

新时代乡村文明之“美”的三维构建

马金娟 蒋梅玲

党的二十大报告指出,“中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化”,同时强调,要“统筹推动文明培育、文明实践、文明创建,推进城乡精神文明建设融合发展,在全社会弘扬劳动精神、奋斗精神、奉献精神、创造精神、勤俭节约精神,培育时代新风新貌”。农村现代化是中国现代化进程中的重要组成部分,没有农村的现代化,也就没有中国的现代化。立足新时代,应着力内在的“人性之美”、外在的“生态之美”以及潜在的“产业之美”这三个维度,对现代化乡村文明之“美”加以审视与建构。

聚焦汇聚向上向善的精神力量,彰显现代化农村“人性之美”

弘扬向上向善的精神力量,关键在于在农村讲好中国故事、传播中国声音,以时不我待的紧迫感传播真善美,让至真至善至美的种子在农村落地生根,积极引导群众树善心、办善事、行善举,切实以“人性之美”阐释农村“大爱之美”。

一要以社会主义核心价值观引领农村新风尚。要切实用社会主义核心价值观引导农村节俭治丧、生态安葬,切实破除封建迷信、酗酒斗酒等不良风气,以及整治“脏乱差”“黄赌毒”等问题,让现代文明乡风根植于民心并蔚然成风。二要发挥好先进人物、道德模范的示范引领作用,用他们的言传身教给村民以思想和

行为引领。要挖掘农村孝老敬亲、爱岗敬业、乐于助人、见义勇为、诚信守法等先进典型,组织开展“最美庭院”“最美婆媳”“最美乡村医生”等先进典型评选活动,引领和汇集农村向上向善、至真至美的道德力量。三要促进法治文化建设水平持续提升。一方面,要发挥“村规民约”凝聚民心的功能,提升群众遵守社会秩序、维护公序良俗的意识;另一方面,要推动农村普法教育持续走深走实。当前,农村普法教育存在重形式、轻实效,脱离实际、蜻蜓点水的情形,要结合农村农民实际,充分利用微信公众号、QQ群、手机短信等形式加大法治宣传力度,增强农村法治宣传效果。

聚焦农村人居环境整治水平提升,推进现代化农村“生态之美”

人与自然和谐共生的现代化,是中国式现代化的本质特征,山清水秀、宜居宜业的自然生态环境,是农村现代化的直接显现。在新形势下,要突出解决好群众最关心的环境问题,深入推进农村人居环境整治提升工程,以人居环境的“生态之美”,促进农村人与自然的“共生之美”。

一要激发农村群众改善人居环境的内生动力。农村环境要得到有效治理、长效治理,激发群众的主体意识与内生动力是关键。要着力发挥政府的引导作用和群众的主体功能,既要进一步加大资金支持和政策法规宣

传力度,也要注重深入群众,调动群众的自主性和积极性,引导大家参与到人居环境整治中来,着力转变“等靠要”思想,实现从“要我干”到“我要干”的动力转换。二要推进人居环境提升重点环节的综合整治。党的十八大以来,全国各地积极响应党中央号召,在农村开展了一系列环境整治专项行动,农村环境卫生发生巨大改善。但立足新时代新要求,与农村群众尤其是老少边山区群众对美好生活和良好生态环境的殷切期待相比,农村环境还有一定差距。要坚持以绿色发展理念为引领,聚焦生活污水的源头排放、环境绿化美化的全面提升、垃圾资源循环利用、改厨改厕全面普及等重点领域,持续用力推进农村人居环境全面改善。三要完善农村人居环境治理长效巩固的保障机制。要建立健全农村人居环境治理资金投入、生活污水减排、垃圾分类转运、源头管控、监督管理、长效保洁、奖惩激励等机制体制,切实为人居环境整治提升提供制度保障。

聚焦农村产业结构布局的持续优化,打造现代化农村“产业之美”

要结合现代农村的发展实际和特点,着力推动农村产业结构布局的调整和优化,不断深化农村一、二、三产业的融合和深度发展,切实以农村“产业之美”增添农村现代文明的“活力之美”。

一是做好“土特产”这篇大文章。产业化是品牌塑造的重要前提,亦是提升市场竞争力的关键要素。在处理农村“土特产”问题上,决不能简单照搬照套,要按照“一村一品”理念,因地制宜深挖农村别具地域风情、地理标识、历史文化和制作工艺等内涵的特色产品,着力打造特色品牌,形成竞争优势,以产业发展的差异化思维,提升本土产业的品牌化和特色化。二是用好“科技赋能”这一驱动器。科技是第一生产力,提升科技含量,是增强产品竞争力和树立品牌形象的重要前提。既要充分依托科技赋能产品改良、提升农产品科技含量,优化农村产业结构;又要依托互联网、物联网、大数据、人工智能等现代科技手段,推动和深化农村一、二、三产业融合发展,切实为农村产业结构的持续优化提供科技支撑和保障。第三,激活“产业人才”这一关键点。人才是第一资源,也是产业不断发展壮大的关键要素,缺少产业人才的支撑,农村产业的健康和可持续发展将难以维系。要坚持“内培”与“外引”相结合,既要主动“走出去”把适合当地产业发展需要的人才“请进来”,也要注重本土产业平台建设,依托产业支撑打造一支懂农村、会农业、懂市场、善经营的本土化产业人才。

(作者单位:广西经贸职业技术学院;课题:广西高校中青年教师2023年度科研基础能力提升项目“中国式现代化进程中农村公共文化空间治理与建构研究”阶段性成果,项目编号:2023KY1339)

国有企业落实意识形态工作责任制探究

刘娜 柴源源

内蒙古电力(集团)有限责任公司鄂尔多斯供电分公司压紧压实意识形态工作责任制,坚持“一张清单横到边、四级网格纵到底”,实现了“明晰责任+过程管控+监督检查”的闭环管理。逐一解答“谁来管”“管什么”“怎么管”,落实好意识形态工作责任制,为企业高质量发展奠定良好的舆论环境和思想基础。

围绕“谁来管”,解决责任落实的问题

站在企业管理角度,有人认为“意识形态”过于抽象,落实起来无责任、管理起来无抓手,如何将责任落实到人、下沉到岗,构建权责明晰的责任链,成为亟待解决的首要问题。

落实责任,重在明晰权责。鄂尔多斯供电分公司于2018年制定并印发《鄂尔多斯电业局意识形态工作责任清单》,对所属各级党组织领导班子、领导干部和重点部门承担的责任进行了明确。2019年,按照内蒙古电力公司的安排部署,全面实施意识形态“网格化”管理,形成四级组织架构,建立起918个意识形态网格。“一张清单”呼应广度,明确了关键人群和重点部门的职责,“四级网格”体现深度,逐层逐级定责任,一层一层抓落实,“清单+网格”形成了“党委统一领导、班子各负其责、部门单位分工负责”的意识形态工作格局,推动意识形态工作由决策层经由管理层向基层下沉落实。

落实责任,贵在狠抓落实。在公司党委层面,将意识形态作为党组织建设的重要内容,纳入全年党建工作考核、纳入领导班子成员年度考核、纳入各项重要议事日程当中。通过签订责任状、建立员工行为规范、开展学习研讨等形式,筑牢思想基础;通过走访慰问、专题党课、现场办公等方式,解答基层问题、回应一线诉求,打牢群众基础。

围绕“管什么”,解决工作抓手的问题

人的思想意识看不见、摸不着,如何瞄准靶心、抓住重点,既有效引领思想,又避免形式主义,成为摆在公司面前的又一难题。

做好思想政治工作,管好阵地是前提。2019年以来,对全公司1598个意识形态阵地进行备案,推行“设备主人制”。全公司的网络意识形态阵地共计1050个,鉴于这类阵地点多面广、传播快,严格落实主管主办和属地管理责任,坚持新闻发布五级审核,将日常内部微信工作群组转移至企业微信中,建立三级舆情管控机制,守好网络意识形态主阵地。常态化开展场所、实体和文体协会阵地备案检查。加强对涉及形势报告和哲学社会科学等为主要内容的活动审核把关,建立并推广应用线上审核把关机制。

做实思想政治工作,同频共振是关键。坚持意识形态工作与生产经营各项工作同部署、

同落实、同检查、同考核,为各项工作的开展打好基础。通过走访调研、谈心谈话、慰问座谈等方式,开展干部职工思想状况摸底,征集意见建议,充分的调查分析为思想政治工作的精准实施和有力推进提供了依据和参考。

围绕“怎么管”,解决工作闭环的问题

在国企落实意识形态工作责任制,一方面要考虑如何守好阵地,不让错误思想落地生根;另一方面还要探究如何筑牢阵地,用先进思想武装头脑,这成为公司意识形态工作能否闭环的重要一步。

守好阵地,就要建章立制,突出严管严治。鄂尔多斯供电分公司将意识形态工作责任制落实情况,作为党委巡察、基础管理“达标清零”、国企改革三年行动等方面的重要内容,通过自检自查和立行立改,持续加强意识形态工作。坚持有权必有责、有责要担当、失责必追究,完善和细化对意识形态工作的考核维度,纳入业绩考核降档指标、中层干部监督考核,建立起针对单位、干部和全员的考核模式,助力意识形态工作责任制落实到位。

守牢阵地,就要多点发力,突出思想引领。通过党委中心组专题学习研讨、中层干部培训班专题课程、机关一般管理人员及“金牌班组长”专题讲座、新发展党员及新入职员工培训、基层单位专项宣讲,分层次、多主题、有针对性

地开展理论普及教育,提升全员立足岗位履职尽责意识。加强先进典型培育、选树和宣传,用先进典型的精神力量鼓舞人、引导人、教育人。

关于意识形态工作的三点思考

围绕“谁来管”,要树立系统思维。做好意识形态工作,既要从总体上布局,明确公司党委和所属基层党组织的工作职责,切实担负起意识形态工作的主体责任,也要在各个关键节点分别推进,列出两级领导班子成员和环节干部的履职清单,抓好职责范围内的意识形态工作,要全面推进,还要抓住重点、各有侧重。

围绕“管什么”,要瞄准发力重点。多元的意识形态环境、企业内部岗位竞争以及劳动标准、管理模式等发生变化,可能引发职工心理压力增加等问题,要重点了解职工思想、工作、生活情况,充分掌握职工思想行为动态。

围绕“怎么管”,要明确权利义务。怎么管,就是要定人、定责。定人就是推进“一岗双责”,要求党政领导班子成员、中层干部和班组长站所负责人,在开展好业务工作时,带头抓好分管部门、单位和职责范围内的意识形态工作。定责就是从管控阵地入手,运用逆向思维,追根溯源、循脉问诊、对症下药,守住思想、守好阵地。

(作者单位:内蒙古电力(集团)有限责任公司鄂尔多斯供电分公司)

浅谈电力企业新闻宣传和文化建设

张雅聪

电力企业文化建设是提高企业核心竞争力的重要环节。在这个信息爆炸的时代,新闻宣传对电力企业文化建设起着不可忽视的作用,有助于提高人们对企业形象的认知度,增强企业影响力。通过新闻宣传树立良好的品牌形象,可以让更多消费者关注企业的产品和服务,从而提高企业的经济效益,促进社会发展。

新闻宣传在电力企业文化建设中的作用

有利于树立良好形象和品牌效应。新闻宣传对企业历史文化、经营理念等进行深入挖掘和研究,使其成为电力企业形象建设中最重要的一部分,从而可为品牌效应奠定良好基础。此外,在现代社会发展,诚信经营理念越来越受到人们重视,新闻宣传有助于强化员工的安全意识和责任意识,使工作目标得到高效落实,诚信经营理念在企业内部深深扎根。如此,企业才能在激烈的市场竞争中赢得一席之地,更好地发展。

有利于增强员工的凝聚力。在电力行业,要想提高工作效率,需要加强新闻宣传,促进整个团队和个人之间的团结协作,为整个工作助力造势、鼓劲加油。通过合理利用新闻宣传,电力企业可以树立积极向上的企业形象,增强

员工的归属感,同时也能使员工认识到岗位职责的重要性,肩负起自身的工作职责,自觉地参与到企业文化建设中,真正做到“知行合一”,形成良性循环,实现企业与员工的共同发展。

为电力企业的经营发展提供服务。电力企业的经营发展,必须遵循国家电网的整体指导方针。新闻宣传要有效地融入企业中心工作,把笔墨和镜头对准最前沿,对最火热的生产攻坚、最鲜活的作业现场以及最感人的员工事迹进行报道,全力营造创先争优的发展氛围,为企业攻坚克难完成各项任务提供强大舆论支持。

新闻宣传在电力企业文化建设中的策略

树立新闻宣传理念。树立正确的新闻宣传理念,是电力企业开展各项工作的基础,也是提高企业文化建设水平、促进电力行业健康发展的重要保障。因此,在新时代,要想充分发挥新闻宣传传播企业形象的作用,就必须转变思想观念。一是要加强思想认识工作,二是要针对不同岗位的工作人员采取相应措施,引导他们树立正确的新闻宣传观念,通过多种渠道开展培训活动,提高新闻宣传专业水平。此外,加

强对宣传工作人员的考核,通过相关政策激发他们自身的责任感和积极性,进而从思想上提高他们对新闻宣传工作重要性的认识。

构建新闻宣传体系。在构建新闻宣传体系时,应从以下几方面进行:一是明确企业内部党建工作。要加强对员工思想教育和精神引导。二是通过完善用人制度、规范程序、严格监督机制等措施,确保政工队伍平稳有序运行。三是建立健全相应的绩效考核体制机制,定期对相关人员进行职业技能培训和技能考核,不断提高电力企业内部员工的专业技术水平和职业素质。四是做好宣传工作。强化宣传工作重点,确保信息发布、舆论引导等环节有序进行。五是做好人才储备工作。积极培养和引进相关领域的人才,加强对现有新闻宣传队伍的培训,不断提高业务素质。此外,要加强对新闻宣传媒体的监管,确保其发挥应有作用,确保新闻宣传信息得到有效传播。总体而言,新闻宣传是一项长期性的工作。在新时代,构建新闻宣传体系在企业文化建设中有着重要作用,电力行业要想实现可持续发展,就必须重视这一工作。

建立新闻宣传平台。随着时代发展,企业文化建设逐渐走向信息化。为更好地开展电力企业文化建设,新闻宣传平台成为其中不可或

缺的一部分。在实际工作中,可以由专业人员来管理和维护现有的自媒体平台。还需要加强对相关工作人员和单位领导的思想教育和培训。具体措施如下:一是要加大力度培养具有创新精神、强烈责任心和较高专业技能的人才。二是要提高员工综合素质水平和服务态度,确保新闻宣传平台发挥应有作用。三是要加强员工与领导之间的信息交流。通过网络平台进行沟通和传递各种信息,可以有效提高员工对新媒体传播内容和形式的理解,以及对相关政策法规的了解。此外,要重视培养适应时代发展需要的人才,为电力企业文化建设提供强大的动力。在人才引进过程中,要引进具备一定技术能力的工作人员,确保新闻宣传的质量和效率。

随着信息传播技术不断发展,新闻宣传工作受到越来越多的重视。要加强对企业员工的思想道德素质教育和业务技能培训,提高工作人员的综合素质,配合新闻宣传工作。加强培养责任心强、新闻宣传员,使他们自觉遵守职业道德和廉洁从业原则,以保证新闻宣传工作顺利开展,促进电力企业高质量发展。

(作者单位:内蒙古电力(集团)有限责任公司鄂尔多斯供电分公司)

群众动员体系是四川省成都市青羊区委社区发展治理委员会基于“三治”理念创新的社会治理工作方法。群众动员体系即由基层群众性自治组织、社会组织、社区等动员、引导、促进社区中的独立个体脱离个人和家庭的团体结构束缚,以公共利益为导向参与集体社会行动。群众动员体系始于居民动员、成于居民参与、终于居民自治,其构建对于增强社区社会资本、促进社区发展具有积极意义。

成都市青羊区志愿服务联合会(以下简称“青志联”)在党建引领下,基于群众动员体系工作方法,通过引导居民围绕“撰写《老成飞人》”这一集体目标,在社区、志愿组织的带动下,成功经历居民动员、居民参与和居民自治的路径,提升了当地居民的幸福感和获得感,提升了居民的社区事务参与度,积累了社区资本,推动了社区发展,为我国基层群众动员贡献了宝贵的实践经验。

群众动员体系的理论探究

以帕特南为代表的西方社会资本理论认为,个人之间通过合作、互惠、参与集体社会行动能够产生社会信任,形成社会资本。小群体内的社会信任能扩展至对政府的信任,促进惠民的公共政策、强劲的经济增长、有效的公共管理以及较高的制度绩效的产生。在那些具有深厚社会资本的地区,人们能够遵循互惠规范,建立活跃的公民参与网络,促进信任与合作,从而助力基层治理。群众动员的本质,即在于促进集体行动的产生。

群众动员体系即由基层群众性自治组织、社会组织等动员、引导、促进社区中的独立个体脱离个人和家庭的团体结构束缚,以公共利益为导向参与集体社会行动,并进一步通过制定规则形成团体、实现自治。群众动员体系始于居民动员、成于居民参与、终于居民自治,其构建对于增强社区社会资本、促进社区发展具有积极意义。

群众动员体系构建的案例研究

航空工业成都飞机工业(集团)有限责任公司(以下简称“成飞”)所在的社区,作为典型单位社区,其特点是基于邻里的地缘关系,与基于单位的业缘关系高度重合。2020年社会化移交完成后,企业退休职工普遍产生从“单位人”向“社区人”转型的“被抛弃感”。与此同时,居民居住的单位院落也同时划归社区,社区开始面临前所未有的挑战——如何促进社区融合,如何动员群众参与?青志联为此探索了一些具体做法。

体系构建始于“以社区文化为引领的居民动员”。2020年8月起,青志联联合社区通过大量走访,逐步摸索到伴随“成飞”公司发展历史脉络而形成的当地社区独有的特点和居民背后的故事,并敏锐地认识到,“文化”可以成为社区居民联系的纽带,也可以成为该社区居民动员的切入点。通过文化,社区有机会撬动居民进一步参与到社区建设和基层治理当中,凝聚社区居民、团结社区居民、形成社区合力。

动员体系成于“以三张清单为纲要的居民参与”。整理出“三张清单”,即居民的“资源清单”“项目清单”和“需求清单”。一是按照“兴趣+公益”并逐步向公益发展的思路,通过居民骨干寻找有共同兴趣爱好的人,指导确定一个共同的主题和行动目标,以组织化方式开展行动,最大化调动社区居民参与社区事务、解决社区问题的积极性。二是坚持多法并举,动员和支持成立各类型社区组织。充分发挥社区文化引领和带动作用,确立“全方位、全覆盖、全民参与”社区理念,积极开展社区营造行动,引导社区组织在小区自治管理、矛盾纠纷调解、疫情防控 and 为老服务等方面发挥作用,体验式参与解决社区问题的过程,提升社区居民的存在感和获得感。

体系构建终于“以赋能融合为驱动的居民自治”。项目推进过程中遇到困难时,青志联巧妙地寻求党支部的帮助,并积极协助党支部解决矛盾。党支部也逐渐开始更好地发挥出群众动员的作用。大家开始关注社区的公共事务,关注社区不同的群体,并通过集体行动促进自治。

“老成飞人”项目是成都市青羊区社会治理工作中的一个缩影,是群众动员体系建构的社区实践探索。青志联用社区工作的理论和方法,层层推进促进了居民动员、居民参与和居民自治的逐步实现。其中每个关键步骤,都引入一个特定的切入点,正是在上述三个步骤的逐一推动下,越来越多居民受到支持和鼓励纷纷加入,群策群力、齐心协力完成目标,最终形成工作机制和方法而实现自治,群众动员体系最终以建立。

(作者单位:中共成都市青羊区委社区发展治理委员会、成都市青羊区志愿服务联合会)

群众动员体系构建的社区实现路径

刘畅 钟平