

既要“由风查腐”又要“由腐纠风”

□凌云

江海锐评

亮剑“微腐败”，清障保民生。4月20日，市委常委会召开关于开展群众身边不正之风和腐败问题集中整治动员部署会议。连日来，全市各地各部门闻风而动，精准把握、严格落实集中整治各项部署要求，稳步推动集中整治走深走实。

习近平总书记强调，江山就是人民，人民就是江山。整治群众身边的不正之风和腐败问题，是老百姓期盼的实事，是关系党的执政根基的大问题。其重大意义不仅仅是提升人民群众的获得感，也是防微杜渐、切断权力腐败微循环向更严重的权力腐败闭会化、板结化发展的重要举措。我们一定要充分认识这次集

中整治的重要性必要性，按照中央和省、市委决策部署，强化主体责任，压实监督责任，形成工作合力，抓好线索处置，强力推进办案，狠抓纠风治乱，集中解决一批群众身边的实际问题，让人民群众看到真变化、感到真成效、获得真实惠，向党和人民交上合格答卷。

人民群众关心的痛点在哪儿，正风肃纪反腐的焦点就要在哪儿。这次集中整治，中央明确要求，瞄准就业创业、教育医疗、养老社保、生态环保、安全生产、食品药品安全、执法司法等民生领域的痛点难点堵点，深化推进乡村振兴领域的不正之风和腐败问题整治，严肃查处贪污侵占、截留挪用、虚报冒领、吃拿卡要等行为，加大对腐败案件中发现的“村霸”“街霸”“矿霸”等整治力度，推进扫黑除恶“打伞破网”常态化机制化。

整治群众身边的不正之风和腐败问题，既要查办案件，更要扎实做好整改，一体推进不敢腐、不能腐、不想腐。这就要求我们必须正风反腐一起抓，把监督、办案、整改、治理贯通起来，做到既“由风查腐”又“由腐纠风”。种种现象表明，不正之风和腐败问题同根同源、互为表里，不正之风滋长掩盖腐败，腐败行为助长加剧不正之风。隐形变异的享乐主义、奢靡之风容易潜藏请托办事、政商不清等问题，有的就借由饭局与不法分子勾肩搭背、行权钱交易之实；花样翻新形式主义容易潜藏贪功图名、利益输送问题，有的“形象工程”“政绩工程”就失带着政商勾连、私相授受的“污泥浊水”等等，这就严重恶化了当地政治生态。

坚持“风腐”同查同治，一定要把严的态度亮出来、严的标准立起来、严的法

纪执行起来，用好纪律法律这把“戒尺”。“由风查腐”，就要深挖不正之风背后的“七个有之”和请托办事、政商不清等问题。“由腐纠风”，就要在对腐败问题抽丝剥茧查处中精准把脉作风顽疾，深入分析本地本领域本单位不正之风的“活情况”“新动向”，发现解决“真问题”，整合反腐败全链条力量，合力营造风清气正的政治生态。

习近平总书记指出，新征程反腐败斗争，必须在铲除腐败问题产生的土壤和条件上持续发力，纵深推进。集中整治中，我们要着力用好查处案件这个富矿，深化个案挖掘，加强类案分析，将个案整改与系统治理结合起来，围绕制度建设薄弱点、权力运行风险点、监督管理空白点，找出“病根”，挖出“病灶”，推动形成维护群众权益的长效机制，筑牢拒腐防变的思想道德防线。

观点声音

近日，一则某市地铁仍执行疫情期间实名制购票的消息引发关注。乘客在姓名栏随意输入诸如“111”这样的信息也能买到票，有网友质疑实名制购票是否形同虚设。疫情早已转段，生活重归。然而，一些公共场所疫情期间的防控或限流措施却仍然沿用。例如，某地多家三甲医院仍然对患者家属陪护照看设置“门槛”，称非特殊情况家属不得陪护照看，只能自费请护工。还有部分高校因疫情防控需要“关闭”的大门仍未对公众开放。对相关部门来说，管控限流降低了管理成本，也有一定的实效；有高校保卫处负责人说，校园“封闭”了，丢外卖、丢自行车事件减少；有医护人员表示，聘请专业护工能够提升照护效率……显然，一些部门单位以“方便管理”或“避免风险”为由进行“防控”，以“怕出事”为由“以限代管”，是将部门局部利益放在群众利益之上的。放开并不等于放任。高校、医院、景区等是具有公益属性的公共场所，只有在规范有序的前提下才能形成良性互动，共同建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体。问政于民方知得失，问需于民方知冷暖。对于城市公共场所管理方来说，要多听一听公众的声音与诉求，多一些从实际出发的考量，把该管的管住，把能放的放开，在活力和秩序的统一中实现高水平治理。

——新华网《不合时宜的“防控”当则退退》

国家统计局日前公布的数据显示，今年一季度，全国农村居民人均消费支出5050元，实际增长9.2%，增速高出城镇居民消费1.5个百分点。近年来，随着乡村振兴战略深入推进，农村居民收入增长加快，我国农村消费增长快、潜力大的特点越来越突出，消费质量和水平显著提升。休闲农业、乡村旅游为农村消费带来新的增长点，农村消费市场在整体消费市场中的地位越发凸显。农村居民消费结构逐渐从生产型、生存型消费向发展型、享受型、服务型升级。统计显示，农村居民在教育、娱乐、医疗保健、交通通信等服务性消费支出占比持续提高。农村耐用消费品市场尚未饱和，农村居民每百户家用汽车、空调、计算机数量明显低于城镇家庭，农村梯次消费升级潜力和需求空间巨大。同时，新型消费潜能持续释放。推动农村消费梯次升级，将消费品以旧换新与新一轮农机购置、新能源汽车下乡、智能家电下乡、绿色建材下乡等优惠政策协同实施，推进农村消费市场增量提质。加强农村消费市场监管体系建设，健全农村消费品质量安全监管机制，完善农村消费维权机制和纠纷解决机制，守住农村消费品质量安全底线，切实维护农村消费者权益。

——经济日报《农村消费空间巨大》

《2024抖音读书生态数据报告》显示，过去一年，越来越多年轻人在抖音上品读史铁生，“史铁生”相关话题播放量破30亿次，《我与地坛》在多个非虚构图书榜位列前三，《病隙笔记》《务虚笔记》里的许多句子在社交平台更是频频“出圈”。“《我与地坛》治好了我的精神内耗”“每一句都刚好说到你心坎里”……史铁生的作品不仅因其文学价值受到欢迎，还因其能触及年轻人内心，激发他们对生命、命运和个人价值等方面的深度思考，其中流露出的坚韧、豁达和顽强，通过短视频平台在年轻人中引起了共鸣。而这种情感的连接正是推动阅读的重要动力。通过动画、实地探访、深入解读等方式，短视频与直播为用户带来了多元阅读体验，帮人们了解好书及背后的故事。这样的阅读方式赋予老内容新时代价值，加上网友二创、书评等持续引发热度，形成情绪共振和共读氛围，这似乎成了大众走近经典书籍的一把钥匙，激发了全民阅读热情。

——工人日报《年轻人“爱”上史铁生，方寸屏幕同样可以亲近经典》

文旅市场的热风，又吹到了县城。据央视财经报道，日前，多家预订平台数据显示，“五一”假期县城市场酒店预订订单同比增长68%、景区门票订单同比增长151%，增速高于一二线城市，越来越多的小城释放出文旅消费新动能。例如福建平潭、江西婺源、河北正定等，都是热门的县城旅游目的地。一方面，市场变得精细化、差异化、个性化，万物皆可游，处处是场景，名山大川固然趋者云集，寻常巷陌也别有韵味；另一方面，对不少年轻群体来说，奔赴“不挤不贵”的县城旅游，把假期交给一个“小地方”，主打的就是一个松弛感和性价比。有理由期待，这样的“长尾效应”，也会在即将到来的“五一”假期再次释放。正如有业内人士建议，县城单元数量多、分布散、类型广，相关部门应进一步加强县域旅游的宏观分类指导。小城故事多，何日君再来？放眼长远，文旅市场的下沉，既是机遇又是挑战，既是必答题，又是附加题。唯有主动作为、顺势而为，方能“景”上添花、“路”繁花。”

——南方日报《期待县域旅游“小城故事多”》

国家安全教育需常态化开展

□王孝誉

本月15日是我国第九个全民国家安全教育日。全民国家安全教育日是为了增强全民国家安全意识，维护国家安全而设立的节日。国家安全是安邦定国的重要基石，维护国家安全是全国各族人民根本利益所在。

当前，世界仍不太平。今后一个时期，我国将面临更多逆风逆水的外部环境，国家安全压力呈上升趋势。我们很多人都觉得国家安全离自己很远，跟自己没有多大关系，而事实告诉我们，国家安全离我们并不遥远，甚至就在我们身边。国家安全关乎国家利益，关系国家稳定，也与每个公民的切身利益息息相关。全民国家安全教育日虽然每年只有一天，但国家安全每时每刻都需要守护，国家安全教育必须常态化开展，须臾不可放松。

突出教育主题。国家安全涉及方方面面，国家安全宣传教育覆盖社会生活各行业，融入社会活动各层面，贯穿社会活动全过程，必须紧跟国内外形势发展，始终围绕总体国家安全观开展宣传教育。要广泛发动群众，动员学校、社会、家庭各方力量积极参与，营造国家人人参与、人人有责、人人尽责的浓厚氛围，形成各部门协同、全社会支持配合的国家安全宣传教育大格局。要引导人们正确认识国家安全形势，增强“安而不忘危”的忧患意识，绷紧安全之弦，凝聚安全共识，推动国家安全意识入脑入心、落地生根，同心共筑国家安全的“命运共同体”。

创新教育手段。国家安全宣传教育要聚焦发展、顺应变化，统筹开展富有特

色的形势宣传、敌情宣传、法律宣传、成果宣传、典型宣传，与时俱进地阐释新理论、分析新形势、讲好新故事、展示新成果。针对不同受众群体的需求特点，创新形式载体，打造更加适应时代要求、更受广大群众喜爱的宣教作品，不断增强国家安全教育宣传教育的分众化、亲和力和实效性。通过举行宣讲会、举办警示教育展览、发放宣传手册、讲解国家安全知识等丰富多彩的活动，让国家安全知识贴近百姓生活、让国家安全意识植根群众心中。

拓展教育渠道。要把国家安全教育纳入国民教育体系、领导干部教育培训体系和公务员培训体系，推动国家安全相关丛书、教育读本出版和有声读物、互联网公开课上线，在学用结合、知行合一上取得新成效。打造国家安全教育宣传矩阵，实现国家安全教育进机关、进学校、进企业、进乡村、进社区、进军营、进网络，使人民群众的的国家安全意识不断增强，国家安全的人民防线更加巩固。综合运用“报、网、端、微、屏”等平台阵地，加强面向大众的全方位、多层次宣传教育，不断提高宣传教育的领域覆盖度、群众知晓度、社会参与度，筑牢坚如磐石的国家安全屏障。

注重教育实效。要明确主体责任，抓好顶层设计，建立健全宣传教育的长效机制。相关部门把宣传教育纳入年度工作计划，融入日常管理教育，使之成为一项经常性工作，不断厚积国家安全教育土壤。还要面向广大群众，因地制宜、因人而异，不断提升宣传教育工作的针对性和有效性。



画中有话

我们也是“护航员”

刚刚过去的南通马拉松赛中，我市多方动员，为安全护航。南通红十字救援队也成为马拉松赛道上服务保障的一支有生力量。

安馨雨画

“通马”，燃动城市发展魅力与活力

□王梓宁

热点快评

上周日，南通马拉松赛如约而至，不仅点燃了跑者们的激情，更成为一幅展示城市魅力、人文底蕴与时代活力的长卷。

这是城市脉动与人文风情的交融。南通马拉松的赛道设计犹如一部流动的城市传记，将自然风光、历史遗迹、现代风貌与城市地标融为一体。参赛者在奔跑中，不仅能体验到运动的激情，更能感受到南通的历史文化底蕴和城市氛围，使马拉松成为一场身心沉浸的享受之旅。

这是全民健身热潮与城市精神的生动演绎。本次赛事设置全程马拉松、半程马拉松和欢乐跑三个项目，赛事组织者精心策划的各项活动不仅

丰富了赛事内容，也降低了参与门槛，让更多人有机会亲身体验马拉松的魅力。同时，赛事提供的专业训练指导、健康咨询服务以及完备的赛事保障体系，提升了市民的参与体验。从专业跑到业余爱好者，从青壮年到老年，甚至少年儿童，各年龄段、各行各业的市民纷纷加入马拉松的行列中来，他们在比赛中挑战自我、超越极限，用汗水浇筑梦想，展现了积极向上的城市精神风貌。这也呼应了马拉松赛事所蕴含的“健康中国，全民运动”理念，推动了全民健身事业在南通的发展。

这是体育产业与城市形象的相互赋能。赛事期间，大量参赛者与观众涌入南通，带动了酒店住宿、餐饮娱乐、旅游观光等相关产业的繁荣，形成了“马拉松经济”效应，体现了体育赛事在推动城市经济发展、促进消费升级方面的积极

作用。此外，通过媒体直播、社交媒体传播等途径，南通的城市形象与品牌价值得以广泛传播，提升了城市美誉度与标识度，为打造宜居、宜业、宜游的现代化城市，实现经济社会高质量发展注入了活力。

这是城市治理与人文精神的实践范例。比赛的顺利举行，离不开高效有序的赛事组织与精细入微的城市管理，从赛道规划、安全保障、交通疏导，到医疗救援、环保清洁、志愿者服务等各个环节，都体现了科学决策与精准施策。特别是运用数字化、智能化技术手段，实现对赛事的全方位、实时监控与智能调度，确保了安全、顺畅进行，展现了现代化城市的管理水平。与此同时，志愿者们们的无私奉献、专业服务成为一道亮丽的风景线。他们以实际行动传递了南通市民的热心公益、乐于助人的良好风尚，展现了城市的文明底色。

文明用语从我说起 文明举止从我做起