

织密舆情防护网，助力企业高质量发展

——国有企业员工网络舆情认知与应对策略

张勇刚 方茜

云南昆明卷烟厂 云南 昆明 650000

摘要：在新闻舆论工作座谈会上，“一项重要工作”“一件大事”和“五个事关”充分阐释了新闻舆论工作的重要地位和作用。新媒体环境下，信息传播打破了时间空间限制，一件不起眼的小事可以瞬间传遍整个网络，网络舆情也趁机逐渐发展扩大，影响日益增大。同时，社会大众对一些国有企业特殊的经营属性了解不够全面，存在一定偏见和误解，网络上一旦出现与本企业相关的不实信息以及负面新闻，社会公众极易会受到误导，使本企业成为众矢之的。本文研究了国有企业员工在社交媒体使用情况、网络舆情认知、网络舆情应对中的现状与存在的问题，通过提出多维应对理念、强化意识与知识、提升灵活性与协作能力等多维策略，全面提升企业员工网络舆情认知水平和应对能力，改善企业形象，增强公众信任，为国有企业的高质量发展织密一张坚实的防护网。

关键词：网络舆情；社交媒体；风险意识；团队协作

一、研究背景

国有企业作为国民经济重要组成部分，在增加财政收入、促进就业、助力脱贫攻坚和乡村振兴等方面作用突出，但受生产经营特殊性及片面过激声音影响，呈现“贡献非常大、形象不太好，正面声音小、负面指责多”的舆论现状。尽管近年企业加强新闻舆论工作取得一定成效，舆论环境有所改观，但整体现状未根本扭转。当下互联网快速发展，中国网民规模达11.08亿，互联网普及率78.6%，手机网民11.05亿，国企舆情管控面临来源多样化、传播速度加快、影响力愈发显著的挑战，舆情管理难度大幅增加。二十届中全会5次提及“舆情”或“舆论”，凸显国家对网络舆情管控的高度重视。在此背景下，提升国企员工网络舆情认知与应对能力势在必行，这能助力企业健全舆情监测预警机制，有效应对舆情风险，更好承担政治与社会责任，塑造正面形象，增强公众信任，同时为决策提供支持，提升运营效率和市场竞争力。

二、国有企业员工在网络舆情方面存在的问题

为深入探究国有企业员工在网络舆情方面存在的问题，本文特别设计了一份针对性的调查问卷，内容聚焦在社交媒体使用情况、网络舆情认知、网络舆情管理与应对三个核心维度。为确保数据的科学性和严谨性，利用SPSS软件对问卷数据进行了信度及效度分析，均达到了统计学上的可接受标准，表明问卷具有较高的可靠性和有效性。

（一）一些国有企业员工在社交媒体使用中存在的风险

互联网时代下，舆情主要发源于网络空间，国有企业员工对社交媒体的高度应用直接会衍生出一些潜在的网络舆

情。同时，问卷也揭示出了员工社交媒体使用中存在的三大核心舆情风险问题。

1. 主流社交媒体使用率极高，舆情扩散风险增大

微信是员工最常使用的平台，舆情在此发酵后传播速度快、影响力大；抖音等短视频平台使用率也较高，内容容易呈病毒式扩散，舆情爆发后难以控制；员工社交媒体活跃度高，进一步加剧了舆情扩散的潜在风险。

2. 社交媒体使用行为多样化，舆情管理挑战倍增

员工主要用其娱乐消遣、获取信息，行为更难预测和管理；少数员工会发布工作相关内容，若放松警惕泄露敏感信息，极易引发负面舆情；多数员工对工作相关新闻置之不理，降低了对舆情事件的敏感度。

3. 社交媒体使用不规范，舆情监管难度加剧

社交媒体是员工了解企业舆情的重要渠道，员工易受不实或负面信息影响跟风评论，损害企业利益；部分员工缺乏舆情识别知识，无法有效应对舆情，加剧风险；还有员工舆情意识不足，可能无意识泄露敏感信息、发表不当言论，进而引发舆情事件。

（二）一些国有企业员工在网络舆情认知方面存在的问题

国有企业员工对网络舆情的认知会对网络行为产生直接影响，通过问卷发现员工在网络舆情认知方面普遍存在以下三个问题。

1. 舆情认知能力不高，警觉意识待增强

部分员工未充分认识网络舆情重要性，少数人甚至不了解，仍停留在传统思维，未意识到负面舆情传播快、易损

害企业形象；仅半数员工认为舆情对企业发展至关重要，反映出员工对舆情的敏感性、警觉性不足，忽视其对企业形象、新质生产力培育的影响；同时员工对潜在舆情缺乏预判和防范意识，易导致企业应对突发舆情时措手不及。

2. 舆情相关知识欠缺，风险意识需提升

员工普遍缺乏舆情识别、分析、应对等专业基础知识，对舆情理解不深入；多数人缺乏实战或模拟演练经验，对舆情风险无直观感受，难以及时准确应对；部分员工仅关注主流媒体舆情，忽视社交媒体、网络论坛等新兴媒体动态，而这些平台是舆情发酵传播的重要渠道，易造成认知偏差。

3. 舆情分析水平有限，系统思考需深耕

部分员工分析舆情仅停留在表面，无法深挖背后原因、发展趋势及影响因素，对舆情概念理解差异大，认知的深度和广度不足；面对舆情缺乏系统性思考，只关注短期动态，忽视长期影响，限制判断决策能力；且分析时仅关注表面言论和情绪，忽视深层次原因，导致舆情应对效果不佳。

（三）国有企业员工在网络舆情应对方面存在的问题

网络舆情的突发往往伴随着潜在的风险与挑战。员工作为直面网络舆情的第一线，其应对方式无疑对舆情风险的走向具有决定性的影响，通过问卷发现员工在舆情应对方面存在以下三个方面问题。

1. 是舆情风险应对策略缺乏

员工应对方式单一，多选择向上级报告，与同事讨论、主动澄清等多元积极策略使用较少，缺乏灵活性；部分员工面对负面信息逃避或置之不理，应对不及时，易错失舆情处置最佳时机，增加扩散风险；应对策略成熟度不足，缺乏统一明确的方案，非最佳策略的选择易导致舆情进一步恶化。

2. 舆情风险评估能力不足

员工难以精准识别潜在舆情风险点，对舆情发展态势和企业影响缺乏敏锐洞察，多数人自评应对能力一般或较弱；日常对舆情风险点警觉性低，常待舆情爆发后仓促应对，大幅降低处置效果；仅关注当下舆情事件，缺乏对整体态势的持续关注和深入分析，应对缺乏前瞻性。

3. 应对技能与团队协作不畅

不到半数员工接受过舆情相关培训，缺乏识别、分析、应对舆情的必备技能，处置效果不佳；员工间沟通协作机制缺失，信息传递不畅，难形成统一应对策略，导致反应迟钝；部分员工虽有基础技能，但实战中无法灵活运用，在策略选择、时机把握等方面存在不足，甚至可能加剧舆情负面影响。

三、提升员工网络舆情认知水平与应对能力策略建议

针对一些国有企业员工在网络舆情认知和应对方面存在的问题，探索出以下三个途径以全面提升员工网络舆情认知水平与应对能力。

（一）采取全方位的措施，构建社交媒体使用管理新体系

在当前新媒体环境下，网络舆情日益凸显，加强社交媒体使用管理、有效降低网络舆情风险显得尤为重要。为此，必须采取全方位的措施，从加强社交媒体平台管理与监控、规范员工社交媒体使用行为、提升员工网络舆情识别能力等方面入手，构建坚实的社交媒体使用管理新体系。

1. 提升员工网络舆情识别能力

通过定期培训和宣传，提高员工对网络舆情的认识，让他们了解自己在社交媒体上的行为可能对企业网络舆情产生的影响；建立舆情报告机制，鼓励员工主动报告在社交媒体上发现的与企业相关的舆情信息，以便及时采取措施应对；加强对员工的网络素养教育，提升他们识别不实信息或负面舆情的能力，防止他们受到不良影响并“跟风”网络评论。同时，明确社交媒体使用规范，对不当行为进行纠正和处罚，以维护企业的良好形象和声誉。

2. 规范员工社交媒体使用行为

制定明确的社交媒体使用指南，规范员工的社交媒体行为，特别是与工作相关的内容发布，确保员工了解并遵守企业相关制度；加强员工对舆情管理的培训，提升他们识别、分析和应对舆情事件的能力，确保他们在面对工作相关新闻时能够做出恰当的反应；成立网格化小组，将员工群体按组别划分，每个小组负责监测和分析组员在社交媒体上的舆情动态，横向到边，纵向到底，必要时及时提供指导和支持，帮助员工有效管理舆情。

3. 加强社交媒体平台运用管理

针对微信等主流社交媒体平台，建立专门的监控机制，利用技术手段实时监控员工在这些平台上的活动，特别是与工作相关的内容，确保舆情一旦发酵能够迅速响应；对于抖音等短视频平台，制定特定的内容审核策略，防止病毒式扩散的负面内容，同时教育员工如何避免在这些平台上发布可能引发舆情的内容；提高员工对社交媒体舆情扩散风险的认识，通过定期培训和案例分享，增强他们的风险意识和责任感。

（二）完善舆情知识体系建设，提升员工舆情认知水平

以下策略旨在通过增强互联网思维、扩展舆情知识库、强化分析能力三方面入手，夯实员工舆情认知基础、提升员工的网络舆情认知水平、深挖员工舆情认知深度，为更好应对网络舆情风险挑战奠定良好基础。

1. 强化互联网思维，夯实认知基础

定期组织网络舆情培训，结合企业案例通过模拟演练等方式，增强员工对舆情重要性的认识，提升敏感性与警觉性；建立健全舆情预警与响应机制，鼓励员工参与日常监测，制定应对预案；明确员工舆情管理责任，将其纳入绩效考核，对表现突出者予以奖励，形成正向激励。

2. 扩展舆情知识库，提升认知水平

提供涵盖舆情监测工具使用、数据分析、应对策略制定的专业课程，鼓励员工考取相关认证；定期开展舆情危机实战演练，举办经验分享会，分享成败案例；引导员工拓宽舆情关注范围，兼顾新兴媒体动态，建立多渠道监测体系。

3. 提升舆情分析力，深挖认知深度

开展数据分析工具与方法培训，引导员工深挖舆情背后的原因、趋势及影响因素；通过案例分析、研讨会培养系统性思维，制定应对策略时考量企业长远发展因素，完善监测机制；引导员工关注舆情深层次原因，提供学习资源，提升把握舆情本质的能力。

（三）三维度精准发力，全面提升员工网络舆情应对能力

面对网络舆情环境的不断复杂化，一些国有企业正致力于全面提升员工对网络舆情的应变敏捷度与团队协同作战能力。为此，集中力量在三个关键维度上精准发力。

1. 增强应对策略性，保障舆情应对时效性

组建专业快速反应小组，定期开展应对策略培训，通过案例分析、模拟演练让员工掌握多元策略，提升应对灵活性；强化员工时效意识，避免消极应对，降低舆情扩散风险；建立健全快速响应机制，明确响应流程和危机沟通方案，及时启动预案应对舆情。

2. 深化舆情认知性，保障风险评估准确性

加强舆情定义、特点及企业影响的认知教育，提升应对针对性；培训员工识别、评估潜在舆情风险的能力，建立预警机制，鼓励日常风险上报，增强应对主动性；培养员工持续关注舆情态势的习惯，提供监测工具培训，引导深入分析舆情，提升应对前瞻性。

3. 提升应对协作性，保障应对机制高效性

扩大舆情培训覆盖面，提升员工识别、分析、应对舆情的专业技能；建立跨部门、跨层级沟通协作机制，确保信息传递顺畅、应对策略统一；通过模拟实战、案例分析强化实战能力，组建网格化小组，实现舆情应对信息共享、经验交流，提升整体应对效能。

四、结论

舆情管理作为国有企业治理体系中不可或缺的一环，它不仅关乎企业形象的塑造与维护，更是保障企业稳健前行的基石。国有企业员工作为推动企业发展的核心力量，其网络舆情的认知水平与应对能力，直接映射并影响着整个企业的舆情生态。本文深入研究了当前网络舆情管理中存在的种种风险与挑战，凸显出提升员工网络舆情认知素养、强化网络舆情风险应对能力的必要性。全面提升国有企业员工网络舆情认知水平及应对能力，是一项系统工程，需要从意识、知识、技能、机制等多个层面综合施策，让每一位员工都深刻认识到网络舆情管理的重要性与紧迫性，增强员工对网络舆情特点、传播规律及潜在风险的理解，为科学应对奠定坚实基础，不断织密舆情防护网，筑牢国有企业网络舆情防线，以更加开放、透明、负责任的态度，迎接网络舆情挑战，为国有企业持续、健康、稳定发展接续奋斗。

参考文献：

[1]陈洁.全媒体时代国企如何加强网络舆情管控工作[J].现代营销(上旬刊),2023-03-0128-043.

[2]赵钰.关于烟草行业舆情处置与引导的几点思考[J].新闻传播,20192019,(12):180-181.

[3]邓石.烟草行业网络舆情管控问题及对策研究[D].广西大学,2013.

作者简介：

张勇刚（1988.7-），男，汉，籍贯：云南曲靖，本科，职称：助理工程师，单位：红云红河集团昆明卷烟厂；

方茜（1999.6-），女，回族，籍贯：云南蒙自，硕士研究生，职称：助理工程师，单位：红云红河集团昆明卷烟厂。