

全方位加强企业团组织建设之我见

■ 刘旭鸿

企业团组织建设是党的建设的重要一环,把企业共青团工作做实做强,有利于推进企业先进文化建设和高素质人才发展,有利于通过共青团工作来解决青年员工遇到的难题,从而让企业青年员工更好地团结在党组织周围。为了更好地发挥共青团在企业建设中的积极作用,现就加强企业全方位推动团组织建设更优更强工作,提出如下建议。

一、组织开展形式多样的思想教育活动,强化思想引领之责

团组织是党所领导的先进青年群众组织,企业要始终将团建工作作为企业党建工作体系的重要组成部分,充分发挥团组织的助手和主力军作用。

企业团委在加深理论学习的同时,要带领团员青年立足自身工作岗位,以基层团组织规范化建设为核心,推进企业团支部规范化建设。企业团委应该坚持把青年思想政治建设作为根本任务,求实、务实、扎实开展学习教育,不断增强广大团员青年政治信念和理论素养,激发他们干事创业的精气神。

企业团委要始终坚持加强群团组织自身建设。学习是团干部锤炼党性、提升本领的基础,要抓好团员青年学习培训,培养优秀青年人才。要找准工作结合点和着力点,增强群团组织的吸引力、影响力。

要在企业高质量发展中发挥思想政治工作的重要作用。思想政治工作对于企业经营管理与可持续发展健康发展有着直接影响,思想政治工作是企业发展的生命线,科

学有效地开展思想政治工作,不仅能够提升企业管理成效、提高企业发展质量,凝聚员工思想意识,还能增强企业文化自信,为企业转型升级、改革发展提供强大的精神动力、思想保证。

要在密切联系青年中筑牢共青团的力量源泉。要重点抓好企业团委联系青年制度,要深入基层、深入青年,使团干部联系青年成为常态化、系统化、制度化,在每日的工作中,把团委的工作一步一步向前推进,着力发挥好基层团组织的堡垒作用。

二、增强基层团组织建设的能力和水平,夯实组织建设之基

加强企业团组织建设,既要依靠企业党建工作,又要依托团组织自身建设,紧紧围绕企业发展,强化党团密切合作,是做好企业团组织建设的重要途径。要把团的建设融入党的建设,在推进党建的同时发展团的建设,做到党建与团建资源共建、资源共享,真正打造企业党团组织一体化发展的新面貌。

要进一步加强企业团支部规范化建设。在实际工作中,要注重做好团的制度建设、档案建设,在工作考核上,既要实行上级团组织指导、督查,也要加强同级党组织工作考核,要根据实际工作,制定考核内容和考核项目,把考评结果作为推进工作的主要依据,将考核结果与政策兑现相衔接,搞好奖优罚劣。

要进一步打造“青年文明号”“青年突击队”。结合建团百年、“七一”以及国庆,开展特色主题团日活动,凝聚团员青年发展共识、

奋进力量。

三、开展适应青年发展需求的特色工作,全面服务青年之需

青年是企业生产经营的生力军和突击队,企业团组织要注重青年员工素质提升,实施青年员工成才计划,形成高素质人才梯队,为企业高质量发展提供源源不断的青年人才。把服务青年成长成才作为第一追求,要为青年员工提供全方位服务,为青年建造一个可以展示自我的平台,引导青年员工凝心聚力,在推进高质量发展的同时实现自我的价值。

企业团干部既要深化政治理论学习,不断提高自身综合素质,增强其自身适应性,还要将负责的团建工作同企业发展和青年之需紧密结合。工作中,要以身作则,通过不定期深入一线走访调研、谈心谈话、集中座谈、面对面沟通交流等形式,广泛收集职工意见建议,同青年团员紧密联系与沟通,掌握他们的思想动态,设身处地关心关爱他们的健康成长。

企业团委要通过不定期组织开展多渠道、多层次的文化教育,开展全员性、人人参与的活动,帮助青工提高思想道德素质和业务技能素质。要构建渠道多样化、职工参加互动化、开展学习层次化的学习活动制度体系,创造良好的学习条件、学习氛围、学习秩序,造就一支业务熟练、技术能力强、高素质、高知识的团员团干队伍,进一步发挥团组织党的助手和后备军作用。

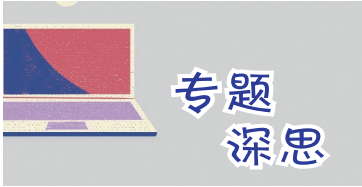
要积极搭建青年员工成长成

才的平台。要深入基层主动服务青年员工,了解青年员工心声,服务青年员工成长。开展内容丰富、喜闻乐见的青年岗位练兵和技术比武活动,将青年中表现突出的人才进行造册登记,作为优秀的后备干部,向上级推荐。同时,给青年员工提供各种文化活动阵地,开展中华优秀传统文化教育和培训,增强青年员工的文化自信和干事创业的积极性,切实提高青工员工的文化素质和业务能力,进一步激发青年员工爱国爱企的良好精神风貌。

企业团组织要在企业生产建设中进一步发挥效力、凝聚力。要强化创新意识,从改革发展着眼,改进工作方式和工作内容,努力融入企业改革、发展的全过程,使企业团组织建设与企业发展相适应,使团组织在企业中的作用得到进一步提升,参与企业经济的效果更加彰显,从而推进青年员工在企业高质量发展过程中发挥重要作用,使得青年员工的创造性得到进一步提高。

新时代新征程,新目标新使命。企业团组织要久久为功、敢闯敢试、改革创新,努力把团员青年凝聚起来、组织起来,以实际行动在全面推进中华民族伟大复兴的实践中作出新的更大的贡献。

(作者单位:晋能控股煤业集团文体服务中心)



浅谈多元化传播时代新闻作品的速度深度温度

■ 李虎威

随着时代的发展,移动传播打破了以纸媒和电视为代表的传统媒体的传播格局,新闻的策划、采访、编辑、发布工作流程也随着“移动优先”等新技术的应用,使得新闻产品的生产者、传播者和读者,产生了新的理念、方式和生态。在多元化传播时代,新闻工作如何做到更有速度、深度和温度? 本文就此展开论述。

一、新传播格局下,新闻更应讲速度

现在是信息爆炸的时代,各类新闻媒介、传播平台大展身手。可以说,谁快谁就占得了先机,集中表现为“速度”。

这个“速度”,考验的是记者的新闻素养,也是记者平时工作中对事件的思考和认识,是综合知识的储备,是新闻技能的全面展示,也是记者人生阅历、工作经验的展现。

讲速度,简单说就是“快”。快的背后是充足的、到位的准备,也就是“不打无准备之仗”。笔者在多年的新闻实践中总结出这么几条经验:一要上接天线,下接地气,紧跟党中央和各级党委、政府的工作节奏,关注社会民生,盯紧各类热点事件、热点人物;二要紧编审发各环节协同作战,一旦遇到突发新闻,全单位形成一盘棋,协同作战、全员聚焦,进入第一现场,抢得一手资料,发出首家报道;要坚持媒体融合、移动优先,先网后报、先网后台,迅速形成舆论声势。

比如,2020年4月8日《临汾日报》公众号发出的报道《申张正义,铁腕拆违! 临汾解放西路54号院被依法拆除》,就是在临汾进行城市更新的大背景之下,位于临汾尧都区解放路与花果街交叉口东南角的违法建筑,因建设过程中存在违规行为而受到全社会的关注,群众在谴责违法者的同时对临汾市委、市政府充满了期待。针对这一社会热点,笔者16个小时坚守在高层楼顶,用延时

拍摄手法全面记录拆违过程。与此同时,后台的编辑、报审等工作流程紧张展开。拆违工作结束后,新闻很快发出,引得微信朋友圈网友纷纷留言点赞。

当前,在媒体融合的形势下,很多传统媒体都形成了两个编辑部,以纸媒为例,一个是传统的编辑部,一个是新媒体编辑部。新媒体编辑部就要适应、融入、创新,打破传统的思维定势和工作方式,创新工作模式,盯住“快”字做文章,把传统媒体的力道与新媒体形式的模式深度嫁接,打造出全新的新闻传播格局,让传统媒体焕发光彩。

二、新传播格局下,新闻更应讲深度

2009年,笔者在采访中发现,在校大学生孟佩杰一边读书,一边照顾瘫痪的养母。这样的日子从她8岁时开始,整整持续了11年。凭着新闻敏感,笔者决定跟踪采访,深度报道孟佩杰。

提起深度报道,大家都明白,这是一种系统地反映重大新闻事件和社会问题,深入挖掘和阐明事件的因果关系,以揭示其实质和意义的工作节奏,关注社会民生,盯紧各类热点事件、热点人物;二要紧编审发各环节协同作战,一旦遇到突发新闻,全单位形成一盘棋,协同作战、全员聚焦,进入第一现场,抢得一手资料,发出首家报道;要坚持媒体融合、移动优先,先网后报、先网后台,迅速形成舆论声势。

在这个信息爆炸的时代,媒体不能片面追求流量吸引眼球,而要牢记“两个服务”的宗旨,把真相呈现给社会、还原给读者,展现出党媒的责任和担当。

在具体呈现方式上,要避免坐在办公室抄材料转文件,把新闻写作过程搞成了“复印机”,这样的报道是僵化而没有生命力的,更没有受众;要见人到场,脚沾泥土、腿带露珠、心有感情地走进田间地头,走进群众心里,写出

让人信服的场景,展现最真实的生活;要用老百姓熟悉的、最朴实的语言,选取身边的普通人身上发生的接地气的案例,以群众的视角和感受,拍摄新闻,讲述故事;要多角度、深层次,既把握宏观的宣传基调,也抓住微观和细微之处,抓住新闻事件中的多场景展示,多线索叙事、多角度拍摄,力争收到“宏观场面见阳光,细微之处见真情”的效果。

孟佩杰知孝感恩、无怨无悔照顾养母的事迹已经持续了十几年,笔者小小一个版面的报道远不足以深刻反映她生活的全部。《久病床前有孝女的孟佩杰》刊发后,不仅在社会上引起了强烈反响,而且受到了新华社等中央媒体的关注。孟佩杰荣获“2011感动中国人物”“全国孝老爱亲道德模范”“全国三八红旗手”“中国青年五四奖章”等称号。

三、新传播格局下,新闻更应讲温度

“有温度”的新闻是指那些关注社会民生、传递温暖正能量的新闻报道。这类报道不仅可以给我们带来心灵上的抚慰,还能够激发我们的爱心和正能量。在新的传播格局下,一些“浸入式”的新闻报道以温度打动和吸引受众,越来越受到人们的关注和追捧,更有一些自媒体账号动辄点击量破10万+。这类报道在探索和尝试中用生动、鲜活、具有感染力的方式,让更多的人了解人性的温暖、社会的和谐。

比如,2012年2月16日刊发在《临汾日报》的《两毛钱的大爱》,是笔者在深入采访中了解到的。新闻主人公茹向辉用三年一千多天,扛了一万多桶水,爬了数不清的台阶,从送出每桶水的利润中拿出两毛钱的爱心滋润着贫困孩子的心。截至2012年2月,茹向辉已累计捐款2000余元。报道标题《两毛钱的大爱》就是紧紧抠住茹向辉的朴实语言“两毛钱起不了大作用,但我愿

用一生去做。”在这个新闻实践过程中,笔者深入普通群众,深入社会一线,把普通群众的生活现状、实际感受,用镜头和文字贴切地还原出来,在文风上做到了力戒浮夸、僵化之气。报道发出后,在社会上引起强烈反响,新闻主人公茹向辉当选为山西省第十二届人大代表,被评为第四届山西省道德模范。

笔者探索总结出了做有“温度”报道的经验和做法。新闻是“易碎品”,然而,记者通过自己的努力,完全可以把它做成触动读者心灵的“文化盛宴”。一是要静下心来、沉下身,走出办公室,深挖事件信息,遇到好题材,要盯紧、抓住、深入、跟踪,好的报道角度和新闻内涵自然也就提炼出来了;二是要提高新闻线索的鉴别能力,坚持把新闻理论活学活用,牢牢把握时代主流价值,将真实的、积极的、阳光的、向上的新闻事件展现给受众,以展现人间真情,营造社会正能量;三是要拉近报道距离,笔者发现,距离采访对象越近,写出来的新闻报道越鲜活,越受受众欢迎,采写有温度的新闻报道,必须要深入到第一线,与新闻主人公同吃、同住、同劳动,这样才能够把他在生活中的辛劳甘苦、爱恨情仇等人格魅力全方位、立体地跃然纸上;四是要切记小处着眼、细处入手,写新闻,不能追求面面俱到,而要把握新闻主人公的最惹人、最亮眼的特点展示出来。

总之,速度、深度和温度,是新闻报道不可或缺的三个维度,它们相互关联、相互促进,共同构成了新闻报道的核心价值。在新闻报道中注重速度、深度和温度的提升,有助于满足公众信息需求、引导社会舆论、推动社会进步和发展。

(作者单位:临汾日报社)



思想纵横

新闻立台、民生为本。对于吕梁市融媒体中心而言,开播已经十年之久的《第一民生》,一直是核心所在、品牌力量所在。那么,《第一民生》是如何定位、如何运作、如何成长的? 本文就此展开论述。

《第一民生》是由吕梁市融媒体中心在原品牌节目《吕梁时空》的基础上改版而来。《吕梁时空》以主持人说新闻为鲜明特色,开创了吕梁广电传媒民生新闻的先河。栏目开办十多年,始终坚持围绕中心、服务大局的理念,牢牢把握正确的舆论导向,坚持先进文化的宣传基调,弘扬真善美、鞭挞假丑恶,发挥了民生栏目服务大众、贴近百姓、倾听民生的作用,有着不错的口碑。但是,随着时间的推移、经济的发展以及观念的更新,节目的包装、时长、版块的设置,内容的单一都制约了栏目的发展。为此,吕梁市融媒体中心结合宣传形式和栏目部实际,对栏目进行了全方位改版。

《吕梁时空》的改版、升级思路,从2013年年初就已经提出,栏目组按照“请进来”“走出去”的思路,全面广泛学习国内其他地市类似节目的先进经验,并根据自身实际情况进行改造利用,组织专人先后收听收看了国内近200家电视台的民生节目,并逐一制表、截图进行分析。与此同时,还邀请了台内一些资深的记者、编辑,就《吕梁时空》的改版工作进行指导,广泛听取大家的意见和建议。2013年底,《吕梁时空》改版的思路及架构初步形成,节目开始进入试制作阶段。2014年3月,节目所有的包装、调试、试运行工作全面完成;同年3月19日,由《吕梁时空》改版升级而创办的《第一民生》节目与观众见面。

在改版之初,《吕梁时空》的名称是否改变,成为整个栏目首要考虑的问题。如果改,《吕梁时空》开办近十年的时间,有其固定的收视群体和社会影响力;如果不改,固有的局面无法打破。几经讨论,栏目组决定大破大立,对节目全面实行改版,其中包括更改节目名称。

节目的名称,如何能最大限度体现一个节目的特色? 大家提出了一个词——民生,“第一民生”这一名称的概念初步形成。经过多次论证,这一名称被最终保留并呈现在大家面前。“第一民生”既贴切地说明了节目的主旨,又很好地体现了节目的特色。可以说,“第一民生”能够让大家有一个直观的感受,即“第一民生”是一个为大众、为老百姓服务的栏目。

《第一民生》是从节目内容、主持风格、栏目结构、包装形式等方面彻头彻尾地一次改版。改版后,节目时间更长、版块设置更加科学合理,看点更多、更鲜活,包装更时尚、有特色,主持方式更加亲民、生活化。改版后,节目的时长由原来的15分钟增加到了35分钟,在版块的设置上过去相比有了非常大的改变,分为三大版块。

第一版块是民生民事,这个部分延续了原来节目的风格,主要是报道吕梁及各县(市、区)的民生新闻。这个版块还包含了两个子栏目,即民生心声和8331890。民生心声加强了观众的沟通、交流、互动,让大家从幕后走到台前,面对镜头说出自己的观点和心里话;8331890是吕梁的一拨就灵,广大市民通过热线电话咨询和反映问题,栏目组在和有关部门进行沟通后,第一时间给大家进行回复和解答。这样在无形中用电话这么一条有形的线,为观众和相关职能部门之间架起了一座无形的桥。另外,节目组还根据实际,开设了“有才你就来”这么一个小版块,增加节目看点,为大众提供展示自我的平台。

第二个版块是民生联播,通过加入全国城市电视台联盟平台,与全国128家城市台共享节目源,每天从中选取四五条新闻,让本地的观众在家里就可以了解到其他城市发生的新鲜事儿,丰富和充实节目的内容。

第三个版块是民生图说,主要以图片为主,有大美吕梁、民生万象、图片新闻、好书推荐、地名志、影片推荐、微信新闻、历史上的今天、天气预报等小版块。

新的节目推出之后,节目组第一时间开通了微信公众平台,每天定时更新上传栏目所播出的节目,并提供问题咨询、举报、信息反馈、生活服务等功能。经过几年的运行,《第一民生》微信公众粉丝实现了从零到30万的积累,一举成为吕梁最有影响力的官方微信公众平台,社会影响力日益凸显。全新的《第一民生》本着“替百姓解难、为政府分忧”的宗旨,以民生为内容、民生为取向,密切关注百姓的衣食住行、喜怒哀乐,关切百姓的忧患疾困、生活百态,让新闻力量致力民生、贴近民生、服务民生。

通过十年的运行,《第一民生》品牌已经形成,公信力、影响力不断增加。《第一民生》在为百姓解难事、办实事,为吕梁优化发展环境、推动社会和谐稳定发展中发挥了积极的作用,也为全市群众开启了一个全新的民生新闻视窗。

2023年,《第一民生》年播出时长10000分钟,刊播新闻近1500条。传统媒体端推出的《一村一品》《凡人善举 温暖吕梁》《走进乡村看变化》《春耕备耕正当时》《春日里的吕梁》《雷锋精神代代传》《3·15我们在行动》《在希望的田野上》等专栏受到了吕梁市委市政府的高度肯定。其中《凡人善举 温暖吕梁》系列报道荣获第32届山西新闻奖一等奖。新媒体端的《第一民生》也实现了突破,2023年推出短视频700条,其中,单条点击量最高400余万,《幼童突发昏厥 医院保安百米冲刺送入急诊室》获山西新闻奖三等奖,这也是吕梁市融媒体中心首次荣获山西新闻奖的新媒体作品。

对于节目今后的发展,笔者认为,要不断做实节目内容,紧跟观众步伐,增强节目影响力、提高节目收视率是我们追求的目标。总之,民生新闻的本质是群众话语的体现,而放眼大局,摆脱传统,不断创新,努力与老百姓提供平等交流的话语空间,为大家提供优质的、喜闻乐见的电视节目则是此类节目常办常新、长办长红的根本所在。在稳固品牌影响力的同时,进一步扩大品牌的知名度和美誉度,提高媒体的公信力,应是这类节目永恒的追求。

(作者单位:吕梁市融媒体中心)

浅谈吕梁市融媒体中心《第一民生》节目的定位与运作

■ 李亮亮

欢迎赐稿

各位读者:

多年来,本报理论版面受到省委宣传部高度好评。经过改版后的《理论·践悟》版定位为择优刊发来自各行各业理论联系实际的经验、探索性文章。

为更好地把理论精髓呈现给广大读者,《理论·践悟》版长期征稿,欢迎踊跃赐稿,请勿一稿多投。

投稿邮箱:sxjrbsltb@163.com