推动党的创新理论往实里走深里走心里走

——我市开展“党的创新理论千场宣讲进基层”活动综述

市委宣传部　叶春龙　杨绿柳

理论创新定航标，理论武装起新潮。当前，无论是工厂车间还是田间地头，无论是机关、学校还是街道社区，无论是报纸、杂志还是“两微一端”，怀川大地处处涌动着学习宣传贯彻党的创新理论的热潮。

今年3月份以来，我市按照省委宣传部“党的创新理论万场宣讲进基层”活动的安排部署，开展了“党的创新理论千场宣讲进基层”活动，积极组建宣讲队伍，打造宣讲阵地，搭建学习平台，着力把党的创新理论从“关键少数”延伸到“神经末梢”，推动习近平新时代中国特色社会主义思想和十九大精神往实里走、往深里走、往心里走。

精心部署，组建宣讲团

我省“党的创新理论万场宣讲进基层”活动启动暨宣讲骨干培训会议召开后，市委就贯彻落实全省会议精神作出安排部署，要求高规格、高标准组织好宣讲活动。市委宣传部迅速行动，精心组织，组建了多层次、广覆盖的宣讲队伍。

领导干部宣讲下基层。3月19日，市委宣传部印发了《关于市级领导干部到联系分包贫困村开展宣讲活动的方案》，市级领导干部利用“扶贫蹲点日”深入基层开展宣讲活动。7月10日，市委书记王小平到联系分包的孟州市槐树乡源沟村实地调研，并围绕习近平新时代中国特色社会主义思想、脱贫攻坚、新发展理念、美丽乡村建设等内容进行宣讲。目前，市级领导干部根据市委安排部署和脱贫攻坚任务的要求，采取集中学习、座谈交流、实地调研等形式，多次到所联系的县（市）区和分包贫困村对干部群众进行宣讲。

组建市委专题宣讲团。3月26日，市委宣传部印发了《“市委党的创新理论集中宣讲团”宣讲安排》，抽调基层单位领导、党校专家学者、党的十九大代表等5名同志组成“市委党的创新理论集中宣讲团”，以“意识形态、乡村振兴、和谐社区、美丽校园、企业创新”为宣讲主题，分赴各县（市）区和市直单位开展宣讲活动。

组建理论骨干宣讲团。为解决各级党委（党组）理论学习中心组和基层单位聘请专家讲课难、深层次理论学习辅导难等问题，市委宣传部印发了《关于推荐党的创新理论宣讲骨干的通知》，从全市挑选15名政治素养高、理论功底深、宣讲经验丰富的理论工作者，面向全市开展菜单式宣讲。各地各单位可根据本地本单位实际和宣讲骨干的宣讲题目及内容自由选择宣讲人员。

此外，我市还组建了由文艺工作者、新闻工作者、驻村第一书记等组成的宣讲队伍。各县（市）区也都成立了宣讲队伍，主要由机关干部、乡镇（街道）宣传委员、包村干部、优秀企业家、行业代表等人员组成。温县采取分级培训、重点培养的办法，举办宣讲骨干培训班，组建宣传骨干交流群，每月不定期组织宣讲人员面对面交流，着力提升宣讲质量，使宣讲形式大众化。

因地制宜，细化“主菜单”

为增强理论宣讲工作的吸引力和感染力，市委宣传部坚持因地制宜，把握问题导向，把宣讲活动重心由“面”转向“点”，精心设置专题，实行菜单式宣讲。

宣讲工作主要围绕习近平新时代中国特色社会主义思想、十九大精神以及中央和省委、市委召开的重要会议精神和重大决策部署，紧密结合我市正在开展的“转变作风抓落实、优化环境促发展”活动和“学成都佛山、促转型发展”活动，设置“意识形态、乡村振兴、和谐社区、美丽校园、企业创新”五大主菜单，然后细化为《实施乡村振兴战略　加快推进农业农村现代化进程》《贯彻十九大精神　发展社会主义民主政治》等15个题目的子菜单，根据不同的受众，选取子菜单，各有侧重进行宣讲。

在企业，重点讲解新发展理念、现代化经济体系、职工保障、工匠精神和劳模精神等内容，不断增强企业的自主创新能力和动力，增强广大职工的自豪感和自信心。

在农村，重点讲解扶贫开发政策、乡村振兴战略、现代化农业建设等内容，不断增强广大农民的获得感、幸福感、安全感。

在机关，重点讲解十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想的理论品格、精神特质与实践担当等内容，不断增强党员干部对习近平新时代中国特色社会主义思想的政治认同、思想认同、情感认同。

在校园，重点讲解习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和党的教育方针、教育改革等内容，帮助广大师生进一步了解世情、国情、党情、民情，进一步坚定“四个自信”，推动习近平新时代中国特色社会主义思想和社会主义核心价值观进校园、进课堂、进学生头脑。

在社区，重点讲解党的惠民政策、社会主要矛盾的变化、惩治腐败等内容，进一步凝聚群众的思想共识。

在网络和新媒体上，重点打造立体式宣讲平台，运用网言网语和网民喜闻乐见的形式，打造传播党的创新理论的舆论矩阵，确保习近平总书记相关报道牢牢占据各大网站首页首屏头条，让习近平新时代中国特色社会主义思想“天天见”“天天新”“天天深”，成为时代最强音。

菜单式理论宣讲摒弃了照本宣科，舍弃了大话套话，从理论与实践的结合上讲解老百姓最关心的民生实事，从“高大上”到“接地气”，让老百姓坐得住、乐意听、记得牢。听完宣讲的群众感慨地说，党的创新理论与老百姓的生活贴得很紧。

各展所长，打好特色牌

各地各单位发挥优势，创新形式，积极谋划实施自选动作，开展丰富多彩的活动，呈现多样化、特色化的生动局面。

孟州市精心组织开展读原著学原文、上主题党课等形式多样的宣讲活动，结合扶贫政策和本地工作实践，编排小品、豫剧等群众喜闻乐见的节目，深入贫困乡镇、贫困村进行扶贫政策宣传巡演，帮助基层干部群众学习国家惠民政策。

沁阳市以“不忘初心，牢记使命”为主题，大力弘扬焦裕禄同志“三股劲”精神，开展县级党员领导干部下基层上党课、创新党课大赛等活动，激发党员干部群众干事创业的热情。

武陟县、示范区将“党的创新理论千场宣讲进基层”活动与干部培训班结合起来，围绕习近平新时代中国特色社会主义思想、十九大精神、扶贫政策、乡村振兴等内容，对副科级以上干部和帮扶干部进行集中轮训。

博爱县、解放区、马村区组建“红色文艺轻骑兵”、文艺宣传小分队等，将党的创新理论融入歌曲、舞蹈、戏曲等文艺作品中，采取“文艺表演+理论宣讲”的方式，深入田间地头、文化活动中心开展巡演，受到基层干部群众的热烈欢迎。

修武县大力开展“志智双扶，我们一起奔小康”活动，深入挖掘脱贫户的脱贫经验，组建先进典型宣讲队，以经验分享会、演讲比赛等形式进行“微宣讲”，讲述脱贫户的脱贫致富事迹，让贫困户学有榜样、赶有目标。

山阳区依托本地新闻媒体，开设专题专栏，对基层宣讲活动进行跟踪报道，产生了二次宣讲效果。中站区利用微信公众号、工作群等新型网络社交平台，开辟理论学习专栏，推出创新理论智慧“微宣讲”系列活动，在社区干部中培育“微讲师”，在网络上精选“微话题”，营造“微场面”，用活“微技巧”，让基层理论宣讲工作更方便、更快捷。

团焦作市委注重打造以“四个一”为特色的“青”字号理论宣讲品牌，即建好一支宣讲队伍、精选一批基层理论宣讲阵地、制作一批精品文化栏目、搭建一个理论宣讲微平台，组建由特聘讲师、团干部代表和优秀青年代表组成的53人宣讲团，深入企业车间、田间地头、学校班级、青年之家等场所开展宣讲活动，先后开办了《焦作青年说》《马克思主义青年说》《青声习语》《十九大精神团团讲》等一系列视频音频文化栏目，在全市组织举办了一场理论好声音宣讲秀。

反响强烈，活动效果好

截至目前，全市共开展各类宣讲活动1180场，受教育群众12余万人次。广大干部群众纷纷表示，要在学懂、弄通、做实上下真功夫，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作。

市社科联调研员苗国富受山阳区新城街道定和村邀请，以《深入学习贯彻十九大精神，扎实推进“四城联创”活动》为题作了宣讲报告。驻该村工作队第一书记丁秀丽高兴地说：“开展主题宣讲活动，进一步增强了村干部的政治意识、大局意识、核心意识和看齐意识，不仅提高了村干部的思想理论水平，也增强了村干部干事创业的信心，为扎实推进‘四城联创’工作增添了动力。”

解放区委党校常务副校长李全忠为民生街道学生路社区作了关于建设和谐社区的专题辅导报告。该社区干部表示，听了专题报告，对建设和谐社区有了更加深刻的理解和认识，对建设解放区和谐社区有了信心，理清了工作思路，今后将着力抓好社区基础设施建设，完善社区服务功能，不断推进社区建设上档升级。

党的十九大代表、全国劳动模范、市公交总公司28路队驾驶员郭爱萍为解放区工信委及辖区工业企业党建负责人、党支部班子成员作了新时代精神专题报告。与会企业代表纷纷表示，听了宣讲报告，对十九大精神有了更深、更透、更全面的理解，今后要向郭爱萍同志学习，学习她的敬业精神、工匠精神和劳模精神，用聪明智慧和辛勤汗水扎扎实实做好本职工作，为本地经济社会发展作出自己的贡献。

河南省委党校党史教研部主任赵士红教授来到多氟多公司，为全体职工作了《奋力夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——十九大精神解读》专题讲座。该公司党委书记韩世军感慨地说：“赵教授的分析解读，使我们深受启发。我们企业党员干部一定要深刻领会，把握重点，学以致用，充分发挥党员在各个岗位的先锋模范作用和主力骨干作用，加快推进技术创新和项目建设，促进企业经济效益进一步提升。”

市委宣讲团成员杨胜利副教授以乡村振兴为主要宣讲内容，在修武县周庄镇孟村上了一堂生动的现场课，深入浅出地解答群众的疑惑。该镇党委书记薛爱玲说：“宣讲专家把乡村振兴战略传达到农村，使我们的发展思路更明确了、干劲更足了。乡村振兴首先要振‘心’，有什么样的心态，就有什么样的作为。全镇干部群众要拧成‘一股绳’，团结成‘一颗心’，提振精气神，拼搏实干，大力实施乡村振兴战略，争取早日实现农业更强、农村更美、农民更富的目标。”修武县第一高级中学党支部负责人表示，作为学校党务工作者，将组织全校党员教师进一步学习宣传贯彻党的创新理论成果，推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材、进课堂、进头脑，让党的创新理论成果真正在校园落地生根、开花结果。该校一名高二学生说：“听了宣讲报告中的一组组数据，特别是科学领域的发展成果，深受鼓舞，我真切感受到国家科技事业日新月异的变化，更加坚定了将来从事科学研究的信心。我一定努力学习，争取考上一所理想的大学，将来为我国科学技术发展贡献自己的力量。”

新时代催生新理论，新理论引领新实践。我市广大干部群众将把一场场生动的宣讲、一次次思想的交流转化为干事创业的干劲与激情，为加快建设“四个焦作”、早日跻身全省“第一方阵”、把我市建设成为全面体现新发展理念的示范城市、在中原更加出彩中出重彩更精彩作出新的更大的贡献。

微话题@　河南新闻名专栏
焦作日报微信公众平台提供最权威的新闻资讯，为本地区微友提供更为真实可靠的消息源，并有针对性地将可读性强、关注度高、硬性范围广的内容及时推广给读者，大大提高了读者的阅读效率。目前，焦作日报微信公众平台在本地区成为了最受我市市民喜爱的微信公众号之一。
招商合作电话：（0391）8797000　微信号:JZRBWX

【今日话题】

景区宣传

近日，陕西旅游集团有限公司以纣王、妲己为噱头，拍摄发布短视频推广宣传周原景区，并发布了一篇题为《纣王妲己火力全开！在周原热舞抖音点击破千万，这个景区要逆天!》的文章，还配发了三条短视频，其中两条的内容为“纣王”“妲己”，视频配乐“魔性”，伴着音乐“妲己”扭动身姿“婀娜”起舞，引发争议。有网友留言：“有创意。”有网友评论：“错把低俗当搞笑!”更有网友质疑道：“古公亶父、文王、武王等在周原开创西周伟业，制礼作乐、隆礼重仪，为后代留下了取之不尽、用之不竭的物质和精神财富，为什么偏偏要用暴虐荒淫的纣王做噱头搞宣传推广?”对此，你怎么看?

【观点1+1】

@菏泽新志：用暴虐荒淫的纣王做噱头搞宣传推广，暴露出这一景区饥不择食的心态，为媚俗不择手段，丧失了宣扬真善美的责任，不可取!

@提恩畅：用历史人物、历史典故来提升景区的文化品位本无可厚非，但要符合当今社会的审美标准和价值观，要宣传正能量。以历史上的争议人物为噱头制造眼球经济，这是一种短视行为，从长远看不利于景区的健康发展。

@露丝独特：不得不说这是一种低俗营销。宣传景区必须遵守公序良俗，不能突破道德底线，有违社会主义核心价值观，否则必然适得其反。

@王者微小：景区宣传无可厚非，但必须符合社会主义文明的价值取向，有格调、有底线。

@zjtlove：虽然如今是一个泛娱乐化的时代，但并不意味着什么东西都可以娱乐，娱乐不可以无底线。在多数国人心里，始终有一杆秤，会对历史人物和历史事件作出公正、合理的评判。

@胜平王大头：随着人民群众物质生活水平的极大提高，审美水平也在不断提高。相比之下，这一景区的管理者落伍了，他们应该努力提高自己的审美水平，千万别再把伤疤当鲜花、庸俗当高雅。

@刚柔v：这种旅游产品的推介方式不应该受到非议。宣传总要抓住一个亮点。这一景区就是抓住纣王、妲己的故事进行宣传，既没违规，又没违法，不必大惊小怪。

【下期话题】

“包场”

近日，浙江省金华市一小区两位业主一口气买下小区地下停车场327个车位，引起其他居民不满。这两位业主在产权还未明确的情况下，即着手在327个车位上安装地锁，被人质疑为霸占车位。这两位业主表示，他们与小区物业公司签订的协议是商业机密，不会公开。对此，你怎么看?

（参与热点话题讨论，请关注《焦作日报》官方微博：@焦作日报）

本期栏目主持人　本报记者　郭　剑

让诚信成为生活必需品

□李云平

民无信不立，国无信不昌。诚信不仅是个人安身立命的根本，也是社会良序发展的基石。

诚者，天之道也；思诚者，人之道也。诚信是中华民族的传统美德，是民本、家风、国魂，既是基本道德、共同信仰、基础文明，也是做人理念、处事规则、社会契约。

不宝金玉，而忠信以为宝。古往今来，中华民族涌现出一批批诚信楷模，无论是劈山修渠的黄大发，还是替子还债的诚信老爹吴恒忠，他们以信立身、以身为范、以范为德，用感人的事迹、高尚的行为、榜样的力量感染、鼓舞、引导人们塑造诚信形象，树立诚信社会风尚。

人而无信，不知其可也。在市场经济发展过程中，一些人商业欺诈、合同违法、制假售假、偷逃骗税，为追逐金钱不择手段。这些失信败德甚至是严重违法行为破坏市场秩序，损害群众利益，严重损害社会诚信体系，令人民群众深恶痛绝。

诚信需要德治教化，更需要法治保障，把失信行为关到制度的笼子里。必须对失信者建立黑名单制度，通过“诚信档案”“诚信红黑榜”等强化信用约束；对侵权假冒、坑蒙拐骗等违法违规行为要公开曝光、坚决整治，真正让失信者受到惩戒和震慑；必须加强信用信息共享和信用联合惩戒，推行个人信息安全、隐私保护与信用修复机制，完善联合激励守信、惩戒失信制度。

当前，国家正在以信用立法推进社会信用体系建设，相关部门必须齐抓共管、形成合力、持续发力、久久为功，大力营造“守信者荣、失信者耻、无信者忧”的诚信社会环境，真正做到让守信者“一路畅通”、失信者“寸步难行”。

世相漫话

绕　过

100元收购的身份证、电话卡、银行卡和U盾组成的“四件套”，通过快递“内鬼”以2000元倒卖给全国乃至境外的诈骗团伙，用于收取、转移和洗白赃款，逃避公安机关对资金链的追查。

近期，深圳警方破获一个特大诈骗作案网络，抓获110名犯罪嫌疑人。记者追踪调查发现，犯罪嫌疑人收购身份证复印件或以假身份证批量办理手机卡，买卖、持有大量银行卡，导致手机卡实名制、银行卡限卡令及账户实名制等在实际操作中落空。

朱慧卿　作（新华社发）

“撞库”不是理由　堵“后门”是关键

□刘智强

近日，针对公众反映强烈的“部分应用随意调取手机摄像头权限、用户订单信息泄露引发诈骗案件、用户信息过度收集和滥用”等网络数据和用户个人信息安全突出情况，工信部对多家涉事企业开展调查。

有企业回应称，绝大部分泄露的样本来自其他平台泄露的账户密码，由此遭到“撞库”，已第一时间进行安全提示和密码修改提醒，并采取临时保护措施。

不同平台之间的账户名和密码“撞库”，看似合理的理由背后，其实暴露了不少互联网企业无利不起早的心态——懒得为个人信息保护多设几道防线，想走捷径快速吸纳用户却舍不得增加安全投入。

互联网平台须知，加强诚信建设方为赢得用户的根本之策。与其事后忙于公关，不如事前勤于设防。只有认识到个人信息和企业成长密不可分，把用户数据管理、用户信息保护上升到决策层面，才能从企业层面防堵各种“后门”。

数据控制者不能既当运动员又当裁判员，只有让网络安全法和个人信息保护规定长“牙齿”，通过对违法行为的制裁倒逼企业数据安全内生机制生成，才能促使企业不敢留、不敢用信息安全的“后门”。

莫让善良被『关怀式谣言』利用

□袁军宝

“吃西红柿炒蛋能抗癌”“吸烟能增强记忆力”……健康问题多发的盛夏时节，披着“关怀”外衣的谣言又频繁出现在公众视野中。造谣者混淆视听无疑可恶，驱动造谣行为的利益机制助纣为虐更值得警惕。

“关怀式谣言”涉及衣、食、住、行等与每个人息息相关的领域，打着“善意提醒”的幌子引人点击，欺骗性更强；基于熟人传播，危害很大。读者一旦轻信，轻则形成错误观念，重则可能在用药、急救等方面酿成恶果。

造谣动动嘴，辟谣跑断腿。近年来，政府机构、公益组织、自媒体平台的辟谣力度不断加大，但仍挡不住大量“关怀式谣言”在微信群、朋友圈肆虐。一些科学素养不高、深受疾病困扰的人，对此缺乏免疫力，抱着“宁信其有”的心态成为这类谣言的“二传手”。

此类“关怀式谣言”的制造者看似菩萨心肠，实则是利用读者的善良和关切牟利。自媒体文章的阅读量直接与经济收益挂钩，一些影响力大的公众号动辄报出几十万元的广告价格，经济利益驱使下，少数自媒体从业者抓住人们对健康日益重视的心理，炮制耸人听闻的谣言吸引眼球、增加粉丝、从中渔利。

更加值得关注的是，造谣行为近年来“产业化”趋势明显。有媒体披露，谣言传播环节也开始明码标价。有APP对注册用户转发文章带来的阅读量按照每次0.1元的价格进行“奖励”，甚至还建立了类似传销的收益分配机制。读者不经意的转发其实是在为谣言制造者和发布者免费“打工”。

当断不断，必受其乱。各种自媒体公号和文章泥沙俱下，不仅需要受众加强甄别，更需要发布平台担起监督责任。一方面，从源头加强内容把关，加大对不实信息和谣言的审查、打击力度；另一方面，严格广告发布机制，斩断利用造谣牟利的不法利益链条。

我国对网络造谣行为有明确的处罚规定，但现实中却很少对“关怀式谣言”追责。对此，有关部门应强化监督，对有组织、有利益动机的造谣传谣行为进行处罚，确保自媒体信息发布依法合规，避免公众对亲友的关心被造谣传谣者的不良居心所利用。

期待您对社会热点问题的思考与评价，请把想说的话、想表达的观点发给我们，本报将择优刊发读者来论，共同碰撞思想的火花。
来稿邮箱:jzrbsp@163.com