

# 舆论环境影响中小企业社会责任 行为的探索性研究\*

——以安全生产为例

叶俊宇 梅 强

(江苏大学管理学院,江苏 镇江 212013)

**内容提要:**本文运用扎根理论方法分析典型案例,研究舆论环境对中小企业安全生产决策行为的影响机理,归纳提炼出公众知情、媒介反应、传播途径等构成的舆论环境对企业行为、政府监管力度、员工建言程度之间的影响关系(PRVB模型),获得以下结论:(1)舆论可以动员集结社会资源,中小企业社会责任问题在源头的舆论环境中就已经存在,治理要从舆论资源的总量与结构的调整入手。(2)舆论环境影响并通过监管力度与建言程度为中介影响中小企业社会责任行为。舆论环境的积极作用在于提供客观事实及主观意见的信息交换,形成合法性要求的压力,弥补目标与反馈的虚置。(3)舆论环境对中小企业社会责任行为的消极作用在于围观者偏好误导目标议程,催生投机、干扰管理行为。(4)舆论环境对中小企业社会责任行为的影响作用应有边界,舆论环境与事务管理应理性互动(言务对事务的“两边夹”),在各自的适用边界内发挥最大作用,使决策整体效果最优。本文提出了基于舆论规则的媒介反应新视角,为深化舆论环境对管理行为的作用研究提供了一个新视角。

**关键词:**舆论环境 中小企业社会责任 安全生产 媒介反应 扎根理论

**中图分类号:**C939 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)02—0089—15

## 一、引言

中小企业占我国全部企业数量的九成以上,接纳了近九成的就业人口,是推动我国经济高速发展的生力军,也是大众创业、万众创新的主力军。但许多中小企业社会责任感缺失,如假冒伪劣、违约失信、污染环境、压榨员工等问题相当突出(杨春方,2015)<sup>[1]</sup>。安全生产作为企业基本的社会责任,尤其是对员工的责任,更是中小企业发展过程中存在的严重问题。国家安监总局相关研究表明(张乃建,2008)<sup>[2]</sup>,安全事故主要发生在中小企业,主要分布在发达地区且绝大多数由人为原因引发,这种整体状况对监管体制、安全执法、赔偿问责、预防控制等诸多方面产生极大压力。突发安全生产事故往往极易成为舆论热点,并会进一步引发对企业社会责任的关注与讨论。2016年底,中共中央、国务院发布《关于推进安全生产领域改革发展的意见》,明确提出要研究修改刑法有关条款,将生产经营过程中极易导致重大生产安全事故的违法行为列入刑法调整范围,意在推进我国安全生产领域改革发展。

收稿日期:2017-12-05

\* 基金项目:国家自然科学基金资助项目“基于小微企业行为分析的安全生产服务运行机理与引导策略研究(71373104)。

作者简介:叶俊宇(1969-),男,浙江宁波人,博士,研究方向为管理与媒介,电子邮箱:flyme365@qq.com;梅强(1961-),男,江苏镇江人,教授,研究方向为中小企业安全生产,电子邮箱:qmei@ujs.edu.cn。

## 二、相关理论与研究综述

企业社会责任(CSR)是社会寄希望于企业履行的经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任等义务(Carroll,1991)<sup>[3]</sup>,产生于1960年代的利益相关者理论为企业社会责任提供了有力的理论支持。它指出,利益相关者是与企业互相有影响的组织与个体,包括股东、员工、客户、供应商、债权人、政府及社区或社会机构等,他们共同创造企业价值,这才是企业的本质(Freeman,2006)<sup>[4]</sup>,这修正了以往认为股东至上的观点。利益相关者之间形成一系列多边契约关系(Freeman和Evan,1990)<sup>[5]</sup>,各自以相应的方式为企业提供了专用性资产(如员工的技能与劳动力、客户的机会成本与时间精力、社区的环境及容量等),利益相关者有权参与治理企业,在企业享有相应的剩余索取权及剩余控制权(Blair,1998)<sup>[6]</sup>。因此,实现利益相关者的利益最大化,才是企业应有的价值取向。这有助于降低企业沦为经济动物的可能,使企业在发展生产的同时兼顾其他目标,尤其是一些相对不太重视的社会性目标,如安全生产等。这种对相关利益兼顾平衡的主张,不仅源于亚当·斯密对“道德情操论”与“国富论”的同时推崇,而且也体现在我国和谐社会科学发展过程中(沈奇泰松,2010)<sup>[7]</sup>。企业社会责任与利益相关者这两个研究领域渐趋理论同一性,而新近又涌现出“企业社会整合”等重要的新思想,意在反思将企业与社会相对立的原有观念,强调将企业社会责任植根于企业与社会关系的理解中(肖红军等,2013)<sup>[8]</sup>。

利益相关者对企业行为的影响最直接的反映便是各自的意见互动,这在为数众多的利益相关者群体中更是最有效的组织载体。舆论是公开表达的对公共事务的多数人意见,正是意见互动的产物。此时,舆论议题(公共事务、客体)与主观意见(本体)的结构便蕴含了利益相关者的合法性要求,产生一定的舆论压力,对决策行为产生影响。

舆论环境则是由许多具体舆论互动构成的有机总体。舆论的表层即态度、意见或情绪是千变万化的,而深层结构即信念系统却相对稳定、变化相当缓慢(陈力丹,1999)<sup>[9]</sup>。更能反映固守利益格局的深层认知结构,不被具体舆论的表面变化所轻易改变,因而作为一般总体的舆论环境更能准确反映不同利益的主体间意见博弈关系的内在结构。利益博弈的种种反应最直接地投射在舆论环境中,并以某种话语符号等形式呈现出来,因此,舆论环境的治理价值也就凸显出来。North(1990)<sup>[10]</sup>认为,制度分析的本质在于研究人对博弈规则的反应,而不在于规则本身。而舆论正是人的反应通过意见的表达。由此,舆论获得一个制度主义框架的定位,可引入管理领域的决策研究中。如果说交易成本是一种摩擦成本的话(Williamson,1985)<sup>[11]</sup>,那么,舆论就是这种摩擦的热耗,它也被认为是一个社会约束机制。

利用社会机制弥补市场与政府失灵是解决企业社会责任问题的基本路径。劳动市场雇佣关系是安全生产的基础,但用工契约存在严重的安全信息不对称,既有员工缺乏职业风险知情而承受安全外溢成本(程启智,2002)<sup>[12]</sup>,也有企业无法完全监管员工安全违章行为的负内部性,如内部关系压力下的安监员选择最少监管,导致了内部监管流于形式(罗鹏等,2015)<sup>[13]</sup>,由此,引出了针对市场失灵的政府安全管制关系,但政府工作目标庞杂,安监目标往往被经济指标等挤占,且政府同样面临安全信息不对称和有些部门公信力弱等问题(许婷等,2006)<sup>[14]</sup>,还有同在经济至上理念驱动下的政企合谋,放松安监以诱致企业提升经济指标,这是不同于一般寻租腐败的激励相容(梅强等,2011)<sup>[15]</sup>。管制关系基于权力强制实施,又缺乏成本收益的评价反馈,即使有误或权责不一也难以追责(茅铭晨,2007)<sup>[16]</sup>。因此,管制需要被补漏,管制者需要被监督。分散的权利通过舆论场凝聚起来,可以对管制失灵与市场失灵产生有效的制约,这是社会机制对有缺陷的市场机制与政府机制的有效补充与代偿。舆论是利益相关者表达合法性的一种渠道,在社会心理作用下产生压力效果影响决策行为,原因在于舆论关注提供了可能厘清客观事实的聚光灯效应,给博弈方带来更多

资源或能量,同时提供了公众评价的价值尺度作为博弈方共同标准参考或约束。Basu 和 Palazzo (2008)<sup>[17]</sup>指出,企业应时刻关注包括公众意见在内的外部规范及内部协调在内的多种合法性要求。Flammer(2013)<sup>[18]</sup>在对股票市场进行分析后发现,投资者一定程度上会对社会责任方面有问题的公司予以排斥;公司要取得较好的财务绩效和较高的品牌知名度,赢得更多的合法性,响应利益相关者要求将是有效途径(Minor 和 Morgan,2011)<sup>[19]</sup>。刘伯恩(2014)<sup>[20]</sup>指出,舆论压力对于矿业企业的社会战略反应、企业社会绩效产生显著正向影响,规制压力虽直接有效但不如规范压力、认知压力更具长远整合性。社会舆论不仅可以直接影响上市公司履行社会责任,而且调节其他利益相关者与企业之间的压力关系(贾兴平,2016)<sup>[21]</sup>。王倩倩(2013)<sup>[22]</sup>认为,企业规模、公众压力与企业社会责任信息披露总体概况显著相关。张舒(2012)<sup>[23]</sup>提出利用社会机制约束矿山企业管理者安全行为,认为舆论是其有效途径。郑培培等(2017)<sup>[24]</sup>认为,媒体报道企业社会责任的正负视角影响投资可能性。

与针对大型企业展开的研究有所不同,杨春方(2015)<sup>[1]</sup>基于资源基础理论和背景依赖理论认为,中小企业社会责任缺失的根本原因不在于经营者的道德缺失,而在于企业资源能力的约束和社会控制失败。针对中小企业资源能力的约束,郭毅(2011)<sup>[25]</sup>结合欧洲国家中小企业社会责任推行方面的成功模式(如奖励计划)提出,中国应通过媒体渠道努力营造舆论氛围,并为共同行动创造条件。邓泽宏(2010)<sup>[26]</sup>认为,推动中小企业履行社会责任需要政府、企业、员工、行业协会、新闻媒体等多方的协同行动。杜鹃(2015)<sup>[27]</sup>指出,缺乏良好社会舆论环境、政府管理及监督力度薄弱是小微企业社会责任感认知缺陷及行为缺失的重要客观原因。

与上市公司能够主动引导甚至左右媒体报道不同,社会舆论及媒体对中小企业的关注意明显不足,在有关安全事故的报道中可能过于关注表面现象、过度消费事故惨状,民意汹汹的舆论压力下,可能导致急于抓典型而寻找替罪羊,反而干扰了最需要挖掘的事故真相与最值得深究的安全管理漏洞及相应的制度改进等。已有研究在整体上指出了舆论环境对企业行为的影响作用,但基本停留在较为笼统的外部关系上,未能深度探索两者的概念范畴、影响因素、互动机理等更细致的内在逻辑。舆论环境对中小企业社会责任行为的驱动路径如何、影响因素有哪些;如何建构不同舆论环境、如何发挥舆论积极作用、媒体如何治理等,这都需要在舆论学与管理学等相关学科知识深度融合的基础上,进一步尝试交叉边缘领域的创新。这是本文探索研究的方向与目标。

### 三、舆论环境影响中小企业安全生产行为模型建构

本文采用扎根理论方法<sup>①</sup>研究舆论环境对中小企业安全生产行为<sup>②</sup>的影响。

#### 1. 研究设计

扎根理论是一种深入情境、不断比较、资料抽象及概念化归纳建立实质理论的质性研究方法,注重数据收集,主张一切皆为数据(费小冬,2008)<sup>[28]</sup>。2014年8月2日,江苏昆山中荣金属制品有限公司发生爆炸事故,导致146人死亡、114人受伤。事故发生后,按照“惯例”,苏州市迅速开展专项检查整治安全生产,在1328家次场所排查中,查出相关隐患3016处,同时,当地政府进一步发动更多单位自查自纠。本研究以该典型案例为核心编码来源、以近年发生的安全生产典型案例和CNKI、万方等网络数据库收集的中小企业安全生产典型案例资料为后续不断比较、检验初步结论饱和性的样本来源。

① 在中外社会,舆论概念内涵与应用环境存在差别,国内使用的如舆论环境、舆论监督等特定语汇与一般舆论并不等同,建构实质理论应更多考虑本土情境。同时,现实案例牵涉到多种主体及复杂互动关系,尤其是涉及利益关系的隐含意义通过话语等暗示隐喻,以质性方法更便于挖掘其真实意义,避免被表面符号所遮蔽。再者,扎根理论方法不含假设,运用归纳法直接从描述情境的资料中由下而上地创建基于经验性之上的实质理论,更有利于做实际情境中的探索性研究。

② 本文中,界定企业行为等同于决策行为,即管理决策,而不涉及具体业务行为。

昆山爆炸事故发生后,相关信息便立即出现在网络上,传统媒体也即刻跟进采集与发布大量信息,一时形成了舆论热点事件。本文从用户基础最广的门户网站腾讯的相关新闻专题中,提取完整的滚动新闻信息 150 条及高质量的用户跟帖 2567 条<sup>①</sup>,再结合新浪、搜狐、人民网等平台的数据,并与传统主流媒体的信息交叉清洗,从中提取能够完整展现事件过程及还原前因后果的真实信息,作为进一步实施扎根理论方法过程的资料。

## 2. 开放性编码

开放性编码是逐级从大量的原始数据中缩编,运用概念化及范畴化,即从原始数据中提取具有表达某种内涵的话语,指认现象并归类,进一步界定概念,从中发现并初步确定范畴,经此步骤可提炼出概念 215 个、范畴 48 个,如表 1 所示(篇幅有限节选)。

表 1 开放性编码形成的范畴

编号	主体	原始数据	概念化	范畴
1	A 公众	(1)还准备找家工厂挣钱的,现在发生这样的事情,有点怕了! (2)现在工厂也是高危职业了呀。(3)原来五金厂也不安全!(4)第一次近距离感受到原来危险无处不在	安全风险情况知悉	风险知情(A1)
2		(1)希望以后管理安全的一定不能放松。(2)问题出现后才知道重要性,为什么不知道还有个成语叫做未雨绸缪呢?(3)求领导看到!扬州高邮原八桥镇刘氏化工厂!污染极其严重!而且在扩建!(4)安全生产最重要	公众对安全的敏感程度、心理冲突的阈值	安全敏感(A2)
3		(1)还是 75 个死?伤员全部活了?(2)为什么没有及时更新啊? (3)死亡数字停留在 75 人,没有上升吗?(4)目前最新公布数据是 65 人死亡,300 多人受伤。(5)想了解一下死者名单。(6)给大家一个真相。(7)问题是是否有人严查真相实事求是	了解客观事实,扩大知情	了解真相(A3)
4		(1)他们不需要那些卑微的默哀,他们更需要纵罪者、致罪者绳之以法,绳之以情,绳之以理!(2)这两天我一直关注这次重大事故,已经两天了,一次次的看着报道	关注舆论趋势,参与公共事务,关注热点事件	关注舆论(A4)
5		(1)没了解事实真相前咱们的心都应替那些伤亡的同胞泣血,而不是去发牢骚。(2)解决问题、杜绝隐患、追究责任人(包括上级安检的领导)、安抚家属才是以后几天的重中之重	意见领袖的引导	意见领袖(A5)
6		(1)8月2号昆山那几天是有台风的!调查组没有把这些因素考虑进去吧!车间的窗户肯定是关着的。(2)什么原因造成的爆炸,要彻底的查清原因。(3)尘爆的原因都没怎么弄清楚,尽快查清原因。(4)既然是抛光车间为什么没有除尘设备,如果有的话为什么会达到爆炸的临界	舆论议题的深化。探寻原因,满足更多知情需要	深化议题(A6)
7		(1)针对献血行为的建议。(2)献血。(3)现场不忍直视,破烂衣服随地都是,伤者痛苦呻吟,昆山的司机朋友,如有去昆沪方向的,请注意避让救护车队!(4)你们靠近那边快去安慰安慰他们,鲜活的生命惋惜!去帮帮忙做做义工吧!(5)我在苏州相城区,a型血,在哪里可以献血啊	心理冲突超过阈值、意见化为行动	参与活动(A7)

<sup>①</sup> 腾讯大苏网昆山爆炸专题[EB/OL]. <http://js.qq.com/zt2014/ksbz/index.htm>, 2014-08-02。

续表 1

编号	主体	原始数据	概念化	范畴
8	B 媒体	(1)为什么每次都是出了事后才曝光呀,之前吃干饭去啦?(2)不是报道 200 人值班,65 人死亡,上百人受伤么?怎么这条突然变成 300 人受伤了?到底多少人值班	对事实信息披露不足的不满	事实披露 (B1)

资料来源:本文整理

### 3. 主轴编码

扎根于原始数据获得了一堆独立的初步范畴,本步骤要挖掘其间的关系,运用典范模型“因果条件→现象→脉络→中介条件→行动/互动策略→结果”程式,寻找联结各范畴的主范畴,就可在原始数据基础上自下而上重新建构起一个关系框架支撑理论的形成,经此主轴编码可提炼出主范畴 13 个,如表 2 所示。

表 2 典范模型:因果条件→现象→脉络→中介条件→行动策略→结果

项目	A 公众	B 媒体	C 政府	D 员工	E 企业
因果条件	风险知情(A1)	受众数量(B9)	经济至上(C4)	就业压力(D1)	经济至上(E1)
现象	了解真相(A3) 参与活动(A7)	事实披露(B1) 意见平衡(B2) 逻辑明晰(B3)	事故频出(C1) 后果反馈(C2)	伤害特征(D3)	忽视安全(E2) 目标偏移(E3) 标准偏废(E4)
脉络	媒体报道 (B1~15) 意见领袖(A5)	社会环境(B8) 传统媒体(B13) 网络媒体(B14) 人际网络(B15)	舆论反应(C3)	制度不全(D7) 管理不严(D6)	社会环境(B8)
中介条件	安全敏感(A2)	信息垄断(B4) 媒体私利(B6)	目标偏移(C5) 信息垄断(C6)	岗位特征(D5) 领导风格(D8)	评价失偏(E8) 反馈无力(E9)
行动策略	深化议题(A6)	避重炒热(B5) 采编成本(B7)	择机应付(C7) 合谋寻租(C8)	侥幸心理(D4)	择机应付(E7)
结果	关注舆论(A4)	舆论质量(B10) 舆论强度(B11) 舆论韧度(B12)	监管松弛(C9)	安全敏感(D2)	制度不全(E5) 管理不严(E6)
主范畴	安全需求(AA1) 关注热点(AA2) 表达意见(AA3)	如实报道(BB1) 反映舆论(BB2) 传播途径(BB3)	社会压力(CC1) 安全监管(CC2)	安全需求(DD1) 建言氛围(DD2)	目标设定(EE1) 管理实施(EE2) 效果反馈(EE3)

资料来源:本文整理

表 2 中有五个范畴是两个主体的共有特点:安全敏感(公众和员工)、经济至上(政府和企业)、制度不全(企业和员工)、管理不严(企业和员工)、社会环境(媒体和企业)。这正体现了主体之间的某种互动因果关系,如企业和媒体的社会环境取决于公众和员工的安全敏感性,中小企业安全生产问题缺少人们关注,在安全成本外溢时更加隐蔽与模糊。出于对经济目标的更多关注,无论是政府、企业抑或员工,在经济指标面前都可能轻视安全生产,这都为不期而至的安全成本外溢做了注脚。基于以上对范畴与主范畴及其关系的概括,可以获得范畴与主范畴之间的相应关系,如表 3 所示。

表 3 范畴与主范畴的关系

主体	主范畴	范畴	关系内涵
A 公众	安全需求 (AA1)	风险知情(A1)	对安全风险信息知情权激发安全内在需要,也是舆论的起点
		安全敏感(A2)	安全心理阈值是内在的安全要求,超过则产生心理冲突
	关注热点 (AA2)	了解真相(A3)	关注事实信息,逐步深入了解,消除疑惑,减少心理冲突,满足安全感,这将驱动媒体作出更多反应
		关注舆论(A4)	感知社会公众的意见气候,调整态度,增加安全感
	表达意见 (AA3)	意见领袖(A5)	公众的自我归因与释理,内部互动推高舆论
		深化议题(A6)	互动表达、探寻真相是关注的理性方式
		参与活动(A7)	从感知到意见再到行动,公众参与有利于形成舆论压力效果
B 媒体	如实报道 (BB1)	事实披露(B1)	安全生产报道少,对安全信息披露不足
		意见平衡(B2)	媒体应持客观公正,避免明显迎合受众或部门或特殊利益
		逻辑明晰(B3)	报道中应遵循基本的逻辑规则,建立及时合理的纠错机制,经得起理性的审视
		信息垄断(B4)	公众信息来源于媒体,媒体应当充当信息供需的桥梁,而不是信息不对称的私益者,安全信息需要供需市场交易机制
		避重炒热(B5)	作为社会公器,媒体应以公益为目标,直击重点难点,避免炒作热点、误导舆论
		媒体私利(B6)	受众对安全生产兴趣不高,与媒体私利共同作用下,相关报道量少
		采编成本(B7)	安全风险信息挖掘有风险,采访成本高,性价比低
		社会环境(B8)	在新闻议题中,安全生产处于弱关注地位,受关注度不高,在注意力竞争中被挤出
	反映舆论 (BB2)	受众数量(B9)	社会安全需求不高,媒体报道少,受众关注低,恶性循环
		舆论质量(B10)	安全议题多做表面文章,缺乏深入挖掘,媒体要有更高质量的报道吸引受众
		舆论强度(B11)	事故才见报,一般多炒热点,创新报道不足,吸引公众有限,反映引导舆论不足,对有利于解决根本问题的舆论互动不足
		舆论初度(B12)	平时不见报,事故报道热点也是一阵风
	传播途径 (BB3)	传统媒体(B13)	各级传统媒体对不同权力部门具有影响力,会不同程度地影响到权力决策结果
		网络媒体(B14)	网络新媒体对舆论热点的产生与传播作用非常大
		人际网络(B15)	人际网络的密集互动传播对一个舆论热点形成作用非常大
C 政府	社会压力 (CC1)	事故频出(C1)	事故是对监管工作效果的最直接反馈
		后果反馈(C2)	监管效果平时应该有合理的评价与反馈
		舆论反应(C3)	安全公共品缺失、产权界定难,制度脱节,舆论是对安全生产外部性的调整博弈,有利于推动挖掘深层问题
	安全监管 (CC2)	经济至上(C4)	经济利益导向、GDP至上的内在驱动,其它目标在权力决策时被挤出
		目标偏移(C5)	安全制度不细不实多走形式,安全标准自由裁量,安全公共品成为政企之间利益分配的弹性区间,缺乏监督
		信息垄断(C6)	安全信息公开不充分,对安全信息的供需垄断是安全执法自由裁量的策略中介
		择机应付(C7)	选择性执法、机会主义、应付式检查,是监管工作走形式的一般表现
		合谋寻租(C8)	经济至上的内在驱动提供了合谋共识空间,寻租等只是其中的一个子集
		监管松弛(C9)	安全考核为经济目标服务,监管时紧时松弹性大,安全制度时常失灵

续表 3

主体	主范畴	范畴	关系内涵
D 员工	安全需求 (DD1)	就业压力 (D1)	经济困境下普通员工把薪酬当作首选问题
		安全敏感 (D2)	不同人员内在安全敏感程度不同,安全需求表现也不同
		伤害特征 (D3)	在生存压力下,对安全风险的敏感程度下降、接受度提高,温水煮蛙式伤害不可避免
		侥幸心理 (D4)	生存压力下的侥幸心理是支撑员工冒险打工的动机
	建言氛围 (DD2)	岗位特征 (D5)	低端工作、较高薪酬,麻痹了员工的安全需求
		管理不严 (D6)	劳资双方都把安全制度当作应付第三方的合法招牌,执行不力,安全建言行为不被鼓励
		制度不全 (D7)	在经济目标驱动下,安全制度不受重视,缺乏安全产权博弈机制,不合实际,安全氛围淡漠
		领导风格 (D8)	管理者习惯把员工当作纯经济动物,几乎不予考虑安全需要,员工安全缺乏外因支持
E 企业	目标设定 (EE1)	经济至上 (E1)	企业管理者受经济利益目标至上的内在驱动
		忽视安全 (E2)	安全问题等被排挤和忽视,甚至被压制,决策影响力弱
		目标偏移 (E3)	安全目标无法在决策中正确反映出来
		标准偏废 (E4)	安全标准也就被自由裁量取舍,降格偏废
	管理实施 (EE2)	制度不全 (E5)	安全制度缺失、滞后、脱节或不合实际,没有对安全产权契约机制的制度安排,安全氛围淡漠
		管理不严 (E6)	制度不细不实条件下,管理执行更不力,安全建言行为不被鼓励而是被压制
		择机应付 (E7)	选择性地执行安全管理规定、机会主义、应付监管、应付社会监督、应付员工诉求
	效果反馈 (EE3)	评价失偏 (E8)	企业安全管理效果的内外评价都有一些,但在弹性目标和标准下,未免偏颇失准,未能影响企业决策
		反馈无力 (E9)	政府与员工对企业安全管理绩效的反馈,难以影响企业安全决策

资料来源:本文整理

#### 4. 选择性编码

发展核心范畴,联结各范畴并验证之间关系,进而完善各范畴是这一步的主要任务。对主范畴进一步归纳提炼以便发展核心范畴。公众与媒体并非独立影响中小企业安全生产行为,两者是以形成舆论与反映舆论的不断互动为机制,营造舆论环境不断地推动对中小企业及利益相关者的影响,因此,可以把公众与媒体进一步归纳为舆论环境,以公众知情、媒介反应、传播途径为其三个维度,如图 1 所示。

舆论环境是由不同领域、不同层次、不同类别的许多具体舆论互动构成的有机总体。舆论是有结构的,包括内在属性(客体、主体、本体、载体)与外在属性(强度、韧度、数量、质量)(陈力丹,1999)<sup>[9]</sup>,在舆论的客体结构中,不同的议题设置(关注点)、对事实真相的厘清程度(粒度)、事实之间的逻辑关系及在认知中的权重关系,都对相关者的决策产生影响。在舆论的主体结构中,当事者、利益相关者和无直接利益相关者的意见表达与强弱程度,都会产生复杂的群体动力效果,影响舆论场博弈结果。

舆论环境的不同结构通过三个维度表达出来,产生不同的舆论效果。其中,公众知情不仅有赖于安全信息通畅、媒介正确传播等外部条件,也基于公民个体对安全重视敏感程度,这是舆论环境的首要条件。同时,媒介能否及如何报道客观事实及正确反映舆论则是舆论环境的核心环节,主要表现在不断挖掘议题结构,深入报道对象的内在结构,形成有针对性的舆论压力,推动决策议程,这是媒介反应的操作空间。再者,如何充分利用多样化的传播途径,既发挥传统媒体的权威性和新媒体的便利性,又能结合人际网络的校正功能,避免媒体偏向性建构拟态环境,传播途径是营造舆论环境的必要载体。

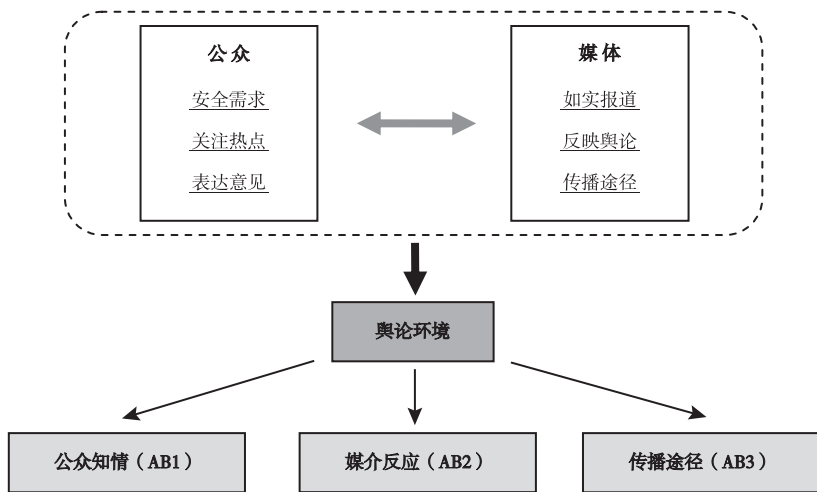


图1 舆论环境的构成

资料来源:本文绘制

综上所述,可以把“舆论环境影响下的中小企业安全生产行为”凝炼为核心范畴。基于该范畴的故事线可概括为:舆论环境→监管力度/建言程度→中小企业安全生产行为,简称 PRVB 模型。在此基础上进行饱和性检验,进一步运用余下的样本资料进行校验,所归纳的概念及关系均可包含在已知范畴及关系中,未产生新的范畴,由此,确定理论达到饱和。最终确立的扎根理论模型中显示三条影响路径:即舆论环境影响中小企业安全生产行为的主路径及以监管力度作为中介路径和以建言程度作为中介路径,如图2所示。

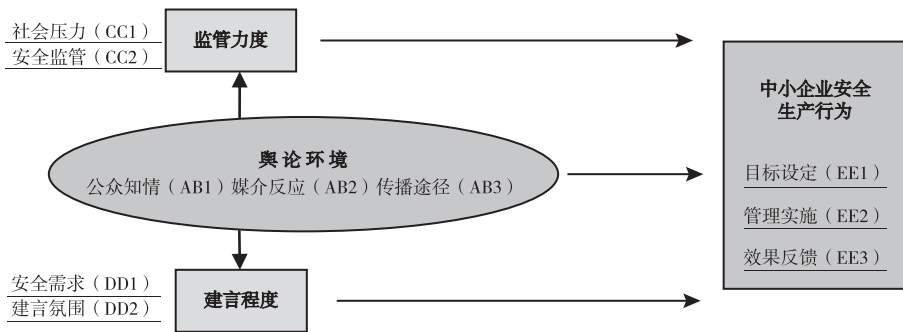


图2 舆论环境影响下的中小企业安全生产行为 (PRVB 模型)

资料来源:本文绘制



## 5. 模型阐释、分析与讨论

(1) 机理阐释。本文的理论模型是由核心范畴下的五个主体、13个主范畴与48个范畴及相互关系构成的一个框架体系,对舆论环境影响中小企业安全生产行为的一般过程具有较强的解释力,不同于已有研究中笼统或单一的归因,揭示了中小企业安全生产问题中存在的诸多根源及相互关系,其机理阐释如下:

公众与媒体的互动形成舆论,经传播途径产生舆论环境。公众对风险的知情催生了解真相及参与舆论的活动(如在7-5,“我在苏州相城区,A型血,在哪里可以献血啊”),通过媒体报道及意见领袖的传播不断强化,激发安全敏感(如在1-4,“第一次近距离感受到原来危险无处不在”),促进对议题的挖掘,进一步增加对舆论的关注。通过安全需求、关注热点、表达意见等三个维度及相应的七个范畴,可以涵盖以上的公众行为反应。媒体在受众数量的激励下,追逐具有影响力的新闻,而社会环境对中小企业安全生产关注意识明显不足,导致了媒体报道偏弱(如在15-1,“杭州同期发生公交车燃烧案在门户腾讯网上也设有同等专题,其有19867条跟贴量,本文案例仅为前者的13%”),提供事实披露和相关人意见,不断厘清认知逻辑(如在17-1,“我以前也做过轮圈抛光的,身边都会有吸粉尘的,说什么遇明火爆炸呢?解释得不怎么合理啊”),在传统媒体、网络媒体、人际网络及社会环境中传播,突破信息垄断、媒体私利等条件约束(如在10-3,“国内那么多网站、记者,你们扪心自问,后续的报道属实吗”),避免炒作或消费不良议题偏好、克服成本制约挖掘重点等(如在14-1,“不易掌握安全生产信息,报道采访过程难度较大,对实际利益有影响的报道行为经常受到收买封口与暴力干扰的阻力”),形成具有一定质量和强度及韧度的舆论热点(如事前、事后的舆论环境变化)。通过如实报道、反映舆论、传播途径三个维度及相应的15个范畴,可以涵盖以上的媒体行为反应,与公众的互动共同形成了有针对性的舆论环境。

政府等感知舆论环境相应结构与压力的变化而调整其监管行为。在舆论环境影响下,政府在经济目标驱动下,社会性目标被挤出,事故频出且产生相应后果,部分被社会舆论关注(如在31-9,“查一下最后谁做的检查曝光,是谁让工厂这样还开工的,检查部门为什么不全体辞职”),对政策的目标产生影响,在有限的信息控制范围内,选择性地应付监管目标,在可控范围内谋求利益(如在30-7,“昆山安监危险化学品监督管理科原科长张琦莹等三人在事故发生后只过了两天就因涉嫌受贿罪被立案侦查”),监管松弛就是利益下的结果。而舆论环境压力变化改变了政府部门原有的监管行为及力度,其行为除了适应事故本身的要求外还受舆论环境的压力大小、范围、针对性议题等影响,如两天就速办涉案监管责任人。通过安全监管、社会压力两个维度及相应的九个范畴,可以涵盖以上的政府行为反应。

员工等感知舆论环境相应结构与压力的变化而调整其建言行为。在舆论环境影响下,员工在经济状况与就业压力下,对职业伤害特征等缺乏重视和选择的筹码(如在32-10,“工厂加班是常事,很多都这样,12个钟头,没休没保险,环境极差,就象奴隶一样”),而中小企业工作环境的安全生产管理制度不全、执行不严,以经济指标为几乎唯一考量,管理人员也缺乏足够的安全管理动力与能力,回避甚至打压对潜在危险源的反映建言(如在33-3,“员工若察觉安全情况告知领导却要自己处理,否则会被认为是找麻烦”),上下普遍存在侥幸心理(如在39-1,“中层管理者吴燕飞轻易不进抛光车间,催产品时也是催完就走,里面太危险”),对潜在危险源的安全敏感度被一再拉低,直到事故爆发。而舆论环境压力变化也改变了员工固有行为,其更乐于表达安全建言,也提高安全敏感度,如离职换岗。通过安全需求、建言氛围两个维度及相应的八个范畴,可以涵盖以上的员工行为反应。

企业不仅感知舆论环境相应结构与压力的变化,而且感知监管力度与建言程度的变化而调整

其行为。在缺乏相关压力下,经济利益至上主导企业行为,忽视安全问题、安全管理目标发生偏移、安全管理标准偏废(如在41-1,“事故当天清早还在开会商量清理粉尘,后因为赶生产任务而延后”),而社会环境对中小企业也缺乏足够关注,对安全问题更是鲜有关注,导致普遍的安全评价失去刚性的标准约束,对安全问题的反馈也无处落脚(如在46-2,“检查当天,至少减少一半工作量”),导致安全管理制度不全、执行不严的实际状况(如在45-2,“一般不大清理除尘机”),带来安全隐患。而舆论环境压力变化则改变了企业原有行为,包括按惯例带动相关行业的大检查。通过目标设定、管理实施、效果反馈三个维度及相应的九个范畴,可以涵盖以上的企业行为反应。

(2)本质分析。该模型反映了扎根于现实情境中的实质理论的质性关系,其深层的理论本质又是什么呢?社会对中小企业安全生产问题的关注明显不足。事实上,中小企业社会责任问题在舆论环境中就已处于弱势地位。以社会责任领域中最基本的安全生产为例,如在CNKI数据库中,检索生产有6052830条;检索安全生产有390830条,仅占生产的6.5%;检索中小企业安全生产只有520条,仅占安全生产的0.13%。中小企业安全生产问题乏人关注,相应地,媒体也就缺乏报道的动力,且报道结构上偏重于炒热点事件、热衷消费浅层议题的刻板印象,疏于挖掘深层结构、揭示内在逻辑、推动制度改进等,无法长久维持较多的关注。舆论资源总量不足且结构较浅,反过来维护了低水平的中小企业社会责任行为且难以改进;冷热不均的舆论环境还可能催生舆论压力依赖:即不曝光就不理,能拖则拖,决策行为跟风走,而不是出于管理内在需要,迎合式治理使得双失灵改进出现明显的路径依赖(本文案例中,事前的放任与事后的急风骤雨就说明了这一点)。再加上传播途径有限,还有相关利益者为了经济目标刻意减少甚至阻碍信息传播,导致中小企业社会责任领域的社会动员能力弱,难以吸引更多资源协同(如政策的、政治的)推动开启机会之窗,实施制度变迁的深层改进,这就是中小企业安全管理困境的症结所在。所以说,中小企业社会责任问题在源头的舆论环境中就已经存在了,资源能力不足首先体现在舆论资源不足导致的能力弱化,热点事件中事故成本外溢只是一种既有结果的实际呈现而已(舆论环境的推动力在事故前后的差异尤其可见一斑)。因此,不可迷醉在媒体关注表面“热效应”,而是要进一步厘清舆论环境的正负影响,梳理细分范畴与企业行为之间的影响关系并不断优化,使舆论环境能产生积极的影响作用。这是本文在已有研究舆论环境影响企业社会责任行为基础上的一个推进,揭示舆论环境影响中小企业社会责任行为的正负作用及机理,进一步细分变量维度并指出媒介反应是建构舆论环境的不同结构的核心环节。

舆论环境的不同结构会产生不同的舆论效果。而这源于核心的媒介反应。如何报道公共事务,媒体的视角与细化程度,通过引导理解共享信息的方式,进而对基于释意的决策行为产生影响。Weick(2009)<sup>[29]</sup>等认为,组织环境是从杂乱的现实周围中建构出来的,而后者的重要组成便是由媒体营造的拟态环境(李普曼,1922)<sup>[30]</sup>,议题设置与报道倾向影响了受众认知与社会氛围:由此产生舆论环境的偏向性可以是积极的,也可以是消极的;可以是正面的舆论监督、舆论引导,也可以是负面的舆论绑架、舆论操纵、舆论误导、舆论压制、舆论钳制、谣言流言等。虽然网络舆论往往以舆论监督的面目出现,似乎更接近哈贝马斯所说的“公共性”的题中应有之义(哈贝马斯,1999)<sup>[31]</sup>,但因为沉默螺旋(诺尔·诺依曼,2013)<sup>[32]</sup>、样本偏颇、“水军”操控、群体极化(桑斯坦,2003)<sup>[33]</sup>等问题的存在,网络舆论并不等同于真实民意。这在中小企业社会责任事例中也并不鲜见(如陈义过高的社会责任要求可能满足公众一时之快,但中小企业能力不及,反而滋长了投机、合谋、收买等行为),在安全生产案例中更是不胜枚举(如掩盖真相、瞒报虚报、收买记者、压制员工及家属等)。

只有在舆论环境中更多揭示中小企业安全生产特点才能更好发挥舆论效果。中小企业因

资源能力捉襟见肘,缺乏系统治理的条件,安全目标与反馈虽然明确但往往被虚置,无法及时进入决策议程,安全管理多为“临时抱佛脚”式的应急反应,应付处置的是安全问题中浅层显见的下游部分,一般具有以下特点:一是能拖则拖,不到极限不会实施;二是一旦实施效果明显,实施环节主导了中小企业安全生产管理过程,目标与反馈环节相对被溢出。而大型企业具有较强的安全生产专业管理系统,处置浅层显见的安全问题绰绰有余,重点在于挖掘发现中上游部分的深层安全隐患,即本质安全。媒体治理在两者的发生机制并不相同,大型企业安全治理重在未知问题的发现,中小企业安全治理则是对已知问题的督促强化及可能的资源协同。因此,中小企业更需要外部环境提供一个较强的标准尺度来参与矫正和补漏。如本方案例当中,本该由安监评价或员工做出效果反馈的安全标准尺度,在企业手中成为转化为经济效益的自由裁量,制度失灵的恶果由此可见(张欢等,2016)<sup>[34]</sup>。舆论环境的积极影响在于督促强化了被虚置的安全目标与反馈,中小企业感知压力氛围的强度与结构并努力适应,调整决策推动实施。

舆论环境应有适用的边界,僭越就会产生消极影响。舆论环境对中小企业安全生产行为的目标设定与效果反馈影响较大,而对管理实施影响则相对较弱(本方案例当中形成鲜明对照,产生反向说明效果的是,在事前久拖不改、在事后则立竿见影),这是由于目标与反馈原本处于虚置状态,外部压力推动其进入企业决策议程;而后者更多是企业自行安排的内在专业事务。需要进一步指出的是,目标与反馈受企业资源能力、经济指标、人员素质、外部环境等多种因素影响,是动态变化的,因此,及时准确的互动有助于督促中小企业正确决策,即需要时时处处有效提醒,但外部环境显然缺少这种互动,这是舆论环境可以发挥作用的地方。并且,有时外部环境强势提供的标准尺度可能脱离中小企业管理实施过程中简单灵活有效但欠规范的特点,过度的外部影响反而会干扰管理行为。

(3)进一步讨论。深入研究舆论环境影响中小企业安全生产行为需要明晰一个嵌入结构:即政企关系。政府监管行为是由安全监管目标与外在的社会压力共同促成,相关制度政策是在问题流、政策流、政治流汇合在机会之窗时博弈出来的,利益相关者共同参与各种压力供给,平衡了监管力度,对执法自由裁量空间也是一种外部约束;按惯例展开的事后检查就是松紧力度的现实呈现。有别于大企业与政府的博弈关系,中小企业因资源能力弱,相对过高的监管要求产生较大的管理落差,非寻求某些保护难以应付,所以,政府与中小企业的关系基本为主导—依附型,中小企业并非独立的决策主体,行为基本为政府监管松紧程度所控制,外界影响更多要通过政府监管来实现,如在本文案例中,政府监管平时松弛放任,整改通知一拖再拖,员工投诉难以奏效等便是这种关系的证明。

可以进一步指出的是,监管目标要求相对过高,正是形成政府与中小企业控制关系的重要原因——表面上满足社会愿望却不切合企业实际,企业只能委身于权力求保护。如在本文案例当中,企业在当地多次出资助学救灾等而有慈善之名,这于中小企业而言或可认为是一种“保险策略”(Godfrey等,2009)<sup>[35]</sup>,当然,这与善心也并不相斥。因此,舆论如实反映中小企业实际情况,可以动员更多社会资源互动,促进与监管目标的适配,减少管理落差也就降低了投机倾向;如实反映员工反馈,提高建言程度也就减少了目标与反馈虚置的可能;具体及时的互动有利于督促强化管理行为。过度的外部影响并不利于中小企业擅长在现实条件下灵活创新的优势发挥。由此,适度降低对中小企业社会责任的要求,使之切合实际更有利于激发合理行为。

而监管时的选择性松紧则是在控制关系基础上催生的合谋或寻租关系的反映,政府与企业共同追求经济绩效的激励相容更增加了安全目标被挤出的风险,理解政企关系是深刻解析中小企业安全生产困境的关键钥匙。舆论环境消极影响作用也与此锁定结构有密切关系。另外,中小企业

与员工的关系基本为经济性的主导—依附型,这一关系结构也影响了舆论环境积极作用的正常发挥:安全需求与建言氛围均弱,所以,员工平时建言程度极低,一般只能以离职行为规避可能的安全外溢成本。

## 四、结论与讨论

### 1. 结论

本文运用扎根理论方法对中小企业安全生产事件典型案例进行质性分析,探索研究舆论环境对中小企业社会责任行为的影响机理,得到一些有价值的发现。

(1)舆论环境可以动员集结引导社会资源影响多方利益博弈,帮助中小企业履行社会责任。作为一种注意力资源的舆论环境,并非只是认知层面的意见互动(俗称“口水战”),而是复杂的认知、利益、制度、条件等冲突关系的源头呈现,优化舆论环境对处于其“泡罩”中的管理行为具有事半功倍的效用,可引导社会力量弥补市场与政府的双失灵困境。但中小企业社会责任领域的舆论资源总量不足,冷热不均,结构失衡等,进一步阻碍了社会关注的导入,形成“低关注→低报道→浅结构→低关注”的低水平循环锁定中。因此,治理要从源头的舆论环境中入手,对中小企业社会责任领域舆论资源的总量与结构进行调整。

(2)舆论环境影响并以监管力度和建言程度作为中介影响中小企业社会责任行为。舆论环境的积极作用在于提供客观事实及主观意见的信息交换,有利于扩大认知、打破既有利益与制度的局限锁定,形成合法性要求的压力,弥补因目标偏移和反馈不力而导致的中小企业社会责任管理短板。构成舆论环境三个维度当中,首要条件应是公众知情,核心环节为媒介反应,而传播途径则是必要载体。

(3)舆论环境影响中小企业社会责任行为也可能产生消极作用。因大众的认知局限(不管是事实细节、抑或是专业知识背景和判断能力),满足于消费社会鄙视链的刻板印象为主的浅层意见往往居多且能占据优势,成为舆论主导,舆论偏好拔高要求,脱离了中小企业灵活有效但欠规范的管理实际;舆论越强烈,就越可能迫使企业作出不恰当或表面的响应以顺从应付舆论要求,反而会催生投机——强化造假、转嫁风险给员工、寻求权力保护等行为,并可能诱致利益相关者来操控舆论,甚至绑架民意,劫持决策,误导目标议程。尤其是在一边倒的热点事件中,更易掩蔽或扭曲真相,出现替罪羊或背黑锅等现象。

(4)鉴于舆论环境对中小企业社会责任行为影响兼具积极与消极作用,因此,舆论环境的作用应设边界。有限的舆论资源应限于关注目标设定与效果反馈虚置的漏洞上,不应一厢情愿地拔高要求,更不应越俎代庖干预具体解决方案等管理实施过程。应通过充分的信息交换促进各主体充分博弈,以此弥补中小企业社会责任资源能力不足。让舆论环境(言务)与管理实施(事务)不断理性互动协同,形成言务对事务的“两边夹”,在各自的适用边界内发挥最大的作用,使整体决策获得最好的效果。

由此,可进一步推论,舆论环境的功能在于提供充分的信息交换:在合理的舆论规则作用下,让客观事实充分披露,让主观意见充分竞合,减少滋生信息被垄断、事实不明晰、意见不平衡、热点被炒作等片面歪曲及“水军”等现象,促进真相与真理不断涌现。以此为基础,主体可在各自的认知、利益、制度和条件的局限范围内,作出有限理性下的优化决策,由此,可推动管理制度改进与落实。因此,舆论环境优化的关键就是对舆论规则的合理优化,即舆论制度建设(如在本文案例中,只要进一步优化舆论规则,市场失灵与管制失灵的困境冲突都可在源头的舆论环境中充分反映并推动化解)。

## 2. 启示

(1)理论方面。与大型企业为获得声誉优势而实施社会责任行为所不同,中小企业缺乏社会资源调动能力,其社会责任行为并非出于企业设计的竞争策略,而是更多依靠外部压力来驱动产生跟随或适应环境,这在以上的扎根分析中可得明证。

正因如此,解决中小企业社会责任问题的一条显见路径是加强社会监督,尤其是舆论环境建设,在失衡的“政府→企业→员工”关系中加入公众变量,调整为“舆论环境(公众—媒介互动)→政府→企业→员工→舆论环境”四者关系的约束闭环,实施关键在于优化舆论规则,这更多体现在媒介反应上。

事实上,舆论总是与群体相对应,不同群体对应着不同议题结构的舆论,同一舆论场中的主体对议题结构也有着不同的偏好与判断,且各自都有一定的合理性。因此,如何高效合理地集结各种事实与意见的信息,就是不断优化舆论规则,使真知灼见不断涌现。由此而论,利用优化的规则从舆论资源中挖掘有利于决策的事实与意见信息,就是舆论环境优化过程。

从交易成本角度讲,中小企业社会责任问题本质在于产权界定不明晰,利益相关者权责不一致(外部性溢出)且形成一定程度的锁定困境。舆论环境优化可以让不同意见充分交互博弈,把管制的部分职能交给弥尔顿所说的“意见市场”或者如科斯提出的“思想市场”的认知博弈,可以部分替代实际利益博弈,减少试错与锁定的成本。因为认知博弈可以让事实细节更明晰,评价标准更合理,从而在某种程度上完善与超越利益局限下的决策。

舆论市场是一种更“轻质、广谱”的管理手段,舆论规则(制度)是最应被关注的重点,市场就是由一系列规则(制度)构成的。而舆论规则主要由媒介来实施,由此,在理论上可以提出一个“管理与媒介”的命题,即以“媒介反应(基于舆论规则)→舆论环境(合法性压力与结构)→管理行为(言务对事务的两边夹)”为作用路径,通过媒介反应来影响管理行为。需要指出的是,这里的媒介与舆论并非仅指大众舆论,应该扩展为一般群体对应的舆论及媒介,即应具有—般性。

(2)实践方面。基于以上分析,在中小企业社会责任领域,首先要体认到舆论环境的重要性,培养全社会更多关注中小企业社会责任建设,通过信息披露更多地满足公众的知情要求,鼓励更多的NGO组织展开安全生产领域的活动;加强对媒体如实报道和正确反映舆论的激励,如设立中小企业社会责任报道基金,激励专业媒体深入挖掘议题结构和大众媒体拓展传播影响力,鼓励创新传播途径获得更好传播效果等。

中小企业需要借助利益相关者的合力来履行社会责任,而通过舆论环境主动传播或吸收企业社会责任信息,则可以吸引更多社会资源,让更多利益相关者分享或分担决策,同时,也有利于社会控制。这方面工会可以发挥更大的作用(胡恩华等,2016)<sup>[36]</sup>。舆论环境与企业行为的良性互动是中小企业社会责任最根本的解决之道,其本质是利益相关者参与企业治理。

## 3. 进一步的研究方向

本文试图打开舆论环境的笼统概念,进一步深耕核心概念下的多个维度与范畴关系,建立舆论环境与企业决策行为之间的内在维度关系,在获得了一些创新结论的同时,也试图开启舆论与决策的关系研究:在其之上是媒介与管理的关系研究,在其之下则是权利与权力的关系研究。舆论与决策是一对核心关系范畴,不断深入揭示此关系的内涵具有基础性的创新价值,如建构一座桥梁,可以把管理研究从决策行为层面引向更深更广阔的认知意义层面,而新制度主义视角则是一个可以探索更有价值研究空间的有效通道。毫无疑问,一个交叉边缘的舆论领域是亟待管理研究去创新拓展的。

参考文献

- [1]杨春方.中小企业社会责任缺失的非道德解读——资源基础与背景依赖的视角[J].南昌:江西财经大学学报,2015,(1):32-42.
- [2]张乃建.欠发达地区中小企业安全生产保障对策研究——以山东省济宁市为例[D].济南:山东大学,2008.
- [3]Carroll A B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders[J]. Business Horizons, 1991, 34, (4):39-48.
- [4]Freeman, R. Edward. 战略管理——利益相关者方法[M].上海译文出版社,2006.
- [5]R. Edward Freeman, William M. Evan. Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation[J]. Journal of Behavioral Economics, 1990, 19, (4):337-359.
- [6]Margaret M. Blair. For Whom Should Corporations Be Run? An Economic Rationale for Stakeholder Management[J]. Long Range Planning, 1998, 31, (2):195-200.
- [7]沈奇泰松.组织合法性视角下制度压力对企业社会绩效的影响机制研究[D].杭州:浙江大学,2010.
- [8]肖红军,李伟阳.国外企业社会责任研究新进展[J].北京:经济管理,2013,(9):179-188.
- [9]陈力丹.舆论学——舆论导向研究[M].北京:中国广播电视出版社,1999.
- [10]道格拉斯.C. 诺思.制度变迁与经济绩效[M].上海:汉语大词典出版社,2009.
- [11]O. E. Williamson. The Economic Institutions of Capitalism [M]. Free Press, New York, 1985.
- [12]程启智.内部性与外部性及其政府管制的产权分析[J].北京:管理世界,2002,(12):62-68.
- [13]罗鹏,钱永坤.我国煤矿安全“内部监管”有效性研究——基于监管者视角[J].北京:经济管理,2015,(12):49-55.
- [14]许婷,周燕.比较视野下安全生产的政府管制研究[J].武汉:中国地质大学学报(社科版),2006,(6):55-60.
- [15]梅强,刘素霞.中小企业安全生产管制研究:基于生命价值理论视角[M].北京:科学出版社,2011.
- [16]茅铭晨.政府管制理论研究综述[J].北京:管理世界,2007,(2):137-150.
- [17]K. Basu, G. Palazzo. Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking[J]. Academy of Management Review, 2008, 33, (1):122-136.
- [18]Flammer C. Corporate Social Responsibility and Shareholder Reaction: The Environmental Awareness of Investors[J]. Academy Of Management Journal, 2013, 56, (3):758-781.
- [19]Minor D, Morgan J. CSR as Reputation Insurance: Primum Non Nocere[J]. California Management Review, 2011, 53, (3):40-59.
- [20]刘伯恩.组织合法性视角下矿业企业社会责任驱动机理研究[D].北京:中国地质大学,2014.
- [21]贾兴平,刘益,廖勇海.利益相关者压力、企业社会责任与企业价值[J].武汉:管理学报,2016,(2):267-274.
- [22]王倩倩.组织合法性视角下的企业自愿性社会责任信息披露研究[D].沈阳:辽宁大学,2013.
- [23]张舒.矿山企业管理者安全行为实证研究[D].长沙:中南大学,2012.
- [24]郑培培,任春艳,郭兰.社会责任信息披露、媒体报道与个体投资者的投资决策——一项实验证据[J].北京:经济管理,2017,(4):37-50.
- [25]郭毅.中国中小企业社会责任推行模式研究[J].长沙:求索,2011,(5):40-42.
- [26]邓泽宏,叶苗.加强中小企业社会责任的外部促进机制探究[J].武汉:江汉论坛,2010(07):126-130.
- [27]杜娟.小微企业社会责任感及其培育研究[D].长沙:湖南大学,2015.
- [28]费小冬.扎根理论研究方法论:要素、研究程序和评判标准[J].广州:公共行政评论,2008,(3):23-43.
- [29]维克,贾柠瑞,高隽.组织社会心理学[M].北京:中国人民大学出版社,2009.
- [30]李普曼.公众舆论[M].上海人民出版社,2002.
- [31]哈贝马斯.公共领域的结构转型[M].上海:学林出版社,1999.
- [32]诺尔·诺依曼, E. N. 沉默的螺旋——舆论:舆论——我们的社会皮肤[M].北京大学出版社,2013.
- [33]桑斯坦,维明.网络共和国:网络社会中的民主问题[M].上海人民出版社,2003.
- [34]张欢,王新松.中国特大安全事故政治问责:影响因素及其意义[J].北京:清华大学学报(哲学社会科学版),2016,(2):170-184.
- [35]Godfrey P C, Merrill C B, Hansen J M. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Shareholder Value: An Empirical Test of the Risk Management Hypothesis[J]. Strategic Management Journal, 2009, 30, (4):425-445.
- [36]胡恩华,张毛龙,单红梅.中国工会与劳资关系调节职能——基于1853篇工会实践报道的研究[J].北京:经济管理,2016,(11):174-186.

# An Exploratory Research on the Influence of Public Opinion Environment on Social Responsibility of SMEs

——Taking Work Safety as an Example

YE Jun-yu, MEI Qiang

(School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang, Jiangsu, 212013, China)

**Abstract:** SMEs healthy development is a matter of economic progress and the vast majority of employee welfare social structure transformation, how to make full use of social resources to make up for the inadequacy of ability of SMEs social responsibility behavior? Using the grounded theory methods to analyze typical cases, this paper explore the public opinion environment for SMEs safety in production the influence mechanism of decision-making behavior, inductive extract the public, media reaction, route of transmission of public opinion environment to the enterprise behavior, government regulation, employees "behavior (PRVB model), the influence of the relationship between innovative results:

Public opinion is a kind of attention resources can be mobilized, build up the social resources, as the third party power of SMEs social responsibility the interests of the game, to make up for the market failure and government failure situation, guide the external environment to bring more resources to help SMEs to fulfill their social responsibilities. Public opinion environment is not just the views of cognitive interaction level (commonly known as "slobber war"), showing the source but the complex cognition, interest, system, conditions of conflict relationship, optimize the environment of public opinion in the "Bubble cover management" has a multiplier effect. But the total amount of public resources in SMEs, lack of social responsibility in the field of Lengrebujun, structural imbalance, further hindered the import of social concern, the formation of "low attention→low reporting→shallow structure→low attention" low level circulation lock. Therefore, governance should start from the public opinion environment of the source; the adjustment of the total amount and structure of the public opinion resources in the field of social responsibility of smes.

The impact of public opinion environment and the degree of supervision and voice as intermediary to affect the social responsibility behavior of SMEs. The positive role of public opinion environment is to provide objective facts and subjective views of the information exchange, is conducive to the expansion of cognition, break the vested interests and institutional limitations of the legality of the lock, formation pressure, to make up for the social responsibility of SMEs and feedback target offset caused by ineffective management short board. Among them, public awareness is the primary condition, media response is the core link, communication is the necessary carrier.

The public opinion environment may have a negative effect on the social responsibility behavior of smes. Because of cognitive limitations (whether in public or professional background, details and judgment), shallow views to meet the consumer society despise chain stereotypes tend to take advantage of the majority and become the leading public opinion, public opinion preference overstating requirements from SMEs but less flexible and effective management practice; public opinion is more intense, more likely forcing companies to respond to inappropriate or surface obedience to deal with public opinion, but will pass on the birth of speculation, strengthen fraud, risk to employees, to seek power protection behavior, and may cause stakeholders to manipulate public opinion, public opinion and even kidnapping hijacked decision, misleading the agenda. Especially in the hot events one-sided, more easily masking or distort the truth, or other phenomena appear scapegoat scapegoat.

In view of the positive and negative effects of the public opinion environment on the social responsibility behavior of SMEs, the role of public opinion environment should be set boundaries. The limited public resources should be limited to focus on goal setting and feedback false vulnerabilities, should not be wishful thinking correctly, it should not interfere with specific solutions for others management implementation process, promote the main full game through full information exchange, in order to make up for SMEs social responsibility lack of resources. Let the public opinion environment (opinion) and management implementation (transaction) rational coordination and interaction, the formation of business affairs says "sandwich", play the biggest role, so that the overall decision for the best effect in the application of the boundary.

**Key Words:** public opinion environment; SMEs social responsibility; work safety; media response; grounded theory

**JEL Classification:** M14, M11, M19

**DOI:** 10.19616/j.cnki.bmj.2018.02.006

(责任编辑:弘毅)