

# 武汉封城战“疫”中气象短信的共情传播

■ 刘立成 胡倩倩

武汉“封城”76天中的气象短信，就其共情传播效果而言，在共情传播中的情绪共情较好地影响了受众与传播者之间的人际关系，在短期传播效果中起决定作用，而认知共情和行为实践共情则对长期传播效果具有更为重要的作用。

DOI: 10.3969/j.issn.2095-1973.2020.06.028

2020年1月23日10时至4月8日00时，武汉这座千万人城市断然“封城”76天。期间面对来势汹汹的新冠肺炎疫情，各类媒体主动投身抗击疫情主战场，以公开透明的信息发布、有力有效的舆论引导、形式多样的宣传传播、健康丰富的文化产品，充分发挥了媒体平台在非常时期强信心、聚民心、暖人心、筑同心的特殊作用。

在武汉“封城”的76天中，一种特殊的信息传播——武汉气象短信，充分运用共情传播理念和技巧，在传播气象信息的同时，传播了共同抗疫的决心与信心，在众多传媒中显示出其独特的传播特色、传播力量和传播效果。

## 1 共情传播的基本含义

共情的研究肇始于德国的美学领域。1873年，德国美学家罗伯特维斯彻解释为“人们自发地将真实的心理感受投射到所察觉的人或事物上”。1903年，里普斯将这一概念引入心理学研究领域。人本主义心理学家罗杰斯将共情应用到心理治疗领域，倡导咨询者要设身处地去感知和体验被咨询者的心理和情感，将自己的准确理解有效反馈给对方。

也有学者提出，所谓的共情（empathy，也称同理心、移情或神入等）“是一个能够理解另一个人的独特经历，并对此做出反应的能力。共情能够让一个人对另一个人产生同情心理，并做出利他主义的行动。一般认为，共情是人类根源于基因的一种天赋：共情不是一种情绪，也不是一种感受，而是人类与生俱来的一种能力”，“共情是一个人在深思熟虑之后做出的响应，而不是一个泛化的、普遍的由推论得来的当即反应”。

目前学术界对“共情传播”尚没有确切的定义，一般在传播方式或者传播效果层面上运用这个词。所谓共情传播，是传播者与受传者以同理心换

位进行信息的传播和接受，从而产生“情绪感染”（Emotional Contagion）、“观点采择”（Perspective Taking）和“共情关注”（Empathic Concern）的传播效果的一种信息传递和接受的方式与过程。

## 2 从描述“是什么”的角度着力打动受众情感,营造情绪共情的氛围

情绪感染是指当个体面对他人情感状态或处境时，会自发地产生情绪上的唤醒，并形成与他人同形的情绪体验。武汉封城期间的气象短信从描述我们当前面临的环境和氛围“是什么”的角度，着力构建与受众的情感纽带。

《乌合之众》里提到：“人与人之间差异最大的，或许就是智力了。但是，同一种族的所有人却有着非常相似的本能与情感。大凡事情一旦涉入到情感领域，人与人之间的差距就消失了。”

气象短信的编辑原则上不会使用超过70个字来传播气象信息。气象短信的文字编辑一般从天气状况和提示语两部分着手进行编辑。其中的提示语就是与受众产生情感共鸣的重要连接部分。气象短信编辑往往通过提示语来打动受众情感，找到和受众情绪连通的方式。

受众在平常接受气象短信所传播的天气状况信息时，往往会与日常衣食住行挂钩，关注的是气象信息对于生产、生活和生态环境方面的影响，并据此做出相应的决策。受众关注其中的提示语，也多从平常的衣食住行的角度予以解读。但是在疫情期间，尤其是武汉封城期间，受众关注气象短信传播的天气状况信息，已经完全不同于平常的天气信息，这种天气信息是在特定的抗击疫情的背景下传播的，必然受到所处的抗击疫情的特定环境的影响。这种特定环境，对于气象短信编辑来说也是一个挑战，编辑必须具备完全不同于平常状态下的思想和思维。编辑怎么写提示

收稿日期：2020年6月10日；修回日期：2020年8月12日

第一作者：刘立成（1968—），Email：401202764@qq.com

资助信息：平顶山学院2017年博士科研启动基金项目（PXY-BSQD-2018025）

词,从什么角度思考和表现提示词,也是一个完全不同于平常的挑战。

武汉封城期间,市民往往会不自觉地产生恐慌心理。气象短信编辑不回避这一实际情况,而是坦诚地向受众讲清楚我们面临的环境“是什么”——的确,我们面临的是一种新型冠状病毒的突然袭击,具有人传人的特性,市民难免产生恐惧心理。这个时候,编辑不应以高人一等的姿态出现,而应换位,以平等的角色与市民共同面对。因此,通过换位,站在市民的角度来撰写提示词,更能触及市民心底的那部分柔软,产生共情作用。气象短信编辑也因为能够瞄准受众的心理来进行精确编写,最终使气象短信营造了和受众的情绪共情氛围,满足了受众的心理需求期待,从而达到有效的共情传播。本文以下气象短信举例,均为武汉市气象台2020年发布。

例1(1月24日下午):心的拥抱也是团圆,武汉加油!武汉今晚小雨,明天白天北部小雨转雨夹雪,南部小雨,北风3到4级,阵风5到6级,4到6℃;明晚到后天小雨雪转阴。

例2(1月31日上午):身隔离,心不离;英雄的武汉,我的城,我的家,必胜!武汉今天晴到多云,早晨有雾,东风2到3级,13至0℃;明天多云转阴有零星小雨;后天小雨。

例3(2月4日上午):武汉今天白天晴天,早晨有雾,晚上晴天到多云,偏东风2到3级,气温14至2℃;明天多云转小雨;后天小到中雨转阴天,最高气温降至6℃,注意保暖。

武汉封城之初,正值中国人最重要的节日春节,家人不能团聚,还要忍受病毒带来的威胁和恐慌。这三则短信都是从武汉市民突然被隔离,茫然不知所措的心理情况出发,站在市民角度,揣摩其情绪心理而编辑的短信。

前两则运用比喻的修饰手法,把“心”团聚喻为家人的团聚,站在武汉市民角度上去为武汉加油呐喊,表示对武汉市民和武汉城市的鼓励,增强其必胜的信念。最后一则同样是站在武汉市民的立场,勉励武汉人民不要因为病毒原因被封城隔离后,放弃生活的美好追求和享受,从温差变化的角度提醒市民注意保暖。这样的短信告诉人们病毒和封城这并不能影响武汉人的正常生活,这实际上也同样是给武汉人的安慰。

### 3 从挖掘“为什么”的角度着力增长受众知识,构造认知共情的框架

观点采择(或称角色采择)是指自我从他人视角或他人所处的情境出发,想象、推测和理解他人态度与感受的心理过程,这属于共情的认知成分。武汉封

城期间的气象短信从挖掘“为什么”的角度着力扩大受众的知识,构造认知共情的框架。

既然我们已经在情绪上受到了感染,已经明白所处的环境之恶劣,与其抱怨,产生情绪的负能量,不如正确看待,用正能量去驱逐负面情绪的阴霾。武汉封城期间,气象短信编辑需要从科学上向受众阐明为什么面对疫情我们需要具有科学的认知,需要科学看待疫情,科学予以防范。气象短信编辑需要具备与日常编辑传播气象短信不一样的思想,即要从保持警惕心与平常心的角度,传播抗击疫情知识,提升人们的认知境界。

例1(2月10日下午):天气预报:武汉今晚阴有小雨,明天白天小雨转阴天,南风2到3级,气温6至13℃;明晚到后天多云到晴天。勤洗手,常通风,多喝水,睡眠足。

例2(3月7日上午):明日妇女节,春雨舞翩跹:武汉今天白天多云到阴天,晚上阵雨转阴天,东风2到3级,气温9至18℃;明天阴有小到中雨,局部伴有雷电;后天小雨转阴。

只有紧密贴近受众真实生活才能思虑周全。上面二则短信站在受众生活角度去考虑受众的情感和心理生活需求,从科学防疫科学生活的角度与受众产生认知共情。

第一则短信,是气象短信编辑的一种理性揣摩:疫情这一特殊时期,受众或许会忘记消毒消杀这一步骤。这一换位思考,考虑到了受众容易忽视的地方。在这样的基础上,再提出对于受众的提醒和督促,十分贴合受众真实生活,便于产生认知共情。例如2月12日下午、2月18日下午等气象短信都是如此。

第二则短信,是对受众相关的节日的提醒。武汉正处于特殊的抗击疫情时期,受众时刻关注的是疫情,不一定会将注意力转移到平常要过的节日上面来。善意地提醒妇女节即将到来,善意地提示人们应该正常地过一个妇女节,展示妇女的爱美情态,这样更容易与爱美的女士产生共情。同样3月5日上午提醒受众惊蛰节气的到来,3月23日提醒受众要关注第60个世界气象日,这一系列短信在疫情这一特殊期间能够转移受众注意力,消除紧张情绪。

### 4 从回答“怎么办”的角度着力推动受众实践,创造行为共情的使命

共情关注则指的是帮助他人的心理动机,如对遭受恐袭国家表现出的担心、关心、怜悯和同情等。

武汉封城期间,气象短信编辑看似一如平常在传播气象信息,而且这个时候市民宅在家里似乎也不像平常往往在户外活动受天气直接的影响,似乎天气信息没有太多的实际作用。但是,由于人们的情绪在

很多时候是受到天气等因素影响的,即使不在室外活动,由于天气的阴晴冷暖会直接给人们的心情带来不同的感受,所以气象短信编辑人员往往会把握好情感,并对不同情感进行分类并探索如何回应情感,产生共情,彰显出气象短信的人文情怀,这样也为气象短信传播营造了公信力和影响力。

所以,在武汉封城的76天内,看似与“闭门隔离”的受众毫无关系的气象短信,经过编辑的正能量的点染,实则心理上给武汉市民带去了安慰和鼓励。在气象短信传播中,这种以怎么办的形式去推动受众以正能量的情绪去驱逐不良情绪的行为共情,有利于拉近与受众距离,消除他们生活负面情绪,增强战胜困难的勇气。

为完成这种行为共情的使命,气象短信编辑采取了两种策略。第一种策略是以气象景抒战疫情,增强市民必胜信念。主要的方法是将受众对于疫情相关信息的关注转移到对美好气象景色的关注,刺激受众从消极情绪中进行自我释放,增加对于战胜疫情的信心。

例1(2月17日下午):灿烂温暖的阳光,澄澈蔚蓝的天空,抚慰你和我,坚持严防死守!武汉今晚到明天白天晴到多云,早晨有雾,东风2到3级,-1到14℃;明晚到后天多云。

例2(2月10日上午):春暖花开不远处,平安归来终有时:武汉今天白天多云转小雨,晚上小雨,南风2到3级,气温10至6℃;明天小雨转阴天;后天多云到晴天,高温16℃。

这两则气象短信运用修辞手法将天气和人、物联系起来,以此吸引人们的注意力。

第二种策略是以理性凝聚共识,让主流思想意识直入人心。理想的共情状态是基于理性的,无论接触到多少纷繁琐碎的细节,均能在里面梳理出情感和记忆的压舱石和锚点,而这个锚点往往能直入人心。

例1(3月31日下午):天气预报:武汉今晚到明天白天多云,北风2到3级,气温6至15℃;明晚到后天阴转小雨,10至17℃。白衣执甲,逆行出征,武汉人民感谢您!

例2(3月16日下午):天气预报:武汉今晚阴有短时小雨,明天白天阴转多云,南风2到3级,气温11至21℃;明晚到后天多云到晴天。青山一道同担风雨,病毒无情人间有爱。

两则短信分别站在医护人员和武汉市民角度看问题,在理性的基础上创造人们的行为共情。前者喊出了武汉人民对于白衣战士舍生忘死精神的高度赞扬和感谢,后者喊出了武汉人民对援鄂人感激的心声,所

有这些都会带给受众以鼓舞、以调整更好的心理状态去继续战斗。类似的作用效果在2月18日上午、2月27日下午、3月8日上午的气象短信中,均都能展现出来。

## 5 结论与讨论

武汉“封城”76天中的气象短信,就其共情传播的传播效果而言,在共情传播中的情绪共情较好地影响了受众与传播者之间的人际关系,在短期传播效果中起决定作用,而认知共情和行为实践共情则对长期传播效果具有更为重要的作用,有利于意识形态的巩固和社会的和谐发展。

事实上,武汉封城之后,中国疫情得到有效控制,中国抗击疫情工作取得重大胜利。但是从全球来说,疫情实际上已经在国际上呈现大流行态势,在受疫情影响的国家中,肯尼亚学者、世界银行前经济学家姆旺吉·瓦吉拉撰文指出:“中国以前所未有的速度甄别出病原体并第一时间同世界卫生组织和其他国家分享有关病毒基因序列。中国应对疫情的防控措施向全世界树立了新的标准。”德国和韩国在有效应对大流行中也取得良好效果,韩国对于疫情的谨慎做法表现在保护好高危人群和弱势群体,保持政府与民众之间透明的沟通,以及公众对于政府的信任。无疑,韩国保持政府与民众之间透明的沟通,是值得借鉴的,事实上,气象短信这类直达百姓生活空间的传播工具,可以有效地被各级政府用于和老百姓的密切沟通,如传递疫情进展信息和进行防疫科普等。而武汉封城期间的气象短信传播已经自发地做了一些和民众心灵沟通的工作,今后应该在疫情常态化防控中更加自觉地由政府指导并用于与群众的沟通之中。

### 深入阅读

严庆,梅丽,李志刚.深化民族团结进步教育的“共情”视角.民族教育研究,2020(01):5-12.

(美)亚瑟·乔位米卡利.共情力:你压力大是因为没有共情能力.耿沫译.北京:北京联合出版公司,2017:3-4.

转引自吴飞.共情传播的理论基础与实践路径探索.新闻与传播研究,2019(05):59-76.

吴飞.共情传播的理论基础与实践路径探索.新闻与传播研究,2019(05):59-76.

古斯塔夫·勒庞.乌合之众.戴光年,译.北京:新世界出版社,2010:7.

曾向红,陈科睿.国际反恐话语双重标准的形成基础与机制研究.社会科学,2017(09):3-15.

倪光辉.习近平在全国宣传思想工作会议上强调胸怀大局把握大势着眼大事努力把宣传思想工作做得更好.人民网—人民日报,2013年08月21日07:12.

章洁.把典型人物放在共情传播视角下.传媒评论,2020(01):31-33.

于畅.沟通与共鸣:央视新式联播语态融合中的共情传播研究.传播与版权,2020(02):1-4.

(作者单位:平顶山学院新闻与传播学院)