

新时期下企业政工宣传工作的高效策略探究

雷明浩

山西三通天然气有限公司汾阳分公司 山西 吕梁 032200

[摘要]企业要想在新时期经济大潮中站稳脚跟,提高经济效益,就一定要加强企业文化建设,政治工作宣传就是建设企业文化的一个重要方式。因此,如何做好新形势下企业思想政治工作宣传工作成为了一个重要课题。这就需要我们认真研究新形势下企业思想政治工作宣传工作遇到的问题及相应对策。只有这样才能更好地完成这项任务。文章就新时期企业政治工作宣传的重要意义,现阶段企业政治工作宣传中存在的难点以及新时期企业开展政治工作宣传的策略分析等三方面进行了阐述。

[关键词]新时期;政工宣传;策略分析

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.03.1174

在中国经济体制改革的崭新阶段,整个国家经济的发展有了新的方向选择,这就推动了市场环境发生改变,进而对企业运营状态造成了直接影响。其中,政工干部作为重要组成部分,其自身素质水平也受到了社会各界广泛关注。当前时代下,社会各行业领域都呈现出良好的发展趋势,这就要求政工人员必须具备较高专业素养及综合能力。由此,在当前宏观背景情况下,企业注重政治工作宣传,合理化运用政工宣传工具,以此深化企业管理人员对于国家政策理解,更好引导基层工作人员进行工作,在企业内建立政治文化基调,保证企业可以与国家政策相结合,完成正确战略规划,为企业未来发展树立方向。然而,针对新时期下的崭新探索,在企业党政建设工作的展开环节中,尤其在政工工作的宣传中,出现了许多不容忽视的问题,从这些问题出发,本文着重思考了有关问题,并对宣传工作的开展做出了理性的探索,并提出了相应合适的策略措施,呈现出高水平的政工宣传成效,切实促进了我企业在今后的不断进步。

一、政工宣传在企业中的意义

(1) 有助于促进职工思想素质的提高

我国自改革开放后走上市场经济发展之路。随着社会主义市场经济体制不断完善和完美,我国经济实现了较快发展。而与此同时,人民群众对精神文化生活质量提出了更高要求。人们对于物质追求已经不再满足于吃饱吃好。在这样的社会大背景下,我国社会产业结构正在积极的进行调整,这就促使企业的内外部都出现了很大的改变,企业间的竞争越来越激烈。企业内外的变革直接影响到职工的观念。企业政工宣传工作可以最大限度地激发广大职工的工作热情,有利于职工摆正自己的观念,树立正确的思想价值观念,从而避免职工产生消极情绪和不严肃的工作态度。

(2) 有助于增强企业的凝聚力

企业凝聚力作为企业发展之本,只有通过全体人员的共同努力,才能够达到共同的发展目的。企业政工宣传工作就是以企业文化为依托,为企业可持续发展从思想政治层面对职工进行宣传。其主要目的就是要帮助企业员工树立正确的世界观和价值观,进而增强他们对于企业的归属感和认同感。随着经济全球化趋势不断加快,市场竞争越来越激烈,

企业之间的竞争也变得更加明显。积极做好企业政工宣传工作,可以为企业职工提供思想指导,使职工切实认识到企业发展对于自身发展具有重要意义。通过正面宣传,纠正职工不良思想,同时运用系列思想政治宣传活动,使职工在互相配合和参加政工宣传活动中,进一步增强团体精神和团队凝聚力。

(3) 有助于形成良好的工作氛围

一个好的工作氛围,是职工安身立命之本,员工唯有在好的工作氛围中才能施展才能,爱上群体,爱上工友。而随着社会经济不断向前推进,人们生活水平逐渐提高,对于物质要求也越来越高。如何营造一个和谐温馨的环境成为当前企业管理者关注的重点问题之一。优质的企业政工宣传工作能够使职工正确地看待个人及团体间的相互关系,并在指导及教育下增强职工对企业的信任度,真正做到把企业发展目标与职工个人发展目标紧密地结合起来,切实有效地实现企业科学地发展,创造出企业工作的良好氛围。

二、政工宣传工作问题分析

1、政工宣传意识相对薄弱

虽然大部分企业都已经意识到了政工宣传工作的重要性,但总体来说,政工宣传工作意识还比较薄弱,这又造成了政工宣传工作形式化现象比较严重,很难做到将政工宣传工作内容有效落实。造成这一问题的原因大多是由于,目前企业的工作重点仍然停留在具体业务上,以提高经济效益为主,并没有真正认识到政工宣传能够起到的效果,政工宣传意识极其缺乏,与此同时,对于政工宣传不够重视表现为:政工人员的素质要求不够高,使得政工宣传很难进行。因此,本文将从这两方面入手,分析当前我国企业政工宣传存在的主要问题并提出相应的解决对策。

2、政工宣传的方式较为单一

在新时期下,企业管理正面临着转型升级,在经营与管理理念上都有了较大提升,但与之对应的政工宣传还很难达到更好的实效,其直接原因在于政工宣传内容与方式都过于简单,制约着政工宣传工作的落实成效,同时不可避免地影响着企业改革与发展进程。从宣传内容上看,一些企业还自困于马列主义等传统思想政治内容上,但没有把握新时代的

特征,进行与时俱进地变革,没有完全与生活时间相结合,从而使政工宣传内容吸引力不足。另外,部分企业将工作重点放在经济利益上,忽视了自身社会责任建设,导致思想政治工作者队伍不稳定;此外,一些企业片面追求经济效益,忽略了思想政治教育作用。这些问题亟待解决。从宣传途径上看,传统会议宣传模式仍然运用较为广泛,难以拉近政工对象之间的关系,同时还制约着企业员工工作积极性的发挥,使政工宣传效果下降。

3、政工宣传工作中企业中没有得到应有的重视

国家企业建立的目的就是为了能更好的为人们服务,一个企业要想长久的发展就必须依靠人们对它的肯定与信任,提高社会公信力对企业的发展具有十分重要作用。所以要想做好国家企业的建设,就需要对企业员工进行有效的教育以及管理。在这一过程中最关键的就是政工干部队伍的稳定与提高。在国家逐渐向信息时代化迈进和经济持续发展的过程中,人的观念已经不存在局限性,在这种市场环境之下致使许多企业中工作人员的观念都受到了一定的冲击,向劣势方向迈进。这一现象为事业单位政工宣传工作增加了困难,使得政工宣传工作不能平稳高效地进行。

三、新时期企业政工宣传工作的高效策略分析

1、确立科学的政工宣传思路

确立以人为本和企业长远发展这一科学宣传理念是增强政治工作宣传实效性的首要策略。政治工作宣传部门需要制定出一套完整的政治工作宣传制度,并根据企业在发展过程中所出现的种种问题来制定出一套合理且行之有效的宣传方案。作为企业管理者应充分认识到政治工作宣传对于企业管理与发展所具有的重要而深远的意义,新时期企业想要在竞争愈加激烈的市场经济环境下取得更大的竞争优势就必须依靠企业人才这一动力。企业员工思想状况直接决定了企业是否能持续健康地向前发展。因此,加强企业政工人员队伍建设,建立一支高素质的政工人才队伍,对于推动企业又好又快地发展具有重要意义。而在企业政治工作中有效进行宣传工作,则有助于提升企业员工思想素质水平,将企业员工凝聚力与工作积极性发挥到极致。政治工作宣传部可定期组织召开企业职工交流座谈会,评选企业先进职工等各种活动,让企业管理层与职工面对面地沟通,全面了解职工现状及实际需要及时给职工更多的了解和关心,让职工在企业里寻找到归属感,把个人自我价值实现同企业发展目标紧密联系起来,从而确保了新时期企业在经济市场激烈竞争的情况下迅速而又稳定地发展。

2. 创新工作方式

为了更好的迎接日趋激烈的市场竞争环境中,企业要不断提升自身核心竞争力;通过加强宣传活动,加强政工工作的力度;不断丰富工作模式;不断创新工作方式,实现企业

竞争力提升的目的;企业宣传人员和政工人员要全面发挥先进技术手段所具有优势。比如目前的互联网技术,信息化技术和大数据技术等都在不断的成熟,员工能够借助以上的技术手段对互联网资料进行广泛的搜集,吸取高价值的信息,对宣传形式进行创新,对政工工作方法进行改进。互联网语境下新媒体已经逐渐成为最迅捷的信息发布平台,移动智能终端大范围推广使得每一位员工能够借助于移动智能终端来采集网络上的信息。此外,新媒体时代下,人们获取信息越来越便捷,也要求企业要加强员工思想政治教育工作的重视度和关注程度。同时,网络舆论环境也是影响员工思想动态的重要因素之一。有鉴于此,企业政工人员要在微信公众号,抖音,微博等移动互联网平台中,开设政工宣传专用网站,组建政工工作群,提升政工工作在企业宣传活动中的成效。

3、加强政工和宣传队伍的建设

(1)对于刚刚步入政治工作宣传行列的员工,企业应通过培训让其明白政治工作宣传中的重点工作,以帮助其迅速开展对企业环境的适应

(2)管理人员政治工作宣传培训理念方面,让他们起到引领、引导作用。

(3)强化政治工作宣传人员实施与业务培训是当前企业政治工作宣传人员培训的核心部分,其内容要包括政治工作宣传方式,基本政治理论,网络信息平台管理与维护等方面,经过有的放矢的层层训练,必将为企业打造一支高素质的政治宣传队伍提供保障。

结束语

总之,企业中政工宣传工作对于企业的发展具有促进作用,通过政工宣传加强职工政治思想教育,提升职工思想水平,有利于增强职工凝聚力,提升工作效率和工作水平,对于企业发展具有很大促进作用。持续深化政工队伍改革,在现代化背景下,凭借自身强大优势,积极引进先进思想理念,培养专业素养政工工作人员,为政工工作开展增添助力。

参考文献

- [1]何展.新时期企业政工宣传工作的有效策略研究[J].现代企业文化,2018,000(032):166.
- [2]张素勇.新时期企业政工宣传工作的有效策略探讨[J].商品与质量,2019,000(001):234-235.
- [3]王乃卉.新时期企业政工宣传工作的有效策略探究[J].中外交流,2019,26(34):92.
- [4]曹新荷.新时期企业政工宣传工作的有效策略[J].建材与装饰,2018(21):1.
- [5]刘宇生.新时期企业政工宣传工作的有效策略探讨[J].企业文化(下旬刊),2019,000(007):143.