

新媒体时代企业文化传播与发展的路径研究

穆 通

曹妃甸新天液化天然气有限公司, 中国·河北 唐山 063200

【摘要】在企业发展和建设过程中,企业文化是重要基础,能够帮助企业实现长远健康发展。因此,企业也非常重视对文化的传承与发展。但是在进入到新媒体时代后,企业文化的传承与发展受到了较大程度的影响,难度变大,限制了企业的向前发展。为了帮助企业更好地应对新媒体时代背景下企业文化传播与发展过程中存在的各类问题,本文提出了有效的路径,希望可以给有关企业提供科学有效的参考和帮助。

【关键词】新媒体;企业文化;传承与发展;路径

引言

企业文化为加快推动企业长远健康发展奠定了良好的基础,也为企业提供了不竭动力,有助于增强企业的凝聚力,使企业在当前多变的行业及市场环境当中有效应对多种挑战,切实增强企业的市场竞争力。现如今,随着信息技术的发展,人们成功地迈入了新媒体时代,可以在多种网络平台上了解最新的新闻资讯,各类信息的传播速度更快,其覆盖面也更广,民众也可以在新媒体平台上进行互动。在新媒体时代背景下,企业文化的传承与发展迎来了较大变化,也面临着不小的挑战,企业文化应当增强创新意识,紧随时代的发展脚步,对新媒体的特性进行研究,分析企业当前的发展情况以及建设目标,推动自身的创新与改革,为加快推动企业的高质量发展奠定良好的文化基础。

1 新媒体与企业文化传播及发展的基本概述

1.1 新媒体

新媒体作为一种新型的媒体形式,实现了对互联网、移动通信技术以及先进数字化技术的应用,能够利用相应的技术开展高速的信息传播与交流,推动了平台的多元化,也实现了信息服务水平的进一步提升。从新媒体的特性来看,其表现出了互动性、实时性、个性化以及多媒体性的重要特点,可以推动信息更新的及时,支持实时交流,同时也推动了传统媒体单一信息传播方式的更新与升级,使得社会民众能够依据自身的需求选择合适的信息获取渠道。其次,在进入到新媒体时代之后,新媒体平台也实现了自身的多样化发展,社会民众能够在众多的新媒体平台上,获取文字信息,也能够观看短视频以及网络直播等,

使自身能够与媒体以及其他的用户进行互动和交流,平台能够利用信息技术开展众多信息的分析与研究,准确了解用户的喜好、兴趣以及习惯等,为用户提供个性化的服务,使用户能够提高对信息服务的满意程度。不仅如此,在新媒体时代的背景下,用户的角色发生了较大程度的转变,他们不仅可以在新媒体平台上获取各类信息来满足自身的需求,也能够参与到其中,从自身出发进行点赞、评论和转发,甚至可以直接进行内容的创作,体现了对用户主体性的尊重。因此,在当前的社会背景下,新媒体实现了其自身的快速发展,给社会民众的生活方式带去了较大的改变,媒体生态也新媒体的影响下也发生了变化,发展潜力巨大。

1.2 企业文化传播与发展

在企业的长期建设和发展过程中,其将会形成带有自身特色的个性化文化理念,企业的发展历史、价值观念、发展愿景以及行为等共同构成了企业文化,向外界展示了企业的精神风貌,体现了企业的独特性,也成为了企业的灵魂。企业要想实现自身的可持续健康发展,必须要积极开展企业文化的传承与发展工作,使企业文化能够深刻影响企业职工,促使相应的职工加深对企业文化的了解和认识,随即在企业文化的正确指导下,加强对自身行为的管控,并逐渐形成正确的价值观念,保障企业运营状态的良好,促使企业能够在日趋白热化的市场竞争环境当中占据有利地位。在开展企业文化的传承活动时,企业需要从实际出发,对自身的发展特点进行研究和分析,选择应用合适的传承方法,并紧随时代的发展脚步,积极学习最新

的社会文化,使企业文化能够展现自身的历史性以及时代性,推动企业文化的发展,这也能够为推动企业的持续向前发展提供动力,不断提高企业的建设水平。

2 新媒体时代对企业文化传承与发展造成的影响

2.1 变化

在新媒体时代的影响下,企业文化的传承与发展迎来了较大的变化。首先,企业文化的传播渠道发生了改变,其不再仅仅依赖于宣传册、企业网站以及线下活动,而可以使企业加强对社交媒体、短视频平台等新媒体渠道的应用,加速推进企业文化的传播与扩散,使员工能够形成对企业文化的正确了解和认识,其他社会民众也能够对企业进行进一步的了解,有助于扩大企业的知名度。企业职工在这个过程中对企业文化的认识能够很大程度上满足伐木的精神需求,促使他们增强归属感,激发工作热情和积极性,依据企业的发展和建设目标,积极投入到企业的建设活动当中,推动企业与员工的同步发展。

其次,在新媒体的影响下,企业文化的内容以及形式也发生了较大程度的改变。企业文化的内容在充分体现历史性的同时,也展现出了创新性的特点,使得企业文化的内涵得到丰富,员工以及大众也可以提高对企业文化的接受程度。在此基础上,企业能够利用新媒体平台进行企业文化的宣传,通过文字、短视频、音频等形式进行传播,切实扩大企业文化的传播力度,使员工可以充分地感受到企业文化的魅力,有助于增强员工的创新意识,吸引更多年轻的人才,帮助企业在复杂的市场环境当中焕发活力。

最后,在新媒体时代的背景下,企业文化的传承与发展也能够帮助企业更好地塑造品牌形象,企业通过展现自身的独特性,在较短的时间内就能够给较多的民众留下深刻的印象,有助于增强品牌的辨识度,加快推动企业的进一步发展。

2.2 挑战

在新媒体时代的背景下,企业文化的传承与发展不仅迎来了较大的变化,可以更好地推动企业的向前发展,也同样面临着更大的挑战,增大了企业文化传承与发展的难度,企业需要思考如何应对现存的各类新型挑战,推动自身在新媒体时代的创新性发展。具体来看,在进入到新媒

体时代之后,社会民众会获取多种多样的信息,企业很难保证传播信息的真实,企业的员工以及民众也能够在这个过程中发挥主体作用,选择性地接受企业文化信息,造成了企业文化传播的片面,企业更多对企业文化的碎片化文化信息进行传播,导致员工以及民众难以形成对企业文化的整体性认识,限制了企业文化在新媒体时代的向前发展。

其次,在进入到新媒体时代之后,企业文化的传播容易加剧不同价值观念之间的冲突。新媒体时代的到来为企业文化的传播提供了更为开放的环境,企业也能够利用多种不同的渠道来进行信息的传播,使更多的员工以及民众了解相应的文化信息,但是外界环境的开放也使得具有不同价值观念的员工以及民众在接收和理解企业文化时产生不认同的情况,员工以及民众可以在新媒体平台上表达自己的看法,更容易引发争论,容易给企业文化正确价值观的塑造产生不良影响,制约了企业文化的健康发展。

最后,在新媒体时代,企业在推动企业文化传承和发展的过程中,可能会表现出过度依赖社交媒体的问题,更加重视信息企业文化信息传播的形式以及渠道,没能对相应的文化内容进行管控,致使企业文化的独特性缺失,阻碍了企业的进一步发展。

3 新媒体时代企业文化传承与发展的路径

3.1 重视信息审核工作的开展

在新媒体时代的背景下,企业要想实现企业文化的有效传承,推动其实现健康发展,从而为自身竞争力的增强奠定良好的基础,应当对当前发生的变化以及面临的挑战进行研究和分析,随即加强对新媒体平台上发布企业文化信息真实性的管控,避免传播错误的企业文化信息,更好地维护企业自身的社会形象。对此,企业应当在企业文化传承与发展的过程中,提高对信息审核工作的重视程度,可以在企业范围内建立高水平的信息审核队伍,要求队伍成员能够对新媒体平台上发布的各类企业文化信息进行仔细分析和审核,降低信息失真等问题的出现概率。同时,企业还可以制定相应的信息审核机制,促使工作人员能够明确审核的内容,也能够在此机制的帮助下,科学应对和处理发生的各类问题,降低负面影响,维护企业的健康发展状态。

3.2 加强对企业职工价值观的管控

在新媒体时代,企业要想加快推动企业文化的传承与发展,为推动自身的长远健康发展奠定良好的文化基础,还应当重视开展对企业职工的教育,帮助他们树立正确的价值观念,避免在相应活动的开展过程中出现价值观冲突和碰撞等问题,维护企业内部的和谐,也能够促使企业职工全身心地参与到企业的各项建设和管理活动当中。首先,企业应当积极开展专题研讨会,邀请专家以及优秀的员工分享经验,使员工能够正确应对新媒体时代的多元文化,坚定自身的价值立场。同时,企业还可以鼓励员工之间进行交流和沟通,使他们可以主动地进行思考,交流经验、探讨问题,加快构建正确的价值观念。最后,企业还应当在这个过程中注重加强对企业职工的心理健康教育,帮助他们尽快缓解工作压力,使职工能够保持稳定的情绪和良好的心态,在新媒体时代下面临多元价值观时,也能够尽快地进行判断和选择,强化企业文化的传承与发展效果。

3.3 开展企业文化的多渠道传播工作

企业要想在新媒体时代的背景下,推动企业文化的传承与发展,不仅要学会应对当前面临的各类挑战,有效应对变化,还能够加强对新媒体平台的应用,发挥平台的优势作用,更好地提高自身的建设水平。为此,企业应当积极开展企业文化的多渠道传播工作,但是为了避免过度依赖新媒体平台的问题,企业可以利用线上线下相结合的方式,进行企业文化的传播,使职工以及社会民众可以从多个渠道了解企业文化,直观感受企业文化的魅力,有效地推动企业的向前发展。

总结

综上所述,新媒体时代的到来给企业文化的传承与发展带去了较大的影响,面临着新的挑战,致使企业文化作用的发

挥受到了限制,企业的发展也面临着不小的阻碍。对此,企业应当主动对现状进行分析,采取科学有效措施来应对当前的各类挑战,并学会抓住新媒体时代的机遇,实现对企业文化的多元传播,切实推动企业文化的传承与发展。

参考文献:

- [1] 伦建熙. 新媒体时代企业文化传播与发展的路径研究[J]. 企业改革与管理, 2024 (19): 134-136.
- [2] 孟凡曜, 位泓蒙. 新媒体视阈下民营企业文化传播[J]. 国际公关, 2024 (18): 14-16.
- [3] 赵晨阳. 新媒体助力胖东来品牌升级[J]. 文化产业, 2024 (24): 67-69.
- [4] 深入学习贯彻习近平总书记任总书记在文化传承发展座谈会上重要讲话精神全面推进农发行企业文化建设——徐一丁同志在党委理论学习中心组学习会上的发言(摘选)[J]. 农业发展与金融, 2023 (08): 21-22.
- [5] 张亮. 传承提升企业文化推动企业高质量发展[J]. 中国勘察设计, 2022 (11): 80-83.
- [6] 陆英, 邱青, 陈博, 等. 构建“三个传承”企业文化谱系推动企业高质量发展[J]. 华北电业, 2022 (07): 62-63.
- [7] 吴红. 文化自信视域下中华优秀传统文化传承路径解析——评《文化铸造企业之魂: 河南煤业化工集团企业文化发展战略研究》[J]. 塑料工业, 2022, 50 (02): 184.
- [8] 王飞, 王佳, 张宁宁, 等. 新经济发展格局下中小企业高质量发展模式取向研究[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2021 (04): 124-127.

作者简介:

穆通(1982.10-),男,汉,河北辛集,大学本科,高级工程师/助理政工师,研究方向:企业文化。