

浅谈中小银行的舆情管控策略

近几年来，关于银行业的负面新闻报道数量持续增多。银行一直被社会舆论认为是“强势群体”，随着客户维权意识的增强，商业新闻媒体以及一些微博“大V”往往会在突发性金融事件报道中夸大金融机构的过失和错误引导大众判断来博取眼球，使得社会舆论对银行业的口诛笔伐几乎成为了一种常态。

银行业在舆论新常态中处于一种极度被动的地位，而地方性中小型地方银行由于规模、品牌和抗风险能力等方面都与大型银行存在明显差距，在突发性舆论事件时的处境尤其不利。在利率市场化下和存款保险制度等金融改革政策的影响下，以及一些地方性银行员工违规操作导致客户资金损失的报道的频现，“中小银行利率高风险大”、“在中小银行存款不安全”等言论早有耳闻。如何在这种舆论态势下守住品牌、管控好负面舆论以稳健经营发展，成为了中小型银行必须深入思考的战略性课题。

要做好舆情管控，先要做好舆情监控。正规的商业媒体的报道固然影响力大，但往往并不致命或在时间上有一定的滞后性，对银行来说，以微博微信转发信息为代表的网络媒介上负面信息和谣言的传播往往更加致命并更难及时作出有效反应，江苏射阳农商行挤兑事件就是一个经典的例子。要应对网络信息媒介上的舆情威胁，必须以保证对相关信息监控的及时性为抓手。可与地方政府的网络舆情监控机构加强沟通互助，并动员全行员工警惕网络谣言和负面信息的传播一旦发现及时汇报。值得一提的是，如今网络舆情监控也已经成为了一种新兴的商业服务，有条件的话还可以委托网络舆情监测公司来协助监控有关的网络舆情信息。

其次是要加强与媒体的沟通合作，树立良好社会形象。地方性中小金融机构可在日常广告投放等业务中加强与地方广播电台、电视台的合作，使双方形成良好的关系与互信，以确保应对突发舆情危机时能通过媒体渠道作出有效回应；同时定期通过地方媒体、营业场所、社区服务等方式对金融知识教育、反假币反诈骗、银行对地方经济的贡献度等进行宣传报道，通过增进公众对金融产品和服务的认知度以及树立良好的品牌形象来提高银行对于声誉风险的抗风险能力。

如何对已出现的舆情危机进行应对是舆情管控的核心内容。和大型银行一样，中小银行也应拥有自己的专门进行舆情应对和形象公关的工作队伍，通过培训不断提高他们把握政策的能力以及对舆情态势的分析判断能力，使之更好地为经营管理服务。要经常性地对负面舆情案例进行反思，针对自身存在问题以及可能出现或容易出现的风险实例要提前做好预案，便于今后有的放矢控制舆情。在第一时间监测到负面舆情的前提下，要抢占先机及时向公众澄清事实，并发动员工或雇佣专业的网评队伍，与正面宣传、新闻引导相结合，形成合力，共同应对负面舆情。对于造谣者或内部泄密者要坚决追究责任，用有效的威慑来减少谣言与负面信息的出现。

舆情管控是银行声誉风险管理的核心内容，而声誉风险往往是伴随着操作风险、流动性风险等其他风险的出现而出现。归根到底，加强对信贷、柜台服

务等风险点的管理，通过健康经营来提升自身的品牌实力，减少舆情危机的出现，才是中小银行舆情管控的治根之道。