

融媒体时代如何做好企业新闻宣传工作

叶联华

(中国电建集团江西省水电工程局有限公司,江西 南昌 330000)

摘要:为解决企业新闻宣传工作方式相对较为落后、复合型人才匮乏、新媒体给企业新闻宣传工作带来的冲击等问题,对融媒体时代企业新闻宣传工作优化措施进行细致地探讨,提出企业新闻采写、加强人员培训、内容创新等方面的建议,以期为相关人员提供参考。

关键词:融媒体;企业新闻宣传;优化策略

中图分类号:G219.2

文献标识码:A

文章编号:1004-7344(2023)38-0196-03

1 企业新闻宣传工作开展的重要性

1.1 有利于促进企业的发展

企业开展有效的新闻宣传工作,在员工管理方面能够起到重要作用,而在企业员工管理工作中,熟悉党的相关政策方针,并加大宣传力度是一项非常重要的管理工作内容。另外,企业在进行新闻宣传的同时,也会宣传相应的企业文化,这样则能够对员工产生出一种潜移默化的影响,提高员工对企业的认同感。企业若想开展更深层次的新闻宣传工作,则需要较高的精神支撑,这就需要企业从内部出发,做好企业员工思想梳理工作,借此增强员工对企业的认同感以及归属感,使其能够积极投身于企业的生产发展工作中,进一步促进企业的长远发展^[1]。

1.2 有利于提高企业的形象

在当前的社会时代中,企业本身的知名度及其在行业内的声誉,会对其自身的发展产生较大的影响。企业若是开展有效的新闻宣传工作,则能够发挥出宣传工作的舆论导向作用,这样则有利于为企业创造良好的舆论环境,为提高企业自身的知名度与声誉提供有效途径。

2 融媒体时代下企业新闻宣传的问题

2.1 企业新闻宣传工作方式较为落后

企业在开展新闻宣传工作时,应该紧紧围绕自身的实际发展情况,选择合适的新闻素材,同时还要应用合适的宣传方式,扩大宣传范围,吸引更多的受众,这样才能够提高新闻宣传效果,提高宣传影响力。不过,就企业具体的新闻宣传情况来看,一些企业在开展新闻宣传工作时,还在使用传统的宣传方式,比如,召开座谈会、设置宣传栏等方式,通常都是对职工进行说教,或者是以文字的形式呈现新闻内容,这些方式很难吸引职工对新闻内容的兴趣,甚至会使职工对新闻宣

传工作产生反感,大大降低了新闻宣传效果^[2]。

2.2 复合型人才匮乏

要实现媒体深度融合发展,需要大量复合型人才。人才资源短缺,会很大程度阻碍企业新闻宣传工作的顺利开展。

当前,复合型人才匮乏,正是制约企业新闻宣传工作发展的重要因素。新形势对企业新闻工作者提出了更高要求,企业新闻工作者不仅要具备写稿、宣传、策划能力,还要及时掌握并不断更新企业微信公众号、视频号等新媒体技能,甚至要具备舆情管控、组织宣传报道等多种能力。但就目前的实际情况看,许多企业对人才的培养重视程度不高,人才专业素养有待提升,甚至有些企业从未对融媒体人员开展专业技能培训,导致宣传视野狭窄、技法老旧、理念滞后,严重影响新闻宣传工作质效。

2.3 新媒体的发展给企业新闻宣传工作带来冲击

一方面,人们通过新媒体接收的信息越来越丰富、有趣。传统媒体则缺乏刺激性、贴合性、趣味性,导致人们接收信息的动力不足。新媒体的发展改变了人们的信息交流方式与思维方式,加上算法的加持,人们更愿意听取网络大V等的言论。

另一方面,尽管新媒体在新闻传播方面具有不可比拟的优势,但就新媒体平台为人们提供的隐藏性和充分的表达空间而言,也存在一定弊端。相较传统媒体,新媒体把关人的角色被弱化,平台充斥着许多负能量信息,对人们树立正确的价值观和倡导主流价值观产生了较大的消极影响。企业员工因此产生的负面情绪,对企业发展和意识形态的发展形成阻力。此外,新媒体的发展也使得非理性声音的传播途径增多,即便是一些小的公共事件,也很可能会对企业的社会影响,使企业面临沉重的舆论压力,对企业形象造成巨大损伤^[3]。

3 融媒体时代企业新闻宣传工作面临的机遇

3.1 新媒体的发展强化了媒体与受众间的互动

新的媒介环境下,受众不再是被动的信息接收者,而是拥有了传者和受者的双重身份。互联网赋予每个媒体用户同等的权力,即人人都是新闻内容的发布者和传播者,人人都可以通过移动客户端接收信息、转发信息、发表评论,受众比过去任何时候都更具有主动性、参与性和个性,信息互动更加自由、灵活。并且,新媒体在信息获取和运作上的成本更低,这为受众参与提供了更多可能性,极大地满足了他们参与、使用、共享个性化的交往与表达需求。

3.2 新闻呈现形式越来越丰富多样

传统媒体时代,新闻呈现形式较为单一,所传递的信息内容无法及时更新和补充,且在感官上给予用户的体验也相对简单。进入融媒体时代,新闻呈现形式发生了质的变化。针对同一新闻素材,各传播媒介和平台通过生成不同视角的文字、图片和视频,实现不同的传播效果。例如,企业微信公众号发布的内容,既可以包含文字、图片,也可以根据内容需要插入与主题相关的音频、视频,还可以添加链接同类信息报道,或增设投票栏让受众为喜爱的作品或某类活动投票等^[4]。

3.3 信息传播速度加快,信息发布更加及时

传统媒体时代,新闻要经过周密的组稿、严格的审核、细化的排版等一系列流程,具有较强的专业性,内容虽严谨、充实,但时效性不强,导致受众获取信息不及时,传播效果被削弱。随着5G、物联网、人工智能等技术的普及应用,信息传播速度远胜此前,QQ、微博、微信公众号、新闻客户端等极大地缩短了从信息源发布到信息传播的路径和时间,甚至实现了信息传播零距离。

4 融媒体时代企业做好新闻宣传工作的方法

4.1 企业新闻采写策略

4.1.1 注重专业性与综合性报道的采写

由于各个企业所处的行业不同,导致企业的职业特点差异明显,企业新闻报道应突出内容的针对性。比如,施工企业在采写新闻内容时,不能单一地描写现场施工的作业内容,既要防止新闻内容脱离实际工作,也要避免新闻报道过于俗套,毫无新意可言。因此,新闻报道和新闻宣传必须着眼于行业的专业性,深入挖掘新闻背后的故事,结合典型事例,寻找具有普遍性与倾向性的问题,使专业性报道引起读者的共鸣。

4.1.2 分析新闻背景,联合企业实际

企业新闻一般会对企业创新研究成果进行报道,

但如果仅报道这些内容,也会导致新闻枯燥乏味,比较单调。因此,有必要挖掘新闻产生的背景,深化其中内容,将成果融入环境内进行描写,找出重点,突破疑点。具体可着力描写职员日常工作画面,挖掘背景素材。例如,在“输变电工程项目”当中,可以对与项目有关的“业务规模”“技术水平对比”的背景进行详细介绍,使新闻报道更具有生动性,从而最大限度地吸引人们阅读。

企业新闻采写必须贴近于企业的实际情况,纵览全局,紧跟企业发展脚步,贴近员工日常生活,报道企业的当前发展状态。新闻工作者不仅仅要前往一线进行采访,以此掌握企业最新动态与员工的内心需求,还要根据当前政策情况把握企业未来的大致发展方向,紧密结合企业实际,采写出具有大局观的新闻内容。

4.1.3 注重对现场与人物的描写

从某种程度来讲,企业每日发生的事件烦琐,可采写的素材也较为丰富。采写人员应努力挖掘更加真实且自然的生活场景,试图从日常生活中寻找报道热点,在点滴小事内寻找灵感,只有更加贴近于员工生活的新闻报道,才能更好地激发读者的情感共鸣,从而达到企业宣传的目的。撰写新闻稿件时,应试着使用形象且生动的语言去描述真实的生活场景。

在新闻采写工作中,人物宣传是其中的重要内容。由于企业内部拥有较多的工作人员,所以宣传人物就要从内部人员开始,描写在企业内的场景与事件,加强对人物形象的塑造,以此实现对典型人物的宣传。多数企业新闻在人物报道方面都会集中表述好人好事,但这样就事论事的报道会容易让读者忽略事件的背景,且对于人物故事的挖掘显得过于片面,新闻内容也会缺乏感染力。所以,新闻采写时,对于人物的报道必须注意渲染故事和背景,增加报道的可读性^[5]。

4.1.4 采用逆向思维

新闻采写中的逆向思维具有以下特征:首先,思维的流畅性。新闻采写人员应保持思维敏捷、心思灵活,在较短的时间内清楚表达自己的想法,并做到举一反三,以奇特的视角提取新闻素材,再对新闻信息适当加工。其次,思维的变通性。采写时应保持思维灵活,以随机应变的能力处理新闻事件,从多个角度入手,以不同观点去报道新闻内容。也就是说,新闻采写人员不能始终以固定的思维框架去工作,而是要不断变通思维,为新闻写作创造有利条件。最后,思维的独特性。应从不同角度思考问题,以独特的视角和新颖的观点撰写新闻,实现新闻采写的创新。

4.2 突出亮点,做强矩阵,凝聚宣传合力

在媒体平台的设计方面,要尽可能地丰富平台功能,运用好不同层级的媒体平台,并根据不同媒体的特点开展多元化传播,不断扩大传播范围,提高传播效率,以构建企业和谐、稳定的内外部环境。

(1)严格管理信息采集、编审、发布等各个环节,确保企业新闻信息来源的真实性、可靠性,以及发布的时效性、准确性。例如,中国电建集团江西省水电工程局有限公司党群工作部融媒体中心依据《中国共产党宣传工作条例》,结合企业《党建工作考核评价办法》及上级部门新闻宣传工作考核办法,根据“一体多维”宣传平台的不同特质,科学制定了《公司宣传报道工作管理办法》,组建起公司本部及二级单位共50余人的一线宣传报道骨干工作群,全面建立“中央厨房”与“新闻现场”人员的广延伸、全覆盖、深融合机制,构建起新闻中心统领、业务部门支撑、项目单位联动的新闻宣传体系,并落实“项目基层书记初审-业务部门复审-党群部门终审”的“三审三校”制度,确保新闻信息快速、有效传播^[6-7]。

(2)确定以企业为中心,基层项目单位为网络的宣传矩阵,运用好VR、AR、直播、短视频、H5等,把专业性较强的内容通过创新、易懂的表达方式呈现出来。

(3)坚持整体化与差异化并重,逐步形成多元化传播模式。如通过公众号用户需求数据和清博指数,了解广大员工的心理需求和使用策略,进而制定相应的调整策略和发布机制;针对移动终端呈几何倍增长,微博、微信成为员工之间最直接的交流方式的现状,有效利用这些平台传播迅速、覆盖面广的优势,主动搭建企业微博、微信交流平台,及时将准确信息传递给每一名员工,实现点对点互动。

4.3 创新新闻内容,提升宣传影响力

在开展新闻宣传工作的过程中,不仅要创新传播方式,内容创新也是非常重要的。公司立足于企业发展大局,对新闻主题进行深化,抓住新闻线索收集整理相关资料,确保新闻内容与主流意识形态相契合。创新宣传角度,开通企业专属公众号、官网微博,围绕党建引领、优质服务、优化营商环境等工作进行专题宣传,从基层职工、社会发展的视角出发,客观看待企业取得成就、未来发展方向,并将其用浅显易懂的语言呈现出来,使之成为公众可以体会得到的内容。

同时,紧扣时代发展,提升宣传引导力。企业要实现高质量发展,必须坚定思想提起“精神”,要借助新闻宣传的契机,弘扬主旋律、传播社会正能量。比如电

力企业可以围绕“建设具有中国特色国际领先的能源互联网”战略、区域电网建设行动计划、众志成城抗疫情保供电等主题进行新闻宣传,并鼓励新闻宣传人员走进基层、施工现场、保电现场等,从中深入挖掘先进典型、感人事迹,并以此为依据在企业各个部门召开宣讲活动,让更多员工感悟到精神力量,提升员工凝聚力。

4.4 注重培训,强化修养

企业新闻宣传效果好与差,与新闻宣传工作人员综合素质的高低有直接关系。企业必须做好新闻宣传人员的培训工作。一要注重企业新闻宣传人员的思想政治素质培养,不断提高他们的职业道德修养,保证新闻稿件的客观性、真实性、思想性。二要加强新闻宣传人员的职业技能提升,定期或不定期组织新闻宣传业务培训,切实提高业务素质,推动他们不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,更好地履行新闻宣传的职责使命。

5 结语

综上所述,在市场经济日益发展的今天,企业应高度重视并发挥新闻宣传的重要作用,以满足公众了解企业改革发展的需求。企业新闻宣传工作应根据企业发展方向和需要,及时深入了解国家相关政策、企业发展走向,发挥新闻宣传工作营造正能量、引领新方向的重要作用,推动企业在高质量发展的大道上踔厉奋发、砥砺前行。

参考文献

- [1] 张楣.国有电力企业新闻宣传工作问题及对策建议[J].中外企业文化,2021(8):69-70.
- [2] 武玲.新媒体时代国有能源企业新闻宣传研究[J].西部广播电视,2021,42(16):203-205.
- [3] 丛岭.国有企业新闻宣传工作创新实践研究[J].采写编,2021(8):111-112.
- [4] 时鹏飞.浅谈新时代如何做好国有企业新闻宣传工作[J].广西电业,2021(7):58-59.
- [5] 王贵斌.基于融媒体视角的国有企业新闻宣传工作创新路径[J].企业改革与管理,2021(13):212-214.
- [6] 赵虹.新形势下怎样做好基层销售企业新闻宣传工作[J].中国石化,2021(7):82.
- [7] 刘敏.浅析新闻宣传在企业文化建设中的作用及实践研究[J].东方企业文化,2021(增刊1):9-10.

作者简介:叶联华(1976—),男,汉族,江西吉安人,本科,工程师,主要从事融媒体宣传工作。