

一、引言

在新发展阶段和新形势下,电力企业作为关系国计民生的重要基础性行业,肩负着保障能源安全、服务经济社会高质量发展的重要使命。随着新一轮科技革命和产业变革的深入推进,电力行业正加快向数字化、智能化、绿色化方向转型升级,对产业工人队伍的素质结构、能力水平和思想状态提出了更高要求。工会政工作作为电力企业思想政治工作的重要组成部分,在凝聚职工共识、激发职工活力、推动产业工人队伍建设中发挥着不可替代的作用。如何在新形势下找准定位、创新方式、提升实效,是当前电力企业工会政工作必须深入思考的重要课题。

二、新形势下电力企业产业工人队伍建设面临的新要求

一是技术变革对产业工人能力结构提出新挑战。随着新一轮科技革命和产业变革深入推进,新能源发电、智能电网、数字化运维、大数据分析等新技术在电力行业广泛应用,传统以经验操作为主的岗位模式正逐步向信息化、智能化、复合化转型,产业工人不仅要“会干活”,更要“懂技术、会学习、能创新”。二是职工思想多元化对政工作提出更高

浅谈如何做好新形势下电力企业工会政工作

■ 祁皓蕊 赵燕妮

要求。随着电力企业用工形式和职工来源更加多样化,职工队伍年龄结构、学历层次和成长背景差异明显,特别是青工比例不断上升,其价值取向、行为方式和表达诉求更加多元,对工会政工作的针对性和亲和力提出了新要求。三是企业高质量发展对工会作用发挥提出新期待。电力企业在深化改革、提质增效过程中,需要一支政治素质过硬、技术能力突出、作风纪律严明的产业工人队伍,这对工会在思想引领、权益维护、队伍稳定等方面提出了更高标准。

三、以产业工人队伍建设为抓手,夯实工会政工作基础
(一)坚持思想引领,筑牢产业工人政治根基
思想政治引领是工会政工作的首要任务。电力企业工会应坚持以党的创新理论为指导,把思想政治工作贯穿产业工人队伍建设全过程,要紧密结合电力行业特点和职工实际,通过形势任务教育、专题宣讲、班组学习等形式,引导职工深刻认识国家能源发展战略和企业改革发展方向,增强对企业和岗位认同感。

同时,要注重将思想政治教育融入日常管理和生产实践中,把理论学习与岗位实践、技能提升、创新创优活动相结合,推动思想政治工作从“集中式”“阶段性”向“常态化”“浸润式”转变,使产业工人在潜移默化中坚定理想信念、增强使命担当。

(二)服务能力提升,助力产业工人成长成才
产业工人队伍建设的核心在于能力建设。工会政工作要主动融入企业人才培养体系,围绕企业转型发展需求,积极搭建多层次、多形式的学习成长平台。通过组织岗位练兵、技能比武、技术交流和创新竞赛,引导职工在实践中提升技能水平,在竞争中激发进取意识。

同时,要注重精神激励与价值引导并重,大力宣传劳模精神、劳动精神和工匠精神,通过选树先进典型、讲好身边故事,引导产业工人树立正确的职业观、成才观和价值观,营造“尊重劳动、崇尚技能、鼓励创新”的良好氛围。

(三)完善民主管理,增强职工主人翁意识
工会是职工群众的代表者和维护者。电力

企业工会应以政工作为抓手,不断健全民主管理和民主监督机制,保障产业工人的知情权、参与权和表达权。通过规范职工代表大会制度、畅通合理化建议渠道、开展民主协商和座谈交流,引导职工积极参与企业治理。

在参与过程中,要注重引导职工把个人发展与企业发展紧密结合起来,在企业建言献策、解决实际问题中增强责任感和主人翁精神,使产业工人真正成为推动企业改革发展的重要力量。

四、创新方式方法,提升工会政工作实效

(一)贴近一线,推动政工作重心下沉
产业工人主要集中在生产一线,工会政工作必须坚持面向基层、服务一线。要建立工会干部常态化下基层机制,通过班组走访、谈心谈话、现场调研等方式,及时了解产业工人的思想动态、工作压力和现实困难,有针对性地开展工作疏导和帮扶服务,增强政工作的现实感和实效性。

(二)顺应时代,创新政工作载体

在新媒体环境下,工会政工作要主动适应职工获取信息方式的变化,积极运用数字化、信息化手段,打造线上线下相结合的思想政工作平台。通过微信公众号、短视频、线上学习平台等载体,用通俗易懂、生动鲜活的形式传播正能量,增强思想引领的吸引力和感染力。

(三)注重协同,形成产业工人队伍建设合力
产业工人队伍建设是一项系统工程,单靠工会一方力量难以完成。工会政工作要加强与企业党组织、人力资源部门、生产管理部门的协同配合,形成“党建引领、工会参与、多方联动”的工作格局,在思想引导、技能培养、制度保障等方面同向发力、协同推进。

五、结语
新形势下,电力企业工会政工作既面临挑战,也迎来新的发展机遇。以产业工人队伍建设为重要抓手,提升工会政工作质量和水平

的有效路径。电力企业工会应立足实际、守正创新,不断强化思想引领、能力建设和制度保障,努力打造一支政治坚定、技术过硬、作风优良的产业工人队伍,为电力企业高质量发展提供坚强的人才支撑和思想保障。

(作者单位:内蒙古电力集团鄂尔多斯东胜铁西供电分公司)

新媒体环境下青年志愿服务项目的品牌传播策略

■ 李娜 高文辉

志愿服务是社会文明进步的重要标志,青年群体作为志愿服务的主力军,凭借其活力与创造力为志愿服务注入了鲜活力量。随着互联网技术的飞速发展,我国网民规模已达10.67亿,互联网普及率提升至75.6%,新媒体已深度融入社会生活的各个领域。对于青年志愿服务项目而言,新媒体不仅拓宽了信息传播的渠道,更重塑了品牌与公众的互动模式。然而,当前部分青年志愿服务项目仍存在诸多问题,制约了品牌影响力的提升。对此,本文以内蒙古为例,对新媒体环境下青年志愿服务项目的品牌传播策略进行了探讨,以供参考。

一、精准定位地域特色内核,打造差异化传播内容

品牌传播的核心是内容,只有立足精准的品牌定位,打造差异化、有温度的内容,才能吸引青年群体的关注。要明确品牌定位与核心价值,需紧密结合内蒙古的服务场景,如草原生态保护、民族团结等,考量服务特色与育人目标,提炼出“青春护草原、志愿暖边疆”“马背上的火焰蓝”等独特品牌内核,形成清晰标识,为内容创作导航。挖掘鲜活素材是讲好青春志愿服务故事的关键,摒弃同质化记录,聚焦志愿服务中的感人瞬间、志愿者成长变化及服务对象反馈,制作能引发情感共鸣的内容。如用短视频记录牧民留守儿童与志愿者的相处日常,以图文专题呈现青年助力蒙古族刺绣非遗传承的过程,增强品牌感染力。同时,需创新内容呈现形式,顺应青年阅读习惯,借助短视频、vlog、直播、互动H5等多元形式,把专业服务内容转化为通俗易懂的传播产品,提升内容吸引力与传播力。

二、整合多元传播渠道,构建新媒体传播矩阵

要实现品牌影响力最大化,需整合多元渠道构建新媒体传播矩阵。首先,强化核心平台建设。以“内蒙古共青团”微信公众号、视频号、抖音号为核心阵地,定期推送“牧区志愿风采”等本地化专题,形成稳定传播矩阵。其次,借力专业志愿平台。入驻“草原志愿云”APP等地方平台,发布招募信息、记录服务时长、认证服务成果,将品牌传播与志愿服务管理相结合。最后,加强与团属新媒体、高校新媒体社团、地方主流媒体合作,形成传播合力。启动“青媒体达人”培育计划,遴选青年自媒体人参与传播,借助其影响力实现品牌“破圈”。例如,呼和浩特市委通过“1+8+N”模式(1个核心工作室、8个盟市分站、N个高校及媒体合作方)成立新媒体工作室,联动多方聚焦志愿项目,有效提升品牌本地发声力。

三、深化互动体验,构建社群化传播生态

新媒体传播互动性强,深化互动体验,构建社群化传播生态,能提升青年群体的参与感与忠诚度。其一,在各新媒体平台设置“你期待的志愿服务项目”等互动话题,开展线上投票、问答、创意征集等活动,激发用户主动参与。同时,建立线上社群,加强与志愿者的日常交流,及时反馈需求,形成紧密情感纽带。其二,推动线上线下融合互动。借助新媒体发起呼伦贝尔草原生态巡护等线下志愿活动招募,直播活动现场,鼓励参与者分享体验,形成“线上引流—线下参与—线上反馈”闭环。开展“线上+线下”特色活动,如线上发起挑战、线下组织宣讲,增添品牌趣味。通过新媒体公示志愿者服务成果,颁发电子荣誉证书,评选优秀志愿者并进行专题宣传,满足青年成就感。

建立志愿者能力认证机制,将服务经历与实践能力挂钩,为升学、就业提供参考,激发青年长期参与热情。

四、强化管理保障,筑牢品牌传播根基

有效的管理保障是品牌传播持续推进的关键支撑,需从团队、舆情、机制三方面筑牢根基。团队建设上,成立内蒙古青年志愿者新媒体工作室,吸纳高校社团成员与专业创意人才,以“导师传帮带”提升内容创作与运营能力。定期开展新媒体运营培训,提升志愿者数字素养与传播技能,明确传播纪律,打造专业队伍。舆情管理方面,建立信息发布“三审三校”制度,重点审核涉及草原生态、民族关系等敏感内容,规范审核流程,保障内容质量。构建舆情预警与处置机制,实时监控各平台品牌信息,及时、真诚回应负面舆情,防止扩散,维护品牌形象。机制完善层面,建立月度选题与总结会制度,结合热点和青年需求优化传播策略。将品牌传播纳入志愿服务整体规划,明确目标、分工与考核标准。加强校地协同,与多方建立长期合作,为品牌传播提供稳定场景与资源。

在新媒体浪潮下,内蒙古青年志愿服务项目的竞争已从零资源竞争、项目竞争,深化为品牌竞争。面对新媒体介生态,内蒙古青年志愿服务项目必须转变观念,以用户为中心,以品牌思维统领全局。通过精准定位地域特色品牌内核,打造差异化内容;整合多元传播渠道,构建协同传播矩阵;深化互动体验,构建社群化传播生态;强化管理保障,筑牢品牌发展根基,青年志愿服务项目可以在新媒体生态中实现品牌价值与社会影响力的双重提升。

(作者单位:内蒙古工业大学)

文贸共融赋能民族地区铸牢中华民族共同体意识

■ 宁家丽

铸牢中华民族共同体意识是新时代民族工作的主线和核心任务,也是民族地区各项工作的主线。这一重要论述深刻揭示了新时代民族工作的政治方向和价值取向。近年来,区域协调发展战略和民族振兴战略的推动下,文化和经贸共融已成为民族地区协调发展、深化民族认同的重要抓手。但现有研究多聚焦于民族团结教育、文化认同构建,区域

经济协同发展对共同体认同的影响,较少关注文化与经贸融合这一“软硬结合”的复合机制上。事实上,文化与经贸并非孤立存在,文化为经贸发展提供认同根基和精神动力,经贸往来则为文化传播搭建现实载体与制度平台,两者的结合既能丰富共同体意识的表达维度,也能增强民族地区发展内生动力。因此,以“文贸共融”为切入点,梳理民族地区实践现状,反思现实难题并提出对策,为民族地区社会治理与经济发展提供借鉴参考。

一、文贸共融实践下民族地区中华民族共同体构建进展

(一)组织治理机制持续完善

党的领导是民族工作的根本政治保障。在多个民族自治地区,基层党组织通过“党建+文化+经贸”模式,将文化认同与经贸协作纳入基层治理体系。在广西、云南、西藏、新疆等少数民族地区依托“全国民族团结进步示范区”建设,一方面,推动了民族文化骨干部培训,提升了少数民族干部的文化素养;另一方面,促进了文旅融合和合作社经济的发展,增强了基层组织的内生动力。此外,文旅融合平台建设等措施,通过党建引领文化产业与公共治理模式创新,基层党组织在文化认同构建中起到的主体作用。例如,云南怒江州将基层党组织与旅游合作社结合,不仅有效整合了文化和自然资源,还通过制度化的党建机制提升了社区自治能力,推动组织治理机制的持续完善。

(二)经贸协同发展机制构建

经贸协同发展机制的构建,是民族地区发展的重要支撑。在区域协调发展与市场联动背景下,民族地区不断拓展特色产业链,而民族地区特色产业是文贸融合的重要抓手。如广西绣球、青海藏毯等特色产品,既是民族文化的物化表达,也是参与市场竞争的重要资源。在品牌化、规模化运营过程中,既实现经济价值,提升民族经济自主性,也在不同民族群体之间形成利益共同体,从而推动中华民族共同体意识的生活化建构。以文旅融合为例,少数民族传统节庆、非遗文化和旅游经济的结合,使文化从传统“静态展演”走向了“动态体验”,不仅推动文化消费和文化传播的市场化进程,还提升了民族之间的互动频率与深度,使经济合作成为文化认同和共同体意识的“黏合剂”。

(三)精神纽带联系加强

文化是共同体意识的情感基础。近年来,国家加大了对非遗保护、民族节庆传承支持力度,民族地区在非遗保护、民族节庆传承、语言文字保护等方面取得显著成效。广西壮锦绣带、《格萨尔》说唱、云南火把节等文化实践活动,不仅增强民族文化内部的传统传承,也成为连接不同民族群体情感认同的重要纽带。通过展演、跨区域交流互访等形式实现“文化走出去”,成为连接各民族群体的精神纽带。此外,青年一代的文化认同更依赖新兴媒介,抖音、B站等平台涌现出大批少数民族文化创作者,以短视频、音乐、舞蹈等形式展示民族风采,推动民族文化传播从“政府主导”走向“社会共创”,在网络空间形成了跨民族的情感共鸣,加强了各民族之间的精神纽带联系。

二、文贸共融下民族地区铸牢中华民族共同体意识面临的挑战

(一)文化传播力需增强,话语体系建设滞后

近年来,在国家重视与各民族共同努力下,民族文化保护传承成效显著,但也存在着显性问题。对外传播仍存在明显的“浅表化”“展演化”倾向。诸多文化符号因缺乏语境建构难以形成稳定叙事,受众难以深入理解其深层价值内核,导致文化认同转化为共同体意识的动力不足。同时,绝大部分民族地区对外文化传播多依赖政府主导的展演活动,主体能动性缺失。此外,缺乏与网络与社交媒体平台的系统叙事策略,难以在对外传播语境中占据主动地位,对外宣传能力薄弱。

(二)经济贸易体系单薄,协同机制薄弱

民族地区经济发展仍受限于资源禀赋、基础设施与人才支撑等诸多因素。许多特色产业仍停留在初级产品的简单加工阶段,附加值低,且缺乏品牌塑造与市场拓展能力,难以形成稳定产业链。民族地区企业“走出去”能力有限,参与经贸合作过程中面临资金短缺、信息壁垒、技术匮乏等多重难题,制约“文贸”共融外延发展。此外,区域联动机制比较

薄弱,不够健全,不同民族地区间在资源配置、物流配套等方面缺乏有效协同,难以整合力量共同发展。

(三)共同体认同感不足,交流方式单一

在多语言、多信仰、多文化背景下,民族间跨文化交流面临挑战。部分传统交流方式难以契合年轻群体认知需求,导致文化认同难以自然转化为行动认同。数字时代下,因缺乏适配新媒体平台的互动性、沉浸式文化交流载体,进一步削弱认同传递的广度与深度。此外,一些政策性文化交流活动内容单一且枯燥,形式缺乏创新,使得民族认同缺乏日常化、多元化、可持化机制,认同建构出现“上热下冷”局面,难以激发基层群众发自内心的最深处的情感共鸣。

(四)群众参与度待提升,缺乏主动性内生动力

当前民族地区文贸合作更多以政策推动为主,群众主动性和参与意识仍不足。部分群众将参与文化传播或经济交流视为“任务行为”,往往处于被动参与状态,缺乏主动性内在认同的情感驱动。对文贸合作带来的实际收益,如增收渠道拓宽、文化价值变现等认知不够清晰,进一步降低了群众主动参与意愿。同时,民间组织与社会力量的整合力量不足,导致文贸共融缺少“自下而上”的文化创新与经贸合作的发展动力,难以形成可持续内生动力。

三、文贸共融驱动民族地区强化中华民族共同体意识路径

(一)发挥党建引领作用,强化凝聚民族共识

党加强对民族事务的全面领导,进一步推动党建与文贸共融的深度结合,积极探索“党建+文化+经贸”模式,形成多层次、多维度协同治理格局。将党的政策优势转化为文贸共融发展优势,为民族地区文化传承保护与经贸提质增效提供方向指引和组织保障。一是推动基层党组织在文化活动和经贸合作中的组织动员能力,提升其桥梁作用;二是通过“红色+民族”教育项目,增强各族群众的共同体认同感;三是在文贸领域探索“党建带团建、党建带社建”模式,充分发挥党建的引领带动作用,实现多元力量融合共建。

(二)优化文化表达体系,展示鲜明民族特色

立足新时代文化传播新需求,依托新媒体矩阵与数字化平台,构建多语种、多场景、多维度的民族文化对外传播体系。在传播内容中融入民族节庆、传统技艺等具象化文化符号,以可感知的场景与故事传递抽象文化内涵,鼓励民族地区打造“本土表达+对外通用”叙事体系;深挖各民族文化中契合社会主义核心价值观的元素,并通过短视频、电影、纪录片、动漫等多元媒介传播;将民族文化转化为可传播、可消费的文化产品,增强对青年群体的吸引力与感染力。同时,扶持培育文化人才,强化队伍培训力度,推动文化产品向创意化、品牌化、国际化方向发展,向世界展现丰富多样的民族特色。

(三)延伸经贸价值链条,激发民族内生动力

打造“民族品牌+区域经济”为导向的经贸联动机制。同步完善产业链配套服务,如建设民族特色产业冷链物流体系,搭建数字化产销对接平台,破解产品流通与市场对接难题。支持民族地区打造地理标志产品和民族区域品牌,提升产品附加值与市场溢价能力;通过“龙头企业+合作社+农户”模式,提升产业链条完善性,实现发展共享;加强跨区域、跨民族之间的经贸合作与往来,通过民族博览会、区域协作机制等平台,推动“文化+经贸”双循环,激发民族内生动力,扩大民族产业影响力,促进民族经济“共建共享”格局的形成。

(四)创新交流交往机制,厚植共同体民族情感

立足群众需求,推动文化经贸交流机制多样化、日常化。建立“民族+青年+志愿服务”平台,打造具有时代气质的民族融合项目;推广民间“文化大篷车”、民族交往营地等基层互动活动,使共同体认同融入日常生活;依托高校、研究机构与新媒体平台,强化跨民族青年互动与认知整合的作用,培育新时代民族关系良性发展的社会土壤。同时,以数字化手段赋能交流机制创新。通过线上民族文化论坛、虚拟展览和社交媒体互动,打破地域限制,构建日常化、长效化的认同互动机制。这种线上线下结合模式,推进文化认同与社会实践共同发展,为深化中华民族共同体意识提供坚实的支撑。

四、结语

铸牢中华民族共同体意识是新时代民族工作的根本任务,也是实现国家长治久安与民族团结进步的战略要求。作为文化与经贸的交汇点,文贸共融不仅承载着民族地区经济高质量发展的现实需求,更承载着增进文化认同、凝聚中华民族共同体意识的历史使命。(作者单位:苏州大学马克思主义学院)

老年群体网络消费的障碍与平台优化策略

■ 方康乐 蔡森 代丽汗·赛勒克

在数字技术深度融入生活的背景下,我国规模庞大的老年群体在参与网络购物时仍面临显著障碍,存在被数字鸿沟边缘化的风险。本研究基于对145名老年人的问卷调查与深度访谈,剖析了当前主流网络购物平台在适老化服务中存在的问题:界面设计复杂导致操作困难、支付与售后流程繁琐、风险提示与维权通道缺失,以及社会支持体系不完善。借鉴技术接受模型与社会支持理论,本文从技术优化、服务流程重构、社会协同机制建设三个层面,提出了一套系统性的平台适老化改造方案,旨在为提升老年用户数字消费体验、释放“银发经济”潜力提供实践参考。

一、研究背景

随着我国人口老龄化程度持续加深,60岁及以上人口已超过2.9亿。然而,与这一庞大群体形成鲜明反差的是,他们参与网络经济的比例依然偏低。老年消费市场潜力巨大,网络购物平台进行适老化改造,不仅能满足老年人的消费需求,更是电商行业开拓新增长点、实现可持续发展的重要契机。

二、文献综述

(一)适老化和数字鸿沟
随着数字技术的全面渗透,人们对数字鸿沟的认识持续深化,已从接入沟、过渡使用沟,并日益演变为知识沟。在此背景下,适老化设计存在服务内容针对性不足、服务获取便捷性欠佳、服务评估与反馈机制缺失三方面问题。而在杨晋、曾辉的“关键知识图谱”中,我们也得以窥见“技术+数字鸿沟”以及“互联网”的热点趋势。这更加凸显出适老化设计在缓解数字鸿沟方面所肩负的重要使命。

(二)技术接受模型(TAM)在老年群体中的应用
美国学者Davis提出的TAM模型将影响个人接受信息技术的态度概括为感知易用性和感知有用性。这两项变量常被用来评价用户

对于某种技术的使用态度和使用的行为意向,其在有关新事物的接受预测中得到了广泛应用。

(三)社会支持理论与老年数字融入

社会支持(social support)理论主要探讨个体在社会网络中获取的协助、支持与资源贡献的机制。张一涵等将不同领域学者的研究归纳并划分出了4类社会支持研究视角,其注重功能属性与用户需求之间的映射关系。

三、研究对象与方法

(一)研究对象

60岁以上老年人及其子女家属。

(二)研究方法

1.问卷调查法
本次智能时代适老购物优化建议的相关问卷通过线上方式发放200份,有效回收145份(回收有效率72.5%),线下深入采访老人10名。

2.半结构化访谈法
访谈显示超60%老人不熟悉手机操作需子女帮助,多数老人仅用手机通讯看视频。子女代劳削弱老人主动性,老人对平台信任不足,反映公信力差、广告虚假问题。

四、研究问题

(一)技术适配与交互困境
调研显示老年用户触屏误触率35%,用户反馈按钮大小易误触,误操作后难撤销。

(二)流程复杂与代际辅助局限
相比传统购物,网购退换货和售后环节令老年人困惑。调查显示,82%的老年人最关注操作简便性。超60%的老年人缺乏学习新功能的信心和渠道,65%依赖子女帮助,但仅40%能及时获得支持,制约了老年人独立网购能力。

(三)风险感知与维权通道
针对老人的直播营销日益隐蔽,通过情感联系诱导消费,0元试用等方式刺激冲动消费。平台监管缺失、审核不严、缺乏风险提示导致老年人维权困难。

五、研究结论与建议

考核通过自动组卷与阅卷生成分析报告,实践考核则结合志愿服务数据评价党员综合能力。

四、快速响应诉求,协同治理提升幸福感

服务群是党建工作的落脚点。人工智能通过整合政务热线、社交媒体等渠道数据,构建民生诉求响应平台;自然语言处理技术自动分类诉求类型,按紧急程度分配至责任部门,并全程跟踪处理进度;机器学习分析历史数据,可预判就业、医疗等领域潜在问题。在基层治理中,协同平台整合党组织、物业、志愿者等资源,通过智能预警系统监测火灾、疫情等风险,实现快速响应。

从数据联通到智能服务,从流程优化到精准治理,人工智能正重塑党建工作的底层逻辑。未来,随着技术的迭代升级,党建工作将迈向更高效、更智慧的新阶段,为党组织凝聚服务能力注入持久动能。

(作者单位:中共张家口市委党校)

智联党建:需求导向下人工智能赋能转型路径

■ 朱颖祺

新时代党建工作面临数据割裂、服务不精准、效能不足等挑战,数字化转型成为破局关键。然而,如何让技术真正服务于党建核心目标?人工智能凭借数据治理、智能分析与精准服务能力,正为党建工作的系统性变革提供新路径。本文从需求导向出发,探索人工智能在组织建设、教育考核、群众服务中的实践框架,助力党建工作提质增效。

一、打破数据孤岛,驱动党建决策科学化

传统党建工作中,党员信息、组织活动、群众反馈等数据分散于不同部门,形成“信息孤岛”,导致决策依赖经验而非数据。数字化转型的首要任务是构建统一的数据标准与共享机制。例如,通过整合党员基本信息、工作表现、活动参与等数据,形成动态更新的党员画像,可精准识别发展潜力,为培养选拔提供依据;分析群众诉求的热点趋势,能提前预判民生问题,辅助政策制定。

二、智能优化流程,提升组织管理效能

党员管理与组织生活是党建工作的基础环节,但流程繁琐、手工操作多等问题长期存在。人工智能技术通过自动化与智能化手段,为基层减负增效。一方面,智能化管理系统可实时监测党员活动参与情况,对长期未参与者自动提醒,并生成个性化培养建议;另一方面,智能组织生活平台利用自然语言处理技术生成活动方案,通过虚拟现实(VR)技术打造沉浸式红色教育场景,增强组织生活的吸引力。

三、精准推送资源,构建个性化教育体系

党建教育的效果取决于内容的针对性与学习的自主性。人工智能通过分析党员的职业背景、学习进度与兴趣偏好,搭建个性化学习平台;基层党员可获取乡村振兴、社区治理等实务课程,机关党员则侧重政策解读与效能提升;平台还能根据学习数据动态调整计划,实时解答疑问。考核环节同样引入智能技术——理论