

深入推进以文化人、以文育人

充分发挥文化养心志、育情操重要作用

□ 连子强

习近平总书记在二十届中共中央政治局第十七次集体学习时强调:“重视发挥文化养心志、育情操的作用,涵养全民族昂扬奋发的精神气质。”中国特色社会主义文化强国之强,集中体现在人的思想境界、精神状态、文化修养之上。充分发挥文化养心志、育情操的重要作用,深入推进以文化人、以文育人,既是文化强国建设的内在要求,也是应对百年变局、增强发展定力的现实所需。

养心志、育情操,既是文化的内在功能属性,也是文化建设的重要内容。养心志,强调坚定理想信念,树牢责任担当意识和奋斗进取精神。育情操,强调涵养高尚道德品质、审美境界与人格。健康积极的文化,往往通过养心志、育情操促进人的全面发展,全面提升社会公众的思想境界和综合素养,涵养昂扬奋发的精气神。人是构成社会与国家的基本单元,迈上全面建设社会主义现代化国家新征程,需要社会公众具备与时代发展相适应的心志与情操,铸牢社会进步与国家繁荣的精神支撑。文化犹如一条坚韧的精神纽带,通过养心志、育情操将价值观念内化、转化为社会全体成员的文化认同、价值认同;通过共同的文化符号、仪式和信仰,将社会成员紧密联系在一起,从而形成强大的社会凝聚力;通过提升社会

成员的道德涵养和人格素养,形成昂扬向上的社会风尚。

通过养心志、育情操,文化在不同历史时期培育了无数仁人志士,他们以坚定的理想信念、顽强的斗争精神和强烈的家国情怀,激励鼓舞着全体中华儿女砥砺前行。回望百余年党史,革命战争年代“为有牺牲多壮志,敢教日月换新天”的豪情壮志,激励无数青年投身救国救民的滚滚洪流;社会主义建设时期“宁肯少活20年,拼命也要拿下大油田”的志气豪气,激励无数劳动者在艰苦环境中创造了一个又一个人间奇迹;新时代“强国有我”的豪情壮志,引领青年不负时代、不负韶华,把个人理想追求融入党和国家事业,不断增强做中国人的志气、骨气、底气,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供强大精神力量。

党的二十大报告提出:“以社会主义核心价值观为引领,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化。”这为充分发掘文化资源养心志、育情操提供了方向指引和根本遵循。社会主义核心价值观植根于中华优秀传统文化沃土,凝结着全体人民的共同价值追求,为民族复兴注入源源不断的精神动力,以鲜明的时代特征和创新活力激励鼓舞着人们保持进取之心、坚定崇高理想。在血雨

腥风中淬炼的革命文化,以激昂壮烈的精神内核构筑起中华民族的精神脊梁,激励和鼓舞着今天的人们将家国情怀融入奋斗心志,使中华儿女在新时代续写爱国奉献的壮丽篇章。中华优秀传统文化是中华民族突出优势,是我们最深厚的文化软实力,蕴含其中的系统深邃的哲思智慧,滋养浸润着人们的心志与情操,特别是古代先贤所追求的坚韧不拔、刚健有为的文化风骨,让今天的人们获得思想启迪和精神动力。

社会主义核心价值观科学地回答了我们要建设什么样的国家、建设什么样的社会、培育什么样的公民等重大问题,为文化养心志、育情操提供了基本目标和价值引领。充分发挥文化养心志、育情操的重要作用,必须大力弘扬新时代的创新精神与实干精神,加强“红色文化资源”的弘扬与传承,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,推动社会主义核心价值观内化于心、外化于行,让人们感受文化之美,不断增强文化自信。

充分发挥文化养心志、育情操的重要作用,要坚持文化建设着眼于人、落脚于人,以高质量文化服务和文化产品供给为基础,以高水平文化人才队伍为支撑,以先进文化传播媒介为平台,推动文化繁荣发展。进入新时代,伴随经济社会快速发

展,文化供给的主要矛盾从“有没有”转向“好不好”,需要提供多样化、品质化、个性化的高质量文化服务和文化产品,以满足广大人民群众的文化需要。这就要着力健全现代公共文化服务体系,不断创新文化服务模式,促进文化服务的均衡化、普及化,推出更多更具思想性、艺术性、观赏性、教育性的优秀文化产品,以高质量文化供给滋养人心、凝聚共识。

人是文化的享有者,也是文化的创造者,人才的数量与质量直接关系中国特色社会主义文化的发展程度和影响深度。充分发挥文化养心志、育情操的重要作用,需要建设一支规模宏大、结构合理、锐意创新的高水平人才队伍,遵循文化人才培养规律,建立健全文化人才培养考核机制,为文化人才培养营造良好氛围。

随着人工智能、大数据、云计算、虚拟现实等新技术快速发展,文化发展格局正在发生深刻变革。充分发挥文化养心志、育情操的重要作用,要主动拥抱技术变革,借助先进技术敏锐感知受众的文化需求,推动文化产品精准投送,为受众带来沉浸式、互动性、可感、可知、可亲的文化产品和服务,让受众在润物无声中涵养心志、陶冶情操,不断增强中国特色社会主义文化的影响力和感召力。

据《人民日报》



融媒体背景下国有企业宣传工作创新浅议

□ 孙慧斌

国有企业在经营发展过程中,宣传工作是连接企业与社会、员工的重要纽带,既需传递经营理念、展示发展成果,也需回应社会关切、凝聚内部力量。当今融媒体技术重塑信息传播生态,在国企深化改革的背景下,积极探索融媒体环境下国企宣传工作的新策略,对推动国有企业健康稳定发展意义重大。

一、国有企业宣传工作的适配性分析

国有企业的融媒体和宣传工作的互适性体现在三个方面。一是契合国企多元化传播需求。国有企业需要向主管部门、投资者、员工和社区等多类受众传递信息。而融媒体可通过不同形态内容、不同传播渠道,精准匹配受众需求。二是增强宣传的时效性和覆盖面。传统宣传模式宣传周期较长,覆盖面较窄,融媒体可以利用新媒体实时传播的特点,进行快速响应热点事件,在多平台中分发信息,扩大受众面。三是强化国企品牌形象立体化塑造。融媒体通过利用短视频等形式,让观众掌握国企的生产现场、国企的技术创新以及国企员工的精神风貌,打破群众对国企“刻板化”的固化印象,塑造国企品牌形象。

二、当前国有企业宣传工作难点分析

部分国有企业宣传还是处在“政策传达”“业绩通报”等固定模式,未能讲好大众听得懂的“故事”,难以引起受众的共鸣。目前多数国有企业开通微信公众号、视频号、抖音等新媒体渠道,但是运营中存在“各自为战”现象。一方面,未根据不同平台特性调整内容形态。比如把公众号上的长图文简单复制到抖音;另一方面,传统媒体和新媒体各自为阵,无法实现“传统媒体深度解读+新媒体快速传播”,导

致宣传效应大打折扣。传统的国企宣传往往采用的是“企业发声,受众接收”的单向式传播模式,与受众缺少交流和互动,群众缺乏归属感,品牌认同感不足。

三、融媒体背景下国有企业宣传工作的创新策略

1、内容创新。国有企业要想挣脱传统思维禁锢,就必须按照“受众需求”来进行“差异化+故事化”的内容体系建设。例如,在业绩宣传时,不单罗列营收数据,而是通过“一个项目的落地历程”“一位员工的岗位贡献”等,让受众直观感受企业发展成果。在政策解读过程中,需善于运用动漫、卡通等形式将复杂的政策转化成简单、风趣、明晰的图文并茂的素材。

2、渠道创新。借助融媒体“中央厨房”的经验,在国有企业建立面向大众的“一次采集、多元生成、多端适配”的宣传内容生产、发布中心。一方面,在内容采集阶段组建跨部门的内容团队,成员由宣传人员、业务人员和技术人员组成,到生产一线或项目现场去采编材料,组成“素材库”。另一方面,在内容加工阶段,根据不同的平台特点做“定制化生产”。如把同一个项目的素材制作成公众号深度报道、抖音短视频、视频号直播以及H5互动页面等。最后,通过“传统媒体+新媒体”的协同方式,在渠道分发方面制作一套完整的“立体式”传播计划。对于有大动作、大事件的企业,先通过内刊、官

网发布深度解读文章,再通过短视频平台发布核心亮点片段,最后通过直播邀请专家与员工在线答疑,形成“立体式”传播,最大化提升信息覆盖面与影响力。

3、机制创新。国有企业应建立健全融媒体宣传工作机制,为宣传创新提供保证。一方面,建立“双向互动”机制,加强与受众的深度互动。设立专职互动运营岗位,确保用户留言、咨询24小时内必有回复;结合重要宣传节点,策划联动活动,如“国企开放日”线上直播,请用户“云参观”车间,边看边答,并在回答后介绍当日生产情况等;开展话题挑战,比如,在抖音开展“我身边的国企故事”话题,动员大家挖掘并向广大网友宣传发生在身边的真实感人的故事。另一方面,要健全融媒体宣传工作评价激励制度,将融媒体宣传工作纳入考核,把融媒体宣传的阅读量、点赞量、转发量、评论量、用户咨询量、活动参与率、内容转化率、品牌提及率等等作为考量指标。同时,设置专项宣传创新奖励基金,对优质内容创作者和优秀运营团队进行表扬鼓励,充分发挥宣传队伍的主动性与创造性。

四、结语

融媒体的发展为国有企业宣传工作打开全新的局面,也带来新的要求。国有企业是国家形象和经济力量的重要象征,要主动投身到融媒体大潮,跳出传统的宣传思路。宣传过程中,需运用好融媒体的内容、渠道、机制优势,在源头做好宣传转化,让宣传从“事务性工作”升级成“价值创造工作”,推动国企宣传真正“活”起来、“火”起来,使国有企业用新事物塑造好企业发展正能量,为国有企业高质量发展注入强劲的舆论动力。

(作者单位:山西焦化集团有限公司)

国有企业思想工作对员工凝聚力培育浅析

□ 任一哲

员工凝聚力能够促进员工之间的协作与配合,提高工作效率,增强企业的整体实力。思想工作作为国有企业管理的重要组成部分,对员工凝聚力的培育具有不可替代的作用。它能够通过传播企业的价值观、战略目标等,引导员工的思想和行为,使员工与企业形成命运共同体,共同为实现企业的发展目标而努力奋斗。

一、国有企业思想宣传工作的内涵

国有企业思想工作是指国有企业通过各种渠道和方式,向员工传播党的理论和路线方针政策、企业的发展战略、文化理念、规章制度等内容,以提高员工的思想政治素质,统一员工的思想认识,激发员工的工作积极性和创造性的活动。

二、国有企业思想工作对员工凝聚力培育的影响

1、统一思想,凝聚共识。通过思想工作,能够让广大职工充分了解和掌握本企业的发展战略和目标任务等,让员工清楚地认识到企业的发展方向以及个人肩负的工作任务。通过加强职工的思想认识,达到统一思想的目的,帮助企业完成发展目标。

2、塑造企业文化,增强认同感。企业文化是企业的灵魂,是企业凝心聚力的源泉。国有企业思想工作要把挖掘和传承企业历史文化、培育和弘扬企业精神、价值观等工作坚持下去。当员工认同企业的文化理念后,就会对企业产生强烈的归属感与认同感,全心全意为企业发展奉献自己的一切。比如,大力宣传企业好的传统、好的业绩、典型人物,让员工知道企业创造过多少骄人成绩。同时,组织开展各项活动,开辟各种宣传阵地,让员工在潜移默化中自然而然地对企业的价值观等达成高度认同。

3、促进沟通交流,营造和谐氛围。思想工作可以为企业管理层和员工之间搭建沟通的桥梁。通过建立多种有效的沟通机制和平台,如定期举办座谈会、开展问卷调查、设立意见箱等,让管理层能够倾听员工的声音,及时了解员工的想法和需求,同时也让员工能够理解和支持企业的发展战略和管理决策。除此之外,通过开展丰富多样的文化活动、团队建设活动等增进员工之间的交流沟通,促进和谐融洽氛围的形成。

三、加强国有企业思想工作培育员工凝聚力的策略

1、加强思想引领,筑牢信仰之基。国有企业思想工作要以思想引领为主线,与国有企业改革发展理念深度融合。一方面,运用好“三会一课”、主题党日等活动开展常态化政策理论学习,通过用党员听得懂、熟悉的“家常话”讲好党的创新理论,讲好国企改革部署,指导广大党员明确发展方向、找准定位和职责使命。另一方面,大力挖掘企业发展史中的红色基因、奋进故事,借助专有所进行专题宣讲或利用文化墙进行形象展示等把企业精神实体化,使员工在企业发展历史中得到启迪,进而统一思想,形成“企业发展我有责、企业进步我光荣”的价值共识。

2、创新宣传方式,提升传播效果。基于国有企业员工结构多元化的现实情况和不断变化的信息接受习惯,积极探索创新,以创新方式提高思想工作吸引力和传播力。在坚持运用好传统阵地的同时,建设好新的数字化宣传阵线。通过企业微信公众号推出“员工风采”“政策解读”栏目,定时发布轻量级短视频、漫画形式的企业微宣传作品;建立企业内部直播平台,直播重大活动和先进人物评比、企业表彰大会等内容,让异地上岗职工能在线直通参与其中;注重形式趣味性和交互性,广泛组织开展“企业故事我来讲”演讲比赛、“岗位建功”主题摄影展等活动,让员工变“被动接受”为“主动传播”。同时,可采用VR技术创建企业发展历程体验馆,使职工置身场景中充分了解企业历史成就,增强情感共鸣。

3、精准把握员工需求,增强工作针对性。思想工作要以满足员工需求为目标,把准职工对职业发展、生活保障和精神文化等各方面的需要,有针对性地做好思想工作。一是建立常态化员工需求调研机制,采取线上问卷调查、线下座谈会、个别访谈等方式,定期了解收集员工对提升技能、职业晋升、薪酬福利等方面的需求,形成员工需求清单,并动态更新。二是实行精准施策。根据不同人群的不同需求开展工作,比如对青年人,多提供培训技能的机会,多开创员工职业发展晋升通道;对老员工,则重点关心其健康生活、帮助离退休老同志参加企业文化生活。

四、结语

国有企业思想工作对员工凝聚力的培育具有重要的影响,新时代背景下,国有企业要高度重视思想工作,不断加强和改进思想工作的方式方法,精准把握员工需求,强化宣传队伍建设,以更好地培育员工凝聚力,为企业的高质量发展提供有力的精神动力和思想保障。

(作者单位:山西焦煤集团有限责任公司)

商圈“出圈”,靠什么

□ 闫丽

“走,去喝一杯咖啡。”在写字楼环绕的天津智慧山文化创意产业园,咖啡是一种文化氛围。前不久,“好嘞咖啡节”活动在此举办,大批市民游客前来打卡,咖啡迷找到属于自己的“心头好”,也带动周边剧场、酒吧及文化空间等消费繁荣。

商圈,是消费圈,也是文化圈、活力圈。热气腾腾的消费场景中,“商”的定位,“文”的味道,共同构成发展之“圈”。今天的消费者更愿意为情绪、为体验“买单”。相较传统商圈,新商圈突破原有模式,由单纯的购物场所转变成融合艺术、餐饮、设计等多种元素的综合性体验空间,为发展带来启示。

商圈在“商”,更在“圈”,是兼具商业浓度、客流密度、消费深度、历史厚度的特色综合体。最近,天津南开双鼓(古)地区热闹非凡,曲艺表演、民俗小吃、主题灯会熔于一炉,机制优势,在源头做好宣传转化,让宣传从“事务性工作”升级成“价值创造工作”,推动国企宣传真正“活”起来、“火”起来,使国有企业用新事物塑造好企业发展正能量,为国有企业高质量发展注入强劲的舆论动力。

有人将商圈的“出圈”,比作“破茧成蝶”。有的传统商圈“变身”,将潮流文化节、沉浸式演出引入老建筑;有的地方,商圈搬进公园,商业街区与生态

绿地、自然湖景交融……找到商业元素与本土特色的结合点,从当地文化中提炼独特气质,以差异化的内容强化消费黏性,让消费行为产生更多价值,有助于推动多元业态发展。知名的商圈,带给城市的不只是消费体量的增加,更是城市能级的提升。

有人将商圈称为“情感磁场”。消费空间不只是“买买买”的载体,更是情感抒发、文化表达乃至身份认同的平台。细数人气满满的商业体,情绪价值是共同点之一。湖南长沙沙商业综合体复原了上世纪八九十年代的都市老街,成为一座“市井生活博物馆”。这一场景下的文化、美食消费,唤醒城市记忆。紧跟消费者需求,抓住消费者心理,以情破题,以情动人,就能推动商圈“出圈”,让每一份烟火气都为发展蓄能,每一次消费选择都为城市赋能。

透过商圈看消费活力、看城市发展,我们不难发现,变的是需求、是场景,不变的是商业发展的逻辑。紧紧抓住“赢得消费者的心”这一朴素逻辑,以文化赋能商业,以场景活化文化,定能让更多商业载体脱颖而出,为市场注入新动能,给消费者带来新惊喜。

据《人民日报》

打通乡村信息服务「最后一公里」

□ 梁瑜

为实现乡村和社区服务“零距离”,当前一些村庄给住户发放并安装便民信息服务卡,小卡片牵系大民生,有效解决信息不对称问题,增强了群众的获得感。

在新时代社会治理体系不断完善、公共服务持续优化的背景下,让居民能便捷、高效地获取所需信息,已成为衡量基层治理水平的重要标尺。而实施便民信息服务卡的办法,正是破解“信息孤岛”、打通信息“服务最后一公里”的创新举措,不仅体现了以人民为中心的发展思想,也为乡村和社区治理注入了新的活力。

随着数字技术的普及和智能手机的广泛应用,信息传播的方式正发生深刻变革。然而,在广大乡村和部分老龄人口较多的社区中,仍存在“数字鸿沟”问题。传统的信息公示、口头传达等方式效率低、覆盖面窄,难以满足多元化、个性化的信息需求。而便民信息服务卡以二维码形式整合政务、医疗、法律、社保、生活等五大类服务信息,既保留了纸质媒介的稳定性,又融合了数字信息的便捷性,成为连接基层政府与居民之间的“信息桥梁”。

便民信息服务卡的核心价值在于“便民”二字。它通过集中、精准地提供各类服务信息,使居民在面对政策咨询、医疗救助、法律援助等需求时,能够快速找到对应的渠道和资源。这种“一站式”信

息整合方式,不仅节省了居民的时间和精力,也减轻了基层工作人员的重复性解释压力,提高了信息传递和服务响应的效率。更重要的是,这种服务方式增强了居民对社区的认同感和满意度,是实现共建共治共享治理格局的重要支撑。

社区和乡村是社会治理的基本单元,也是国家治理现代化的重要组成部分。便民信息服务卡的推广,有助于推动社区治理从“被动响应”向“主动服务”转变,从“粗放式管理”向“精细化服务”升级。通过定期更新卡片内容,收集居民反馈,还能形成“信息发布—使用反馈—优化调整”的良性循环机制,为政策制定和资源配

置提供数据支撑。在乡村振兴战略背景下,这种治理方式的转型,既是技术赋能的体现,更是治理理念的升华。

发挥便民信息服务卡的作用,需要建立健全的配套机制。应由社区主导统一制作和发放,确保信息的权威性和覆盖面;建立信息更新机制,确保信息的时效性和准确性;加强宣传引导,提升居民的使用意识和能力;鼓励居民参与及反馈,不断优化服务内容。只有形成多方联动、协同推进的格局,才能使便民信息服务卡真正成为居民信赖的“掌上指南”和“生活助手”。