

新时期下对企业舆情管理的思考

(石佳 中核陕西铀浓缩有限公司)

摘要：近年来,随着网络的快速发展,互联网平台越来越成为企业宣传自身、传递信息、展示风采,弘扬主旋律,传播正能量的一种重要途径,但网络媒体在给企业带来便捷的同时也带来了舆情危机,不同层度损害了企业形象。因此,如何不断提升快速应对网络舆情、正确引导网上舆论、及时有效处理网络舆论危机的能力,是当前企业面临的一项重要新任务。我们必须高度地重视网络舆情监管,未雨绸缪,要正确应对、及时处理、有效监控。

关键词：企业；舆情管理；舆情应对

前言

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调,党的新闻舆论工作是党的一项重要工作,是治国理政、定国安邦的大事,要适应国内外形势发展,从党的工作全局出发把握定位,坚持党的领导,坚持正确政治方向,坚持以人民为中心的工作导向,尊重新闻传播规律,创新方法手段,切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

随着信息技术的普及和互联网新媒体的崛起,舆论传播的快捷性、大众化得到极大提升,舆情对企业的影响日益凸显。舆情管理得当,有助于企业的快速成长,反之则给企业带来负面影响,甚至造成重大经济损失。毫不夸张地说,加强舆情管理已经成为企业绕不开的一项重要课题。

中核陕西铀浓缩有限公司作为我国大型核燃料科研生产基地,全力确保核品生产线的安全稳定运行是我们的使命担当。涉核企业对舆情管理具有更高的要求,做好涉核企业舆情监控工作是企业保持健康、高效发展的迫切要求。目前,公司正处于转型换挡期,公司的改革调整、运营发展、后勤保障等涉及民生问题的领域,更容易出现舆情,关键岗位上舆情的爆发甚至可以影响到公司核品生产线的安全稳定运行。试想,如果没有一个良好的舆论环境,小则影响企业健康发展,大则关乎国家社会的稳定。

一、当前企业面临的舆情环境分析

1、根据中国互联网络信息中心第42次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2019年6月30日,中国网民达到8.02亿,其中手机网民为7.88亿。在如此庞大的网民群体面前,但凡是涉及到安全、环境等广大民生问题,一旦有了风吹草动,就会铺天盖地蔓延,然而发布言论者则无需考虑承担法律责任的问题,就会显得肆无忌惮,同时一旦有重大事件发生,一些负面舆论就会通过网络传播开来,在传播过程中有些网民就会添油加醋、以讹传讹,还有部分网民则不会质疑信息的真实性,人云亦云,没有成熟的思考,仅凭主观臆断继续对事件发表意见,导致真相的掩盖、言论的失实。像这样一传十,十传百不加节制的传播下去,就会在短期内形成强大的舆论风暴,造成不堪设想的严重后果。如果不加以科学有效的应对,极有可能造成工作被动,影响企业的形象。

2、互联网传播的便捷性增大了舆情危机暴发的可能性。过去舆论传播相对较慢、渠道较少,企业出现的部分舆情往往被掩盖或被其他各种信息所稀释,不太容易形成大规模的舆情危机。但在“互联网+”时代,“人人皆媒体”,即使是一些较小的舆情也很容易被快速传播且在网络上被放大,这就容易形成“好事不出门,坏事传千里”的局面,形成大的舆情危机。

3、当前,公司正处在改革发展的关键时期,时刻面临着各种各样的矛盾。内部职工对深化改革、经营管理、安全生产、劳资分配等都会有不同的意见和看法,有的甚至是对企业重大政策措施存在误解误读,这些看法、评价和舆论倾向若长期不断聚积,极易引发舆情。因此更需要良好的舆论环境,才能保证深化改革发展取得更大的成效,才能更好的维

护好企业的核品生产线。因此，公司要高度重视不良舆情的监测与研判工作，并采取适当措施进行积极引导，在发展核心业务的同时，同步提高企业软实力，积极开展新闻宣传工作，减少不良舆情，消除负面影响，才能达到维护企业品牌形象、提升企业品牌价值的目的。

4、传统媒体的影响力在降低。公司为了加强舆论宣传引导，创办了自己的内部报刊、电视等，但由于各种互联网信息获取的便利性和各种媒体的蓬勃发展，相关受众更愿意以互动的方式参与讨论，而不是被动地接受，这些传统的媒体的影响力正在逐步降低。

因此，公司在如何适应网络化的挑战，不断提升快速应对网络舆情、正确引导网上舆论的能力，营造风清气正的网络舆论环境，成为当前舆情监管工作必须面对和解决的重大课题。

二、企业舆情管理存在的问题

长期以来，国有企业一直比较重视促进国有资产的增值和保值，而忽略了国企品牌等国有无形资产的建设和维护。企业的健康发展离不开舆论的支持，但是负面舆情却损害了企业形象，制约了企业的发展，因此要深入研究企业不利舆情的成因，以采取相应措施，形成有利于企业发展的舆论环境。

1、外部环境有“影响”

现阶段，我国社会发展已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。对于企业来讲，更是在转型过程中遇到了各种危机，诸多涉及改革调整、民生安全、公共卫生、环境问题等突发事件和社会现象，网民就会表现出强烈的思想波动。开放共享的网络平台，无异于提供了思想的“温床”，网络上网民们可以进行利益表达、情感宣泄、思想碰撞，甚至可以影响到某些事件的结果。因此社会大环境的改变，成为各个企业舆情管理所不可忽视的客观因素。

2、企业自身有“短板”

企业在经过这些年来的快速发展，整体管理水平有了很大的提升，但是距离社会发展的需要及职工群众的期望，还有不小差距。特别是企业在改革调整发展的进程中，各式各样的问题依然存在，而这些问题往往就是负面舆情产生的祸根。

2.1、劳动关系问题。2017年2月，有网民在百度贴吧称：中核陕铀汉中机电公司违规过量使用劳务派遣工人恶意批量辞退员工。该帖子一经发出，集团公司第一时间监控到了此次舆情，公司派出相关人员奔赴汉中机电公司调查了解相关情况，发帖人也删除帖子。经了解该职工发布的言论有不当事实，目的就是想把事情做大，引起领导关注。像这种问题的出现就是企业在改革过程中更容易暴露出问题，特别是劳动关系问题与职工的生活紧密相关，近些年来国家积极倡导全面依法治国，涵养法治意识，使职工的维权意识也逐步增强，安全措施落实不到位、薪酬体系不合理、社会保障不完善等问题，就会在网上发酵，给企业造成负面影响。

2.2、行政管理问题。企业忽视、拖延或无效地回应舆情，要么是因为觉得事情不大，要么是因为觉得事不相关，甚至是心存侥幸，让它自然消亡。但在大多数情况下，对舆情忽视或反应迟缓都会错过第一时间处理公众舆论的机会，甚至让本来与企业无关的假新闻变得与企业相关，甚至有害于己。2017年2月26日，公司生活区神龙药业失火，不断有群众围观，有人就用手机对火灾现场进行拍摄并上传至互联网，声称405厂着火了。后经网友们的发酵与传播最后演变成了核工厂着火了，随之而来的就是核泄漏、核爆炸、核污染等不实言论，引起群众恐慌。

2.3、安全事故问题。充分掌握与舆情相关的各方信息，了解事件发生、发展真相，是舆情处置的基础。但现实情况是，舆情来源的相关各方因信息不对称、诉求不一致等原因，极难达成有效的配合，这样就会导致处置思路、处置方式和处置措施的错位，这就很难成功地应对舆情，甚至引起舆论反弹或次生舆情。2017年10月7日，“遥远的中核工业405-1A工程暴露出法制下——残暴施虐与肆意妄为”提及工程中频发核泄露、缺失防护措施及施工人员未得到合法权益保护，该帖子一经发出，公司内部部门第一时间联系到了发帖人，陕铀公司经历50年的发展历程，从未出现过核泄漏等重大安全事故，发帖人只是想博人眼球，关注自身问题。

3、舆情监管存“滞后”

通过近期发生的舆情来看，目前，公司的舆情监管还是处于被动状态，究其原因，还是舆情管理存在短板，舆情监控滞后于舆情的发生。

3.1、思想认识不到位。对网络舆情重要性认识不够，舆情危机意识不够强烈。有些同志会认为身正不怕影子斜，只要依法合规、合理经营，那些莫须有的事情就会随着时间的流逝自然消失，对出现的网络舆情就会采取消极措施，造成网络舆情难以监管。还有同志狭隘的认为，舆情监管是上级部门的事，他们通报我们看看，他们不通报跟我也没啥关系，往往有些可以遏制在摇篮里的舆情，就会借机膨胀发酵，一发不可收拾。

3.2、应对准备不到位。目前，公司在舆情监管中成立了舆情监测中心，建立了相应的工作机制，但是在实际工作中，人员在发挥作用上还不到位，缺少网络舆情监控的专业知识储备，发挥作用还不是很理想，舆情工作没能形成一盘棋的局面，没有完善的信息共享机制，各自闭门造车，导致工作处于被动局面。

3.3、应对能力不熟练。对出现的网络舆情，缺乏有效监管抓手，不能适时果断地处理危机。舆情管理者业务不熟、能力不足，遇到突发的舆情事件就会手忙脚乱。有时只能扬汤止沸，删除网络帖子，越删越多，不能根本解决问题。有时不能准确判断舆情的轻重缓急，眉毛胡子一把抓，从而放大了事件的负面影响，丢失了网络舆论宣传主动权。

三、企业加强舆情管理的措施

如何做好舆情预判防范处置工作，是舆情管理者的工作重点。把主要工作做在前头，将会简单而效果极佳。因此，对于舆情管理工作而言，如果能够尽早地发现征兆，对其进行搜集、上报、分析、研判，及时制定应对措施，就有可能防患于未然。

1、建立舆情研判机制。工欲善其事必先利其器，预判能力在舆情主动引导回应方面，发挥着十分重要的作用。要及时有效地检测到舆情信息，就必须配套完善舆情检测机制，加大与各个主流媒体的沟通交流，充分利用舆情监测系统，形成稳定、有效、快捷的沟通渠道，对需要处置的信息准确研判，全面跟踪，分级处置，及时有效化解。只有准确预判舆情事件的爆发、舆论反应和舆情走向，及时发现、追踪相关舆情热点和话题，才能赢得舆情危机处置的主动。这样，面对危机舆情处置时就会有的放矢、走在前面，引导舆论朝着积极的方向发展。

2、完善舆情处置机制。加强企业新闻宣传和舆论引导工作，增强企业新闻宣传工作和自身的企业形象建设。企业舆情危机具有突发性、破坏性和紧迫性的特点，及时处置才能大事化小、小事化了。所以，一旦发生舆论事件，企业必须第一时间出现。要在第一时间启动应急预案，积极主动开展新闻宣传，解疑释惑，掌握话语权。在网上舆论引导过程中，要摒弃喊口号、“贴标语”的宣传手法，多接地气，多用朴素语言、多用美图美景、多讲感人故事，增强信息的感染性、趣味性。第一时间介入网上舆情，第一时间发布权威信息，第一时间作出客观评论。集中力量、机动灵活、多点出击，特别要积极借助社会网络平台发声，形成正面舆论的强大声势，用正确导向消除杂音噪音，用真实声音挤占谣言空间。公司应根据自身特点制定相应的规章制度，建立舆情报告制度、舆情响应机制和舆情处置预案，促使舆情管理标准化、制度化。

3、建立企地联动机制。企业舆情处置应加强与地方政府相关部门的合作，借智借力，提高应对能力，消除社会上对企业的不良言论。同时，发生舆情时，企业内部各个相关部门应互相联动、各司其职、信息共享、形成合力。2017年9月1日，陕西省委环境保护督察组转办洋县环保督察组第014号信访件反映“中核陕西铀浓缩有限公司直接将工业污水排入下峪水河，造成严重水污染问题”，洋县环保监测执法人员立即进行现场调查，并在在洋县政府官方网站发布调查通报，通报中声明陕铀公司工业污水排放有着严格的监管体系和监测标准，均在上上级部门多重监督下达标排放，生活污水也经处理后排放，该群众所反映的问题不属实。但是此时，有网民断章取义，将“中核陕铀公司污水排入洋县下峪水河，造成水污染问题的调查通报”改名为“中核陕铀公司污水排入洋县下峪水河，造成水污染问题”并附污水排放漫画插图一张，随后数字洋县微信公众号上发布一篇文章《关于中核陕铀公司污水排入洋县下峪水河，造成水污染问题》，后经网民加工发酵，澎湃、搜狐各大门户网站转发，瞬间成为网民关注热点。公司及时介入，联系洋县县委网信办，第一时间查找到发帖人。该发帖人称就想以此标题吸引更多的人关注其账号，公司在对其批评教育后，

及时删除网贴。同时网信办也联系搜狐、澎湃新闻对其中的不实言论进行了删除。公司与地方政府密切联系，加大合作交流，将舆情消灭在萌芽状态。

4、畅通职工诉求机制。转变工作作风，主动关心职工群众，对于职工群众反映的问题要高度重视，不能置若罔闻。公司制定《企业领导信访接待日》制度，公司领导每月与职工面对面，倾听职工诉求，态度真诚，不居高临下；行动真诚，不虚以委蛇；情感真诚，能换位思考，及早化解矛盾、解答疑惑、解决问题，从根源铲除不良舆情产生的土壤，杜绝不良舆情事件发生。职工有需求就要及时倾听、有效解决，不让矛盾激化，诚心实意为公司群众做实事，办好事。因此，在舆情危机的处置中，真诚面对问题，真情面对公众，真心解决问题，才是化危为安的上上之策。

5、建立舆情培训机制。公司要明确舆情管理主管部门，配置具备相应技能和知识能力的舆情管理专门人员，在企业内部每个基本单元可设置专兼职舆情信息员，建立相互联系、相互补充的舆论管理体系，并建立责任追究制度；要高度重视公司内部通讯员工作队伍建设，开展多层次培训，将培训工作常态化，丰富培训内容，创新培训形式，并结合公司实际选定培训内容，提高培训针对性，把系统培训与专题培训、理论培训与技能培训等有机结合，为做好新闻宣传工作提供有力保障；要结合企业实际，有针对性地组建舆情信息员队伍，整合资源，形成合力，通过专题性的网络文章、微信及跟帖等，进一步加强企业网上舆论引导工作，营造较好的网上舆论环境；要建立专家学者队伍，积极开展核科普活动，进社区、进校园，让大家人人懂核，不再谈核色变。同时，企业还应定期开展模拟桌面演练，以练促战，提升全员舆情应对能力。

四、结语

舆情管理工作是一个不断探索、不断完善、不断创新的新课题。每一次危机对企业来说既是一种考验，也是企业成长进步的机会。目前企业舆情管理还存在一些问题，但是对于企业来说，练好内功是基础，舆情掌控是关键，舆情引导是重点，舆情处置是核心，只有紧跟网络时代发展的步伐，加强企企合作、企地合作，量身定做适合企业自身实际的舆情管理办法，做到预防沟通为主、标本兼治、监控有力、应对有方，这样才能营造风清气正的网络环境，才能为企业健康稳定发展营造良好的舆论环境。

参考文献

- [1] 人民网舆情检测室. 如何应对网络舆情?[M]. 新华出版社, 2011.
- [2] 国资委. 当前中央企业不良舆情现状分析及引导对策研究[EB/OL].
<https://wenku.baidu.com/view/dd33felba8114431b90dd844.html>.
- [3] 韩冰. 网络舆情:企业宣传工作新的着眼点[J]. 政工研究动态, 2009(23):30-31.
- [4] 侯端. 新媒体环境下企业舆情应对措施的研究[J]. 科技展望, 2017, 27(15).
- [5] 刘维君. 新形势下如何做好企业舆情管理工作[J]. 中国煤炭工业, 2013(12):48-50.
- [6] 胡小乔. 新媒体时代企业舆情管理与危机应对趋势[J]. 公关世界, 2013(5):62-63.
- [7] 张克生. 舆情机制是国家决策的根本机制[J]. 理论与现代化, 2004(4):71-73.
- [8] 刘毅. 略论网络舆情的概念、特点、表达与传播[J]. 理论界, 2007(1):11-12.
- [9] 曾润喜, 王晨曦, 陈强. 网络舆情传播阶段与模型比较研究[J]. 情报杂志, 2011(5):119-124.
- [10] 周昕, 黄微, 滕广青, 等. 网络舆情传播模式解析与重构研究[J]. 情报理论与实践, 2012(12):25-30.
- [11] 唐涛. 基于情报学方法的网络舆情监测研究[J]. 情报科学, 2014(1):124-128.
- [12] 王青, 成颖, 巢乃鹏. 网络舆情监测及预警指标体系构建研究[J]. 图书情报工作, 2011(8):54-57.
- [13] 曾润喜. 网络舆情的管控工作机制研究[J]. 图书情报工作, 2009(8):79-82.
- [14] 刘焕成, 杨彩云. 政府网站化解网络舆情事件的能力研究[J]. 图书情报知识, 2012(1):124-129.
- [15] 梅松. 政府网络舆情治理中的主要问题及对策思考[J]. 电子政务, 2011(6):76-79.

作者简介

石佳，男，1987年8月出生，河南南乐县人，南华大学核能与核技术专业工程硕士，2009年参加工作，2017年调入公司党委宣传部工作，宣传干事，助理政工师。先后荣获公司“先进生产工作者”、“优秀员工”、“双文明职工”，荣立“示范工程建设三等功”。