

用力用情 关心关爱

——做好新时代我州关心下一代工作的思考

□ 张永文

习近平总书记强调指出:“祖国的未来属于下一代。做好关心下一代工作,关系中华民族伟大复兴。”“各级党委和政府要加强对关心下一代工作的领导,支持更多老同志参加关心下一代工作,使广大‘五老’在关心下一代的广阔舞台上老有所为、发光发热,为培养社会主义建设者和接班人作出新的更大贡献。”做好关心下一代工作,关系党的事业薪火相传,关系中华民族伟大复兴。习近平总书记高度重视下一代健康成长,多次作出重要指示批示,为做好关心下一代工作指明了方向、提供了遵循。我们要从党的事业后继有人、兴旺发达的高度,充分认识做好新时代关心下一代工作的重要意义,切实把这项固本工程、战略工程、铸魂工程抓实抓细。对做好我州新时代这方面的工作,笔者有以下思考:

一、以“党建带关建”把方向,抓好政治建设

关心下一代工作委员会(简称“关工委”)是以热心关心下一代工作的离退休老同志为主体、党政有关部门和群团组织负责人参加的,以关心、教育、培养青少年健康成长成才为目的的群众性工作组织,是党和政府联系青少年的桥梁和纽带。关心下一代工作是党的工作的重要组成部分,关工委是党领导下的群众性工作组织。因此必须按党中央《关于加强和改进党的群团工作的意见》,落实好党建带群建的要求,加强党委对关工委的领导,形成“党建带关建、关建促党建”的工作格局。

保持和增强政治性、先进性、群众性,是新时代党中央对群团组织提出的重要要求,也是关工委履行职能、做好工作、发挥作用的根本遵循。政治性是关工委的灵魂,是第一位的,其最重要是必须坚持党对关心下一代工作的全面领导,自觉把党的领导贯彻到关工委工作全过程各方面。用党的创新理论武装头脑,指导实践、推动工作。各级关工委要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习贯彻党的二十大精神,认真落实习近平总书记关于关心下一代工作的重要指示批示精神,坚决贯彻党的意志和主张,严守政治纪律和政治规矩,不断提高政治判断力、政治领悟力和政治执行力。守牢初心使命,强化担当作为,要注重从政治上分析和把握关心下一代工作,承担起引导青少年听党话、跟党走的政治责任。各级党委政府要重视关心下一代工作,形成党委统一领导、党政齐抓共管、关工委主动作为、有关部门积极配合、社会各界广泛参与的关心下一代工作机制和工作合力。

二、以“五有五好”夯基础,抓好组织建设

关工委组织建设是做好新时代关心下一代工作的基础和关键。要坚持大抓基层的导向,建立起横到底、纵到边、全覆盖的关心下一代工作组织体系。一方面要建立健全州及县(市)、乡镇(街道)、村(社区)四级关工委组织,与党政组织体系同步组建;另一方面要建立健全教育、政法、直属机关、企事业单位等系统关工委组织,在机关企事业单位系统内进行组建;再一方面要探索联建、干部联配、平台共创、机制联动、活动联办、信息联通、资源联用、环境联抓、促进工作共进、成效共显;此外还要在新社会组织、易地扶贫搬迁安置点等新建立关工委组织,做到应建尽建,使关工委组织建起来、转起来、活起来。

加强关工委组织体系建设,要坚持党建引领,推动基层关工委现有班子、有队伍、有阵地、有经费、有制度“五有”标准,并在此基础上,分类指导、示范带动提高规范化建设的质量和水平,开展创建领导班子建设好、“五老”作用发挥好、制度健全执行好、积极探索创新好、活动经常效果好“五好”基层关工委活动,按照全州基层关工委建设质量提升“三年行动”的安排部署,全面开展创建达标验收,并探索开展星级评定,把各级关工委建设成学习型、服务型、创新型关心下一代工作的坚强堡垒。要注重关工委班子的建设,把新退出领导岗位,政治可靠、威望高、能力强、身体好、有奉献精神、热爱关心下一代事业的老同志充实到关工委领导班子中。按规定选好配强关工委班子,建立退出补充机制,切实增强关工委的组织力、凝聚力、战斗力。

三、以“五老+N”唱主角,抓好队伍建设

关工委组织的性质决定其要以“热爱关心下一代工作的离退休老同志为主体”,所以,在班子配备和队伍建设中,要突出“五老”(老干部、老战士、老专家、老教师、老模范)的主体地位,发挥广大“五老”在教育、引导、关爱、保护青少年的独特优势和重要作用。他们在政治上有受到党的长期培养的教育,许多人经历过艰苦年代血与火的考验,和社会主义时期艰苦创业的磨炼,具有崇高的革命理想,对共产主义事业有坚定不移的信念、执着追求和顽强的奋斗精神的优势,对青少年教育有感染力和影响力;在经验上有丰富阅历,积累了工作、社会、生活等方面经验的优势,对青少年有较强的说服力和吸引力;在威望上有在几十年的工作实践中,发扬无私奉献,以自己的思想品德、言行作风,树立了为群众所接受认可、心悦诚服的高风亮节和德高望重的楷模形象,所形成的人格魅力的优势,对青少年有特殊的关注力和号召力。

予经费补助、关怀激励,帮助解决实际问题,同时大力弘扬他们在长期工作实践中形成的忠诚敬业、关爱后代、务实创新、无私奉献的“五老精神”,将关工委建设成为老有所为的重要舞台、老有所学的重要课堂、老有所为的重要阵地、老有所乐的重要场所。

四、以“立德树人”为主线,抓好思想建设

立德树人是关工委工作的根本任务,也是关工委的工作主线。党的二十大提出了中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴奋斗目标。实现中国式现代化是一项伟大而艰巨的事业,广大青少年现在是中国式现代化建设的后备军,今后将是中国式现代化建设的生力军,引导他们从小把自己成长成才的“个人梦”融入中国式现代化建设伟大事业的“强国梦”,树立与党同心、与国同梦、与时代同行的理想追求,是关工委贯彻落实党的二十大精神的历史任务,要始终坚持“立德树人、铸魂育人,为党育人、为国育才”的初心使命,充分发挥各级关工委和广大“五老”的优势作用,用自身的经历和新时代的成就教育青少年,引导广大青少年立志成才,在中国式现代化的伟大实践中实现人生理想和做出贡献。

各级关工委要坚持“急党政所急、想青少年所需、尽关工委所能”的工作方针,以培育和践行社会主义核心价值观为主线,以理想信念、思想道德、传统文化、科技素养和法治教育为重点做好立德树人的工作。

一是坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人。让党的创新理论走进青少年,引领青少年,打牢青少年成长成才的思想根基。二是讲好红色故事、传承红色基因。实施传承红色基因工程,深入开展“四史”学习教育,老少携手开展形式多样的实践活动,大力弘扬党的优良传统和作风,进一步增强爱党爱国情怀。三是积极引导青少年培育和践行社会主义核心价值观。不断加强教育引导,实践养成和制度保障,铸牢中华民族共同体意识。大力弘扬中华优秀传统文化,传承中华传统美德。广泛组织“新时代好少年”学习宣传,用高尚的道德精神和价值追求激励教育青少年。四是加强青少年法治教育。关工委要履行好法律法规规定的法定职责。持续开展“关爱明天、普法先行”青少年法治宣传教育活动,教育引导青少年树立尊法、学法、守法、用法意识,争做新时代的守法小公民。

五、以“一委一品”促创新,抓好品牌建设

品牌建设是推动和丰富关工委工作的重要举措,它是关心下一代工作长期实践的经验积累和与时俱进的体现,是提升工作质量的亮点和名片。各级关工委要结合实际,因地制宜,不断探索更加符合规律、更加贴近青少年、更加有生机活力的新工作理念、新工作方式、新工作举措,主动作为,注重创新,持续推出新品牌,打造新名片,培育和形成一批以“五老”工作室为载体,具有

鲜明特色,青少年喜闻乐见、符合时代特征、具有时代气息的工作品牌,努力形成“一委一品”、“小品牌铺天盖地、大品牌顶天立地”的创新工作格局,进一步增强关工委的社会影响力和凝聚力。要充分发挥品牌的示范带动作用,通过开展“看、比、晒、评”进行推广运用,互学互鉴、取长补短,以品牌带动整体工作的提升,发挥品牌效应。

近年来,我州关工委高度重视品牌建设,出台了《黔东南州关工委品牌建设实施方案》,推动关工委品牌建设走深走实,“一体多翼”的关工委品牌格局初具雏形,即州以“双五工程·关工委代行”(“五老”作用发挥好、“五好”质量提升好,推动关爱工程永远在路上)品牌领航,推动关爱(市)实现“一县一品”,部门关工委形成“一行一特”,品牌建设取得较好成效。各级关工委还要大胆探索,守正创新,把形成的品牌巩固提升好,创造出更多有少数民族地区特色的精品。

六、以“关爱帮扶”护成长,抓好维护建设

关爱帮扶是关心下一代工作的重要内容。要围绕“关”字做文章,以实施“五老”关爱下一代工程为载体,在内涵上拓展,在方法上创新,在落地上发力,把关爱帮扶工作做细做实。

做好关爱帮扶工作要坚持以人民为中心的发展思想,既要有物质上的手段,也要有精神上的手段,因人施策,精准到位。一是要深化关爱助学工作,着力为青少年成长成才办实事解难事。对困境青少年的帮扶要从物质层面更多地深入到精神层面,在生活上关爱的同时更加注重思想上关心、情感上关怀、心理上疏导,帮助他们健康成长、全面发展。二是动员“五老”依托儿童之家、青少年活动室、农家书屋、复兴少年宫等阵地,协同做好农村留守儿童、流动儿童、事实无人抚养儿童等青少年群体的关爱与服务工作。三是发挥“五老”在乡村振兴中的服务和推动作用,开展农村青年乡土人才、乡村工匠等培训,助力培养有理想、懂技术、会管理、会经营的乡村新型青年人才。四是发挥老同志传帮带作用,推进劳模工匠进校园活动,加强青少年劳动教育;大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,助力培养有理想守信念、懂技术会创新、敢担当讲奉献的青年产业工人队伍。五是加强青少年权益保护。加大宣传贯彻《未成年人保护法》、《预防未成年人犯罪法》等法律法规,开展法律知识竞赛、模拟法庭和青少年维权岗等活动,提高青少年运用法律保护自身合法权益的意识和能力;组织“五老”参与预防、减少青少年违法犯罪工作和未成年人司法保护工作。六是优化青少年健康成长的社会环境。推动构建促进青少年德智体美劳全面发展的教育培养体系,组织青少年开展健康向上的文体活动和社会实践,深化“五老”弘扬好家教好家风”主题活动,助力构建家庭学校社会协同育人的工作机制,推动全州新时代关心下一代工作高质量发展。

(作者单位:州委老干部局)

新闻的表现张力是新闻生命力的具体体现。好的新闻作品能够经得起时间的考验和岁月的沉淀,要靠生命力的彰显和延续。魏巍的《谁是最可爱的人》影响了一代又一代青年人,穆青等人的《县委书记的榜样——焦裕禄》感动了一代又一代读者,这些大家作品有着一种穿透时空的力量,至今仍然散发着人性的醇香。

常说新闻作品是“易碎品”“遗憾的艺术”,在时间长河中,其“寿命”似乎很短。也有另外一种说法,今天的“新闻”将成为明天的“历史”,得到“新闻生命”的无限延续。那么,是否可以厚植新闻作品的典型性和鲜活性和人民性和贴近性、文学性和艺术性等,在新闻的表现张力的上下足“绣花”功夫,把影响力、传播力和引导力作为考核“硬指标”,让新闻价值和宣传价值得到有机融合,使之成为“流量产品”和“长效产品”呢?

一、《我和我的“桥头堡”》栏目系列报道概况

2022年4月,贵州省印发《关于支持黔东南自治州“黎从榕”打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的实施意见》(黔府发〔2022〕7号),为黔东南高质量发展注入了强劲动力。2023年7月,广东、贵州两省签署《关于深化两省合作、支持黔东南州“黎从榕”打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”备忘录》,为黔东南对接融入粤港澳大湾区指明了方向。为总结打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的好经验、好做法,讲好“桥头堡”故事,展示“桥头堡”新进展、新成效,为黔东南“融湾入海”营造浓厚氛围,州融媒体中心(黔东南日报社、黔东南州广播电视台)在《黔东南日报》一版推出《我和我的“桥头堡”》系列报道,同步在《黔东南微报》等新媒平台图文、视频联动发布。

《我和我的“桥头堡”》栏目组团队,由州融媒体中心副总编辑、高级记者、贵州省政府特殊津贴专家李田清同志带队,挑选骨干记者、编辑7人组建专栏采访团队,作者本人有幸全程参与其中,并采访执笔了《“晒山海”里的“山海情”》《“村姑阿香”的“梦歌田园”》《一片茶叶的“侗情时光”》等篇目。栏目团队于8月下旬启动工作,在历时3个月里,多次深入“桥头堡”核心区黎平、从江、榕江县的一线项目点、企业、村寨、基地蹲点采访,采访行程逾两千多公里。

该组系列报道从州委、州政府确定的打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”重点突破“十大工程”中精心选取,有创业创新、智力帮扶、电商带动的团队故事,也有文化推广、旅游联动等方面的典型人物,采取一人一事一议,以小切口反映大视野,以小人物、小故事反映大主题,典型、鲜活、生动讲述了“桥头堡”建设好故事,用细腻的笔头和精美的镜头聚焦了“桥头堡”建设火热图景。

这组系列报道共16篇,累计约3.5万字,稿件于9月25日推出首篇,于11月10日刊发尾篇收官,引起了社会良好反响,获得了全媒全网联动宣传效应。不少网友留言评价:该系列报道真实反映了黔东南州打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的新进展、新成效,极大鼓舞了人心、提振了士气。值得一提的是,新华网、人民网等中央权威媒体纷纷转载推荐,截至目前阅读量累计达1700万人次,单篇浏览量突破110万人次。天眼新闻、多彩贵州网、众望新闻等省级权威媒体也及时转载了这组系列报道。

二、关于典型性与鲜活性的张力表达

习近平总书记强调:“一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责,胸怀大局、把握大势、因势而动、着眼大势,找准工作切入点和着力点,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。”

《我和我的“桥头堡”》这组系列报道,立足于贵州主动对接融入粤港澳大湾区建设大背景,紧紧围绕省委、省政府和州委、州政府的战略决策部署做文章,深入挖掘报道黔东南自治州作为“桥头堡”在推进工作方面的好经验、好做法,通过讲述好故事的形式,来鲜活展示“桥头堡”的新进展、新成效,以期达到鼓舞人心、凝聚力量、提振志气、推动发展的舆论支持。

栏目成功的关键在于典型性选择上下了硬功夫。栏目团队奔赴“桥头堡”核心区的黎平、从江、榕江三县,在前期广泛对接的基础上,召集承担“桥头堡”建设的州县两级发改、住建、旅游、园区、商务、投促、工信等职能部门多方提供采访线索,3个县的采访线索汇集达76条次,比较取舍、论证采访选题精选到27个,实地蹲点采访选题22个,采访人员和团队约280人次,最终择优挑选16篇新闻精品作为该栏目的系列报道“成品”。这组文章,牢牢把握“大主题下的典型人物和典型事件”这个关键,用时代洪流下个体的变化去“以小见大”,让宏观的主题因具体的人和事而变得可触摸、接地气。

为了保障栏目出新出彩,“鲜活”要求一开始就定了下来。即是采访团队要践行好“四力”,深入现场抓“活鱼”,寻觅“皇冠”。例如,《幸福就在家门口》——从江县“90后”侗族姑娘杨陈英,把建在广西的工厂“搬回家乡从江,让乡亲们就近就业赚钱。《“晒山海”里的“山海情”》——广东佛山投资人股伟,在榕江县摆贝苗寨开办“晒山海”高端民俗酒店,助力大山里的苗寨乡村振兴。《一片茶叶的“侗情时光”》——“茶三代”侗族姑娘吴川萍,把黎平山绿色生态茶叶销往大湾区大市场。《给香港“亲戚”捎篮菜》——榕江县古州镇茅寨村阳光女子蔬菜产销合作社,把蔬菜搬上“粤港澳”大餐桌……一篇篇冒着热气、充满正能量的新闻作品跃然纸上、推送屏端。

三、关于人民性与贴近性的张力表达

怎样才能创作出优秀的新闻作品?习近平总书记给出这样的答案:“要转作风改文风,俯下身、沉下心,察实情、说实话、动真情,努力推出有思想、有温度、有品质的作品。”心中有百姓,新闻就有了生命力。如何让一篇篇报道“活”起来,《我和我的“桥头堡”》栏目有着许多有益启示。

从栏目的目的意义、主题主线和策划执行全过程得知,这组报道始终坚持新闻报道的“人民性”和“贴近性”原则,聚焦身边人、身边事,把反映贵州主动对接融入粤港澳大湾区建设的宏观视野浓缩到具体人物和团队故事上来。

人民是历史的创造者,人民群众应该是新闻报道的主角。坐在办公室都是问题,下去调研看到的全是办法。新闻也一样,脱离了“基层”这一新闻源泉,新闻作品也会失去灵魂。从2022年8月底开始,栏目组奔赴“桥头堡”建设基地、村寨、项目现场进行沉浸式采访。采访对象和报道主角有企业负责人、投资人,更多的是个体创业者、乡村网红主播、非遗传承人、种养殖大户等普通群众。记者要站稳人民立场,注重平民视角和人文关怀,让报道更加平实、更加可信、更加有人情味,充分彰显新闻报道的人民性和贴近性。例如,《“火塘民艺”越烧越旺》一文,讲述了侗族姑娘杨倩承担起从江生态文化社创始人的重任,在村寨建立非遗扶贫工坊和文化公益空间,发起“火塘民艺”“萤火虫”等公益项目,传承了民族文化,为乡村振兴作出了贡献。《小屏幕“链”起大市场》一文,讲述了榕江县三江乡脚车村苗寨的“90后”苗族青年唐胜和他的团队,用一根网线、一部手机,搭建“新媒体+文旅”桥梁,把小丹江苗寨等小山村“链”接起了大湾区。如此等等,这样写出来的新闻,才是党和人民需要的新闻。

四、关于文学性与艺术性的张力表达

新闻和文学这两个看似不同范畴的概念,实则有着千丝万缕的联系。一方面,文学作品的表现手法常常被新闻报道所借鉴;另一方面,一些新闻报道的事实也常常成为文学创作的素材。新闻是从文学的体裁演化而来的,以通讯为例,对其影响最大的是《史记》,它是真实事件的画卷,是真实人物的蜡像,不仅对历史对生活负责,讲求真实性,而且在写法上交与而事丰,堪称新闻笔法之鼻祖。

毛泽东在《工作方法六十条》中指出:“文章和文件都应当具有这样的三种性质:准确性、鲜明性和生动性。”于新闻写作而言,“生动性”是需要运用文学语言的。穆青在《关于新闻改革的一点设想》中谈到:“我们的新闻不应规格化,不应当为新闻报道设置清规戒律……新闻报道的形式和结构应向自由的、活泼的散文方向发展。”这些观点和要求,都在支持实践着新闻的文学性表达。

新闻报道除了给受众传递信息之外,还应该让读者在接受信息的过程中愉快地享受艺术魅力。《我和我的“桥头堡”》专栏新闻,也在尝试着新闻的散文化和诗意表达,给读者以艺术分享。一是文章标题的生动形象表达,力求在传播心理学中起到正向的“菜肴名称效应”。例如,《给香港“亲戚”捎篮菜》《一棵“蓝草”闯市场》《一滴山泉汇珠江》等。二是文章开头的散文式入题。例如,《“晒山海”里的“山海情”》:“深秋的榕江县兴华族乡摆贝村炊烟袅袅,空气中透着甜味。穿过竹林幽径,再走过一段弯曲的山路,一家古朴别致、名为‘晒山海’的高端民宿映入眼帘。”《“火塘民艺”越烧越旺》:“从江县高增乡的‘侗房民宿’营地架梁完工,7位平均年龄70岁的侗族绣娘,正灵活地舞动双手忙刺绣。”三是文章结尾的诗意表达。《一棵“蓝草”闯市场》:“一棵‘蓝草’引领的双向奔赴,日益勾勒出这片土地上新的自然与人文图景。《幸福就在家门口》:“满载的车,从‘融湾入海’的‘桥头堡’缓缓驶出,一路向南、向南!”《“村姑阿香”的“梦歌田园”》:“穿越侗家鼓楼上的晨雾,‘村姑阿香’与互联网数据流时刻交织,‘梦歌田园’每天都在奏响。”

(作者单位:黔东南州融媒体中心)

兼谈专栏新闻的表现张力

——以《我和我的“桥头堡”》栏目系列报道为例

□ 周重新

新闻的表现张力是新闻生命力的具体体现。好的新闻作品能够经得起时间的考验和岁月的沉淀,要靠生命力的彰显和延续。魏巍的《谁是最可爱的人》影响了一代又一代青年人,穆青等人的《县委书记的榜样——焦裕禄》感动了一代又一代读者,这些大家作品有着一种穿透时空的力量,至今仍然散发着人性的醇香。

常说新闻作品是“易碎品”“遗憾的艺术”,在时间长河中,其“寿命”似乎很短。也有另外一种说法,今天的“新闻”将成为明天的“历史”,得到“新闻生命”的无限延续。那么,是否可以厚植新闻作品的典型性和鲜活性和人民性和贴近性、文学性和艺术性等,在新闻的表现张力的上下足“绣花”功夫,把影响力、传播力和引导力作为考核“硬指标”,让新闻价值和宣传价值得到有机融合,使之成为“流量产品”和“长效产品”呢?

一、《我和我的“桥头堡”》栏目系列报道概况

2022年4月,贵州省印发《关于支持黔东南自治州“黎从榕”打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的实施意见》(黔府发〔2022〕7号),为黔东南高质量发展注入了强劲动力。2023年7月,广东、贵州两省签署《关于深化两省合作、支持黔东南州“黎从榕”打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”备忘录》,为黔东南对接融入粤港澳大湾区指明了方向。为总结打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的好经验、好做法,讲好“桥头堡”故事,展示“桥头堡”新进展、新成效,为黔东南“融湾入海”营造浓厚氛围,州融媒体中心(黔东南日报社、黔东南州广播电视台)在《黔东南日报》一版推出《我和我的“桥头堡”》系列报道,同步在《黔东南微报》等新媒平台图文、视频联动发布。

《我和我的“桥头堡”》栏目组团队,由州融媒体中心副总编辑、高级记者、贵州省政府特殊津贴专家李田清同志带队,挑选骨干记者、编辑7人组建专栏采访团队,作者本人有幸全程参与其中,并采访执笔了《“晒山海”里的“山海情”》《“村姑阿香”的“梦歌田园”》《一片茶叶的“侗情时光”》等篇目。栏目团队于8月下旬启动工作,在历时3个月里,多次深入“桥头堡”核心区黎平、从江、榕江县的一线项目点、企业、村寨、基地蹲点采访,采访行程逾两千多公里。

该组系列报道从州委、州政府确定的打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”重点突破“十大工程”中精心选取,有创业创新、智力帮扶、电商带动的团队故事,也有文化推广、旅游联动等方面的典型人物,采取一人一事一议,以小切口反映大视野,以小人物、小故事反映大主题,典型、鲜活、生动讲述了“桥头堡”建设好故事,用细腻的笔头和精美的镜头聚焦了“桥头堡”建设火热图景。

这组系列报道共16篇,累计约3.5万字,稿件于9月25日推出首篇,于11月10日刊发尾篇收官,引起了社会良好反响,获得了全媒全网联动宣传效应。不少网友留言评价:该系列报道真实反映了黔东南州打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的新进展、新成效,极大鼓舞了人心、提振了士气。值得一提的是,新华网、人民网等中央权威媒体纷纷转载推荐,截至目前阅读量累计达1700万人次,单篇浏览量突破110万人次。天眼新闻、多彩贵州网、众望新闻等省级权威媒体也及时转载了这组系列报道。

二、关于典型性与鲜活性的张力表达

习近平总书记强调:“一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责,胸怀大局、把握大势、因势而动、着眼大势,找准工作切入点和着力点,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。”

《我和我的“桥头堡”》这组系列报道,立足于贵州主动对接融入粤港澳大湾区建设大背景,紧紧围绕省委、省政府和州委、州政府的战略决策部署做文章,深入挖掘报道黔东南自治州作为“桥头堡”在推进工作方面的好经验、好做法,通过讲述好故事的形式,来鲜活展示“桥头堡”的新进展、新成效,以期达到鼓舞人心、凝聚力量、提振志气、推动发展的舆论支持。

栏目成功的关键在于典型性选择上下了硬功夫。栏目团队奔赴“桥头堡”核心区的黎平、从江、榕江三县,在前期广泛对接的基础上,召集承担“桥头堡”建设的州县两级发改、住建、旅游、园区、商务、投促、工信等职能部门多方提供采访线索,3个县的采访线索汇集达76条次,比较取舍、论证采访选题精选到27个,实地蹲点采访选题22个,采访人员和团队约280人次,最终择优挑选16篇新闻精品作为该栏目的系列报道“成品”。这组文章,牢牢把握“大主题下的典型人物和典型事件”这个关键,用时代洪流下个体的变化去“以小见大”,让宏观的主题因具体的人和事而变得可触摸、接地气。

为了保障栏目出新出彩,“鲜活”要求一开始就定了下来。即是采访团队要践行好“四力”,深入现场抓“活鱼”,寻觅“皇冠”。例如,《幸福就在家门口》——从江县“90后”侗族姑娘杨陈英,把建在广西的工厂“搬回家乡从江,让乡亲们就近就业赚钱。《“晒山海”里的“山海情”》——广东佛山投资人股伟,在榕江县摆贝苗寨开办“晒山海”高端民俗酒店,助力大山里的苗寨乡村振兴。《一片茶叶的“侗情时光”》——“茶三代”侗族姑娘吴川萍,把黎平山绿色生态茶叶销往大湾区大市场。《给香港“亲戚”捎篮菜》——榕江县古州镇茅寨村阳光女子蔬菜产销合作社,把蔬菜搬上“粤港澳”大餐桌……一篇篇冒着热气、充满正能量的新闻作品跃然纸上、推送屏端。

三、关于人民性与贴近性的张力表达

怎样才能创作出优秀的新闻作品?习近平总书记给出这样的答案:“要转作风改文风,俯下身、沉下心,察实情、说实话、动真情,努力推出有思想、有温度、有品质的作品。”心中有百姓,新闻就有了生命力。如何让一篇篇报道“活”起来,《我和我的“桥头堡”》栏目有着许多有益启示。

从栏目的目的意义、主题主线和策划执行全过程得知,这组报道始终坚持新闻报道的“人民性”和“贴近性”原则,聚焦身边人、身边事,把反映贵州主动对接融入粤港澳大湾区建设的宏观视野浓缩到具体人物和团队故事上来。

人民是历史的创造者,人民群众应该是新闻报道的主角。坐在办公室都是问题,下去调研看到的全是办法。新闻也一样,脱离了“基层”这一新闻源泉,新闻作品也会失去灵魂。从2022年8月底开始,栏目组奔赴“桥头堡”建设基地、村寨、项目现场进行沉浸式采访。采访对象和报道主角有企业负责人、投资人,更多的是个体创业者、乡村网红主播、非遗传承人、种养殖大户等普通群众。记者要站稳人民立场,注重平民视角和人文关怀,让报道更加平实、更加可信、更加有人情味,充分彰显新闻报道的人民性和贴近性。例如,《“火塘民艺”越烧越旺》一文,讲述了侗族姑娘杨倩承担起从江生态文化社创始人的重任,在村寨建立非遗扶贫工坊和文化公益空间,发起“火塘民艺”“萤火虫”等公益项目,传承了民族文化,为乡村振兴作出了贡献。《小屏幕“链”起大市场》一文,讲述了榕江县三江乡脚车村苗寨的“90后”苗族青年唐胜和他的团队,用一根网线、一部手机,搭建“新媒体+文旅”桥梁,把小丹江苗寨等小山村“链”接起了大湾区。如此等等,这样写出来的新闻,才是党和人民需要的新闻。

四、关于文学性与艺术性的张力表达

新闻和文学这两个看似不同范畴的概念,实则有着千丝万缕的联系。一方面,文学作品的表现手法常常被新闻报道所借鉴;另一方面,一些新闻报道的事实也常常成为文学创作的素材。新闻是从文学的体裁演化而来的,以通讯为例,对其影响最大的是《史记》,它是真实事件的画卷,是真实人物的蜡像,不仅对历史对生活负责,讲求真实性,而且在写法上交与而事丰,堪称新闻笔法之鼻祖。

毛泽东在《工作方法六十条》中指出:“文章和文件都应当具有这样的三种性质:准确性、鲜明性和生动性。”于新闻写作而言,“生动性”是需要运用文学语言的。穆青在《关于新闻改革的一点设想》中谈到:“我们的新闻不应规格化,不应当为新闻报道设置清规戒律……新闻报道的形式和结构应向自由的、活泼的散文方向发展。”这些观点和要求,都在支持实践着新闻的文学性表达。

新闻报道除了给受众传递信息之外,还应该让读者在接受信息的过程中愉快地享受艺术魅力。《我和我的“桥头堡”》专栏新闻,也在尝试着新闻的散文化和诗意表达,给读者以艺术分享。一是文章标题的生动形象表达,力求在传播心理学中起到正向的“菜肴名称效应”。例如,《给香港“亲戚”捎篮菜》《一棵“蓝草”闯市场》《一滴山泉汇珠江》等。二是文章开头的散文式入题。例如,《“晒山海”里的“山海情”》:“深秋的榕江县兴华族乡摆贝村炊烟袅袅,空气中透着甜味。穿过竹林幽径,再走过一段弯曲的山路,一家古朴别致、名为‘晒山海’的高端民宿映入眼帘。”《“火塘民艺”越烧越旺》:“从江县高增乡的‘侗房民宿’营地架梁完工,7位平均年龄70岁的侗族绣娘,正灵活地舞动双手忙刺绣。”三是文章结尾的诗意表达。《一棵“蓝草”闯市场》:“一棵‘蓝草’引领的双向奔赴,日益勾勒出这片土地上新的自然与人文图景。《幸福就在家门口》:“满载的车,从‘融湾入海’的‘桥头堡’缓缓驶出,一路向南、向南!”《“村姑阿香”的“梦歌田园”》:“穿越侗家鼓楼上的晨雾,‘村姑阿香’与互联网数据流时刻交织,‘梦歌田园’每天都在奏响。”

(作者单位:黔东南州融媒体中心)

黔东南州银饰产业发展应做好专利分析

□ 王小波

黔东南州发展银饰产业,在历史、人文、环境等方面具有一定的优势,这里是苗族银饰最为丰富与集中的区域。黔东南州从2008年开始有了银饰相关技术的专利申请,随着我省不断完善专利资助政策,加大专利资助力度,近些年黔东南州的银饰相关技术专利申请呈增长趋势。对黔东南州的银饰专利创造与运用现状进行分析,找出专利创造重点发展领域、发展趋势、发明创造能力、挖掘发明创造与运用空间,研究提升专利创造与运用能力的对策,对黔东南州经济、社会、科技的发展具有重要意义。

一、黔东南州银饰相关专利情况

截至2023年11月,贵州省银饰相关专利共有254项,黔东南州银饰相关专利共有152项,占全省总量的59.84%。在我国,专利分为发明、实用新型和外观设计,而发明是保护期限最长、权利最稳定、专利质量最高的专利。从专利类型统计角度讲,在黔东南州的152项银饰相关专利中,共有发明专利29项,实用新型专利28项,外观设计专利95项。就全州的银饰相关专利类型分布整体而言,黔东南州银饰专利以外观设计专利为主,占专利总量的62.5%,发明专利的数量较低,占专利总量的19.08%,表明黔东南州银饰的专利质量偏低,专利结构不合理。同时也说明黔东南州银饰产业领域的企业创新能力较弱,深度研发的积极性不高。黔东南州银饰专利市场整体优势在全省乃至全国银饰专利竞争领域当中的优势并不明显。黔东南

州需要进一步加大银饰关键技术的开发力度,形成更多的核心专利,以抢占市场。

二、黔东南州银饰专利权人类型及专利运用

根据对黔东南州银饰相关专利职务发明与非职务发明申请量的统计,黔东南州银饰专利申请以非职务发明为主,非职务发明专利申请占总量的57%,发明有五分之二掌握在个人手里,实用新型全部掌握在个人手里,外观设计有56%掌握在个人手里。非职务发明的申请量比职务发明高,表明个人对专利的积极性远比企事业单位高,但与此同时,给专利的实施带来了困难,因为就组织实施而言,无论是从财力还是物力、人力乃至后期产品宣传销售方面,企事业单位专利技术开发能力存在弱化的现象。

专利运用就是专利权人对其专利使用、收益和处分的过程。incoPat系统收录了专利诉讼、转让、许可、质押、无效等法律信息,通过对黔东南州银饰相关专利的法律状态进行检索分析,黔东南州银饰相关专利尚无涉及诉讼、转让、质押、许可以及无效的情况,表明黔东南银饰业的申请人专利运用能力还很薄弱。

三、黔东南州银饰产业可能存在的专利侵权风险

由前文分析可以知道,黔东南州银饰专利市场尚处于刚刚起步的阶段,但其发展前景十分广阔,需要政府的大力扶持以促使该行业健康稳定的发展。在当前形势下,黔东南州的银

饰产业要想得到良性发展,应做好专利分析,并评估银饰产业可能存在的侵权风险。基于目前的经济和技术发展现状,银饰产业的专利发展可以体现在两个方面:一方面,专利可以作为一种技术垄断的工具,企业利用专利布局,不仅可以限制其他企业的发展,还可以作为其竞争的有力工具;另一方面,专利作为信息的载体,企业可以利用专利向各个企业公布其研发成果,借以达到拓展市场的目的。

专利检索结果显示,中国已经有500多项银饰相关技术的专利申请。如此多的现有专利群可能会对黔东南州正在实施的银饰产业产生阻碍,即黔东南州银饰产业正在使用或即将使用的方法或技术很可能会落入现有专利的保护范围,引发侵权纠纷。因此需要对国内相关专利的侵权风险进行评估,发掘现存的专利侵权风险和潜在潜在的专利侵权风险,以达到对专利侵权风险进行预警和主动防范的目的,并为后续制定专利侵权风险防范措施和专利侵权应对策略提供分析基础。

一般来说,专利侵权风险只能来自目前处于授权且维持有效的专利,然而因处于公开审查阶段的专利申请有获得授权的可能,是专利侵权风险的潜在来源。因而在进行专利侵权风险评估分析时,不仅要关注有效专利,也需要关注处于公开、审查阶段的发明专利申请。专利侵权风险不是一成不变的,因为专利的法律状态是会随时间变化的。有效专利会因为到期、

放弃或被无效而失去专利权,公开审查专利也会因通过审查而获得专利权。因此专利侵权风险是动态的,需要建立常态化的专利预警机制进行跟踪预警和防范,为建立这样的专利预警机提供参考。

四、结语

综上所述,随着贵州省知识产权政策体系不断完善,全省经济、科技等的迅速发展,知识产权事业也获得快速发展。受此大环境影响,黔东南州银饰业的专利申请也在政策的推动和引导下取得一定的进展。但黔东南州银饰产业的加工以家庭作坊为主,全州银饰专利的申请量总体还偏少,且专利结构不合理,专利水平以及专利质量偏低,专利的结构有待进一步优化。黔东南州银饰产业的专利大部分掌握在个人手里,目前还没有出现专利诉讼、转让、许可以及质押的情况,专利的实施及运用存在困难。尽管如此,黔东南州银饰产业的专利技术研发仍有创新空间。由上述分析可以看出,黔东南州银饰专利市场虽然面对来自内部不足与来自外部环境的双重压力,但是,良好的内部条件提供了其广阔的发展空间,而来自政府政策的支持和巨大的市场需求给了其很大的外部发展机会。基于上述环境,对于那些存在的不足之处和不利条件可以在银饰产业不断发展和借鉴国外经验的基础上逐渐弥补和完善。

(作者系凯里学院教授)