

从化工安全环保事件看危机公关中新闻信息的有效传播

杨 洋 (齐鲁石化, 山东 淄博 255000)

摘要: 新闻信息传播的宗旨在于为受众提供富有价值的信息和指导, 而要想实现这一目标, 就必须对所传播新闻信息的有效性进行重点考虑。从这一角度来说, 新闻传播应以有效传播为出发点和落脚点, 这里必然会涉及到对受众心理、传播者心理以及二者心理契合的相关研究。本文主要以化工安全环保事件为着眼点, 针对如何在危机事件发生后有效传播新闻信息进行分析。

关键词: 化工企业; 危机事件; 危机公关; 新闻信息; 有效传播

危机事件发生后, 企业往往会成为广大群众关注的焦点, 如果这时企业选择隐瞒事实, 势必会引起人们的猜疑, 导致出现一些对企业不利的报道, 从而为危机处理造成麻烦, 引发不良的社会影响。因此为了帮助人们准确了解事件内容, 必须真实报道事件, 为广大群众传播真实的新闻消息, 使人们及时了解危机事件发展的情况, 确保获得较好的危机处理效果。近年来很多化工企业安全事故发生, 这些企业面对危机事件选择的应对措施, 直接关系到舆论的走向。

1 危机公关中新闻信息传播的原则

1.1 及时快速原则

危机处理的目的在于有效控制事态进一步蔓延, 将其造成的损失降到最低, 从而在短时间内重塑企业在人们心中的良好形象。因此, 一旦发生危机, 必须力争在最短时间之内将局面挽回过来, 此时赢得了时间, 就等于为企业挽回了形象, 因此危机处理过程中新闻传播一定要及时、快速。

1.2 口径一致原则

危机事件发生后, 在新闻信息传播过程中必须做到口径一致, 尤其是企业领导, 发表言论时一定要慎重, 避免危机进一步扩大。在危机处理过程中传播工作是非常重要的, 因为此时新闻信息一旦传播出去, 就关系到企业发展的全局。因此必须坚持口径一致, 避免出现人员言辞不一致。同时, 坚持口径一致还可为企业在人们心中树立团结战斗的良好形象, 此时企业领导应着力维护企业的良好形象。尽可能的由企业发言人来发布信息, 在对危机进行处理的过程中, 应注意保护各方协同一致, 不可有不准确信息发出。

1.3 真诚传播原则

危机事件发生后, 真诚是危机公关的前提所在, 在绝大多数情况下, 企业对危机事件的处理与受害者双方的利益直接相关, 因此很容易引发双方的误解、争执, 也极易引发媒体的关注。这种情况下, 企业领导在传播信息时, 应该把事件的真相真诚的公开出来, 使人们摆脱对危机事件的关注, 虽然事实改变不了, 但人们对事件的态度和看法是可以改变的, 特别是在事件发展的初期, 媒体、群众判断事件时难免会掺杂一些感情因素, 因此此时最关键的就是企业呈现出的态度, 所以企业必须为人们展示出诚意, 使媒体、群众从好的角度看待企业和事件本身。

1.4 避免争论原则

如果事态发展到了危机的程度, 此时最为主要的问题

就是人的偏见。所以针对抱有激动情绪的人们, 给予其理智的解答根本不会起到任何作用, 此时企业应该按照人们情感态度的实际情况给出反应, 在新闻信息传播时切记不要进行理智的讨论, 因为不论争论是理智的, 还是合乎逻辑的, 人们都会认为企业是在为自身做辩护, 那么情况只会变得更糟。因此企业应该建立起控制危机的信心, 抱着同情心和关心的态度传播新闻信息, 使人们对企业的观点和看法得到改变。

1.5 多方思考原则

当危机事件发生后, 企业最有效的工具就是传播和沟通, 对于企业领导来说, 在每次危机沟通时都应该思考, 应该利用何种态度去表达, 应该用何种感情去表达, 应该如何阐述观点和事实, 明确沟通的对象及对其了解的程度, 沟通的目的在于劝告人们亦或是警告人们等。只有对以上问题进行全面的考虑, 危机沟通才可能会达到预期效果。

2 化工安全环保事件下危机公关中新闻信息的传播

对于化工企业而言, 当危机事件出现之后, 企业领导和管理层必须在事件发生后的第一时间保持冷静, 要认识到此时树立企业的社会形象至关重要, 为受众及时传播有效的新闻信息, 并且认识到有效传播新闻信息的重要意义, 重点对受众心理、传播者心理以及传播者与受众心理的契合度三方面进行重点研究, 明确受众的期待心理, 并对其普遍与个性心理、正常与异常心理进行重点探究与分析。

2.1 受众心理问题研究

每个受众都有他的期待, 如果新闻呈现的信息是与受众预设的模式相吻合的, 那么他们就会很容易接收, 相反就会很难接受, 或需要通过很长的过程才能接受。危机出现之后最初的 12h, 信息会如同病毒一样高速传播, 此时受众接收到的信息往往很少是真实的, 各种猜测、谣言充斥在社会中, 同时化工企业的任何举动和言论都会成为其危机处理的依据所在, 此时政府、受众会对其密切关注, 企业的立场和做法都会立即见诸于媒体。因此, 企业必须做到当机立断, 在短时间内把事态控制住, 否则极有可能会使危机范围扩大。当危机发生之后, 是否可以在第一时间内将事态控制住, 是危机处理的关键所在。

2.2 研究受众的普遍与个性心理

人的内心都是非常复杂的, 但在同一时代生活的人们, 在很多问题上人们的心理却会表现出一定相通之处, 这与多种因素有关, 如民族环境、地域环境等, 持续关注受众

表现出的共同心理,可使新闻传播者在短时间内找到有效的传播内容,并且可使这些内容很快进入到人们内心。不仅如此,还要对某些受众表现出的个性心理加以留意,大量事实证明,可以把受众分成不同群体,这些群体由于从事的职业相同,或者同属一个年龄阶段,或者有其他因素的影响,他们表现出了一些相似的心理特征。以渤海漏油事故为例,事件发生后,当时有来自律师的致信,要求相关部门调查刑事责任;有水产养殖户通过法律途径要求索赔;还有人通过人民网发表了有关事故原因的评论,充分展现了传播者心理的复杂。

2.3 研究受众的正常与异常心理

大多数情况下受众的心理都是比较正常的,是与常情常理、环境、逻辑等相符合的,对于广大受众来说,理性和正常的情感为其正常心理提供了两大支柱,这两大支柱中如果缺失其一,就会打破人正常的心理状态。因此应该以正常的传播方式面对受众的正常心理,采用理性和情感等因素与广大受众互动。受众在面对一些新闻信息时,也可能有一些异常心理表现,之所以会形成异常心理,可能与外部条件突变有关,受众无法以理性和惯常的情感为根据对其进行判断,也可以看成是受众在无所适从状态下形成的心理反差。在一些特殊条件下,在心理失衡影响下人们极易表现出异常心理。

逆反心理是相对于正常心理而言的,可以将其放在异常心理的范畴之中,但逆反心理也存在一定的普遍性,从该角度来说,逆反心理也可以被看成是正常心理的一种。如果企业处在危机事件的漩涡之中,必然会成为媒体和广

大受众的焦点,此时其言行都可能会受到质疑,所以侥幸心理是不能有的,企业绝对不能抱着蒙混过关的心理,应该与新闻媒介之间保持主动、积极的联系,在短时间内与受众沟通,把事件的真相呈现出来,以达到双方理解目的。比如一些媒体阐述的明明就是事件真相,却由于态度比较傲慢,使受众产生反感情绪,反而不再关心事件的真相,只剩下对企业一味的责备和声讨。实际上企业可以把自己的一些看法隐含在新闻信息之中,为受众提供一些暗示。

综上所述,由于一些化工企业中的领导或宣传人员没有形成传播新闻信息的意识,并且对传播对象的研究也不够,采用的方法不科学、不合理,使其对传播的效果并不关注,所以往往信息传播的效果并不好,经常是事倍功半,即便针对新闻内容进行精心策划,最终结果也达不到预期。为此,企业应以诚恳的态度,专业的处理问题的能力,积极的行事作风解决问题。

参考文献:

- [1] 王晓磊. 社会化媒体背景下企业公关危机处理新思路 [J]. 中小企业管理与科技(中旬刊),2021(02):132-133.
- [2] 蔡琼. 新媒体环境下企业危机公关策略研究 [J]. 中国商论,2020(23):125-126.
- [3] 吴治刚,周溪. 浅析新媒体环境下企业危机公关新路径 [J]. 中外企业文化,2020(12):104-105.
- [4] 段弘,张宇轩,李雪琴,赵雨琪. 合理回应:危机公关中的态度展现 [J]. 公关世界,2020(21):9-16.
- [5] 刘韵竹. 网络经济时代的企业危机公关 [J]. 中外企业文化,2020(08):127-128.

(上接第39页)所需物资,从根本上减少因为市场物资缺乏而带来的影响,有效的节约成本。

3.2 不断提高物资采购人员的综合素养

从企业职业素养来说,职业素养较高的工作人员,能够及时解决采购风险带来的问题。可以高效制定科学的采购规划,便于采购。除此之外,良好的道德素养能够有效保证还够工作的高效率开展。因此,石油化工企业应该制定科学的招聘机制,录用优秀高素质人才。采购人员入职之后,企业内部应当定期展开工作培训,从根本上提高员工的工作和道德水平,通过有效策略提高采购人员的工作能力。

3.3 提高物资采购监督管理水平

石化企业中的采购部门涉及的工作量、采购种类以及预估方向也比较多。因此,企业应当配备相应的监督工作人员,加强对工作人员的科学培训,保证他们能够清楚物资采购人员的整个采购流程,对整个过程进行科学监管。在选择物资供货商时,监督人员务应当积极进行物资质量排查,及时考察供应商供货经历,进行较为严格的选购筛查,保证供货商的质量,为物资采购人员提供选择的方向,从而保证企业群采购物资的高水平质量。现如今我国很多石油化工企业并没有科学开展物资采购监督工作,只是单一的将物资采购放在首位,指导下级公司进行物资采购。

这种指导方式虽然比较规律,但很难发挥监督作用,因此会出现企业内部利益问题。所以,石油化工企业应该安排定期抽查式监督,保证物资采购工作能够有计划实施,确保各个步骤的稳妥进行。

4 结束语

总的来说,在石油化工企业中,物资采购工作非常重要,同时,物资采购工作效率影响着企业的生产质量。通过调查可以发现,现如今我国很多石油化工企业面临着物资采购风险,采购风险中包括外部风险和内部风险。为了及时规避这些风险,降低经济损失,企业需要通过一系列科学且严密的管理措施,提高企业物资采购管理水平。从而有效保证所采购的物资质量,通过高质量生产效率提升石油化工市场的核心竞争力,维持并促进其可持续发展。

参考文献:

- [1] 刘瑞. 石油化工企业物资采购风险管理探析 [J]. 化工管理,2020(18):16-17.
- [2] 陈云霞. 石油化工企业物资采购风险管理探讨 [J]. 今日财富(中国知识产权),2019(04):85-86.
- [3] 杨伟义. 石油化工企业物资采购风险管理探析 [J]. 化工管理,2018(17):39-40.
- [4] 胡军. 石油化工企业物资采购风险管理探析 [J]. 人才资源开发,2017(16):176-177.