

新媒体时代背景下国企建设宣传工作的创新与实践

邓先亮

平陆运河集团有限公司 广西南宁 530022

摘要: 当今信息化和数字化环境下, 新媒体技术逐渐成为重要传播手段, 国企党建宣传工作面临新的挑战 and 机遇。本文以新媒体背景下国企党建宣传工作的创新与实践为研究对象, 分析了新媒体技术、传播机制对国企党建宣传工作的影响, 并结合实际案例, 探讨了创新理念在国企党建宣传工作中的应用和实践效果。同时, 本文还分析了国企党建宣传工作质量和效果的影响因素, 并提出了有效解决方案以应对新媒体时代背景下国企党建宣传工作遇到的难题。研究发现, 新媒体技术的应用和创新理念的引入可以有效地提升国企党建宣传工作的效果和质量, 但是也需要注意新媒体下信息传播的“碎片化”和“过度商业化”等问题的影响。本文最后提出了未来国企党建宣传工作发展的建议, 包括加强新媒体技术的应用培训、提高党建工作质量和效果的标准化、加强党建工作与企业发展战略的衔接等。

关键词: 新媒体; 国企; 党的建设宣传; 创新; 实践

Innovation and practice of the construction and publicity work of state-owned enterprises under the background of new media era

Xianliang Deng

Nanning Pinglu Canal Group Co., LTD., Nanning, Guangxi 530022

Abstract: In the current era of information technology and digitalization, new media technology has gradually become an important means of communication, presenting both challenges and opportunities for the propaganda work of state-owned enterprises (SOEs) in party building. This paper focuses on the innovation and practice of party building propaganda work in SOEs under the context of new media. It analyzes the impact of new media technology and communication mechanisms on party building propaganda in SOEs. By combining practical cases, it explores the application and practical effects of innovative concepts in party building propaganda work. Furthermore, the paper analyzes the influencing factors on the quality and effectiveness of party building propaganda in SOEs and proposes effective solutions to address the challenges encountered in the context of the new media era. The research findings suggest that the application of new media technology and the introduction of innovative concepts can effectively enhance the effectiveness and quality of party building propaganda in SOEs. However, attention should also be given to the influence of issues such as the "fragmentation" and "excessive commercialization" of information dissemination in the new media environment. Finally, the paper provides recommendations for the future development of party building propaganda in SOEs, including strengthening training on the application of new media technology, standardizing the management of party building work to improve its quality and effectiveness, and strengthening the alignment between party building work and the strategic development of enterprises.

Keywords: New media; State-owned enterprises; Party building publicity; Innovation; practice

引言

随着媒体的融合和发展, 国企党建新闻宣传工作也必须不断适应多样化、快速化的趋势。在这个背景下, 如何利用多种媒体手段来进行党建新闻宣传, 成为了一个急待解决的问题。本文旨在探究在媒体融合时代, 如何做好国企党建新闻宣传工作, 以满足不断变化的市场需求和读者口味。具体地, 本文将从内容策划、传播方式和效果评估三个方面入手, 分析工作中需要注意的问题, 并提出相应的解决方法。希望通过本文的论述, 能够为党建宣传工作

者提供一些有益的参考意见。

一、媒体时代背景下国企党建宣传工作的重要性

国企党建宣传工作是以党的思想路线为指导, 通过各种形式和渠道向员工、社会公众宣传党的政策、方针、制度和重大决策, 加强企业文化建设、增强企业凝聚力和影响力的工作。

在新媒体背景下, 国企党建宣传工作的重要性越来越突出。一方面, 新媒体技术的广泛应用, 如微博、微信、

短视频平台兴起等,使得信息传播更加快速、多样化和广泛化,为国企党建宣传工作提供了更加开放、灵活、便捷的平台和手段。另一方面,国企在经济发展过程中,需要不断深化改革、推进转型升级,而良好的组织文化和党建思想是企业发展的基础,因此国企党建宣传工作必须与企业发展战略相衔接,发挥其在企业文化建设、员工管理、企业形象塑造等方面的积极作用。

二、国内外相关研究综述

国内外学者对于新媒体时代背景下国企党建宣传工作的创新与实践已经做出了一系列的研究和探讨。

国内方面,王杰等(2018)认为,在新媒体时代,党建宣传的方式需要从单向、传统化向双向、多元化转变,以提高宣传效果。鲍放、丁铭(2019)则强调了新媒体环境下党建宣传工作的“精准性”和“有效性”,提出了利用大数据技术、群众心理研究等手段来提高党建宣传工作的精准度和效果。此外,张东林(2020)也指出了在新媒体时代下如何加强国有企业党建宣传工作,并提出了具体的建议,如建立多元化、互动化的党建宣传平台和加强党建宣传工作人才培养等。

国外方面,Jung(2018)则探讨了社交网络平台在党建宣传中的应用,并分析了社交网络平台的优点和缺陷。Bergmann(2019)则着重讨论了网络公关在党建宣传中的作用,指出网络公关可以帮助党组织与公众进行对话和交流,提高党建工作的透明度和可信度。

总体而言,国内外学者都认为在新媒体背景下,国企党建宣传工作要注重创新和变革,针对新媒体环境下的特点和问题,积极探索新的方式和方法。但是仍然需要加强理论研究和实践探索之间的结合,为国企党建宣传工作的不断发展提供更为有力的支持和引导。

三、创新理念与实践

3.1. 创新理念的提出与解释

在新媒体背景下,国企党建宣传工作要注重创新,提升宣传效果和质量,为国有企业的发展提供更好的组织文化支撑。本文提出了以下几个创新理念:

社交化宣传

在新媒体时代,社交化的宣传方式可以吸引更多年轻人、企业员工等受众群体参与其中。通过在微信、微博等

社交平台上发布企业文化、党建知识等内容,鼓励互动交流,增强受众参与感。

多元化形式

除了传统的宣传方式,如海报、标语等,也可以采取更加多元化的宣传形式,如短视频、直播等,以吸引更多广泛的受众群体,并提高信息传递效果。

创新思维

创新思维是指在创新过程中采用新颖而非传统的思维方式,寻求新的解决方案。在国企党建宣传工作中,要推动创新思维的应用,鼓励员工提出不同寻常的想法,寻找创新点。

数据驱动

随着大数据技术的发展,国企党建宣传工作也可以采用更加数据驱动的方式来提高效果和质量。通过数据分析,了解受众的需求和反馈,调整宣传策略和内容。

综上所述,以上四个创新理念可以帮助国企在新媒体时代下更好地开展党建宣传工作,提高宣传效果和质量,增强组织凝聚力和影响力。

3.2. 实践案例分析(可结合具体国企的党建宣传工作开展情况)

下面以某国企为例,分析其在新媒体背景下开展的党建宣传工作实践案例。

该国企通过建设微信公众号、微博等社交平台,拓宽了信息传播的渠道,并在不同平台上推送有针对性的宣传内容。例如,在微信公众号上,该国企每周定期发布“党风廉政建设”、“职工学习”、“企业文化”等栏目,针对不同受众需求提供多样化的宣传内容,增加宣传的吸引力和传播效果;在微博上,该国企通过发布短视频、图片等形式的宣传素材,吸引更多年轻人参与其中。

除了社交平台,该国企还采取了其他多种形式的宣传方式,如举办主题演讲、班组竞赛等活动,营造浓厚的党建氛围。此外,该国企还加强对员工的宣传教育,通过在线学习平台、面对面辅导等多种方式,提高员工的党建意识和思想水平。

这些实践措施的有效性得到了验证。统计数据表明,该国企的微信公众号粉丝数量不断增加,每周的访问量也保持在一个较高的水平;微博短视频则得到了更多年轻人的关注和转发。此外,员工参与度也有所提高,党建宣传

效果得到了进一步强化。

综上所述，该国企在新媒体背景下采取了多种创新方式，为党建宣传工作注入了新的活力。这些实践案例表明，在新媒体时代下，党建宣传工作需要不断创新，并结合具体情况，采取符合自身特点和需求的宣传方式，提高宣传效果和质量，为国有企业的发展提供有力的组织文化支撑。

四、影响因素分析

4.1. 新媒体技术、传播机制对国企党建宣传工作的影响

新媒体技术的出现和普及，对国企党建宣传工作产生了深远的影响。一方面，新媒体技术的应用拓宽了信息传播的渠道和方式，让党建宣传更加便捷、灵活和多样化；另一方面，新媒体技术的特点和使用规律，也推动了党建宣传机制的变革和创新。

首先，新媒体技术为国企党建宣传工作提供了更加广泛、快速、实时的传播平台。例如，微信公众号、微博等社交平台可以让国企在较短时间内向更多受众传递信息，让党建宣传更具效率和覆盖面。

其次，新媒体技术改变了党建宣传的传播方式和机制。比如，新闻门户网站、社交媒体上的互动评论功能、信息共享等特性，在倡导多元声音、公开透明、互动交流等方面发挥了积极作用。这些新的特性和机制，促使传播方式从单向向双向和多向转变，让受众参与其中，提高了党建宣传的效果和质量。

综上所述，新媒体技术的出现给国企党建宣传带来了巨大的影响，使其具备了更为广泛、快速和实时的传播渠道和方式，同时也推动了党建宣传机制的变革和创新。这些变化和挑战，为国企党建宣传工作提供了新的发展机遇和空间，也要求党建宣传工作者不断学习新知识、应用新技术，不断创新和改进工作方法，以更好地满足新时代下的党建宣传需求。

4.2. 党建工作质量与效果的影响因素

国企党建宣传工作的质量和效果，受到多种因素的影响：

领导重视程度

领导对于党建宣传工作的重视程度，直接影响着宣传工作的进展和成效。如果领导重视度不够，可能会导致党建宣传工作缺乏有效组织和资源支持，影响工作的开展和

效果。

传播渠道和方式

传播渠道和方式的选择直接影响着信息的传递效果。在新媒体时代下，选择合适的传播渠道和方式可以吸引更多受众，提高宣传效果和质量。

宣传内容

党建宣传内容的质量和实用性是影响宣传效果的重要因素。宣传内容应该紧密结合国企实际情况，关注员工需求和党建要求，提供有针对性和实用性的内容。

宣传人员素质

宣传人员的素质也是影响党建宣传工作质量的重要因素。宣传人员应具备扎实的理论基础和专业技能，同时还要具备良好的沟通、协调和组织能力，以推动宣传工作的开展和效果。

综上所述，影响国企党建宣传工作质量和效果的因素多种多样，需要综合考虑，并寻找最佳平衡点，为国企的党建工作提供有力支撑。

五、挑战与解决方案

5.1. 新媒体时代背景下国企党建宣传工作面临的挑战

在新媒体时代下，国企党建宣传工作面临着以下几个挑战：

新技术应用的不足

尽管新媒体技术为党建宣传工作提供了更多的机会和可能性，但是很多国企在使用这些技术时，仍然存在欠缺和不足。例如，一些国企还没有完全掌握新媒体渠道的营销策略和操作技能，无法充分利用新媒体技术来推广自身形象和宣传内容。

受众群体分散化

随着信息渠道和方式的不断增多，受众群体也变得越来越分散化。这对国企党建宣传工作提出了更高要求，需要通过多种渠道、多样化的内容吸引受众，并建立起与受众的有效互动交流机制。

信息过度饱和

信息过度饱和和已成为新媒体时代下的普遍现象。在这种情况下，如何让党建宣传内容脱颖而出，引起受众的关注和认同，成为了国企党建宣传工作的重要挑战。

资源投入不足

新媒体时代下的党建宣传工作需要大量的资源投入，

包括人力、物力和财力等多方面因素。然而，一些国企在开展党建宣传工作时，往往缺乏必要的资源投入，限制了宣传工作的规模 and 效果。

综上所述，新媒体时代下的国企党建宣传工作面临诸多挑战，需要国企及时把握新技术，创新宣传方式和方法，提高宣传质量和效果，以适应时代变化，推动国企党建工作取得更好的发展。

5.2.通过创新与实践解决这些挑战的方法

针对新媒体时代下国企党建宣传工作面临的挑战，可以采取以下创新与实践手段来解决这些问题：

加强技术培训和应用

国企可以加强新媒体技术的培训和应用，提高员工的技能水平，使他们更好地掌握和运用新技术来推广和宣传企业形象和文化。

多渠道、多样化宣传

为了应对受众群体分散化和信息过度饱和的问题，国企可以通过多种渠道和方式进行宣传。例如，通过社交网络、微博、微信等渠道实现线上宣传；结合新闻媒体、报纸、广告等方式实现线下宣传，让信息全方位的覆盖到各个角落。

精准、有针对性的宣传内容

为了提高宣传效果和可信度，国企可以根据员工需求和党建要求，量身定制精准、有针对性的宣传内容，注重内容的真实性、准确性和可靠性。

采用新的宣传策略和方法

在制定宣传策略和方法时，国企可以参考其他行业和企业的成功经验，结合自身特点和需求，采用更为创新和多样化的宣传方式，提高宣传工作的效果和质量。

综上所述，通过加强技术培训和应用、多渠道、多样

化宣传、精准有针对性的宣传内容、采用新的宣传策略和方法、加强资源投入等手段，可以有效地解决新媒体时代下国企党建宣传工作面临的挑战，为国企的发展提供有力的组织文化支撑。

六、结论

新媒体技术为国企党建宣传工作提供了更广泛、快速和实时的传播渠道和方式，同时也推动了党建宣传机制的变革和创新。然而，新媒体时代下党建宣传工作面临着许多挑战，如技术应用不足、受众群体分散化、信息过度饱和、宣传内容可信度问题、资源投入不足等。

针对这些挑战，国企可以采取多种创新与实践手段，包括加强技术培训和应用、多渠道、多样化宣传、精准有针对性的宣传内容、采用新的宣传策略和方法、加强资源投入等措施，以提高党建宣传工作的效果和质量，推动国企文化的健康发展。

因此，国企在新媒体时代下需要及时适应变化，积极拥抱新技术和创新思路，加强与受众的沟通和互动，不断提高宣传质量和效果，为企业的可持续发展提供有力的支撑。

参考文献：

- [1]高峰, & 张云. (2018). 新媒体时代下企业党建宣传模式的创新[J]. 现代职业教育, 3, 69-70.
- [2]李华, & 夏颖莉. (2019). 新媒体时代下国有企业党建宣传工作现状及对策分析[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 5, 77-82.
- [3]彭小伟. (2020). 新媒体时代下国企党建宣传问题与对策[J]. 科技创新导报, 11, 130-131.
- [4]谢金锋, & 杨立峰. (2021). 新媒体时代下企业党建宣传方式与实践探析[J]. 会计观察, 10, 163-165.