



引用格式:李科. 主流媒体突发公共卫生事件报道的策略及其优化:以《人民日报》新冠肺炎疫情报道为例[J]. 郑州轻工业大学学报(社会科学版),2021,22(1):84-90.

中图分类号:G212 文献标识码:A

DOI:10.12186/2021.01.010

文章编号:2096-9864(2021)01-0084-07

# 主流媒体突发公共卫生事件报道的策略及其优化

——以《人民日报》新冠肺炎疫情报道为例

**Strategies and it's optimization of mainstream media public health emergency reporting**

—Take the *People's Daily* COVID-19 epidemic reports as an exmple

李科

LI Ke

广东金融学院 财经与新媒体学院,广东 广州 510521

**摘要:**新冠肺炎疫情暴发之后,《人民日报》作为重要的主流媒体之一,统筹利用资源优势,传递官方声音,彰显全局视野;转换报道视角,关注普通民众生活;多形式综合呈现,注重视觉传播;进行共情传播,增强情感认同;多维立体传播,强化服务作用等传播策略占据信息传播的主阵地,取得了良好的传播效果。同时,《人民日报》在新冠肺炎疫情新闻报道中也存在过量负面信息和过度煽情引起公众焦虑、碎片化传播引起阅读障碍甚至出现歧义、信息发布滞后助长谣言传播和新闻反转等问题。主流媒体应不断提高社会责任感和服务意识,优化公共卫生事件报道策略:构建良好的危机传播机制,防止发生舆论失焦现象;倡导建设性新闻理念,强调媒体的公共责任感;加强健康传播,满足公民健康信息需求。

**关键词:**

主流媒体;  
《人民日报》;  
突发公共卫生事件;  
新冠肺炎

[收稿日期]2021-01-10

[基金项目]广东省普通高校特色创新类项目(2019WTSCX075)

[作者简介]李科(1983—),男,湖南省郴州市人,广东金融学院讲师,博士,主要研究方向:传媒产业与政策、新媒体传播。

2019年年末、2020年年初之交,突如其来的新冠肺炎疫情扰乱了人们的生活,也考验着新闻媒体在突发公共卫生事件中的应对能力。新冠肺炎疫情暴发以来,国内主流媒体在党和政府的统一部署下,快速行动,在新闻报道和舆情引导方面均有突出表现。全国各级政府在抗疫表彰工作中对媒体机构、新闻记者的嘉奖,已经证明了这一点。成绩固然可喜,但是如何凝练主流媒体在突发公共卫生事件报道中的成功经验,同时反思其中存在的不足,进而优化报道策略、形成长效工作机制,则是抗疫取得重大战略性成果之后更应该思考的问题。业界凭借亲身参与抗疫的优势,纷纷总结分析在新冠肺炎疫情报道中的有效做法,从中央和省级主流媒体公开发布的工作报告、业务论文中可见一斑。学界对主流媒体新冠肺炎疫情报道的研究,主要集中在央视《新闻联播》<sup>[1]</sup>、《人民日报》微博<sup>[2]</sup>、国家级媒体短视频生产<sup>[3]</sup>等方面,亟待进一步深入研究。《人民日报》作为我国最重要的主流媒体之一,一直以来在突发公共卫生事件报道中扮演着重要角色,此次对新冠肺炎疫情的报道也不例外。鉴于此,本文拟从学理的角度,理性地观察《人民日报》的新冠肺炎疫情报道,分析其可取经验和不足之处,探讨主流媒体应对突发公共卫生事件的优化策略,以供学界参考。

## 一、《人民日报》新冠肺炎疫情报道的策略

面对突发公共卫生事件,《人民日报》等主流媒体作为信息传播的主阵地,承担着传递信息、缓解消极情绪、服务公众和社会的责任。新冠肺炎疫情暴发之后,《人民日报》统筹利用资源优势,采用恰当的传播策略,取得了良好的传播效果。

### 1. 传递官方声音,彰显全局视野

人民日报社研究部主任崔士鑫认为,主流媒体在突发公共卫生事件报道中的首要职责与功能就是提供真实权威的信息<sup>[4]</sup>。在新冠肺炎疫情期间,《人民日报》发布的有关疫情的信息中,80%以上来自政府等官方机构(如各级卫健委、疾控中心、医疗卫生机构等)或政府官员、专家学者发布的内容,因此其新闻报道内容有较强的公信力。《人民日报》传递官方发布的权威信息主要有以下几个方面的作用:首先,官方声音会增强媒体的公信力和权威性,受众也可以在媒体平台中获得准确信息。其次,主流媒体发布的官方信息能更理性地引导大众舆论。再次,主流媒体发布官方信息,进行统筹宣传规划,有利于在突发事件中安抚公众因信息渠道受阻引起的恐慌情绪,减少由于信息不透明和传播不对称而出现的谣言和传言的传播,从而加大对于事件处理的信息通报和政策宣传的力度,变消极情绪为积极应对。最后,主动传递官方声音,有利于塑造国家、政府、社会的正面形象。在新冠肺炎疫情期间,《人民日报》通过报道党员干部、军人、医生、志愿者等的抗疫事迹和先进人物,塑造了党和政府心系大众、服务人民、高效履职的形象,反映了民众不怕牺牲、勇于奉献的精神。

《人民日报》作为国内主流媒体,在抗疫新闻报道中高瞻远瞩,妥善设置传播议程,高效引导舆论向积极理性方向发展。其借助新闻客户端、微博、微信、抖音账号等新媒体矩阵,通过增设专题栏目、抓住热点话题、丰富报道形式,快速传播客观真实的疫情新闻,在提供全面信息满足人民知情权的同时,也注意平衡积极与消极两种情感色彩的新闻发布频率。微信公众号的《50 万米高空看武汉,最近发生了什么》推文,微博上的“疫线 vlog”“全民战疫日记”等新

闻话题和“抗疫前线的00后”主题海报等一系列新闻报道,获得海量点赞,极速圈粉,为全面抗疫营造了良好的社会氛围。可以说,《人民日报》在宏观视角和全局视野下,统筹整合传统渠道与新媒体平台,有计划有组织地进行了疫情信息传播活动。

## 2. 转换报道视角,关注普通民众生活

在以往突发性事件的新闻报道中,主流媒体主要集中在国家政策的宣传和解读、抗灾救灾中各级领导干部与英雄人物的采访和报道上。而在此次新冠肺炎疫情的报道中,主流媒体转换了报道视角,更多地关注普通民众的生活,接地气、平民化的传播角度更有人情味,彰显了人文关怀。比如,《人民日报》在对武汉抗疫一线医护人员的报道中,大量报道医院内医患相处细节,如医生教患者跳东北秧歌、医护人员为患者庆生、医护人员的防护服上写着“好棒!体温正常”“加油,么么哒!”等俏皮话。同时,主流媒体在报道疫情相关信息时,不仅关注医护人员和患者,还关注疫情期间普通人的日常生活,如《人民日报》新闻客户端转发了《中国新闻周刊》的特稿《快递小哥的手机里藏着武汉人最真实的生活》,通过快递小哥群体的工作折射“封城”之后武汉市民的生活状况。《人民日报》通过转换报道视角,关注普通民众生活,让受众感受到人与人之间距离的拉近,仿佛这些事情就在身边发生,报道中的人物就是身边的人物。

在疫情防控紧张阶段,《人民日报》发布的新闻报道较为严肃,语言文字表述带有浓重的官方色彩,传递出对待疫情的严肃认真态度,潜移默化中影响着公众对疫情的防范意识;在疫情得到有力控制之后,《人民日报》的语言风格明显转变,语言文字较为轻松活泼,缓解了疫情期间公众的紧张情绪,极大地提升了公众战胜

疫情的信心,从而使新闻报道获得了良好的传播效果。

## 3. 多形式综合呈现,注重视觉传播效果

《人民日报》积极利用旗下新媒体矩阵,强调可视化呈现,多渠道多形式地综合宣传,提升了公民疫情防护意识,增强了人们抗击疫情的信心和决心。

《人民日报》官方微博发布疫情新闻时,利用新媒体技术优势,不仅有常见的图文报道、短视频等形式,还大量使用新闻海报、专栏 vlog、直播、数据新闻等新颖的报道形式。以新闻海报形式为例,《人民日报》将疫情信息整合为“图表+配文”的媒介产品,将复杂的数据和新闻信息直观简略地呈现出来。例如,疫情初期推出的《最美勒痕》,用医护人员脸上深陷的勒痕形象地表现了医护人员的勇毅、艰苦;在援助武汉的抗疫医疗队撤离时推出的32幅“感恩”海报,用温情画面和诗意话语表达了对他们的感激之情,也展现了众志成城的抗疫史诗。此外,《人民日报》新闻海报还被广泛用于数据新闻的发布,将数据进行可视化处理,通过制作图表、时间线、地图、视频、动画等方式将枯燥的信息简单化、生动化,方便公众保存、转发,使公众能更加清晰直观地理解新闻信息,从而使新闻报道获得了良好的传播效果。

短视频、vlog、直播等新型传播形式也在疫情防治信息宣传方面广泛应用。短视频具有生动直观、易理解、易传播、受众门槛低、受众广泛等特点,成为疫情信息发布的主要形式。《人民日报》官方微博发布的短视频新闻有原创和转载两种信息来源。原创内容主要是新闻发布会片段、权威专家的采访片段、抗疫一线的现场情况和医学科普知识等;转载的主要是顶流或者巨流视频,如一个武汉小伙子发布的《一个武汉伢的武汉日记 vlog》,“回形针 PaperClip”

发布的《关于新冠肺炎的一切》等。《人民日报》发布的信息是互联网平台关注度和转载量较高的内容类型,体现出其严肃、有公信力的主流媒体形象;转发的短视频和 vlog 以其草根性和亲近公众的特点中和了主流媒体的严肃性,为新闻报道增添了故事性,强化了新闻与公众的情感连接。

#### 4. 进行共情传播,增强情感认同

《人民日报》在进行新冠肺炎疫情报道时,不仅注意新闻报道内容的客观叙述,还有意识地加强共情传播,增强公众的情感认同。共情传播在主流媒体的新闻报道和宣传倡议中的重要性日渐凸显,新闻从业者也逐渐认识到新闻报道所隐含的情感温度对于公众甚至社会风气形成的影响力,以及媒体与公众进行情感交流的必要性。《人民日报》发布的新闻报道中共情传播主要体现在以下几个方面:一是情感符号的使用。大量使用倾向性比较明显的词语和带有情感色彩的修辞手法和标点符号。二是新闻图片和新闻海报的运用。新闻图片和新闻海报的直观形象性特点,容易引发用户的情感共鸣。三是正面人物形象、情感关系的选取,如“英雄”“亲情”等。这些叙述对象饱含正向价值,是对国家、社会、家庭的肯定,当公众阅读这些新闻报道的时候,在有倾向性的叙事方式和语言文字的影响下,会潜移默化地勾起其情感记忆,从而引发其情感共鸣。

《人民日报》在新冠肺炎疫情报道中,不仅凭借发布官方权威信息来提升媒介公信力,还在报道中加强情感呼唤,通过共情传播来引导公众舆论态度,维护国家、社会积极抗疫的正面形象。把握受众心理,做好情绪引导,引发情感共鸣,是主流媒体抢夺受众资源和话语权的重要策略<sup>[5]</sup>。社会情感的作用不容小觑,尤其在“人人手握麦克风”的新媒体时代。人民日报

在新冠肺炎疫情报道中对共情传播的运用,堪称示范。

#### 5. 多维立体传播,强化服务作用

疫情暴发后,《人民日报》推出多形式报道新闻和多渠道立体分发的传播策略,通过线上线下互联互通,在信息传播中加入服务窗口等,切实为抗击疫情服务。全媒体矩阵下各个传播载体的不同特点和优势使得《人民日报》的内容生产能够最大程度实现个性化和差异化,迅速触及具有不同需求的受众,实现传播效果的最大化。《人民日报》将其官方微博与微信公众号互联互通,根据不同平台的特点设置特色栏目,提供便民服务。例如,《人民日报》官方微博在疫情扩散较快时推出《紧急扩散》栏目,用来发布新增病患的出行路线等,利用微博平台去中心化特点快速寻找密切接触者。而《人民日报》微信公众号推文图文并茂,与微博碎片化发布特点相比,微信公众号推文更适合发布深度资讯。因此,借助微信公众号,《人民日报》推送了许多疫情深度报道类文章,再加上朋友圈的强关系传播,这些报道一经发布便得到网民大量转发传播。不仅各家媒体为防疫信息传播助力,各类互联网应用平台也在其首页积极推送相关报道,营造全民关注疫情的舆论氛围。例如,微博 APP 在《推荐》栏目下设《抗击肺炎》专栏;支付宝 APP 在首页设置疫情数据图表,发布健康码,追踪公众出行轨迹;微信 APP 设置辟谣通道,鼓励民众举报谣言,了解准确情况,保证信息传播的透明度和准确度。各大媒体和互联网应用程序增强了自身的服务意识,彰显了其社会责任感。

## 二、《人民日报》新冠肺炎疫情报道存在的问题

《人民日报》在新冠肺炎疫情中的新闻报

道虽然有不少成功经验,但也存在以下问题。

### 1. 过量负面信息和过度煽情引起公众焦虑

情绪传播有两类:一类是正向情绪的传播,如东北医生教患者扭秧歌来舒缓紧张情绪,这种新闻能传递给受众积极向上的情绪;另一类是负面情绪的传播,如一线医生因过度劳累而晕倒在工作岗位上的新闻报道会让受众内心的无力感、焦虑感增强。疫情期间,这两类情绪传播多次出现极端趋势,尤其是在疫情不明朗的初期,微博平台出现大量抗疫负面信息,引发受众的消极情绪<sup>[6]</sup>。比如,武汉红十字会拦扣抗疫物资、黄冈市卫健委唐主任面对督导组询问含糊其词等,涉及官员渎职、逃避责任甚至贪污受贿的负面新闻引起网友的愤怒。在疫情得到良好控制之后,媒体又过多地发布了“加油武汉”等渲染感情的文字,这些仪式化的表达虽然能激励众人凝心聚力,呼唤出公众的悲壮情感,但是过度煽情、“鸡汤化”的叙事偏向,以及为灾难场景强加意义和象征的行为,不仅不利于公众正确认识灾难,而且会让公众陷入“灾难美学”的陷阱。另外,发布过多的抗疫成果报道会使公众对于疫情反扑的警惕性降低,出现放松疫情防控等情况。因此,对于突发公共卫生事件,媒体在报道过程中不但要注重情感,还要客观叙述,关注事件的起因与结果,深度挖掘,给受众提供看待突发公共卫生事件的新视角。主流媒体对两种情感态度的疫情新闻报道的不平衡,导致公众出现不同程度的焦虑感和对媒体甚至国家、社会的不信任感,这不仅不利于疫情防控的推进,也不利于民族凝聚力的增强。

### 2. 碎片化传播引起阅读障碍甚至出现歧义

互联网时代的到来改变了受众传统的信息接收习惯,碎片化的信息接收成为产生阅读障碍甚至出现理解歧义的土壤。新闻从业者对于

相关新闻的片面报道、受众的碎片化信息接收使得新闻事件在报道的过程中出现新闻反转现象,在这种反转现象的背后是群体心理的变化。图片或者短视频配简短文字的碎片化传播形式符合当前公众的阅读习惯,其简短的新闻报道形式使读者能够在极短的时间内获得新闻的主要信息。但是,在碎片化传播中会不可避免地出现“标题党”现象,甚至传播虚假信息等情况。在关于疫情信息等公共卫生新闻和政府的政策解读等专业性较强的新闻报道中,简短“配文”不足以传递所有信息,容易遗漏重要信息,给公众造成阅读障碍甚至出现理解歧义。例如,在病毒起源尚不明朗的情况下,《人民日报》报道有专家指出“新冠病毒源头可能是蝙蝠”的信息之后,网友纷纷对一位几年前曾食用饲养果蝠的博主使用网络暴力。又如,北京新发地出现新冠病毒感染者后,《人民日报》在报道中称“新发地市场中切割进口三文鱼的案板上检测到新冠病毒”,引起公众恐慌,给国际三文鱼交易市场造成巨大损失。而事实上,三文鱼等鱼类不具备“感染”新冠病毒的能力,市场上的三文鱼是被新冠病毒“污染”的物品,而且报道正文中提到检测到新冠病毒的物品不仅包含三文鱼,市场上的部分牛羊肉中也检测到了新冠病毒。由此可见,碎片化传播能够增强新闻报道传播力度,便于公众接收信息,但也存在表述不清、解释不足、深度不够等问题,这会间接成为传播虚假新闻的助推器。

### 3. 信息发布滞后助长谣言传播和新闻反转

技术革新给新闻传播行业带来了巨大变化。在信息发布环节中,互联网的快速发展给公众参与新闻传播提供了空间和机会,媒介话语由“传者中心”向“受者中心”转移。UGC新闻生产模式的出现极大地扩充了媒体的信息来源,但同时由于官方权威信息发布滞后,这一模

式有可能导致后真相时代下“谣言传播—媒体辟谣—新闻反转”这一情况的发生。

在疫情初期,由于新冠肺炎防治方面的信息较少,谣言和虚假新闻有了可乘之机,诸如“板蓝根可以预防新冠肺炎”等虚假信息肆意传播,导致药店的板蓝根等药品被一抢而空。这些情况都间接反映出《人民日报》等主流媒体对新冠肺炎疫情的报道还不够全面、深刻,进行报道策划时没能“想公众所想,急公众所急”,未能全面考虑到新冠肺炎疫情传播会给公众生活带来的影响和可能出现的结果,让疫情信息传播成为被动辟谣的过程,从而损害了主流媒体的公信力和相关政府机构的形象。

新媒体时代,技术的加持使得媒体能够即时发布新闻报道,因此媒体可以随着事态的发展或真相的调查过程进行拆分报道,变一次性报道为多次推进报道。这种报道形式能引领读者随着报道进展了解事态发展,逐渐接近复杂事件的真相,但这种报道方式在应用过程中也存在弊端,即每一次报道都不可避免地使读者出现感情倾向。随着事态的更新,新闻事件被不断消解、重构,具体来说就是随着事态的发展或调查的深入,上一次报道的结论可能会在接下来的报道中被辟谣、被推翻,出现新闻反转现象。频繁发生的新闻反转是后真相时代的典型表现,其在一定程度上消解了报道的新闻专业性和公信力。

### 三、主流媒体突发公共卫生事件报道的优化策略

以《人民日报》新冠肺炎疫情报道的成功经验为参照,面对当前传播环境下可能面临的挑战,主流媒体应不断增强社会责任感和服务意识,持续优化突发公共卫生事件报道策略。

#### 1. 构建良好的危机传播机制,防止发生舆论失焦现象

突发公共卫生事件作为一种社会危机,媒体在报道该类事件时应遵循危机传播基本规律。我国各级政府部门和各类媒体虽然建立了应急管理机制和危机传播机制,但是危机传播和风险沟通的意识和策略仍有缺失。危机传播关注的不仅是如何报道危机信息,更重要的是如何进行有效的危机沟通,其需要通过构建良好的危机传播机制,凭借有效的危机沟通来阻止甚至消除危机带来的负面影响,防止发生舆论失焦现象。主流媒体在构建危机传播机制时应当遵循以下原则:一是促进信息及时公开。突发公共卫生事件暴发后,社会公众的信息需求急剧增长,任何不及时、不充分、不透明的信息报道都有可能造成谣言泛滥。此时主流媒体迅速发布准确可靠的官方信息有助于阻止谣言传播,挖掘事实真相,稳定公众情绪。当然,主流媒体的信息传播并非一味倒向社会公众,而应策略性地展开。事件初期应进行公开的、不掩盖事实的完整报道;中期和后期则应强调报道的透明性,即对事件细节和进程进行真实披露<sup>[7]</sup>。二是新闻报道应该表达合理。主流媒体是党和政府的“耳目喉舌”,也是社会良心的守望者,新闻报道必须客观公正,对于不同意见应持包容态度和平衡原则,积极创造客观理性的舆论环境。三是注重受众反馈。媒体应当密切监控舆情发展,关注用户的信息反馈,及时调整新闻报道方向,满足公众的知情权,同时引导公众进行理性讨论。

#### 2. 倡导建设性新闻理念,增强媒体的公共责任感

在当前传播环境下,主流媒体新闻报道与网络自媒体信息之间、官方舆论与民间舆论之间难免存在不一致的情况,甚至出现尖锐对立

的情况。在新冠肺炎疫情期间,一度出现了自媒体指责主流媒体粉饰太平、主流媒体认为自媒体搅乱舆论环境的拉锯扯皮现象,影响抗疫意识凝聚和力量整合。对此,应倡导以建设性新闻理念为引领,主流媒体的新闻记者应运用积极心理学知识,减少新闻报道中的愤怒和对立情绪,提供准确、客观、有吸引力的新闻报道。以往的媒体在报道新闻时习惯于寻求新闻当双方的冲突点,并将其放大来增强新闻的故事性和戏剧性,这很容易使其陷入“人为放大冲突甚至制造冲突”的新闻生产怪圈。建设性新闻理念体现了媒介的公共性和责任感,即以实事求是为原则、以解决现实问题为目的,不让新闻报道沦为发泄情绪的工具。例如,疫情期间《三联生活周刊》刊发了《比“武汉加油”更实际的是善待武汉人》一文,该文从武汉人受到歧视的现象出发,指出武汉人民同样是疫情的受害者,且绝大部分武汉人在主观上并无伤害他人的目的,提出设置集中住宿点以安置武汉市民、为其提供必要生活物资等建议。文章客观叙述了“恐鄂者”与武汉市民的冲突,理性地论证了双方存在的问题,并提出了解决问题的对策。不强调疫情期间双方的对立情绪,倡导平等对待疫区人民,双方互谅互信、团结一心共同抗击疫情,这才是疫情期间媒体进行宣传报道应持有的态度。

### 3. 加强健康传播,满足公民健康信息需求

2003年的“非典”、2009年的甲型H1N1流感、2014年的埃博拉病毒、2015年的中东呼吸综合征、2016年的寨卡病毒等一系列突发性公共卫生事件,让人们越来越清楚地认识到公共卫生健康问题是这个时代的常态。主流媒体对突发公共卫生事件的报道工作应该前置,将健康传播纳入其中。加强健康知识科普和传染

病风险传播,有利于公众形成正确的公共卫生认知,做出健康行为,维护公共卫生环境。因此,新闻媒体应当顺势而为做好健康传播,将专业性较强的医学卫生问题通过大众媒体进行通俗化解释,有效提高公众对公共卫生的认知和意识。新闻媒体进行健康传播时应当做到以下三点:首先,应把握受众需求,有针对性地进行健康信息传播和健康政策宣传,构建多维立体的健康传播模式。其次,应着力加强控烟、营养、疾病筛查和防治等与公众日常生活息息相关话题的宣传教育,不仅主流媒体应当担负起通过官方渠道发布相关信息的责任,街道、社区等机构也应当发挥其职能优势,借助社会网络深入居民内部进行宣传教育。再次,学界应当正视健康传播的作用,将健康传播看作一个特定的新闻门类加以研究,通过相关理论模型与实践经验来分析研究健康传播的特点、传播规律和注意事项,总结健康传播不同于其他新闻门类传播的性质和规律,并用以指导传播实践。各级媒体在这一过程中应当对其进行宣传报道,同时寻求健康传播更好的发展路径。

## 四、结语

危机中孕新机。新冠肺炎疫情让全世界措手不及,主流媒体突发公共卫生事件报道的能力也受到了全面检视,其中虽有不尽如人意之处,但更为重要的是由此收获了许多启示。在竞争激烈的新媒体时代,主流媒体应当肩负起社会责任,遵循新闻传播基本规律,树立危机传播和风险沟通意识,以健康传播为战略引领,秉持为人民服务的理念,多形式、多渠道地进行突发公共卫生事件报道和健康信息传播,唯有如此,方能赢得公众的青睐和信任。

(下转第108页)

## 参考文献:

- [1] 中共中央国务院. 关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见[N]. 人民日报, 2017-02-28(01).
- [2] 哈肯. 信息与自组织: 复杂系统的宏观方法[M]. 郭志安, 译. 2版. 成都: 四川教育出版社, 2010: 18.
- [3] 普里戈金, 斯唐热. 从混沌到有序[M]. 曾庆宏, 沈小峰, 译. 上海: 上海译文出版社, 2005: 120-124.

- [4] 颜泽贤, 范冬萍, 张华夏. 系统科学导论[M]. 北京: 人民出版社, 2006: 341.
- [5] CLARK A. Mindware: An introduction to the philosophy of cognitive science[M]. Oxford: Oxford University Press, 2001: 108.
- [6] 杨立英. 网络思想政治教育论[M]. 北京: 人民出版社, 2003: 202.
- [7] 罗素, 诺维格. 人工智能: 一种现代的方法[M]. 殷建平, 祝恩, 刘越, 等, 译. 3版. 北京: 清华大学出版社, 2013: 82.

(上接第90页)

## 参考文献:

- [1] 邓志文. 突发公共卫生事件报道策略的数据分析: 以《新闻联播》对新冠肺炎疫情的报道为例[J]. 电视研究, 2020(5): 15.
- [2] 卞地诗, 周彤彤. 议程设置视角下突发公共卫生事件中主流媒体微博报道策略及优化: 以《人民日报》法人微博的“新冠肺炎”报道为例[J]. 泰山学院学报, 2020(4): 135.
- [3] 田维钢, 温莫寒. 价值认同与情感归属: 主流媒体疫情报道的短视频生产[J]. 现代传播, 2020

(12): 9.

- [4] 崔士鑫. 主流媒体如何做好突发公共卫生事件宣传报道: 以人民日报新冠肺炎疫情报道为例[J]. 传媒, 2020(5): 12.
- [5] 侯毅. 情感的呼唤: 突发公共事件报道中的共情策略——以人民日报新冠肺炎疫情报道为例[J]. 传媒, 2020(11): 28.
- [6] 李滢瑞, 马瑞洁. 危机报道中的多媒体整合: 人民日报新冠疫情首阶段报道述评[J]. 现代视听, 2020(2): 24.
- [7] 李喜根, 张一木. 国际突发公共卫生事件的媒体报道原则[J]. 对外传播, 2020(3): 72.