

安全运行超千日 数字赋能新征程

6月17日,内蒙古电力集团包头供电公司自主构建的数字应用实验平台累计安全运行超过1000天。1000天的跨越,不仅是时间的刻度,更是对平台稳定性、可靠性的硬核认证。

三年来,该公司坚持党建引领,认真落实国企改革工作部署,坚定贯彻内蒙古电力集团数字化转型要求,紧密围绕数字化赋能业务提质增效核心目标,持续推进数字应用实验平台建设,通过数字技术创新应用,成功破解了传统信息系统管理存在的资源孤岛、运维低效、弹性不足等行业难题。

站在千日节点回望,该公司数字应用实验平台建设历历在目。建设初期,该公司数字化团队面临技术路线

选择难、项目建设资金少、硬件服务器不足等挑战,为保证建设顺利,并认真落实“过紧日子”要求,该公司充分发挥党员干部的攻坚克难作用,从旗县分公司搜集的30台退运服务器中优选6台,整合剩余服务器的可用硬件,分步配齐必要组件,最终成功搭建CPU核心300余个、内存容量超2T、显存容量96G、硬盘空间176T的基础算力集群。如今,数字应用实验平台已成为该公司数字化业务的核心支撑,实现了该公司统一身份认证、组织绩效管理系统、综合管理平台、电力客户数智赏析工具、廉洁云等全部自建数字化应用的虚拟化运行,通过构建节约集约自建信息系统管理新模式、

创新应用Open Stack多功能管理等成熟技术,合理利用退运服务器等可用资源,该公司大幅降低了信息化建设和运营成本,可靠保障了各业务的数字化应用需求。

从第一行代码编译通过到第一个业务系统迁移上线,从基础设施架构分步搭建到安全防护体系层层筑牢,这颗承载着该公司核心业务的“数字心脏”,保持了零重大故障记录,成为支撑该公司数字化转型的关键引擎。数字应用实验平台更为该公司AI智能助手提供了强大的算力与数据支撑,使其能够高效运行营配数据治理百问百答、审计智库、合规指引等智能体。AI智能助手将内蒙古电力集团

和该公司现行有关标准、问题及答案整理存入数据库,当员工对工作流程规范提出问题时,AI智能助手可依托平台算力快速检索匹配知识库,以通俗易懂的语言返回准确解答,大幅提升了员工获取专业知识的效率。

千日坚守,初心如磐。该公司数字应用实验平台运行日指针跳转到1000时,背后是运维人员的日夜守护,是11项软件著作权的创新积淀,更是数智技术赋能基层的生动实践。该公司将坚持“党建+数字化”模式,加快推动数字化转型升级,为公司生产经营工作赋能增效,集约化提升专业管理及企业管理效能,助力企业高质量发展。(杜鸿鸣)

加强理论武装 汇聚奋进力量

内蒙古电力集团包头供电公司认真落实国企改革要求,聚焦“四化”学习目标,创建“一堂双带”工作模式,充分发挥“鸿雁学习讲堂”主阵地作用,以党委中心组学习带动领导干部思想理论素质提升,以学习型党组织建设带动学习型企业建设,教育引导广大党员干部职工树牢“三个理念”、履行“三个责任”,为助力内蒙古电力集团进军中国企业200强、服务地方经济社会高质量发展最大程度贡献力量。

突出“三个统筹” 建强“鸿雁学习讲堂”

统筹体系建设。印发公司《“鸿雁学习讲堂”建设方案》,全面构建“第一议题”及时学、中心组研讨学、读书班系统学闭环学贯体系。建立由宣传部门牵头、各部门协同负责、基层党组织具体实施的工作机制,形成公司、基层单位、班组“三级学习矩阵”,广泛开展以集中领学、个人自学、讨论深学、专家讲学、参观践学、赛训带学、实践验学的“七学”活动,积极营造出共学同悟良好氛围。该讲堂在内蒙古电力集团系统内唯一两次荣获自治区“示范学习讲堂”殊荣。

统筹安排部署。聚焦“凝心铸魂”工程,明确“1条主线+N项学习任务”,联合知名高校和内部讲师,建设师资、课程、基地三个“学习资源库”,做到紧跟党中央、紧跟要求学、紧跟形势学,2024年度学习习近平总书记重要讲话39项。将理论学习和理论宣讲有机结合,构建专家教授讲理论、先进人物讲事迹、技术能手讲业务、一线职工讲体会的大宣讲格局,深入开展“鸿雁传理 声声入心”专题宣讲近800场,较2023年多150场,理论宣讲获自治区国资委表彰。

统筹流程管理。运用“精学原文+深入解析+共谋良策”学习方法,构建“明确主题—一会前自学—集中研讨—落地实践”工作闭环,以“清单式”管理抓实抓细中心组学习各环节、全过程。加大基层督导力度,组织开展联学互学,实施“年度有安排、月度有文摘、成果广宣传、成效定期查”管理模式,提升整体理论学习规范化、制度

化水平。党纪学习教育期间,组织“五学一讲”主题活动332次,2名职工分获自治区国资委“学习强国”优秀管理员、学习积极分子。

突出“三个坚持” 提升“鸿雁先锋”质效

坚持以上率下。充分发挥“关键少数”头雁引领作用,建立中心组理论“双库”(课题库、成果库),围绕主责主业等重大课题,梳理汇总调研课题25项。创新研讨“领题+点名”模式,组织职能部室负责人、基层党组织书记主动参与交流,随机抽点列席人员发言,推动同题共研共学同发力,切实以学赋能促提升。中心组成员2篇文章分获2024年电力企业管理创新论文大赛一等奖论文、中国企业管理协会精神文明强企优秀成果一等奖,荣获集团公司及以上创新奖励21项,再获国际质量管理大赛金奖。

坚持多维联学。运用“共建联创+对标破题”模式,与包头市达茂旗委等56家党组织签署共建联创协议,选派优秀干部人才赴国网青岛供电公司、南网深圳供电局对标学习,累计赴青岛、赴深圳交流总人数达266人,52项“对标破题”项目高效落地,典型经验做法获国务院国资委肯定推广。以班子带头领学、职工集中深学、代表巡回讲学、驻村包联引学“四学融合”深入学习党的二十届三中全会精神,围绕铸牢中华民族共同体意识工作主线,组织民族团结进步创建“互观互学”“石榴籽微课堂”等特色活动,推动新增3家市级民族团结进步示范单位。

坚持学用融合。坚持把理论学习同解决企业发展实际问题相融合,以国资国企改革、加快构建新型电力系统等重点工作确定选题,班子成员带头包联走访重点企业68次,通过中心组学习深入研讨,结合阶段性工作,讨论存在问题,展示调研成果,积极服务大局、联系群众、推动发展,切实把学习成果转变为带领干部职工承压奋进,年售电量连续两年稳居自治区盟市供电公司首位的生动实践。

(李一博)

新媒体时代电影美学新特征与情感表达

电影自诞生以来,便与技术发展紧密关联,技术的每次革新都极大地推动了电影艺术的进步。作为数字技术产物的新媒体,对大众生活的方方面面都产生了影响,同时也驱动着电影创作与传播的不断创新,重新塑造电影美学以及情感传达新模式。深入探究电影美学构建及其情感表达模式,有助于电影人更好把握新媒体时代电影创作新思维,探索电影艺术与科技的融合道路,为未来电影创作提供参考。

满足观众真实期待

电影以影像叙事,是人类基于现代技术的艺术创作。新媒体时代下,数字技术在不断颠覆和重构现代人的感官知觉,成为影响电影本身质感的重要物质手段,带给观众全新的审美体验。第一,审美期待由“真实”转向“震惊”。审美期待是观影前观众对电影艺术审美的心理预期。在早期电影审美中,观众将真实性作为评判电影美学的重要标准,描绘的对象是真实的,对象的呈现需符合大众视觉审美诉求。新媒体时代,观众在满足真实期待的同时,更加注重电影场景所带来的惊奇感,获得更高层次的审美愉悦。第二,审美感知由“视听”转向“多感官”。电影是一种视听艺术,用声音和影像的综合形态与观众进行思想情感交流。新媒体时

代催生了新的电影技术,影音系统与运动平台的结合,再配以“风、雨、气味”的特效,让电影突破纯粹的视听感知范围,使观众获得视、听、触、味等多感官的艺术体验。第三,审美认知由“经验”转向“体验”。现代电影借助画面和音效为观众构建了基于现实但有别于现实的虚实交融世界,超出普通人的审美经验,是传统电影叙事难以企及的,通过夸张、象征、意识等叙事方式,受时空限制随意拼接、组合、转换和创造理想与现实的内容,推动观众审美认知由经验向体验转变,进而感受到更深层次的情感力量。第四,审美愉悦由“静观”转向“沉浸”。数字技术的快速发展,扩展了现代电影的艺术创作空间,在增强其艺术表现力的同时,促进观众审美趣味发生迁移,由对“说故事般”的欣赏,转变为电影艺术视觉奇观刺激的沉浸,实现全神贯注式的情感投入。3D立体电影技术的加持,让观众仿佛置身于电影中,完全沉浸在电影情节中,并搭配合理的光效、音响、机械等技术,可以把实景完美融入电影中,使观众仿佛身临其境,给观众带来前所未有的观影体验。

加强互联网思维表达

电影发展始终不可能置身于科技发展之外,新媒体时代的到来,改变了电影美学特征,为观众提供了更加优质的观影体验。在电影宣发中,应加强互

联网思维,发挥新媒体交互性优势,通过“感情牌”进入大众内心世界,以情感共鸣为切入点达到营销目的。

首先,注重电影的内涵和深度。电影的内涵与深度是决定电影质量和情感传达效果的主要因素。新时代,观众可选择的电影范围不断扩大以及获取电影信息的渠道更加多元,对电影的品质要求也更高。因此,电影人应守好品质关,注重提升电影内涵与深度,实现有效的情感传递。一是高度重视剧本创作。电影制作团队应优先选择与经验丰富的编剧团队携手合作,给予编剧足够的尊重,留足打磨、精进时间,提升电影剧本质量,强化观众情感体验。同时,电影剧本创作应关注现实问题,通过多样化的角色刻画,直面现实痛点下的大众情感需求,引发观众情感共鸣。二是加强影像语言的视觉冲击力。电影制作团队应在电影视觉效果和后期制作中合理运用人工智能、虚拟拍摄、虚拟预演等新技术新装备,实现空间布景、人物形象塑造的精细化处理,营造出独特的氛围效果。

其次,实施多元的电影宣传策略。新媒体时代,观众观影需求发生了很大改变,电影行业利用新媒体营销成为主要趋势,因而电影情感传播也应探索多元化宣发策略,提升电影市场影响力。一方面,加强电影院线与在线视频平台的合作。电影院线作为传统的电影放映渠道,有着独特的大屏幕和影院体验,是观众情感交流与释放的空间。随

着在线视频平台的兴起,越来越多观众开始选择在家中通过电视、电脑或手机等设备观看电影。因此,电影制作团队可加强与在线视频平台的合作,在电影上映之前开启系列预热活动,通过线下发布会直播、嘉宾访谈、线上路演、线上推介等方式,实现观众与演员、导演的零距离互动,既增强观众参与感,同时也基于演员和导演对电影的解读,以便让观众更好地理解电影的主题和情感。另一方面,借助社交媒体的营销力量。电影制作团队应在电影拍摄过程中,甚至是电影拍摄前便开设社交媒体官方账号,定期推送电影相关花絮、幕后故事等内容,鼓励观众在社交媒体上分享观影体验和评论,由此实现由点到面的扩散宣传,也在无形中加深了对电影主题情感的理解。此外,电影制作团队也需注重情感营销,根据电影的特点量身打造“情感先行”的营销策略,以唯美平面物料和视频物料烘托氛围,并选择与社会热点相关电影话题为营销造势,进一步拉近与观众之间的距离。

电影是大众审美、流行文化和社会思潮话语交织的场域,因而电影产业发展不仅关乎其自身,也是人类历史、文化、心理的重要反映。以新媒体对电影美学构建的影响为切入点,我们可以管窥数字技术对整个产业数字化转型升级的推动作用。因此,电影制作团队应结合新媒体时代大众的审美变化,重构电影美学与情感表达,以实现更加广泛的传播影响力。(阿坝师范学院 卜凡)



草原云

闻天下 向未来



扫一扫下载