

传统媒体如何改进突发灾难事故的报道

——以“11·22 青岛输油管道爆炸”事件为例^{*}

杨 叶

(湖北大学,湖北 武汉 430062)

摘要:突发事件一直是媒体关注和报道的重点,作为公共服务平台,新闻媒体应该在发布灾情信息,引导社会舆论,以及安抚灾民等方面发挥重大作用,由于媒体环境和报道机制的限制,媒体在报道突发事件中存在某些问题。文章以2013年11月22日青岛输油管道爆炸事件为例,从新闻专业主义视角审视媒体对该事件的报道,并且提出改善新闻报道的建议。

关键词: 新闻专业主义;输油管道爆炸事故;媒体报道;突发事件

DOI: 10.3969/j.issn.1672-9846.2014.03.012

中图分类号: G212

文献标志码: A

文章编号: 1672-9846(2014)03-0048-05

突发事件具有时间上的不确定性,同时又有很强的破坏性,严重危及社会公共安全以及公众的生命财产安全,因此突发灾难性事故一直都是各大媒体新闻报道的重点,青岛“11·22 输油管道爆炸案”也不例外。新闻专业主义理念在20世纪初从美国传入我国,经过几十年的发展,新闻专业主义也日渐成为中国新闻界的追求。国内学者普遍认定新闻专业主义的内涵是:新闻专业主义是一种独立于任何权威之外的新闻从业理念,带有一定的理想主义色彩和强烈反权威精神,在新闻专业主义的要求下,记者必须以客观、真实、准确的态度去报道事实,挖掘事实的真相,把事实的原生态展现在读者面前,而它最突出的特点,是相信可以从非党派、非团体的立场客观地报道新闻事实,不是服务于某一利益团体或者某一党派。台湾著名学者潘忠党认为,新闻专业主义是指从事新闻工作必需的专业技能、行为规范和评判标准,而这些又必须通过专门的训练来获取,并且能为所有新闻从业者共享,它主要包括一套关于新闻媒介社会功能的信念,一种自觉为公众利益服

务的态度,一种独立于政治和经济权力之外的更高权威的精神,一系列规范新闻工作的职业伦理,它阐述的是媒体的社会功能、新闻从业者的角色以及新闻专业操守。^[1]近五年来,国内媒体在对突发事件报道中的专业主义理念大大提升,特别是在2008年“5·12”汶川地震,2011年“7·23”温州动车事故中,全中国见证了中国媒体的新闻专业水准,赢得业界和公众的赞誉,但是在青岛“11·22”输油管道爆炸事故中,青岛当地媒体的新闻报道远未达到新闻专业主义水准,遭到其他媒体和网民的责难。

一、青岛媒体报道中新闻专业主义的缺失

(一)隐瞒灾情,信息缺失

美国学者莱特提出的大众传媒“四功能说”中,居于首位的是环境监视功能,主要是指大众传媒在社会的内部和外部收集和传达信息的功能。^[2]灾难性的事故爆发之后,社会公众最关注的信息应该是:灾情实况、当地居民的伤亡情况、灾难破坏程度、是否有二次灾难、民众可以有的防护措施、灾民需要的帮助等。在“11·22 输油管道

^{*}收稿日期:2014-05-08

作者简介:杨 叶(1989-),女,湖南邵阳人,湖北大学新闻传播学院硕士研究生,主要从事新闻学研究。

爆炸”事故中，公众最想了解的信息莫过于爆炸现场的情况、伤亡人数、是否有二次爆炸、是否会引发火灾和水污染等。但是，青岛当地的媒体在 11 月 23 日的报道中，没有任何一家媒体提及这些信息，如：《青岛晚报》仅仅在头版头条刊登《习近平对中石化输油管线爆燃事故做出重要指示》；《青岛早报》如出一辙，也仅仅在头版刊登《习近平对中石化黄潍输油管线爆燃事故作出重要指示组织力量及时排除险情 千方百计搜救失踪受伤人员》；《青岛日报》的头版头条和《青岛早报》几乎一致，另外当天还刊发消息《中石化黄潍输油管线发生爆燃》，其副标题是《具体原因正在调查，全部伤员均得到有效医治》，这条消息不仅没有传播真实的灾情，还谎称全部伤员均得到有效医治，实属假新闻；《半岛都市报》也只在头版刊登《习近平对中石化输油管线爆燃事故作出重要指示》，只字未提爆炸现场的灾情和伤亡人员。除了传统报纸媒体，当地政府的官方微博也同样是掩盖事实真相、传递虚假信息的做派，比如@黄岛发布，11 月 22 日发布“11 月 22 日凌晨 3 时许，中石化黄潍输油管线一输油管道发生破裂事故，造成原油泄漏。上午 10 时许，抢修过程中，管道破裂处起火。市、区政府领导及开发区公安、消防、安监、市政、环保等多部门立即赶赴现场，目前正在组织力量紧急处置。”这条微博使用的是“破裂”“起火”等词语，有一种掩盖事实真相，想大事化小之感；一个小时之后，@黄岛发布接连发布几条相关微博：“目前最新消息，现场两处明火均已被扑灭……事故已经排除恐怖破坏原因，两个起火点已经扑灭。已有一人死亡，两人受伤”，并且还在微博中强调起火点距离其他化工企业和军事设施较远，不会产生连带反映；直到其他微博和网站上出现大量爆炸现场的图片时，@黄岛发布才承认事故的严重性，最终公布死亡人数。

（二）宣传色彩过重

青岛当地媒体关于“11·22 输油管道爆炸案”的新闻报道，前期新闻都是领导人的讲话、开会的指示、领导人看望受灾群众等，后期新闻报道的内容和形式完全转向宣传，大篇幅的报道救援人员的辛苦、歌颂英雄人物以及灾民对党的感谢等。报道政府及官员对突发事件的应对及具体行动是必要的，但是新闻报道的第一职责是传递信息，不能用领导人的行踪淹没灾难信息。突发事件发生之后，媒体应该按照“5W”模式进行新闻报道，告诉受众“事件发生的

时间、地点、事实、具体情况、民众”等具体的灾情情况，随着事情的进一步发展，媒体接下来应该让受众了解灾难现场的救援情况、受灾群众需要什么等信息，甚至媒体可以发挥社会动员的作用，号召社会大众帮助、支援受灾群众。我国的传媒体制当中，媒体的角色是做好党和人民的喉舌，但并不代表媒体是政府的“提线木偶”，角色就是其宣传的工具和吹捧者。^[3]其实，在灾难报道中一味地强调政府官员在灾难中的作为对受灾群众来说未必会有好的作用。11 月 26 日，爆炸发生 4 天之后，青岛当地媒体已经处于风口浪尖之上，受到业界和网民的强烈谴责之时，《青岛日报》刊发了一条消息《李群张新起昨夜走访集中安置群众时强调：让居民群众早日回家过上正常生活》，再次引爆网络，报道中引述：“56 岁的王振华的话说——不是党和政府，没有今天的幸福生活，我们老百姓非常感激党和政府的关怀。”微博达人@尹鸿写到：“这样的耻辱不是第一次了，如果新闻体制不变革，也绝不会是最后一次”，@新京报官方微博感慨：“在头版，读懂中国。”

（三）避重就轻，拿悲怆当赞歌

我国媒体报道突发事件的传统作风是：只报救灾，不报灾情。不论是党报还是都市报，报道的重点都偏向于政府领导活动和救灾感人事迹等“正面”事件。经历“SARS”事件和“5·12 汶川地震”之后，媒体在这类事故的报道中似乎变得理性，会及时对灾难的发展情况予以公布报道，大大改善了“报喜不报忧”的做法。但是青岛本地媒体对于“输油管道爆炸事故”的报道则是走的回头路，浓墨重彩地报道救灾工作，为救灾人员高唱赞歌。青岛各大报纸都是如此，比如：《青岛晚报》用八个整版报道这一事件，标题不但工整，而且押韵，各版标题如下：“一次突如其来的爆燃事故”“一曲感天动地的英雄赞歌”“一场争分夺秒的生死救援”“一种众志成城的爱心力量”；《青岛早报》用九个整版报道救灾实况，版面设计色彩鲜艳，各大标题如下：“集结令下急赴现场”“排队献血爱暖寒冬”“最佳医护最好救治”“昼夜鏖战击溃死神”“钢铁之躯搭生命梯”“海上设栏清理油花”“住安置点如家温暖”“官兵做饭百姓喊香”；《青岛日报》刊登《“我们在安置点挺好的！”记者走访安置点及原地居民生活》《军用炊事车让居民吃上热乎饭》等消息。上述新闻报道对象的精神和行为是值得赞许，但是如果这种感性、夸张的报道充斥着整个媒体，完全取代对灾难的理性思考，则会产生完全相反的宣传效果。

播效果,遭到新闻界同仁的耻笑和鄙视。

二、新闻专业主义在突发事件报道中的价值

(一)满足受众对信息的知情权

传播学奠基人之一施拉姆在《大众传播》提出,大众传播媒介报道公共安全事故,首先应该做到信息公开,否则,将会引发民众心理恐慌,甚至引发骚乱、暴动等后果。在突发事故的情况不断恶化时,媒体应该成为政府、公众之间信息沟通的桥梁。传递信息是媒体的基本功能,而知情权是受众最基本的权利,特别是在突发事故中,及时传递灾情是媒体的责任和义务。突发事件的突然性往往让受众来不及有心理和物质上的准备,同时其发展趋势又是无法预知的,因此信息封锁极易引起社会恐慌,公众最需要的则是媒体准确、专业、及时的信息。NHK(日本广播协会)在报道 2011 年“3·11”大地震时,地震发生 20 秒,震级、震中等信息就出现在电视屏幕上,30 分钟之内民众能看到航拍到的次生灾害——海啸的画面。在最短的时间内,把地震的波及范围、人员伤亡情况、余震、次生灾害、政府动作、灾民情况通过电视新闻传递出去,给日本民众呈现出真实、迅速、透明、理性的新闻报道,体现了高超的新闻专业水准,新闻业界将 NHK 地震报道称之为“新闻专业主义实践的一个范本”。^[4]此外,与青岛媒体不同的是,日本首相菅直人在灾区连续视察十几个小时,但媒体都只是“蜻蜓点水式”报道,并未有长篇大论式的跟踪报道出现在媒体上。

(二)提升媒体公信力、独立性的需要

麦奎尔在其著作《大众传播理论》中论述“大众传媒对危机事件进行传播”时说到,“媒体描述比事实更加危险,由于缺乏专业性以及缺乏对事件不确定性的报道,新闻界没有给予公众合适的指导,媒体应该把各方面信息及观点汇集在一起。”也就是说,媒体自身发布了不准确、不及时、不公正的新闻报道使得“媒体成为一个不值得公众信赖的信源”,因此公众也就会将其看做危险之一,最终逃避媒体,媒体的公信力也随之烟消云散。同时,新闻专业主义理念包含真实、客观、公正、责任感等内涵,因此新闻专业主义是媒体提升公信力、独立性所必须的。NHK 的灾难报道一贯秉持着“理性不煽情”原则,其中令人印象深刻的一幕就是电视主播带着安全帽,镇定的坐在主播台上播报新闻,这些画面传递出来的信念就是面对突发灾难应该沉着冷静、不慌张。有媒体评价 NHK:“地震、海啸、核泄漏等重大突发事件

中,日本给全世界上了一课:理性、高素质的公民,有责任、快速反应的政府和有公信力的媒体”。而在“青岛输油管线爆炸”事故中,当地媒体极力隐瞒灾情,镜头中的主角是政府官员而不是公众,灾后报道普遍把灾难当“赞歌”,种种报道行为将媒体的公信力、专业素养扫地,遭到网友的讽刺,如: @诗人潘婷在微博上愤慨发布:“今天是青岛媒体的耻辱日。某某领导的指示,比事故的真相更重要。”,@董关鹏说:“人祸永远比天灾更可怕,欺下瞒上者才会这样做。央媒已在滚动报道,地方媒体需要更多温情和抚慰,却是如此低端的粉饰太平。”

(三)实现新闻舆论监督的需要

舆论监督是新闻媒体的独特力量,可以帮助公众了解政府事务、社会事务和一切涉及公共利益的事务。突发灾难性事件不仅对公众个人的生命、财产造成损害,也会损害社会公共设施等,那么新闻媒体应该负有强烈的社会责任感,利用新闻报道进行舆论监督,不仅要把灾难事实呈现给公众,而且要发挥新闻专业主义精神,把事故原因和失职者挖掘出来呈现给公众。在突发事件中,不管是纯粹的天灾还是人为灾难,都会与政府各部门的职责相关连,也就是权力部门牵涉在其中,新闻工作者在进行采访和写作的过程中将会增加难度和阻力,一些地方政府常常千方百计干预新闻记者。此时,具备新闻专业主义素质的新闻工作者不会臣服于政府压力,坚持将事实真相曝光给广大民众,为有关部门的问责调查提供事实依据,这也就实现了媒体舆论监督功能,彰显了媒体的社会责任感和正义良知。市场竞争机制引入媒体之后,面对突发灾难,新闻业界出现很多缺乏专业主义精神的行为,比如山西煤矿矿难数十名记者领封口费、新京报陈永洲受贿事件等。

三、突发事件中媒体建构新闻专业主义的建议

(一)加强新闻报道的全面性和现场性

新闻媒介是独立于政府和民众的第三方,如果只成为其中一方的传声筒,无论报道写得如何真实、客观,都只会呈现出“一边倒”的趋势,难以使公众信服,甚至会起反作用。所以,新闻工作者应该从不同的角度、不同的报道对象中获取信息,反应不同层面的声音,形成全面的新闻文本。突发事件涉及的面非常广泛,新闻报道越全面,信息量越大,受众的不确定性越弱,那么受众的心理、情绪也就越稳定,就不会给受众留下“宣传”“灌输”的印象。有些西方媒体在报道灾难性事故时就十分注重报道的全面性和

客观性。比如《纽约时报》在报道卡特里娜飓风灾难时,采用宏观、全景式角度报道,报道的重点是灾难带给市民的损害,还有揭露、批评政府救援缓慢的报道,当然《纽约时报》也报道在灾难中人性的美好,人与人之间的关爱等内容。传播学学者李普曼曾说:“即使是写街上发生的一起小火灾,也要像写诗一样精雕细刻。”^[5]也就是在突发事件中,媒体要从多个角度报道,为受众解读整个灾难事故,挖掘事实发生的原因,呈现事实发生的过程,追究事实发生的责任等等。在“11·22 青岛输油管道爆炸案”中,媒体都没有体现专业主义精神,最本地呈现事实发生过程的责任都未完成。新闻工作者在报道突发事件时,应该具备强烈的现场意识,以目击者的身份参与报道,将新闻现场的重点以及事故发展趋势呈现给受众,让受众最大限度地获得现场的真实感受。

(二)合理把握新闻媒体和政府之间的关系

J·阿特休尔总结了四条新闻专业主义理念,其中一条就是:新闻媒介摆脱外界的干扰,主要是指政府、广告商和公众等干涉。^[6]当下,迅速发展的网络媒体、自媒体,正逐渐改变我国过去的政府控制媒介机制,政府和媒体双方都在摸索新的相处之道,如果政府和媒体还是按照传统意义上的“控制”与“被控制”的关系行事,达不到预期效果,反而会两败俱伤、适得其反。

首先,政府应该改变“只报救灾,不报灾难”的观念。在技术条件达到的前提下,媒体应该从灾难预警——灾难现场——灾后重建进行全程跟踪式报道,而此时政府应该积极配合媒体,为媒体营造一个宽松的舆论环境,而不能一味压制媒体,紧紧控制信息的发布权,媒体完全沦为政府的“提线木偶”。其次,政府应该及时迅速发布信息。政府是拥有公共资源和话语权的机构,能掌握灾难现场的“第一资讯”,而如今绝大多数政府机构都已开通微博,方便与公众进行沟通。在重大突发事件发生时,微博应该成为政府直接发布信息的最便捷、最直接、最权威的渠道。在“青岛输油管道爆炸案”的报道中,不难看出相关政府部门严格控制新闻舆论,青岛各媒体发布的信息主题完全相同,内容大同小异,政府部门的官方微博也是极力掩盖灾情,误导灾民和民众。其实灾难发生之后,民众往往因为信息的缺失而失去理智和判断力,如果连媒体和政府官方机构都未能做到及时发布准确的信息,那么谣言就极易随之而来。

其次,媒体应该正视自身的责任和义务。媒体作为社会“第四权力”,必须维护社会公众的利益,而不是政府或者任何利益集团的附属品。新闻专业主义的“真实、客观、公正、责任感”理念应该成为新闻工作者的职业底线,媒体是社会公共资源,在灾难发生之时,应该秉持“一切为公众服务”原则,为公众提供最需要的信息;在灾难事故发生之后,媒体的舆论引导也显得尤为重要,新闻工作者和新闻报道都必须具备人文关怀,尽量避免再次刺激社会公众的情绪,扰乱社会正常秩序,要站在全局的立场上,弱化社会矛盾,理性科学的疏导民众情绪,但绝对不是一味的“赞歌式”报道,刻意放大感人画面。有人评价,日本 NHK 的灾难报道就连讲故事的纪录片,都能做到感人而不煽情。NHK 在灾后报道也是坚持理性报道原则,重在培养民众的防灾意识,增加避难知识。

(三)媒体应承担风险沟通的责任

随着社会改革的进行,从每年频发的自然灾害与人为灾害中不难看出,我国社会显然已经进入了高风险期。在新的媒介生态环境下,媒体应该承担新的责任,即风险沟通,只有准确及时地将风险告诉受众,才能抵制谣言和不准确的新闻报道的出现,阻止新的社会风险萌生。美国国家科学院对风险沟通的定义是:它是个体、群体以及机构之间交换信息和看法的相互作用的过程,不仅包括直接传递相关信息,也包括发布国家机构相关的法规政策,或者表达对风险事件的关注、意见以及回应。在当今媒介环境中,不同形态的媒介渠道都要承担风险沟通角色,发挥其应有的作用。

最重要的是,媒体应是公共部门与公众的“桥梁”。当突发事件发生之后,公众急需了解事故的相关信息,包括已经明确和不明确的所有信息,这样公众才能采取更好的措施来应对突发事件。在事故发生之后,媒体的风险沟通责任主要表现在:通过新闻发布会、新闻采访、新闻报道或者政府门户网站发布清晰、准确、有科学依据的信息给受众。在风险沟通的过程中,传者和受众并非处于同等地位,公众一直处于被动接受信息、询问信息的状态,而在突发事件中,政府部门处于“事故承担方”,往往不愿意透露更多消息,这时媒体就必须担当起“桥梁”作用,满足社会公众的知情权,发布事关每一位社会成员安全的信息,这既是媒体从业人员的基本职责所在,也是媒体的社会责任所在。

其次,媒体应及时过滤不实谣言。突发事件的危害不仅仅是事件发生时的生命财产损失,有时因突发事故产生的社会恐慌的危害程度远远大于事件本身,而这种社会恐慌情绪极有可能来源于不实谣言。在媒体多元化时代,突发事故发生之后,主流媒体的传播渠道不畅,边缘媒体则会立即取而代之,成为传播相关信息主要渠道,换言之,报纸、广播和电视媒体一旦失声,网络媒体、手机媒体就会充当主流媒体的角色。因此,当突发事故发生之后,媒体要把握信息发布的主动权,把握舆论引导的主动地位,及时过滤有关事件的谣言,稳定社会公众的情绪。

参考文献:

[1]潘忠党.成名的想象:社会转型过程中新闻从业者的专

业话语建构[J].新闻学研究(台湾),2002,(4):17—21.

[2]美国新闻自由委员会.一个自由而负责的新闻界[M].展江,译.北京:中国人民大学出版社,2004:67—75.

[3]贺文华,李焯辉.突发事件与信息公开:危机传播中的政府、媒体与公众[M].北京:中国传媒大学出版社,2010:108—110.

[4]彭湘蓉.突发事件媒体信息报道与新闻专业主义考量——以日本 NHK“3·11”地震报道为例[J].当代传播,2011,(5):52—53.

[5]胡茵茵.汶川地震报道中若干冲突分析[J].新闻大学,2008,(3):48—52.

[6]赵悦怡,任志明.报纸媒体在风险沟通中的得失与作用[J].新闻爱好者,2010,(3):32—33.

(上接第 47 页)是交接特定职业或身份的特定工具,从而打上栏目的烙印。在甘泉体验建筑工人的施工工作过程中,我们着重纪录了打铆钉、竖模板、工地建筑架上行走等细节,这些辛苦的工作都是建筑施工过程中农民工经常性劳作。我还记录了农民工张斌体验建筑老板的工作,着重记录了施工进度安排、工种环节调配以及与上下游相关供货商、施工发包方谈判等工作内容。

这样的体验过程有着明显的难度逐渐增强的特点,换句话说就是“要把体验者逼到一个份上”。通过这样的体验让建筑老板甘泉切实体会到农民工打工不易,让农民工张斌体验到老板工作脑力劳动的强度,进而实现矛盾双方的自我调

节。

从《假如我是……》栏目运行实践来看,栏目模式已经确定,社会影响力初步形成,但仍然存在收视群体总体质量不高、收视率和收视市场份额仍需进一步提升和扩展等问题,仍需要进一步磨砺和完善。电视荧屏是一个多彩的艺术平台,我们希望以上的这些探索能为业内同行提供可资利用的思路,共同丰富电视艺术形态,创新正面宣传工作,讲述更多老百姓爱看爱听同时又能激励人感染人的故事;巧做舆论引导,把握好舆论引导的“时、度、效”,讲求社会责任,力求良好的社会效果;科学定位、各具特色,在弘扬好主旋律、传递好正能量。