

论如何把握宣传规律讲好铁路故事

冉江军

(中铁建华南投资有限公司, 广东 广州 511400)

【摘要】交通强国, 铁路先行。铁路是国家重要的交通设施, 在我国经济建设中处于骨干主导地位。从新中国成立到现在, 尤其近几年的飞速发展, 我国形成了世界上最现代化的铁路网和最发达的高铁网, 开创了“中国速度”的奇迹。讲好铁路故事, 有利于打造中国高铁名片, 有利于推动经济社会发展, 有利于我国铁路建设事业更好更快发展。本文以中铁十七局集团为例, 探析抓好铁路建设新闻宣传的规律。

【关键词】宣传; 规律; 铁路; 故事

前身是铁道兵第七师的中铁十七局集团因铁而生, 因铁而长。在解放战争时期, 野战军打到哪里, 就把铁路修到哪里。在抗美援朝的硝烟中, 逢山开路, 遇水架桥, 构建了打不烂、炸不断的钢铁运输线。在社会主义建设时期, 先后参加了鹰厦、包兰、贵昆、成昆、襄渝、青藏铁路等重大工程建设, 被誉为“开路先锋”。兵改工后, 先后参加了大秦、京九、南昆、西康、渝怀等国家重点铁路工程, 以及京津、京沪、武广、宁杭、沪昆、西成等数十条高铁的建设。目前中铁十七局集团的主业依然是铁路建设, 在建的铁路项目遍布海内外。

围绕中心, 服务大局, 是宣传思想文化战线的基本职责。讲述铁路好故事, 发出铁路好声音, 凝聚铁路建设的正能量, 是每一名铁建员工义不容辞的责任。那么如何抓好铁路工程建设宣传工作呢? 近年来, 中铁十七局集团成功打造了兰新、西成、张呼、中兰等明星项目, 成功推出了全国三八红旗手标兵“钢轨医生”关改玉, “世界高铁架梁最快天团”乐锋团队等先进人物、先进集体。具体而言, 主要从以下方面做出了努力。

一、打造宣传队伍, 解决靠谁宣传的问题

做宣传思想工作根本靠队伍。要抓好宣传思想工作, 首先就必须培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的宣传思想工作队伍。中铁十七局集团将宣传人才定位为全媒型的企业品牌运营团队, 围绕企业生产经营党建工作, 与新时代宏大进程同频共振, 做有影响力和凝聚力的新闻宣传, 努力打造了“主力+关键+全员+朋友圈”的优势阵容。

(一) “主力”是指专职宣传人员。全集团共有专职宣传干部 50 多人, 学历均为本科以上。他们长于文字写作, 爱好新闻摄影, 能熟练运用无人机拍摄, 精于视频拍摄剪辑, 具有漫画专长。主力团队具备数

量充足、专业性强、富有活力、业绩突出、一专多能的优势。

(二) “关键”是指覆盖所有铁路项目的兼职通讯员队伍。通讯员身处基层一线, 是一些能写、会画、爱拍摄的“能人”, 他们贴近职工、贴近生活, 是宣传一线的基础力量。目前全集团铁路项目有近百名通讯员, 打穿了“集团公司—子分公司—项目部”通道。

(三) “全员”是指全体职工。自媒体时代, 人人都是宣传员。各子分公司细化宣传任务到每个部门、每个人员。拓宽宣传渠道, 通过才艺人才库、兴趣群等, 挖掘播音、舞蹈、编剧、快板、抖音等人才, 通过多元展示, 人尽其才。

(四) “朋友圈”是指中央和省部级主要媒体记者老师。通过大咖级老师的“更高平台宣传、更专业采集、更精准指导”, 达到宣传推介、培育队伍、合作共赢的目的。要求各铁路项目主动对接业主、地方宣传部门, 加大与驻地媒体的沟通力度, 不断扩大媒体“朋友圈”。

在队伍建设上, 中铁十七局集团通过持续做好精准培训、精心培养和精益培育等务实工作, 促使企业新闻宣传队伍建设风清气正、人才辈出。

(五) 精准培训。一是内部集中培训“层次分明, 因材施教, 覆盖全员”。集团公司本级培训班针对子分公司分管领导、公司宣传部部长、宣传骨干, 注重政策引领, 高端对接, 名师授课; 子分公司培训班针对项目书记、基层通讯员, 注重集团公司政策传达、基本业务能力提升。二是送外培训“优中选优, 针对性强, 经验分享”。根据宣传人才专长定向培养, 让长板更长。三是现场培训“操作性强, 效率更高, 有趣有料”。邀请央媒记者到工程项目施工现场采访, 选定优秀宣传干部对接陪同、拜师学习, 效果立竿见影。

(六) 精心培养。一是在重要工作中培养。坚持做到“放手、容错、引导、激励”。交代工作讲重点,工作过程肯放手,工作结果重成效,充分满足新闻宣传人才的干事热情。对想干事有待锻炼的宣传人才正面引导,配导师、立标杆,使其尽快步入成长轨道;对脚踏实地干成事的人才表彰激励,树为典型,既压担子又给位子,使其更好地全面成长。二是通过重大课题攻关培养。通过报纸杂志的改版、新媒体突破创新等重大攻关课题,经过学习研讨,报纸杂志现在已全部实现自主设计排版,新媒体在股份公司系统内开创应用语音、漫画、抖音等宣传崭新形式的先河。人才队伍从中不断得到了锻炼,整体能力素质不断适应提高。三是在重点铁路项目中培养。重大项目是新闻报道素材的“富矿”。每年年初,都认真梳理全集团重大项目,划定宣传报道重点,组织优势力量策划跟进落实。

(七) 精益培育。主要方式有挂职助勤、横向交流、驻点实践、导师带徒等。挂职包括向上挂职和向下挂职,集团公司党委宣传部有来自基层的优秀同志挂职锻炼。助勤分到媒体(主要是中国铁道建筑报社)助勤和到上级机关助勤,把助勤作为宣传骨干轮训的一种重要手段,各子分公司和工程项目给予高度重视和大力支持。横向交流是各子分公司的宣传干部交流使用的一种培养方式。驻点实践,主要是各子分公司派遣新任宣传干部到重点项目采取驻点锻炼的方式,提升宣传报道能力。

中铁十七局集团还在新闻宣传队伍中推行“导师带徒”工作,对新员工和挂职干部,指定“师傅”,以老带新,促进尽快成长成才,促使全媒型新闻宣传人才蓬勃涌现。

二、研究受众主体,弄清向谁宣传的问题

读者在哪里,受众在哪里,宣传思想工作的触角就要伸向哪里。近年来,中铁十七局集团围绕“宣传好党的主张,凝聚好团结奋进正能量,推介好中国铁路优秀品牌”这一主要使命,着力构建“内宣与外宣并重、传统与新兴互融、上级与下级联动、软件与硬件兼备、全员全天候全覆盖”的新闻宣传工作格局。把宣传工作大致分为内宣和外宣两大板块,内宣即在集团内部、职工中间以“统一思想,凝聚力量、提升素质”为主。外宣即以“上级满意、客户认可、社会赞誉”为目标。

(一) 对内宣传方面,坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针,唱响主旋律,打好主动仗。着力打造了“报刊网微”四合一“新闻厨房”,一次采集,多元生发,向受众进行“多频次、多角度、多感官”

传播。它们每一个都有鲜明的个性:报纸兼容并包,雅俗共赏;刊物洞若观火,凝聚思想;网站资讯快车,一网打尽;官微艺高才强,人见人爱。

(二) 在对外宣传方面,坚持“注重稿件质量、做强拳头产品,发挥舆论优势、扩大宣传效应,促进转型发展、树立良好形象”的工作思路,明确了开展外向型新闻宣传的目标导向,根植于中国铁建股份公司报刊网和两微,发力于中央、省部级主要媒体,中央电视台、人民日报等主流媒体直播、“两微一端”多点开花,学习强国平台频频上榜,提升了中铁十七局集团“铁军善建”的社会美誉度和品牌影响力。

三、深挖传播内容,思考宣传什么问题

宣传思想工作担负着举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。使命就是方向,任务就是目标,讲好铁路故事,需要展示好铁路满足人民群众美好生活需要的新举措、重点工程的新进展、科技创新的新成果、改革发展的新成就、新时代铁路职工的新风貌。

(一) 注重宣传铁路与人民群众美好生活的关系。铁路故事,从根本上讲是铁路人与党和国家、与时代、与人民携手共进的故事。铁路新闻必须带着感情和责任,心向受众、情系万家,让宣传产品更有温度、更有家国情怀。我们必须通过多个视角,展现铁路建设给当地带来的巨大变化,将最真实的现场、最真挚的情感呈现给读者。在脱贫攻坚战场,大瑞铁路项目结对帮扶驻地群众;在西南无量山深处,大临铁路项目为云县人民圆百年铁路梦想;在内蒙古草原,张呼铁路项目助力草原打造首条高铁建设;在秦岭山中,西成客专洞穿秦岭南北分界线,让羊肉泡馍和成都火锅缩短时空距离;在兴泉铁路建设过程中,曾多次参加地方抗洪抢险工作,特别是2018年6月,鹰厦铁路突发险情,在接到永安工务段请求增援抢险的通知后,中铁十七局集团所属兴泉项目立即启动抗洪抢险应急预案,迅速调集管理与作业人员,带队火速赶往险情地点进行抢险作业,确保了鹰厦铁路顺利恢复通车运营。三明电视台、福建东南卫视、中央电视台等多家新闻媒体均对此事进行了报道。这些和人民群众美好生活息息相关的宣传活动,得到了社会各界的广泛好评,充分展示了铁路人“筑路为民”的人民情怀。

(二) 注重宣传铁路建设取得的新进展新成果。没有思想支撑的宣传产品,再长也是短的。中铁十七局集团在宣传铁路建设新成果中,注重在主流和热点间寻找共鸣,不仅让受众在“知”的层面获取信息,更要在“行”的层面给人启示、有所激发。诸如:在

京沪铁路建设中,通过出一本书、一本画册、一个纪录片、一台文艺晚会“四个一工程”,广泛宣传“勇攀科技高峰、争创世界一流”京沪高铁精神;在中兰铁路建设中,通过I SHOW视频,广泛宣传项目自主工期,24个月完成业主48个月工程任务的管理内在逻辑和职工精神面貌,让更多客户看到铁路人的管理态度和做事标准。2021年,该集团承建的重大铁路工程项目相继取得突破,大临铁路项目爱华隧道、大邦五隧道、白石头隧道贯通,玉磨铁路项目甘庄隧道贯通,以及兴泉铁路项目西洋跨356国道大桥成功转体等重大工程进展,相继在央视新闻联播、新闻直播间等节目播出。有效展现了铁军向上向好的内在逻辑,展示了铁路建设成果与职工思想行为变化的相互关联,展示铁路人紧跟国家战略部署的新作为。

(三)注重宣传铁路建设者很能干、感动人的形象。先进典型是时代的“火车头”,是企业最好的品牌。形成具有广泛影响力的“群英谱”,对于展示企业的良好形象和铁路职工队伍的精神风貌具有重要意义。中铁十七局集团以核心价值的尺子,注意挖掘选树与时代契合的典型人物。在铁路建设中先后选树了“南昆铁人”马鸿臣,“全国劳动模范”王宜强,“雪域高原巾帼楷模”邵尧霞,“钢轨医生”关改玉等典型人物,不断感染、鼓舞、激励更多的人。2021年新冠肺炎疫情防控期间,兴泉铁路项目推出了《职迎斌:奋战在没有硝烟的战场》《师龙涛:大家吃得放心我才安心》《赵永兵:党员就要冲锋在前》等系列稿件,很好地展示了铁路人不畏困难,奋勇向前的优秀品质。

四、创新传播技巧,提升怎么宣传的能力

面对媒体格局的深刻变革、受众思想观念的多元变化,中铁十七局集团与时俱进,坚持“守正创新”,善用新工具,巧用新方法,活用新理念,不断提升宣传的传播力。

(一)注重视频传播。有思想、有温度、有品质的全媒体作品,更能够全景式、多角度、立体化地展示铁路建设成果。视频传播是信息传播的最高形态,它的优势将被4G时代、5G时代进一步放大。具体来说,一段有效视频呈现的信息点可以达到50到100个甚至更多,比一篇新闻稿高于十几倍,往往可以传播更远。2018年,一段大张高铁铺轨的视频,通过新华社进行全球直播,海外观众都可以参与进来,引爆了海外社交媒体圈。2019年,一段拉林铁路项目扎绕隧道贯彻的短视频,建设者挥舞着战旗,齐声高喊“贯通啦!贯彻啦”,五年1600天的高原坚守,从他们激动的高喊中,每个受众都会为之动容感动。所以,开启视频

记录的模式,将成为讲好“很能干、感动人、可信赖”铁路建设故事的重要手段。

(二)注重全员传播。集团全体干部职工坚持把企业官微的转发、推广、评论作为分内之事,推动形成二次传播、多次传播、交叉传播,争做“音量最大”的传播者,引导更多的人关注铁路建设。

(三)注重人才培养。不断增强通讯员脚力、眼力、脑力、笔力,努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣传思想工作队伍,是干好铁路宣传工作的基本前提。该集团二公司建立了“星级通讯员”考核激励机制,通过对通讯员的传、帮、带,物质和精神激励,培养了一支坐下来能写,站起来能讲,走出去能干的通讯员队伍。

当然,要抓好铁路建设宣传工作,还需要把握以下三个方面。

一是政治方向是抓好铁路宣传工作的根本保证。方向关乎旗帜、关乎路线。实践证明,每项铁路的宣传,都是紧跟党中央号召,紧跟国家部署,这样才能与时代同频、与时代共振。只有坚持正确的政治方向,才能让党中央的声音响彻铁路建设,才能让铁路建设更好地站到国家层面展示基层实践、基层答卷。

二是党委重视是抓好铁路宣传工作的重要保证。实践表明,只有党委重视、领导支持,新闻宣传工作才能有编制、有人手、有经费;只有党委重视、领导支持,宣传人员才能有职位、有作为、有荣誉,宣传队伍才有吸引力和凝聚力,宣传工作才能形成良性循环。

三是项目管控是抓好铁路宣传工作的实践之基。巧妇难为无“米”之炊。一个管控到位、运转良好的项目,不仅提供了宣传报道之“米”,也为宣传工作者提供了展示才干、快速成长的平台。

参考文献:

- [1] 高瑗.关于做好新时代铁路宣传思想文化工作的思考[J].理论学习与探索,2018,(05):33-35.
- [2] 石强桢.推动新时代宣传思想文化工作实现新作为[J].新重庆,2018(2):40-41.
- [3] 李广春.宣传思想文化工作的方向:聚神聚焦聚力[J].红旗文稿,2018,(07):27-28.
- [4] 岳倩倩.铁路公司制改革中的新闻报道工作创新[J].报林,2018(1):68-69.

作者简介:冉江军(1986.8-),男,土家族,重庆酉阳人,本科学历,现任职于中铁建华南投资有限公司。研究方向:企业文化、宣传思想文化。