

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2020.06.004

# 突发公共卫生事件中的认知传播特点与经验

邓 瑶

(成都大学 传媒研究院, 四川 成都 610106)

**摘 要:** 21 世纪以来, 随着全球化的深入, 公共卫生事件频发, 人类对突发公共卫生事件的认知传播经历了一个不断完善、逐渐深入的过程, 呈现出未知性、突发性、公共性兼具之特点。在重大突发公共卫生事件传播过程中, 传播主体、传播内容、传播渠道、接受主体和传播效果相互协同, 为营造全方位的立体舆论环境起到了至关重要的作用, 传播主体多元化、传播内容多样化、传播渠道分众化、接受主体平等化、传播效果动态化, 成为其突出特征。在 2019 年底突发的新冠肺炎疫情期间, 国内传统媒体与新媒体同频共振、资源互补, 涌现出诸多生动的传播案例, 其中蕴含的诸如充分把握认知规律, 及时、准确公布信息, 视觉主导报道手段, 理性普及防疫知识, 议程设置引导舆论, 塑造典型增强抗疫信心等宝贵经验, 值得认真总结和升华。

**关键词:** 公共卫生事件; 认知传播; 公共性; 传播主体; 议程设置

**中图分类号:** G206

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-117X(2020)06-0025-07

**引用格式:** 邓 瑶. 突发公共卫生事件中的认知传播特点与经验[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2020, 25(6): 25-31.

## Characteristics and Experience of Cognitive Communication in Public Health Emergencies

DENG Yao

(Institute of Media, Chengdu University, Chengdu 610106, China)

**Abstract:** Since the 21st century, with the deepening of globalization, public health events have occurred frequently. Human cognition of public health emergencies has experienced a process of continuous improvement and deepening, showing the characteristics of being unknown, sudden and public. In the communication process of major public health emergencies, the communication subject, communication content, communication channel, acceptor and communication effect cooperate with each other, which plays an important role in creating a comprehensive and three-dimensional public opinion environment. Diversification of communication content, decentralization of communication channels, equalization of receiving subjects, and dynamic communication effects have become its outstanding characteristics. During the outbreak of COVID-19 at the end of 2019, the

**收稿日期:** 2020-10-10

**基金项目:** 成都大学“课程思政”专项研究课题“短视频等自媒体融入课程思政的路径研究”(2020KCSZA03); 成都大学 CC 国家众创空间创新创业教育专项课题“短视频等自媒体背景下影视专业学生的创业培养模式研究”(ccyg202001005)

**作者简介:** 邓 瑶(1988—), 女, 四川成都人, 成都大学副教授, 硕士, 研究方向为影视理论、新闻传播。

domestic traditional media and new media resonated with each other and complemented their resources, and many vivid dissemination cases emerged, such as fully grasping the cognitive law, publishing information in time and accurately, adopting video-dominated reporting means; popularizing the knowledge of epidemic prevention rationally; setting the agenda to guide public opinion, shaping typical models to enhance public confidence and so on. Those characteristics and experience of cognitive communication in public health emergencies need to be summarized and sublimated properly.

**Keywords:** public health events; cognitive communication; publicity; communication subject; agenda setting

2003年“非典”疫情的暴发,使得“突发公共卫生事件”成为政府和社会高频次使用的概念,并成为党和政府有关文件、工作报告的重要术语。2019年末,新型冠状病毒肺炎疫情(以下简称“新冠疫情”)在全世界范围内肆虐,成为新中国成立以来影响最广泛的突发公共卫生事件。针对此次重大突发公共卫生事件,媒体新闻报道在危机应对中的策略可圈可点,其在及时发布资讯、消除谣言、塑造榜样等方面做出了表率,在引导社会各界度过恐慌、找到战胜病毒的信心诸方面发挥了重要作用。

### 一 突发公共卫生事件的认知历史

认知是指人们对信息加工的过程,具体说来,是对于客观世界信息的捕获、整理、编辑、判断,进而形成知识的过程<sup>[1]</sup>。人类对突发事件的认知大概分为三个阶段:一是20世纪80年代中期之前,此一时期的突发事件多发生在军事以及外交领域;二是20世纪80年代中期至2003年,此一时期的突发事件多发生在社会治安领域;三是2003年至今,此一时期的突发事件多发生在公共卫生领域。人类的历史就是一部与疾病作斗争的历史。近年来,伴随着全球化进程的加速,人口流动、环境污染等问题,使得重大突发公共卫生事件发生的频率加快、影响程度加深、波及范围变广,其对人类健康造成了极大的威胁,人们对于疾病的认知亟待完善。2003年,中国传媒在抗击“非典”报道收获了诸多经验。以此为界,国内民众对于重大突发公共卫生事件的认知可划分为三个不同的阶段。

#### (一) 前“非典”时期

此一时期,随着世界经济和生产力的发展,各国对健康议题的认知不断深化。1991年冷战结束

后,经济全球化进程加速,商品、信息、技术、人才、文化潮流交互涌动。同时,自然灾害、人为灾难等因素对人类健康构成了全方位、复合型的威胁<sup>[2]</sup>。中国作为世界第一人口大国,大量跨境、跨区域的流动人口,增添了传染病的输入、输出风险,给传染病防控带来极大考验。

#### (二) “非典”时期

围绕“非典”的媒体报道,在疫情初期、中期和后期分别呈现出不同的特征。首先,在“非典”疫情初期,信息收集和汇报制度不够完善,媒体报道没能有效地提供环境监测功能。2002年11月16日,广东省佛山市发现首例非典病例;随后,河源市、中山市也发现同种病例。疫情初期,由于相关部门的讳莫如深和主流媒体的集体失语,导致一时间谣言四起,民众惶恐不安。在这种情况下,2003年2月11日上午,广州市政府首次召开新闻发布会,向社会公布了广州已发现100多个非典病例的消息,之后媒体被允许放开报道<sup>[3]</sup>。非典暴发初期,由于广东主流媒体讳莫如深,掩盖了疫情严重的真相,导致民众放松警觉,也直接造成了后来疫情向北京市大面积扩散的严重后果<sup>[4]</sup>。其次,“非典”疫情中期,官方信息的透明度逐渐加大,报道比重不断提高,公众对疫情的了解不断加深。4月20日下午,卫生部常务副部长高强在国务院新闻办记者招待会上通报,中国内地非典确诊人数由此前的1512例增至1807例;北京非典病例已达339人,其中18人死亡,疑似患者402人。从4月21日起,患者数字的公布由每5天一次改为每天一次。此后,中国传媒抗击非典遭遇战报道全面展开。疫情中期,官方信息的透明度愈来愈大,非典报道比重渐次提高,报道范围覆盖广泛。《人民日报》从2003年4月初开始对非典新闻进行报道,在两个多月时间里,

共刊登相关稿件 2780 篇，发表各种言论文章 171 篇<sup>[5]</sup>。媒介的报道迅速减弱了危机带来的恐慌，稳定了社会秩序。“非典”疫情后期，报道量开始呈现下降趋势，报道内容趋于多样化，媒体报道逐渐回归常态化。

### （三）新冠疫情时期

2020 年 1 月 20 日，钟南山院士在央视《新闻 1+1》栏目中，肯定了新冠肺炎存在人传人的事实。以此为标志，可以将新冠疫情的报道划分为两个阶段。第一阶段为 2019 年 12 月 31 日至 2020 年 1 月 20 日。此一时期，由于疫情信息未及时向外界公开，武汉当地媒体缺位失声，媒体发布零碎隐蔽，疫情未能引起公众的充分关注，也因此贻误了信息公开的最佳时机。第二阶段，疫情进入全面爆发和抗击阶段。此一时期，媒体报道也进入了白热化阶段<sup>[6]</sup>。面对突如其来的新冠疫情，中国政府高度重视，为防止疫情的进一步蔓延，中国政府采取了包括武汉封城等诸多前所未有的强力措施，力图将疫情控制在稳定状况。与此相应，媒体报道方面也呈现出信息发布及时准确、互动渠道畅通无阻、报道手法不拘一格的特点。与此同时，也存在诸如报道不充分、不及时等现象，一些网络谣言出现在自媒体上。

## 二 突发公共卫生事件的认知传播特点

2003 年“非典”事件发生过后，针对国内疫情报道传播过程中信息渠道不畅通、信息统计不准确、应急准备不足等问题，国务院于 2003 年 5 月 9 日颁布《突发公共卫生事件应急条例》，将突发公共卫生事件界定为：突然发生，造成或者可能造成严重损害社会公众健康的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病、重大食物和职业中毒以及其他严重影响公众健康的事件<sup>[7]</sup>。重大突发公共卫生事件的诱因往往是一种传染性较高的疾病，或由于人类认知的局限，或在疫情开始传播时未能引起高度重视，对其在短时间不能找到较好的控制办法，从而造成较为严重的后果。人们对重大突发公共卫生事件的认知，体现出未知性、突发性和公共性等三个特点。

### （一）未知性

2006 年 1 月 8 日，国务院发布《国家突发公共事件总体应急预案》，指出公共卫生事件主要

包括传染病疫情、群体不明原因疾病等<sup>[8]</sup>。新型传染疾病的出现，无论是医学专家还是普通民众都要经历一个从认识到理解再到逐渐接受的过程。对于医学专家来说，新型病毒往往披着和其他类似疾病相似的外衣，其在初期很容易蒙蔽卫生部门和专业医疗人员的眼睛。比如，对于 SARS 病毒的种类，人们一度认为疾病的真凶是一种衣原体病毒；后来钟南山等专家提出，SARS 病毒并非衣原体病毒，而是冠状病毒，并最终得到科学证实。2003 年非典发生后，人们通过手机短信传递小道消息。由于人们对疾病的认知不足和对未知的恐慌心理，在广州等不少城市出现了白醋、板蓝根、抗生素、米盐油等药品和食品的抢购风潮，这种风潮在媒体公开报道后才得以平息。由此可见，人们对疾病的认知有一个逐渐深化的过程，这种认识也只有信息公开、多方验证后才能逐步得以完善。

### （二）突发性

突发性传染疾病出现之前往往没有任何的征兆，所有人都没有做好充分的准备。此一时期，由于对疾病的认知不足，隔离措施不充分、不到位，未能将病毒传播控制在一定范围内，导致感染人数短时间内不断攀升，大大超过现有医疗卫生系统的承载能力。钟南山团队在 2003 年的“非典”时期带领专家团队创立的小汤山医院模式，成为抗击疫情的一种高效治疗模式。2020 年，武汉也先后建立了火神山和雷神山医院，成为专门对新冠肺炎感染患者进行隔离救治的专门医院。全国各地先后派出 4 万多人的援鄂医疗队，为病情防治赢得了宝贵的时间。

### （三）公共性

突发公共卫生事件中的传染性疾病往往有着极强的传染性，可以在不同的国家和人种之间大规模传播。此次新冠疫情波及范围极广，几乎无人能够置身事外，其甚至可能使世界经济在未来持续一段时间内都处于停滞、倒退和艰难的恢复过程之中。在此次疫情阻击战中，中国政府作出了诸多史无前例的举措，武汉封城、春节假期延长、严格限制入境和航班熔断等措施，有效减少人员流动和人与人之间的接触和交往，阻断了疫情传播的途径。这些得力措施的施行，体现出中国政府在危机面前敏锐的判断力和强大的执行力。



### 三 突发公共卫生事件认知传播的五要素

在重大突发公共卫生事件的传播过程中,传播主体、传播内容、传播渠道、接受主体和传播效果相互协同,为营造全方位立体的舆论环境起到至关重要的作用。总体说来,在重大突发公共卫生事件的传播过程中,媒体传播呈现出传播主体多元化、传播内容多样化、传播渠道分众化、接受主体平等化、传播效果动态化等特征。

#### (一) 传播主体多元化

在重大突发公共卫生事件的传播过程中,传播主体是其中最重要的因素之一,其可以分为传统主流媒体和新兴媒体两大类。在此次新冠疫情的报道中,无论是传统主流媒体自上而下的传播,还是新兴媒体自下而上的传播,都表现出了更多的理性,二者将精英式的危机传播向参与式的风险沟通转化,形成了传统主流媒体引领、新兴媒体多方协同的报道格局。

#### (二) 传播内容多样化

在这次针对新冠疫情的报道内容方面,大众媒体和自媒体呈现出不同的特征。首先,新冠疫情期间,大众媒体通过在常态化的节目中植入疫情报道,体现出媒体报道的及时性与权威性;同时,还通过纪录片、谈话节目、“慢直播”等节目形式,讲述疫情期间平凡人的动人故事,歌颂舍己为人的奉献精神,为奋斗在一线的医务人员加油鼓劲,营造在场感与陪伴感。其次,以财新、界面、丁香医生、回形针 paperclip 等为代表的自媒体利用自己的平台和资源优势,在报道角度上另辟蹊径,相比大众媒体,其更强调受众的参与感和获得感。这些新媒体在疫情地图、辟谣等方面作出了有益尝试,点面结合地进行了认知传播。

#### (三) 传播渠道分众化

重大突发公共卫生事件的传播过程中,人们通常使用的传播渠道有报纸、广播、电视互联网和人际传播等。2003年非典时期,人们主要选择的传播渠道有电视(80%)、报纸(57.5%)、网络(24.6%)、当面听说(22.5%)和广播(19.5%)等五种类型<sup>[9]</sup>。在移动传播时代,由于新媒体的便捷性和及时性,人们更倾向于通过手机搜寻讯息,微博、微信、客户端、抖音、快手、Bilibili等社

交平台成为人们获取信息的主要渠道。2020年2月18日,微信公众号“北大新媒体”的调查显示:66.7%的年老一代首次知晓疫情是通过手机新闻客户端,而83%的年轻一代则是通过微博<sup>[10]</sup>。

#### (四) 接受主体平等化

2003年以来,我国网络民主进入到了快速发展阶段。政府将网络视为提高执政能力的重要载体,政府与公众的沟通呈现出良好的态势。网民作为一个庞大的网络群体,凭借以即时、互动为特点的网络传播方式提供的舆论平台,获取信息和表达民意越来越自由、民主,他们参与经济、社会及政治生活的形式和程度获得空前发展<sup>[11]</sup>。重大突发公共卫生事件的传播过程中,受众的媒介素养对信息的接受程度影响颇深,他们需要从以往被动的信息接收者,转变为对信息进行积极反馈的主动者。可以预见的是,在互联网的推动下,未来的传播语境将更加民主,接受主体将承担起越来越重要的社会责任。

#### (五) 传播效果动态化

作为传播过程中最重要的环节,传播效果是评估传播内容、传播渠道、传播综合影响力的重要指标,是衡量舆论引导力的砝码。在重大突发公共卫生事件的传播过程中,现象级传播事件往往能在较短的时间内引发关注,成为公众话题焦点,其传播发酵的过程和机理值得总结。2020年1月29日,新浪微博设置“肺炎患者求助”超级话题,并划分为发布求助、免费义诊、防治服务、发热门诊等多个板块;2月4日,其联动武汉市政府和央视新闻、人民日报,开通肺炎患者求助专区,以便让患者得到及时妥善的安排和救治。截至3月14日,其累计收到上万条求助信息,经平台核实的信息超过3000条,传播效果良好。

### 四 突发公共卫生事件认知传播的经验借鉴

总体说来,人们在突发公共卫生事件的认知过程中,往往要经历从信息焦虑到信息过载、从感性认识到理性认识、从局部了解到宏观把握的过程。新冠疫情报道中认知传播的前期,出现媒体发声受限、预警滞后的现象,而后期媒体报道视角更加多元化,其多以“小切口”为主,把眼光更多地投向那些身处其中的普通人。不过,在此



次疫情的认知传播中，也出现了报道不充分、不及时，网络谣言引发公众恐慌的现象，这些情况值得业界进行总结与反思。

### （一）充分把握认知规律，及时、准确公布信息

Seeger 认为风险沟通的范围涵盖了危机的三个阶段——危机前（了解风险相关知识）、危机时（紧急告知风险损害的回避）和危机后（新的风险认知形成），但是重点应放在危机前的预防工作上<sup>[12]</sup>。在大规模突发疫情中，获取更新及时、权威可信的信息是民众的根本诉求。2019 年 12 月 30 日，武汉市卫生健康委员会医政医管处发布了《关于做好不明原因肺炎救治工作的紧急通知》，但由于媒体报道未形成规模，其没能引起公众的警觉。2020 年 1 月 20 日，钟南山院士作出新冠病毒“人传人”的判断后，1 月 21 日开始，《人民日报》每天在要闻版刊登 2 至 3 条新冠肺炎疫情消息，中央媒体开始在第一时间公布疫情。此后，钟南山发表了“普通人的口罩可以反复使用”等一系列重要观点，告诫公众“没有特殊情况不要去武汉”，“疫情拐点无法预测”，“没有证据显示疫情会在今年夏天前结束”，等等。他的这些科学判断在疫情初期信息不透明、公众最迫切需要了解相关防治知识的时候，帮助民众稳定了情绪，增强了人们抗击疫情的信心。

### （二）视觉主导报道手段，理性普及防疫知识

可视化的图表成为此次新冠疫情报道中的一大特点，凤凰新闻、丁香园、网易、看点快报先后推出了可视化疫情地图，使抽象数字变得浅显易懂，让受众直观了解疫情最新进展。丁香医生推出了包括“疫情地图”（见图 1）“谣言征集”“谣言排行榜”“疫情订阅”等内容构成的“实时疫情”板块，从医学团队的专业角度给予受众健康方面的建议。截至 2020 年 3 月 13 日，其已获得超过 3 亿人次的浏览量。

此外，不少新媒体利用自己的平台优势，积极为疫情的认知传播献计献策。丁香医生等新媒体利用自己的专业资源，推出了《防护物资指南》，对消毒剂、口罩、洗手液、温度计的类别、使用方法和注意事项进行图文配合的详细讲解。Bilibili 网站科技 UP 主“回形针 PaperClip”于 2020 年 2 月 2 日发布的科普短视频《关于新冠肺炎的一切》

（见图 2），以详尽的调查和数据分析，解释了新冠肺炎病毒发生、传播和感染的过程，让受众回归到对新冠肺炎病毒的理性认知状态，这在一定程度上缓解了受众的焦虑情绪。视频的最后，用解说词“人类的赞歌就是勇气的赞歌，赞美所有还在认真工作的人们”，为人们加油鼓劲。截至 3 月 13 日，这条视频在 B 站上的点击量达到了 485 万次，成为全站日排行榜的第一名。

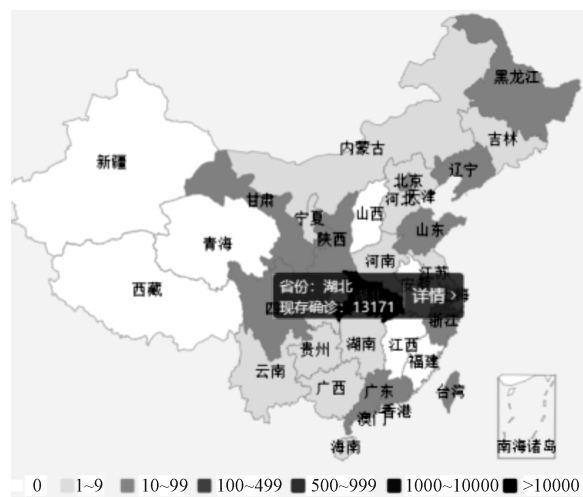


图 1 丁香医生疫情地图

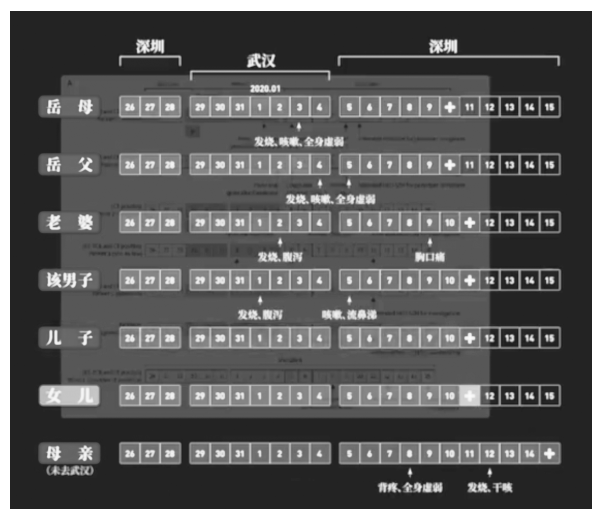


图 2 回形针 PaperClip 视频《关于新冠肺炎的一切》

### （三）议程设置引导舆论，塑造典型增强抗疫信心

在突如其来的疫情面前，原有的社会秩序和生活节奏被打乱。随着疫情的扩散，不少人陷入压抑、颓废的负面情绪之中。紧要关头，新闻媒体勇于担当，捕捉社会正能量，主动制造议题，匡正舆论导向，帮助社会齐心协力共渡难关。2020 年 1

月27日,一则《晚上组织唱国歌》的帖子在武汉的微信朋友圈被多次转发,不少居民自发组织在自家阳台上高喊“武汉,加油”,并齐声唱起了《义勇军进行曲》和《我和我的祖国》。这段视频随即被网友上传到网上,成为疫情期间武汉人民团结抗疫的典型影像。2月15日,一位武汉市民发现对面楼某位邻居的家里没有关窗户,她拍下了其红色窗帘随风飘荡的视频画面。此后的两个多月中,她每天记录窗帘的动态,并配上不同风格的音乐。这个视频引发了千万网友围观,“网红窗帘”也成为疫情期间的网红,其折射出网友对武汉及武汉市民的关心。2020年2月5日晚,武汉汉江方舱医院投入使用当天,一位男子在病床上聚精会神读书的情形被记者拍了下来,男子手中的书名也被广为流传。人们还给这位男子起了个亲切的名字——“读书哥”,大家对其能在病床上依然保持阅读习惯称道不已,认为这是此次疫情中的一股“清流”。无论是“网红窗帘”,还是“读书哥”,都是媒体报道中抓住生动的细节、以小切口的方式进行正能量传播的典型,其给疫情中的民众送上了情感的慰藉。

#### (四) 建立双向平等话语机制,充分调动公众参与

1986年,Covello等研究者指出,一个好的风险沟通除了启蒙功能、知情权功能、态度改变功能之外,还应具有公共涉入和公共参与功能<sup>[13]</sup>。2020年2月2日,经过10天日夜酣战,参照2003年抗击非典期间北京小汤山医院模式建设的武汉火神山医院正式交付使用,雷神山医院项目也进展迅速。在此期间,央视频对火神山医院和雷神山医院建造过程进行了慢直播,9000多万网友化身“云监工”,共同见证了“中国速度”。在直播期间,固定机位的摄像头24小时不间断地呈现施工现场的实时画面,既没有旁白,也没有字幕,甚至没有快进和镜头的切换。然而,正是这样单调的画面却引发网友们在评论区热烈地回复,网友给施工设备起了人性化的名字,如“送高宗”(高层吊车)、“送灰宗”(混凝土运输及搅拌车)、“蓝忘机”(小型蓝色挖掘机)、“叉酱”(跑来跑去的小型叉车)等等。这些形象生动的名字把复杂的公共事件转化为一系列简单易懂的符号,消除了网友内心的不安情绪,也寄托了人

们对战疫一线的关注与期盼。慢直播的形式打破了从政府到公众的单向信息传播模式,在满足了网友知情权的同时,也搭建了互动和沟通的平台。

#### (五) 倡导平衡准确报道,引导民众避免非理性行为

流言是“一种信源不明、无法得到确认的消息或言论,通常发生在社会环境具有较高的不确定性,而正规的传播渠道(如大众传媒等)不畅通或功能减弱的时期”<sup>[14]</sup>。在此次新冠疫情期间,由于对病毒的恐惧心理和对风险的未知心理,在疫情发生初期,全国各地出现了疯抢双黄连口服液等“特效药”的现象。2020年1月31日,中国科学院上海药物所和武汉病毒所联合发布声明,宣布中成药双黄连口服液可抑制新型冠状病毒。此消息一出,网友疯狂抢购双黄连口服液,双黄连口服液很快断货。2月1日,人民日报、光明日报、第一财经、丁香医生等平台发布文章,强调双黄连口服液可抑制新型冠状病毒只是初步研究的结果,其确切的疗效还需进一步临床实验;同时指出,“抑制”和“预防”有明显区别,服用双黄连口服液也可能带来副作用。实践证明,越是在特殊时期,新闻媒体越要准确报道,这样才能引导民众避免非理性行为。

#### (六) 聚焦“宅经济”,疏导消极情绪

在公共卫生事件发生后,人们的注意力往往过度集中于危机事件上,此时,如能有效引导受众,为其提供更丰富的信息渠道和娱乐选择,就能使宅在家里的人们转移注意力。疫情期间,人民日报手机客户端专门开辟了“云课堂”板块,携手全国各大博物馆、科技馆,使用VR技术打造“云逛展”功能,让用户足不出户,就能穿越远古,遨游未来,徜徉在知识的海洋中。人民日报微信公众号设置的“云游敦煌”板块,用户既可以对敦煌壁画、彩塑、石窟进行线上游览,也可以欣赏今日画语、今日锦囊等栏目,预约游览,了解壁画和洞窟的保护知识,参与丝巾定制、壁画涂色等个性化互动活动。学习强国App也开辟了“在家上学”板块,丰富了人们的业余生活。

21世纪以来,全球范围内突发公共卫生事件的发生频率加快,影响范围也在不断扩大。一个国家的医药卫生事业水平、国民健康状况、国家

安全能力是一个国家综合竞争实力的表现<sup>[15]</sup>。在突发公共卫生事件的认知传播过程中，官方媒体应努力做到信息透明公开，这样才能承担起“环境监测”的使命，帮助受众正确认知公共卫生事件，遏制谣言的流传，避免社会恐慌。和科学家认识陌生的病毒一样，媒体在对灾难进行报道时，也经历着一个认知由表及里的过程，这个过程也需要更加完善的应急机制。各类媒体都应在深刻把握认知规律的前提下，遵循议程设置的报道理念，采用动态直观的传播手段，倡导双向平等的话语机制，积极为受众提供科学防疫知识和理性沟通平台。

#### 参考文献：

- [1] 周鸿铎. “认知传播”研究的切入点分析[J]. 今传媒, 2014, 22(8): 6.
- [2] 徐彤武. 全球卫生：国家实力、现实挑战与中国发展战略[J]. 国际政治研究, 2016, 37(3): 13.
- [3] 张君昌, 郑 妍. 媒体舆论与全民动员：中国传媒抗击非典报道全景透视[J]. 现代传播, 2003, 25(6): 23.
- [4] 夏倩芳, 叶晓华. 从失语到喧哗：2003年2月～5月国内媒体“SARS危机”报道跟踪[J]. 新闻与传播研究, 2003, 10(2): 57.
- [5] 人民日报抗击非典报道组. 在打硬仗打大仗中发挥舆论示范作用：人民日报抗击非典报道工作综述[J]. 新闻战线, 2003(8): 14.
- [6] 栾轶玫, 张雅琦. 新冠肺炎疫情报道中的信息呈现与媒体表现[J]. 新闻战线, 2020(3): 12.
- [7] 国务院. 突发公共卫生事件应急条例[EB/OL]. [2020-11-05]. [http://www.gov.cn/jrzq/2005-05/20/content\\_145.htm](http://www.gov.cn/jrzq/2005-05/20/content_145.htm).
- [8] 国务院. 国家突发公共事件总体应急预案[EB/OL]. [2020-11-05]. [http://www.gov.cn/jrzq/2006-01/08/content\\_150878.htm](http://www.gov.cn/jrzq/2006-01/08/content_150878.htm).
- [9] 喻国明, 张洪忠, 靳 一, 等. 面对重大事件时的传播渠道选择：有关“非典”问题的北京居民调查分析[J]. 新闻记者, 2003(6): 6.
- [10] 程玮如. 代沟与反哺：疫情之下的两代人[EB/OL]. [2020-02-20]. [https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&time stamp=1583403609&ver=2198&signature=5qM7d926laLP6sPt7ET9ivy8SGjE6p5neEHgIEf2KI6M\\*j2COc1Rd50o2biQotJx8 siGihuX8Jt6NIRH2BAvJ7DQcOdaqdUcoieYpYgl3d9](https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&time stamp=1583403609&ver=2198&signature=5qM7d926laLP6sPt7ET9ivy8SGjE6p5neEHgIEf2KI6M*j2COc1Rd50o2biQotJx8 siGihuX8Jt6NIRH2BAvJ7DQcOdaqdUcoieYpYgl3d9).
- [11] 石国亮, 徐 媛. 我国网络民主发展问题探析[J]. 中共云南省委党校学报, 2009, 10(4): 138.
- [12] LUNDGRE R E, MCMAKIN A H. Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks[M]. Ohio: Battelle Press, 2004: 438.
- [13] 林爱珺, 吴转转. 风险沟通研究述评[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2011, 33(3): 36.
- [14] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京：中国人民大学出版社, 1999: 98.
- [15] 徐彤武. 全球卫生：国家实力、现实挑战与中国发展战略[J]. 国际政治研究, 2016, 37(3): 16.

责任编辑：黄声波