

短视频在突发公共事件中的功能与作用

——以新冠肺炎疫情信息传播为例

黄楚新 朱常华

【摘要】随着新媒体和 5G 技术的稳步推进,政府、媒体与民众之间的信息传播不断拉近,在突发公共事件中,信息公开与及时传播尤显关键。本文着眼突发公共事件中短视频的传播优势,以 2020 年新型冠状病毒肺炎疫情信息传播为例,探讨短视频的应用在突发公共事件的传播中的作用及其影响。短视频在信息传播、沟通交流、媒体监督、正向引导舆论、健康传播和动员民众等方面发挥了重要的作用。但同时也必须清醒地认识到短视频的局限,其对于突发事件的预警能力和反思能力都较为薄弱,短视频对于突发公共事件的危机传播并非最主要手段,而是补充和辅助。

【关键词】短视频;突发公共事件;新型冠状病毒;危机传播

DOI:10.13994/j.cnki.stj.2020.02.012

所谓突发公共事件,是指未能预测或无法预测而突然发生,并造成或可能造成重大人员伤亡、财产损失、生态环境破坏和严重社会危害,对社会公众产生直接影响或对公共社会有广泛联系的事件。^[1]突发公共事件一旦发生,不仅是对一个地区或国家的管理者、决策者应急机制运行的考验,更与广大普通民众紧密相关。而在政府与民众之间,新闻媒体承担着对突发公共事件及政府或社会行为进行真实、及时、准确报道的责任。互联网的快速发展催生了新的新闻传播渠道和传播形式,各式新媒体全面开花,5G 技术稳步推进,拉近了政府、新闻媒体与民众三者的距离,及时公开并准确传播突发公共事件的相关信息尤显关键。

近年来随着短视频的崛起,用户人数屡创新高,抖音、快手等短视频平台已成为很多传统媒体的首选发布渠道。截至 2020 年 1 月 5 日,

抖音日活跃用户数已经突破 4 亿;^[2]2020 年春节期间,抖音、快手、微视等短视频日活用户规模均高于平日,同比增长 35%。^[3]相较于传统的文字和图片信息,短视频有哪些独特之处?短视频的应用在突发公共事件的新闻传播中产生了哪些影响,存在哪些问题?

本文所讨论的短视频是指总时长通常不超过 5 分钟,可以运用智能终端进行编辑,并在多种社交平台上进行分享传播的视频类信息。短视频广义上对内容没有明确的限制,新闻媒体拍摄的新闻报道,自媒体个人或团队制作的主题视频,乃至普通网民拍摄的日常记录等都涵盖其中。

一、短视频在突发公共事件中的传播优势

短视频已成为当前信息传播的重要发展方向,近年来国内许多学者都对短视频的发展及特点进行了研究,但是单独将其置于突发公共

〔作者简介〕黄楚新:中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任,研究员,博士生导师
朱常华:上海大学新闻传播学院研究生

事件环境下进行具体探讨的并不多。相较于文字、图片类信息,短视频在突发公共事件中的传播优势主要体现在以下几方面:

(一) 内容短小精练,信息表达直白

短视频“短、平、快”的特点极大地适应了当今社会快节奏及人们碎片化的阅读习惯。在有限的时间范围内,短视频没有严格的形式框架和叙事逻辑,通常会把冗长的新闻内容凝练成精简的几句话表达出来,信息开门见山、观点鲜明、内容集中,更能吸引人们的注意力,使受众产生情感共鸣,易于被理解和接受。而且相对于文字对突发公共事件进行描述,需要读者逐字阅读、理解,口语讲述更加直白易懂,信息的送达准确度和接受度更高。

(二) 生产主体多元,信息视角丰富

一般来说,短视频的内容生产主要分为三种模式:专业用户创作的PGC(Professional Generated Content)模式、专业用户创作的PUGC(Professional User Generated Content)模式和由普通用户创作的UGC(User Generated Content)模式。在突发公共事件中,这种PGC、UGC和PUGC三者相结合的生产模式使得受众能够接触到来自不同视角拍摄的“第一现场”,获取到更加丰富的视频信息。同时,也有利于扩大信息来源的范围,以帮助受众通过多元的信息不断补充对突发事件的认识。

(三) 视频增强临场感,信息可信度高

相较于传统的文字以及静态图片为主的报道语言,短视频凭借声画同步的现场感,能够给受众更强的真实感和冲击力,信息可信度相对较高。尤其是在突发公共事件面前,文字和图片信息源太多,难辨真伪。一条简洁直观的短视频就能够全景式反映现场的真实情况,不仅可以为新闻报道提供客观真实的支撑,受众也能在较短时间内大致了解到事件真相,从而遏制网络谣言的流传,稳定社会舆情。

(四) 信息传播渠道多,覆盖受众范围广

由于短视频社交应用在诞生之初就直接依

托于微博等社交平台,它不仅具备了传统影像的表达优势,还继承了社交互动的属性。借助短视频平台、社交平台、新闻客户端等多渠道实现“病毒式传播”。数据显示,抖音和快手的用户持续下沉。2019年抖音视频平均播放量前五名的省份为北京、辽宁、上海、吉林和黑龙江,东三省全部上榜;^[4]快手四线及以下城市用户占比最高,且用户整体年龄分布较为平均,但年轻人的使用占比仍旧较高。^[5]而且,短视频的创作对内容编排专业度、拍摄技巧和设备的要求较低,只要在移动端下载了相关应用,随时随地都能拍摄、分享一条简单的短视频,参与到互动交流中。可见,短视频的传播能够快速覆盖到各个不同年龄段、不同社会阶层的受众,使得信息快速下沉。面对公共突发事件,短视频的低门槛和社交属性极大地提高了信息传播的时效性和信息到达率。

二、新冠肺炎疫情信息传播中短视频的类型和作用

2019年12月,一种新型冠状病毒悄然无声地在我国湖北省武汉市开始传播,并迅速蔓延至全省、全国。2020年1月23日,武汉正式“封城”。1月24日,湖北、北京、上海等省市都启动了重大突发公共卫生事件一级响应机制。至此,全国上下都投入了这场突然发生的防疫攻坚战。自疫情暴发以来,许多新闻媒体都在第一时间派出记者前往湖北武汉等地,深入医院、社区、乡村等一线,及时更新疫情的最新进展,在应对突发公共事件中起到了不可或缺的作用,其中不乏具有代表性的短视频。

(一) 传播信息:对于一线情况的真实记录

突发公共事件发生后,民众第一时间最想知道的就是事件真相。短视频全景而细节地记录了事发现场的真实情况及进展,这种强现场感和直观的表达大大提高了受众对事件相关信息的接受度和理解度。比如央视新闻在抖音平台上发布《战疫Vlog》短视频合集,以第一视角拍摄了武汉金银潭医院隔离病房的救治情况,并实地探访了火神山医院、方舱医院内的实景,回应了民众对疫情一线救助情况的高度关注,

均获得了近百万的播放量。信息的及时公开和传播有利于让民众在第一时间了解事件的经过、真相、受损情况及政府救灾举措等,起到安定人心、动员民众、统一思想的作用。^[6]除此以外,普通市民的日常生活也备受关注。武汉“封城”后,网络上出现武汉超市内的食蔬被抢购一空、物资出现短缺的传言。澎湃新闻在抖音平台上推出《武汉人日记》短视频合集,关注武汉市民的餐桌、出行、购买食品蔬果的物价、武汉街头的情况等,通过短视频直观地呈现了疫情暴发后真实的市民生活,一定程度上反映出了存在的问题,利于尽快解决,保障市民的生活所需,同时也破除了谣言,防止民众过度恐慌。

(二) 双向沟通:对于传言的及时辟谣

媒体作为政府与社会公众之间沟通的桥梁,在突发公共事件中起着“上情下达、下情上传”的双向交流作用。在“人人都是麦克风”的新媒体环境下,对于民众关切的问题,通过短视频将相关权威消息迅速、广泛地传播开来,能够强化政府官方的公信力,有助于减少甚至消除谣言、流言等干扰因素的影响,同时也增强了传媒的亲和力、吸引力和影响力。在此次新冠肺炎疫情发生后,国务院、湖北省及其他省市每日定时召开新闻发布会,更新疫情防控的情况,正面回应民众关切。但是由于政府新闻发布会都是在工作时间进行,且持续时间较长,对于大部分普通民众来说很难坚持看直播,因而人民日报、央视新闻等各大主流媒体都将官方新闻发布会的内容根据受众关心的不同问题,剪辑成短视频,利用平台用户基数大、跨度广的特点,最大范围地传递权威信息,一定程度上弥补了政府新闻发布会在传播上的局限。此外,“玉渊谭天”自媒体发布《中央赴湖北指导组在湖北的27天》短视频,直击中央指导组作为“前线指挥部”开展工作的现场,让民众更加直观地了解管理者面对突发公共事件的具体作为,使质疑、谣言开始流传前不攻自破。

(三) 查缺补漏:对于应急措施的监督

短视频也是进行舆论监督的重要手段。社会

公众或新闻媒体借助短视频的形式,发现并揭露社会中存在的不良现象、不当行为,并督促该问题得以解决。尤其在面临突发公共事件时,社会各部门、机构、单位对于突发事件的应急处置都环环相扣,要求有条不紊、精准高效,短视频对此发挥的媒体监督、查缺补漏的作用更加显著。一方面,“查缺”体现在当救援一线出现物资告急等困难时,能够立刻向社会寻求援助。1月30日,四川观察第一时间在短视频平台发布“四川省人民医院急需防护服”的视频,传达了当时院内仅剩6件防护服,急需社会捐赠的情况,并留下了官方的联系方式。^[7]3个小时内该短视频的浏览量近1500万,并迅速扩散传播,越来越多的网友自发助力物资捐赠。之后,各地方媒体纷纷将当地急需援助的医院及物资信息做成短视频在短视频平台上接力推广,很快就得到了多方的响应和帮助。

另一方面,“补漏”即是发现并揭露在进行突发公共事件的应急处置过程中存在的漏洞,且这些问题已在一定程度上对整体救援进程造成了阻碍,并通过短视频监督的手段积极督促相关部门、机构、单位及时采取改进措施。譬如,2月1日,梨视频拍客实地探访武汉红十字会仓库,短视频中仓库门口站着不少前去领物资的“白大褂”和其他人员。现场一名中南医院的医生经过反复沟通、排队,才最终领走500个N95口罩;^[8]无独有偶,央视新闻记者直播探访湖北武汉红十字会过程中,在仓库物资分发处被保安阻拦,导致直播不得不中断。这些短视频暴露出武汉红十字会物资调拨不及时的问题,迅速引发了全社会的热议和质疑。当日,中国红十字会总会就派出工作组赴湖北武汉进行指导、督促,并对其相关负责人问责。

(四) 正向引导舆论:体现人文关怀

自疫情暴发以来,紧急奔赴防疫一线的医生、护士、军人,以及在基层坚守工作的普通快递员、保安、环卫工人也都在短视频中受到网友的广泛关注。比如,潇湘晨报分享的短视频《抗疫一线95后女护士的双手》,因长时间被84消毒液、滑石粉、酒精消毒液浸泡着,感染科护士胡佩的双手布满了细小的伤口,引发

网友纷纷转发,为医护人员加油鼓劲;央视新闻在抖音平台上推出《有你真好》合集,向支援武汉的防疫逆行者致敬。通过短视频记录面对突发公共事件时一线不同职业的人共同的坚守与努力,多角度展现出危难时刻众志成城防控疫情的决心。这些具有人文关怀的短视频内容不仅能够安抚人心、提振信心,还有助于正向引导舆论,避免出现过于消极、焦虑,甚至恐慌的负面舆论环境。

(五) 健康传播:科普防疫知识

长期以来,我国关于健康信息的“知”“信”“行”基本上局限于“卫生宣传”和“健康教育”的范畴,^[9]对于健康传播的认识和探讨都起步较晚,普通民众对医疗、卫生相关的专业知识也都知之甚少。因而,对民众做好充分的防范科普也是不可忽视的。在本次新冠肺炎疫情中,涌现出不少由垂直领域的新媒体制作的科普防疫短视频。其中最具有代表性的是主打健康科普知识与服务的丁香医生。丁香医生积极发挥自身提供医学健康内容与医疗健康服务的定位,在抖音平台上接连发布《疫情防护合集》《疫情科普合集》《疫情辟谣:这些谣言你听过吗?》三个短视频合集,结合生活化的场景再现和直白的对话式交流,解答了防疫期间民众对于戴口罩、消毒、洗手等自我防范方面的疑惑,平均1分钟不到的短视频迅速获得了大量播放量,短时间内快速教会了民众如何科学防疫。又比如,作为泛科普视频自媒体,“回形针 PaperClip”围绕着新型冠状病毒肺炎的感染、传播、口罩和死亡率等受众感兴趣的主体,进行了科普视频的制作。2月2日,在微信公众号、微博、抖音等社交平台上传了名为《关于新冠肺炎的一切》的短视频,一夜爆火,收获了广泛网民的关注和转发。值得一提的是,这则短视频时长10分18秒,并不像普遍短视频那么简短,“回形针 PaperClip”为了适应抖音平台的特性,除了完整的合集外,还按照主题将其分割成了四则不超过5分钟的短视频,同时进行传播。而截至目前,时长较长的合集获得了283.6万点赞量、47万转发量和14.4万评论量,远远高于四则时长较短的短视频,在防

疫早期发挥了较为客观和全面的科普作用。短视频以其简短直白的优势,将枯燥生涩的科学知识生动形象地传达给受众,并借助多平台、多渠道实现快速覆盖,使得民众能够在短时间内提高自身对于突发事件的科学认识,调动主观能动性进行有效防疫,相较于被动灌输更加高效。

(六) 动员民众:战“疫”传播接地气

短视频作为民众自主传播的平台,以亲民、幽默的形式,激活“草根”的活力,这些“草根”在峻急的防疫过程中带来轻松和感动的同时,也给普通民众树立了榜样,更便于民众接受。譬如武汉大学人民医院呼吸内科副主任医师余昌平就主动通过短视频与网友分享自己从感染到病愈的经历。余昌平医生在一线抗击疫情的过程中不幸被感染,从2月2日开始,他就在快手平台陆续发布短视频,描述他感染后的状况,传递乐观精神,科普防疫知识。除此之外,还有许多基层普通市民抗击疫情的生活片段。比如防疫早期正值过年,一则《大年三十给姥爷送吃的竟被姥爷关在门外》的短视频在网络上迅速传播,为了防止疫情传播即使是外孙子登门拜年,这位姥爷也“无情”拒绝。此后全国各地一系列“硬核”防疫措施纷纷在短视频平台走红,通过基层接地气的表达,广泛劝诫民众少出门。再比如,一则《上海闵行区某小区内人们排队购买口罩》的短视频热传,视频中居民们有序地排队领口罩,自觉隔开越一两米,尽可能避免与他人产生交叉感染,被网友们称赞为“排队排出北欧风”。这类短视频的广泛传播在无形中不仅为基层的防疫工作树立了榜样,而且也起到了鼓励并劝诫民众主动贯彻防疫措施的作用。

三、短视频在突发公共事件传播中的不足

2020年的新冠肺炎疫情不禁让人联想起SARS非典,相似的突发公共事件,但与17年前相比,突发疫情的信息传播发生了巨大的改变。无论是政府、媒体对于信息的及时公开,呈现方式从文字、图片丰富到了短视频、动画;民众获取信息的方式从传统的报纸、广

播、电视、网络，到以社交平台、短视频平台等新媒体移动端。短视频在信息传播、沟通交流、引导舆论、媒体监督等方面都发挥了重要的作用，但必须清醒地认识到短视频的局限和不足之处。

（一）滞后性：缺乏危机预警能力

著名传播学家哈罗德·拉斯韦尔指出，环境监视是大众传播的主要社会功能之一。在现代社会里，大众传播活动被认为是社会的“守望者”。尤其在突发公共事件的潜伏期，预警功能对于个人、组织和社会显得更加重要。然而，短视频的制作流程决定了绝大多数拍摄内容是正在发生的事件或已发生之后的情况，相对滞后，很难先于社会公众提前发出预警，其预警作用较为欠缺。事实上，这种滞后性在对突发公共事件的危机传播中普遍存在。由于突发公共事件的性质较为特殊，政府及媒体的态度都较为谨慎。现实中需要经过政府内部信息的多级传播，才能获得权威部门的预测发布，在这期间难以保证时效性。

（二）片段化：缺乏深入思考和总结能力

短视频能够帮助人们及时了解当天发生的重要新闻，在最短的时间内将最有新闻价值、最具吸引力的事实呈现给受众，起到提纲挈领、牵引全文、吸引读者的作用。但由于受到时长限制，短视频很难对突发事件的起因及事后的防范措施进行详细的反思和总结。此次新冠肺炎疫情的出现引发了全社会对于我国保护野生动物的关注和反思，但仅通过短视频片段化的呈现，很难有条理地阐述清楚缘由及未来将采取哪些措施来强化对野生动物的保护，最大程度地减少再次出现此类疫情的风险。短视频就像一块块拼图，受众能够从海量短视频拼凑出一个对于事件的认识，但难免会漏掉一两块含有重要信息的拼图，从而导致自己的认识与真相产生一定的偏差。因而，短视频在突发公共事件中的反思功能较为薄弱。受众想要了解事件起因、经过、结果等完整的发展，还是需要将短视频与专题报道或长视频相结合，才更能还原事件的真相。

注释：

- [1] [6] 童兵. 突发公共事件的信息公开与传媒的宣泄功能 [J]. 南京社会科学, 2009(8).
- [2] [4] 抖音短视频. 2019 抖音数据报告 [D]. 百度文库, [2020-01-06]. <https://wenku.baidu.com/view/424f7f08c7da50e2524de518964bcf84b9d52d7e.html>.
- [3] [5] 微播易. 2020 年 1 月短视频行业动态报告 [D]. 挖贝网, [2020-02-21]. <http://www.wabei.cn/Home/News/92329>.
- [7] 新京报传媒研究. 细节、求援与辟谣：短视频在疫情报道与传播中如何发力？ [EB/OL]. 微信, [2020-02-08]. <https://mp.weixin.qq.com/s/PLu1ijhpCCPkV9gGIxi7A>.
- [8] 探武汉红会仓库：医生领 500 口罩遇阻 [EB/OL]. 梨视频, [2020-02-01]. https://www.pearvideo.com/video_1647702.
- [9] 韩纲. 传播学者的缺席：中国大陆健康传播研究十二年——一种历史视角 [J]. 新闻大学, 2004(1).