

脱贫路上感恩奋进

——记镇赉县镇赉镇哈拉本召村宓学忠

●杨瑞豪 于凝

见到宓学忠时，他正在自家大棚里栽种草莓苗。他告诉笔者：“上一棚草莓很受欢迎，但是有点不适合本地的土壤，产量低。在技术人员的指导下，我把这次种的品种换成了‘沁香’，相信这棚的销量会更好。”

镇赉县镇赉镇哈拉本召村党支部书记杨文向笔者介绍：“老宓家就一垧地，早年因身体不好，又要供两个孩子上学，导致家庭贫困。”2015年，宓学忠成为镇赉建档立卡精准扶贫对象，村里和包保的县卫计局针对老宓的情况，协调资金7000元帮他在庭院里建起了占地720平方米的大棚发展庭院经济，并请技术人员指导种植。

在包保帮扶的支持下，宓学忠鼓足干劲，将多年来累积的农闲知识运用到实际中，他坚持从发展棚膜经济入手种植西红柿，在他的辛苦劳作下，2017年种植的一棚西红柿，收入1万余元。

2018年初，驻村工作队决定趁热打铁，鼓励宓学忠增加种植项目，搞有机蔬菜采摘园，并承诺帮助他销售。这让宓学忠看到了致富的希望，他在院子里增加了一个大棚种植草莓，还试种了台湾长果桑葚、大樱桃等果树；在承包地里栽植了占地700平方米紫叶白菜、1700株西蓝花、分梯次种植了几亩地黏玉米。今年3月，老宓的草莓开园，因为没喷化肥、农药，口感特好，前来采摘的人越来越多，供不应求。各种果蔬在老宓精心莳弄下，采摘期达到了100多天，台湾长果桑葚卖到了25元一公斤。今年，宓学忠的采摘园仅草莓和西红柿两项就已实现收入5万多元。

宓学忠爱研究，是村里阅览室的常客，一有时间他就会去查阅各种农用书籍。他说：“我这十多年来就自学经济作物种植，但各种作物都有独特的种植管理要求，因为自己经验不足常常失败。现在好了，有了包保工作队的帮扶和专家的指导，我心里有底了。他们把我当成自家人，给我出点子，教我学种植技术，这扶贫大棚让我彻底摆脱了贫困，生活一天比一天好起来。”

在感到国家政策温暖的同时，宓学忠靠自己的双手脱贫了。自己富起来了，宓学忠就想着能不能拓宽种植模式，带着其他有意愿的贫困户一起发展棚膜经济，让大家一起富起来。他说：“光自己富不算富，必须在自己富的同时，带动和帮助其他贫困户脱贫致富，共同发展。”他将学到的种植知识结合自己摸索出来的经验，总结出了一套简便易学的种植技术，在大棚里、在家里随时随地、毫无保留地向其他村民传授棚膜科技知识，引导贫困户积极发展棚膜经济。

在宓学忠的帮助下，村里7户贫困户也开始尝试种植棚膜蔬菜。宓学忠一边管护自家棚苗长势，一边为贫困群众提供种植技术。他说：“只要心中有致富的想法，只要我们肯干，在党这么好的扶贫政策下，我们都能富起来。”

采访手记：

村党支部第一书记曹建军告诉笔者，“宓学忠人老实，乐于助人，在他的带动下村里不少贫困户积极开展棚膜蔬菜种植，将自家闲置的庭院开发利用起来，老宓的脱贫让更多的乡亲们知道了庭院经济具有风险小、见效快的特点，使大家认识到，小庭院能做出大文章。”宓学忠告诉笔者，两年的帮扶工作让他心存感激，他想把这份温暖传递下去，他种的8亩地中药材“防风”今年预计能实现销售收入10万元以上。有了本钱，他还要扩大采摘园的规模，并且尽自己的能力去帮助更多贫困乡亲，让大家一起脱贫致富。

大安市举办首届乡村文化旅游节和鉴宝节

本报讯（记者王野村文/摄）为宣传大安地域特色，弘扬中国传统文化，前不久，大安市在嫩江湾国家湿地公园举办了内容丰富的首届乡村文化旅游节和鉴宝节活动。各乡镇场的特色农副产品在包保村第一书记的代言中齐聚登场。根雕、刺绣、芦苇花、葫芦工艺品……一个个精致的作品，展示着大安人的心灵手巧和高深的文化底蕴。老物件鉴宝，吸引了名人

家前来鉴赏。大安人的勤劳智慧预示着明天的大安人民生活会更加幸福美好！

图①月亮泡镇环新村第一书记马泰向游客展示土特产品。

图②受游客欢迎的葫芦工艺品。

图③老物件传统外拍照相机吸引来好奇的游客。

图④专家现场鉴定村民物品。



市工商局多措并举助力包保贫困村脱贫

该局组织市、区包保部门和相关部门，具体研究并实施洮河村光伏发电、庭院经济和村屯环境整治等工作。协调相关部门，争取外援支持，推进“合作社+贫困户”“龙头企业+贫困户”典型带动效应。检查指导项目实施、劳务输出、“志智双扶”等落实情况，提高农民对扶贫政策的知晓率，并积极投身到脱贫攻坚工作中。

建立包保台账，促进工作对接到位。该局在实地走访了解贫困户和非

贫困户的实际情况后，建立了包保台账，并组织检查教育、医疗、危房改造、低保等扶贫政策的落实情况。深入大病贫困户患者家中解读医疗扶贫政策，帮助解决大病零垫付全兜底政策的落实，解决贫困户特殊困难。

研究庭院经济，促进工作开展到位。该局组织洮河村干部赴乌兰浩特等地考察庭院经济项目，确定房前屋后发展粘玉米、水稻、雪寒韭菜、育肥羊等庭院经济

项目，并帮助争取资金。为贫困户统一免费提供种子、帮助解决基础设施建设困难、组织开展产品订单等，确保全村家家户户都有庭院经济项目。

实施“志智双扶”，促进工作宣传到位。开展扶贫政策宣传、实用技能讲座、健康教育培训、指尖销售产品、文艺演出、义诊送药、书画展览、微信议事、环境整治倡议等活动。

整治村屯环境，促进工作落实到位。通过广播、微信等形式广泛宣传，采取村里统一组织、干部按户包保、保洁人员负责、群众共同参与等方法，抓好环境整治，改变该村脏乱差面貌。

“中国网事·感动2018” 三季度网络感动人物评选结果揭晓

新华社北京10月18日电（记者黎华玲）“中国网事·感动2018”第三季度网络人物评选结果今日揭晓，包括警察林敏明、山村教师李万军夫妇、“轮椅上的跑者吴晓沅”等在内的十名无私奉献、坚强乐观的“草根英雄”个人或集体上榜。

林敏明是从警20年的严格教官，也是孩子们信任的“雄熊叔叔”。他发起成立“红苹果公益”，是福建首家为服刑人员未成年子女提供帮扶的公益组织，主要提供经济帮助、心理援助、法律帮扶等。

为了大山里孩子们那一双双渴求知识的眼睛，来自河南的李万军、刘延利夫妇毅然放弃在城市任教的机会，到偏僻的山区小学支教。学校建在山坡上，办公室既是办公场所，又是住宿的地方，他们一待就是十几年，无怨无悔。

“轮椅上的跑者”吴晓沅27岁，与轮椅相伴了16年。吴晓沅从当初考入清华，到获得清华仅10个名额的特等奖学金，再到被保送攻读硕士研究生，他的经历坚韧而传奇。

贵州安顺大坝村支书陈大兴，为了带领全村村民脱贫致富，“折腾”了22年，人到中年就熬白了头发，直到碰到金刺梨这棵“金果果”，才实现了梦想。

刘卫宁，一位致力于雄安新区本土文化历史资料留存和文化传承的普通农民，创办公众号，专门收集整理并发布雄安新区大王镇历史文化资料，为丰富雄安新区的乡土文化贡献自己的力量。

在吉林大学白求恩第一医院，有位人见人爱的“80后”医生。同事说她是科室之“宝”，患者说

她是仁术仁医，学生说她是慈母严师。她自己却谦虚地说：“我得向大家学习，因为我是‘80后’。”这位“80后大医生”，就是86岁勤耕不辍的饶明俐。

走失、离散，动辄数年乃至数十年，寻亲像是大海捞针。杭州人李耀进却用整整23年的时间，用一张褶皱的地图、一本发黄的地名集和一部随时在线的电话，帮助4260名滞留人员找到回家的路。

他通过漫画将安全防范知识变成引人深思的“微故事”，他设计的网络爆款表情包和剪纸宣传了新时期公安民警新形象。他用鼠标为警察职业代言，他就是“镇江才子”赵益。

他们业务精良、富有爱心、敬业协作、无私奉献。平日里他们是温箱旁的“守护天使”；一旦新生命召唤，他们立即化身“转运先锋”，他们就是武汉儿童医院的重新生儿医疗转运团队。

人民调解员，通过说服、疏导等方法负责调解民间纠纷。河北省任县大屯乡的退休小学校长李中秋就是其中一员。65岁的他，为调解民间纠纷、守护乡里和平终日奔波，愣是把这份发挥余热的工作干成了事业。

“中国网事·感动2018”网络感动人物评选活动由新华网、新华社“中国网事”栏目承办，自2010年起已成功举办八届，是国内首个以基层普通百姓为报道和评选对象，由新华社记者走访基层挖掘感人故事，不同机构推荐候选人，发动网民通过新媒体方式进行线上、线下评选并进行年度颁奖典礼的公益品牌活动。

长春市人社系统赴我市开展就业扶贫劳务协作系列活动

本报讯（记者李政孚）为更好地落实我市脱贫攻坚各项工作任务，促进建档立卡贫困劳动力尽早实现就业扶贫目标，日前，长春市人社局和白城市人社局在洮北区洮河镇、镇赉县建平乡、洮南市黑水镇、通榆县苏公坨乡和大安市四棵树乡同步开展了长春市人社系统赴我市开展就业扶贫劳务协作系列活动，共计600余人参加活动。

他们利用乡镇农村大集开展政策宣传、劳务协作和岗位对接等相关活动，向过往群众发放了就业资料；走访慰问贫困户，帮助贫困户秋收干农活；开展了送医送药送健康等活动。在帮助贫困群众解决生活上困难的同时，为贫困户就业提供了保障。

活动现场，大家你一言我一语，热烈交流。贫困户们表示，感谢党和政府对自己的关怀，要充分利用这次机会，谋求一个职位，让自己的生活尽快好起来。

到保镇采取“234+N”模式做好秸秆禁烧工作

本报讯（吕南南）为打赢秸秆禁烧攻坚战，洮北区到保镇早动手、早动员、早部署，采取“234+N”模式，确保辖区内不点一把火、不冒一股烟、不留一片黑。

落实两项责任制。镇政府与村委会签订责任状；村委会与每户签订禁烧责任书，做到不落一屯、不漏一户，全覆盖。

成立三级巡逻队。由镇领导班子成员、值班人员、消防队员组成镇级巡逻队，村级班子成员、驻村第一书记和驻村工作队队员组成村级巡逻队，社主任、联防队员组成屯级巡逻队，做好巡逻守护工作，确保秸秆禁烧。

抓好四个宣传途径。入户面对面宣传，现已发放宣传单3500余份；大喇叭定时宣传，充分利用大喇叭反复宣传秸秆焚烧危害和处罚措施；街路巡回和定点宣传，充分利用标语、城管中队宣传车进行宣传，目前在主街道、村屯醒目位置悬挂条幅100余条；微信群及时宣传，将相关要求和政策及时传递到千家万户。

强化多策并举。结合实际，积极鼓励各条战线和各村采取有效措施，开展“堵”与“疏”禁烧工作。在校园开展“小手拉大手，共建美好家园活动”；组织人大代表开展“关注禁烧，关爱环保”检查调研活动；组织民兵成立巡逻灭火突击队；各村按照村规民约对秸秆禁烧工作进行奖励和制裁等等。此外，到保镇还积极协调洽谈秸秆“出口”问题，目前，已与镇赉生物质发电等3家公司达成初步协议，消化秸秆这一难题将会得到有效破解。

禁烧秸秆 净化环境

白城市生态环境保护投诉举报电话

投诉举报电话专线:0436-3203807

受理举报电话时间:周一至周五上午8:30-11:30,下午13:30-17:00

扫黑除恶 全民参与 踊跃举报 护佑平安

白城市举报电话:0436-3252017

举报邮箱:bcsdnhb@163.com

来信来访地址:白城市中兴西路1号市委党校5楼市扫黑办（5016、5018房间）

聚焦

燕麦致癌、食盐有毒……

自媒体“爆款”食品安全谣言是如何炮制的？

●新华社“新华视点”记者 王阳 鲍晓菁

燕麦致癌、食盐有毒……在很多网络自媒体上，食品安全谣言层出不穷。一些旧谣言甚至在专家辟谣后，过一段时间改头换面卷土重来，阅读量动辄10万以上，引发人们的焦虑。

《2017年食品造谣治理报告》显示，微信是食品谣言传播主平台，占比高达72%；其次是微博，占21%。

“新华视点”记者调查发现，利用自媒体造谣已呈现公司化运作趋势，形成“以谣生利”的产业模式。

自媒体谣言特点：题目惊悚、视频呈现、无时间地点

近日，记者收到群众举报，称“中医养生”“万病不求人”“华人老板”等多个微信公众号存在食品类不实言论。

济南市民刘先生称，阅读“华人老板”发布的文章“扩散！全球43种燕麦片可能致癌！千万别给孩子吃啦！”之后，发现家里就有文中所述品牌燕麦片，出于恐慌将燕麦片都扔掉了。过了几天，他看到华南农业大学食品科学教授赵力超发表在微信公号“全民较真”上的辟谣文章：“麦片中的草甘膦不致癌，该买就买。”刘先生觉得，有的自媒体太不靠谱了，给民众造成不必要的困扰。

28岁的济南市民张琳琳说，由于她的母亲笃信各类食品谣言，前一阵看到“食盐中亚铁氰化钾对人体有害”之后，家里吃了好几个月不加盐的菜。

上海市食品学会食品安全专业委员会主任马志英表示，很多自媒体转发的食品

谣言内容荒谬、毫无科学性，被广泛转发，加深了消费者对食品安全的不信任感，使食品行业被抹黑，政府部门的公信力受损。

记者对近年来多起涉食品安全的自媒体造谣事件分析发现，这些谣言常借助视频方式进行传播，缺乏时间、地点等基本要素，强调后果严重，在标题制作中故意耸人听闻、故弄玄虚，吸引受众注意力。例如：“千万不要吃某某”“抗癌十大食品”“震惊了，某食品竟然……”等，常常成为网络爆款。

谣言为何层出不穷？警方介绍，网络谣言制造门槛低，经微信群、朋友圈、公众号、网上论坛、微博等转发，传播速度快，影响范围广。由于取证难、溯源难，侦破食品安全网络谣言案件并非易事。

“谣言加工厂”公司化操作，微信粉丝达到5000就可接广告

记者调查发现，一些自媒体生产谣言，目的是敲诈勒索和故意抹黑竞争对手。部分造谣者凭空捏造事实，自导自演，炮制图片、视频等“证据”，进行敲诈。例如，去年，几段展现“塑料紫菜”的视频在网上广泛传播，引发一轮“塑料紫菜”风波。造谣者王某在食用晋江某食品有限公司生产的紫菜后，猜想这些紫菜是塑料做的，便指挥员工拍摄视频并上传到朋友圈。其后，王某联系被害公司索要人民币10万元，威胁称若公司不想解决，就把事情闹大。

此外，有的企业利用自媒体谣言抹黑

竞争对手。采访中，多家食品企业对于一些集中爆发的网络谣言，首先都将怀疑的矛头指向竞争对手。中国传媒大学教授王四新表示，确实有一些别有用心竞争对手通过抹黑的方式故意散布谣言，意图牟取不当市场利益。

记者调查还发现，自媒体“谣言加工厂”已经形成公司化操作，吸引流量赚广告费，同一家公司旗下往往拥有许多公众号。

2017年9月，内蒙古和林格尔县人民法院裁定的一起案件中，泉州市江鸿网络科技有限公司发布“蒙牛纯牛奶被检出致癌物超标”的视频。这一视频被大量点击并转发，仅发布后十几天时间就被1073个微信公众号转发，使人误以为是最近刚发生的事件，其中数个公众号转发视频浏览量过10万次。其中，仅江鸿公司管理的微信公众号就有“闽南第一手”“石狮视”“一手”“时事爆料”“热门街拍”等5个，公司负责人说，这样做是为了扩大知名度，增加点击量，赚取收入。

记者调查发现，不少微信公众号或微博账号在推送此类谣言时，顶部或底部常有广告，甚至通过读者阅读及转发也可以获得一定收益。

一位自媒体公号运营者介绍，部分自媒体与广告商形成了一条利益链，阅读量和粉丝数高，就会有广告商找上门。粉丝达到5000就可以成为流量主接广告，每个粉丝每条可以收0.2元到0.5元不等。如果有1万粉丝，每条推广就可以收取2000元到5000元。

紧跟新闻热点衍生谣言也是自媒体传