强化核心意识 坚决维护党中央权威

● 王诗萌

十八届六中全会从我们党面临的严峻挑战与风险考验出发，号召全党牢固树立政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚定不移维护党中央权威和党中央集中统一领导，继续推进全面从严治党，不断开创中国特色社会主义事业新局面。

“四个意识”相互联系、相互作用，形成一个有机联系的统一整体，从而确保全党的方向和立场坚定正确，确保局部与整体协调一致，确保团结和集中完全统一，确保队伍整齐有力、充满活力。其中，政治意识是前提，大局意识是关键，核心意识是根本，看齐意识是保证。“四个意识”聚焦于核心，统一于增强核心意识，统一于向核心看齐，紧密地团结在核心周围，形成一个凝心聚力、耦合互动、坚强有力的有机整体。因此，核心意识是“四个意识”的“关键”。尊崇与维护核心是体现党章精神与思想灵魂的方向性、原则性要求，既是党性要求，也是政治要求。社会越是多元多样多变，党的任务愈是艰巨，肩负使命愈是光荣，就越需要核心。

核心意识要求形成并确立一个核心。马克思说过，每一个社会时代都需要有自己的大人物，如果没有这样的人物，这个社会时代就要把他们创造出来。斗争辩良才，实践出英豪。对于一个政党来说，核心不是自封的，也不是自然而然形成的，它是在长期实践的锤炼和历史考验的大熔炉中炼成的“真经”。1935年，遵义会议前，我们党由于没有形成强有力的党中央领导，没有形成一个领导核心，导致党的事业几经挫折。遵义会议确立了毛泽东同志在红军和党中央的领导地位之后，我们党开始形成坚强的领导核心，从此中国革命焕然一新。邓小平曾说过：“没有毛泽东，中国还要在黑暗中徘徊。他还说过，党不能没有核心。正是在党中央坚强有力的领导下，经过一代又一代共产党人团结带领全国各族人民不断奋斗，中国革命、建设、改革事业才取得举世瞩目的伟大成就。无论是革命战争年代，还是和平建设年代，党中央的坚强有力领导成为各项事业顺利前行的重要保证。

伟大事业需要坚强领导核心。十八大以来，我们进入到一个社会结构全面转型升级、利益矛盾更加错综复杂、社会发展爬坡过坎攻坚克难的新时期，我们党面临的治理环境和执政环境异常复杂、更加严峻，克服“四大危险”、战胜“四大考验”，更加需要坚强领导核心。

“大雁无首难成行，羊群领路靠头羊。”“头羊”“首雁”，就是羊群、雁阵的核心、主心骨。离开这样的核心、主心骨，羊群前行没有方向，雁阵飞行没有目的。羊群、雁阵如此，小至一个团队，大至一个政党、民族、国家，更是如此。没有核心、主心骨，一个团队就会是乌合之众；一个政党就会是群龙无首；一个民族就会是一盘散沙；一个国家就会是四分五裂。十八大以来，习近平总书记带领党中央领导集体励精图治、披荆斩棘，在推进伟大事业、建设伟大工程、夺取伟大斗争胜利、实现民族复兴伟大使命新的实践中，干了许多具有重大现实意义和深远历史影响的开创性工作，做了许多过去我们想做而做不了的事情，开辟了马克思主义新境界，开创了中国特色社会主义事业新局面，治国理政成就有目共睹、举世公认。俗话说：“果无核心不成熟，船无舵手不航行。”习近平总书记受到全党全国人民的衷心拥护，已经成为党中央的核心、全党的核心，是众望所归、实至名归，是党心所向、民心所向。

十八届六中全会明确习近平总书记的核心地位，正式提出“以习近平同志为核心的党中央”。六中全会公报一发表，明确习近平总书记核心地位的信息一公开，党心军心民心大振。六中全会这个决定，充分反映了全党的共同意志和人民群众的共同心声，是维护党的团结和集中统一领导、提高党的创造力凝聚力战斗力的迫切需要，是战胜前进道路上各种风险和挑战、夺取中国特色社会主义新胜利的根本保证。有了这样一位符合党心民心的核心，全党就有主心骨，全民就有领航人，我们的事业就会前程似锦！

坚决维护核心，才能形成钢铁般牢不可破的党内团结，才能更好地凝聚力量、统一意志、统一行动、万众一心、众志成城，党中央才有权威，党才有力量，国家才有力量，才能不断取得新的胜利。今天学习贯彻十八届六中全会精神，增强“四个意识”，特别是突出“核心意识”“看齐意识”，就要紧紧抓住“核心意识”这个“关键”，更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，更加坚定地维护以习近平同志为核心的党中央权威，自觉在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，从而使全党更加紧密地凝聚在一起、整合在一起，使全党“如同一个和睦的家庭一样，如同一块坚固的钢铁一样”，自觉向党中央看齐，贯彻中央指令，统一党内意志，形成高度团结和集中统一领导，真正把党中央各项决策部署落到实处，保证党的路线方针政策落地生根，从而锻造出一个更加坚强有力的中国特色社会主义事业领导核心，最大限度地激发全党和全国各族人民的创造活力，把13亿中国人民的智慧和力量汇聚成攻坚克难、创新进取的中国智慧和气势磅礴、战无不胜的中国力量，带领人民围绕实现“两个一百年”奋斗目标和实现中华民族伟大复兴目标，众志成城、矢志不移地努力奋斗。

扶贫脱贫关键在“实”

◈ 谢光平

有个村组，四周被绿水青山环绕，没有污染，当地农户食用的都是自产自销的绿色食品。为挖掘绿色种植、养殖产业潜力，鼓励农户依靠绿色产业脱贫，当地政府积极投入经费帮助他们修通了公路。可是后续的公路养路资金从哪里拨却没有明确，村组又拿不出养路的经费，久而久之，这条投资打通的最后一公里公路，因长期遭受洪水的冲刷变成了机动车辆无法通行的路。类似这种“中看不中用”的“扶贫脱贫”，在村组并非个例。

扶贫脱贫，花了钱，打通了公路，本是好事一桩，为什么效果不理想呢？笔者认为，主要是当地政府没有把扶贫脱贫的实事办实。一些地方的党委政府把帮助贫困村组扶贫脱贫解难题，变成了是政府“开单子”，领导“画圈子”。有些地方实施的扶贫脱贫项目虽然花了不少钱，但效果甚微，群众贫穷的面貌依然没有改变，贫困群众也不领情，其主要问题就在于实施的扶贫项目是当地政府的“一厢情愿”，并不是群众需要的。也有些地方没有把真脱贫、实脱贫、长脱贫三者统一起来，实施了一些中看不中用的脱贫项目，盲目追速度，求一时政绩，导致扶贫脱贫的项目“华而不实”。还有些地方的扶贫脱贫项目结束了，验收也合格了，但对于项目实施的效果怎样，贫困群众满意不满意，是不是真的达到了预期的目的缺乏“跟踪问效”，这样的脱贫方式换来的不是贫困群众得实惠，却是贫困群众的怨声载道。

各级政府在扶贫脱贫过程中，既要讲精准，又要讲效果，这就要求我们在“实”上下功夫。一是要掌握扶贫脱贫实情。在精准扶贫脱贫过程中不能想当然，精准扶贫脱贫所办之事，一定要符合长远发展需要。为此，政府机关工作人员要深入实际搞好督促检查，看看扶贫所办的事还存在什么问题？脱贫的效果如何？是否发挥其效益？在广泛听取贫困群众意见的基础上，切实摸清楚效果，尽力使所办的扶贫脱贫之事发挥最佳效益，这样才能达到扶贫脱贫的目的。二是要脚踏实地。对扶贫脱贫所办的事，要听听群众的意见，看还有什么地方需要改进，一个环节一个环节地“抠”，然后再具体改进，要分好工，明确由谁改办、怎样改办、改办的质量和时限等，使之件件有着落，事事有人办，确保把脱贫事办好、办实，让其长期发挥效益。三是要讲求效果。一件事或一个项目办完后效果如何，是否达到脱贫的目的，要有一个衡量的标准，不能仅扶不管，这里最重要的一个标准，就是要把贫困群众是否从中获得实惠，满意不满意作为标准，并通过考评监督，加强跟踪，不断提高各级机关单位为贫困群众脱贫所办实事的质量和效果。

浅析传统媒体如何运用手机自媒体平台开展舆论宣传

▲此里只玛

如今，人们对互联网和数字化技术的应用越来越多，媒体领域也进入了异军突起的时代，微博、微信、博客、论坛、贴吧、视频网站、各类手机APP在满足受众信息需求的同时，也给传统媒体行业转型发展提出了新的要求。传统媒体如何在新时代，利用新的科学技术，结合自媒体优势开展宣传工作，发挥舆论引导的重要作用，是摆在传统媒体面前急需解决的问题。

手机自媒体平台的优势

一、海量信息满足受众需求。

如今，互联网技术正在深刻地改变着人们的阅读习惯和获取信息的途径，手机已经成为人们获取信息的第一媒介。手机媒体的便捷、及时、快速，不受地域、环境限制等种种特点，都优于传统媒体，只要受众有需要，随时可以用手机简单地搜索，就能在短时间内获取海量所需的信息。

二、灵活的互动形式。

相对于传统媒体的形式单一，手机自媒体平台的互动形式更为灵活。手机自媒体平台为受众提供的信息包含文字、图片、视频，可以通过丰富的内容吸引受众群体，而受众则可以通过评论、弹幕等形式发表自己的观点、想法等。这彰显了手机自媒体的互动优势，更容易获得受众的接纳。

三、地方性、生活化特色明显。

如今，手机自媒体已经深入到人们生活的每个角落，车站、地铁、商场、酒吧、书店……随时随地都可以看到双手捧着手机不断刷屏的人。正因手机自媒体来自生活，所以其信息内容更具有地方性、生活化的特色。人们在通过媒体了解外界的时候，更愿意去关注、了解那些与自身生活区域相关的信息，因此，手机自媒体的地方性、生活化特色，能在海量的信息中突出重围，受到受众的喜爱。

传统媒体行业如何运用手机自媒体

一、建立自己的手机自媒体。

在如今的网络时代，传统媒体紧紧依靠自身的传播特性必将面临受众群体流失、覆盖范围缩小等问题，只有通过与手机自媒体的有机结合才是顺应时代、改善发展方式的重要途径。传统媒体要建立微信、微博等手机自媒体平台，并充分利用自身信息广、可信度高等优势，创造出全新的、系统的跨行业营销方式和经营方式。

二、增强手机自媒体信息的平民化。

手机自媒体有平民化的特征，这是传统媒体所不具备的优势，传统媒体行业在发展自己的手机自媒体的时候，要充分利用和学习手机自媒体的平民化特性，在保障信息真实的基础上，努力加强新闻评论互动性建设，从而保障传统媒体信息在手机自媒体的受众占有率，坚持正确的舆论导向。

三、促进手机自媒体信息内容多样化。

手机自媒体受众群体来自各行各业，相对与传统媒体，可以说是覆盖面更广。因此，受众对于信息内容多样化需求更为突出，人们往往习惯通过手机自媒体达到了解信息、学习知识、休闲娱乐等目的。在保障节目内容健康向上，把握正确舆论导向的基础上，传统媒体在自己手机自媒体发布的信息应该较以往更加丰富，涉及面应更加广泛。时政新闻、民生热点、文化艺术、社科知识、娱乐休闲等各类信息，只要内容健康、导向正确都可以成为手机自媒体的内容。

正所谓“变则通、通则达”，随着科学技术发展，传统媒体行业在应对各类自媒体蓬勃发展带来冲击的同时，应顺势而为，建立健全自己的手机自媒体平台，并实现信息内容的平民化，有机结合传统媒体行业和手机自媒体的优势，实现优势互补、劣势互消，从而利用手机自媒体平台，更好地开展宣传工作，把握正确舆论导向。

邮政普遍服务标准

4 业务范围

邮政企业应对信件、单件重量不超过5kg的印刷品、单件重量不超过10kg的包裹的寄递以及邮政汇兑提供邮政普遍服务。

提供邮政普遍服务的邮政营业场所应开办所有上述业务。未经邮政管理部门批准，不应停止办理或者限制办理上述业务。

每个县级行政区内应至少有一个开办国际及港澳台邮件业务的邮政营业场所。

每个乡、镇应至少有一个提供包裹领取服务的邮政营业场所。

5 邮政设施

5.1 提供邮政普遍服务的邮政营业场所设置要求

5.1.1 提供邮政普遍服务的邮政营业场所的设置应至少满足下列条件：

——北京市城区主要人口聚居区平均1km服务半径或1～2万服务人口；

——其他直辖市、省会城市城区主要人口聚居区平均1～1.5km服务半径或3～5万服务人口；

——其他地级城市城区主要人口聚居区平均1.5～2km服务半径或1.5～3万服务人口；

——县级城市城区主要人口聚居区平均2～5km服务半径或2万服务人口；

——乡、镇人民政府所在地和乡、镇其他地区主要人口聚居区平均5～10km服务半径或1～2万服务人口；

——交通不便的边远地区，应按照国务院邮政管理部门的规定执行。

5.1.2 乡、镇人民政府所在地应至少设置1个提供邮政普遍服务的邮政营业场所。

5.1.3 较大的车站、机场、港口、高等院校和宾馆，应设置提供邮政普遍服务的邮政营业场所。相关单位应在场地、设备和人员等方面提供便利和必要的支持。

5.2 提供邮政普遍服务的邮政营业场所服务设施要求

提供邮政普遍服务的邮政营业场所的服务设施应满足下列要求：

——营业场所应公示名称、所在区域邮政编码、每周的营业日和每天的营业时间，并按公示的时间营业；

——营业场所应公示或者以其他方式公布其服务种类、资费标准、邮件和汇款的时限标准、查询及损失赔偿办法、禁止寄递或者限制寄递物品的规定；

——营业场所内应在明显位置公示用户对其服务质量的投诉、申诉渠道及联系方式；

——营业场所内应免费为用户提供邮政编码查询服务；

——营业场所内应提供便民服务设施及用品用具；

——营业场所内应布局合理，指示清晰，环境整洁。

5.3 邮筒（箱）设置要求

5.3.1 邮筒（箱）的设置应至少满足下列条件：

——直辖市、省会城市城区主要人口聚居区平均0.5～1km服务半径；

——其他地级城市城区主要人口聚居区平均1～2km服务半径；

——县级城市城区主要人口聚居区平均2～2.5km服务半径；

——乡、镇人民政府所在地主要人口聚居区平均5km服务半径；

——交通不便的边远地区，应按照国务院邮政管理部门的规定执行。

5.3.2 提供邮政普遍服务的邮政营业场所门前应设置邮筒（箱）。

5.3.3 较大的车站、机场、港口、高等院校等人口密集的区域，宜根据需要增加邮筒（箱）的设置数量。

5.4 其他

机关、企事业单位应设置接收邮件的场所。城镇居民楼应设置接收邮件的信报箱，具备条件的地区应逐步设置邮政包裹柜。乡、镇其他地区应逐步设置村邮站或者其他接收邮件的场所，未设置固定邮件接收场所的，由各建制村村民委员会代为接收邮件。

建设城市新区、独立工矿区、开发区、住宅区或者旧城区进行改建，应同时建设配套的提供邮政普遍服务的邮政设施。

邮政设施的产权主体应对其设置的邮政设施进行经常性维护，保证邮政设施的正常使用。

6 服务时限

6.1 营业时间

提供邮政普遍服务的邮政营业场所的营业时间应满足下列要求:

——城市主城区每周营业时间不应少于6天，每天营业时间不应少于8小时；城乡结合区每周营业时间不应少于6天，每天营业时间不应少于6小时；

——乡、镇人民政府所在地每周营业时间不应少于5天，每天营业时间不应少于6小时；

——乡、镇其他地区每周营业时间不应少于3天，每天营业时间不应少于4小时；

——车站、机场、港口、高等院校、繁华地区等人流量大的区域，应根据实际情况合理安排营业时间；

——交通不便的边远地区，应按照国务院邮政管理部门的规定执行；

——遇国家法定节假日和省级人民政府规定的节假日，提供邮政普遍服务的邮政营业场所可根据实际用邮需求，适当调整营业时间，调整后的营业时间应提前3日对外公布，并按公布的时间对外营业。

6.2 开取邮筒（箱）次数

邮政企业应在邮筒（箱）上标明开取次数和时间，并按时打开邮筒（箱），收取信件。开取邮筒（箱）次数应满足下列要求：

——城市每天不应少于1次；

——乡、镇人民政府所在地每周不应少于5天，每天不应少于1次；

——乡、镇其他地区每周不应少于3天，每天不应少于1次；

——交通不便的边远地区可按当地的投递频次开取邮筒（箱）。

6.3 邮件全程时限

6.3.1 信件全程时限

信件全程时限应满足下列要求：

——同一城市城区内次日送达的比例不低于70%，且2天内送达的比例不低于90%；直辖市城区寄往远郊区县城区2天内送达的比例不低于80%，且3天内送达的比例不低于95%；

——省内3天内送达的比例不低于70%，且5天内送达的比例不低于95%；

——直辖市、省会城市间4天内送达的比例不低于70%，且6天内送达的比例不低于95%；

——省际地级以上城市间5天内送达的比例不低于70%，且7天内送达的比例不低于95%；

——省际其他地区间6天内送达的比例不低于70%，且8天内送达的比例不低于95%。

6.3.2 印刷品、包裹全程时限

印刷品、包裹全程时限应满足下列要求：

——同一城市城区内次日送达的比例不低于70%，且2天内送达的比例不低于90%；直辖市城区寄往远郊区县城区2天内送达的比例不低于80%，且3天内送达的比例不低于95%；

——省内3天内送达的比例不低于70%，且5天内送达的比例不低于95%；

——直辖市、省会城市间5天内送达的比例不低于70%，且7天内送达的比例不低于95%；

——省际地级以上城市间6天内送达的比例不低于70%，且8天内送达的比例不低于95%；

——省际其他地区间7天内送达的比例不低于70%，且9天内送达的比例不低于95%。

6.3.3 邮政汇兑时限

按址汇兑的时限应满足下列要求：

——邮政汇兑全国联网网点，应在收汇3天内将取款通知单投递用户；

——邮政汇兑非全国联网网点，应在收汇10天内将取款通知单投递用户；

——邮政企业应在收款人收到汇款通知之日起60天内，为用户兑付汇款。

6.3.4 其他

交通不便的边远地区的邮件全程时限，应按照国务院邮政管理部门的规定执行。

国际及港澳台邮件在国内部分的寄递时限，应按照国内邮件时限标准执行。

7 服务环节

7.1 收寄

7.1.1 收寄方式

邮政企业应根据实际情况提供下列收寄方式：

——窗口收寄；

——邮筒（箱）收寄；

——流动服务收寄。

7.1.2 收寄要求

7.1.2.1 业务资费

邮政企业应严格执行实行政府指导价或者政府定价的邮政业务资费标准。

邮政企业不应限定用户支付信件、印刷品和包裹等邮件资费的方式，不应以任何方式限定或者指定用户使用高资费业务或者搭售其他商品。

7.1.2.2 邮件封面和单据

邮件封面和单据应满足下列要求：

——邮件封面和单据采用的格式条款中涉及用户权利和义务的，应以足以引起用户注意的方式载明；

——邮政企业在收寄邮件时应清晰、规范地加盖或者打印收寄日戳等各种业务戳记；

——邮政企业应按规定向用户提供收据或者发票等凭证，业务单据的填写应规范、明晰、完整。

7.1.2.3 禁止寄递和限制寄递物品

邮政企业收寄邮件和用户交寄邮件，应遵守法律、行政法规以及国务院和国务院有关部门关于禁止寄递和限制寄递物品的规定。

7.1.2.4 收寄验视

对用户交寄的信件，必要时邮政企业可要求用户开拆，进行验视，但不应检查信件内容。用户拒绝开拆的，邮政企业应不予收寄。

对信件以外的邮件，邮政企业收寄时应当场验视内件。用户拒绝验视的，邮政企业应不予收寄。

7.1.3 营业人员

营业人员应统一穿着具有邮政企业标识的服装，佩戴工号牌或者胸卡，使用文明用语。（未完待续）