

Research on the Path of the Cultural Construction of the Enterprise in the Era of Convergent Media to Play the Leading Role of Ideological and Political Education

Jing Xu

Three Gorges High-tech Information Technology Co., Ltd., Wuhan, Hubei, 430000, China

Abstract

The rapid advancement of converged media technology has revolutionized corporate culture development while providing diversified platforms for ideological and political guidance. This study examines the intrinsic connection between converged media and corporate culture, analyzing how its distinctive features reshape corporate identity and reinforce the core value of ideological leadership. Through three strategic dimensions—building an omnimedia communication matrix, creating immersive cultural experiences, and establishing data-driven mechanisms—the research explores innovative pathways for enhancing ideological guidance within corporate culture. These insights offer practical references for enterprises to strengthen ideological leadership and consolidate development consensus during digital transformation. The paper emphasizes the integration of theory and practice, presenting content that is both practical and accessible.

Keywords

converged media; corporate culture; ideological and political guidance; communication matrix; immersive experience; data-driven

融媒体时代企业文化建设发挥思政引领力的路径研究

许静

三峡高科信息技术有限责任公司, 中国·湖北 武汉 430000

摘要

融媒体技术的快速发展为企业文化建设带来了全新变革, 也为思政引领力的发挥提供了多元载体。本文从融媒体与企业文化建设的内在关联出发, 分析融媒体特征对企业文化的重要作用和思政引领力的核心价值, 进而从全媒体传播矩阵构建、沉浸式文化体验打造、数据驱动机制建立三个维度, 探索融媒体赋能企业文化思政引领力的创新路径, 为企业在数字化转型中强化思想引领、凝聚发展共识提供实践参考。全文聚焦理论与实践结合, 力求内容贴近实际、通俗易懂。

关键词

融媒体; 企业文化; 思政引领力; 传播矩阵; 沉浸式体验; 数据驱动

1 引言

新质生产力在现代经济中具有重要价值, 是实现经济增长、社会进步和可持续发展的重要推动力量。作为全球最大的发展中国家和制造业大国, 中国在应对新质生产力带来的挑战时, 其需要积极探索适应这一变革的新模式与新路径。这不仅关乎企业自身的生存与发展, 更对中国经济的整体竞争力具有深远影响。而在数字化浪潮推动下, 融媒体已变成信息传播的主流样式, 显著改变了企业与员工的沟通途径和文化建设样式。企业文化作为聚合员工干劲、引领发展的

走向的核心成分, 其打造质量直接关乎企业的凝聚性和竞争力, 思政引领力作为企业文化的精神中枢, 可为企业发展供给正确价值引导和精神保障^[1]。传统企业文化建设面临着传播途径单一、沉浸感欠佳、指向性不明确等状况, 阻碍了思政引领力的有效施展。因此, 探寻融媒体时代企业文化建设发挥思政引领力的有效办法, 成为企业实现高质量发展的重大课题, 对增强企业思想建设成效、凝聚员工共同认知具有重要实际意义。

2 融媒体时代企业文化建设与思政引领力的内在关联

2.1 融媒体特征对企业文化的重塑作用

融媒体多渠道整合的特性破除了传统企业文化单向传播的封闭局面, 使文化信息能够借助文字、图像、视频等多种形式在不同平台间流动, 使企业文化的传播范畴得到明显

【作者简介】许静 (1977-), 女, 中国湖北宜昌人, 硕士, 政工师, 从事马克思主义理论与思想政治教育, 企业文化研究。

拓展。融媒体的实时交互特性变革了企业文化建设里企业主控、员工被动接纳的传统格局，员工可借助评论、分享、反馈等途径参与文化建设进程，使企业文化从单向传播转变为双向协作的共建状态。融媒体内容的轻量化特性推动企业文化摒弃冗长乏味的文本展现，朝着更精炼、活泼、形象的表达样式转变，让抽象的企业价值观和思政理念更易于被员工领会和接纳。

2.2 思政引领力在企业文化建设中的核心价值

思政引领力给企业文化建设确立了清晰的价值指引，保障企业文化始终契合社会主流价值观和企业发展战略，让企业文化建设不偏离正轨^[2]。思政引领力依靠输送爱岗敬业、诚信友善、责任担当等核心理念，可有力汇聚员工的思想共识，降低内部认知差异，构建促进企业发展的合力。思政引领力给予员工精神层面的支撑与行为方面的准则，助力员工于工作中构建正确的职业观念和价值取向，规整职业举止，增强职业素养，推动员工与企业一同进步。



图1 企业文化

3 融媒体赋能企业文化思政引领力的创新路径

3.1 构建全媒体传播矩阵提升文化覆盖力

3.1.1 创建企业自媒体中央厨房式的内容产出体系

企业自媒体中央厨房式内容生产体系将统一的内容策划作为核心，融合企业内部宣传、党建、人力资源等多个部门的内容资源，构建起集中式的内容生产机制。该体系依靠成立专门的内容策划班子，围绕企业核心价值观、思政教育关键、员工关注热点等主题实施统一安排，保证文化内容和思政引领方向相契合。内容生产进程遵照“一次采集、多元生成、多渠道分发”的规则，将核心信息转化成契合不同平台传播的文本、图片、视频等多种样式，杜绝重复生产引发的资源浪费。中央厨房式体系设立了严苛的内容审核体制，由专业人员对创作的文化内容进行政治审查和质量把关，保障传播的信息精准规范、正面积极。

3.1.2 开发短视频、H5等新媒体文化产品

短视频凭借其时长适宜、形象直观的特性成为企业文化传播的关键载体，可把抽象的思政理念与企业价值观转变为具体可触的场景故事^[3]。企业可围绕劳模事迹、岗位标兵、

企业发展关键事件等材料制作短视频，凭借真实的人物和情节传递敬业奉献、创新进取等思政要义，使员工在观看时获得感染与启迪。H5产品依托互动性佳、形式多样的长处，可把思政知识嵌入趣味性的展现形式里，像通过图文组合、答题比拼、场景仿真等办法，让员工在参与时学习思政知识、体悟企业文化。这些新媒体文化产品可结合企业具体工作场景来进行创作，就像将安全生产、客户服务、团队协作等工作准则与思政理念相整合，让文化产品既具备教育价值又契合员工工作实情。

3.1.3 建立“两微两端”立体传播网络

两微即为微信以及微博两大平台。微信公众号作为企业官方信息披露的核心平台，可推送具有深度的文化素材和思政教育文稿，给员工供给系统的文化学习资料，借助定期推送达成持续的思想引导。微博平台凭借其传播速率快、交互性佳的特性，适宜发布企业动态、正能量案例这类轻量级内容，借助话题研讨、留言交流等方式调动员工加入积极性，塑造健康向上的舆论环境。两端则是包括企业APP以及其他专业视频平台（经过审核认证的专业平台，如抖音等）。企业APP作为独特传播途径，可融合各类文化资源与思政教育素材，为员工搭建个性化的学习接口，并且支持线上培训、知识考核等功能，推动思政教育的系统化开展。抖音平台依托其庞大的用户群体和强劲的传播效能，可借助趣味化、生活化的内容样式引发员工关注，把思政理念嵌入轻松欢快的短视频里，降低员工接纳的难度。

3.2 打造沉浸式文化体验场景增强感染力

3.2.1 利用VR/AR技术还原企业发展历程

VR技术借助搭建虚拟模拟情景，能够把企业的创业进程、发展重要节点、重大成果等内容进行真切还原，使员工“身临其境”地体会企业从起步到强盛的拼搏历程。员工利用VR设备可以迈入虚拟的企业历史展示厅，观摩企业初期的生产景象、关键项目的执行流程、老一辈创业者的拼搏事迹，真切感受企业发展的艰难与不易，进而提升对企业的认同感与自豪感。AR技术可实现虚拟信息与现实场景的融合，员工借助手机等设备对企业办公环境、生产车间等现实场景进行扫描，便可以引发相关的历史资料、文化故事等虚拟内容，让企业文化与现实工作场景达成无缝融合。

3.2.2 开发思政主题互动体验式应用

思政主题互动体验式应用把思政知识与企业文化嵌入游戏场景设计里，通过任务过关、积分积攒、荣誉排位等互动机制唤起员工的参与主动性。互动过程中可设置多样化的互动任务，每个环节都围绕着一个思政主题进行，像“诚信经营”“团队协作”“责任担当”等，员工借助完成互动任务掌握相关知识、贯彻相关理念。互动体验式应用可结合企业具体工作构建场景，像模拟客户沟通、项目攻关、突发事件处理等工作场景，让员工于互动当中学习应对问题的正确办法，同时增强思政理念在实际工作中的运用。应用可设置

员工相互之间的互动形式，像小组合作达成任务、好友对抗竞赛等，助力员工在互动体验中相互沟通、一同提升，营造良好的学习环境。

3.2.3 创建线上文化社区促进员工交流

线上文化社区搭建了一个突破空间局限的沟通平台，使不同岗位、不同地区的员工得以围绕企业和思政主题开展自由探讨与分享。社区可搭建主题板块，像“企业文化感悟”“思政学习心得”“岗位建功故事”等，鼓励员工发布原创篇章，交流自身对企业文化的认知以及践行思政理念的真实体验。社区具备点赞、评论、转发等互动功能的支持，员工可对优质内容予以肯定和扩散，创设乐观向上的社区环境，让正能量在员工彼此间相互流转。企业可利用社区举办线上主题活动，像文化征文大赛、心得交流分享会、思政知识问答竞赛等，促使员工积极投入，点燃员工的创作激情和学习主动性。线上文化社区可破除企业内部的部门隔阂与层级约束，让普通职工的心声获得倾听，让杰出的思想和经验得到宣扬，推动企业文化在员工的交流互动中不断充实和进步，使思政引领力借助员工之间的相互作用得以增强。

3.3 建立数据驱动的精准思政工作机制

3.3.1 构建员工思想动态大数据监测平台

员工思想动态大数据监测平台借助整合企业内部各类交互数据、学习档案、反馈资讯等资源，构建全面呈现员工思想状况的数据库^[4]。平台汇聚员工在企业APP、线上社区、问卷调查等渠道的行为数据及言论资料，涵盖员工针对文化内容的浏览时长、互动频次、留言详情、学习进展等，全方位捕捉员工的思想趋向和关注焦点。平台针对所收集的数据开展分类梳理与趋势研判，找出员工在思想认识层面存在的共性状况和个性需要，像对企业文化的理解误差、在职业成长中的迷茫等，为思政工作提供精准支撑。监测平台构建常态化的数据更新体系，能够实时跟进员工思想态势的改变，迅速察觉思想起伏和潜在隐患，让思政工作可以提前干预、主动疏导。

3.3.2 实施个性化文化内容推送策略

个性化文化内容推送策略依托员工思想动态大数据监测平台的分析成果，按照员工的岗位特征、兴趣喜好、思想情形等因素制订差异化的内容推送规划。针对刚入职的员工，发送企业发展轨迹、核心价值观念、规章制度等基础文化相关内容，助力其迅速融入企业；面向核心岗位工作人员，投放责任担负、创新开拓、行业前沿等相关资讯，增强其职业能力和精神境界；针对思想方面存有困惑的员工，发送励

志故事、心理安抚、经验传授等内容，助力其消除疑惑、坚定信念。推送方式按照员工的使用喜好来选定，对喜爱短视频的员工多推送视频类素材，倾向深度阅读的员工多推送文章类资讯，保证内容能够有效送达。推送频率按照员工的学习进展和反馈情形予以调整，防止信息过量引发抵触心理，同时维持内容的连贯性和新颖感。

3.3.3 完善舆情分级响应与处置流程

企业构建完善的舆情监测体系，利用全媒体渠道实时搜集员工在工作生活中关注的热门问题、负面话语和意见诉求，保证舆情信息能够及时察觉。舆情分级响应机制按照舆情的波及范围、危害程度将其划分成不同等级，界定各级舆情的响应主体和处理权限，一般舆情由部门负责人进行处理，重大舆情由企业管理层统筹处理。就所察觉的舆情信息而言，相关责任单位要在规定时段内开展核查探究，精准掌握舆情的实际状况和形成缘由，拟定具有针对性的处理方案。处置期间坚守公开透明的规则，借助官方途径迅速发布真实资讯，澄清虚假传言，解答员工诉求，与此同时开展沟通阐释工作，消除矛盾隔阂。舆情处理结束后，有关部门对处理成效开展跟踪评价，归纳经验教训，优化相关制度流程，防范类似舆情再次出现。

4 结语

融媒体时代企业文化建设思政引领效能给予了多样的载体与途径，通过搭建全媒体传播体系、塑造沉浸式文化体验情境、构建数据驱动的精细思政工作体系，能够有力攻克传统企业文化建设的困境，增强思政引领的覆盖范围、吸引力和精准度。企业文化建设与思政引领力的深度结合，既能够为企业前行提供正确的价值指引和精神依托，又能够助力员工全面发展、强化企业内聚力。伴随融媒体技术的不断进步，企业文化建设发挥思政引领作用的途径将更为多样，需要企业持续钻研创新，逐步提高思想建设水准。

参考文献

- [1] 汪欣勇.融媒体时代企业文化品牌建设路径[J].现代企业文化,2025,(15):13-15.
- [2] 王思宇.融媒体赋能企业文化传播的路径研究[J].常州信息职业技术学院学报,2023,22(06):94-96.
- [3] 苏頲鹏.融媒体背景下中小企业文化品牌传播的实践探索——以抖音自媒体平台为例[J].佳木斯大学社会科学学报,2021,39(01):97-99+113.
- [4] 刘月.融媒体时代做好企业文化建设的创新思考[J].中外企业文化,2020,(09):33-34.