

面对生命的陨落



胡春玫

面对生命的陨落,人总会本能的心怀惋惜,敬畏,与血缘无关,与亲疏无关。不仅仅是在诸如天津大爆炸等灾难面前,百条生命的瞬间消逝。时隔一年,我依旧清晰地记得,在史明的追悼会上,当史明妻子说,“来世我们再做夫妻”时,几百人的大厅内顿时爆发出的闷雷般轰鸣声。

我依旧清晰地记得,史明11岁的女儿抱着遭黑木地呆立着,史明妻子红着眼睛瘫坐在椅子上。而与她仅仅相隔两米,史明就躺在那里,却与她们“咫尺天涯”。

对于壮年猝世的惋惜,对于生命无常的敬畏,就在那一刻,在我的内心“发酵”。或许这也是我一气呵成写出史明《最后的24小时》、《陕北老区的153天》、《顶梁柱史明》、《私人医生史明》的原始冲动吧。

“史明,核工业总医院妇产科的副主任医师,因长时间抢救高危孕妇而过度疲劳,将生命永远留在了陕西靖边——执行医疗救援任务的那片黄土地上,年仅38岁。”“史明医生一直兢兢业业,不仅医术高超,责任心强,而且医德高尚,深受患者信赖。当时医院派他参加援助任务,尽管家中上有老下有小,但他没有丝毫怨言,在援陕期间的工作业绩也是有口皆碑。”

在新闻稿的采写中,我努力还原着史明的过往。但事实上,写稿时我内心是忐忑的,担心因为自己的笔下无力,无法淋漓

尽致地展现史明生命最后时光——最后的坚守,最后的奔跑,最后的专注……而我分明感受到它们强大的张力。一如当下,回望当时史明追悼会的现场,内心那种丝丝痛感背后的深深地缅怀,依旧忐忑无法精准地诠释出来。

我是一个泪点很低的人,可以想象在现场我几乎是泪崩。对于一个记者而言,如此用情,显然有失“理性客观报道”职业操守,但人非圣贤,记者首先是一个人。

寻找采访对象是困难的。近千人到现场吊唁,所有的人都排列肃立,黑压压的一片,很难辨认采访对象。谁与他同去援陕?谁是他同科室的同事?谁又是他曾经的病人?不得不说不,悲痛的蔓延中,我一度有些茫然。好在峰回路转,相继地采访了解,并接着史明的过往,但也“定格”了史明的人生。一位史明的病人哭着说,“我还等着他从陕西回来给我看病呢。”

还原史明最后的24小时,是一个艰难而“残酷”的过程。支医队员卫红齐因史明突然离世失眠而深陷的眠窝,多次因哽咽而深深地沉默,让我不忍多问。他说,“史明是个好医生,应该让更多的人知道他最后的这段时光都发生了什么。没关系,我可以的。”他的坚持讲述,或许是对史明的一种告慰。

在即将结束对核工业总医院妇产科主任医师朱维培的采访时,他拿出手机,打开早已咨询到的烈士评定标准,逐条念给我听。然后他抬起头,凝视着我说,“史明不是可以申报为烈士?”

(报送单位:中国核工业集团公司)

新闻的力量

传递正能量

推介国企好新闻

论道



“好新闻”提升央企软实力

王吉鹏 王敏

第二届“国企好新闻”揭晓,共推介出优秀作品155件,较好地展示了国企改革成果。

做好新形势下国有企业新闻宣传是企业经营战略管理不可或缺的策略和手段。随着我国改革进程的加快,进一步做好新形势下企业新闻宣传工作,对于提高企业软实力,推进企业又好又快发展提供强大的精神动力。

管理问题突出

数据显示,2014年中国企业500强营业收入达到56.68万亿元,同比增长13.31%;前三甲企业营业收入都超过2万亿元,另有131家企业营业收入超过1000亿元;共100家中国企业进入世界500强,数量稳居世界第二,企业规模呈日渐庞大之势。然而,不少企业看起来块头不小,实则弱不禁风,盈利能力惨不忍睹:500家企业平均收入利润率为4.24%,资产利润率为1.36%,已连续三年下降;141家企业利润出现负增长,118家企业的净资产收益率低于同期商业银行一年期存款利率3.3%,41家企业净资产收益率为负数。“大而不强”的“虚胖”症状愈发凸显。

为什么不少企业会大而不强?不少企业管理问题突出,软实力不强。伴随着企业规模的扩张,很多大型集团出现了运作僵化、总部架空、信息不畅等管理问题。

企业的新闻宣传工作是企业文化建设的主要载体之一,有其得天独厚的宣传手段、媒体条件和受众基础,企业文化的教育功能,对促进企业文化建设有着重要的影响力,新闻宣传工作成功与否,直接关系到企业文化建设的成效,直接影响企业员工核心价值观的形成,并最终影响企业核心竞争力的提高。

在管理实践中,人们通常会从总部定位、总部职能等角度去找原因,但近年来,对集团总部自身发育能力的探索,已经成为集团管控领域的一个新趋势。

从发展历程来看,我国大部分集团企业是采取行政指令式所组建的,而不是由市场化手段所形成的,带有明显的计划经济痕迹,受体制束缚性比较大,集团形成基因带有缺陷。因为组建不是以产权关系为纽带、以产业发展为目的,母子公司之间出现产权不清、治理结构不到位、管理体制不健全等问题,没有建立起现代

化企业管理制度。在管理运营上,没有形成或建立健全的管理运营模式,集团内部交易成本高,缺乏系统化管理运作能力,可以说先天基础管理能力存在严重不足。

由于待遇、文化等因素,总部人员专业化能力不强,总部往往无法吸引和留住优秀的专业化人才,资本运营、战略规划、品牌建设等专业性人才匮乏。集团总部除了老总、副总、总监以外,总部里的人拿的基本都是行政工资,薪资福利往往低于子公司的员工,发展空间也有限,自然无法吸引和留住专业化的优秀人才。

由于专业人才的匮乏,企业总部职能部门缺乏长远战略和宏观思考,沉溺于事务性管理,缺乏高增值服务。无论是总部职能定位,还是组织架构设计,都远远不能实现集团管控的需求,对下属公司的管控能力自然也就严重削弱了。

提升软实力的对策

提升软实力有以下几个方法:

提升现代化管理能力。制订有利于企业持续健康成长的规则,完善现代化法人治理结构,对管理制度进行创新,真正去除“行政化”色彩,全面提升管理水平。探索实施董事会领导下的总经理负责制,明确董事会和管理层的职责、权限,建立起董事会和管理层之间的信息沟通制度等,真正按市场化的形式建立起现代企业管理制度,提升现代化企业管理能力。

打造专业化人才队伍。引进外部优秀专业人才或培育现有人员的管理能力,同时设立有效的考核制度和沟通制度,建立人力资源薪酬激励机制体系,给予人才实战专业能力的空间,充分调动人才积极性和能动性。

重视企业文化的作用。企业文化作用力发挥于无形,在公司大战略的指导下,通过企业文化建设加强企业的凝聚力、协调性,从潜移默化中转变观念、思想,增强企业从上到下的企业价值观塑造,从精神层面将企业的思想纳入到企业的核心价值观体系中,使之成为制定并推动整个公司战略的促进性力量,从而真正发挥战略协同的集团化力量和优势。

企业宣传工作是塑造企业外部形象的主要渠道。通过积极宣传企业建设成果,让外界了解企业,增强企业的知名度和美誉度,树立良好外部形象,在企业与政府、社会、客户之间架起了一条沟通的桥梁。



王利博制图

(上接G01版)

吴昀认为,在推进“四个全面”战略及“一带一路”建设的大背景下,国企改革举世瞩目,媒体作为信息传播的载体、党和人民的喉舌,是畅通信息、增信释疑的关键通道。建立企媒新型合作关系,成为企业管理者和媒体工作者研究的重要课题,也是全面深化国企改革,落实党和国家重大战略部署的形势要求。

胡钰表示,从上个世纪90年代末开始,国有企业的改革成效显著,特别是2003年国资委成立以来,国有企业的创新力、竞争力、带动力、保障力和在活力不断提高。但是,国有企业的软实力、美誉度却没有相应的提高,因此导致“两个不匹配”,即软实力和硬实力的不匹配、美誉度和贡献度的不匹配。目前,国有企业的新闻宣传及社会形象构建还面临着挑战,国企舆论环境的复杂性较强,负面化、情绪化、标签化的情况明显。

“要扭转国企舆论环境中的被动局面,最重要的是战略上主动。国企要改变过去‘多做少说、只做不说’的习惯,实现‘边做边说,多做多说’的新局面。”胡钰称,“对于国企来说,要实现‘三个并重’:埋头干活与抬头说话并重,业内口碑与社会形象并重,创造物质财富与创造精神财富并重。因此,无论是企业自有媒体,还是外部社会媒体,都要加大传播国企新闻的力度,形成合力,主动发声,主动与社会沟通,主动把自己打造成‘阳光国企’、‘透明国企’。”

据悉,2014年的首届“国企好新闻”推介活动共收到来自285家单位的1740件参赛作品,国企参与的积极性之高与提交的作品之丰富均超出了主办单位的预料。活动后,得到了企业、媒体、专家等社会各界的好评。

媒体认为,“国企好新闻”的推介活动首次集中

展示了国企题材的新闻作品,对于今后的国企报道是极大的鼓舞。此外,邀请担任评委的专家们也通过评审过程,进一步了解了国企,对活动本身以及国企贡献都给予了充分肯定。

据胡钰介绍,今年的评选活动去年的基础上有所改进。首先,邀请了翟惠生、冯井等新闻界资深领导担任顾问,评审专家更加专业、更加权威;其次,评选的类别更加丰富,在常规新闻报道的基础上,还增加了新闻摄影、双微新闻、广播新闻、电视新闻类别;第三,传播的渠道更加多样,设计了H5页面进行宣传推广,组织好作品交流会和国企好新闻训练营提高水平。

“国有企业做强做优做大,一个重要要求就是社会形象优。做好国企新闻宣传和形象公关工作,已经成为新形势下提升国企竞争力的重要战略任务,成为各级国企干部领导力的重要组成。沟通创造价值,理解促进共赢。对国企来说,只要保持积极、坦诚、开放的态度,坚持广交朋友、广搭平台、广发声音,坚持战略上主动、体系上健全、手段上专业,就会推进企业新闻宣传工作再上新台阶。”胡钰说。

据了解,在会议的推介环节,分别举行了消息类、通讯类、评论类、系列报道、广播电视类、摄影类、双微类的“国企好新闻”的颁奖仪式。《人民日报》经济部原主任皮树义、中宣部新闻阅评组徐九武、《光明日报》总编室主任周迅、清华大学新闻与传播学院教授、博士生导师王君超、中国人民大学新闻学院执行院长倪宁、北京大学新闻与传播学院副院长刘德寰等多位评委对获奖作品进行了点评。

会议第二部分,国资委新闻中心、中国人民大学、《中国企业报》集团共同启动2015“国企好新闻”训练营开营仪式,各央企代表、地方国企代表以及媒体代表就“新常态下,如何构建企媒新型互动关系”这一主题展开对话。

探访生命的禁区



毕晓洋

一钻进车厢,带领我们奔向罗钾厂区的峰哥就凑到我面前:“兄弟你是摄影记者吧?走,带你去见识我们的九寨沟。”

带点孜然味的普通话快似出膛弹,掷地有声。未等我把疑惑的表情做足,他已经自顾翻出手机,给我展示他为之得意的摄影大作。

干燥、热烈的阳光,一望无际的盐湖呈现出饱和到失真的色彩。纵是大胆的画家,也不敢如此肆意地使用颜料。

身为摄影记者的我,瞬间生出无比的期待。

然而,抵达的路程却是漫长而颠簸。茫茫戈壁,筑路人硬是在盐碱滩上压出一条旅途。雨季刚过,水蚀过的路面坑洼不平,我们的中巴车像是疲惫的行者,深一脚、浅一脚,朝着罗布泊腹地一点一点地挪动。

一走,就是6个小时。一开始,我还带着新鲜劲儿,举着相机记录沿途未曾见过的大漠光影。但没过多久,便在一成不变的土色里失去了耐性。手机又没有信号,除了坐着,什么也干不了。

后来,罗钾的员工告诉我,从哈密到厂区,这样的路程,他们每个月要走两个来回。大巴车开得很慢,单程就是八个小时。遇到沙尘暴,走上一天也很常见。

车停人到,正好赶上落日时分。稍作休整,我就拉着峰哥带我去看盐湖。

壮观!就像你们在照片里看到的一样。

在接下来的几天里,我日出而作,日落而息,记录了“罗布泊九寨沟”的五彩风光。

采访临近结束,我给一直载着我的司机大叔递上一支烟:“你们每天面对这样的风光,心里是什么感觉?”

少言寡语的大叔打了一把方向盘,停在湖边,笑的爽朗。“你就来几天,觉得新鲜。天天见,还能有什么感觉。这里是罗布泊,生命禁区你懂吧。在这里工作,很苦的。”

可不是么,一个连续两周的班次过后,号称休息四五天,可来回通勤就是两天。家在哈密的职工还算幸运,那些来自乌鲁木齐甚至更远地方的职工,怕是好久也见不得一次家人。高温、烈日、缺水、沙尘暴……物质的困难尚可用企业的基建来弥补,但远离家庭,远离闹市的孤寂,绝非我们这些朝九晚五的常人可以体会。

所以,唯愿你和我一样,看到照片就会想起,壮美和多彩背后,正有几千名隐忍、坚韧的兄弟姐妹,在千里之外的“死亡之海”贡献着青春,为万千农民夜以继日,为大国农业默默奉献。

(报送单位:国家开发投资公司)