

全媒体时代警情通报 撰写与发布的逻辑分析

■ 张学勤

摘 要 全媒体时代，在“情指勤舆”警务一体化运行机制指导下，公安机关通过政务新媒体渠道所发布的警情通报或情况通报，兼具了行政公文与新闻发布的功能，有利于建构良好的警民公共关系和公安机关社会治理能力的提升。本文就公安机关警情通报或情况通报发布的“受众意识”“发布节奏”“内容逻辑”，结合社交媒体生态下网民的媒介消费习惯，重点分析了“内容逻辑”的“四段论”，主要是包括了“缘起”、“概述”、“处置”和“导向”，从而能够在信息传播和网民沟通上，把握舆论的主动，有利于警务公共关系实战规律的探索和推进。

关键词 全媒体 警情通报 撰写与发布 逻辑分析

全媒体时代，“信息传播能量迅速转换为社会变动状态。信息传播能量转换为社会变动状态的时间间隔越来越短，频率越来越高，而影响效应却越来越大。互联网把两个能量体之间的能量转换统一为一体过程。”

各级公安机关通过政务新媒体发布警情通报或情况通报，做到主动发声，进行议程设置，实现第一定义和第一传播，从而把握舆论主动权，积极回应民众关心的案事件，建构良好的警民公共关系，已经成为共识。媒体也会在第一时间转发警情通报或情况通报，民众则是通过媒体和公安机关的政务新媒体的传播渠道，了解案事件的信息，

评估所处的社会环境。

从信息传播的角度来讲，警情通报则是通过政务新媒体实现的官方权威信息发布，其作用已经是一个小型图文版本的官方新闻发布会。正是因为人民群众都上网，公安机关小型的“新闻发布会”也要在互联网及时发布，所以公安机关在“两微一端一抖”上发布警情通报之后，评论区会有大量的网民留言，表达他们的态度和意见。这些态度和意见就是民众对公共事件的参与，形成的网络舆论，包括点赞数与阅读量及转发热度，都是大数据汇聚成显性意见。这时就要求公安机关的政工宣传部门，及时在评论

作者：四川警察学院四川公安宣传舆论研究中心主任

区进行相关回应和沟通，或者是进行警情续报，实现警民公共关系的良好互动。然而，对于警情通报及情况通报的撰写、审核、发布、反馈，并不简单类似于其他行政部门的公文公告，由于涉及公安机关办案规律、执法要求和网民媒介消费习惯及舆情规律，具有独特的逻辑和规律，本文进行相应的分析和研究。

一、警情通报的受众意识

警情通报或情况通报的受众意识，通俗的说，也就是警情通报或情况通报写给谁看？当然是给网民看的，也是给媒体看的。不过在具体的操作中，往往忽视了警情通报或情况通报的受众意识。

（一）不浪费公共资源

忽视受众意识，是因为公安机关在进行警情通报的草拟、审核上需要根据自己的舆情研判和应对的逻辑，进行相应的部门把关。在把关程序上，负责警情通报草拟的相关部门和相关工作人员，就要兼顾思考主管部门领导、分管部门领导、涉事部门领导的感受，往往受到诸多因素的影响，会将注意力放在领导身上。于是，警情通报本应该经过必要的把关，传播给网民，却往往将注意力放在了领导的呈现上。比如，一座城市在发生了突发公共安全事件之后，本应该告知民众发生了什么突发事件，公安民警和消防部门是如何处置的。但是由于领导到场指导，情况通报就将众多领导的名字和职位占据了大量的内容，从而引发次生舆情，导致民众认为这个是典型的官僚主义，讲了太多的没有用的官话和套话，在浪费公共资源。

全媒体时代，网民的注意力是稀缺的，在信息发布上，这种对受众意识和受众情

绪的忽视，就如同2022年1月西安市发生疫情之后，在西安举行第53场新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会上发生的舆情事件。西安广播电视台记者提问“居家期间，有的市民朋友长时间看电视、刷手机，造成颈肩疼痛，有这样症状的朋友应该注意哪些问题？”新闻发布会上的专家很细致很冗长的回答了这个问题，网民质疑发布会总时长是34分32秒，这个环节用时12分多钟，几乎占用了整个发布会1/3的时间。网民认为在疫情防控的重要攻坚阶段，新闻发布会应该沟通众多关键信息，而不是这个无关痛痒的浪费公共资源的问题。

（二）少用专业术语

警情通报或情况通报的职能，决定了其内容和逻辑的严谨周密，尤其是在草拟过程中，需要政工宣传部门和法制、交通、督察等相关的专业警种结合起来，将一个案事件能够清晰的进行信息传播。同时，鉴于警情通报的传播效果要求，要具备受众导向，因此在草拟的时候，需要考虑到广大的普通网民不是专业人士，行文须简洁，用词要规避生僻词，减少过于专业的术语使用。

生僻词和专业术语的出现，给网民对该信息的解读增加相应的理解成本，进而增加沟通成本，甚至还可能出现误读。在信息传播过程中，因相关词语的使用不当，就会给信息传播制造沟通成本和想象空间，容易产生不必要的次生舆情。至于专业术语，尽量使用网民能够浅显易懂的用语，减少二次解释的沟通成本。

二、警情通报的发布节奏

全媒体时代，警情即是舆情，公安机关所发布的警情通报或情况通报，正是通过传

播相关的“情况”，实现与网民沟通，疏导相关的“情绪”，从而建构良好的警民公共关系。

2021 年 1 月，公安部部长赵克志在全国公安厅局长会议上要求，“要加快构建适应新发展阶段要求的现代警务体系，切实推动公安工作高质量发展。要着眼整体效能，稳妥推进市县公安机关大部门大警种制改革，推进完善行业公安管理体制调整相关配套政策，强化情报信息的先导性、引领性作用，加强各级公安机关情报研判预警、合成作战平台建设，健全完善‘情报、指挥、勤务、舆情’一体化运行机制，推动警务体制机制改革取得新突破。”由此可知，走好网上群众路线，公安机关的舆情风险认识和应对思维，已经上升到战略部署层面。

从“情指勤舆”警务一体化运行机制上来说，舆情思维前置，研判提升，处置同步都已经彻底改变了原有舆情分析与处置的事后机制和弊端。因此，对于警情发布或情况通报来说，信息传播中的第一定义、首次传播至关重要。警情通报或情况通报发布的节奏，包括了发布的时间节点和发布次数。

（一）警情通报发布的时间节点

当一个突发案事件发生之后，网民和媒体往往十分迫切希望能够从一线公安机关获取信息。若是网民无法从官方传播渠道获得信息，那么互联网上将会滋生谣言，主动发声的话语权就会被他人掌握。其中发布的时间节点，已经从事发后以小时来衡量演变成以分钟衡量。社交媒体的发达降低了民众信息等待的忍耐度。客观的说，警情通报发布的时间节点，依据于民众对信息的需求度、信息发布的要求及案事件的性质和影响力等多方要素。所以，在发布时间节点上，要考虑舆情的“时效度”。

（二）警情通报发布的次数

警情发布的次数是公安机关的发布规律，取决于具体的办案进展和网民的信息需求及理解。对于一般案件，公安机关可以通过一次警情通报，就能够告知广大网民和媒体，简要的事情概况和公安机关处置的结果，让网民清晰地了解公安机关的依法处置的态度和措施，就能够达到回应网民的效果。但是，对于特殊、相对复杂的案件，一次警情通报无法阐述清楚事情的逻辑和当事人的动机，仅能回应网民关切，并且在短时间内，根据办案规律，也不可能立即呈现出案事件的脉络，这就需要在时间上和节奏上的第二次和第三次的警情续报或情况通报，分阶段的阐述其中的事实与逻辑，通常被称为“梯次发布”。需要多次进行信息发布的，简要分为两类：第一类是突发的，涉及公共安全的重大案事件，比如重大社会影响事件、重大交通事故、爆炸事件、个别重大的刑事案件等，影响着民众的切身安全和切身利益。为及时回应网民关切，公安机关需要第一时间做出发声，简单陈述时间、地点、人物、事件，常规情况下会用“目前，公安机关正在侦办中”进行结尾。相当于短时间内公安机关告诉网民，该事件已经发生，“目前，我们正在全力办理，请继续关注”。能够在民众社会心理上达到稳定的效果，而不是谣言四起，胡乱猜测，导致人心惶惶。网民在了解并确认基本事实之后，会希望继续了解该案事件中人物动机和后续处置结果，也就是从心理学上来说，总是希望了解一件事情的“前因后果”，“因何而起，何处而终”。这就需要公安机关在第一时间回应之后，在后续侦办的基础上，进行警情续报。在续报之中，将事件逻辑进行呈现，起到释疑解惑的作用。

比如,2019年8月14日发生在北京的“女子开劳斯莱斯堵医院急救通道”事件,平安朝阳官方微博就先后做了两次情况通报。第一次是在2019年8月15日,简要介绍了事件过程和处置结果,“依据《中华人民共和国治安管理处罚法》对其处以行政拘留5日的处罚。”但是,该事件呈现的“特权意识”对社会造成了一定情感伤害,需要更进一步的调查,方能够消除其带来的恶劣影响。平安朝阳官方微博在2019年8月20日,发布了后续的情况通报。其中就谈到了“行政拘留期间,公安机关工作中发现单某某涉嫌其他违法犯罪,现已被朝阳公安分局立案调查并采取刑事拘留强制措施。”由于单某某在北京妇产医院驾车堵塞急救通道,扰乱公共秩序一案已经成为社会热点事件,2019年8月27日,北京市公安局官微平安北京通报了北京市公安局专案组的调查结果,对该事件及相关处置做了清晰的梳理和呈现。

第二类是触发次生舆情,在处理一个案事件的过程中,出现了新的情况,就需要对网民关注的问题,进行接续回应。相当于在一个舆情事件中,出现了多个舆情点,其中舆情点存在一定的关联,同时又相对独立。公安机关在处置该类事件的过程中,在专项处置第一个舆情点之后,网民得到了回应和释义。第二个甚至其他的舆情点没有做正面回应的情况下,网民会将重点集中于后续的舆情点进行讨论和质疑。针对后续舆情点的回应,就需要在持续关注的情况下,进行梯次回应。

比如,2021年11月6日,江西南昌直播查酒驾,出现了“玛莎拉蒂女司机醉驾事件”,该女司机在直播镜头前对着交警说:“让yuwei过来”,引爆全网。南昌市公安局

交通管理局于2021年11月7日发布警情通报,称女司机孙某的“违法行为涉嫌危险驾驶罪,公安机关已依法刑事立案,目前案件正在进一步办理中。”由于网民对直播中的“yuwei”非常关注,全网呼唤所谓的“鱼尾”出来走两步,并被网络定义为“鱼尾事件”。南昌市公安局于2021年11月9日在官方微博发布了情况通报,对“鱼尾事件”做了正面回应,在市纪委监委的监督下,经查,南昌市公安局系统共有6名姓名谐音为“yuwei”的民警,他们均与孙某不认识且无关联。孙某所知道东湖区公安分局局长叫余炜(实际已调任青山湖区),她现场说出“叫yuwei过来”,“系当时喝多了酒,害怕车辆被扣,希望在现场能够规避或减轻处罚。”

三、警情通报的内容逻辑

(一) 常规警情通报中的内容逻辑

常规的警情通报或情况通报中的内容逻辑是由网民的阅读理解规律和具体的案事件发展逻辑决定的,主要体现在内容叙事的模块化上,也就是在叙事的过程中每一个内容模块承担相对独立的功能,传达出网民关注并相对独立的过程和元素。各个模块的整体组合,拼接出整个案事件的事实逻辑和整体面貌。警情通报或情况通报的内容叙事模块化,一般情况下,可以“四段论”来设定:

第一部分“缘起”,主要是起到引语的作用,相当于新闻报道中的导语,有的甚至基本涵盖了新闻的五要素(人物、时间、地点、事件、原因),有的则是简要的引入,如什么时间,“根据网民报警”或“接某某报警”,然后展开叙述;

第二部分“概述”,公安机关一般在这一模块中,会进行较为清晰的陈述。在“经

侦查”或“经调查”“经查明”之后，在依法掌握事实依据的基础上，进行通报。对涉事的当事人或犯罪嫌疑人的姓名（会用“姓”加某某来表示）、性别、年龄、籍贯和涉案事件有行为、关系，以及案事件的过程进行描述，使网民能够概要的了解事情的脉络；

第三部分“处置”，公安机关会在这一模块中，结合事实和证据，依据相关的法律法规，并会准确到相关的条目，明确犯罪嫌疑人涉嫌触犯的相关违法行为。在法律规定的处罚范围内的还会呈现处罚措施；

第四部分“导向”，公安机关的警情通报或情况通报不仅仅是公文的一种，也履行着信息发布、舆论引导的功能，尤其是在舆论引导上，要兼顾社会情绪疏导和社会价值塑造。因此，最后一个模块往往是公安机关倡导什么、反对什么的体现。

比如，突发事件中，公安机关的警情通报会在最后模块中强调“不传谣、不信谣，网络不是法外之地，我们共同建设一个清朗的网络空间。”2022 年 1 月 19 日网络曝出的“公司高管当孩子面家暴妻子”一案，西安市公安局灞桥分局 2022 年 1 月 22 日发布的警情通报中，在最后一个模块中，就明确了价值导向：“警方提示，反家庭暴力是国家、社会和每个家庭的共同责任。夫妻之间应相互关爱，和睦相处。遇有家庭矛盾，双方应换位思考，互相体谅，冷静处理。遭遇家庭暴力应及时报警，公安机关将依法保护受害人合法权益。”

（二）多次警情通报中的逻辑

面对较为复杂的案事件和影响较大的舆情事件时，“情指勤舆”一体化作战的思路和机制下，舆情应对要把握主动的同时，还要把握社交媒体传播的规律与节奏。往往第一时间通报的信息，有的只是一个态度和

概要，而警情续报（情况通报）就需要解决网民质疑的实质问题，并且以有力的证据进行支撑，言之有物，言之有法，言之有据。

1. 重复信息陈述

很多人发现公安机关在发布多次警情通报或情况通报的时候，存在案事件信息重复介绍的问题，也就是说第二次或第三次的通报中，内容表述中有第一次信息的重复，这恰恰是公安机关对全媒体传播时代的社交媒体规律的把握和应用，主要基于社交媒体的“圈层传播”和“分享成本”的传播规律。

首先，社交媒体的“圈层传播”决定了信息碎片化。由于一个舆情事件的发酵，在社交媒体的传播规律中，存在圈层传播和圈层外溢的行为特点。即社交媒体的使用者，存在着群体圈层现象，每个圈层有自己相对独立的关注对象和关注兴趣，因此，当下称一件网络爆红事件为“出圈”或“破圈”。原有圈层的人看第一次警情通报，知道了原有案事件的一些信息，随着海量信息充斥与刷屏的信息淹没，决定了网民注意力的稀缺。在舆情事件持续发酵后，新圈层的网民看到第二次的警情通报或情况通报，在没有时间和耐心去寻找第一次通报信息的情况下，看到的信息就会是片面的，不完整的。因此，公安机关鉴于每次都会面对新的受众，就需要每一次都呈现信息的全貌，为了方便网民的阅读习惯，就需要每一次的信息重复，以实现信息的完整。

其次，网民信息分享的忍耐度成本决定了每一次都需要信息全貌的语境。在社交媒体的生态下，网民之间对信息的交换和推荐，是转发行为和分享机制。同时，网民在信息阅读和转发上，越来越依赖于便利度，过于不方便的软件和应用，都会被网民忽略

掉。即凡是转发和分享过程中，增加了网民的分享成本，都是网民所不愿意忍耐的传播方式。网民在转发后续警情通报或情况通报的时候，是不会增加成本的，也就不会将两次或多次的通报一起转发分享。这样就存在一种风险，后续接触这些转发和分享信息的时候，就是片面的非全貌的，也就会对该信息产生误读和片面理解。公安机关在进行多次警情通报和情况通报的时候，要兼顾到社交媒体网民的阅读习惯和传播成本。考虑到网民转发与分享信息的忍耐度成本，就会每次将上一次通报的关键内容进行再次的重复，以达到每个新受众能够在信息全貌的预警中进行扫描和理解。

2. 释疑对点回应

重大的案事件发生之后，往往会引起全网震动。网民会以放大镜的方式，对该事件中的细节一一提出质疑。若是所做的舆情回应过于简略不能对点回应，就无法获得网民的信服，达不到沟通互动的目的。

比如2021年5月9日，成都市四十九中发生了学生坠亡事件，舆情瞬间引爆全网。“校方不提供完整监控视频、不及时呼叫120与通知家属等由家属方披露的细节引发网民猜疑”，失去孩子的母亲抱着遗照在校门口静坐的照片，更是触发广大网民的共鸣。成都四十九中和成华区联合调查组先后发布了两份情况通报，缺乏细节与过程，更是推高了舆情的浪潮；2021年5月11日，成都市公安局成华分局发布警方通报，同样只公布了结论，未对所陈述的“现场勘验、走访调查、调阅监控、电子数据勘验、提取书证、尸体检验”，呈现出对应的细节与证据。网络舆论提出相应的观点，就需要有“实

锤”的支撑，相当于没有证据就没有发言权。并写到“5月11日下午，公安机关已依法将调查结论告知林某某家属，家属对调查结论无异议。”这种过于生硬的公文行为，没有顾及网民的感受，并没有达到呈现真相、抚慰民众、平息舆情的效果。

在重大舆情中，网民质疑正是需要官方回应，而不是回避。网民需要在信息沟通上与政府部门处于同一频道。学生坠亡事件，最终由央视和新华社做了深度的调查和正面回应，才实现了舆情平息。其中，董小红、李倩薇、吴晓颖、余里、高健钧撰写的《新华社还原成都四十九中学生坠亡事件：关键监控有无缺失？坠楼是如何发生的？孩子为何走到这一步？》开篇便是针对网民疑问，进行正面一一回应：“11日晚，记者连夜采访学校、教育局、公安部门、家属等多方关键人士试着还原事件来龙去脉，监控到底有无缺失，救护车有没有及时赶到，坠楼是如何发生的，孩子为何走到这一步，”解答了民众的疑惑，为事件的平息提供了必要的基础。

习近平总书记指出：“过不了互联网这一关，就过不了长期执政这一关。”全媒体时代，我们越来越多的面对新情况、新问题、新挑战，如何了解民声民意，提升社会治理能力，创新社会治理方式，是公安机关的新课题。公安机关的政务新媒体不仅仅是一个讲好公安故事的渠道，更是一个警民交流沟通、服务民众的媒介平台。因此，警情通报或情况通报的发布，要遵循社交媒体的传播规律与网民的信息消费规律，才能更好建构良好的警民公共关系。

责任编辑 尚钰涛