

用马克思主义工运理论探寻当代产业工人发展新路径

■ 赵晨序

马克思主义工运理论以工人阶级解放为目标,揭示劳动价值本质,强调维护工人权益、推动人的全面发展,主张通过阶级联合实现社会公平,为工人运动提供理论根基与实践方向。马克思主义工运理论深刻揭示了工人阶级在社会变革中的重要作用,强调工人阶级的解放与自身发展密不可分。在新时代产业升级、技术革新的背景下,重温马克思主义工运理论的核心要义,结合当代产业发展实际,为产业工人探寻与时俱进的发展路径,不仅是对思想理论的传承,也是全面推动制造业高质量发展的一种现实需求。

一、以“人的全面发展”为核心,构建技能提升新体系

马克思提出“人的全面发展”理论,着重

强调劳动者应摆脱单一技能束缚,从而实现能力的多元拓展。当代产业工人发展需以此为指引,打破传统技能培训的局限。一方面,现阶段应全面推动“校企政”三方协同培训,工会联合职业院校根据产业升级需求设置课程,如针对智能制造开设工业机器人操作、数字孪生技术应用等专项班,政府给予培训补贴,企业提供实训岗位,形成“学习—实践—就业”闭环;另一方面,应积极推广“终身学习”的创新模式,搭建线上技能学习平台,整合行业专家授课、案例解析等资源,允许工人根据岗位需求自主选择学习内容,同时将技能等级与薪酬晋升直接挂钩,激发工人主动提升技能的积极性,让“全面发展”从理论走向实践。

二、以“劳动价值认同”为导向,打造权益保障新机制

马克思主义工运理论强调维护工人劳动权益,认为合理的权益保障是激发劳动热情的基础。如今,面对新就业形态劳动者不断增多、劳动争议类型更新现状,需创新权益保障机制。具体来讲,其一,应构建一个优质的“数字化维权平台”,工会开发线上维权小程序,工人可一键提交工资拖欠、工伤认定等诉求,平台自动对接劳动国家监察委员会部门与企业,实现诉求响应“当日受理、三日反馈”;其二,应全面推动“民主管理实质化”,在企业设立“工人议事会”,允许工人代表参与生产决策、薪酬制度制定等环节,尤其针对新能源、人工智能等新兴产业,明

确工人在技术革新中的成果分享权,让工人从“劳动参与者”转变为“发展受益者”,增强劳动价值认同感。

三、以“阶级联合力量”为支撑,搭建协同发展新平台

马克思主义工运理论强调工人阶级联合的重要性,认为团结协作是真正意义上实现共同发展的关键所在。鉴于此,当代产业工人发展应当彻底打破行业、地域壁垒,构建协同发展平台。在具体的实践过程中,一方面,应成立“跨区域产业工人联盟”,整合不同地区同行业工人资源,开展技能交流、经验共享活动,如组织长三角地区制造业工人开展“智能生产技能比武”,促进工友间技术互助;另一方面,应推动“新老工人传帮带”机制升级,不仅传承传统

技艺,更鼓励老工人分享职业规划经验,新工人传授数字技术应用技巧,让新老工人能够形成一种创新化的“双向赋能”。同时,各级工会在新时期也需要积极牵头建立产业工人数据库,为企业精准匹配技能人才,为工人提供就业推荐服务,让联合力量转化为实实在在的发展机遇。

总而言之,传承马克思主义工运理论,并非简单复刻过往路径,而是要立足当代产业发展需求,从“人的发展”“权益保障”“联合协作”三个维度创新实践。唯有如此,才能让产业工人在时代变革中找准定位,实现个人价值与产业发展的同频共振,为制造强国建设注入不竭动力。

(作者单位:吉林省工会干部学校)

工会新闻的年轻化表达与传播渠道创新研究

■ 金静

在数字化传播时代,信息传播已从“单向输出”全面转向“多元互动”,高效性、互动性、个性化、多媒体传播成为其核心特征——年轻群体作为互联网原住民,不仅是信息的主要接收者,更是通过弹幕评论、二次创作、话题转发等行为成为信息传播的主体。工会作为党联系职工群众的桥梁纽带,是联系和服务职工的重要群团组织,在碎片化传播环境下,“如何通过主流舆论凝聚青年职工思想共识、引领其职业发展方向”已成为新时代工会工作的重要命题。因此,工会媒体在数字化传播时代,需重点聚焦传播内容的年轻化表达与传播渠道的创新研究,既要避免“自说自话”的传播困境,又要打破“老办法不管用、新办法不会用”的瓶颈,通过内容与渠道的双重革新,不断增强群团组织的引领力、组织力、服务力。

一、工会新闻年轻化表达与传播渠道创新的价值

1. 重塑传播效能

在这个信息爆炸的时代,受众的注意力正逐渐成为一种极为稀缺的宝贵资源。工会新闻面对海量娱乐化以及碎片化信息的冲击,往往很难做到有效吸引年轻受众群体的关注目光。然而,通过采取年轻化的表达策略,将工会政策、活动内容以生动活泼、通俗易懂的语言形式进行呈现,便能成功打破信息接收壁垒;以故事化叙事替代说教式传达,把工会帮扶困难职工的事迹转化为有情感共鸣的故事,能让年轻职工更易理解接受。与此同时,创新传播渠道这一举措十分关键。借助短视频平台、社交媒体等新兴传播媒介,可突破传统媒体在时间和空间方面存在的固有局限,实现信息的快速扩散与精准触达,提升工会新闻在年轻群体中的传播效率以及覆盖范围,进而重塑传播效能,逐步增强工会组织的话语权。

2. 强化组织认同

年轻职工群体成长于多元的文化环境,对组织认同更倾向于价值共鸣与情感连接。工会新闻的年轻化表达,既能展现工会与时俱进的形象,又能拉近与年轻职工的心理距离,这显得格外重要。尤其当工会新闻以潮流化语言以及新颖的视觉设计呈现时,可以传递出工会对年轻职工文化偏好的理解与尊重;结合创新传播渠道开展互动式传播,如

线上投票、话题讨论等,能让年轻职工参与到工会新闻传播中,增强其参与感与归属感。这种参与感将促使年轻职工深入了解工会工作,认同工会组织的价值理念,最终增强对工会的认同感与忠诚度,为工会工作开展奠定坚实基础。

3. 推动社会动员

工会组织承担着团结职工、推动社会发展的重要使命,而有效社会动员依赖信息的广泛传播与有力影响。工会新闻的年轻化表达贴近年轻群体的生活方式与思维模式,可激发年轻职工的参与热情——将工会发起的劳动竞赛、技能培训等活动信息,以趣味化图文、短视频等形式传播,能吸引年轻职工主动关注参与。创新传播渠道则为社会动员提供更广阔平台,借助社交媒体的裂变式传播,不仅能迅速扩大活动影响力,还能汇聚更多年轻职工力量,形成强大的社会动员效应,助力工会更好履行社会责任、推动社会和谐发展。

4. 促进文化传承

在年轻群体日渐成为推动社会发展主要力量的背景下,工会文化作为职工文化的关键组成部分,蕴含着丰富的历史内涵与独特的精神价值。工会新闻通过年轻化表达与传播渠道创新,是传承工会文化的有效途径;运用创新表达方式,将劳模精神、工匠精神等工会文化核心内容,融入年轻职工审美与认知习惯的作品中,如制作动漫、打造H5页面等,可让工会文化焕发新活力;借助微信公众号、微博超话等新兴传播渠道,构建工会文化传播专属社区,吸引年轻职工参与交流分享,最终实现工会文化在年轻群体中的传播与传承,确保工会文化在新时代得以延续发展。

二、工会新闻年轻化表达与传播渠道创新的现状

1. 表达形式初步探索

当前,部分工会组织已开始尝试对新闻表达形式进行年轻化改造,采用一种更具亲和力的语言风格,如一些工会公众号在发布新闻的时候运用网络流行语以及俏皮话,以此让文章具备更强烈的趣味性。而在内容呈现方面,开始注重故事性和场景化,把工会活动报道转变成一个个生动有趣的故事,进而增强新闻可读性。但整体而言,多数工会组织的这类探索点,与以往的线下宣传平台有显著区别。在信息化时代,人们通常依赖网络进行交流,新媒体构建的宣传平台更便于他们发表自身观点,进而更好地掌握国企宣传的党建知识。这不仅可以有效宣传党的路线方针、传递党的政策,还能通过新媒体促使员工了解企业,更有利于国企自身发展。

3. 丰富党建宣传内容

丰富党建宣传内容不仅能激发员工了解党建知识的积极性,还能更好地贯彻党的思想、落实党的方针。在新媒体时代,党建宣传内容可借助网络进行丰富,例如宣传过程中不再简单依靠文字,而是通过音频、图片甚至制作相应动画来进一步充实宣传内容。这样不仅能吸引员工注意力,还能帮助他们更好地理解党建内容。同时,在丰富党建宣传内容时,需保证内容的真实性与正向性,避免对员工和社会造成不良影响。

4. 提高党建宣传时效性

在以往的党建宣传中,最主要的问题是覆盖面较窄,宣传时间和地点受到限制,导致党建宣传效果不明显,部分员工未能及时了解相应内容。而借助新媒体,通过网络可提高宣传的时效性,如在微信公众号发布相关内容,员工能快速接收,并在最短时间内掌握学习。

二、当前国企党建宣传工作存在的问题

尽管当前大部分国企已经借助新媒体来

仍处于初级阶段。

2. 传播渠道多元拓展

随着互联网技术不断发展,工会新闻传播渠道逐渐多元化。除报纸、电视、广播等传统途径外,微信公众号、微博、抖音等新媒体平台已成为工会新闻传播的重要阵地,许多工会组织还建立了自己的新媒体矩阵,通过多平台联动发布新闻信息。例如,部分工会在抖音开设账号,发布工会活动短视频,吸引了大量年轻用户关注。然而,传播渠道拓展过程中存在各平台定位模糊、内容重复、运营效率低下等问题——由于工会组织未根据不同平台的用户群体与传播特点,有针对性地开展内容创作与传播策略制定,导致传播效果未达预期。

3. 互动模式逐步构建

为实现与年轻职工的良好互动,工会组织在新闻传播中逐渐构建互动模式:在新媒体平台设置留言评论区、投票环节,鼓励年轻职工参与讨论;开展线上知识竞赛、话题征集等活动,激发年轻职工参与热情。但目前已构建的互动模式仍存在互动深度不足、反馈机制不完善等问题——多数互动活动仅停留在点赞、评论等表面形式,未深入挖掘年轻职工的真实需求与建设性意见;同时,针对职工的留言反馈,缺乏及时有效的回复与处理,导致职工参与积极性下降,难以构建良好的互动生态。

三、工会新闻年轻化表达与传播渠道创新的优化策略

1. 深度融合短视频技术

短视频凭借碎片化、直观化的特点深受年轻群体青睐,已成为其获取信息的重要途径。在工会新闻传播中深度融合短视频技术,可显著提升传播效果:采用4K高清拍摄技术,保证视频画面清晰、色彩饱满,提升视觉体验;运用非线性编辑系统,通过快速剪辑、特效添加等手法,增强视频节奏感与吸引力。以工会职工技能大赛为例,可将其制作成1~3分钟的短视频,采用多机位拍摄(全景展现赛场氛围、特写捕捉选手表情、俯拍呈现操作流程)全方位展示比赛精彩瞬间与选手风采,搭配动感背景音乐与精准字幕提升感染力;在平台分发上,通过抖音、快手等短视频平台发布,借助平台算法推荐机制,依据“年轻职工”“职场”“技能”等用户兴趣标签实施精准推送,同时鼓励参赛

职工转发至社交圈,形成“平台推荐+个人传播”的双重扩散,扩大新闻传播范围。

2. 创新运用虚拟现实技术

虚拟现实(VR)技术通过构建“可交互、沉浸式”的虚拟场景,能打破“时空限制”,让用户获得“身临其境”的体验,这在工会新闻传播领域具有巨大应用潜力——尤其适合工会历史文化传播、大型活动直播等场景。在工会文化传播方面,通过构建工会历史展馆、劳模工作室等虚拟场景,结合VR头显设备,可让年轻职工“走进”20世纪50年代的工会车间、“坐在”劳模的工作台前,直观感受工会发展历程与劳模精神;场景构建中,采用高精度3D建模技术还原真实场景细节,如劳模工作室的工具摆放、墙上的荣誉证书、历史照片等,确保虚拟场景与现实高度相似;融入交互设计,用户可通过手柄操作与虚拟场景中的物品互动,如点击查看劳模的工作笔记(笔记内容动态呈现)、播放工会历史事件纪录片、与虚拟劳模“对话”(预设常见问题及回答)。在工会活动报道方面,运用VR直播技术,能让无法到场的职工实时感受活动氛围。例如,对工会文艺汇演进行VR直播时,用户可通过调整视角“选择”观看位置(舞台前排、观众席中部等),还能“走进”演员后台,增强参与感与体验感;对职工运动会进行VR直播时,用户可“跟随”运动员奔跑,感受赛场的紧张与热烈。这种沉浸式体验,能让工会新闻从“被动观看”变为“主动参与”,大幅提升年轻职工的兴趣与记忆深度。

3. 构建智能传播体系

借助人工智能技术构建智能传播体系,可实现工会新闻内容的智能化生成与精准传播。在智能化生成内容方面,通过自然语言处理技术(NLP)对工会新闻内容进行分析与生成:一方面,对已有的工会政策文件、活动报道等文本数据进行深度学习,提取核心信息;另一方面,依据不同传播需求与受众特点,自动生成多样化新闻稿件——例如,为年轻职工生成语言活泼、形式新颖的“图文+短视频脚本”稿件,内容侧重“福利解读、故事分享”;为管理层生成严谨、专业的“数据分析+工作建议”稿件,内容侧重“活动成效、职工需求统计”,语言采用公文表述风格。在精准传播方面,运用机器学

新媒体时代国企党建宣传工作的思考

■ 李佳诺

新媒体时代来临,信息传播呈现出“即时化、互动化、碎片化”的新特征,相比传统传播方式更加方便快捷。这种变革不仅打破了党建宣传的固有边界,更使得宣传方式从“单向灌输”转向“多元互动”,宣传内容从“单一文字”转向“图文音视频融合”,进而显著提高宣传的渗透力与影响力。特别是随着移动互联网的全面普及,智能手机成为员工获取信息的主要载体,人们可随时随地通过各类App接收信息,彻底摆脱了时间和空间的限制。因此,在新媒体时代,国企党建宣传必须主动拥抱技术变革,将信息技术深度融入宣传工作流程,以精准化、个性化的传播策略提升宣传效果。

一、新媒体时代国企党建宣传工作的机遇

1. 优化党建宣传模式

党建宣传需要在日常工作中通过多种形式对员工产生潜移默化的影响。但传统宣传方式受时间和空间限制,形式较为单一。例如,通过展板、开会等形式开展党建知识宣传,这种方式易让员工产生排斥心理,导致宣传效果不佳。而借助新媒体可不断丰富宣传形式,且不受时间和环境影响。例如,依托微信、微博、抖音等平台开展宣传工作,能大幅提高宣传效果,让员工在日常工作中即可接触党建知识,从而提升党建宣传效率。

2. 完善党建宣传平台

新媒体网络平台具有时效性和互动性特

点,与以往的线下宣传平台有显著区别。在信息化时代,人们通常依赖网络进行交流,新媒体构建的宣传平台更便于他们发表自身观点,进而更好地掌握国企宣传的党建知识。这不仅可以有效宣传党的路线方针、传递党的政策,还能通过新媒体促使员工了解企业,更有利于国企自身发展。

丰富党建宣传内容不仅能激发员工了解党建知识的积极性,还能更好地贯彻党的思想、落实党的方针。在新媒体时代,党建宣传内容可借助网络进行丰富,例如宣传过程中不再简单依靠文字,而是通过音频、图片甚至制作相应动画来进一步充实宣传内容。这样不仅能吸引员工注意力,还能帮助他们更好地理解党建内容。同时,在丰富党建宣传内容时,需保证内容的真实性与正向性,避免对员工和社会造成不良影响。

提高党建宣传时效性
在以往的党建宣传中,最主要的问题是覆盖面较窄,宣传时间和地点受到限制,导致党建宣传效果不明显,部分员工未能及时了解相应内容。而借助新媒体,通过网络可提高宣传的时效性,如在微信公众号发布相关内容,员工能快速接收,并在最短时间内掌握学习。

二、当前国企党建宣传工作存在的问题

尽管当前大部分国企已经借助新媒体来

进一步加强党建宣传力度,保证宣传效果,但是其中仍日存在一些问题,主要表现在以下几个方面:

1. 党建宣传缺乏创新力度

新媒体时代,党建宣传工作面临更大机遇与挑战,需根据时代变化及时推进党建工作创新。例如,要改变传统思想政治工作方式,摒弃说教式教育模式。但实际调查发现,大部分企业未能做到党建工作创新,导致党建工作流于形式,基层党建内容枯燥乏味,开展教育的形式也过于单一化、传统化。具体而言,目前部分国企尚未充分发挥新媒体作用,如借助微信公众号开展宣传时,虽在方式上紧跟时代有所创新,但内容上千篇一律,仅是将展板文字内容照搬到公众号上,这种方式与传统宣传并无本质区别,无法强化宣传效果。

2. 缺乏相应的信息化人才

新媒体时代,党建宣传工作更具多样性,需借助信息和网络开展,这使得宣传工作更为复杂,要求宣传人员具备一定的信息技术能力。但实际情况是目前大部分国企党建宣传工作缺乏专职人员,导致工作人员在宣传过程中可能面临各类问题,无法充分借助新媒体提升宣传效果。若此问题得不到切实解决,仍缺乏相应的信息化人才,党建宣传工作水平恐难以有效提高。

三、新媒体时代国企党建宣传工作的策略

1. 搭建完善的党建工作信息化平台

为了保证提升新媒体时代党建宣传工作效果,需结合社会发展和企业实际情况,搭建完善的信息化平台,确保党建宣传更具专业性。首先,平台建设要体现党建学习内容的完整性,对相关信息进行集中管理,以实现党建工作信息化。其次,国企需充分关注并重视党建工作信息化平台的交流与共享功能,利用微博、微信等不同社交软件实现信息的科学共享与有效宣传。此外,还应构建相应的学习平台,党建宣传不仅要让企业员工掌握理论知识,更重要的是提升其思想觉悟,因此可通过平台组织员工开展学习。

2. 创新党建宣传工作方式

当前,信息技术已普及,且在多个领域得到应用,因此国企党建宣传不能仅采用传统方式,还可将新颖的现代技术与宣传工作融合。以往党建宣传多以讲座形式开展,内容主要是中国特色社会主义理论及其他政党相关知识;新时代宣传中,可结合当代人的思维方式,采用新颖、幽默有趣的讲解方式传递相关内容,以强化宣传效果。同时,国企党建宣传人员可运用新的信息技术解读党建知识,这样能提高学习者的兴趣,增强其对知识的接受与理解程度,进而提升党员思想水平。此外,宣传内容需注重语言的通俗性,以增强感染力与宣传力,同时避免因党建内容晦涩难懂导致学习者产

生误解,树立错误人生观。

3. 培养优秀的信息化人才

目前,大部分国企因缺乏专门负责党建宣传工作的专业人员,导致新媒体宣传“有心无力”,难以充分发挥其作用。因此,为保证宣传效果,必须从“引进来”和“培养好”两方面入手,打造一支“懂党建、会技术、善传播”的优秀信息化人才队伍。一方面,可通过校园招聘、社会招聘等渠道,定向招聘新闻学、传播学、数字媒体技术等专业的优秀人才,组建宣传队伍;另一方面,对现任负责党建宣传的工作人员定期开展专业知识培训,培训内容可涵盖新媒体运营技巧(如公众号排版、短视频剪辑)、党建理论解读、舆情应对方法等;同时,可组织人员到新媒体运营成熟的国企或媒体单位交流学习,借鉴先进经验。

总之,在新媒体时代背景下,国有企业党建宣传工作正迎来前所未有的发展机遇。随着信息技术的迅速发展和传播方式的深刻变革,微博、微信、短视频、直播等新媒体平台逐渐成为信息传播和思想交流的主阵地。这为国企党建打破时空限制、扩大覆盖范围、增强传播实效提供了重要契机。相关工作人员应积极顺应时代潮流,紧密结合社会发展新趋势与企业实际情况,不断推动宣传理念、内容与形式的创新。

(作者单位:中国核电工程有限公司)