

提升融媒素养，深化公众沟通

——融媒体时代提升核能公众沟通从业人员媒介素养的思考

华能霞浦核电有限公司 陈 新

摘 要：融媒体的飞速发展导致舆论生态、媒体格局和传播方式发生了深刻变革，使得核能公众沟通工作在沟通主体、沟通对象和沟通效果上出现了一些新的变化，公众参与、科普宣传、信息公开和舆情应对工作也面临新的舆论环境。核能公众沟通应主动适应融媒体发展新形势，不断提升从业人员媒介素养，借助融媒体渠道和技术，创新公众宣传方式，有效调节社会舆论，拓宽公众沟通的广度和深度。

关键词：融媒体 公众沟通 媒介素养 超视距新闻

随着互联网社交媒体的普及和发展，一个融传统媒体与新兴媒体、融传媒与受众互动于一体的“融媒体”已经成为时代发展的主流趋势。信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局和传播方式发生了深刻变化。

核能公众沟通是社会公众了解核电、理解核电、支持核电的重要途径，是实现公众在核能重大项目中的知情权、参与权、监督权的重要方式。在融媒体背景下，核能公众沟通工作面临怎样的舆论环境新形势？如何借助融媒体渠道和技术，提升从业人员媒介素养，从而拓宽公众沟通的广度和深度。本文尝试作些粗浅的思考。

一、融媒体时代的传播新特点

融媒体是通过充分利用互联网载体，将报纸、广播以及电视等既存在相同点、又具备互补性的不同媒体在宣传、内容和人力等方面全面进行整合，以此来实现“利益共融、宣传互融、内容兼容和资源通融”的新型媒体。从时间维度、空间维度、主体维度和效能维度来观察，融媒体具有四个基本特征：

全程媒体：由于信息传输技术的飞速发展和移动网络技术迭代升级，媒体基本可以同步记录、传输，实现了信息或事件的全程记录、几乎同步传播。借助大数据、人工智能等技术手段，一个新闻事件的背景、现状与走向等都能准确清晰地留痕、还原和回溯，而且无时无刻不处在传播的链条之中。

全息媒体：由于物联网、多维成像等技术的成熟和大数据技术的应用，物理空间智能仿真呈现度大幅提高，物理信息源的失真误差大幅减少，传播形态愈加多元化和立体化，视频、图片、文字、游戏、动漫等可以充分提升受众用户对新闻信息的阅读体验。

全员媒体：新的媒体形态、传播终端、平台渠道等不断呈现，每个人都可以方便快捷地接入网络，传统新闻信息“生产”与“消费”的边界越来越模糊，“人人都有麦克风”，人人都是信息的传播者和受众。

全效媒体：多种媒体载体、技术的丰富应用，给受众更广泛的体验认识和释放更强大的效能，移动化、分众化、碎片化融合传播使人们感受更直观、更鲜明、效率更快捷，受众不同程度的参与、互动、联动使媒体传播效果较过去更全面、更有体验感、更有获得感。

以上“四全”媒体是我们国家大力推进传统媒体和新媒体进行无缝隙融合的实践产物，是媒体融合的必然发展趋势。现阶段我国融媒体发展的关注点在于多媒介与多平台之间的融合，以及因此带来个人素养、宣传团队和新闻内容的融合，这既为媒体发展提出了新课题，也为从业者们注入了新动力。

二、融媒体环境下核能公众沟通面临的新形势

2018 年 1 月 1 日起开始实施的《中华人民共和国核安全法》中专门设立了《信息公开和公众参与》一章，对我国政府有关部门、核设施运营单位依法公开核安全相关信息和公众参与做出了规定，公众在核能重大项目中的知情权、参与权和监督权得到了法律保障。2019 年 1 月 1 日起开始实施的《环境影响评价公众参与办法》和配套文件，进一步加强和规范涉核公众参与活动，这些顶层设计是规范有效开展公众沟通工作的基础。在当今媒体融合的大背景下，核能公众沟通工作正面临一些新的形势和变化。

1. 在沟通主体上更加注重协同高效。我国已经建立了“中央督导、政府主导、企业作为、社会参与”的公众沟通工作机制，但涉核各主体间公众沟通资源较分散、还处在各自为战的状态，尚未形成合力；在促进公众沟通工作基层落实和融合发展上，还需要更好地发挥政企紧密配合、上下联动的协同作用，真正进村入户见人，面对面做好群众工作。面对新的舆论环境，需统筹推进政府主导、政企合力、上下贯通、协同发声的工作机制，建设一支多层次、多维度的高素质核能公众沟通工作专职队伍，充分利用融媒体的优势，形成多层面、多角度迅速反应、立体交叉作战、共同发声的强大舆论阵地。

2. 在沟通对象上更加注重分类施策。网络媒体急剧改变着传播模式和舆论格局，导致传播网络不再是线性的，而是立体化、多元化的。核能项目公众沟通，面对的受众复合混杂，不同人群关切不同、诉求不同，沟通中不能“一锅烩”，需通过细致工作加以区分，分头“开小灶”，采取针对性措施。对于一般公众，是基础性沟通，重在解决认知问题求认同；对利益相关方，是关键性沟通，重在解决利益问题求稳妥；对于借助核电项目进行恶意炒作的发泄者甚至敌对势力，是对抗性矛盾，重在有效防控、坚决打击。

3. 在沟通效果上更加注重精准亲民。融媒体平台可以对每一个用户接触和使用媒介的所有行为进行记录并开展深入分析和挖掘，可以精准地了解用户的行为特征，从而实现对象化、个性化传播。通过对受众范围的精准分析，就可以把党和政府关于核能政策的声音进一步向基层拓展、向楼宇延伸、向群众靠近。融媒体时代更加关注民生计、民众意愿和民众

状态，强调媒体以平民视角，使用平等交流的传播符号，搭建为民众服务的传媒平台，叙说百姓的故事多了，传媒与民众的互动多了，民众的知情权、表达权、监督权无形中得到了体现。

4. 在公众参与上更加注重全程参与。核能项目牵涉面广，公众参与度不足，缺乏畅通的民意表达渠道和听证程序，就容易被公众视为缺乏正当性。要通过公众调查精准识别并回应公众诉求，让公众的参与能够贯穿核电站选址、建造、调试、运行和退役等各个重要阶段。在项目前期阶段，不仅要考虑技术性、专业性“硬条件”，也要重视当地经济社会发展状况、社情民意特点等“软指标”，要把专家论证与听取公众意见结合起来，让项目周边群众能在适当时机、以适当方式参与到决策中来，以提升民意基础，更好赢得公众对项目的全程支持。

5. 在科普宣传上更加注重常态长效。核能科普宣传要有提前量、预热期，并持续覆盖项目选址、建设、运营全过程，不能搞突击式活动，真正做到春风化雨，润物无声。如常态化组织工业旅游活动，邀请社会各界代表、利益相关方及媒体参观核电站，亲身体验核电的环境与社会效益。要将科学常识与思维方法嵌入公众认知体系，在当地中小学校开设核电科普课程，使核电进入乡土教材、嵌入民间文化，真正提高科普工作的“长效性”。

6. 在信息公开上更加注重及时全面。根据《核安全法》中关于“信息公开与公众参与”相关要求，核能项目必须不折不扣做好法定事项的公开。在进入法定公开程序前，项目核心区要挨家挨户做好沟通与信息告知，消除信息不对称，主动回应公众关切，实现信息公开全覆盖。特别针对公众关心的核电厂运行安全疑虑，应建立面向公众的核电站安全信息公开平台，及时滚动发布机组运行指标和环境监测数据，对企业的信任环境建设大有裨益。

7. 在舆情应对上更加注重主动引导。全媒体是开放的传播空间，信息庞杂多样，各种声音纷纷攘攘，难以掌控舆情传播内容与进程。媒体传播有个“黄金 24 小时法则”，如果不能在 24 小时之内发布信息、引导舆论，那么就失去了主导权，不受掌控的舆论就会呈现出指数式的社会扩散效应。掌握舆情应对的主动权，要充分依托地区媒体资源，及时发布相关政策和权威信息，同时也为舆情的分析研判、处置应对提供重要支撑，融媒体平台在舆论引导和舆情处置中的重要功能将逐步显现。

三、提升核能公众沟通从业人员媒介素养的思考

媒介素养的概念最早是由英国学者利维斯于 20 世纪 30 年代提出来的，它是指一个人对媒体信息认知、判断、解读、评价、接受和使用的能力。简言之，媒介素养就是指人们正确地判断和估价媒介信息的意义和作用，有效地创造和传播信息的素养。

面对媒体发展新形势，建设一支高素质的核能公众沟通人才队伍已经成为业内共识，本文对提升核能公众沟通从业人员媒介素养提出如下思考：

1. 要具有融媒体思维和视野。核能公众沟通工作要主动融入到党和国家事业全局中、融入到社会主旋律的融媒体体系中，要始终用马克思主义新闻观和新闻理论武装头脑，深入理解“四全媒体”的内涵，发挥思想引领、文化引领作用，结合核能行业特点，借助各级融

媒体平台，让核能发展的正面声音传得更开、传得更广、传得更深入，要在全过程、全方位沟通中讲政治、重导向、树品牌，创新理念、方法、手段、内容和工作机制，构建全媒体传播格局，提高媒体传播力、引导力、影响力和公信力。

2. 要提升传统媒体专业素养。传统媒体专业素养可以概括为“采、写、编、评、摄、录、播、管”8项技能，对从事核能公众沟通工作人员来说可能难以做到样样精通，但要尽可能做到一专多能、一精多通；对专职人员必须具有较强的动手能力，能编辑报纸、杂志，会设计网页、制作电视节目，能摄影、拍编视频甚至主持节目等。当然，作为核能公众沟通从业人员，具备扎实的核能专业基础知识是基本功，同时也要有深厚的文化修养、人文素养以及高尚的职业道德，树立良好的社会公众形象。

3. 要学习融媒体技术技能。媒体融合意味着用文字、声音、图片、视频等多种内容表现形式通过不同的媒介传播，要求从业人员不仅要懂得采访技巧，会写新闻报道，熟练运用照相机、录像机、录音笔等常规采访设备，还要具备运用各种软件进行视频剪辑、录音编辑、图片后期处理等能力，同时，还应掌握博客、微博、微信、抖音等新媒体的应用，能够综合运用快讯、消息、特写、通讯、视频、专题等多种新闻表现形式在不同的媒介播发，要依托新兴数据技术的发展，充分利用大数据实现精准化传播和沟通，努力成为适应媒体融合的“全媒体人”。

4. 要提高应对融媒体的能力。核能公众沟通从业人员需具备较强的组织协调能力、沟通能力和策划能力，学会同媒体打交道，建立与各类媒体平台良性互动关系，掌握媒体应对技巧，善于运用媒体，学会在第一时间制造话题，让传媒把核能行业的言论及时变成新闻，主动引导媒体，有效调节社会舆论，积极引导公众注意力，占得舆论引导的主动权和制高点。要主动参与新网络“议程设置”，学会策划新闻，通过议题设置等方式方法引导舆论走向，化解流言与误读，将负面传播减到最小。公众沟通还可引入网络发言人机制，代表行业（或单位）发出声音，及时澄清事实真相，与受众建立起有效的沟通交流和互动，及时主动回应网民反映的意见。

5. 要学会运用超视距新闻传播理念。超视距新闻也叫预防新闻、预警新闻等，其概念来源于军事上的“超视距攻击”（借助雷达等高科技手段，可以在飞行员肉眼视野范围外实现对敌方飞机的提前发现和攻击），其主要特点是关注目前采访视野暂时看不到的新闻，即萌芽状态的新闻，并力求对未来由此引发的重大事件起到一定的预知、预警和预防的效果。“见微以知萌，见端以知末”，对开展核能公众沟通工作具有特别的指导和实践意义。一方面可以抢占新闻舆论阵地，增强主动性、掌握主动权、打好主动仗，提前构建话语体系，另一方面，为深入开展公众沟通和开展深度报道赢得宝贵的时间和空间，可以大大节省处理重大危机事件的社会成本，起到事半功倍的作用。

四、结论

核能公众沟通工作要主动适应融媒体时代信息技术发展新趋势、舆论格局新变化，不断

提升从业人员媒介素养，打造一支专业齐全、结构合理、协同高效的全媒体公众沟通人才队伍，善用融媒体渠道和技术，拓宽公众沟通的广度和深度，为促进核能设施与利益相关方的和谐相处与共同发展提供有力保障，共创我国核能行业健康可持续发展的新局面。

参考文献：

- [1]习近平．习近平主持中共中央政治局第十二次集体学习并发表重要讲话 新华社 2019-01-25
- [2]徐 璐．新媒体环境下政府危机公关的策略研究. 南昌大学硕士学位论文
- [3]叶 皓．从宣传到传播：新时期宣传工作创新趋势．现代传播．2009（4）
- [4]徐浏华．海盐县探索“核谐邻喜”的做法和启示．中国原子能出版社. 2017-8
- [5]殷陆君．如何理解“四全媒体”的内涵和意义《学习时报》2019 年 4 月 8 日
- [6]蒋建超．超视距新闻传播——理论与案例分析 知识产权出版社 2017-8
- [7]周鲲鹏．媒介融合背景下卓越新闻传播人才培养模式探析 《理论探索》2014
- [8]张廷克．携手共创新时代涉核公众沟通的新局面 中国核能行业协会 2018-10
- [9]刘永德．重大项目如何化解邻避效应——以核电项目为例 国家原子能机构 2018-11
- [10]晋 风．核能科普需向公众沟通转型 中国核工业杂志 2015（10）