

2月2日 2月5日 2月10日 2月13日 2月21日 2月28日 3月5日 3月7日 3月10日 3月17日 3月26日 4月8日

传统媒体，它们的微信公众号及其它新媒体传播平台。比如‘发哨人’事件，新媒体只是起到了传播的作用，它的生产，是由传统媒体来完成的。但是新媒体的传播会倒逼主流媒体的舆论场，对其产生影响。影响包括社会动员和议程设置。行政机构和管理部门感受到舆论的压力后，无论出于什么动因，都会对他们的工作做出一定的调整。这一方面是下情上达，另一方面客观上进行了舆论监督。”

情绪宣泄的出口和汇聚地

“封城”后的武汉充满焦虑和恐慌。武汉各大医院发热门诊爆棚，有相当一部分原因，确是民众恐慌所致。武汉市作为湖北省的省会城市，原本医疗资源并不算差，但面对蜂拥而至的病人，也难以招架。在业界，这有了一个专业名词：“医疗挤兑”。再多的医疗资源也无济于事。大环境下医务人员和病患处于高压状态，网络上热传的一些来路不明、真假难辨的文字视频信息，令人难以招架。

面对铺天盖地、蜂拥而来的信息，普通大众有没有分辨的能力呢？吴畅畅认为，他们没有核查信息是否真实的义务：“谣言具有一定的阶层性和代际性。不可否认，谣言有被普遍接受的、跨阶层的现象，但大多数谣言存在于一个固定的圈层之中。对普通大众来说，他们没有核查信息是否真实的义务，责任在新闻媒体。例如疫情期间，以腾讯公司为代表的私营互联网企业主动承担了新闻核查的责任，但它们是否能承担新闻审核的责任，我是存疑的。”

华东师范大学传播学院新闻系副教授、华师大——康奈尔比较人文研究中心研究员吴畅畅。



与此同时，因为疫情的特殊情况，新媒体也成为了情绪宣泄的一个重要出口，一味地“堵”有时候事与愿违，反而造成不良的社会影响。

“这就涉及社会治理的问题，”吴畅畅说，“在这一次新冠肺炎疫情中，新媒体确实成为情绪传输与导流的一个重要出口。一月底，武汉和湖北省进行封闭管理，意味着疫情的“紧急状态”的来临。严格意义上，我们只有在战时状态才看得到这样的状况。物理空间切断对普通人的生活造成了极大的影响。憋一周可能还能忍受，长期憋在家里就需要出口，需要情绪管理，而这个出口只能通过新媒体。这使得某些声音或者观点会在短时间内更容易激活和放大，也更容易极端化和流瀑化。”

那么，如何来堵和疏？

吴畅畅认为现在的新闻报道需要在宣传主导权和受众心理之间达成平衡：“比如李文亮医生去世的那天晚上，舆情之所以会那么汹涌，是媒体人和知识分子联合起来造成较为强势的议程设置的效果。现在的问题是，如何以一种调和式的报道模式，来降低因为熵值过高造成的不确定心理，以及存在的各种质疑和问责的心理。市场化程度比较高的传统媒体，与传统党媒动员式的救灾美学的传播模式，已经有很大区别。比如‘流产护士上前线’‘拾荒老人捐钱’这样的报道，在以往，因为体现一种大爱，一种集体主义而看起来比较“正常”。可是为什么这一次，其效果适得其反？新闻报道需要在宣传主导权和受众心理之间达成平衡，疫情期间，很多传统媒体也在努力寻找新的报道模式，但他们对当下的青少年及中产阶级（包括媒体人和知识分子）的文化特性、社会心理和情感结构，往往缺乏比较通透的了解。”

与新媒体相比，传统媒体的短板不仅仅有传播方式上的问题，更有观念上的差异。在非常需要新媒体生产公共产品的当下，传统媒体也要与时俱进，提高公信力和美誉度，以扩大自身的影响力来应对新媒体时代的发展。

“新媒体主要的目标受众是谁？是大学生、知识分子和中产阶级，”吴畅畅说，“他们的人数总体上并不是很多，但是他们能左右议题。任何公共事件发生，他们倾向于问责和质疑。当传统媒体还在报道各地医生大爱无疆奔赴疫区的时候，市场化程度较高的传统媒体与新媒体，更多关注外地医护人员在当地的医护资源有没有得到有效的保障，他们的后勤工作做得怎么样，体现出来的是人文主义的关怀，或者更准确地说是基于个人层面的人文主义的关怀。这些现象体现出来的社会心理反应，需要新闻生产者加以注意。”