

宣传思想工作与企业文化创新的思考

周阳

中煤集团大屯公司选煤中心

[摘要] 企业文化的建设与发展是现代企业的隐形竞争力。尤其是在国有企业建设过程中，企业文化的目的和意义在一定程度上将直接影响企业形象、企业经济基础乃至企业公信力的提升。宣传思想工作是企业文化建设的重要内容之一，但在实际宣传思想工作中，不乏存在宣传形式忽视职工感受、路径脱离大众视野、内容落后时代发展等现象。基于以上问题，文章以创新企业文化为研讨目的，从内部优化和外部宣传两个维度出发，探究宣传思想工作在企业文化创新中的重要性，旨在启发一线工作者。

[关键词] 宣传思想；企业文化；创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.2079

引言：全国宣传思想工作会议曾明确指出企业文化宣传思想工作的重点：宣传工作需具备创新性。宣传理念要创新、手段要创新、基层工作形式要创新。作为国有企业，宣传思想工作者需不断跃迁思想认知，结合当代经济发展规律，开创宣传思想工作新的局面，要积极探索宣传思想工作与企业文化创新的方式方法，将创新作为工作重点融入一线文化宣传工作中去。由此可知，遵循事物变化发展规律、实时更新文化与思想内核，是宣传工作的重中之重。

一、企业文化建设中宣传思想工作现存问题分析

（一）宣传形式忽视职工感受

职工是企业文化的践行者与直观接触者，是对企业文化理解最深、重视力度最强的人群。因此，企业的职工对企业文化的感受最能反映企业文化宣传工作的本质问题。部分企业在进行文化宣传工作时未能重视职工的感受，其宣传活动对职工休息时间造成挤压、采取强制参加态度、宣传方式不贴合职工内心精神成长需求。此类问题将导致企业职工丧失文化传播积极性，其工作效率和积极性难以通过宣传活动获得提升，难以发挥企业文化的存在价值。

（二）宣传途径脱离大众视野

宣传途径企业文化的宣传不仅面向企业职工，还面向社会群众。企业文化若想发挥实力企业形象、推动经济发展的良好效果，就需提升企业文化在社会群众中的公信力，使企业提供公知知名度，提升国民好感度与认同感。但在实际情况中，部分企业文化的宣传路径处于客观因素考量，脱离了大众视野，使社会群众对企业文化的熟悉度较低，难以实现文化传播、辐射带动的作用。

（三）宣传内容落后时代发展

企业文化不是一成不变的，需根据时代的经济发展步伐和职工、群众的精神追求适时更新，不断在原有文化内涵中注入时代元素，使企业文化常态化、年轻化、新锐化。发展是事物的客观存在规律。部分企业在文化基本落成后，忽视了文化的变化发展。随着时间的推移，其宣传内容逐渐落后于时代价值观念，导致群众认可率低、宣传效果不佳^[1]。

二、企业文化建设中创新宣传思想工作的有效策略

（一）面向企业内部优化宣传思想工作

1. 树立发展观念，更新文化内涵

要发展优秀企业文化，企业文化建设者需时刻与外界保持紧密沟通，关注同类型企业文化建设发展，从跨领域文化

宣传中汲取灵感，保持清醒的发展意识，认同企业文化应与与时俱进、迭代更新这一文化建设理念。紧随时代步伐，更新企业文化的内涵。创新企业文化的主要路径多种多样。首先，文化建设者应树立正确的价值导向，培育创新型核心理念。其次，文化建设者应广泛听取企业内部对文化建设的建议，以“鼓励改进、推动创新”为文化建设原则，广泛吸纳群众意见，吐故纳新、择优选取创新型企业文化内涵融入当代企业文化中去，使企业文化呈稳定式发展^[2]。

以某企业文化建设与宣传思想工作为例，管理部门在进行文化教育时，以集体会议、线上课程等方式向内部职工宣传企业文化，并推出匿名投稿箱，请员工自由发挥对企业文化的看法，提出建设性意见。建议一经采纳，给予员工物质奖励，以此提升员工文化创新积极性。匿名投票减轻职工心理负担，物质奖励则推动职工积极心理。在企业文化宣传征集活动作用下，企业文化内涵以集思广益的形式获得更新，其创新渠道得以拓宽，获得质的提升。

2. 坚持以人为本，落实精神教育

职工是企业文化的践行者，同时也是生成企业文化历史的建设者，职工对企业经营活动意义的看法和评价将对文化建设与推广产生重要导向作用。因此，在企业文化建设过程中，管理者应充分尊重职工意见、照顾职工对企业文化的感受，给予职工部分选择、建议空间，请职工参与到企业文化建设活动中来。企业文化管理者应坚持以人为本的文化发展理念，以文化宣传为主要措施，落实职工精神教育，丰盈职工对企业文化精神的体悟、对工作意义的认同、对个人价值的追求，以此提升企业职工凝聚力，营造积极、向上的工作氛围，推动企业良性发展^[3]。

例如，在某企业文化推进过程中，该企业的管理者想通过内部普及和重点宣传的方式实现文化传播，以口口相传、精神认同的方式延展文化宣传渠道、发挥文化存在价值。企业宣传者采取以下宣传措施：

①将创新文化内容融入职工培训体系中，以目标宣传、案例示范等方式提升职工理解度；

②创设激励政策，动员引导大家积极参与文化践行活动，从精神面貌上更新职工理念，改变消极工作心理；

③将文化内涵融入部门工作的各个环节中去，实现文化应用与普及。从职工实际践行中获得文化创新回馈，使文化内涵得以凝练和内化。

④通过多元化文化宣传举措将企业文化与职工工作进行深度融合，加深了职工与文化之间的内在联系，使职工从心理上正视企业文化，从行为上践行创新文化，使整体性工作面貌焕然一新，实现文化存在于宣传价值。

3. 组织文体活动，拓展文建载体

落实文化精神教育，使企业文化根植于职工内心，获得真实认同感，企业管理者以职工接受的方式进行长期、深入、普遍的宣传教育。成年人价值观念基本成型，对职工文化、企业文化观念具有天然抵制心理。因此，精神教育不可操之过急、生硬直白。多元化文体活动是较好的突破口。丰富多元的文体活动兼具教育价值与审美意趣，既能拉近职工与企业心的距离，提升文化宣传效果，又能从中发掘职工的多元智能，凸显职工个性闪光点。企业需发掘适合企业展开的文体活动，以有奖征集、自愿报名等方式激活职工参与积极性，活跃办公氛围，使文件载体得以进一步丰富^[4]。

例如，在某企业文化宣传活动中，管理者想以文体活动为文化建设载体，落实精神文化教育。管理者因此设计有奖征文活动，拟定主题为“反对无效内卷、追求工作效率”。该主题是企业文化建设者的创新智慧结晶，与广大职工的心声产生精神共鸣。职工对该文体活动的参与热情有所提升。企业在征文评比结束后，高度重视评价与批阅内容，对每个活动参与员工给予感谢和鼓励，并结合有奖机制给予职工物质奖励。活动建设者从员工征文中汲取企业文化创新契机，丰富企业文化内涵。在文体活动作用下，企业文化创新与宣传思想工作均得到长足发展。

（二）面向社会群众宣传特色企业文化

1. 塑造企业形象，优化企业文化外在形式

企业形象的塑造旨在通过统一的视觉实际，运用整体性传达沟通系统，将企业的经营理念、处事态度、文化内涵传递出来，使企业具备立体鲜明的个性精神，以拟人化形象与群众建立双向沟通，促使社会群众对企业产生认同感。塑造企业形象可以通过优化物质形式、强化社会形式、深化精神形式三个维度展开。物质形式包括企业的硬件设施，如：标志、宣传语、装饰、办公环境、产品等，是文化宣传的基础；社会形式包含职工队伍素质、丰富的人才阵容、技术优势、管理水平等；而精神形式则包括企业道德标准、精神信念、文体活动等无形的文化投入。想要塑造高素质企业形象，需要文化创新建设者与宣传思想管理者协同合作，兼顾三维形象输出形式，约束自身文化输出行为，将产品优势和企业风貌融入文化宣传工作中，使企业文化的外在形式得以整体性优化^[5]。

以某企业形象塑造计划为例，该企业为树立良好企业形象，从产品服务质量和员工形象改造、企业规范构建和参加公益活动四个维度展开宣传探索。该计划兼顾了物质形式、社会形式与精神形式的塑造，尤其是参加公益活动提升了公知普及率与社会群众对企业的好感度，该企业以“为缺水地区筹款”为营销活动，将产品销售的6%用于公益事业，使公众对于相关灾情的了解更为深入。企业在官网实时更新公益活动推进进度，获得大量关注，正面、积极的企业形象得以

初步建立。

2. 拓宽宣传渠道，加大企业文化普及范围

企业文化宣传渠道的拓展可以从营造决策环境、打造硬件环境和开发网络阵地三个维度入手。从营造决策环境来说，企业刻意注重管理者或领导者的保障，以老板的形象、老板的决策推动文化落地，使企业形象清晰化、群众关注点精准化，有助于企业文化的进一步普及。从打造硬件环境来说，企业应重视硬件平面广告的铺设和生成，以张贴企业标识、设计企业服装、制作文化墙、购买平面广告位置等方式落实企业文化宣传，为群众植入惯性记忆。就开发网络阵地来说，企业文化宣传可以积极投入流量之争，选择时下流量最广、宣传形式最新、传播力度最广的方式进行企业文化思想宣传，使企业文化真正走进群众生活，在群众记忆中占有一席之地。不仅如此，企业文化管理者还需加大宣传回馈搜集力度，根据群众反馈对文化内涵和宣传方式进行及时优化，以保证文化宣传工作的深度推行^[6]。

例如，在某化妆品企业文化推广过程中，该企业将传统文化融入企业文化中，设计与中华传统色为包装主色调的化妆品产品，将消费对象定位在18-25岁年轻女士上，并结合该消费人群的信息摄入习惯，选择开辟网络宣传空间，在知名短视频平台投放赋予传统文化色彩的宣传广告，将产品特色与企业文化理念进行融合推广。在网络宣传渠道的精准定位作用下，该文化宣传工作取得良好成效。

结束语：

综上所述，从对内建设企业文化的角度来说，企业宣传思想工作管理者应树立发展理念、坚持以人为本组织宣传活动，在优化企业文化内涵的基础上提供企业内职工的思想觉悟，使企业文化实现由内而外的宣传扩散；从对外宣传的角度来说，企业宣传思想工作管理者需重视企业形象的塑造，以拓宽宣传渠道、加大管控力度的方式优化公知对企业的印象，推升知名度，使企业文化宣传获得实效性。要切实抓好文化建设、创新与宣传工作，需要管理者内外兼顾、企业内外一把抓，实现全方位文化创新与优化。

参考文献：

- [1] 肖滋奇. 加强宣传思想文化工作凝聚企业发展动力[J]. 企业文明, 2021(10): 76.
- [2] 毛俊杰. 浅谈新形势下国企宣传思想文化工作的开展[J]. 企业文明, 2021(08): 105.
- [3] 吴杰, 王耀华. 以数据化、标准化推动宣传思想文化管理体系建设[J]. 企业文明, 2021(03): 68-69.
- [4] 刘佳薇. 新时期加强宣传思想文化工作、助力企业高质量发展的探索实践[J]. 商业观察, 2021(06): 81-83.
- [5] 贾一文. 推动宣传思想文化工作不断实起来强起来[J]. 冶金企业文化, 2021(01): 54-55.
- [6] 周立扬, 单慧芳, 关毅, 管晓君, 王婷婷, 袁泉. 新形势下国有企业品牌宣传创新与实践[J]. 国企管理, 2021(03): 60-67.