

传 媒 与 文 化 书 系

突发事件 舆情五讲

新闻判断
与价值观修养



李暄·著

中国传媒大学出版社



传 媒 与 文 化 书 系

李
暄
著

突发事件 舆情五讲

新闻判断
与价值观修养



中国传媒大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

突发事件舆情五讲：新闻判断与价值观修养 / 李暄著. --
北京：中国传媒大学出版社，2019.7

ISBN 978-7-5657-2510-4

I . ①突… II . ①李… III . ①突发事件—互联网络—
舆论—研究 IV . ① G206.2 ② D035

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 137552 号

传媒与文化书系

突发事件舆情五讲：新闻判断与价值观修养

TUFA SHIJIAN YUQING WUJIANG: XINWEN PANDUAN YU JIAZHIGUAN XIUYANG

著 者 李 暄
策划编辑 曾婧娴
责任编辑 曾婧娴
封面设计 运平设计
责任印制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024
电 话 010-65450528 65450532 传真：010-65779405
网 址 <http://www.cucp.cuc.edu.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 12.75
字 数 207 千字
版 次 2019 年 7 月第 1 版
印 次 2019 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2510-4/G · 2510 定 价 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



新闻是时代的反映，新闻传播学也应随着时代的发展而不断产生新认识、发现新规律、形成新成果。在互联网时代，国际、国内形势发生了巨大变化，国内的改革也进入到深水区，各类突发事件增多。由突发事件引发的各类舆情、舆论，通过互联网新媒体平台如井喷式爆发出来，更多严重的舆情危机接连不断。

我国进入网络传播普及的时代，新闻学与传播学的整合已经不是理论问题，而是实践问题了。学科本身叫什么不过是个符号称谓，重要的是新闻学和传播学的界限已变得模糊，走向了融合。今天，新闻学与传播学的融合已是现实，而不再是想象。因为长期以来新闻学中新闻判断研究的封闭性，加上突发事件近年来在传播中越来越显示出的不确定性，以及产生影响的不可预测性等特点，基础理论范畴的新闻判断研究与应用理论范畴的突发事件舆情研究很难结合在一起。许多专业研究人员还没来得及以新闻判断作为切入口，对突发事件舆情进行深入的研究与探索，并提出自己的观点去引导舆论。而李暄从新闻判断入手，恰恰找到了突发事件舆情中政府新闻发布、传统专业媒体、互联网社会化新媒体较容易忽略的聚焦点、矛盾症结处、舆情共振带，可谓抓住了“牛鼻子”。

从传播学角度观察舆论现象，我国学者早在20世纪80年代末就开始了。这也是从传播学中分化出来的一个重要话题，现在已经有更多的人在从事这方面的研究。李暄按照舆论舆情生成、扩散和发生影响的规律，拆掉了长期以来突发事件舆情研究中政府的新闻发布、传统专业媒体及互联网社会化新媒体之间的隔离墙，把三者打通并放在了当下统一的现实媒介大环境中思考，用自己独特的视角和眼光找到了舆情产生的主要原因，这也就找到了突发事件舆情研究的关键点，这也是本书在学术接口和理论应用上的突破。或者说，在新媒体发展势不可挡，

给现存的新闻传播带来了挑战的情况下，本书打破了原有的思维方式和新闻传播格局，找到了它们三者之间和突发事件舆情密切相关的某些极具规律性的认识和联系，进而提出解决问题的思路和方法。一个选题是否具有价值，要看两个方面。一是选题的创新度有多高，即相较于既有研究，话题是否有所增值，而不是老生常谈。当然，所谓学术创新也并非局限于必须提出新的理论、概念或说法，也可以是发现了新的问题，或者借助现有理论、观点寻找到了新的解决思路和方法，即所谓的理论创新、视角创新、方法论创新等。本书可以说是一种新的视角创新、方法论创新。这种对热点问题的冷思考，是值得提倡的。二是选题的可行性有多大，这里说的可行性是选题是否具有实践性和建设性的问题。因为学术研究不是天马行空，终究还是要解决现实问题或指导现实问题的解决，本书具有很强的实践性。案例研究是学术研究的常用方式，更是很好的实践突破口。在一段时间内出现的具有真实性、时代性和典型性的个案及研究，不仅会极大地丰富研究素材，还能与时俱进地验证、反证，进而论证既有论题，把概念化阐述转向实证化的论证。某种程度而言，极具代表性的个案本身，就已经具备了重要的样本价值。

李暄运用习近平新闻舆论观中具有“时代性”“系统性”“创新性”“合规律性”特征的思想，在马克思主义新闻观的指导下，有选择性、批判性地借鉴世界新闻传播理论，结合具体的突发事件的新闻实践和最具典型性的事例进行研究，演绎推论，把现实问题上升到学理层面，抽丝剥茧，以事说理，以理服人。

本书先立论，提出自己的观点并进行说明与论证，与实例的解析与评论相对应。实例部分是对前面所提论点的进一步呼应与实证。本书既有理论深度，又具有实际应用的广度，看得见理性，又摸得着感性，便于阅读的人去具体感受。这些在突发事件新闻判断方面的观点与见解，对今后我们如何去认识、把握、引导突发事件的舆情，都具有一定的参考价值。

马克思指出：“理论在一个国家实现的程度，总是取决于理论满足这个国家需要的程度。”^① 本书的研究也是完全根据现实的需要而进行的。首先，这是立足于我国新闻传播改革发展理论大局的需要。舆论是社会的皮肤，它能感知突发事

^① 马克思恩格斯文集（第一卷）。北京：人民出版社，2009：12。

件中的社会冷暖，但光感知这些还不够，一定要弄清其成因，这是理论工作者的职责。敏锐感知社会症候的变化并不难，但要感知是什么引起了社会症候的变化，是什么常常对突发事件舆情起着催化、升温乃至膨胀的作用，并针对发现的问题，真诚、慎重、勇敢地开出自己的药方，则更是重中之重，也是写作这本书的主要目的。其次，这是立足于现实社会环境的需要。互联网新媒体所具有的社交性、私密性、便捷性和移动性等特点，使得舆论、舆情发酵、生成、引爆、扩散，乃至产生巨大舆情效应的过程得以极大地缩短。及时把握突发事件舆情的变化特点，有助于准确判断舆论急剧扩散形成舆情危机前的“引爆点”，有助于在舆论扩散过程中开展推动或疏导工作，有助于设计舆论引导方案，制定舆论引导的对策。再次，这也是立足于突发事件舆情研究领域理论探索的需要。任何人的研究成果都不是凭空得来的，也不是轻松得来的，必须下功夫才能取到真经。从这点来说，为形成较为缜密、严实又行之有效的理论框架，李暄查找了很多中外新闻传播经典理论，不仅运用成熟的、至今仍能使用的学术观点为自己论点进行阐释，还根据当下新闻传播的具体实践去发现它们的局限性。

另外，本书还有两个特点。一是很接人气，即引用了很多国内外舆论研究成果阐释并佐证自己的论点。二是很接地气。李暄于2014年6月参加了由中宣部和中国记协举办的马克思主义新闻观师资培训班，经过系统培训后按照要求去多所大学和各类培训班进行授课，该书内容也是其进行专题讲座的内容。这本书以马克思主义新闻观为指导，以习近平新时代新闻思想作引领，理论紧密联系我国突发事件舆情实际，联系我国新闻专业教育及研究现状，理论为人民服务，为社会实践服务，更显示出本书的独特的定位特征与理论说服张力。

喻国明

（北京师范大学新闻传播学院执行院长、教授、博士生导师、
长江学者，国务院学位委员会新闻传播学科评议组成员）

2018年12月1日



第一章	关于突发事件新闻判断研究的出发点 / 001
一、	新闻判断、价值观、价值取向核心概念界定 / 001
二、	突发事件新闻判断话语体系的意义 / 007
三、	突发事件的含义与传统媒体、新媒体、新闻发言人 / 013
四、	传统新闻判断遭遇的新媒体赋权 / 022
第二章	突发事件新闻判断问题的基本成因 / 032
一、	新闻判断的规律性认识与发现 / 032
二、	引起突发事件舆情的三个具体因素 / 038
第三章	政府新闻发布与信息公开 / 045
一、	信息公开与互联网的政治传播 / 047
二、	信息公开的历史沿袭与变迁 / 052
三、	信息公开遇到的现实困境 / 055
四、	政府站位问题与舆论引导能力 / 060
五、	信息公开的几个关键节点 / 062
六、	信息公开与政府公信力的提升 / 078
七、	信息公开与“新闻执政”时代课题 / 084

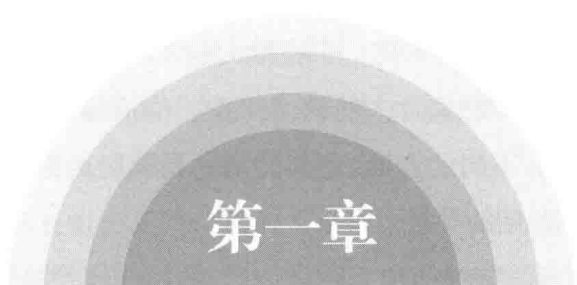
第四章 对互联网舆情社会文化传播地位认识不足 / 104

- 一、异军突起的网络舆论新势力 / 105
- 二、关注网络舆论的内省与变异 / 110
- 三、网络舆论自身的短板与伦理困境 / 113
- 四、社会公共领域网络舆论的治理 / 128
- 五、网络舆情中的谣言问题 / 136
- 六、网络舆情的监督与舆论引领认识 / 143

第五章 传统媒体专业传播的舆论影响力辨析 / 148

- 一、传统专业媒体遇到的挑战与考验 / 151
- 二、传统专业媒体与新媒体传播的比较 / 169
- 三、传统专业媒体的影响力、公信力重建 / 176
- 四、做好传统专业媒体应急机制 / 189

后 记 / 194



第一章

关于突发事件新闻判断研究的出发点

一、新闻判断、价值观、价值取向核心概念界定

新闻判断,在这里指的是“新闻价值的判断”,而非“新闻的价值判断”。许多人把后者当作前者,导致在新闻选择加工处理过程中过于片面,认为宣传作用压倒一切,夸大、重复、推迟、隐瞒成为常态,致使新闻媒介公信力难以提高。新闻价值的判断,是指判断新闻信息的优劣,实际指的是含金量,即以一定的价值尺度判断事实的价值,或者针对事实提出一种价值。新闻价值的判断以事实判断为基础和前提,也是事实判断的目的和动力。价值判断以意识、认识、情感、意志诸种形式,反映事物与我们的关系。再来说说价值观修养,价值观是对事物的一种主观判断,判断它是什么、判断它的重要性。因此,新闻判断与价值观有着必然联系。新闻判断其实也是新闻人看待世界的观念,从这点上说,两者又是一回事。“不同事物的价值是有高有低的,因为价值反映客观事物满足人的需要的程度,它依赖于人的价值标准。人对不同事物的价值判断不同,价值排序就不同。”^①新闻在本质上是一种价值现象和价值存在。新闻作为实践和精神劳作的结果,以一定知识和要求规范作为其内容的基础和支撑,但以价值作为其内容的灵

^① 马少华,“批判的价值次序”与评论的选题问题[J],新闻与写作,2011(2).

魂和精髓，体现着一定的价值取向。价值取向是人们在一定场合，以一定方式采取一定行动的价值追求。它来自人的价值体系、价值意识，并表现为政治取向、功利取向、道德取向等不同的方面。“人的每一具体行为的取向或定向，都是各种具体价值取向综合作用的结果。”^①

人类是以社会化形式存在的。马克思对人的社会属性是这样定义的：“人是一切社会关系的总和。”^②社会关系是变动的，作为社会关系总和的人的本质，也就不是抽象的、固定不变的。个体的价值取向深受社会价值取向的影响。目前，“中国特色社会主义进入新时代，我国社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”^③社会主要矛盾变化的重大政治判断，不仅是制定大政方针，长远战略的依据，也是进行各种理论建设的重要依据。因此，正处于社会转型期的我国，社会阶层分化和利益关系多样化，加上西方思潮的涌入，导致人的价值观念和价值取向多元化。特别是人民对美好生活的需要，不再仅限于一般的物质性、心理性需要，而是有了更多、更广泛的社会性需要，比如社会安全、社会保障、社会公正等方面的需要，并呈现多样化、多层次、多方面的特点，对民主、法治、公平、正义、健康、环境等方面的要求也日益增长。与之相比较，我国发展不平衡、不充分的诸种问题，比如公共服务短缺、城乡发展差距和居民收入分配差距加大、生态问题严重、经济与发展的矛盾、各个社会阶层之间的矛盾等都容易引发各种突发事件。

面对一桩具有多重价值意涵的事件，特别是突发事件，不同价值取舍的人可能会得出截然不同的结论。新闻的使用价值不能代替新闻价值，它一定程度上反映公众对新闻内容及传播方式的偏好，也影响着新闻社会价值的传播、接受与认同。新闻价值的判断是新闻的判断基础，是对新闻事实的主观评价，也是对新闻事实所能引起的社会关注度，对受众所能产生影响的判断。在这里，新闻价值的判断能力，不仅仅指一般的新闻价值判断能力，还应该是一种跨媒体的新闻价值判断能力。新闻判断准确与否，关系到新闻传播的成败，也关系着新闻使用价值的发挥。突发事件的新闻判断不仅包括一般的新闻价值、是非曲直、逻辑关系、

① 于森. 榜样在线与偶像生产：媒体引导个体价值取向的机制及困境 [J]. 湖北社会科学, 2011 (4).

② 马克思恩格斯选集（第一卷）[M]. 北京：人民出版社，1995：56.

③ 习近平. 中国共产党第十九次全国代表大会报告 [N]. 新华每日电讯，2017-10-18.

价值取向上的判断，还指在突发事件背景下，媒介与人、媒介与新闻发布，传统专业媒体与层出不穷的新媒体（包括社交媒体、自媒体）之间相互关系的影响与作用，在互联网条件下新闻价值取向上的变化。

新闻传播的历史表明，新闻传播的价值取向决定着新闻传播的具体走向。新闻判断既要求事实判断上的真，还要求价值取向上的善，两者缺一不可。深刻理解并正确运用新闻价值判断，是新闻从业者最基础的素质能力之一。有什么样的公众需求就会有怎样的信息生产，有什么样的社会氛围就会有怎样的热点事件。新闻价值判断的引导既有实践的急迫性，更需理性思辨的深刻性。

新闻及新闻传播的价值研究，早就告别了主客体对立意义上的单一主体，转向了“主体间性”。一是坚持主体间存在的差异性和多元性；二是更加强调交往。从马克思和恩格斯使用“交往”这个概念论证的问题看，它包含了这个词的全部含义，指个人、社会团体、民族、国家间的物质交往和精神沟通。因而，这是一个宏观的社会性概念。^①马克思主义的传播观是建立在其独特的精神交往理论基础上的。早在1845年，马克思和恩格斯就在他们共同合作的《德意志意识形态》中正面考察了人的交往问题，奠定了传播研究的方向和基础。在此后所发表的许多著作中，马克思和恩格斯也对交往范畴做过广义或狭义の説明。“在精神交往的视野下，传播有着迥异于传统理论的内涵界定。”^②交往视野下的现代传播观，蕴含交互平等观念的价值预警，强调传播对人的发展价值。“研究的目的，不仅仅是要了解电视新闻如何生产出来的，更要了解受众意义构建的方式，调查这些信息是如何被解码的”。^③如何在新闻实务研究中提升学理认识程度，解决突发事件新闻判断理论的实践、概念、实用主流与边缘之间的相互割裂现象，探讨突发事件新闻判断的理论，也成为一种实际运用，并且在价值的理念、内容、形式变化中准确把握住其精髓，考验着我们认识新闻价值进行舆论引导的能力和水平。

科技与人类的关系永远是那么反复无常，充满了信仰与背叛。中国社会互联网的发展有目共睹，但突发事件舆论领域背后存在的“话语贫困”，却构成了当前我们必须解决的时代课题。随着中国社会主要矛盾的转换，在突发事件舆情危

① 陈力丹. 关于《精神交往论》的两个学术问题的回复[J]. 新闻爱好者, 2016(7).

② 李欣人. 再论精神交往: 马克思主义传播观与传播学的重构[J]. 现代传播, 2016(8).

③ 霍尔. 电视话语的编码和解码[M]. 伦敦: 伦敦出版社, 1980.

机中也呈现出新特点。天灾人祸与生命安全的矛盾，在突发事件中往往演变为公民权利与社会管理的矛盾；生产效率与经济公平的矛盾，在突发事件中往往会演变为生态正义与社会正义的矛盾；公民自由表达与社会化传播的矛盾，在突发事件中往往会演变为社会民主与政府法制的矛盾。在人与媒体日渐融合的时代背景下，新闻生产的理念、方式、手段、机制等都在发生着深刻的变化，突发事件的新闻判断也呈现出复杂的状态。在新闻生产与消费的矛盾运动中构建新闻文化关系，特别是突发事件中的新闻文化关系，必须适应对象化、差异化的新闻传播新趋势。对于交互性极强的新媒体，传统的大众传播理论已难以合理地解释其传播现象。特别对于突发事件的舆论传播研究，我们也必须从方法到理论都找出新语言。因此，借助邢台“7·19”洪水突发事件、“8·12”天津火灾爆炸突发事件、广西玉林狗肉节突发事件、“5·10”郑州范华培拆迁杀人突发事件、“7·14”三里屯优衣库不雅视频突发事件、“7·2”什邡钼铜突发事件、“7·28”启东排污突发事件等多起重大突发事件的新闻判断，我们试图在当前鱼龙混杂、众说纷纭的舆论场中，发现新闻价值判断变化的新走向，梳理观点内容撞击的新态势，拓宽突发事件新闻判断研究中的新路径。这里不仅有每一个传统专业媒体人在专业传播上必须保持的清醒，也有作为政府、事业单位新闻发言人等方面进行政治传播时一定要寻找的方法，更有社交媒体、自媒体在内的新媒体的社会化传播本应悉心关注的媒介规律、规范、规则和文化着眼点。

过去，我们曾经把新闻价值的判断要素定义为时新性、重要性、接近性、显著性、趣味性等几个方面。但是，随着网络技术突飞猛进的发展，过去时间上的“时新性”瞬间变成了几乎与正在发生的新闻事件同步的“即时性”“随时性”“全时性”；“重要性”的内涵已出现细分倾向；“接近性”已突破机械的地域接近束缚，全方位接近用户；“显著性”已明显突破名人限制，普通人所做的寻常事都有可能成为新闻。除了传播过程的途径和终极目的发生了很大变化外，还有许多新闻价值判断的内涵与外延也跟着发生了变化。比如对于突发事件新闻价值来说，除了重要性、显著性外，其突发性、异常性及人情味等，也有发现新闻价值的可能。因为新闻价值的选择，除了要符合规则性与目的性统一的准则，更要遵循社会需要相一致的准则。新闻的社会需要除了受众需要，还应包括满足社会进步的要求。特别是突发事件发生时，只有选择受众需要与社会需要一致的事

实，新闻才具有最大的价值。有学者指出：“在给新闻价值下定义时，必须把人对新闻的价值追求与新闻价值本身区别开。如果把新闻价值和人对新闻的价值评价混为一谈，把价值评价纳入新闻价值概念之中，那就是对新闻价值客观性的否定。”^①主观价值论的实质，是以报道价值冒充新闻价值。

新的媒介技术打破了原有的传受界限，使新闻信息的生产、传播、接受逐渐融为一体。传播的主客体区别已没有那么明显，传统的点对面的传播方式已让位于多点对多点的交互网状传播、裂变式传播，新闻信息已呈现出海量化、碎片化、即时化、跨时空等特征。在新传播形态的传导和转译下，“强力浏览”和秒杀式的“跳跃阅读”，替代了有逻辑、有条理的信息接收。各种信息中介商还在随时变动的传者和受者之间，加入了智能化的信息过滤系统，大大方便了使用者，同时也控制了使用者。包括微信依托强关系在社交领域称雄，微博则利用弱关系的扩散性形成强大的舆论场域。有学者认为，“新媒介并不是旧媒介的增加，它永远不会停止对旧媒介的压迫，直到它为旧媒介找到新的形态和地位。”而麦克卢汉提出，“媒介即信息，包含着这样的含义：一、一种媒介的产生会在社会中产生新的行为标准和方式。媒介（技术）创造的新环境又影响着人们的生活和思维方式；二、媒介之间是互相关联的，一种媒介注定是另一种媒介的内容。”^②

过去新闻传播的主要理论，尤其媒介效果理论都是建立在传统大众传播模式之下的，而当下传播模式已经急剧改变，新媒体实际上重新定义了人们获取信息的方式方法，而新闻传播价值领域缺乏与之相适应的新的配套理论。许多研究的假说和理论开始失效，或因失效而受到质疑与修正。现存的理论表现出了明显的局限性。虽然传统传播模式仍在运作，但是新媒介带来的新传播模式及新传播环境对传统传播价值理论造成了很大冲击，甚至颠覆。经验主义传播学（经验—功能主义学派）的各种理论假设、模式，技术学派（技术主义控制论学派）的媒介形态作用理论，批判学派（结构主义权力学派）对大众传播制度的批评，很多已无法解释互联网今天的传播现象。比如美国传播学家威尔伯·施拉姆虽然也强调过信息传播模式的双向性，信息在传播过程中会得到再加工，受传者在接到信息后会对传播者产生反馈，但他所指的“传播模式”是早已式微的线性传播模式。

① 曾励. 新闻价值研究中的几个基本理论问题 [J]. 湖南大众传媒职业技术学院学报, 2004 (2).

② 麦克卢汉. 理解媒介 [M]. 南京: 译林出版社, 2011.

还有，美国传播学家马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell McCombs）的“议程设置理论”的很多要素已经有了很大改变，很多传统专业媒体已经缺失官方可控制的舆论引领和引导。还有，奥裔美籍社会学家拉扎斯菲尔德的“两级传播理论”，以前被认为会逐渐减弱，但现在情况并非如此。就拿中国来说，短短几年间涌现出了一大批被称作“大V”的网络意见领袖。与过去所不同的是他们对公众的影响有一个“合理性前提”，即公众选择舆论领袖的观点而不是舆论领袖将观点强加给公众。这对“两级传播理论效应已经式微”的理论推断也是一个反证。另外，德国女传播学家伊丽莎白·诺埃勒-诺依曼的“沉默的螺旋”理论，虽没过时，但所指已有改变。有学者认为，由于信息环境对人们的影响越来越大，身边的信息越来越成为一体。作为传播通道的互联网只是我们信息环境的一个组成部分。在网络空间中，由于“沉默的螺旋”的心理机制仍然存在，网际传播与现实传播具有相似性，“沉默的螺旋”现象并没有消失，只不过其表现形式发生了许多种变化。虽然网络的匿名性让“自己的意见”与“公开的意见”不再矛盾，但受众对网上意见的盲目认知，比在现实社会中的认知有时会发生更大的偏差。

应该说，上面列举的传播学理论都没有完全过时，但都受到不同程度的冲击。如果用过去网络媒体没有兴起之前的新闻价值判断方式去继续进行新闻判断，用头脑中已经储存的信息或经验来判断新接收到的信息，用从证据到储存到判断信息这种依据认知科学家斯坦诺维奇的“认知的吝啬鬼”（cognitive miser）理论来应对，特别是应对突发事件的新闻判断，就会给我们的报道带来刻舟求剑式的被动。如果我们不假思索地盲目搬用所谓网络媒体上的新闻价值取向，则有可能会失去一家媒体及媒体管理者的责任和使命，形成新闻传播价值上的混乱。“正如不止一位学者指出的，与其他人文社会科学相比，中国传播学已经无法与当代中国及其传播实践展开生机勃勃的对话。”^①我们必须充分正视舆情信息传播与新闻传播学经典理论已经不完全适应的现实矛盾，科学审视前人研究的理论成果，在实践中不断探索，总结和论证与舆情信息传播相适应的新理论、新观点，从而更好地认识并把握突发事件舆情信息传播的内在规律。

突发事件发生后，面对危及公共安全和社会正常秩序的状态，各方人士要表

^① 李彬. 重思中国传播学[J]. 当代传播, 2015(4).

述各自的态度、意见和情绪。新闻发言人作为政府公共危机突发事件的舆论发布者,实际上是在进行政治传播;传统专业媒体作为公共危机突发事件舆论的主要传播者,事实上在进行专业传播;社交媒体、自媒体代表公众作为公共危机突发事件的舆论参与者和反馈者,行动上已经参与了社会化传播。这三者共同构成了公共领域围绕突发事件舆论场的完整传播系统和关系。“人类的传播既是关系的产物,也会反作用于关系。如果不能在关系层面重新思考传播,就很难理解今天的传播现象。”^①它们三者的关系代表着政府、媒体、公众的相互影响、相互作用,推动着突发事件舆情的发生与演变。不管这种演变多么剧烈无常,其实质都是政府、媒体和公众之间形成的适应冲突、协调、对抗、平衡或牵制关系的互相作用的结果,三者形成了一个圆形的闭环。三者的关系恶化则预示着舆情危机加重,三者的关系协调则会使舆论朝着危机化解甚至不发生舆情危机的方向发展,三者关系的交汇点则是突发事件舆情中的新闻判断。

二、突发事件新闻判断话语体系的意义

新闻的价值判断是直接建立在对新闻认识的基础之上的。从哲学角度看,新闻的价值判断也是新闻主体与客体之间的意义关系判断。我们不能仅仅从新闻客体自身的属性来规定价值,认为新闻价值是事物本身所固有的某种东西,与人无关;我们也不能仅仅从人自身出发来规定新闻价值,认为新闻价值就是人的兴趣、主观欲望、情感的表达,与事物及事物的发展规律无关。新闻价值不是实体,既不能仅仅归结为客体,也不能仅仅归结为主体。新闻价值是一种关系,主体与客体之间的一种特殊关系,即意义关系。对它的价值判断其实就是对这种比较特殊的意义关系的判断。美国的著名记者B.罗斯科早在1975年就指出,在许多情况下,不仅新闻事件本身具有重要性,事件发生的诱因也非常重要。“以往报道更多的只是关注新闻事件表面的事实,即‘变态新闻’(spot news),极少真正去探究事件发生的原因。”^②突发事件是客观世界现实发生的一种灾难性事实,它是客观的,是一个客体。突发事件的新闻判断,是对突发事件的主观判

① 刘海龙. 中国语境下“传播”概念的演变及意义[J]. 新闻与传播研究, 2014(8).

② 刘建明. 传统新闻价值说的历史终结[J]. 新闻爱好者, 2017(1).

断，带有明显的主观认识倾向性，是一个主体。主体作用于客体会产生差异和冲突，即判断的主观性与事件客观性的冲突，记者或非职业记者职业道德与传播的真实性的冲突，社会公众、受众的知情权与管理者的控制权的冲突，受管理者控制的传统专业媒体与个体社交媒体、自媒体等新媒体的冲突，等等。

新闻的价值判断是一种认识活动。它不是一般性的对新闻客体“是什么”的认识，而是一种特殊的“应当是什么”的认识，不仅要给受众想知道的，更要给受众应该知道的。其着眼点是新闻主体与客体之间的效用关系。新闻的价值评判必须要考虑主体需要和利益，必须把主体需要和利益作为其内在尺度运用于评价、判断的客体。如果说新闻事实性认识追求的是对新闻客体“是什么”或“是怎样”的认识，那么新闻的评价性认识追求的则是“应该怎样”和“不应该怎样”的认识，表达的是新闻主体肯定或否定什么的新闻价值要求。因为任何一个个体、群体对新闻的评价方式都受到他们的需要、利益的制约，都受到反映这种需要、利益的立场和观点的制约。因此，新闻价值的评价与判断，也必然会具有多元性、多样化的特点。从不同的需要和利益、意向和愿望出发，必然会得出不同的结论。“现代新闻价值是指新闻满足受众需要表现出的效应，体现为受众对新闻的精神获益或由它得到的物质利益。”^①新闻价值的效益类型也应当包括新闻的获知价值、新闻的激励价值、新闻的抑恶价值及新闻的趣味、娱乐价值等，从来不存在一个没有立场和观点的价值评价。价值评价总是依据评价者的立场和观点的不同而有所差异。“主观客观化正是判断学展开和进行研究的前提，事实上，人类众多错误判断的根源就在于对主观的客观实在性、局限性和规律性认识不够，其实它被人有意无意地设为了禁区。”^②任何一个研究范式的创立与创新，都应当从其本体论、认识论及价值论三个角度来分析探讨。“个体与社会、行动与结构，在建构主义那里始终难以有一条互为贯通的桥梁。”^③因此，系统性地建设突发事件新闻判断的话语体系，让不同的声音、不同的态度进来，就显得很有意义。

① 刘建明. 传统新闻价值说的历史终结 [J]. 新闻爱好者, 2017 (1).

② 陈敏. 判断学 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2011: 1.

③ 塔奇曼. 做新闻 [M]. 麻争旗, 等, 译, 北京: 华夏出版社, 2008.

恩格斯说：“一门科学提出的每一种新见解都包含这门科学的术语革命。”^①按照恩格斯关于自由和必然的思想可以发现：信息时代对信息科学技术的开掘利用，正将人的实践推入一个新的阶段。“人的自由也将在认识和利用更复杂的必然性，特别是在对人自身的全面提升中被赋予自觉、自为的现实内涵。”^②西方国家在当代新闻话语体系的创建中，做了大量有益的工作。我们在引进和借鉴时，如果不对其新闻判断的学术话语进行一定的分析和价值判断，就会去充当其新闻观的“搬运工”。我们必须扎扎实实地学习和掌握马克思主义新闻观，对西方话语既有所吸纳，又有所扬弃，科学地创建和合理地借鉴相结合，来丰富我国突发事件新闻判断的话语体系。

我们说价值观是人们对社会存在的反映，是社会成员用来评价行为、事物以及从各种可能的目标中选择自己合意目标的准则。在20世纪50年代，美国心理学家克鲁克洪强调价值观是一个多水平、多维度观念体系所具有的选择、取舍功能，它是个人或群体的特征，可能会影响人们对行为方式、手段及其结果的选择。1991年，我国著名心理学教授杨中芳将中国人的价值体系分为文化理念层次、社会制度层次和个人行为层次。英国媒体理论家斯图亚特·霍尔在20世纪90年代指出：“媒体就是‘象征’的代言人。”他认为：“媒介是通过象征性符号来支撑意志的过程，这个新观点打破了‘内容分析’花园里的天真无邪。分析信息，不是通过信息本身显示内容，而是通过它的意识形态解构。”^③因此，我们把新闻价值取向定义为直接影响着人们工作态度和行为的指导人们新闻行动和决策判断的总体信念。

新闻的价值观，是建立在新闻传播现象、新闻传播活动基础上的传播主体与传播客体之间的价值现象和效用关系。它是一个包括了自在性价值观、制约性价值观、效果性价值观的三元结构的价值体系。自在性价值主要是指新闻事实本身，比如“新”和“真”的特点等；制约性价值体现在传播过程的诸多因素中，比如媒体伦理等；效果性价值是指新闻所产生的社会效果。这三者互相关联，提

① 恩格斯. 资本论. 北京：人民出版社，2004：1.

② 康兰波. 恩格斯自由和必然思想与信息时代人的自由[J]. 重庆邮电大学学报，2011（4）.

③ 霍尔. “意识形态”的再发现——在媒介研究中受抑制后的重返[M]. 杨蔚，译，桂林：广西师范大学出版社，2005：179.