

融媒体时代做好国有企业新闻宣传工作的路径研究

郜莉娟

(山西兰花集团新闻中心)

摘 要:国有企业的发展离不开媒体行业的支持与推动,融媒体时代对于国企的高质量发展具有不可替代性的作用,为国企新闻宣传工作的有效推进提供了巨大的帮助,所以本文将主要围绕国企新闻宣传工作的路径为中心进行研究,结合融媒体时代发展的特点,进行相应的论述。

关键词:融媒体;国有企业;新闻宣传

引言:企业要想实现高质量、大跨步式的发展,必须要将新闻宣传工作作为基础性的业务进行开展,从而为实现企业影响力的不断增加,推动企业良好形象的树立打下坚实的基础。所以说在融媒体时代发展的背景之下,国企新闻宣传工作应该不断地开源创新,实现发展路径的有效优化,促进新闻宣传工作的高效开展。

一、融媒体时代的概念

融媒体是指将各个媒介载体进行有机的融合应用,包括电视、广播、报纸等传统媒介,也包含了当今时代发展迅速的网络媒体等等,充分实现了资源互通、宣传互通的新型媒体发展态势。在融媒体时代发展的背景下,能够有效地实现各个媒体资源的优

点,将多媒体竞争力实现有效的发挥,充分的促进了利益共同体的形成和媒体宣传行业的迅速发展。

二、在融媒体时代做好国有企业新闻宣传工作意义

在融媒体时代,企业新闻宣传工作能实时展示企业工作动态,帮助更多人了解企业发展情况,树立国有企业良好的社会形象和责任担当。第二,能够传达企业思想,团结员工,增加企业的凝聚力。第三,能够实现企业与人们的互动沟通,深入到人民群众当中,相互了解,促进企业更好地发展。

三、在融媒体时代做好国有企业新闻宣传工作的路径和策略

(一)与时俱进,主动出击,全方位做好企业新闻

宣传工作。

在融媒体时代,国有企业作为我国的支柱产业,在各个方面都发挥着先锋引领的作用,为此宣传好国有企业也日益成为我国当今从封闭国门逐步转向走出去的一面旗帜。为此就需要国企新闻工作者不断与时俱进,主动出击,融合利用各种媒体工具,各取所长,全方位做好新闻宣传工作。首先,传统媒体信息严谨,具有权威性,应当作为新闻宣传的主要阵地,对外是企业喉舌,打造企业形象,宣传企业动态;对内是思想武器,武装员工,增加员工向心力和凝聚力;其次,新媒体传播迅速,信息量大,受众广泛,且可以实时互动,因此可以作为企业发布实时资讯、亲民交流的媒介。

以央视“3.15产品质量晚会”这个社会热点新闻为例。作为国有企业,保证产品质量不仅是企业的生存命脉,也是企业的社会责任,因此应当加大新闻宣传。首先,在企业内部,应当以企业报、企业广播的形式宣传3.15晚会活动,在企业报道上安排一定的有关于“3.15”晚会的专栏板块,在企业广播方面专门设置有属于“3.15”的专题平台,并设置好一定的报道策划,规划清楚报道的内容以及报道的时间地点,同时在发散相关媒体信息之后,增设一定的反馈渠道,出金二级传播。此外还应该积极开展相关的宣传活动,拟定相关宣传海报,引起全体企业员工对于产品质量的重视,引导员工和企业管理人员在今后的生产工作中加强责任心,严控产品质量,维护企业形象;其次,企业应当通过新媒体,积极参与央视“3.15晚会”这个热点新闻的宣传和互动。比如,通过微博转发央视关于晚会的新闻,在微信公众号发布与晚会主题相关的文章,甚至可以录制企业生产的现场视频、质量检测的过程视频等通过企业抖音号发布出去,同时在相关网络平台都开设一定的互动交流平台,在发表文章对晚会进行详细报道以及对报道内容进行深层次分析的同时,也要加强与

网民积极进行互动。这样融合多个媒体,全方位全面地进行宣传活动,相信加深人们对企业产品的信任度,树立良好的企业品牌形象。

(二)坚定立场,不忘初心,以舆论宣传服务企业改革发展。

无论是传统媒体还是新媒体,始终都是服务于企业新闻宣传的媒介,企业新闻工作者所做出的行动对整个新闻媒体企业的名誉都会受到影响,尤其是在对于企业宣传上,新闻工作者都一直扮演着一种宣传者的角色,为此企业新闻工作者在运用这些宣传媒介的时候,一定要坚定立场,不忘初心,坚持社会主义核心价值观,树立正确的舆论导向,担负国有企业应尽的社会责任,在编写新闻事件时应以客观事实为第一准则,积极宣传国家政策方针、宣传党和组织的工作原则,同时新闻工作者还应该具备一定的客观判断能力,树立一个正形象的宣传使者形象。新闻工作者在运营新媒体工具进行互动时,应当牢记自己代表的是企业的官方言论,在语言表达和语言组织宣传方面应该恰当使用语言客观公正性,不发表辱没党和国家方针政策的言语,在于公众进行互动交流时也要时刻把握语言的合理性,切忌言行冲动,损坏企业形象,最终导致公关危机的后果。

以企业官方微博的运营为例,微博作为一个可与网民进行实时互动的平台,在目前网络新闻市场里占据了相当大的地位,无论是舆论引导还是事件公布、事件澄清方面,微博在当今的网络新闻当中都占据了一定的社会地位,这样的平台不但是事实报道的窗口,也是企业亲民的窗口。为此进一步推动企业微博为舆论做宣传活动也是我国企业能够逐步推广的一条有效途径,为有效宣传我国国有企业的方针政策,进一步发挥微博“舆论领袖”作用也成为往后网络传播的趋势,要想有效的发挥微博、微信以及抖音在大众网络传播当中的“舆论领袖”作用,相

关大众媒体平台首先应当明确“国企担当、服务企业”这个中心,规划好微博新闻内容板块,尽量避免为吸引大众眼球而不断开发挖掘低俗、媚俗的新闻内容,微博企业所有发布与转发的内容应当发布企业相关或者宣传社会正能量内容,在将社会新闻、国际新闻以及娱乐新闻进行结合报道时应该避免内容的随心所欲、五花八门化,以促使内容的杂乱无章损坏企业相关形象。其次,应当慎用“关注”和“点赞”这两个功能,树立正确的舆论导向。对于与企业相关官方微博可以相互关注,共同制造健康和谐的舆论环境,对于宣传正能量的新闻可以点赞支持,表达企业立场。反之,面对复杂的网络环境胡乱关注、随意点赞只会对企业造成负面影响,微博就应该严格整顿这样的现象泛滥,不断改进点赞的智能亲和化。第三,与网民互动时,微博官方企业应该语言正规,言论有度,既表现出友善亲民,也能不过分散漫。

(三)加大投入,全面提高新闻工作人员综合素质和团队实力。

融媒体时代,更加考验个人综合能力和团队合作实力。在这个信息爆炸的时代,要把握时事热点做好新闻内容,要反应迅速实时更新动态,要多平台互动加强宣传效果,这些都让新闻工作者面临更大的挑战。首先,应当重视新闻工作,增加资金投入,更新设备,提高团队的硬实力。增加了宣传媒介,除了新软件的应用外,也应当配备更先进的硬件设备,才能打造出更好的新闻内容。其次,新媒体的运用,在增加工作量的同时,也对新闻工作者提出了更高的技术要求,不仅能进行新闻采编,还需要进行视频录制、视频后期处理、剪辑加工等等。要保证这些繁琐复杂的工作在短时间内高效完成,必须打造一支反应迅速、合作默契的高素质新闻团队。

比如以往企业在进行企业报的新闻采编时,往往只需要一支话筒,一台照相机就可以完成前期素材收集工作,而专业的广告片宣传会一般会交由传

媒公司负责。而在融媒体时代,新闻采编工作会变得更为复杂更有难度,更加要求时效性。首先,相关融合企业在对新闻工作人员培养时应当配备一定专业的摄影棚、摄影器材以满足短视频录制的需要;其次还应当配置处理速度快、配置高的电脑以便进行大量的素材剪辑需要,此外配设功能齐全的电脑应用的同时,还应该极力营造一个优良适合工作者的办公环境;第三,应当聘请专业人才或者对现有的人员进行专业的学习培训。比如在企业内部策划定期对新闻专业人员的培养交流活动,对外也可以不断争取外送学习先进技能的机会,内部制定一套完整的一国际标准化为标准人才培养指标的同时,在新闻工作者的实际应用方面也应该不断加强其历练和实地采访能力,总的来说,在标准还化的传媒企业内部,对于活动策划、图片处理、视频剪辑等方面的运作,都是需要专业度比较高的工作人员来完成的。

三、总结

综上所述,随着信息技术的发展和智能移动终端的普及,丰富的新闻宣传媒介在给予新闻工作者更大发挥空间的同时,也为当今的新闻宣传工作提供了发展的空间,所以说国企应该真正的保持正确的新闻舆论站位,撸起袖子加油干,实现融媒体时代下国企新闻宣传工作的巨大推进。

参考文献:

- [1] 诸纪红. 国企新闻宣传工作者的融媒体传播策略分析[J]. 传媒论坛, 2021, 4(01): 43-44.
- [2] 覃杰鲜. 融媒体时代下国有企业如何做好新闻宣传工作初探[J]. 中国有色金属, 2020(S2): 219-221.
- [3] 李娟. 融媒体时代做好国有企业新闻宣传工作的路径[J]. 传媒论坛, 2020, 3(23): 38+40.