

突发公共卫生事件报道的新表达

——以四川巴中市广播电视台抗击新冠肺炎疫情报道为例

李明刚 杨 醒 周明燕

【摘要】：抗击新冠肺炎疫情报道中，各地主流媒体不断提升传播力、引导力、影响力、公信力，在传播疫情防控信息、引导社会舆论等方面发挥了重要作用。本文以四川巴中市广播电视台为例，就做好突发公共卫生事件报道、提高应对突发公共卫生事件的能力及水平作一探讨。

【关键词】：广电媒体；报道；突发公共卫生事件

突如其来的新冠肺炎疫情，不仅是对医药卫生领域的一场大考，也是对新闻舆论工作的一次考验。对于各地的主流媒体而言，如何适应公众获取信息渠道的变化，正面引导、回应关切、澄清谬误，是疫情防控期间的一道考题。四川巴中市广播电视台坚持“高”“新”“活”，加强宣传策划、创新表达方式、实行全媒联动，唱响了主流媒体的最强音，营造了强信心、暖人心、聚民心的良好舆论环境。仅一个多月时间，电视台、电台播发稿件 1300 多条，收视率、收听率较前期翻了两番；新媒体创作稿件 600 多条，阅读量达 1.87 亿次，其中，2000 万+以上阅读量 1 条、1000 万+以上阅读量 5 条、100 万+以上阅读量 65 条、10 万+以上阅读量 8 条；在央视、川台用稿 143 条，

在学习强国四川平台用稿 41 条。这样的报道规模，这样的报道成效，在我台宣传报道历史上前所未有。

传播力、引导力、影响力、公信力，是媒体发展的无形资源和软实力，也是社会凝聚力和向心力的重要来源。做好突发公共卫生事件报道，是媒体的社会责任，也是媒体的历史使命。探讨突发公共卫生事件报道的新表达，对提高媒体应对突发公共卫生事件的能力、水平不无裨益。

一、高：坚持导向为魂，站稳新闻思想的高地

突发公共卫生事件与公众利益息息相关。随着媒体形势的发展，公众对突发公共卫生事件报道的及时性、准确性、权威性提出了更高的要求。媒体不但要在第一时间发布权威信息，回应公众关切，还要讲好真情故事，传递社会正能量，更重要的是站稳新闻思想高地，发挥导向的“定海神针”作用。

面对来势汹汹的新冠肺炎疫情，巴中市广播电视台高度重视，闻令而动，迅速启动了宣传引导应急响应机制。大年初二，全台宣传、技术部门 100 余名职工立即从春节休假状态转向新闻宣传战时状态，从春节节目的定点编排转向防疫报道的集结编排，从节日常规报道转向防疫重点报道。电视首次实行 24 小时播出，《巴中新闻》每 2 小时滚动播出，《巴中广播电视报》推出特刊赠送城乡 3 万名读者，大力推出新媒体产品，做到了内宣第一时间引导舆情，外宣着力展现巴中防疫成效，新媒体迅速传播权威声音。

1. 紧扣舆论热点，回应公众关切

迅速发布权威信息。巴中市广播电视台第一时间播出巴中

市新冠肺炎疫情防控应急指挥部公告、各地防疫最新情况，并紧急录制、播出 5000 多条公益广告，积极宣传科学防治知识和有关法律法规，有效减轻了公众焦虑，提高了公众科学素养。

及时回应公众关切。截至 3 月 18 日，巴中市广播电视台策划了《疫情防控面对面》大型访谈节目 6 期，6 个市应急指挥部主要成员单位主要负责人走进演播厅，通报疫情防控动态，为公众解疑释惑；面对口罩的紧缺，推出了医护人员教大家自制口罩的视频；面对物资紧缺的谣言，推出直播节目《走“镜”战“疫”前线》，报道各大市场生活物资充裕；拍摄了方言情景剧《巴中凤姐抗疫记》5 集、动漫短视频《米奇防疫记》12 集，普及疫情防控知识；策划了“3·15”消费者权益日大型直播访谈节目，就疫情防控期间的典型案例进行解剖，警示消费者；开设了《法律知识小课堂》48 期，对《中华人民共和国传染病防治法》进行解读。

2. 讲好真情故事，汇聚抗疫力量

着力汇聚抗疫力量。巴中市广播电视台紧扣新冠肺炎疫情防控的重点、热点、节点，在做好服务的基础上，开辟特别新闻报道时段，开设了《众志成城战疫情·直击一线》《让党旗飘扬在抗疫一线》《疫情不灭 我不退》《战“疫”日记》等栏目，反映全市各级领导、医护人员、警察、环卫工人、志愿者奋战在防疫一线的情况，充分展示了全市干部群众同舟共济、共克时艰的坚强意志，凝聚起众志成城的强大力量。根据疫情防控持续向好的形势，巴中市广播电视台适时调整报道方向，开设《众志成城战疫情 迎难而上抓发展》《他乡服务指南》栏

目，坚持抗击疫情、脱贫攻坚、复工复产报道并重。

倾情讲好抗疫故事。没有生来就是英雄，英雄都是平凡人的挺身而出。巴中市广播电视台充分发挥采编人员的“脚力、眼力、脑力、笔力”，聚焦凡人善举，采写了一个个鲜活感人的故事，勾画了一幅幅群英图，传递了“没有一个春天不会到来”的信心，为抗击疫情注入了温暖的力量。在巴中市中心医院感染病分院，记者张丹以 vlog 的形式记录了一线医护人员的日常工作生活。医护人员舍小家顾大家，冲锋在疫情防控最前线，立下了“疫情不灭，我不退”的铮铮誓言，令无数人动容。广大公安民辅警在入户排查、检查来往车辆、护送新冠病毒接触者到指定医院隔离的工作、生活中，不乏感人的故事。《家门外板凳上 他喝下一碗“爱心鸡汤”》中的周川，是广大战“疫”基层民警最真实的缩影。生日当天，一直忙于防疫工作到深夜的他走到家门口，却又止步。妻子只好隔着门递给他一碗热腾腾的鸡汤和一个凳子。周川匆匆喝完汤，又返回工作岗位。纪录片《践行初心使命 守护万家灯火——2020 巴中城乡抗疫日志》，记录了巴州区凉风垭村和北门社区、鼓楼社区等基层工作者在特殊时期工作、生活的点点滴滴。他们将家安在村口和社区，将心放在群众的安危上，只为那万家灯火。群众自发捐款、捐物，助力抗疫。如《中国铁建向巴中捐赠一批防疫物资》《驰援武汉 平昌 40 余户村民捐菜 8000 余斤》等。《探访市疾控中心：样本检测 与死神赛跑》《向战场“逆行” 向疫区挺进》《祖孙三代齐战“疫”》等，广受好评。

二、 新：坚持移动优先，助推新闻传播的创新

提升媒体的传播力、引导力、影响力、公信力，除了在提升报道的吸引力、感染力等方面下功夫外，还要强化用户思维，不断利用新技术、新的传播手段。巴中市广播电视台充分利用《无线巴中》APP、微信公众号、今日头条号、抖音号等新媒体平台，创新表达方式，直播、视频、数据、图文、H5等产品竞相出彩，点击率、转发率、互动率超历史新高。

1. 网络直播吸引关注

巴中市广播电视台适应受众需求升级，重点用好网络直播，突出“云”上战“疫”。对巴中市新冠肺炎疫情防控应急指挥部新闻发布会进行11场网络直播，累计点击量200多万次。先后走进商店、超市、社区、农村、医院、项目复工工地，推出《走“镜”战“疫”前线》网络直播10期。每期直播60分钟，累计点击量60多万次。以“春阅巴山”为主题，同步在四川省委宣传部、四川省电视艺术家协会、抖音总部联合开展全省9市联动直播中播出的节目，点击量9万多次。开展了网络直播招商活动2场，点击量10.63万次。《白衣执甲 英雄凯旋 巴中援湖北医疗队员回家》的直播，在央视新闻移动网、新华社现场云、四川观察、今日头条等平台同步播出，点击量达60.48万次，点赞43.88万次，创《无线巴中》APP网络直播历史新高。

2. 短视频创作异军突起

在抗击新冠肺炎疫情报道中，巴中市广播电视台自制短视频、抖音493条，点击量超过千万的作品6条，超过百万的65条，超过10万的8条。2月17日，电台官方抖音号《直播巴中》的短视频《南江交警护送首批载有返成都复工的农民工车辆》

引爆网络，当日点击量达到 2300 多万，点赞 30 多万，创下抖音号单条单日点击量新高。短视频《疫情不灭，我不退》《同心携手 不负春光》《主播与你共同战“疫”》和 MV《爱在春天等着你》等，反响强烈。

3. 数据产品展露锋芒

巴中市广播电视台利用数据、图解等可视化的呈现形式，使用户更加直观地了解，实现了更好的传播效果。如开设的《每日疫情图》，用数据、长图、视频的方式，对疫情数据、疫情走势进行每日更新，并坚持在每天 10 点前推送，最高一期点击量在今日头条平台达到 10 万+。

三、活：坚持品质至上，着力全媒资源的激活

艰难困苦，玉汝于成。抗击新冠肺炎疫情，不仅担当了责任，也凝结了精神。巴中市广播电视台创新工作机制，产生了众多有思想、有品质、有温度的新闻作品。

1. 加强宣传统筹，激活机制内力

巴中市广播电视台加强统筹，整合全台资源，以更活的机制，通力合作。一是统一指挥，统一策划。组建了抗疫宣传报道小组，进行专题报道；二是集中力量打好宣传战役。整合自办节目，全力办好《巴中新闻》等时政类节目，第一时间权威解读、发布抗疫信息；三是加强工作保障。合理调配抗疫、宣传物资，充实到采访一线。

2. 推进融合报道，激活媒体合力

在抗击新冠肺炎疫情报道中，巴中电视台、巴中人民广播电台、巴中网、《巴中广播电视报》《无线巴中》APP 和以《直

播巴中》为主干的抖音群、以《无线巴中》《巴中新闻》《巴中第一眼》为主干的微信公众群、以《巴中广播》为主干的微博集群，大屏小屏集群发声、线上线下结合、报网端微联动，释放了强大的舆论引导力。

3. 借势抗疫宣传，激活人员动力

巴中市广播电视台的采编人员得到了空前锻炼，主观能动性得到了极大发挥，作品的数量、质量大幅度提升。媒体的用户剧增、黏性更强。电台抖音号《直播巴中》粉丝量达到 32 万，增长近 15 万；《无线巴中》微信公众号粉丝量增长 5 万多；《无线巴中》手机客户端增长用户 1.5 万；《今日头条》用户增长到 8.7 万。全台新媒体矩阵粉丝累计超 100 万，增长 20 多万。

在抗击新冠肺炎疫情报道中，巴中市广播电视台积累了媒体报道突发公共卫生事件的经验。我们深切感受到，唯有提高政治站位，及时宣传解读权威消息，才能担当主流媒体责任；唯有以战时状态，快速判断，快速应对，才能把握好报道先机；唯有指挥策划、统筹协调到位，才能高效运作；唯有运用融合传播机制，高效传播、精准传播，才能助力提高媒体对突发公共卫生事件的引导。