

邵阳作为民族聚居地区,拥有1个民族自治县、15个民族乡、56.62万少数民族人口,城步苗族自治县更是全国五个单列苗族自治县之一,文化底蕴深厚。在这片多民族共居的热土上,青年群体既是民族团结进步的见证者,更是传承者与建设者。如何善用数字媒介,把铸魂育人的宏大主题转化为青年愿看、愿听、愿参与的生动实践,是邵阳做好新时代民族工作和青年工作的一道必答题,需在内容、平台、生态、机制四个维度协同发力,走出一条具有邵阳特色的数字育人之路。

深耕本土内容,用邵阳故事打动邵阳青年。“Z世代”青年排斥生硬说教,追求真实、温暖、有情感共鸣的内容。邵阳丰富的民族文化、红色文化和乡土文化,正是取之不尽的创作富矿。2026年端午期间,邵阳时隔十年重启市级龙舟盛会,全市12个县区38支代表队千余名运动员在资江水域竞渡。城步苗乡、隆回花瑶、绥宁侗寨等少数民族聚居乡镇均选派队伍参赛,各族健儿同船挥桨、同向发力、同频冲刺;数万各族群众齐聚资江两岸,比肩而立、同观竞渡,共度佳节。这一赛事通过线上直播和短视频在全网广泛传播,“同舟共济”的龙舟精神与“休戚与共”的共同体理念高度契合,让民族团结的种子在烟火民俗中落地生根。此外,城步“六月六”山歌节、绥宁苗族“四月八”姑娘节等民族节

宽肩膀,真本领

李云娥

当前,我们该培育什么样的孩子,才能符合新时代的要求?

在讨论这个问题之前,我们先来看两个真实的故事。某天中午,大雨倾盆,校门口挤满了给孩子送饭的家长,他们举着伞站在雨中,衣服上的水珠不断往下滴,眼睛焦灼地搜寻自己孩子的身影。孩子们呢,接过饭盒,转身离开,甚至还有带着埋怨的嘟囔声,全程鲜少有孩子关心大雨中淋湿衣服的父母。这一幕,让人寒心又心惊。难道现在的教育就窄化为知识传授了?这些孩子,或许擅长考试,是父母的骄傲,但是,他们真的就优秀吗?对父母冷漠如冰,刻薄如刀,心安理得享受父母倾情付出,却无半分感恩之心。如果一个人,对父母,对家人都没有爱心,你想,他对工作,对社会,还会有责任心吗?还会努力拼搏吗?

孔子曰:“弟子入则孝,出则悌,谨而信,泛爱众,而亲仁,行有余力,则以学文。”孔子的观点告诉世人,人修德比读书治学更重要。一个人要先有温度才有高度,先成人再成才。分数固然重要,但人品才决定能走多远。

另外一个故事发生在友人家。那天,厨房的下水道堵了,维修师傅来了,发动机轰隆隆轰隆响了1个多小时,下水道勉强通了,但过了两天又

(上接1版)

看到了奋斗者站上舞台中央

龙舟的精彩,从来不止在冠军身上。

22岁的隆回姑娘曾琪,是全场唯一的女鼓手。有人质疑女性当鼓手不如男性,她一句话怼回去:“女鼓手也能做到最好!”在训练中双手磨破,资江之上,她照样鼓声如雷。这个年轻女孩用一记记铿锵有力的鼓点,回应了所有偏见。

邵阳县望江湖村党支部书记谢波,白天忙村务,晚上赶到天子湖训练,身兼两职,无一懈怠。他说:“我对龙舟是刻在骨子里的热爱。”

这些在平凡生活中的普通奋斗者,如今站上了舞台中央,成为这个端午节最动人的注脚。

在绥宁,外嫁女儿自发集资,专程赶回县城为龙舟队送行;双清区71岁的老划手龙新民重擂鼓点,浑厚乡音勾起满江怀旧;金称市镇陡石村祖孙三代同船挥桨,石马村女子队从厨房和店铺走上龙舟,村干部、全职妈妈、卤菜店女店主,此刻百桨同心;新

以数为媒 铸魂育人

邓玲丽

庆品牌连年举办,通过网络直播吸引众多网友在线观看。将这些鲜活素材转化为短视频、微纪录片、互动图文等轻量化数字产品,让青年在欣赏、参与、分享中增强认同感。

拓展传播阵地,让主流声音融入青年圈层。青年在哪里,阵地就要布到哪里。“Z世代”活跃在短视频平台、社交网络和内容社区,主流价值传播必须主动进场、精准卡位。一方面,官方新媒体账号可在内容策划、语态表达、视觉呈现上向青年审美靠拢,打造一批有温度、有锐度的品牌栏目。另一方面,要善于借助“朋辈力量”,扶持和培育一批邵阳本土青年博主、校园创作者,鼓励他们以第一视角讲述身边的民族团结故事,用同龄人的语言影响同龄人。邵阳学院等本地高校拥有丰富的青年创作人才资源,可围绕“我的邵阳故事”“民族团结青年说”等主题,开展短视频征集、话题挑战、接力创作等活动,让青年从“被动受众”变为“主动传播者”。本地主流新媒体平台,可围绕民族团结专题,常态化推送优质

内容,形成矩阵效应。

净化网络生态,为青年成长保驾护航。网络空间是亿万民众共同的精神家园,对正处于价值观形成关键期的“Z世代”而言尤为如此。要坚持激浊扬清、铸盾护航,持续营造清朗的网络生态,及时清理和抵制错误言论、负面思潮,为青年营造风清气正的网络环境。要高度关注算法推荐带来的“信息茧房”问题,引导青年全面、客观地认识国情和民族发展史,避免被片面信息所误导。同时,要将中华民族共同体意识教育融入日常、做在经常。依托“学习强国”邵阳学习平台、邵阳新闻在线等载体,开设民族知识、民族团结专题学习板块,将邵阳的民族历史文化、民族团结进步故事等内容进行趣味化加工,以答题、闯关、挑战赛等形式吸引青年参与,实现思想引领的常态化、长效化。市教育局可联合民宗部门,推动中华民族共同体意识教育进校园、进课堂,开发适合不同学段学生的线上课程资源,让民族团结的种子在广大青少年中生根发芽。

强化协同联动,凝聚数字育人工

作合力。铸牢中华民族共同体意识是一项系统工程,不能靠一个部门单打独斗,必须攥指成拳、同向发力。要建立健全宣传、统战、民宗、教育、文旅、共青团等多部门联动协作机制,定期会商研究,统筹资源配置。邵阳学院等院校要发挥理论研究优势,为数字内容创作提供学术支撑和价值把关;各县市区基层单位要立足一线,挖掘最鲜活、最生动的实践案例;主流媒体要发挥内容生产和传播渠道优势,创新表达形式;文旅部门要结合非遗保护、文旅融合等工作,提供丰富的文化素材和展示场景。可探索建立“邵阳市铸牢中华民族共同体意识数字教育资源库”,整合图文、视频、课程、案例等资源,面向全市开放共享,避免重复建设、各自为战。

身处数字时代,做好“Z世代”的铸魂育人工作,是使命也是考题。我们要主动识变、应变、求变,善用数字媒介这一时代利器,以青年喜闻乐见的方式厚植家国情怀、增进“五个认同”,引导邵阳广大青年自觉做中华民族共同体的坚定维护者、积极建设者,为奋力谱写中国式现代化邵阳篇章凝聚磅礴的青春力量。

(作者系市委党校教师)

民族团结团结进步



夏荷 刘跃华 摄

舆论软实力就是发展硬支撑。在全媒体时代,如何让医疗宣传既有专业的“高度”,又有民生的“温度”?邵阳市中心医院以“共情传播”为突破口,探索出一条从“刚性告知”走向“柔性共情”的实践路径,为公立医院形象塑造与医患关系重构提供了可资借鉴的样本。

一、传统宣传的“三大短板”

长期以来,公立医院的宣传思维与模式相对固化,一定程度上制约了传播效能的提升。一是话语“冷冰冰”。内容多聚焦技术成果、政策条文、工作动态,文风刻板、术语堆砌,群众看不懂、记不住。二是舆情“硬碰硬”。面对误解或纠纷,习惯于书面通报、事实澄清,缺乏人文关怀与情绪疏导,容易引发次生舆情。三是平台“散乱杂”。党建、科普、人文宣传各自为政,内容同质,形不成合力。破解当前这一困局,关键在于跳出“单向灌输”的思维定式,回归人民立场,用共情重构传播逻辑。

二、共情传播的“四维实践”

近年来,邵阳市中心医院坚持党建引领,紧扣群众健康需求,从话语、内容、舆情、渠道四个维度精准发力,构建起双向互动、共情共鸣的医疗传播新格局。

1. 话语转型:用“乡土味”讲好“医者事”

医院摒弃模板化、套路化的宣传文风,将专业医疗话语与邵阳本土文化深度融合。打造“‘医’说健康”科普品牌,推出《宝庆三减,蛮好!》等原创作品,用方言传递健康理念,单条短视频全网播放量突破50万次。开设“医心向党·先锋故事”“暖心瞬间”专栏,以平视视角记录一线医护的温情瞬间——电梯里紧急接生、援鄂医护十年坚守、基层岗位默默奉献……系列内容总播放量超百万次,让医者仁心可感可知。

2. 内容提质:从“重成果”转向“重民生”

围绕群众看病就医的急难愁盼,医院搭建精准化宣传矩阵。针对医保新政、分级诊疗、便民就医等热点,开展“政策速览·健康解读”活动,组织党员专家通俗拆解政策要点。创新科普形式,常态化开展党员科普直播、健康互动、基层义诊,围绕儿童健康、科学备孕、慢病康复等高频需求开展专题直播,平均完播率达100%,远超行业平均水平。2025年全年开展惠民活动50余场,服务群众超万人次,真正实现“群众需求在哪里,宣传服务就到哪里”。

3. 舆情赋能:先安抚情绪,再解决诉求

舆情处置是修复医患信任的关键。医院建立“共情前置、快速响应、真诚沟通、闭环处置”工作机制,确立“先安抚情绪、再厘清事实、后解决诉求”的核心原则,彻底摒弃冰冷刻板的公文式回应。同时设立每月“院长接待日”,畅通面对面诉求渠道。面对网络咨询、认知误解、群众诉求等舆情线索,宣传部门联合临床科室第一时间介入,耐心倾听、细致解读、主动化解。全年舆情响应及办结率100%,未发生重大舆情事件,在良性互动中持续夯实医患信任根基。

4. 渠道融合:一次创作,多端分发

医院打破平台分散运营格局,整合官网、公众号、视频号、短视频平台及省市主流媒体资源,构建全媒体传播矩阵,实现“一次创作、多端分发、精准触达”。官方平台主打权威发布与便民解读,短视频平台聚焦科普与人文故事,主流媒体深耕典型宣传与品牌塑造。线上线下深度融合,2025年宣传内容总传播量达1200万次,同比增长42%,公众号粉丝突破90万人次,群众内容满意度达92%。

三、从“传播转型”到“高质量发展”

从“单向告知”到“双向共情”,并非简单的文风调整,而是党建引领下公立医院坚守公益初心、践行为民宗旨的系统性变革。这一转型有效破解了医患信息不对称、宣传实效性不足、舆论引导力偏弱等突出问题,凝聚了全院干事创业的合力,擦亮了医院公益惠民品牌。

(作者系市中心医院党建工作部副部长)