

刍议如何做好企业基层思想政治工作

■ 薄英

当前,国家正处在体制和社会发展的关键时期,其中各种制度、思想层出不穷,加上利益关系的变化,企业的干部、职工在思想观念、价值上产生了一些分歧、一些负面情绪,其中基层职工的思想政治直接关系到企业的前途和命运,所以,如何做好职工的思想政治工作,使职工真正体会到党和人民对他们的关怀,是企业发展的关键。

一、企业应始终贯彻“以人为本”的思想

在企业的发展过程中,要将企业的生产、管理、改革与职工的思想实际联系起来,做好企业基层职工的思想工作。在企业管理中要坚持“以人为本”,在管理中要体现人文关怀,注重职工的切身利益。从“察人心”“知人言”“以人论人”三个方面加强对企业职工的管理。一家公司要想运转好,就必须要有对基层员工的关怀、了解和尊重。只有将教育与服务相结合,关注职工的思想需求,理解职工的困难、帮助职工解决困难等等,才能让职工思想工作深入到职工的内心深处。“以人为本”既要从职工的角度出发,不断满足其精神文化需求、物质需要,为其创造良好的成长环境,才能使职工为企业的发展所努力。作为企业的基层政工干部,在平时的生产经营中,要将思想工作同企业的生产经营实际、企业的发展壮大密切联系,以科学的理论武装自己,以正确的舆论引导自己,以高尚的精神鼓舞自己,以优良的素质和作风培育职工。

在企业的实际工作中,要坚持群众路线,以职工的需求为主,发挥职工在企业经营中的重要作用,以激发基层职工对其工作的热爱,能够贯彻其服务宗旨。为完成上述目标,企业需要深入了解职工的实际需求,从职工自身的需求入手,并针对企业的发展战略、发展方针,对企业与职工之间的发展关系有一个清晰的认知,使其发展具有最大的创造性。个人的个性差异是客观存在的,尊重个人的个性差异,通过全体职工共同努力,才能使每个人的能力得到最大限度的发挥,才能更好地培养出有创造力的人才。思想工作要坚持“以人为本”,要全面准确地理解“以人为本”的内涵,要避免“以人为人”的错误理解,要“一视同仁”对待职工,要让思想工作更好地融入基层职工的生

产和生活。

二、加强和改进基层思想政治工作

一是在深化改革的同时,加强对基层干部的思想教育。改革的目的是使企业能够充分发挥自身的活力,挖掘自身的潜力,增强自身的发展动力,促进自身的健康发展。因此,基层职工是公司“细胞”,他们的工作稳定与否,关系着公司的生存与发展,关系着整个公司的整体实力。在企业基层,职工要认真总结以往所做的工作,查找、发现问题,做到“越改越强”。企业的管理层领导者必须认识到,在基层思想政治工作中,要对职工进行正确的思想认识,解决好职工自身或职工之间的思想矛盾,进而加强思想政治工作,可以通过开放讲座、定时会议、观看公司发展的纪录片等等,以增强企业的凝聚力、战斗力,为企业注入新的活力。

二是以变革为指导,做好基层干部的思想政治工作。在肯定企业思想政治工作的良好传统、良好做法的同时,也必须认识到,企业思想政治工作中仍存在着许多亟待解决的问题。当前,我国的企业已经进入了全面创新的时代,在此背景下,基层思想政治工作者要抓住这一千载难逢的机遇,用创造性的思维,寻找新的途径和方法,以优化思想工作;以生产与管理为基础,寻找切入点,以持续提升职工整体素质和专业能力;要在形式上有所创新,突破形式和渠道的单一,采取多种形式开展思想工作;要创新思想政治教育的载体,强化企业文化建设,强化职工的思想道德,以全面提升职工的综合素质;要在思想政治人才培养方法方式上有所创新,强化对复合型政工人才的培训,使基层管理人员不仅要有自己的专业知识,还要懂得技术、会管理,以适应市场经济的需要,提升员工抗风险、驾驭市场的能力。为此,企业思想政治工作的组织领导、思想政治工作的开展、参与管理的完善,都离不开思想工作,企业要进行变革,以完善基层的思想政治工作。

三是根据本单位的特点,找到切入点,使基层员工的思想政治工作与企业的生产和管理相结合,以促进员工能力的提高,促进企业的长久发展。在新形势下,基层思想工作要想更好地发挥自身的功能,就必须解放员工的思想、更

新员工的观念、创新管理者的制度设计,上至管理层、下至基层员工都能够根据市场上的一些显性因素、隐性因素等进行分析,达到集思广益,培养企业的综合性人才。

三、以创新为主,做好企业基层职工的思想工作

要做好思想工作,政工干部就要正确地判断思想工作所面临的新常态,要清楚地了解当前的形势,要清楚地把握形势的发展方向,要清楚地了解基层员工的思想政治觉悟。首先,观念创新。观念、思想、看法是行为的出发点和路标,若是企业的观念没有进步,那么企业的行动就没有办法跟上时代、经济社会的发展,思想政治工作的基础就是观念创新,只有观念的创新,才能突破原有的思维方式,突破条条框框,提高职工的思想政治工作效率。

其次,内容创新。思想工作要将企业职工的工作热情发挥到最大,让职工的工作重心集中在完成企业的各项生产任务上,对其内容进行创新,进而领导所有的职工,以饱满的工作激情,为企业发展、为“中国梦”而努力。其思想工作要做到“真实”,不要“假大空”,更不需要职工每天读一遍又一遍,而是需要职工真正地记在心里,并能够为之努力。

最后,创新方法。作为一条“生命线”的思想政治工作,在继承与发展的同时,也要进行创新。在新的形势、新的常态条件下,企业思想工作应在方式和方法上进行创新。当前,网络、新媒体无处不在,企业思想工作应充分利用网络这一新媒体,既要继承传统,又要摒弃过去的某些错误做法。对于企业来说,应该把“内化”和“外化”有机结合起来,进行思想工作方法上的创新,这样才能更好地发挥其作用。

总而言之,要从基层做起,提高职工的综合素质,做好职工的思想政治工作,即企业应始终贯彻“以人为本”的思想,加强和改进基层思想政治工作的能力,加强和改进基层思想政治工作的能力,以创新为主,做好企业基层职工的思想工作。因此,在新的形势下,加强对基层干部的思想政治工作,以保证企业的持续健康发展。

(作者单位:太原化学工业集团土地资源管理分公司)

真实与虚构的相互制衡与依存

——论文学真实与虚构的关系

■ 梁梓珊

摘要:本文主要结合具体文学文本探讨文学真实与虚构的关系,一方面从文学本身引出文学虚构的相关理论,另一方面对现实与文学的“真实”加以区分,并通过具体的文学文本,来探讨两者的关系。

关键词:文学;现实;真实;虚构

简单来说,文学是一种借语言来表达精神世界与物质世界的形式。从文学诞生起,就离不开关于“真实”与“虚构”这两个命题的探讨。这两个命题贯穿文学活动的始终,都是文学活动的重要组成部分。

一、文学创作归根结底是虚构的。文学创作归根结底是虚构的。美国著名文学批评家韦勒克和沃伦指出:文学的核心性质是“虚构性”。确实,无论创作者是否承认,“虚构”这也可以说是现实进行整合等等。例如玛格丽特·阿特伍德的小说《使女的故事》讲述的故事看似荒诞,却是从历史上众多的真实细节中组合而成的。玛格丽特·阿特伍德曾明确表示:“在这本书中我使用的所有细节都是曾经在历史上发生过的。换句话说,它不是科幻小说。”^[1]这是玛格丽特对其作品关于现实与历史的真实性的强调。她从历史中提取众多现实的细节,融入这部小说,反映了她对当今社会之下,对女性“物化”的反思,也是其指向“真实”的思考。

文学创作者为满足某种需要,虚构部分现实信息,以更好地指向真实。这里的虚构可以是修改现实,可以是夸张现实,也可以是提取现实信息进行整合等等。例如玛格丽特·阿特伍德的小说《使女的故事》讲述的故事看似荒诞,却是从历史上众多的真实细节中组合而成的。玛格丽特·阿特伍德曾明确表示:“在这本书中我使用的所有细节都是曾经在历史上发生过的。换句话说,它不是科幻小说。”^[1]这是玛格丽特对其作品关于现实与历史的真实性的强调。她从历史中提取众多现实的细节,融入这部小说,反映了她对当今社会之下,对女性“物化”的反思,也是其指向“真实”的思考。

二、文学创作离不开现实。文学创作需要材料,而现实生活是文学材料的唯一源泉。文学创作作为一种精神生产,不是闭门造车式的创造,无法脱离物质生活,而是必须以物质生产的具体实践为基础。并且,现实往往也是创作者灵感的源泉。所以,现实对于文学有着重要意义。而文学的“真实”有别于现实,它不但可以指向客观存在的“现实”,也可以指向主观世界——心灵的“真实”。文学的“真实”可以带给读者趋向于真实的体验,也许是让读者感受到身临其境的场景,也许是让直击人心的真挚情感,它们不必真正地存在,它们也可以创造心灵的真实。

三、文学的“虚构”与“真实”都是文学的重要内容,缺一不可。并且文学的虚构与真实并不在文学中完全对立,它们有其内在的联系,在文学之中共同发挥作用,带给读者以文学的审美感受。

一是文学的真实与虚构是相互制衡的。文学之中越贴近现实,完全主观虚构的成分越少,文学的“真实性”越容易凸显。如毕华飞的《推拿》,书中多有盲人的人情世故,如盲人按摩师要与按摩中心的前台打好关系以便拿到更好的客源等,与现实情况贴近,使文章更加真实可感。反之,文学之中虚构的成分越多,与现实差距越大,便越不容易给读者带来真实感受。想让虚构成分越大的作品具有真实性,就越发考验作者的功力。例如明代剧作家汤显祖创作的传奇《牡丹亭》中有不现实的情节,但是汤显祖笔下的故事却深深地感动了几个世纪的才子佳人,这是汤显祖注重心灵的“真实”的表现。可见,真实与虚构虽然相互制衡,但并非完全对立。

二是文学的真实可以寓于虚构之中,并为虚构所反映。以下是三种较为常见的表现方法:

文学创作者巧用“千人一面”“千地一景”来塑造典型形象与典型环境,最终指向真实。比如《长恨歌》中的王琦

瑶,可谓千人一面的典型。书中的王琦瑶是千万个上海弄堂女儿儿的典型。王安忆通过王琦瑶写出了那个时代下,上海弄堂女儿“们”的生活故事,赋予作品以真实的意味。当然,“千地一景”的典型环境也是如此,创作者往往要根据时代风貌、社会制度、阶级状况等等,塑造出典型环境。如《红楼梦》中的贾府便是当时盛极而衰的封建社会下,众多封建贵族世家的综合与典型。文学作品往往通过虚构的事,反映出某一个特定时代、特定场景下,一群具有共同特征的人的故事,是个人的故事,是城市的故事,也是时代的故事,这也是创作者希望指向的“真实”。

文学创作者将现实“异化”,以“陌生化”的手法写出“真实”。即创作者完全改变现实,虚构创作,将现实“异化”。使用这种方法的典型是卡夫卡的《变形记》中的虚构大胆又新奇,但是结合创作背景与当时时代环境,不难想作出作者所指向的“真实”。在当时资本主义社会,像主角格里高尔这样的劳动者,只是公司的小小的零部件,是当时那个冷酷的社会机器里微不足道的齿轮,确实如同一个没有思想的甲虫一样。作者借这个故事用寓言式的方式讽刺了那个社会下人的“物化”,人成了工具。吴金涛曾说:“在传统文学中,真实性往往建立在对现实亦步亦趋地摹写”;而在卡夫卡的文学世界里,真实性往往与寓言、虚构、似是而非联系在一起。^[2]

文学创作者为满足某种需要,虚构部分现实信息,以更好地指向真实。这里的虚构可以是修改现实,可以是夸张现实,也可以是提取现实信息进行整合等等。例如玛格丽特·阿特伍德的小说《使女的故事》讲述的故事看似荒诞,却是从历史上众多的真实细节中组合而成的。玛格丽特·阿特伍德曾明确表示:“在这本书中我使用的所有细节都是曾经在历史上发生过的。换句话说,它不是科幻小说。”^[1]这是玛格丽特对其作品关于现实与历史的真实性的强调。她从历史中提取众多现实的细节,融入这部小说,反映了她对当今社会之下,对女性“物化”的反思,也是其指向“真实”的思考。

综上所述,可以看出,创作家或多或少地使用虚构的方法,最终目的都是要走向文学的“真实性”,这是因为文学的真实性是文学的重要价值之一,是文学的伟大事业之一。而文学本身又具备虚构性,无虚构不文学。虚构与真实就这样在文学中发挥各自的作用,伴随文学的发展,人们对它们的态度也有所不同。但真实与虚构都是文学的重要组成部分,它们相互制衡,相互依存。虚构往往是文学写作的方法,真实是文学的目的,文学作为精神生产,通过假定的情境来反映生活的真实、情感的真实。因此,文学的虚构与真实并无高下、贵贱之分。

参考文献:

- [1]勒内·韦勒克,奥斯汀·沃伦.《文学理论》[M].浙江人民出版社,2017(14).
- [2]吴金涛.虚构与真实:从寓言模式看卡夫卡的小说美学[J].陕西理工学院学报(社会科学版),2012,30(04):44-48.
- [3]玛格丽特·阿特伍德《使女的故事》[M].上海译文出版社,2017(8).

(作者单位:华南师范大学)

浅析《狂人日记》的文本召唤结构

■ 林子蕙

摘要:《狂人日记》的叙事结构、意象构建构成了一个复杂的召唤结构和意义域。本文以接受美学的召唤结构为理论基础,通过分析其二度叙事结构与以“吃人”为核心的意象世界,探索其是如何通过文本编码发挥读者积极的能动性作用,完成审美意义、为启蒙思想的传播作出具有奠基意义的贡献。

关键词:召唤结构;接受美学;二度叙事;鲁迅;《狂人日记》

一、文本召唤结构

“召唤结构”是伊瑟尔的理论主要组成部分,也是西方接受美学的重要理论基石。伊瑟尔认为,文学文本只是一个不确定性的“召唤结构”,里面包含着某些否定和空白,只有读者阅读才能填充这些空白和否定。这样,读者就能被文本的结构所召唤,并在其可能的范围内充分发挥出再创造才能。也就是说,作者在创作编写代码时留下空白,需要读者在阅读过程中完成对空白之处的填补,在审美过程中完成对文本的再创造,完成文本意义的生成。

伟大优秀的作品“召唤结构”往往能不断牵引读者的审美活动,读者自发地在创作中最大化地展现出作品的审美意蕴。《狂人日记》作为中国现代文学开端的标志性作品,其中展现的文本召唤结构是复杂而精妙的,这源于其叙事结构的设置、意象的构建。

二、二度叙事的互动魅力

《狂人日记》中出现了两个叙述者,序中的“余”是第一个出现的叙述者,构成了第一叙述层次。进入到正文本本后,第二个叙述者出现了,“我”在日记中记录下这个“吃人”的世界,构成了第二叙述层次。

“余”是曾患病的狂人兄弟的好友,发现了狂人患病的手稿。接下来展现手稿的主体部分,完成叙述视角的转换。叙述发展的逻辑看似十分自然,两个层次的叙述相互参见,但是在日记的主体部分中,不难发现这两层叙述实为相互消解。作为“常人”的“余”说狂人患了病,但狂人却坚持自己是清醒的,是“常人”在“吃人”。两个叙述者有意回避,构成了矛盾的辩证对立。引发读者思考:究竟隐含作者是在哪一边的?谁的叙述是可靠的?

叙事学理论认为,在叙事作品中,隐含作者和叙述者可以有各自的声音,对读者而言,这就出现了一个问题,即叙述的可靠性。叙述可靠性主要指叙述者的可靠性,当叙述者与隐含作者一致时,叙述者是可靠的,反之,则是不可靠的。小序中的“余”一直强调狂人日记乃狂人病中的手稿,并不可信,这让读者产生了狂人的叙述是不可靠叙述者

的心理预期。可是日记主体部分的第一句话,便引起读者的震惊与思考:

今天晚上,很好的月亮。

我不见他,已是三十多年;今天见了,精神分外爽快。才知道以前的三十多年,全是发昏;然而须十分小心。不然,那赵家的狗,何以看我两眼呢?

狂人说“从前的三十多年,全是发昏”,可明明“发昏”患病的是狂人自己,他为何要说属于“余”的那个正常世界是在发昏?在二层叙事的相互否定下,读者在阅读的过程中开始思索各种意象的对应含义——“踹了一脚陈年流水簿子”“赵家的狗”“吃人”“救救孩子”,种种意象,指向了封建礼教对人的迫害,“满页仁义道德的历史中看出‘吃人’二字”“要晓得将来容不得吃人的孩子,活在这世上……”在这些对“正常世界”的批判中,读者不难发现隐含作者体现出的价值规范。这样,读者已经会将“狂人”的无理性的癫狂抛在一边,而在思想上与作为人物-叙述者的狂人融为一体,完成了狂人由不可靠叙述者到可靠叙述者认知的转变。

再反观小序,狂人成为可靠叙述者是否意味着“余”就是不可靠叙述者呢?“记中语误,一字不易;惟人名虽皆村人,不为例所拘,无关大体,然亦悉易去。”这句话是前后矛盾的,既然“一字不易”何后又易人名?《狂人日记》中的许多人名具有深刻的象征意义,譬如“古久先生”与“陈年流水簿子”,“古久”与“陈年”对应沿袭千年的文化,可謂是“吃人”的封建礼教的精神象征。这样的名字由“余”加工过,是否说明“余”也流露出部分隐含作者的意志?其次“余”摘录狂人的日记,摘录的标准何在?动机又是为何?整个文本本质上是“余”的“大叙事”镶嵌狂人的“小叙事”,两位叙述者看似对立,可“余”从未从狂人的故事中退场。矛盾的否定暗含了统一,这不禁激起读者的想象,“余”是否也是封建社会里的觉醒者,是否在借狂人的呓语发声?在二层叙事的呈现与再现的不断重复中,文本展示出多种阐释的可能。

三、围绕“吃人”意象的构建

《狂人日记》能充分激发读者创造欲,生成深刻的审美意义的另一大因素在于其精妙的意象构建。在各种意象里,最核心的就是“吃人”——狂人清醒后发现这个世界竟是吃人的世界,他害怕吃人者,奋力阻止吃人者,又发出“救救孩子”的呼喊,“吃人”是文本的线索,将狂人“疯癫”的视角以清醒的逻辑串联起来,成为狂人转变为可靠叙述者的力证。

从意象生成来看,“吃人”作为中国文学乃至世界文学史上少有的具备深

邃情思蕴涵和阐释空间的意象,是凝聚作者心力的艺术创造,被精心酝酿而出的。应该通过一个什么样的意象去精准地概括它对中国人民的压迫,表达出直击人心的艺术张力?鲁迅在致许寿裳的信中说道:“偶阅《通鉴》,乃悟中国尚是食人民族,因此成篇。”——是偶然悟到《资治通鉴》记载的吃人史实,使鲁迅悟到中国是食人民族,做出了“礼教吃人”的总结。由此,“吃人”的意象由中国是史实与思想中诞生。

再看作者是如何将“吃人”意象编码,向读者发出邀请的。这是《狂人日记》中最为出名的一段话:

我翻开历史一查,这历史没有年代,歪歪斜斜的每页上都写着“仁义道德”几个字。我横竖睡不着,仔细看了半夜,才从字缝里看出字来,满本都写着两个字是“吃人”!

这段话之所以被广泛引用,在于它是“吃人”这个意象在文中的正式登场,也是作者留下的最明显的解码“线索”。直指“仁义道德”吃人,无疑是对封建礼教最猛烈的抨击。敲破了核心意象吃人,其他意象的所指顿时清晰了,狂人不再是狂人,而是从“铁皮盒子”中醒来的清醒者、革命者,赵家的狗是“吃人”麻木的追随者,“救救孩子”的“孩子”是民族未来的希望……围绕“吃人”构建的意象世界遂可勘破,带着读者调动自己的经验继续深入思考,狂人究竟在“怕”谁或是在“怕”什么?狂人的烦恼曲折又是何为?还有没有没吃人的孩子?又为何要救救孩子?由惊人而又精妙的意象引发读者在互动构建中完成了文本语言、文本语境的具体化,文本意义由此生成。

作为中国现代文学的开掘源头,《狂人日记》之所以能对思想启蒙带来里程碑式的影响,离不开鲁迅先生对文本召唤结构的精心构建。通过作品中的种种否定与空白,邀请读者进入到文本,发现、阐释文本潜藏的内容和意义,唤醒沉睡的国人,这便是“民族魂”的意义所在。

参考文献:

- [1]刘涛.解读伊瑟尔的“召唤结构”[J].文艺评论,2016(03):56-60.DOI:10.16566/j.cnki.1003-5672.2016.03.011.
 - [2]黎月.叙事批评视角下的《狂人日记》[J].文学教育(上),2018(10):52-55.DOI:10.16692/j.cnki.wxjys.2018.10.023.
 - [3]张群.“余文本”的叙事功能与结构意义——《狂人日记》的文言段落解读[J].枣庄学院学报,2017,34(1).
 - [4]陈志华.不可靠叙述与阅读伦理——鲁迅《狂人日记》文本分析[J].兰州大学学报(社会科学版),2007(4):32-36.
- (作者单位:华南师范大学)

浅谈企业党建与企业文化建设

■ 韩乐

摘要:随着我国社会经济的飞速发展,企业党建与企业文化建设都是企业发展过程中必不可少的软实力。汾酒始终把政治建设摆在首位,牢牢把握党对企业领导,高质量地完成党的各项任务。企业文化本质是企业目标与个人目标的统一,企业价值观与个人价值观的统一,企业精神与个人精神的统一,是企业政治建设和团结人心、凝聚力量的关键,探讨两者在工作上的协作问题,需要找到方式和途径,这样才能够真正实现汾酒党建和汾酒文化的共同发展。

关键词:企业党建;企业文化;促进

一、企业党建与企业文化建设的内涵

企业文化建设最重要的是全体干部职工思想统一,形成共识,产生共鸣。汾酒秉持着“中国酒魂 活态为魂”的战略总定位,按照“123”汾酒复兴总纲领,把第一阶段 2022 年确定为“管理现代化基础年”;2023 年确定为“管理现代化提升年”;2024 年确定为“管理现代化突破年”,践行着“实事求是,少说多做,大局为重,以果为本”要求,通过合理规划,有效组织、系统培训、研讨互动、评估考核使汾酒文化体系得到广大干部职工的高度认可,并成为新文化的践行者、引领者、带动者。促使员工自觉将企业文化理念融入企业实际工作中,落实到企业经营实践和员工行为中,使企业文化成为汾酒实现伟大复兴的强大动力。

党建是企业凝聚力的“金钥匙”,是汾酒集团在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下,提升企业核心竞争力的根本途径,是提升企业核心竞争力的根本途径。因此,加强党性修养,全力把握好党的组织建设和政治建设,是促进企业发展的动力源泉,也是加强企业精神文明建设根本保障,以高质量党建引领高质量发展,切实加强党的政治建设,切实加强基层党组织建设,切实加强干部和人才队伍建设,切实凝聚发展合力,切实加强党风廉政建设,坚持以“第一责任”保障“第一要务”,以党的政治建设为统领全面加强党的各项建设,推动党的建设与生产经营深度融合,不断把党组织的政治优势转化为改革发展的竞争优势。

二、企业党建与文化建设共融

企业党建与文化建设有着密切的关联,相辅相成,不仅凝聚人心,而且源源不断地形成着成大事的合力,两者相互影响、渗透、促进,最终实现共同发展。

党建文化与企业文化思想融合。企业文化建设的根基是企业文化,全面深挖文化内涵,强化高质量发展。要全员化传承、立体化讲述、传播精准化,全面讲好汾酒故事,聚焦“文化+”融合,真正把汾酒文化内化转化为品牌价值和市场竞争力。要进一步强化基层党组织建设,优化党的基层组织,规范基层党组织换届,大力开展“党建+”品牌创建,推动党建工作更有生机、更有特色。党建与企业文化制度融合。任何思想,任何文化,如果落实不了就是“纸上谈兵”。思想统一后,要全面进行党建和企业文化制度梳理,融合工作,建立起完善、系统、可执行的新制度体系,是党建与企业文化融合力的基本保障。

一把手工程。党建、企业文化是一把手工程。一把手就是决定党建文化和企业文化成效如何的“关键少数”。把党建文化与企业文化融合起来一起抓,是每个单位一把手的核心工作。组织体系工程。公司已经实现了党委宣传部、文化发

展研究中心、融媒体中心、合署办公。这是汾酒党建与企业文化融合的统筹部门、归口部门。在此基础上,要设立专职或兼职的企业文化岗位,要指定专人负责党建与企业文化融合、落地。要保障党建、企业文化工作全覆盖,这是我们宣传工作的组织保证。

四进工程。党建和企业文化要“进车间、进班组、进社区、进家庭”。要让 1 万多名汾酒人围绕“党建为纲,理论为要,学思践悟、落地生根”,把党建文化落到实处,把企业文化落到实处。

榜样工程。榜样的力量是无穷的,汾酒新时代企业文化建设需要榜样的力量。汾酒从今年开始,按照“百里挑一”的标准,分门别类,每年从 1 万多名汾酒人中选拔 100 名“汾酒榜样”,要向营销、生产、技术一线倾斜。

培训工程。党委宣传部组织“中国酒魂信仰讲师团”在公司进行全面的、深入的“中国酒魂信仰管理体系宣讲”和“汾酒新时代企业文化宣讲”,坚持“着眼于生活、围绕群众、从实际出发”,创造理论风暴、文化生态,学习圈层,舆论氛围四种良好环境,让绝大多数汾酒人学懂、弄通、入脑、入心。

形象工程。“文化上墙”和“VI 改进”是形象工程的两个重点。要统一设计、部署、规划、实施,完成“汾酒新时代企业文化”上墙工作;同时,公司 VI 视觉识别系统要按照“年轻化、时尚化、中国化、国际化”的原则,进行全面的升级改造,让新的视觉识别体系和运用覆盖公司的每一个角落,使公司面貌更加焕然一新。

传播工程。要按照“管管媒体、党管宣传”精神,将涉及内、外媒体统一归口管理,打造资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融的新型媒体管理体系。以融媒体中心为基准,打造集资源、内容、宣传、利益为一体的新型媒体管理体系。依托新型融媒体创新平台,抢占宣传、舆论、文化、新媒体等意识形态阵地,把创新潜力和创作动力作为激发队伍活力的重点,宣讲好党建文化、传播好汾酒理论,引导好企业文化,树立好企业形象。

一言以蔽之,党建建设向企业文化渗透,企业文化反哺党的建设,二者已形成相互滋养和谐共生的态势,这是国有企业特色,也是其他经济组织无法照搬的制度优势。

总之,对于国有企业而言,党建工作和企业文化建设之间有着密切的联系,两者相互融合、互相促进发展,汾酒才能实现健康高质量发展。要将党建工作与企业文化工作的融合贯彻落实企业初心、不改志尤在,理想不灭信更强,我们应扛起国企使命勇担,带领各级党组织把党建成效转化为干事创业的强大动能,明确企业文化建设的核心优势,提高汾酒竞争力、加速崛起,全面复兴的发力点和支撑点,让汾酒在转型发展、走向复兴的光辉道路上迈出更大的步伐。

参考文献:

- [1]张飞.谈党建与企业文化建设相结合[J].法制博览,2016(30):237.
 - [2]孙克彬.党建助力企业文化建设,推动企业健康持续发展[J].东方企业文化,2016(08):5-7.
 - [3]宋立功.企业文化建设与党建工作相结合的对策[J].现代国企研究,2016(12):222.
 - [4]宋伟.发挥党建思政工作优势促进国有企业文化建[J].企业改革与管理,2017,06:183.
- (作者单位:汾酒集团融媒体中心汾酒广播电视台)