

D 调查报告

基层党组织落实全面从严治党主体责任的研究

陈自权

党的二十大要求必须持之以恒推进全面从严治党。基层党组织责任担子压在肩上,推动各项措施及工作要求落实到基层,为打造政治生态的良好局面夯实基础,提供强有力的政治保证。

一、基层党组织落实全面从严治党主体责任的时代价值

(一)贯彻落实党内法规的现实需要。近几年出台的党内法规对基层党组织履行全面从严治党主体责任相关内容都增加了相应的规定,特别强调党组织如果履职不到位,或者执行不力的都将问责。“主体责任”写进党内法规,作为党纪正式确立下来,更加强调基层党组织要承担起全面从严治党主体责任,从中可以发现中央将全面从严治党放在更加突出的高度。

(二)增强基层党组织整体性功能的现实需要。基层党组织的整体性功能分为政治功能和服务功能。目前从基层党组织整体功能发挥效果来看,两大功能发挥不平衡,表现在重政治轻服务。同时,在重视政治功能的时候,探索发挥政治功能路径办法不多,往往采取简单的“灌输”方式。

(三)纪律挺在前面的现实需要。《中国共产党章程》规定:“党组织如果在维护党的纪律方面失职,必须问责。对于严重违反党的纪律、本身又不能纠正的党组织,上一级党的委员会在查明情况后,应根据情节严重的程度,作出进行改组或予以解散的决定,并报再上一级党的委员会审查批准,正式宣布执行。”这给各级党组织及其负责人一个警醒,在全面从严治党向基层延伸的过程中,必须真正落实主体责任,强化责任追究,否则必将被问责。

二、基层党组织落实全面从严治党主体责任存在的问题

(一)主体责任意识淡薄,发挥先锋模范作用的主观性不足。抓业务工作忽视自身建设,在抓党风廉政建设时出现搞形式、走过场等现象。没有真正形成落实主体责任的整体合力。

(二)主体责任落实不到位。基层党组织在落实主体责任时,有些部门制度存在形式主义,方式方法比较单一,落实力度还不足等问题,在实践中主要存在三个方面的短板:一是结合不紧。落实主体责任必须与经济建设

业务工作中可能产生问题的重点部位、关键环节,找准切入点、融合点,把落实原则性要求与具体工作、业务工作有机地结合在一起。二是措施不力。一些党组织履行主体责任时,讲起来重要,做起来次要,忙起来不要;有的单位也成立领导小组,但挂帅不出征。三是制度不全。缺少程序性规定和监督保障性规定,缺少必要的配套制度的照应和支持,缺乏完整性。

(三)主体责任缺乏必要的保障、责任追究不到位。在推进主体责任过程中,不能认真执行民主集中制,不能坚持科学、民主、依法决策,甚至存在超越政策界限搞变通,擅自扩大范围,缺乏必要的保障,责任追究难以执行。

三、基层党组织落实全面从严治党主体责任的对策

新时代,基层党组织只有积极适应“全面从严治党”这一新常态,重点就基层党建工作进行谋划,靠实党工委主体责任,才能真正发挥基层党组织战斗堡垒作用,切实保障全面从严治党落实到位。

(一)强化主体责任意识,增强第一责任人责任。全面从严治党视域下,落实主体责任是基层党组织的重要职责,首先要深化对主体责任基本着力点的认识。党工委的主体责任,主要体现在选好用好干部、纠正损害群众利益行为、从源头上防治腐败、支持执纪执法机关工作、党委主要负责同志当好表率。其次要明确责任主体,分工明确。党委是主体责任,纪委负监督职责。各级纪律委员会要延伸活动触角,辅助党委强化党风建设和反腐败工作的组织协调,监督和督查有关部门落实惩治和预防腐败的情况,坚决遏制腐败向纵深蔓延。

(二)强化监督检查,完善责任考核机制。第一,明确监督检查内容。这其中包括:研究落实、监督、检查和评价考核的情况;推进反腐倡廉体制机制制度改革,抓好从源头上预防腐败工作的情况;完成党风廉政建设各项工作任务以及作为牵头部门履行职责的情况;建立相关协调机制,研究解决落实主体责任中出现的情况;开展廉洁教育的情况等。第二,高标准才有高质量。在建立考核评价指标体系时,应考虑加强落实责任制的规范性、合理性及有效性,完善廉政建设的检验评估制度和机制,推进责任制建设,制定考核评估标准和指标体系,确定督查内容、方式、程序

和结果运用等。第三,建立科学指标体系。要按照检查内容设立指标体系,坚持定性和定量考核相结合,干部自查自评和群众互评相结合,上级检查和社会督查相结合,听汇报和现场考察、开座谈会、问卷调查相结合,确保考核指标体系的科学化、考核手段的科学化、考核结果的科学化。同时,建立健全群众监督各级党组织落实全面从严治党主体责任的测评机制,确保群众正当诉求通过适当渠道得以反映。

(三)加强责任调查、追究,压实主体责任。责任制的效用,取决于责任制的执行力。防止基层党组织落实全面从严治党主体责任流于形式,防止责任制成为“纸老虎”“稻草人”,真正将落实主体责任与相关工作相结合,就必须严格责任追究。

第一,要严惩违反责任制的行为。只有抓住第一个打破“窗户”的人,形成震慑,并及时补上漏洞,才能避免“破窗效应”,才能确保制度的严格执行。及时对问责中的典型案例进行通报,加强责任制对基层党组织的威慑力。第二,要制定有关责任追究的实施办法,明确责任追究的实施主体、操作程序和措施手段。对发生重大腐败案件和严重违纪行为的地方、部门和单位,既要调查追究各方的责任以及相关领导的主要责任,也要追究相关人员的监督责任。第三,要依据干部管理权限,明确责任追究的实施主体和触发机制,建立工作机制。要建立党委领导、纪委组织协调、组织人事部门参加的工作机制。在案件调查中,既要弄清楚当事人的违纪问题,还要查清领导或负责人的职责范围和责任;既要对当事人进行处理,又要对负有领导责任的领导干部进行责任追究。第四,全面运用纪律处分和组织处理两种方式,查责问责。首先,加强负责人责任追究,提高组织处理能力,坚决调整不履行职责的领导干部,特别是导致重大影响的一定严肃处理。其次,党委要根据责任追究建议或意见,集体作出追究决定,在审批通过后,按工作权限,由纪检监察组织或者组织人事部门实施责任追究。

总之,各级党组织要坚持党要管党、从严治党,各级党委和纪检监察委员会要认真履行党风廉政建设的主要责任和监督责任,要强化责任追究制度建设,确保追究的可操作性和规范性;突出追究那些落实重点不力、作风问题严重、重点领域发生严重腐败的案件,确保追究的针对性。

S 实践思考

聚焦强村目标 推动经济发展

周武

今年以来,无为市泥汭镇新兴村紧抓经济发展,以“项目为王”理念,促进一二三产业融合,推动经济发展弯道超车,全面贯彻乡村振兴战略,加快建设徽风皖韵宜居宜业和美乡村。

一、党建引领,夯实经济发展思想政治基础。加强村级经济发展,首先要改变党员干部思想观念,通过强化政治学习,从党的创新理论中汲取力量。新兴村与芜湖市委党校、驻芜湖市委组织部纪检监察组合力打造乡村“红色课堂”,用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂,学习贯彻中央农村工作会议精神等精神,提高对发展集体经济重要性认识。抓好组织生活会,开展主题党日,推行“双联双应”工作暨“走亲戚”活动,不断完善基层党组织标准化建设和文明实践站建设,为新兴村高质量发展提供坚强政治保证。

二、发挥作用,统筹经济发展作为第一要务。牢固树立村党

总支抓经济思想,把经济发展作为第一要务,将党组织领办合作社成效作为检验村党组织凝聚力、战斗力和向心力强不强的重要标志。新兴村2021年集体经济收入30.16万元,2022年是74.3万元,实现发展跨越,迈入镇经济强村。2023年新兴村经济发展进入快车道,预计全年收入可达500万元。为实现村集体经济进入全市第一方阵,新兴村进一步优化发展环境,筹措资金开展生活垃圾与人居环境综合整治,村容村貌有了根本改变。

三、因地制宜,采取多种经营推动经济发展。新兴村坚持以市场为导向,开展农资经营、农产品销售、小型工程建设及管理服务等多种经营。制定村集体经济发展23项具体措施,向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益,推动各产业各要素间融合。

在经营中,将领办合作社融入

到巩固拓展脱贫攻坚成果、农村生活垃圾治理与人居环境改善融合发展、美丽乡村建设和宜居村庄建设等重点工作当中,通过承接修建污水、垃圾处理等设施,既改善农村基础条件,又增加集体经济收入,带动村民致富。

四、选树榜样,激励村民争当经济发展模范。注意深入调查研究,在各产业经营中选树身边榜样,讲好身边榜样生产经营故事,潜移默化地调动村民劳动热情。脱贫户叶显芳,身患疾病,长期服用药物。他不等不靠,申请5万元小额贷款,种植15亩葡萄和草莓,取得年纯收入7万元以上。他在生产经营中爱钻研,不断改进生产工艺,还先后带动6户村民一起种植葡萄,靠勤劳双手走上幸福路。充分利用楚江集团、比亚迪厂等企业招工,做好联系服务,增加村民就业。发展差异化特色种植、养殖业,想方设法提高村民收入。

作者单位:无为市泥汭镇新兴村驻村工作队

Y 一线视点

浅谈传统媒体的坚守与创新

何萌

全媒体时代,传统媒体只有发挥优势,抢抓机遇,才能有效应对挑战,逐步摆脱困境。现以芜湖传媒中心公共频道《天天健康》栏目为例,谈谈在媒体融合的大背景下,传统媒体的坚守与创新。

一、强化品牌意识 突出内容生产

全媒体时代,优质内容是媒体传播的灵魂和立身之本。相较于新媒体,传统媒体在内容生产方面拥有较成熟的专业团队和规范的采编流程。作为主流媒体,信息发布具有权威性,受众对其提供的优质信息资源会产生一定的期待。《天天健康》栏目是芜湖本土唯一的一档医疗健康类节目。因其节目内容的特殊性,自2007年开播以来,一直深受芜湖市民的关注和喜爱,且拥有一批忠实受众。为了让这一品牌栏目在全媒体时代尽可能地留住受众,近些年来,栏目一贯奉行“内容为王”,坚持以质取胜。(一)增强贴近性。设置《健康充电站》《健康连心桥》《健康故事汇》三大版块轮换播出,各版块相对固定安排节目内容,既相互独立又彼此关联,在形成各自特色的基础上发挥整体合力。(二)扩大参与度。以现场报道、实地调查等方式最大程度地让观众参与到节目中来。同时采取动态报道、连续报道、系列

活动报道等形式,灵活多变的介绍健康知识、传递健康资讯。(三)维护权威性。栏目除严格落实稿件“三审制”外,每个版块,每条稿件,坚持策划先行,并在报题、选材、采制等环节层层把关,尽可能地减少疏漏,杜绝失误,以提升信息的传播价值,维护栏目的公信力。

二、强化用户意识 增强服务功能

全媒体时代,媒体融合要真正实现“迈开腿”“站稳脚”,就必须坚持以用户为中心,不断创新观念,切实完善和增强服务用户的各项功能。《天天健康》栏目从开办之初,就牢固树立了服务意识,节目立足健康教育实际,紧扣医疗卫生发展脉搏,倡导科学精神,传递健康知识。(一)坚持服务群众。近年来组织策划“暖民心,见行动”健康系列报道,常态化配合开展健康教育进社区、进校园活动,让服务看得见,摸得着。(二)开展服务合作。近些年来,栏目与10多家医疗单位联手合作,推出了大量有价值的健康医疗信息,宣传报道了一批医疗先进典型。如2022年对31名典型医师事迹进行了专题报道,并配合举办了“最美医师”颁奖活动。

实践证明,传统媒体只有在服务中赢得更广阔的市场和生存

空间,也只有通过服务,才能不断壮大自身。

三、强化互联网思维 不断求新求变

全媒体时代,媒体融合的基本要义是新老媒体在观念、方法、形态等方面的交融与互通。毋庸置疑,新媒体的开放性、及时性、交互性等特点,目前正深刻影响着传统媒体原有的传播格局和传播形态。就《天天健康》栏目而言,无论是节目的形态、信息的语态,还是传播的形态等都在不断发生着新的变化。(一)快餐式播报。如新开办子栏目《健康充电站》,每期刊目以主持人口播形式介绍与健康息息相关的动态信息、重要节点事件以及健康生活小常识等,每条稿件时长控制在1分钟以内,精巧快捷,内容丰富。(二)多元化传播。每档节目除了定期电视播出外,还通过微信、抖音、短视频平台,充分利用芜湖传媒中心“大江看看”App、“公共频道视频号”“芜湖健康联盟”微信公众号等媒介平台传递,仅2022年就制作播出、推送此类短视频70多条。

传统媒体的改革发展,挑战与机遇并存,只要我们坚守本色,发挥好优势,不断探索创新,就一定能够迎来新的生机。

作者单位:芜湖传媒中心

全媒体时代电视编导的变与不变

王海

随着互联网和移动设备的普及,受众可以随时随地通过不同的平台获取新闻、娱乐和其他内容,这对传统的电视编导工作带来了新的挑战。

首先,对于电视编导来说,全媒体时代意味着受众的收视习惯发生了巨大的变化。现在的受众喜欢以碎片化的方式获取信息,他们更倾向于使用社交媒体和短视频共享平台来浏览内容,而不是通过传统的电视节目。电视编导需要重新思考,如何引起受众的注意并保持他们的持续关注。

其次,全媒体时代也给电视编导带来了更多的竞争压力。除了与传统电视节目竞争外,还要与其他全媒体内容创作者竞争,包括自媒体人和网络红人。相对来说,网络创作者没有内容质量的硬性要求,可以依据自己的个性喜好和当前发生的热点事件进行创作,通过自己的渠道与观众直接互动,提供个性化的内容,这对传统电视编导提出了更高的挑战。

面对这些变化,电视编导应该采取哪些方法和思路来改进自己的工作呢?

一、结合全媒体平台发布内容。通过电视节目仅能覆盖有限的受众群体,而利用全媒体平台可以扩大触达面,增加影响力。节目播出后继续通过互联网和社交媒体平台进行深入讨论和互

动,与受众保持密切的联系,如果机构拥有自主的互联网平台则更好,可以作为首发平台。

二、大胆创新,进行个性化定制节目的开发。了解观众需求,针对不同人群提供个性化内容,通过了解受众的兴趣和喜好,精确推送相关的内容,以吸引观众的关注。

三、编导可结合实际,活跃在社交媒体上。电视编导应该积极地参与社交媒体平台,与受众进行互动交流,回应他们的问题和意见。这样既可以增加观众黏性,也可以及时了解受众的反馈和需求,以便调整节目策划和制作方向。

四、创新节目形式与内容。电视编导应该不断尝试创新的节目形式和内容,寻找独特的创意和亮点,使节目更具吸引力和竞争力。可以结合虚拟现实、增强现实、多艺术表达方式、多行业联动等技术和方法,为受众带来更沉浸式的观看和体验。

五、提高专业素养和创作水平。不管是在传统媒体时代,还是全媒体时代,内容质量始终是吸引受众的最关键因素。电视编导作为专业的从业者是具有一定优势的,但面对受众新的收视习惯和喜好,也要不断提升自己的专业素养和创作水平,熟悉新的创作方法,加强对剧本、拍摄技术、后期制作等方面的继续学习和掌握,

以确保节目质量的提高和吸引力,可以作为首发平台。

六、关注短视频的高流量现象。互联网各大社交互动平台,目前高流爆款的内容基本都在10秒左右,要关注受众加速演进的碎片化、短小化的收视喜好,转变传统工作中把事件说圆、说全的惯性思维,第一时间抓住核心内容,确实较长的,可以考虑系列。

面对全媒体时代,传统的电视编导需要适应变化,改进工作方法和思维方式,只有积极适应新媒体的发展趋势,并与受众保持密切的互动和联系,才能在激烈的竞争中脱颖而出。同时,电视编导也应该更加重视创新和提升自身素质,不断推陈出新,提高节目质量,以吸引受众。

电视编导需要关注媒体融合的趋势,积极开展与其他媒体平台的合作,通过网络、手机等新媒体的合作,实现内容的互补和跨平台传播,进一步扩大受众群体。比如可以在网络平台上推出与电视节目相关的短视频、花絮等内容,增加受众对节目的兴趣和参与度。

电视编导还要培养敏锐的市场触觉,时刻关注行业发展的动态,了解受众需求和收视习惯的变化,及时调整策略和节目内容,保持与受众的亲近感和共情力。

作者单位:芜湖传媒中心

电视民生新闻栏目转型思考

徐美宏

民生新闻栏目是地市级电视媒体内容的重要组成部分。然而,随着传媒领域的深刻变革,自媒体平台的快速兴起,民生新闻栏目在传播力、影响力遭遇巨大挑战,生存困境日益凸显。推动“主力军挺进主战场”,更好地利用互联网平台来体现主流媒体价值,是电视民生新闻栏目实现转型升级的必由之路。

注重线上,扩大内容影响范围。传统的民生新闻栏目大多在晚间时段中播出,电视节目播出的线性特质就不利于内容的二次扩散。此外,考虑到开机率的不断下滑,收视群体呈现出老年观众为主的特点,受众规模日益萎缩。受众在哪里,“战场”就应该在哪里,将栏目内容转移到互联网,通过微信、抖音、客户

端等平台实现发散式的传播,是目前绝大多数民生新闻栏目采取的办法。

精做内容,提升信息服务水平。电视民生新闻栏目的很大局限性,在于内容主题的庸俗化和琐碎性,甚至执着于生活琐事、奇闻怪事,过分迎合受众的猎奇心理。如此,增大了节目在舆论导向方面的风险。从业人员必须认识到,栏目的权威性和公信力必须建立在充分而深刻的人文关怀上,应该通过更有深度的报道引导受众理性思考,构建主流价值。

做强网络新闻品牌。经过多年积累,很多地市级媒体的电视民生新闻栏目已经成功打造出多个品牌符号,例如“帮忙团”和“事佬”等,这样个性化的品牌增强了节目的辨识度,也拉近了节目与

受众的距离。

做强公益,提升民生服务水平。公益事业是媒体的社会责任,民生新闻是打造公益品牌的重要平台。民生新闻栏目可联动政府职能部门、社会组织和网友,共同发起有特点的公益活动,快速形成公益合力。例如,芜湖传媒中心大江融媒整合了晚报、生活频道的互联网传播账号共同发起“无人冰柜”爱心项目,得到多个社会公益组织的支持和市民的广泛参与,收获良好的社会反响。

贴近群众,构建良性交互平台。电视新闻栏目进军互联网,实际上也是平台化转型的过程,作为党委政府与群众之间的沟通桥梁,新媒体端的民生新闻品牌能够发挥更大作用,助力于社会基层治理。作者单位:芜湖传媒中心