

做好国企共青团工作的五个着力点

——以贵州交投产业集团为例

□ 苏富波

共青团作为党的助手和后备军,是党联系青年群众的桥梁与纽带,也是企业发展的生力军。抓好国有企业共青团工作,对于组织、引导、服务青年,凝聚青年力量、展现青年拼搏精神、助力青年实现个人价值、增强青年员工归属感和幸福感,推动企业高质量发展具有重要意义。党建与团建紧密相连、相互促进,以贵州交投产业集团有限公司为例,近年来贵州交投产业集团有限公司(以下简称“交投集团”)始终坚持“一个引领、四个建设”的工作思路,不断提升企业共青团工作质量,充分激发青年员工的积极性、主动性、创造性,为企业高质量发展凝聚强大合力、贡献青春力量。

一、坚持党建引领,确保正确方向

国企共青团工作对企业健康长远发展、社会和谐稳定发展有着重要且深远的意义。正确的政治方向是确保国企共青团工作科学有效的基础前提,而高质量党建能确保国企共青团工作在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上的正确性。

例如,交投集团党委聚焦共青团工作,积极组织青年团员学习党的历史、革命传统、红色精神,用理论武装头脑,筑牢理想信念,提高青年团员的政治站位。与此同时,公司党委还注重开展主题多元、内容丰富、形式多样的团建活动,实施“青年大讲堂”“双师带徒”等工程,开展主题教育,帮助青年团员树立正确的价值观、增强归属感、提升专业技能和综合素质,展现国企青年的责任与担当。

二、抓好思想建设,增强政治觉悟

思想建设能够引导青年团员在思想上、行动上同党中央保持高度一致,将个人理想与国家发展、实现中华民族伟大复兴相结合。党建引领国企共青团工作要抓好思想建设,增强青年团员的政治觉悟。

例如,交投集团党委着眼于“党团联建‘1+1’”活动,将党建与团建适当地结合起来,借助党建的“第一议题”制度,组织年轻干部列席党委会第一议题学习、中心组学习,组织团干部列席党支部“第一议题”学习等,带领青年团员学习党的创新理论,并引领青年团员,积极思考如何在工作中运用创新方法,为企业创新发展贡献力量。又如,交投集团党委聚焦理论武装教育,围绕“清廉交投”建设重点任务安排,组织开展“警示教育”“学精神、明纪律、正作风——青年话清廉”主题宣讲比赛等活动,不断增强青年团员的纪律规矩意识、维护好公司风清气正的良好政治生态。

三、加强组织建设,打造坚强堡垒

党建引领国企共青团工作由党委把方向,由团组织落地落细落实。党建引领国企共青团工作要注重实施强基固本行动,即加强组织建设,打造坚强堡垒,确保团青工作够全面、够细致,真切覆盖到每一个团员青年。

例如,交投集团党委立足产业集团实际,成功组建了交建旅游公司团支部、交投商贸公司团支部、交投农发公司团支部等基

层组织,同时对一些单位,指导成立青年突击队,实现团组织工作全覆盖。随着交投集团的整合成立,可持续发展这一模式,在不具备团员条件的单位成立突击队、青年工作委员会等组织,使集团党委与团组织建立起资源共享、信息互通、活动共办机制。一方面为国企共青团工作的有效开展提供更多的支持,另一方面进一步促进党团组织深度融合,通过高质量的党团组织引领国企高质量发展。在活动共办方面,党团组织可协作策划组织开展“青年文明号”“青年岗位能手”等评选活动,展现青年员工的创新、拼搏精神,助力青年在企业中实现个人价值。

四、深化作风建设,彰显责任担当

深化作风建设,严肃党内政治生活是确保国企共青团工作发挥应有价值作用的关键。党建引领国企共青团工作要以此为焦点,围绕团员青年的教育管理监督,采取一系列行之有效的措施,不断增强团员青年的纪律意识和规矩意识。

例如,交投集团党委引领团组织开展了学习团章团规、《新时代全面从严治团实施纲要》《中国共产主义青年团纪律处分条例(试行)》等内容,为共青团工作提供坚强有力的组织纪律保障。同时,为做好青年团员的教育管理监督,以及维护青年合法权益、解决青年实际问题工作,在党委引领下,持续开展“我为青年做件事”实践活动,加强反馈渠道建设,设置“心灵驿站”,鼓励青年员工反馈自己的诉求以及相关建议;开展职业规划帮扶,

组织开展职称评审座谈会,切实为青年办实事、解难题。

五、推进文化建设,提升文化素养

企业文化具有导向、凝聚、约束、激励、调试等作用,增强员工归属感和认同感、约束员工行为、激发员工工作积极性和创造力,减少员工的不良情绪和不适感。此外,企业文化还是企业在发展过程中形成的精神风貌和精神支柱,加强员工对企业文化的理解和认同,有助于提高员工对企业的忠诚度,使之将自身发展与企业发展紧密衔接起来。党建引领国企共青团工作要注重推进文化建设,为国企凝聚发展力量。

例如,交投集团党委通过组织开展“凝炼企业文化 凝聚奋进力量”主题党日活,组织干部职工为企业文化建设建言献策。各直属单位通过组织开展团建活动等,将企业文化融入其中,加深了青年员工对企业文化的理解,提升了青年的文化素养和综合素质。同时,在推进企业文化建设时,还应巧妙地融入革命文化,让二者相互交织,进一步强化文化建设的育人价值,更好地优化青年员工的精神风貌。

党建引领国企共青团工作尤为重要,可促使国有企业的青年团员在思想上、政治上、行动上同党中央与企业保持高度一致,强化党对青年的引领,又为企业发展注入青春动能,为国企共青团工作提供可借鉴的范例,为企业发展和国家建设贡献力量。

(作者单位:贵州交投产业集团有限公司)

红色文化融入高校网络思政教育策略分析

□ 李星睿 李英豪 郝梓言 杨毅

网络作为传播信息、交流思想的重要平台,成为新时代高校思政教育的重要阵地,高校网络思政教育肩负着引导学生树立正确世界观、人生观和价值观的重任。红色文化是中国共产党领导中国人民在革命、建设和改革过程中形成的宝贵精神财富,对高校网络思政教育具有重要理论和现实意义,将其融入高校网络思政教育,对于提升教育效能具有重要作用。

一、网络思政教育的现状与挑战

当前,网络思政教育呈现内容多元化、形式多样化的特点。各大主流媒体、教育平台纷纷开设思政教育专栏,定期发布政策解读、理论文章、先进事迹报道等优质思政教育相关内容;通过文字、图片、视频等多种形式进行相关内容宣传。同时,社交媒体的发展也为网络思政教育提供了新渠道,微信公众号、微博超话、短视频平台等都成为教育者开展工作的重要工具,并开通点赞、评论、分享等功能,使教育者能够及时了解学生的思想动态和利益诉求,为学生答疑解惑提供参考。

与此同时,网络思政教育也面临着挑战。存在信息过载与虚假信息传播的问题,一方面,网络平台上充斥着大量的思政教育信息,学生面对海量信息时,容易产生信息疲劳,难以筛选出有价值的内容,降低教育内容的吸引力和教育信息的传播效果。另一方面,网络上虚假信息的肆意传

播也给思政教育带来挑战。网络信息海量且复杂,信息筛选、验证和监管机制相对薄弱。一些不实信息和谣言在网络上肆意传播,学生因缺乏对信息真伪的验证能力,容易轻信谣言,扰乱社会秩序。此外,部分别有用心者为谋取私利或达到特定目的,故意编造、传播虚假信息,对社会稳定产生影响。另外,网络思政教育还存在教育资源整合不足、教育主体的新媒体素养有待提高和教育效果缺乏有效的监管与评估机制等情况。

二、红色文化融入网络思政教育的价值

红色文化具有独特的历史价值和时代意义,包含坚定的理想信念、无私的奉献精神 and 团结一致不怕牺牲的奋斗精神等丰富内涵。

将红色文化融入网络思政教育,不仅能够增强教育内容的吸引力和感染力。红军战士不畏艰难险阻的长征精神、抗日英雄舍小家为大家的爱国情怀等生动鲜活的红色故事能够打破传统说教的枯燥感,引导学生主动关注、学习和了解,从而培养学生的爱国主义情怀,对于塑造学生的价值观念具有重要意义。通过网络媒介传播红色文化,让学生从中国革命的艰辛历程和伟大成就中深刻认识到中华民族的伟大精神,增强对国家和民族的认同,进而更好地对学生进行理想信念教育。

三、以红色文化提升网络思政教育效能的路径

首先,应创新教育形式,打造多元传播媒介。充分利用网络技术的优势,创新红色革命文化的传播形式。运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,打造沉浸式的红色文化体验,激发深层情感共鸣。通过AR技术重建革命历史场景,使学生直观感受历史事件的真实氛围。学生可以通过点击、拖动等操作,自由参观虚拟历史场景,了解革命遗址的历史意义和文化价值。同时,积极利用短视频、网络直播等新兴传播形式,邀请专家学者、革命后代进行线上讲座和互动,增强教育的趣味性和互动性。

其次,提升教育者的新媒体素养,增强教育引导能力。网络思政教育者作为红色文化传播的重要主体,其素养直接影响教育效果。因此,应着重加强新媒体技术应用、网络传播规律、舆情应对技巧等方面的培训。教育者不仅要熟练掌握网络传播工具,还要深挖革命精神的核心内涵,将理论知识转化为生动有趣的网络教育内容。同时,教育者要注重与学生的互动交流,及时了解他们的思想动态和需求,有针对性地开展教育引导工作。此外,应加强网络监管,营造良好的教育环境。高校存在红色文化网络传播管理机制不够健全的问题,应建立完善的审核和监管机制以确保红色文化在网络上的传播质量和正确导向。对于网络上发布的红色文化相

关内容需建立严格的审核流程,及时清理不良信息,抵制历史虚无主义等错误思潮的传播。同时,加强网络法治建设,依法打击网络违法犯罪行为,净化红色文化的网络传播环境。具体来说,可建立“多层次筛查+专业团队审定”机制。平台需明确红色文化内容审核标准,细化不良信息界定范围,如涉及歪曲历史、抹黑英雄烈士、宣扬历史虚无主义等内容判定细则。组建由党史专家、思政课教师、媒体编辑组成的专业审核团队,对拟发布的红色文化文章、视频、图片等进行审核,重点核查内容的史实准确性、价值导向;再由平台算法进行筛查,通过关键词识别、图像识别等技术,快速过滤违规内容。对审核可疑的内容,提交审核委员会集体研判,确保发布内容真实、正向。同时,实行“发布者实名认证+溯源机制”,对发布红色文化内容的账号进行实名认证,记录内容发布轨迹,便于后续追溯追责。

红色文化是中华民族的精神丰碑,将其有机融入网络思政教育,对于提升教育效能、培养时代新人具有重要意义。高校可以通过运用网络媒介,整合红色文化资源和创新教育形式,提高红色文化在网络思政教育中的吸引力和感染力。同时,高校应明确教育目标、内容和方法,构建红色文化教育与高校思政教育深度融合的一体化育人体系,实现高校思政教育目标。

(作者单位:东北财经大学)

社会工作助力蜡染技艺传承发展的路径选择

——以丹寨县为例

□ 李婷 刘青青

不够。

第三,成本高难以打开市场。蜡染工艺因成本居高不下,难以打开市场,成为制约其发展的重要瓶颈。传统蜡染依赖纯手工制作,从熔蜡、绘图、浸染到脱蜡,每道工序都需耗费大量时间和人力,一位熟练工匠一天往往只能完成几件作品,人力成本占比高。同时,原材料成本也不容忽视,优质蜂蜡、天然植物染料价格逐年上涨,进一步提高了制作成本,使得蜡染产品定价高于工业化印染制品,而市场对蜡染的认知仍停留在“小众工艺品”层面,消费者对其高定价的接受度有限,难以形成规模消费效应。此外,销售渠道分散且低效,多依赖线下实体店或小型电商平台,缺乏统一的品牌运营和市场推广,导致蜡染产品难以触达更广泛的消费群体。

因此,需要社会工作来助力蜡染的传承与发展,其路径有以下几个方向:

第一,培养传承人才。社会工作可以通过“政社协同”构建非遗传承赋能体系,与政府联动举办蜡染技能培训,提高蜡染人自身的专业性;召开主题讲座让青少年对民族文化产生兴趣;通过社会工作小组活动增强手工艺者之间的交流,形成“技艺精进—文化传播—群体凝聚”的“三维一体”非遗传承保护网络。

第二,推动蜡染产品创新。基于传统蜡染核心技艺,植入当代审美元素与工业生产

标准,构建标准化产业链,提升非物质文化遗产在当代生产语境中的传承创新。社会工作可以通过政府链接资源助力非遗工坊与引进的优秀设计团队和专业人才开展合作,在产品设计、营销宣传、产品销售等方面进行创新,提高非遗工坊的生产效率和市场竞争力。通过举办非遗“微工坊”,采取“非遗+文创+订单”模式,对蜡染、刺绣等传统非遗产品进行创新设计,有助于提升市场订单,既能够带动当地非遗手工艺,也有助于当地群众实现在家门口就业增收。

第三,拓宽销售渠道。社会工作可基于当地非遗资源,举办非遗主题活动,吸引各行各业的设计师前来自学研修,也可以借助“中国丹寨非遗周”等时机,让丹寨非遗工坊的文创产品走向全国市场,以系统化品牌运营提升丹寨蜡染非遗影响力,同步布局电商渠道开展“互联网+非遗产品”营销行动。丹寨蜡染要活态传承需要实现“文化解码+渠道破圈”并举,一方面充分挖掘传统纹样的文化密码,提炼符合当下审美需求的符号价值,一方面打造“传统电商+短视频平台”的多元传播矩阵,借助主流平台讲好丹寨故事,让非遗产品触及更广泛的人群。

第四,为青年手工艺者创造就业机会。青年传承人能够为非遗传承注入新的动力,做好青年传承人的培育工作就尤为重要。社会工作可以为青年人搭建交流台,进一步提

高青年传承人的责任感、使命感。一方面社会工作可以充当资源链接者角色,协助当地政府推动宁航蜡染、杨芳蜡染、蓝锦染艺等企业做大做强,带动原料生产基地、产品生产地、个体手工坊、合作社等稳定发展,为青年提供更多就业岗位。另一方面社工应充当信息传递者,为当地高校的非遗专业应届毕业生提供就业信息的了解渠道。可建立就业信息共享平台,社工主动对接本地蜡染工坊、非遗企业、文旅部门等,收集其招聘需求,包括岗位类型(如蜡染设计师、技艺传承人助理、非遗项目运营等)、任职要求、薪资待遇、工作地点等信息,分类整理后形成“蜡染行业就业指南”。同时,与高校就业指导中心合作,在校园官网、就业公众号开设“蜡染就业专栏”,定期更新招聘信息,附上企业联系方式和社工咨询通道。

蜡染工艺的传承与发展,既需要破解当下的现实挑战,更需要构建可持续的生存生态。社会工作通过培养传承人才、推动产品创新、拓宽销售渠道、创造就业机会等多方面介入,为蜡染工艺搭建连接传统与现代、文化与市场的桥梁,让蜡染工艺在坚守文化本真的同时,更具适应时代的生命力。未来,随着各方力量的持续协同,丹寨蜡染工艺会在传承中创新,在创新中发展,让这朵民族文化之花在新时代绽放更绚丽的光彩。

(作者单位:贵州民族大学社会学院)

中华老字号不仅具有重要的文化历史价值,而且具有特殊的商业价值。如何在全面建设社会主义现代化国家的进程中,充分发挥中华老字号的功能,是一个值得研究的课题。

一、“中华老字号”的内涵

其一,“中华老字号”与字号、商号的区别与联系。字号有着特定的法律意义,字号作为企业、个体工商户等商事主体从事商事活动所使用的商业名称的主要组成部分,其在商事活动中主要起到标识和区分作用。通过细读《企业名称登记管理规定实施办法》中企业名称的规定可知,企业名称里“商号”是“字号”的特定称呼。老字号与字号的区别则在于“老”,在已认定的“中华老字号”当中,无一例外的全都是创立于1956年(含)以前。由此可看出,中华老字号与字号、商号有着较大的区别。

经过认定的中华老字号大致分为两类,一类是如将北京稻香村等传承至今的老字号作为企业名称核心部分的中华老字号;另一类则是重庆商务集团饮食服务有限公司等拥有老字号注册商标的国有企业。翻阅中华老字号名单可知,被评为中华老字号的企业名称与其“老字号”并无相关这一现象并不少见。中华老字号可能是在名称中直接体现出其“老字号”特征的企业,也可以是在名称中并不表现出其“老字号”特征的企业,在部分中华老字号企业当中,该企业被认定的“老字号”仅仅是其经营范围的一部分。中华老字号是字号与商号的升华,同时中华老字号也并不意味着限于字号本身范围,同时中华老字号也可以是众多老字号的集合。由于中华老字号与字号、商号有着十分相似的性质,部分文献并未将老字号与商号的性质做明显划分,将老字号问题当做商号权进行讨论,这也导致在对老字号保护问题上存在着认知不清的情况,所以确定老字号的性质该如何保护“老字号”的问题关键所在。

其二,“中华老字号”的概念。根据《中华老字号示范创建管理办法》,中华老字号的认定需满足品牌创立时间超过50年等条件。根据字号与商标的关系,中华老字号可分为以下几类:字号与商标一致;字号与商标不一致但均诞生于1956年以前;字号诞生于1956年以前但商标注册较晚;持有注册商标但字号启用较晚;符合评定条件的非法人分支机构名称或其产品。故中华老字号指具有民俗文化背景,受广泛认同,具有传承技艺、服务或产品的品牌,并在一定地域与行业具有影响力。

二、“中华老字号”保护现状

中华老字号因其所具有的特殊的商业价值,导致其权益容易遭到侵害。分析现实案例,可发现中华老字号的品牌保护难题聚焦于商标与字号的关系,主要表现为字号之间的纷争以及字号与商标间的对立。

其一,字号与字号的冲突。老字号的归属一直是悬而未决的问题,老字号的所有权问题尤为复杂,其主要呈现方式可分为两类:第一,同源经营者间的纠纷。因历史原因,许多老字号由不同企业共同使用,一家危机则影响其他。第二,传人之间的权属纠纷。主要表现为同一老字号有多个传承人在使用,并且均为老字号的传承与发扬作出了贡献,为所在地域和行业的消费者、同行所熟知,这意味着这个老字号已不再是独属于单一的特色产品、服务等供给者,而是属于众多传承人共同运转维系的品牌。

其二,字号与商标的冲突。字号与商标的冲突指将与他人商标近似的文字登记为字号,或把与他人字号相似的文字登记注册为商标。这类冲突表现为三种类型:第一,字号与商标相似。第二,使用相似的文字进行商标注册。“杭州张小泉”与“上海张小泉”之间的纠纷是先字号再商标的典型案例。杭州张小泉于1964年取得商标权,但上海张小泉的字号则于1956年进行了登记,双方均非嫡系传承人故不能用简单的商标侵权进行定论。第三,字号与商标的重叠纠纷。字号与商标的重叠也会引起中华老字号与其他企业之间的冲突,甚至是中华老字号之间的冲突,如哈尔滨“老鼎丰”与上海“鼎丰”案。

三、“老字号”保护的完善路径

其一,制定有关“老字号”的行政法规。目前认证的中华老字号仅有1455个,老字号主体有限且问题范围较小,单独为其制定单行法成本过高。应探索建立适合老字号本身的行政法规,如《“中华老字号”认定与保护条例》,使老字号不论是在同源使用者还是非同源使用者,亦或是与无关使用者之间的权利归属问题得到妥善解决。

其二,督促“老字号”树立品牌维持义务。因历史原因,同一老字号不同地区存在不同权利主体,这些老字号既存在竞争关系又存在渊源。因每个主体使用其老字号品牌都有迹可循,且并不是违法行为导致其他主体的权益受损,故推动老字号品牌归属问题化解需要督促老字号之间就品牌维持义务达成一致。

老字号的保护问题是我国经济发展过程中的产物,是传统商业与现代商业不断融合的产物。老字号问题主要集中在权属不明之中。笔者认为急需确定老字号权利归属的方法以及同源经营者的品牌维持义务。

(作者单位:中共四川省委党校)

保护和促进中华老字号发展的思考

□ 翁强