

刘晓岚, 刘伟, 梁娟. 全媒体应急科普传播体系构建研究[J]. 灾害学, 2023, 38(4): 134–138. [Liu Xiaolan, Liu Wei, Liang Juan. Research on the Construction of Omnimedia Propagation System for Emergency Science Propagation[J]. Journal of Catastrophology, 2023, 38(4): 134–138. doi: 10.3969/j.issn.1000-811X.2023.04.022.]

全媒体应急科普传播体系构建研究^{*}

刘晓岚¹, 刘伟², 梁娟¹

(1. 防灾科技学院 文化与传播学院, 河北 三河 065201; 2. 燕京理工学院 文法学院, 河北 三河 065201)

摘要: 全媒体应急科普传播体系构建体现新闻传播与应急管理领域的交叉融合。基于传播效果研究的视角, 通过调查研究和演绎归纳的方法, 梳理了应急科普全媒体传播存在法律约束与保障不强、资源产出管理不力、传播流向分配不均、矩阵建设发展不平衡、联动机制不健全等突出问题。提出了全媒体应急科普传播体系构建的基本框架和实施路径, 即以全媒体思维体系为基础, 坚持内容为王, 建设应急科普内容体系; 把握技术核心, 建设应急科普平台体系; 分析用户数据, 建设应急科普用户体系; 创新管理服务, 强化全媒体应急科普传播体系的保障。

关键词: 应急科普; 全媒体传播; 内容体系; 平台体系; 用户体系; 管理服务体系

中图分类号: X43; X915.5; G206; G315 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-811X(2023)04-0134-05

doi: 10.3969/j.issn.1000-811X.2023.04.022

近年来, 国家对应急管理、科学普及、全媒体传播高度重视, 在《“十四五”国家科学技术普及发展规划》^[1]《“十四五”国家应急体系规划》^[2]《关于进一步加强突发事件应急科普宣教工作的意见》^[3]等一系列重要文件中都提出要重视和加强应急科普工作。应急科普传播相关研究体现了三方面的交叉融合, 受到了颇多关注, 学界界的专家学者们从应急体系建设、新闻传播、科普宣传教育等多方面对科普全媒体传播进行了较为深入的研究与探索^[4-7]。

首先是对应急科普内涵的界定, 主要集中在科普内容应急和科普时间应急两个方面^[8-9]。内容应急指科普内容与突发事件预防、处置的知识和技能相关; 时间应急指与常态科普区分, 强调重大突发事件后紧急应对的特殊性。相近的概念有防灾减灾科普、安全科普等, 在自然灾害、事故灾难预防应对的内容方面与应急科普存在交叉, 只是应急科普更注重突发事件后科普反应速度和时机, 内容更凸显紧急避险和自救互救等^[10-11]。其次, 从应急管理角度, 认为应急科普是应急管理、安全发展的重要环节, 从贯彻落实“以防为主、防抗救相结合”的方针出发, 将应急科普传播融入应急体系建设范畴, 从加强应急科普统筹管理、推动科普机制体制改革等方面展开研究^[12-14]。最后, 新闻传播领域聚焦科普传播效果提升, 从主体“专”“兼”多元、内容“科”“普”兼顾、渠道“新”“旧”结合等多个角度, 探究应急科普在媒介融合环境下的传播^[15-17]。

综上观之, 虽然应急科普传播相关研究取得

了一定进展, 但应急管理领域重科普管理研究, 传播领域重科普传播渠道与效果研究, 真正深度融合开展应急科普传播体系建设研究的并不多见。本文将当前新闻传播领域大力推行的全媒体传播体系建设与应急科普传播有机融合, 提出以政府为主导, 构建全媒体应急科普传播体系, 明确了传播体系的基本框架和实施路径, 以期对应急科普服务提供参考和借鉴。

1 全媒体应急科普传播体系内涵

1.1 全媒体传播体系内涵

全媒体传播体系概念主要应用于新闻传播领域, 是适应媒介环境变化、遵循四全媒体传播规律、引领主流媒体改革方向的新型传播体系^[18-19]。党的十九届四中全会《决定》提出, 全媒体传播体系以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障, 明确了全媒体传播体系的三个核心内涵。党的二十大报告提出“加强全媒体传播体系建设, 塑造主流舆论新格局”, 赋予了全媒体传播体系服务国家战略、完善媒体业态布局等新时代内涵。

1.2 全媒体应急科普传播体系的基本框架

全媒体科普传播体系以媒体融合为平台, 通过“科普内容+传播技术+政务+服务”, 将科普嵌入全媒体传播体系, 以助力做强科学普及之翼、提升全民科学素质。全媒体应急科普传播体系强调以互联网思维开展新时代科普, 是新闻传播领

^{*} 收稿日期: 2023-03-20 修回日期: 2023-06-03

基金项目: 河北省高等教育教学改革研究与实践项目(2021GJJG484); 中国地震局重大政策理论与实践问题研究课题(CEAZY2022JZ10); 河北省新文科研究与改革实践项目(2021GJXWK061); 中央高校基本科研业务费专项(ZY20215225)

第一作者简介: 刘晓岚(1974-), 女, 汉族, 黑龙江佳木斯人, 教授, 硕士生导师, 主要从事危机传播研究和科普研究。

E-mail: 1608953850@qq.com

域和应急管理领域交叉融合的概念。我们基于“5W”传播模式,从主体、内容、渠道、受众等要素入手,搭建了全媒体应急科普传播体系的基本框架,即全媒体应急科普传播体系由全媒体思维体系、内容体系、平台体系、用户体系和管理服务体系五个部分组成,其中全媒体思维体系为基础,内容体系、平台体系、用户体系为核心,管理服务体系为保障。

2 应急科普全媒体传播存在的问题

2.1 应急科普传播的法律约束与保障不强

2002 年颁布的《中华人民共和国科学技术普及法》^[20],包括科普组织管理、社会责任、保障措施等相关内容,具有极好科普立法传统,但具体法条对应急状态开展科普并没有单独关注。同时,二十多年来科普内容生产与传播方式均发生了极大变化,科普法已经不能完全满足新时代科普的实际需求,修订迫在眉睫。应急法律法规中也涉及一定的科普内容,对比分析《中华人民共和国突发事件应对法》^[21]等公众较为熟悉的法律,我们发现主要规定了政府、企事业单位、新闻媒体、学校的科普责任和义务(表 1),提到了应急知识宣传普及、应急演练等,但在开展落实中缺少具体规章制度和相关解读的支撑,导致应急科普法律依据不足,缺少应有的保障与约束。

2.2 应急科普资源产出管理不力,对内容生产的引导监督较弱

应急科普内容生产规划性不强,没有结合灾前、灾中、灾后等突发事件的发展规律生产和投放产品;内容生产创作审核把关不够,科学性和严谨性不强,导致存在一定争议甚至虚假错误的科普信息进入传播而误导公众^[22];与传播平台的共同监管不够,自媒体平台上为赚取流量,打着科普旗号传播伪科学的现象屡禁不止;利用 VR 体验、云课堂、互动游戏、科学实验等先进技术开展科普智慧服务的进程缓慢,科普场馆数字化建设需要加快;高水平科技人员、传播人员科普参与度不高,高质量科普作品长期持续供给能力不足;科普内容产出缺少创新,大量同质化内容简单堆砌,在一定程度上降低了受众兴趣^[23]。

2.3 应急科普传播流向分配不均,对特殊区域和弱势群体考虑不足

面对自然灾害和事故灾难,公众需要掌握基本应急避险技能,以最大程度保障生命与财产安全。2020 年全国公众防震减灾科普满意度调查显

示,科普公众接触率在不同城乡、年龄、学历、职业等层面的群体差异较明显^[24]。应急科普传播尤其要特别关注农村地区、边远地区和儿童、老人等自我保护能力较弱群体。在科普实践中,由于应急知识科技性较强、生产主体文化程度普遍较高、传播渠道多依赖网络等原因,在内容生产和传播方式选择方面,考虑城镇居民、青壮年、网民和高学历群体多,考虑农村居民、儿童、老人、非网民和文化程度较低群体少,存在对特殊区域和弱势群体考虑不足的情况。

2.4 应急科普矩阵建设发展不平衡,矩阵传播没有实现同频共振

应急管理系统初步搭建了全国范围内的传统媒体、网络媒体和新兴媒体等自有媒体科普传播矩阵,但新兴媒体各传播平台科普影响力差距明显,微博、微信、抖音账号发展相对成熟, bilibili、百度、网易、知乎等平台科普账号的活跃度和粉丝量都亟待提升;传统媒体应急科普平台近年来发展滞后,对边远地区、弱势群体等强依赖传统媒体的情况考虑不足、对适配报刊、书籍、广播、电视的科普内容生产有所忽视;科普活动联动主流媒体的比例不高,许多地方性、区域性的科普活动只在自媒体平台上简单呈现,关起门来自说自话;各地区科普教育基地、科普示范学校等社会传播平台建设发展情况差距较大;平台叠加和矩阵建设,并没有实现预想的传播效果叠加联通和同频共振。

2.5 应急科普传播联动机制不健全,难以形成合力

应急科普主体各自为政多,协同合作少。应急管理部成立以来,应急科普发展进入快车道,政府、媒体、大学、社会团体和自媒体平台等都开始做应急科普,各参与主体的责任区分不清,导致主体缺位或越位、科普内容重复多、科普宣传活动乱等情况时有发生。

应急科普与学校教育、社会教育没有形成合力。虽然倡导科普进校园的呼声一直不断,2021 年教育部也印发了《生命安全与健康教育进中小学课程教材指南》^[25],但由于缺乏专业人员指导、中小学生对感兴趣的优质内容少等因素,导致科普教室成为摆设、应急演练流于形式、体验式教学稀缺等情况一直存在。社会教育培训体系中对应急科普关注更少、缺少成熟的科普培训课程和专业师资队伍。

选育留用人才机制建设需进一步加强。存在专兼结合的科普人才队伍建设缓慢、科普人才发展路径不够畅通、科普人员全媒体传播意识和能力有待加强、志愿者队伍培训忽视科普内容等情况。

表 1 国家应急法律体系中科学普及相关规定

法律名称	施行时间 修订时间	科普相关的具体内容(有删略)
突发事件应对法	2007. 11. 01 2021. 12. 20	第二十九条 政府及有关部门等应当组织开展应急知识宣传普及。居委会、村委会、企业事业单位应当开展有关突发事件应急知识的宣传普及活动和必要的应急演练。新闻媒体应当无偿开展突发事件预防与应急、自救与互救知识的公益宣传。 第三十条 各级各类学校应当把应急知识教育纳入教学内容
防震减灾法	1998. 03. 01 2009. 05. 01	第四十四条 政府、有关部门和基层组织,应组织开展地震应急知识宣传普及。机关、团体、企事业单位,应加强地震应急知识宣教,开展地震应急救援演练。学校应当进行地震应急知识教育,培养学生的安全意识和自救互救能力。新闻媒体应当开展地震灾害预防和应急、自救互救知识的公益宣传。
消防法	2009. 05. 01 2021. 04. 29	第六条 各级人民政府应当组织开展经常性的消防宣传教育。机关、团体、企事业单位,应当加强对本单位人员的消防宣传教育。 应急管理部门及消防救援机构应当督促、指导、协助有关单位做好消防宣传教育。教育、人力资源行政主管部门和学校等应将消防知识纳入教育、教学、培训内容。新闻、广播、电视等有关单位,应当有针对性地向社会进行消防宣传教育。

2.6 应急科普传播意识没有完全适应全媒体传播变革

应急科普传播意识没有完全适应新媒体形态、融媒体发展和全媒体时代的需求,在科普创作、传播方式、用户调研等方面还没有融入全媒体传播思维;对全媒体科普传播体系建设是跨领域、跨行业协同共建的综合性复杂性工程认识不够,没有将其纳入应急管理体制机制改革全局中;应急科普队伍的传播意识和能力还没有完全适应四全媒体传播特性;应急管理体系中对科普传播体系建设的重视和投入不够,直接影响科普政策支持、资金投入、制度保障和队伍建设等。

3 全媒体应急科普传播体系构建的实施路径

3.1 建立全媒体思维体系,筑牢全媒体科普传播体系的基础

从传统媒体到新媒体、从融合媒体到全媒体,应急科普必须主动适应移动化传播、交互式体验、可视化叙事和智能化应用的全媒体传播新变化,从单一的文字思维转化到移动互联网思维和全媒体思维。将全媒体思维融入应急科普产品创意、生产、发布全流程,积极推进科普与大众媒介和商业平台融合、科普资源产出与用户需求融合、科普网络政务与深度服务融合,全新审视和思考科普机制体制、人才培养、平台建设等问题,筑牢全媒体科普传播体系的基础。

3.2 坚持内容为王,建设应急科普内容体系

(1)共建共享标准化应急科普核心资源库。以应急系统为核心,联同媒体、学会、协会、企业等,广泛吸纳各种社会力量和资源参与科普产品创作和生产,共建共享应急科普核心资源库。核心资源库中对地震、台风、暴雨、干旱等常见自然灾害,用电、用水、用火等生活安全,安全技术、安全管理等安全生产的内容都要有所涉及,将应急避险、医学常识等科普纳入资源库,并根据使用频率、难易程度等进行科学合理设计,做到关键词检索、多方共享、多渠道传播。发挥科研院所、高校、社会研究机构科普源头创新作用,联合创作权威、科学、通俗易懂的科普产品,提高科普精品产出率。在鼓励科学家和科技创新团队投入科普创作的同时,广泛吸纳文学、传媒和艺

术等社会力量,进一步繁荣科普创作,让应急科普走近百姓、融入生活。

(2)科学设计建设应急科普产品矩阵。产品矩阵建设要考虑内容、产品形态和科普时机的科学构成,多角度、多渠道满足不同受众群体需求。内容构成要统筹考虑普及“防的知识、抗的方法、救的技能”;产品形态要开发推广应急科普教材、读物、动漫、游戏、影视剧、短视频等系列科普产品,实现文字、声音、图像、视频等多种形态并存;科普时机要适当区分活动集中式、平时浸润式和突发应急式等情况,互相支撑,互为补充。

(3)提高科普内容与应急舆情和新闻热点的适配度。科普要树立主动适配应急舆情管理的意识,密切关注舆情关注点的变化,积极回应社会关切,投放与舆情关注内容紧密相联的科普产品;注重总结重大自然灾害等舆情的生发规律,生产适配舆情萌芽、发酵、爆发、衰退、沉淀等不同发展阶段的科普内容,分类创作、生产和储备科普作品,以备战时快速推出。应急科普要与新闻热点主动融合,充分把握法定节假日、大型活动等可预见性热点,提早准备,提高科普宣传蹭热点的速度、角度和创新度。面对事故灾难、社会事件等突发性热点时,全面分析传播度、相关度和风险度,分析研判后谨慎选择适当的科普角度与方式。

3.3 把握技术核心,建设应急科普平台体系

(1)推进应急管理系统“报、网、端、微、屏”科普传播矩阵建设。信息技术飞速迭代升级,从互联网普及到云计算、大数据、物联网、人工智能的应用普及,再到增强现实、虚拟现实、元宇宙的兴起,带动了信息传播各环节和全链条的巨大变革^[26]。应急管理系统需要加快将全媒体技术融入政务媒体传播矩阵建设,全面分析系统内各级各类新闻传播、科普宣教平台传播现状和影响力(表2),持续推进融媒体中心建设。发挥“中国地震台网速报”微博、“中国消防”抖音号示范引领作用的同时,有选择、有侧重地支持和扶持系统内现有的,微博、微信、抖音、快手、bilibili、网易、百度、知乎等多个平台的头部账号,协调全系统科普人员所长,集中优势力量在每个平台分别打造一个“明星账号”,建设多平台“明星账号”均衡发展、强强联合的传播矩阵,真正实现平台叠加基础上的传播效果叠加。

表2 应急管理系统政务媒体部分传播情况表

科普平台类别	科普平台名称	科普内容、粉丝量等
出版社	应急管理出版社;地震出版社	出版科普图书
报刊	《中国应急管理报》 《防灾博览》《中国应急救援》《东方消防救援》等期刊	刊登科普文章;关注科普活动
官方网站	应急管理部、中国地震局、国家消防救援局、国家矿山安全监察局和直属各级各类单位的官方网站	开设科普栏目;公布科普基地名录;介绍科普活动等
APP	“应急中国”“地震速报”“紧急地震信息”“消防百事通”	应急预警科普;地震信息速报;地震预警科普;消防资源共享
社交媒体平台	“中国地震台网速报”“中国消防”官方微博 “中国森林消防”“中国地震台网”微信公众号	1 184 万粉丝; 964 万粉丝 20.1 万粉丝; 10.3 万粉丝
短视频平台	“中国消防”“天津消防”“河南省应急管理厅”抖音号 “应急管理部”“天津消防”“浙江消防”快手号	1 073 万粉丝; 438 万粉丝; 79 万粉丝 213 万粉丝; 950 万粉丝; 367 万粉丝
中视频平台	“地网-中国地震学会”“中国森林消防”B 站号	多部视频播放量百万以上
头部商业平台	“中国应急管理报”百家号;“中国地震台网速报”网易号;“深圳消防”头条号	35.2 万粉丝; 12.1 万粉丝; “深圳消防”头条号 2022 年总共 1 147 万阅读量

注:以上数据截至 2023 年 5 月 31 日

(2) 协同大众传媒拓展应急科普传播平台。主动谋求与大众传媒建立长效协同机制, 借助主流媒体权威声音, 打造高信度科普源和科普品牌; 协助新兴媒体平台, 加强科普信息监督审核, 将传播知识与驳斥谣言相结合; 利用好科技活动周、防灾减灾日、消防日等重点时段, 把握“地震科普携手同行”等品牌活动时机, 与大众传媒合力提升科普宣传效果。提高应急科普在综合科普领域的显示度, 加强与中国科普研究所、《百科知识》等科普杂志、“走近科学”“人与自然”等科普频道、“科普中国”等科普网站、“玉龙小段”“陈征博士”等科普大V的交流合作, 积极融入综合科普大家庭, 提升应急科普的话语权和影响力。

(3) 夯实传统媒体和线下传播在传播平台体系中的基础地位。坚持科普为政治夯基、为发展赋能、为安全服务, 持续加大传统媒体对边远地区、非网民群体的科普服务力度。通过鼓励出版科普图书, 报纸增加科普版面、科普期刊提高影响力等方法, 增加传统媒体的科普投入。充分利用广播、科普宣传车、农村大喇叭等平台及时主动开展应急科普, 以群众喜闻乐见和易于理解的形式, 制作富有地方特色、民族特色、接地气的科普作品。通过赠送科普资源、联合开展科普活动等方式, 加强对科普教育基地和示范学校的帮助和指导; 大力推进科普场馆、抗震纪念馆、重点实验室等有序向社会开放, “线上+线下”全面提升应急科普的覆盖率和到达率。

3.4 分析用户数据, 建设应急科普用户体系

(1) 沉淀用户数据, 实现精准推送。随着媒介环境的多屏化、移动化、社交化和智能化, 用户需求也不断发生变化。中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2023年6月, 网民规模为10.79亿, 互联网普及率达76.4%, 短视频成了全民化应用, 用户规模突破10.26亿, 网民使用率达95.2%^[27]。应急科普坚持科普为民原则, 大数据和全媒体时代的数据分析, 可以赋予用户年龄、性别、地域、行为、习惯、兴趣等不同标签, 实现精准画像。应急科普挖掘和沉淀用户数据, 深入分析受众潜在需求, 强化用户的需求感知, 通过科学分析实现分众分层精准推送, 精准覆盖目标人群。

(2) 了解公众应急科学素养, 科普产出契合需求。通过科学素养调查、科普活动跟踪反馈等分析手段, 切实了解公众应急科学素养, 及时发现科普宣传在“防”“抗”“救”方面的薄弱点和空白点, 为应急科普产出提供重要参考。按照受众位置, 生产适合农村、学校、商场、家庭等不同场所躲避和疏散特点的科普产品; 分析受众年龄需求, 生产符合儿童、中学生、大学生、老年人的科普产品, 依托“科普中国”平台, 引导优质科普资源进入中小校园。通过分析传播平台主要受众群体的性别、文化程度、浏览习惯等, 生产适合报刊、电视、微博、微信、抖音等平台特点的科普产品。

(3) 开展有效营销, 增加受众黏性。通过增加体验互动、营销方法引导、深度服务延展等商业运营方法, 变受众为粉丝, 建立社群, 加以运营和维护, 增加受众黏性, 吸引更多人才和资金进入应急科普领域。社交媒体平台的科普要摆脱高冷的刻板印象, 接地气、聚人心, 加强与受众的情感沟通互动; 视频平台科普需融入虚拟现实技术和数字技术, 让科普视觉呈现更逼真、感官体验更丰富、互动体验更人性。自救互救、应急避

险等技能要注重科学性与人性并重, 让受众真切感受到科普对生命的尊重与保护。

3.5 创新管理服务, 强化全媒体科普传播体系的保障

(1) 加快推动应急科普纳入社会治理实现统筹发展。科普可以促进科技与经济、社会、文化、法律的融合。推动科普法修订和行业科普法规的建设, 增加应急科普法律法规的保障与约束; 将应急科普工作纳入政府应急管理考核范畴, 将科普公共服务纳入社会治理范围, 推动共建共治共享, 筑牢防灾减灾救灾的人民防线; 加强政府、社会团体、媒体协调联动, 完善应急科普业务布局, 统筹科普内容建设和渠道拓展; 科学规划应急科普预案, 实现科普资源快速响应和精准到位; 挖掘高校的“科普生产力”, 应急管理部积极筹建应急管理大学、教育部批准设立应急管理本科专业、增设应急管理的硕士点和博士点, 在学科建设和人才培养过程中, 需要充分考虑应急科普意识培养和能力提升。

(2) 强化科普顶层设计, 加快推动协调联动的科普传播体制机制改革。通过创新管理模式, 倒逼科普作品生产流程、传播平台架构的革新。整合应急科普宣传教育资源, 增强各参与主体的关联性和耦合性; 坚持完善政府主导推动、多元化主体参与的社会化动员机制和市场运作机制, 探索 and 推动科普传播跨行业、跨领域的创新合作模式; 深化应急行业与科技行业、教育行业和防灾减灾行业的战略合作, 各方协同发力、各展所长、各尽其责, 切实发挥中国应急管理学会、灾害防御协会、中国消防协会等社会团体的科普研究和社会推广作用; 探索与推动科普市场运作模式, 鼓励引导企业参与科普产品研发、生产、宣传推广。

(3) 建立应急科普专家库, 加快推动科普全媒体传播人才体系建设。支持和鼓励专家学者、科技工作者、新闻传播人才等参与科普, 建设高效协同的应急科普人才大数据平台, 通过科学合理的激励机制实现专家库的动态管理。加强人才培训和引进, 重媒介技术与专业能力的交叉融合^[28], 培养适应全媒体需求的创意设计、生产制作、传播发布、运营维护等科普复合型人才; 创建以业绩为导向的薪酬激励、职称评聘、行政晋升制度, 增强科普全媒体人才队伍的事业心、归属感和忠诚度; 加强志愿者队伍建设, 提升志愿者在科普社会化进程中的作用。

4 结论与讨论

4.1 结论

本文将当前新闻传播领域大力推行的全媒体传播体系建设与应急科普传播有机融合, 深入分析了应急科普全媒体传播现状, 认为存在法律约束与保障不强、资源产出管理不力、传播流向分配不均、矩阵建设发展不平衡、传播联动机制不健全等突出问题, 为了全面提升科普传播效果, 需要建设全媒体应急科普传播体系, 并提出以下结论:

(1) 明确了全媒体应急科普传播体系的基本框架, 认为由思维体系、内容体系、平台体系、用户体系和管理服务体系五部分组成, 其中全媒体思维体系为基础, 内容体系、平台体系、用户体系为核心, 管理服务体系为保障。

(2) 提出了全媒体应急科普传播体系建设的实

施路径:建立全媒体思维体系,筑牢全媒体科普传播体系的基础;坚持内容为王,建设应急科普内容体系;把握技术核心,建设应急科普平台体系;分析用户数据,建设应急科普用户体系;创新管理服务,强化全媒体科普传播体系的保障。

4.2 讨论

应急科普在国家应急管理体系和科普能力建设中具有十分重要的意义,助力国家治理体系和治理能力现代化建设。全媒体应急科普传播体系建设应由科技部、应急管理部主导,宣传部、网信办、广电总局、科协等多部门共同推动,媒体和公众广泛参与,是跨行业、跨领域协调联动的一项长期工程。

参考文献:

- [1] 科技部 中央宣传部 中国科协关于印发《“十四五”国家科学技术普及发展规划》的通知[EB/OL]. (2022-08-16)[2023-05-26]. https://www.most.gov.cn/xxgk/xinxi fenlei/fdzdgknr/fg-zc/gfxwj/gfxwj2022/202208/t20220816_181896.html.
- [2] “十四五”国家应急体系规划[EB/OL]. (2022-02-14)[2023-02-17]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-02/14/content_5673424.htm.
- [3] 中国科协 中央宣传部 科技部 国家卫生健康委 应急管理部关于进一步加强突发事件应急科普宣教工作的意见[EB/OL]. (2020-09-25)[2023-05-25]. http://www.cast.org.cn/xw/tzgg/KXPJ/art/2020/art_eced483f9bce43a1b920ae3c7f0f7ad0.html.
- [4] 孙玉. 应急科普体系建设刻不容缓[J]. 人民论坛, 2020, 30(15): 210-211.
- [5] 张英, 齐培潇, 王丽慧, 等. 应急科普标准体系建设研究[J]. 灾害学, 2022, 37(4): 81-84.
- [6] 刘晓岚. 我国应急科普全媒体传播研究[J]. 青年记者, 2021, 81(10): 48-49.
- [7] 王晓民. 中小学防震减灾科普教育渐进式策略研究[J]. 城市与减灾, 2019, 22(6): 38-42.
- [8] 刘春平. 让应急避险科普成为生活一部分[N]. 人民政协报, 2021-12-15(009).
- [9] 刘晓岚, 彭麦福. 我国应急科普研究的发展现状与展望[J]. 中国地震, 2022, 38(2): 315-321.
- [10] 陈耕耘, 张新玲, 李兰, 等. 短视频时代突发地震应急科普宣传实践与思考——以云南漾濞 6.4 级地震中抖音宣传为例[J]. 四川地震, 2021, 45(3): 17-21.
- [11] 曾露, 田兵伟, 王曦. 地震预警服务进展及其国际比较[J]. 灾害学, 2022, 37(2): 138-144.
- [12] 闪淳昌. 应急科普与应急管理[J]. 防灾博览, 2022, 22(5): 6-11.
- [13] 刘彦君, 吴玉辉, 赵芳, 等. 面向突发公共事件舆论引导的应急科普机制构建的路径选择——基于多元主体共同参与视角的分析[J]. 情报杂志, 2017, 36(3): 74-78, 85.
- [14] 王明, 宋黎阳. 应急科普主体的法律责任及其保障研究——以政府、科学家、媒体三方合作为框架[J]. 科普研究, 2022, 17(2): 39-46.
- [15] 胡俊平, 钟琦, 武丹. 媒体应急科普能力的提升策略[J]. 青年记者, 2021, 81(3): 79-80.
- [16] 丁艳艳. 突发公共事件的应急科普路径[J]. 青年记者, 2019, 79(6): 48-49.
- [17] 张思光, 初玉, 周建中, 等. 关于加强重大科技热点事件应急科普的建议[J]. 科技导报, 2021, 39(24): 16-21.
- [18] 胡正荣, 蒋东旭. 全媒体传播体系与四级融合新发展格局[J]. 中国编辑, 2021, 19(5): 4-7, 27.
- [19] 宋建武. 全媒体传播体系的内涵与媒体融合趋势[J]. 青年记者, 2020, 80(27): 12-13.
- [20] 中华人民共和国科学技术普及法[EB/OL]. (2002-08-10)[2023-05-14]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2002/content_61629.htm.
- [21] 中华人民共和国突发事件应对法[EB/OL]. (2007-08-30)[2023-05-11]. https://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732593.htm.
- [22] 侯蓉英, 郑念, 尹霖, 等. 疫情下的中国应急科普建设与发展[J]. 科技导报, 2020, 38(13): 129-134.
- [23] 胡春梓, 郁晓霞. 推动应急科普创新发展的思考[J]. 中国应急管理, 2022, 16(7): 48-49.
- [24] 连尉平, 李玉梅, 刘培玄, 等. 防震减灾科普需求和满意度调查指标设计及结果分析[J]. 震灾防御技术, 2021, 16(4): 763-770.
- [25] 教育部关于印发《生命安全与健康教育进中小学课程教材指南》的通知[EB/OL]. (2021-11-15)[2023-03-14]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A26/s8001/202111/t20211115_579815.html.
- [26] “网络强国讲堂”胡正荣: 构建全媒体传播体系[EB/OL]. (2022-04-19)[2023-03-27]. http://www.ccn.cn/skgz/bwyc/202208/t20220803_5467606.shtml.
- [27] 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2023-08-28)[2023-08-28]. <https://cnnci.cn/n4/2023/0828/c199-10830.html>.
- [28] 王婧雯, 邹佳丽. 全媒体人才的结构转型与培养框架研究——基于31家媒体机构的人才需求分析[J]. 当代传播, 2022, 38(5): 59-66.

Research on the Construction of Omnimedia Propagation System for Emergency Science Propagation

LIU Xiaolan, LIU Wei, LIANG Juan

(1. School of Culture and Communication, Institute of Disaster Prevention, Sanhe 065201, China;

2. School of Grammar and Law, Yanching Institute of Technology, Sanhe 065201, China)

Abstract: The construction of omnimedia emergency science communication system reflects the cross-fertilization of news communication and emergency management fields. Based on the perspective of communication effect research, through the method of survey research and deductive induction, we sorted out the outstanding problems of omnimedia communication of emergency science propagation, such as weak legal constraints and guarantees, ineffective management of resource output, imbalanced distribution of communication flow, uneven development of matrix construction, and unsound linkage mechanism. The basic framework and implementation path for the construction of the omnimedia emergency science propagation dissemination system is proposed. to build the emergency science propagation content system based on the all-media thinking system, adhering to the content as the core. Building the emergency science propagation platform system. Grasping the technical core and build the emergency science propagation platform system. Analyzing the user data and build the emergency science propagation user system. Innovating the management service and strengthen the guarantee of the omnimedia science propagation dissemination system.

Keywords: emergency science popularization; omnimedia propagation; content system; platform system; user system; management service system