

文章编号:1001-8611(2023)06-0065-08

融媒体背景下农业科研院所共青团宣传工作方式研究

徐世伟 李寅秋 谭蕴青 陆海燕 袁爱萍

(江苏省农业科学院 南京 210014)

摘要:共青团宣传工作是农业科研院所团建工作的重要组成部分,肩负着青年人才思想政治教育和价值引领的任务。随着融媒体时代的到来,如何围绕科研单位特点,构建“内容共融、时空共振、资源共享”的融媒体宣传阵地是共青团宣传工作面临的新任务和新挑战。文章分析了目前江苏省农业科学院共青团宣传工作现状,通过数据搜集、问卷调查及实例等方法分析各宣传方式及内容的优势和不足,并从树立受众意识、搭建传播矩阵、深耕传播内容、加强队伍建设等方面提出了融媒体时代共青团组织宣传工作提质增效的路径。

关键词:农业科研院所;共青团;融媒体;宣传工作;青年

Research on the Propaganda Work Mode of the Communist Youth League of Agricultural Research Institutes under the Background of Integrated Media

Xu Shiwei Li Yinqiu Tan Yunqing Lu Haiyan Yuan Aiping

(Jiangsu Academy of Agricultural Sciences, Nanjing, 210014 China)

Abstract: The propaganda work of the Communist Youth League is an important part of league building of the agricultural scientific research institute and shoulders the task of ideological and political education and value guidance for young talents. With the arrival of the era of integrated media, how to focus on the characteristics of scientific research institutes, to build "content integration, time and space resonance, resource sharing" integrated media propaganda position is a new task and a new challenge to the propaganda work of the Communist Youth League. The article analyzed the current situation of the propaganda work of the Communist Youth League of Jiangsu Academy of Agricultural Sciences, analyzed the advantages and shortcomings of each propaganda method and content through data collection, questionnaires and examples, and put forward the path to improve the quality and efficiency of the propaganda work of the Communist Youth League organization in the era of integrated media in terms of setting up the awareness of the audience, building the dissemination matrix, deepening the communication content, and strengthening the team construction.

Key Words: Agricultural research institutes; The Communist Youth League; Integrated media; Propaganda work; Youth

中图分类号:D297

文献标识码:A

DOI: 10.16849/J.CNKI.ISSN1001-8611.2023.06.018

党的二十大报告指出,“全党要把青年工作作为战略性工作来抓,要深化共青团等群团组织改革和建设,有效发挥桥梁纽带作用”,这充分体现了党中央对共青团工作的高度重视和殷切期望。农业科研院所共青团宣传工作也担负着青年人才思想政治教育和价值引领的重要任务。当今时代是一个信息爆炸的时代^[1],随着以数字化传播为主要特征的融媒体时代的到来,多元文化冲击着青年的思想意识及价值观念,团学宣传阵地处于媒体形态重塑以及新旧媒体融合发展所创造的各种机遇之中^[2],院共青团宣

传工作在找准党政所需、青年所盼、共青团所能方面将迎来新的任务和挑战。

1 江苏省农业科学院团组织架构及共青团宣传工作基本情况

1.1 江苏省农业科学院团组织及青年人员结构比例 江苏省农业科学院团组织架构为1个基层团委,下设17个团支部。全院现有35岁及以下青年科技人员331人,占全院职工总数的24.6%;40岁及以下青年科技人员650人,占比48.4%,其中,副高级

收稿日期:2023-09-21

作者简介:徐世伟(1989-),女,硕士,助理研究员,组织科副科长,院团委副书记。主要研究方向:党务与团建工作。

袁爱萍为本文通讯作者。

及以上职称人员 224 人,占全院副高级及以上职称人员的 29.4%。青年科技人员是江苏省农业科学院科技创新的主要载体,也是科技发展的中坚力量^[1]。

1.2 共青团宣传平台及宣传格局现状 近年来,江苏省农业科学院团委致力推动构建全院团组织“大宣传”格局,不断加大对思想教育、团建工作、交流共建、品牌活动及志愿服务等内容的宣传力度。目前,院共青团组织主要通过“一网一微一端”以及其他外部主流媒体平台进行宣传,已逐步完成了传统媒体向新媒体、单一媒体向融媒体矩阵的格局转变。

目前,采用的宣传方式可分为线上及线下两大类,在发布内容和受众角度方面各有侧重,线上宣传方式可进一步划分为微信及移动端推送、院网发布报道、宣传片及宣传海报,线下宣传方式可进一步划分为会议讲座和比赛活动(见表 1)。可以看出,宣传平台目前较为全面成熟,且已初步形成全院统一发声的宣传格局。有效地利用融媒体进行院共青团的宣传,使青年自觉抵制“价值雾霾”的干扰,对提升共青团组织的亲和力、凝聚力和向心力有着十分重要的意义。

表 1 江苏省农业科学院共青团宣传方式及平台

宣传方式	具体形式	发布内容	主要受众
线上宣传	微信及移动端推送	青禾·倾听、团干讲团史、我身边的“农科”IDOL	院内职工及社会人士
	院网发布报道	院内要闻、党建文化、党委工作部团青版块	院内职工
	宣传片及宣传海报	青禾科技志愿服务成效、青禾科技志愿服务优秀团队及先进个人名单、最美青年风采展示	院内职工
线下宣传	会议讲座	主题团日、团员大会、座谈会、学习贯彻党的二十大精神讨论会、青年沙龙 支委会、支部书记工作会、团青干部培训会	团员青年 团青干部
	比赛活动	科学家精神演讲比赛、青年茶话会、团队运动会、读书分享会、书籍发放、青年沙龙	团员青年
		青年生产一线调研成果交流报告会、青年志愿服务、调研活动	团员青年

2 研究方法

2.1 数据收集法 从“院团委—团支部”两级对院共青团宣传工作的现状、特点进行初步评估。通过院网对 2020—2022 年的院内要闻、党建文化、党委工作部团青版块等的新闻数据进行统计,通过官微平台对 2020—2022 年的推送数量、阅读量、互动量、热门文章类别及关键词等指标进行统计分析。

2.2 调查问卷法 围绕调查对象基本情况、宣传形式喜好度、对团青宣传工作现状、线上线下不同宣传方式和宣传内容设计调查问卷内容,以院本部 40 岁及以下的青年科研人员、管理服务人员、企业人员为研究对象进行电子调查问卷发放。

2.3 数据分析法 针对每个问题选项,通过 SPSS 统计软件进行辅助数据处理分析,从数据收集和调查问卷结果找到切入点和落脚点,分析问题短板,提出融媒体背景下农业科研院所共青团宣传方式的策略方案。

3 江苏省农业科学院共青团宣传工作的特点分析

3.1 团组织院网发布报道数量、点击量以及报道类型

1) 团组织院网发布报道数量。2020—2022 年,团

支部投稿数量比较稳定,每年均为 6 篇左右,而团委发布报道数量在这 3 年呈现递增趋势,特别是 2022 年,报道数量达到 22 篇,相比 2021 年增加 4.5 倍(见图 1),报道主要集中在“团干讲团史”“我身边的农科 IDOL”新增栏目系列,与庆祝建团一百周年系列活动策划以及院党委科学家精神锻造工程实施密切相关。

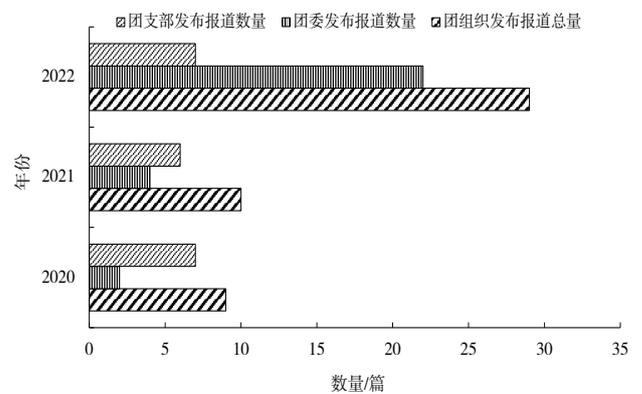


图 1 2020—2022 年团组织院网发布报道数量

2) 团组织院网发布报道点击量。对获取到的来源于院内要闻、党建文化、党委工作部团青版块及各单位部门网站 47 条数据进行分析,其中,点击量超过 1 000 次的有 4 条,点击量为>500~1 000 次的有 2 条,点击量为 200~500 次的有 16 条(见图 2)。最高点击量为 1 639 次,为 2020 年 5 月 25 日发的新闻

《院第二届青年生产一线调研成果交流报告会成功召开》。对点击量超过200次的报道类型分布进行分析,可以发现关注度前三的院网发布报道类型为科普学术交流、人物团队故事和团建工作(见图3)。

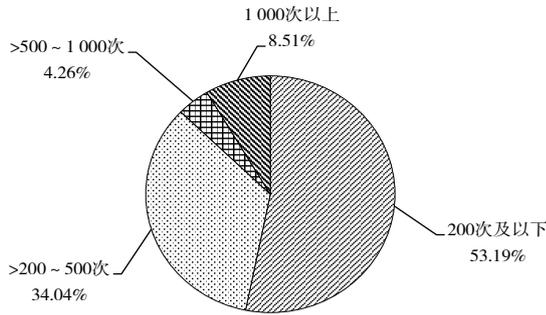


图2 2020—2022年团组织院网发布报道点击量分布情况

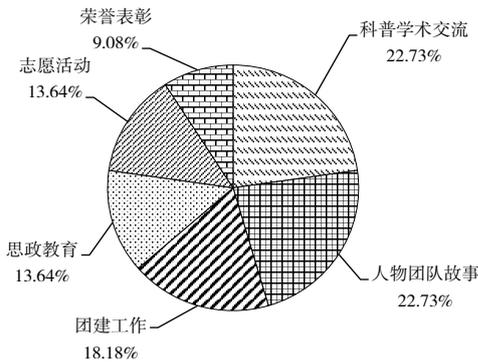


图3 点击量超过200次的报道类型分布情况

3.2 团组织官微推送数量、阅读量、热门推送类别

1) 团组织官微推送数量及阅读量。2020—2022年,院团组织在官微推送总量方面呈现递增趋势,并且近两年团委推送数量与团支部达到持平状态(见图4),这与团委加强顶层设计、策划宣传特别栏目有关。以“阅读量”为纵坐标,以“时间”为横坐标,发现3年来阅读量峰值比较密集,出现频率较高,阅读量最高点出现在2022年5月30日发布的“我身边的农科‘IDOL’”系列中首推的“心系三农 逐梦远航”微信,总阅读次数突破新高,达到2106次(见图5),新开设的微信专栏以及弘扬科学家精神线下演讲比赛的顺利举办,是推动阅读量攀新高的两个重要因素。

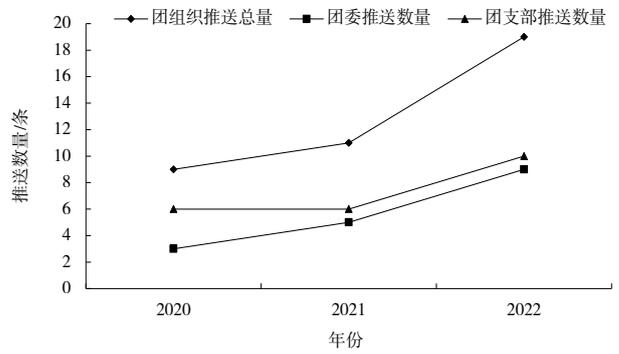


图4 2020—2022年团组织官微推送数量

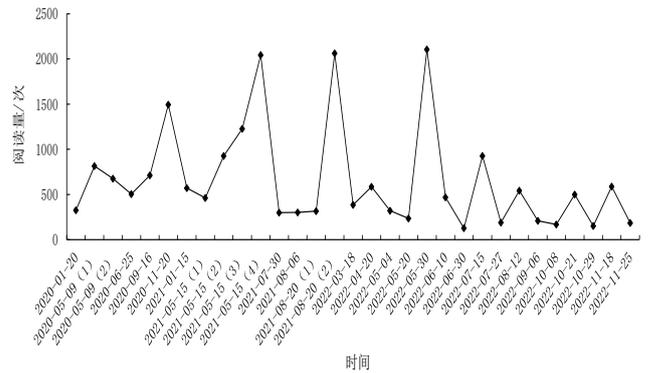


图5 2020—2022年官微阅读量情况

2) 团组织热门推送类别。对于3年内阅读次数超过500次的微信内容进行统计分析,发现阅读量高的推送可归类为最美青年等比赛活动、我身边的农科“IDOL”、青禾·倾听三个主题(见表2)。从阅读量来看,栏目内容主题的排比顺序为:最美青年等比赛活动>我身边的农科“IDOL”>青禾·倾听;从互动量来看,栏目内容主题的排比顺序为:青禾·倾听>我身边的农科“IDOL”>最美青年等比赛活动,阅读量和互动量两个评价指标在不同栏目内容主题上,呈现的是相反的效果。究其原因:比赛活动推送主题阅读量多、关注度高、受众面更广,但是重点公布的是结果和赛事流程,互动性较低;而阅读量最低的音频类推送“青禾·倾听”系列的内容集中在“科学家精神”“情感”“青春”“信仰”等主题,容易引发青年心理共鸣以及情感认同,所以话题性较强。

表2 2020—2022年热门微信文章阅读量和互动量

栏目内容主题	内容标题	阅读量	互动量(赞、在看、留言)
我身边的农科“IDOL”	90后 Idols:“团结协作”迸发创新“新力量”	505	5
	朱欢喜:—“蛋”有你,不同凡响	532	14
	傅寿仲:江河眷顾奋楫者,星光不负赶路人	544	7
	赵密珍:一颗小草莓 红遍全中国	589	12
	吕晓兰:体务农之辛苦,创智慧之农机	876	22
	心系三农 逐梦远航	2106	29

续表 2

栏目内容主题	内容标题	阅读量	互动量(赞、在看、留言)
青禾·倾听	逐梦吧,资环人!	500	6
	种子的信仰	572	22
	雕像 红杜鹃	586	28
	追忆农学前辈陈永康	713	48
	不为什么	815	26
	倡议 致青年科技工作者	676	9
最美青年等比赛活动	JAAS“最美青年”候选风采~	927	5
	JAAS最美青年个人名单火热出炉!	1 228	11
	院首届团队运动会获奖名单	1 495	21
	致最美的青春、最美的你! JAAS第四届最美青年评选高能来袭~ 更有最美青年集体视频	2 044	26
	@JAASers,农科人专属表情包,来啦!	2 064	51

4 问卷调查结果及分析

本次调查问卷发放范围为:8个专业所、4个机关管理服务部门以及1家院属企业40岁以下青年,共随机发送问卷二维码202次,回收有效问卷168份,回收率83.17%。在调查样本中,从性别来看,男生占40.48%,女生占59.52%;从年龄来看,28岁及以下22人,>28~35岁70人,>35~40岁76人;从政治面貌来看,中共党员(预备党员)占比最高,为

68.45%;从单位(部门)来看,专业所(中心)116人,管理服务部门31人,院属企业21人;从工作岗位来看,科技创新岗89人,科技服务岗31人,科技支撑岗6人,科技管理岗42人;从在创新团队中的角色以及目前的职级类别来看,各个层级均有涉及;从职称等级来看,占比顺序依次为:中级>副高级>初级或暂未评定>正高级(见表3)。调查对象覆盖范围广泛,有效支撑研究结果分析的科学性和准确性。

表3 调查样本的基本情况

变量	类型划分	人数/人	百分比/%
单位(部门)类别	专业所(中心)	116	69.05
	管理服务部门	31	18.45
	院属企业	21	12.50
工作岗位类别	科技创新岗	89	52.98
	科技服务岗	31	18.45
	科技支撑岗	6	3.57
	科技管理岗	42	25.00
您在创新团队中的角色	团队首席(负责人)	3	2.38
	团队助理	13	10.32
	团队成员	110	87.30
您目前的职级	处级	0	0
	科长(七级职员)	7	16.67
	副科长(八级职员)	11	26.19
	科员	24	57.14
您目前的职称等级	初级或暂未评定	40	23.81
	中级	82	48.81
	副高级	41	24.40
	正高级	5	2.98

4.1 宣传方式的偏好度 通过数据分析发现,在宣传工作方式中,受欢迎程度居前两位的是“图文类”

和“视频类”。相比单纯的文字和音频类,视频和图文可以提供动态捕捉、形象丰富、画面多彩的多重感官体验,呈现重点凝练简洁、传播符号多元化和受众参与主动化等特点。在宣传形式主观倾向性上与官微推送阅读量情况不谋而合,最美青年等比赛活动报道为图文类,我身边的农科“IDOL”为视频类,青禾·倾听为音频类,前两种阅读量明显高于后者(见图6),这对共青团组织宣传工作给予了启示,尤其是探索应用融媒体挖掘提炼宣传素材、讲述农科青年故事途径方面。

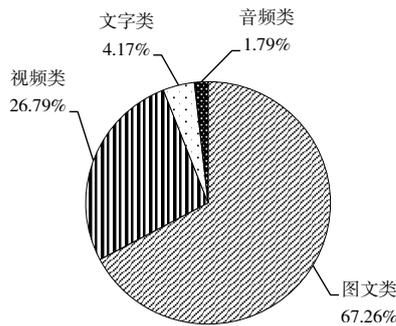


图6 青年职工对宣传方式的偏好度

4.2 团青资讯关注度、宣传内容了解度及互动方式
在团青资讯关注度方面,“经常关注”“有时关注”“很少关注”“不关注”分别占比为 46.43%、24.40%、22.62% 和 6.55%,这些数据表明青年职工对团组织的工作动态比较关注,团青宣传吸引力较好;院官微“我身边的农科‘IDOL’”系列知晓度最高,占比为 69.05%，“团干讲团史”特别策划栏目知晓度最低,占比为 28.57%(见图7)。

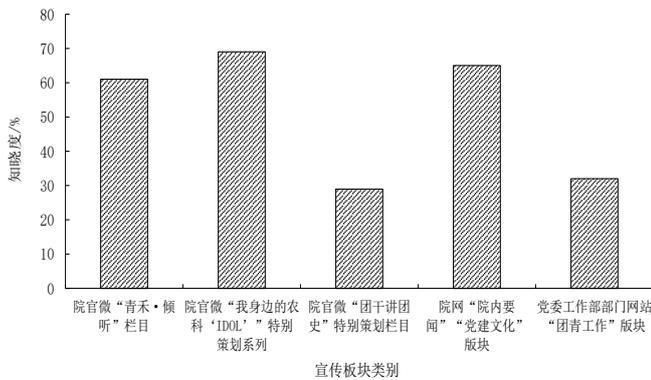


图7 青年职工对宣传内容了解度

阅读量高的微信推送互动量依然不高,问卷调查显示,47.54%的青年与微信公众平台之间的交流互动形式为“点赞”,只有 9.84% 会选择“留言评论”(见图8),从侧面表明单向宣传模式的时效性、参与性不足,没有全方位激发融媒体效能。

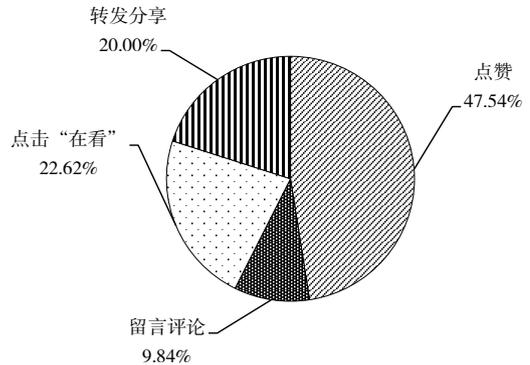


图8 青年职工与微信公众平台之间的交流互动形式

4.3 各宣传方式和内容总体评价得分 评分采用 5 分制,1~5 分分别代表不同程度,得分越高,宣传效果越好,越能吸引调研对象。从各宣传方式和宣传内容“吸引程度”和“宣传效果”两个方面对各主要宣传方式和内容做出总体评价,总体评价得分由“吸引程度”和“宣传效果”两项得分相乘得到,数据相乘后得到宣传方式和内容的总评分。

1) 各宣传方式总体评价得分。线下宣传方式中“主题团日活动”宣传形式得分最高(16.40 分),座谈交流得分较低(13.28 分),青年职工更加青睐“主题团日活动”这样的体验式、启发式、互动式的线下活动方式(见图9~图11)。

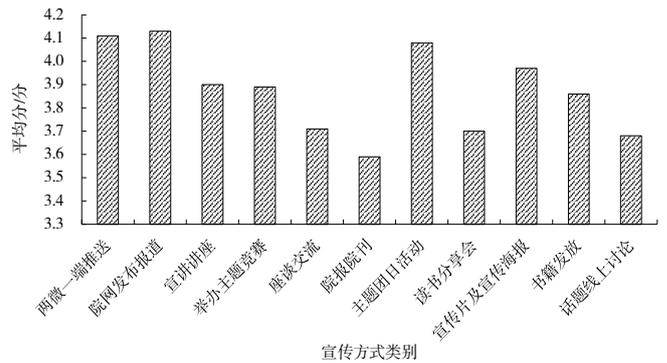


图9 各宣传方式的“宣传效果”平均分

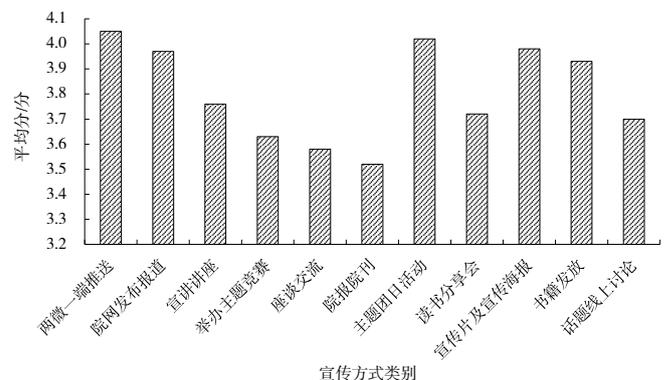


图10 各宣传方式的“吸引程度”平均分

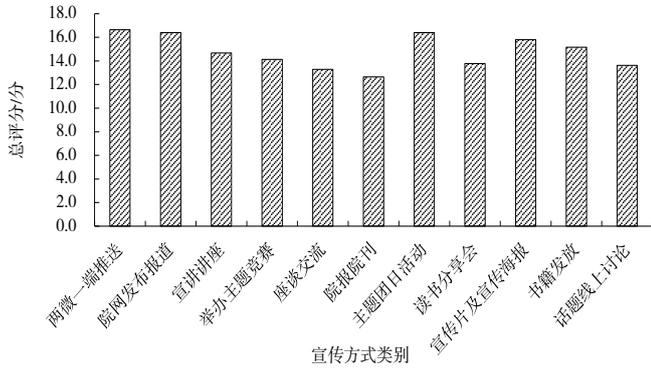


图 11 各宣传方式的总体评价得分

线上宣传中两微一端推送得分最高(16.65分),院报院刊得分最低(12.64分),院报院刊是传统的宣传方式,受众面窄、形式单一、更新周期较长,而两微一端及院网报道宣传形式多样、点击量高、更新周期短(见图9~图11)。在融媒体时代,共青团宣传工作已经不能简单依托于单一的宣传方式进行,需要融合多种线上线下宣传方式,与受众积极互动,提升受众的参与积极性和宣传效果。

2) 各宣传内容总体评价得分。宣传内容中排名前三的分别为“科技前沿”“科普活动”“人物团队故事”,总评分分别为 17.81、17.81、17.43 分,得分最低的为“思想政治教育”和“时政要闻”(见图12~图14)。

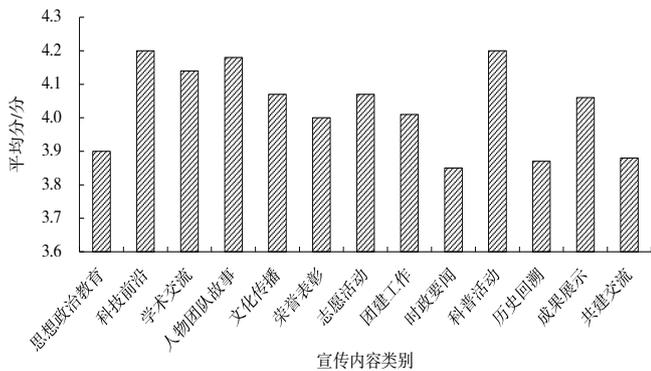


图 12 各宣传内容的“宣传效果”平均分

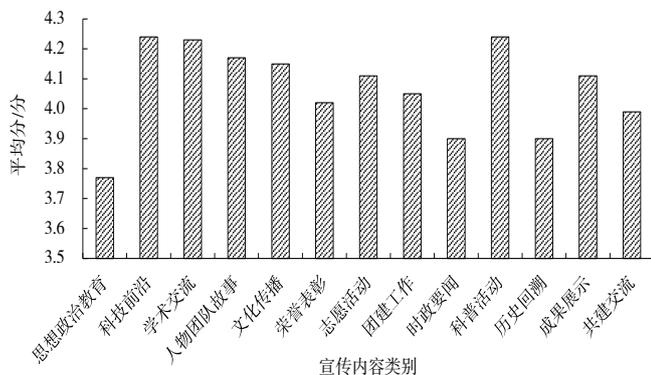


图 13 各宣传内容的“吸引程度”平均分

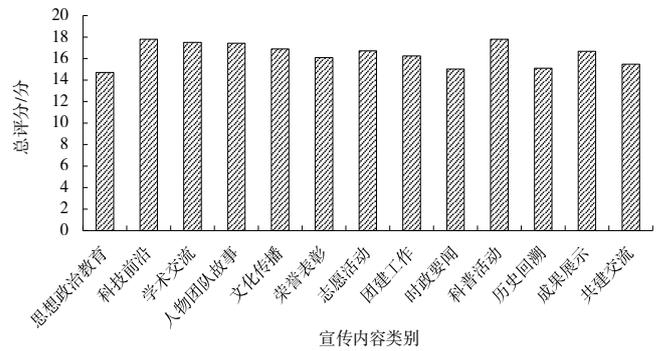


图 14 各宣传内容的总体评价得分

可以看出,思政内容意识形态色彩较浓,宣传方式多为灌输式、传导式,科技动态及身边人身边事更加贴近职工工作生活实践,关注度更高。从另一个角度反映,做好新形势下的共青团宣传工作,比以往任何时候都需要牢牢把握时代特色和青年职工的话语特征,运用青年职工喜闻乐见的话语方式表达出来,才能提升话语内容的吸引力、感染力和渗透力。

5 存在的问题及调整方向

通过调查问卷结果分析发现,“图文类”和“视频类”受欢迎程度最高;青年职工对团组织的工作动态比较关注,院官微“我身边的农科‘IDOL’”系列知晓度最高;微信推送总体互动量不高,受众与微信公众平台之间的交流互动形式主要为“点赞”;线下宣传方式中“主题团日活动”宣传形式总得分最高,座谈交流总得分最低,线上宣传中两微一端推送最高,院报院刊得分最低;宣传内容中排名前三的分别为“科技前沿”“科普活动”“人物团队故事”。结合现状评估数据可知院共青团宣传工作依然存在宣传内容单一、线上线下联动较少、宣传方式创新不够等问题。

5.1 宣传以单向输出为主,缺乏互动 一是信息宣传常采用灌输的方式,职工更倾向于关注科技动态、身边故事、主题活动等话题,宣传工作必须转变思想,从传统“绝对话语权”的行政管理思想转变为“以青年为中心”的宣传思想^[4];二是宣传交互作用未充分发挥,黏性欠佳,平台活力和吸引力不强;三是院办统筹管理宣传工作,没有团青专属公众号,传播方式单一,缺乏新媒体的互动性^[5]。

5.2 宣传方式方法单一,缺乏融合 一是对新媒体认识不足。当前,农业科研单位共青团在对外宣传工作中,与权威网络媒体合作不多,新媒体应用较少。二是存在渠道分散、定位模糊问题。“一网一端”媒体矩阵虽已形成,但目前各个平台之间没能实现统一规划、资源共享、协同发力,新旧媒体之间

的融合度非常低^[6]。三是宣传工作的扁平化程度不够,存在层级化现象^[7]。院团委和基层团支部之间的宣传渠道尚未完全打通,仍处于“各自为阵”的状态。

5.3 宣传吸引力不足,缺乏创新 首先,院共青团在融媒体平台发布的内容需要与院官方网站风格趋同,受限于固定模式不能展示个性化风格。其次,推文视域不宽,类型有待丰富。从院网微信推文内容可知(见表2、图3),推文内容一般聚焦于院共青团活动的宣传,如各类活动的预热、宣传或结果展示,不能精准地抓住青年的关注点。最后,在语言风格方面,话语体系错位^[8],少有互动性、话题性的讨论。

5.4 专业化程度不够,缺乏技术 做好共青团的宣传工作,关键在人^[9]。一方面,专业技术人员仍然比较缺乏,宣传力量薄弱。院团干部均为兼职,无新闻或信息传播学相关专业背景,宣传效能和专业化程度不高。另一方面,运行合力不强,分工有待细化。从前期的策划构思、主题拟订,再到后期文章撰写、审稿修改等一整套系列流程,环环相扣,对宣传团队的专业素养及分工协作能力有较高的要求,但目前宣传人员这些方面的能力不足,有待进一步提升。

6 融媒体时代共青团组织宣传工作提质增效的路径探索

要做好共青团宣传工作,就必须着力从树立受众意识、把控宣传方式、甄选宣传内容、提升宣传队伍能力四个方面提升宣传质效,有效推动科研院所共青团宣传工作从“金字塔形”向“扁平化型”、从“自上而下”向“交互共建”、从“内容灌输”向“平台引导”转变,精准定位、突出特色,构建“融媒体矩阵”宣传工作格局。

6.1 树立受众意识,彰显“青年本色” 习近平总书记提出,做好宣传思想工作要因势而谋、应势而动、顺势而为。新时代农业科研院所共青团宣传工作应充分尊重受众的主体地位,从实际需求出发,分析青年在思想意识上存在的差异性^[10]。一是深入调研把准青年脉搏,准确把握青年话语体系的时代特点,以青年喜闻乐见的形式来宣传;二是加强与青年的联系,通过调研座谈等方式问需、问策、问效于青年,树立基于平等互动、注重需求的受众导向;三是建立有效的话语反馈机制,通过新媒体形式加强与青年的互动交流,从反馈中了解表达方式与传播路径的效果。

6.2 搭建传播矩阵,发挥“交互作用” 充分运用融媒体优势,营造良好的内外舆论环境,对于农业科研院所的发展至关重要。一是宣传载体融合。积极开

拓宣传途径^[11],找准各平台的独特受众与显著特点,充分利用以主题团日活动等为代表的“传统舆论场”和以“一微一端”等为代表的“网络舆论场”,形成宣传层级上下互动、新老媒体横向配合的现代农业宣传新格局。二是平台渠道融合。做足“全员媒体”文章,通过加强与各基层团组织的宣传联动,激发基层团支部宣传活力,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融”的整合协同目标^[12]。三是话语体系融合。针对青年具象化、浅阅读、碎片化的阅读特点,采用问卷调查中反映的大家喜闻乐见的图文呈现等方式,融入青年群体的符号体系,同时抓住五四青年节、国家公祭日等重要节点开展主题教育,促进文化自信^[13]。

6.3 深耕传播内容,创新“叙事话语” 共青团宣传要始终围绕农业科研中心工作,引导广大干部职工关心“三农”热点,凝心聚力为江苏农业现代化发展提供良好发展氛围。一是要贴近生活实践,围绕不同岗位类别、年龄层次青年需求,在职业生涯规划、业务培训、共建交友等方面寻找切入点,进而推出更多“沾泥土”“带露珠”“冒热气”“表青声”的宣传报道。二是从青年中遴选榜样,发挥典型的示范带动作用。深入开展优秀青年寻访活动,深度挖掘科技志愿服务优秀个人、“最美青年”等人物团队故事典型,发挥好老一辈农学家先进典型的“标杆效应”。三是巧用文化符号,形成自身鲜明特色。江苏省农业科学院设计了独具本院团青特色的“青禾”品牌IP形象及衍生表情包,将其作为宣传平台的吉祥物等文化标识,提升趣味性、互动性。

6.4 加强队伍建设,增强“团学色彩” 共青团融媒体平台的建设需要不断提高运营团队的专业水平,打造“团字号”“青字头”宣传阵地。一是定期开展业务能力培训。邀请资深记者、编辑针对团宣主题对各级团组织宣传委员进行新闻采写培训^[14],提升宣传委员融媒介素养、互联网思维、综合协调能力。二是推动宣传队伍转型发展,在宣传队伍中纳入能够熟练运用各类文字、图像视频编辑工具的复合型人才^[15]。三是建立科学的激励机制,将宣传工作与年底团支部对标定级考核、评奖评优等相挂钩,激发宣传人员自身能动性,由“规定动作”逐步过渡为“自选动作”,提升融媒体素养、挖掘积累素材潜能、讲好农科身边故事,用“一懂两爱”情怀做好融媒体时代团青宣传工作。

7 参考文献

[1] 龚芳芳. 国企党建宣传工作的融媒体传播策略分析[J].

- 活力,2022(10):172-174
- [2] 门晶璇. 融媒体环境下团学宣传工作的实效性研究[J]. 大众标准化,2021(14):121-123
- [3] 戴晋,王磊,韩红. 科研院所共青团工作现状及建议——以漯河市农科院为例[J]. 农村经济与科技,2018,29(19):294-295
- [4] 何琳,钟学娥,牛洁,等. 两微一端背景下高校共青团思政宣传策略研究[J]. 成都航空职业技术学院学报,2017,33(2):68-71,82
- [5] 董指奥,胡志伟,陈佳奇,等. 基于新媒体矩阵视域下高校共青团育人模式建构的探索与研究[J]. 记者观察,2020(35):94-95
- [6] 崔馨. 媒体融合下的高校宣传工作转型分析[J]. 西部广播电视,2022,43(8):63-65
- [7] 杜鑫. 打造团属新媒体助力共青团宣传思想文化工作实践研究[J]. 新生代,2020(1):20-25
- [8] 王春花. 新时代面向00后的团学宣传思想工作探究[J]. 教育教学论坛,2020(34):9-11
- [9] 李佳佳,李茹茵. 简述新媒体时代高校共青团宣传思想工作的创新[J]. 老区建设,2020(8):30-34
- [10] 龙莉. 基于新媒体的高校共青团思想工作宣传机制创新[J]. 办公室业务,2019(12):15-16
- [11] 徐清. 媒介融合背景下高校共青团宣传工作模式的创新路径探索[J]. 传播力研究,2019,3(32):13,15
- [12] 张楚黛. 融媒体环境中高校共青团宣传工作实效性研究[J]. 现代交际,2020(10):15-16
- [13] 赵露,陈姘月. 对提升高校共青团宣传思想文化工作引领力和塑造力的研究[J]. 新生代,2019(3):18-20,39
- [14] 黄嵩. 基于新媒体平台的高校共青团宣传工作方法探索[J]. 学校党建与思想教育,2022(17):84-86
- [15] 方森晖. 新媒体时代高校共青团宣传思想工作创新研究[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2019(7):25-27

(上接第20页)要完善奖励机制,提高科研人员的福利待遇水平。例如,科研项目可以根据不同级别和难度,对科研团队中项目主要负责人员和辅助人员设置不同的奖励标准,对于某一重大项目或有突出贡献的科研人员进行单独奖励。二是要进一步优化职称评定体系,对不同类型科研人员进行分类评价。例如,为加快农业科技成果转化进程,在职称评审时对从事农业科技成果转化的科研人员给予适度的倾斜,以调动科研人员投身成果转化工作的积极性。三是要完善岗位聘任制度,建立与科技评价体系相配套的薪资体系^[12]。

4 参考文献

- [1] 唐仁健. 锚定建设农业强国目标 切实抓好新时代新征程“三农”工作[J]. 中国合作经济,2023(3):49-55
- [2] 韩洁,于文静,高敬,等. 为加快建设农业强国而努力奋斗——从中央农村工作会议看新时代新征程“三农”工作战略部署[J]. 中国合作经济,2023(1):20-24
- [3] 顾益康,苏玉婷. 建设农业强国的创新思路[J]. 农村工作通讯,2022(22):15-17
- [4] 柳楷婧,柳世君,程辉,等. 农业科研院所助力强农兴农的路径研究——以信阳市农业科学院为例[J]. 农业科技管理,2019,38(6):60-63
- [5] 张宇,张玉. 浅述我国现代农业发展趋势[J]. 农业开发与装备,2021(10):84-85
- [6] 陈福时,陈井,万贤贤,等. 我国农业科技政策演进与发
- 展[J]. 中阿科技论坛(中英文),2021(10):40-44
- [7] 路燕,赵博,田云峰. 加快农业科技创新 赋能农业高质量发展[J]. 农业科技管理,2021,40(2):15-17,27
- [8] 佚名. 聚焦要害短板 加快推动农业科技进步——农业农村部科技教育司负责人就《“十四五”全国农业农村科技发展规划》答记者问[J]. 中国农垦,2022(2):4-5
- [9] 吴新颖,赵艳侠. 科技创新助推农业发展的现状与建议[J]. 科技智囊,2020(1):29-31
- [10] 李斯华. 以新发展理念引领农业科研院所高质量发展的思考——以吉林省农业科学院为例[J]. 农业科技管理,2022,41(1):1-4
- [11] 王小虎,陆建中. 农业科研院所学科特点与学科建设研究[J]. 农业科技管理,2013,32(1):5-8
- [12] 黄其振,陈杰. 湖北省农业科技发展存在的问题及对策[J]. 湖北农业科学,2019,58(24):246-250
- [13] 曾勇. 成渝同城化的可能性与操作性[J]. 四川省情,2018(8):42-43
- [14] 陈琳,蒋鹏,郭小蛟,等. 加强省级农业科研院所科研项目管理的思路探讨——以四川省农业科学院水稻高粱研究所为例[J]. 农业科技管理,2022,41(5):70-71,76
- [15] 范本荣,范卫华,栗慧卿. 基于流程再造的科研项目管理初探[J]. 农业科技管理,2021,40(4):57-59
- [16] 韩瑞娟,陈少愚,王晴芳,等. 农业科研院所成果转化现状及转化路径分析——以湖北省农业科学院粮食作物研究所为例[J]. 农业科技管理,2020,39(6):71-74,91
- [17] 苗芳. 农业科研院所科研创新团队的建设[J]. 新农业,2022(18):94-95