

◎ 邢伟涛

新世代理论宣讲不能高高在上,要走到群众身边、走进百姓心间。河北省保定市定兴县以“一条小板凳”为切入点,直面“谁来讲、在哪讲、怎么讲、常态讲”四大命题,从壮大队伍、拓展阵地、创新形式、健全机制四方面发力,让理论宣讲从固定讲台延伸到田间院落,从单向灌输转变为双向奔赴,群众在家门口就能听到党的好声音、感受到理论温度。

选准“宣讲员”

理论宣讲讲得好不好,关键看谁讲、怎么讲。定兴县不唯学历、不唯职务,从乡村一线、基层岗位挖掘“能说会道、心中有情”的骨干,用乡土话传党音。

广聚英才,组建立体化队伍。乡村推行“包村领导带头讲、党支部书记示范讲、青年干部生动讲”三级联动;县直机关由分管领导担纲,结合业务讲政策。整合“五老”宣传队、青年宣讲队、法治宣讲队、工会宣讲队等特色力量,让老同志讲传统、青年讲奋斗、巾帼讲权益、职工讲匠心。宣讲队伍从30名骨干壮大到1000余人,形成覆盖县乡村三级、专兼结合的宣讲方阵,实现从“少数人讲”到“众人齐讲”的转变。

充电赋能,练就真本领。邀请市委讲师团专家、县委党校老师开展“专题教学+示范宣讲+实战演练”集成式培训。联合市委讲师团举办示范巡讲定兴专场,邀请各县优秀宣讲员同台交流,让本土骨干开阔视野、提升能力。

以赛促训,淬炼尖兵。连续举办“时代强者 理响定兴”理论宣讲比赛,一批“草根名嘴”脱颖而出,获奖选手纳入全县宣讲人才库重点培养,确保既能在正式场合“上得了台”,更能在农家小院“坐得下来”,成为群众身边的“理论翻译官”。

摆好“小板凳”

群众在哪里,宣讲“小板凳”就搬到哪里。定兴县打破“会场讲堂”固定模式,把小板凳摆到村口树下、农户庭院、集市广场,让群众出门15分钟内就能找到“听宣讲、学理论、拉家常”的好去处。

流动的“板凳课堂”最有烟火气。没有讲台、横幅、议程,宣讲员拎着板凳,走到哪讲到哪。田间聊收成、讲政策;院里谈家风、话振兴;树下听党史、忆往昔。宣讲员与乡亲们同坐一条凳、同喝一壶茶,用乡音土语把大道理揉进家长里短,把“文件语”变成“家常话”。

固定阵地实现全覆盖。机关依托党员活动室每月定期开讲;农村整合新时代文明实践站、农家书屋、文化广场,做到“村村有阵地、月月有活动”;城镇社区利用小区广场、楼道议事厅常态宣讲;学校将理论宣讲融入思政课堂;企业利用班前会、工间休息时间把宣讲送到车间一线。

云端“微课堂”宣讲不掉线。在“定兴融媒”视频号、“定兴发布”微信公众号等账号开设线上宣

河北定兴县改革创新基层理论宣讲工作的实践与探索

一条小板凳——讲好老百姓家门口的理论课

讲专栏,制作“云宣讲”短视频。培育县委党校“晨晨讲红色故事”品牌,用短视频讲党史。理论宣讲从“一时一地”拓展为“随时随地”,实现“线上+线下”全天候覆盖。

讲出“家常味”

理论宣讲最怕“台上讲得热闹,台下听得打盹”。定兴县摒弃生硬说教,坚持“群众想听什么就讲什么、群众习惯怎么听就怎么讲”。

“点单式”配送,你点我讲、对味解渴。建立“群众点单—宣讲队接单—受众评单”闭环机制,制定涵盖政策解读、法律法规、农技知识、移风易俗等内容的宣讲“菜单”,群众按需“点菜”,宣讲员精准“上菜”,变“我讲你听”的“大锅饭”为“你点我讲”的“定制餐”,在双向互动中让宣讲对味解渴。

“文艺式”演绎,看着、笑着就懂了。组织文艺骨干深入基层采风,围绕党的创新理论、惠民政策、移风易俗等,创编快板、三句半、戏曲、小品等短平快节目。把乡村全面振兴故事写成戏曲唱段,把医保政策编成快板顺口溜,把邻里和睦事迹排成小品,让群众在开怀一笑中听懂好政策,在艺术熏陶中感悟大道理,实现入耳更入心。

“融合式”服务,讲政策、送服务、办实事。推行“宣讲+义诊”“宣讲+农技培训”“宣讲+法律咨询”“宣讲+志愿服务”等融合模式,把理论宣讲与便民服务同场推进。农技宣讲队到地头,一边讲惠农政策,一边教种植技术;医疗宣讲队进社区,一边讲健康中国理念,一边开展义诊。群众听一堂宣讲,既解思想之渴,又获实用之技,得实惠。

久久为功

理论宣讲不在一时,更在可持续。定兴县坚持用制度管长远、用机制保常态,推动理论宣讲从“活动式”向“常态化”转变。

“一月一主题”统筹推进。每月初制定发布宣讲主题,月底汇总场次及覆盖人次。各乡镇、县直部门同步开展全覆盖宣讲。乡镇确保辖区内农村、社区每月完成一轮全域覆盖宣讲;县直部门结合职能,深入分管领域、服务对象和行业企业开展针对性宣讲,做到机关、农村、社区、学校、企业五大领域“月月全覆盖、行行有回响”,形成横向到边、纵向到底的宣讲格局。

激励保障激发内生动力。将优秀宣讲员纳入人才库重点培养,优先推荐参加省市级比赛和培训。加大优秀宣讲员及典型事迹宣传推介力度,增强荣誉感和获得感。

内容审核把好方向舵。明确审核规范,严格落实意识形态工作责任制,按照“谁主管谁负责、谁主办谁负责”和属地管理原则,加强各类宣讲阵地和内容审核把关,确保导向正确、内容精准、风险可控。

定兴县将继续以“一条小板凳”为载体,让理论宣讲更有生气、更接地气、更聚人气,真正把党的创新理论送到千家万户、播撒进百姓心田。

(作者系中共定兴县委常委、宣传部部长)

擦亮窗口 点亮文明

——重庆市国企窗口单位文明实践的探索与启示

◎ 钟海粒

国有企业是精神文明建设的重要力量。截至2025年底,重庆共有市属重点国企33户、全级次在渝央企2151户,覆盖电力、银行、通信、石油、轨道交通、燃气、民航等行业,在服务群众、传播文明方面具有独特优势。重庆市积极探索国企窗口单位“文明实践+窗口服务”融合模式,在宣传、国资、金融工委等部门的统筹指导下,重庆国企建设起各具特色的行业文明实践阵地,形成一批可复制、可推广的创新做法和典型经验。

一、工作举措

(一)讲活理论,让党的声音飞入寻常百姓家

文明实践的首要任务是传播党的创新理论。重庆国企立足自身特点,着力破解理论宣讲中“谁来讲、讲什么、怎么讲”的问题。

一是建强“身边人”宣讲队伍。重庆国企注重从一线职工中培养宣讲骨干,通过选树一批、培养一批、带动一批,推动形成“先进典型带头讲、业务骨干结合讲、一线员工身边讲”的分层分类宣讲格局,让群众在熟悉的场景中听到熟悉的人讲党的创新理论,有效拉近了理论与群众的距离。

二是拓展多元化宣讲阵地。宣传部门统筹协调阵地资源,重庆国企将服务窗口、交通工具、营业场所转化为宣讲载体,变“群众走进来”为“宣讲走出去”,把理论宣讲嵌入群众日常出行办事的各个环节,在润物无声中实现教育引导。

三是创新“互联网+”宣讲载体。宣传部门积极搭建线上传播平台,重庆国企积极拓展线上宣讲渠道,以短视频、直播等群众喜闻乐见的形式传播党的创新理论,推动理论宣讲从“一时一地”向“随时随地”延伸。

(二)用活阵地,让窗口服务零距离触达

重庆宣传部门加强阵地建设指导,国企坚持不搞大拆大建、只做功能叠加,盘活现有阵地资源,嵌入便民服务、文化浸润等功能,让群众在办事、出行、歇脚时感受到文明温度。

一是因地制宜微改造。不改变原有业务功能,在现有空间增设饮水、充电、急救、休憩、雨伞借用、免费Wi-Fi等便民设施,将业务窗口升级为集业务办理、便民服务、文明宣教于一体的多功能文明实践综合体。

二是文化植入添韵味。重庆国企将巴渝文化、红色文化、行业文化有机融入窗口空间和服务场景,通过墙绘浮雕、景观装置、数字展陈、互动体验等多元形式,将单一的办事场景升级为可阅读、可感知、可参与的城市文化体验空间。

三是多方联动聚合力。宣传部门积极搭建联动平台,推动水务、电力、燃气、通信等企业打破行业壁垒,通过队伍共建、场所共用、资源共享,实现阵地联建、服务联办、品牌联创,让群众“进一扇门、办多家事”。

(三)做实服务,让便民举措直通“最后一公里”

群众的急难愁盼在哪里,文明实践的着力点就在那里。重庆宣传部门引导国企坚持

需求导向,聚焦“一老一小”、户外劳动者等重点群体,推出有针对性的服务举措。

一是关爱“一老一小”。老年人办事不便、儿童缺少陪伴,是群众感受最直接、反映最集中的问题。在宣传部门推动下,重庆国企从服务界面优化、业务流程简化、关爱帮扶常态化等方面同步发力,让“一老一小”各有所安、各有所乐。

二是情系户外劳动者。户外劳动者常年奔波在大街小巷,饮水难、热饭难、歇脚难是他们的直接痛点。宣传部门倡导文明关爱风尚,国企整合临街窗口资源,以最小的改造投入提供最大的便利,让户外劳动者“有口热饭吃、有杯热水喝、有个地方歇”。

三是数字赋能“指尖办”。重庆国企运用数字技术优化服务流程,推动窗口服务从“能办”向“好办、快办”升级。

(四)创优品牌,让文明实践百花齐放

重庆宣传部门加强品牌培育引导,国企立足行业特点,精心培育一批有辨识度的文明实践品牌,形成“一企一品、一行一特”的生动局面。

一是打造党建服务品牌。将党建品牌建设纳入文明实践总体安排,各个国企以品牌凝聚党员力量、以品牌引领服务方向,推动党建工作与文明实践同频共振,组建党员服务先锋队,打造党建服务品牌。

二是培育便民服务品牌。鼓励企业将文明实践与主营业务紧密结合,通过品牌化运营推动服务标准化、规范化、常态化,让文明实践在服务中落地生根,让群众享受到便捷服务。

三是塑造文化浸润品牌。统筹文化资源供给,各个国企将城市精神、红色文化融入窗口空间,打造了一批可感知、可体验、可传播的文化品牌,让城市文明在窗口服务中自然流淌。

(五)健全机制,让文明实践常态长效

重庆宣传部门加强制度建设指导,国企在机制建设上大胆探索,通过网格融合、积分激励、诉求闭环等方式,推动文明实践从“突击式”转向“常态化”。

一是建立网格融合治理机制。基层治理的难点在网格,文明实践的着力点也在网格,网格融合使文明实践有了精准落地的“微单元”,也让企业服务有了直通群众的“毛细血管”。

二是推行积分激励引导机制。倡导建立正向激励机制,国企以文明积分为纽带,将村民参与环境整治、邻里互助、移风易俗等文明行为量化,积分可兑换服务等,把“要我做”变成“我要做”,让群众在参与中实现自我教育、自我管理。小积分撬动了乡村文明大进步,持续提升乡村治理效能。

三是健全诉求响应机制。群众有诉求,企业有回应,这是文明服务的基本要求,也是文明实践的重要保障。引导国企畅通诉求渠道、建立闭环机制,让群众的诉求能被听见、被解决。

二、创新亮点

一是宣讲场景生活化。重庆国企打破报

告厅里听报告的固化模式,将理论宣讲阵地从封闭空间前移到加油站、公交车厢、轨道站台、游轮景区等群众日常出入的生活场景,用“身边人”讲“身边事”、用“百姓话”说“百姓理”,推动党的声音“随行随学、处处可听”。

二是服务阵地融合化。积极搭建联动平台、破除行业壁垒,把分散的资源整合起来、把割裂的服务贯通起来,推动阵地联建、服务联办、资源共享,引导各企业从“各自为政”走向“协同作战”,变“各管一段”为“全程接力”,将企业服务深度嵌入基层治理末梢,实现文明实践与基层治理同向发力。

三是队伍建设群众化。重庆宣传部门指导国企转变“重专家、轻骨干”的思路,从一线职工中培育宣讲和服务力量,让群众身边的可亲可信可学的劳动模范、服务明星、党员代表等走上前台、唱起主角,形成“点燃一盏灯、照亮一大片”的辐射效应。

四是服务手段数字化。重庆国企以数字技术赋能文明实践,将数字技术深度嵌入便民服务全链条,打破时空限制,扩大服务覆盖面,让群众足不出户即可享受便捷服务。

五是治理机制长效化。重庆国企走出“重活动、轻机制”的误区,解决了“活动一阵风、过后一场空”的问题,推动从“靠热情”向“靠制度”转变、从“被动听”向“主动办”转变、从“单打一”向“协同治”转变,把好经验、好做法转化为管长远、治根本的制度安排。

三、经验启示

一是坚持政治引领,把理论宣讲做活做实。重庆国企坚持把理论武装作为首要政治任务,让一线职工当主角、把服务场景当讲台,将“大道理”转化为“小故事”。实践证明,理论宣讲不能“高高在上”,必须找到与群众生活的连接点,让宣讲有烟火气、有代入感,群众才愿意听、听得进、记得住。

二是坚持为民导向,让文明实践可感可及。重庆国企坚持从群众身边的小事做起,营业厅升级为便民服务站,网店里设立“邮爱驿站”,业务搬到“指尖”办。实践证明,文明实践的价值不在于场面大小,而在于能否精准回应群众“急难愁盼”。

三是坚持融合发展,实现社会效益与经济效益双赢。重庆国企将文明理念融入服务流程、将红色文化融入公共空间、将数字技术融入基层治理,让文明实践与主营业务同向而行。实践证明,文明实践不是企业的“分外事”,而是提升服务品质、塑造品牌形象、增强核心竞争力的“分内事”。

四是坚持守正创新,推动文明实践提质增效。重庆国企主动打破思维定式,推动理论传播从“固定课堂”向“流动宣讲”延伸,工作机制由“各自为政”向“协同作战”转变,服务模式从“窗口办理”向“指尖触达”升级,实现对传统路径的全面突破。实践表明,文明实践的生命力根植于守正创新,在方式方法上持续迭代,在制度机制上勇于破局,才能永葆生机与活力。

(作者系重庆市新时代文明实践指导中心副主任)

