

浅析县级融媒体中心在疫情防控宣传中的作用

刘要芳 齐建仓 刘青 庞丽

(平乡县融媒体中心 河北 邢台 054500)

【摘要】县级融媒体中心自2018年开始便如火如荼的建设开来,目前已取得不小的成绩,逐渐成为基层舆论引导的主阵地。面对突如其来、态势凶猛的新冠肺炎疫情、面对疫情带来的次生灾害,县级融媒体中心经历了反反复复的风浪和考验。在面对纷繁复杂的社会形势和舆论压力下,他们不断探索、突破,以过硬的基本功和无畏的决心为新冠肺炎疫情防控大考交上了一份“声情并茂”的答卷。本文通过分析近年来,邢台地区各家县级融媒体中心在一次次面对疫情等灾害大考时的贯通融会、举一反三,展现了媒体深度融合后的互补发力和绝对优势。尤其在某些社会事件的直接驱动下,当代媒体和媒介形式的深刻变革,以互联网作为主流媒体的主要载体,推进媒体融合发展,建设完善全媒体进程已是当务之急。

通过战“疫”中的“真枪实弹”,我们可以看到,县级融媒体中心在移动互联网环境下“最后一公里”的舆论引导主阵地建设中真正发挥了作用,真正贯彻并实现了2018年8月习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出的“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众”。

【关键词】媒体融合;县级融媒体中心;疫情防控报道;舆论引导;“媒体+”

【中图分类号】G229.2

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)04-00070-03

2020年对全党和全国人民来说,是一个具有里程碑意义的大考之年。然而,在这一非常时刻,新冠肺炎疫情暴发。这是自“非典”疫情以后,在我国再次出现的全国性重大突发性公共卫生事件,这次突发事件的严峻可谓空前未有。疫情突发之初,公众的认知不够,加上公共信息不及时、不专业,随着疫情的发展,各种传闻、流言、小道消息等在群众中流传,既误导了公众的判断,也扰乱了抗击疫情的正常秩序。彼时,正是县级融媒体中心建设逐步完善,步入快车道的关键时刻。面对突发事件,媒体融合是否成功也在经历着大挑战、大检阅。

一、县级融媒体中心在疫情期间的导向作用

由于疫情期间不实信息的大行其道,公众迫切需要官方媒体权威性来以正视听。如何更好的引导群众、服务群众,对每一家县级融媒体中心提出了新的挑战。互联网的快速发展,为每一个人提供了宽松的舆论环境,但宽松不代表胡编乱造、刻意迎合、肆意传播。县级融媒体中心作为一个区县的主流媒体,因地制宜探索出了符合自身实际的宣传路径,无论在什么样的传播方式、传播格局下,其在当地都是最具有权威性和公信力,与当地民众有着地理和心理上的接近性。面对重大公共卫生事件,它们充当了最权威的发声台,坚守着正确舆论导向,引导着当地防控舆论的发展方向,在疫情防控宣传中发挥了强有力的作用。[1]

(一)正确引导,权威发布

时时公布,安定人心。两年多来,邢台地区的各级融媒体中心高度重视疫情防控工作,把疫情防控当做重中之重的工作来抓,尤其是今年疫情发生以来,各县区融媒体中心尽锐出战,第一时间吹响了战“疫”宣传集结号。例如,疫情发生后,人们对于本地疫情通报的关注度远高于全国或本省,身边感染者的行动轨迹、每天当地的新闻发布会等都时刻牵动着当地受众的神经。南和区融媒体中心申请将“南和发布”由原来的一天一次推送频率改为一天三次,每天早、中、晚通过【疫情速览】实时公布当地疫情信息,让受众在第一时间了解官方真实的疫情信息。

舆论监督,及时辟谣。沙河融媒体中心对于疫情防控期间,部分基层干部不作为、慢作为现象,持续开展舆论监督,公布举报电话,由“百姓议事厅”负责收集、整理相关信息后,报送纪委监委部门处理,及时纠正错误行为并在媒体公开曝光。对于网络上的虚假信息第一时间了解情况,公布真相,避免了以讹传讹,使公众消除恐慌、缓解焦虑。

(二)创新内容,丰富产品

突出新品,锻造精品。疫情期间,各融媒体中心将传统媒体的公信力、权威性与新媒体的生动性、交互性有机结合起来,打造出了既符合时代需求,又权威、客观、公正的新型媒体产品。创新运用音乐MV、短视频、H5、海报等形式,宣传、动员、引导群众迅速投身到疫情防控工作中,宣传主力军牢固占领了舆论宣传的主阵地,汇聚起全民战“疫”的磅礴力量,奏响了疫情防控最

强音。充分发挥传统媒体和新媒体“相加”的优势,在疫情防控报道中,短视频报道可谓是独占鳌头。平乡县融媒体中心工作人员自编自导自演的“平乡无‘疫’道”,模仿“无间道”的经典桥段,以电影拍摄手法、明星经典台词等方式,结合平乡县疫情防控指挥部的相关防疫政策向群众普及防疫知识。“到底是谁害了谁”,通过疫情期间真实案例改编,讲述了一发烧人员去熟人门诊看病,村医因顾及乡亲情面私自给病人开药,数日后该病人确诊为新冠肺炎阳性,村医与当事人都受到了法律的严惩。这类故事我们在很多媒体平台都看到过文字或图片版本,但通过身边人、通过平乡方言,根据日常的所见所闻改编,呈现“稳中带皮”的效果,不仅起到了惊醒作用,还有效地将宣传工作扎根到基层百姓中。“一天早晨,格里高尔·萨姆沙从不安的睡梦中醒来,发现自己小区被封了。”由网友改编卡夫卡《变形记》的开头和疫情期间的小区封锁巧妙结合,在网上掀起了一波“疫情文学”的高潮。柏乡县融媒体中心敏锐的抓住了这一社会热点,发动网友的聪明才智,在网上征集极具“网感”的文化创作,“只要想起一生中做过的核酸,喉头便长出了棉签。”“今天,妈妈被隔离了。也可能是昨天,我不知道。”……其中最为热议的是将世界名画打造成为防疫宣传海报,皮埃特罗·本博提醒你牢记七步洗手法;达芬奇呼吁大家适当储粮减少外出;米开朗基罗展示酒精消毒的标准动作;一件件作品被网友直呼模仿到精髓了。对于“无梗不欢”的当代青年,早已不能满足简单的生搬硬套,只有足够高级且能给予人力量的“梗”才能打动人心。

文艺作品,锦上添花。疫情爆发遇到各类假期,群众原本计划好的出游、聚会、探亲、访友都被居家代替,这个时候积极向上、充满活力的文艺作品就显得尤为重要。任泽区融媒体中心原创歌曲《爱在任泽》温暖上线,播放量10万+,点赞量上万,成为抗“疫”宣传中一道亮丽的风景线,起到了鼓舞人心的正能量作用。巨鹿县融媒体中心创作地快板书《防抗病毒人人有责》、说唱《万众一心抗疫情》等一系列文艺作品通过微信、抖音、客户端等形式进行展播、宣传,给群众居家生活带去了精神享受。

(三)把准“脉搏”,“对症下药”

如何做好舆论引导、在纷繁复杂的消息来源中帮助群众选择有效信息,消除恐惧心理,提振信心士气,需要下足功夫。各融媒体中心把准受众“脉搏”,紧跟疫情进展,抓住关键节点,输

送实时新闻,及时解疑释惑,回应群众关切,调配出满足需求的“千金方”。

开设专栏,分类聚焦。疫情期间,群众十分关心抗“疫”最前沿的动态信息,各融媒体中心利用全媒体传播平台开设专栏,让疫情资讯、防控措施、防疫知识、先进人物感人事迹等战“疫”故事深入人心,其中任泽区融媒体中心开设的【我的抗“疫”故事】、【大爱暖任泽 众志成城抗“疫”情】、【疫情防控 任人行动】、【抗“疫”巾帼力量】、【“疫”线故事】专栏,围绕疫情防控、抗“疫”实况、医疗救援、志愿服务、物资保障、暖心故事等方面,营造了强大的宣传声势和多维立体传播格局。融媒体中心记者利用互联网连线抗“疫”一线,获取新闻素材,推出《涓涓细流汇成海 爱心涌动任泽城》《药香飘疫线 暖人更暖心》《白衣执甲战疫情 陌上花开春归来》《群主的故事:一个群、一群人,燎原任泽志愿红》《极速配送:打通民生保障“最后100米”》等既有时效又有温度的抗“疫”新闻宣传报道,全方位展现了任泽区广大医护人员、公安干警、社区志愿者、基层疫情防控人员日夜坚守、无私奉献、守望相助、众志成城的精神风貌。

加强宣传,科学引导。信都区融媒体中心在宣传平台开设【心理驿站】,通过专业心理援助团队解答问题、电话咨询等服务,帮助疫情中产生心理压力、急需情绪纾解的人员。【防疫课堂】加大公益海报、短视频、图文宣传力度的同时,引导受众正确防疫,为营造健康向上的社会氛围起到了至关重要的作用。

(三)爱心帮扶,助农济困

“百姓议事厅”搭起群众“连心桥”。疫情期间,民生保供是重中之重。融媒体中心利用公众号平台发出各项倡议,依托“百姓议事厅”微信群发起爱心助农行动。清河县融媒体中心在“清河人吃清河菜”倡议感召下,新时代文明实践站联络员在“百姓议事厅”群里公布了“爱心蔬菜”信息表,区直各部门协同配合,做好保障,各大商超、爱心企业、互助社团、爱心人士主动联系清河县果蔬生产企业和种植大户,为本地农产品开辟销售渠道。通过政府搭台、市场运作,疫情期间,农户每天从田间、大棚、蔬菜基地采摘的新鲜果蔬,直接配送到超市、企业、个人,端上了清河群众的餐桌。

“媒体+”让群众足不出户心想事成。通过新媒体平台推出多种民生服务功能,聚合本地各类生活服务资源,提供包括医保

查询、异地就医、交通违章查询、快递查询、各类生活缴费、智慧停车、天气查询等服务应用功能,为群众提供多种生活便利。通过逐步拓展的“媒体+服务”“媒体+文化”“媒体+商务”等服务领域,建立融合传播矩阵,打造融合产品,打通党和人民群众信息沟通、社情传递“最后一公里”,逐步把县级融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。通过做好“媒体+”文章来做强传媒产业,比如,联合社会公司共同组建线上下单、线下配送的商务团队,不仅拓宽了营收渠道,又为市民提供服务资源。特别是疫情期间,南和区融媒体中心利用该模式受到群众的极大称赞,日均服务群众200余人。不仅如此,受疫情影响,部分农户种养产品,严重滞销。该中心利用“直播助农”平台,第一时间组织记者深入一线,与阿里巴巴、京东南和产地仓合作,开展直播带货活动。仅一天时间将该区史召乡滞销大鹅、河郭镇菠菜全部售空,极大消除了农户的后顾之忧,成为南和群众最受欢迎的媒体品牌。引导群众、服务群众能力进一步提升,用户对于本地媒体的认同感和信赖度进一步增强。特别是积极对接政务服务便民服务平台,将水电气暖、购物、停车、医疗等便民服务平台和证照审批平台等30余个服务平台纳入融合到“冀云”客户端,初步构建了群众“一机在手,服务尽有”的格局。进一步增强了融媒体的黏合力和引导力,党的意识形态主阵地得到进一步巩固和拓展。

二、县级融媒体中心在疫情期间暴露的问题

(一)受众思维缺失

在媒体融合的过程中,传媒从业者的网络思维、用户思维、流量思维缺失,受传统宣传报道影响,无法做到与用户积极互动、原创作品质量良莠不齐是制约抗疫宣传报道的主要因素,一系列的滞后和不足,导致了疫情期间媒体宣传的各项工作难以达到预期的成效。

当新媒体与传统媒体之战越演越烈,传统媒体如何积极向新媒体敞开怀抱迫在眉睫。虽然当前很多的传统媒体投身于新媒体的浪潮,借助新型传播平台,扩大影响力、延伸触角,但是收效甚微。究其原因,在于传统媒体的思维模式改变极为艰难,互联网的思维模式关键是从用户角度出发,提升用户体验感,沉淀用户,从而进行商业模式和盈利模式的改造。而传统媒体的固有思维却反其道而行之,继续延续主流媒体单向输出的思维模

式,即便改变了输出渠道、创新分发内容、沉淀大量用户,但这里的用户仍为单向接收信息或片面互动的用户,不过是增强了内容接收渠道。可见,若继续沿用传统的传播范式、话语体系,将难以提高市场占有率、用户关注度。

(二)专业技术团队匮乏

疫情期间,针对客户端或公众号的某些区域应用功能,县级融媒体中心的能动性明显缺失,显示了一个亟待解决的通病:县域缺乏软件技术人员,无法在短时间内定制开发特殊服务功能,多数是依靠购买第三方的技术支持。因此,组织自己的技术团队举足轻重。

当前县级融媒体中心的人员组成多数以年龄偏大、技术薄弱为主,这就使得融媒体时代下新媒体和传统媒体的融合遇到了阻碍,新媒体的优越性得不到充分利用。要推动新媒体和传统媒体的融合,各方面都存在着较大的难题。积极培养新媒体创意、大数据分析、媒体运营等具有互联网技术且创意能力强的人才刻不容缓。挖掘、盘活现有人员,通过选拔骨干,强化培训和实战锤炼,帮助他们尽快实现“转型升级”;大胆引进、用好新媒体人才,全力培养多元化、精通融媒体产品、懂得如何做出更具新闻价值、更让受众喜闻乐见的新闻内容的采编制作人才。

在突发的重大公共危机事件面前,科学全面的衡量县级融媒体中心的社會功能,值得深入研究和思考,建设“新型主流媒体”任重道远,各地的融媒体中心应鉴往知来,力行致远,为进一步高质量推进融媒体中心建设奠定更为坚实的专业基础。[2]

参考文献

- [1]邓年生,吕艳志,融媒体时代地方电视媒体两微一端路径探索[J],声屏世界,2019(1):57-59
- [2]戴元初,在疫情防控大背景中感受融媒体中心的社会功能[J],视听界,2020(4):124