

警察形象建设与危机公关 实务全书

中国广播电视出版社

警察形象建设与危机公关 实务全书

主编：韩 军 王海鹏

(一)

中国广播电视出版社

警察形象建设与危机公关实务全书



主 编 韩 军 王海鹏
责任编辑 杨振国
封面设计 求 实
出 版 中国广播电视出版社
社 址 北京复外大街2号(邮政编码:100866)
经 销 全国各地新华书店
印 刷 北京方圆印刷厂
开 本 787×1092mm 1/16
字 数 1950千字
印 张 100
印 数 1-300册
版 次 2005年10月第1版 2005年10月第1次印刷
书 号 ISBN 7-5043-4010-3/G·635
定 价 998.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

编委会

主 编:韩 军 王海鹏

副主编:刘海涛 郭雅玲

编 委:

郝振宇 徐江中 王力江 张思国

黄玉荣 李德国 夏克修 谭宜波

夏道敏 黎命锋 杜 娟 杨文君

王宏玉 张慧诗 刘华丽 彭学惠

谢 俊 王立靖 徐 冬 李紫涵

王海馨 张海欣

目 录

第一篇 警察形象战略机制与战略调查

第一章 警察形象概述	(3)
第一节 警察形象的含义	(3)
第二节 影响警察形象的原因	(4)
第三节 加强警察形象建设的必要性	(6)
第四节 人民警察形象建设的目标	(7)
第二章 警察形象战略机制	(11)
第一节 形象构成	(11)
第二节 形象效应与机制	(17)
第三节 警察形象战略功能和意义	(24)
第三章 警察形象战略调查	(31)
第一节 人民警察职业形象的战略意义	(31)
第二节 调查的基本方法	(47)
第三节 调查的基本程序	(52)
第四节 警察形象调查的具体操作	(54)

第二篇 警察职业形象建设

第一章 警察职业形象策划	(71)
第一节 策划的意义	(71)
第二节 策划的特点	(73)
第三节 策划的原则	(76)
第四节 策划的程序	(78)
第五节 策划的思路	(83)
第二章 警察职业形象的科学定位	(88)

第一节 概 述	(88)
第二节 警察形象的总体定位	(92)
第三节 警察形象定位的基本方法	(94)
第三章 警察组织形象建设	(97)
第一节 警察组织形象的特性与功能	(97)
第二节 警察组织形象的构成	(99)
第三节 警察组织形象设计的原则	(105)
第四节 警察组织形象设计的工作范围与任务	(107)
第五节 警察组织形象设计实务	(110)
第四章 警察纪律形象建设	(118)
第五章 警察职业形象宣传	(120)
第一节 认知加工	(120)
第二节 人际互动	(126)
第三节 宣传方式	(129)

第三篇 警察职业礼仪建设

第一章 概 述	(135)
第一节 人民警察礼仪的原则和特征	(135)
第二节 人民警察礼仪的意义和养成途径	(136)
第二章 警察仪表礼仪	(139)
第一节 面容修饰	(139)
第二节 肢体动作	(148)
第三节 正装穿着	(156)
第四节 便装选择	(166)
第三章 警察语言礼仪	(175)
第一节 礼貌用语	(175)
第二节 文明用语	(184)
第三节 书面用语	(192)
第四节 电话用语	(198)
第四章 警察公务礼仪	(210)
第一节 办 公	(210)
第二节 接 待	(215)
第三节 执 勤	(226)
第四节 信 访	(231)
第五节 调 研	(237)

第六节 会 议	(243)
第七节 仪 礼	(251)
第五章 警察社交礼仪	(255)
第一节 握 手	(255)
第二节 介 绍	(263)
第三节 名 片	(272)
第四节 乘 车	(282)
第六章 案件(事故)受理的礼仪	(295)
第一节 礼貌待人	(295)
第二节 急人之难	(295)
第三节 政策透明	(295)
第四节 保护隐私	(296)
第五节 避嫌守规	(296)
第六节 疏导为主	(296)
第七节 谦逊耐心	(296)
第八节 尊重人格	(297)
第九节 有礼有节	(297)
第十节 重视举报	(297)
第七章 公安鉴定礼仪	(298)
第一节 主动招呼	(298)
第二节 谨言慎行	(298)
第三节 避嫌尊重	(298)
第四节 保密承诺	(299)
第五节 严肃公正	(299)
第八章 警察走访礼仪	(300)
第一节 走访居(村)委的礼仪	(300)
第二节 走访群众的礼仪	(302)
第三节 走访单位的礼仪	(305)
第九章 警察涉外礼仪	(307)
第一节 国际交往	(307)
第二节 民族习俗	(316)
第三节 宗教信仰	(321)
第四节 国旗的升挂	(328)
第五节 国徽的使用	(339)
第六节 国歌奏唱	(346)

第四篇 警察职业道德建设

第一章 概 述	(355)
第一节 人民警察职业道德的含义	(355)
第二节 人民警察职业道德的基本构成要素	(356)
第三节 人民警察职业道德的作用	(358)
第四节 人民警察职业道德的本质	(361)
第五节 人民警察职业道德的特征	(368)
第二章 人民警察职业道德规范	(371)
第一节 维护社会公正	(371)
第二节 保障公民人权	(387)
第三节 立足为民服务	(400)
第四节 遵守执法程序	(419)
第五节 树立平等观念	(439)
第三章 警察职业道德修养	(458)
第一节 人民警察职业道德修养的现实意义	(458)
第二节 人民警察职业道德修养的内容与方法	(461)
第三节 人民警察职业道德修养与人民警察道德人格	(468)
第四章 警察职业道德建设	(473)
第一节 人民警察职业道德重在建设	(473)
第二节 加强人民警察职业道德教育	(476)
第三节 建立和完善人民警察职业道德评价机制	(482)
第四节 强化人民警察职业道德建设的奖惩机制	(490)

第五篇 警察形象危机处理

第一章 概 述	(499)
第一节 警察形象危机的表现	(499)
第二节 警察形象危机的特征	(500)
第二章 警察形象危机的类型与原因分析	(502)
第一节 警察自身行为不当引起的危机	(502)
第二节 警察组织体制和机制本身缺陷所引起的危机	(508)
第三节 突发事件引起的警察形象危机	(511)
第四节 失实和片面的报道引起的警察形象危机	(512)
第五节 公众心理对警察形象危机的影响	(514)

第三章 警察形象危机预警	(517)
第一节 概 述.....	(517)
第二节 警察形象危机信息的收集渠道.....	(520)
第三节 警察形象危机信息的处理方法.....	(522)
第四节 警察形象危机的预控.....	(525)
第四章 警察形象危机处理策略	(531)
第一节 概 述.....	(531)
第二节 警察形象危机处理的原则.....	(532)
第三节 警察形象危机处理的程序.....	(533)
第四节 警察形象危机处理的策略.....	(535)
第五节 警察形象危机处理的措施.....	(538)
第六节 警察形象危机处理的注意事项.....	(543)
第五章 突发性警察形象危机处理	(547)
第一节 概 述.....	(547)
第二节 突发性警察形象危机处理的原则.....	(548)
第三节 突发性警察形象危机处理的技巧.....	(550)
第四节 突发性警察形象危机处理的流程.....	(554)
第六章 警察形象危机状况下的媒体沟通	(560)
第一节 新闻媒体涉警报道的常见病.....	(560)
第二节 警方应对媒体的不适症.....	(561)
第三节 建立良好媒体关系的意义.....	(563)
第四节 了解媒体公众.....	(564)
第五节 如何与媒体处理好关系.....	(565)
第六节 警察形象危机状况下的媒体沟通.....	(568)
第七章 警察形象危机公关措施	(578)
第一节 抓“热点”.....	(578)
第二节 攻“重点”.....	(579)
第三节 克“难点”.....	(581)
第四节 融“冰点”.....	(582)
第五节 解“疑点”.....	(584)
第六节 强“弱点”.....	(585)
第八章 警察形象危机处理机制	(587)
第一节 理顺警察体制.....	(587)
第二节 改善警务保障.....	(588)
第三节 创新警务机制.....	(589)
第四节 优化教育培训.....	(591)

第五节 转变服务理念·····	(592)
第六节 实施人本管理·····	(592)
第九章 警察组织自身建设·····	(595)
第一节 加强素质建设以立本·····	(595)
第二节 发挥典型示范以立标·····	(595)
第三节 加强规章建设以立制·····	(596)
第四节 加强环境建设以立形·····	(597)
第五节 加强载体建设以立轨·····	(598)

第六篇 警察公共关系

第一章 总 论·····	(603)
第一节 警察公共关系的要素和特征·····	(603)
第二节 警察公共关系的原则和功能·····	(614)
第三节 警察公关基本原理·····	(626)
第四节 警察公共关系活动的程序·····	(644)
第五节 警察公共关系机构·····	(661)
第六节 警察公共关系人员·····	(672)
第七节 警察公共关系意识·····	(682)
第二章 警察公共关系与警察形象塑造·····	(693)
第一节 警察形象塑造公关战略的特征·····	(693)
第二节 警察形象塑造公关战略的构成·····	(694)
第三节 警察形象塑造公关战略的选择·····	(696)
第三章 警察公共关系调查·····	(703)
第一节 警察公共关系调查的意义与原则·····	(703)
第二节 警察公共关系调查的内容·····	(705)
第四节 警察公共关系策划中的创造性思维与技巧·····	(710)
第五节 警察公共关系策划书的设计与写作·····	(713)
第四章 警察公共关系传播·····	(724)
第一节 警察公共关系传播概述·····	(724)
第二节 警察公共关系的传播媒介·····	(729)
第三节 警察公共关系传播的原则及效果·····	(751)
第四节 警察公共关系传播的功能及问题·····	(755)
第五节 警民关系·····	(760)
第五章 警察公共关系的沟通·····	(770)
第一节 警察公共关系沟通的含义和作用·····	(770)

第二节	警察公共关系沟通的内容和原则	(775)
第三节	沟通的技巧	(781)
第四节	群众工作	(789)
第五节	警用谈判	(792)
第六章	警察组织与其他相关组织的公共关系	(801)
第一节	警察组织与新闻单位的公共关系	(801)
第二节	警察组织与外围组织的公共关系	(804)
第三节	警察组织与管区内经济组织的公共关系	(808)
第四节	警察组织与其他政法组织的公共关系	(809)
第七章	警察必备的公关素质	(812)
第一节	警察必备的公共关系意识	(812)
第二节	警察必备的心理素质	(817)
第三节	警察气质的表现	(821)
第八章	警察组织内部的公共关系	(825)
第一节	警察组织内部公共关系的内容和作用	(825)
第二节	警察组织内部公共关系协调的原则和艺术	(831)
第三节	与上级领导的公共关系	(835)
第四节	与下级人员的公共关系	(839)
第五节	与同事的公共关系	(844)
第九章	警察公共关系活动的技巧	(848)
第一节	警察交际活动的基本原则与技巧	(848)
第二节	警察社会服务活动的原则与技巧	(856)
第三节	警察宣传工作的基本原则与技巧	(857)
第四节	警察公共关系活动中的调查方法与技巧	(859)
第十章	警察公共关系中的危机管理	(863)
第一节	警察公共关系危机的性质、特点和常见类型	(863)
第二节	警察公共关系危机监控与防范的途径与方法	(867)
第三节	警察公共关系危机处理的一般程序和方式	(870)
第四节	警察危机公关中的典型对策	(875)
第五节	警察公共关系危机管理案例	(879)

第七篇 新闻发言人与新闻发布会组织

第一章	新闻发言人	(887)
第一节	新闻发言人概述	(887)
第二节	新闻发言人形象塑造	(912)

第二章 新闻发言人应对媒体的策略与技巧	(929)
第一节 开场白的设计	(929)
第二节 掌握主动的技巧	(931)
第三节 新闻发布的语言技巧	(935)
第四节 回答记者提问的技巧	(949)
第五节 记者专访接待策略	(958)
第六节 其他策略	(971)
第三章 新闻发布会的准备与组织实施	(979)
第一节 新闻发布会的筹划	(979)
第二节 舆情调研与文字资料准备	(996)
第三节 政策和口径准备	(998)
第四节 会务准备	(999)
第五节 新闻发言人的会前准备	(1000)
第六节 新闻发布地点的选择与会场的布置	(1009)
第七节 新闻发布会组织	(1010)
第八节 新闻发布会的后期工作与发布会评估	(1013)
第四章 危机传播与新闻发布	(1016)
第一节 概 述	(1016)
第二节 危机、危机管理与新闻发言人	(1052)
第三节 突发事件新闻发布的管理机制	(1094)
第四节 危机新闻发言人的沟通管理策略	(1099)
第五节 危机新闻发布实践	(1110)
第六节 危机传播预案的制定	(1119)

第八篇 警察素质测评

第一章 概 述	(1143)
第一节 人民警察素质的含义	(1143)
第二节 人民警察素质测评的含义和功用	(1145)
第三节 人民警察素质测评的基本原则	(1148)
第四节 人民警察素质测评指标体系的设计	(1151)
第五节 人民警察素质测评方法	(1153)
第六节 人民警察素质测评结果的评价	(1156)
第二章 人民警察素质	(1158)
第一节 警察体育素质建设	(1158)
第二节 人民警察口才艺术	(1218)

第三节 人民警察文化建设	(1314)
第三章 警察政治素质与道德素质测评	(1342)
第一节 警察政治素质测评	(1342)
第二节 警察道德素质测评	(1363)
第四章 警察素质与心理素质测评	(1382)
第一节 人民警察业务素质测评研究	(1382)
第二节 人民警察心理素质测评研究	(1403)
第五章 人民警察身体素质与实战技能测评	(1428)
第一节 概 述	(1428)
第二节 人民警察身体素质与实战技能指标体系	(1438)
第三节 人民警察身体素质与实战技能测评方法	(1441)
第四节 人民警察身体素质与实战技能测评结果及相关分析	(1447)
第五节 影响人民警察素质的因素和提高途径	(1453)

第九篇 人民警察考核与激励

第一章 人民警察的考核	(1475)
第一节 民警考核的含义与作用	(1475)
第二节 民警考核的种类与原则	(1478)
第三节 民警考核的内容与标准	(1480)
第四节 民警考核的方法与程序	(1482)
第五节 民警考核结果的校正与使用	(1486)
第二章 警察的激励和奖惩	(1492)
第一节 概 述	(1492)
第二节 警察激励与警力开发	(1503)
第三节 警察激励方法	(1514)

第十篇 公安信访与警务督察

第一章 公安信访	(1525)
第一节 新时期公安信访工作	(1525)
第二节 信访工作机构与信访事项管辖	(1530)
第三节 信访渠道、范围与程序	(1532)
第四节 信访管理与信访案件管理	(1534)
第五节 公安信访目标管理与内部工作制度	(1537)
第六节 信访监督	(1544)

第二章 警务督察	(1551)
第一节 警务督察工作职责	(1551)
第二节 警务督察处(队)职权	(1551)
第三节 督察队员工作守则及其督察机制	(1552)
第四节 受理控告、投诉的范围及工作承诺	(1553)

附录 相关政策法规

中华人民共和国人民警察法	(1557)
110 接处警工作规则	(1562)
公安机关督察条例	(1566)
公安机关人民警察内务条令	(1568)
公安机关人民警察执法过错责任追究规定	(1576)
公安机关窗口单位服务规定	(1579)

第一篇
警察形象
战略机制
与战略调查

第一章 警察形象概述

第一节 警察形象的含义

人民警察形象代表着国家、政府，是社会关注的焦点。树立良好的人民警察形象，对维护党的领导，维护政治稳定，维护社会安定具有十分重要的意义。加强警察形象建设，就必须双管齐下，坚持“内强素质，外树形象”的方针，在人民群众中树立起可亲、可爱、可敬的警察形象，沟通警民感情，改善警民关系，最终形成警民共治的良好局面。

何为警察形象？形象是指一个社会组织及其行为通过传播在公众心目中所确立的综合印象，即公众对一个社会组织的全部看法和总体评价。而警察形象则是指人民警察给予人的直观的、具体的、形象化的总看法、印象或感受，即社会公众对警察的总体评价。它是民警价值观念、职业素质、道德修养、廉政意识、服务作风、办事效率、警容风纪的综合反映。警察形象体现了公安机关的精神风貌，是民警内在在精神品质和外在行为方式的集中体现，包括仪表形象、纪律形象、业务形象、服务形象和知识形象等。

形象，是一种公众评价。警察形象是公众对警察组织的整体评价。它包括四个含义。

（一）警察形象的本质是公众评价

形象的本意为外形和表象。但是，在管理中，警察形象的实际意义是警察对社会所带来的影响，这种影响非常复杂。警察组织的根本目的是服务于公众，因此，以公众对警察工作是否满意的评价作为公众对警察行为的回应，是一个重要的管理概念。

（二）警察形象的形成是一个过程

警察形象的形成包括两个方面：警察组织的职能输出和公众对警察的了解与评价。其中，警察组织的自身表现是基础；其次是公众对警察的了解与理解。重视警察形象，是对警察职能输出结果的关注。