

人工智能对商业银行人力资源的挑战及对策

■ 邢晓倩

随着互联网、大数据、云计算等技术的快速发展,已有60余年发展史的人工智能技术的应用范围不断扩大。近年来,ChatGPT的发展更是将人工智能的话题讨论推向新的高度。伴随着人工智能技术的不断进步,为商业银行带来机遇与挑战,商业银行传统的人力资源管理也面临着巨大的挑战。

一、商业银行的人工智能技术应用历程

当今,人工智能技术在商业银行广泛应用。广义来说,人工智能技术在商业银行的应用场景包括:银行业务发展所需要的智能风控、智能营销、智能投研、智能运营等,以及客户层面感受比较深刻的日常业务办理、移动支付、网上信贷等。纵观人工智能技术在商业银行的应用历程,大致可以分为三个阶段。

第一阶段:管理和办公的信息化阶段,可以理解为人工智能影响的初始阶段。在这一阶段,商业银行通过硬件安装和软件升级实现了电子化、无纸化和部分自动化,提高了业务效率,减少了业务出错率,降低了运营成本。在该阶段,人工智能技术对人力资源的影响主要表现为对客户受教育程度的同时,也加大了对相应智能工具应用的需求。在此背景下,商业银行在普遍提高员工受教育程度的同时,也加大了对相应智能工具应用的培训,商业银行员工的年轻化态势开始初步显现。

第二阶段:组织和业务互联阶段,可以理解为人工智能影响的加速阶段。在这一阶段,由于新技术的推动、疫情的倒逼以及业务范围不断扩大等因素的影响,商业银行的人工智能技术应用的范围及深度不断强化,商业银行实现数字化转型开始提上日程,在前台部门人工智能发展的基础上,

开始关注中后台部门的数据支撑作用,并初步实现了组织和业务的人工智能。在此阶段,商业银行积极打造以客户为中心、以数据驱动流程再造的管理理念,并初步具备智慧、敏捷、高效和柔性的组织能力支撑日益复杂多样的日常业务运营管理环境;同时,金融产品设计、流程设计、客服管理、业务监管等方面初步实现了人工智能。在该阶段,人工智能技术对人力资源提出更高要求,传统业务流程被更为便捷而安全的数智流程所取代,商业银行的经营模式、组织机构、绩效考核开始出现不同程度的调整。

第三阶段:组织和业务深度人工智能阶段,可以理解为人工智能影响的成熟阶段。该阶段,商业银行自觉拟定人工智能战略,有专门的人工智能投入资金,金融科技投入资金不断加大,有专业的人工智能科技人员,各模块业务系统逐步向云端迁移,人工智能资产先进而不断更新,中台部门的数据支撑作用开始凸显,人事、财务、审计等内部管理均实现了人工智能,人与人、人与组织沟通便捷而高效,组织结构也随之调整;业务方面,产品开发、产品营销、客户服务、风险控制等方面在大数据、人工智能、云计算等技术的支撑下实现人工智能,金融服务效率大幅提升,金融服务成本不断降低。该阶段,人工智能技术对人力资源具有深远的影响,随着人工智能程度的不断提升,商业银行对一般职员需求量大为减少,对专业的科技和数据人才的需求量不断增加,基层银行网点数、柜员数均呈现减少趋势。

二、人工智能对商业银行人力资源的挑战

人工智能会颠覆商业银行的传统工作方式,也必然会给传统的人力资源带来巨大挑战,可归纳为以下三方面。

第一,人工智能会加速促进商业银行人工替代。马克思在《资本论》中

曾指出:“劳动资料一作为机器出现,立刻就成了工人本身的竞争者。”李开复在《人工智能》中预测,随着人工智能技术的发展与普及,未来10年估计有50%的人类工作将会受到人工智能的影响,其中翻译、助理、保安、销售、客服、会计、司机、家政等几种职业,预计将有90%的人被人工智能取代。因此,人工智能技术在商业银行的应用也可能造成“机器替代人工”现象。早在2018年4月中国建设银行就诞生了国内首家无人银行,据多家商业银行的年报显示,近年来,多家银行的离柜业务率不断提升,境内机构数不断下降,境内员工数不断减少,这在一定程度上说明人工智能促进了机器对人工的替代。根据工商银行2018年以来的年报显示,4年来,工商银行境内员工数已由2018年的433609人减少到2022年的404090人,减少人数将近3万余人。

第二,人工智能会给商业银行带来新型人力资源需求。人工智能在替代传统岗位的同时,也会给银行带来新的人力资源需求。马克思曾指出:“要使社会的新生力量很好地发挥作用,就只能由新生的人来掌握它们。”同样,人工智能作为一种“新生力量”出现,商业银行也需要一些专业型、创新型的员工去从事相关工作。人力资本理论表明,技术与人力资本有较强互补性。在商业银行管理实践中也证明了这一点,根据工商银行有关年份年报,2019年有3.7%的员工从事金融科技工作,2022年这一比例已达到8.3%。这就表明,人工智能会给商业银行带来新型人力资源需求,而这一改变不仅局限于金融科技,也许会产生很多新岗位。

第三,人工智能会促进商业银行人力资源管理方式的变革。随着人工智能的不断发展,未来商业银行网点会不断减少,取而代之的也许是小型的

智能柜台、智能机器人;员工的工作形式会不限于集中于工作场所办公,远程工作、弹性工作等新现象会不断出现。这会给未来的人力资本管理带来新的挑战,传统的人力资源规划、人员招聘、培训发展、绩效考核、薪酬福利、劳动关系管理等将受到全面挑战。

三、商业银行应对未来人工智能时代的策略

首先,以积极的心态迎接深度人工智能时代的到来。人工智能的发展会对商业银行的人力资源管理及员工自身素质等方面提出更高要求。面对这一大变局,我们应当看到人工智能的积极意义,正确看待人工智能带来的“机器替代人工”现象,以良好的心态主动改变自己以适应转型需求。

其次,员工要提升自我价值,增强适应本领。人工智能必然会给人类社会带来不可抗拒的深刻影响。从员工角度来看,不断调整自己,提升自我价值,增强适应人工智能时代的本领是较为正确的认知。对于从事金融科技的人员来说,要增强学习和创新能力,紧跟技术前沿,不断创新,使自己保持技术优势;对于处于简单、重复、机械工作岗位的员工来说,要未雨绸缪,提升先进理论知识储备量,培养自己多方面才能,拓宽视野积极适应技术进步带来的转型需求。

最后,商业银行要以人为本改革人力资源管理模式。人工智能一方面会替代一些传统岗位,另一方面会创造新型岗位需求。商业银行要积极改革,以适应未来人工智能带来的挑战。一是要重视专业型人才的引进,优化人才结构;二是重视员工“一专多能”培训;三是积极改革收入分配制度,确保员工不会因人工智能发展而失去生活保障。

(作者单位:晋商银行股份有限公司)

思想纵横

如今,新媒介的兴起给传统媒介带来了巨大的挑战,同时也给传统媒介带来了新的机遇。

随着时代的发展,融合媒介的兴起和发展对我国的电视新闻业提出了新的要求,但也为我国的电视新闻事业提供了广阔的发展空间。在传媒一体化的大环境下,我们必须拓宽对电视新闻的认识,拓宽电视新闻的传播渠道,及时创新、发展、提高节目的质量,就显得十分重要。

一、新媒体影响下广播电视媒体融合发展趋势

随着时代的发展,媒体的传播模式也在不断改变,包括手机、数字电视、网络电视、电子杂志等。传统的广播电视拥有较强的权威,但其运作方式却与新媒介有着很大的距离,所以,把新媒介和传统媒介结合起来,能取得较好的运作效果。我们必须利用新媒体的力量,在内容和形式上进行创新,这样才能更好地为人民服务,扩大受众群体。

二、融媒体环境下电视新闻节目的创新途径

(一)媒介融合下的电视新闻节目特点
在媒介融合条件下,电视新闻可以通过多种途径进行传播,具有跨平台的特点,实现多种形式的展示,充分利用它的综合传播力,通过网络和网络的双重互动,加强与观众的互动。比如重庆广电旗下的《第1眼》,融合了各种媒介,通过互联网+传统的方式,让消费者通过“第1眼”APP,在传统的电视媒介上,也能及时地观看预告片、新闻节目、新闻网站等,为使用者提供全方位的新闻回看等各种需求。

(二)融媒体环境下电视新闻节目的创新尝试

1. 拓宽新闻选题来源,丰富新闻内容。
由于信息的碎片化,新媒介使观众能够从网络中获得新的资讯,而某些资讯的真实性则很难得到保障。在这一点上,传统的电视媒介的信息报道更能赢得观众的信任,从而使具备一定的竞争优势。所以,在确保新闻真实性的基础上,电视传媒必须与新媒介相结合,以丰富优质的新闻信息来获得观众的注意,从而扩大其新闻的传播范围。因此,必须对传统的新闻报道进行梳理,对其进行修改和完善,以丰富其内涵,借助新媒介的手段来提高其传播的速度,确保其所传达的信息充分、及时、实效。

2. 创新节目表现形式。
要使电视新闻在多种多样的节目中获得更好的发展,就必须不断地更新节目的内容,以适应大众越来越多元化的要求,引起观众的兴趣,增加节目的可玩性。例如,在技术飞速发展、人工智能技术日趋完善的今天,我们可以在各种电视节目中见到AI角色的影子。在新媒介的影响下,新闻媒介的传播模式已经改变,新媒介不仅极大地推动了文化的交流,而且也让它的内容更为多样;传统的广播电视能够通过新媒介来进行网上的浏览,并使节目的形式变得多样化,从而达到广告的宣传效果。

三、新媒体影响下广播电视新闻媒体融合发展策略

(一)创新新闻编辑,增加与观众互动
首先,要注重新闻的内容特性,在栏目的编排上要突出新闻的文体特色;针对观众的需要,对新闻播出和编导进行调整和优化。其次,注重对新闻信息的编辑,在众多的新闻构成中,新闻的形式是最重要的要素;在新媒介的影响下,新闻报道必须通过多元化的方式来突出其特点。比如:在进行新闻报道的时候,采用实地采访的方式,使得新闻能够在新媒介的作用下,对经济类的消息进行实时分析,拉近与受众之间关系,提高受众的满意度。

(二)强化受众优势、传播力优势的转化

1. 由覆盖广泛转化为受众优势
受众是传播媒介发展的根本,只有满足大众的需要,抢占新闻舆论阵地,方能取得较好的发展。当前,我国的广播电视体制已基本具备了较大的覆盖范围,但由于新媒介的发展,广播电视传媒也受到了一定的影响。新媒介具有更加鲜明的个人化和多元化的特点,要使其与新媒介相结合,必须从外部形态上增强对新媒介的认识。为满足广大观众的需要,必须加强对人民群众的关注,加强对人民群众的宣传。当前,媒介对内容的再认识,增强了受众的参与度。受众从接受主体到体验主体的转换,必须紧紧抓住用户的主体需求,并充分发挥其自身的优点,才能实现传统媒介的人文发展;注重服务对象,更接近于真实的生活,提升用户的服务品质,远离观众的需要。

2. 由数字化技术转化为传播力优势
随着我国信息化的发展以及各种传媒新技术问世,实现了广电新闻传媒的数字传播,从而使节目的内涵和品质得到了提升。同时,也使广播电视新闻传媒的发展范围得到了一定的扩展,为传媒产业的升级和转型打下了良好的根基。新媒介的兴起使得网络技术从数字到智能化、数据化,使得传统的广播和电视传媒必须通过新媒介技术来提升自身的智能,从而增强其传播能力。

综上所述,在新媒体时代,电视新闻的沟通要推动电视新闻传播的可持续发展,必须利用传媒的力量,加强信息技术的互动,在传播形式、内容、话语空间格局等方面进行创新、优化,以期在“理性”和“非理性”之间寻找一个平衡,从而促进我国新闻事业的发展。要加强对新闻的报道,加强与受众的交流,不断创新报道方式,充分利用微信等社会化媒体的优势,实现全方位发展。

(作者单位:中国环境报社山西记者站)

新媒体语境下电视新闻节目内容生产与融合传播研究

■ 王璟

关于做好企业宣传思想文化工作的几点思考

■ 张新文

企业宣传思想文化工作是企业党委必须抓好的一项极为重要的工作,不仅事关企业的凝聚力和向心力,而且关系到企业的持续健康发展。随着企业改革发展的深入推进,如何做好企业宣传思想文化工作?笔者结合企业工作实践,谈以几点思考。

一、要强化政治引领,以有力的理论武装筑牢思想根基

宣传思想文化工作是政治工作,首要的任务是开展党的创新理论学习,筑牢党员干部职工思想根基。企业党组织要切实提升政治站位,强化政治引领,扎实开展好党员干部职工理论武装工作。

一是组织理论学习。企业基层党组织要充分利用党委理论学习中心组学习、“三会一课”、主题党日、党员轮训、专题讲座以及“学习强国”学习平台等方式,深入学习,提升党员干部的政治理论素养,增强党员干部工作的主动性、责任感,为企业发展筑牢思想基石。

二是深化理论宣传。要充分利用牌板、电子屏、简报等,宣传普及党的最新理论成果。同时,充分发挥宣讲团、宣讲队、宣讲小分队的作用,组建各类特色宣讲,通过延伸宣讲等多种形式,把理论宣传与中央、省委、大同市委市政府系列会议精神、重大决策部署相结合,进一步增强理论武装效果,推动理论成果在企业落地生根、开花结果。

三是强化理论研究。要围绕企业中心工作,深入开展思想理论研究工作。要聚焦企业发展、职工思想动态等方面,广泛征集企业改革发展合理化意见建议,推出一批有深度、有分量的理论文章以及研究成果,为企业高质量发展凝聚合力。

二、要聚焦中心任务,以有力的思想教育凝聚奋进合力

思想教育是宣传思想文化工作的重要组成部分,也是企业团结广大干部职工完成各项任务的必要条件和中心环节。企业党组织要聚焦企业中心工作,充分发挥思想教育工作在各种困难压力和风险挑战中坚定信心、凝心聚力的重要作用,大力开展各种形式的思想教育活动,宣传教育广大干部职工把思想和行动统一到企业

中心工作各项任务上来,凝聚起推动企业高质量发展强大合力。

一是坚持开展各类思想教育活动。企业党组织要坚持开展爱国主义教育、社会主义核心价值观教育、法治宣传教育等主题教育活动,以不同方式、在不同地点,利用重大纪念活动、重要传统节日、法治宣传日等节点,宣传以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,在基层单位举办讲座、讲座、开展普法宣传教育等活动,在职工中大力培育践行社会主义核心价值观,加强社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德“四德”教育,大力开展精神文明创建活动,营造崇德向善的浓厚氛围,通过开展多样形式的思想教育活动,推动意识形态工作走深走实。

二是扎实开展安全思想教育活动。安全是企业发展的前提和基础,只有让安全思想教育入心,培养职工强烈的安全意识,才能有效控制和消除人的不安全因素,确保企业安全生产。企业党组织要坚持思想领先,根据不同时期的安全重点,确定安全思想教育目标和任务,准确把握新形势下安全思想工作的特点和规律,积极探索科学实用的新方法新载体,不断增强安全思想教育的针对性、实效性和贴近度,开展现身说法、大曝光等安全思想教育活动,增强职工对安全、警保安全的信心和决心。

三是深入开展形势任务教育活动。要始终把形势任务教育作为思想教育的有力抓手,组建宣讲团队,结合基层党建、安全生产等中心工作,持续深入开展形势任务教育活动,面对面为职工群众开展形势宣讲,引导广大干部职工正确看待企业发展的时与势,将企业面临的困难向职工群众讲清,将企业采取的对策措施对职工群众说明,加强形势任务教育,让干部职工及时了解行业动态和企业现状,做到心中有数。引导职工正确面对企业当前形势,增强责任意识、大局意识、奉献意识,为企业改革发展奠定思想基础,营造良好氛围。

三、要加强舆论引导,以有力的内宣外宣鼓舞士气斗志

企业党组织要坚持围绕中心,强化舆论引导,树立“人人都是宣传员”的思想,充分发挥新闻宣传工作在统

一思想、凝心聚力上的重要作用,统筹利用传统媒体和新兴媒体,有计划、有重点、有深度、有声有色、有质有量开展新闻宣传工作,讲好企业好故事,提高企业知名度、美誉度和品牌影响力,充分调动社会力量做好宣传,为企业的蓬勃发展呐喊助威,全面提升企业的“软实力”。

一是巩固提升和开辟建设新的宣传阵地。在长期的宣传工作中,基层单位都建设了宣传栏、电子屏、宣传简报等一大批宣传阵地,这是做好基层宣传思想工作的重要平台和载体。要维护好利用好这些传统宣传阵地,使其功能得到更好的发挥。同时,要结合现实环境变化,充分利用微信、微博等网络新媒体,探索形成实用有效的工作模式,为做好企业基层单位宣传思想工作创新开辟新的宣传阵地。

二是创新宣传载体、内容和手段。要做好宣传工作,就要充分调动、最大化利用一切资源,多载体、多内容、多方法做好宣传工作。在宣传载体上,制作微电影、微视频、动漫、图文等公众喜闻乐见的宣传形式;在宣传内容上,紧扣企业发展目标,牢牢把握企业中心工作,做到全覆盖;在宣传手段上,通过采取传统媒体、新媒体和现场展示、专题活动等形式,不断提升宣传效果。

三是扩展对外宣传资源和渠道。企业宣传部门要主动“跟上”企业的工作思路,及时“跟进”企业的战略部署,全力“紧跟”企业改革发展要求,聚焦企业中心工作,扩展对外宣传资源和交流渠道,上大屏、上大屏、上大屏,灵活运用不同的报道体裁,持续推出有分量、有亮点的新闻稿件,用心讲好企业好故事,传播好企业好声音,打造一批让职工群众“爱不释手”的产品,增强新闻稿件的吸引力,全面提升企业的知名度和影响力。

四、要厚植以文化人,以有力的企业文化建设育人铸魂

文化兴则企业兴。企业党组织要以激发文化动力、赋能企业发展为目标,充分发挥企业文化的引领、激励、凝聚、规范作用,持续加强企业文化建设,不断激发以文化人、以文聚力、以文兴企的强大生命力。

一是要丰富文化内涵。企业党组织要深入贯彻“以人民为中心”的发展思想和“幸福都是奋斗出来的”新时代

幸福观,让全体职工更加全面地共享企业改革发展成果,进一步增强广大职工的命运共同体意识和主人翁意识,结合企业高质量发展实际,在企业上下唱响“用实干实现人生价值,用奋斗创造幸福生活”的昂扬旋律,持续增强职工对企业的认同感和向心力。

二是要开展文化创建活动。要积极组建各类兴趣小组和文艺、体育协会,并充分利用各个协会的优势,开展各种征文活动、体育比赛,特别是鼓励以职工群众为主角,以职工的生产、生活为原型,不断提炼、创作优秀的文艺作品,并运用互联网和媒体进行展播,展现新时代企业职工工作的崭新面貌,打造出企业文化工作特色品牌。

三是要丰富职工文化生活。要充分利用好各类职工文化阵地,结合企业发展需求,丰富职工文化生活。通过定期开展职工文艺汇演、短视频大赛、书法摄影作品展、演讲比赛等活动,激发职工的興趣,提升职工的参与度,从而达到丰富职工文化生活,营造快乐向上、生动活泼企业氛围。

五、要抓好组织领导,以有力的工作机制提升工作质效

宣传思想工作不是一蹴而就的工作,而是具有长期性、复杂性、连续性的特点。因此,要持续加强组织领导,提升工作质效。

一是要建立完善组织领导机制。建立起层层负责的工作领导体系,明确规定企业党委书记是第一责任人,分管领导是直接责任人,其他党组成员履行“一岗双责”,所属各党支部对管辖单位或部门的工作负主体责任。

二是要建立完善责任落实机制。党委每年至少召开两次专题会议,分析总结安排宣传思想工作,及时处置意识形态苗头性问题。将宣传思想工作纳入党支部年度党建工作责任书,作为党支部书记抓基层党建工作述职评议的重要内容。

三是要建立完善过程推进机制。要每年结合企业形势任务和意识形态领域新情况,研究制定《宣传思想文化领域重点工作要点》《企业文化工作要点》,做好全年意识形态工作顶层设计 and 总体部署,不断巩固和壮大奋进新时代的宣传工作。

(作者单位:大同市国东能源科技有限责任公司)