

根除危机“酵母” 凝聚民心民意——试论四川大地震抗震救灾报道和政府信息公开条例 作者：明安香

这次四川大地震经国家地震局详细测定后认定为里氏8.0级，最大烈度达11度，破坏特别严重的地区超过10万平方公里，震动大半个中国，连首都北京都有明显震感。其破坏强度之大、危害范围之广、危及人口之多、造成灾害之重世所罕见，举国震动、举世关注。面对如此严重的突发自然灾害、如此重大的危机事件，我国社会并未出现谣言四起、人心浮动的混乱局面，相反却展开了一场万众一心、众志成城、夺取抗震救灾全面胜利的伟大斗争。除了党中央、国务院的坚强领导等重大因素之外，其中重要因素之一就是政府和媒体从危机事件一开始就做到了重大危机事件信息发布的高度公开。政府和媒体通过尽可能及时、准确、充分、透明的公开信息发布，为全国人民随时了解灾情、与灾区人民同呼吸共命运，凝聚民心、团结民意，心往一处想劲往一处使，夺取抗震救灾的全面胜利奠定了坚实基础。

由国务院总理温家宝2007年4月5日签署公布、自2008年5月1日起施行的《中华人民共和国政府信息公开条例》（以下简称《条例》）第六条规定：“行政机关应当及时、准确地公开政府信息。” [1] 政府信息公开，不仅是公民的基本权利之一，也是保证公民知晓权、维护切身利益，参政、议政、实行舆论监督，直接参与国家建设和安全保障等各项事务的基本条件。在重大危机事件突发的时候，其重要性尤显突出。

重大危机事件和“危机信息渴求”

所谓重大危机事件就是指与社会和公众有重大直接或间接利害关系的大规模突发事件。这类重大危机事件往往具有两个重大特征：一是其突然爆发的不可知性，使世人普遍感到突如其来、一无所知和茫然失措，不知其从何而来、为何而来，如何规避、如何控制，更不知道其会如何发展、后果如何。二是其危害的广泛性、严重性，这类重大危机事件往往一爆发就危及或关系到家家、户户、人人的生命财产安全，与家家、户户、人人的生命攸关、利害攸关。

这类重大危机事件的突然爆发性、不可知性和生命攸关性、利害攸关性，就决定了从重大危机事件爆发一开始，人们出于自防、自卫的本能，表现出对于重大危机事件的一切相关信息的空前渴求，即“危机信息渴求”。突出表现为两大特性：一是对于获知重大危机信息的迫不及待性（及时性），渴望知道有关重大危机事件的信息越早越好，渴望及早知道重大危机事件是何时发生的？何地发生的？如何发生的？危害有多大？会如何发展？个人和家庭应该如何采取紧急应对和防范措施？等等，以便及早做到心中有数、有所防范，尽量减少自身生命财产的威胁和损失，开展自防自救。二是对于获知重大危机事件信息的如饥似渴性（充分性），渴望知道有关重大危机事件的信息越多越好、越充分越好、越全面越好，渴望知道政府采取了哪些应对措施，这些措施是否到位、得力、及时，等等，以便做到安心、放心、齐心，心往一处想，劲往一处使，开展抗灾救灾和互帮互助。

在这种情况下，在重大危机事件的爆发初期阶段，如果危机信息传播不及时、不充分，人们出于危机自保的本能，就可能人人自危、人心惶惶、四处打听，从而出现小道消息满天飞、谣言不胫而走的恐慌局面，造成危机事件危害的扩大和蔓延甚至出现社会动乱。

重大危机事件的“酵母效应”理论

为此，笔者提出了危机处理的“酵母效应”理论：在重大公共危机事件中，公众对危机事件的信息需求极为迫切、极为渴求。政府、机构和大众媒体如果对于公众的这种信息需求的迫切性、充分性处置不当，就有可能使之演变成为公共危机事件的“酵母”，使公共危机事件的危害不但得不到妥善解决反而蔓延和恶化。这就是公共

危机事件的“酵母效应”。警惕和防止公共危机事件中公众信息需求的“酵母效应”，是危急传播管理的首要任务。[2]

影响危机事件“酵母效应”的主要因素是重大危机事件与公众的相关程度和危机信息的披露程度。

重大危机事件与公众的相关程度，主要依次表现在四个层次：

一是重大危机事件与公众的生命攸关，即直接关系到公众的生死存亡和生命财产安全。如2003年冬春之交爆发的“非典”事件，即直接关系到我国人民的身体健康、生死存亡问题；此次四川汶川大地震，即直接关系到我国广大地区人民的生命财产安全问题。此时，公众对于危机事件信息的需求最迫切、最渴求，以下依次减弱。

二是重大危机事件与公众的利害攸关，即虽然不直接关系到公众的生死存亡和生命财产安全问题，却关系到公众的重大利害关系问题，如金融危机、市场危机、大面积突发停电停水等。

三是重大危机事件与公众的远近攸关，即重大危机事件发生的中心和重大危机事件的核心问题与公众在地理上和心理上越接近的，公众对于危机事件信息的需求就越迫切、越渴求；反之，则相对减弱。这次汶川大地震，与中国公众在地理上和心理上是最接近的，当然是中国公众最关注的；但是，即使远在太平洋彼岸的美国地质学家也担心会引起西太平洋沿岸的地震，因此他们也会密切关注相关重大危机信息的发布，只不过关注的程度不同。

四是重大危机事件与公众的兴趣攸关（如“9·11”事件），即重大危机事件虽然与许多公众没有直接的生命攸关、利害攸关关系，但是由于突发事件的性质重大或极其重大，仍会引起这些公众的极大兴趣和关注。他们希望从重大危机事件信息的披露过程中，同步知道危机事件是如何发生的，从中能吸取哪些经验和教训，应该向危机事件受害者作出何种反应等。2001年美国发生的“9·11”事件，虽然与中国和世界上其他国家大多数公众的直接生命攸关、利害攸关关系不大，在地理和心理上也相距较远，但是由于这是史无前例的大规模恐怖袭击事件，他们还是抱有极大兴趣和相当关注的。他们对于这一重大危机事件相关信息的需求也是迫切、渴求的。

因此，从重大危机事件爆发的瞬间起，特别是与公众有直接生命攸关、利害攸关关系的重大危机事件爆发后，公众出于重大危机事件爆发的突然性、事件发生发展和危害的不可知性，以及自身生命财产受到的严重威胁性，必然对危机信息的迫切需求和巨大渴求达到空前高度。人们急切期望第一时间知道关于重大危机事件发生的真实信息、权威信息，以便自身及早做到必要的防范和规避，尽可能避免或减轻生命财产损失；急切期望知道重大危机事件发生、发展过程中的一切相关信息，能够让自己安心、放心，能够找到适当的途径与方式向事件受害者表达关心和爱心。相反，此时如果关于重大危机事件的信息披露不及时、不充分、不权威，公众就会出于恐慌、忧虑和自保需要，而四处寻求相关的危机信息以求自我安慰和自我保护，就像落水者拼命寻找救命稻草、抓住一根救命稻草就死死不放一样。此时，各种流言和谣言就会应运而生。危机“酵母”就产生了。此时，“酵母”（谣言、恐慌等）“发酵”（传播）的速度快慢、数量多少和范围大小等，完全取决于危机信息公开披露的权威程度、及时程度、真实程度和充分程度。重大危机事件绝大多数都是公共危机事件。所谓“公共危机事件”，就是《条例》第九条中所界定的“涉及公民、法人或者其他组织切身利益的；需要社会公众广泛知晓或者参与的”重大危机事件。因此，《条例》明确规定，对符合其中基本要求之一的，“政府信息应当主动公开”。

新闻传播理论和实践的经验均证明，在重大公共危机事件中，危机信息公开披露的越及时、越权威、越真实（准确）、越充分，危机“酵母”（谣言、恐慌等）“发酵”（传播）的速度就越慢、数量就越少、影响就越小、范围就越小，危机的“酵母效应”就越小甚至归于零；反之，其“发酵”（传播）的速度就越快、数量就越多、范围就越大、影响就越大，危机的“酵母效应”就越恶劣。在重大公共危机事件的初期阶段，尤其要严格防止危机的“酵母效应”。

危机信息公开发布的权威、及时、充分：根除危机“酵母”

要有效防止危机“酵母效应”的产生，首先，要保证重大危机信息公开发布的高度权威性。当然，在重大公共危机事件中，各级政府（涉及企业、机构的重大公共危机事件除外）的信息发布最权威，中央政府的信息发布最权威，中央政府最高领导人的信息发布最权威。在重大公共危机事件中，相关政府和相关政府最高领导人的信息发布最权威，最能够消除人们的疑虑、恐慌情绪，最能够消除危机的“酵母效应”（发布假信息除外）。与此同时，在重大公共危机事件中，要保证重大危机信息发布的高度权威性，还需要运用高度权威的传播渠道来公开发布。在现代社会，就是电视、广播、报纸、互联网等大众媒体。这是因为，第一，在现代社会，电视、广播、报纸、互联网等大众媒体高度普及、高度发达、高度便捷，可以将重大危机事件信息和政府的应对措施一竿子插到底，直接传达到每一个家庭、每一位公众，大大提高危机信息传播的效率和降低危机信息传播的成本。第二，大众媒体传播的信息都是公开的，而且越公开越好，公开发布的信息就意味着将公开接受公众、社会、时间

和实践的检验，减少了媒体发布虚假信息、不实信息的可能性。第三，大众传播媒体在长期实践中，已经树立了一定的品牌权威。特别是中国的电视、广播、报纸等大众媒体，是党和国家的喉舌，是党和国家的形象代表，具有相当的权威性、可信性。第四，传播学的研究成果告诉我们，在一般情况下，公众每天获取社会信息的需求量和总量是相对稳定的，公众获取这些信息的渠道主要来自大众传播（电视、广播、报纸、互联网等）、公众传播（会议等）、人际传播（个人和群体交流等），公众用于这些传播渠道的时间比例和来自这些传播渠道的信息量比例也是大体稳定的。但是，在重大公共危机事件发生时，公众对于来自大众传播媒体的危机信息需求会急剧增加；这时，如果大众传播媒体发布的危机信息严重缺失或不足，公众在这种“危机信息严重饥渴症”的影响下，出于恐慌、焦虑和自保，就会“饥不择食”地通过其他信息传播渠道特别是人际传播渠道寻求危机信息，这时各种流言、传言和谣言就会应运而生、不胫而走。其中，有的开始是真实的，但是在人际传播过程中逐步失实、歪曲、误解了；有的一开始就是错误的，在人际传播过程中又以讹传讹；还有的本身就是别有用心者蓄意编造、传播的谎言、谣言。但是，由于大众媒体的缺席或缺失，各种流言、传言特别是谣言就得以售其奸。

2003年冬春之交，“非典”疫情爆发初期，由于种种主客观原因，关于“非典”的危机信息在大众媒体上披露不及时、不充分，致使谣言四起。当时，一个带有迷信色彩的谣言竟然通过人际传播渠道在短短几天时间内就传遍了中国南方十几个省份，并使得“非典”病毒得以在公众不知情的情况下传染、蔓延，以致从南方祸及北京、全国。在中央直接介入“非典”疫病的防治以后，虽然此时的“非典”疫病发展已进入高危期，但是由于中央政策一竿子插到底，公开的信息披露非常及时、充分，一系列配套措施周到、得力，结果很快人心稳定、社会齐心，抗击“非典”的斗争在短短两个月的时间内即取得了出人意料的全面胜利。正是有鉴于此，《条例》第十五条指明，政府信息公开的主要方式包括“报刊、广播、电视等便于公众知晓的方式”。在报刊、广播、电视、互联网等大众传播媒体高度发达和普及的今天，通过它们公开信息特别是重大公共危机事件信息已经成为政府最快捷、最便利的首选。在这次汶川大地震报道中，我国的大众媒体发挥了极为出色的作用。

其次，要保证重大危机信息公开发布的高度及时性。新闻传播理论和实践的历史反复证明，在重大危机事件爆发的初期，相关政府和媒体如果能及时、权威地最先发布有关危机信息，做到首发有我、首发用我，就能取得有关重大危机事件的“第一印象”、“先入为主”的舆论优势，就能成为国内外媒体关于危机信息传播的主要信息源，就能占领危机传播和危机管理的战略制高点，牢牢掌握危机传播的舆论话语权。否则，其他媒体和其他信息渠道就会乘虚而入，发布和散布各种片面信息、不实信息甚至虚假信息，给危机事件火上浇油，甚至扩大危机事件的危害。

此次四川汶川大地震在事发突然、灾害严重、情况不明的情况下，如果危机信息披露不及时、不透明，很容易造成国内外的负面影响。但是，在汶川大地震突然爆发18分钟后，2008年5月12日14时46分，新华社发挥通讯社优势，第一时间发布了地震消息。再过14分钟，央视经过多方反复核实，作为电视媒体于15时首先在新闻频道整点新闻中“头条”“口播”了汶川大地震的消息；并停止新闻频道各栏目的正常播出、停止各时段的广告播出，迅速推出了“抗震救灾众志成城”突发事件现场直播节目。地震发生后两个多小时，16时40分，温家宝总理即乘专机从北京起飞奔赴灾区。随同温总理登机的央视时政部记者在专机降落成都10余分钟后，即通过《新闻联播》播出了重要新闻节目《温家宝总理赶赴四川灾区在专机上发表重要讲话》。我国政府和新闻媒体在空前灾难事件爆发面前的信息披露之及时、之透明、之权威，不仅铲除了重大危机事件爆发初期可能产生谣言的一切土壤，使全国人民立即人心安定、民心凝聚、众志成城，而且让一些西方反华媒体和势力也失去了蓄意炒作的空间，使西方媒体不得不刮目相看。这为全国人民万众一心、抗震救灾创造了极为有利的国内国际舆论环境。

再次，要保证重大危机信息公开发布的高度真实性。危机信息传播最有说服力的是现场报道、现场直播报道。因为只有现场报道、现场直播报道，最透明、最真实、最有说服力，最能让千千万万千里之外的观众身临其境、感同身受；只有现场报道、现场直播报道，最立体、最透明，才能传递出语言、文字、图片无法表达的全方位、复杂、细微、真实信息，便于公众做出自己的独立判断、引起发自内心的深刻共鸣。这就要求记者在重大危机事件发生的时候，必须直奔第一现场。危机就是命令，现场就是战场，必须尽可能靠前、靠前、再靠前，贴近、贴近、再贴近，贴近亲临重灾第一线的党和国家领导人，贴近抢险救灾的解放军将士、武警官兵、医护人员和专业人士，贴近遭受地震灾害的民众，尽可能实现现场报道、现场直播报道。

这次我国主流媒体记者同解放军抗震救灾部队一起几乎采用了乘冲锋舟、直升机等水、陆、空各种形式，直抵震中重灾现场进行采访，现场报道了抗震救灾部队、武警官兵、消防部队、医护人员千方百计、舍生忘死、连续奋战抢救受灾群众的感人情景；直播报道了年过花甲的总书记、总理不顾个人安危，亲临余震不断的抗震救灾第一线，指导抗震救灾、慰问受灾群众的动人画面，其真情实感既感动了全中国，也震动了全世界。

在重大危机事件中，及时澄清已经发布的错误信息和纠正社会上流传的不实信息或谣言，对于防止危机“酵母效应”具有重要意义。《条例》第六条对此作出了明确规定：“行政机关应当及时、准确地公开政府信息。行政机关发现影响或者可能影响社会稳定、扰乱社会管理秩序的虚假或者不完整信息的，应当在其职责范围内发布

准确的政府信息予以澄清。”汶川地震发生后不久，有人通过手机散布“北京地区当晚10时到12时有强地震”，央视等主流媒体立即播报了国家主管部门澄清谣言的新闻，迅速稳定了北京地区的民心，避免了不应有的社会心理恐慌。

最后，要保证重大危机信息公开发布的高度充分性。重大危机事件的信息传播必须做到尽可能高度充分透明（战争报道除外[3]）。只有危机信息的高度充分透明，才能彻底消除社会公众的各种恐惧和疑虑；只有危机信息的高度充分透明，才能彻底铲除各种流言、谣言产生的土壤；只有危机信息的高度充分透明，才能彻底排除国际反华势力和媒体蓄意炒作的空间。应对重大危机事件的最高境界，不仅要保证危机信息发布的高度充分透明，还要保证危机处理措施的高度充分透明。只有危机处理措施的高度充分透明，才能让灾区群众消除恐慌情绪、解除后顾之忧，做到心中有数；才能让全国人民感到安心放心，知道自己应该心往何处想、劲往何处使。因此，《条例》第十条、第十二条分别要求，县级以上各级人民政府和乡（镇）人民政府应当重点公开下列政府信息：“突发公共事件的应急预案、预警信息及应对情况”；“抢险救灾、优抚、救济、社会捐助等款物的发放情况”等。

在抗震救灾报道中，央视和中国主流媒体通过电视大段现场同期声和翔实画面细节的报道，以及电话连线、记者目击、震撼照片等多种报道形式，尽可能向社会全方位、多角度、多层次地传递了关于灾区、灾情、灾民和抗震救灾的真情实景。党和政府通过媒体一杆子插到底地报道和传达了胡锦涛总书记和温家宝总理在第一线关于抗震救灾的崇高理念、坚强决心、战斗部署和具体措施。党和国家领导关于“第一时间救人”、“只要有百分之一的生还希望，就要进行百分之百努力”的坚强决心，关于尽快调动十万人民解放军进入灾区帮助抗震救灾的有力部署，关于安置受灾群众和灾后恢复重建阶段为灾民建设临时住所和保证救灾财物公平公正发放等方方面面的细致安排，以及各界人士和志愿者纷纷自发行动捐钱、捐物、出人、出力的感人场面，通过电视、报纸、网络等媒体的直观报道，消除了灾区人民的隐忧和全国人民的担忧，让全国人民对于夺取这场空前规模的抗震救灾斗争的全面胜利充满了信心。

作者简介：[list.asp?unid=1027](#)

注：本文以《政府信息公开和重大危机事件报道》为题，2008年6月首次发表于中国检察出版社《法制新闻传播》杂志2008年特辑；后为于运全、姜加林主编的《5·12汶川大地震新闻报道研究》一书（外文出版社，2008年）所刊载。

[1] 《中华人民共和国政府信息公开条例》，新华网，2008年4月30日。以下有关《条例》引文，不另一一注明。

[2] 2006年11月18日，中山大学政治与公共事务管理学院、公共传播研究所、公共传播学系联合主办“公共危机传播管理国际学术研讨会”。笔者应邀在会上作了主题演讲，题目是：《如何实现公共危机传播管理的最高境界：变危机为胜机》。其中明确提出了“危机酵母效应”的理论。

[3] 涉及军事斗争机密的重大战争新闻事件，该不报的就不能报，该迟报的就得迟报，该虚虚实实的就得虚虚实实。“兵不厌诈”，古今中外盖莫如此。这时需要遵循的主要是军事规律、战争规律，而不是一般的危机传播规律。这是极少数例外。参见明安香：《传媒全球化与中国崛起》，社会科学文献出版社，2008年，第157页。

[返回首页](#)

来源：明安香
阅读：866次
日期：2008-12-11

【 [双击滚屏](#) 】 【 [评论](#) 】 【 [收藏](#) 】 【 [打印](#) 】 【 [关闭](#) 】 【 [字体：大 中 小](#) 】

上一篇：[对中国西部地区大规模异地耕地置换情形的分析](#)

下一篇：[“后发”何以“制人”——重大报道纸媒视觉整合研究](#)

>> [相关文章](#)

- [四大特色推进政务报道创新](#)
- [中部农村地区信息传播与农民观念、交往状况变迁调查——以六安农村为例](#)
- [“生态村”理念在农村的扩散与实现 ——以上海市崇明县前卫村为个案](#)
- [信息均衡与“草根经济”产业化——基于一个西部贫困县的案例分析](#)
- [“翘翘板”上写市府新闻](#)

- 替党说话，还是替老百姓说话？！
- 经历“纷繁复杂”
- 基于绩效沟通的高校行政人员绩效管理

发表评论



点 评: 字数0

用户名: 密码:

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .