

# 国企党建中思想教育与宣传工作协同发展研究

闵逸文

陕西农业发展集团渭南分公司

DOI:10.12238/mef.v8i9.13017

**[摘要]** 思想教育与宣传工作在国有企业是相互依存的,实现协同发展对推动企业文化和增强员工思想认同是关键途径。目前工作中有内容脱节、传播形式单一、考核制度薄弱等方面的问题,经由成立联动机制、创新传播渠道、优化考核管理体系、营造沉浸式学习氛围模式等手段,可增进思想教育的实施成效,增添宣传工作在交流中的感染力。助力企业文化渗透到员工内心世界,促进员工思想觉悟迈向提升,因而推动企业步入高质量发展阶段。

**[关键词]** 思想教育; 宣传工作; 协同发展

中图分类号: G643.1 文献标识码: A

## Research on the Coordinated Development of Ideological Education and Propaganda Work in State owned Enterprise Party Building

Yiwen Min

Shaanxi Agricultural Development Group Weinan Branch

**[Abstract]** Ideological education and propaganda work are interdependent in state-owned enterprises, and achieving coordinated development is a key way to promote corporate culture construction and enhance employee ideological identity. At present, there are problems such as disjointed content, single dissemination forms, and weak assessment systems in our work. By establishing linkage mechanisms, innovating communication channels, optimizing assessment management systems, and creating immersive learning atmosphere models, we can enhance the effectiveness of ideological education implementation and increase the infectiousness of propaganda work in communication. Assisting in the infiltration of corporate culture into the inner world of employees, promoting the improvement of their ideological consciousness, and thus pushing the enterprise into a stage of high-quality development.

**[Key words]** ideological education; Promotion work; Collaborative development

### 引言

在国企党建体系中思想教育与宣传工作占据核心位置,共同成为企业文化建设的主要支撑点,对员工的思想认同、价值导向及行为模式产生直接作用,然而当开展实际工作期间,思想教育大多滞留在理论层面,形式化和单向化问题极为凸显,宣传工作更把精力投入到企业形象塑造方面,缺少对思想教育深度融合,造成二者没能构建起协同合力,党建效能的充分释放阻碍了。思想教育核心之处是引导员工树立起正确价值观,宣传工作可放大思想教育的成果,增进传播效果以营造舆论氛围,两者实现协同式发展,可促使思想教育从“内化于心”往“外化于行”方向转变,促使宣传工作更围绕实践导向开展,杜绝思想教育出现空洞化、表面化的现象<sup>[1]</sup>。随着数字化技术大规模地被应用,针对国企思想教育与宣传工作协同发展而拓展手段的举措不断实施,怎样去构建精准、高效的思想教育传播体系成重要课题,

本研究以国企的实际情形作为根基,剖析思想教育与宣传工作关联、现有问题及协同发展路径,为国企党建创新提供现实可行的解决方案,提升思想政治工作的针对性和实效性,助推企业高质量发展。

### 1 国企思想教育与宣传工作现状分析

#### 1.1 推动思想教育落地,增强员工价值认同

思想教育的目标不仅是理论灌输,而是让员工在企业文化的熏陶下接纳正确价值观,并转化为实际行动。然而,传统思想教育形式单一,如文件学习、集中授课等,缺乏互动性和针对性,难以深入员工内心。通过宣传工作,思想教育能借助多种传播途径,将抽象理念转化为具体形式,使理论更生动鲜活,更贴近实际情境。例如,利用案例展示、岗位先锋风采、短视频访谈等形式,员工看到身边人的成长故事后,产生情感共鸣,从而激发内在动力,践行企业价值观<sup>[2]</sup>。若思想教育与宣传脱节,容易陷入

形式主义,缺乏实际效果。二者协同发展,可以有效解决思想教育“入脑不入心”和宣传工作“有声无实”的问题,使员工在企业文化浸润下自然形成思想认同,增强对企业发展的责任感和归属感<sup>[3]</sup>。

### 1.2 提升企业文化影响力,塑造统一的精神引导

企业文化的建设是长期渗透的过程,思想教育为引导,宣传工作提供持续动力。通过思想教育打造清晰的价值导向,宣传工作通过可视化手段让企业文化融入员工日常工作和生活。例如,许多国企通过设置“企业精神墙”“党建文化角”等,将思想教育内容与工作场景结合,让员工在潜移默化中受到熏陶。同时,借助新媒体平台,如短视频、微纪录片和互动直播等,将企业文化与社会热点结合,以年轻人喜闻乐见的方式传播,提升思想教育的吸引力和覆盖面<sup>[4]</sup>。思想教育与宣传工作结合,才能转化为企业文化的核心竞争力,推动企业精神代代相传,并在时代变革中焕发新生机。

## 2 国企思想教育与宣传工作协同发展的必要性

### 2.1 打破灌输式教育壁垒,提高思想引导的实际效果

思想教育如果仅停留在理论层面的单向灌输,非常容易使员工产生一种距离体验,甚或造成员工出现抵触的心理,就现代企业现有的环境而言,个体思维方式呈现出多元的面貌,仅仅采用传统的学习会议还依靠文件传达方式,难以实现对员工主观能动性调动。宣传工作可凭借更为灵动、鲜活的途径,把企业理念跟个人发展目标相整合,令思想教育摆脱枯燥无味的形象,例如采用故事化叙事方法、互动式沟通论坛,进行贴合真实工作场景的案例解读,可赋予思想教育更强的现实感,引导员工在具体问题的讨论思考中,自主生成认知体系,而非处于被动接纳指令的情形,该方式可令教育内容切实融入员工日常思维的逻辑框架,强化思想引导的针对性及有效性。

### 2.2 构建企业文化认同体系,增强团队凝聚力

思想教育核心聚焦于塑造认同感,宣传工作充当强化此认同感的关键衔接纽带,企业文化的形成并非短期内能一蹴而就,而是依靠长期渗透进而不断深化的历程,宣传能把思想教育内容转化为系统化、持续化样式,使企业价值观具备可感知与可体验的特性。例如通过对员工故事的展现、团队奋斗史的回顾与榜样人物的树立,能把企业精神具象化为实际形态,带动员工在心理范畴获得归属感,一个未得到有效宣传支撑的思想教育体系,一般会展现出缺少温情的样子,难以触动员工内心,要是宣传与思想教育实现协同发展模式,员工对价值的认同感才会真正扎根,借此推动强大的团队凝聚力顺利形成,让企业文化真正意义上落地<sup>[5]</sup>。

### 2.3 推动思想教育方式创新,实现教育资源的有效转化

传统思想教育内容跟现代传播方式之间出现脱节的问题,致使大量教育资源未能充分发挥效用,宣传工作的深度融入,能让思想教育走出单一化的樊篱,采用类型更繁多的传播手段,促进教育资源利用效率的上扬,例如诸如短视频、直播访谈以及线上培训之类的形式,能令思想教育冲破时间和空间的枷锁,满足

不同层级与不同岗位员工的学习渴望,尤其在数字化发展的时代背景下,多样化的宣传手段可显著扩大思想教育的影响范畴,让其切实覆盖企业的各个角落,保证教育资源达成最大化的效用发挥,实现从理论知识到实践能力的变迁,最终实现企业整体在思想共识和行为准则上的构建。

## 3 国企思想教育与宣传工作协同发展的路径探讨

### 3.1 建立系统化联动机制,打破部门壁垒

很多国企里思想教育跟宣传工作依旧维持各自为政局面,思想工作由党务部门承担,宣传部门聚焦企业形象建设开展相关事务,二者未构建起成体系的系统性合作模式,若想促成协同发展局面,应从组织架构方面实施优化,形成跨部门彼此联动的协调机制,令思想教育与宣传不再呈现平行格局,而是造就相互渗透、彼此增进的情形。应当成立“思想宣传一体化工作小组”,让宣传团队在进行企业文化传播策划期间,有针对性地融入思想教育元素,让思想教育跳出仅依赖会议、文件的局限,而是在企业日常宣传活动里自然地展现自身,同时企业需积极推进对宣传内容的统筹管理进程,保证对外发布的信息与企业文化调性相契合,还可起到思想教育的功效,例如在开展企业先进事迹宣传操作时,不只是开展企业业绩的展现,还应着力挖掘其中所具有的精神内核,使思想教育与宣传工作完成真正融合。

### 3.2 打造场景化学习模式,让思想教育更具沉浸感

传统思想教育大多采用集中学习、文件传达之类的方式开展,过于刻板不易让员工达成情感上的共鸣,现代企业教育应摆脱那种灌输式的思维模式,转变为场景化与体验式相结合的模式,引导员工于真实情境里获得思想方面的认同,例如有成立“党建文化体验馆”的操作企业可实施,采用VR、AR技术实现企业发展史和重大变革事件的再现,引导员工通过沉浸式体验深度认知企业精神。或者是在生产车间跟办公区域创建“思想教育互动展区”,采用可视化技术实施结合,采用生动化手段把企业核心价值观和优秀员工故事展现出来,让思想教育不再仅是书面的理论呈现,而是可亲身触及的现实模样,此外同样可采用“沉浸式任务”设计,犹如在特定工作场景这般情境下,设定要求员工考量企业文化价值观的互动任务,引导员工在实践期间水到渠成地完成思想教育阶段。

### 3.3 构建立体化传播体系,提升思想教育渗透力

若思想教育缺少有效的传播途径,大多会陷入自说自话的僵局,宣传工作能够在这一方面起到极为显著的推动功效,现代国企得打破传统的单向宣传既定模式,设立一个有着“线上+线下”双向互动模式的立体传播体系,推动思想教育于潜移默化里融入人心。企业可借助短视频、微电影、公众号、直播访谈等新媒体途径,增强思想教育内容所具备的感染力,例如构建“企业故事短片”,利用真人真事体现企业精神内涵,要不就开展“线上党建公开课”,邀请企业优秀员工分享自身的心得,让思想教育摆脱说教的模式,切实实现教育乐趣的有机结合,同时可于线下进行定期的思想文化主题沙龙组织,引导不同岗位员工针对企业精神开展交流探讨,带动员工思想进行有效沟通交流,让思

想教育切实渗透进企业日常文化当中，而不是让相关内容仅停留在口号里。

3.4 优化激励与考核机制，增强思想教育与宣传工作的内生动力

宣传工作跟思想教育实现的协同发展，并非只靠行政方面的推动，更应当设立恰当的激励与考核机制，拉动员工参与事项的积极性，目前诸多企业的思想教育及宣传工作至今仍以任务考核为主线，形式单一不易对员工的真实需求形成触动，因此企业得建立起一套多维度评价体系，让思想教育跟日常工作、职业成长实现联合。例如可采取相应方式推行“思想教育积分制”，员工参与到相关活动中可拿到积分，一旦积分累积到既定程度即可兑换企业内部相关奖励，加大思想教育在企业内的吸引力，同时可创建“企业文化传播大使”相关机制，邀请优秀员工参与企业宣传工作范畴，依靠自身过往经历及深刻感悟，向其他员工传播企业价值观。此外在绩效考核全面施行的时候，可以把思想教育与宣传工作的实际绩效纳入评估范畴，以员工思想层面的提升、对企业整体文化的认同度为例，使思想教育不再属于单纯的政治任务，而是个人职业发展的重要一环，从而增强员工的主动性，使思想教育与宣传真正成为企业成长的内生动力。

4 典型案例分析：某央企思想教育与宣传工作协同发展的成功实践

某大型央企在深化改革过程中，逐步认识到思想教育与宣传工作若各自为战，难以真正触及员工内心，进而影响企业文化的凝聚力。因此，该企业在推动党建文化建设的过程中，尝试将思想教育与宣传工作进行深度融合，打破传统的单向输送模式，构建沉浸式、互动化、生活化的思想传播体系。公司在多个生产基地设立了“思想教育体验站”，以真实的生产环境为背景，结合典型案例、历史回顾和互动问答，员工在日常工作中即可接触到企业精神的核心理念。同时企业发起了一系列短视频模式的访谈活动，邀请不同层级员工分享个人成长历程与团队协作体验，宣传内容跳出了单调的说教范畴，而是富有生命温度的真切诉说，助力思想教育在共鸣的情境中自然滋生。此外公司围绕

考核机制展开了优化工作，把思想教育的学习收获纳入员工个人发展的评估维度，经由积分制以及荣誉奖励等实施方式，诱发员工主动参与相关事项，当这一模式逐步推进的时候，员工对企业文化的认同度实现大幅提升，各团队间的协作进一步紧密化，思想教育真正成为推动企业进步的内生驱动力，宣传工作也由此更具感染力与渗透性，该成功实践充分证明，只有思想教育同宣传工作完成相互融合，才可真正自理论层面步入实际应用阶段，让企业文化通过创新表达重焕蓬勃生机。

## 5 结论

在国企发展中思想教育与宣传工作并非可有可无的附属环节，而是作为塑造企业文化、强化员工认同感的关键环节，以二者的协同推进为依托，才能让思想教育从僵化灌输的模式中摆脱，使宣传工作避免陷入流于表面的形式主义，唯有把思想教育穿插进日常管理当中。采用传播方式创新与实践导向强化的手段，让理念转化为可感知的形态，才会真正转化为企业的核心竞争力，思想教育绝不仅仅是传递价值观的一种手段，更是提升员工归属感、推动企业在长远发展道路上前行的深层动力，宣传工作的价值体现，正是在于令这一过程增添生动性并深入人心。

## [参考文献]

[1]张琪如.建党百年视域下“党的宣传工作制度”历史演变[J].山东社会科学,2021,(03):19-24.

[2]赵娟.宣传思想工作育人的理性思考与实践——评《宣传工作：忠诚与创新》[J].中国教育学刊,2022,(08):118.

[3]栗琳.多维度构建新时代国企宣传思想工作新格局[J].现代企业,2021,(09):109-110.

[4]周莉.新时期国企党建宣传工作创新的思路及途径分析[J].活力,2022,(10):85-87.

[5]柳占新,兰涛,董为民,等.新媒体环境下创新国有企业宣传思想工作的思考[J].中国集体经济,2022,(19):25-27.

## 作者简介：

闵逸文(1991--),女,汉族,陕西渭南人,硕士,政工师,研究方向：思想政治、党建工作。