舞好新媒体“双刃剑”

□任海涛

新兴媒体不仅给人们的思维方式、行为方式、生活方式带来了深刻变化，而且对政治、经济、文化、社会乃至国际关系等各方面产生了广泛影响。面对新媒体时代并存的机遇和挑战，领导干部应趋利避害地用好这把“双刃剑”，从而提高执政能力和水平。

长期以来，我们的干部更多钟情于传统媒体，对于新媒体认识不足、缺乏准备，甚至视之为“洪水猛兽”，于是出现了“代表党，还是代表人民?”等各种爆炸式的“雷言雷语”，既伤害公众感情，又损害党政形象。转变这种现状，需要正确认识新媒体，消除“媒体参与就添乱”的偏见。

全面客观认知 提升媒介素养

领导干部应充分认识新媒体自由、开放、互动等特征，把握新媒体为执政所创造的重大有利条件。新媒体的实时交互为正确实施舆论引导开辟了新途径，快速集散为占领思想文化阵地提供了新手段，公开透明为接受人民群众监督营造了新环境，信息聚合为推动政治民主进步注入了新动力。提高对新媒体构成群体、新媒体舆论形成过程和存在风险的认识，把握新媒体环境下形势变化发展的规律，直面国内外新媒体的现状和发展趋势，与时俱进，因势利导。

熟练掌握媒体技能，已成为当今干部的基本素质，在某种意义上，执政能力的大小就体现在通过媒体进行信息收集、辨析和处理问题的过程中。领导干部应积极掌握新媒体相关知识技能，注重锻炼对新媒体的感受力和观察力，学会判断媒介信息的价值大小，及时进行收集、筛选、交流和使用，进而将这种充分了解媒介信息的能力转化为服务科学决策、处理复杂问题的执政力。

磨炼“金刚钻” 提高能力善用新媒体

善用新媒体说易行难，只有在实践中锻炼并具备了驾驭新媒体的“金刚钻”，才能够揽好、干好这趋利避害的“瓷器活”。

让新媒体成为“社情民意直通车”。新媒体环境下，公众的知情意识、民主意识、政治参与意识都比以往大幅提高，领导干部理应借助新媒体“民意库”把好“民生脉”。一是赢得群众相信认可。积极搭建政府部门和领导干部新媒体对外交流平台，不断完善信息公开、在线办事、公众参与等功能，逐步健全政务公开、新闻发言人等制度，主动接受、积极回应群众意见建议，充分保障他们的知情权、参与权和监督权，以阳光、透明的形象赢得信任。二是吸引群众主动参与。积极开辟有影响的新媒体渠道，通过“参政论坛”“纳谏社区”“微信论政”等电子平台经常性开展民意调查、民意测验和民意征集，以平民视角叙说老百姓的故事，用平等交流的传播符号开展民众互动，让更多的群众自发有序参与进来。三是集中民智解决民生。积极将网络论坛、微博、微信中反映出来的大量潜在、分散、合理的群众利益诉求，提升为明确、集中、可操作的政策建议，使之成为科学决策、民主决策、推动工作的有效支撑，及时解决群众最关心、最直接、最现实的利益问题。

让新媒体成为“核心价值新高地”。新媒体作为思想文化和社会舆论集散地，为党的意识形态和社会主义核心价值体系建设提供了更为广阔的空间。领导干部充分利用这一空间，着力提高社会主义核心价值观的统领力。一是突出宣传理念和内容的大众化。适应新媒体传播平民化特点，放弃过去线性的灌输理念，在话语表达、视角触点和表现形式上进行转变，根据群众选择性接受心理和认知水平，进行核心价值观的大众化传播；努力培育一批贴近实际、贴近生活、贴近网民的新媒体栏目、频道和论坛，既能反映时代主题、体现主流价值观，又符合移动新媒体特点、为网民喜闻乐见。二是推动宣传方式的不断创新。积极将传统媒体的产品延伸到新媒体上去，利用新媒体渠道把党报、党刊等老品牌推广出去，辐射更广的受众；同时，努力拓展多样化、复合型的大众化载体，着力开发各式各样的新媒体载体，让QQ、微信、APP客户端等成为弘扬核心价值观的主平台，全方位、多触角地传递社会正能量。三是发挥“网络大V”的积极作用。对于那些“大V”，要“为我所用”，强化他们的责任意识，使其承担与之能力相适应的社会责任，积极有效引导舆论、调整公众的政治态度和参与行为，在突发事件出现时，引领公众理性思考事件本质，从而更好地理性面对。

让新媒体成为“社会矛盾减震器”。科学应对复杂局面和突发事件，及时消除化解矛盾，是善用新媒体的重要要求。领导干部应利用新媒体预警防患于未然，加强对各大网站、微博、微信等舆情信息的监测，持续跟踪网民思想情绪的波动变化，多角度、多侧面掌握群众思想动态并进行分析判断，确保第一时间发现危机舆情征兆，掌握舆情背后的深层次矛盾。利用新媒体快速应急处突，一旦出现突发事件，把握“黄金24小时”，以“快”抢占先机，掌握新媒体引导的“第一落点”，及时公开事件的真实信息、危机处置的办法和态度，遏制网上的“众声喧哗”，并着力解决问题，消除炒作舆源，坚决杜绝“捂、压、盖”等做法，防止“小事拖大，大事拖炸”。利用新媒体监督改进工作，充分借助新媒体构建多元化监督平台，以开放包容的心态正确对待媒体监督、主动接受媒体监督、积极回应媒体监督，真正把新媒体作为强化社会监督、推动各项工作的重要抓手，让新媒体监督的“阳光”成为约束自身行为、解决自身问题的有效“杀毒剂”。

巧念“紧箍咒” 遵循规律善管新媒体

自由与纪律是对立统一的，善待善用新媒体并不代表毫无拘束。事实上，随着新媒体数量的直线上升，也暴露了鱼龙混杂、良莠不齐的突出问题：有的为了寻求“市场卖点”，热衷于低俗的猎奇、炒作；有的违反真实性原则，虚假新闻层出不穷；更有甚者受到某些势力的影响和左右，站在党政和社会主流的对立面，等等。必须坚持“党管媒体”不动摇，在充分研究和尊重新媒体规律的基础上，念好规范约束的“紧箍咒”。

健全管理法规。面对新媒体立法明显滞后于迅猛发展的问题，必须在相关立法上再下狠功夫，进一步拓展法律监管范围。要从公法角度对新媒体管理的范围和内容作出明确规定，从私法角度对新媒体主体的行为和言论作出明确规定，推动强制实名制的实施，同时，推进新媒体衍生领域的相关立法进程，为新媒体的发展提供较为完备的法律依据。

完善监管机制。突出基础监管，推动管理关口前移，加大对违法违规目标的查找、查处力度。突出内容监管，加强对新媒体内容和行为的管理，特别要对重点媒体实施全天候监测，着力抵制不良信息的发布传播，防范利用新媒体从事违法犯罪活动。突出技术监管，及时跟进纷繁多样的新媒体模式，加快对抗性技术研发，创新监控技术平台建设，在“魔高一尺，道高一丈”的无休止对抗过程中，不断增强技术防护能力，提高新媒体管理效能。

构筑防控体系。将新媒体监管纳入社会治安综治工作，建立公安、信息、广播、电视、通讯管理等部门共同参与的综合防控体系，加大预防和打击网络违法犯罪力度。特别要抓住网络色情、网络暴力等突出问题，针对“网络水军”“网络推手”“灌水公司”“删帖公司”“投票公司”等经常性开展集中治理行动，在关键环节、关键领域形成震慑效应。同时，要发动社会力量共同参与监管，努力形成“全民网管”的工作局面。

增强媒体自律。抓好互联网行业组织的自律，引导他们认真遵守《中国互联网行业自律公约》。抓好网络名人与意见领袖的自律，引导他们严格守住法律法规底线、社会主义制度底线、国家利益底线、公民合法权益底线、社会公共秩序底线、道德风尚底线、信息真实性底线“七条底线”。同时，抓好每个公众个人的自律，将网络诚信纳入个人社会信用体系，使人人遵守相关法规，汇集起新媒体的强大正能量。

（作者系共青团山东省委副书记，山东省青联主席）

国际化经营应强化五种意识

□龙 斌

国际化经营本质上是在积极开拓市场中实现更大范围内资源配置的过程，其间需要做出重大抉择、化解诸多难题、面临诸多风险、协调多方主体、碰撞多元文化。只有不断强化战略意识、能力意识、风险意识、共赢意识和文化意识，主动围绕国家战略，牢牢把握长远利益，坚持高标准、高质量，善做善成，久久为功，才能在加快国际化经营过程中根基越扎越稳固，道路越走越宽广。

强化战略意识，主动服务国家利益和国家战略。国家总体战略决定着企业国际业务的宏观格局，也为企业创设更广阔的舞台。作为肩负战略使命的国有企业，必须秉持“国家利益高于一切”的核心价值，围绕国家利益、服务国家战略、用好国家政策，才能开拓更多的业务，才会有更大市场空间。习近平总书记在出访东南亚时提出了建设“一带一路”的战略，我们在策划、实施相关项目积极参与这一战略的过程中，越是走进市场，就越能深刻感受到这一战略在周边国家和地区引发的积极响应，越能深刻理解进入务实合作阶段后将给国际化经营企业带来的宝贵机遇与巨大潜力。国际化经营公司应以国家战略为指引，在全力做好市场开拓过程中，自觉融入国家整体战略实施架构，努力成为国家战略在经济层面的奠基石和受益者。

强化能力意识，打造赢得国际市场的核心竞争力。工欲善其事，必先利其器。在全球开拓市场、配置资源，竞争异常激烈，机会稍纵即逝。因此，能力建设是决定国际化经营的关键环节，这就要求国际化经营企业必须以市场占有能力为核心，坚持以市场为中心、业务为导向、客户满意为目标，建立激励考核评价机制，以能力建设提升市场绩效、以市场需求牵引能力建设，狠抓国际营销、需求引导、服务保障、资源配置四大核心能力建设，狠抓有能力、有干劲、有担当、有业绩的优质团队建设，优胜劣汰，增强企业的组织活力、综合能力和整体竞争力，在把握市场机会、实现项目落单中打造独具特色、协同作战、高效推进的国际化经营能力体系。

强化风险意识，在规模化推进项目中守住底线。国际化经营业务大多链条长、环节多、风险大。严控风险，防止演变为具有灾难性的破坏效应，是国际化经营中必须守住的底线。从事国际化经营的企业，越是进入成长期，越是业务规模逐渐增大，越要绷紧风险防控这根弦。在提高市场开拓热情的同时保持适度技术谨慎，在实现业务快速推进的同时防止野蛮无序生长，有效识别与防范各类风险，防微杜渐、防患于未然，避免随意应诺、冒险签约，严防“一时商业进展、长期事业包袱”。在强化国际化经营过程中围绕国际业务开展全面加强内控体系建设，善于定规矩、重于用规矩、严于守规矩，建立健全项目全寿命周期管理的体制机制，强化重大项目全过程规范化管理，实施重大合同、重要制度的法律把控和风险审核。

强化共赢意识，有效实现市场供需多方受益。国际化经营的真正赢家必然选择在实现自身长远目标的同时，关注并促进相关方特别是产业链条直接相关方的利益。国际化经营企业往往是一根扁担挑两头，一面是国际客户，一面是产业链条上游的供应商。面向国际客户，要坚持以客户为中心，依托海外商务网络和国际商务人才，积极发现和挖掘国际市场，走进客户、熟悉客户、打通客户，把商务优势及时转化为对市场需求的发现、把握、挖掘和对接，不仅提供高质量的产品与服务，还要重视能力输出与再造，通过“授人以渔”成为客户能力提升的有效助推器。面向产业链条上游的供应商，要完善企业的国际商务接口功能，加强系统资源的协调和整合，既调度和集成全系统技术服务能力和生产能力与国际市场需求进行对接，又推动国际技术市场供给与全系统技术需求实现匹配，强化与产业链各供应商资源的往来互动，有效实现技术与商务的深度融合、实现产品与市场的有效对接，主动携手供应商提前介入市场开拓，借助专业技术力量将市场潜在需求转化为大项目好项目，在借力给力中实现企业发展的力量延伸与优势构筑。同时，积极履行社会责任。

强化文化意识，在多元碰撞中坚守企业的精神传承。文化既是一种力量、一种生产力，又是一种实实在在的认同和感受，一种精神依托、寄托和传承。能否形成独具特色、凝聚力强、传承性好的企业文化，是决定企业能否基业长青、正道直行的关键所在。国际化经营企业，发展状况大多受到国际经济形势制约，价值选择往往处于多元文化碰撞之中，应重视先进企业文化的建设与传承。特别是从事国际化经营的国有企业，更要率先成为社会主义核心价值观的坚定践行者，让核心价值和战略使命不断激发企业自强不息，成为支撑企业前行远航的压舱石。同时要结合所在行业，突出责任、担当、能力、发展这些关乎经营发展和使命实现的关键要素，形成一套鲜明体现国际化经营业务特质的催人奋进、员工认同、凝神聚力的企业文化。

（作者系中电科技国际贸易有限公司总经理）

社村共建 强村固基 富民兴社

□侯成君

在农村，随着城镇化、农业现代化的不断推进，农户兼业化、村庄空心化、人口老龄化日趋明显，“谁来种地”“怎么种地”问题日益突出，以农户家庭为基本经营单位的生产方式，需要加强联合与合作，不断提高生产的组织化程度。这种农业生产的组织化方式，在日韩是以农协组织的形式运作的。我国人多地少的基本国情与日韩有着很大的相似性，近年来从学术界到政府系统都在提倡借鉴日韩农协运作模式。学习日韩农协运作模式，结合中国实际，加快构建以农户家庭经营为基础、合作与联合为纽带、社会化服务为支撑的立体式复合型现代农业经营体系，是农业农村的当务之急。目前，我国最大的合作经济组织依然是供销合作社。她一头连着“三农”，一头连着城乡，历史悠久，网点广布，在新的历史条件下，仍具有为农服务的深厚基础和独特优势。今年供销社系统正在推进综合改革试点，坚持为农服务宗旨，坚持合作经济组织的基本属性和特色，按照改造自我、服务农民的要求，在农村大力领办创办农民合作社及其联合社，努力发展成为上下一体、利益联结的为农服务的合作经济组织。但在转型过程中，如何加快供销社的基层组织向农村延伸与如何保证合作经济组织充分发挥作用的问题非常突出。

为切实解决这两方面问题，山东供销社认真学习日韩农协经验，在省级层面，加快构建社会化服务支撑体系，相继成立了山东供销农业服务有限公司、融资担保股份有限公司、信息综合服务平台有限公司，不断增强自身经营实力和服务能力，为基层供销社开展社会化服务提供支撑。在此基础上，积极动员基层供销社与村“两委”结合起来，借助其力量加快向农村延伸，同时促进村“两委”借助供销社的力量推进服务型基层组织建设，双方互为补充、实现共同发展。基本思路是，紧紧依靠地方各级党委政府及组织部门的领导支持，以构筑基层供销社、村“两委”、合作社、信用互助组织“四位一体” 为主要抓手，以推进服务中心、发展项目和干部队伍“三个共建”为核心内容，把处理好各方面利益关系作为重要保证，加快供销社基层组织向村居延伸、经营网络向田间地头延伸，促进农民增收、村集体经济发展和农村基层服务型党组织建设。山东供销社推进社村共建的工作实践，是适应当前农村实际需要，对日韩农协模式在中国农村的创新与发展，有力地促进了供销社和村“两委”作用的发挥，成为当前农业农村发展的重要推进力量。

把积极争取地方各级党委的重视和支持作为基本前提和先导

供销社的改革发展离不开党委政府的重视和支持。在工作推进中，山东供销社积极寻求地方党委政府及组织部门的领导和支持，借助基层供销社与村“两委”开展的共建活动，自觉把供销社纳入地方党委政府及组织部门加强农村基层组织建设的工作体系，充分发挥自身组织完整、网络健全等优势，在增强农村基层组织力量、充实基层组织建设内容等方面发挥积极作用。山东省委办公厅、省政府办公厅在《关于贯彻落实中办发[2013]25号文件创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的实施意见》中指出，“鼓励基层供销社实施以土地托管为切入点的现代农业服务规模化，积极开展‘党建带社建、社村共建’工作”。目前，全省17个市和60多个县（市、区）党委专门或组织部与供销社联合发了文件推进这项工作，从干部、人才、政策等方面给予配套支持，有力推进了农村精准扶贫工作的开展。

把构筑供销社、村“两委”、合作社、信用互助组织合作机制作为主要抓手

坚持从实际出发，积极引导基层供销社与农村基层各种力量广泛联合，把供销社的服务优势与村“两委”的组织优势、农民合作社的经营优势和信用互助组织的资本优势结合起来，着力构筑基层供销社、村“两委”、合作社、信用互助组织“四位一体”的新机制。通过构建“四位一体”新机制，供销社积极发挥自身网络健全的优势，提供农资和农产品供销服务；村“两委”发挥组织农民的作用，积极参与帮助解决土地流转和托管问题；合作社带领农民社员开展各环节经营服务；信用互助组织解决生产过程中遇到的资金难题。“四位一体”合作共建形成了农业社会化服务的整体合力，有效解决了供销社为农服务力量不足的问题，为推进农业现代化发挥了重要作用。目前，全省供销社系统土地托管服务面积已达825万亩，很大程度上得益于村“两委”积极参与和大力支持，把农民组织起来，使耕地连片成方。同时，“四位一体”合作共建也带动提升了供销社领办的合作社和信用互助组织的发展，有效解决了农村市场经营主体融资难题。

把推进服务中心、发展项目、干部队伍“三个共建”作为核心内容

针对目前多数农村基层组织经济实力、服务能力比较薄弱的现状，发挥供销社自身与农民群众联利连心的优势，带动领办的合作社和信用互助组织，主动与村“两委”开展以共建服务中心、共建发展项目、共建干部队伍为主要内容的共建工作。一是共建服务中心。依托供销社在农村的各类经营服务网点，在村“两委”的支持下，整合有关惠农资源，纳入供销社服务平台，让农民群众直接享受到生产、生活、办事一条龙、全方位服务。二是共建发展项目。发挥供销社、村“两委”、合作社、信用互助组织各自优势，以土地托管为切入点推进农业服务规模化，通过组织实施建基地、建合作社、建市场等多种形式的项目共建，进一步打牢供销社在农村的根基，帮助农村基层党组织拓展服务群众、服务发展的空间和领域。较好解决了服务农民群众“最后一步路”的问题。三是共建干部队伍。鼓励基层供销社和合作社、信用互助组织的专业人员、管理人员到村级组织任职，吸纳村级组织的优秀干部到基层供销社、合作社、信用互助组织任职，交流培养眼界宽、懂经营、能干事的干部和人才，为服务农业农村发展提供人才智力支持。

把处理好各方面利益关系作为重要保证

开展“社村共建”，是供销社依靠自身优势对基层各方为农服务力量的联合，既要发挥各方优势形成为农服务合力，又要重视利益的界定和分配，充分调动各自的积极性。一是坚持把保证农民群众的利益作为基本出发点。发展新型农村社区服务中心，建设各类超市和农产品交易市场，推进农业服务规模化，农民除了能享受各种服务便利，更能从经济上得到各种实惠。在土地托管服务中，除了保证农民收益不低于往年外，还能通过合作社分红享受到来自规模化生产的增益部分。通过土地托管，农民外出打工，供销社给农民打工，还为农民节省往返路费和增加打工收入。二是切实保证村集体获得一定收益。尤其对那些不具备经营管理能力，缺少资金、技术等生产要素的农村，要保证他们在与供销社开展的项目共建中获得相应收益，从而促进村集体经济发展，增强服务群众的能力。从基层供销社实践情况看，村集体一般能从服务增益部分获得10%~20%的收入，已成为解决村集体“增收难”问题的重要路径。三是有利于供销社自身发展壮大。供销社借助“党建带社建社村共建”，带动领办的合作社和信用互助组织，努力在合作中找到经营性和公益性的结合点，不断增强为农服务的可持续性，促进组织和服务向农村延伸的同时，也增强了自身经济实力。

开展“党建带社建社村共建”，不仅密切了供销社与农民的联系，加快了供销社向农村的延伸覆盖，也促进了当前农村诸多问题的解决，收到了多方共赢的明显效果。一是拓展供销社为农民服务方式，进一步密切与农民的利益联结。通过开展“党建带社建社村共建”，供销社为农服务由传统的流通服务向农业规模化全程服务拓展，同时借助村“两委”的支持，在农村建设综合性为农服务中心、发展各类农业生产项目，服务“三农”的能力不断增强，成为新形势下党委政府推动农业农村工作发展的重要抓手和重要力量。二是增强新时期村“两委”的领导力，促进农村基层服务型党组织建设。通过开展“党建带社建社村共建”，村集体能从服务中获得分红、租金等固定收益，帮助村级组织解决无钱办事的难题。村“两委”也借助供销社参与农村经济发展的优势，联合供销社、合作社、信用互助组织共同发展项目，带领农民群众一起致富，找到了加强基层服务型党组织建设的抓手和载体，实现了强村固基、富民兴社。三是构建起助推农业转型发展的新机制，促进中国特色农业社会化服务体系的建立和完善。开展“党建带社建社村共建”，把供销社、村“两委”、合作社和信用互助组织联合成“四位一体”，最大程度地实现了农业农村各方力量的整合，形成了协同服务农民的新机制，解决了现代农业生产中遇到的组织、服务、科技和融资等一系列问题。这是涉及农村治理能力提升的组织创新和机制创新，具有旺盛的生命力。四是促进供销社人才建设和组织建设，为供销社长远发展提供重要保障。由于历史的原因，供销社组织体系和人才队伍建设仍面临较多困难。通过“党建带社建社村共建”，各级将一批事业心强、有市场意识、立志服务“三农”的优秀干部，调整充实到供销社领导岗位上来。鼓励支持吸纳农民致富带头人、经纪人和各类经营人才到基层供销社和社属企业工作，有力地促进了供销组织体系和干部人才队伍建设，为供销社长期扎根农村、开展为农服务奠定了坚实的基础。

（作者系山东省供销合作社联合社党组书记、理事会主任）