

# 衡水市潜力调查突出主体责任

军事机关『吹哨』 政府部门『报到』

■本报特约通讯员 郭世来



潜力调查的鲜明特点。  
“动员潜力调查任务由上级机关下达,受领任务的军事机关习惯自己唱主角。”市国动委秘书长、军分区副司令员王晓辉介绍说,由于军地之间没有隶属关系,军分区机关牵头开展调查,不仅费时费力,而且汇总上来的数据有水分、不新鲜。依据动员法规,突出政府部门主体责任,改变军事机关心有余力不足的局面,成为该市军地着力破解的一个问题。

今年9月,市委军分会研究制定潜力调查规范,并以市政府、军分区名义印发,明确了摸清全市动员家底的责任人:市委、市政府相关部门家家有任务。“市委、市政府合力推进潜力调查,这在我市历史上还是第一次。”负责联系武装工作的市政府副秘书长袁向前告诉记者,此前党政机关认为潜力调查只是军事机关的业务工作,现在通过学习国防法规才懂得,政府部门对包括潜力调查在内的动员工作负有组织和管理之责。

如果说红头文件为政府部门到位提供了政策支撑,那么前不久成立的该市潜力调查领导小组则提供了组织保证。“18日召开的会议也可以说是领导小组及其办公室的一次全体会议。”军分区动员处参谋崔奎介绍说,领导小组组长由市政府常务副市长担任,小组办公室设在军分区,办公室主任由军分区副司令员担任。目前小组初步形成了办公室受领任务向小组报告、小组组织实施的工作机制,被大家形象地称为“军事机关‘吹哨’,政府部门‘报到’”。

为给前来“报到”的政府部门提供工作便利,军分区设置潜力数据审核室,为每个国动委专业办公室配备专用电脑,并建立集中学习、集中办公制度,让大家尽快进入情况、进入角色。

政府部门前来“报到”需带上翔实的潜力数据。数据的准确性时效性强不强,不仅由数据库检测系统、组织抽查的联合工作组说了算,而且取决于能否保障动员预案顺利拟制。今年以来,军分区通过订实预案的办法倒逼数据“脱水”。市经济动员办公室的李佳告诉记者,保障部队跨区机动,该办需要拟制3套预案,每套预案所涉及人员都被要求定岗定位定责,只有切实摸清家底,才能不出纰漏、不辱使命。

12月18日,河北省衡水市召开动员潜力调查任务部署暨培训会议,与以往不同的是,会议地点设在了市政府而不是军分区,具体任务由市委常委、市政府常务副市长王伟安排部署。突出政府部门主体责任,是该市这一轮动员

人民防空是全民性防护工作,面对数量庞大的教育对象,主管部门如何发声?

## 河南省人防办:蹚出融媒体宣教之路

■本报特约通讯员 林晓冰 记者 贾勇

融媒体,新闻宣传领域的一个新理念;人防办,以战时防空为核心使命的政府机构。2年前,河南省人防办牵手融媒体开展宣教工作,逐步形成了纸质媒体、网络媒体全面开花,10余条报道渠道同时发力的局面。

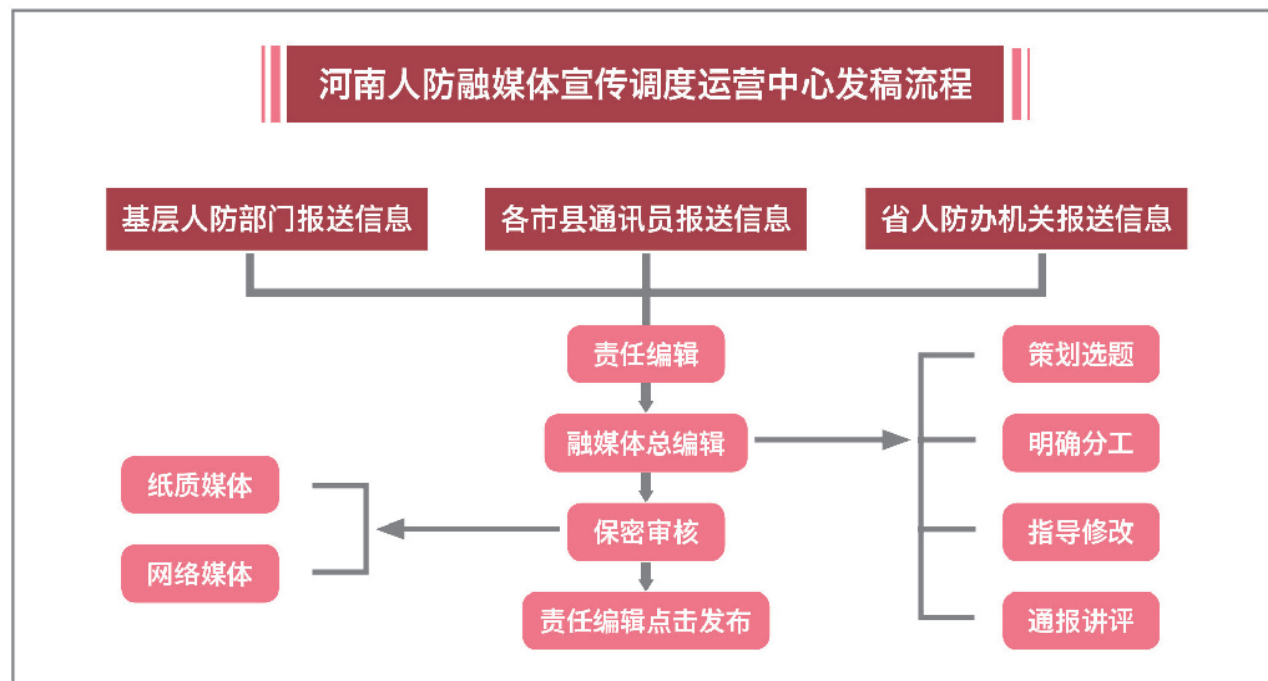
### 融媒体宣教不是另起炉灶——变管理才能开新局

记者走进省人防办融媒体宣传调度运营中心,映入眼帘的是挂满墙壁的采编发布流程、编辑人员职责,除此之外的其他布设与普通办公室并无两样。

“不仅布设没有两样,中心人员也是从秘书处、指挥通信处抽调过来的。”中心负责人曹裕军介绍说,融媒体宣传调度运营中心不属于正式编制机构,工作人员也都是兼职。2年来,中心人员一直处于边干边学、边学边干的状态。

融媒体融合的是传统媒体与新媒体,既要求集中采编,又追求快采速编,如何保证中心运行效率呢?工作人员指着墙上的保密联审牌子告诉记者,中心发出去的任何一篇稿件,都必须经过四级审查,初审、终审两道关口设在中心,业务审查和保密审查也都明确专人负责,流程非常顺畅。而且办机关每个处室和直属单位乃至省辖市、直管县人防办都有1至2名融媒体报道员,每个单位的月刊稿量都进行排名通报,既促进了编发效率的提升,又保证了所发稿件的质量。

扁平化的管理模式基本可以保证当天事当天报。中心运行2年来,不仅使全省人防宣教工作局面焕然一新,而且激发起中心工作人员创业激情。记者了解到,曹裕军今年已经56岁,其他人员也都是工作了十几年、二十几年的老同志,但一谈起融媒体,大家精神振奋,仿佛就是刚刚入职的年轻人,他们想用自己的努力证明:兼职的老同志也能干好新鲜事儿。



能干好新鲜事儿。

### 融媒体宣教不是一家独唱——扩大阵容才能融出高效益

记者在融媒体中心见到一份通报,内容是第三季度18个省辖市、省直管县人防办及机关处室发稿情况排名,通报表上密密麻麻,各单位发稿数量及得分情况一目了然。

中心工作人员介绍说,省办党组按照“群众办报”的思路,采取业务培训、任务牵引、奖优罚劣等办法,让所属各单位都参与到融媒体宣教工作中来。以创办微信公众号为例,省人防办机关统一开发公共版块,统一推送重要信息,各市人防办根据实际需要,开发自身版块,通过采取统分结合的办法,既能保持一个声音对外,又不失各单位的特点特色。

内部资源要整合,外部资源也要用

好。2018年3月,河南手机报人防版上线,截至12月中旬已推送70余期。此外,中心还与人民网、新华网河南频道以及河南日报等媒体确立合作关系,与全国人防系统微信公众号、人防部门网站形成联动机制。

“阵容越强大,融合效应和规模效应就越明显。”曹裕军告诉记者,在扩大阵容过程中,他们紧跟移动传播的时代潮流,把《河南人民防空》杂志制作成纸质和电子版2种形式,电子版挂在微信公众号上,使用户凭借一部手机便知中原人防事。

### 融媒体宣教不是无源之水——干好工作才能发出好声音

2年来,“河南人民防空”微信公众号平均每天推送1篇原创作品,其他10余家媒体也做到了长流水、不断线,融媒体宣

教对内通报信息、鼓舞士气,对外传播人防知识、展示人防形象的作用日益明显。“这主要得益于扎实活跃的工作。”省人防办副主任王洪涛谈到,就宣传抓宣传永远抓不好,只有把宣传与工作结合起来,才能实现二者的良性互动。

2017年全国国防教育日前夕,河南省开展人防知识融媒体大赛,网络竞赛参与者达200余万人次,涉及361座城市;河南卫视频道在黄金时间转播决赛实况,传统媒体和新媒体集中报道大赛盛况,人防常识和人防战线形象随之进入千家万户。

“宣传报道可以从一个侧面反映一个单位的整体建设水平和人员精神面貌。”省人防办主任贾宏伟告诉记者,2019年他们将按照宣传报道与实际工作同频共振、互促双赢的思路,在推进高质量发展、高水平演练、高标准实效上抓到位、讲到位,进一步凝聚铸盾护民的强大合力。

制图:张锐

用影像镌刻人民军队的时代丰碑

2019年改为月刊大开本全新亮相

权威 \* 厚重 \* 丰富 \* 深情

全年12期订价180元 邮发代号2-246  
http://www.plapic.com