

新媒体时代增强企业新闻宣传工作实效性的策略分析

石路歆

(四川蜀厦实业有限公司, 四川 成都 610000)

【摘要】企业新闻宣传工作的有效落实可以营造良好的文化氛围,提高企业内部凝聚力和向心力,扩大企业的市场影响力,对于促进企业可持续发展有着至关重要的影响,而新媒体时代下对企业新闻宣传工作作出有效优化和调整是十分必要的,本篇文章也将目光集中于此,主要讨论了新媒体特点,分析了新媒体时代下企业新闻宣传工作存在的欠缺和不足,阐述了新媒体时代企业新闻宣传工作的落实路径,希望通过本篇文章的探讨和分析可以为企业新闻宣传工作的优化和调整提供更多的参考与帮助。

【关键词】企业发展;企业新闻宣传;落实路径;实践方案

企业新闻宣传工作的有效落实对于企业可持续发展以及战略发展目标的实现会起到至关重要的影响,可以更好地提升企业影响力创造力,既是企业文化建设的一环,也是企业对外宣传的重要手段。随着市场经济的发展,企业面临的运营压力和运营风险在逐日攀升,在这样的背景下企业必须结合时代特点对新闻宣传工作作出有效优化和调整,而在分析新媒体时代下企业新闻宣传工作的落实路径之前,首先需要了解新媒体的特点及现阶段企业新闻宣传工作存在的问题。

一、新媒体的特点

(一)交互性强

相较于传统的企业新闻宣传,新媒体时代下企业新闻宣传的互动性是相对较强的,这也是新媒体时代下企业新闻宣传最为显著的特征。在过去企业新闻宣传虽然可以较好地传播企业文化,但是人们在企业新闻宣传过程中扮演的角色是较为被动的,这就意味着人们无法根据自己的需要和兴趣来科学选择信息,降低信息筛选整合所需要消耗的时间和精力,但是新媒体时代的到来则可以较好地解决这一问题,人们可以通过互联网平台来进行沟通和交流,同时也可以通过跳转链接、关键词搜索等多种方式来筛选自己想要了解的信息,这可以更好地满足人们的个性化、多元化需求。此外,互动性相对较强的特质也可以让企业在新闻宣传工作落实的过程当中收集更加完整全面的信息数据,及时地发现存在的欠缺和不足并做出优化和调整。

(二)信息传播与呈现方式丰富

新媒体时代下企业新闻的宣传形式和传播途径发生了明显的转变,企业新闻宣传不再以报纸、电

视等较为传统的媒介为核心,而是可以通过各大APP传播企业文化,同时新闻传播的形式也发生了明显的转变,除了传统的文字传播以外,新媒体时代下还可以通过视频、图片、跳转链接、直播等多种方式来丰富信息表现形式,更好地满足人们多元化的信息阅览需求,这可以在调动人们信息阅览兴趣的同时提高信息覆盖面,让更多人对于企业文化有所了解,进一步提高企业影响力^[1]。

(三)实时性强

传统企业新闻传播所需要消耗的时间是相对较长的,尤其是以报纸为手段来宣传企业新闻需要经历采编、印刷、排版、发行等多个环节,这就意味着信息制定和人们接收信息中间存在着较长的时间差,信息的时效性无法得到保障,新媒体时代下企业在新闻宣传的过程当中可以充分发挥信息技术、互联网技术等相应现代化技术的技术优势,让信息从一点出发多点链接迅速呈网状覆盖快速传播,保障了信息传播的时效性,充分发挥了网络传播的速度优势,让用户用最短的时间了解最新的信息。

(四)内容丰富

传统企业新闻宣传形式是较为固定单一的,例如报纸电视等等,这就意味着在新闻宣传的过程当中,需要通过排版来控制时长或控制版面进而保障信息的全面性,突出重点内容,但是在新媒体时代下这种问题则可以较好地得到解决,没有了版面限制则意味着在企业新闻宣传的过程当中可以传播更多的信息内容,此外人们在阅览企业新闻的过程中想要更好地了解新闻内容,可能会需要一些拓展知识,而传统的新闻宣传方法显然无法满足这一要求,新媒体时代下则可以通过跳转链接或通过网站搜索的方式来获得

更多的扩展知识，进而加强对新闻宣传内容的了解和认知，保证了信息内容的丰富性和层次性，让用户对于企业新闻宣传内容有更加全面的了解^[2]。

二、新媒体时代下企业新闻宣传工作存在的问题

（一）舆论控制难度相对较大

企业新闻宣传的主要目的是提高企业的市场影响力打响企业品牌，进而为企业可持续发展奠定良好的基础和保障，而在企业新闻宣传工作落实的过程当中做好舆论控制是十分必要的，在过去，因为信息属于单向传播，互动性相对较弱，因此舆论控制的难度相对偏低，但是随着时间的推移新媒体时代的到来舆论风险问题则成为企业新闻宣传工作落实过程当中必须着重考量的问题。在新媒体时代下，企业新闻宣传可以在较短的时间内覆盖较大的范围，让更多人了解企业新闻宣传内容，但是因为互联网的开放性相对较强，每一个人对新闻内容的看法和见解有所区别，这也就意味着舆论风向往往较难控制，这时则很容易会出现负面新闻或恶意解读等相应的问题，影响企业的品牌形象，不利于企业的可持续发展^[3]。

（二）专业型人才较为匮乏

相较于传统企业新闻宣传工作，新媒体时代下企业新闻宣传工作可以充分发挥大数据技术、互联网技术等相应现代化技术强化宣传效果，但是对于从业工作人员也提出了更高的要求，从业工作人员不仅需要对企业新闻宣传工作有较为全面的认识和了解，明确其对于企业所带来的影响，同时还需要具备较强的应变能力来为舆论控制提供更多助力，也需要掌握计算机技术、大数据技术等相应现代化技术，充分发挥这些现代化技术的技术优势。但是就现阶段来看，企业新闻宣传工作在实践落实的过程当中其工作人员的综合素养与工作需求仍旧存在着一定的落差，这就导致了企业往往无法灵活地对舆情问题进行有效解决，掌握舆论的主动权，同时企业新闻宣传的有效性、科学性也无法得到保障，宣传效果还有较高的上升空间。

（三）新闻宣传手段较为单一

新媒体时代下人们具备较强的信息获取能力，可以通过多渠道、多方式来获取信息数据，人们时刻处于信息的洪流中，想要保障企业行为宣传效果，让更多人了解企业的文化，了解企业各项工作的开展情况就需要保障企业新闻宣传质量，优化企业新闻宣传手段和宣传形式，但是就现阶段来看尽管新媒体时代的到来为企业新闻宣传工作提供了更多的选择，然而大多数企业新闻宣传工作在实践落实的过程当中其宣传手段和宣传形式是相对而言较为单一的，这

很容易会让企业新闻宣传内容淹没于信息的洪流中，无法引起人们阅读的兴趣和关注，互联网技术的应用不仅无法为企业新闻宣传工作提供更多的助力，甚至还会因为新媒体时代的到来让企业新闻宣传的影响进一步降低^[4]。

三、新媒体时代下企业新闻宣传工作时效性提升的措施

（一）加强人才建设

工作人员始终是工作开展的最最终落脚点，工作人员的素养、能力、观念、意识对于工作落实的最终效果会起到至关重要的影响，想要更好地提高企业新闻宣传工作效能，促进企业可持续发展，加强人才队伍建设是十分必要的，可以从以下几点着手做出优化和调整。

首先，需要优化人才遴选机制，提高人才准入门槛，招收更多具备专业素养和专业能力的专业型人才走入对应的工作岗位，在人才选拔的过程中不仅需要充分考量应聘人才是否了解企业新闻宣传工作，明确企业新闻宣传工作的价值、功能和作用，更需要保障应聘人才能够有效掌握大数据技术、计算机技术等相应现代化技术，确保应聘人员的综合素养符合新闻宣传工作的实际需求。

其次，需要调整人才培训机制，结合新媒体时代下企业新闻宣传工作对于从业工作人员提出的要求，和实践工作落实过程当中的常见问题以及企业的市场定位、发展需求建立培训机制，通过系统化、理论化、周期性培训工作的落实让企业新闻宣传工作人员对于企业新闻宣传工作有较为全面的认识和了解，掌握大数据技术、计算机技术等相应现代化技术，明确新媒体时代下企业新闻宣传工作面临的机遇和挑战，培育更多的复合型人才。此外，还需要通过培训内容的适当优化和调整加强观念建设，让相关工作人员认识到企业新闻宣传工作的重要性与影响，提高相关工作人员的职业责任感、归属感和认同感^[5]。

最后，企业可以优化和完善激励机制与竞争机制，更好地调动企业新闻宣传工作人员的主观能动性，对于综合表现相对较好、舆论控制能力相对较强且新闻稿件质量相对较高的工作人员予以奖励，从物质激励和精神激励两个角度共同着手优化激励机制，让工作人员更加积极主动地去分析如何优化新闻宣传内容、如何完善新闻宣传形式和手段，进而有效提高企业新闻宣传的质量和效能。

（二）加强平台分析

新媒体时代下企业新闻宣传的途径是相对较多的，做好平台分析，对新媒体传播形式、手段、内容

做出有效调整和优化可以更好地保证信息传播质量,避免企业新闻内容被其他内容所覆盖进而导致宣传效果并不理想的情况出现,企业可以从以下几点着手通过平台分析提高宣传效能。

首先,需要加强对平台用户的分析,不同平台用户的特性差异是较为鲜明的,所面向的受众主体也存在着较大的差异,例如现阶段用户基数相对较大的平台包含抖音、微信、QQ等等,不同平台对接的用户特点也是不同的,为此,在新闻宣传工作落实之前工作人员需要利用大数据技术做好平台用户分析,明确不同平台用户的生活习惯、消费特点、信息浏览兴趣,在此基础上针对性地调节平台推送内容,保证企业新闻宣传内容的针对性和科学性^[6]。

其次,需要优化企业新闻宣传的形式,例如抖音平台是以视频为主要的信息传播形式,而微信平台则是以图文介绍为主,做好平台信息传播特征分析才可以有针对性地优化新闻宣传手段,进而更好地发挥平台优势,强化宣传效果。

最后,可以发挥多媒体时代下信息传播互动性相对较强的技术优势,通过建立网络信箱、开发话题讨论等多种方式来更好与用户进行沟通和交流,了解用户的喜好、用户的诉求、用户面临的问题,针对用户的实际情况对企业新闻宣传内容做出进一步的调整,进而生产出更多人民群众喜闻乐见的企业新闻宣传内容,保障企业新闻宣传的效果。

(三) 提高企业自身实力

从本质上讲企业作为市场主体,其各项工作的开展都是为了更好地实现企业的战略发展目标,促进企业的可持续发展,企业新闻宣传工作的主要内容是通过宣传企业文化、宣传企业新产品、宣传企业优势的方式来打响企业品牌,而想要保障企业宣传效果,避免在宣传过程当中出现较多的负面舆论,进而给企业带来更大的危机和影响,就需要不断地提升企业自身实力,只有这样企业在新闻宣传的过程当中才有更多的热点可讨论,才会宣传有价值的新闻,进而提高企业的品牌影响力。因此企业还需要从自身实力出发加强技术研究,推动产品升级和技术升级,通过这种方式来为企业新闻宣传工作提供更多话题。在此基础之上,配合网络技术、信息技术等现代化技术提高新闻传播的时效性,突出企业的实力优势、技术优势、文化优势进而达到较好的宣传效果^[7]。

(四) 建立舆论管理部门

舆论管理是新媒体时代下企业新闻宣传工作需

要着重考量的问题,互联网信息会随着时间的推移不断的发酵,如果不及时做好舆论管控,在网络舆论中处于被动地位,则很容易会让企业品牌形象受到较大的影响,进而导致企业产品的市场营销额不断缩水,为了更好地解决这一问题企业就需要秉承着具体问题具体分析的原则建立舆论管理部门,由专业工作人员结合互联网信息传播规律、互联网环境特征做好舆情监控,及时地发现舆论问题,并通过科学、正当、合理的手段做好舆论控制,进而更好地发挥舆论的积极影响,为企业可持续发展提供更多保障。

此外,舆论管理部门不仅需要监测网络动向,掌握网络舆情发展情况,提高网络信息的敏锐度和舆论的把控能力,更需要向内加强对于企业新闻宣传内容的审核和辨析,及时地发现企业新闻宣传内容中存在的欠缺和不足并对其作出有效优化和调整,这可以从根源上减少不利舆论的出现,进而达到较好的宣传效果。

结束语:

新媒体时代下做好企业新闻宣传工作对新闻宣传工作路径、内容做出有效优化和调整可以更好地发挥新闻宣传工作的功能和作用,向外宣传企业文化,提高企业品牌影响力,向内提高企业内部凝聚力和创新能力,促进企业的可持续发展,应当引起关注和重视,可以通过建立舆情管理部门、丰富宣传内容、优化宣传手段、加强平台分析、加强人才建设等多个角度共同着手,保障新闻宣传工作落实的科学性、有效性和针对性,提高企业新闻宣传工作效能。

参考文献:

- [1] 贾思琦. 新媒体环境下做好油田企业新闻宣传工作的思路分析[J]. 活力, 2021(21):166-168.
- [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] 吴再云. 新媒体对企业新闻宣传工作影响力的思考与研究[J]. 现代经济信息, 2019(20):399.
- [4] 覃俊娥. 新媒体时代国有企业新闻宣传工作的创新发展[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2019(07):65-66.
- [5] 刘天一. 新媒体时代下加强企业新闻宣传工作路径分析[J]. 传播力研究, 2018, 2(32):96.
- [6] 赵衍东. 全媒体时代国企新闻宣传工作的创新[J]. 传媒论坛, 2018, 1(18):67+69.
- [7] 王淳, 李桦. 新媒体时代如何做好企业新闻宣传工作[J]. 低碳世界, 2016(36):268-269.