

融媒体时代国有企业媒体融合建设路径探析

马玥

(中国飞行试验研究院, 陕西 西安 710089)

【摘要】在大数据信息融媒体新时代, 国有企业必须顺应新时代洪流与时俱进, 建设完善媒体平台, 加速融合传统媒体与新媒体的优势互补并不断深化其发展, 强化融媒体在国有企业中的宣传力度及作用, 通过多方位、多形式的展示国有企业的形象以及国有企业文化来促进国有企业的高质量快速发展。本文从新时代大数据信息高速发展的背景下对国有企业媒体融合的建设寻求可实践方法。

【关键词】国有企业; 融媒体; 融合

一、媒体融合建设意义及融媒体的概念

(一) 什么是融媒体

1946 年第一台计算机的诞生使得世界进入信息技术革命时代, 互联网成为传媒领域进行信息传播的基础。“融媒体”最早概念是由尼古拉斯·尼葛洛庞蒂提出, 美国马萨诸塞州理工大学教授浦尔在其《自由的技术》一文中也曾提出媒介融合概念, 简单来说“融媒体”是指充分利用媒介载体, 将广播、电视、报纸等媒介进行融合, 使其既有该类媒介载体的共同点, 又存在互补性的新型媒体, 并在人力、内容、宣传等方面进行多功能一体化的全面整合。

媒体融合是信息时代背景下一种新型媒介发展的理念, 是在互联网的高速发展的基础上与传统媒体的有机整合, 在整合过程中其最重要的就是“融合”。媒体融合将传统信息传播的图、文、视频、声音等与新时代信息传播的便捷、互联相互融通, 是大数据信息时代的多种信息传播媒介的优势融合的新型媒体形式, 其可以很好地对信息传播的方式、内容等进行提取整合, 不断地对媒介载体的功能效益的提升与拓展, 从而实现高效、准确的信息传播。

(二) 媒体融合建设及意义

中共中央党的十八大以来, 党中央非常重视媒体宣传工作, 多次强调为应对全媒体体的不断发展, 应从国家和党的发展全局对媒体融合发展做出重要部署。

在新时代媒体发展中, 不仅要全面认识并把握媒体融合发展趋势和规律, 而且还要坚持一体化发展方向, 加快媒体融合阶段, 并打造一批新型的主流媒体。中共中央全面深化改革委员会在 2018 年第五次会议中通过的《关于加强县级融媒体中心建设的意见》中

指出, 要进一步推进县级融媒体建设。该政策的出台使其国有企业媒体平台就必须在县级融媒体平台的基础上, 准确把握国家政治方向、社会舆论导向, 引导正确的价值观筑牢思想根基, 同时还要具备预防风险及时化解危机的功能。所以在政治、科技环境下, 国有企业必须加快融入媒体融合的潮流中, 通过“新”“旧”媒体的融合重建共同构建, 加强融媒体建设宣传推动媒体融合纵深发展, 加快建设融为一体、合二为一的全媒体传播一体化大平台。

(三) 新时代下融媒体的生态构建

自从进入信息时代, 随着科技的不断更迭, 信息传播媒介技术也在不断的更新, 媒体信息传播平台也变得多元化, 为社会带来了更便捷、更新颖的信息传播途径。加之各媒介平台的相互通融、重构与创新也使得信息传播的方式与内容进行了相互融合, 使得大众获取信息途径更多元、信息交织重叠的传播格局日渐形成。

自新媒体时代的到来, 我国也加快了媒体从相加阶段迈向相融阶段的跨越, 尤其是在 2017-2018 年间, 各类媒介平台加快了区域融合并逐渐形成整体融合的形式。媒体融合不断地延伸和深化媒体形式与内容的融合, 并不断探索将人工智能运用到新闻采集、生产、分发、接受、反馈的活动中, 形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系, 形成了体制机制与科学技术的融合的 3.0 时代。

媒体融合 3.0 时代带来了一个全新的媒体传播方式, 并将要打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体, 让主流媒体借助传播进行社会舆论引导、思想引导、文化传播等, 但是全新媒体格局的构建也使得传播关系进行重叠、舆论环境变得更为复杂, 这

即给新媒体领域带来了机遇，也带来了全新的挑战，所以抓好顶层设计，打造新型传播平台，构建新型主流媒体，加快媒体融合，已经成为了不可逆转的新发展趋势。

二、典型国有企业媒体融合规范化建设路径事例

在新政策、新信息时代的高速更迭背景下，国有企业能否落实好融媒体传播工作，对其能否提升企业竞争力、担当力具有重要影响。国有企业通过加快对其媒体平台的融合提升，落实新闻宣传工作塑造良好企业形象，在发挥融媒体功能一体化效用的同时提高企业竞争能力，充分发挥宣传国有企业思想，对企业员工价值取向进行正确引导并提高员工凝聚力，从而推动企业高质量长久发展。在国有企业融媒体建设实践方面，中国建筑集团有限公司（以下简称“中国建筑”）是一个非常好的借鉴。

（一）中国建筑融媒体建设实践理念

中国建筑组建于1982年，其前身为原国家建工总局，是为数不多的不占有大量的国家投资、国家的自然资源和经营专利的企业，也是从事完全竞争性的建筑业和地产业为核心业务而发展壮大起来的国有重要骨干企业。该企业在融媒体时代加快媒体平台融合，并在发挥国企思想宣传、凝聚员工力量、打造品牌形象方面进行深刻落实，不仅进一步提高了企业影响力，也进一步推动了企业高质量发展。

中国建筑在全媒体时代顺应党政要求，组建了“中国建筑融媒体中心”，综合平台统一管理，更好地推动其专业发展，实现了流程优化、平台再造功能，放大了融媒体平台一体化效能。这使得其媒体规范化建设取得了阶段性进展，同时为了加快媒体融合，催化融合质变、创新并拓展传播方式中国建筑在党中央的政策指示下，一方面强化党政策宣传、政策与生产经营融合宣传的情况下，另一方面也明确了融媒体建设是展示宣传文化、展示企业品牌形象、营造良好社会舆论环境的指导方针，从重塑宣传形式、规范媒体运用、完善功能互补的几个方面同步推进媒介平台在多方面、多功效上的升级转型，并使得中国建筑走上了具有国有企业特色的融媒体平台建设道路。

（二）中国建筑融媒体建设过程

首先，从媒体制度方面进行，中国建筑在总的方面上强化企业媒体制度建设，完善各方面制度保障，建设统一一体化媒体制度融合机制，以方便工作人员的管理与运营。第一、完善媒体信息宣传力度，在进行制度建设的同时融入新政策，包括习总

书记关于融媒体做出的重要指示，与企业工作政策整合出了一套融媒体一体化工作程序，加强了新闻媒体的信息采集编写审核机制。第二、规范媒体平台建设，即融媒体平台由党委领导，宣传部门负责对平台进行属性规划和建设计划等，分级制定媒体平台建设内容，细化平台管理流程细化分工，从而形成融媒体一体化运营结构机制。第三、加强平台及工作人员考核评价。媒体工作也需要纳入年度考核评价体系，以主管、主办为主体机构，对媒体平台的新闻内容、运转建设、功能效益等进行考核并制作一定标准的考核定量和标准，建立评价体系，构建奖罚分明的体系机制。

其次，中国建筑在技术平台方面进行了调整建设，以整合平台为目的，打破各平台之间的壁垒，有效融合媒体资源，强化平台功能和宣传能力，从而把企业媒体平台建设成合二为一的一体化多功能的融媒体平台，并根据用户实际应用情况不断优化完善平台功能，增强新闻编写专业采写、策划能力与影像制作能力，增强融合后媒体平台信息传播的开放性、交互式、移动化等，将原有的内容优势与新兴媒体的传播紧密结合，打造国有企业中的“新型主流媒体”，将媒体平台化繁为简、精准定位，牢牢把握新闻宣传专业化发展方向，在提升新闻宣传工作的时度效的同时，切实提高中国建筑新闻宣传工作专业化水平。

中国建筑在完成平台融合、宣传体制构建后，又积极展开融媒体建设实践，在国有企业中率先突破“采、编、发”流程再造这个关键环节，加以强化信息内容，打破企业内部媒体垂直管理现状的客观需求，建强国企宣传思想专业队伍的客观需要，在展示良好的企业形象的同时，也使得媒体平台不仅能够突显出党政党建宣传与企业业务的结合，也能突显出企业科学管理和科技创新能力，很好的实现了多媒体平台的融合与多功能补位功能，研究制定《中建集团宣传工作管理规定》进一步规范集团宣传思想工作体系。

最后，中国建筑成立“中国建筑融媒体”中心专业工作室，通过重点培养、业务选拔、公开招聘等方式招聘专业人员，开辟企业宣传人员职业规划发展的新路径，从整体上提升了中国建筑宣传思想人员队伍的稳定性、专业性和可持续发展性。对融媒体的功能效用上进行大力拓展创新，通过媒体平台、内容、功能融合突出企业性质，运用网络传播能力，大力进

行品牌宣传,加强融媒体对内管理和对外服务功能,并且通过平台功能不断拓展来提高融媒体平台的优化程度和平台功能效益成果。

一个好的媒体平台加上合理高效的运用,会使得企业业务更上一个阶梯,中国建筑通过开设的“中国建筑融媒体中心”设立和发展,推动力集团整体与媒体融合发展,也推动力该企业中自上而下的建设融媒体分中心。企业的不断发展、对未来的展望,使得中国建筑融媒体在技术优化、机制创新、队伍建设中不断探索,并加强媒体融合在企业中运行产生的实效。一个平台的开发,技术进步的步伐不能停止,而企业未来的技术开发必须以客户导向性和平台集成型为原则,不断的运用平台大数据智能优化功能,为企业宣传提供更便捷、更兼容的平台,建设更适应的宣传工作机制,打造一支符合融媒体时代要求的专业工作队伍。

三、国有企业融媒体建设的必要性

在符合政治政策文化建设前提情况下,融媒体平台不断拓展和丰富平台建设、内容建设的同时还可以提升企业软实力建设。在国有企业中一个好的新闻传播媒体不仅可以对企业员工价值取向进行引导,还可以为企业创设更多收益。

(一)有助于企业打造良好的社会形象

国有企业在生产经营发展阶段,合作方不仅仅关注企业生产能力、产品质量,也会非常关注企业对社会责任的实际承担情况、社会形象等,而此时企业融媒体的作用就体现了出来。切实高效落实企业新闻工作,充分发挥品牌优势,积极承担社会责任,并设立专刊专栏,在让大众了解企业的同时,也展现一个国有大企业应该承担的社会责任,提高企业大众形象,从而达到获取更多优质外部资源的目的。

(二)有助于提高国企职工凝聚力

在任何企业、行业的发展中都非常注重核心资源的利用,而人力资源就是各行各业的重要性资源之一,企业在落实人力资源管理时需要加强对企业文化的利用,以此来提升国有企业职工凝聚力,而媒体平台就是国有企业与员工之间的“枢纽”,也是二者之间沟通了解的桥梁。媒体平台可以向员工宣传国家企业路线方针,传递党和国家的政策理念,也可以分享优秀职工事迹等来强化员工思想意识,为企业创造良好的文化工作风气等。

(三)有助于优化企业建设

完善的企业制度是国有企业规范化建设和发展

的基础,完善的媒体制度可以规范新闻宣传队伍建设,为企业培育更多优秀宣传人才,从而提升企业宣传力度,并且通过科学技术驱动传播方式变革,打造媒体宣传体制模式。随着科技发展VR、AR技术的逐渐遍及,直播、短视频等新媒体越来越受欢迎,在如今社会人群中受众越来越高,媒体与科学技术的融合受到大力追求。国有企业媒体宣传工作只有做到与时俱进,打造企业“智能编辑部”,提高企业传播能力,增强媒体宣传的覆盖程度,也可以通过大数据等技术手段对各软件用户需求进行精准分析和定位,然后根据政策理念和新科技的使用情况来对应策略。在将国有企业精神展示出来的同时,不断强化其职工责任感和使命感,甚至可以进一步扩大企业知名程度,从而促进国有企业的和谐和多方位发展。

四、总结

在信息大爆炸的多样化媒体宣传的时代背景下,企业的宣传工作任务是艰巨的,国有企业要想在时代洪流中抓住机遇,就必须紧扣企业发展方针和政策指导理念,以各媒体平台重建融合为主要基础,以媒体平台制度改革融合、个性化创新、规范化标准化管理流程为必要,不断提升国有企业融媒体平台建设,并充分发挥融媒体平台在“树立企业形象、提升企业品牌力量、传递党政方针和企业生产理念、拓展企业业务、营造良好舆论环境、弘扬企业文化”等方面的力量作用。

参考文献:

- [1] 赵欣,张伟.融媒体时代国有企业媒体融合建设路径探析[J].新闻研究导刊,2021,12(03):26-27.
- [2] 蒋泽雄.英语口译硕士生在校自主学习训练探究[J].现代英语,2021(02):58-60.
- [3] 陈柳蓉.基于学生个性化差异的初中英语分层作业设计探究[J].考试周刊,2019(09):111.
- [4] 李贝贝.英语口译学习与训练[J].长江丛刊,2017(22):124.
- [5] 全娟,邢启艳.浅谈英语交替传译教学及其训练策略[J].海外英语,2017(06):36-37.
- [6] 陈洁.“以学生为中心”的英语专业口译教学改革[J].海外英语,2016(14):41-43.

作者简介:马玥(1989.02-),女,山东肥城人,回族,本科,政工师,研究方向:共青团和青年工作。