

浅谈新形势下如何做好企业党建思想政治工作

党的十九大报告指出, 党要团结带领人民进行伟大斗争、推进伟大事业、实现伟大梦想, 必须毫不动摇坚持和完善党的领导。习近平总书记在全国国有企业党的建设工作会议上提出加强国有企业党建工作要坚持党对国有企业的领导不动摇, 发挥企业党组织的领导核心和政治核心作用; 坚持服务生产经营不偏离, 以企业改革发展成果检验党组织的工作和战斗力; 坚持党组织对国有企业选人用人的领导和把关作用不能变; 坚持建强国有企业基层党组织不放松的总要求。新形势下, 如何做好企业党建思想政治工作, 我浅谈一下自己的思考。

当前, 国有企业正处于一个伟大的历史变革期, 铜陵铜矿分公司作为国有老矿山企业面临转型升级的压力, 困难与希望并存, 挑战和政治遇同在。新时期、新形势, 也对国有企业党建思想政治工作提出了新的更高要求, 作为传统的采矿行业企业, 我们既要与时俱进, 开拓创新, 还要结合老矿山实际情况, 做到求真务实。做好国有企业党建思想政治工作一定要围绕生产经营大局, 充分发挥党组织的政治核心作用、党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用, 通过建立健全党组织“把方向”的工作机制, 不断提升党组织“管大局”的能力水平, 探索党组织“保落实”的工作方法, 促进企业改革发展和生产经营任务的完成。

一、抓学习, 强作风, 坚定理想信念

始终将学习摆在首位。要紧紧围绕“六个聚焦”要求, 组织全体党员深入学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想, 在学思践悟中融会贯通, 切实做到学懂弄通做实。坚持以学促

思、以学促干, 联系思想和工作实际, 运用学习成果破解企业发展难题、指导实践、推动工作。一是要抓好政治学习。各级管理人员要通过不断地加强学习, 努力解决好政治立场和政治方向的问题, 解决好理论知识和工作能力相适应的问题, 解决好“真学、真懂、真信、真用”的问题。二是要抓好题研讨。突出学习教育中的问题导向, 组织党员干部针对党建工作的突出问题和生产经营中的难题开展专题研讨, 促使党员干部树立“问题意识”, 提高发现问题的能力; 敢于面对问题, 认真研究问题, 弄清问题的根源, 找准问题的症结。同时, 学会在诸多矛盾中, 辨清主次, 把握急缓, 努力在解决问题中突破瓶颈、化解矛盾、创造亮点。三是扎实开展年度专题警示教育, 让广大党员干部尤其是领导干部坚持把自己摆进去, 对照《条例》规定和要求, 紧密结合实际, 着重从思想、组织、作风、纪律等方面查找存在的突出问题, 通过民主生活会和组织生活会, 深入学习研讨, 认真撰写认识体会, 积极开展批评和自我批评, 引导党员、干部增强思想自觉、政治自觉和行动自觉。四是要抓好党课教育。组织开展班子成员下基层送党课、党支部书记互授党课和先模、优秀共产党员“微党课”活动, 对党课内容、授课技巧和听课效果三方面开展党课评比, 不断增强党课的吸引力和感染力。

二、围绕生产经营, 开展党建系列活动

把企业生产经营管理的热点、难点作为党建思想政治工作的着眼点、着力点, 坚持抓好党建促生产的工作思路, 找准党建思想政治工作与生产经营的最佳结合点, 解决“两张皮”的问题。以“争创先进党支部、争当优秀

共产党员”为着眼点, 积极开展“党员责任区”、“党员示范岗”、“立足岗位做贡献, 创先争优当先锋”、“党员奉献日”主题实践活动, 教育引导党员立足岗位, 工作争先, 服务争先, 业绩争先, 展现党员形象, 增强党员的光荣感、使命感, 在分公司攻坚脱困工作中建立新功。开展全员创“星”活动。展现优秀员工风采, 树立先进员工典型, 形成人人争当“明星”, 人人为企业发展作贡献的良好氛围, 促进企业和谐发展。开展“明星员工”道德讲堂活动。每季度组织对受表彰的“明星员工”进行事迹宣讲, 发挥示范带动作用。积极开展扶贫帮困送温暖活动, 积极帮扶困难职工。

三、抓好基层党组织标准化建设

始终坚持把基层党支部作为党建工作的着力点和落脚点, 制定基层党组织工作“清单”, 明确具体任务和工作的标准, 着力提升基层党组织制度化、常态化、规范化和科学化水平。制定下发《基层党支部标准化建设标准方案》, 明确基层党建责任主体和任务要求, 突出年度工作重点, 并梳理存在的问题, 根据问题清单制定整改清单和责任清单。为确保达标验收, 党委应建立“督查查月通报”制度, 定期对各党支部工作进展及任务落实情况进行督查。对没有达标的党支部, 由党群工作部负责制定整改路线图和时间表, 实行挂牌作战、挂牌督办。要加强党员队伍建设, 严格按照“控制总量、优化结构、提高质量、发挥作用”十六字方针, 把好评党员发展“人口关”。认真抓好基层组织生活会、民主评议党员等党组织生活制度, 增强落实“三会一课”制度的自觉性。

四、抓好党风廉政建设

要准确把握全面从严治党和党风

廉政建设的新形势新要求, 履行好党风廉政建设主体责任和监督责任, 严格落实党风廉政建设责任制, 强化过程监督, 推进党风廉政建设责任有效落地。要加强党内监督, 加强重点部位和关键环节监督, 参与审计监督和专项治理工作。坚持定期研究部署党风廉政建设工作, 抓好落实两个责任考核细则实施, 推动党风廉政建设, 增强从严管党治党责任心、紧迫感。加强信访件办理, 完善案件办理处置程序, 坚持有案必查、违纪必究, 提高办案效率。深入推进党风廉政建设和反腐败工作, 形成问责追究体系, 不断增强落实“两个责任”的思想自觉、行动自觉。坚持把纪律和规矩挺在前面, 严格落实中央八项规定精神, 每年与科级以上以及关键岗位人员签订《党风廉政建设责任书》, 实现业务工作与廉政工作的同部署、同责任、同考核。

五、抓好干部队伍建设

深化领导班子和干部队伍建设, 严格执行《党政领导干部选拔任用工作条例》, 明确考察、讨论决定、任职等各环节要求, 切实把党管干部的原则贯穿到各级领导班子建设和选人用人全过程、各方面。始终坚持德才兼备、以德为先的原则, 坚持“信念坚定、为民服务、勤政务实、敢于担当、清正廉洁”的好干部标准, 把“讲政治、守规矩、有担当”的干部选拔任用起来, 做到五湖四海, 选贤任能, 人尽其才, 才尽其用。始终严把政治关、品行关、廉洁关, 完善选人用人监督制度, 认真贯彻《关于防止干部“带病提拔”的意见》, 严防“带病提拔”“带病上岗”等不良现象, 以高标准、严要求建好班子、配好干部、带好队伍。

冯兴蒙

构建适应新形势下的企业思想政治工作长效机制

做好企业思想政治工作, 我们已经积累了很多好的经验和方法, 但思想政治工作长效机制仍欠缺。如何建立思想政治工作长效机制, 要从以下方面着手:

一、构建思想政治工作的引导机制

1、引导和教育职工在思想、道德、信念等方面所要达到的目标、要求和期望。加强对职工群众的引导和教育, 除了要充分发挥好舆论阵地和导向作用外, 还必须依靠组织对职工的管理来实现。依据岗位中的职责要求、岗位标准、职工守则等, 把思想政治工作教育的基本内容根据不同岗位、不同人员所应达到的要求、目标进行定性和定量的逐层分解, 变虚为实, 由软变硬, 清楚、准确地传达到企业的每一个岗位和每一名职工, 使职工对自己的努力方向和达到的要求一目了然。

2、要大力加强企业文化建设。要通过企业文化建设, 传递给每一位职工什么是正确的行为, 什么是错误的行为; 什么是企业所赞同和提倡的, 什么是企业所禁止和反对, 让职工在具有鲜明个性和良好的企业文化氛围中得到熏陶, 使职工的个人价值取向与企业的价值取向趋于一致, 从而达到“人企合一”的目的。

二、构建思想政治工作的激励机制

一是与薪酬待遇激励相结合。要把对职工在思想、道德、信念、文化等

方面的素质要求及职工实际所具备和掌握的程度纳入到企业职工薪酬待遇构成之中, 进行科学、公平、公正的薪酬体系设计, 与职工报酬待遇相挂钩, 以充分体现职工付出与回报的一致性和对等性, 进而起到鼓励先进、带动中间、鞭策后进的作用。

二是与升迁发展相结合。思想政治工作就是要通过精神激励中的目标激励、荣誉激励、个人升迁、成长发展等激励制度的构建, 促使职工在思想道德素质方面得到提高和工作能力方面得到提升, 在“个人成长”、“工作自主”、“业务成就感”等方面有所体现, 并为他们在企业施展才智提供更大更广阔的空间和舞台, 从而达到调动职工积极性、主动性和发挥职工聪明才智的激励效用。

三、构建思想政治工作的约束机制

一是建立量化的思想政治工作考核体系。一方面来自于企业组织内部对思想政治工作、内容、任务、目标进行量化和硬性的分解; 一方面来自企业外部特别是社会对本企业职工在思想、道德及个人品德、诚信等方面具体要求的量化分解。通过企业内部和外部这两个方面的要求有效地传递到企业中的每一个岗位和岗位中的职工, 形成对职工外在的约束, 使职工能够按照社会规范和企业要求约束自己的行为, 并依据考核结果与职工的薪酬待遇相挂钩, 依靠利益动力机制形成对职工的有效约束。

二是建立以职工升迁发展为核心的评价体系。企业中每一位职工都占据着一份岗位、承担着一份职责, 完成着一份任务, 而支持职工能够有效履行使命的就是职工应具备的知识、技能和素质等。建立科学的以职工升迁发展为核心的评价体系, 就是通过对企业中每一个岗位职工的工作内容、绩效标准进行规范, 使职工按照规范的行为标准指导自己的工作, 并达到有效的效率和效果。同时, 企业对职工的行为是否符合组织的期望、流程的要求以及为企业取得高水平的绩效等进行有效的评价, 并将评价结果与职工的薪酬待遇、升迁发展以及竞聘上岗等相挂钩, 给企业的人才竞争和职工的升迁发展设定一个公平的舞台和检测标准, 使职工知识的积累、技能的提升和素质的提高, 始终处在企业所要求的范围之中, 从而达到对职工行为的有效约束, 实现对职工的行为纠偏, 使每一位职工的行为和成长发展符合组织的要求和期望。

四、构建思想政治工作的保障机制

1、从制度上保障思想政治工作在企业中的应有地位。“思想政治工作是一门科学”, 是企业实现其战略目标的一个重要组成部分。这就从企业的战略高度提出了要保障思想政治工作应有的地位和发挥其作用。一是要正确认识 and 评定从事思想政治工作队伍的劳动价值, 他们的劳动是一种脑体兼

有的综合性、奉献性的复杂劳动。他们所创造的价值, 不是一般意义上的价值, 而是有很高的企业和社会价值, 是企业实现其战略目标而服务的, 不能简单地拿一段时间来衡量, 而是要放置于企业实现其整个战略目标的进程中去体现, 使其成为企业战略目标的重要组成部分。二是要大力提高思想政治工作队伍的自身素质。由于思想政治工作是一门科学, 一门专业, 是科学性、政治性、政策性很强的工作, 这就要求从党的执政地位和社会主义性质的高度, 强化加强思想政治工作队伍自身建设和提高他们的自身素质的重要性认识。

2、从制度上保障职工在企业中的民主权利。全心全意依靠职工办企业是我们党的根本指导方针, 充分发挥广大职工在企业实现其战略目标进程中的作用和聪明才智, 就必须从制度上保障广大职工在企业各项事务和管理中的民主权利, 特别是广大职工群众对企业重大事务、涉及职工利益的重大问题, 以及关乎企业发展和命运的重大决策等方面参与管理、参与决策、民主监督的权利。让职工的知情权、审议权、决策权和监督权得以充分行使。使职工的聪明才智通过有效的制度和渠道得以充分的展示和体现。真正做到让广大职工在企业中尽主人责、说主人话、干主人事, 形成共谋企业发展之路的良好局面。

卞爱华

浅析企业综合治理工作的创新

数, 无法也不可能承担所有职工的综合治理工作, 更多的只能起到综合治理工作的领导和组织者的作用, 因此必须充分发挥基层班组管理人员、基层共产党员及各类骨干分子的作用, 广泛依靠群众, 发动群众, 开展群众性的综合治理工作, 既把群众当作综合治理工作的对象, 又把群众当作综合治理工作的主体, 使综合治理工作做深、做细、做活, 收到实效。

其次, 以创新综合治理工作的新形式为载体, 营造综合治理工作的新气象。在综合治理工作机构健全、制度规范、人员精准的基础上, 善于把综合治理工作寓于生动活泼、丰富多彩的文体娱乐活动和劳动竞赛技术比武之中。通过形象化、潜移默化的群众性活动, 使广大群众在不知不觉中陶冶情操, 提高觉悟, 增长知识。随着经济、文化、生活水平的不断提高, 人们对各种文体艺术欣赏的能力也不断提高, 广大群众的工作、学习和生活方式也会随着向多元化的方向不断发展。综合治理工作要在传承传统的优秀做法的同时, 与时俱

进, 突出时代特点, 因势而谋、应势而动、顺势而为。可以通过参加义务献血、消防演练、困难帮扶、无偿献血等公益活动, 增加群众的集体荣誉感; 通过为群众办实事, 解难题, 增加群众的组织、集体归属感; 通过开展诚信友爱爱家风、共产党员先进性教育等活动, 增强群众的社会正义感, 培育企业优良风气, 净化综合治理工作环境。

再次, 准确把握群众思想的热点和难点问题, 做到群众有所求, 我必有所应, 急群众之所急, 想群众之所想, 从满足群众的合理需求出发, 多为群众办实事, 做到经济上解困、生活上解忧、思想上解惑、精神上解困。只有把群众的思想问题同解决实际问题相结合, 综合治理工作才会更有说服力和感染力。要深入基层, 贴近群众, 把握群众思想脉搏, 发挥综合治理工作的独特作用, 推动综合治理工作和各项工作的深入开展, 开创综合治理工作的新局面。综合治理工作要服从于、服务于企业的中心工作, 群众的思想问题也往往是通过工作的细节表现出来的, 综合治理工作只有结合具体的

工作去做, 才能有效地把握群众的思想变化, 把工作做到点子上, 增强综合治理工作的针对性和有效性。

最后, 要把综合治理工作渗透到企业各项工作中, 齐抓共管。在企业中, 只有把综合治理工作的目标任务与具体的业务工作一起量化, 与业务管理工作同规划、同部署、同考核, 才能保证各项业务的正确方向和顺利完成。坚持综合治理工作结合各项业务工作一起做, 摆正综合治理工作与各种业务工作的关系, 通过生产抓治理, 抓好治理促生产, 从而实现治理工作和生产经营工作的良性互动。时代的发展、科技的进步, 呼唤着综合治理工作的改革与创新, 要做好新时期综合治理工作应树立科学发展观, 坚持观念创新、理论创新、方法创新和内容创新, 针对综合治理工作中出现的新问题、新特点、新难点和新要求, 求真务实, 在创新中前进, 在创新中发展, 在创新中升华, 以扎实的综合治理工作, 不断增强综合治理工作的感染力和号召力, 为企业的和谐发展提供坚强的保证。

李玉川

依托于信息技术平台和数字化手段, 进入 21 世纪后的第二个十年, 新媒体获得了全速发展。与此相伴而来的, 是信息传播的去中心化、传播体系的扁平化以及新闻传播话语权的消解与重构, 这些都促使新闻传播主体较之与传统媒介发生了显著变化。基于此, 笔者从新闻传播主体的变迁切入, 探寻新闻传播的规律, 揭示其背后深层次的社会发展动因, 分析其带来的影响。

新闻传播活动处于社会发展的大背景之下, 与作为社会主体的“人”密切相关。从新闻传播的整个流程来看, 作为社会历史主体的“现实的人”以信息的传播者和接受者的身份参与着新闻传播活动。与此同时, 人在推动社会历史向前发展(体现在新闻传播领域的传播技术的革新上)的进程中, 也间接地融入到了新闻传播活动之中。那么, 探究新闻传播主体的变化, 尤其是从以传统媒体为主的传播时代向以新媒体为代表的全媒体时代转变过程中新闻传播主体结构的重构性重塑, 更加能够发掘出新闻传播的规律所在。

一、新媒体改变了新闻传播方式

那么, 新媒体的出现到底带来了哪些质的变化呢? 这些变化又是如何改变了传播的主体的呢? 在说明传播主体的变化之前, 我们先来看这两个问题。

新媒体在新闻传播领域所进入的强大的传播能力, 从根源上说有赖于网络终端、大数据传输和数字技术等新的信息传播技术。这些新兴技术的发展, 不断改变着新闻传播的方式, 使传媒业呈现出新的景象。

1. 大众化的信息发布

在传统媒体占据主导地位的时代背景下, 信息的发布者与接受者有着十分明确的界限, 新闻信息的发布和流通受到严格的渠道限制。自现代新闻业诞生以来, 新闻信息发布的话语权便牢牢地掌握在专业的新闻机构手中, 职业的媒体人作为新闻机构建立的新闻网络上的交汇点, 按照新闻机构中的规范, 在已经形成的既定框架里完成新闻传播活动。然而, 互联网的出现, 尤其是智能手机的普及, 降低了接触和发布信息的门槛, 使得人人都拥有麦克风, 可以突破时空限制进行信息发布活动。

2. 多元化的媒介形态

报刊、广播、电视、互联网, 在社会历史发展进程中, 媒介不断萌发出新的业态并相互碰撞和融合。传统的媒介形态较为单一、分离, 而随着智能化的推进, 如今已进入了一个“万物皆媒”的泛媒时代, 人工智能、物联网、云技术, 泛媒体趋势的演进使媒介形态呈现出了多元化特征。在泛媒介的生态环境里, 信息传播的两端不再仅仅是人与人的连接, 还衍生出了人与物的连接。例如, 现在已经成熟应用于体育新闻、财经新闻中的机器人写作, 这些智能信息处理系统可以自动抓取和筛选数据, 及时发布信息, 这便是物向人的信息传输。

3. 分散化的传播渠道

新媒体从技术上为信息广泛、分散地传播提供了可能, 由于报纸、广播、电视等传统媒体在发行周期、内容把关上的限制, 导致其信息传递和意见表达的丰富性、及时性不及新媒体。现下, 盛行的电子媒介使得受众的分散性有着鲜明的去中心化特征。拥有了平等的传播权利的受众可以自发地选择不同的新媒体形式发布信息, 这是传播渠道分散化的一个方面。从另一方面来看, 新的信息技术的冲击也促使了多样化的传播平台的出现。微博、微信、今日头条等信息生产与发布平台具有强烈的平台特征和社交意味。在以这些平台为代表的媒体打破了原有的新闻产品生产流程, 实现了生产与消费的合而为一, 这在一定程度上拓宽了信息的传播渠道。

4. 个性化的议程设置

随着传播主体结构的日益多元和媒介技术的赋权, 受众的主体意识不断增强, 媒体强势引导受众议程的能力逐渐消减, 取而代之的是媒体引导受众议程与受众自我设置议程两种模式的共存和相互影响。同时, 受众接触并使用新媒体作为信息发布工具的便利性增强, 从发起议题到舆论发酵再倒逼形成新的议题的过程具有极快的反应速度, 这使得议程设置具有不可预见性, 现下新闻和舆论反转的现象时有发生, 议程设置往往偏离预设轨道, 无法集中、系统、全面地推进。

二、新闻传播主体的演变与思考

新媒体的出现和蓬勃发展为传媒业的发展打开了新的大门, 人类的信息传播状态发生了根本性变化。

1. 职业传播者与非职业传播者

大众化的信息发布、多元化的媒介形态、分散化的传播渠道、个性化的议程设置, 新媒体下传播权利的消解改变了传统媒体时代的话语权中心, 从而形成了新的传播权利结构。通过新兴媒体, 受众以非职业传播者的形象出现在公众视野中。在这样的传播主体结构体系中, 传者与受众之间的界限日益模糊, 两者之间更多的时候呈现出一种互动和双向传播的状态。

2. 作为“人”的传播者与作为“物”的传播者

正如前文中所说的, 人工智能、物联网、云技术三大核心技术的问世, 共同创造出了一个万物皆媒的时代。麦克卢汉的代表理论“媒介是人的延伸”, 已经从原先对人的眼睛、耳朵等器官的延伸, 拓展到向着对人的思维、信息处理系统延伸。不论是机器人写作中智能化的“机械”传播者, 还是在新闻生产环节中, 大数据分析、算法推送、传感器信息采集, 都可见人与物共同构成的新的新闻传播主体结构。

3. 新闻传播主体变迁映射的社会实质

“人的生存状态是衡量社会发展状况的尺度”。新闻传播在全媒体时代无可避免地影响着社会中每一个“现实的人”的生存状态。从社会主体研究方法入手, 探究新闻传播主体变迁所映射出的社会实质, 是我们探寻新闻规律和社会发展规律的重要切入点。

以技术突破为肇始的媒介变革, 其背后最大的动因是社会生产力的向前发展。纵观整个新闻发展史, 从口头传播到专业媒介机构传播, 再到现在的职业与非职业、人与物的交融传播, 新的媒介技术的出现所造成影响都占据着重要位置。在传播主体结构的变化之中, 我们不难看到, 传播者的外延在拓展, 传播的方式更加便捷, 这体现了人对于自由的生存方式的永恒追求。这种追求表现为对于时间、空间束缚的突破, 对于媒介机构传播权利的突破, 以及对于原有的社会意义框架的突破。在这样的过程之中汇聚起来的力量, 推动着社会的发展。

塔奇曼在《做新闻》中提出, “新闻的生产和再生产, 在定义与再定义、建构与再建构社会意义的同时, 也必然定义与再定义、建构与再建构其生产方式。”新媒体的出现所演化出的新的新闻生产与传播机制, 正是以这样的方式在重新建构的我们所存在的社会世界。阿尔弗雷德·舒茨指出了日常世界的“主体间性”特点, 认为社会世界不是一种客观意义上的系统, 而是充满了能动性主体所享的意义, 从新闻传播的角度来看, 这个意义也是新闻传播的主体在从事新闻生产与传播的过程中产生的。如今, 多元化的新闻传播主体, 创造出了不同于以往传统媒体时代的传播图景, 这些最终都演变成一种新的意识形态, 成为现下新闻生产与传播的规则。这些规则因被不断运用而成为社会共识, 以此来再构建社会世界的意义框架。

而从新闻传播自身的规律来看, 新闻传播主体的变化所牵引出的, 是对于新闻价值的重新定义。以往新闻机构主导下的传播主体对于新闻价值的判断, 不管是以传者为中心亦或是以受众为中心, 都是向相对于“我”的客体进行信息传输。而新媒体时代用户生成信息的模式下, 更多的新闻产品是以“我”的视角出发, 以“我”心中的新闻价值排序创造出来的。特别是社交化媒体平台的迅速崛起, 更形成了基于自身兴趣和社会互动的圈界化的新闻产品。个性、自由、分享、乐趣、流量, 每一个新闻传播者都有着自我的新闻价值界定。这一定程度上反映出社会发展进程中扩大化的包容力和接纳力, 也一定程度上反映出商业化社会背景下资本及资源的力量。

萨百灵