

# 基层党组织借力品牌建设 提升影响力与组织力之道

● 巫 蓉 徐 剑

**【摘要】**强化基层党建品牌建设有助于创新基层党建工作模式,改善治理效果;改进基层党建领导方式,激发工作活力;优化基层党建资源配置,强化成果辐射力;扩大基层党组织影响力,提升凝聚力。但目前我国基层党建品牌构建依然存在品牌理念肤浅、错误,品牌价值低效、单一,品牌推广局限、被动,品牌创建功利、形式等一系列问题。这就需要提升思想认知,把握基层党建品牌内涵;找准行为发力点,突出基层党建亮点;落实行动过程,推进基层党建品牌战略实施;加大宣传力度,创新基层党建品牌影响路径。

**【关键词】**基层党组织;品牌建设;基层党建创新;党建品牌

**【作者简介】**巫蓉(1981—),女,江苏科技大学船舶与海洋工程学院副教授、博士,研究方向为大学生思想政治教育、创新创业教育;徐剑(1984—),女,江苏科技大学团委副书记、讲师,研究方向为大学生思想政治教育、大学生创新创业教育管理。

**【基金项目】**江苏高校哲学社会科学思想政治工作专题研究项目“基于思政教育延伸视角的高校制度创业教育模式研究”(项目编号:2017SJBFDY212);江苏科技大学2019年度基层党建“书记项目”“教师与学生合编党支部建设模式研究”(项目编号:2019DJSJXM001)

**【中图分类号】**C936;D262

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1003-2606(2019)22-0029-04

政策措施落实到位并得到基层群众认可,进而使群众产生切实的获得感与幸福感,是我们党创新治理、提升影响力与组织力的首要目标,也是维系、发展、巩固群众基础的必要保障。这不仅涉及党员干部的执行力,还关乎群众的认可性与配合性,单方面强调落实引导与治理行为而忽略对群众的宣传和示范,往往容易事倍功半,甚至事与愿违。因此,如何充分发挥基层党建的“强磁场”效应,使其成为辐射带动、示范引领的首要阵地,是创新基层治理的难点之一。抓党建、塑品牌,借力品牌在“产品”与“消费者”间的特殊关联效应,可有效激活基层党组织的神经末梢,高效落实党的基本路线方针,进一步提升我们党在人民群众中的地位,强化自我凝聚力与号召力。

## 一、培育党建品牌的价值所在

(一)创新基层党建工作模式,改善治理效果  
基层党建工作烦琐且具体,往往需要针对所在

地区的特有情况或现实问题有针对性地开展,能否抓住主要矛盾、切中要害,将直接影响党建工作的效率与效果。过分依赖固有的传统模式或照抄照搬他人先进经验并不一定能达到预期效果,与现实情况相背离的引导理念甚至可能招致群众反感而不被群众认同,出现越引导越混乱、越治理越低效的怪异现象,干群关系更是一落千丈、冲突不断。这就需要结合社会发展趋势和区域群众特点,立足现实问题去创新思维,创造与新问题、新情况相契合的引导模式。借力品牌建设而集中且明确地宣传基层党组织的工作理念、工作模式和关注焦点,所实现的正是理论认知与行为创新的有机结合。将先进的引导理念转化为可操作的行动方案 and 系统规划,不仅可以对群众所关注的难点、热点问题进行正面“回答”,使群众真实感受到基层党组织的服务性和以人民利益为先的价值取向,更能结合本区域特点而整体部署后续工作,引

导各部门间相互配合、通力合作,明确自我的职责范围和服务内容,即在聚焦具体问题、切实诉求的前提下,立足群众满意度而总结工作经验、创新工作模式,以品牌建设为抓手,切实推动基层党建创新,既立足眼前实际又追寻时代趋势,既解决问题又构建模式体系,确保自我治理行为更加符合时代发展的要求。

## (二)改进基层党建领导方式,激发工作活力

对于基层干部而言,其头疼和反感的工作方式就是完全丧失自主决策空间的“听话”。面对上级较为统一和宏观的指令政策,若一字不漏地机械传达,容易引致执行力不足;若自我解释空间过大,又担心理解偏差而执行有误,况且,无论采取上述何种行为,又都容易因为执行效果不佳而担责受罚,以致其更愿意以不作为的心态去维系现状,以保障自我的安全、安稳。因此,如何激发基层干部的参与活力和创新激情也就成为亟待解决的现实问题。借力品牌建设要实现的正是指令与执行的统一、指挥与操作的融合,即上级在把控治理意图与发展目标的前提下,给予基层党组织相当的灵活决策权,倡导其在明确上级具体要求、尊重地区现实条件的基础上,以更为具体、系统和独具特色的引导方案和品牌内容而瞄准现实问题和具体诉求,以正确、高效、发展的引领措施不断强化党员在党建中的主体地位,并更好地适应社会形势变化。这一“自我发挥”空间的理性扩展不仅给予基层党员干部“放手一搏”的底气和动力,具体化、创新性的治理理念更是保障了其在行动过程中的活力与热情,也使得党建工作更具生机。

## (三)优化基层党建资源配置,强化成果辐射力

当前,在基层党建工作中,无论是可投入的人力还是物力都是有限的,很难实现对基层党建工作的全面充分覆盖,所以,如何提升党建资源的使用效率也就直接关系最终的治理效果。传统的过于分散和临时性的治理模式往往是有问题则聚集解决问题,没问题则分散各行其是,很难实现经验及时系统性推广和区域性工作方式创建,行为效率和效力都较为低下,容易在面临突发情况、新问题时陷入被动。强调基层党建工作的品牌建设,正是为了解决党建资源过于分散的状况,借力系统性统筹规划,深度挖掘党建潜力,形成典型性经验,优化基层党组织工作模式,确保将有限资源优先投入关键领域,并通过局部的优秀党建品牌建设进行经验推广,提升类似的邻近地区、相同行业的党

建工作效率,使基层党建成果能够形成辐射效应。在如此高效工作方式下,所节省的党建资源又可投入其他更为薄弱的环节,最终提升整个区域的党建水平。

## (四)扩大基层党组织影响力,提升凝聚力

品牌的独特效用就在于其可以通过宣传充分展示“产品”的效能与价值,进而实现“产品”与“消费者”的深度、紧密关联。<sup>[1]</sup>基层党建品牌建设也正是希望借力基层党组织治理模式、工作方式、行为取向和服务对象的精准全面展示,使党建工作更具特色和影响力,既动员群众积极参与,又促进党建工作与群众生活紧密联系,进而确保基层群众对我们党和政府有着更为深刻的认知,在情感上信任依赖、行为上配合支持。优质党建工作经验的大力宣传又可对其他相同级别的党组织起到启发与示范效用,最终实现整个党组织凝聚力的显著提升。

## 二、当前我国基层党组织党建品牌建设存在的问题

### (一)品牌理念肤浅、错误

“党建品牌”的概念在工作中被广泛提及,但客观而言,目前并未产生广泛性、显著性效应,与传统党建工作模式相比,并未充分体现其独有的活力性与价值性。这主要在于部分基层党员干部甚至上级领导并未将党建品牌建设视为创新性治理活动,无法深入把握党建品牌的效用与作用路径,仍错误且片面地认为,这只是上级所下达的又一项任务,无法联系自我工作。只是意识到区域特性、社会趋势对自我引领、组织行为的新要求,没有真正将品牌理念融入基层党建工作,以至于被动地认为,完成党建品牌建设就是表面上“弄几个意识形态领域的课题”“提出几个理论上的新概念”即可,完全不考虑其对现实问题、真实诉求的应对情况,更不考察理论成果是否能迅速转化为工作方法,是否具有一定的代表性而可以被小范围推广实践等。可以说,部分领导干部对于品牌概念过于表面化的认知和应付性的心态,引致执行行为的完全错位,既脱离区域特有情况,也忽视实践的可行性,更无从谈及基层群众对基层党建品牌的认知和参与,无法通过品牌创建提升基层党员干部的工作积极性和人民群众的向心力。

### (二)品牌价值低效、单一

基层党建品牌效力的充分发挥不仅决定于干部的执行和操作,事实上还决定于品牌自身的深度

与广度,即必须立足现实情况、瞄准具体问题而采取措施、构建方案,但同时又必须超越问题本身的局限,结合基层党建工作深挖引导行为的创造性、实践性、发展性和适用性,以便对相似组织、同级部门形成示范启发效应,真正产生辐射效果。一旦只关注于问题本身,就事论事,则容易产生思维局限,不足以称之为品牌创建。在现实工作中,基层党建品牌之所以表现出表面化特性,与其价值内涵偏低且单一不无关系。部分基层干部往往过于注重品牌概念而忽视务实内涵,过于重视眼前工作成效而忽视行为引领示范效应,以致无法在品牌建设过程中放眼本行业、本部门而更具前瞻性、全面性地提炼出底蕴深厚的党建模式与经验,导致一些看似具备一定效果的党建工作往往只能针对某一具体问题,无法有效推广或持续发展延伸,更无法立足于某一领域而实现与经济发展、社会服务等方面的有机结合,最终表现出价值单一化、有限化特性。这势必降低基层党建工作成效,不利于扩大党建品牌的影响力、号召力。

### (三)品牌推广局限、被动

极具影响力和号召力的品牌不仅要自身极具价值,还必须被高效宣传而广为人知,否则,在竞争激烈的当下社会,就会出现“好酒也怕巷子深”的局面。当前,在我国基层党建工作中不乏效果出众、行为高效者,也有一些含金量较高、极富推广价值的基础党建品牌,但限于部分干部自身对党建品牌认知的片面性、功利性,并未将其视为提升自我治理效率的新手段,仅局限于海报、广播等传统媒介方式进行纯粹的说教式宣传,既无成效展示,也无经验模式介绍,更无先进性、创新性亮点宣传,导致基层干部群体和人民群众均无法全面知晓优秀党建品牌的价值意义所在,也就难以留下深刻影响。部分干部为“完成任务”在宣传中完全不考虑受众的反馈和特殊性,不分对象、不分情况地照本宣科,只求完成上级的宣传要求而不考虑实际效果。这不仅无法激发群众兴趣,反而容易招致反感,使群众误认为基层干部“唯上不唯下”,过分功利化、物质化。

### (四)品牌创建功利、形式

过于功利化的心态不仅引致部分基层党员干部将党建品牌视为上级下压的任务而完全应付了之,导致行为表面化、单一化,更引致其在构建品牌的过程中只注重形式而忽略实效,将品牌建设等同于面子工程。或是以响亮的口号、虚张声势的做派

脱离实际,只求“上级关注”,导致党建品牌“昙花一现”;或是以达标优先,专心于考核指标的琢磨而忽视现实情况和切实诉求,导致党建品牌设计不足、考虑不够而“事与愿违”;或是急功近利、盲目创新,不顾现实客观条件而“强行推进”“全面铺开”,导致人力、物力大量浪费。如此心态与行为,也就不可避免地导致党建品牌创建效果不彰。在过度追求眼前利益和私人利益的价值取向下,忽略了党建品牌应有的正向效应,反而导致其成为个人滥用职权的工具。

## 三、驱动基层党建创新路径的策略方案

### (一)提升思想认知,把握基层党建品牌内涵

党建品牌正向引领与组织效力的充分发挥,既要专注于品牌建设过程,更需要从思想认知上转变对其表面化、形式化、任务化的认识,即基层党员干部必须在认可品牌特殊关联效用的同时,又不局限于联系与宣传的单一功效,而是充分认识到基层党建品牌在具体治理工作中的无可替代的切实效用,从而将创建品牌的思路全面贯穿于基层党建的具体工作实践中。首先,充分认识到党建品牌所宣传的不仅是自我的工作方式与具体内容,更是理论联系实际、一切从实际出发的治理理念,还是对外展示本部门、本组织工作特色和价值取向的首要名片,想要得到群众更多的认同和支持,就有必要借力品牌建设而强化影响力和号召力。其次,在党建品牌构建过程中,必须注重以先进典型为标杆,借力良好示范而持续激发基层广大干部的参与激情和创新热情,同时以保障人民利益为根本目标,确保品牌建设的正向性和价值性。这也就必然涉及对制度准则的遵循,即品牌建设必须确保一切行为有法可依,坚决维护和尊重组织规程序,以保障组织成员对党建品牌的信任度和认可度。再次,强调党建品牌的影响力与号召力,就务必保证一切行为的服务性,即始终将以人民为中心的理念贯彻到党建品牌创建工作中,在强化干群关系的基础上,提升基层党组织的引领力与聚合力,如此也才能保证党建品牌价值的充分发挥。最后,党建品牌影响力的维系还在于后续认可度的持续提升。这就需要在党建品牌引领下为广大群众呈现出切实可感知的成效成果,以提升人民群众的获得感和幸福感,彰显党建品牌的价值效用,延续其影响力。

### (二)找准行为发力点,突出基层党建亮点

基层党建工作能否立足现实情况、针对具体问题精准发力,进行引导、指挥并取得显著成效,是关

关键环节所在。<sup>[2]</sup>这既涉及对问题的具体把控,又强调对全面趋势的精准判断。唯有满足党群的现实需求、切实解决突出问题,才能产生先锋模范作用,也只有坚持一切从实际出发,发扬民主精神,认真调研,才能找准切入点,助推基层党建工作。这就要求,一是明确基层党建品牌的首要核心就是区域内现实问题、特殊情况的高效创新性解决。唯有立足实际才可能有所建树,唯有首先契合本地实际情况才有特色可言,也才有了被推广、被效仿的可能,越是工作中的薄弱点、困难点越应成为党建品牌的亮点。二是借由对调研工作的强调而确保党建工作可以落到实处,可以转化为具体的工作内容。一旦基层党组织确立了党建品牌的方向,就要以后续细致深入的调研活动而确保干部对本区域、本部门工作特别性、新颖性的深度把握,如此方能确保党建内容的务实性和特色性,进而确定创立党建品牌的具体任务。三是对党建工作正确定位,不是将其视为对上级所布置任务的完成,而是满足工作需要、群众需要的必然之举、创新之举,进而立足本地区群众的具体利益诉求,分门别类地确立党建品牌的具体工作模式,明确品牌的具体定位。四是领导干部应理性认识到党建品牌创建并非一朝一夕之事,更非应付敷衍之举,而是事关民众切身利益的治理行为。因此,必须慎重、科学对待,既要有完整的计划,又要有可行的举措;既要联系区域部门实际,又要着眼未来发展;既要统筹规划,又要具体到人、明确责任主体,以便推进党建品牌创建的有序开展。

### (三)落实行动过程,推进基层党建品牌战略实施

如前文所述,推进基层党建品牌创建是一个长期、长久的过程,需要创新思维而不断突破,也需要立足实际而求真务实。这事实上就涉及对基层工作的目标、质量、理念、号召力等的综合考量和全面平衡,需要在遵循品牌培育一般规律的前提下循序渐进,立足“三化标准”而可持续创建。<sup>[3]</sup>首先,以质量建设为抓手,确保党建品牌方向的正确性、正向性,即以具体的可细化、能量化的指标,保证各项工作要求和任务指令贯彻于基层治理工作的全过程,体现于所有服务项目和工作环节当中。其次,兼顾特色性与实际性。既立足区域实际而针对具体问题、切实需求创新治理措施和引导模式,又结合上级指令领会治理意图而为品牌精准定位;既将党建品牌创建工作纳入常规工作,又能从基层先锋事例中提炼党建品牌,打造强劲的核心竞争力,以开放

思维深入探索、大胆实践、及时总结。再次,领导干部应充分认识到,党建品牌的效用很大程度上取决于群众的认可度与接受度。这就尤其需要关注行为效果,需要通过厘清责任边界、明确责任人而确保过程环节的务实性和可控性,即应充分关注对品牌创建工作的考核,创新多元化的定量、定性考核方式,将基层群众的评议作为重要参考依据,进一步提升品牌创建的质量。

### (四)加大宣传力度,创新基层党建品牌影响路径

含金量高的基层党建品牌若不能及时被社会公众熟知,自然无法提升其美誉度、知名度,更无法通过品牌创建而强化基层党组织的影响力和组织力。这也就意味着凸显党建品牌的价值与意义,还应注重自身宣传力度的提升,当下发达的信息传播技术也为基层党建品牌构建提供了有力的技术保证。这就要求,一是从思想上认识到宣传的不可或缺性,意识到对于党建品牌的传播不仅意在了解,更在于促进党建资源的优化配置,实现党建工作的创新与高效,以此营造党建品牌推广的良好氛围,充分调动基层党员干部参与的积极性。二是为强化党建品牌的影响力与组织力,应首先关注群众对该品牌的了解熟知程度,有必要利用“两微一端”、开展经验交流会等方式充分扩大影响,提升先进经验、先进典型的示范引领效应,进而切实发挥品牌的带动辐射效用。三是关注宣传内容的甄选,避免机械说教,要立足于优秀经验的交流。这就需要注重在党建品牌构建过程中经验教训的及时吸取,以及成熟策略和完善模式的制度化转变,如此方能确保基层党建品牌能够在更大范围内发挥作用。

### 参考文献:

- [1]叶新宇,陈铭强.品牌建设中视觉传达设计的功能与应用[J].经营与管理,2018(2):56-58.
- [2]黄意武.以基层党建工作创新引领城乡社区协商发展[J].中州学刊,2018(9):77-82.
- [3]罗宁.影响基层党建工作的因素及应对措施[J].现代国企研究,2018(10):275.

责任编辑 介明菊

E-mail: ldkxjmj@163.com

电话: 0371-63919054