

淺談網絡媒體 對警察公共關係的影響

澳門司法警察局侵犯財物罪案調查科主管 張錦輝督察

警察公共關係是警務工作中一個重要環節，隨着社會的發展，警察公共關係越受重視。如今，網絡媒體迅速發展，即時通訊軟件（微信、WhatsApp 等）及社交網站（如 Facebook）逐漸成為公眾發表意見的平台，產生巨大輿論力量，為警察開展公共關係帶來便利的同時也帶來挑戰。因此，警察公關部門一方面應善用網絡媒體樹立警察正面形象，另一方面應及時注意公眾言論的發酵並採取應對措施，同時借助各種網絡平台向公眾展現親和的一面，最終達到公眾主動協助、參與警方各項工作的目的。

一、網絡媒體的普及和影響

互聯網覆蓋全球，消除了地域的阻隔，傳播對象沒有階級或地位的限制，使用者能透過電腦、電視以及智能手機接收多方面的即時資訊。

（一）網絡資訊跨域獲取

網絡媒體，又被稱為“第四媒體”，是除了報紙、廣播及電視等媒體之外，近年快速興起及被廣泛運用的宣傳途徑，它是藉國際互聯網傳播資訊的一種數碼化、多媒體的傳播媒介。凡擁有接收訊息平台的大眾，都可以透過網絡取得最新的資訊，訊息一經發放，便會有特定的人群接收到，再經由該群體，以幾何級數的方式擴大受眾總量。另外，網絡訊息上載後可以長時間留存在網頁內，公眾可隨時隨地瞭解

警察發放的資訊。而網絡媒體優於傳統媒體的另一個方面，就是警察可主動發放訊息的同時，受眾也可以主動地搜尋和下載訊息。

（二）網絡宣傳凝聚公眾

網絡媒體不受時空限制，打破訊息壟斷，可使特定群體在虛擬或實質的環境空間中集結，群體中的每一成員，會因應這個群體的相互交流、群體壓力或共同認可的模式而個別作出相應的調整。近年興起的“快閃”是網絡媒體的產物，它是透過互聯網集結一群互不相識的人，在同一時間和地點進行同一活動，完成後快速消失。

另一方面，網絡媒體的宣傳模式可以是以“點對面”的大眾傳播。例如 2014 年在網上首先發起的“冰桶挑戰”熱潮，是由一個人在互聯網向全世界發起“淋冰募捐”，後來再於互聯網以點對點的人際傳播方式，以一個人挑戰三個朋友的方法使“淋冰熱”逐點倍增地迅速形成世界聯繫鏈。由此可見，網絡媒體的傳播方式是靈活多變的。

在警察公共關係的網絡媒體傳播中，公眾也可以自己決定是否將訊息傳遞給別人。市民大眾在互聯網中經常交流所得的資訊，漸漸成為網上朋友，形成一種群眾力量，關係更加親密，並產生認同感。警察公共關係部門更要善用網絡這種快速凝聚公眾力量的特性，組織關心社會、熱衷公眾事務的群體，尤其是青少年一族，借助他們能對朋輩起正面影響力的優

勢，迅速鞏固民間對警方的支持基礎。

（三）網絡言論形成輿論

在訊息共享的情況下，市民大眾在發放和接收訊息時，一般都會加入一些個人意見。而這些個人的主觀意見，經不斷的傳播、連鎖發放、評論、被“讚”之後，可能會形成一種普遍受眾的主流意見。持相同意見的人在網上留言、讚許，相互吹捧，輿論由此產生。當這種廣受支持的“主流意見”被更多受眾認同的時候，對社會可能形成一種輿論壓力。這種壓力就如輻射擴散一樣，如未能及時處理，可能會發展成嚴重影響社會的事件。去年在香港發生的“佔中事件”，發起人其實於多種途徑頻密宣傳、推動，例如在社交網站建立多個社團及群組，除了呼籲市民大眾集結之外，還發放一些能起激化作用的訊息，以鼓動更多人加入行列。同時，亦透過支持事件的媒體大幅報道，網絡新聞將事件的輿論力量擴大，令社會對整件事的發展及處理手法更為關注。

二、網絡媒體在警察公關中的作用

網絡媒體兼備大眾傳播及人際傳播的優勢，將兩者的工作合二為一，大大減省了繁重的警察宣傳工作量，提升工作效率。

（一）推廣警察形象

傳統媒體對警察形象的推廣，固然不可或缺，但始終屬於偶發性的資訊傳遞，未能做到藉經常性或週期性的推廣來確立形象。近年，司警局逐步掌握及運用網絡媒體的優勢，達致宣傳的效果。例如，每年舉辦“傳媒眼中的司法警察”攝影比賽便能透過傳統及網絡媒體的宣傳，推廣司法警察的形象。比賽除了推進司警局與傳媒的關係外，還能透過記者的專業角度把司警局不同的工作範疇展現於公眾面前，得獎作品隨後在網絡上廣泛流傳帶來宣傳

效果。又由於這些作品的原創者都是傳媒工作者，比賽便不是司警局單方面的自我宣傳，參賽作品會被認為是較能反映司警局工作真實的一面。

（二）警民溝通平台

瀏覽社交網站及以網絡搜尋資料，已經成為一部份市民的日常生活習慣。在網絡平台發佈更多有關司警局的資訊，會令市民對本局的工作及發展有更即時和深入的瞭解。市民除了清楚認識司警局的職務範疇，懂得在甚麼情況下向本局求助外，還會提升對本局的親切感，改變以往怕與警察接觸、怕麻煩的心態。新聞發佈會是由警察向新聞媒體主動傳遞訊息，市民大眾只在被動地接收訊息，參與感及投入感都非常缺乏。透過網絡，警察也可以利用網絡媒體快捷、直接的特點，在固定的網站或網上平台適時準確地把最新訊息傳遞給市民大眾，市民也能發表意見及建議，更能於網上報案。漸漸地，存在於網絡媒體的警民關係從以往的單向的訊息發佈，發展至現在的雙向溝通，形成一個簡單而直接的平台。

（三）提高宣傳效率

傳統的警察公共關係，一般是透過報章、電視、宣傳海報及單張、講座、社區宣傳活動等來推動和維繫的，投入很多人力財力。網絡媒體的普及，令資訊的傳遞更簡便快速。然而網絡媒體存在真實性及權威性不足的問題，所以對傳播新聞資訊和其他重要訊息，並非具有絕對的選擇優勢。但如果以逐步滲透的方式，適時在網絡媒體發放特定的訊息，便能有效地加深受眾對相關資訊的印象，甚至改變他們的意識形態，對其後的一系列延續宣傳及教育起到促進和推動的作用。

三、警察公關善用網絡媒體

在網絡資訊年代，市民大眾能簡單、快

捷、大規模地發佈訊息、製造輿論和發起活動，這將會是警察在處理公共關係上值得重視並要審慎應對的一大課題。

（一）及時應對公眾評論

網絡媒體比傳統媒體優勝的其中一點，也是最重要的一點，就是及時性。由於來自世界各地、任何網民的訊息都可以在瞬間相互傳遞，如果警察未能快速回應或更新訊息，市民便會因應接收的訊息自行猜測和演繹。警察要在市民未提出質疑前主動表態，將事實客觀地向公眾說明及分析，讓公眾更瞭解警察工作及實際情況，以堵塞網絡平台供其他使用者發放不實消息的缺口，讓市民感覺到警察解決問題的能力及誠意，以致更信任警察。但對於未經證實的輿論則應不加評論，避免捲入輿論的漩渦。

網絡媒體是警民溝通的一道橋樑，市民在網絡中發表了自己的意見和建議，其他市民大眾在接收該訊息後，也會發表自己的感受及言論。這個時候，如果警察能及時回應和釋除公眾疑慮，就可增加互信，更能確立警方官方網站的權威性，並獲得公眾對警方工作的理解和支持。當警民間建立良好互信關係後，市民大眾會向警方提供消息及解疑資訊。

（二）監察輿論制定策略

群體間廣泛互傳訊息形成巨大的輿論力量，若群體不分是非，只選擇和單方面發放對群體有利的訊息，便會形成不公的輿論。警察組織要審視輿論，如存在影響警隊或社會的輿論，一方面必須以正式途徑公开发佈澄清聲明，另一方面可透過其他渠道發放正面訊息，避免輿論只傾斜發放一方，影響及誤導未取態的公眾。因此，對於在網絡媒體廣泛流傳的訊息，警方應該進行恆常監察，以防範任何有可能影響警隊聲譽以及運作的訊息。同時，警察公關部門必須掌握網上即時資訊，及時瞭解民

意取向及民情轉變，適當調整警察公關策略並分析輿論發展趨勢，制定相應的警察公共關係措施，才能取得公眾理解及支持，實現警民一家的目標。

（三）妥善處理網絡流言

無論是經由傳統媒體，抑或是網絡媒體，警察對外發佈重要訊息都應該統一由警察公共關係部門發放。因此，警察公關人員要肩負前線對外的的工作，除了要具備專業的公關知識外，也應該提高對外接待能力、溝通能力和應變能力，才能面對網絡媒體環境中很多突發問題。警察公關人員需要良好的文字表達能力、語言表達能力及肢體表達能力，以確保當下新時代警察與市民大眾在網絡及實際環境下溝通互動及訊息互傳的準確性。同時，警察公關人員亦要具備精確的觀察能力，準確地預測、跟進分析並妥善處理問題，減少警民矛盾和衝突。

社會的謠言、流言都是因為市民大眾對某些事情存在懷疑，或對具體情況不清晰，經醞釀、發酵後產生出來的負面結果。要令市民大眾更詳盡了解警察的工作，單靠公關部門的宣傳是不足夠的，因為公關部門的宣傳，一般集中於文字或語言的單向傳遞，而文字語言的解釋遠遠不及行動演繹來得精確和易於接受。所以，當面對任何網上失實的報道或輿論的攻擊，最有效的方法就是全體警務人員以身作則，用實質的行動來回應市民大眾的懷疑或訴求，網絡流言便會不攻自破。要做到以身作則，警務人員應該克己守規、嚴守法律，在日常的警務工作中，應該主動有禮地與市民大眾接觸，建立親切形象，讓市民對警察充滿信心。只要警察隊伍在日常工作中能待民以誠以禮，專業嚴謹執法，獲取市民的信任，在遇到流言或不公的輿論時，市民大眾還是會選擇站在他們所信任的警察隊伍的一邊。