

《新媒体在重大自然灾害事件中所发挥的救灾作用研究》报告的七大看点

看点 1: 新媒体在重大自然灾害事件中表现出了快速传播訊息的时效性、身在第一现场的接近性、多元视角的真实性、广泛引发关注的显著性和多种技术表现形式的可读性，提升了重大突发事件的影响力及其新闻价值。新媒体技术的应用，使得重大自然灾害事件报道成为权威信息的“放大器”，个体信息的“聚集器”，政府-媒体-公众三方互动的“链接器”，为协助维持公众心理稳定，推进灾害应对处理速度，总结应对经验，推进机制改进等都具有积极作用。

看点 2: 在河南暴雨事件中，中央气象台、河南气象局、郑州市委市政府等单位通过新媒体矩阵，在事前预警期间进行灾情预报，提醒大家及早防范；救援期间发布官方权威信息，科普防灾知识，核实信息并及时辟谣，积极回应公众需求；灾情进入平稳期后，对受灾情况、社会热点事件、民生问题等做出信息公开和舆论回应。政务新媒体全链路参与救灾援助，体现出国家治理能力和治理体系现代化建设取得的积极成效。

看点 3: 传统媒体和新兴媒体的优势互补和良性互动成为当前重大自然灾害事件报道的鲜明特征，媒体融合在突发事件中发挥权威作用，稳定民心。以人民日报、央视新闻为代表的中央主流媒体，以河南日报、河南广播电视台为代表的地方传统媒体，在此次事件中承担社会“瞭望者”责任。他们在保障新闻真实性和客观性的同时，联合新媒体平台提升新闻时效性，既满足公众的知情权，又维护正常的社会救灾秩序，并引导各方妥善处理和解决问题。

看点 4: 在河南暴雨事件中，新浪微博发挥广场式社交优势，高效整合社会资源，全面全程救援，成为重大自然灾害事件中的信息中枢。微博作为公共设施，从一开始就与时间赛跑，在发布最新官方动态、灾情救援、推进公益项目、破除谣言及表达公众情绪等方面做出显著贡献，发挥了“公共舆论的基础设施”作用，向外界证明了自身的社会价值。

看点 5: 刷爆朋友圈的 Excel 文档《待救援人员信息》是由民间发起、公众参与的线上救援工作，大大提升了灾情救援效率，充分展现了互联网思维模式下“普通人”的力量。基于互联网信息快速共享，多人协同发布，轻量级的新媒体工具发挥了惊人作用，体现了社会化网络在社会事件中的传播价值。

看点 6: 直播与短视频式报道多视角立体化全景展现抗灾进程。灾情发生后，新华社、新京报等异地媒体与猛犸新闻、大象新闻等河南本地媒体第一时间奔赴一线，通过移动互联网平台进行长时间、多角度的沉浸式直播报道，带给公众空间与临场体验。直播结合短视频主观视角叙述、现场快拍快发、人情味足等特点，丰富了突发性事件的报道视角，真实客观，凸显人文关怀。

看点 7: 以新浪新闻等为代表的新闻资讯类客户端，以美团、高德地图等为代表的生活服务类客户端，以抖音等为代表的短视频客户端，发挥聚合信息服务、信息过滤、精准匹配

等优势，为报道重大自然灾害事件贡献了必不可少的救援力量。一方面，激发用户力量，快速收集救灾信息，利用大数据和人工智能等技术推动救援精准化；另一方面，联合官方背书，做好辟谣和知识科普工作，及时发布灾情信息，优化舆论环境，维护舆论秩序。