

新媒体在国有企业宣传工作中的运用研究

李颖

(吉林省博大生化有限公司,吉林 吉林 132001)

摘要:文章以推动国有企业宣传工作创新为目标,讨论新媒体在宣传工作中的应用。提出坚持正确舆论导向、利用新文件明确定位、建立新媒体平台等三点建议。从多个方面实现国企宣传工作与新媒体的结合,以期能够真正提高国企宣传工作效率。

关键词:新媒体;国有企业;宣传工作;信息技术

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.02.274

新媒体时代下,传统媒介形式发生改变,利用互联网、大数据等向人们传递信息。国有企业宣传工作在新媒体环境下,也需要积极转变信息传播媒介,充分发挥新媒体优势,通过全新信息交换模式创新国企内部宣传渠道与手段,凭借信息技术、大数据等提高宣传效率,以有利于推动国企发展。

1 国企宣传工作坚持正确舆论导向

第一,“互联网+”与传统优良美德融合。国企内部的宣传工作要想扩大新媒体覆盖范围,必须要发挥出新媒体在传播速度、互动性等方面的作用,利用“互联网+”为宣传工作注入源源不断的活力。基于新媒体时代下国企宣传工作,可以将“互联网+”和优良传统美德紧密结合,在国企内部宣传社会主义核心价值观,向所有员工弘扬职业道德、社会公德等优良传统美德。从而营造务实、积极向上的工作环境,使所有员工都能够树立责任感与主人翁意识,加强凝聚力^[1]。除此之外,国企内部搭建宣传阵地也要始终坚持正确舆论导向,将党的决策决议渗透到所有职工群众的工作行为与行动中。

第二,新媒体对于信息宣传与传播具有一定优势,但是也需要认识到传播可控性与舆论导向融合的重要性,只有如此方可发挥新媒体在宣传工作中的优势,坚持正确舆论导向,加强国企内部传播可控性,通过新媒体这一宣传阵地达到净化国企工作环境网络意识形态的效果。

第三,根据党媒舆论完善中心创新机制,新媒体在国企宣传工作中的运用要与生活实际、群众相贴合,明确宣传与舆论导向宣传的关键点,强化党建舆论引导。通过不同的媒体网络宣传党的工作重大事件,及时表达立场。国企中的党建宣传在员工群体中的吸引力不断提升,凭借新媒体与员工紧密联系,使其能够成为新媒体渠道主体,真正反映社情民意,通过员工群众之间的交流,解决其在工作、生活中面临的问题。

2 国企宣传工作利用新媒体明确定位

当前与国企宣传工作相关的传统媒体是以报纸、杂志期刊为主,进入新媒体时代之后完全转换为“互联网+”这一媒介渠道,利用移动设备、互联网搭建国企内部的新媒体体系。根据现有媒介使用频率以及影响范围,需要做好不同媒介种类的重新定位。如传统媒介中最为常见的报纸,其具有权威性与深度特点,可以在深度报道或者权威信息发布这两个方面予以使用,将其作为国企文化建设的重要载体;“互联网+”更加注重及时性和信息丰富性,可以在宣传工作中的专题板块创建中加以应用。与此同时,在新媒体环境下搭建融合式媒体与全媒体平台,可以更加高效全面地获取信息。例如,组建全媒体平台模型,将采集到的新闻事件素材加以整理,上传到该平台中组建信息库^[2]。通过信息库中积累的材料进行二次加工,便可以获得不同形态的新闻产品,为国企宣传工作提供资料方面的支持,有利于节省成本,保证宣传效率。通过多形态、多渠道的宣传工作,使国企原有宣传模式得到创新。

国企宣传工作进行新媒体转型,也应该组建以新媒体技能为核心的团队。创建全媒体平台,相关工作人员必须要认识到该项工作的重要性,并且能够全身心地投入到宣传工作中,具备较强的

文字功底,面对网络热点话题具备敏感性思维和互联网思维。如此一来,国企在组建新媒体宣传团队时,可以参考现有成功经验。前期组织培训要求参与员工掌握新闻采访、录音、摄影、编辑等诸多技能,深入到新闻现场编辑、发布新闻稿件。结束培训后组织考核,了解培训效果。通过这种形式培养新媒体人才,既能够节省人工成本,也有效提升了新闻发布的效率,带动国企宣传工作创新。

3 国企宣传工作建立新媒体平台

国企宣传工作在新媒体时代下转型与创新,要有有针对性的工作平台,传播思想理念与文化理念,促使所有员工能够正确认识新媒体,实现新媒体和宣传工作的结合。创建新媒体工作平台时要懂得发挥信息技术与互联网的优势,创建实时动态,能够将国企重要信息及时发布与更新。除此之外,通过新媒体信息平台也可以加强日常信息维护,开发多元化信息宣传渠道,如微信、QQ、邮件等。国企内部员工在平台中及时提出自己对于工作的意见,方便国企开展员工管理,也有利于提升宣传工作效率,实现重要信息的及时发布^[3]。

除了比较常用的新媒体平台,如微信、微博、QQ,国企也可以利用户外液晶屏、数字电视等渠道进行新媒体宣传,达到全媒体覆盖这一目的。一方面可以通过微信、微博等拓展国企宣传工作的传播范围,另一方面通过线上与线下联动,搭建三维立体宣传格局,真正实现国企宣传工作全方位、多层次、宽领域的目标。

4 结束语

综上所述,进入到新媒体时代之后,国有企业中的宣传工作也开始着手创新与改革。传统媒介在宣传工作中的应用,在信息传播效率与实时性等方面存在一些不足,需要利用微信、微博等新媒体渠道加以优化。因此,国企宣传工作融合新媒体不仅可以创新宣传模式与途径,实现重要信息的实时传播,也能够节省在宣传工作这一方面的支出成本,凭借新媒体诸多优势,在国企内部创建建立一体化宣传格局,拓宽宣传工作的覆盖范围,加大影响力。

参考文献

- [1]黄居光.浅谈国有企业宣传创新及舆情应对——以H国企为例[J].改革与开放,2020(11):38-42.
- [2]印兴阳,袁多娜.新媒体环境下国有企业意识形态工作实践与思考——以贵州移动某支部思想宣传教育工作为例[J].通信企业管理,2020(05):48-50.
- [3]曹士刚.新媒体语境下做好国有企业新闻宣传工作的思考与实践[J].中国煤炭工业,2020(04):74-75.

作者简介:李颖(1983,7-),女,汉族,籍贯天津,本科学历,吉林省博大生化有限公司,职务:董事会秘书,研究方向:政工、编辑。