

应急决策需要政治传播的正能量

桂维民

(西北工业大学 管理学院 陕西 西安 710072)

摘 要: 为研究应急决策中政治传播对公共危机事件的影响,通过案例和情景分析,对政治传播的现状、问题和途径进行分析。研究认为,应急决策是危机管理的核心和关键;信息传播的管理,尤其是政治传播,对应急决策至关重要;危机中的政治传播是为了说服公众、引导舆论,化解矛盾,在本质上是一种论证的技能。因此,应注重话语体系和修辞模式的重建,不仅要让人“听得到”,更需要让人“听得进”;政府与媒体应积极争取话语权,说明真情、表明态度,努力争取公众更多的理解和支持,不管是互信还是他信,都要立足于公信。

关键词: 政治传播; 应急决策; 危机管理; 正能量; 新媒体; 社会转型; 应急处置

中图分类号: G206

文献标志码: A

文章编号: 1671-6248(2014)01-0073-04

当代中国面临着经济转轨、体制转换、社会转型等多重压力,社会矛盾层现迭出,公共危机事件易发多发。一旦发生公共危机事件,如何及时、果断、科学处置,已成为现实生活中的一个严峻挑战。

2014年3月1日,云南昆明火车站突发严重暴力恐怖事件(以下简称“3.01”事件),致29人死亡,140余人受伤。习近平总书记第一时间做出重要指示,要求依法从严惩处暴恐分子,坚决将其嚣张气焰打下去,并指派有关领导和部门同志连夜赶赴云南指导处置工作。从中央到地方快速响应、联动协调,仅仅四十多个小时就抓捕了其余逃窜的暴徒。同时,媒体及时跟进,披露真相,谴责暴行,形成同仇敌忾、严惩暴恐,维护民族团结、国家统一的强大声势。党中央的坚强领导和果断决策,充分体现了应急决策是危机管理的核心和关键。公开透明的信息和政治传播的正面引导,使公众及时了解事态发展,最大限度消除了事件的负面影响,凝聚了全社会确保人民安全、国家稳定的共识,不仅有力、有序、有效地处置“3.01”事件,而且增强了各级部门的忧患意识,

强化了预警防范措施和应急处置的能力。

一、应急决策与政治传播的内涵

应急决策,是指决策主体在公共危机紧急状态下所作出的快速决断^[1],它直接关系到公共危机事件处置的成败。应急决策与常规决策的约束条件、目标取向、决策模式、实施效果有所不同,对于担负危机处理主要责任的决策者来说,这是一道考验政治、意志、胆识、智慧、能力的综合测试题。

政治传播是指政治行为主体以达到特定目的和效果为价值取向,以符号和媒介为途径,使政治信息得以流动的过程^[2]。它的基本方式包括政治说服、政治修辞、政治沟通^[3]。

“3.01”事件的果断有力处置,是应急决策与政治传播良性互动的案例。事件刚一发生,网络媒体就发布昆明火车站发生暴力伤人事件的信息,随后各大媒体报道了警方击毙暴徒4人、抓获1人,对其余暴徒实施围捕的情况。媒体的及时报道引起了受

收稿日期: 2014-02-17

作者简介: 桂维民(1955-),男,浙江宁波人,西北工业大学教授,博士生导师,西北工业大学应急管理研究所所长。

众的高度关注,纷纷对受害者表示哀悼和同情,完全赞同党和政府严厉打击各种暴力恐怖犯罪活动,全力维护社会稳定,保障人民群众生命财产安全。这一事件的处置,表现出刚成立的中国国家安全委员会对公共危机事件处理的不同寻常表现和应急能力的提升。

一般来说,危机信息传播中普遍存在6个问题:主观上不愿意说,行动上不主动说,时间上不及时说,内容上不真实说,态度上不端正说,有关领导不让说。不说,意味着把有限的时间、空间、话语权让渡给了不明就里的网民和群众。这时负面舆论出现指数式扩散。这种现象来源于社会学里的“社会濡染现象”或“阀门效应”,以及传播学中的“舆论绑架效应”,不当言论和负面舆论“先入为主”,正面声音就淹没在负面的“口水”之中。

二、新媒体对政治传播的新要求

据中国互联网信息中心(CNNIC)发布的第33次调查报告显示,截至2013年12月底,中国网民规模达6.18亿,手机网民规模达5亿,占总网民总数的81.00%。其中,博客和个人空间网民数量为4.01亿,微博网民规模为3.31亿,社交网站网民规模为2.88亿。除去重合的部分,至少有三分之一的中国人经常在网上发声,他们构成“网络舆论”的民意基础。即时通信作为第一大上网应用,网民规模持续上升;电子商务类应用保持快速发展;电子邮件、网络论坛等传统互联网应用的使用率有所走低。据统计,中国39岁以下的网民占81.10%,20~29岁的占31.20%,大专及以上学历的占41.40%,月收入2000元以下和无收入的占53.40%^[4]。这个结构表明,中国网民较年轻、文化参差不齐、低收入和无收入人群占多数,网民情绪不稳定,很容易跟着流言走,被网络炒作所裹挟。

20世纪40年代,美国传播学者发现,大量信息经活跃分子中转或过滤,形成价值判断,再传递给大众,这些活跃分子就是意见领袖。意见领袖在信息传播中发挥着多方面的作用,是活跃舆论场的重要力量。除此之外,还有网络推手,主要分类3类^[5]:一是个人推手,其实就是意见领袖,包括实名和虚拟名的微博、博客主,大多以所谓公共知识分子身份出现,发表一些个人看法和主张;二是商业推手,通过网络水军、社交网站进行以赢利为目的的商业炒作;三是政治推手,往往有很复杂的背景,这类推手将社

会热点问题聚焦、放大,借题发挥,公开诋毁现行政策和公众人物,煽动网民对现实的不满,甚至策划组织网民参与群体性事件,以制造社会混乱、搞乱一方为目的。总体上看,互联网的出现深刻地改变了我们传统的观念、工作模式和生活方式,也改变了社会治理的格局。要重视意见领袖和网络推手在引导网络舆情中的作用,特别是在危机管理中,有效过滤他们在制造网络热点、传播虚假信息、滋生网络事件中的负能量,积极发挥意见领袖在网络媒体中不可替代的正能量作用。

近代美国史上曾发生著名的扒粪运动,也就是舆论对政府官员寻租和实业界为富不仁者的揭丑运动,它使腐败的政府官员、诚信缺失的工商业从业者、假冒伪劣的商品曝晒在阳光之下,促进了美国社会的改良。互联网的兴起,使我们进入了全媒体、自媒体时代,网络已成为中国社会舆论的重要阵地,数量巨大的网民变成社会的扒粪者,一大堆社会黑幕、经济丑闻和官员的腐败问题通过网民的揭露和曝光,引起社会的广泛关注,使作恶者得到应有惩罚。互联网的强势参与改变了中国反腐败斗争的格局,提供了自下而上的监督力量,而且这个监督网络在网民的积极参与下越织越密,杀伤力也越来越强。

鉴于全媒体时代的新变化,人民网舆情研究室提出“黄金四小时”法则,即4小时谣言四起、轮廓初现;6小时信息多元、广泛传播;8小时第一冲击波——议题明确;12小时第二冲击波——媒体审判;24小时第三冲击波——当事人当事方处在风口浪尖之上。

在全媒体时代,媒介形态与功能实现大融合。织“围脖”、“灌水”、“拍砖”司空见惯,人人都是麦克风,加之代骂服务、人肉搜索、黑客攻击等形式,使舆论的数量、透明度和复杂程度前所未有的。因此,在突发事件中,一定要把握话语权、赢得主导权。这就给应急决策提出了前所未有的挑战。

三、政治传播决定着应急处置的主导权

应急决策是逆境中制定预案、策略的一种特殊方式,由于公共危机事件大多数是偶尔发生或首次出现的,因此决策过程和方法没有一定之规,在决策过程中,应防止产生“危机迷情”,或优柔寡断、迟疑不决;或固执自负、意气用事;或回避问题、推诿扯皮。面对棘手和紧迫问题,既无先例可循,又没有固

定的程序,必须“快刀斩乱麻”、“一锤定音”。在众声喧哗中,如何让党的声音最响亮?让政府的信息最可信?实践证明,传播力决定影响力,话语权决定主导权,时效性决定有效性,透明度决定美誉度^[6]。政治说服、政治修辞、政治沟通的意义非同寻常。

(一) 增强忧患意识

《周易》中讲“安而不忘危、治而不忘乱、存而不忘亡。”由于公共危机事件的爆发具有偶然性、突发性、易变性、危害性等特征,因此其决策的价值取向、约束条件和决策程序及其效果都有别于常态决策,不确定、不稳定、不可靠的因素非常多。我们要增强忧患意识和反思的判断力,善于由个别发现一般,以小见大,由表及里,举一反三,掌握规律。从新疆多起恐怖袭击,发展到天安门金水桥事件,再到“3.01”事件,都敲响反恐全面升级的警钟。有关部门要增强政治敏锐性和预警防范能力,及时察觉可能造成风险的倾向性、内幕性、隐患性问题,做好预警信息的研判和评估,对危乱之兆始终保持高度警觉,闻风而动,快速反应,把矛盾化解在基层、内部、萌芽状态。公共危机事件发生后,应急决策者就需要勇于担当,从容应对各种复杂矛盾,坚持对上负责与对下负责的一致性。古人讲“民为邦本,本固君宁。”以人为本、执政为民是中国共产党的性质和全心全意为人民服务根本宗旨的集中体现,也是应急管理的灵魂。处理危机问题能否坚持人民至上、百姓为先,这是检验领导干部是否坚持以人为本、执政为民党性原则的试金石。

(二) 增强说服意识

危机中的政治传播是为了说服公众,引导舆论,化解矛盾,在本质上是一种论证的技能,需要具备理性分析与感性说服的能力。理性分析,是实现说服,获得合理性、合法性的重要论据。同时,还要在情绪上感染受众,获得受众内心情感上的认同。如果受众无法在情感上产生共鸣,就不能完全接受政治说服。互联网技术的发展,特别是微博、微信等新媒体出现,传播语境呈现碎片化趋势。这就使受众群体细分,引发了受众个性化、多元化、立体化的信息需求,整个网络传播语境破碎成诸多七零八碎的片段。传播语境的碎片化已深刻影响到社会的方方面面。碎片化是受众追求自我、追求个性的必然发展,也成为遍及所有传播平台的重要趋势。特别是一旦发生突发事件,传播语境的碎片化会使信息多元,从而使蝴蝶效应凸显,造成影响放大和负面效应叠加。所以,在公共危机事件中,要适时建立起新闻发布平

台、媒体采访平台、舆情研判平台、言论引导平台;做到快报事实、重报态度、多报举措、慎报原因;击败谣言、引领众言,跟进事件、查漏补缺;公开透明、取信于民,让受众从情理上认同政府所言为“真”。

(三) 增强传播意识

在一个日益开放、价值多元的时代,应急决策和政治传播应研究受众心理和利益构成,始终把群众拥护不拥护、赞成不赞成、满意不满意作为判断是非得失的根本标准,注重话语体系和修辞模式的重建,不仅要让人“听得到”,更需要让人“听得进”。这样,才能在信息传播过程中形成更多的共识。在众声喧哗中需要鉴别和理智,应当让真实的声音最响亮、让政府的信息最可信。我们应当下力治理网络谣言泛滥的问题,否则,网络就成了污染社会的垃圾箱。谣言止于公开,沟通需要智慧。我们说,公共危机事件中一定要信息公开、实话实说,但不等于实话全说,而应讲究政治修辞、实话巧说。事实上,危机中的传播中必然存在传播控制。传播者不是向受众传播所有的信息,而是应对传播内容进行取舍,避开对事件处理不利的信息,渲染有利的信息,以实现危机事件有序、有力、有效的管理。在这个过程中,传播者起着信息把关人的作用,对信息进行筛选和过滤。在多元化的舆论格局中,政治传播就要紧扣事件的关节点,反映党和政府的举措,凝聚公众的共识,牢牢把握话语主动权。

(四) 增强公信意识

传播学认为,“同意”可以被制造。“制造同意”实质是一种政治的沟通,它早在1922年,就已成为政治家把社会心理学和大众传媒空间结合在一起的一门“自觉的艺术”。在某种程度上,公共危机事件中的政治传播,就是要通过政治沟通促成共识。“3.01”事件后,网络上出现了数个版本的谣言,比如云南红河州多地抓获恐怖分子;厦门机场抓获2名新疆暴恐分子;四川音乐学院后巷有少数民族口音嫌犯砍人等等,故意制造紧张空气,主流媒体都在第一时间站出来揭露谣言,告知公众相关信息以相关职能部门发布为准,请大家不信谣、不传谣。媒体的及时发声,起到稳定人心的积极作用。可见,政治沟通的核心是增进共识,对于所谓“善意谎言”、“先否定后肯定”的“官谣”也应当高度重视、严肃整治。“官谣”产生的根源,是急于想撇清自身污点的某些组织或个人,利用官方身份、公权力欺骗舆论、愚弄公众。只有对散布“官谣”、让政府公信力受损者进行严肃追责,不让这些公开说谎者逃之夭夭,才能真

正从源头上遏制“官谣”不断的势头。只有这样,才能让“爬坡”中的政府公信力更加给力。公共危机事件状态下,媒体对政府、受众对媒体的态度,不再是单向接受那么简单,政府、媒体、公众三者之间要通过政治说服和沟通,寻求“互信”。政府与媒体应积极争取话语权,说明真情、表明态度,努力争取更多的理解和支持,也就是争取“他信”。但是,不管是“互信”还是“他信”,都要立足于“公信”。尤其在多元利益格局以及多元价值观背景下,借助媒体增强公信力,寻求“最大公约数”,凝聚社会共识,是在危机中塑造正面形象的重要途径。

四、结 语

总之,公共危机事件瞬息万变,应急决策者就需要勇于担当,增强政治定力和底线思维,对危乱之兆始终保持高度警觉,闻风而动、快速反应。突发事件发生后,应从从容应对各种复杂矛盾,坚持对上负责与对下负责的一致性,始终坚守大局稳定和生命至上的底线。由于新媒体带来传播语境的多样化,危机的蝴蝶效应加速了传播语境的碎片化。面对危机中的碎片化语境和多样化信息,政治传播应及时有效、善于说服、引导舆论、化解矛盾,进一步增强针对性、说服力和论证的技巧。注重话语体系和修辞模式的

接地气,多用群众语言和平民的视角传播正能量,不仅要说明白,让人听得到,更需要让人听明白、听得进。危机中,政府与媒体应加强互动,说真情、解民忧、务实功,争取更多的“互信”、“他信”和“公信”。只有切实提高政治传播和应急决策的公信力,才能最大限度减缓危机事件的发生,最大限度控制危机的蔓延升级,最大限度降低危机所造成的损失,从而全面提升公共危机管理的效能。

参考文献:

- [1] 桂维民. 应急决策论[M]. 北京: 中共中央党校出版社, 1997.
- [2] 布赖恩·麦克奈尔. 政治传播学引论[M]. 殷祺, 译. 北京: 新华出版社, 2005.
- [3] 桂维民. 应急管理十日谈[M]. 北京: 中共中央党校出版社, 2010.
- [4] 中国互联网信息中心. 第32次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2014-01-23) [2014-02-15]. <http://www.100ec.cn/detail-6150552.html>.
- [5] 桂维民. 应急百例警示录[M]. 北京: 中共中央党校出版社, 2012.
- [6] 任贤良. 舆论引导艺术: 领导干部如何面对媒体[M]. 北京: 新华出版社, 2010.

Emergency decision needs positive energy of political communication

GUI Wei-min

(School of Management, Northwestern Polytechnical University, Xi'an 710072, Shaanxi, China)

Abstract: With the aim of studying the impact of political communication on public crisis in emergency decision, this paper analyzes the present situation, problems and channels of political communication. The conclusions are as following: firstly, emergency decision is the core of and key to crisis management; secondly, the management of information dissemination, especially political communication, is of great importance for emergency decision; thirdly, political communication in crisis, a kind of reasoning skill in essence, is to persuade the public, guide public opinions and resolve conflicts. Therefore, in order to make the public hear and be heard, more attention should be paid to the reconstruction of discourse system and rhetoric mode. To strive for more public understanding and support, government and media should actively seek the right to speak, reveal the truth, and make their attitude clear. Whether two-side trust or one-side trust, both should be based on public trust.

Key words: political communication; emergency decision; crisis management; positive energy; new medium; social transformation; emergency disposal