

国有企业新闻宣传对企业文化建设的作用探析

杜云龙

内蒙古蒙东能源有限公司

【摘要】企业文化中包括企业的价值观以及信念等等，蕴含在企业生产、经营、管理等各个方面，在企业发展过程中起到至关重要的作用。因此，国有企业应该做好企业文化建设，并在建设过程中，充分发挥新闻宣传工作作用，加强企业员工对于企业文化的认同，充分发挥企业文化的作用，促进国有企业发展。

【关键词】国有企业；新闻宣传；企业文化建设；作用

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1647

前言

优秀的企业文化是推动企业可持续发展的不竭动力，是建设企业核心竞争力的重要途径之一。国有企业的新闻宣传工作作为企业喉舌可以有效推动企业文化建设，对内提升企业凝聚力，对外展示良好形象，内外双面共同作用，打造较强企业竞争力。此外，优秀的企业文化还能指导企业工作方向，帮助企业实现既定目标，提高经济效益。因此必须充分认识到新闻宣传工作在企业文化建设中的巨大作用，并且积极行动，利用广泛多样的新闻宣传手段来建设企业文化。

1 国有企业新闻宣传工作对企业文化建设的作用

1.1 树立良好的企业形象

企业形象指社会大众和企业职工对企业直观的印象和评价，是通过企业的形象宣传而建立起来的总体印象，是企业精神的一种外在表现形式。企业的生存和发展，离不开社会大众的参与和关注，离不开相关行业的认可与支持，而所有这些都与企业形象有密切关系。国有企业新闻宣传工作就是要讲好企业故事、传播企业声音，其中的文化与形象建设是国有企业工作和运行当中的关键元素，国有企业新闻宣传可以通过日积月累的主题活动、新闻要闻、文案策划与企业的理念、发展及市场有机结合，给社会大众展示良好的企业形象，对提高企业认可度，增加企业的价值观有着重要意义，能为企业赢得更多的客户，争得更大的市场份额，提高企业的社会影响力，得到社会大众的信任，助推国有企业经济高质量有序发展。

1.2 营造和谐的文化氛围

国有企业新闻宣传可以营造和谐的企业文化氛围，企业内部氛围对于企业生产力和精神面貌有着不可估量的作用。和谐的文化氛围是国有企业精神面貌的体现，是企业稳定发展的软实力，而氛围不和谐的企业，职工之间推诿扯皮、离心离德、相互掣肘，企业发展必定举步维艰。因此，推动企业文化氛围需要全体职工的认可和支持，同时也需要社会大众的了解和理解。新闻宣传工作是展示企业文化氛围的重要抓手，是企业职工与社会公众沟通的桥梁和纽带，能够及时有效地提升企业形象，宣扬企业经营理念、经营目标和价值观念等，构建企业与外部公众沟通的桥梁；对内来看，可以使企业职工实时掌握企业发展的最新动向，努力整合资源，发挥聚合效应，当好企业建设发展的见证者，为企业又快又

好发展贡献力量。新闻宣传工作更是要润物细无声般把宣传习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿整个宣传体系，坚决贯彻落实党和国家重大方针政策。比如开设十九大学习和党史学习教育专栏等，把国有企业的政策动态全面部署到学习的各个阶段，做到净化职工群众的思想认识，帮助广大干部职工认清形势、鼓舞士气、振奋精神、凝聚力量，激发创造力、凝聚力和战斗力，促进企业的生产，提高竞争力和社会效益。

1.3 实现职工的个人价值

国有企业新闻宣传工作能够有效地引导职工成长方向，在推动企业深化改革的同时，建立完善职工成长通道。党的十九大报告把深化供给侧结构性改革摆在贯彻新发展理念、建设现代化经济体系这一重要部署的第一位。牢牢把握供给侧结构性改革的主攻方向，必须加强国有企业新闻宣传工作，利用新闻宣传平台润物细无声地宣传企业改革发展的举措，提高职工对企业改革发展的认可和支持，结合自身情况，使职工及时储备专业技术知识，并调整个人目标与企业方向的一致性，将个人目标与企业目标有机统一，从而为企业改革的顺利开展提供有效保障，对企业的发展和目标的完成贡献力量，同时实现职工的个人价值。全面锻炼和提升新闻宣传工作人员的政治素养。一是要加强新闻宣传工作人员对企业内部专业知识的学习，要充分熟悉本企业的产品结构和特点，掌握企业所在行业领域的优势劣势，保障报道的专业性和可靠性；二是要通过定期邀请相关专家对宣传工作人员进行讲座和培训，学习党中央的决策部署，扎实宣传工作人员的理论知识，熟悉新媒体的运作特点，掌握现代化的传播手段，激发宣传工作者的创新意识，努力提升宣传工作者的业务水平和专业能力，让新闻宣传队伍永葆生机和活力，成为专家型新闻工作者。

2 国有企业在文化建设中落实新闻宣传工作的实践策略

2.1 深入挖掘 培育“工匠精神”企业文化

对于“工匠精神”而言，其主要就是指严谨认真、精益求精的精神。国有企业通过利用新闻宣传的方式，建设以此为核心的企业文化，为后续提升产品质量和效率提供保障。在国家积极倡导“一带一路”“中国制造”品牌建设的背景下，各大国有企业要在社会整体中，大力弘扬“工匠精神”为核心的企业文化。在将其融入到各个生产环节之后，

也能够促进国有企业发展。一是国有企业要将“人才兴企”理念融入到文化建设工作中，提升高素养和高能力人才培养工作重视度，在激励职工工作的同时，拓宽文化建设路径。二是国有企业文化建设和新闻宣传工作往往是一体化成员，在日常工作期间要深入基层深入挖掘，在此之后再“一线工匠”的先进典型故事用电视、广播、报纸等讲述给单位职工。三是国有企业要积极开展“技能人才比武”“技能人才交流”等活动。主要就是将个人的成长经历、心得体会等分享给更多的技能岗位职工。在产生共鸣的同时，使各个岗位职工之间形成一致的价值观念，从而为国有企业提升文化建设工作效率和质量增添动力。

2.2 多媒融合 提升企业文化建设水平

在传统形式下国有企业落实文化建设工作，都是以传统媒体为主，如对电视、报纸、杂志、广播等进行应用。在社会整体进入到多媒体融合时代后，新闻宣传理念逐步更新，对于国有企业而言，在开展文化建设期间，主要就是落实多媒体融合工作，使其成为新文化的主要媒介。新媒体凭借自身优势，为企业文化建设和新闻宣传工作高效开展，提供新路径。国有企业要对多种不同类型的新媒体进行充分应用，在真正做到取长补短和优势互补的基础上，使文化建设这项工作向多姿多彩的方向转变。对于传统媒体和新媒体而言，国有企业要注重对二者共同发展。一是在积极搭建平台的过程中，对多种媒介进行充分应用，以此来宣传党和国家、企业自身的重大主张和方向，从而形成较为显著的新闻宣传优势。二是全面认知传统媒体和新媒体各自存在的优点和缺点。对于传统报刊电视媒体而言，始终都要深刻的分析问题；对于新媒体而言，要真正做到真实有效、快速及时的宣传和传播真善美。通过将这两种新闻宣传方式进行全面结合，达到同频共振的目的。比方说：国有企业在自身搭建的有线电视、广播、企业网站和报纸上，定期发布有深度的新闻报道、评论之外，还要依托微信、抖音、公众号等新媒体平台，第一时间将具有教育意义和学习价值的励志故事推送给职工。三是对媒介融合方式在信息传播方面的方便性、快捷性进行充分利用。在进行更大社会范围传播和宣传时，帮助国有企业营造良好的文化氛围，以此达到提升国有企业职工责任心、凝聚力和向心力的目的。

2.3 精心策划 使企业文化培育的“精神家园”深入人心

在实际落实新闻宣传工作时，要明确策划工作在此期间的重要性。科学策划方案，突出主题；多利用视频、图片画面直观，声画同步，易于受众接受的传播特点，抓住新闻核心，吸引更多人的注意力，进而达到刺激读者感官和提升新闻宣传效果的目的。因此，在开展新闻宣传工作期间，要提升对策划工作重视度，要有效结合热点问题、企业时事，及时用开展电视新闻宣传，热点评论，连续报道等方式，利用新媒体实时发布进展状况，在较短的时间内高效完成新

闻宣传和推广工作，达到助力企业工作开展的目。一是各大国有企业积极响应党中央的号召，将宣传教育工作落实到实处。为了更好营造出浓厚的学习氛围，还可以采用知识讲座、演讲比赛、电视节目主题展播等多种形式。这样有助于实现净化全体员工“心灵家园”的目的，从而在后续工作时就能够发挥党员、骨干爱岗敬业的示范作用。二是全面结合企业时事，策划出科学有效的大型宣传活动。如策划企业成立周年纪念宣传活动，主要的目的就是为了让职工更加热爱企业、热爱工作，从而进一步倡导“以企业为家”“责任练就事业”的责任心和使命感；积极筹备重大项目的交付宣传活动，其对于有效激发国有企业职工成就感和自豪感具有重要作用。总之，国有企业通过落实各项精心策划的工作，不仅能够推动文化建设工作顺利开展，更能培养出员工的“精神家园”，甚至也会为国有企业后续生产、经营、管理等工作提供诸多新型动力。

2.4 强化制度 优化企业文化建设人力资源结构

完善的制度，是国有企业规范化开展文化建设工作的基础保障。国有企业在全面认知完善制度、规范组织重要性的基础上，有计划和有步骤地开展制度制定工作。国有企业将文化制度建设工作，上升到战略、管理制度体系等多个方面，进而将企业文化建设工作与生产经营、安全环保等中心工作深度融合。在落实电视、报纸、广播以及新媒体新闻宣传工作中，制定不同时期的宣传重点，保证新闻事实的真实性，最大程度上保证新闻宣传效果。如要对各项新闻素材进行精加工和深加工，深入挖掘新闻事件背后的感人故事和内在价值等。因此，国有企业就要在人力资源结构上进行充分运用，达到建立规范性新闻宣传队伍的要求，坚持政治素质和业务素质并重的要求，为自身企业培养出更多的优秀宣传人才，从而显著提升新闻宣传效果。此外，在实际开展新闻宣传建设工作期间，要保证国有企业各个部门积极参与其中，在有效交流的同时，为国有企业文化建设工作积累更多得人才。

结束语

综上所述，企业文化是企业的发展过程中形成的，体现了一个企业整体的精神面貌，国有企业应该重视企业的建设，并通过合理的途径和策略，充分发挥新闻宣传工作对企业文化建设的促进作用，为企业树立良好的形象，实现企业的长远发展。

参考文献

- [1] 邱福荣. 探索在企业文化建设中新闻宣传工作的作用[J]. 现代企业文化, 2015(35): 11.
- [2] 吴海忠, 李超, 李坤. 浅谈国有企业新闻宣传在推进企业文化建设中的实践与思考[J]. 现代国企研究, 2017(12): 181-182.