

突发公共事件 舆论引导方略

● 郑明 李琦 著



云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

突发公共事件 舆论引导方略

● 郑明 李琦 著

2012.12.14



云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

突发公共事件舆论引导方略/郑明, 李琦著. —昆明:
云南大学出版社, 2009

ISBN 978 - 7 - 81112 - 771 - 3

I. 突… II. ①郑…②李… III. 紧急事件—新闻报道—
研究 IV. G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 177855 号

突发公共事件舆论引导方略

郑 明 李 琦 著

责任编辑 熊晓霞 钱春萍
封面设计 刘 雨
出版发行 云南大学出版社
印 装 云南国浩印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 17.5
字 数 316 千
版 次 2009 年 11 月第 1 版
印 次 2009 年 11 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 81112 - 771 - 3
定 价 39.00 元

地 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园 (邮编: 650091)

发行电话: 0871 - 5031071 5033244

网 址: <http://www.ynup.com>

E - mail: market@ynup.com

序一 地方政府处置突发公共事件的有益尝试

张田欣

人类的历史就是一部危机驱动的历史，危机越深重，改革的力量就越强大、改革的动力就越持久，这是被古今中外反复证明的一个论断。2003年“非典”之后，全国各省（市）区、各部门都在大力推动政府应急管理机制建设。以此同时，以新闻发布制度、新闻发言人制度为核心的新闻舆论引导机制也在逐步建立之中。各级地方政府如果能在突发事件发生的第一时间，按照新闻规律和传播规律的要求，正确地做好应对处置工作和新闻舆论的引导，就可以最大程度地避免出现有损于国家形象和政府形象的恶性事件。

近几年来，政府和学界明确提出了“社会转型期”、“风险社会”和“突发公共事件”等重要理论。在学习和借鉴西方国家危机理论、传播学、舆论学等学科的基础上，通过学界和各级政府的共同努力，近年来在危机管理理论研究和实践上取得了突出的成就，危机管理的意识正在逐步普及，各级政府和社会组织对突发事件和应对取得了普遍的共识，加之从国务院到各级地方政府对危机管理知识、突发事件应对以及各种专业知识培训的逐步加强，具有较强专业知识和能力的政府管理专家队伍正在形成和壮大。

2006年以来，国务院先后发布了《国家突发公共事件总体应急预案》和《中华人民共和国政府信息公开条例》，它们对突发公共事件有关信息的发布做了明确的规定，对迟报、谎报、瞒报和漏报都要依法追究，使突发公共事件的信息发布有了法律和制度的依据。和学界的专家学者相比，各级地方政府有着处置突发事件一手信息和丰富实践经验的优势，在突发事件处置过程中，从政府管理者的角度，怎样把握信息的选择和传递，舆论态势和研判、政府与媒体的博弈、舆论环境的营造和控制这些关键问题，都是政府管理者面临的诸多挑战，同时也是学术界相关研究成果的实践检验。

这本《突发公共事件舆论引导方略》出自云南省委宣传部原副部长、云南省政府新闻办公室原主任郑明同志，他也是时任的云南省政府新闻发言

人，他在工作岗位上处置了一些突发公共事件，成功地运用相关的专业知识化解了一些可能发生的重大危机，郑明同时和云南省政府新闻办公室的李琦同志用心把这些事件整理出来，形成了这本具有鲜明地方特色的研究报告。本书的事件和案例虽然是云南的，但却有很好的借鉴意义，反映出我们各地地方政府在处置突发公共事件的共性问题，因此是建设性的，同时，也为学术界提供了诸多相关理论研究成果，是处置突发公共事件实践的生动样本。

我高兴地看到，正是由于有这样一批执著于理论与实践不断融合贯通的领导干部和研究者，不断推动新闻发布制度的实施和完善，从而提高领导人正确引导舆论、应对危机、驾驭危机的能力。

（序一作者系中共云南省委常委、省委宣传部部长）

序二 危机公关理论与实践的 鲜活“标本”

孟 建

根据国际权威调查机构皮尤中心 2008 年 7 月在世界范围内对 24 个重要国家的调查，中国的国家形象满意度位居前列，这是中国国家形象经历了 89 年政治风波和 2003 年“非典”事件之后的最好“成绩”。2008 年，以“3.14”拉萨打砸抢烧事件和“5.12”汶川地震的全面公开报道为契机，我国各级政府领导者们充分认识到在危机事件发生后做好危机公共关系的重要性和紧迫性。经过改革开放 30 多年来中国与国际社会的不断融合和接轨，各级政府公共关系的理念获得了重大的进步，发生危机事件后学会了快速的说明、用正确的方式说明，并且用公众愿意听到的、听得懂的方式进行说明，从而最大限度地维护和塑造了政府的形象。从本质上看，国家和政府在突发公共危机事件发生后的舆论引导和对外宣传工作一样，都是在树立国家和政府的形象，用原国务院新闻办主任赵启正先生的话来说，就是在“向世界说明中国”。

2003 年“非典”事件之后，在国务院新闻办公室主导下，全国各省（市）区都在加快对政府新闻发言人的培训，我也主持和参加过全国十几个省（市）区的新闻发言人培训工作。在我的印象中，云南省是西部省区较早开展新闻发布培训工作的省区，我也早在 2004 年开始，受国务院新闻办公室委托，连续参加了三期全省的新闻发言人培训班的教学工作。本书的作者之一，郑明同志就是时任的云南省政府新闻办公室主任、省政府新闻发言人，因为多次到云南讲学，我和郑明主任也成了好朋友。我注意到，在云南省近年来发生的诸如“昆明市公交车爆炸案”、“昆明市安宁 3.29 重大森林火灾”等一些有较大影响的危机事件上，政府领导人充分贯彻了危机公关指导思想和理念，第一时间发布信息，召开新闻发布会，主动引导媒体和舆论的意识逐步增强，驾驭全局与驾驭媒体环境的能力都得到了提高，取得了不错的公关效果。同时，本书所总结突发公共危机事件的案例虽然发生在云南，但对致力于研究公共危机公关的学者具有很好的“标本”意义，既有

一定的理论思考，又有务实的操作指导，是一部生动的案例库。

胡锦涛总书记在党的十七大报告中强调，要健全民主制度，保障人民的知情权、参与权、表达权和监督权。2008年6月20日他在视察人民日报时，又对各级领导干部做好舆论引导工作发表了重要观点，这些重要论断将指导我们各级政府领导人在投身改革开放、经济社会发展的伟大事业的同时，潜心研究理论指导实践，积极引导国内外舆论，努力推进中国社会的民主化建设和政治文明进程都会有非常积极的意义。

(序二作者系上海复旦大学新闻传播学院院长)

目 录

序一 地方政府处置突发公共事件的有益尝试	张田欣 (1)
序二 危机公关理论与实践的鲜活“标本”	孟 建 (3)
第一章 导 言	(1)
第一节 血与火的教训 ——突发公共事件舆论引导研究的缘起	(2)
第二节 社会转型与全球化：政府处置突发事件的时代背景	(6)
一、我国处于一个社会转型的过程	(6)
二、全球化已成为世界发展的主流	(9)
第三节 政府领导干部遭遇媒介化时代	(11)
一、政府领导人和记者是天生的一对“合作伙伴”	(12)
二、莫让“媒体素养”成为当下领导者的“短板”	(13)
三、要领导社会，必先影响媒体	(14)
本章案例：云南普洱市孟连“7·19”群体事件	(15)
第二章 突发公共事件概论	(32)
第一节 突发公共事件概念辨析	(32)
一、突发公共事件与危机	(32)
二、危机是突发公共事件的一种状态	(33)
第二节 突发公共事件与相关概念的区别	(34)
第三节 突发公共事件的类型	(35)
一、突发公共事件按照事件发生的原因分类	(35)
二、现代危机事件按照事件发生的范围和性质分类	(35)
第四节 突发公共事件的级别	(37)
第五节 突发公共事件的特点	(38)
本章案例：普洱市宁洱县 6.4 级地震	(39)

第三章 突发公共事件中政府对媒体的新观念	(61)
第一节 政府对媒体、记者和新闻的新认识	(61)
一、对媒体的新认识	(61)
二、对记者的新认识	(67)
三、对新闻的新认识	(68)
四、对网络、手机媒体的新认识	(70)
第二节 政府领导人媒体应对的新思维	(79)
一、掌握议程设置和新闻话语权	(80)
二、重视媒体的社会安全阀作用	(80)
三、正确对待舆论监督	(81)
四、注意媒体在突发事件中的“消极”作用	(83)
本章案例：“7·21”公交车爆炸案	(85)
第四章 政府领导人在突发公共事件处置中的舆论引导策略	(113)
第一节 舆论和舆论引导	(113)
第二节 突发公共事件的舆论引导是政府的首要责任	(114)
一、控制谣言，安定人心	(115)
二、披露真相，化解疑虑	(115)
三、树立和改变政府形象的契机	(116)
第三节 大众传媒时代的舆论引导	(116)
一、舆论引导的“选择”与“兼容”	(116)
二、舆论引导的三要素	(117)
三、舆论引导中传播资源配置及操作方法	(118)
四、舆论引导规模的选择	(120)
第四节 政府突发事件新闻舆论引导工作中常见的问题	(121)
一、体制和机制障碍	(121)
二、制度因素	(122)
三、公众舆论引导	(122)
四、新闻舆论引导的话语方式	(123)
五、政府主动设置议程的能力	(124)
六、在舆论监督上还存在其他的制约和困境	(124)
第五节 突发公共事件中政府的舆论引导策略	(124)
一、让主流媒体发出第一声音，充分发挥主流媒体的主导作用	

.....	(125)
二、及时、主动发布权威信息	(125)
三、尊重舆论传播规律，前移舆论引导的重心	(126)
四、完善处理突发事件的新闻舆论工作预案	(127)
五、高度重视对突发事件的舆论引导议程设置功能	(127)
六、加强对县级党政领导班子成员和宣传部门干部培训	(129)
七、从负面报道中谋求正面效果	(129)
本章案例：阳宗海水污染事件舆论引导案例	(130)
第五章 突发公共事件的政府新闻发布	(154)
第一节 突发公共事件新闻发布会的要求	(154)
一、快速准确	(154)
二、坚持主动发布	(155)
三、兼顾不同类型媒体	(156)
第二节 突发公共事件新闻发布的特点	(156)
一、准备时间仓促	(156)
二、相关信息不充分	(156)
三、敏感性强，口径难以确定	(157)
第三节 突发事件新闻发布的特殊操作	(157)
一、结合应急预案快速组织	(157)
二、设立临时新闻中心	(158)
三、制订机动灵活的发布方案	(158)
本章案例：昆明市安宁“3·29”森林火灾	(159)
第六章 突发公共事件的政府新闻发言人	(177)
第一节 政府新闻发言人综合素质	(177)
一、坚定的政治和政府立场	(177)
二、应对挑战的能力	(178)
三、具有对新闻价值的判断、辨析能力	(179)
四、高超的语言技能	(180)
五、广博的知识结构	(181)
六、临场应变能力	(181)
七、做一个称职的政府新闻发言人	(181)

八、政府新闻发言人容易犯的错误	(184)
第二节 政府新闻发言人的媒体素养	(184)
一、培养良好的新闻意识	(185)
二、正确认识和善待媒体	(186)
三、新闻发言人应遵循新闻规律	(187)
第三节 政府新闻发言人在突发公共事件中的记者应对策略	(187)
一、对待媒体的三个关键词：关心、行动、观点	(188)
二、引导舆论首先要引导记者	(188)
三、把新闻信息第一时间“喂”给记者	(189)
四、把事件的周密的解释留给记者	(189)
五、把换位思维传递给记者	(189)
六、把不同的声音展示给记者	(190)
七、对记者保持必要的宽容	(190)
八、突发公共事件中回答记者提问要注意的常见问题	(190)
本章案例：昆明市东风广场恶性交通事故	(192)
第七章 突发公共事件的新闻发布会	(206)
第一节 云南政府新闻发布会的制度建设	(206)
第二节 政府新闻发布会的职能作用	(207)
一、发挥好社会沟通的职能	(207)
二、发挥好树立政府形象的职能	(207)
三、发挥好引导舆论的职能	(207)
四、发挥好信息控制的职能	(208)
第三节 突发公共事件政府新闻发布会的筹备和操作	(208)
一、发布会内容准备	(208)
二、发布会的组织工作	(209)
三、媒体邀请	(209)
本章案例：云南曲靖富源县昌源煤矿“11·25”重大瓦斯爆炸事故 舆论引导工作	(209)
第八章 政府领导人如何应对新闻炒作	(221)
第一节 什么是“新闻”炒作	(221)
第二节 “新闻炒作”：眼球经济时代的必然产物	(222)

第三节 新闻炒作与新闻策划	(225)
第四节 “新闻炒作”的形成机制	(227)
第五节 应对和克服新闻炒作的办法	(228)
一、未雨绸缪, 历练“平常心”	(228)
二、创造充分的信息渠道, 不给炒作者空间	(229)
三、堵疏结合, 以疏为主	(229)
四、加强制度建设, 建立媒体自律是关键	(230)
五、建立事后救济制度, 用法律和制度严惩恶意炒作	(230)
本章案例: 昆明美体宴事件	(231)
第九章 突发公共事件中政府形象的塑造与修复	(245)
第一节 政府形象的界定	(245)
一、政府形象的定义	(245)
二、政府形象的要素构成	(246)
三、政府形象的特点	(247)
第二节 政府形象的设计	(248)
一、政府形象设计的目标	(248)
二、政府形象设计的要点	(249)
第三节 政府形象的媒体塑造	(250)
一、政府形象传播	(250)
二、政府形象的修复	(251)
参考文献	(253)
附 录	(255)
附录一 云南省突发公共事件新闻发布应急预案	(255)
附录二 新闻发言人就是要讲真话 (节选)	(264)
后 记	(266)

第一章 导言

人类历史就是一部危机驱动的历史。危机越深重，改革的爆发力越大，改革的动力越持久，频频发生的危机事件，是天灾亦是人祸，这是每个历史时期各国政府和社会都会面临的常态现象。新的世纪，在我国小康和谐社会的建设过程中，亦不可避免地潜伏着不可预见的各种危机。随着政府职能的不断转变及扩充，“全能政府”、“无限政府”的格局正在形成，各级地方政府成为处置突发公共危机事件的第一责任人，发生危机事件时，公众和媒体首先会问的就是：政府领导在哪里？政府领导人正在做什么？舆论也紧紧地跟踪政府的一举一动。一次次重大突发公共事件之后，一些地方政府和部门经过多年的努力所创立的辉煌，往往因为一次危机处置不当，应付不力，而饱受媒体和舆论的谴责，部分领导人甚至会在这道危机之坎前折戟沉沙，而如果应对有方，妥善处理，则会化危为机，甚至借势借力，找到新的机遇，开创一片政府形象的新天地。

“舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。”^①“舆论引导正确，利党利国利民；舆论引导错误，误党误国误民。”^②各级政府在突发事件处置的过程中，这种体会非常深刻。诸多研究领域显示：突发公共事件的高发期，在未来相当长一段时间内，我国都将面临突发公共事件频发所带来的严峻考验。究其原因，一是我国地域广大，自然条件多种多样，自然灾害种类多、频率高、损失严重，是世界上受自然灾害影响最为严重的国家之一；二是我国正进入经济社会发展的矛盾凸显期，即改革的攻坚阶段，多个层次的社会矛盾凸显，自然环境自身平衡被打破，人类发展与自然环境的承载能力凸显，由此引发国际社会的争端；三是各级政府的应急工作软硬件建设相对薄弱，预报、救援、处置能力有待进一步提高。

危机管理已经成为各级政府的常态工作，突发事件发生后，应急救援和舆论引导工作都是政府处置危机的重要和关键环节。而舆论引导往往高度敏

① 《江泽民文选》（第二卷），江泽民1996年9月视察《人民日报》时的讲话。

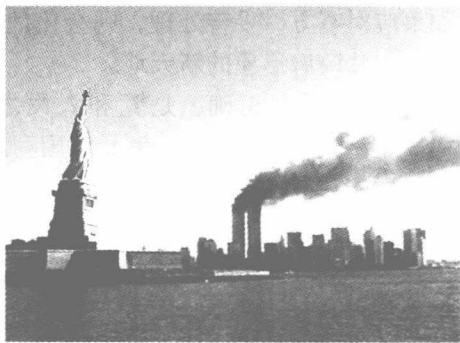
② 胡锦涛2008年6月20日视察《人民日报》时的讲话。

感，极具挑战性，已经成为检验各级政府危机处置能力的“试金石”。胡锦涛同志指出：“要坚持正确舆论导向，提高舆论引导能力，营造良好舆论环境，更好地发挥宣传党的主张、弘扬社会正气、通达社情民意、引导社会热点、疏导公众情绪、搞好舆论监督的重要作用。要把提高舆论引导能力放在突出位置，进行深入研究，拿出切实措施，取得新的成效。”^①同时，突发性公共事件所引发的危机因其不可预知性、强大的破坏性、结果的不确定性以及舆论的多变性和复杂性而值得各级政府领导人认真思考和研究，也要求各级政府找到行之有效的应对措施，化危险为机遇，提高执政能力，促进和谐社会的建设。

第一节 血与火的教训

——突发公共事件舆论引导研究的缘起

2001年9月11日，刚刚走进新千年的人类世界遭遇了一场突如其来的重大危机——美国纽约中区曼哈顿区的世界贸易双子大厦、五角大楼等目标同时遭恐怖分子劫持的4架民航客机撞击，在前后3个多小时内，在全世界电视观众的众目睽睽之下，世界贸易中心双子大楼连续遭受民航客机的撞击并最终轰然



倒塌，袭击共造成2990多人死亡。这是一个注定对全世界乃至人类历史都将产生巨大影响的事件，“9·11”恐怖袭击事件超强的突然性、破坏性和影响力极大地考验美国政府的执政能力，使享受了全球化最大福祉的美国人也不得不承认自己生活在一个危机四伏的环境中。我们关注了众多媒体和学者关于这一事件的报道和研究报告，这一事件给我们各级政府新闻部门以极大的触动和启示：面对前所未有的危机事件，政府领导人应该怎么做？媒体

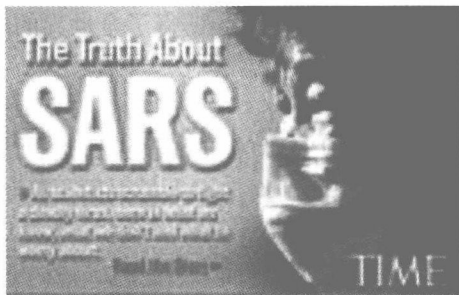
^① 2008年6月20日胡锦涛在视察《人民日报》时的讲话。

应该怎么做？



2003年春，发生在广州尔后蔓延全国20个省、市、区的“SARS”疫情，由于我国在应急体制建设及传统新闻报道管理制度上的滞后，在疫情发生的初始阶段，媒体没能及时充分地报道且政府应对措施不力，导致疫情迅速蔓延，肆虐了全国20多个省、市、区半年之久，到2003年8月疫情得到完全控制时，全球“SARS”累计报告患者已达8450人^①，累计死亡810人，而我国就分别占5327人和349人，中国的旅游、餐饮、商贸等行业直接损失达数千亿元，而且由于最初“在不清楚病源的来龙去脉之前

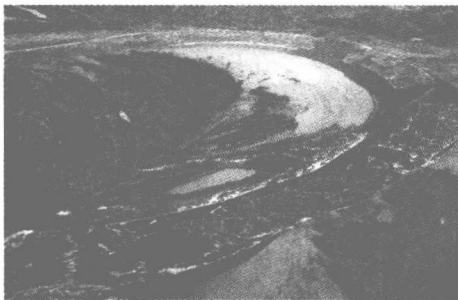
就报道，会造成社会的混乱；两会是最大的政治，不能让这个事情冲击两会”^②的传统思维和做法，不予报道疫情和报道虚假疫情而严重损害了中国的国家形象，造成了世界上127个国家宣布抵制中国的人流和物流，公众无法获得准确的信息，由此造成巨大的社会心理骚动，各地发生了诸如板兰根、食醋甚至各种食品的抢购风波。最终导致了卫生部、北京市及广东省一些领导引咎辞职。反思这场危机事件，如果在疫情出现初期，及时保证信息的透明和自由流通，并迅速向全球通报相关信息，就可以赢得宝贵的时间采取正确的防范措施，全球就可以及时组织起来共同防范和处置这种传染病，这场传染病就可能以很低的代价被处理掉，而不至于被发展成为一个波及全球的重大公共卫生乃至政治危机。



2005年11月13日，中石化吉林石化公司双苯厂发生严重爆炸事件，造成了重大的有毒化学物质泄露并引发了松花江水体严重污染，环保监测发

① 新华网。

② 吴珮薇、陈力丹：《突发事件让媒体发言——从危机传播管理看突发事件应对法第57条的修改》。



现苯类污染物流入松花江，造成水质污染。^① 由于政府有关部门没有及时做好处置应对工作，并且没有如实告知公众，导致了吉林、哈尔滨等大城市因缺水而造成谣言和恐慌，并引起邻国俄罗斯的沿江地区跨境污染，由此直接引发了国家环保总局局长解振华引咎辞职、中石化吉

林石化公司主要负责人撤职等一系列严重后果，而且在国际舆论上引发了一系列针对我国的负面报道，可谓代价惨重！

2008年5月12日14时28分，四川省阿坝藏族羌族自治州汶川、北川县发生里氏8.0级强烈地震。据国家民政部统计，截至6月25日，四川汶川县地震已造成川、甘、陕、渝、云、晋、黔、鄂8省市直接遇难人数是69197人，失踪18341人，地震造成的直接经济损失8451亿元^②。这次新中国建立以来最强烈的地震发生后，舆论怎么引导，新闻怎么报，是关系到党的形象和国家形象的关键环节，也是走出1976年唐山大地震报道阴影的一个关键环节。国务院新闻办公室、四川省政府新闻办公室通过全方位的公开、透明、开放报道，在世界重大新闻事件中牢牢掌握了话语权，及时、全面、客观的舆论引导博得了全世界的广泛同情和支援，成功的舆论引导还激发了全国人民众志成城、抗震救灾、重建家园的激情，全社会踊跃捐赠款物，全民族因为这次突如其来的灾难空前地凝聚起来，世界舆论普遍对政府和中国人民的抗震救灾行动给予了充分的肯定。西方各大通讯社对“5·12”地震新闻报道大量引用了新华社、中央电视台、新华网、人民网等国内媒体的报道，没有给敌对势力以造谣的空间，改变了重大事件报道“西强我弱”的局面。

云南和全国一样，从2003年以来也相继发生了诸如震惊全国的云南大学“马加爵重大刑事犯罪案件”，原保山市昌宁县委书记杨国瞿重大刑事犯罪案件，昆明市“3·29”重大森林火灾，昆明市剧毒化学品丢失，昆明市东风广场“2·25”恶性交通事故案件，曲靖市富源县“11·25”特大矿难，云南数家诺玛特大型超市倒闭，曲靖陆良、大理鹤庆、昭通巧家、文山

① 国家环保总局2005年11月24日新闻通报会。

② 国务院新闻办公室2008年9月4日四川汶川地震及其灾损评估新闻发布会。

富宁等重大恶性交通事故，普洱市宁洱县“6·3”地震，普洱市孟连县“7·19”群体事件，昆明市“7·21”公交车连环爆炸案，阳宗海水体砷污染事件，晋宁县公安局看守所“躲猫猫”等事件。舆论影响可谓是牵一发而动全身！我们有成功处置的案例，也有很多不尽如人意的地方，所有这些使我们迫切地感受到开展舆论引导策略研究是如此的重要和紧迫，也促使我们深思。

一系列危机事件给地方经济社会发展带来很大负面影响，威胁人民的生命财产，影响社会正常秩序。面对这样一系列危机事件，各级政府如何在尽可能短的时间内控制事态、降低损失？如何做好与民众的沟通，维护国家长远利益和政府公信力？这一系列问题是各级政府都会面临的挑战和考验。对于转型期的各级党委、政府，如何有效、及时、妥善地处理这些突发性危机事件已经成为今后一定时期内必须重视的重大问题。政府作为公共事务管理者，如何处理社会危机事件将直接关系到政府的形象，也直接影响着政治经济的稳定和发展。政府应如何进行危机管理，以便在危机未出现前，未雨绸缪，防患于未然；在危机来临时，见微知著，及时应对；在危机肆虐时，群策群力，迅速控制局面；更为重要的是如何把危机转化为寻找新的管理模式的契机，等等，这些问题都很值得我们深入探讨。

深入地思考危机酝酿、发生、发展的规律，寻找到危机发生的内在联系，就可以真正驾驭危机事件背后的真正驱动力，而在现实生活中，真正支配危机发展的，往往并非事态的真相，而是各方的主观认知和感受，是媒体、舆论对事件的定位和解读。绝大多数人都是从新闻报道和舆论的“拟态”世界中认知突发事件，是舆论和媒体在左右人们对事件的看法和观点，在引导人们对危机事件进行认知和判断，作出自己的决定。实践一再证明，对于各级党委政府而言，妥善应对各种突发事件的能力已经和创造物质财富的能力同等重要。

亲历了近7年来云南发生的多次突发公共事件，并阅读了大量国内外有关新闻传播、舆论学、危机管理方面的专著，参考了大量有关新闻报道，我们在努力思考公共危机事件中政府领导者与媒体的相互协调和舆论引导策略，思考能否在这方面有所研究。对政府与媒体关系的思考由来已久，身为政府新闻部门的工作人员，一项主要工作就是和新闻媒体打交道，除了协助指导常规报道，工作中有较大一部分是协调处理重大突发公共事件的舆论引导工作。“舆论引导正确，利党利国利民；舆论引导错误，误党误国误民。”在突发公共事件的处置过程中，这一论断的正确性在日益复杂的现实舆论环