

新媒体时代高校面对突发公共事件的舆情管理机制研究

张晨莲, 成 涛

(湖南工业职业技术学院, 湖南长沙 410208)

【摘要】突发公共事件的舆情管理需要社会各主体合力参与。在新媒体时代,面对突发公共事件,高校加强舆情管理机制建设面临着信息高速传播易催生“滚雪球效应”、“假象”模糊受众理性认识易引发“关联舆情”、主体意见表达活跃易形成“群体极化”三大挑战。高校可以从加强顶层设计形成舆情管理制度、利用大数据提升舆情应对能力、凝聚主体情感共识加强舆情引导等方面加强舆情管理机制建设。

【关键词】新媒体;高校;突发公共事件;舆情管理

【doi:10.3969/j.issn.2095-7661.2020.03.034】

【中图分类号】G647

【文献标识码】A

【文章编号】2095-7661(2020)03-0117-03

Research on the Public Opinion Management Mechanism of Colleges Facing Public Emergencies in the New Media Time

ZHANG Chen-lian, CHENG Tao

(Hunan Industry Polytechnic, Changsha, Hunan, China 410208)

Abstract: Public opinion management of public emergencies needs the participation of all social subjects. In the new media time, in the face of public emergencies, colleges to strengthen the construction of public opinion management mechanism are faced with three challenges: the high-speed dissemination of information is easy to give birth to "snowball effect", "false image" fuzzy audience's rational understanding easily leads to "related public opinion", and the active expression of the main body's opinions is easy to form "group polarization". Colleges can strengthen the construction of public opinion management mechanism from the aspects of strengthening top-level design, forming public opinion management system, using big data to improve public opinion response ability, condensing the subject's emotional consensus and strengthening public opinion guidance.

Keywords: new media; colleges and universities; public emergency; public opinion management

突发公共事件是指突然发生,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的社会危害,危及公共安全的紧急事件^[1]。由于突发公共事件具有突发性、影响大的特点,容易引发相关社会舆情。

舆情属于公共舆论的范畴^[2],是公众对社会中各种现象、问题所表达的信念、态度、意见和情绪等表现的总和^[3]。根据第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2020 年 3 月,我国网民规模达 9.04 亿,其中学生最多,占比为 26.9%,受过大学专科及以上教育的网民群体占比为 19.5%。^[4]随着网络技术的发展,新媒体成为社会舆情的集散地,青年大学生成

为社会舆情的重要参与群体之一。高校作为舆情管控的主体,其主要管控的对象为师生,尤其是青年大学生。新媒体时代,面对突发公共事件高校如何加强舆情管理机制建设,营造稳定的校园舆论环境,成为各大院校关注的重点问题之一。

1 高校面对突发公共事件加强舆情管理机制建设的意义

在突发公共事件中,受众是构成舆论的主体,其认知能影响舆情走向与发展趋势。舆情引导本质是影响或改变受众的认知^[5]。面对突发公共事件高校加强舆情管理,能够引导青年学生形成正确的人生观、价

【收稿日期】2020-06-25

【作者简介】张晨莲(1990-),女,湖南益阳人,湖南工业职业技术学院助教,硕士,研究方向:学生思想政治教育、新媒体传播。

【基金项目】2016 年度湖南省社会科学成果评审委员会一般课题“自媒体时代下高校突发事件网络舆情的引导和管理机制研究”(课题编号:XSPYBZC018)。

价值观、世界观,成为社会主义事业的接班人;对于高校自身而言,在突发公共事件中加强舆情管理机制建设,既能体现出高校的治理能力,也能为营造和谐文明的校园环境奠定基础;对于社会而言,突发公共事件的舆情管理工作需要社会各个主体合力参与,通过不同舆情管理主体对受众进行引导,有利于社会舆情的稳定。

2 新媒体时代高校面对突发公共事件加强舆情管理机制建设面临的挑战

2.1 信息高速传播,易催生“滚雪球效应”

新媒体时代信息传播十分迅速。随着 5G 技术的发展,其大容量、大带宽的特性,将使得信息传播更快速,渠道更加宽广^[4]。在传播过程中,一些不实的信息也可能得到快速传播。在经历信息生成—快速传播—扩大传播过程后,这些不实的信息,最终易在短时间内形成“滚雪球效应”。在突发公共事件中,高校如果对与学校相关的虚假信息反应不及时,容易落入被动,从而加大学校的舆情管控成本。因此,在突发公共事件中,信息的高速传播对高校舆情管控的及时性与实时性提出了更高的要求。

2.2 “假象”模糊受众理性认识,易引发“关联舆情”

新媒体时代,“人人都是麦克风”,媒体内容的生产方式从传统 PGC(专业生产内容)模式转变为 UGC(用户生成内容)模式,把关主体呈现多元化发展趋势,信息不再局限于街头巷尾的口头传播,大场景、全范围的传播成为常态。面对突发公共事件,网络上充斥着大量“碎片化”信息,部分“假象”夹杂其中。一些“谣言假象”借助花哨的标题与夸张的内容博人眼球误导受众,加大了青年大学生受众鉴别信息的难度,容易模糊一些受众的理性认知。高校如果不加以管理,易产生与学校相关联的舆情。

2.3 主体意见表达活跃,易形成“群体极化”

青年大学生是伴随着网络的发展而成长的一代。他们思维活跃,习惯于通过 QQ、贴吧、微博、微信等各大新媒体平台发表自己的见解。一方面,他们乐于接受新事物,对于新事物充满好奇,经常参与到社会热点问题的互动之中。另一方面,由于青年大学生正处于成长期,思想认知水平有限。在网络上,他们容易受到外部环境的影响产生情绪化行为,易形成“群体极化”现象^[6]。因此,在突发公共事件的舆情治理中,高校应密切关注青年大学生的言论,加大对他们的引导。

3 新媒体时代高校面对突发公共事件加强舆情管理机制建设路径分析

3.1 加强顶层设计,形成舆情管理制度

恩格斯指出:“没有哪一次巨大的历史灾难不是以历史的进步为补偿的。”^[7]面对突发公共事件,各大

舆情管理主体既要积极制定应对策略,也要及时总结相关经验教训。对于高校而言,建立突发公共事件舆情管理机制是一个系统工程,需要全方位地制定应对之策。首先,高校需要按照党与政府的相关规定,成立突发公共事件管控工作小组,周密部署相关工作,在舆情管理上结合突发公共事件的发展阶段,制定相应的管理制度,通过制度来规范相关主体的行为。例如在突发公共事件的形成与发展期,高校要及时发布正确的信息加以引导,同时加强舆情监管;在事件的消退期,舆情管理以监管为主,维持稳定的舆情环境。其次,加强学校各部门的分工协作。高校在突发公共事件中加强舆情管理建设,离不开学校各部门之间的相互配合与部门成员之间的紧密合作。例如学生心理状况、行为引导等都是高校加强舆情管理的重要板块。因此学校各部门需要密切关注其相关工作的舆论动态,助力学校舆情管理机制建设。

3.2 利用大数据,提升舆情应对能力

在新媒体时代,大数据得以广泛应用。2009 年,大数据技术在预测 H1N1 流感爆发等方面发挥了显著作用^[8]。大数据为突发公共事件舆情管控提供数据支撑,为高校舆情管理机制建设提供科学的研判基础,能提升高校的舆情应对的能力。首先,高校可以利用大数据加强网络舆情监测与预警管理。通过搜集、分析、运用相关舆情数据,抓取与高校相关的信息,可以快速地了解到实时的舆论动态,一旦发现负面舆情,可以及时预警。其次,提升舆情回应的速度,及时进行信息公开。一方面,网络舆情的传播具有首声效应,高校要把握舆情治理的时效性。针对一些不实的消息,高校应该通过官方渠道,及时回复,传播正确的信息。另一方面,高校利用大数据在第一时间进行信息公开,能减少相关谣言的产生。在传播学领域,流言通量 = 问题的重要性 × 证据的暧昧性^[9]。在突发公共事件中,及时公布事件的相关动态进展,可以减少证据的暧昧性,减低谣言产生的概率,维护稳定的舆论空间。第三,建立舆情反馈机制。在舆情的衰退期,高校要通过大数据持续跟踪观察,防止其“死灰复燃”,同时,高校应对突发公共事件的舆论热点、形成路径等相关指数进行系统的分析与总结,为今后的舆情管理工作提供经验指导。

3.3 凝聚情感共识,加强舆情引导

面对突发公共事件,高校加强舆情管理机制建设可以以凝聚师生共识为切入点,加强舆情引导。第一,以先进典型事例带动,引发情感“共鸣”。一方面,高校可以通过多媒体的呈现方式,传播先进典型事例,引起师生在情感上的认同感。另一方面,高校可以从校友中挖掘优秀的典型事迹,将校友事迹通过课堂、云

活动进行宣讲与传播,起到典型示范作用,鼓舞广大师生,营造良好的舆论环境。第二,发挥辅导员、班主任的引导作用,加强学生心理辅导。一方面,高校应及时开展知识宣讲,引导学生面对突发公共事件时采取正确的措施。例如高校辅导员通过QQ、微信等网络社交平台,向班级同学发放权威消息手册,及时传递正确的知识。另一方面,高校要开设师生互动窗口,加强对学生的心理引导。在突发公共事件中,互动是学生缓解心理焦虑的一种方式,能让学校了解到学生的心理状态,有利于学校进行舆情引导。第三,构建新媒体传播矩阵,把控网络舆情的监管^[10],全方位传播正能量。在内容的规划上,高校要开设相应的宣传栏目,将相关的应对之策进行重点宣传。同时高校可以结合事件的发展阶段进行议程设置,引导师生的言论表达。在传播渠道上,高校应利用自有媒体与外部媒体进行全媒体宣传,运用微信、抖音、微博等新媒体形成宣传合力,加强舆情引导。

总之,在新媒体时代,面对突发公共事件,高校加强舆情管理机制建设面临挑战的同时,也蕴藏着新的建设路径。高校可以从制度制定、舆情应对、宣传引导等多个角度发力,加强舆情管理机制建设。

【参考文献】

- [1]刘影,王伟,尚明生,唐明.复杂网络上疫情与舆情的传播及其基于免疫的控制策略[J].复杂系统与复杂性科学,2016(1):74-83.
- [2]支振锋.疫情中的舆情治理要有新思维[EB/OL].<http://www.rmlt.com.cn/2020/0226/570248.shtml>,2020-02-26.
- [3]中国互联网络信息中心.第45次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm,2020-04-28.
- [4]董洪哲.理性情绪疗法视角下新型冠状病毒肺炎公共危机事件的网络舆情治理[J].医学与社会,2020(5):105-110.
- [5]陆高峰,陆玥,马文良.5G给新闻传播业带来的影响与思考[J].新闻论坛,2019(3):30-34.
- [6]陈志勇,詹红燕.高校网络舆情的演变过程及治理路径[J].高校共青团研究,2019(4):2-7.
- [7]中共中央编译局.马克思恩格斯文集(第10卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [8]原新利,张琦.大数据为疫情防控提供“智慧支撑”[J].中国电信业,2020(2):16-17.
- [9]邢丹.“管理部门切忌在关键时刻‘失语’”[J].党的生活(黑龙江),2012(06):11-12.
- [10]聂志宇.基于三全育人理念的高校网络育人实践路径研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2020(2):56-58.

(上接第116页)

[2]教育部办公厅等.关于教育支持社会服务产业发展,提高紧缺人才培养培训质量的意见[EB/OL].http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/09/content_5437395.htm,2019-09-05.

[3]徐有智.大中型电子企业销售人员的销售能力分析[J].商业文化,2011(12):190-191.

[4]陆信.提高财产保险销售能力的方法研究[J].时代金融,2018(5):248-250.

[5]牛文娟.物质主义、感知价值对奢侈品消费的影响研究——自主导向与社会导向的中介效应[J].商业经济研究,2018(19):48-50.

[6]王晓玉,晁钢令,万广胜.宏观层面信任水平在消费者对产品危机感知中的作用[J].管理评论,2017(2):208-220.

[7]张潜.提升通信行业企业内训师职业素养的策略研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2017(4):84.