提振信心 坚定决心 凝聚民心

有序有力有效做好舆论宣传工作

崔书烜

突发疫情除了具有突发公共卫生事件的共性特征外,传染性是其较为显著的特征。基于此特征,使得突发疫情的公众关注度更高、社会心理影响更深、不确定性更突出,这对做好舆论宣传工作提出了更大挑战。面对突发疫情,如何兼顾宣传阐释和舆论引导,更好地提升舆论宣传工作水平,从而有效提振信心、坚定决心、凝聚民心,是一项值得思考与总结的课题。笔者结合近年来我市疫情防控中舆论宣传工作实践,谈一谈个人的思考与感悟。

及时发布权威信息

习近平总书记指出"要完善疫情信息发布,依法做到公开、透明、及时、准确。""要多层次、高密度发布权威信息,回应群众的关切,增强及时性、针对性、专业性,引导群众增强信心、坚定信心,着力稳定公众情绪。"

疫情发生后特别是在疫情初期,一些虚假消息、谣言传言迅速通过网络传播开来,极易引起群众恐慌,严重干扰疫情防控工作正常开展。因此,做好信息发布工作,是舆论宣传工作的首要任务。

信息发布要及时准确。要严把信息发布时间节点,疫情发生后5小时内发布权威信息,对疫情基本情况进行说明,包括病例数、病例活动轨迹、发现病例的时间及方式等。同时,要及时对外发布当前的防控措施,包括封控区管控区的划定、对相应区域内人员及经营行为的要求等,让群众及时准确获知疫情信息和防控举措。疫情发生后24小时内召开首场新闻发布会,会前要广泛搜集群众关心关注的热点问题,会上要对疫情最新情况、防控工作安排、个人防护要求等进行说明,会后要及时收集媒体报道、网上热点,有针对性做好后续信息发布工作。

信息发布要易读可读。发布内容要条目清晰、内容简要,向广大群众讲清楚"发生了什么、已经做了什么、正在做什么、还要做什么、需要大家做什么",便于群众便捷高效获取信息。信息发布形式要多样,在用好报纸、电视、官方网站等传统媒体的同时,充分运用抖音、微博、视频号、微信公众号等新媒体平台,以图片、短视频等形式广泛推发。新闻发布会要针对群众关切合理设置议题,结合不同阶段群众对疫情传播、封控管控、物资保障、医疗救助、子女教育等方面的关注度,主动释放信息,用群众听得懂的语言,回应社会疑惑、回答群众关切。

信息发布要依法依规。疫情防控过程中的信息发布工作会涉及公民个人信息的收集、使用、加工、传输、提供、公开等处理行为。2021年1月1日起施行的《中华人民共和国民法典》和2021年11月1日起施行《中华人民共和国个人信息保护法》对媒体处理个人信息进行了相应的规定。根据《中华人民共和国个人信息保护法》第13条、第27条以及《中华人民共和国民法典》第999条的规定,媒体为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为,可以在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息。因此,当感染者的姓名、性别、年龄、工作单位、家庭住址、手机号码等个人信息与公共利益无关时,则不应予以公开,避免侵犯他人的合法权益。

广泛开展社会宣传

习近平总书记指出"要教育引导广大干部群众充分认识防疫工作的重要性,掌握防疫知识,自觉遵守防疫要求,加强自我防护,配合党和政府做好工作。"

社会宣传是疫情防控期间常抓不懈的一项工作,对于正确引导社会舆论、调节社会情绪,形成团结和谐的社会环境,发挥着重要作用。面对突发疫情,应积极调动市县乡村各级各类宣传力量,广泛开展形式多样的疫情防控社会宣传,有效引导群众理解、支持、配合防控工作,为众志成城抗击疫情营造浓厚社会氛围。

要提高社会宣传的针对性。根据疫情不同阶段群众心理特点和防控工作安排,策划宣传内容、调整宣传方式,引导群众了解防控政策、理解防控人员、支持防控工作。疫情突发期间,要重点做好防控工作部署、个人防护知识、涉疫行程报备等方面的宣传,引导群众消除恐慌心理、配合流调溯源、减少人员流动;封控管控期间,要重点做好防控政策、物资保供、心理疏导等方面的宣传,引导群众安心居家、健康居家;常态化防控期间,要重点做好日常防护、"社会疫苗"等方面的宣传,引导群众保持良好卫生习惯和健康生活方式,提高居民自我防护意识。

要扩大社会宣传的覆盖面。针对我市人口密度大、农村人口比重大的特点,社会宣传要充分发挥广播、电视、报纸等传统媒体和互联网、微博、微信、抖音、客户端等新媒体的作用,充分调动乡镇宣传委员、村级宣传员、驻村干部、网格员等基层宣传力量,运用大喇叭、广播车等宣传方式,不断扩大社会宣传覆盖面。

要增强社会宣传的吸引力。广大群众不仅是社会宣传的客体,也是社会宣传的主体。要增强社会宣传的吸引力,就要充分调动社会资源,结合本地实例开展社会宣传,以身边的人、身边的事来教育引导群众,让群众自己教育自己。

把握新闻舆论导向

习近平总书记指出"要深入宣传党中央重大决策部署,充分报道各地区各部门联防联控的措施成效,生动讲述防疫抗疫一线的感人事迹,凝聚众志成城抗疫情的强大力量。"

新闻宣传工作是引导群众思想方向的工作。新闻宣传必须坚持弘扬正能量,以更具传播力、引导力、影响力、公信力的新闻报道,更好强信心、暖人心、聚民心,为疫情防控大局营造万众一心、共克时艰的强大舆论氛围。

要加强市县联动做好选题策划。疫情防控充分彰显了中国特色社会主义制度优势,全国上下坚持疫情防控一盘棋,集中力量办大事,一方有难、八方支援的显著优势,也为做好新闻宣传工作提供了有力遵循。面对突发疫情,宣传资源也要集中人员力量、技术力量,通过步调一致、协同联动的多平台采编播,形成新闻宣传合力,放大"1+1>2"的聚变效应。

要加强典型宣传倡树群体形象。典型宣传工作是坚持正面宣传、弘扬正能量的重要方式。做好疫情防控中的新闻宣传工作,要聚焦疫情防控一线的各个群体,生动讲述他们接地气、暖人心的典型事迹,树立"天使白""志愿红""守护蓝"等"最美逆行者"的群体形象,形成"一花引来万花开"的示范引领效应。同时,新闻媒体在进行典型宣传的过程中,要科学把握新时期宣传工作的规律和特点,切实转变报道的文风,摒弃千篇一律的报道方式和公文化的报道语言,根据每个人物、每个事迹的实际情况,刻画有血有肉的典型人物和有声有色的先进事迹,切忌假大空,警惕"低级红、高级黑"现象。

要引导媒体走好网上群众路线。疫情防控必须始终坚持以人民为中心。一次复查就诊、一罐婴儿奶粉、一瓶降压药,这些原本群众生活中的小事,在疫情中就变成了关乎民生的大事。妥善解决群众困难,能够有效避免形成舆情和社会负面情绪,确保疫情防控大局安全平稳。要充分利用市县媒体各类新媒体平台开设疫情防控群众实时求助通道,广泛搜集群众诉求,通过与相关部门、乡镇社区、社会组织的线上线下协同配合,帮助群众解决生活物资、婴幼用品、用药就诊等实际困难。

守牢网络舆论阵地

习近平总书记指出"要加强舆情跟踪研判,主动发声、正面引导。""要把控好整体舆论,努力营造良好舆论环境。"

网络舆论阵地是疫情防控战争的重要阵地。随着疫情防控的持续推进,社会心态会随之发生波动和变化,负面舆情也会借机活跃,容易造成社会心理恐慌和"谣言病毒"的扩散蔓延。做好网络舆论引导工作,树立党委、政府的良好公众形象,提高群众对网络信息的正确判断能力,对凝聚社会力量具有十分重要的意义。因此,在县域突发疫情中,应坚持正确引导网络舆论发展,不断加强网络舆情监测,积极开展舆论引导和舆情处置,有效疏导网络负面舆情,营造清朗的网络舆论环境。

要把握网络舆论主动权。各级各类媒体要主动挺进网络传播主阵地,充分利用新媒体平台,统一步调、统一发声,形成宣传矩阵,分类别、分层次、分批次推送防控工作动态、疫情信息、防护知识和先进典型,运用网言网语回应群众关切,形成引导合力,让积极向上的正能量充盈网络空间。

要防范化解网络舆情风险。面对疫情防控形势下复杂多变的网络舆论环境,要坚持市县联动,持续关注搜集群众网上诉求和关切,做好网络舆情风险化解和线上线下应急处置工作。要进一步规范网络传播秩序,严厉打击涉疫网络谣言,引导群众自觉做到不造谣、不信谣、不传谣,维护社会和谐稳定。

要充分调动网络优势资源。市县两级媒体要在加大所属新媒体网络宣传力度的同时,充分调动网络资源优势,加强与中央、省级媒体的联系对接,不断加大正面宣传的影响力。同时,要组织动员本地自媒体、"网红大V",发挥其本地粉丝多的优势,及时转发推送疫情防控知识、疫情防控措施等疫情相关信息,不断扩大正面宣传的覆盖面,广泛搜集群众意见建议。

随着我国新冠肺炎疫情防控由"乙类甲管"调整为"乙类乙管",疫情防控工作重心也从"防感染"转向"保健康、防重症"。舆论宣传工作要坚持围绕中心、服务大局,深入宣传习近平总书记重要指示精神和党中央决策部署,不断提高信息发布的规范性、新闻宣传的时效性、社会宣传的针对性,以舆论宣传工作实效保障人民群众生命安全和身体健康,维护社会大局和谐稳定。

(作者单位:周口市委宣传部)

千方百计让乡亲们腰包更鼓

常钦

有机大米订单纷至沓来,黑龙江绥化市的农民靠着绿色种植,日子越过越甜;农家乐里升腾"烟火气",贵州黔西市乡村游持续回暖,旅游饭越吃越香;云南怒江傈僳族自治州脱贫群众触网学习直播带货,把草果卖到全国更多地方……放眼广袤乡村,依靠辛勤劳动,农民群众日子越过越好、腰包越来越鼓。2022年,我国农村居民人均可支配收入20133元,首次迈上2万元这个新台阶,实际增长4.2%,农民增收渠道更多元、内涵更丰富、动能更强劲。

习近平总书记强调:"检验农村工作实效的一个重要尺度,就是看农民的钱袋子鼓起来没有。"增加农民收入,是"三农"工作的中心任务。党的十八大以来,在国家各项强农惠农富农政策的推动下,各地区各部门加快构建促进农民持续较快增收的长效政策机制,不断稳定基本盘、拓宽增收面、提升增收点,挖掘农业内部增收潜力,农民收入持续增加。同时也要看到,当前农业生产成本高位运行,农民就业压力较大,增收形势不容乐观。农民增收既关系民生福祉,也事关加快构建新发展格局,必须加大支持力度,强化措施落实,千方百计拓宽农民增收致富渠道。

巩固提升产能,增产增收。农民家庭经营性收入占全部收入的1/3左右,其中粮食生产是主要一项。中央经济工作会议提出:"实施新一轮千亿斤粮食产能提升行动。"抓好粮食生产,让有限耕地产出更多粮食,可以产生更多效益。为此,一方面要推进农业服务社会化和生产机械化,降低生产成本,提高经营效率;一方面要加强政策支持,健全农民种粮收益保障机制,完善价格、补贴、保险"三位一体"扶持政策体系。今年小麦最低收购价继续提高,稻谷最低收购价和稻谷补贴将保持稳定,还要逐步扩大稻谷小麦玉米完全成本和种植收入保险实施范围,让农民务农种粮有钱赚、多得利。

推进产业融合,提效增收。产业是发展的根基,产业兴旺,乡亲们收入才能稳定增长。如今,各地依托绿水青山、田园风光和乡土文化等资源,做优做强乡村休闲旅游业,发展农村电商,乡村特色产业之花开遍山乡大地。今后的发展重点,在于推动乡村产业全链条升级。因此还需更好适应城乡居民消费需求变化,做好"土特产"文章,向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益,向一二三产业融合发展要效益。发展过程中一定要突出农民主体地位,始终把保障农民利益放在第一位,健全完善农业产业的联农带农益农机制,通过就业带动、保底分红、股份合作等多种形式,让农民稳定长期合理分享全产业链增值收益。

促进就业创业,拓岗增收。有好产业、好环境、好服务,就能带动更多农民就业。各地应积极统筹推进县域经济发展,促进投资兴业,利用重大工程建设、以工代赈项目等吸纳当地群众就近就业,推动实现农民就业增收和乡村发展双提升。创造条件推进创业创新,有序引导大学毕业生到乡、能人回乡、农民工返乡、企业家入乡,以创业带动脱贫群众就业增收。据测算,一个返乡创业项目平均可以吸纳6—7个农民稳定就业,17个农民灵活就业。与此同时,要注重发挥好东西部劳务协作、"万企兴万村"等帮扶体系作用,引导农村劳动力有序进城就业。

农业农村工作,说一千、道一万,增加农民收入是关键。通过多种途径着力完善农民持续较快增收的长效机制,不断提升农民的务农收入、工资性收入、经营性收入、财产性收入和转移性收入,我们一定能让农民增收的步伐迈得更加稳健,增收的底气变得更加充沛,推动更多乡村展现欣欣向荣、蓬勃向上的发展新气象。

(原载《人民日报》)

数字经济与实体经济融合发展的路径选择

赵进才

党的二十大报告提出:"加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合"。数字经济是当今世界的科技革命先导、产业变革前沿,是抢占全球竞争制高点的关键领域;实体经济是一国经济的立身之本、财富之源,是构筑未来发展战略优势的重要支撑。实体经济存在于国家经济发展的不同阶段,为数字经济的产生发展提供了基本条件和必要基础。数字经济在数字技术与人类社会全面融合中持续演进,为实体经济的转型升级注入强大动能和新的活力。数字经济和实体经济融合发展既是适应人类社会数字化变革的必然,也是实现经济高质量发展的必要,同时是新形势下我国主动把握新机遇、打造新引擎、带动新发展的必备。

加快数字化基础设施建设。完善的数字基础设施对产业数字化转型有着重要的支撑作用。为此,一是加强对5G网络、物联网、人工智能、数据中心等为代表的新型基础设施建设的投资力度,加快对传统基础设施的数字化改造与升级,积极构建大数据网络中心、智能计算中心和工业互联网平台,提升实体经济各行业实时数据采集、存储、处理和分析的能力。二是积极出台有助于新基建建设的各类政策与制度,合理规划区域数字基础设施建设,提升数字基建的普惠性。三是加快推进云平台与云计算的创新应用,为实体经济各领域数据存储和算法提供空间支撑。

打造平台经济激发新动能。坚持需求导向和技术支撑,搭建数字经济与实体经济融合发展的共享平台、服务平台和要素供给平台,加强数据整合、政务服务集成、信息交互,实现数字经济资源聚合、标准统一、互惠互利、共享共用。一是建立协同研发设计平台。发展产业链、供应链上下游协同等研发设计新模式,加快形成生产群聚效应,推动企业内部加快工业网络、经营管理、生产制造和数据平台有效整合,实现各类平台的全资源要素共享。二是建立专业化生产服务平台。紧紧围绕文化消费、信息消费、时尚消费、绿色消费等新兴消费领域,推进居民生活服务业线上线下融合创新发展,培育生活需求且专业化服务能力强的平台。三是建立统一开放的大数据共享平台。整合行业间各项优势的数据资源,推动资源与产业创新融合发展,构建网络空间命运共同体,建设开放共享、智能创新的经济发展结构,发挥资源整合的联动效应,培育形成高质量发展的经济增长点。

加快跨界融合高端数字化人才队伍建设。产业的数字化转型亟需大量掌握先进的数字技术与行业专业知识的复合应用型人才,特别是随着数字经济与实体经济融合应用的深入,新业态、新模式等领域的研究型人才将面临很大缺口。为此,一是要加快设立数字技术研究中心及培训基地,鼓励企业、科研机构与高校深度合作,集聚多方优势资源培养数字技术专业人才。二是政府和企业要加大对国内外与数字经济和实体经济融合发展相适应的高层次领军人才和相关研究人员的引进力度,制定相应的补贴优惠措施,提升相关研究人员的福利待遇。三是加强数字化职业教育,加快改革高校人才培养机制,积极开设与智能制造、数据分析、计算科学等相关的学科专业,建设复合型人才培养的综合实验室,加大对大数据、人工智能、云计算等数字技术应用人才的培养规模,并将相关专业的学科人才尽早加入具体行业数字化转型的实践中,逐步打造跨界融合的专业化、国际化人才队伍。

(作者单位:周口市委党校)

以食品召回制度守护"舌尖上的安全"

常欢

近期,国家市场监管总局组织食品安全监督抽检,抽取25大类食品863批次样品,检出8大类食品13批次样品不合格。相关省级市场监督管理部门对抽检中发现的不合格食品立即组织开展处置工作,查清产品流向,督促企业采取下架召回不合格产品等措施控制风险,依法处理违法违规行为,及时将企业采取的风险防控措施和核查处置情况向社会公开。浏览已经公布的食品召回通知,我们发现微生物感染、检出致病菌、食品添加剂超限量使用、质量指标不达标等问题均可能导致已上架食品被召回。食品关乎个人生命健康,食品召回信息也因此受到广泛关注。食品召回公告披露了某些食品存在的问题和后续处置决定,但我们也需要重视下述问题:这些不安全食品应当由谁来召回?什么时间内召回?如何处理被召回的食品?本文将分析这些问题。

食品召回制度的前世今生

疫情对各国的食品安全监管提出了巨大的挑战,保障食品安全是人类面临的恒久课题。多年来,全球不断爆发食品安全事故,英国的"疯牛病"迅速扩散到全世界100多个国家和地区,美国因沙门氏菌感染召回花生酱、鸡蛋等食品,上世纪日本也发生了混入砒霜的森永毒奶粉案、含镉稻米导致的"痛痛病"事件以及混入PCBs的食用油的米糠油事件等。我国也出现过"毒奶粉""瘦肉精"等食品安全事件。食品安全事故最直接的受害群体便是消费者,因而后续的处理措施要在保证消费者利益的前提下,挽救企业声誉,降低企业损失。如何快速有效地实现问题食品的市场撤出成为各国关注的问题,为减轻或消除食品不信任对食品业的不利影响,许多国家选择在食品安全法中规定食品召回制度。

食品召回制度,指食品的生产者、进口商或经销商,发现或认识到其生产、进口或经销的某一批次食品可能存在安全问题或可能危及群众生命健康时,依法向政府报告,及时通知消费者,并从市场和消费者手中收回不安全食品,予以换货、退货、补充或修正消费说明等积极补救措施,及时消除或减少食品安全危害的制度。从设计初衷和实践效果看,该制度具有预防性、公益性等特点,是产品召回制度在食品领域的具体运用。我国的产品召回制度最早适用于汽车行业,但随着食品安全问题的日益突出,我国开始了食品召回的立法和实践,《食品安全法》(2021修正)和《食品召回管理办法》(2020修订)两部法律法规构建了我国食品召回法律制度。

召回主体

召回主体回答开篇第一问:由谁召回?我国的食品召回制度规定两种启动方式:主动召回和责令召回。主动召回是指食品生产者、经营者知悉其所生产、销售或进口的食品存在不安全风险时的召回,这是一种预防性、保护性召回。根据主体不同,主动召回可以划分为食品生产者和食品经营者召回两种。知悉不安全风险的途径不限于企业自查、消费者反馈、政府监管部门通知等。此外,经政府约谈后企业采取召回措施的也视为主动召回。责令召回是对应当主动召回而未主动召回的食品生产者、经营者,政府监管部门发布责令召回通知,监督召回主体实施召回,以减少或消除食品安全风险。二者必须在程序规定上大同小异,必需程序包括报告、发布召回公告、按要求严格处置不安全食品和记录保存召回信息等。无论主动召回还是责令召回,实施召回措施的主体都是对其所生产和经营的食品负有安全保障义务的食品生产者和经营者。

召回级别

召回级别回答开篇第二问:何时召回?我国根据食品安全风险的严重和紧急程度,将食品召回分为三个级别,并分别规定了对应的期限。

(1)对食用后已经或者可能导致严重健康损害甚至死亡的食品实行一级召回,要求召回主体应当在知悉食品安全风险后24小时内启动召回。

(2)对食用后已经或者可能导致一般健康损害的食品实行二级召回,召回主体应当在知悉食品安全风险后48小时内启动召回。

(3)对标签、标识存在虚假标注的食品实行三级召回,食品生产者应当在知悉食品安全风险后72小时内启动召回。标签、标识存在瑕疵,食用后不会造成健康损害的食品,食品生产者应当改正,也可以自愿召回。

处置措施

被采取召回措施的不安全食品最终归向何处也是令许多人好奇的问题。作为消费者,我们担心召回会不会只是"过场"?被召回、下架的食品会不会"改头换面"重登"舞台"?关于这点大家可以放心。为了防止再次流入市场危害消费者权益,《食品召回管理办法》(2020修订)第四章针对不同召回原因的食品规定了不同的处置措施。对退出市场的不安全食品,食品生产经营者应当采取补救、无害化处理、销毁等处置措施。对违法添加非食用物质、腐败变质等严重危害人体健康和生命安全的不安全食品,食品生产经营者应当立即就地销毁,不具备就地销毁条件的,可由不安全食品生产经营者集中销毁处理。对因标签、标识等不符合食品安全标准而被召回的食品,食品生产者可以在采取补救措施且能保证食品安全的情况下继续销售,销售时应当向消费者明示补救措施。同时,要求食品生产经营者如实记录被召回和处置不安全食品的名称、批次、数量等内容,记录保存期限不少于2年。严格处置不安全食品,落实食品召回制度,恢复和增强消费者对食品安全的信任。

问责和相关配套机制

无惩治,便无以法治,不问责,便空谈监管。对未能履行食品召回责任的企业,除了被责令召回外,还将面临警告、罚款、责令改正等法律责任。对于主动召回的食品生产者、经销商或进口商可依法从轻或减轻处罚。此外,为提高食品召回效果,我国还制定了召回信息公开机制、产品溯源制度等配套措施。比如近年来我国十分强调的从农田到餐桌全过程监管,其实质就是加强食品的可溯源性,疫情推动了进口冷链食品追溯平台的建设,各地都在加强对进口冷链食品的监管力度,试运行或全面推广冷链食品追溯平台。在大型的超市选购食品,可以通过手机扫码,获知产地生产经营者的基本信息、食品来源、入境货物检验检疫证明和生产日期等信息。

健全食品召回制度,让人民群众吃得放心,是食品安全监管法律体系不可缺少的一环。民以食为天,国以粮为本,我们要鼓励公众参与到食品安全监管中来,因为保障食品安全不仅是企业对消费者的责任、政府对社会的责任,也是关系到我们消费者切身利益的大事。落实食品召回制度,有效保障食品安全,需要政府、社会、食品生产者和消费者的共同努力,让我们携手切实维护食品安全和自身权益,避免食品安全事件的再次发生。

(作者单位:北京师范大学法学院)

欢迎来稿

各位读者,本版的《学术前沿》《思想观澜》《视野纵横》《学界动态》等栏目长期征稿,欢迎来稿。请勿一稿多投,来稿时请注明栏目。

来稿请寄:zkrbwjf@126.com 13007549707@163.com

电 话:15890541222 13007549707