

基层园地

# 新闻宣传工作必须做到与时俱进

□ 任志青

新闻宣传工作作为信息传播的重要手段，在社会发展进程中扮演着不可或缺的角色。它不仅承担着向公众传递各类信息的任务，还对社会舆论的引导、民众共识的凝聚、价值观的塑造有着深远影响。

在媒体格局深刻变革、传播技术迭代升级、受众需求多元化的新时代背景下，新闻宣传工作面临着前所未有的机遇与挑战，如果固守传统模式，必将难以适应时代的发展要求，无法有效发挥其应有的功能，削弱主流舆论的引导力；唯有坚持与时俱进，主动拥抱变革，才能在复杂多元的舆论场中掌握话语权，提升传播效能。

## “三重需求”决定了新闻宣传工作必须与时俱进

当前，经济全球化、文化多元化深入发展，新的思想观念、生活方式、科技成果层出不穷，新闻宣传工作作为社会的“瞭望者”，需要及时捕捉这些变化，才能向受众传递并使受众接受所传播的信息，才能不被时代、受众所淘汰。

时代发展的客观需求。当今时代，社会变革不断加速，新的思想观念、生活方式、科技成果层出不穷。特别是5G、人工智能、大数据等技术，推动传播方式从单向传播向智能交互转变。传统宣传模式已难以适应移动化、可视化、场景化的传播需求。

满足受众日益增长的信息需求。随着人们生活水平的提高和文化素质的提升，受众对优质内容的需求与信息供给质量不均衡之间的矛盾日益凸显。大家对信息的需求不再局限于简单的新闻报道，而是更加追求信息的深度、广度和个性化。因此，新闻宣传工作必须与时俱进，不断丰富内容和形式，以满足受众日益增长的信息需求。

提升新闻宣传工作影响力和公信力的需求。在信息爆炸的时代，以互联网、移动终端为代表的新媒体迅速崛起，新闻传播渠道日益多元化，受众获取信息的途径更加广泛。新闻宣传工作只有做到与时俱进，及时创新传播方式和手段，提高新闻宣传工作的质量和效果，才能吸引更多的受众关注，不会在激烈的竞争中失去优势，导致影响力和公信力下降。

## “三重落差”是新闻宣传工作当前面临的严峻挑战

随着社会的发展，以互联网、移动终端为代表的新媒体迅速崛起，改变了传统的新闻传播格局。在新媒体环境下，信息传播呈现碎片化、分众化特点，甚至在传播的过程中，虚假信息和不良信息泛滥。这就给新闻宣传工作提出了严峻的挑战。

内容生产与受众需求的结构性错位。传统媒体很多还保持着“一篇通稿打天下”的生产模式，不同媒体对同一事件的报道往往大同小异，

缺乏对事件背后深层次原因的挖掘和分析。多数新闻报道的内容供给仍停留在“我认为你应该知道什么”，而非“你实际需要什么”，与受众的实际生活联系不够紧密，缺乏贴近性。

主流叙事与网络话语的语境鸿沟。主流媒体遵循“编码—解码”的严肃传播范式，侧重理性说服，虽然一些媒体也开始尝试运用新媒体技术进行新闻传播，但在形式创新方面还存在不足，一些报道语言也过于生硬、刻板，缺乏生动性和感染力。而网络社群通过“梗文化”“表情包”构建亚文化话语体系，短视频时代的情感共振更依赖于“共情点设计”。这使得主流叙事在网络传播中可能因语言“门槛”，因无法体现个体感受与表达而难以迅速吸引受众的关注。

传播速度与事实核查的时间悖论。网络话语传播迅速，呈裂变式扩散，而主流叙事传播流程相对复杂，速度较慢，导致在热点事件中，网络话语甚至是碎片化、虚假性的消息往往先声夺人，主流叙事在后续引导时面临挑战。例如，社交媒体平台上的一条突发新闻，几分钟内就能获得数百万的点击量和大量的评论、转发；Twitter数据显示，虚假信息传播速度是真新闻的6倍（MIT研究），而人工核查平均耗时4.5小时。

## “四维一体”推动新闻宣传工作与时俱进

随着传播环境、受众需求和技术手段的深刻变革，新闻宣传工作作为社会意识形态的重要载体，必须坚持与时俱进，主动拥抱变革，从技术驱动、传播规律、内容创新和人才培养多个维度发力，才能在复杂多元的舆论场中掌握话语权，提升传播效能。

技术驱动，构建全媒体传播新格局。人工智能、大数据、5G等技术的迅猛发展，重构了信息传播的生态。新闻宣传工作需突破传统媒介的边界，向“全程、全息、全员、全效”的全媒体方向转型，实现优势互补，形成全方位、多层次的传播格局。电视台可以将节目内容上传到网络视频平台，报纸可以推出电子版和手机客户端，实现新闻内容的多渠道传播。要树立以受众为中心的理念，深入了解受众的需求和喜好，通过开展受众调查、建立用户数据库等方式，精准分析受众的需求和行为习惯，根据受众的反馈及时调整新闻宣传策略。例如，新华社推出的“AI合成主播”和《人民日报》的“中央厨房”模式，通过技术赋能实现了新闻生产的智能化和分发的精准化。同时，算法推荐技术虽提升了传播效率，但也需警惕“信息茧房”的负面影响。新闻机构应建立“技术+价值”的双重导向机制，既利用算法优化用户体验，又通过人工编辑干预保障内容的公共性和多样性。

遵循规律，把握分众化传播趋势。新时代的受众已从“被动接收者”转变为“内容共创者”。这要求宣传工作必须细分受众群体，充

分利用新媒体技术，实施差异化策略，打造多元化的新闻产品。制作短视频新闻，以简洁明了、生动形象的方式呈现新闻内容，满足受众碎片化的阅读需求；推出动漫新闻、H5新闻等形式新颖的新闻产品，增强新闻的趣味性和互动性；利用直播技术，对重大事件进行实时直播，让受众身临其境感受事件的发展过程。此外，在语言表达上，要采用通俗易懂、生动活泼的语言，避免使用过于专业、晦涩难懂的词汇，使新闻内容更容易被受众接受。还应积极探索新兴传播渠道，如社交媒体平台、短视频平台等。

内容创新，打造时代化话语体系。内容永远是新闻宣传的核心竞争力。在内容方面，新闻宣传工作要注重深度和广度的拓展，提高新闻报道的质量和价值。一方面，要加强对新闻事件的深度报道，挖掘事件背后的原因、影响和发展趋势，为受众提供全面、深入的信息。在报道社会热点问题时，不仅要报道事件的表面现象，还要分析问题产生的原因，提出解决问题的建议和措施。另一方面，要丰富新闻宣传的内容，关注社会生活的各个领域，满足受众多样化的信息需求。除了政治、经济、社会等传统领域的新闻，还要加大对科技、文化、教育、体育、健康等领域新闻的报道力度。同时，要注重新闻内容的贴近性，关注民生问题，将新闻报道与受众的实际生活紧密联系起来，增强新闻的吸引力和感染力。

人才赋能，培育全媒型新闻宣传队伍。与时俱进的新闻宣传需要既懂传播规律、又掌握新技术的复合型人才。调查显示，2022年媒体招聘中，数据分析师、产品经理等跨界岗位需求增长120%。要加强对新闻宣传工作者的培训和教育，提高他们的业务能力和综合素质。一方面，加强对新闻专业知识的培训，提高新闻宣传工作者的新闻采访、写作、编辑、评论等能力。另一方面，加强对新媒体技术的培训，使新闻宣传工作者掌握新媒体传播技术和运营管理知识，能够熟练运用新媒体工具进行新闻宣传工作。此外，还要注重培养新闻宣传工作者的创新意识和跨学科思维能力，同时，建立“首席记者工作室”等柔性组织，给予优质内容创作者更大的创作自主权，使他们能够适应时代发展的要求，不断创新新闻宣传工作的理念、内容和形式。

总之，新闻宣传工作的与时俱进，本质上是传播生产力适应社会主要矛盾变化的必然选择。这要求从业者既保持“内容为王”的初心，又具备“技术向善”的创新思维；既保持主流价值的定力，又具备融入数字原住民话语体系的柔韧性。唯有以开放姿态拥抱变革，在“快与慢”“雅与俗”“统与分”的辩证关系中寻找动态平衡点，在守正创新中提升传播力、引导力、影响力、公信力，才能让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入，为全面建设社会主义现代化国家营造良好舆论环境。

（作者单位：华阳集团）

□ 尹江波

# 国企党风廉政建设策略探析

一环，是腐败问题未成的“预防针”，是腐败问题已成的“矫正器”，更是预防腐败的第一道“防线”，廉政教育不仅仅是各级党组织及党员干部的事，还需要全社会的共同参与和支持，积极营造“以廉为荣、以贪为耻”的社会氛围，让清廉成为国企党员干部职工的共识和行动自觉，为构建风清气正的政治生态奠定坚实基础。廉政教育开展的质量和效果，直接关系到廉政建设的成败。因此，提高国有企业廉政教育的质效，是新时代党风廉政建设的迫切要求，需要从多个维度入手，多措并举，久久为功。

构建分层分类教育体系，实现精准施教。一是聚焦“关键少数”，强化“一把手”监督教育。动态管理廉政档案，将廉洁教育纳入领导干部任职资格审核，建立涵盖个人事项报告、信访举报、审计结果的动态档案，作为晋升、评优的重要依据；深化“一把手”讲党课制度，要求党组织书记每年至少讲授2次廉政专题党课，结合企业实际解读《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》，并引入“情景模拟”教学，增强代入感。二是紧盯关键岗位，推行“嵌入式”廉洁教育。风险点与教育内容挂钩，针对物资采购、工程外包等高风险岗位，开发定制化课程，建立“廉洁伙伴计划”，要求关键岗位人员每季度与纪检机构开展一对一谈话，并签署《廉洁履职承诺书》，强化过程约束。三是覆盖全员教育，培育廉洁文化生态。新职工“廉洁第一课”，将廉洁教育纳入入职培训必修模块，通过案例剖析、廉洁承诺书签订、老职工“传帮带”等形式，树立“入职即守廉”意识；基层职工“微教育”，利用班前会、安全例会等碎片化时间，推送廉洁微视频、漫画等。

科技赋能教育，推动数字化监督转型。一是搭建智慧教育平台。开发“廉洁云课堂”系统，整合党纪法规库、典型案例库、在线测试等功能，支持个性化学习路径规划。二是构建廉洁风险预警模型。利用大数据分析资金流向、合同履约等数据，自动识别异常交易并触发预警。三是创新教育载体与形式。沉浸式警示教育，建设VR警示教育基地，还原庭审现场，

让职工身临其境感受法律威严；创建互动式学习工具，开发廉洁知识答题小程序，设置“闯关晋级”机制，将学习成果与评优挂钩，提高参与积极性。

深化文化浸润，厚植廉洁从业土壤。一是打造特色廉洁文化品牌。提炼企业廉洁理念，结合行业特点与企业历史，创建廉洁文化标识，并通过文化墙、主题雕塑等载体具象化呈现；开展“廉洁文化月”活动，组织廉洁书画展、家风故事分享会、廉洁剧本杀等，增强教育感染力。二是强化家风建设与社会责任联动。“清廉家访”制度，纪检部门联合工会定期走访干部家庭，赠送廉洁书籍，签订《家庭助廉承诺书》，引导家属当好“廉内助”。三是参与公益廉洁项目。联合社区开展“廉洁文化进万家”活动，通过公益广告、社区讲座，扩大社会影响力。

完善制度保障，构建长效教育机制。一是健全教育考核评价体系。量化教育成效指标，将廉洁知识测试合格率、警示教育参与度、信访举报下降率等纳入绩效考核；实施动态评估机制，委托第三方机构每年开展教育效果评估，通过问卷调查等方式收集反馈，持续优化策略。二是强化责任追究与正向激励。建立“教育失职问责制”，对敷衍应付教育工作的单位负责人进行约谈，情节严重的扣减年度评优名额；设立“廉洁先锋奖”，对在廉洁教育中表现突出的个人或团队给予物质奖励与晋升优先权，树立标杆榜样。

协同联动，凝聚教育合力。一是跨部门协作机制。将廉洁教育纳入干部选拔、培训、考核全流程；法务与业务部门联动，在合同审查、项目招标等环节嵌入廉洁风险提示模块，实现教育与业务深度融合。二是外部资源整合。邀请专家参与案例剖析会，提升警示教育权威性；对标行业标杆，学习先进企业的廉政教育经验，推动教育模式创新。

未来，随着人工智能、区块链等技术的普及，国有企业可进一步探索“智能教育+精准监督”的融合路径，为新时代党风廉政建设贡献更多国企企经。

（作者单位：阳泉煤业集团华越机械有限公司）

# 让人才成为智能技术赋能高质量发展的最大增量

□ 张 鹏

“人工智能是年轻的事业，也是年轻人的事业。”4月29日，习近平总书记在上海考察时，来到“模速空间”大模型创新生态社区，察看重点孵化企业的大模型产品展示，并同这里的青年创新人才亲切交流。4月25日，在中共中央政治局第二十次集体学习时，习近平总书记专门就加强人工智能发展和监管发表重要讲话，为我国人工智能发展指明了前进方向。

作为引领新一轮科技革命和产业变革的战略性的技术，人工智能正以前所未有的速度重塑全球创新格局。随着算力基础设施持续完善，数据要素价值深度释放，算法创新能力显著提升，以大模型为代表的通用人工智能技术实现突破性发展，展现出强大的认知理解和任务执行能力。新一代人工智能技术不仅极大拓展了人类认识世界的广度和深度，更显著提升了改造世界的效率与质量，在科技创新和产业变革中发挥着日益显著的“头雁”效应。这一变革性技术正深刻影响着经济发展模式、社会运行机制和国际竞争格局，成为重塑全球创新版图的关键变量，也是当前国际科技合作与战略竞争的核心领域。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视我国新一代人工智能发展，推动我国人工智能综合实力整体性、系统性跃升。2016年，人工智能被写入“十三五”规划纲要；2017年，国务院发布《新一代人工智能发展规划》；2024年，党的二十届三中全会将人工智能列入战略性新兴产业。尤其是进入2025年以来，我国人工智能领域创新活力奔涌，成果亮点璀璨夺目。从中央广

播电视总台春晚舞台上灵动鲜活的“赛博秧歌”，到全球首个人形机器人半程马拉松赛事的火热开跑，一批批智能机器人突破实验室的边界，在技术创新的赛道上加速奔跑，功能迭代日新月异，应用场景持续向更多领域延伸拓展。备受瞩目的国产大模型DeepSeek掀起落地应用浪潮，凭借算法优化显著降低运行成本，让先进的大模型技术不再遥不可及，而是走进千家万户，深度融入人们的工作、学习与日常生活，成为大众信赖的智能助手。这些精彩纷呈的创新实践，生动展现了我国人工智能领域综合实力实现从量变到质变的整体性、系统性跨越，彰显出蓬勃向上的发展态势。

与此同时，我们也要清醒认识到，我国在人工智能基础理论、原创算法和高端芯片等关键技术方面仍存在短板。站在新的历史方位，人工智能发展既面临“不进则退”的竞争压力，又迎来“换道超车”的战略机遇。面向未来，我们需要咬定目标、持续发力。首先，要聚力攻关，争取早日突破关键核心技术。其次，要在基础理论、方法、工具等方面不懈探索，努力构建自主可控的人工智能基础软硬件系统。最后，要综合运用各种政策，源源不断培养高素质人才，为各类人才施展才华搭建平台、创造条件。加强国家急需高层次人才培养，使人才成为智能技术赋能高质量发展的最大增量。

从钱学森提出的“思维科学”构想，到今天大模型技术的突飞猛进，我们能清晰看到，创新的火炬在一代代科技工作者手中传递。

（据2025年5月8日《光明日报》）

# “亲情助安”工作的实践探索

□ 梁海涛

安全生产是企业发展的底线，也是民生福祉的根本保障。在煤矿等高危行业，“三违”现象长期以来是安全生产的重大隐患，传统安全教育往往因缺乏情感共鸣而效果受限。华阳集团作为国有企业，立足“安全是管出来的”核心理念，突破传统管理的理性框架，以“亲情助安”为核心路径，创新安全文化建设，通过构建家企协同机制，扩大亲情教育覆盖面、联动多方主体共筑安全防线等，将家庭情感融入安全管理，通过构建“家企文化共同体”，探索出一条“以情助安、用心保安”的特色路径，为企业安全宣传教育提供了创新范式。

## 煤炭企业安全宣传教育工作现状

当前煤矿企业安全宣传教育工作呈现“传统与创新并存、成效与挑战交织”的特点，具体表现在三方面。

政策法规体系持续完善，刚性约束强化。国家层面通过《煤矿安全生产条例》等法规明确企业主体责任，要求将安全培训纳入法定职责，强调“全员安全生产责任制”和“安全投入保障”，推动企业建立覆盖管理层到一线职工的安全教育体系；要求每月开展事故案例警示教育，并将“反三违”纳入考核。但部分企业仍存在“重生产轻教育”的惯性思维，导致制度执行打折扣。

教育形式创新加速，技术赋能成效显著。一些矿山企业引入VR智慧培训教室，通过虚拟矿井漫游、事故场景模拟等功能，让职工“身临其境”体验瓦斯爆炸、顶板坍塌等事故，实现从“说教式”到“体验式”的转变。有的企业通过构建“煤矿安全生产综合监管信息平台”，整合监测数据与智能分析算法，实时预警瓦斯超限、传感器异常等风险，并自动推送安全教育内容。有的企业开展分层分类精准施教，通过推行“菜单式”宣讲和“干部上讲台+实操演练”模式，针对不同岗位需求定制课程，将理论培训与现场操作结合。

典型案例暴露问题，教育短板亟待突破。一方面，形式化倾向突出。通过近年来发生的瓦斯事故可以看出，一些涉事企业存在“培训走过场”现象，职工对防控措施掌握不足，甚至出现“瓦斯超限报警未响应”的违规操作。此类案例反映出部分企业将安全教育简化为“签字背书”，缺乏实质内容。另一方面，内容滞后与创新不足。传统教育依赖“黑板+PPT”，与智能化矿山需求脱节。部分企业未将5G巡检、智能开采等新技术纳入培训，导致职工无法适应设备升级后的安全操作要求。

## 从“制度约束”到“情感认同”，助力安全宣教工作

在安全宣传教育工作中，实现从“制度约束”到“情感认同”的转变，是提升安全教育质效，筑牢安全防线的关键。以情感为纽带，将安全理念融入工作生活点滴，从心底认同安全价值，主动将安全意识转化为日常行动。

亲情助安，构建家企协同的“安全连心桥”。传统安全教育多依赖制度规范与刚性约束，华阳集团则创新性引入亲情元素，将父母关爱、夫妻支持、子女依赖转化为安全管理的柔性力量。通过开展帮教座谈会，设置“讲错—看错—纠错—帮错”四大环节，邀请家属参与安全帮教，促使职工从“被动接受管理”转向“主动认同安全”。在井口认亲活动中，家属亲眼目睹职工井下作业后的艰辛状态，通过递送绿豆汤、鸡蛋汤等温情举动，唤醒职工对家庭责任的认知，使安全意识与家庭幸福感绑定。

家企联动，建立双向协同的安全管理机制。华阳集团构建家企联系制度，通过定期通报安全生产

情况、组织家企联谊座谈，填补职工班后教育“真空带”。新景公司洗煤厂推行的《家庭联保公约》颇具代表性，以爱心形状设计公约，一半承载职工安全誓言，一半记录家属亲情叮嘱，形成“企业要求—家庭监督—个人承诺”的闭环管理。

立体化阵地建设，构建“四维一体”教育网络。华阳集团依托群众安全工作站、心理咨询室等载体，推动亲情服务“进区队、进家庭、到井口、到岗位”。建立职工动态档案，实现包保帮教全覆盖；通过亲情帮教台账、事故案例宣讲、安全文艺演出等形式，将安全教育融入日常生活场景；构建党员、安全员、群监网员、青监岗员、女职工协管员“五员”宣教体系，通过“一杯热茶”“共系平安符”等微场景营造安全氛围。这些举措打破了传统安全教育的时空局限，形成“井上井下、班上班下”的无缝衔接。

## 从“单打独斗”到“多方协同”，凝聚安全管控合力

在安全管理中，实现从“单打独斗”到“多方协同”的转变，是突破传统局限、织密安全防护网络、构建长效稳固安全屏障的必由之路。各方力量心往一处想、劲往一处使，从方案制定到落地实施，从隐患排查到整改销号，形成了一个完整、高效的治理闭环。安全不再是某个部门或个体的责任，而是共同的目标和追求。

党政工团联动，构建全员参与的安全生态。华阳集团党委牵头成立安全宣讲小分队，开展安全知识竞赛、书画摄影展、应急演练等活动，形成“周周有主题、月月有活动”的宣教常态；工会组织“安康杯”竞赛、隐患排查、“三进三送”等活动，实现基层班组全覆盖；共青团通过“青工安全漫画大赛”“零点行动”等品牌项目，引导青年职工成为安全管理的生力军；女工家属协管员则发挥柔性优势，通过井口慰问、“三违”谈心、心理疏导等，筑牢安全生产“第二道防线”。

理念体系化建构，夯实安全文化的深层根基。华阳集团提炼“安全是管出来的”核心理念，配套构建包含安全愿景、使命、目标的理念体系，并通过《安全文化宣教手册》《安全理念口袋书》等强化传播。在厂区、井口等醒目区域设置安全标语，利用报纸、电视、新媒体平台高频次刊播安全内容，形成“视觉—听觉—心理”的多维度渗透，使安全意识从“被动灌输”转化为“主动认同”。

场景化教育创新，激活安全文化的情感共鸣。华阳集团注重通过情景体验、安全家书、文艺创作等形式，增强安全教育的感染力。安全漫画大赛、事故案例动漫合集等可视化载体，以艺术形式解构安全知识，让抽象的安全理念转化为具象的情感符号，有效提升职工的接受度与记忆力。华阳集团集团的实践表明，将亲情文化融入安全宣传教育，能够有效破解传统安全教育的情感缺位问题，通过家企协同、情感赋能、多方联动，构建起“企业为家、家庭助企”的安全共同体。其经验启示在于：安全管理需兼顾“制度刚性”与“情感柔性”，以家庭责任激活个体安全意识；家企共建要突破简单的活动联动，形成理念共识、机制共融、责任共担的协同；安全文化建设需贴近职工生活，通过场景化、艺术化手段提升渗透力，实现从“要我安全”到“我要安全”的转变。

在高质量发展背景下，企业安全管理应坚持以人民为中心的发展思想，将职工个体与家庭幸福作为安全工作的出发点与落脚点，夯实安全生产的人文根基，为企业可持续发展筑牢安全防线。

（作者单位：华阳新材料科技集团有限公司）