

企业文化传播过程中新兴媒体的运用

张士良

(中铁十九局集团电务工程有限公司 北京 102600)

【摘要】在现代科技发展过程中，新兴媒体得到了很大的发展，在传播方面具有多元化、准确、及时的特点，可以迅速扩散信息，具有较高的应用优势。企业将其合理用于文化宣传工作，能够对企业文化进行更为有效的宣传，对其宣传信息的时效性进行有效保障。本文综合探究现代企业利用新兴媒体进行文化宣传的具体策略，确保能够对企业文化进行更为广泛的宣传，使企业具有更大的知名度，进而确保能够有效推进企业发展。

【关键词】企业；文化宣传；新兴媒体

【作者简介】张士良（1993.9-），男，汉，河北邢台，大学本科，中铁十九局集团电务工程有限公司，助理政工师，研究方向：企业文化宣传工作。

【中图分类号】F270

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574（2022）08-000235-03

引言

现代企业在开展文化宣传工作时，合理应用新兴媒体具有重要的价值，能够合理优化企业形象，使企业文化宣传工作具有更大的覆盖面积，进而确保职工群众能够更为全面的了解企业发展情况，为企业日常生产经营的有效开展创造良好条件。与此同时，文化宣传方式的合理优化还可以进行企业品牌形象的科学塑造，对企业长期发展进行有效保障，使现代企业在市场竞争中占据更高的有利地位，深入挖掘潜在客户，提升企业的经济效益。

一、新媒体特性

其一为碎片化，在现代社会发展中，人们的生活节奏正在日益加快，此时，人们的休闲娱乐时间具有较高的碎片化，而新媒体技术的科学应用，可以使人们充分利用碎片化的娱乐时间。其二为交互性，新媒体技术的科学应用，可以使人们随时展开互动，具有较强的交互性，使传统媒体在接收渠道和时间方面的局限性得到有效摆脱。受众可以利用现代新媒体技术发出自己的观念，会在一定程度内影响信息发布者。其三为个性化，新媒体技术的科学应用可以为受众提供更大的选择空间，使其信息传播具有较高的个性化，相对于传统媒体而言，新媒体可以对内容进行详细划分，确保用户能够基于个人需求进行传播内容的定制，使用户在获取信息方面具有更高的选择权。其思维较强的适应性和影响力，现代网络技术的高速应用，使媒体宣传形式得到了有效的改善，加快信息传播速度。现代媒体和数字网络技术的有效结合，可以使图像和声音实现有效集成，使群众视听觉得各项需求得到更高的满足，进而确保能够高效传播各项信息。

二、新兴媒体在企业文化传播中的应用价值

首先，现代新媒体时代发展为企业文化传播创造了一定的便利条件，相关企业能够更为高效的宣传企业文化，同时，企业在具体进行文化传播时，能够强化企业文化建设，从而实现良好品牌的合理塑造，对企业进行良好形象的科学树立。企业在具体落实文化建设时，文化宣传是起非常重要的一项工作，而在现代互联网技术的高速发展中，自媒体技术具有更为明显的媒体特征和丰富的应用功能。用户可以利用微信、抖音、视频号等新型网络媒体了解企业文化，并对企业形象进行合理更新，优化企业形象。可以对公司网页进行合理规范，报道企业在经营中的具体事件，同时，还需要进行网络电视的科学制作，进行公司网页的及时上传，确保能够及时报公司的新闻。与此同时，还可以有效推进科技发展，利用新兴媒体宣传企业文化。

其次，在企业具体发展中，具有一定的核心价值，是其稳定发展的重要保障，在该种状况下，企业需要强化自身核心价值观，并对其进行有效传播。而通过科学应用新媒体技术，可以使企业之间进行更为有效的沟通，可以实现互利互惠局面的有效形成，推进企业发展，进行企业良好形象的科学树立。与此同时，通过科学应用新媒体技术，还可以使员工的距离大大缩短，进而确保彼此之间能够进行更为有效的交流，实现新型互相传播。

三、企业文化宣传应用新兴媒体的具体策略

（一）优化宣传平台

首先需要科学选择宣传平台，在现代企业宣传过程中，新媒体技术得到了广泛的应用。企业在具体开展文化宣传工作时，需要科学应用现代新媒体平台，确保能够对企业文化宣传渠道进行有效拓展，企业不仅可以利用现代新媒体宣传企业文化，同

时,还可以利用新媒体平台进行企业培训。企业在具体选择新媒体平台实施,首先需要对其价值效益进行科学评价,具体包括,建设品牌化提升影响力,打造企业形象等多个方面,确保能够对新媒体平台进行合理应用,使其功能得到充分发挥。在我国现阶段,企业普遍利用微信公众平台和官方微博宣传各种信息和企业活动,能够吸引大量关注量和粉丝群体,对企业文化进行有效宣传。在完成平台的建设和选择之后,还需要强化平台管理,对其运行机制进行科学完善,合理划分宣传人员的具体职责,对企业宣传人员制定责任制,科学设置具体任务细则,从而实现长效管理,对宣传工作人员进行有效的鼓励和引导,使其在工作中具有更高的积极性,对其创新力进行有效培养[1]。

与此同时,还需要紧跟时事热点,在具体进行宣传工作时,结合热点话题,可以使其具有更高的时效性和实用性,有效组合企业宣传内容和社会热点,使企业具有更大的曝光度,从社会热点进行话题导入,以企业群体最为关注的问题开展宣传工作,确保能够紧抓细节,使群众产生强烈的情感共鸣,进而确保员工之间能够进行有效的互动。新媒体平台还需要为客户建立一些有用的服务,确保其实质性,使客户对其具有更高的关注度,进而确保能够和客户进行有效的交流互动,使客户对其具有更高的认同感和支持度。

最后,企业在关注新媒体发展的过程中,还需要有效结合传统媒体,确保能够使传统媒体和新媒体平台及时对接,使其宣传内容具有更高的延展性,实现宣传范围的有效措施,相关单位需要对现代新媒体的发展趋势加强重视,深入研究新媒体的发展特征,针对新媒体运营进行有效宣传。

(二) 明确宣传思路

企业在具体进行文化宣传,首先需要进行工作流程的科学制定,确保其有序性和规范性,明确宣传思路,可以使其文化宣传工作的价值得到更为充分的发挥,首先,企业领导必须高度重视文化宣传工作,针对文化宣传加大资金投入,对其新媒体传播设备进行科学完善,搭建新媒体平台。此时,需要进行信息整合平台的合理搭建,确保企业内部职工可以实现信息共享,进而确保企业相关人员在开展各项工作时具有丰富的信息支撑[2]。例如,宣传人员可以通过账号登录网络信息平台,在每个平台中进行潜在客户的深入挖掘,科学建立文化宣传流程。确保在长期交流中,可以使客户更为全面的认识体验,逐渐转变为实际受众。与此同时,企业在对其内部工作人员宣传企业文化时,需要实时关注企业各项工作的具体情况和文化建设情况,使企业职工可以高度重视文化宣传工作,主动参与文化宣传,进而确保可以使企业文化宣传得到全面的发展,为现代企业建

设提供充分的动力支持。

(三) 提升人员能力

企业在具体宣传企业文化时,如果想要使新媒体传播的作用得到充分体现,需要确保宣传人员具有较高的专业技能可以熟练操作现代新媒体设备。首先,企业在进行宣传人员的招聘时,需要全面了解相关人员应用新媒体的具体情况,结合文化宣传需求和企业发展情况,制定考核标准,确保相关人员可以充分满足企业要求,进而保证宣传人员具有较高的职业能力。与此同时,企业还需要定期组织既有宣传人员进行专业培训,学习相关技能,使宣传人员能够更为高效的操作新媒体设备,提升宣传人员的职业能力,为高效宣传企业文化创造良好条件[3]。除此之外,企业还需要定期引进宣传专家,组织开展专题讲座,使其相关人员可以高度重视文化宣传工作,使其各级宣传人员可以充分了解自身工作职责,进而使其在日常工作中具有更高的责任心,实现自身工作能力的有效提升,不仅能够推进文化宣传工作,还可以使自身得到更大的发展。企业在实施具体工作时,还需要组织新媒体人才进行岗位轮换培训,确保能够对其工作岗位进行科学调整,完善宣传团队结构,对其相关人员的潜在能力进行深入挖掘,强化集体合作,从而实现团队精神的有效形成,确保能够稳定输出企业文化。最后企业需要使宣传人员充分了解传统宣传方式和现代新媒体有效结合的重要价值,对其传统宣传理念进行科学,改革创新文化宣传方式,及时掌握市场舆论,并对其进行有效引导,使企业在市场中掌握充分的话语权,推进企业发展。

(四) 加强舆论引导

企业在利用新媒体技术进行文化宣传工作,需要强化舆论引导,确保能够正确认识员工思想。在具体实施舆论引导工作时,需要对现代新媒体技术进行科学应用,强化正面宣传。此时,相关企业需要对其自媒体领域进行有效拓展,确保能够使员工积极参与各项工作,使其宣传工作具有更大的感染力。在实施具体工作时,还需要积极总结经验,改善工作方式,确保能够在企业文化宣传中进行更为有效的应用。基于员工角度分析问题,确保能够有效开展宣传工作,提升宣传效果,实现员工思想素质的有效提升。通常情况下,网络平台的信息量相对较多,同时存在部分不良信息,而年轻员工的判断力相对缺乏,容易受到误导,使其思想认知出现偏差,在该种状况下,需要强化舆论引导工作,在文化宣传中进行正确价值观念的科学传递。舆论引导的有效落实,可以在企业内部进行良好风尚的合理营造,引导员工积极学习优秀榜样,强化员工思想认知,从而实现员工工作水平的全面提升。

（五）强化宣传监督

企业在具体进行文化宣传时，宣传人员疏忽可能会造成不良信息或错误信息扩散，影响企业形象，为了使该种情况得到有效避免，在开展文化宣传工作时，需要强化监督工作，确保企业能够更为高效地开展文化宣传工作，为企业发展提供更好的服务[4]。首先，在发布相关信息之前，必须对其进行严格审核，确保能够充分了解信息是否存在敏感或错误的词汇与话题，使不良信息传播得到有效避免。公司职员在具体发布宣传信息之前，如果没有对其进行有效的内部审核，则可能会使其宣传信息中存在不良信息或虚假信息，则会影响到企业声誉，但是企业内部也存在一定的问题，因此，需要强化内部审核工作，确保可以对其信息的准确性进行有效保障，进而保证企业声誉。在现代时代发展过程中，可以利用平台传播各种信息，进而导致企业外部人人可能对企业造成不良影响的信息，此时，宣传人员必须及时删除不良信息，并找出恶意发布不良信息的相关人员追究责任，确保能够对企业文化宣传的网络环境进行合理优化。

（六）建设企业文化

首先，需要进行员工平台的合理构建，确保管理人员能够及时掌握员工的心理需求和各项建议，并对其进行科学解决，使其各级员工能够充分行使自身话语权。与此同时，管理人员在具体开展企业管理工作时，需要对员工各项权益进行有效的维护，同时，还需要高度尊重每个员工，使其在日常工作中能够充分享受自身权利，对员工提出合理性要求，确保能够使其各级工作人员更为高效地开展各项工作[5]。其次，还需要对员工的特点和才华进行深入分析，确保能够实现知人善用，结合员工具体情况进行岗位划分，使其各级员工在工作中可以发挥更大的潜能，为企业发展创造良好条件，确保能够实现企业得到更大的发展。企业领导和各级管理人员还需要深入基层进行走访，确保能够充分了解员工内心需求，体会员工的思想情感，进而确保能够对员工利益进行有效的维护。最后，在日常工作中，不仅需要严格要求各级员工，同时，还需要确保要求适度，给予员工充分的关怀。例如，在工作繁忙时，企业需要对员工身体状况进行综合分析，适当轮休或调休，为一线员工提供充分的休息时间，对其健康状态进行有效保障。最后，如果员工住在企业宿舍，相关部门还需要对其宿舍条件进行科学改善，确保能够完善各项设备，同时，还需要结合天气变化提供各项补贴和福利，强化文化活动对员工业余活动进行合理丰富。通过给予员工充分的关怀，在企业文化中合理渗透人本理念，通过强化员工宣传，实现积极效应的有效形成，强化企业文化宣传。

（七）加大经费投入

企业在利用新媒体进行文化宣传时，物质基础是相关工作有序开展的重要保障，在我国现阶段，部分企业缺乏完善的新媒体设施，会对其正常工作的有序开展造成一定的不利影响。此时，企业需要加大经费投入进行先进技术，设备的科学购置，完善技术体系，确保能够顺利开展实际工作。部分企业在具体生产时，为了节省成本，对其资金投入缺乏正确认识，使其技术设备相对落后，很难满足现代社会发展需求。通常情况下，新媒体设备技术具有较快的更新速度，因此，需要加大资金投入，确保相关设备具有较高的先进性，能够高度适应企业宣传的具体需求[6]。相关人员在实施具体工作时，需要强化设备维护，确保能够使其设备应用中的安全隐患得到及时消除，进而使其故障隐患得到有效减少，使其各项设备具有更长的使用年限，实现整体经济效益的全面提升。与此同时，还需要针对新媒体工作设置专门部门，创新宣传思想工作，确保能够对其工作效果进行有效保障。

四、结束语

总之，现代企业在开展文化宣传工作时，通过优化宣传平台，明确宣传思路，提升人员能力，加强舆论引导，强化宣传监督，建设企业文化，加大经费投入，可以对新兴媒体进行有效的应用，使现代新媒体平台和企业文化宣传有效结合，确保宣传人员能够对现代新媒体技术进行更为高的应用，强化企业文化宣传，使其相关人员能够更为充分地了解企业文化，进而确保企业各级工作人员能够积极参与文化建设，实现企业管理水平的全面提升，使企业具有更快的发展速度，提升企业经济效益。

参考文献

- [1] 吴俊. 新媒体传播在企业文化宣传中的应用分析[J]. 美化生活, 2021(8):2.
- [2] 张松. 企业文化宣传工作中新兴媒体的运用[J]. 精品, 2020(4):1.
- [3] 马睿阳. 新媒体在军工企业文化宣传工作中的应用与研究[J]. 山西青年, 2020, No.583(11):94-95.
- [4] 刘芳. 浅析基于新媒体下企业文化的宣传策略及创新[J]. 福建冶金, 2020, 49(2):3.
- [5] 李妙霞. 论新媒体条件下如何做好企业文化与新闻宣传的融合[J]. 时代人物, 2021(13):1.
- [6] 曹敏. 探讨新媒体传播在企业文化宣传中的应用[J]. 商业 2.0 (经济管理), 2020(9):1.