

全 国 政 法 院 校 十 二 五 规 划 教 材

公安传播

GONGAN CHUANBO

彭耀春 等著



上海大学出版社

公安传播

彭耀春 等著

上海大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公安传播 / 彭耀春等著. —上海: 上海大学出版社,
2013.2

ISBN 978-7-5671-0576-8

I. ①公… II. ①彭… III. ①公安学—传播学—高等
学校 IV. ①D035.3 ②G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 297251 号

责任编辑 彭 俊 封面设计 施羲雯

公 安 传 播

彭耀春 等著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 021-66135112)

出版人: 郭纯生

*

上海叶大印务发展有限公司印刷 各地新华书店经销

开本 787×1092 1/16 印张 14 字数 240千字

2013年2月第1版 2013年2月第1次印刷

ISBN 978-7-5671-0576-8/D·136 定价: 32.80元



第一编 传播学视角下的公安传播概述

第一章 公安传播的概念和相关范畴	(3)
第一节 政府传播与公安传播	(3)
第二节 传播与新闻、宣传、信息、舆论	(12)
第二章 公安传播的主体、形式和类型	(18)
第一节 公安传播的主体	(18)
第二节 公安传播的形式与类型	(21)
第三章 公安传播的媒介和模式	(24)
第一节 公安传播的媒介	(24)
第二节 告知传播模式与劝服传播模式	(29)
第四章 公安传播的受众和效果	(31)
第一节 公安传播的受众	(31)
第二节 公安传播的效果	(33)

第二编 传播学视角下的公安传播实务

第五章 警务/执法信息公开与警察形象传播	(39)
第一节 政府信息公开与警务/执法信息公开	(39)
第二节 警察形象的塑造与传播	(43)
第三节 警察形象的维护与修复:警察形象危机应对	(46)

第六章 公安新闻宣传的采写与传播	(54)
第一节 新闻采访:公安新闻传播的基础	(54)
第二节 公安新闻宣传的策划、角度和叙议	(62)
第三节 公安新闻写作的基本要求	(66)
第四节 公安传播的人文精神与警方立场	(71)
第五节 案件新闻的有控制传播	(79)
第七章 公安典型的发现与传播	(95)
第一节 从发现到宣传:公安典型传播的意义与操作	(95)
第二节 平民化视角:新时期公安典型传播的时代特征	(99)
第三节 跨媒体多层次:新时期公安典型传播的路径	(102)
第八章 公安机关新闻发布	(109)
第一节 中国政府新闻发言人制度	(109)
第二节 公安机关新闻发言人制度 30 年	(113)
第三节 公安机关新闻发布会面面观	(115)
第九章 互联网时代的公安舆论引导	(121)
第一节 互联网成为公共话语空间和重要舆论策源地	(121)
第二节 舆论和新时期舆情环境	(131)
第三节 公安舆论引导	(136)
第四节 公安微博的兴起与传播	(144)
第十章 公共安全事件中的公安传播	(152)
第一节 理性认识群体性事件	(152)
第二节 公安传播在群体性事件处置中的舆情理念与技术标准	(156)
第三节 应对突发事件的公安信息传播	(162)

第三编 传播学视角下的媒介素养

第十一章 正确认识媒体和传播格局	(175)
第一节 媒体的当下发展和大众传播新格局	(175)
第二节 新闻媒体的职能、原则和当下诉求	(177)
第三节 公安机关与新闻媒体的格局位势及应对目标	(180)

第十二章 从容应对记者采访	(185)
第一节 正确理解记者与记者采访	(185)
第二节 应对记者采访的情境对策	(190)
第十三章 公安机关新闻发言人的基本素质	(193)
第一节 多维视角下的新闻发言人素质	(193)
第二节 新闻发言人的副语言	(198)
第十四章 新闻传播学原理的借鉴	(200)
第一节 “议程设置”理论	(200)
第二节 “沉默的螺旋”假说与“培养分析”理论	(201)
第三节 模仿论、含义结构论与“拟态环境”、“刻板成见”概念	(203)
第十五章 公安传播的文化纬度	(205)
第一节 警察公共关系、新型警民关系与公安传播	(205)
第二节 用哲学思考和阐释公安工作	(207)
第三节 公安工作的“一流故事”与公安文艺的“一流表达”	(210)
第四节 新世纪公安故事的影像表达	(214)
后记	(217)

第一编

传播学视角下的公安传播概述

传播学是 20 世纪自西方兴起的研究人类社会信息交流现象及其规律的一门科学。20 世纪 80 年代初在中国开始成为一门独立学科。现在,传播学越来越受到重视。

传播,包括公安传播,是一种客观存在的社会现象。但从传播学视角系统研究和描述公安传播,以前还未有闻见。

从传播学视角研究和描述公安传播,得益于传播学在中国的成熟与发展,也得益于中国公安工作在大众传播方面的实践与进步。





第一章 公安传播的概念和相关范畴

公安传播,无论是在传播学中,还是在公安学中,都是一个新概念。因此,首先需要厘定和阐释相关概念。

第一节 政府传播与公安传播

政府传播是政府管理社会的基本职能和常态现象,在当代中国,政府传播是一种最具影响力的社会动员方式,但以往对其少有研究,甚至没有命名。新世纪,随着我国政府职能的转变以及行政管理体制的不断完善,以政府为主体的信息传播活动逐渐进入人们的视野并引起广泛关注,成为具有现实意义和理论价值的重要命题。新世纪以来,学者对政府传播做了初步的有价值的探讨:

程曼丽提出:政府传播是指“政府利用大众传播媒介进行的信息传播,或政府面向大众进行的传播”。“政府传播既是一种传播行为,也是一种管理行为。传播行为是管理行为的延伸,是管理行为落到实处的必要保证”。^①

汪名鸣认为:政府传播是政府信息的生产、传递过程,其传播主体是政府,主要传播对象是社会公众,主要传播渠道是大众传媒。通俗地说,政府传播的过程也就是政府运用大众传播媒介,向社会公众传递信息的过程。用传播学的理论来解释,就是政府如何通过大众传媒为社会公众“设置议程”。^②

周凯论述广义的政府传播是“以政府为传播主体的所有传播活动”,其传播客体主要包括内部工作人员、本地公众、企业、社区、其他组织机构和外部(区域外、国外等)公众、企业、政府等。同时他将政府传播划分为大众传播、公众传播、组织传播、人际传播四个主要层次,强调政府传播必须遵循传播规律才能取得最佳传播效果。^③

高波则在他的专著里阐述“政府,是对现代社会中行使公共权利,进行政治调

① 程曼丽:《政府传播机理初探》,《北京大学学报》,2004年2期。

② 汪名鸣:《政府传播与政府形象》,《求索》,2006年7期。

③ 周凯:《政府传播体系初探》,复旦大学传播学硕士学位论文,2003年,转引(4)12页注。



控、社会管理和公共服务的国家组织机构及其人员的统称”。“传播就是信息的传递、交流以及通过信息流动所达成的社会互动”。“政府传播就是政府组织机构成员对内对外传递、交流和共享信息的行为,以及通过这些信息传播所达成的沟通交流和社会互动。政府传播既是公共行政的核心职能之一,也由此奠定了社会公共信息的核心场域,或者说事实上构建着特定社会的核心信息体系”。“广义的政府传播包括一切行政主体的所有信息交流活动,可分为政府内部传播和外部传播两大类。而狭义的政府传播仅指外部传播”。^①

政府传播是传播行为与政府行为的结合,信息传播与公共管理的交叉,更是社会治理与公共服务的扩展。“在信息化、电子化、网络化浪潮的推动下,以政府为主体的公共传播,或者说以政府信息为主要内容的社会化、公益性传播,已经并正在成为政府职能转变、行政体制转换、公共服务转型的机制性要求和基础性平台”。也有研究者认为:新时期政府宣传工作的创新走势为:从宣传到传播。政府舆论引导的思维逻辑和行为方式逐渐突破传统的“宣传—告知”模式,趋向“传播—互动”模式,越来越重视传播过程的公共性、回应性、互动性和亲民性。^②

互联网新媒体环境导致政府传播发生三种转变:一、政府传播角色的转变,从信息的发布者更多地转换为信息的阐释者。信息发布的职能在很大程度上被互联网新媒体所分担,而对相关信息进行及时、准确、充分的阐释则成为政府在信息传播过程中担任的重要角色。二、政府传播模式的转变,由于公众通过互联网获取信息或进行公共事务探讨的难度大为降低,因此传统的政府传播金字塔结构开始转化为网络型的扁平式结构。三、政府传播思维的转变,更多将公共信息的传播看作是一种更为宽泛的治理体系的一部分。^③

综合上述研究,可以大致归纳政府传播的特性:

第一,治理国家的政务性或行政管理公共性。政府传播不同于其他类型的传播,首先它不是个人传播,是国家政府的政务或行政管理的传播,传播的主体作为管理国家与行使国家主权的行政机关,传播的目的是治理国家、管理社会,传播的内容是发布政令,或相关的其他信息。

第二,信息传播的权威性或可控性。作为各级各类国家机关的政府传播主体,拥有相应的行政权力,具有制定政策、颁布法律、管理社会的职能。一方面对信息发布和信息渠道掌握着控制权,另一方面对受众有强制接受执行的权力。这种权力的

① 高波:《政府传播论——社会核心信息体系与改革开发新路径》,第14—16页,中国传媒大学出版社2008年。

② 叶皓:《政府新闻学》,江苏人民出版社2006年版。

③ 付玉辉,刘菊花:《互联网对政府传播的三种影响》,《对外传播》,2010年9期。



权威性就决定了政府传播具有强制性,因而政府传播什么内容,通过什么渠道传播,都带有很强的可控性。

第三,传播影响与效果的广泛性和互动性。政府传播面向整个社会或社会公众,具有最大的广泛性,同时政府传播通过影响传播对象达到治国理政的效果,因此,必然要求有相应的互动,也必然产生相应互动。

正如公安机关是政府的一部分,公安传播属于政府传播的一个分支。同样,正如政府传播是在当代中国社会发展,特别是政府职能转变中应运而生的一个时代命题,公安传播也是具有鲜明时代特征的现实课题。

“公安传播”的提出,是中国公安工作在新世纪的新的自觉。从传播学视野审视与研究当下公安工作,将“传播”与当下公安工作对接,体现公安机关在新世纪面对新任务新挑战的自我调适、适度转型、工作拓展和理念创新。

“公安传播”的提出有两大背景:一是在政府职能改革背景下的政府重塑,即建设服务性政府。二是在现代警务建设视阈下的公安机关应对互联网主导的新型传播格局的挑战。

2009年公安部部长孟建柱在《着力强化五个能力建设 全面提升维护稳定水平》一文中,提出新世纪公安机关应着力强化五个能力建设,其中就包括“树立现代传播理念,着力提高与社会公众沟通能力”,“充分发挥新闻媒体在公安机关和社会公众之间的桥梁和纽带作用”。^①同年7月30日,孟建柱在全国公安机关新闻发言人培训班结业典礼上强调:各级公安机关特别是领导同志,要从政治的、全局的、战略的高度,深刻认识信息化条件下维护社会稳定工作面临的前所未有的挑战,增强责任感和紧迫感,树立现代传播理念,努力拓展民意沟通渠道,积极探索与社会沟通、增进理解的新途径新办法,切实提高公安机关社会管理服务的能力和水平,确保社会稳定。11月19日,孟建柱在人民公安报社调研时再次强调:要遵循新闻传播规律,提升办报水平。

这里所谓“现代传播理念”其实是一个宽泛的传播学概念,包括自上世纪中期以来若干种已经被普遍接受和广泛运用的传播学理论,主要有受众本体论、媒介延伸论、融合论和媒介素养论。而本书所指向的“现代传播理念”,其指导思想是我们党新时期以来的理论创新,包括“马列主义”、“毛泽东思想”、“邓小平理论”、“三个代表”重要思想和科学发展观,还有社会主义核心价值体系、以人为本、民生理念、服务型政府、现代社会管理与和谐社会建设等。其次,是紧密结合当下公安工作,关注总结当前公安机关在信息传播、新闻宣传和舆论引导方面的经验教训,从“着力提高与

^① 孟建柱:《着力强化五个能力建设 全面提升维护稳定水平》,《求是》,2009年23期。



社会大众沟通能力”的视角研究和探索“现代传播理念”在公安工作中的借鉴与指导意义。第三,从传播学视角研究新世纪的公安工作,其目的是要促进公安机关树立现代传播理念,提升公安机关与社会公众的沟通能力,优化公安机关承担政治社会使命,和人民警察为民、亲民、爱民的执法形象和媒介素养,进而增强公安机关的社会管理能力。因而本书研究的“现代传播理念”又是具有强烈的现实意义和实践纬度。

正如叶皓《政府新闻学》所说:“政府面对传播领域的本领危机和知识恐慌,已经悄悄来临。”在我国,公安传播是一个新的课题,它的规律、特征正在逐渐显露出来。实践的新发展要求理论工作者予以关注并提供对应性的研究成果。树立现代传播理念,指导与开展公安传播,既是当前公安机关面临的十分紧迫的新挑战,同时也是公安学界亟待回应的理论课题。

“公安传播”属于公安学和传播学的应用,主要属于政府传播学和政府新闻学的范畴,同时涉及社会学、政治学、管理学、公共关系学、心理学、文化学等多种学科。公安机关是政府的一部分,既然政府传播是指“政府利用大众传播媒介进行的信息传播,或政府面向大众进行的传播”,那么“公安传播”可以定义为:公安机关运用大众传播媒介传播公安信息,或面向大众传播公安信息。

公安机关是政府的一部分,“公安传播”既是各级公安机关的管理行为,也是传播行为。本著述从行政主体的角度出发,运用现代传播学视野审视和阐释当下公安工作,既指向公安传播的内传播,即各级公安机关对内信息的发布传达,更关注公安机关对外信息的释放传播;既指向公安信息的主动传播,即公安机关根据公安工作需要传播相关工作信息,和塑造与公安机关职能定位一致的国家形象,和人们群众期待一致的新世纪警方形象,也包括公安机关的应对传播,即各级公安机关在接受感应各种涉警信息后,应对各类大众媒体的传播,特别是应对舆论监督、负面报道和公共危机的传播;既指向公安机关借助大众传播媒介的信息传播,也包括公安机关依托自身的自媒体传播,以及新世纪公安传播所需要的公安民警媒介素养。

在新世纪,公安传播不仅被鲜明地提出,而且被赋予了更加丰富的意义与标准。《新时期公安新闻宣传实务》分析归纳了新时期公安新闻宣传形成了三组相互关联的基本特征,其论述大致可以扩展为新时期公安传播的基本特征。^①

一、政治性与新闻性

公安传播的政治性是由公安机关的性质、公安工作的使命和任务决定的。公安

^① 《新时期公安新闻宣传实务》,第2—5页,群众出版社2010年。



机关是我国具有武装性质的治安行政力量和刑事司法力量,在新时期承担着巩固共产党的执政地位、维护国家长治久安和保障人民安居乐业的三大政治和社会责任。公安机关、公安工作鲜明的政治性决定了公安传播在公安新闻宣传领域里的鲜明的政治性。

公安传播鲜明的政治性,体现在新闻宣传的整体传播效应上,就是为维护政治稳定和社会安宁所坚持的正确的导向性。

正如公安传播是政府传播的一部分,公安新闻宣传也是党的宣传工作的组成部分,是公安工作的组成部分。它既是一项重要的政治工作,也是一项重要的业务工作。

作为公安传播的重要方面,公安新闻宣传担负着宣传党的公安工作路线、方针、政策的重要任务,公安机关通过经常不断的各种新闻宣传,为维护国家的政治稳定和社会安宁,为配合公安机关的各项工作,为颂扬公安机关所取得的成绩和公安民警的无私奉献进行新闻宣传。公安新闻宣传绝不是无关紧要的个人行为,而是与政治稳定、社会安宁密切关联。公安宣传写作写什么,不写什么,怎么写,从什么角度写,什么时间刊发,都要站在国家和政治的高度来考虑,从全局利益出发,从党和人民的整体利益出发。公安工作,包括公安新闻宣传实际上是一种国家行为,代表了国家的意志,因此,公安传播必须强调正确的导向性,这包括:宣传党的改革开放的路线、方针、政策,为维护国家政治稳定、社会安定的大局服务;教育和发动群众积极参与社会治安综合治理的各项工作,见义勇为,同犯罪分子斗争,维护社会治安秩序;紧密配合公安中心工作,反映公安机关在保护人民、打击犯罪、维护社会稳定、保卫改革开放各项斗争中的丰功伟绩,大力颂扬公安队伍中的先进模范人物和事迹,歌颂人民警察的崇高品质和无私奉献精神;揭露、鞭挞丑恶现象,弘扬社会正气,呼唤正义良知,向人民群众进行法制宣传,促进社会主义精神文明建设的发展。所有这些都要求公安传播具有政治上的坚定性和敏锐性。政治性是公安传播的原则,是第一属性。

新时期公安工作的社会化,公安机关与人民群众的联系沟通,越来越需要借助新闻媒体和发表新闻类文章,这就决定了新时期公安传播所内含的公安新闻比重越来越大,决定了公安传播具有较大程度的新闻性,因而也需要处理好政治性与新闻性的关系。

新闻性是新闻的基本属性。作为公安传播重要方面的公安新闻传播同样具有这一属性,凡是借助于新闻传播的公安新闻,都必须遵循新闻写作的一般规律。

但政治性与新闻性并不是始终一致的。在处理政治性与新闻性的关系上,公安传播应在原则上坚持政治性,公安新闻传播一定要讲政治,服从大局,服务中心,坚



持正面引导,将有利于政治稳定和社会安宁放在首位,不搞“有闻必录”,不单纯追求新闻效应,不报道可能有损于改革发展稳定的新闻。有的稿件内容颇为生动,如果孤立地从新闻效果看可能是比较好的报道题材,但用“讲政治”的标准来衡量,那么就不是所有生动的事例都可以报道的。

又如在宣传公安民警的先进事迹的同时,对公安工作中负面报道要慎重适度。而在公安新闻宣传的具体把握上,要按照新闻规律办事,讲究新闻性。总之,公安新闻传播要紧紧围绕构建和谐社会,服从、服务于全国工作的大局,在坚持正确的舆论导向的基础上讲求新闻性。

二、真实性与时效性

真实性与时效性是新闻写作的一般要求,也是公安传播的重要属性。

真实性就是真实反映客观现实的属性,它是新闻的生命,也是公安新闻传播的基本要求。虚假的、失实的新闻,轻则引起公众对公安新闻宣传的不信任,影响公安工作的开展,重则影响党和政府在人民群众中的威信。因此,我们要把坚持真实性作为公安传播不可动摇的原则。

新闻以事实说话,在新闻学里真实性的基本要求包括:

构成新闻的基本要素,如时间、地点、人物、事件、因果等(简称五个“W”和一个“H”一个“M”:When 何时、Where 何地、Who 何人、What 何事、Why 何因、How 怎样、Meaning 实质意义)都必须真实,因为这些都是新闻赖以成立的基本要素。新闻所反映事实的环境和条件,过程和细节,人物的语言、动作都必须真实。新闻引用的各种资料,如数字、史料、背景材料等,都必须确切。新闻涉及的人物的思想认识和心理活动,也都必须真实可靠,应为当事人所述。新闻报道要讲究分寸,不做片面性绝对化的报道。

《新闻采访方法论》的作者艾丰认为:真实包括现象真实和本质真实两个层面。新闻报道的现象真实,是指报道符合事物的外部表现,也就是说,报道要确有其事,时间、地点、人物、事情等要符合实际情况。新闻报道的本质真实,是指报道抓住了事物的本质,揭示了内在的实际意义和事物的发展规律。根据新闻真实性原则,新闻报道必须做到现象真实和本质真实的统一。

上述新闻学中的真实性原则,与公安新闻传播的真实性要求是一致的,对公安新闻传播同样适用。根据辩证唯物主义的观点,新闻的本源是事实,客观存在的事实是第一性的,新闻报道是第二性的。因此,新闻报道必须真实准确地反映客观事实,歪曲或捏造事实的假报道是新闻报道所不容许的,同样也是公安宣传写作所不容许的。



公安传播也要求时效性,尽管公安传播与一般新闻的时效要求不完全一样,但总体上,公安传播要求迅速及时地反映新近发生的重要事件,要求在形势和任务需要的时候第一时间发布相关信息,澄清事实,稳定局势,引导舆论。

在当今中国改革开放、走向现代化的形势下,公安传播要准确和迅速地反映社会动态,充分发挥公安新闻宣传的导向、激励、威慑和传递信息的作用。1994年公安部领导在全国公安宣传处处长座谈会上提出公安宣传工作,特别是公安新闻宣传工作必须坚持“随警作战”的原则。“随警作战”是总结历史经验,适应新的形势,对公安新闻传播提出的新的更高的要求。“随警作战”就是要求公安新闻宣传成为打击刑事犯罪,维护社会治安的直接战斗力。“随警作战”一方面需要“新闻宣传干部把宣传报道公安中心工作和各项业务工作作为第一位的责任,对公安机关的重大举措,发生的典型案例要闻警而动,摄像、文字都要跟上,进行及时、准确的宣传报道。另一方面,它要求各业务部门也要向宣传工作投入力量。文秘宣传部门要一手出文字材料,一手出宣传稿件。各业务部门也要一手抓破案,一手出稿件;一手抓治安,一手抓宣传”。在这十幾年来的公安工作中,公安新闻宣传工作者就像随军记者上前线那样,带着摄像器材深入斗争第一线,不断在报刊、广播、电视里刊发、播出新闻或图像,造成强大的声势和威慑力量,显示出公安新闻宣传“随警作战”的强大战斗力。“随警作战”是公安新闻宣传时效性的保证,也是准确性的保障。

周永康同志在2005年6月的三次批示中都从舆论引导的高度提出新闻发布的真实性与时效性要求。6月16日周永康批示:“要发布真实信息,以正视听”。6月21日周永康批示:“我们的工作要反映灵敏、及时,争取做在前面,一时做不到,也要做到紧跟上,不使误导”。2006年年初公安部政治部领导明确要求:“今后,公安机关的重大决策、专项行动、重点部署等,在实施前要宣传先行,让群众了解背景和意义,赢得理解;在实施中坚持宣传同行,让群众感受作用和成效,争取配合;实施后坚持宣传续行,让群众看到公安民警的奉献和付出,获得赞誉”。

在真实性(或称准确性)与时效性的关系上,真实性是更重要的。我们讲公安新闻传播的时效性是在真实性基础上的时效性,不能为追求时效性而损害真实性。那种为追求新闻效应而草率发稿的浮躁心态是极其有害的。

公安新闻传播的时效性和准确性要求,对于写作者来说,既是一种能力,更主要的是责任感和工作态度,是实事求是的工作作风。准确无误,及时敏感,公安传播才有生命力和战斗力,才能取信于民,发挥其战斗作用。

三、广泛性与政策性

从1986年全国第一次公安宣传工作会议以后,公安宣传工作突破了封闭式的



“体内循环”形态,开始面向整个社会,反映社会动态,传播各种信息,联系千家万户,与整个社会的稳定有着密切关联。同时,公安工作也在不断地提高透明度,凡是能够让人民群众知道的,都要让人民群众知晓,这是人民群众认识公安工作、理解公安工作、支持公安工作的一个前提。公安传播要带着对人民群众的深厚感情,想人民所想,急人民所急,回答人民群众所关心的问题,传递应该让人民群众了解的信息,满足人民群众的“知情”需要。随着公安工作与社会的关系日益密切,公安传播的广泛性日益显著。

公安传播具备广泛性,是因为公安新闻宣传面向社会各界,面向广大群众,通过向人民群众传递信息,被人民群众知晓和接受发挥作用。因此公安传播要把握时代脉搏,遵循新闻宣传规律,讲究新闻宣传艺术。新闻宣传影响力有个公式:思想性(指导性)+可读(视、听)性=影响力。因此,公安传播要把思想性、指导性与艺术性,与可读性、可听性、可视性有机地结合起来,增强吸引力和感染力,不断提高舆论引导的水平和效果。李长春同志在2003年就说过:“增强可读性,是坚持正确导向的延伸,也是坚持正确导向的重要方面”。讲广泛性与可读性,要警惕媚俗低俗。广泛性不能降低品位,可读性不是花里胡哨。公安新闻宣传必须以思想和形式的高品位赢得人民群众的信任和喜爱,既坚持正确的导向,坚持高品位高格调,又生动活泼,具有时代感,为人民群众所喜闻乐见。板着面孔说话,八股式,僵化了的耳提面命,不受群众欢迎,会失去读者,失去观众,就达不到传播效果。

公安传播在强调真实性和广泛性的同时,还强调政策性,强调严肃的写作态度,强调真实性、广泛性与政策性的统一,强调严肃性与可读性的统一。

公安传播的政策性首先表现为对报道素材的选择,并不是所有的真实的事例都可以作为公安新闻宣传的素材的。我们每天都接触到许多人和事,是否可以作为公安新闻宣传的素材,要以是否有利于改革发展稳定、是否有利于公安工作、是否有利于构建和谐社会为衡量标准。这种“功利”目的和政策的把关是不可少的。比如人民群众见义勇为的事例,有利于弘扬正气,有利于社会治安综合治理,我们应该大力报道;开通“110”报警服务台,有利于公安机关树立服务意识、密切警民关系,我们也应该大力报道。相反,有的事实可能有一定的“显著性”或“趣味性”,但有负面影响,或不符合有关政策,不利于公安工作,那么就不能作为公安新闻宣传的材料。

随着我国民主法制建设不断加强和完善,公安机关作为执法机关,其工作本身要合法,公安传播要合乎法律规定和公安工作的特殊性。公安传播严格遵守法律法规,还包括正确使用法律用语,表述要符合法律程序和规定,用法律精神规范新闻宣



传用语。1997年公安部印发《关于当前公安新闻宣传的若干规定》，规定公安新闻宣传用语：

凡是公安机关认为应予以刑事处罚的犯罪嫌疑人，一律不准有“罪犯”、“犯罪分子”、“案犯”、“人犯”等称谓，应用“××犯罪嫌疑人”、“涉嫌××行为”、“在逃人员”等词语，在法院判决有罪后，方可称为“罪犯”、“犯罪分子”。

对被当场抓获的作案者，不能用“犯罪分子”，应用“犯罪嫌疑人”，在一些文字上难以表述的地方，可以酌情用“歹徒”、“凶手”、“暴徒”、“作案者”等词。

不得使用敏感内部用语。

对于已经释放的人员，可称之为“刑满释放人员和解除劳动教养人员”，或分别表述，如“刑满释放人员”、“解除劳动教养人员”，不得统称为“两劳人员”。

不再使用“公安干警”，全称为“公安机关人民警察”或“公安民警”。

2005年9月1日，公安部宣传局网页发布“报道提示”：公安新闻宣传必须做到用语符合法律精神与规范。过去长期使用的“突审”一词，与公安机关以人为本、保障人权的精神相悖，并有可能导致外界对公安机关违反相关法律程序，进行讯问逼供的怀疑。为此，今后公安机关新闻宣传用语不再使用“突审”一词。

总之，公安传播具有鲜明的政治性、政策性和纪律性，同时也遵循一般新闻宣传的规律，如新闻性、时效性、真实性等，两者结合，“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人”，才能充分发挥公安新闻宣传的战斗作用。

特别要注意的是，公安传播应该比公安新闻宣传的范畴更为广大，其特性应比公安新闻宣传更为丰富。2006年5月公安部宣传局领导在全国公安宣传处长会议上提出了新世纪公安新闻宣传工作要努力实现“四个转变”：

- 一是由粗放传播向精确传播转变；
- 二是由单向传递向互动交流转变；
- 三是由被动应对向主动引导转变；
- 四是由害怕媒体监督向主动接受监督转变。

这其实也是新时期公安传播应努力实现的“四个转变”。具体讲，在思想观念上，变自上而下灌输为平等交流，双向互动；对公安宣传部门与业务部门，变宣传部门单打为共同参与，形成合力；在工作内容上，着力宣传党的理论创新成果，并指导实践，在工作方法上，在坚持传统行之有效的方法同时，采用新方法，如网络、手机，在工作体制机制上，坚持两手抓两手硬；宣传与新闻媒体协调；网上引导，文化建设等。