

如何加强新形势下国有企业网络舆情的管控与处置

李春雷

(济南市华能天然气有限公司, 山东 济南 250032)

摘要:网络舆情管理是现代企业的一项必要任务,但国有企业网络舆情管理工作还存在许多不足,包括主动性差、反应慢等,以及思想渗透等原因,国有企业也处于不利的舆论环境中。因此,国有企业需要充分了解当前的舆情,并做好各项工作。

关键词:新形势;国有企业;网络舆情;管理;分析;处置

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.301

1 企业面临网络舆情风险的主要特征

1.1 网络舆情具有较强的突发性。在网络时代,网络舆情一旦被触发,就会迅速传播。每一个微小的“舆论点”汇聚、聚焦,在短时间内形成信息链、时间链和发展链。网络舆情的突如其来,体现在很多舆情几乎是企业无法察觉的,一下子风雨交加地席卷了整个城市,让企业摸不着头脑。

1.2 网络舆论的影响力更是无穷无尽。在国企面前,个别网民的沟通效果很小,但这种行为一旦聚集起来,就引起了共同的关注和声援,“孤掌”就变成“共鸣”,“陌生人”形成了“发声团队”,对企业的伤害和杀伤力不可小觑。网络具有全球性,国内发生一件小事,舆论影响将从国内蔓延到国外。近年来,国有企业的海外市场越来越大,项目也越来越多。网络负面舆论将严重影响海外业务,如正在进行的海外项目招投标、项目建设和人员交流可能中断,不仅会给国有企业的发展造成不可挽回的损失,还会对国家利益造成不利影响。

1.3 个人权利网络维护呈现普遍性。随着人民生活水平的提高和利益诉求的多样化,各种维权行为日益增多。维权人士认为,“信访不如网络”,而信访、法律等维权成本比网络维权更快、更广泛。尤其是当员工和消费者向公司投诉或发生利益纠纷时,一些人往往在网上分布自己的偏见和不满,寻求网络的支持,以获取更大的“优势”和“主动权”。无论事件真相如何,个人往往会被视为“受害者”、“被压迫者”,企业本能产生“欺凌”、“店霸”等负面印象,把企业推入舆论风暴。

1.4 网络舆情成为重大事件“导火索”。网络舆情处理不当,会形成连锁反应,甚至导致各种问题和矛盾集中爆发,成为企业重大事件的导火索。近年来,一些涉及企业利益的群体上访、信访、示威等事件,与网络舆论有很大关系。研究分析,很多此类事件的发展,都是通过网络信息的传递、评论、传播,造成不同程度的网络舆情甚至网络煽动,从而导致大量民众聚集形成民间乱象。网络舆情与突发事件的交织,往往将局部事件转化为全球性事件,严重影响企业的生产经营秩序和可持续发展。

2 网络舆情对国有企业的影 响

2.1 网络舆情影响社会保障。国有企业经济的平稳健康发展,关系到人民群众的日常生活。如果相应的网络舆情发生在国有企业,将在一定程度上影响社会的安全与稳定。事实上,随着互联网的迅速发展和网民数量的迅速增加,当今时代每一件公共事件的发展都与网络舆论的介入密切相关。与现实世界相比,网民更愿意在熟悉的网站上就自己感兴趣或关心的问题发表言论和进行讨论。网民的信息甚至点击率被放大成各种舆情,再通过网络媒体转载链接,可以迅速提升更具代表性的舆情和声音,从而形成网络舆情。

2.2 网络舆论会影响人们对国企品牌的信任。在发生网络舆情事件时候,企业的处理方式是非常重要的,因为人们群众高度重视着网络事件。政府等相关部门的处事方针是稳定社会秩序,在此基础上查处相关的企业。如果处理不当网络舆情事件,群众就会对国企品牌的怀疑甚至抛弃,从而影响国企的生存和发展。群众大部分

都是盲目跟风的,他们非常关注事情的真相。他们将通过网络舆论的变化,关注与国企有关的问题。如果处理不当,那么公众就会对网络舆情的内容产生怀疑,并进行猜测,进而想象,如果企业不采取合理的措施进行处理,就会使公众失去耐心,完全失去信心,其结果将是公众弃之不顾。

3 国有企业处理网络舆情存在的问题

现阶段,一些企业对网络舆情事件都加强了管理和控制,但仍存有一些问题需改善,只有解决了这些问题,才会更好的帮助企业发展。第一,国有企业没有正确的认识网络舆情事件,仍是用传统的思维和方法对待,对网络舆情的影响缺乏敏感性,缺乏必要的防范手段,就没有办法在出现网络舆情事件的第一时间去解决。其次,没有及时的处理网络舆情事件,对网络信息中的负面信息存在隐瞒、拖延等心理因素,对企业不利,没有在第一时间控制事态,使得不好的影响在逐步扩大,对国有企业的社会形象产生了很大影响。最后,没有很专业的应对网络舆情事件,不善于主动发布正面信息引导舆情。所以,网络舆论偏向负面新闻,给企业的社会形象带来了不好的影响,也导致了企业内部出现了消极的工作氛围,不利于企业的长远发展。

4 舆情处置的改进对策

4.1 搭建工作平台。国有企业要正确认识网络舆情的复杂性和易变性,更加重视网络舆情,把舆情处置作为工作的重要内容,切实完善工作机构和相关支撑体系,加大人力资源等方面的投入,合理分工,明确职责,确保舆情能够得到有效处理,同时,我们也需要采取相应的防范措施,使个人对舆情危机的处理能力和水平得到有效提升。

4.2 加强内部沟通。根据以往经验分析,企业相关职工网络言论的说服力和破坏力应该更大。因此,企业要有效应对舆情,就必须保证内部和谐发展,加强内部沟通。具体来说,国企需要充分掌握一线信息,并对员工自身思想动态增加了解,在实际工作中为员工解决合理诉求,从而有效减少相关舆论隐患。国有企业管理者还需要加强基层话语权,并有效拓展员工反馈渠道。对有不同意见的员工要合理对待,营造公平、公正、民主的氛围。企业还需要加强思想政治工作的开展,使员工能够增强企业之间的归属感,患难与共,具有良好大局意识和责任感,从而进一步增强企业的凝聚力。

5 结论

综上所述,企业树立正面公众形象和社会形象的途径之一就是做好网络舆情管理工作,对企业的发展有非常重要的意义。所以,企业需要采取规范的方法,做好评价工作,及时采取措施解决舆情问题,避免给企业带来损失,促进企业良性的发展。

参考文献

- [1] 冯艳妮.浅谈国有大型企业网络舆情管理机制的改进优化[J].现代经济信息,2017(16):85.
- [2] 吴恩江,郑江伟,何长坡.国有企业网络舆情管理策略探讨[J].北京石油管理干部学院学报,2016,23(03):13-17.