



构建互联网思维下的新型传播体系

● 首钢矿业公司

近年来，互联网的迅猛发展，深刻改变着舆论生成方式和传播方式，改变着媒体格局和舆论生态。面对这一新变化，首钢矿业公司紧盯“二维码时代”风向标，发挥新媒体优势，构建以“资讯、文化、服务”三大功能为主旨的微信公众平台，为传统企业宣传思想工作开辟了全新阵地。

把握新媒体的传播特点
锁定用户人群找准定位

新媒体因“传播速度快、覆盖面广、即时互动、灵活多样”等突出特点，使用范围广、影响深。新媒体的运用不是简单的嫁接和移植，将报纸从墙上撕下来贴在电脑上，这种给传统媒体“穿新衣、戴新帽”未发挥互联网真正优势。首钢矿业公司运用新媒体之

道在于“内容为王”：

有料——第一时间发布两级公司重大资讯，解决了传统纸媒的时效性问题，满足职工群众的知情权。“首矿网微平台”坚持从企业实际出发，第一时间提供与行业、企业发展密切相关的第一手信息和独家资料。无论在职职工，还是离退休职工，只要关心首钢和矿山发展的人，都会是平台的关注者，也可作为传播链中的宣讲员，将首钢和矿山的事件和新闻对外宣传。

有情——音、视、画、图、文全视角的文化传播，解决可读性问题，走进职工群众的精神文化世界。企业文化说到底还是人的文化，“首矿网微平台”坚持用职工自己的故事、回忆、片段、文体活动营造轻松愉悦的氛围，潜移默化中传播和渗透企业文化，达到陶冶情操、文化育人的效果。

有用——“便民+互联+服务”，解决实用性问题，

力推进岗位优化、减员增效，各个岗位人员都呈超饱和状态。目前在“三供一业”服务的职工还有200多人，实施移交后，这些人员的安置就成了大问题。要广泛征求现有职工的去留意向，提出可行性职工安置方案，特别要加大与地方政府和接收单位沟通力度，全面统筹，安置到位，实现“转岗不下岗，人人有去向”。

为确保职工分流安置工作平稳有序，应该主要把握三点：

1. 注重正面宣传引导。要发挥党政工团及各职能部门力量，通过报刊、电视台、微博、微信等宣传媒体，营造“三供一业”移交的舆论氛围，利用调研和召开各种会议，有意识地将职工转岗分流信息释放给职工，让职工早知道、早消化、早准备。针对职工中出现的理解、缺乏信心等情况，各单位干部骨干要与职工分别谈话，向职工正面发声、正面引导，在职工群体中形成了理性共识，把职工失落茫然的负面情绪转化为积极应对的精神状态，把消极抵触的负面力量转化为顺应形势、参与改革的正向动力，为人员分流安置奠定了思想基础。

2. 注重顶层设计。要根据实际情况，深入调研，周密策划，按照以职工为本、让职工得实惠，充分考虑历史与现实、兼顾科学与灵活的原则，制定多数职工相对满意的安置方案，确保安置工作一次成功。方案还应该设计多渠道安置政策，让职工至少有两种以

上选择，打消职工对于分流安置岗位的顾虑。

3. 注重依法规范。无论是安置前期的组织领导、信息披露、方案制定，中期的意见征求、修改完善、全员谈话，还是后期的职代会审议通过、方案落实、措施细化，整个职工安置工作都要做到阳光透明、公平公开、依法规范。安置方案出台后，要通过多种途径让每名职工知悉，并做到征求意见全覆盖、全方位。

在“三供一业”推进过程中，要做到“三个必须”：

一是必须增强各级领导干部的责任担当意识。各级领导干部要主动作为，大局意识、责任意识和担当精神要得到充分体现，要勇担重任、正面发声、正面引导、听取意见，向职工亮家底、与职工共患难，凝聚职工思想共识、解决职工困难、稳定职工队伍。

二是必须坚持以职工为本的原则。要始终坚持以职工为本，依法合规，坚持公平公开公正的原则。充分听取职工的意见建议，充分保证职工的知情权、选择权，准确把握政策，引导职工竞聘上岗、自主择业。

三是必须切实发挥基层工会组织作用。要注重发挥工会作用。各级工会干部要深入一线，广泛接触，认真听取职工意见，积极反映职工诉求；发挥协调监督作用，在新一轮分流转岗中全方位参与，确保公平公正；对于人员岗位变动较大的，要组织动员职工保证生产经营顺行。

（作者单位 涟钢）

关注职工群众的切身利益需求。“首矿网微平台”融合互动功能，搭建好公司党委与职工双向“直通车道”，便于倾听基层职工心声。同时扎根于“本土”服务，就职工工作、生活上的热点难点问题，提供精准化的政策信息和服务咨询，通过互动问答帮助职工解疑释惑。

搭建企业特色的分类平台
为用户人群量体裁衣

“首矿网微平台”以关注首钢发展、了解矿山时事、传达政策方针、架设沟通桥梁、服务全体职工为宗旨，构建了“资讯、文化、服务”三个主体平台。

1、打造新闻舆论平台，实现线下线上并行

传统宣传媒体因固定效应已锁定了一部分阅读人群。在推广微平台时，我们保持线下与线上并行，既保留老读者又广纳新读者，尤其在“首矿聚焦”栏目中，充分借助新媒体传播速度快这一优势，第一时间在内部网站和微平台上并行传送两级公司重点工作，为党委宣传思想工作打造新闻舆论的前线阵地。2016年首钢总公司党代会、两级公司职代会召开后，“首矿网微平台”第一时间推送相关图文消息，解读首钢第十八次党代会的视频，日总浏览量接近1700次。面对在钢铁行业前所未有的挑战，“首矿网微平台”增设“市场速览”板块，及时捕捉最前沿的钢铁、矿山行业信息，向职工传达最新的行业资讯，引导职工正确认识市场，实时掌握外部市场动态，使新闻资讯范围得到外延和拓展。

2、打造文化传播平台，实现班中班后全覆盖

“首矿网微平台”的运用，既解决了百里矿区各条生产战线职工受工作、时间限制，无法及时了解公司信息动态的问题，又依托其覆盖面广的优势，打造企业文化传播平台，全面占领职工班中和班后阵地。为增强吸引力和感染力，让群众爱听爱看、产生共鸣，充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。“首矿网微平台”一改以往“偏重说教和单向灌输”的传统方式，将人物典型故事用生动的音频、图片、视频手法进行编辑推送，通过指尖的触动产生心灵的共鸣。2015年，“首矿网微平台”将矿业公司编撰的厂史系列文章《铁源记忆》由线下移到线上，以文字和微视频的方式全景式展现企业发展的历程，吸引了许多退休老职工的关注，实现了受众面由内向外的扩展。与此同时，在微平台打造“八小时”以外的“职工部落”，收揽精彩纷呈的文体活动、摄影作品、互动投票等信息。在职工篮球联赛期间，利用网微平台进行赛事全程跟踪，将犀利球评、精彩镜头、赛场花絮、有奖竞猜等环节有机融合，形成了一次线下比赛、线上互动的篮球狂欢，“我最喜爱的球员”评选点击量达12000余次。

3、打造生活服务平台，实现由单向传播到双向互动

“首矿网微平台”从受众角度出发，遴选关乎职工切身利益，又弘扬新时期核心价值理念的推送内容，渗透到职工生活的点点滴滴。在“党建瞭望”板块，平台将“转发模式”调整为“解读模式”，党建工作得到更多关注。图文并茂的廉政故事、寓庄于谐的宣讲更符合青年人的阅读习惯。比如，推出《老石头的心事》、《邻家的老三进去了》系列廉政故事，平均点击量1000余次。同时，微平台还以方便职工生活为准则，提供同职工密切相关的信息，推送的《从矿山出发去北京的途径汇总》一文，近7000人次点击。

探索新媒体运用有效途径
为用户人群提供高质量服务

矿业公司积极探索适应读者阅读习惯的编辑推送模式，逐步形成了有益于稳定发展和自身特点的管理运行体系。

1. 方法灵活，图文并茂，短小精悍

在实现消息由线下到线上转移过程中，如不对消息内容精心雕琢，会削弱原有文章的魅力，甚至会使读者产生阅读疲劳。因此，“首矿网微平台”吸取“网络快餐”时代碎片式阅读特点，掌握运用微信语言，编辑经典图文消息，注重用图和视频说话，尽量不堆砌文字，控制文章篇幅，一则消息说明一个主题。同时采取多讲故事少说教的信息推送方式，将所传达的精神和理念融入一则真实动人的小故事，给人以感悟和启迪。

2. 提倡原创，注重质量，定期推送

微信公众平台因所推送的内容题目新颖、内容别致，而且大部分是原创文章，吸引了许多读者关注阅读。打开这扇门后，运行团队坚持原创、注重质量，以此作为获得读者持续关注的资本，杜绝滥竽充数。

3. 齐抓共管，分级负责，管理有序

微平台的应用，涉及公司不同层面和专业部门。矿业公司横向由宣传专业牵头，组织、纪委、工会、团委等部门配合，纵向由基层单位负责宣传的部门负责，作为重点工作落实，定期编辑上报与本单位密切相关的信息，由主管领导审阅把关，确保信息准确、内容精彩、推送有序。

