

工作研究

浅析企业新闻宣传工作的创新

张占国

(中国水利水电第七工程局有限公司,四川成都 610081)

摘要:企业新闻宣传就是要达到这样一个效果:对于企业来说,用企业精神引领员工、用发展成就振奋员工,增强员工对企业归属感、认同感,把力量凝聚到做好工作,推动生产经营和改革发展上来;对于整个社会而言,就是企业在履行社会责任的同时,向社会传播一种奋勇向上、敢于拼搏的积极的正能量。

关键词:企业新闻;对外宣传;推动企业发展;弘扬正能量

中图分类号:C29;K825.42;G241.1

文献标识码: C

文章编号:1001-2184(2016)02-0001-01

1 企业新闻宣传的基本工作

企业新闻宣传,顾名思义,就是借助大众媒体、以新闻报道的方式把企业目标信息传播出去。作为一个企业,新闻宣传不仅是宣传企业形象、企业动态、企业发展,更是要向社会传播一种积极向上的“正能量”。

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调,宣传思想工作的根本任务,就是要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国团结奋斗的共同思想基础。而作为施工企业这样一个特殊的团体,在平时做好施工管理的基础之上,应当结合自身优势特点,为自己的宣传做出成效。

作为国有企业的水电七局,在做新闻宣传的工作时,应当坚持以正确的舆论引导人。一方面宣传贯彻党和国家的方针政策,传达贯彻上级业务部门和公司党委的重大决策,提高整个社会对公司企业文化的认识水平,另一方面通过对基层群众工作生活的报道,加强职工乃至整个社会对企业发展的关注度,传达出一种良好的氛围。企业职工的思想逐渐统一到企业的战略决策和部署上,能够增强企业内部的凝聚力和创造力,达到推动企业的持续、快速、健康发展的效果。在市场经济高速发展的年代,一个企业要想求生存、求发展,首先要塑造良好的社会形象,而宣传报道作为

快速、广泛的传播手段在塑造企业和社会形象中有着十分重要的作用,能起到事半功倍的效果。良好的企业形象可以无形中为企业增强竞争力,塑造良好的企业形象也能为企业的的发展创造一个宽松的外部环境。

以中国电建水电七局为例,2012年—2015年间,该公司提出建造综合200亿企业,公司新闻中心通过以每年工作会为契机,大力宣传贯彻公司“两会”精神,为“打造200亿企业”营造了良好的舆论环境。新闻中心通过组织各二级单位、各记者站,动员各方面的宣传力量和媒体资源,利用好内部报刊、网站、宣传画册、宣传橱窗等宣传载体,采取多种宣传形式,大力宣传和报道各单位学习贯彻公司“两会”精神,将精神落实到基层、落实到行动上,转化为发展成果的新思路、新举措、新经验,为“打造200亿企业”内聚人心、外塑形象。

2 以小见大,强化对外宣传

作为国有企业,对外宣传已是相当重要的地位。而通过多种方式,使企业了解所面临的舆论环境与任务,明确国有企业对外宣传水平直接关系国家形象的塑造、关系着企业海外战略能否顺利实施,关乎企业生存发展的意识正成为基本理念。

以中国电建水电七局为例,2015年,该公司在海外的项目达33个,涉及亚洲、欧洲、非洲、拉美的墨西哥、马其顿、巴基斯坦、苏丹、马来西亚等10个国家,风俗各异、市场各异。然而,对企业而

言,“走出去”就要长期扎根,首先需做到“入乡随俗”,适应当地文化是工作开展的必备条件。以巴基斯坦某项目为例,公司项目所在国的用工比例是1:4,在巴基斯坦渠道群项目中,1亿美元的项目,只有8个中方人员,其余全部是当地雇员。可以坦言,每一个中国员工都成为了对外宣传的“窗口”。

而如何管理好这些“窗口”,这就需要新闻宣传及时跟进,就需要我们大量通过企业海外员工及外籍员工工作生活为切入点,引导积极向上的舆论导向,进而展示企业乃至国家的正面形象。

2016年,该公司新闻中心以巴基斯坦“不是兄弟,胜似兄弟”为主题,介绍中国电建水电七局职工黄忠连续八年“扎根海外、坚守一线、融入当地”,积极投身在“一带一路”建设工地前沿,确保生产进度高效、保质、安全有序推进。在工程建设过程中,黄忠用真情、真挚、实意把一个只会“放羊”的当地雇员——伊克拉姆,培养成为施工作业中的“多面手”,并与之结下了深厚“兄弟情谊”。

报道以小见大,既契合国家“一带一路”的战略,又侧面反应“巴铁”这个词的真正含义,通过央视新闻报道,让世界“知道、看道、听道”中巴的铁哥们情谊是怎么炼成的!展现出“中国电建人”在亚洲“一带一路”建设中,不惧危险、勇于担当、诚心诚意、造福当地的优秀品质。使公司宣传工作保持了与国家战略高度一致,得到了很好叠加效应,为公司外部宣传赢得了良好的氛围。

3 适应新常态,推动企业发展

适应新常态、把握新常态、引领新常态,推动集团化建设,开创质量效益型新发展,这是所有的企业今后一段时期的发展主基调。在新常态下,如何充分发挥企业新闻宣传工作的积极作用,使新闻宣传更好地为企业的改革发展服务呢?

“发展是第一要务”,这是我们解决企业改革发展进程中所面临的各种问题的“总钥匙”。没有发展,一切都是空谈。我们务必适应、把握、引领新常态,牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,利用新闻媒体作为一个载体,为企业塑造一个有力的舆论背景。坚持解放思想、实事求是,坚持锐意改革、大胆创新,做推进改革的“促进派”和“实干家”,思想上更加到位,行

动上更加自觉,工作上更加有为,激发广大职工的聪明才智,办好我们自己的事情,着力推进公司的改革与发展。

新时期、新条件下进一步做好企业新闻宣传工作的关键所在是要不断完善和创新企业新闻宣传工作的方法。首先要不断增强创新意识。针对新闻宣传工作所面临的新形势、新情况和新任务,企业新闻工作者一定要迅速作出反应,积极予以应对,既看到机遇和有利条件,又正视风险和挑战,保持战略定力,抓住转型升级战略机遇窗口期,准确把握新闻宣传工作的新趋势,探索新闻宣传工作的新思路、新途径、新方法,勇于突破固有的传播理念、模式和机制的束缚,使新闻宣传工作更具亲和力、吸引力和感染力,从而掌握正确引导群众舆论的主动权,为企业各项中心工作的顺利推进营造良好的舆论环境。另外要注重创新实践,形成创新机制。要在内容和传播方式上进行创新,加强学习研究,充分运用新媒体、新手段加强新闻宣传工作。面对网络的日新月异,公司新闻宣传也应当摸索电子报、手机报等形式,通过网络向项目及时快速的传递信息,将内部宣传载体打造成了员工欢迎的精神文化产品,使项目主要负责人重视新闻宣传,学会宣传,要跳出固定化、程序化、套路化的新闻框架结构,要把新闻做新、做活、使新闻宣传给人眼前一亮、耳目一新的感觉,通过宣传打造项目软实力建设,为企业改革发展发挥出积极的促进作用。

4 坚守社会责任,弘扬正能量

企业宣传载体肩负着用舆论去引导员工的职责,舆论引导正确与否,会影响到员工的队伍稳定。新闻宣传应该坚持“一头汗两腿泥”才能写出好新闻,俯下身弯下腰才能与职工心贴心,以“短、新、实”为新闻报道添“魅力”的实质。只有坚持沉下身子,经常深入基层、深入一线、深入员工群众当中,才能发现好的新闻点,才能写出实事求是、员工认可的好稿件。应当多组织记者深入基层,走向生产一线、管理团队,走入基础设施、新型能源等广阔天地,走近职工家庭、员工心灵深处,感受时代脉搏和企业变化,接触一线职工和火热生活,用朴实的语言充分反映职工共建共享企业改革开放成果的美好生活,展示当代企业的崭新风貌。要坚持把挖掘、发现、传递好广大员工群

众的心声作为做好新闻的出发点和落脚点;要坚持贴近实际、贴近生活、贴近员工,把发生在员工身边最朴实、最贴切、最温馨、最感人、最典型的事情发掘出来、传播出去,传递到每一个角落。用发掘出来的广大员工爱岗敬业、拼搏进取、创新创造、节支降成、勤奋好学、团结互助等等典型事迹,传递正能量、激发正效应,弘扬奉献精神,展示员工风貌,用广大员工群众身边的人和事来教育和影响自己身边的人,大力营造出比、学、赶、帮、超的工作氛围。这样富有企业特色、充满基层气息、有真实感的新闻稿件,可以大大的增强新闻报道的亲和力和感染力。

简而言之,就是国有企业宣传工作应认真做好践行社会主义核心价值观的宣传报道工作,加大对先进模范人物、一线职工的宣传报道力度,起到了价值引领作用

以中国电建水电七局为例,2014年,该公司按照中央《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》,把培育践行社会主义核心价值观与践行企业核心价值观、企业精神有机结合,落实到企业宣传工作的各个方面,使“三个倡导”切实融入到广大干部职工的生产生活之中。

2014年间,该公司通过组织开展“践行社会主义核心价值观 做最美七局人”的宣传报道工作,加大了对先进模范人物、一线职工的宣传报道力度。《最美七局人》共组稿100多篇,除在公司

(上接第114页)

小施工难度。最终在杨房沟水电站上坝交通洞施工过程中,采纳了TSP地质超前预报给出的建议,对隧洞拐弯位置进行了优化调整,最终避开变质砂岩段,成功地缩短了工期,减少了工程投资。

TSP地质超前预报是水电工程中探明隧洞掌子面前未知地质条件的重要辅助手段,它在施工过程中为隧道支护参数的调整、隧洞洞线的设计优化提供了强有力理论依据,同时有效的降低了隧洞开挖过程中安全事故的发生,提供工程施工进度,降低施工成本,值得推广。

参考文献:

- [1] 赵勇,肖书安,等. TSP超前地质预报系统在隧道工程中的应用[J]. 铁道建筑技术, 2003(5).
- [2] 孙维清,胡新兆,蔡成国. 地质超前预报在鲁竹坝隧道勘

网站和内部报刊发表外,其中40多篇在集团网站和国资委网站发表。报道的人物大多为基层、施工一线建设者,具有先进性、典型性和时代性,他们的故事令人感动,是广大员工立足岗位、学习先进、自我激励、奉献社会、实现价值的榜样,为公司转型升级、科学发展提供了正能量。

与此同时,还通过“七局人的年代秀”等面向一线职工的栏目。各单位以人物通讯等多种形式,大力宣传先进集体和个人,展示先进模范人物和广大干部职工为实现“打造200亿企业”发展目标拼搏奋进的突出贡献和精神风貌,引导公司广大职工为实现“七局梦”、“中国梦”建功立业,取得了良好企业内部效应和外部效应,成果显著。

5 结语

企业新闻宣传就是要达到这样一个效果:对于企业来说,用企业精神引领员工、用发展成就振奋员工、增强员工对企业的归属感、认同感,把力量凝聚到做好工作,推动生产经营和改革发展上来;对于整个社会而言,就是企业在履行社会责任的同时,向社会传播一种奋勇向上、敢于拼搏的积极的正能量。

作者简介:

张占国(1965-),男,河南嵩县人,四川农业大学水工专业本科毕业,记者,现于水电七局从事新闻宣传工作。

(责任编辑:卓政昌)

查中的应用[J]. 西部探矿工程, 2008(2):142-145.

- [3] 温树林,吴世林. TSP 203 在云南元磨高速公路隧道超前地质预报中的应用[J]. 地球物理学进展, 2003, 18(3):465-471.
- [4] 张勇,张子新,华安增. TSP 超前地质预报在公路隧道中的应用[J]. 东北公路, 2001, 24(2):77-79.

作者简介:

李 饶(1988-),男,四川资阳人,毕业于四川大学水工结构工程专业,助理工程师,现于雅砻江流域水电开发有限公司从事工程管理;

崔伟杰(1988-),男,河北石家庄人,毕业于河海大学水工结构工程专业,助理工程师,现于雅砻江流域水电开发有限公司从事工程管理;

罗诗怡(1992-),男,重庆合川人,四川大学建设项目工程管理专业(在读).

(责任编辑:卓政昌)