

绘就乡村全面振兴新画卷

——专家解读《乡村全面振兴规划(2024-2027年)》

近日,中共中央、国务院印发《乡村全面振兴规划(2024-2027年)》,科学谋划、系统部署今后一段时间乡村全面振兴重点工作。

实施乡村振兴战略,是新时代新征程“三农”工作的总抓手。这份文件有哪些重点、亮点?记者22日采访了业内专家进行解读。

城乡融合发展,分类有序推进乡村全面振兴

规划明确,坚持城乡融合发展,对优化城乡发展格局,分类有序推进乡村全面振兴作出部署。

“城乡融合发展是中国式现代化的必然要求。”中国城市和小城镇改革发展中心主任高国力认为,我国人口众多,城乡将长期共生并存,这是客观规律。当前,走城乡融合发展之路,推进乡村全面振兴,意义十分重大。

高国力指出,要从全局和战略的高度把握和处理城乡关系,统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴,落实落细目标任务,促进城乡要素平等交换、双向流动,缩小城乡差别,推动城乡共同繁荣发展。

专家表示,要畅通城乡人口流动渠道,实施新一轮农业转移人口市民化行动,推行由常住地登记户口提供基本公共服务制度,完善“人地钱挂钩”政策,推动城镇基本公共服务覆盖全部常住人口,并保障进城落户农民合法土地权益,依法维护进城落户农民的土地承包权、宅基地使用权、集体收益分配权。

高国力表示,要推动城乡基础设施和公共服务统筹发展,加快县域城乡融合发展,率先在县域内破除

城乡二元结构。推进以县城为重要载体的城镇化建设,提升县城市政公用设施建设水平和基本公共服务、产业配套功能,增强对乡村的辐射和带动能力。

建设农业强国,全方位夯实粮食安全根基

14亿多人人口要吃饭,这是中国最大的国情。“确保国家粮食安全”“全方位夯实粮食安全根基”等内容,被写入规划。

国家发展改革委宏观经济研究院院长黄汉权表示,近年来我国深入实施藏粮于地、藏粮于技战略,农业综合生产能力稳步提高。2024年,我国粮食产量首次迈上1.4万亿斤新台阶,人均粮食占有量500公斤左右,远超国际公认的400公斤安全线。14亿多中国人的饭碗越端越稳、吃得越来越好。

专家指出,各地要始终把保障粮食和重要农产品稳定安全供给摆在首要位置,坚持稳面积、增单产两手发力,深入实施新一轮千亿斤粮食产能提升行动和粮食单产提升工程。优化农业生产结构,稳步扩大大豆油料等短缺农产品生产。加强农业基础设施建设,逐步把具备条件的永久基本农田建成高标准农田。加快农业关键核心技术攻关,强化良种良法良机集成配套和推广应用。

南京农业大学教授朱晶注意到,在加大粮食生产支持力度方面,文件提出完善粮食主产区利益补偿机制、统筹建立粮食产销区省际横向利益补偿机制等,这些举措将更加有利于激励粮食主产区重农抓粮,让主产区抓粮得实惠、不吃亏,进一步激发地

方发展粮食生产的积极性,同时有利于构建饭碗一起端、责任一起扛的粮食安全格局。

规划提出,树立大农业观、大食物观,农林牧渔并举,构建多元化食物供给体系。对此,朱晶表示,我国有着广阔的林地、草地、江河湖海等资源,要打破食物主要来源于耕地的传统观念,在保护好生态环境前提下,向森林草原江河湖海、向植物动物微生物要热量、要蛋白,全方位挖掘食物供给潜力,多途径开发丰富食物品种,丰富百姓的“粮仓”。

拓宽增收渠道,促进农民收入增长

检验农村工作实效的一个重要尺度,就是看农民的钱袋子鼓起来没有。专家表示,保持农村居民收入增速持续高于城镇居民、高于GDP增速,迫切需要千方百计拓宽农民增收渠道,不断提高低收入群体特别是脱贫群众收入水平。

产业兴旺是农民增收的坚实基础。当前,“农业+”文化、教育、旅游、康养等新业态不断涌现,农村电子商务快速发展,一大批小而精、特而美的优势特色农业品牌打响……乡村产业日渐红火。

黄汉权表示,乡村产业振兴,要把“土特产”三个字琢磨透,立足乡土资源,大力发展地域特征鲜明、乡土气息浓厚的多样化特色产业,开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值。推进农村产业融合发展,创新发展乡村新产业新业态。同时,强化就业服务,多措并举促进农民工稳岗就业;引导和规范以出租、合作开发、入股经营等方式盘活利用农村资源资产,

增加农民财产性收入。

规划明确,确保农村人口不发生规模性返贫致贫。专家表示,要强化监测和帮扶举措,完善覆盖农村人口的常态化防止返贫致贫机制。突出产业帮扶、做好就业帮扶等,提升和增强脱贫群众和脱贫地区“造血”能力。要建立农村低收入人口和欠发达地区分层分类帮扶制度,推动帮扶政策体系向推进乡村全面振兴转换,加快补上脱贫地区农村基础设施短板,增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力。

建设宜居宜业和美乡村,增进农民福祉

乡风文明、人居环境、乡村人才、农村基层组织建设……规划作出多项部署,提升乡村建设水平、乡村治理水平。

受访专家指出,近年来,我国农村人口分布、年龄结构出现明显变化。这就要求在乡村建设方面,更加注重适度有效;在公共服务均等化供给的基础上,更加注重提升效率;在城乡一体化治理中,更加注重增强效能。

黄汉权表示,乡村建设要学习运用“千万工程”经验,不断提高乡村基础设施完备度、公共服务便利度、人居环境舒适度,逐步使农村基本具备现代生活条件。

在黄汉权看来,提升乡村治理水平,要建立健全党委领导、政府负责、民主协商、社会协同、公众参与、法治保障、科技支撑的现代乡村社会治理体制和自治、法治、德治相结合的乡村社会治理体系。深入推进抓党建促乡村全面振兴,提升农村基层党组织凝聚力和战斗力。坚持和发展新时代“枫桥经验”,夯实平安乡村建设根基。推进乡村治理数字化,加快数字乡村建设。

改革是乡村振兴的重要法宝。专家指出,推进乡村全面振兴,要全面深化农村改革,让农村资源要素活化起来,让广大农民积极性和创造性迸发出来。

新华社北京1月22日电

国企宣传思想文化工作思路探讨

□ 贾红武

作者简介:贾红武,1979年09月生,男,山西洪洞人,2012年1月毕业于中北大,冶金工程专业,本科,现为政工师。

摘要:国企宣传思想文化工作,作为塑造企业形象、凝聚员工力量、引领社会风尚的重要载体,在新时代背景下它不仅关乎企业文化的传承与创新,更是提升企业软实力、增强市场竞争力的关键所在。通过有效的宣传思想文化工作,国企能够更好地展现其使命担当和社会责任,促进内外部和谐,为企业的高质量发展提供强大的精神动力和舆论支持。

关键词:国企宣传;思想文化工作;企业形象;员工凝聚;社会风尚

引言

在社会快速发展、全球化深入推进的今天,信息传播速度之快、涉及面之广、文化多元、文化交融、科技创新突破,是我们进入的一个特点鲜明、最为显著的全新时代。在这样的大背景下,研究新时期宣传思想文化工作的现实意义和理论价值,不仅是一个国家和民族软实力的重要体现,也是推动社会进步、引领时代潮流的关键力量。

一、新时期做好国有企业宣传思想工作的重要性

(一)塑造企业文化与品牌形象

国有企业文化,是体现企业内在凝聚力和外在竞争力之源的核心价值、经营理念和行为准则的企业灵魂。通过卓有成效的宣传思想工作,提升员工对企业的认同感和归属感,增强企业整体凝聚力;国有企业可通过生动形象的方式,向社会公众展示企业文化。国企宣传思想文化工作开展过程中,通过传播企业正面形象、成功案例、社会责任等方式,宣传思想工作能够塑造一个积极向上、踏实可靠的国有企业品牌形象,这一形象既有



作者简介:邱晓刚,1973年06月生,男,山西吉县人,1997年6月毕业于山西大学师范学院,地理教育专业,本科,现为政工师。

摘要:国有企业宣传中,创新媒体融合作为新时代宣传工作的新趋势,正逐渐成为国有企业提升品牌形象、增强社会影响力的方法,通过融合传统媒体与新兴媒体优势,国有企业能够更加精准地定位目标受众,以更加生动、多样的形式传递企业价值和文化,从而有效提升宣传效果。本文分析了媒体融合理论,探讨媒体融合在国有企业宣传工作中发挥的突出作用,并且解析国有企业宣传工作中媒体融合的创新应用策略。

关键词:国有企业宣传;创新媒体融合;品牌形象;社会影响力;宣传效果

引言:

我国正处于深化改革的重要阶段,人们的物质生活水平不断得到提升,人们对精神文明生活也有了越来越高的要求。在信息化时代背景下,国有企业宣传要与市场相结合,也要扎根受众内部,深入了解受众的所思所想。但是,在不同地区的宣传形式也不同。因此,需要了解国有企业宣传发展与产业之间的关系,更好地将两者结合,促进国有经济快速发展。

一、媒体融合理论概述

媒体融合是指在内容、平台、渠道、管理等各个层面的传统媒体与新兴媒介的深度融合,旨在构建信息传播的多元化体系。该理论通过各种媒介资源的整合,强调以用户需求为导向,做到信息无缝连接,传播高效。媒介融合为企业宣传提供了一条新的平台、一条渠道的媒体产业生态格局发生了新的变化。国有企业在媒体融合的大背景下,为创新宣传方式、增强宣传效果,能够充分利用新媒体的交互性、即时性和广泛性等特点。与此同时,为了更好的满足用户的需要和期望,媒体融合还要求国企加强内容创新,提升信息质量。

二、媒体融合在国有企业宣传工作中发挥的突出作用

(一)媒体融合有利于扩大宣传效果

媒体融合在企业宣传工作中有着至关重要的突出作用,其中最显著的一点就是宣传效果能够得到很大的拓展。局限于传播渠道和受众范围的报纸、电视等传统媒体,往往很难做到覆盖

利于吸引优秀人才、留住优秀人才,又能提升消费者对企业的信赖感,对企业长远发展起到推动作用。

(二)引导舆论,维护社会稳定

作为国民经济的支柱和社会责任的承担者,国有企业的宣传思想工作,在引导社会舆论、维护社会稳定方面的作用是十分重要的。在信息爆炸的年代,国有企业的宣传思想工作处于各种声音交织之中,极易形成扑朔迷离的舆论环境。通过正面宣传,国有企业能够及时准确地将企业信息传递出去,回应社会关切,使舆论得到有效引导,避免产生误解,防止负面信息不胫而走。在关键时刻,还能稳定社会情绪,提升社会公众对企业的信任度和支持度,为社会和谐稳定添砖加瓦,既有利于维护企业形象和信誉。

(三)激发员工活力,促进创新发展

国企宣传思想工作的关键一环是职工是企业发展的核心力量,是激发职工活力的关键一环。国企通过对企业创新理念、优秀文化的宣传,激发广大职工的创新精神和创造活力,营造积极向上的工作氛围。当员工感受到企业对自己的尊重与认可时,就会更加主动地投入到工作中去,不断地精益求精,开拓创新,这种活力的激发,不仅可以促进企业整体业绩的提升,在激烈的市场竞争中,也可以为企业带来持续的竞争优势,促进企业继续前进。

二、国企宣传思想文化工作思路

(一)着力强化理论武装,增强思想引领力

国有企业宣传思想文化工作在新的时代背景下,以强化理论武装、增强思想引领为重点,是国有企业必须坚持以马克思主义为指导,深入学习贯彻党的创新理论,特别是习近平新时代中国特色社会主义思想,确保企业宣传思想文化工作始终保持正确的政治方向,这是国有企业宣传思想文化工作的首要任务,也是提高职工政治素养和思想觉悟是理论武装的核心。要引导职工深入领会党的路线方针政策,掌握科学的世界观和方法论,国



面广。而媒体融合打破了这种局限,是通过多种媒体资源的整合。在新媒体平台上,企业可以将宣传内容以更生动直观的方式呈现在受众面前,包括社交媒体、短视频、直播等形式。这些用户基础广泛、互动性强的新媒体平台,让宣传传播迅速,引发受众关注和热议。

(二)媒体融合有利于树立先进典型

企业宣传工作中媒体融合的第二突出作用,就是帮助树立先进典型。在传统媒体时代,典型树立往往是依靠单一的报道形式,很难把典型人物或事迹的丰富内涵,全面地、深入地表现出来。而媒体融合为企业提供了比较立体的、生动的典型塑造方式,通过多样化的传播手段和渠道。企业的先进典型的优秀品质和突出成就就可以通过多种媒介的综合运用,如文字、图片、视频、音频等各种媒介形式得到全方位的展示。同时新媒体平台的交互性和即时性也使受众参与典型塑造讨论更加方便,典型感染力及影响力进一步增强。

(三)有利于品牌形象建设

国有企业宣传工作中,通过对多种媒体资源的综合运用,使企业的品牌理念、企业文化、核心价值等得到更精准的传递,从而使企业的品牌形象更加鲜明立体地展现在世人面前。新媒体平台的交互性和即时性,使企业在提升品牌亲和力和认知度的同时,也能对受众的反馈做出快速反应,及时调整品牌战略。

三、国有企业宣传工作中媒体融合的创新应用策略

(一)加强宣传人员培训,建设宣传人才队伍

企业的宣传工作在媒介融合的背景下的创新应用,离不开一支高素质的、专业化的宣传人才队伍,而企业的宣传工作的创新应用离不开一个高素质的专业化的宣传人才。对宣传人员的培训教育,是企业必须加强的,以便于一支队伍的建设。一是企业要经常组织宣传人员参加媒体融合相关的培训课程,帮助他们掌握新媒体平台的使用技巧、内容创作的方法和传播策略,促进其业务水平的提高,通过课程能够涵盖很多方面,包括社交媒体

有企业要通过组织系统学习、专题培训、研讨班等多种方式。同时,要把理论学习与实际工作紧密结合起来,做到学以致用,不断提高职工运用党的创新理论指导实践的能力,促进工作的开展。此外,国有企业在加强理论武装的过程中,还要使广大党员成为企业宣传思想文化工作的骨干力量,通过党员教育管理,使党员的政治觉悟得到加强,党性得到提高。广大党员要在积极传播正能量、引导职工树立正确世界观、人生观、价值观的基础上,率先学习党的创新理论。

最后,国有企业还应该不断的创新理论武装方式,充分利用现代信息技术和新媒体平台,拓宽学习渠道,提高学习效果,使员工随时随地接受党的创新理论的滋养,通过构建网上网下相结合的学习平台,使企业思想引领力进一步增强,为企业改革发展提供强有力的思想保障。

(二)着力意识形态建设,增强舆论把控力

国有企业在宣传思想文化工作中,一定要高度重视思想工作,牢牢掌握思想工作的主导权、管理权和话语权。一般来说,国有企业在思想建设中,要始终坚持马克思主义在思想领域的指导地位,加强对职工的思想教育和引导,帮助职工树立正确的世界观、人生观、价值观,在思想建设上,要坚持用马克思主义指导职工同时,密切关注社情民意动态,加强对网络舆情的监测分析,对社会关注的问题及时作出回应,使舆情的动向得到有效引导。此外,国有企业在宣传思想文化工作开展时,针对舆论把控,迅速启动应急预案,及时发布权威信息、澄清事实真相,防止事态扩大、负面影响蔓延,以增强舆论的控制力,在负面舆情面前做到防患于未然。

(三)着力推动文化建设,增强文化软实力

加强企业文化建设,增强企业品牌形象,国有企业要不断增强文化软实力,具体通过加强企业文化建设、提升品牌形象、继承优秀文化来实现。国有企业在推进文化建设中,要形成独具



□ 邱晓刚

运营,短视频制作,资料分析等,保证宣传人员跟上媒体融合发展的潮流。

(二)结合融媒体创新宣传体系

媒体一体化背景下,为满足新时期宣讲需要,企业要主动结合新媒体特点,在宣教制度上创新。融媒体是指传统媒体与新兴媒体在内容、平台、管理方面的深层次整合,具有交互性、即时性和多元性,是传统媒体与新型媒体的深度融合,也是互联网媒体与传统媒介的融合。在平台选择过程中,企业应结合不同媒介平台特点,结合大众传播,加强与受众群体的沟通与互动;利用短视频平台的普惠性和高粘性,增强信息传播效果,这是短视频平台所涵盖的领域之一。

(三)拓展和创新宣传渠道

在大众传媒融合环境下,企业宣传为了适应受众在新时期的信息获取习惯,不再仅限于传统的电视、广播、报纸等渠道,而需要对多样化的宣传渠道进行积极的拓展和创新。为了更有效地触及目标受众,企业要利用互联网和移动通信技术的优势,在网络上开辟一个宣传阵地的优势。如:利用这些平台的广泛用户基础和高度的互动性,通过社交媒体平台发布宣传内容(如微博、微信、抖音等),实现信息的快速传播,受众的积极参与度。同时,企业还可以借助其影响力,考虑与知名博主、网红或意见领袖共同拓展宣传效应。线下宣传的重要性除了网上渠道之外,也不应该被企业所忽视。企业可以通过举办线下的活动、赞助公共活动或参加行业展会等方式,与观众进行面对面的沟通,从而提升品牌的亲和力和知晓度。

(四)加强大数据在企业宣传工作中的运用

国有企业在当今数据驱动的时代,利用大数据可以对市场动态、消费者偏好、竞争对手战略进行精确捕捉,从而制定出更有针对性的宣传策略。大数据的应用使企业能够进行个性化内容的推送,提升宣传信息的接受度和转化率,基于用户行为、兴趣爱好、消费习惯等多个维度数据。也可利用大数据技术对受

特色的企业文化体系,重点要挖掘企业的核心价值和经营理念加以推广。在加强职工文化教育培训的同时,使职工在企业文化中发现归属感、自豪感,从而提高职工的文化素养和审美能力。另外,国企在提升企业知名度和美誉度、提升市场竞争力和影响力的同时,还要加强品牌建设和营销推广,为企业发展创造良好外部环境的同时,积极承担社会公益事业和文化交流活动,展示企业社会责任和良好形象。

(四)聚焦队伍建设,培育担当有为干部

国有企业宣传思想文化工作中,培养有为干部队伍是促进工作高质量发展的关键所在。国企宣传思想文化的队伍建设需要引起高度重视,通过优化人才结构、强化专业培训、完善激励机制等措施,打造一支政治过硬、业务精湛、作风优良的工作队伍。一般而言,队伍建设把主要精力放在选准理想信念、理论修养深厚、实践经验丰富的干部身上,确保在宣传思想文化工作中起到表率作用。同时加强干部的培养和锻炼,增强政治敏锐性、业务能力和综合素质,通过组织参加理论学习、业务培训、实践锻炼等多种方式,使干部的政治敏锐性和业务能力得到新的提高。国有企业在培养担当有为干部过程中,还要建立健全干部考核评价机制,把工作实绩、群众评价等作为激励干部主动投身宣传思想文化工作的重要依据,把干部考核评价作为一项重要工作来抓,既要加强对干部的监督管理,又要保证干部始终做到忠诚干净担当,政治立场坚定,纪律规矩严明,做到责任到位;同时,加强对干部的督导和管理,做到忠诚、干净、担当,确保干部始终坚持政治立场,严守政治纪律和政治规矩。此外,尤其是思想政治工作者在面对一些新的矛盾时,一定要坚持以职工为核心,发挥好优良传统思想,真正深入基层,了解群众所需,搞好职工内部交流,做到心中有数,融会贯通。从而帮助职工真正认清自身发展形势,使职工内部紧张情绪得到缓解,思想隐患得到解除。

三、结语

在当今社会高速发展的环境下,国有企业在宣传思想文化工作中,需要对优质发展的意义有充分的认识。国有企业通过加强思想宣传文化工作,树立核心价值观,吸引人才资源,促进创新升级,实现可持续发展等形式,塑造积极的企业形象。同时,在宣传思想文化工作中,为增强国有企业整体竞争力,实现优质发展,企业要注重内外结合。

(作者单位:山西焦煤汾西矿业四通煤业有限公司)

国有企业宣传中的创新媒体融合作用

□ 邱晓刚

运营,短视频制作,资料分析等,保证宣传人员跟上媒体融合发展的潮流。

(二)结合融媒体创新宣传体系

媒体一体化背景下,为满足新时期宣讲需要,企业要主动结合新媒体特点,在宣教制度上创新。融媒体是指传统媒体与新兴媒体在内容、平台、管理方面的深层次整合,具有交互性、即时性和多元性,是传统媒体与新型媒体的深度融合,也是互联网媒体与传统媒介的融合。在平台选择过程中,企业应结合不同媒介平台特点,结合大众传播,加强与受众群体的沟通与互动;利用短视频平台的普惠性和高粘性,增强信息传播效果,这是短视频平台所涵盖的领域之一。

(三)拓展和创新宣传渠道

在大众传媒融合环境下,企业宣传为了适应受众在新时期的信息获取习惯,不再仅限于传统的电视、广播、报纸等渠道,而需要对多样化的宣传渠道进行积极的拓展和创新。为了更有效地触及目标受众,企业要利用互联网和移动通信技术的优势,在网络上开辟一个宣传阵地的优势。如:利用这些平台的广泛用户基础和高度的互动性,通过社交媒体平台发布宣传内容(如微博、微信、抖音等),实现信息的快速传播,受众的积极参与度。同时,企业还可以借助其影响力,考虑与知名博主、网红或意见领袖共同拓展宣传效应。线下宣传的重要性除了网上渠道之外,也不应该被企业所忽视。企业可以通过举办线下的活动、赞助公共活动或参加行业展会等方式,与观众进行面对面的沟通,从而提升品牌的亲和力和知晓度。

(四)加强大数据在企业宣传工作中的运用

国有企业在当今数据驱动的时代,利用大数据可以对市场动态、消费者偏好、竞争对手战略进行精确捕捉,从而制定出更有针对性的宣传策略。大数据的应用使企业能够进行个性化内容的推送,提升宣传信息的接受度和转化率,基于用户行为、兴趣爱好、消费习惯等多个维度数据。也可利用大数据技术对受



□ 邱晓刚

运营,短视频制作,资料分析等,保证宣传人员跟上媒体融合发展的潮流。

(二)结合融媒体创新宣传体系

媒体一体化背景下,为满足新时期宣讲需要,企业要主动结合新媒体特点,在宣教制度上创新。融媒体是指传统媒体与新兴媒体在内容、平台、管理方面的深层次整合,具有交互性、即时性和多元性,是传统媒体与新型媒体的深度融合,也是互联网媒体与传统媒介的融合。在平台选择过程中,企业应结合不同媒介平台特点,结合大众传播,加强与受众群体的沟通与互动;利用短视频平台的普惠性和高粘性,增强信息传播效果,这是短视频平台所涵盖的领域之一。

(三)拓展和创新宣传渠道

在大众传媒融合环境下,企业宣传为了适应受众在新时期的信息获取习惯,不再仅限于传统的电视、广播、报纸等渠道,而需要对多样化的宣传渠道进行积极的拓展和创新。为了更有效地触及目标受众,企业要利用互联网和移动通信技术的优势,在网络上开辟一个宣传阵地的优势。如:利用这些平台的广泛用户基础和高度的互动性,通过社交媒体平台发布宣传内容(如微博、微信、抖音等),实现信息的快速传播,受众的积极参与度。同时,企业还可以借助其影响力,考虑与知名博主、网红或意见领袖共同拓展宣传效应。线下宣传的重要性除了网上渠道之外,也不应该被企业所忽视。企业可以通过举办线下的活动、赞助公共活动或参加行业展会等方式,与观众进行面对面的沟通,从而提升品牌的亲和力和知晓度。

(四)加强大数据在企业宣传工作中的运用

国有企业在当今数据驱动的时代,利用大数据可以对市场动态、消费者偏好、竞争对手战略进行精确捕捉,从而制定出更有针对性的宣传策略。大数据的应用使企业能够进行个性化内容的推送,提升宣传信息的接受度和转化率,基于用户行为、兴趣爱好、消费习惯等多个维度数据。也可利用大数据技术对受

众进行细分,对不同群体的特点、需求进行识别,将差异化的宣传内容、传播路径定制到不同受众群体中。同时,企业为大数据应用提供坚实保障,需要建立健全的数据管理制度,确保数据准确、完整、安全。企业可以通过培养专业的资料分析团队,引进先进的资料分析工具和技术,为宣传方式注入新的活力,促进品牌形象的塑造和市场影响力的提升,从而实现企业对大数据资源的更高效。

(五)关注宣传内容创新,加强监督审核

企业吸引受众关注、塑造品牌形象的一个重要手段,就是在信息传播日新月异的时代,宣传内容革新已经成为一种新的形式。企业在信息的传播中,不断吸引受众的目光。以差异化的战略脱颖而出的——差异化战略,企业要不不断探索符合时代潮流,在宣传内容和形式上进行新的、独特的探索。这就要求企业,在内容上除了要有对创意、对深层的追赶外,还要将多媒体的画面、动态的录像、交互式的H5等多媒体元素与宣传内容结合在一起,使宣传内容的吸引力和传播力得到增强。企业在讲好故事的同时,要通过对感情产生共鸣,把受众的兴趣、共鸣拉近在脑海。但是,企业在加强监督、审计宣传内容的同时,也必须在保证信息真实性、准确性、合法性的前提下,加大对宣传内容的监管和审核力度。企业要完善一套完整的宣贯审核制度,把审核的标准、流程搞清楚,把所有的宣贯材料都搞得很严、很准、很正当。

四、结语

总之,抓好宣传思想文化是政工师的一项重要工作,作为新时期宣传思想文化的工作者要紧紧抓住核心思想,主动适应新常态,强化政治素质、综合素质和方式方法,积极争取新作为,努力使宣传思想文化工作再上一个新台阶,为宣传思想文化工作的开展,我们将切实把思想文化宣传工作作为一项重要工作来抓,切实把宣传思想文化的宣传工作摆在重要位置,把宣传思想工作的重点放在宣传思想工作工作上。

金融工作动态

山西银行吕梁分行 新年慰问送温暖 浓浓关怀暖人心

春节将至,岁寒情深。为认真贯彻中央农村工作会议精神,落实吕梁市委市政府关于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接工作部署,1月21日,山西银行吕梁分行党委书记、行长董志斌带队前往兴县交楼申村调研指导驻村帮扶工作,并进行走访慰问。

在慰问活动中,董志斌向每户村民发放白面一袋,并同前来领取慰问品的部分农户进行了交流,详细了解农户的家庭情况、收支情况和身体现状,叮嘱他们注意身体健康,并就即将到来的农历春节致以新春祝福。

山西银行吕梁分行始终把做好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接工作当成政治责任和民生实事。驻村工作队认真履职尽责,对标评估要求,认真宣传好各项惠民政策,协助解决好群众急难愁盼的问题,持续巩固工作成效。