

北京老牛兄妹公益基金会

舆情管理办法

第一条 为建立、维护和发展本基金会的品牌和声誉，进一步规范舆情管理工作，有效预防、积极转化和妥善处置网络舆情的综合应对能力，提升本基金会的公益形象和公信力，根据《中华人民共和国慈善法》等法律法规以及本基金会章程，结合实际，制定本办法。

第二条 本办法所指舆情是指通过报纸杂志、广播电视、网络论坛社群微博微信、融媒等各类媒体形式反映出来的、引发社会关注的、事关本基金会、本基金会项目、受益人、合作伙伴等的热议言论、重大案件及热点事件。

第三条 本基金会舆情管理的责任部门为秘书处，负责制定并组织实施日常舆情监测和协调舆情危机处理。其他各部门根据自身工作职责参与监测、研判和应对。

第四条 舆情管理遵循以下原则：

（一）监测预防为主。各部门应进行日常舆情监测，对可能存在的、易引发热点性话题、公众舆论的问题，早发现、早纠正、早决断。

（二）处理及时恰当。对于舆情事件要积极回应，把握节奏、掌握分寸，争取主动。

（三）降低负面影响。及时有效做出应对，将负面影响降到最低。

第五条 舆情监测分为日常监测、事中监测、事后监测。

（一）日常监测。由品牌负责人负责日常舆情监测，定期主持召开沟通会议，通报舆情，听取各部门舆情反映。

（二）事中监测。出现舆情的，品牌负责人应第一时间报告，并由秘书处牵头，组成有关人员参加的舆情处理工作组，在秘书长领导下承担事中监测、研判，并根据本基金会危机公关管理办法进行及时应对。

（三）事后监测。掌握舆情走向。舆情减弱、消失的，转为日常监测。舆情没有减弱的，保持关注，做好预案。舆情升级、加重的，及时报告理事长及理事会，及时调整应对策略。

第六条 舆情监测渠道：

（一）平面媒体、包括主流报纸、杂志等；

（二）广播、电视；

（三）互联网，包括论坛、社群、微博、微信、知乎、融媒等。

第七条 舆情监测范围：

- （一）新闻报道；
- （二）网络文章、长图；
- （三）社交媒体言论；
- （四）其他。

第八条 舆情监测内容包括但不限于：涉及本基金会的敏感信息和易被关注的内容，例如关于本基金会的意见、建议、投诉、举报，相关问题的咨询等内容。需要重点关注：

- （一）本基金会组织机构、负责人或重要捐赠人，以及重要项目、捐赠计划等发生重要变故或调整的，引发公众不安和议论的；
- （二）本基金会项目因登记、申报、公示等程序问题被监管机构问询、处罚的；
- （三）本基金会发生涉讼或公开争议的纠纷；
- （四）本基金会或本基金会员工、项目被公开举报、质疑而引发公众、媒体监管机构或合作机构不安和质疑的；
- （五）本基金会合作方、受资助方发生重大负面舆情，牵涉本基金会或本基金会项目的；
- （六）行业内发生重要舆论事件，本基金会有同类型项目或存在类似问题的。

第九条 本办法未尽事宜或与有关规定不一致的，按有关规定执行。

第十条 本办法解释权归本基金会理事会，2023年12月12日经理事会表决通过后正式施行。