

专题民主生活会要开出高质量新气象

◎ 邓兴超

前不久，习近平总书记在四川考察时强调：“开好领导班子专题民主生活会和基层党组织组织生活会，结合学查改开展批评和自我批评。”当前，第一批主题教育接近尾声，作为检验主题教育成效的重要内容，作为领导班子和党员领导干部“学思想、强党性、重实践、建新功”的政治体检，高质量开好专题民主生活会至关重要，必须实事求是，用准度体现高度、用力度展现深度，确保不踩空、开得实，不走样、开得好。

问题查摆要敢于揭短“不遮掩”。“千座山头一个景”在当下部分单位的民主生活会上仍客观存在。少数党员领导干部仍习惯于画惯性思维的“延长线”，专挑一些不痛不痒、“放之四海而皆准”的共性问题，有的甚至直接复制粘贴、照搬照抄以往问题，导致“问题岁岁有，年年一个样”。有的剖析问题“顾左右而言他”，讲工作多、讲思想少，讲现象多、讲实质少，讲客

观多、讲主观少，不见思想、不触灵魂。找准问题、有的放矢，是开好专题民主生活会的关键。查摆问题要彰显历史动态感，以“认识问题担难不怯、发现问题担责不推、直面问题担事不躲、解决问题担险不畏”的态度，看哪些问题现在仍未改，敢于把家底“亮”出来，问题“晒”出来，逐年切实减少问题存量，控制问题增量。

思想交锋要较真碰硬“不虚空”。“观于明镜，则瑕疵不滞于躯；听于直言；则过行不累乎身。”当前一些同志奉行“多栽花、少栽刺”，把相互批评变成相互吹捧，把自我批评变成自我表扬，三言两语听上去和风细雨，实际上隔靴搔痒、毫无价值。开好专题民主生活会，开展积极健康的思想交锋，要做到坚持党性、出于公心，明白“人非圣贤，孰能无过”的道理，敢于讲真话、说实话，不为私心所扰、不为人情所困、不为关系所累、不为

利益所惑，拿出揭短亮丑的勇气、动真碰硬的精神、触动灵魂的态度，真刀真枪地开展批评和自我批评。

督导指导要坚持标准“不打折”。党内政治生活是“熔炉”，“炉火”不旺，就需“加压助燃”。主题教育各巡回指导组要充分发挥作用，建会前主动对接、提前介入，会中从严把关、不走过场，会后跟进落实，善始善终的“全链条”督导机制，统一把关口径，列出负面清单，把标尺。要坚持较真碰硬，对抢进度、走过场、有“闯关”思想，以及班子对照检查不全面、个人发言不深刻、思想认识不到位、走“形”不走“心”的，该叫停叫停、该延期延期；对存在“穿靴戴帽”、自我表扬，以工作建议、工作希望代替批评意见，以班子问题、下级问题、共性问题代替个人问题，不按规定报告个人事项，查摆剖析不深刻、不聚焦等突出问题的，要现场提醒、当场纠正，确保民主生活会不避重就

轻，务求实效。

整改落实要实实在在“不敷衍”。开会不是目的，解决问题才是关键。要把问题整改作为检验专题民主生活会质量的落脚点、重头戏，针对整改举措笼而统之、大而化之，落细落小不够、落地落实不足的问题，坚持聚焦主责主业，与全力推进年度重点任务相结合，与巡视反馈问题整改相配套，与调查研究发现问题相对照，一体列出“问题清单”、梳理“意见清单”、制定“整改清单”，明确整改措施、责任和时限，实施项目化管理挂牌销号，一揽子推进整改落实，一体化完善体制机制，做到“当下改”和“长久立”相结合，全面盘点“欠账”，定期跟踪“对账”，年终上交“总账”，避免会上轰轰烈烈，会后悄无声息，会议“一开了之”，问题“涛声依旧”，确保问题真改、实改、改到位，确保专题民主生活会开出高质量、开出新气象。

创新传承路径，激发非遗活力

◎ 邱萍

山西的庙会主要分为传统的宗教祭祀类和现代的娱乐贸易类，像民众所熟知的晋祠庙会、曲沃娘娘庙会、尧王传统祭祀等属于传统的宗教祭祀型庙会。

三是戏曲文化之源头。黄河流域是中国戏曲的重要发祥地，有着丰厚的戏曲类文化资源，而众多北方杂剧多集中在山西。以晋剧、蒲剧、上党梆子等为代表的山西知名戏曲种类，兼具艺术观赏价值与文化传承意义，富有民俗情趣和地方韵味，成为区域文化品牌的一张亮丽名片。

第四是民艺艺术之海洋。生生不息的民众，在这块古老的土地上，创造出丰富的物质财富和灿烂的民间文化艺术，这些民间美术是黄河流域独具特色的非遗文化，象征着中华民族的哲学思想，折射出民众热爱生活、繁衍生命的美好愿望。按照民艺美术的造型外观和实用需要，可将其大致分为两类：一类是为满足精神需求而创作，如中阳剪纸、平阳木版年画、闻喜花馍等；另一类是为满足生产生活需求而创作，如上党堆锦、侯马刺绣、绛州漆器髹饰技艺等。

非遗是中华文明绵延赓续的重要载体，要在传承中华优秀传统文化中推进文化创新，在文化自信自强中推进中国式现代化。

传播模式创新。利用传统媒介的资源优势，借助短视频、直播等新媒体的技术优势，以高品质大型演艺品牌打造为核心目标，实现非遗文化IP创造性转化。以上党梆子为

例，可将“说山西、唱山西、演山西”作为核心内容，学习借鉴“印象”系列等国内外大型商业演艺模式，提升现有非遗传播和演艺的品质，延伸非遗传播的覆盖面，将山西戏曲文化的资源优势变为资本优势，拓宽非遗传播的受众群体，促进非遗在公共文化空间的普及教育，推动非遗文化传播与美育工程相融合。

商业市场创新。“见人见事见生活”的非遗理念已深入人心，活性性是非遗的内在属性，也是非遗商业化的重要前提，非遗产品所蕴含的文化价值是商业产品的核心价值所在。如平遥的推光漆器、新绛的木雕漆器等传统技艺，工艺精美，艺术卓绝，享誉海内外，在非遗传承的生态体系中，可将非遗工艺与设计师、经纪人等商业市场中的新兴群体相整合，通过非遗与商业市场的对接，挖掘非遗背后的历史、民俗、审美等元素，以非遗为主线，拓展传统工艺振兴的实践路径，通过潮流艺术、潮玩展陈、音乐派对等新业态，培育商业市场新的经济增长点，营造新的商业消费态势，培养多元化的审美消费意识，通过品牌运营拓展非遗消费的潜在商业空间，让非遗走进民众的日常生活中。

研发模式创新。非遗的历史性对应的是“过往”，文创研发对应的是“时尚”。通过国家非遗培训计划，让非遗传承人与高校、文创等单位进行合作，将文化创意和应用设计相结合，做到“传承不守旧，创新不离根”。也可借助旅游商品创意设计大赛等平

台，以非遗工坊、非遗主题景区为落地载体，推动非遗进商圈、写字楼、学校等，让山西传统扎染、刺绣、剪纸等非遗文创产品，借助文博会、旅游商品博览会等平台集中呈现和推介，实现传统手工艺与现代创意相结合的同时，打造“山西有礼”等高端旅游购物品牌，让非遗文化渗透出新时代的文化温度。

文化产业创新。按照近期山西省旅游发展大会的战略部署，参照“旅游+”业态体系的创新升级，将与非遗相关的各类产业形态，如文教、文商、文旅等相结合，重点是引导非遗走进日常、服务当下，丰富文旅产品体系建设，促进非遗与文化产业等业态的融合，促使非遗与文化品牌跨界合作，拓宽经济实体和市场平台等多渠道合作。通过非遗为品牌和商业注入人文内涵，使非遗在当代社会具备造血能力，通过更新迭代促进文化产业不断向前发展。

黄河流域是华夏文明的重要发祥地，非遗是黄河文化的重要载体。通过文化创新促进非遗活态传承，可在文化自信自强中推进黄河流域高质量发展，在擘画新时代黄河故事新篇章的同时，激励中华儿女对中华文明的认同感与自豪感。

【作者单位：太原理工大学轻纺工程学院。本文系2020年度山西省哲学社会科学规划课题“山西黄河流域民俗文化资源创新发展研究”（项目编号2020YJ039）阶段性研究成果】

新媒体宣传在企业中的作用

◎ 任梓璋

新媒体时代，企业面临着更多机遇，比如企业可以在原有宣传模式之外，增添新媒体宣传渠道，使之符合当代大众的信息获取习惯，这也是进一步提高企业核心竞争力的关键所在。新媒体渠道对于企业宣传来说，重要性不言而喻，可以有效弥补传统媒体形式和价值方面的不足，更好地满足宣传的及时性、时效性要求。这对于企业的长远发展是大有裨益的。

新媒体宣传在企业管理中的作用

通过对新媒体技术手段进行综合分析，结合当代企业管理的实际应用情况，笔者认为，新媒体宣传在企业管理当中的作用，主要体现在以下三个方面。

凸显企业形象。在市场营销和品牌营销中，最关键的一个要素就是，尽可能面向市场打造更加具有独特性的企业形象，这种形象既可以是文化特征，也可以是价值标识。使用新媒体宣传手段，能够更快速地凸显企业形象，帮助企业在市场中提升知名度。举例来说，当用户可以通过浏览官方网站，或者登录官方微信公众号，直接查阅企业的有关信息，了解企业近一段时间的生产动态、市场政策等，这就相当于企业“近距离”接触用户，对于用户快速了解企业来说，也十分有用。

传播企业文化。文化作为一种精神符号，对企业虽不能直接带来经济效益，却可以通过文化宣传，更好地凝聚人心，起到提高企业内部凝聚力的重要作用。企业文化是企业价值的主要载体，使用新媒体技术手段进行文化宣传，可以满足企业进行文化建设的基本需求。在新媒体时代，企业可以通过微信公众号，或者一些趣味性的小程序、小游戏，来宣传本企业的文化、开展文化活动。同时，企业可以通过不记名的线上问卷等形式，了解企业文化在职工心中的主要特点、存在的主要问题，并着手改进企业文化建设。

“限时免费乘地铁”有助于刺激消费

◎ 付彪

据媒体报道，8月18日，微信公众号“福州地铁”发布消息称，2023年8月28日至2023年12月31日期间，福州地铁开展领取电子消费券享夜间、周末及节假日免费乘地铁活动。

福州并非首个限时免费乘地铁的城市。早在今年2月，浙江宁波轨道交通推出“绿色出行，助力消费”免费乘车措施，助力夜间和法定节假日经济发展。江苏南通、江西南昌、河南洛阳等多个城市也推出“限时免费乘地铁”活动，与之配套的，往往还有发放“夜享”消费券等丰富夜生活的措施。

限时免费乘地铁，似乎是在做“赔本”买卖，实际上，可增加夜间、周末及节假日消费场景的客流和人气。很多消费行为发生在夜间，因此，近年来，国家及各地持续推动“夜间经济”发展，刺激地方消费复苏。推动夜间、周末及节假日免费乘地铁活动，可大大激发居民走出家门消费的热情，提升地铁沿线站点商业圈、经济街区的客流、人气，还可以带动周边餐饮、购物、娱乐等产业的发展。

据报道，今年4月28日起，南通轨道交通推出“夏夜出行·地铁免费乘”活动，乘客享受免费乘坐地铁，不限里程、不限次数，在当地，“夜购”“夜娱”“夜食”等消费越来越火。

仔细想来，限时免费乘地铁，与景区破除“门票经济”具有异曲同工的作用。早在20多年前，杭州拆除西湖的环湖围墙，实施24小时免费开放环湖公园，虽然每年损失了很大一笔门票收入，但公开数据显示，杭州的文旅综合收入大大增加。浙江绍兴鲁迅故里、天台山国清寺、湖州南浔古镇等景区实行免费开放后，客流量也明显增加，景区中游客消费收入，早已超出原本的门票收益。舍弃门票的小利，换来旅游发展的大利，这无疑算清了其背后的“大账”。限时免费乘地铁背后的“大账”，也不难算清。

政府为居民出行买单，本质上，就是不算“小账”而算“大账”，不算“经济账”而算“发展账”“民心账”。居民愿意出门消费，城市经济焕发活力，外地客商纷至沓来，各类人才落户安家，这些都可能成为“免费乘坐地铁”的后续效应，期待更多城市能够算清类似“大账”。

相较于传统媒体，新媒体的形式和类型更加多样，通过互联网，立足于智能手机和其他电子设备，面向社会大众进行信息传播，能很快实现用户之间的信息交互。新媒体对企业的日常管理和发展可以起到促进作用。具体到企业的舆情管理，新媒体不仅有效拓宽了企业原有的舆情管理渠道，还提高了舆情管理的效率及速度。

舆情管理的概念和特点

企业舆情是“企业舆论情况”的简称，是指在一定的社会空间内，围绕某企业某一事件的发生、发展和变化，公众所持有的态度、意见和情绪等。企业舆情包括舆论和公众对有关企业的任何话题的讨论、报道和反映。对这类舆情实施一系列的应对、控制等工作，就是舆情管理。

和一般的企业管理工作有所不同的是，舆情管理的特点主要表现为以下四方面：一是舆情管理对于媒体具有较强的依赖性，特别是对于个性化媒体的依赖性更大；二是舆情管理的受众人数持续增加，这就意味着，舆情管理需要考虑的问题或者说需要面对的受众需求越来越多，在这种以受众作为主导的信息交互渠道中，舆情管理就由原本的主动变成被动，大众则掌握了更多的主动权；三是舆情管理的表现形式丰富多样，无论是文字还是图片，或者是音频资料，只要能在网络传播，就满足了新媒体背景下的企业舆情管理要求；最后一方面，舆情管理的特点还在于信息发布的及时性，因为在网络空间中，用户可以获取信息的速度正在不断加快，信息的传播速度同样也在持续加快，想要迅速减少负面影响，就要求企业必须实施更加高效率的舆情管理，在第一时间面向大众传媒进行公关。

提高思想认识，强化顶层设计

从企业管理层的角度来说，只有进一步提高思想认识，才能加快推动舆情管理工作有条不紊开展。企业领导不能把发展目光只局限于眼前的经济效益，而是需要有重点地向下转移，逐渐把关注重点从眼前可以取得的利益，倾斜到未来能够获得的市场效益和口碑信誉上，通过打造更加良好的舆论环境，使企业的口碑能在口碑相传中被更多人所了解，在市场中能树立更好的形象，才能招揽更多的客户和投资者。为此，企业需要进一步强化现有的组织领导机制，也需要增加企业在新媒体舆情管理方面的经济投入。

举例来说，在进一步加大经济投入方面，企业需要形成专项的资金使用规划和项目编制书，专门针对舆情监测的技术手段，进行设备采购和系统开发。说到舆情监测，建议通过五大要素分析来进行，这五大要素分别是——分析舆情是否和企业有关、分析舆情是否存在、分析舆情的正面性和负面性、分析舆情是否具有热点性、分析舆情的传播途径。

要进一步强化思想认识，无论是对外进行市场营销时，还是进行品牌塑造和形象树立时，都需要强调新闻宣传部门的重要职能，和新闻媒体要搞好关系，第一时间了解并处理各类负面舆情，特别是在舆情公关过程中，要强调时效性，应当确立一岗双责的管理机制，由企业的主要负责人承担舆情管理责任，他们不仅要对当前的生产和经营负责，也要对企业的舆情管理工作负责。

健全管理制度，发挥制度优势

建立健全组织机制，是加快推动管理工作有条不紊开展的关键，也是各项管理工作开展的依托。当前有的企业之所以存在舆情管理不科学的问题，就是因为缺少有效的管理机制，导致舆情事件一旦出现，很难有一套规章制度作为指引。所以企业要健全相应的管理机制。

首先建议企业确立新闻发言人制度。一般由企业的主要负责人或者新闻宣传部门的分管领导作为发言人，要求发言人在面对舆情时能够处变不惊，能够以比较权威和客观的态度，尽可能地在公众面前进行解释和说明，主要方式有举行新闻发布会，或者利用抖音等平台进行短视频拍摄，以起到第一时间回应公众诉求的效果。

其次需要建立健全信息管理制度。因为舆情本身就是信息在扩大和发酵以后所产生的传播性问题，在新媒体时代背景之下，企业完全可以利用网络平台，将事情的具体进展和过程全部公之于众，使得谣言无所遁形，也让人们的部分疑虑彻底消除，所以建议企业在大型网络社交平台上建立自己的公共账号，尽可能在这个账号上经常与网友进行沟通，共享企业的新政策和新的市场发展方向，促进企业和公众之间的良性反馈机制形成。

构建专业团队，提高管理水平

企业管理工作是一项具有复杂性的工作，舆情管理对企业管理人员又提出了更强的专业性和技术性要求，不仅涉及企业的日常管理经验，也涉及新闻传播方面的知识。在新媒体背景之下，要想利用新媒体技术手段实施舆情管理，工作人员还需要具备更强的新闻宣传能力和新媒体技术应用能力，建议企业内部组织工作人员学习有关舆情管理的知识，特别是要提升新闻宣传部门专业技术人员的技术能力，让他们的业务水平和管理水平大幅度提高。

特别是，在学习和熟悉各类舆情监测系统方面，从陌生到熟悉，是一个循序渐进的过程，企业相关工作人员在对舆情监测数据进行管理分析的过程当中，需要透过数据去分析其背后所蕴含着的深层次问题，这样才能形成事前舆情管理的良好态势，也为企业接下来的舆情管理工作提供更多前瞻性决策与建议。

【作者单位：内蒙古电力(集团)有限责任公司新闻中心】

新媒体背景下企业舆情管理浅谈

◎ 刘靖轩

^[1] 相较于传统媒体，新媒体的形式和类型更加多样，通过互联网，立足于智能手机和其他电子设备，面向社会大众进行信息传播，能很快实现用户之间的信息交互

^[2] 具体到企业的舆情管理，新媒体不仅有效拓宽了企业原有的舆情管理渠道，还提高了舆情管理的效率及速度