

加强企业基层宣传文化人才队伍建设策略探讨

马燕军

山西凯硕文化传媒有限公司 山西 霍州 031400

[摘要]国有企业宣传文化队伍作为向企业全体员工宣传党的政治理论与方针政策、引导社会舆论导向、讲好中国故事、宣传中华文明以及开展企业职工思想文化道德建设的中坚力量。虽然在企业内部社会主义意识形态的形成方面发挥着不可替代的作用，但是由于企业经营发展始终是以追求利润最大化为首要目标，所以针对当前国有企业经营发展过程中存在的过度注重经济利益，忽略政工宣传工作重要性以及政工宣传队伍专业水平参差不齐的情况。必须深入分析国有企业思想宣传工作中存在的问题，准确把握新常态下企业思想工作的规律，加大企业高素质宣传思想队伍建设投入的力度，提高企业思想工作教育宣传的效率，为企业的长期可持续发展保驾护航。文章主要是就加强企业基层宣传文化人才队伍建设策略进行了分析与探讨。

[关键词]国有企业；宣传；队伍建设

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.143

引言

国有企业不但是中国特色社会主义建设不可或缺的物质基础和政治基础，更是我党执政兴国目标顺利实现依靠的中坚力量。国有企业在经营发展过程中，应该将提质增效作为企业基层文化宣传的重点，紧跟市场经济发展的脚步，将党管宣传、党管意识形态的理念落实到企业文化宣传的各个环节中，才能在确保上级党组织重要部署有效落实的前提下，提高企业文化宣传的成效。

一、加强企业文化宣传队伍建设面临的问题

互联网时代迅速来临对传统的信息传播方式造成了巨大的冲击，作为新常态下的国有企业来说，应该顺应互联网时代发展的要求，加快信息传播方式重构的速度，调整和优化文化传播的形式，在企业内部形成正确的舆论氛围。企业在开展文化宣传活动时，应该充分重视经济利益与多元化价值取向对传统行业道德规范与价值理念产生的冲击，紧跟时代发展的脚步，创新企业文化宣传的模式，推动企业基层文化宣传向多元化方向的健康发展。针对企业创新发展过程中面临的问题，企业应该通过建立高素质文化宣传队伍的方式，确保企业文化宣传工作的顺利开展。

企业在建设文化宣传队伍时，应该将政治建设作为企业文化宣传队伍建设的首要目标，防止企业在开展文化宣传工作时，出现以下几个方面的问题：

首先，防止并克服政治信仰淡化现象的出现。随着企业文化宣传人员数量的增加，企业文化宣传队伍的整体素质也出现了参差不齐的问题，部分企业文化宣传工作人员在日常工作中因为迷惑于市场经济大潮中，出现了重利轻义且不重视企业文化宣传工作的现象。企业文化宣传队伍中出现的工作人员政治信仰与使命担当淡化的情况，严重影响了企业文化宣传工作开展的效果。

其次，防止并克服职业认同感缺失现象的出现。文化宣传工作者虽然被冠以企业的无冕之王称号，但是随着企业面

临的市场竞争压力的不断增加，企业文化宣传工作者所面临的工作压力也越来越大。虽然国有企业在经营发展过程中，已经加大了企业自办报社、电视台人员精简工作的重要性，但是严格绩效考核制度的实施，也在一定程度上增加了企业文化宣传工作者的工作负担和工作压力，再加上部分企业每台采用的用工双轨制、员工身份多元化策略，企业文化宣传队伍中不同身份的工作人员，其享受的福利待遇也存在很多的差异，导致部分企业文化宣传工作人员在日常工作中出现了得过且过的心理，严重影响了企业文化宣传工作水平的提升。

二、加强企业基层宣传文化人才队伍建设策略

(一) 武装党建思想，从意识上武装文化宣传队伍人员

(1) 认真学习贯彻落实党的重要方针政策，在企业内部营造良好的企业基层文化宣传氛围。做好当前的新闻舆论宣传工作，不仅事关企业的健康可持续发展，而且对企业能否将党的理论和路线方针政策落实效果有着决定性影响。作为新常态下的国有企业各级党组织来说，应该严格按照企业基层文化宣传工作的要求，坚定企业新闻媒体作为中国共产党领导下的舆论工具的思想意识，向广大基层群众传递党的声音，紧紧围绕企业基础文化宣传的中心，服务大局，引领企业政治发展的方向，为国有企业的改革发展注入源源不断的正能量。

(2) 坚持四个原则。首先，坚持党性原则。严格按照正面宣传为主的要求，将党的主张在新时期国有企业改革发展中的作用充分发挥出来。其次，坚持服务大局的远足。针对事关党和国家发展大局、政治方向以及根本原则的相关问题，必须切实做好企业内部思想宣传的工作，确保企业发展策略的实施科学性与合理性。

(3) 明确企业基层文化宣传的核心内容。要将中华民族伟大复兴中国梦的实现，作为企业基层文化宣传的核心，增强企业职工的职业自豪感、责任感与自信心，推动企业的

健康可持续发展。中国梦不仅是每一个中国人位置奋斗的梦想，同时也是国有企业文化建设的核心。国有企业的新闻工作者应该紧跟全媒体时代发展的脚步，加强企业职工中国梦思想教育工作的力度，鼓励和引导企业员工追求和实现自己的中国梦和新闻梦，正确对待企业基层文化宣传工作面临的挑战和机遇，加快多样化媒体深度融合的速度，通过构造全新的基层文化宣传氛围的方式，为企业新闻工作者在企业内部开展文化宣传教育活动提供帮助。

(4) 始终坚持党性与人民性的原则和要求，实事求是的开展企业基层文化宣传工作。国有企业的新闻工作者在开展基层文化宣传工作时，应该将三严三实措施落到实处，强化新闻工作者的大局意识、服务意识和中心意识，拉近与基层群众群体之间的关系，通过在企业中开展感人事迹和真实事件宣传活动的方式，打造一支政治意识强、作风正、业务精且守纪律的宣传思想队伍，在企业内部形成一道亮丽的风景线，扩大企业基层文化宣传工作的影响力。

(二) 不断创新宣传方式，打造高素质宣传队伍

(1) 打造高效宣传体系。国有企业宣传思想工作队伍高素质形态，主要包括了知识、技能、自我认知、个性特质、动机等的组合。作为新时期的国有企业来说，必须在习近平总书记系列重要讲话精神的指引下，将能力素质模型概念引入到企业基层文化宣传工作中，推动企业高素质文化宣传人才队伍的建设，将企业文化宣传工作更加形象地展示在企业基层职工面前。

(2) 优化文化传播组织体系。紧跟互联网时代发展的脚步，构建线上线下相互融合的企业基层文化宣传平台，站在企业长期可持续发展的角度上，构建以集团公司为核心，直属单位、基层单位、班组一线为主体的企业思想工作宣传网络，有计划、有组织地开展企业基层文化宣传工作，确保党的政策方针落到实处。此外，国有企业还应加大线上传播矩阵建设投入的力度，根据企业经营发展的实际情况和要求，组建高素质的网络思想工作队伍，使其成为国有企业基层文化宣传的窗口，在企业内部形成全员参与思想文化的氛围，推动企业改革发展工作的顺利开展。

(3) 切实在行动中践行企业文化理念。国有企业在开展基层文化宣传工作时，应该严格按照守正创新、融合发展的原则和要求，将互联网思维引入到企业基层文化宣传工作中，加大政工工作人员综合素质培养的力度，确保迭代思维融合理念的有效落实，在企业内部营造良好的基层文化宣传工作氛围。

(4) 运用现代信息技术助力文化宣传。根据大数据时代发展的要求，将大数据思维融入到企业思想文化宣传工作中，通过对关联数据的分析，发现企业思想文化宣传工作中存在的问题，统一思想、凝聚力量，提高企业思想文化宣传工作的成效。针对网络世界中真假难辨的海量数据信息，国有企业政工工作人员应该建立完整的数据分析机制，筛选海量数据信息中存在的虚假信息，彻底切断网络谣言的传播渠道。比如，针对当前青年职工在工程中出现的思想问题，国有企业政工工作人员应该在准确找出国企智育与青年知欲契合点的同时，融入到青年职工群体中，根据掌握的数据信息，准确判断青年的反应，并在第一时间开展思想指导和引导工作，在企业内部形成良好的青年思想政治工作氛围，增强青年职工的企业认同感。

(5) 群策群力，广泛发动，鼓励基层员工积极参与企业文化宣传活动。在开展思想宣传活动时，加大企业内部思想战线传播力建设的投入力度，将有思想、有品质的作品，打造成企业名片，为企业基层文化宣传工作的开展奠定良好的基础。此外，国有企业在开展基层文化宣传活动时，还应根据企业自身经营发展的实际情况，构建完善的基础文化宣传绩效评价体系，提高国有企业综合竞争力。

三、结束语

国有企业政工宣传工作的开展离不开高素质宣传队伍的支持，作为新经济常态下的国有企业来说，应该顺应时代发展的脚步，加大企业高素质政工宣传队伍建设投入的力度，针对当前企业政工宣传队伍人员综合素质参差不齐的问题，既不能急功近利，也不可坐视不管任由发展。而是应该根据企业自身的实际情况，加强专业政工宣传队伍建设投入的力度，在最短的时间内为企业组建一支高素质基层文化宣传队伍，提高企业基层文化宣传与政工工作的成效。此外，国有企业的领导层还应建立完善的奖励和激励机制，激发政工人员参与基层文化宣传活动的积极性和主动性，鼓励基层员工参与到企业政工文化宣传工作中，充分发挥多聚并措基层文化宣传策略的优势，丰富企业职工的文化生活，凝聚企业职工的人心，推动企业文化宣传工作的有序开展，为国有企业的长期可持续发展保驾护航。

参考文献

- [1] 刘军. 加强企业文化建设为企业转型发展注入强劲动力[J]. 知识经济, 2016, 09: 106.
- [2] 闫华. 宣传工作在企业中的重要作用[J]. 办公室业务, 2012, 23: 46.