

一周新闻点评

干部任用和监督都要多听群众意见

新闻摘要:通州区纪委监委对接考核体系、优化指标设置、完善评价方法,推行干部积分制,把准用人风向标。(12月16日《南通日报》)

点评:政治路线确定后,干部就是决定的因素。毛泽东的这句话至今仍然没有过时。干部怎么选,怎么监督,是保证干部队伍健康高效的一体两面,都很重要。德能勤绩廉,是评价干部的五个方面,德为先。德行,不能看表面、看台账,要看小处、看细节,看不经意时。群众眼睛最亮,多听听老百姓的意见准没错。干部只用不监督,早晚会出现事。监督的核心是防止干部权力膨胀、滥权、权力失控。这方面也要多听听群众的意见。

请尊重电视观众的选择权

新闻摘要:国家广播电视台总局发布《有线电视业务技术要求》等3项行业标准,严禁强制让用户开机看广告。新政实施后,有市民向本报新闻热线反映,新买的电视机一开机还是广告。(12月13日《江海晚报》)

点评:如今获取信息资讯的途径多了,看电视的人越来越少了。偶尔看一下,开机半天都是广告,想看个中意的节目还得另外付费,这就加速了观众离开电视。电视生产厂家、电视网络公司、节目制作公司,面对观众的流失,只得不断地加广告。这无异于饮鸩止渴。广告的目的是赢得消费者对产品的美誉度,从而接受它、购买它;现在“牛不饮水强按头”的做法,与初衷背道而驰。要让观众回心转意,就要真正地尊重观众;而尊重观众,先得从尊重观众的选择权做起。

生活需要一点浪漫

新闻摘要:这几天,位于南通博物苑南门西侧的一只落叶猫吸引了线上网友、线下市民的关注和打卡,通城漫游再添新看点。记者了解到,这是由南通市文广旅局牵头打造的“第一城的浪漫”——City Walk企划之一。(12月15日《江海晚报》)

点评:一个小小的创意,就打造出了一个网红打卡点,说明人们太需要一点浪漫了。当今的生活,节奏快、压力大,特别是年轻人,大家心弦绷得都很紧,都需要释放。到网红打卡点,拍拍照,乐一乐,暂时忘记了烦恼,心绪平复了,再积极地去面对明天的生活和工作。作为以建设“青年友好型城市”为目标的南通,需要更多这样小创意、小浪漫,社会方方面面也要给予更多的理解、包容和支持。

多点这样的“童趣节”

新闻摘要:昨天上午,朝晖小学第十六届“童趣节”系列活动开幕。以“和悦少年 童趣飞扬”为美好,以“动”润心”为主题,通过丰富多彩的劳动实践活动,让学生感受劳动乐趣。(12月15日《江海晚报》)

点评:少年儿童,好动是他们的天性。顺天性而教,才是好的教育,才有好的效果;逆天性而为,就是败笔,就难成才。家长和老师都应该有这样的认识、共识。朝晖小学的“童趣节”就很好,让孩子们在丰富的活动中,愉悦身心、增加才干、懂得美,这些都会受益终身的,比多考几分有意义得多。这样的活动搞好了,学生们会以更充沛的精力投入文化知识的学习之中,效果会更好。

(点评人:周权)

热点快评

就在通城百姓还沉浸在初雪到来的惊喜中时,昨天上午,第二场雪又纷纷而至。气象部门预测,受北方冷空气影响,我市近期气温降幅较大,还将出现严重冰冻。

越是在天寒地冻的冬季,“送温暖”越有着真切而紧迫性的内涵。尤其对于生活困难

的群体,包括孤寡老人、困难学生、残疾人、失业者等人群,需要各级职能部门、社会组织紧密联动,尤其发挥好社区“微网格”作用,及时摸清情况,采取有针对性的保障措施,把兜底网织得更牢、更密,体现人性化的温暖。对环卫、交通、供电等生产保供行业的一线职工,以及快递员、外卖配送员、客货运司机等一线群体,也要加大以人为本的关爱力度,做到未“雪”绸缪、未“寒”绸缪,真正把温暖送到群众的心坎上。

冬季寒潮带来的雨雪冰冻低温灾害,也在考验着城市应急保障体系。一旦出现暴雪、严

重冰冻等极端天气,老百姓对公共交通的依赖更强,这就对公共交通运营单位的应急管理水平提出了更高要求。此外,冬季也给消防安全、农业生产安全、道路交通安全,以及电力保障、公共卫生安全等带来考验,需要我们时刻紧绷“安全”这根弦,增强应急保障意识,更多一些底线思维和极限思维,把各项应急预案和防范措施做得更细更实,让抗寒防冻、确保群众安全温暖过冬有更充足的底气。

国务院在去年5月发布了《国家气候适应变化战略2035》,提出在未来要让适应气候变

化技术体系和标准体系更加完善,全社会适应气候变化能力显著提升。在发展过程中,要努力构建气候适应型社会。因此,我们还要站在更长远的时间尺度,从“治本”角度,统筹城市治理各项工作,增强应急意识与应急保障能力。

值得一提的是,面对低温雨雪天气,一些城市及时发布中小学停课、倡导错峰上下班和弹性办公等人性化举措,在一定程度上减缓了极端天气对群众的影响。因此,加大冬季安全宣传,建立及时发布预警的快速反应机制,也是做好冬季抗寒防冻保障工作的重要环节。



海门公交车司机张顺风从事公交工作20多年,热心助人,做好事不停步。日前路遇一位老人摔倒行动不便,用私家车送医治疗,还帮助筹集了医药费。胡永年画

好司机伸援手 做好事不停步

全力打造“名特优新”农产品品牌

□郭红波

作为上海“1+8”大都市圈唯一的长三角北翼城市,南通是上海市民的菜园、果园、后花园,海安如东大米、如皋长寿食品、通农三宝、吕四海鲜等产品深受上海市民青睐。近年来,我市共建有上海外延蔬菜生产基地、上海市外蔬菜主供基地15家,约8%的粮油产品、15%的水产品、20%的禽畜产品、26%的蔬菜瓜果登陆上海市场,特色杂粮、四青产品、花卉苗木在上海市场中也占一席之地,休闲农业每年吸引上海游客500万人次。(12月14日《南通日报》)

名特优新农产品,顾名思义是指具有特定区域、特定品种、特定品质和特定品牌的农产品。这些农产品因为其独特的地理环境、种植方式、品种特点等因素,拥有与众多不同的口感、营养价值和品牌形象。大力发展名特优新农产品,不仅可以让消费者对于高品质农产品的需求,还可以提高农产品的附加值,增加农民的收入。

大力发展名特优新农产品,有助于推动产业结构调整、扩大市场竞争优势、实现乡村产业振兴的重要举措。应充分认识到名特优新农产品的重要性,加大政策支持力度,加快科技创新速度,加强品牌建设精度,推动名特优新农产品发展,为持续助力乡村振兴“添柴加薪”。

用好家门口红色资源“活教材”

□施承明

时隔4个多月,习近平总书记再次来到江苏,来到盐城市考察新四军纪念馆并发表重要讲话。习近平总书记的重要讲话,激励着南通广大干部群众加快跨江融合、抢抓机遇、加快打造全省高质量发展重要增长极。

习近平总书记在党的二十大报告中强调,“用好红色资源”。在新四军纪念馆考察时,习近平总书记再次强调,“要用好革命传统教育、爱国主义教育的生动教材”。我市是红色文化资源大市,有革命遗址、遗迹和纪念设施300多处。立足本土红色资源禀赋,围绕红色教育主题,我市精心推出《南通市红色印迹导览》电子地图、红色旅游线路、红色主题红船专线、“红色足迹之旅”等红色旅游资源,串联了全市的红色遗迹,用好家门口红色资源这一“活教材”。

“基地+场馆”,让红色阵地强起来。从阵地提质、品质提升、特色提炼等方面,对现有红色资源进行全方位软硬件升级改造。注重利用声光电、全息投影等技术,重现还原历史场景,打造沉浸式参观体验,使展示内容与展示形式有机地融于一体,让全市各级党组织和广大党员干部在家门口感悟红色历史、赓续红色精神。

“教材+荧幕”,让红色资源活起来。坚持把红色资源优势转化为助推乡村振兴的强大动能,继续完善和更新“红色地图”——《南通革命遗址遗迹纪念设施分布示意图》。将红色旅游与其他旅游业态资源融合、文化融合、业态融合、区域融合,探索“红色旅游+X”新模式,将旅游线路从市内延伸到市外,整合全市的红色旅游资源,让广大党员干部体验“行走中的红色党课”。

年终总结要多去“找问题”

□凌云

岁末年尾,又到一年一度年终工作总结的时候。年终工作盘点,在充分肯定成绩的同时,多找找问题,是年终总结的本质要求,也是事业发展的迫切需要。

而有的单位和个人在往年年终总结时,对成绩亮点谈得多,采用“放大镜”,夸夸其谈,滔滔不绝;谈问题、说不足,则用“障眼法”,惜字如金,蜻蜓点水。如此放大成绩、回避问题,原因何在?或因私心作怪,怕伤了“面子”、影响“帽子”,或因认识有误,怕一说问题和不足,就会影响士气、打击信心,或因好大喜功,以为“工作是否出彩,关键就看总结”……这种一味评功摆好式的总结,表面上看是维护了单位部

门和个人的形象,实际上是对事业和工作的极不负责,失去了年终总结的原有价值和意义。

年终总结,既要看到成绩,从中提练经验,起到正向激励的作用;更要发现不足乃至失误,从中吸取教训,明确今后改进工作的方向,这是把工作做得更好的重要基础。成绩只能说明过去,存在的问题或不足才是努力的起点。成绩不说跑不了,问题不说不得了。有问题不可怕,真正可怕的是无视问题,甚至是掩盖问题。在当前改革发展进入“爬坡过坎、滚石上山”的攻坚阶段,“躲不开、绕不过”的问题矛盾尖锐突出,如果看见不足不愿提,发现缺点不愿改,问题被埋在那里,使小问题变成大问题,小隐患酿成大灾难,

如何精准找问题?归纳往常一些好的做法:一是用好批评与自我批评这个“传家宝”,互相“找问题”。俗话说,“人在事中迷,就怕没人提”“旁观者清”。有

些缺点问题自己往往“不觉得”,就像脸上沾了块污点,自己看不到一样。这时

同志间相互挑毛病、提意见,“红红脸”“出出汗”,对认识问题无疑是有很大帮助的。二是问计于民,请人民群众帮助“找问题”。一个单位、一个干部的工作怎么样,存在什么问题,人民群众心里有杆秤。我们在年终总结时多俯下身子去听听他们的声音,肯定有助自身找准问题。三是对表中央和上级要求,与同行最好最强最快的比,对标杆找差距,追根溯源才能找到症结所在。

找问题敢担当是谓勇气,知不足能自反方能致远。各单位部门和个人要把年终总结作为一次寻找“短板”的契机,善于“找问题”、研究解决问题,求得新一年事业不断发展。



“讲文明 树新风”系列公益广告