以习近平生态文明思想为指导 努力营造打好污染防治攻坚战的良好舆论氛围

(上接一版)四是良好生态环境是最普惠的民生福祉的基本民生观。环境就是民生,青山就是美丽,蓝天也是幸福。坚持生态惠民、生态利民、生态为民,重点解决损害群众健康的突出环境问题,努力提供更多优质生态产品,不断满足人民日益增长的优美生态环境需要。五是山水林田湖草是生命共同体的整体系统观。必须按照生态系统的整体性、系统性及内在规律,综合考虑自然生态各要素、山上山下、地上地下、陆地海洋以及流域上下游,统筹兼顾、整体施策、多措并举,全方位、全地域、全过程开展生态文明建设。六是用最严格制度保护生态环境的严密法治观。只有实行最严格的制度、最严明的法治,才能为生态文明建设提供可靠保障。按照源头严防、过程严管、后果严惩的思路,加快制度创新,强化制度执行,让制度成为刚性的约束和不可触碰的高压线。七是全社会共同建设美丽中国的全民行动观。生态文明建设同每个人息息相关,每个人都应该做践行者、推动者。必须加强生态文明宣传教育,推动形成简约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式,形成全社会共同参与的良好风尚。八是共谋全球生态文明建设之路的共赢全球观。人类是命运共同体,建设绿色家园是人类的共同梦想。要深度参与全球环境治理,形成世界环境保护和可持续发展的解决方案,引导应对气候变化国际合作。推动构筑尊崇自然、绿色发展的生态体系,保护好人类赖以生存的地球家园。这八个观既是价值观,也是方法论,对我们做好生态环境保护、推进生态文明建设,具有十分重要的指导意义。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视宣传和新闻舆论工作,提出了一系列新思想新要求,阐明了一贯的新闻立场、舆论思维和传播理念。一是必须从思想上高度重视。做好党的新闻舆论工作,事关旗帜和道路,事关贯彻落实党的理论和路线方针政策,事关顺利推进党和国家各项事业,事关全党全国各族人民凝聚力和向心力,事关党和国家前途命运。二是必须忠诚履行职责使命。党的新闻舆论工作的职责和使命是:高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联接中外、沟通世界。三是必须坚持党性原则。要树立马克思主义新闻观,宣传党的政策、体现党的意志、反映党的主张,维护党中央权威和集中统一领导。坚持党性和人民性相统一,坚持以人民为中心的工作导向。四是必须把握正确舆论导向。新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持以正确舆论引导人,形成有利于党团结和带领全国各族人民实现"两个一百年"奋斗目标的良好舆论环境。五是必须遵循正面宣传为主。团结稳定鼓劲、正面宣传为主,是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传,要增强吸引力和感染力。舆论监督和正面宣传是统一的。批评性报道要事实准确、分析客观。六是必须勇于创新。要创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制,增强针对性和实效性。要从时、度、效着力,适应分众化、差异化传播趋势,主动借助新媒体传播优势,加快构架舆论引导新格局。对外要讲好中国故事。七是必须加强和改善党的领导。坚持党的领导是新闻舆论工作健康发展的最根本保证。各级党委要自觉承担起政治责任和领导责任。

生态环境宣传和舆论引导工作是一项十分光荣、极端重要、专业很强的政治性工作,是推进生态环境领域治理体系和治理能力现代化的重要组成部分,其本质是群众思想工作和社会动员工作。习近平生态文明思想和关于新闻舆论工作的新思想新要求,为做好生态环境宣传工作提供了方向指引、根本遵循和实践指南,我们一定要认真学习领会,融会贯通到生态环境宣传工作的各个方面、各个环节,推动生态环境宣传工作迈上一个新的台阶。

一是深刻认识做好生态环境宣传和舆论引导工作的重要性。当前,生态环境宣传工作已经成为打好污染防治攻坚战的前沿阵地。我们要坚持污染防治与宣传工作两手抓,宣传工作也是主战场、主阵地,宣传教育这支队伍也是主力军和冲锋队,一定要坚持两手发力、同步推进。宣传工作下足功夫做到位,就会对生态环境保护起到引导催化、调理疏通、事半功倍的作用;如果把经念歪了,有可能就会半途而废,就会对生态环境保护和污染防治攻坚战起到负作用,甚至带来无法挽回的损失。这方面有很多的经验教训,这项工作如果不重视、不抓好,难免就会吃亏。一旦出了问题,影响损害是非常巨大的。从这个意义上讲,宣传工作就是生产力,宣传所产生的强大精神力量,会转化为强大的物质生产力。做好生态环境宣传工作,要始终坚持党的全面领导,始终坚持正确政治方向,始终坚持以人民为中心的发展思想,从统筹高质量发展和高水平保护的大局出发,把握方向定位、谋划顶层设计、作出战略部署,着力推进生态环境保护与经济社会发展协同并进,为打好污染防治攻坚战提供坚强舆论保障。

二是统筹好生态环境正面宣传和舆论监督的关系。做好生态环境宣传工作,要坚定不移把政治方向摆在第一位,牢牢坚持党性原则,牢牢坚持马克思主义新闻观,牢牢坚持正确舆论导向,牢牢坚持正面宣传为主,既要正面宣传报道党中央、国务院保护生态环境的坚定决心和决策部署,各地区各部门的不懈努力和工作成效,也要主动曝光损害群众健康和影响高质量发展的突出生态环境问题,一些地区和部门党政领导干部不作为、慢作为、乱作为的问题。尤其是要认识到,生态环境部门加大执法督察力度,主动曝光问题和有关责任人并督促问题整改、追究责任,会受到群众的理解和拥护,不仅没有负面影响,而且集聚正能量,提高政府公信力,增强全社会解决生态环境问题的信心和希望。过去,我们总是有点畏手畏脚,生怕一些问题和矛盾曝光出去之后,会影响我们的形象,影响我们工作的推进。实践证明,恰恰相反,我们主动曝光一些问题,包括对责任人的追究,起到的都是正面的作用,彰显了我们坚定的态度、坚定的决心和坚定的信心,大大增强了我们的公信力,使得全社会尤其是广大人民群众增强了信心,也增进了对我们的信任。信心和信任非常重要。近期,我部接连公布一批查处企业环境违法的典型案件,中央纪委也通报曝光六起生态环境损害责任追究典型问题,老百姓和网友一片点赞,几乎没有拍砖的,为解决问题创造了积极正面的社会舆论氛围。事实雄辩地印证了这样一个道理:主动客观曝光生态环境问题也是正面宣传。

三是善于创新生态环境宣传工作的方式方法。做好生态环境宣传工作,无论是内宣还是外宣,都要敢创新、善创新、会创新。在对内宣传方面,部机关和地方各级生态环境部门干部,既要学会与媒体直接打交道,敢于"面对面";又要学会与网友间接沟通交流,勤于"键对键"。要注重主动宣传,讲好环保人环保事,赢得全社会的共鸣和支持,把日益增强的生态环境社会意识转化为人人节约资源、保护环境的意愿和行动,形成人人、事事、时时崇尚生态文明的社会氛围。针对网络和社会舆情,反应要快、内容要实、方式要新,通过多种形式和平台,第一时间发声,还原真相、解疑释惑,把对事实的了解和自信转化为社会的认同和"他信",避免舆情发酵。在对外宣传方面,要积极宣介中国生态文明建设和生态环境保护的努力和成就,利用一些典型案例,讲好中国环保故事和优秀人物,不断增强我国在全球环境治理中的话语权和主导权,巩固我国在推进全球生态文明建设中的重要参与者、引领者、贡献者地位。

二、进一步增强做好生态环境宣传工作的责任感使命感紧迫感

党的十八大以来,全国生态环境宣传战线认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神,以习近平生态文明思想和关于新闻舆论工作的新思想新要求为指导,牢固树立"四个意识",坚定"四个自信",认真贯彻党中央、国务院决策部署,坚持新发展理念,紧紧围绕改善生态环境质量这一核心,加大新闻宣传力度,积极引导社会舆论,基本扭转了长期以来环境舆论的被动局面,生态环境宣传工作取得显著成效。

一是环境新闻宣传工作水平明显提高。全国各省级环保部门新闻发言人制度逐步建立起来,新闻发言人名单电话面向社会公布。一些地方开设"环保曝光台"、组织媒体"伴随式"采访、环保厅长与网友"面对面"座谈并网络直播,还有一些地方通过培训、评选、考核等方式加强新闻发布工作。

二是环境新媒体建设运用能力大幅提升。全国地市级及以上环保部门微博微信全部开通,422个单位的环保新媒体矩阵已经形成,在新闻宣传和舆论引导方面产生了很好很大的作用。有的省所有县级环保部门全部开通了两微,有的地方开展"环保微电影"等新媒体产品征集和展播。

三是环境舆论引导工作有力有效。全国环保系统普遍加强环境舆论信息和舆情引导工作,组织开展"打好蓝天保卫战"大型主题采访活动,积极开展重污染天气舆情引导,主动设置议题,及时回应热点问题,解疑释惑,通过新媒体矩阵在发布权威信息、解决环境问题、服务人民群众、树立环保部门形象等工作中发挥了重要作用。

四是环境宣传教育活动不断创新。六五环境日活动的社会影响日益扩大,环保设施公众开放工作在全国铺开,"绿色中国年度人物""寻找最美环保志愿者"等典型宣传活动深入推进。一些地方开设"环保号"地铁、环保主题车站等环境教育阵地,举办"环境文化周""环境文化节"等,取得了良好社会效果。

五是生态环境宣传工作格局不断拓展。全国环保系统与其他相关部门从上到下关于环保宣传工作的合作不断加深,通过联合印发文件、共同策划活动、协调组织动员等方式,共同构建大宣传工作格局。

借此机会,我代表部党组和部领导班子,向全国生态环境宣传战线的同志们致以诚挚问候和崇高敬意!向关心、支持、帮助生态环境宣传工作的相关部门及社会各界人士,向媒体朋友们,表示衷心感谢!

在充分肯定生态环境宣传和舆论引导工作取得显著成绩的同时,我们也要清醒地认识到,生态环境领域的舆论形势错综复杂,进一步做好生态环境宣传和舆论引导工作面临更大压力与挑战。

一是生态环境舆情应对处置不当,可能引发社会风险甚至直接威胁政治安全。生态环境问题是政治问题,也是社会问题,经常掺杂各种利益诉求,稍有不慎,就会成为各种情绪的宣泄口。舆情应对得当,可以化解危机;舆情应对不当,很可能激化社会矛盾,成为社会冲突的导火索。近年来,各地不时出现生态环境"邻避"事件,一些生态环境问题处置不力,其中舆情应对不当是一个重要方面,加剧了公众与政府的对立,直接影响社会稳定,甚至导致生态环境问题向政治问题演变,威胁政权和制度安全。

二是生态环境执法监管不断加严,生态环境舆论斗争在一定时期和范围内会更加复杂尖锐。环境舆情背后往往反映利益相关方立场,从不同的利益角度出发,生态环境保护不时会遭遇误解甚至有意曲解。随着生态环境执法监管不断加严、环保督察持续发力,生态环境守法新常态逐渐形成,但也有一些违法者出于维护自身非法利益的目的,对正常的生态环境执法监管进行阻扰和歪曲,甚至通过各种渠道散布"环保搞垮经济"等错误言论。随着污染防治攻坚战不断深入,舆论斗争也可能出现新的领域、新的情况、新的问题,我们要未雨绸缪,做好应对准备。

三是生态环境舆情热点呈现"跨界"趋势,舆论引导要求更高、难度更大。从地域看,生态环境舆情敏感区域更加分散。尽管京津冀及周边地区秋冬季空气重污染形势显著改善,但长三角地区、汾渭平原、成渝地区等区域,包括长江中游城市群,大气污染舆情热度相对高涨。特别需要注意的是,国内生态环境舆情热点国际化趋势也十分明显。从内容看,舆情焦点更加多样。$PM_{2.5}$舆论压力得到一定程度缓解,但臭氧、水、土壤、沙尘、恶臭等污染问题,垃圾焚烧、洋垃圾、危险废物、农村环境以及灾害事故引发的次生环境问题等引发的舆情热点此起彼伏、接连不断。从领域看,舆情热点从以往相对狭小的专业领域进入更为广泛的社会舆情空间。人们对生态环境热点的讨论已与健康卫生、食品安全、自然灾害,与民生、经济乃至国际关系等众多领域议题交织叠加,并延伸至公共管理、社会治理等多个层面,舆情燃点低、触点多。从参与主体看,舆情参与者已从少数相关人员发展为全民参与。如果说早期的生态环境议题"曲高和寡",而今却是全民关注,公众对生态环境知识的需求更加迫切,科研工作者、媒体、公众之间的沟通对话更加必要,做好生态环境科普和舆情引导的重要性进一步凸显。

四是短期内生态环境质量难以根本改善,舆论引导要做好打持久战的准备。生态破坏问题和环境污染,表面上通过大气、水体和土壤等环境质量恶化表现出来,根子还是发展方式和生活方式出了问题,具体讲,就是产业结构、能源结构、运输结构、用地结构、农业投入结构和居民消费结构等方面存在的结构失衡问题。发展方式的转变,要靠经济高质量发展的长期持续推进,才能从量变到质变;生活方式的转变,也绝非一朝一夕之间,需要社会舆论持续引导、先进理念持久浸润、社会心理潜移默化,这两个转变都是一个长期过程。因此,生态环境宣传和舆论引导既要打攻坚战,也要打持久战,既要有决心和信心,也要有耐心和恒心。既要加强宣传,让大家都认识到位、行动起来,不等不拖不靠,一万年太久,只争朝夕;同时也要合理地引导预期,让广大老百姓认识到,问题的积累绝不是一天两天形成的,解决它也绝非是一夜之间,要长期持续地做好生态环境新闻宣传和舆论引导工作。

当前,我国生态环境保护事业进入了一个新的发展阶段,与此相应,生态环境宣传和舆论引导工作也站在了一个新的历史起点上。具体来讲,呈现以下几个特点。

一是中央对加强生态环境宣传工作的要求之高前所未有。党的十八大以来,党中央对生态文明宣传教育作出了一系列重要部署。2017年5月,习近平总书记在主持中央政治局第四十一次集体学习时强调:"要加强生态文明宣传教育,强化公民环境意识,推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式,形成全社会共同参与的良好风尚。"中共中央、国务院出台的《关于加快推进生态文明建设的意见》明确要求:"坚持把培育生态文化作为重要支撑。将生态文明纳入社会主义核心价值体系,加强生态文化的宣传教育,倡导勤俭节约、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式,提高全社会生态文明意识。"党的十九大进一步强调,必须树立和践行绿水青山就是金山银山的理念,要牢固树立社会主义生态文明观,推动形成人与自然和谐发展现代化建设新格局。这些都对加强和改进生态环境宣传工作提出新的更高要求。

二是《环境保护法》对加强生态环境宣传工作规定之严前所未有。2015年1月1日实施的新修订《环境保护法》规定:"各级人民政府应当加强环境保护宣传和普及工作,鼓励基层群众性自治组织、社会组织、环境保护志愿者开展环境保护法律法规和环境保护知识的宣传,营造保护环境的良好风气。教育行政部门、学校应当将环境保护知识纳入学校教育内容,培养学生的环境保护意识。新闻媒体应当开展环境保护法律法规和环境保护知识的宣传,对环境违法行为进行舆论监督。"首次明确环境宣传教育工作的责任主体是各级人民政府、教育行政部门、学校以及新闻媒体,也是这部法律的特点和亮点。生态环境宣传工作成为法定刚性要求,充分体现了这项工作的严肃性和严格性。

三是人民群众对生态环境信息、知识、文化的需求之强前所未有。近年来,这一需求日益旺盛,是人民日益增长的优美生态环境需要的一个重要方面,也是我国社会主要矛盾变化的具体体现。这就要求我们必须创造性地做好生态环境宣传工作,提供更多的生态环境信息以及承载生态文化的信息、知识和价值观念的多种形式高质量宣传产品。

四是做好生态环境宣传工作的机遇和舞台之大前所未有。党的十八大以来,我国生态文明建设顶层设计和制度体系日趋完善,生态环境保护法治建设不断加强,中央环境保护督察实现全覆盖,大气、水、土壤污染防治三个"十条"深入实施,当前全国上下正在全面贯彻落实习近平生态文明思想和全国生态环境保护大会精神,坚决打好污染防治攻坚战。这些都为生态环境宣传工作提供了前所未有的生动素材和工作舞台。

总的来讲,生态环境宣传工作格局已经发生了重大转变:宣传目标已经从过去的环境教育启蒙、增强环境意识,转变为替人民代言、满足人民日益增长的生态环境文化产品需要;宣传方式已经从过去灌输式、单一化,转变为互动式、多元化;宣传内容已经从早期的以环境科普为主,转变为生态环境信息公开、生态环境科学普及、生态环境问题曝光、生态环境舆论引导等多重话题。

同志们!面对成绩,我们要不骄傲、不懈怠、不停步,乘势而上、勇往直前;面对挑战,我们要不怕艰、不畏难、不退缩,舍我其谁、勇于担当,坚决打赢生态环境宣传攻坚战,为打好污染防治攻坚战、决胜全面建成小康社会和建设美丽中国营造良好的舆论氛围,为保护生态环境作出我们这代人的努力!

三、当前和今后一个时期生态环境宣传和舆论引导的核心任务和重点工作

当前和今后一个时期,生态环境宣传和舆论引导工作的核心任务,就是广泛深入宣传习近平生态文明思想和全国生态环境保护大会精神,以及各地区、各部门贯彻落实的进展和成效。

一是大力宣传习近平生态文明思想和全国生态环境保护大会的重大意义。这次大会确立了习近平生态文明思想,作出一系列重大决策部署,为全面加强生态环境保护,打好污染防治攻坚战,建设美丽中国指明了方向、规划了路径、鼓足了干劲。我们要向全社会大力宣传这次大会的重大现实意义、深远历史意义和鲜明世界意义,把"一个标志性成果"和四个"第一次"宣传好,也要大力宣传各地区各部门贯彻落实大会精神的具体行动和实际成效。

二是大力宣传生态环境保护形势"三期叠加"的重大战略判断。总书记在重要讲话中作出了重大战略判断,即生态文明建设和生态环境保护处于压力叠加、负重前行的关键期;进入提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要的攻坚期;到了有条件有能力解决生态环境突出问题的窗口期。我们要正确引导社会公众客观认识当前我国生态环境保护所处的历史方位和阶段,理解我国生态环境保护转型过关、爬坡迈坎的历史必然性和现实艰巨性,同时认识到当前生态环境保护面临着前所未有的历史机遇,增强全社会的信心。

三是大力宣传构建生态文明五大体系。总书记在重要讲话中提出,要加快构建生态文明体系,即加快建立健全以生态价值观念为准则的生态文化体系,以产业生态化和生态产业化为主体的生态经济体系,以改善生态环境质量为核心的目标责任体系,以治理体系和治理能力现代化为保障的生态文明制度体系,以生态系统良性循环和环境风险有效防控为重点的生态安全体系。我们要大力宣传五大体系构建过程和成效,推进生态文明建设逐步深度融入经济、政治、文化、社会建设各领域和各环节,加快构建从天空到地面、从山顶到海洋的全地域和源头严防、过程严管、后果严惩的全链条式生态文明制度体系,进一步增强全社会保护生态环境的自觉性和主动性。

四是大力宣传打好污染防治攻坚战的目标任务和政策举措。总书记在重要讲话中明确要求,坚决打好污染防治攻坚战,重中之重是打赢蓝天保卫战,其次是打好碧水保卫战、扎实推进净土保卫战,其中特别是要打好七大标志性战役,除了打赢蓝天保卫战,还包括柴油货车污染治理、城市黑臭水体治理、渤海综合治理、长江保护修复、水源地保护、农业农村污染治理等标志性的重大战役,实现没有水分的目标任务,还老百姓蓝天白云、繁星闪烁,清水绿岸、鱼翔浅底,鸟语花香、田园风光的自然美景,使全面建成小康社会得到人民认可、经得起历史检验。生态环境部贯彻落实大会精神最核心的具体工作,除了七大标志性战役,还会同相关部门组织开展了四个专项行动,包括打击危险废物非法转移和倾倒、落实《禁止洋垃圾入境推进固体废物进口管理制度改革实施方案》、垃圾焚烧发电达标排放整治、针对国家自然保护区的绿盾专项行动。打好污染防治攻坚战要坚持舆论先行、舆论保障,把整个攻坚战,尤其是七大标志性战役,以及四个专项行动的目标任务和政策举措宣传好。

五是大力宣传加强党对生态文明建设的领导。总书记在全国生态环境保护大会上强调,生态环境是关系党的使命宗旨的重大政治问题,也是关系民生的重大社会问题。地方各级党委和政府主要领导是本行政区域生态环境保护第一责任人,各相关部门要履行好生态环境保护职责,使各部门守土有责、守土尽责,分工协作、共同发力。我们要大力宣传地方各级党委、政府及有关部门落实"党政同责""一岗双责"的实际举措和成效,不断增进人民群众对党和政府的信任和拥护。

六是大力宣传中央对生态环境保护队伍建设的期望和要求。总书记在重要讲话中强调,打好污染防治攻坚战时间紧、任务重、难度大,是一场大仗、硬仗、苦仗,要求我们建设一支生态环境保护铁军,政治强、本领高、作风硬、敢担当,特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献。我们要大力宣传总书记的这一重要嘱托,以及各级党委和政府对生态环境保护队伍建设的关心和支持,强化生态环保铁军过硬的信念、政治、责任、能力和作风,在污染防治攻坚战中冲锋陷阵、攻坚克难、决战决胜。

紧紧围绕上述核心任务,要着力抓好以下五项重点工作。

第一,牢牢把握新闻宣传的话语权和主导权,唱响生态文明建设主旋律。党的十九大提出,要牢牢掌握意识形态工作领导权这一重大任务,要求坚持正确舆论导向,高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

新闻宣传是生态环境宣传和舆论引导工作的重心。各级生态环境部门要认真学习贯彻习近平生态文明思想和关于新闻舆论工作的新思想新要求,全面加强生态环境新闻宣传工作,强化导向,凝聚共识,放大生态文明建设和生态环境保护主流声音。

一是主动设置议题。生态环境新闻宣传要以帮助解决群众身边突出生态环境问题、改善生态环境质量、实现经济高质量发展为出发点,以促进落实生态环境保护责任为着力点,以解读打好污染防治攻坚战政策措施和进展成效为切入点,以提升群众环境获得感幸福感为落脚点,主动设置议题,综合运用新闻发布、媒体采访等形式,加强信息发布。

新闻发布会是舆论引导的"重器",要注重发布和传播效果,要把每一场发布会都办成充分策划、精心组织、有效评估,有很强系统性和针对性的大型舆论传播活动。要加强新闻发言人队伍建设,不断提高现代媒介素养和舆论传播引导专业化能力。对生态环境保护和污染防治攻坚战的中心工作、重点任务,要加强伴随式采访报道,策划主题采访活动,深入报道工作进展,曝光违法典型,宣传治理成效,增强群众对生态环保工作的认同和支持。

二是保持传播热度。在受众方面,要适应受众个性化、分众化趋势,在内容、渠道、效果上增强针对性、精准度,提高参与度、传播力。在渠道方面,既要有传统媒体的有力报道,也要有自媒体的良好互动,始终把握议题主旨,有效引领舆论导向。在传播节奏方面,要保持主旋律不降调、主信号不中断,既有重点策划推动的"重磅",也有持之以恒的"润物无声",既有重槌响鼓之后的"余音绕梁",也有涓涓细流之中的"泉水叮咚"。此外,在舆论监督方面尤其要注意,既要与媒体合作进行犀利的案件曝光,表达执法监管对违法"零容忍"的坚定立场,也要注重对问题整改过程和结果的监督反馈,充分体现公众监督、舆论监督推动解决生态环境问题的实实在在成效。

三是正确对待舆情。要加强生态环境舆情监测和研判,制定相关工作机制,明确处置程序和责任,快速报告、精准研判、及时发声,牢牢把握并赢得舆情应对主动权。特别是要重视网络舆情,要把网民的"表情包"作为生态环境保护工作的"晴雨表"。对网民反映的问题,及时回应处置,涉及本区域本领域的要深入调查、认真核实,反映属实的要依法查处、认真整改;不属实的,要将问题来龙去脉调查清楚,实事求是地向网民和媒体反馈沟通。通过解决实际问题和科学有效的舆论应对,确保主旋律更高昂、好声音更响亮、正能量更强大。

第二,始终占领网络传播主阵地,打好生态环境舆论主动仗。总书记强调,要加强网上正面宣传,旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向,用新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神团结、凝聚亿万网民。

网络空间已成为生态环境舆论传播和引导的主阵地。各级生态环境部门要善于运用互联网手段开展生态环境宣传和舆论引导,不断提升生态环境主流舆论信息的到达率、阅读率和点赞率,不断扩展网络传播阵地,增强网络传播战略主动。

一是建好政务新媒体。政务新媒体是网络时代政府部门的"信息窗口""形象窗口",也是生态环境部门开展生态环境舆论传播和引导的"标配"工具。地市级及以上生态环境部门要明确政务新媒体的定位和功能,集中力量做优做强一个主账号,发布权威信息,听取网民呼声,引导网络舆论,接地气、聚人气、扬正气。生态环保政务新媒体要关注和响应网民意见,逐步丰富发布内容、创新产品形式。各级生态环境部门的负责同志要多看多用政务新媒体,花一些时间学习了解,很多貌似复杂的"高科技",其实没有那么"神秘",懂了就不怵,用了则不难。

二是用好新媒体矩阵。要着力实现矩阵运行指令畅通、上下联动,重大信息传播要同频共振、整体发声。部里已经出台了新媒体矩阵管理办法,规定了哪些信息是必须转发的,提了要求就得落实,这是将来宣教系统工作考核很重要的内容。各级生态环境部门要加强新媒体内容发布机制建设,对要求转发的必须及时转发,对应当回应的必须及时回应。

三是丰富新媒体产品。新媒体产品是生态环境宣传的实际载体和具体表达形式。丰富产品不是要盲目地增加内容和新媒体产品数量,而是要把政务信息资源用足用好,及时、充分、有效地把群众关心的和我们希望群众了解的信息传播出去。要提升传播生动性、精准性和有效性,多采用生动简洁的短视频、"表情包""一张图"等方式表达生态环境专业内容。要多轮次地转发、摘发、编发重点生态环境信息,经常性地与网民、主流媒体、商业网站、网络大V、意见领袖等建立互动。

下转三版