

融媒体视域下警察形象传播策略分析

■ 胡 婧 汤文祚

摘 要 塑造良好的警察形象是公安软实力的具体体现，反映了警务治理能力和治理水平，然而仅仅依靠传统媒体塑造警察形象的宣传效果已经不能满足时代发展。随着科技水平的进步，传播媒介丰富融合，在融媒体视域下如何进行警察形象传播成为当前警察公共关系关注的热点问题。结合当前我国融媒体发展和警察形象传播现实以及国外经验，提出加快融媒体平台建设、完善警媒合作机制、整合警方自媒体资源及培养专业公关人才等警察形象传播对策。

关键词 融媒体 警察形象 媒介融合 形象传播 精准投送

在推进国家治理体系和治理能力现代化的进程中，公安机关坚持“政治建警、改革强警、科技兴警、从严治警”工作方略，不断提升公安综合实力，实现公安工作高质量发展。公安综合实力既包括公安硬实力，也包括公安文化软实力。公安文化软实力具有吸引性和凝聚性，更易于提升群众的安全感、获得感和满意度。警察形象的塑造和传播是公安文化软实力的具体表现，有利于维护国家政治安全和社会稳定，营造良好执法环境，构建和谐警民关系。科学技术迭代更新推动着信息传播体系的不断发展，“融媒体”已成为时代的主流。如何在“融媒体”环境下

塑造和传播警察形象是一个崭新课题。

一、融媒体时代背景

（一）融媒体的界定

自2014年“媒介融合元年”至今，我国逐步从媒体融合迈入融媒体时代。融媒体与媒体融合不尽相同，但融媒体涵盖了媒体融合的应有之义。媒体融合发展并不是简单的“传统媒体+互联网”，而是将以内容为核心和以平台为基础的两部分互相融合，内容与平台协同推进，不断提升媒体的传播力、引导力、影响力和公信力。媒体融合向融媒

作者：胡 婧，北京警察学院公安管理系讲师；汤文祚，北京市公安局通州分局民警

基金项目：本文系北京市社会科学基金项目“接诉即办”背景下首都公安机关警民沟通机制重塑（项目编号：21GLB031）阶段性成果。

体的转变既是媒体自身的需要,更是发展的必然。融媒体是通过汇集和利用各种媒介载体,充分融合广播、电视、报纸等传统媒体与微博、微信、客户端等新兴媒体,在保留其各自优势互补性的同时兼具媒体既有共同点,全面整合人力、内容、技术、宣传等资源,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。

融媒体是由传统新闻的单媒体生产转变为多媒体多渠道的新闻生产方式,以满足各类终端消费者的需求,实现资源共享、成本节约以及效益最大化的媒介理念和载体。融媒体既是一个理念又是实体媒体。理念层面,融媒体秉持以发展为前提,以扬优为手段,在传播过程中使传统媒体与新媒体形成优势互补,从单一媒体到多媒体融合“你中有我,我中有你”的同时大大提高了整体竞争力,打通介质实现共享使其更好地为我所用,为我服务。融媒体虽是实体媒体却不能独立存在,还须依托传统媒体资源内容以及人力物力等,扬优去劣,在价值、功能和手段方面得到很大的提升。

(二) 融媒体的特点

1. 整合性与超文本性

融媒体将新媒体传播方式多元化的优势发挥极致,突破报刊杂志等传统媒体以纯文字配合图片为主的信息传播方式的局限,融合文字、图片、动画、音频、视频等多种媒体形式,从表现形式和信息容量方面发挥新媒体特有优势使内容更具生命力。传统媒体一直以来作为新闻主战地,其内容素材的权威性、公信力、三审三校制度带来的信息精耕细作与可靠性又弥补了新媒体的不足。融媒体充分融合各类媒介载体,打通传统媒体与新媒体间的介质界限,融为一体合而为一。

2. 即时性与交互性

新技术的快速发展不断催发新媒体的更新迭代。融媒体背景下,互联网与移动互联网成为信息传播的主要途径,两微一端等成为信息传播的主要工具,传受一体、去中心化、双向互动成为信息传播的特点。新媒体打破了信息传播的时空界限,为信息即时传播提供了便捷渠道,使受众群体更加快速地了解掌握实时资讯内容。在此过程中,网友不再只是被动接受的受者,而是逐渐兼具传者与受者的双向互动功能,可随时发布信息与他人即时共享。

3. 巨量性与分享性

融媒体时代来临,汇集各种媒介载体,充分融合广播、电视、报纸等传统媒体与微博、微信、客户端等新媒体使得信息数据急剧膨胀,各种内容资讯通过各种渠道汇聚于融媒体平台,为核心内容的整合提供了海量信息。新媒体给受众群体提供了实时分享和互动的可能,网友可随时随地获取及分享信息。在互动过程中网友个人观点的交流讨论及回复转发又会助推信息量的增加,扩充原有信息内容的深度和广度。

4. 个性化和分众化

融媒体的个性化与分众化成为其与单个媒体及传统媒体的显著特征。任何一个用户都可以自成一个媒体单元,在信息共享和互动过程中以不违法违规为底线,自由发挥自己的个性化特质,表达意愿分享内容。融媒体所带来的海量信息使得大众根据自己的喜好选择不同类别内容,用户需求更个性,细分更充分。分众化传播向对同类信息感兴趣的传播对象进行“精准推送”,充分满足受众的需要。个性化内容与分众化传播使媒体信息的影响力进一步扩大,更容易针对某方面内容形成“现象级”传播。

二、融媒体对警察形象塑造的作用

（一）打破刻板印象，重塑警察形象

近些年来，大众对警察执法不规范等“刻板印象”往往呈现标签化、同质化等特点，在别有用心力量煽动下成为一种负面印象，甚至形成涉警舆情，造成大众对警察群体的普遍贬损及排斥。在这一形势下，公安机关依靠传统主流媒体发布消息的方式存在滞后性且实际效果欠佳，而融媒体的即时性、交互性及超文本性为重塑警察形象提供了很大帮助。公安机关可以利用融媒体平台，对优秀民警事迹宣传奖励，对违法违纪及做出不符合人民警察身份的民警进行惩处，及时处理舆情事件，即时更新公开透明，可以更好地重塑警察忠诚正义的正面形象。

（二）传播渠道多样，影响范围广泛

融媒体通过打通各种媒介载体，拓宽传播渠道，实现传播方式多样化。公安机关既可通过传统主流媒体权威发布有关维护警察形象的官方信息，又可在“两微一端”等新媒体上结合图片、动画、音视频等对警察形象进行生动趣味的宣传。融媒体的分众化特点使多种传播方式更好匹配不同类型受众的需求与选择，而融媒体的传播范围则涵盖了不同年龄阶段以及各个社会阶层，从而扩大影响范围，使正面的警察形象深入人心。

（三）个性特征明显，宣传效果显著

由于各地区公安机关日常工作与地域环境的差异，融媒体可以充分调配当地广播、电视、报纸等传统媒体与微博、微信、客户端等新兴媒体资源，在宣传方面可以结合当地地域特色，打造独特的警察形象，突出地方特色的同时使警察形象更加生动立体。融媒体的海量信息和多媒体融合助推了正义忠

诚的警察形象的树立和宣传。

三、融媒体视域下警察形象的传播途径与模型——以“最美逆行”女警为例

（一）警察形象的传播途径

1. “最美逆行”女警形象的树立

据平安北京官方微博通报 2018 年 2 月 11 日 13 时许，在西城区西单大悦城商场内有人持械行凶。警方迅速开展处置，当场将嫌疑男子控制。处置过程中北京市公安局西单大街派出所民警渠立萌因被拍下一张“最美逆行”照片而被大家称为“最美逆行女警”。11 日当天微信朋友圈转发其“最美逆行”照；12 日“最美逆行女警”标题位居微博热搜排行榜首；部分网站迅速对西单大悦城一案及“最美逆行女警”进行编辑报道；中央政法委长安剑对渠立萌进行专访直播，而后“最美逆行女警”形象成功树立。

2. “最美逆行”女警形象塑造中的媒体应用

（1）门户网站与官方网站

2018 年 2 月 12 日凌晨，《北京西单突发恶性凶案，逆行女警视频感动无数网友》在搜狐网站上发表，报道了渠立萌奋不顾身的逆行以及她所创作并参演的“西单反扒神曲”，累计阅读量 17 万，不仅是为个人更为西单派出所民警乃至北京警方树立了忠诚无畏的良好形象。此后，搜狐网等单位及个人账号，人民网、凤凰网、新浪、网易等门户网站相继报道。

2018 年 4 月 16 日中国新闻网发布《“最美逆行女警”渠立萌：红墙卫士，守护一方平安》，对“最美女警”进行后续宣传，此后各大网站争相转发。文章通过对渠立萌的

深入采访,从工作经历、参与反扒宣传片创作、“红墙卫士”三方面塑造了一个忠诚履职、素质过硬、无私奉献的青年民警,展现了新时代首都公安过硬素质和良好形象。

(2) 短视频和直播网站

2018 年 2 月 13 日,中国长安网对话“最美逆行女警”渠立萌并进行直播,其对话内容被各大网站采纳争相报道。在北京青年报官方微博首发。4 月 28 日,北京青年报网官方微博发布《抓得了小偷,唱得了神曲,写得了书法……“最美逆行”女警就是她》的视频,在北京青年报官方微博点击 50 余万次,在北京青年报秒拍视频点击量 101 万次。这个短视频作品以及与其相关的融媒体报道,不仅受到广大公安民警的喜爱,更向全社会展示了“红墙卫士”的风采。此后,腾讯视频、爱奇艺视频等也发布了有关渠立萌相关事迹的短视频。

(3) 微博和微信公众平台

2018 年 2 月 11 日 22 时咸宁网警巡查执法微博官方账号发布《警察不可以不勇敢,她是女警中最美逆行者,巾帼不让须眉!》一文。4 月 28 日,平安北京等各地各级公安机关官方微博转发北京青年网发布的《“最美逆行女警”就是她》视频。仅平安北京官方微博播放量 1182 万次,点赞量 31000 余次,评论 5000 余条,转发 2400 余次,经过转发和传播后,在各个机构和个人微博平台上,相关视频和微博点击量超过 2300 万次,转发评论点赞近 4 万次,网友互动活跃,“最美女警”形象宣传效果良好。

2018 年 2 月 11 日微信公众号“执法手册”最早发布“最美女警”渠立萌为内容的文章,阅读量 1.2 万余次,为各大网站提供了新闻素材;中国新闻网、上官新闻、中国警察网、新警事儿等微信公众号平台相继发

表以“最美女警”为内容素材的文章 39 篇,累计阅读量 28 万余次,北京西单“最美女警”渠立萌的形象深入人心,成功塑造了一批忠诚正义尽忠职守的优秀青年民警形象。

(二) “最美逆行”女警形象传播

“最美逆行女警”的外部形象传播过程历经资源汇聚、选题策划、采编制作以及多渠道发布四个主要环节,而这四个环节都依赖于媒体融合分享。当前融媒体背景下,数据库资源通融是基础。广播电台、电视台、报社等传统媒体获取素材更具有权威性和真实性,而网站及微博微信、视频平台的内容收集速度更快,内容也更加丰富,传统媒体与新媒体优势互补使得新闻素材、资源内容通过文字、图片、音视频等多种方式汇聚到同一交流平台建立起强大的数据资源库。由于在选题策划方面传统媒体与新媒体的主题内容相同但报道方式有别,因此选题策划方面要根据不同媒体的传播方式有针对性地策划。新媒体选题可以更加个性新颖,内容展现更加生动有趣;而传统媒体可以从“最美逆行”女警的事迹切入,通过实地采访报道突出渠立萌个人的优秀品质并借以树立警察群体的良好形象。采编制作环节则要打破各自为战的工作模式,在图文编辑、音视频剪辑及编排审核上实现人力整合,资源共享,强调协同配合做出质量更好水平更高的优质内容。最后将适合新媒体及广电发布的内容区别发布,使各个发布渠道精准推送不同用户群体,从而完成外部形象传播。警察组织不仅关注了“最美逆行女警”事件发展和社会舆论的实时动态,也积极参与了正向引导,同时与传统媒体新媒体等及时沟通联系,警媒合作保证信息通畅与资源通融。

形象设立不仅依靠外部形象,也由内部形象组成。内部形象难以通过如外部树立的

方式进行宣传,更多则是在事件发生过程中以及报道中得以体现。警察的内部形象体现警察价值观念以及职业道德等,其塑造过程是一个团队或组织长期潜移默化和激励引导的过程,是精神层面的正向引导。“最美女警”渠立萌正是在组织的培养和引导下树立了正确的价值观念和职业道德,才能在此次事件中做出正确判断和选择,用实际行动向人民群众彰显一名女警的忠诚和尽职。

内外形象结合展示使警察形象的设立更加生动,也使警察形象的传播更有影响力和感染力。优秀警察形象传播所形成的社会反馈也会为警察组织未来的宣传工作提供基础和借鉴,选取更具有时代特征、优秀特质以及鲜明特点的形象,不断改进宣传方式方法,实现宣传公安民警正面形象,有助于构建和谐警民关系,营造良好执法环境和提高公安机关公信力。

四、融媒体视域下警察形象传播的域外借鉴

随着传播媒介的迅速发展,一些发达国家开始积极探索运用融媒体进行警察形象传播,从警察形象的传播方式、传播内容、传播运营以及传播受众等方面进行了具体实践,为我国警察形象传播提供了有益借鉴。

(一) 传播方式:抓住机遇,积极探索

警方媒体部门在新媒体普及之初便积极探索警务宣传及警察形象传播的方式。加拿大皇家骑警在2009至2011年期间分别开通了Facebook、Twitter、YouTube和Instagram等多个官方账号。作为联邦警察,加拿大皇家骑警对省警、市警起到了引领作用,各地警局相继开通Facebook、Twitter、YouTube和Instagram等。无论是警局原创还是转发

新闻事件,各地警局从刚开始的更新频率较慢到如今一天多条多账号同时更新,实现用户通过多种渠道浏览实时消息,时效性强,互动性高,传播范围广,在速度和数量上保证了良好警察形象的传播。

(二) 传播内容:兼顾形象,提高关注

警察形象传播的内容是警察公共关系策划工作的核心,可以直观快速建构形成形象。英国警察部门在传播警察形象的具体过程中,兼顾抽象形象和生动形象,全方位塑造维护社会治安和保护公民人身财产安全的良好警察形象。一方面,细化各个警局的组织任务、未来愿景,设定符合各地区执法环境的警察核心价值观,将这些宗旨和观念以文字形式呈现在每一个警局的官方网页特定板块中。网民通过对战略目标、发展规划和全体警员核心价值观的初步了解,首先建构直观抽象的警察形象。另一方面,网民在浏览新闻报道、活动纪实等图片及音视频后,能够结合已建构的警察形象加以充实完善,树立起生动完整立体的警察形象。

(三) 传播运营:上下联动,同步更新

在各大平台的运营管理方面,上级警察机构官方网站有下级警察机构包括Facebook、Twitter、YouTube和Instagram等所有平台账号汇总链接。为了实现“全媒体”运营,每一个警察局官方网站上都集合了该警察局的所有媒体平台,可以点击平台图标直接跳转页面,方便快捷。每个警察机构都设有新闻媒体部门,再小的警局官方网站也有单独版块公示该局媒体部门负责人和工作人员信息。上级网站发布的重大消息能够做到下级各警局及时转发,每个警局的实时消息可以多平台同步更新,专业化程度好,运营管理秩序良好。

(四) 传播受众:依据类型,挖掘特质

警察媒体部门在发布消息时，根据警员与不同公众群体的互动，注意选取警察形象塑造的侧重点挖掘其多种特质。警方常组织社区民众开展沟通交流、节日庆祝、犯罪预防宣传等活动，报道侧重警民融洽，警员友善热情，为民服务的特质，通过新媒体的关注群体，精准投送到社区民众。警局不定期走进学校课堂及开展青少年警察培训活动，树立责任心强，正义且有亲近感的温暖形象。警察参与社会公共活动的新闻可着重树立社会责任感强、心系民众的博爱形象。通过不同新闻事件报道角度的不同，能够丰富警察形象，让民众感受到警察机构由铁面无私的执法者向人性平和的服务者的转变。

五、融媒体视域下警察形象的传播策略

（一）加快融媒体平台建设

近两年，媒体融合成为大势所趋，多地多部门着手建立融媒体平台。而警务融媒体平台则是通过公安机关与媒体业的警媒合作进行优质项目、人才、技术的引进建设起来的公安政务服务供应和警务资讯发布平台。用户通过融媒体平台接入公安机关政务服务与警务新闻发布模块办理政务服务、了解警务咨询，同时也将人民群众的用户需求输入数据库沉淀用户偏好，通过数据检索、挖掘与分析，为用户提供更准确的服务，并预测未来政务服务热点，以供公安机关改进平台。融媒体平台建成后新闻报道可通过新闻网站、论坛、微博微信、电话语音爆料、电视广播电台多种方式将内容汇聚到媒体融合技术平台，在文字、图文、视频编辑及编排审核后由新媒体和广播电视两大途径进行发布。融媒体平台的运行能有效缩短资料信息

的整合时间，节省新闻采编的人力物力，扩大传播渠道，有效助力良好警察形象的树立。

（二）完善警媒合作机制

建立友好的警媒合作关系是警察形象塑造的有力保障。警察的职责是依法打击违法犯罪、维护社会公共秩序和安全，而媒体的主要任务是发布信息和进行信息传递。媒体通过公安部门获得新闻素材，及时传播信息，提升自身的影响力；公安部门需要借助媒体的多渠道平台达到与社会沟通的效果，以期工作得到公众的理解、信任与支持。公安机关要与电视台、报社、广播电台等传统媒体建立联合沟通机制，定期进行走访交流，促进警媒之间的了解。同时还要注重与网络新媒体各公司和平台的互动联络，使媒体人在与公安机关的深入接触中理解警务工作的特殊性以及民警工作的艰辛。注重新媒体在树立良好警察形象中的作用首先要正视网络新媒体。变堵为疏，把握主动，消除民警“惧媒、恐媒、防媒”的心态，在合法合情、不影响案件侦查、不泄露机密的情况下，为网络新媒体报道提供便利。警媒及时沟通，主动整合新闻宣传材料提供给媒体，方便媒体编辑资料，也为媒体对热点事件的关注和实地深入采访提供便利。

（三）整合警方自媒体资源

近几年来，微博、微信、短视频、聚合类平台以其即时性高，互动性强，受众广泛等优势特点在新媒体领域迅速发展。各类媒介不仅被各级公安机关充分利用起来，一大批民警也通过个人账号平台参与到警务工作宣传中。个人账号更新的内容与官方账号相比更加广泛，除了涉及日常警务工作，犯罪预防宣传，也包括个人生活类的部分内容，表达方式通俗接地气更加生活化，氛围更加放松使公众乐于接受，容易引起共鸣，从而

弥补了官方媒体账号的不足。

公安机关官方自媒体与民警原创自媒体账号的激增使得资源整合的重要性越来越凸显。现今,通过上级公安机关官方网站查找下一级公安机关所关联的网站或媒体账号的功能还未能实现,同时各级公安机关也未能梳理并关联该单位的所有官方媒体账号以及民警个人自媒体资源。如果各级公安机关整合梳理本单位官方及个人自媒体资源,民众便于查询和关注多个平台信息,警务宣传工作将会取得事半功倍的效果,警察形象的传播途径将进一步扩大,影响范围更加广泛,影响效果更加明显。并且,在涉警舆情发生时,公安机关官方与个人自媒体同时发力,可以多途径多方面地引导舆论走向正向发展,扩大受众范围,快速通报警方信息,及时正名发声破除谣言,从而维护好警察形象。

(四) 培养专业公关人才

中央政法工作会议明确指出,要总结推广“网上枫桥经验”,推动社情民意在网上了解、矛盾纠纷在网上解决、正面能量在网上聚合。融媒体背景下,公安工作趋向由社会治理的单向管理转变为双向互动、线下实际工作趋向线上线下融合、单纯部门监管转变为社会协同发展。培养既有公安业务知识和经验,同时熟练掌握新媒体技术与运营管理的专业公共关系型人才,才能紧跟时事热点贴近人民生活,更好地协助公安机关做好线上宣传与涉警舆情处理工作。

现今,国内公安机关少有设立专门的公共关系科或独立的宣传部门统一负责单位内外的线上线下警务宣传工作,因此公安机关要特别重视公关人才的培养,组织起一支专业的公关队伍是做好线上公安工作的前提和基础。警务公关人才首先在思想上要把公安工作当作一种信仰,尽忠职守甘于奉献;业

务方面不仅要具有公安实战经验,还要掌握前沿理论知识,洞悉社会发展走向,有较高的新媒体技术操作水平等;在能力方面要具有洞察力、社会交往能力、思辨能力以及良好的沟通表达能力;同时还要求其有细心专心耐心和责任心,有较平和的心态,在涉警舆论对警察形象不利时及时引导社会舆论走向,尽可能降低不当言论对警察形象的影响。

中国特色社会主义已经进入了新时代,实现中华民族伟大复兴既面临更为光明的前景,也需要公安机关付出更为艰巨的努力。融媒体时代的来临,更需要公安机关紧跟时代步伐,坚定信心,以为人民服务为根本宗旨,充分认识到传统媒体与新媒体融合的重要意义,在保留传统媒体权威性的同时积极尝试多元传播途径,转变传统的传播观念,更好利用大众媒介创造性地输出和传播信息。融媒体视域下的警察形象塑造和传播还在不断发展,只有积极尝试,不断探索,才能找到最适宜的发展和传播方式,不断提高公安机关文化软实力,助力公安工作高质量发展。

参考文献:

- [1]张国祚、兰卓.关于公安文化软实力的思考[J].湖南社会科学.2021
- [2]栾轶玫、杨宏生.从全媒体到融媒体:媒介融合理念嬗变研究[J].新闻爱好者.2017.9
- [3]厉晓伟.融媒体环境下地方政府形象塑造研究——以Z区为例[D].山东财经大学.2017
- [4]柴艳茹、曹礼海.警察公共关系[M].中国人民公安大学出版社.2017.9
- [5]北京记协.最美逆行女警察原来是个急性子[Z/OL].2019.5
- [6]邱雅娴.拟剧理论视域下警务社媒内容与传播研究——以英国曼彻斯特警局Twitter账号为例[J].中国人民公安大学学报(社会科学版).2020
- [7]王一波.全媒体时代人民警察形象的主体建构与传播[J].中国人民公安大学学报(社会科学版).2021

责任编辑 尚钰涛