

国有企业新闻宣传在推进企业文化建设中的实践与思考研究

王璐

内蒙古电力(集团)有限责任公司培训中心

摘要:面对日益增强的市场竞争压力,国企要想在激烈的市场竞争中保持可持续发展,就必须重视企业文化的培育。对国有企业而言,要充分发挥媒体的积极作用,树立良好的社会形象,是实现企业经济效益最大化的关键。但是,部分国企未能对员工的价值取向进行导向,对企业文化责任的履行进行有效的控制,从而限制了企业的快速发展。基于这一点,本文的研究是非常有意义的。

关键词:国有企业;新闻宣传;文化建设;软实力;向心力

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.08.229

引言

“根本固者,华实必茂;源流深者,光澜必章。”媒体宣传与企业文化是国企思想政治工作的一项重要内容,被誉为企业“灵魂”的企业文化,是企业软实力的重要表现,是提高企业核心竞争能力的关键,而新闻宣传则起到了促进企业文化构建的“助推器”作用。新闻宣传工作的高效、有效、长效,是对企业文化建设的根本要求,与此同时,新闻宣传工作也必须在内容和方法上进行创新,这样才能真正起到对内增强凝聚力、向心力,对外促进影响力和竞争力的双重效果。

一、新闻宣传在企业文化建设中的作用

1. 有助于企业打造良好社会形象

在现代化社会发展趋势下,对于各大国有企业而言,是否具备完善的企业文化,与是否具有良好的品牌形象有直接关联。新闻宣传工作在此发挥着不可替代的作用。企业在经营发展期间,合作方不仅仅是关注其生产能力和产品质量,也非常关注企业对社会责任的实际承担状况、社会形象建立状况等多项内容。高效落实新闻宣传工作,将国有企业自身的品牌优势充分发挥,进而达到获取更多优质外部发展资源的目的,从而推动国有企业长远发展。

2. 有助于提升国有企业职工凝聚力

我国国有企业在发展壮大的同时,也十分重视对核心资源的开发,其中,人才资源就是其中的关键资源。在实施人力资源管理工作的过程中,要充分发挥企业文化的辅助作用,从而使国企员工的凝聚力得到进一步的提高。作为国企与职工之间的“纽带”,新闻宣传工作是双方高效交流的“桥梁”。在开展各项新闻宣传工作,国企职工要能够准确掌握企业发展重大决策的制定、执行状况,这样不仅能够梳理个人利益与企业发展之间存在的关系,也能更加全身心地投入到自身本职工作。国有企业在进行新闻宣传时,更能够向职工传递党和国家的路线方针和政策,定期向职工分享先进个人事

迹。国有企业职工在这种新闻环境下,能够不断强化思想意识,进而就能够为后续企业在落实责任文化建设工作提供保障。

二、国有企业新闻宣传工作的开展原则

1. 坚持“守正”原则

“守正”是国有企业做好新闻宣传工作的基本工作要求。只有坚持正确的政治导向,新闻媒体才能真正发挥其“喉舌”的作用,为党的组织、企业的文化建设提供“喉舌”。与此同时,作为国有企业运营进程中的重要历史任务和政治责任的声音载体,新闻媒介在国企新闻宣传工作中对大局意识进行了全方位的强化,在企业文化的内容中强化了正确的政治意识,达到了“守土有责、守土尽责”的新闻宣传目的,这也是今后国企新闻宣传工作的出发点和落脚点。

2. 坚持“练内功”原则

意识形态的普及与培育,需要国有企业的管理人员,要经常积极地学习新的知识,接触新的领域,这样,就能增长自己的能力,拓宽自己的眼界。为此,国有企业在新闻宣传、文化建设方面,要时刻牢记“练内功”的宗旨,为企业发展培养一支能打赢的意识形态宣传团队,为公司长期发展提供强有力的支持。

三、新闻宣传在国有企业文化建设中的实践策略

国企的新闻宣传工作最重要的就是坚持真善美、传递正能量,它立足于新闻事实,并与当前的热门话题相结合,多媒体融合,对员工进行直接的宣传,或是对新闻事实背后的故事进行深入的挖掘,然后进行二次加工,形成一种“洪荒之力”,对员工的精神冲击和影响更大。只有把这一点作为国企新闻宣传的起点和归宿,新闻宣传才能发挥正确的舆论引导功能,凸显国企的社会责任感,推动企业文化建设朝着积极、健康、可持续发展的方向发展,让国企的文化自信得到进一步的提升,持续发挥积极的作用,创造一个和谐、稳定的发展环境。

1. 围绕热点,深度挖掘,培育以“工匠精神”为核

心的企业质量文化

“工匠精神”是一种严谨、追求完美的精神，“工匠精神”的培养与发扬对企业的产品品质的提高有着特殊的作用。在“一带一路”倡议的背景下，中国怎样擦亮“中国制造”的品牌，怎样与世界制造业大国并驾齐驱，怎样实施“中国制造2025”的战略目标，都需要在全社会大力提倡“工匠精神”。把“工匠精神”以“精益求精”为核心，融于服务的每个环节，从“重量”走向“重质”，让“中国制造”成为世界上最受人尊敬的品牌。首先，国企要倡导“人才兴企”的思想，培育高质量的技术人才，激发员工的积极性，使更多的基层作业人员迫切地想要提高自己的技术水平，并积极地实践这种成长道路。其次，以“工匠精神”为己任，在日常的生产工作中，走到基层去，进行深层次的挖掘，向职工们讲好一线工匠的先进典型。第三，组织技能人才大比武、技能人才交流等活动，向更多的技术岗位员工分享自己的发展经历和经验，这让在场的所有人都产生了很大的共鸣，在员工中形成了一种共同的文化和意识形态，从而培养出了以“工匠精神”为核心的品质文化，使企业持续发展。

2. 因势利导，大力弘扬，宣扬以“电力精神”为核心的奉献文化

“电力精神”是电力人为电力事业执着打拼而孕育出的精神和财富，新时代电力精神是社会主义先进文化在电力行业的集中体现，是全行业共同坚守的精神旗帜，展现了强大的生命力和活力，尤其需要我们这一代电力人在深入挖掘、系统凝练中不断发扬和光大。作为国有企业，尤其是电力行业，电力精神是电网人共同的价值取向和精神财富，经过几十年的深度沉淀，电力精神已经升华为企业文化的主流架构。大力弘扬电力精神，将其持续转化为鼓舞和激励电网人不断攻坚克难、从胜利走向胜利的生动实践，为加快推动能源电力清洁低碳转型、建设能源强国做出更大贡献。文化建设为企业注入强大的精神力量，而企业的高质量发展同样催生“文化自信”的深厚土壤。企业作为思想文化建设的前线堡垒，牢牢守住各类意识形态阵地，牢牢把握广大正确的政治方向和舆论导向、文化思想，以创建“文化园、文化厅、文化角、文化墙、文化课”为主要维度，创新文化建设工作载体，厚植文化优势，牢牢把握广大员工的文化导向和思想方向，全面开展企业文化工作。

3. 多媒融合，优势互补，为企业文化建设水平提升添砖加瓦

过去，报纸、杂志、广播等传统媒体在进行新闻宣传时，是传播新思想、新思想乃至新文化的重要载体。但是，随着时间的推移，优胜劣汰，新媒介也渐渐显露出来，这是否意味着我们可以抛弃传统媒介，仅仅偏

爱、甚至仅仅依靠新媒介来传播新文化？显然不能，不管是对传统媒体的“大餐”，还是对“快餐”的新媒体，都是不可或缺的，所以国企不能在两者中择其一，而应该将其发挥到极致，使多种媒介相互融合，发挥各自的优势，取长补短，互相促进，最后达到“双赢”。把企业文化建设推向丰富多彩的方向。怎么才能让这两个技能相辅相成呢？首先，国企要注重发展传统和新媒体，两者缺一不可，给它们提供一个发展的平台，把党和国家、企业的重大主张和方向都用好，这样才能形成一场强大的宣传攻势。其次，要清楚地认识到传统媒体与新媒体各自的优势与不足，传统媒体要对问题进行深入、深入的分析，而新媒体则要迅速、及时地传播并弘扬真善美，同时二者也要在适当的时候融合在一起，形成一种共鸣，例如，公司网站和报纸可以定期发布消息，也可以通过新媒体向员工推送消息，甚至是感人的、励志的故事。第三，媒体融合不但能让信息更加全面、方便地传播，还能让企业更好地创造出一个好的公司文化，增强员工的凝聚力和向心力。

4. 精心策划，重点突出，使企业文化培育的“精神家园”更加深入人心

策划是进行新闻传播的关键。国企的新闻宣传工作，就是要注重策划，加强策划，将当前的热点与公司的时事相结合，进行第一时间的酝酿与准备，以最快的速度来进行内容的宣传与宣传。要做好思想文化工作，特别是做好文化教育工作。紧跟宣传文化建设思路，紧密结合自身实际，找准思想文化建设与职业培训紧密联系的着力点和切入点，将科学的理论、先进的文化、崇高的价值融入工作和生活的点滴中，在思想文化建设工作中，要充分发挥出一种引领思想、凝聚人心、促进发展的强有力的力量，为企业的各项工作的顺利开展提供了坚实的思想保障和强有力的精神力量。首先，国企要对党中央的要求做出反应，要做好充分的准备和周密的计划，在进行学习教育的时候，通过讨论、制作宣传栏等方式，来创造一个良好的学习氛围，让所有的党员都能净化自己的精神家园，把自己的力量集中到一个地方，挽起袖子，全心全意地为人民服务。其次，根据公司当前的形势，精心策划了公司成立一周年的大型宣传活动，增强了员工对公司的爱，增强了以企业为家的责任感、使命感。为重要工程的推广做好准备，不仅是一种激励，也是一种成就感与骄傲。这样，既可以推动企业文化建设，又可以培育一座坚不可摧的“精神家园”，成为推动生产运营发展的无穷力量。

5. 强化制度，规范组织，为推进企业文化建设灌输源源不断的人才资源

没有规矩不成方圆，在企业文化的建设上，既要有制度，又要有规则，要有计划，有步骤。以电力发展战

略为指导,以提高企业凝聚力、向心力和核心竞争力为目标全面建立一套科学有效的文化管理创新工作法,创新性地把夯实文化工作同工作实际结合起来,找准立足点和工作载体,充分发挥思想文化工作的引领作用,全力打造文化矩阵品牌,推进意识形态工作守正创新,确保各类意识形态阵地可管可控。国企要把企业文化系统提升为一种战略、一种管理体制,把企业文化与生产运营紧密结合起来。国有企业要规范化地组建新闻宣传团队,并在此基础上加强对宣传工作的培训,使其在任何时候都能发挥出最大的作用。国企新闻宣传工作实行“三步曲”,第一,把宣传工作放在第一位,时刻把新闻宣传做好,把压力传导到每个单位,把宣传工作列入单位领导述职报告,定期举行宣传工作成效报告等,以此形成一种人人关心宣传、人人参与宣传的良好气氛。其次,不断强化制度建设,明晰新闻宣传工作程序,并根据自身的实际情况,制订相应的管理办法,为新闻宣传工作提供源源不断的保障。第三,坚持“走出去、请进来”的政策,请来了记者来公司讲课,还把宣传骨干派到外面去进修,召开新闻宣传座谈会,加强宣传骨干的相互沟通,锻炼了一支素质高、能写的“笔杆子”,为公司的文化建设做好人才储备。

四、对新时期国有企业新闻宣传如何推进企业文化建设的几点思考

1. 坚持正面宣传,提高舆情管控,为企业文化建设营造和谐稳定的氛围

在目前这种严重的情况下,国企的生产和运营都遇到了空前的难题,必须将正确的舆论引导牢牢地掌握在自己的手中,将公司网站、微信、电子显示屏、宣传栏等载体,加大对党中央精神的解读和宣贯,发挥好的作用,激发职工的热情。目前,随着新媒体和自媒体的迅猛发展,新型的传播模式也给企业造成了新的隐患,必须对各类突发事件进行实时的追踪和反应,掌握舆情反应和处理的主动权,对于某些潜在的消极舆论,要迅速做出反应,以权威的方式发布,引导信息的方向,尽可能地压缩不良舆论的传播范围,以此创造一个和谐、稳定的环境。

2. 加强策划引领,提升报道质量,为企业文化建设水平稳步提升奠定坚实基础

坚持策划为先,按照新闻价值、操作性等方面的要求,从全媒介思维出发,为企业“量身定做”选题方案,进行深层次的思考,进行深层次的策划,推出高品质的深度报道和系列报道,加强对企业改革发展、生产运营情况的深入报道,将企业业绩和职工形象生动地展示出来。通过定期召开重大主题策划会议,推行“销号”制,使每个主题得以“释放”,使每个主题都能够深入员工心中,与员工产生共鸣,从而形成

强大的舆论阵地,为稳定提高企业文化建设水平打下扎实的基础。

3. 强化对外宣传,讲好企业故事,为企业文化建设积蓄不遏止能量

作为国企,我们应该紧扣“一带一路”战略、“中国制造2025”等重大战略,聚焦企业的核心竞争力、人文科技优势,以及社交媒体所关心的热门问题,从多个层面对宣传新闻进行深度挖掘,同时,以重大事件、重大活动为基础,主动邀请境内外主流媒体参加公司重大新闻报道,充分展现公司的品牌形象与技术实力,提高公司在行业中的知名度与影响力。一个好的企业文化可以起到引导、凝聚和激励的作用,用通俗、生活化、符合员工的审美和接受习惯的方式,给员工们讲一些身边的好人好事,宣传他们的典型事迹,用他们的榜样作为自己的标杆,来凝聚干事创业的动力,展示出国企员工积极的精神面貌。

结束语

作为国企声音的“喉舌”,新闻宣传工作在新时代下发挥了“发言人”的作用,对推动企业文化的发展有着无可替代的意义。所以,国企应该一如既往地高效率、高质量地进行新闻宣传,让它作为企业文化建设的一个有机的载体,用新闻的方式,将公司的价值观进行适时的传播,扩大公司的社会知名度,增强企业的社会影响力,营造有利于公司发展的舆论氛围,以此来提升公司的核心文化的凝聚力,推动公司的和谐、健康、稳定的发展。

参考文献

- [1] 吴海忠,李超, and 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.” 现代国企研究 12 (2017): 2.
- [2] 刘双. “发挥国企新闻宣传在企业文化建设中的优势的相关探索.” 中外企业家 32 (2018): 2.
- [3] 官国强. “国有企业新闻宣传工作对企业文化建设的作用.” 中外企业家 10 (2020): 2.
- [4] 刘泳. 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]. 文化产业, 2021 (14): 2.
- [5] 吴可超. “国有企业新闻宣传工作的创新研究.” 现代企业文化 27 (2018): 1.
- [6] 刘泳. 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]. 文化产业, 2021, (14): 86-87.
- [7] 卢桂峰. 唱响企业高质量发展“好声音”[J]. 通信企业管理, 2020, (05): 51-53.
- [8] 李媛. 浅谈煤矿企业构建大宣传机制的探索与实践[J]. 内蒙古煤炭经济, 2020, (05): 218+220.