一场12个小时“信息战”

一周观察

刚刚平息的抢盐风波,你说我传的热闹场面大家应该还记忆犹新。

3月17日,从上午9点超市开始营业到下午关门,关于“盐”的信息经过了权威信息与小道消息12个小时的博弈,当天就划上了句号。据调查,这是我国“囤积”风波事件中,时间最短的一次。

发生核泄漏的日本都没有抢盐,而中国人却在囤积盐。囤积的背后,或许仍有国民素质不够高、盲目跟风劣根性的原因,但与历次囤积事件相比,这次抢盐风波的一个显著特点是来得快,去得也快。

信息,已经越来多地影响着我们的生活,而对各种信息的使用和筛选,已经成为政府和每个人需要认真研究的课题。

周锦江 韩杰杰 / 主笔

抢盐“信息流”

1 少数市民听到邻居议论开始少量购盐

2 一些市民听到信息后开始网上求证

3 将信将疑向亲戚传播“虚似缺货”信息

4 超市购物时碰到别人购买,顺便购买

5 有人专程来买

6 有人较大量购买

7 货架空了,造成缺盐视觉

8 传播真实缺盐信息

9 政府相关部门加紧向超市供货,并通过新闻告诉民众“不缺盐”

10 超市货架上盐又在增多

11 民众看到各种不缺盐的信息和未见空的货架,逐渐停止抢购

12 抢盐风波平息

还原“抢盐”信息12小时传播

3月17日。银座超市。9时许,超市粮油酱菜组售货员李春娟接待的第一位顾客是位买盐的中年人。

9:10分,超市食盐货架前人越聚越多,大家五袋十袋地往购物篮中扔。有位大妈告诉李春娟,日本核泄露污染海域,对食盐有影响,南方昨天就抢盐了,“电视都演了”。

9:15分,王虎坐在办公桌前收到了朋友发来的QQ消息:日本核电站爆炸对山东海域有影响,并不断污染,请群发消息转告周边的家人朋友储备些盐、海带。

他赶紧上网查看,发现论坛上,甚至知名网站、名人微博里,确实在散播抢购食盐的消息。他又打了个电话给母亲,母亲说“青州的食盐都抢了”。

9:30分,李春娟发现,银座货架上食盐在迅速减少!

此时,奎文门社区二号楼三单元的刘爱珍正在家看电视,突然接到了亲戚的电话:“买盐了没?听说要闹盐荒了!”

乍听,刘爱珍并不信:“潍坊产盐呢,哪能说没就没了?你听谁说的?”

亲戚说:“电视上不是说日本核泄漏吗?核泄漏污染海水,也就影响食盐。超市里的盐都抢没了,还有假?”

9:40分,一名中年男士来到银座超市,提出要买15箱盐,让李春娟快点提货。该男士一要货,附近候盐的顾客也纷纷一箱、两箱地抢订起来。

10点许,李春娟从库内拉了47箱食盐,一箱40袋。还没走到货架前,被一抢而空。

中午时分,李春娟又拉了27箱库存盐,同样被立即抢光。

14时,王虎在中盐总公司实名微博上看到一条消息:“关于部分地区食盐抢购现象声明:中国完全有能力保障食盐供应……希望消费者不要信谣传谣,不要盲目囤盐抢盐”。王虎的浮躁不安的心静下来。

15时,银座超市从盐业公司调度了2吨盐,并开始限量售盐。

“眼见为实”,半信半疑的刘爱珍还是出了门。出门后,碰上了几个邻居,都是赶去买盐的。路上,她还碰见了个朋友,朋友听说她们都去买盐,也凑热闹跟着去了。

“哎,我妹妹打电话说,第二盐业公司都挂出了‘今日无盐’的牌子了。”“南苑市场那边一块五的盐都卖到五六块钱一袋了。”“我听别人说,日本核泄漏污染了海水,往后产的盐都不安全了!”大家越说越紧张。

果真,到了超市,没盐。在无盐的事实下,刘爱珍终于相信“盐荒”来了!她开始给朋友、亲戚打电话,传递缺盐的事实。

21时,银座超市盘点,17日销售食盐16000余袋,是平时5个月的销量。

17日,银座超市如此,中百超市如此,其它超市均如此。

18日,各大超市限量售盐,但均持续供应。潍坊市盐务局群发短信驳斥谣言。

19日,抢盐风波终平。潍坊三天售盐1966吨,是正常销量的10倍。

其实,刘爱珍最后托朋友,终于买到了10袋盐。待风波过去后,她一直寻思,自己怎么当时就信了呢?之后她看电视得知,一位大学生因为抢购食盐受伤住院,又觉得心里稍微平衡了些。大学生都去抢盐了,何况自己这个没文化的!

“盐没了”:一次小范围“癔症”

因暗示而产生,也可因暗示而改变或消失,这是心理学上的癔症。大量的心理构想形成头脑中的幻觉,带来强烈的真实感,并支配我们的行动。像极了这次的“盐荒”。

传播学给传播方式分了类,其中,人际传播最为原始也最为强大。

这次,也是从“人言”开始。

回顾一下,此次近似于恐慌性的食盐抢购并不是第一次。我们抢购过板蓝根、消毒液,还有房子。每次都有一个来势汹汹的由头,这次,是核辐射。

老百姓或许不知道核辐射具体是什么东西,但他们知道日本离我们很近,换句话说,危机一衣带水。

于是,老婆告诉老公,邻居A告诉邻居B,卖水果的小贩告诉扫大街的环卫工。

“是不是真的?”“管他呢,买了再说”。铺天盖地的信息传过来,还没来得及看清楚,人就被淹了。

手机、互联网;短信、微博……借着现代通讯手段,人言无比强大。

本来满当当的货架子上,食盐一袋袋地减少着。

信的人开始越来越多,怀疑的人变得将信将疑。“为什么我不买?为什么这么多人买?”

人聚集起来了,看热闹的变成了当事人,围观的变成参与的。

这下子,盐真要荒了么?这下子,货架子真空了。

终于,“盐没了”——在人们的自我暗示和集体暗示之后,变成眼中的“事实”了。

幸运的是,撒这场“癔症”的人,还不多。幸运的是,信息开始自我拯救了。

就在抢盐风波初现端倪之时,政府和媒体也携汹汹信息流而来。

这次,不像往常出现囤积风波之后“口诛笔伐”。这次,提供的都是最直接、最有效果、最能安定人心的消息。

“碘盐不防辐射,我国食盐80%来自地下井盐和岩盐”;“中国盐产能达到每年8000多万吨,而食盐一年销量只有800多万吨,完全有能力保障食盐供应”……

和“盐荒”的信息反着来,“不差盐”的信息同样强大,充斥在各种媒体上,把“一边倒”的认知往回拽。

政府的动作够快,货架子上的盐渐渐多了,供应流只是短时间内断了一点就又重新接上。

“不缺盐了。”;“超市的盐足够了。”人们开始传播这样的信息了,就像之前传播反方向信息一样。

不缺盐,还抢什么呢?

回家洗洗睡吧,就这样,一场风波,来得快,去得也挺快。12个小时,人们就像是撒了一场“癔症”,做了一个紧张的梦,然后醒了,没事了。

这其实是一场信息战。成也信息,败也信息。乱也信息,治也信息。

“盐”而有“信”

风波过去了,留下的是什么?

“盐”而有“信”。信息的“信”。

信息社会,所有人都是信息源,都是“把关者”。没有什么比这种传播方式更加强大。每一个信息的发出,都有无数的受众。日本的蝴蝶煽动翅膀,可能引起一场东太平洋的海啸。这已经足够解释我们正身处其中的“多头”传播环境,是多么的敏感而动态。

幸运的是,比之几年前的“抢口罩”、“囤中药”,如今的我们面对信息,已经变得强大许多。我们有足够的信息源,不至于闭目塞听,减少了盲目;我们能够选择、接收、判断和利用,为我们下一步的行为做出指南。

咋呼的人少了,思考的人多了,往前窜的脚步里,大多数人停住了冲动。

盲动源于盲目,所幸我们已经脱离了“被掌控”的状态,变得主动起来。

“盐”而有“信”,信誉的“信”。

这一场信息战,考验的是政府、公共服务机构的保卫自己信誉的能力。

此次盐荒也是如此。面对民众跟风式的抢购食盐,政府部门改变往常一味辟谣的做法,而是明智地一边不断补货用事实说明我们“不差盐”、一边用科学解读盐没有受到污染。

此次食盐抢购的狂潮从爆发到偃息,时间之短也堪称历史之最,满打满算从开始到高潮,再到结束也就12个小时。整个过程中,卫生、发改委等政府部门迅速反应进行辟谣。盐企更是表现出色,保供应,消除百姓的缺盐顾虑,这比告诉老百姓“别抢了”要强得多。

没有什么比开诚布公来得更加实际。我把底牌掀开给你看,你就不会再怀疑。釜底抽薪,强大而有力。

“盐”而有“信”,公信力的“信”。

媒体的公信力在这一次事件中表现得更加淋漓尽致。利用信息维护社会稳定,发出自身声音的同时,再一次证明了“媒介”的公共价值。

这次媒体反应之快,接招之快,实属前所未有。广播、电视、互联网,水陆空,我用强大的信息网堵住谣言的口子。这是媒体的公信力所在。

解释疑惑,传递事实,这本就是媒介生而有之的职能。

“盐”而有“信”。当谣言的疫期越来越短,当癔症的人群越来越少,一个“信”的时代,终于快要来临。

每天西药一大把,不如1粒三清糖方
血糖稳在6.1mmol/L
降糖快又稳 保心又护脑
3大突破 战胜糖尿病
清血油:化糖稳糖领先一步
清血脂:消除并发症
清血源:全面保持代谢平衡
三清祛方用事实说话
三清祛方 疗效承诺双保障
无风险验证疗效
咨询电话:0536-5176535 各地免费送货
华亚盐医药店(东风街与剑州路口东300米路南)

齐鲁晚报
◎聘潍坊市区发行员
要求:身体健康,能吃苦耐劳、爱岗敬业、有责任心。
试用期工资600—800元
一经录用待遇优厚
咨询电话:8538717 8961668 15863683300
地址:潍坊市福寿街与北海路交叉路口金诺大厦10楼