

新媒体时代如何做好国有企业宣传思想工作

刘洋

(中交航南方交通建设有限公司 广东 深圳 518100)

摘要:做好宣传思想工作是我们党的优良传统和政治优势,尤其是国有企业履行职责使命的有力抓手,是推动企业高质量发展的重要途径。随着国家经济的快速发展,5G智能时代迅速进入大众视野,新媒体已经成为人们日常生活中的伴随产物,一大批宣传平台应运而生,也为国有企业宣传工作提供了新思路、新渠道。本文结合当前企业宣传工作实际,分析国有建筑企业宣传工作中存在的问题,探讨新形势下新媒体在国有建筑企业宣传工作的应用与创新策略。

关键词:新媒体,国有企业,宣传工作

How to do the propaganda and ideological work of state-owned enterprises in the new media era

Liu Yang

(CCCC TDC Southern Communications Construction Co.,Ltd. Shenzhen Guangdong,518100)

Abstract: Good propaganda and ideological work is the excellent tradition and political advantage of our party, especially the powerful method for state-owned enterprises to perform their duties and missions, and an important way to promote the high-quality development of enterprises. With the rapid development of the national economy, 5G intelligent era quickly enters the public's vision and new media has become the concomitant product of people's daily life, following by appearance of numerous of publicity platforms, which also provide new ideas and channels for the publicity work of state-owned enterprises. This paper analyzes the problems existing in the propaganda work based on the actual publicity work of the current state-owned construction enterprises, and discusses the application and innovative strategies of new media in the propaganda work under the new situation.

Key words: new media, state-owned enterprises, publicity work

习近平总书记强调,面对改革稳定复杂局面和社会思想意识多元多样、媒体格局深刻变化,在集中精力进行经济建设的同时,一刻不能放松和削弱意识形态工作,必须把意识形态工作的领导权、管理权、话语权牢牢掌握在手中,任何时候都不能旁落,否则就要犯无可挽回的历史性错误。近年来,国有企业宣传工作越来越注重政治导向,能不能切实做到把宣传工作抓在手上,关系人心向背,事业兴衰,关系党的建设。国有经济是我国国民经济的支柱,在国民经济中起主导作用,发展和壮大国有经济具有重要作用。国有企业要从企业改革发展的实际出发,深刻认识加强和创新宣传思想工作的重要性和紧迫性,强化思想引领、干事创业,加大宣传队伍建设,对标先进,充分发挥传统媒体和新媒体的优势互补作用,讲好企业故事,为国有企业改革发展汇集精神力量,助力企业高质量发展。

一、国有企业宣传工作的重要性

(一) 宣传工作是意识形态工作的重要组成部分

宣传工作使企业做好意识形态工作的重要抓手,党的新思想、新政策、新理论需要通过宣传工作进行传达宣贯,只有经过大量的宣传手段,才能形成良好的宣传氛围,使最新理论成果入脑入心,推动实践落实。国有企业的发展战略、企业愿景、企业文化及人才理念只有通过加大宣传力度,才能员工个人发展与企业改革发展同频共振,形成合力。尤其是近年来,越来越多的95后、00后员工逐渐成长为企业发展的主力,年轻员工的世界观、人生观容易受到外界负面舆论、消极情绪的引导。这就要求,国有企业在宣传思想工作对年轻员工主观世界的塑造产生积极作用,重点加强社会主义核心价值观教育,帮助他们建立正确的世界观、人生观和价值观。

(二) 宣传工作是推动企业发展的重要手段

宣传工作是企业文化建设、形象建设的重要支撑。一方面国有企业对内进行宣传,可以将企业的发展战略、重大决策、关乎职工切身利益的举措传达到职工群众,有利于增强员工的企业认同感、归属感,形成具有本企业特色的文化标识,促进员工凝聚力的形成。

另一方面国有企业对外宣传,可以将企业的产品服务、经营业绩、文化建设、员工精神面貌等展现出来,通过良好的对外宣传不仅有利于塑造国有企业勇于担当社会责任、融入社会经济发展、践行国家战略的良好形象,还可以提升企业的知名度和关注度,推动企业的生产经营活动。

二、国有企业宣传工作存在的问题

(一) 宣传形式较为单一

国有企业一般具有较悠久的历史,长期受主流媒体的影响,较长一段时间宣传形式以报纸、电视等平台为主,形式较为单一、保守。随着网络的迅速普及,国有企业能主动跟上网络宣传,而宣传形式也仅仅局限在内部网站、微信公众号等途径,涉足新媒体平台较少,且新闻呈现形式也仅停留在图片、文字为主,在宣传形式上创新意识不足。

(二) 宣传内容较为固化

因国有企业发展历史的原因,宣传工作表现得过于传统,其宣传内容很大程度上是以各种政府公文、会议纪要、领导视察、考察调研为主,且在文稿内容、内容版面、图片选择上不够灵活,与当代追求的多元化的发展模式不匹配。

没有借鉴新媒体时代下语言的搞笑、平时、新奇的特点,多元化宣传工作探索不足,不能吸引到的年轻阅读者的关注尤其是青年人的吸引力明显不足;同时,过于传统化的宣传内容也限制了一些多元化表达手法的应用,致使宣传工作活力不够。

(三) 宣传方式较为被动

在传统媒体中,信息是单向传播的,即官方进行发布后,受众被动式接受,其观点、看法不能有效反馈,而在新媒体时代背景下,所有网络参与者都可以在一定范围内发布信息,人人都可能是制造舆论的信息源头,并且新媒体平台一般可设置评论区、留言区,读者看到新闻内容可以根据自己的认知表达自己的意见和见解,这也使得信息发布者与阅读者之间、阅读者与阅读者之间可以进行交

流,甚至可以达到实时互动的目的,这种互动、交流是及时的,提高了信息传播的真实性和准确性,在一定程度上提升了宣传效果。

(四) 部分宣传实效性较差

部分国有企业因固定岗定编或重视程度等问题,往往存在宣传岗位员工身兼数职,无论是工作压力、工作内容,还是工作强度,都给从业人员带来很大压力,不也在一定程度上导致有些宣传工作落实不到位,宣传工作质量不高。

三、新媒体时代背景下国有企业宣传工作面临的机遇与挑战

(一) 新媒体时代给国有企业宣传工作带来的机遇

随着5G时代的快速发展,“互联网+”理念对传统媒体的冲击力度不断增强,新媒体途径得到空前发展,尤其是像人民日报、新华社、央视新闻、环球日报等传统主流媒体的微信公众号等一经推出就收获了一大批年轻网友的关注,这也使得宣传工作得到更广泛的传播,宣传工作的形式愈加丰富。

新闻的时效性是宣传工作的重要特征,如果新闻失去了时效性,就失去了新闻的传播价值。随着经济社会的发展,人们的生活方式和社交方式发生了较大的变化,短、平、快的方式越来越让人们所接受,以微博、微信、抖音、快手、小红书为代表的移动客户端应用软件应运而生,这些新媒体软件抓如当代年轻人生活节奏快的特点,持续更新迭代,使人们的阅读习惯发生了较大的转变。一大批传统主流媒体也纷纷在新媒体上开辟自己的传播平台,传播效果得到较大提升。

在传播形式方面,新媒体可以将声音、图像、文字、视频等集于一体,传递的信息量大、且传递的内容更加生动有趣,呈现出传播方式全媒体化,能从视觉、听觉上同时刺激阅读者。而人们在获取信息时,更愿意这样通俗、易懂、有感官冲击、给人震撼感觉的信息。主流媒体在借助新媒体介质传播理论知识、时事政治时,综合运用声音、图片、视频的方式,用“快餐式”的形式呈现出来,也使得各种“碎片化”的信息得到最大程度地传播。近年来“侠客岛”“组工宝典”等微信公众号,正是借助新媒体将逻辑性强的理论知识进行“碎片化”的连接,在传播形式上也在迎合年轻读者的阅读习惯,这也使得宣传工作找到了“互联网+”的“新媒体+”的表达方式。

(二) 新媒体时代背景下国有企业宣传工作面临的挑战

抖音、快手等新媒体平台的出现,可以使阅读者利用碎片化的时间随时阅读,在零碎的较短时间内浏览更多的讯息。为了吸引更多的阅读量,信息的发布者往往将宣传内容进行碎片化处理,部分信息极易被断章取义,甚至导致与事实背道而驰。

由于新媒体平台信息发布可以通过电脑、手机、移动PC等终端,只要网络正常就可以随时发布讯息,操作便利,信息传播速度较快,可以提高宣传工作的效率,但国有企业因涉及一些国民经济等秘密信息或商业机密,开放式的新媒体传播其密级不够,会对保密工作构成一定的挑战。

新媒体的受众人群以年轻人为主,企业年轻员工在生活条件、经济基础上优于老一辈员工,思维也更加活跃,思想意识、思维观念、价值取向、行为方法呈现多元、多变、跳跃的特点。而全开放的新媒体平台包容性较好,容易充斥一些非主流、负能量的言论,一旦形成舆论热点,对年轻员工的思想产生容易不良诱导,从而影响其价值观的形成。

四、新媒体时代对国有企业开展宣传工作的启示

(一) 坚定政治方向,提升责任意识

意识形态决定文化前进方向和发展道路,因此,不论是传统媒体还是新媒体,要做好宣传工作,坚持正确政治方向,具体来讲就是要强化教育引导、实践养成、制度保障,发挥社会主义核心价值观对国民教育、精神文明建设、精神文化产品创作生产传播的引领作用,坚持正确舆论导向,提高新闻宣传舆论传播力、引导力、影响力、公信力,要落实意识形态工作责任制,加强宣传阵地建设

和管理,旗帜鲜明反对和抵制各种错误观点。要主动扛起弘扬社会主义主旋律、反映新时代的最强音,要通过传播正能量、宣传英雄模范,始终不渝坚定政治立场。

(二) 立足中心工作,推动高质量发展

企业的高质量发展离不开良好的外宣,要推动宣传工作立足中心工作,助推企业高质量发展。要紧紧围绕企业战略目标来推进宣传工作,一是国有企业要聚焦主责主业,坚持新发展理念,将企业战略目标服从服务于国家战略、社会发展,要将宣传工作围绕企业改革发展、战略落地等各个方面,要通过宣传将干部职工的思想统一到企业生产经营管理中心工作上来,凝心聚力服务企业高质量发展。二是在宣传工作中,找准企业特点和品牌塑造,挖掘企业攻坚克难、推动发展的先进典型事迹,形成具有本企业特色的品牌形象,树立好良好形象,讲好企业故事,提升企业知名度。

(三) 创新宣传方式,提升传播效力

当前,新媒体已经广泛渗入到人们的工作生活的方方面面,人们的阅读习惯和交流方式已经发生了很大变化,国有企业要立足形势,借助新媒体达到宣传思想的目的,这就要求国有企业做到:一要加强顶层设计,要统筹协调好传统媒体和新媒体,充分发挥二者的优势,企业要主动适应互联网发展大势,坚持宣传政治导向,运用好两微一端的影响力和覆盖面,拓展宣传渠道,提高企业影响力;二是要传播企业正能量,积极发动本单位员工由传统媒体向新媒体阵地转移,建议健全宣传奖励机制,充分发挥基层员工的作用,扎实做好基层工作,鼓励普通员工主动参与新闻宣传,提升员工的参与度。

(四) 强化人才培养,打造一支宣传精兵强将

由于宣传工作使业务性很强的政治性工作,新媒体时代背景下,要做好宣传工作,必须有一支政治立场坚定、思维活跃、业务能力突出的宣传队伍。国有企业要发挥好党组织的核心作用,党组织负责人为抓宣传队伍建设的第一责任人,要主动承担责任,加强对专兼职宣传干事的培养教育,引导他们加强思想政治教育和业务能力提升,要扎根一线做宣传,贴近群众挖亮点,持续提升宣传队伍把握正确方向、宣传主流思想、应对网络舆情及保密意识,着力打造一支正派、精干、高效的宣传尖兵。

五、结语

新媒体时代背景下,宣传工作要主动适应时代的变化,以开放、包容的姿态吸纳新媒体的优势为宣传所用,要促进宣传工作向着多元性、新颖性、实效性的方向发展。要深刻把握新媒体的特征,在传承好传统宣传的优势的同时,汲取新媒体的传播理念,提升宣传工作的便捷度、及时性,推动企业文化建设再上新台阶,助推企业高质量发展进程再掀新篇章。

参考文献:

- [1] 张静宇.新形势下如何做好国企宣传工作[J].中国有色金属,2022(18):60-61.
- [2] 操雪荣.国有建筑类企业加强宣传工作的有效途径探析[J].安徽建筑,2022,29(09):173-174.
- [3] 柳占新,兰涛,董为民,等.新媒体环境下创新国有企业宣传思想工作的思考[J].中国集体经济,2022(19):25-27.
- [4] 张伟英.全媒体时代国有企业做强新媒体,提高宣传实效的探索和实践[J].记者观察,2022(18):142-144.
- [5] 龚天文.企业政工宣传应用新媒体资源的思考[J].现代企业,2022(06):116-118.
- [6] 王怡.新媒体环境下做好新闻宣传工作的探索与思考[J].新闻文化建设,2022(16):173-175.

作者简介:姓名:刘洋 出生年:1984.09 性别:男 籍贯:四川绵阳 职务或职称或学历:中交天航南方交通建设有限公司办公室主任、中级政工师、本科学历 研究方向:党建管理、行政管理