

关于宣传思想工作在新时代助推国有企业深化改革中作用发挥的思考

徐志远

中国煤炭科工集团有限公司，北京

收稿日期：2022年1月18日；录用日期：2022年2月14日；发布日期：2022年2月21日

摘要

宣传思想工作是国有企业党建工作的重要组成部分，守住国有企业宣传思想阵地，事关中国特色社会主义“顶梁柱”的坚固程度。本文分析了当前国有企业宣传思想工作存在的问题和不足，提出了加强宣传思想工作的建议和解决方案，以期为国有企业宣传思想工作开展提供参考，助力国有企业持续健康发展。

关键词

国有企业，宣传思想工作，融媒体，队伍建设

Reflections on the Promoting Effect of Propaganda and Ideological Work on the Deepening Reform of State-Owned Enterprises in the New Era

Zhiyuan Xu

China Coal Technology Group Co., Ltd., Beijing

Received: Jan. 18th, 2022; accepted: Feb. 14th, 2022; published: Feb. 21st, 2022

Abstract

Propaganda and ideological work, as an important part of party building of state-owned enterprises, exerts an important effect on the firmness of the socialist “backbone” with Chinese characteristics. The current problems and deficiencies in the propaganda and ideological work of state-owned

enterprises are analyzed in this paper. Some suggestions and solutions to strengthen propaganda and ideological work are proposed, to provide a reference for state-owned enterprises to carry out the work and boost their sustainable and sound development.

Keywords

State-Owned Enterprise, Propaganda and Ideological Work, Convergence Media, Team Building

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 对国有企业宣传思想工作重要意义的认识

习近平总书记指出, 宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责。面对当前百年未有之大变局, 外部环境更为复杂, 国有企业宣传思想工作应聚焦党的十九大部署, 充分结合外部环境和单位实际, 不断提升吸引力、影响力和生命力, 助力推动国有企业深化改革、提高经营管理水平, 促进国有企业高质量发展。

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础, 是执政兴国的重要支柱和依靠力量。中国特色社会主义已经进入新时代, 我国经济发展进入新常态, 为适应新的发展阶段, 必须进一步深化国有企业改革, 有效发挥国有企业的主导作用, 推动我国经济发展实现由高速增长向高质量增长的转变[1]。同时, 也需要通过不断加强宣传思想工作, 从而增强广大职工凝聚力, 营造积极的企业发展氛围, 从而实现企业的高质量发展。

2. 制约宣传思想工作在国有企业作用发挥的因素分析

思想是行动的先导, 宣传思想工作是要夯土筑基的工程。随着国有企业员工思想观念、价值趋向更加多元化, 以及 5G 技术变革、短视频等迅猛发展, 传统宣传思想模式对员工的吸引力明显不足, 企业宣传思想工作在与日新月异的宣传模式变化保持同步方面普遍存在压力, 导致宣传思想工作的作用无法得到充分发挥。

2.1. 没有把宣传思想工作摆在突出位置来抓

相较于国有企业在资产规模、发展质量、科技实力等方面的提升幅度, 国有企业在宣传思想工作方面取得的成绩有一定程度的落后。究其原因, 主要是部分国企管理人员认为宣传工作只是形式上的工作, 无法直接产生经济效益, 因此不愿投入优质资源, 一定程度上造成宣传工作浮于表面, 宣传效果大打折扣。同时, 国有企业对取得成绩的员工, 更多考虑得是给予物质奖励, 运用宣传手段对员工给予精神奖励不够, 甚至是忽视运用宣传手段给予奖励, 不利于用先进典型事迹激励员工, 也不利于在企业内部营造良好的工作环境。

2.2. 宣传思想工作创新意识不足

当下, 随着信息技术的迅猛发展, 互联网已成为宣传工作最前沿, 微博、微信、短视频等媒介成为了新载体, 国有企业宣传思想工作的环境、对象、阵地都发生了深刻变化, 而在部分国有企业宣传工作仍偏于保守, 还是依赖于宣传墙、文化手册和纸质杂志、报刊等传统媒介, 且内容上存在同质化问题,

难以适应当前复杂多变的形势和思想多元、分散分布的职工特点，导致信息滞后性较为突出，覆盖的受众范围不够广，对职工的吸引力显著不足，一定程度上影响了宣传工作的效果和效率，宣传促进生产经营的作用难以得到有效发挥。

2.3. 宣传思想队伍建设滞后

根据全国宣传思想工作会议精神及中央企业宣传思想工作的部署安排，国有企业宣传思想工作要着力落实意识形态工作责任制，着力加强新闻宣传和舆论引导，着力推动精神文明和企业文化建设，着力提升国际传播能力，对从事国有企业宣传思想工作人员的综合能力提出了更高的要求。当前国有企业宣传队伍建设距离工作要求还有一定差距，相当一部分宣传思想工作人员没有接受过系统性的专业培训，在制定宣传工作方案、撰写宣传稿件、摄像摄影以及新媒体运营等方面的综合能力偏弱；基层宣传工作人员往往为兼职，对宣传思想工作的理解不够深刻，在高质量推动工作开展方面手段不多；从社会上引进专业人才的力度不够，对最新的宣传理念、技术手段掌握不充分；宣传培训工作贴近实际不足，存在重理论轻实践的问题，对不同层次人员培训的内容同质化较为严重，存在一刀切现象，分类指导不够，一定程度上影响宣传思想队伍能力水平的提升。

3. 国有企业在新时代深化改革中加强宣传思想工作的举措

“基础不牢、地动山摇”，宣传思想工作是国有企业保持正确方向的“指南针”，是国有企业增强责任担当的“动力源”，是国有企业保持和谐稳定的“压舱石”。工作中，要坚持把牢政治方向、把准基调主线、拓展工作模式，着力筑牢意识形态主阵地、深化融媒体矩阵建设、提升宣传队伍建设水平，为国有企业改革发展和党的建设提供坚强思想保证和强大精神力量[2]。

3.1. 强化理论学习，筑牢意识形态主阵地

宣传思想工作第一位的任务是坚持用中国特色社会主义理论体系武装党员干部，教育广大职工，进一步建立贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想的长效机制，完善学习教育制度，创新学习实践载体，把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿于企业生产经营全过程、渗透到日常工作中。一是持续深化理论武装。夯实党委理论学习中心组、党支部“三会一课”等教育阵地，坚持系统学习新思想、分类研究新思想、对标贯彻新思想，教育引导广大党员干部深刻领悟真理力量和实践力量。二是压实意识形态工作责任。严格落实意识形态工作责任制，落实各级党组织领导班子意识形态工作主体责任。比如，每年专题研究意识形态工作不少于2次，专题汇报意识形态工作不少于1次，重大情况第一时间报送。三是提升舆情应急处置能力。坚持正确舆论导向，按照“分级响应、分层管理、有效联动”的原则，健全重大舆情和突发事件处置引导工作机制，为国有企业改革转型发展营造和谐环境。

3.2. 强化融媒体建设，丰富宣传媒体矩阵

国有企业宣传思想工作应始终坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针，在完善管理机制、丰富宣传手段上下功夫，在巩固有利于国有企业健康发展的主流舆论上取得成效。一是拓展国有企业宣传思想工作手段。全媒体时代，传播力决定影响力，话语权决定主动权。企业应结合自身实际并按照“互联网+”的思维模式开展宣传思想工作，将传统宣传媒介与“两微一端”等新媒体有机结合，增强工作的覆盖面和吸引力，让本企业宣传工作入脑入心于本企业职工[3]。二是规范整合企业各层级媒体资源。摸清已有各类媒体的底数，进一步加强自有媒体发布内容合规性的管控，同时完善协调联络、信息报送、编校审核、定期通报等制度，畅通宣传工作渠道，建立新闻素材采集分发共享机制，加强工作协同和资源共享。三是提升媒体矩阵联动合力。主动适应信息化传播格局带来的变化，实现流程优化、平台再造，放大一

体效能，催化融合质变、创新传播方式，增强传播形式的开放性、交互式、移动化，将原有的内容优势和新兴媒体的传播优势紧密结合，建设具有更强大传播力的国有企业媒体矩阵，弘扬正能量，唱响主旋律。

3.3. 强化队伍建设，提升宣传工作水平

坚持以建设高素质复合型宣传思想工作队伍为目标，制定并实施企业宣传思想工作队伍建设规划，把宣传思想工作岗位作为培养人才的重要平台，有计划地安排宣传思想工作者与经营管理者轮岗交流[4]。一是加强宣传队伍的政治建设。突出政治标准，着力提升宣传队伍政治判断力、政治领悟力、政治执行力，坚决维护意识形态安全。同时，做到坚决摒弃“四风”、切实改进文风、大力弘扬新风，努力形成宣传思想战线上的清风正气。二是增强宣传队伍的业务素质。充分调动现有各类人才资源，同时面向社会加大专业人才引进力度，以增强脚力、眼力、脑力、笔力为重点，加强新媒体和品牌宣传运用能力培训，形成一体多层的宣传队伍体系。三是注重宣传联动机制建设。定期召开通气例会，加强沟通交流，研究部署宣传工作阶段性重点内容、方向、任务，落实新闻宣传评分考核制度，讲好企业品牌故事，传播品牌价值，助力企业高质量发展，提升宣传工作对企业经营发展的贡献率。

参考文献

- [1] 刘仓. 习近平总书记关于宣传思想工作重要论述的研究与展望[J]. 中国井冈山干部学院, 2020(5): 127-136.
- [2] 邢永爱. 在新形势下国有企业如何进一步加强宣传思想工作[J]. 山西青年, 2019(19): 113, 115.
- [3] 郑莹. 如何做好国有企业思想宣传工作[J]. 办公室业务, 2017(22): 38.
- [4] 丁永刚, 王慧. 国企基层党组织宣传思想工作开展的思考[J]. 现代企业, 2019(9): 64-65.