

全媒体时代国企新闻宣传工作的创新

卓蓝

(内蒙古电力科学研究院 内蒙古 呼和浩特 010020)

[摘要]全媒体时代下,人们的阅读习惯和阅读方式都有了很大的改变,对国企新闻宣传工作的进行产生了巨大的影响,传统新闻宣传工作已不再适应时代的发展。为了提高国企新闻宣传工作效果,在全媒体时代,国企也应不断创新新闻宣传方式,丰富宣传内容,来推动国企的健康稳定发展。基于此,本文将在全媒体时代国企新闻宣传工作的创新进行浅显的探讨,以供参考之需。

[关键词]全媒体时代;国企;新闻宣传;创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.377

国企新闻宣传工作的进行,能够树立企业的外在形象,促进企业品牌效应,对于提升国企的经济效益和社会效益有着重要的作用。全媒体时代下,新闻传播呈现出了多元化的特点,宣传方式更加新颖,也更加接近人们的生活。国企新闻宣传工作的进行也应与时俱进,借助全媒体优势,充分发挥全媒体的聚合作用,来提高国企新闻宣传工作的效率和质量。

一、顺应时代发展,深化国企全媒体宣传意识

国企新闻宣传工作的进行,能够使国企员工具有较高的归属感,在生活和工作中积极向上,提升国企的凝聚力,有利于国企各项工作的顺利开展。同时,国企新闻宣传工作的进行,能够对国企各项资源进行整合,使国企资源的利用效率更加高效,提高了国企产品的质量,从而提升了国企在市场上的竞争力。全媒体时代下,无论是宣传方式,还是宣传渠道,甚至是宣传群体定位,都有了很大的变化,对国企新闻宣传工作的进行提出了更高的挑战。国企新闻宣传部门应充分认识到全媒体时代下新闻宣传的变化,从思想上重视全媒体时代的发展,紧跟时代发展潮流,强化阵地意识,转变传播思维,以用户需求为基础,将传统国企新闻宣传融入新媒体当中,提升国企新闻宣传的传播力度,实现国企新闻宣传效果的最大化和最优化。

二、迎接全媒体时代新挑战,提高国企新闻宣传人员综合素质

国企新闻宣传工作的创新需要工作人员具有较高的综合素质,能够适应全媒体时代下的国企新闻宣传。因此,国企新闻宣传人员应不断提升自我,增强业务能力素质,充分挖掘全媒体宣传的潜能,使国企新闻宣传效果更加高效。首先,强化自身业务能力,树立全局意识,准确把握国企宣传定位,能够运用舆论引导作用,对国企战略目标的制定和实现策略、创新等问题进行鲜明的宣传,使企业员工在潜移默化中融入企业文化当中,增强企业员工的认同感。强化自身道德素质培养。国企新闻宣传人员需要具备较高的政治觉悟,要善于学习,通过不懈的学习,熟练掌握国家新政策,切实执行党的路线政策方针,能够在新闻宣传工作过程中维护自身形象,以积极的心态,正确的态度来开展国企新闻宣传工作,做好表率作用。最后,强化自身创新能力。全媒体时代,国企新闻宣传工作人员除了需要具备基本的写作、摄影、绘画等能力之外,还要具备创新精神,善于观察各方面的事情,从不同的角度为国企的发展进行宣传,提高国企影响力。

三、围绕国企战略发展目标,创新国企新闻宣传内容

随着我国多元化发展,全媒体时代下,人们所接受的文化也越来越多元化。国企新闻宣传人员要充分认识到这一点,在宣传内容上不断创新,借助全媒体宣传的影响力,发

挥国企新闻宣传工作的引领作用,从而实现国企新闻宣传工作的目的。首先,全媒体下,新闻宣传工作的受众范围更大,与受众之间的互动性更强,因此,在新闻内容的选择上,应根据受众群体具体情况,从受众群众思想入手,选择合适的新闻内容,让受众群体能够感同身受,提升国企新闻宣传的亲力和凝聚力,从而使国企形象深入人心。其次,国企新闻宣传内容的创新还应围绕诚信经营氛围,针对文化氛围等,将诚信经营理念融入宣传内容当中,在强化国企员工综合素质的同时,充分发挥新闻宣传作用,树立国企的品牌形象,从而使受众更加了解国企的品质和内涵,为国企的进一步发展提质增效。最后,国企新闻宣传内容的创新还应围绕国企发展战略目标来进行,通过对国企未来发展新举措、新发展等的全方位、多维度的宣传和报道,让国企员工和外界人员充分了解到国企的发展方向以及未来利好形势,激发国企员工的工作热情,形成良好的企业文化氛围,与国企共同创新发展。

四、拓宽国企新闻宣传渠道,创新国企新闻宣传方式

全媒体时代下,国企新闻宣传渠道增多,互联网技术、信息化技术的应用,更是提高了国企新闻宣传工作的效率。国企新闻宣传工作的进行,应不断创新工作模式,将传统宣传手段与新媒体相互融合,使国企新闻宣传工作的价值最大化。首先,在宣传渠道上,国企新闻宣传工作应不断扩大宣传渠道,将传统宣传渠道与新媒体宣传渠道紧密结合在一起,相互协同,并建立与受众群体的互动渠道,实现国企新闻宣传工作从静态到动态的转变,给受众群体以多方位的宣传体验。其次,在宣传方式上,大数据、云计算、通信通讯等技术的快速发展,都影响着国企新闻宣传工作的进行,国企应不断挖掘全媒体下新闻宣传的潜在能力,搭建全媒体信息化平台,结合智能化技术,对国企资源进行优化整合,实现国企各项信息共享、线上线下互动等功能,将国企的发展与新闻宣传紧密融合在一起,通过全媒体平台,来达到宣传国企的目的。

五、结束语

全媒体时代下,国企新闻宣传工作的进行必须紧随时代发展脚步,精准定位,深化国企新闻宣传的深度和广度,从宣传意识、宣传队伍、宣传内容、宣传方式等方面进行创新,充分发挥国企新闻宣传作用,提升国企凝聚力和竞争力,来进一步促进国企的可持续发展。

参考文献

- [1] 李兰. 全媒体时代做好国企新闻宣传工作的思考[J]. 企业改革与管理, 2020(23): 200-201.
- [2] 亓迪. 全媒体时代国企新闻宣传工作的实践分析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(01): 180+200.