外媒体的舆论响应分析 王娜君 (53)

2012 年“钓鱼岛事件”媒介化解析 陈祥华 (74)

三、突发公共卫生类事件媒介化现象解读

“毒胶囊事件”网络传播效应扩大化分析 赵 萍 (90)

自媒体环境下陕西孕妇强制引产事件舆情解读 冯 琼 (105)

蒙牛黄曲霉毒素“致癌门”舆情动态分析 王娜君 (117)

塑化剂风波媒介化解读 冯 琼 (130)

四、突发事故灾难类事件媒介化现象解读

“表哥”事件媒介化审视 李四方 (144)

从河南光山“12·14”校园伤害案看政府公共危机应对

..... 罗 欣 (160)

新媒体在“7·23”甬温动车事故中的角色解读 焦何结 (172)

兰考“1·4”火灾舆情分析 李 娇 (186)

五、突发自然灾害类事件媒介化现象解读

“7·21”北京特大暴雨事件媒介化与政府应急处置失误的反思

李 娇 (204)

日本“3·11”地震引发的抢盐风波媒介化分析····· 郭 翼 (222)

六、突发公共事件媒介化应对策略

突发公共事件的形成路径与应对策略····· 彭伟步 (238)

后 记····· (267)

中国新闻事业史论

史论卷

一、突发公共事件媒介化的概念与现象解读

一、突发公共事件媒介化的概念

（一）突发公共事件媒介化的概念

突发公共事件媒介化是指突发公共事件在发生、发展、蔓延、消退的过程中，通过大众传播媒介的传播，使事件在媒介中得以呈现，并进而影响事件的发展过程。突发公共事件媒介化的概念包含以下几个方面的内容：首先，突发公共事件是指突然发生，造成或者可能造成人员伤亡、财产损失、环境污染、社会秩序混乱等严重后果，需要立即采取紧急措施予以应对的事件。其次，大众传播媒介是指通过报纸、广播、电视、网络等渠道，向广大受众传递信息的手段。最后，突发公共事件媒介化是指突发公共事件在媒介中的传播过程，包括事件的报道、评论、分析、预测等环节。突发公共事件媒介化的现象在现代社会中日益普遍，其原因主要有以下几点：一是信息技术的快速发展，使得信息的传播速度大大加快，突发公共事件能够在短时间内传遍全球；二是大众传播媒介的普及，使得公众对突发公共事件的关注度越来越高；三是突发公共事件本身具有强烈的社会影响力，容易引发公众的广泛关注和讨论。突发公共事件媒介化的现象对社会产生了深远的影响，一方面，它使得公众能够及时了解到突发公共事件的情况，提高了社会的应急响应能力；另一方面，它也可能导致信息的失真和谣言的传播，给社会带来负面影响。因此，在突发公共事件媒介化的过程中，需要加强信息的核实和监管，确保信息的真实性和准确性，以维护社会的稳定和秩序。

突发公共事件媒介化

彭伟步

十八大的帷幕已经降下，第十三届人大第一次会议开启了中国新的发展序幕，以网络为代表的新媒体在传播突发性公共事件中呈现出强大功能。当前我国正处于一个相对高危的时期。突发公共事件经常以无法预料的方式发生，而各级政府官员由于缺乏媒介素养，应对不当，致使这些突发性事件如滚雪球般不断扩大，导致政府形象受到极大的损害。如何实现政府高效行政和有效治理社会，并由此在公共事件日益媒介化背景下建构政府的新形象，已经成为新一届政府必须面对的议题，这同时凸现新媒体传播局势下，党提高执政能力、改善执政方式的重要思维转变。

一、问题的提出

（一）国内外研究现状评述

国内论述政府形象建构的专著与论文相对其他学科来说，还是比较少的，研究也欠缺系统性，把新闻传播学与政府管理学进行交叉研究的就更少了。从笔者所查阅到的有关资料来看，许多研究者把政府形象建设通过多种角度进行研究。

其中学术性较强的著作有胡宁生主编的《中国政府形象战略》。该书专门谈到了提升政府形象的策略，以及要改善的问题。刘华蓉撰写的《大众传媒与政治》（北京大学出版社2001年版），主要从政治与新闻传播的角度，论述了我国国家、政府、社会、国际关系与媒介传播之间的关系，探讨了媒介与政治现代化、媒介与公共政策、媒介与政治监督、媒介与国际政治发展等内容，提出了媒介既要为国家利益服务，又有责任去维护社会的稳定，但同时政府也应该给予媒介一定的自主权，允许其监督和批评政府，以推动社会发展，树立良好政府形象等观点。应该说，这本书从政治与媒介的关系的角度去探讨媒介的社会责任，对国家政治、社会发展作

出了相当多的有益而且有深度的探讨。

顾丽梅撰写的《信息社会的政府治理》(天津人民出版社2003年版)则从信息时代下政府如何转换职能,顺应信息时代潮流,从管制向服务发展,以实现政府职能和机构的改革等角度,探讨了政府治理理念的改革和变迁,提出了政府治理向服务行政、民主行政、虚拟行政、大众行政范式的转变。该书指出,信息时代对政府治理提出了挑战,政府只有调整和改革旧有的行政框架,顺应时代要求,为公众提供优质服务,才能得到公众的支持和拥护,也才能推动社会的发展。这两本书都谈及政府如何利用媒体来构建政府形象,认为政府应该利用传媒来传播政务,增强政府的美誉度、公信力等,但是在当今飞速发展的网络传播背景下探讨政府形象建构与传播,并在公共事件媒介化的趋势下,展现执政党改善国家治理的理念,就显得相对过时。

彭伟步的专著《信息时代政府形象传播》(社会科学文献出版社2005年版)则立足于信息时代政府形象的塑造与传播方式展开讨论,认为由于传播技术不断更新、传播方式日益多元化,再加上世界朝全球化、民主化、信息化及市场化方向发展,必然要求政府进行自我改革,以适应信息时代对政府管理高效化、民主化的新要求。当前我国政府不断改变工作作风,提倡为人民服务的宗旨,提高政府的办事效率,朝“公正、廉洁、高效、透明”的政府形象发展,因此,有必要探讨突发公共事件中政府角色,研究政府形象传播的机理,促成透明、公开的信息传播制度,这样不仅有助于公众与政府的沟通,满足公众的知情权,还可以增强政府的公信力和亲民形象。鉴于这样的研究取向,作者认为政府形象传播的研究主要围绕信息时代政府形象与大众传播的关系,特别是政府形象传播与媒介政策之间的关系展开。信息时代对政府管理提出了新的要求、新的挑战,对政府形象建设也提出了更高的要求。该书探讨了影响政府形象的因素,比较深入地论述了政府形象与传播的关系,并建立了政府形象传播的输入与输出模式。

国外学者对该领域的研究应该说相对成熟,著作较多,也比较系统,但是其观点建立在西方社会制度上,探讨西方政府行政与国家治理的问题,其观点值得借鉴,但是不可以完全照搬。国外学者的研究视角基本上来自政府公关这一研究领域,如弗雷德里克森的《公共行政的精神》(中

国人民出版社 2003 年版),探讨了政府行政如何履行社会公共管理的精神,并以此建构廉洁、高认同的政府形象。有些学者则从法学的角度去探讨政府形象的问题,如卢梭的《社会契约论》(商务印书馆 1980 年版)。这些著作对西方政府行政有非常精辟的论述,但是对于当前我国政府的行政来说,不完全适应。一是我国国情与西方社会不同,不可能照搬这些学者的观点来构建中国形象;二是在我国特定的政治话语语境下,如何面对公共事件媒介化的趋势,展现我国执政新理念,必须结合新闻传播学和政府管理学的学科特点更加深入地论述传媒与政府的关系。

与此同时,随着移动社交媒体的吸引力不断增强,并且未来数年我国移动社交软件将高速发展,移动社交网民和微信公共账号(以政府机构的名义注册)数量将大幅增长,并将进一步扩大突发公共事件与社会热点话题的网民参与。微博、微信等新社交媒介,对我国社会舆论格局产生杠杆效应,政务机构、主流媒体和社会名人大量入驻移动网络舆论场,以人际关系和组织传播为特征,形成网上的圈子化部落。在如火如荼的网络舆论活动中,微信推动了政务信息发布渠道的多样化。如今,政务微博的迅猛发展已大大拓展了网民获取信息的渠道,成为政务信息发布的重要平台。政府机构联合微信、微博平台在信息的发布中实时、主动地进行信息传播,这必将比其他渠道更快、更有个性地传播政府信息,获得公众和网络舆论的认可度也会更高。新的传播方式与传播理念是政务信息发布平台的又一次革命,拓展网络问政的深度与广度,使获取政务信息的途径更加多样。近年来,网络不断涌现热点事件,传统媒体不断跟进,形成了新的突发公共事件,对政府形成了舆论压力,政府形象受到严重的冲击。及时应对网络舆情,构建良好的政府形象,将对政府的有效施政起到关键性的作用。从这个角度来说,基于对新一届党和政府的领导新思维的研判,开展政府管理与大众传播学的交叉研究,来研讨政府形象与大众传播的关系,并提出一些有建设性的意见,无疑颇具意义。

(二) 问题的研究意义和价值

及时处理突发公共事件,建构和传播良好的政府形象,关系到党和政府对社会的有效治理,特别是在当前社会矛盾相对尖锐,新媒体不断发展,公共事件不断媒介化的背景下,政府形象的有效建构已经迫在眉睫。

面对新政出台的新迹象,我们强烈感受到政府管理的一个趋势,就是更加重视形象建设与管理方式的改进,因此我们对今后政府执政方式改进的一个基本判断,就是政府将更加重视政府传播的效果,把政府传播在国内外的改进作为执政新方式、新理念的一大反映,特别是把官员如何科学解决突发公共事件作为其政绩之一。因此,可以预测,未来五年以至十年,政府公关、政府传播和突发公共事件处理将成为政府着重投入资源的方向之一。

突发公共事件的有效处理与政府形象的有效建构有密切的关系。2012年底到2013年初期间,一个鱼饵、一个女人在微博上引发热议。网络首先爆出重庆官员雷政富与一个女人不堪入目的艳照,随即因为这个女人,重庆十一名色官相继出现在公众面前。霎时,“赵红霞”登上新浪微博时事热搜榜,网民称她为“反腐奇女子”、“反腐女侠”、“反腐烈女”、“巾帼反腐斗士”等。腾讯网2013年1月28日关于“你憎恶赵红霞吗”的民调显示,有90%参与调查的网民表示“不憎恶她”。一个因涉嫌参与色诱敲诈官员,在任何正常国家都会受到苛责惩处的女子,在网络上竟被捧成英雄,这反映出中国社会确实存在严重的仇官情绪,不仅如此,此起彼伏突发公共事件对政府形象产生了强烈冲击。《环球时报》2013年1月26日刊登的社评形容,“舆论饥渴般地等待新的官员丑闻,并且添油加醋喝彩的情景”,是今天中国社会“特有的奇观”。该社评指出,“原因有很多,但根源是社会不公平和由此不断堆积的情绪。官员腐败本来就可恨,当它与社会不公叠加在一起时,就尤其令人愤怒”。

色诱十一名官员的女人赵红霞也受到了网民的百般调侃。有网民甚至建议颁个“感动中国”人物奖给她。这些调侃的背后隐藏着各种严肃的问题,包括网络舆论对制度性反腐无力的不满,并带有浓厚的仇官情绪以及对体制的不信任。中国人民大学社会学教授周孝正认为,社会舆论并不畸形,畸形的是官员。他进一步指出:“苍蝇不叮无缝的蛋,色情在官场里非常严重,老百姓对这些事很有气的,这个女子算是‘舍身取义’了,大伙儿当然叫好,难道还扼杀她?”^①

^① 沈泽玮. 鱼饵及“波神”引热议 中国社会存在严重仇官情绪. 联合早报, 2013-01-28.

一位出卖色相的女子因法律缺席而被推到道德前线，网络因制度无力而声嘶力竭，更凸现了突发公共事件的杀伤力。“抓住苍蝇的，不是法律的网，而是肉体炸弹与道德大棒。历史将记录的不仅是二奶们的名字，更会是这个时代的荒谬与悲哀。”^①随后相关官员在处理此事中的种种行为，均受到了网民的质疑，显示了他们媒介素养的严重缺失，以及处理突发公共事件的无能。

网络成了民间反腐的利刃。从“表叔”、“房妹”、雷政富到中共中央编译局前局长衣俊卿，在网络反腐的大潮中纷纷倒下。在权力无法被关进笼子的当下，由突发公共事件所引发的网络反腐已成为轰倒贪官色官的重要手段，至今至少已有20名官员因此被拉下马。揭发衣俊卿的是名叫常艳的博士后，雷政富则被赵红霞绊倒，两者均因涉及性爱细节而增添了舆论调侃的娱乐性。由此可见，突发公共事件对政府形象冲击强烈，建构良好政府形象已成为新一届党和政府刻不容缓的大事。除了有必要进行制度性建设之外，还要在培养官员应对突发公共事件的能力方面进行常态化机制的建设。

与此同时，据新加坡《联合早报》报道，由香港大学研究人员进行的一项微博使用群体的研究发现，“57%的研究对象在调查期间内没有发过微博，表明他们要么是非活跃用户，要么是所谓的‘僵尸账户’中的一员，是营销机构为真实账户操纵关注者数量而创建的账户。这个研究团队发现，在一个为期七天的时间段内，有86.9%的用户没有发过原创帖，有88.9%的用户未转发过别人的原创帖。相比之下，有0.5%的用户在七天的时间里发了20篇以上的微博，另有0.5%的用户在同一时间段内转发了40多篇不同的微博”^②。由此可见，这种类似于网络领袖所引发的网络舆论的形成过程和规律是很值得研究的。

政府形象的建构与传播有助于提高我国政府的国际认同度，关系到我国政府可持续发展战略和各项方针政策的有效实施。如何在突发公共事件媒介化的态势下，有效地建构和传播我国政府形象，树立一个国内外广泛认可的政府形象，就需要提出一套有效的传播规律和方法，制定科学、适

① 沈泽玮. 鱼饵及“波神”引热议 中国社会存在严重仇官情绪. 联合早报, 2013-01-28.

② 港大研究显示 少数用户主导新浪微博. 联合早报, 2013-03-14.

宜的传播策略,推动我国政府行政更加有效率,更加受到公众的认可,并以此为契机,使良好的政府形象建设成为常态化的制度建设,帮助政府创建一个具有更高的施政透明度,更加开放和进取的形象。

客观而言,突发公共事件媒介化暴露出公众诉求表达空间的匮乏性,如舆情表达机制不完善、社会安全阀机制失灵和民主监督与参与机制不健全等。在这样的背景下,探析网络危机传播的方式、特点、形成规律以及“乌合之众”的态度转变等,就显得很有价值。突发公共事件媒介化是中国特殊国情的反映,开展这个领域的研究,通过建立可靠、科学的突发公共事件媒介化的传播模型,推导出我国政府形象与西方国家不同的建构理论,可丰富我国本土的传播学理论研究,研究者所提出的创新性看法,也可拓展新闻传播学与政府管理学交叉学科的研究。所以,从这个角度来说,突发公共事件媒介化这一议题无疑具有相当强的现实意义和较高的研究价值。

二、突发公共事件的传播特点

由于突发公共事件具有突然性、爆发性的传播特点,这就要求作为最具强制力的政府针对这些特点,掌握突发公共事件的处理规律,建立预警和应急处理系统,通过有效监控和及时传播,把负面效应减至最低,缓解公众的紧张情绪,疏导社会舆论。政府要建立常规性和制度性的预警和应对措施,不仅要在平时加强模拟训练,而且要根据突发公共事件的不同类型,出台相应的处理措施,以化解矛盾,降低影响,减少损失,稳定社会,除此之外还要注意积累经验,以有效处理突发公共事件。

(一) 突发公共事件分类

突发公共事件是指突然发生、造成或者可能造成重大人员伤亡、财产损失、生态环境破坏和严重社会危害,危及公共安全的紧急事件。2006年1月,国务院颁发的《国家突发公共事件总体应急预案》规定,根据突发公共事件的发生过程、性质和机理,突发公共事件主要分为以下四类:

(1) 自然灾害。主要包括水旱灾害、气象灾害、地震灾害、海洋灾害、生物灾害和森林草原火灾等。这类灾害主要属于天灾,很难控制,如2008年四川汶川地震、2013年四川雅安地震等。减少这类灾害的损失,主要依靠有效的应急处理措施。

(2) 事故灾害。主要包括工、矿、商、贸等企业的各类安全事故、交通运输事故、公共设施和设备事故、环境污染以及生态破坏事件等。如2012年陕西延安特大交通事故。这类灾害既有不可预测的原因,也有人为因素。对于不可预测的灾害,我们要积极面对;对于人为因素造成的灾害,我们要出台预防灾害发生的措施,尽量减少或避免此类灾害的发生。

(3) 公共卫生事件。主要包括传染病疫情、群体性不明原因疾病、食品安全和职业危害、动物疫情以及其他严重影响公众健康和生命安全的事件。如2013年的H7N9禽流感。这类公共卫生事件也具有突发性。当前随着人们生活水平的提高,人们越来越重视身体健康,因此相关政府部门针对此类事件要及时做好解释工作。

(4) 社会安全事件。主要包括恐怖袭击事件、经济安全事件和涉外突发事件等,如2012年重庆周克华事件。此类事件主要是人为造成的,而且具有强大的恐吓性,能够引起社会的恐慌,对此类事件尤其要做好预防和舆论疏导工作。

(二) 突发公共事件的传播特点

根据突发公共事件的发生、发展及处理情况,突发公共事件呈现出以下特点:①突然性;②危害性;③公众关注性;④连锁反应性;⑤及时化解性;⑥规避防范性。针对突发公共事件的特点,不同类型的突发公共事件的报道也相应地呈现出不同的传播特点:

1. 自然灾害突发公共事件

由于自然灾害具有突发性、破坏性、持续性和不可抗性,例如地震会导致电力的持续破坏、建筑物大面积破坏及交通堵塞等,因此关于自然灾害突发公共事件的报道具有迅速及时、持续跟进、关注民生等特点。迅速及时,就是要求媒体反应迅速,在事件发生的第一时间及时进行相关报道,掌握先机,不能错过报道的最佳时间;持续跟进,就是要求媒体针对事件本身做出持续的跟进报道,不仅要报道事件的发展过程,还要报道事件造成的后果、影响和破坏等,并且在报道的过程中应当尽量详尽具体,在报道事件涉及的人物时要善于抓典型,客观报道,正确引导;关注民生,就是要求媒体在报道的过程中始终坚持以人为本的原则,把人民的疾苦和安危放在第一位,报道要围绕如何帮助受灾群众顺利渡过难关、如何保障受灾群众的基本生活展开。

2. 事故灾难突发公共事件

由于事故灾难的人为性、破坏性和连锁反应性等特点,因此事故灾难突发公共事件的报道具有现场性、多点切入、层层深入等特点。现场性,就是要求记者必须亲临事故发生的现场,亲身感受现场气氛,进行及时、真实、客观的报道,切不可凭空编造;多点切入,就是要求媒体报道要多元化,不能人云亦云、跟风报道,要找到多个切入点,从不同的角度对事件进行全方位的报道;层层深入,就是强调事故发展的持续性,不能仅仅针对表面的现象做报道,而是要深入事件的本质,探究事件发生的原因,挖掘隐藏于事件背后的真相,要像剥洋葱一样,层层展现事故发生和发展的前因后果。此类事件要注意社会效果,坚持真实性原则,既不能夸大事故的严重性,也不能扣住不发,而是要兼顾社会影响和事故发生的后果,对事故进行真实报道,切不可进行恐吓性报道。

3. 公共卫生突发事件

由于公共卫生事件涉及人们的身体健康,极易引起人们的关注,因此其传播范围特别广,扩散特别快。例如非典时期人们利用新媒体相互传播消息,导致了信息快速扩散,甚至泛滥的现象。公共卫生突发事件的报道具有意见引导、核心解读、客观真实及有预见性等特点。意见引导,就是要求媒体了解清楚公共事件的危害程度、性质和危害等,然后在正确掌握此类信息的基础上对公众进行正确的引导,要客观且不要引起公众的恐慌,既要向公众告知事实又要安抚公众的情绪;核心解读,就是媒体报道首先要立意正确,忌主次不分、混淆是非,由于公共卫生事件直接关系到民众的生命安全,媒体在报道此类事件时必须站在民生的角度;客观真实,公共卫生事件关系到人们的生命安危,媒体传递的信息必须做到客观、真实,切不可欺骗蒙混过关,否则后果不堪设想;有预见性,就是要求媒体报道有前瞻性,要擅于根据事件本身预测发展趋势,从而正确引导。

4. 社会安全突发公共事件

由于社会安全事件关系到每个公民的生命财产安全,因此社会安全突发公共事件的报道具有有限传播、正面宣传和正确解释的特点。有限传播,就是要求媒体在报道此类事件时做到有所取舍,此类事件往往涉及公民的生命财产安全,具有保密性的特点,所以对于侵犯公民个人隐私的部分,媒体要有所克制;正面宣传,就是希望媒体必须在保障社会团结稳定

和谐一致的基础上展开宣传报道,不可进行分裂祖国、破坏和谐、危言耸听的报道;正确解释,就是要求媒体针对此类事件的原因作出正确的说明以及真实的告知,以达到消除公众恐惧心理、维护社会和谐稳定的作用。

(三) 突发公共事件的报道类型

突发公共事件的报道是指针对我国发生的突发公共事件而进行的信息披露,其可分为以下几种:

1. 自然灾害类突发公共事件报道

自然灾害类突发公共事件报道主要是指针对我国发生的水旱灾害,台风、冰雹、雪、沙尘暴等气象灾害,火山、地震灾害,山体崩塌、滑坡、泥石流等地质灾害,风暴潮、海啸等海洋灾害,森林草原火灾和重大生物灾害等自然灾害及其他达到启动条件的突发公共事件进行的报道。

我国是世界上发生自然灾害种类最多的国家,其中对我国影响最大的自然灾害有七大类:气象灾害、海洋灾害、洪水灾害、地震灾害、农作物生物灾害、森林生物灾害及森林火灾。此类公共事件发生后,由于其影响具有广泛性和严重性,国内外各大媒体都会进行报道。例如,2008年发生在我国汶川的“5·12”大地震,全国大大小小的媒体都对此做了详尽的报道,尤其是各大省级电视台,不仅针对地震的发展情况进行了数日的追踪报道,而且对地震后当地居民的生活状况以及灾后重建工作均做了持续报道和深入调查。

2. 事故灾难类突发公共事件报道

事故灾难是指具有灾难性后果的事故,是在人们生产、生活过程中发生的,直接由人的生产、生活活动引发的,违反人们意志、迫使活动暂时或永久停止,并且造成大量的人员伤亡、重大经济损失或环境污染的意外事件。

事故灾难类突发公共事件报道主要包括针对工矿商贸企业事故、交通运输事故、公共设施和设备事故、核辐射事故、环境污染事故和生态破坏事故等的节目报道。例如,媒体针对山西屡次出现的“黑煤窑”事件的报道,不仅做了大量消息型报道,而且还进行了追踪报道和深度分析,在社会中产生了非常大的反响,引起了社会的强烈关注。

3. 公共卫生事件类突发公共事件报道

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,主要包括传染病疫情、群体性不明原因疾病、食品安全和职业危害、动物疫情以及其他严重影响公众健康和生命安全的事件。

公共卫生事件类突发公共事件报道主要是针对上述事件进行的报道,如2008年广播电视对甲型流感的持续报道。由于公共卫生事件的发生具有区域性、扩散性、持续性和危害性等特点,因此对于此类事件的报道不仅要与时俱进、持续报道,而且还要进行解释性报道,以消除人们对疫情的恐慌。

4. 社会安全事件类突发公共事件报道

社会安全事件类突发公共事件主要包括针对恐怖袭击事件、民族宗教事件、经济安全事件、涉外事件、群体性事件以及其他刑事案件等的报道,如对2008年发生在西藏拉萨市的“3·12”打砸抢烧事件的报道。这类事件往往涉及范围广,其影响不仅局限在国内,而且扩散至国际,因此广播电视在对此类事件进行报道的时候要迅速反应、抢占先机,以事实为依据,正确引导舆论。广播电视要对此类事件发生的背景和前因后果做出详尽的报道,并对事件产生的后续影响要做深度分析。

三、突发公共事件对政府形象的冲击

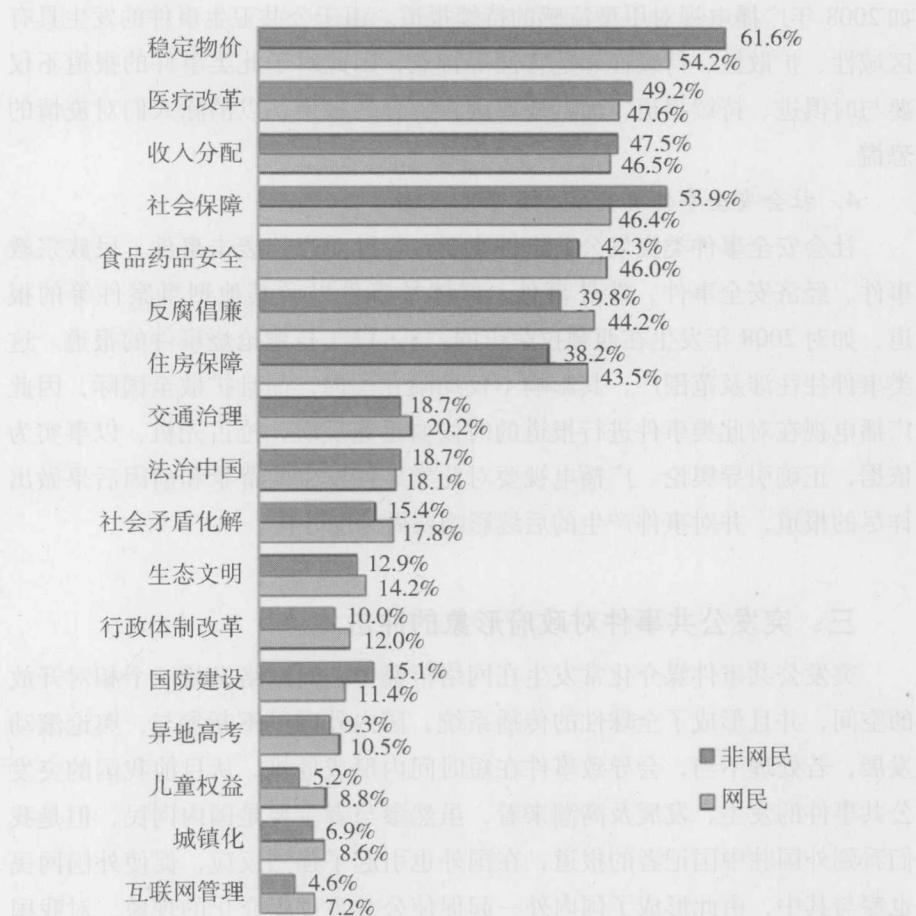
突发公共事件媒介化常发生在网络传播中,而网络又是一个相对开放的空间,并且形成了全球性的传播系统,国内外网民不断参与,舆论滚动发展,若处理不当,会导致事件在短时间内形成危机。从目前我国突发公共事件的发生、发展及高潮来看,虽然参与者主要是国内网民,但是我们看到外国驻中国记者的报道,在国外也引起了强烈反应,促使外国网民也参与其中,由此形成了国内外一起促使公共事件媒介化的现象,对我国政府形象形成了强烈冲击。

(一) 线上线下对社会议题关注度高度契合

2013年3月3日,人民网发起了线上线下两个“十大热点问题调查”。超过117万人次网民参与了线上调查投票,十大热点问题的前三个获票数均超过10万。线下调查则电话访问了包括北京、上海和广州等一线城市及大连、青岛等计划单列市在内共36个城市的3000余个样本。

在十大热点问题的选择上,线上线下调查结果均包含“社会保障”、

“收入分配”、“反腐倡廉”、“食品药品安全”、“住房保障”、“医疗改革”、“稳定物价”、“法治中国”议题，区别在于，“交通治理”和“社会矛盾化解”进入了线下调查前十名，在线上调查中名列第九、十位的“行政体制改革”与“国防建设”则未入榜。



线上线下载十大热点问题调查^①

从上图来看，线上线下载评选出的社会议题虽有小的差异，但是总体上来说，它们所引起的社会关注以及其中对政府的期待还是高度一致的。例如，2013年四川雅安地震之后，遭遇信任危机的红十字会截至2013年4

^① 2013两会热点调查线下结果出炉。人民网，<http://npc.people.com.cn/2013/0301/c14576-20639099.html>，2013-03-01。