# 宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-10-17

*第一篇：宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料文章标题：宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料找文章到feisuxs更多原创-(http://www.feisuxs/)近年来，全县宣传思想战线在县委的正确领导和州委宣传部的大力支持下，以“特色...*

**第一篇：宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料**

文章标题：宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料

找文章到feisuxs更多原创-(http://www.feisuxs/)

近年来，全县宣传思想战线在县委的正确领导和州委宣传部的大力支持下，以“特色兴88”为主

线，以加快“湖泊经济”发展为重点，全面宣传贯彻落实科学发展观，紧紧围绕县委中心工作，以围绕中心，服务大局的工作方针，因地制宜，面向基层，突出重点，体现特色，注重实效为工作出发点，在积极主动，深入扎实，创新提高上下功夫，增强了宣传思想工作的凝聚力、影响力、和感召力为促进全县的改革、发展和稳定创造了良好的思想舆论环境和强大的精神动力，保持了宣传思想工作目标明确、整体推进、亮点突出、特色鲜明的良好态势，圆满地完成了上级交给的各项工作任务。

一、领导重视是关键，虚功实做是生命。

面对当前经济建设的新形势和新任务，宣传思想工作如何创新工作思路与时俱进。近年来，我们坚持把宣传思想工作作为经济工作和其他一切工作的生命线，变虚功为实做，坚持有为才能有位，不断增强宣传思想工作的针对性；围绕县委中心工作大局，积极主动地谋化，从而取得了县委的支持，从人力上、物力上倾斜；在县财政十分紧张的情况下，县委保证了宣传经费的及时投入，不断把宣传思想工作引向深入。近年来，我们围绕加快发展这一重点始终突出经济建设这一中心，主动靠上去，我们以推进“特色兴88”和“湖泊经济”为主线，坚持正确导向，不断扩大湖泊文化宣传，向外界推介88，提高88在区内外的知名度，构筑了全方位、立体化的外宣网络，进一步提高宣传思想工作的质量，致力打造88品牌效应，提高88对外影响力和知名度，坚持围绕中心、突出主线、贴近群众、导向正确，积极出谋划策，参与开展了系列宣传活动，如乌洽会、西洽会、旅交会展及大型经贸活动的宣传、鱼文化一条街文化理念规划、88旅游的湖泊文化定位，博斯腾湖有机鱼认证宣传、88“八个一”工程开工建设宣传以及88县重点工程开工建设的宣传、新疆品牌万里行88站系列活动等，着里在抓88品牌、树88形象上下工夫,积极改进形式和内容，加大外宣力度,致力打造了88金名片123工程，先后策划制作了蔚蓝88摄影画册、蔚蓝88电视专题片、西域之眸电视散文风光片及两个光碟，用最少的投入，做成最大的事情，提高宣传效果；同时，配合招商、旅游等部门研制了系列外宣品，受到外界欢迎和好评，为88发展提供了一个良好的舆论环境。

二、整合宣传资源，加大宣传力度，形成宣传合力。

近年来，我们建立大宣传工作格局，形成宣传、旅游、科技、教育、文化、经贸、新闻媒体等整体宣传合力和规模效应，拓宽宣传渠道，延伸宣传触角，适应新时期工作需要。针对宣传思想领域的群众性特点，坚持群众路线、放手发动群众、组织群众，积极统筹协调各方面的力量，汇集方方面面的积极优势，充分调动各部门、各党委的工作参与积极性，有效地整合社会优势资源。一是抓引导。充分发挥广电和文化部门的宣传主阵地作用，把广电和文化作为开展宣传工作的两翼，牢牢把握舆论导向，提高引导水平，在创新宣传形式和层面的同时，不断提高自办节目和自办刊物的质量，使我们的宣传思想工作更具吸引力和说服力，及时把党的声音宣传到广大农村牧区千家万户，为88县改革发展营造良好的舆论氛围；通过文化部门配合抓好各项活动，不断活跃和丰富各族人民群众的精神文化生活，组织举办了兰色畅想歌舞晚会、红色经典大型歌咏晚会、88放歌文艺晚会、88县民族团结运动会、百日广场文化活动等；二是抓载体。注重日常宣传与专题策划相结合，利用88特有的人文资源，开展有特色的文化活动，吸引区内外媒体前来宣传；以节、会为载体，突出主题，注重特色，主动加强与区内外媒介的联系，借船出海，联袂延展了新的宣传触角；抓住重大经济经贸文化活动的时机，疏通渠道，利用宣传资源的供求需要进行专题宣传，增强宣传效果。三是抓基础，扶持基层很抓了两个队伍的建设。抓宣传干部队伍的建设，配齐配强了全县15个党委的专兼职宣传干事；抓通讯员队伍建设，建起了40多人的由各民族组成的通讯报导队伍，逐步实现了宣传上广播上有声、电视上有影、报纸上有字。四是抓活动。针对新时期政治思想工作的难点，在进一步满足各族群众日益增长的精神文化生活的同时，致力打造和谐平安88，分层次开展主题性群众文体活动，寓教于乐，使各族群众在润物无声中潜移默化接受教育，引导干部员工聚精会神搞建设，一心一意谋发展，在88县大力营造顾全大局、珍视团结、维护稳定、共同发展的良好氛围；近年来，我们阵脚不乱，活动不断，共组织群众活动达百余场次，均收到了良好的教育效果；初步建成了民俗文化、广场文化、乡村文化、校园文化等4个梯次的文化活动形式，如乌兰乡的原生

态蒙古族托不秀业余表演队、塔乡的社火队、88镇的民族服饰表演队、老年秧歌队，他们常年活动在基层，已成为88城乡一道亮丽的风景线。

三、强身健体舒络活血促外宣

近年来，我部通过抓队伍、抓骨干、创机制、强素质等“四位一体”，使88县的新闻宣传工作墙里开花墙外更香，有声有色而富有成效。

抓队伍强身健体。只有建立自己的通讯员队伍，才能让外宣工作绿树常青，几年来，通过培养“本土”记者抓队伍建设工作，培养了一支业务精、能力强的通讯员队伍，彻底扭转了依靠专职记者成本高、效率低的不利局面。积极创造条件、给予机会，鼓励通讯员提高学习。通过讲座、经验交流等方式，请相关领导和专家向通讯员传授学习和写作方法；注重将重点培养与广泛培训相结合，建立通讯员培训制度，加强本地通讯员的示范带动作用，增强通讯员之间的交流，提高通讯员综合素质。近年来，县委宣传部每年都组织和选派外宣工作骨干深入到各乡（镇），为基层的通讯员和信息员讲授新闻创作的基本知识和技法。目前，各党委基本都有了以骨干通讯员和信息员组成的通讯员队伍，城乡牧区活跃着一支不走的“土记者”，并在当地不断发展壮大成长。几年来，全县涌现出不少优秀通讯员，他们当中的一些人已经成为各部门、各基层单位的管理人员。在过去的通讯工作中，他们培养了全局意识，增强了协调各方面关系的能力，综合素质得到了全面提升。同时，我们十分注重骨干通讯员的带动作用，通过通讯员对本地新闻的宣传报道，让乡镇的通讯员看到发生在自己身边的新闻怎么写，新闻图片怎么拍，增强了通讯员学习的可比性。鼓励广大通讯员多写稿，写好稿，争取上头版，上头题。通过狠抓队伍建设，充分调动和发挥通讯员的宣传积极性，2024年，已在上级各类新闻媒体上发表宣传稿件470篇，其中，在自治区级以上媒体（包括自治区级媒体）发表外宣稿件180多篇，位居全州前茅。在中央台、中央人民广播电台、《农民日报》刊播的《小鱼游出大市场》、《88菊黄蟹肥》等稿件，不仅带来了良好的社会效益，而且为88引来了直接的经济效益，前来问询的客商络绎不绝。

抓机制，舒络活血。出台了奖励激励机制，提高广大通讯员的积极性。充分挖掘88县蕴藏的丰富新闻资源，发挥88新闻媒体的外宣作用，通过实施《88新闻宣传奖励制度》，建立起有效的报道奖励办法，狠抓通讯员队伍建设，充分调动和发挥了各族通讯员的宣传积极性，鼓励多写稿、写好稿；2024年，兑现年度奖励3万多元；通过奖励机制，新闻报道质量和数量连年递增。同时，在新闻报道工作中继续实行《重大稿件审稿制度》等，保证对外宣传的长期效应。建章立制完善通讯员制度高标准做好工作还需要一个良好的机制。近年来，88县在现行各项制度的基础上，制订了宣传人员职责、宣传工作流程、宣传工作奖惩制度，并实行通讯员选聘及储备制度。通过这些制度，确保了通讯员工作的落实到位，同时最大限度地激发了通讯员的工作热情。通过努力，88县的通讯员队伍建设取得了丰硕成果，一支新闻宣传“土八路”活跃在88城乡、一朵朵洋溢着浓郁88乡土气息的新闻奇葩处处绽放。通讯员的投稿数和用稿数每年均以较快速度增长，且稿件内容和质量也有明显提高。同时，全体通讯员还积极投身到各所在单位的形象宣传中。他们不仅是88改革与发展的参与者、实践者，更成为了88改革与发展的见证人与记录人，用自己的笔书写着88人自己的历史。

今后，我们将进一步探索新时期宣传思想工作新思路，不断创新工作方法，为88的大发展提供有力的思想保证和舆论支持。不断推进全县宣传思想工作再上新水平，为开创88县宣传思想工作的新局面而努力奋斗！

《宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料》来源于feisuxs，欢迎阅读宣传部长会议宣传思想工作经验交流材料。

**第二篇：银行宣传思想工作座谈会经验交流材料**

依托主流媒体突出宣传重点牢牢把握宣传报道工作主动权

近年来，随着我行业务的不断拓展，社会各界和新闻媒体对农发行的关注程度也越来越高。为抓住宣传报道工作的主动权，我们积极加强与主流新闻媒体的沟通联系，不断加大宣传报道工作力度，两年多来在国家级和省部级主流新闻媒体上没有出现负面报道，为全行有效发展营造了良好的舆论环境。

一、抓敏感时期，切实把握舆论的导向作用

省是农业大省、粮食购销大省，近年来全省粮食总产在500亿斤以上，商品量在480亿斤以上，农业生产总值占全省gdp的四分之一以上。粮食收购资金供应与管理工作已成为地方党政和社会各界关注的焦点。为了保持粮食收购这一敏感时期工作的平稳进行，我们充分发挥主流新闻媒体宣传的主阵地作用，加大宣传力度，正确引导舆论，为支持粮食收购工作保驾护航。一是及早准备，抓住工作主动权。在每年的旺季收购到来之前，我们都做到早准备、早介入，组织人员开展粮食市场调查，分析预测收购形势和可能出现的问题，及时与新华社等主流媒体沟通，宣传农发行的收购政策，依靠媒体解决收购中的困难和问题。省粮食大丰收，产量突破580亿斤，创历史新高。针对粮食收购量大、收购主体缺失的问题，我们及时通过新华社分社以题为《“托市”难阻玉米市场收购价格下滑》在《国内动态清样》上发表，及时提出了国家应加大储备收购的建议。国家启动临储政策后，省的临储计划最大限度地满足收购，保证了粮食收购的顺利进行，我行主体业务也实现了有效发展，旺季投放粮食收购资金480.2亿元，支持收购粮食576.2亿斤，粮食收购和贷款投放量均创历史最高水平。二是及时反映问题，争取媒体支持。在与媒体沟通的过程中，我们不是简单地把政策交给媒体，而是坐在一起共同解读，针对问题共同探讨解决的措施。，粮食市场出现逆转，粮价高开高走，农民惜售，临储政策难以实施，加工企业困难重重。我们及时与新华社沟通，反映收购中的问题，新华社《国内动态清样》连续以《秋粮年景偏丰，收购市场面临新形势》和《产粮大县部分农民旱灾之后话期盼》为题，反映我省粮食收购问题。中央电视台《新闻30分》报道了《玉米：收购农民惜售，加工企业压力大》的新闻，为我们解决收购中的问题和加工企业困难营造了良好的舆论氛围。三是抓舆情监测，力求正本清源。粮食市场化改革以来，省国有粮食购销企业产权制度改革始终没有完全到位，有相当一部分企业不具备收购贷款资格，农发行的“保收购、保优质企业、不保劣质企业”的信贷政策触及了这些企业的利益，个别企业甚至粮食主管部门在政策宣传上以偏概全，将矛头指向农发行。初，长春市政府信息处曾向省委省政府上报了“长春市出现卖粮难问题”的信息。针对这种情况，我行及时与长春市政府信息部门进行沟通，说明实际情况，表明农发行的态度，并以信息专报的形式将农发行多渠道支持粮食收购情况向省政府报告，并通过新华社分社记者以内参形式向国务院反映情况，指出省部分地区的粮食收购问题症结在于国有企业改制迟缓，而不是农发行不贷款，得到了省政府和总行领导肯定，避免了负面舆论的影响。

二、抓机制建设，建立与主流媒体的联系平台

从我行近两年来抓宣传工作的成效看，加强与主流新闻媒体的联系、建立良好的沟通渠道是重要保障。目前，我们与新华社分社、日报社、电视台，及部分国家级报刊驻省记者站都建立了稳定的沟通渠道，形成了良好的互动机制。一是建立信息交流平台。“三农”工作既是党政部门工作的重点，也是主流新闻媒体关注的焦点。我行需要及时把信贷支农政策和成效宣传出去，各类媒体也希望能够得到更多的新闻线索。因此，我们建立了与各媒体的信息交流机制，在召开全省分支行行长会议、举办大型客户年会等重大活动时，都邀请各主流媒体记者参加会议和活动，主动向媒体提供宣传通稿。不仅使记者可以直接采访会议情况，也能够亲身感受到农发行积极支农的工作氛围和工作热情，把握宣传重点和舆论导向。如日报社依据我行的工作部署，确定把农发行支持农村基础设施建设作为全省支农报道工作的重点。二是搭建网络信息平台。我行在高度关注报刊、电视台等传统媒体宣传的同时，也更加注重网络宣传，不断拓宽宣传的覆盖面。，经与新华社分设沟通，我行开设了两条“新华08”系统，这个系统的开通即为我们了解国内外金融和粮食市场动态提供了信息资源，也为我们开展宣传工作创造了便利条件。仅，我行在新华网、中国金融网、中国农业网、农业网等网站上刊发宣传信息100余篇（条）。三是营造感情沟通交流平台。我们利用记者节等重大节日的时机，与新华社、日报、电视台等主流媒体举行联谊活动，增近了解，促进交流，增近感情。主管宣传的副主任还与主流媒体的记者和领导建立电话、手机、邮箱、qq好友等多种联系方式，经常保持通信联络，节假日发信息互祝问候，构建了融洽的合作关系。新华社记者感慨说：“我们和农发行是一家，我们住在农发行的后

院，我们就是农发行的后盾”。

三、抓工作合力，保证宣传报道的有效开展

做好宣传报道工作仅仅靠办公室搞“单出头”是远远不够的。为了提高宣传报道质量，我行建立了领导参与、部门配合、办公室协调、各级行联动的宣传工作格局。一是领导直接参与。领导参与主要体现两个方面，一方面，省分行党委高度重视宣传工作，在组织策划大型的宣传活动上，积极支持办公室的工作，精心指导办公室开展宣传活动。主管领导亲自动手对重要宣传报道进行把关，保证了宣传报道工作质量；另一方面，行领导带头加强与主流媒体的沟通联系。孔繁波行长多次会晤新华社等媒体的主编，共同研究探讨农发行信贷支农的宣传主题，为宣传报道定调子，出思路。通过交流，与媒体建立了高层领导沟通机制，为全行宣传报道工作打开局面奠定了基础。二是专业部门参加。在开展与主流媒体的重大宣传活动时，我们都邀请省行专业部门特别是客户部门相关人员参加，共同面对媒体、共同参加联谊、共同完成撰稿，保证了信贷政策和新闻宣传的准确性。专业部门在部署专业重点工作和支持重大支农项目时，也都及时通知办公室派人参加，必要时邀请媒体记者出席，保证了宣传工作的针对性和实效性。三是上下行联动。经过几年的努力，在省行的指导和协调下，我们与主流媒体建立了省市县三级联动机制和稳定的协调关系，重大事项相互通报，达成共识，敏感问题相互理解，达成互谅。基本杜绝了主流媒体对农发行的负面报道。同时，为推动工作的深入开展，省分行还制定了新闻宣传基本流程，规范宣传报道具体操作要求；建立了宣传报道考核机制，层层下达宣传报道任务，按季通报、按年评比，调动了各级行宣传报道工作的积极性。

四、抓成果展示，积极树立良好的社会形象

两年来，我们依托主流新闻媒体，加大宣传报道的力度，收到了良好的社会效应，树立了农发行良好的社会形象，提升了农发行的美誉度。一是围绕改革发展历程宣传。以纪念改革开放三十周年、庆祝新中国成立六十周年活动为契机，大力宣传农发行成立十五周年来的支农成果和改革发展的光辉历程。，与《日报》社联合推出了《中国农业发展银行省分行纪念改革开放三十周年巡礼》专栏。，与《日报》社联合开办了《喜迎新中国60华诞农发行省分行成立15周年巡礼》专栏，系列报道了农发行建行15年来的支农业绩。省行在《日报》上发表的《肩负政策使命，竭诚服务“三农，精心打造现代农业政策性银行——纪念中国农业发展银行省分行改革发展15周年》长篇通讯，以大量的事实宣传农发行成立十五来支持“三农”发展的辉煌业绩。这些系列大型的宣传报道，引起了社会公众、各级政府、企业客户的关注和好评，树立了农业政策性银行的品牌形象。二是围绕信贷支农成效宣传。近年来，我行业务发展较快，覆盖了农业农村的多个领域，支持“三农”发展的作用越发突显。我们及时在主流媒体上宣传了我行在支持粮食收购、推进农业产业化经营、支持农村基础设施建设等方面的工作成绩。去年连续发表了《稳健经营，科学发展，支农作用显著增强》、《省分行放贷2.8亿元支持农村泥草房改造安居工程建设》、《农发行投贷480亿元农民增收创新高》等多篇稿件，吸引众多网站转发，收到了较好效果。三是围绕服务功能抓宣传。每当有新业务开办，服务手段创新完善时，我们都第一时间在主流媒体上进行宣传。同时，我们还抓住省里大型会议契机宣传农发行。年初省里召开两会期间，我们撰写了《坚持科学发展，服务农业》的稿件，发表在两会专刊上，加深了两会代表对农发行的了解，在省两会代表的高端层次上树立了农发行的良好形象。

我们在依托主流媒体加强宣传报道上做了一些工作，但是与总行的要求和兄弟行相比还有很大差距，今后我们将继续努力做好宣传报道工作，汇报中有不当之处请大家批评指正。

**第三篇：宣传思想工作**

宣传思想工作指导思想：按照中央和省、市、区委总体部署，高举邓小平理论和“三个代表”重要思想伟大旗帜，深入贯彻十六届五中全会精神，全面落实科学发展观，坚持解放思想、实事求是、与时俱进，贴近实际、贴近生活、贴近群众，创新内容、创新形式、创新手段，不断提高宣传思想工作水平，努力为实现全区“十一五”规划的各项任务，为全面建设

小康社会打牢思想基础，营造和谐舆论环境提供强大精神动力，培育文明道德风尚，创造良好文化条件。

（一）全面贯彻落实科学发展观，切实抓好全街干部群众理论学习。紧密联系\*\*\*\*实际，把学习宣传贯彻邓小平理论和“三个代表”重要思想同学习贯彻十六届五中全会精神和落实科学发展观结合起来，大力弘扬理论联系实际学风，推进理论武装工作，促进党员干部真学、真懂、真信、真用，从而再创工作新局面。

一是抓好\*\*\*中心组学习，实现制度化、规范化。结合先进性教育，举办系列报告会，切实提高领导干部的理论和思想水平，争创优秀党委中心组。

二是继续推进理论进社区、进学校、进企业，做好理论宣传和理论普及工作。

三是结合“城中村”改造和当前经济社会发展状况及人的思想状况，开展专题报告会和理论调研工作。

（二）把握正确舆论导向，鼓舞和激励全街干部群众为实现“十一五”宏伟目标而奋斗。

积极营造以科学发展观统领经济社会发展全局的浓厚氛围，围绕“十一五”规划的启动，结合全街2024年经济工作，展示全街各战线的新举措、新成效，组织和策划宣传战役：一是以重点项目、商贸业、休闲观光业和城中村改造为重点的经济宣传；二是以深化“清洁武汉、美化家园”活动，围绕就业和社会保障，整治“三违”等环境建设活动的宣传报道；三是组织好保持共产党员先进性教育活动的宣传报道；四是新、老典型的宣传报道，包括产业和企业、社会和社区、干部和群众的先进典型；五是建立完善新闻宣传网络、媒体互动网络，加大新闻宣传的反馈和协调力度，最大限度地减少负面报道。

（三）进一步加强和改进思想政治工作，为构建和谐社会营造良好氛围。

广泛开展形势政策宣讲活动，宣传“十五”成就，展望“十一五”蓝图，有针对性地开展“人人都是投资环境”宣传教育工作。以建党85周年、红军长征胜利70周年为契机，开展形式多样的纪念活动。加强舆情信息收集和管理，实现“直报道”，及时掌握社会和网上的舆情动态，及早发现社会倾向性、苗头性问题，提出对策建议，为加强思想政治工作和领导决策提供依据。

（四）深入开展群众性精神文明创建，努力创造文明和谐的社会环境。

继续开展十星级文明农户创建工作，进一步深化“讲社会公德、做文明武汉人”教育实践活动。围绕构建“三位一体”教育网络，推进未成年人思想道德建设，在青少年中大力提倡过好民族传统节日的好风气。围绕“清洁洪山、美化家园”活动的深入开展，配合相关部门进一步推进综合整治工作，提升市容环境水平。做好新一轮的市级文明单位、文明社区推荐工作，积极完成区文明办交办的其他任务。

**第四篇：宣传思想工作年终工作总结**

今年以来，我镇宣传思想工作在县委宣传部和镇党委的正确领导下，以科学发展观为统领，深入学习贯彻党的十八大和十八届三中全会精神，紧紧围绕镇党委、政府提出的“五大专项行动”，结合年初制定的“六个一”工作重点，全镇的宣传思想文化工作得到有效推动。主要体现在五个方面：

（一）以学习贯彻十八大精神为抓手，理论武装工作得到加强。

1、开展十八大精神主题教育。结合县委和镇党委关于认真学习宣传贯彻党的十八大精神的文件要求，在全镇范围内开展了“一十百千万”（即：一场大会明思路、十次座谈谋发展、百名干部走基层、千名党员学精神、万名群众得实惠活动）系列活动，举办中心组专题学习会、召开全镇党员大会、举办大型图片展、文艺作品创作以及文化下乡等活动，并通过镇村简报、宣传栏、xxxx书场等平台来进一步深入学习宣传贯彻十八大精神。同时，还抽调机关青年干部组建了“蒲公英”宣讲团，在全镇各村（社区）、部分企业中开展以“中国梦、xxxx梦”的宣讲。

2、深入推进学习型党组织建设。一是抓好党委理论中心组学习活动。根据党委理论中心组的年初安排，今年以来共组织集中学习10次，参与人数2024多人次，主要内容包括《两会精神专题辅导》、《中心镇建设》、《十八届三中全会精神辅导》等。在此基础上，创新中心组学习方式，结合强村论坛，通过组织镇全体班子人员和各村（社区）党组织书记外出参观学习、集中座谈、中心发言、镇党委书记评等形式，来进一步提升中心组的参与性和互动性，使学习取得实效。二是开展“活力青春·助力成长”计划。为加强青年干部的学习能力，提升青年干部的综合素质，在机关35周岁以下青年中开展“活力青春·助力成长”计划，通过“日日学、月月写、季季讲”的形式，促进青年干部的成长成才。今年以来，组织开展了微党课的试讲和评比活动。结合“中国梦”宣讲，邀请党校老师进行课件的专题辅导。结合下一步群众路线教育的开展，就青年干部如何提升自身素质、更好地服务群众上谈想法、谈体会。三是结合“活力青春·助力成长”活动的开展，继续抓好机关干部“一二三”点名汇报和“三个一”网络学习的平台的搭建，在镇村干部中形成人人比学习、人人比赶超的氛围。

3、开展各类教育培训活动。依托党校课堂、百姓课堂、“善文化”道德讲堂和社区教育中心，开展各类教育培训活动。党校课堂结合“三比一争”主题活动，组织开展好对基层党员干部的学习教育活动。百姓课堂结合效益农业发展和村民需求开展种养殖业实用技术培训、涉农法律法规知识培训等。社区教育中心重点开展了农村实用人才培训、劳动力转移培训、阳光工程培训等。今年以来，举办各类培训班50多期，培训人数6000多人次。

（二）以提升省级中心镇形象为抓手，内外宣传工作得到加强。

1、外宣工作得到深化。今年以来，紧紧围绕 “三年大变样、五年再造一个新xxxx”的工作目标，以提升xxxx知名度为重点，加大对外宣传力度。一是围绕外宣抓报道。联合浙江城镇网，开展了《走进中心镇——关注城镇化》系列报道活动。结合xxxx电视台推出的《科学发展在xxxx》专栏，联合县电视台进行每月一期《新xxxx》栏目的录制，已播出11期。二是围绕外宣抓制作。结合凝溪路绿化工程建设，制作迎风旗300对。联合嘉兴荣氏木业，在杨庙路口制作了直径9米的大型地球仪。新增户外广告牌3块，更新户外广告1000平方米，新增公益广告墙画400多平方米。镇歌《神奇的地方》在xxxx电视台定期进行滚动播放，并在全国部分卡拉OK厅上线。举行了新书《百年传唱五姑娘》首发式。启动了《风雅xxxx》一书的编写。三是围绕外宣抓推介。围绕招商引资，协助做好浙商回归、凝商回归、接轨上海等招商推介会。围绕农产品推介，做好了“洪家滩”葡萄在上海旅游集散中心的宣传推介工作，并被确定为采摘游点。

2、内宣工作得到加强。发挥好我镇宣传阵地、载体的作用，充分利用宣传橱窗、黑板报、镇、村（社区）简报、手机报、广播等平台，做好对内宣传工作。重点突出经济建设、新农村建设、民主建设等内容开展宣传，营造全社会和谐稳定的良好舆论氛围。今年以来，共刊出镇村简报200多期，手机报20多期。移动社区文化平台在村（社区）中实现全覆盖。在抓好阵地建设的同时，在全镇各村（社区）、机关事业单位中开展了“中国梦、家乡梦”的大型图片展制作评比工作，共制作各类展板42块，在全镇范围内进行展出。

3、网络舆情工作得到推动。今年以来，充分利用互联网这一平台，加快政务信息的传递和民情民意的收集、分析、研判和处置，积极运用政务微博等网络平台主动回应社会关切热点、难点等问题。加大舆情信息报送力度，把握舆情信息需求重点，努力拓宽和畅通舆情信息采集渠道，今年以来共录用舆情信息71条。通过新浪微博平台发布各类信息180多条，

**第五篇：关于建立宣传思想工作**

关于建立宣传思想工作“面对面”机制的建议

（2024年6月）

按照“三讲”活动安排，县级干部要与群众同吃、同住、同劳动。通过“三同”发现，有相当一部分村、相当一部分群众对党的路线、方针、政策，对几年来县委工作思路和鼓励发展经济的政策、措施，对现代科技知识和实用技术知识等知之甚少，甚至茫然不知，反映在宣传思想工作上，存在着严重断层，远远不能适应广大人民群众对政策信息的渴求，不能适应县委、县政府推动工作的需要。“三同”活动中还发现，广大群众有与各级领导干部面对面交流的要求，同时各级领导干部与群众面对面交流，能够更有效的宣传县委工作思路，促进各项方针、政策落实到基层，因此，我们应当将“三同”活动制度化、规范化，建立宣传思想“面对面”工作机制。

一、建立宣传思想“面对面”工作机制的必要性

“面对面”工作机制在功能上表现为集成性，既是宣传教育群众的捷径，又是接受群众教育的有效形式；既可以向群众传递思想信息，又可以了解群众的思想动态；既是联系群众的桥梁和纽带，又是群众了解党和政府的“窗口”。因此，建立“面对面”工作机制，可以一举多得，取得综合效益。

1、建立宣传思想“面对面”工作机制，是进一步动员广大群众积极投身“二次跨跃”，加快实现富民强县争先战略目标的需要。几年来，巨鹿在经济、社会各方面取得的巨大成就证明，县委、县政府发展巨鹿的思路是正确的，“二次跨跃”的实施以及今后一个时期的工作，仍然需要这一思路的正确指导。但是，目前对中央、省、市和县委工作思路、方针政策的宣传在广度和深度上还很不够，与之相应的是群众的发动程度还很不充分，群众对各级特别是县委、政府工作思路的了解、理解和掌握还远远没有达到指导行动的程度。造成这种情况的主要原因就是方针政策在宣传贯彻落实过程中存在严重“断层”。正确的理论和思路，只有掌握了群众，才能变成广大群众的实际行动。因此，加快实现“二次跨跃”、富民强县争先的战略目标的前提是把各级方针政策和县委、县政府的工作思路更加充分地贯彻到群众中去，让群众认识、理解和掌握，并自觉地落实到行动中去。为此，必须建立“面对面”工

作机制，消除“断层”，使宣传思想工作“一竿子插到底”，及时地、有效地、更加广泛地动员和组织广大群众集中精力发家致富，真正成为先进社会生产力发展要求的代表。

2、建立“面对面”工作机制，是提高宣传思想工作效益的需要。报纸、电台、电视台等现代化传媒在宣传党的路线、方针、政策，贯彻各级工作思路中发挥了巨大作用。但是，现代化传媒是以一定的文化水平为作用前提的。当前，一方面农民群众的文化素质较低，另一方面宣传思想工作有依赖现代传媒的倾向，那么造成“断层”现象也就成为一种必然。而通过“面对面”工作机制，各级领导干部可以根据群众的文化程度、接受能力随时调整交流方式。同时，群众不仅需要信息交流，更需要感情交流，而在“面对面”工作机制中，群众从与各级领导面对面交流中，非常容易产生亲切感和认同感，不仅可以了解到现行政策，而且能够沟通思想，交流感情，满足感情上和心理上的需要。这种作用是任何其他宣传思想工作形式都无法取代的。因此，建立“面对面”工作机制，不仅能够有效地避免“断层”问题，而且能够极大地提高宣传思想工作效益，真正成为先进文化前进方向的代表。

3、建立“面对面”工作机制，是密切党群干群关系的需要。群众观念淡薄，联系群众少，深入调研少是“三讲”教育中群众意见比较集中的问题，工作中存在的“断层”现象，也充分说明了这个问题。脱离群众的倾向虽然不像腐败现象那样为人们深恶痛绝，但是作为带领全县群众进行“两个文明”建设的各级党组织，如果失去了群众的支持，也就失去了一切。因此，必须把它作为非常严重的党性党风问题认真加以解决。为解决这一问题，并提醒各级时刻注意，必须建立一种促使各级党组织与群众保持密切联系的工作机制。因此，建立“面对面”工作机制，是广大群众的要求，党的建设的需要。只有经常深入群众才能培养走好群众路线的工作习惯，才能培养与广大农民群众的深厚感情，才能搞清楚应该为群众致富做点什么，为巨鹿的发展做点什么，才能想群众之所想，急群众之所急，真正成为广大群众最根本利益的忠实代表。

二、“面对面”活动方法

1、制定“面对面”活动方案。四大班子领导继续以“三同”活动村为“面对面”联系点。各乡镇、县直各单位也要确定本单位联系点，研究制定年内活动方案，并逐月明确活动时间、宣传内容、负责人等。

2、定期“面对面”。四大班子领导、各乡镇书记、乡长、县直各单位主要负责同志都

要参照“三同”做法，每月到联系点与群众同吃、同住、同劳动，在“三同”中座谈，在“三同”中交流。座谈时可按党员、干部、村民代表、经济能人、贫困户等层次，每次确定一个重点，每次参加座谈的人员尽量不要重复，争取做到逐户座谈，尽可能全面地了解村民的思想动态。

3、及时反馈“面对面”情况。每次“面对面”活动后，要及时将活动时间、座谈或谈心人数、宣传内容、了解的信息、解决的问题、对县委、政府今后工作的建议、自己的体会等情况形成材料，及时向县委反馈。

4、通过群众了解“面对面”活动情况。县委通过职能部门，利用各种形式，了解群众对县委、政府工作思路、方针、政策的掌握情况，了解对联系单位“面对面”活动情况的评价，通过群众的反映，检查联系单位“面对面”活动情况。

三、“面对面”活动内容

通过“面对面”活动，着重做好以下三项工作：

1、党的基本理论和路线、方针、政策的宣传工作。在与群众面对面座谈交流中，要反复灌输邓小平理论、十五大精神和各级党委、政府的工作思路，重点宣传好每年的全县三干会精神，努力培养发展意识；要结合联系点实际，把修养“八要”作为必谈话题，努力培养稳定意识。四大班子成员可结合分管工作、县直各部门可根据部门职能相应地增加宣传内容，但必须紧紧围绕“两个培养”做工作，进一步维护稳定，促进发展。

2、社情民意的调研工作。要通过面对面座谈，同群众谈心、交心，了解群众疾苦，倾听群众呼声，掌握群众思想动态，从中发现县委或职能部门在工作中存在的失误和不足，随时予以调整和完善。

3、及时解决群众在生产、生活中的困难。宣传各级方针政策，动员群众积极发展经济，不仅要表现在“谈”中，更要表现在办实事上。因此，凡是在“面对面”交流中发现的群众在生产生活中的困难，能马上解决的要马上解决，不能马上解决的也要积极协调，创造条件尽快解决。对于那些不能解决的问题也要跟群众解释清楚。要办实事，真办事，不开空头支票。通过诚恳的态度，扎实的作风和看得见、摸得着的实事，宣传党的路线、方针、政策，影响和带动群众一心一意上经济、求发展。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找