

公安机关应对 涉警网络舆情的对策研究

李丹婷

摘要：随着经济的持续高速发展，我国社会矛盾日益多元复杂，不同利益群体利益分配问题凸现，社会情绪累积，而互联网则提供了一个快捷方便且低成本的言语表达空间，人们已习惯通过虚拟的网络表达各自的诉求。当前形势下，网络舆情危机事件时有发生，研究网络舆情的传播机制以及如何妥当应对网络舆情已成为摆在政府和学界面前一道急迫的重要课题。公安机关在维护社会治安秩序中承担着重要职责，如何对涉警网络舆情进行科学有效的汇总分析、监控预警并妥善应对，构建科学、合理、有效的舆情管理机制，对化解矛盾、构建维护“取信于民”的执法环境，维护社会和谐、稳定，具有重要的现实意义。

关键词：公安机关 涉警 网络舆情 管理机制

中国互联网信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，中国网民规模达10.11亿，互联网普及率为71.6%。^①

近年来，各类涉警网络舆情不断出现，规模及影响力不容小觑，业已成为影响社会稳定、经济发展的重大事件。倘若这些网络舆情处理不当，不仅损害公安机关形象及公信力，还可能煽动不稳定因素，演变成公共安全危机事件。“丰县八孩母亲事件”“独立学院转设风波”“淳安女童失踪案”等颇具影响力的网络舆情事件陆续出现。在此背景下，公安机关如何及时应对网络舆情，特别是解决由相关舆情引发的突发性事件显得极其重要。本文探讨如何加强公安机关应对网络舆情危机的能力，以更加有效地预防和应对网络舆情。

一、涉警网络舆情的特征

涉警网络舆情是网络舆情的一个分支，是

公民围绕与公安机关、公安队伍有关的公共事件发生、发展过程中所持的政治态度通过网络平台表达、交汇而形成的舆情，是民众对涉警问题的态度、意见及情绪的表现总和，包括对警察执法的公正、公平、规范等进行评议，达到影响、规范警方的执法理念、执法行为，实施全程的舆论监督。

通过对近年来发生在我国的各类涉警网络舆情的分析研判，结合国内专家学者的研究成果，涉警网络舆情具有以下特征。

（一）涉警网络舆情的关注度高

涉警网络舆情所涉及的案（事）件多为社会中普遍存在的情况，多数网民在现实生活中都会有所感触，在现实中却无法自由表达意见和态度，因此，涉警案（事）件比较容易引发网络意见与看法，能够触动网民“神经”，有过相似经历或者有感触的网民都会比较关注，并发表自己的看法和意见，在各类社交网络平台上迅速形成各类舆论观点。当前我国正处于社会转型发展期，各种社会矛盾、各类利益冲突凸显，公民权利与政府公权之间极易产生摩擦甚至是冲突。作为国家暴力机器的公安机关当其冲会成为双方矛盾的爆点。“仇警”的社会病态心理使得涉警事件引发的网络舆情往往具有更为强烈的广泛关注性。网络信息的交互性又促使各类敏感的涉警信息成几何式、爆发式的积聚，涉警新闻极易成为炒作热点，使得新闻、信息、舆论偏离事实轨道，形成不利于公安机关或党委政府的社会舆论，进而引发信任危机，甚至转化为实际的警民冲突或大规模群体性事件。

（二）涉警网络舆情存在主体倾向性

任何一起涉警网络舆情，不管是网站发布或者是网民转载、评论，都是以现实的涉警事件或者人物为背景，具有客观实在性，但由于

利益诉求的影响,使得一些个人或者利益团体在发布网络涉警信息时,往往具有强烈的主体倾向性,趋利避害,只发布对自己有利的信息,企图博取网络同情、舆论同情,从中获取己方的最大利益,甚至最终影响了执法公平和司法公正。而公共信息的不对称性则直接导致了这些带有主观倾向的网络意见很有市场,迅速传播,频频导致“舆论审判”,影响现实中的司法公正、执法公平。部分网民还可能受思维水平、阅历背景、生活经验和意愿诉求的影响,发布和转帖涉警舆情时可能会偏离事件真相;可能会把自己的利益诉求掺杂到信息中表达,使得涉警网络舆情具有明显的主体倾向性。出现涉警网络舆情时,网民的第一反应言论是直觉第一,往往没有深入的思考事件的真相和原因。由于涉警信息的不对称性,往往形成意见偏向,容易出现集体无意识化和从众心理。由于网络传播的快捷性和广泛性,使得仇警情绪极易得到传染。

(三) 涉警网络舆情的正反不对称性

在目前“稳定压倒一切”的逻辑背景下,公安工作成了各种利益群体、各类社会矛盾的交汇点和爆发点,被媒体和公众格外关注,互联网上对警察形象的整体评价是负面多于正面。原因主要有以下几点:一是警务工作中仍存在少数不作为、执法不规范、轻程序重实体的情况。这在公众心目中产生一定的负面影响。二是公安机关无视群众的合法权益和利益诉求,隐瞒事实真相,被网民曝光,被媒体、自媒体炒作放大,公安机关的执法权威性和队伍形象受到严重质疑和挑战。三是少数民警的执法理念、执法态度、工作方法欠缺,个体形象会影响到公众对警察群体的整体评价,再经网络的传播和放大,结果难以想象。

与此同时,公安机关对网络宣传阵地的重视不够、正面宣传不够,或者是正面宣传方式老套古板,让公众难以接受,宣传效果不佳等原因,导致网络上涉警舆论的正反不对称性突出,使得涉警网络舆情的负面炒作多发。

二、涉警网络舆情产生的土壤

(一) 涉警网络舆情危机主体

涉警网络舆情危机主体呈现多元化,从公安机关及公安民警拓展到与公安机关相关联组织及其成员,由于管理缺失和人员素质差异,

执法不规范、服务不周全等问题不断出现,甚至一些工作以外的生活琐事引发的经济纠纷、情感纠纷等都导致涉警舆情危机频频发生。

(二) 涉警网络舆情危机客体

造成涉警网络舆情频发的诱因很多,如违法违纪事件、行政管理缺失、执法服务质量投诉、非正常死亡事件处置不当以及负面报道处置不当、缺乏媒体应对技能,当然也包括媒体热衷炒作涉警负面报道、媒体不实虚假报道等。综合分析社会公开面近年来涉警网络舆情,其中既有民警违纪、执法不公,又有暴力抗法、网络恶炒,涵盖面较广,舆情走势复杂多变。数据分析显示,公安机关基层服务质量以及违法违纪事件仍是重点,涉及到民警执法不规范、不作为甚至乱作为等。

三、涉警网络舆情应对存在的问题

近年来的各类重特大涉警舆情都反映出同一个特点,互联网与媒体尤其是自媒体互为推手,引发影响社会稳定的“触点”更多,范围更广。

(一) “后舆情时代”带来的风险挑战

5G时代,公安机关将面对高速舆情、海量信息、万物互联。高速舆情使谣言及负面舆情全速传播。面对突发案件舆情,官方回应一旦迟延,势必被动。万物互联预示着信息源管控更难。现在的信息传播载体有家用监控摄像头、行车记录仪,很多连在手机软件上,数据实时传输,下载便捷、转发迅速,舆情管控难度不小。此外,一些网站、官方公众号成为重大负面舆情衍生的源头。

(二) 对外宣传机制不全

宣传舆论工作有机构、缺人员、缺设备、缺经费,没有一整套强化舆论引导、应对危机处置的工作机制,一旦发生重大涉警舆情事件,往往慢一步、慢一拍,丧失工作主动权,造成工作被动。虽然各级公安机关都制定了关于涉警网络舆情的处置工作规范,但规范内容过于原则,可操作性不够强。危机产生之后,主要领导往往只能凭经验决策,效果不佳。

(三) 应对媒体记者技巧不够

不善于跟媒体和记者打交道,尤其在涉及负面新闻采访时,部分民警不会说、不愿说、不敢说或者胡乱说,造成工作被动、形象受损。面对话筒和镜头,多数民警会紧张、拘束,媒

体应对技巧不够，导致舆论引导效果不佳，甚至因一些不当言论导致事态恶化。

（四）教育培训力度不够

面对涉警网络舆情，公安机关如何有效应对缺乏相应经验，民警参与舆论引导知识方面的培训也很少，从事宣传工作的专业水平不高，提升新闻舆论引导的能力不够，新闻舆论引导、网络舆情监控、专业评论分析相结合的专业人才队伍还没有形成，全警舆论引导的基本技巧还没有普及。在已经比较成熟的民警在职培训体系中虽然安排了有关网络舆论引导和媒体应对的课程，但是仅限于理论为主，很少有针对性地开展实战模拟演练，缺乏可操作性，而这些正是一线民警最需要最实用的。

四、涉警网络舆情应对建议及策略

（一）树立“全警触网”的理念

在现实工作中，每位警务人员都有可能成为涉警网络舆情的主角，涉警网络舆情能否妥善处置，直接关乎每个警务人员的个人形象，关乎整个警察组织的队伍形象。这种工作需要灌输到每位民警的思想观念中，需要通过不断加强职业素养培训教育、争取与单位、个人的业绩考核排名挂钩，通过各种方式和途径渗透到警务工作的每个细节领域。当然，每位警员在工作实践中不断地经历各种涉警网络舆情，或旁观或亲历，亲身体会到涉警网络舆情的重要性、影响力甚至杀伤力，就会自觉自发地融入到涉警网络舆情的全局工作中。

（二）完善涉警网络舆情引导机制

要密切关注涉及公安部门方面的舆情、动态，特别是一些群众关心的焦点、热点问题以及涉法涉诉信访案件，落实专人跟踪走访、回访，并做好法制宣传和停访息诉工作。要进一步规范、完善新闻发布制度、新闻发言人制度，特别是对一些媒体及网民关注，可能网上炒作，具有苗头性、倾向性问题的重大案（事）件、事故，要充分尊重社会公众知情权，及时召开新闻发布会，坚持在第一时间发布权威信息，第一时间公布事实真相，以正视听，消除不实传闻。

新闻发布工作实行统一领导、归口管理。各级公安机关均要设立新闻发布领导小组和新闻发言人办公室。新闻发布领导小组统筹指导新闻发布工作。新闻发言人办公室承担

具体发布工作，负责新闻发布活动的选题策划、材料审核、口径拟定以及现场管理；研究、答复下级公安机关、职能部门就新闻发布工作向上级公安机关请示的重要事项，指导下级公安机关、职能部门开展新闻发布工作。相关业务部门负责起草、提供新闻发布材料和筹备相关事项。

（三）推动警媒融合发展

加快建设公安融媒体中心，推动资源整合、媒体融合、人员聚合。要把舆论引导作为检验融媒体中心能力建设、机制建设和平台建设的重要标尺。要组建公安融媒体联盟，整合各级公安宣传队伍，联动社会主流媒体，建立有料有调的内容供给机制，开足马力生产公安宣传产品。要适应新媒体背景下网络舆论话语体系，始终坚持人在哪里，舆论阵地就在哪里，积极运用融媒体平台，大力发展短视频和网络直播，转变文风，把有意义的主题做成有意思的产品，进一步壮大正面主流声音。要增强全警特别是领导干部的“媒商”，提高媒体沟通和危机公关能力，主动适应在聚光灯下开展工作。

（四）健全全警教育培训机制

把全警舆论引导教育工作纳入公安队伍思想教育规划，纳入领导干部培训规划，作为岗位大练兵的普训课程。要普及全警舆论引导教育，采取组织全警学习《公安机关涉警舆情处置规程》及《公安机关接待媒体记者采访参考用语》、邀请专家讲座、邀请新闻媒体记者交流等办法，逐步提高民警新闻舆论引导的意识和能力。针对公安工作实际，各大公安院校应当专门就网络涉警舆论引导、媒体记者接待等设置专门课程，偏重实战训练，使之成为每位民警应知应会的基本工作技能，成为每位新警上岗之前的必修课。各级公安机关的新闻发言人办公室要制定相应的抽考方案，定期不定期地对一线民警进行技巧训练与考察，使之成为公安工作的常态。

参考文献：

①《CNNIC：2021年第48次中国互联网络发展状况统计报告》，中文互联网数据资讯网，2021年8月27日，<http://www.199it.com/archives/1302411.html>。

（作者单位：浙江省公安厅新闻中心）