

国有企业思想政治宣传工作的创新策略

张燕

(冀中能源井矿集团党群工作部, 河北 石家庄 050100)

【摘要】进入新时代, 国有企业更加重视思想政治工作, 纷纷升级加码工作任务和目标, 方法创新已成为国有企业思想政治工作不可逆转的趋势。国有企业思想宣传工作承担着重要的职责。随着国家改革的深入发展, 我国特色社会主义建设也步入新的发展时期, 国企改革步伐不断加快。对于国有企业而言, 宣传思想工作面临着新的发展机会和挑战。本文首先分析做好国企思想政治宣传工作的重要性, 提出具体工作的落脚点和实践策略, 仅供参考。

【关键词】国有企业; 思想政治; 宣传; 创新

引言:

当前, 我国社会发展进入新时代, 如果不重视思想引导和价值引领, 导致部分职工在具体工作中固步自封, 不寻求改变突破和创新, 会导致企业逐步与市场脱节, 影响自身经济收益和市场份额。企业需要对瞬息万变的市场环境形成清醒认知, 将艰苦奋斗精神和社会主义建设目标融入企业日常工作中, 在提高职工物质生活水平的同时要加强其精神文明建设, 激发职工工作热情, 鼓励职工思想上多进步, 在企业内部营造良好企业文化熏陶职工思想, 调动职工主观能动性积极投身于社会主义建设, 促进企业健康发展。

一、企业加强思想政治宣传工作的重要性

国有企业思想政治宣传工作对国有企业党建有着深刻的重要性。我国在思想政治宣传工作方面积累了较多的丰富经验, 对国有企业思想政治宣传工作也总结出了一些高效方式, 其中也体现了思想政治宣传工作在国有企业党建中的价值。中国共产党的思想政治宣传工作主要指的是在党建视角下, 通过宣传传播马克思主义, 宣传党的路线方针政策, 增强群众对党的工作的理解, 构建上下凝聚一心, 为自身解放而斗争的团结氛围。然而, 国有企业的思想政治宣传工作要在我党思想工作宣传的基础上, 具备良好的持续性特征, 才能将国有企业的思想政治宣传工作落到实处。中华人民共和国成立以后, 思想政治宣传工作逐渐以社会主义建设为中心。为了适应新时期新的发展任务, 要从国家建设的视角入手进行思想政治宣传工作, 通过全党、全国各族人民积极参与社会主义事业, 推动国家的建设与发展。基于全国的党建工作背景, 国有企业应选拔优秀的宣传员, 并构建深入基层、深入群众的宣传网, 通过经常性宣传教育的开展, 提高思想政治宣传工作的实效性。党的十一届三中全会以来, 思想政治宣传工作逐渐构建了以经济建设为中

心的新的发展任务。为了适应社会主义市场经济体制的转变, 思想政治宣传工作也要主动进行变革, 明确内容、创新方法, 在牢牢把握以经济建设为中心的基础上, 通过深入群众、深入基层, 提高群众对于党的基本路线、基本方针政策的了解, 组织一系列社会主义精神文明建设活动, 提高思想宣传效果。中国共产党百年发展历史中, 思想政治宣传工作始终都是基础性的工作。从党的思想政治宣传工作实践进行分析, 可以发现无论是以革命为中心还是以社会主义建设、以经济建设为中心的思想政治宣传工作, 其都随着形势、时代在不断发生变化。革命建设、改革开放的伟大胜利离不开思想政治宣传工作的有效落实。在不同的阶段, 思想政治宣传、宣传内容发生变化的同时, 宣传策略、宣传侧重点也产生了变化。因此, 新时代国有企业思想政治宣传工作的开展, 要积极借鉴中国共产党思想政治宣传工作实践的优秀经验, 变革方法、调整策略, 在明确国有企业思想政治宣传工作任务要求的基础上, 通过探索高质量的宣传方式, 不断提高思想政治宣传工作的质量, 这样才能促进国有企业党建工作的质量, 进而推动我国的经济建设。此外, 在国有企业内部进行思想政治宣传工作能有效强化国有企业人员的思想认知。国有企业应当全面认识到思想政治宣传工作本身对于企业发展所产生的积极影响, 同时, 也应当认识到党建工作和思想政治宣传工作二者融合本身就是一种工作的开展体系。为此, 国有企业管理人员应当全面重视党建工作管理, 帮助企业高质量地进行工作, 顺着正确的发展方向不断前进。

二、国有企业思想政治宣传工作典型问题

(一) 思维守旧, 方法创新力不足

知者行之始, 行者知之成。思维创新是实践活动创新的前提, 新时代国有企业思想政治宣传工作的变

革,首先体现在思维创新上。恩格斯指出,思维和意识是人脑的产物,而人本身是自然界的产物,是在自己所处的环境中并且和环境一起发展起来的。当前,国有企业内外部环境变革迅速,而企业部分思想政治宣传工作者的思维方式存在一定程度的守旧和老化,导致思想政治宣传工作方法缺乏创新,主要表现在一是部分国有企业思想政治宣传工作者具有不见人、只见物的“物化型思维”,他们将职工群体物化为静态的、固定的实体,在开展思想政治宣传工作中容易忽视职工群体的差异性,无法真正做到以人为本地开展思想政治宣传工作,思想政治宣传工作方法本身也只作为达到目标的手段,导致方法创新动力不足;二是部分国有企业思想政治宣传工作者具有消极守成的“僵化型思维”,误将现在当永远,沾沾自喜于眼前的成绩,拒绝与时俱进、锐意创新,导致方法创新进程受阻。究其原因,主要在于国有企业思想政治宣传工作者理论素养参差不齐,未能及时用马克思主义和马克思主义中国化的最新理论成果武装头脑,没有真正掌握马克思主义科学思维方法。

(二) 载体单一,方法吸引力不足

载体是实施思想政治宣传工作方法的重要依托,在信息技术高速发展的新时代,新媒体等网络载体逐渐成为新时代国有企业思想政治宣传工作载体的主要形式,但仍有部分国有企业倾向使用单一载体,致使思想政治宣传工作方法吸引力不足,主要表现在一是大众传播载体单一,比如部分国有企业习惯使用企业内刊、纸媒等传统媒体开展榜样教育、理论宣贯、新闻宣传,对“90后”“00后”等年轻职工的吸引力明显不足;二是活动载体单一,比如部分国有企业仅仅经常组织职工参观红色教育基地、开展志愿服务,但未能经常开展贴近职工工作和生活实际的家庭美德、职业道德等思想政治教育活动;三是企业文化建设载体单一,比如部分国有企业基层单位认为企业文化可有可无,仅将企业文化内容简单“上墙”,并未通过影视作品、企业文化展厅、员工培训等载体,结合课堂灌输法、视听教育法、文化熏陶法将企业文化真正落地。究其原因,在于部分国有企业领导干部不重视企业文化建设,未及时通过调查研究了解新时代职工思想心理动态,未能及时建设符合新时代职工需求的思想政治宣传工作载体,导致思想政治宣传工作方法创新缺乏具有吸引力的依托载体。

(三) 单向灌输,方法亲和力不足

长期以来,国有企业思想政治宣传工作常常采用以职工培训、支部讲党课、网络微党课为主的课堂灌输法,课堂灌输法最大的特点就是教育的单向性,即由教育主体将理论知识单向灌输给教育客体,缺少教育客体将主观感受反馈给教育主体的环节和渠道,

使得职工思想政治教育的效果大打折扣,主要表现在一是单向灌输式线上课堂亲和力不足,职工在企业网上党校参加党课学习时产生疑惑,无法通过即时留言得到解答,所产生的感想也无处得到抒发,久而久之产生厌学心理;二是单向灌输式线下课堂亲和力不足,职工线下培训开办的课程没有设置互动环节,职工被动接受知识多于主动思考,长此以往容易丧失学习积极性;三是部分国有企业过度依赖传统课堂灌输,且强制要求职工学习,一味追求受众的广度,不注重学习的深度和针对性,容易造成一部分职工产生抵触情绪,影响职工思想政治教育效果。究其原因,在于部分国有企业未充分调研理论学习的受众需求,在设计线上党课学习APP或网站和线下理论课程时,未能契合职工学习需求,导致以单向灌输为主的课堂灌输法亲和力不足。

(四) 脱离实际,方法融合力不足

实践证明,国有企业思想政治宣传工作只有将解决思想问题和解决实际问题结合起来,才能真正服务和保证国有企业经营发展中心工作。事实上,部分国有企业仍存在思想政治宣传工作方法脱离生产生活的情况,造成思想政治宣传工作和中心工作“两张皮”,主要表现在一是理论宣贯脱离生产实际,理论灌输过于强调学习理论本身,未结合企业生产实际和职工实际情况开展理论宣贯,导致理论学习和理论践行“两张皮”;二是榜样人物脱离群众实际,选树的榜样人物缺乏广泛代表性,比如某国有企业仅选树技术类工种劳模,未选树行政类工种劳模,且存在夸大宣传榜样优点、忽略榜样缺点的情况,导致宣传报道中的榜样人物缺乏真实性,引起职工的反感;三是心理疏导脱离群众实际,比如某国有企业仅为企业职工提供外部心理辅导资源,并未在企业内部形成职工心理常态化疏导机制,造成解决职工心理问题和实际问题“两张皮”。究其原因,部分国有企业思想政治宣传工作体制机制不健全,企业思想政治宣传工作领导小组为党建行政“一肩挑”,存在“重业务、轻思想政治宣传工作”的思想倾向,导致开展部分思想政治宣传工作并非基于生产生活实际,不能有效发挥思想政治宣传工作方法的融合力。

三、新时代国企思想政治宣传工作的落脚点

(一) 加强社会主义核心价值观的宣传

思想政治宣传工作也需要放宽眼界,对新时期社会主义核心价值观积极学习,并将其融入宣传工作中。宣传工作有必要坚持核心价值观不动摇,采取多种形式将理论价值观内容转化为职工看得见、摸得着的活动,以求宣传效果最优化。并且要提高职工关于核心价值观学习的参与度,让其从内心深处真正重视起来。并且将企业经营发展中一些先进的思想理念融

入核心价值观中,丰富思想政治宣传工作的理论土壤,将思想理论与职工实际相结合,以获得职工对思想政治宣传工作的高度认可。

(二) 明确各层级宣传责任

企业思想政治宣传工作不仅是由内而外的宽度宣传,更是由上而下的高度宣传。企业在具体宣传中需要对各个层级的宣传责任进行划分,对政工部门的宣传任务进行设计,以为整体宣传工作提供规范性指导。针对团结职工思想的专职部门,还需要加强该部门和其他部门的联动合作,在了解其他部门经营业务基础上为其设计出相对应的工作目标。每个层级设置监督思想政治工作的监察人员,定期评估思想政治工作宣传质量,积极听取职工意见为工作内容优化提供借鉴,确保整体宣传工作科学开展。

(三) 健全激励制度

思想政治宣传工作是面向所有职工的精神教育,职工作为宣传主体其个人意识和自主能动性对最终宣传结果有举足轻重的影响。为了让职工在宣传工作中更加积极地学习精神文化知识,可以通过激励制度的健全来激发职工积极意识,将职工的政治水平和工作态度作为评价职工绩效薪酬的重要标准,促使职工积极了解先进理念学习文化知识,在实际工作中能够设身处地地为群众着想,用实践行为来践行社会主义核心价值观与精神文明建设。

四、新时期国企思想政治宣传创新策略

(一) 整合宣传资源,完善工作计划

首先企业需要重视思想政治宣传工作,将其作为企业日常经营事务和长远发展目标,在内部实现常态化思想政治宣传。结合当前企业发展实际情况,分析职工思想需求,根据职工表现采取针对性的思想政治宣传工作。科学规划,整合现有宣传资源,综合利用各项宣传工具,将思想政治宣传工作在企业生产经营每一个环节落实,确保所有职工都能够接受思想政治工作的熏陶洗礼。

(二) 创新宣传活动,统一职工思想

传统的思想政治宣传工作方式单一、内容乏味,效率受到了较大影响,借用新媒体等信息载体开展的信息化思想政治宣传可以让思想政治信息更加集中,对具体职工做到针对性宣传。创新宣传活动形式后,企业职工接收到的思想政治信息更加立体,扩大思想政治宣传阵地的职能作用,实现思想政治宣传的精细化管理,提升整体宣传效率。

(三) 优化宣传组织,加强队伍建设

思想政治宣传工作不仅要发挥舆论引导作用,还要担负教育的职能,结合企业生产状况和职工当前思想水平基础上进行大力度思想宣传,发挥思想政治工作的舆论引导职能。为此有关宣传人员要完善基层调

查,对受基层职工广泛关注的问题进行梳理,缓解现实矛盾了解群众需求,为思想政治宣传工作有效进行奠定道路基础。

(四) 延伸宣传领域,提升智力保障

企业发展需要紧跟时代趋势,结合各项政策和精神文明建设的需要对内部事务工作进行统筹管理。因此企业不仅要做好思想政治宣传工作的组织,同时也要做好宣传延伸,在企业经营生产中的各个角落都渗透思想政治宣传工作,确保所有职工达到思想上的统一。

(五) 进一步强化责任担当,在思想政治宣传工作上下功夫求实效

国有企业领导班子特别是“一把手”要高度重视,坚决扛起主体责任,将思想政治宣传工作放在“心上”。要把职工群众关注的热点、改革发展的难点,当作党委工作的重点,通过党委会、党建工作会、政工例会、大讲堂等形式载体,带头开展政策宣讲和形势任务教育,引导职工群众将思想和行动统一到企业党委决策部署上来。要大兴调查研究之风,坚持“到现场访民意”,聚焦企业发展滞后、不平衡等矛盾,聚焦一线“急难愁盼”问题,掌握真实情况,倾听基层声音,“面对面、心连心、零距离”开展舆论引导与政策宣讲工作,把“坚持以人民为中心”“企业发展依靠员工,企业发展为了员工”“效益是企业的生命,企业长远利益与员工根本利益相统一”“企业长远利益是职工根本利益的源头”等道理给职工群众讲透彻、讲明白,让职工群众真正理解落实党的政策要求,真正拥护企业开展的各项工作。

结束语:

面对新形势与新任务,国有企业要及时优化宣传方式更改宣传阵地,选择群众易于接受的宣传内容做到职工思想意识层面的高度统一,从根源上加强职工的思想武装,制定出符合企业发展形势和政策要求的宣传工作方案,让企业内部形成职工向心力,有效凝聚群体思想意识,以显著提升企业生产力,实现企业高质量发展。

参考文献:

- [1] 姚洁. 新时代加强国有企业宣传思想工作的思考与探索 [J]. 新丝路, 2022(08):159-161.
- [2] 孙勇. 做好新时代国有企业宣传思想工作的探索与思考 [J]. 现代企业文化, 2020(04):56-57.
- [3] 张扬. 做好新时代国有企业宣传思想工作的思考 [J]. 四川党的建设, 2021(22):76-77.
- [4] 高志. 小议做好新时代国有企业宣传思想工作的思考 [J]. 企业文化(中旬刊), 2019(06):153.
- [5] 施勤伟. 浅谈新时代国有企业党的新闻宣传工作的三重维度 [J]. 赤子, 2020(05):55-56.