

学习 理论

永城抗大四分校与伟大的抗大精神

□ 郭立建

在永城市李赛镇麻家集北街路东,一个从外面看红墙青瓦的院落显得十分古朴别致,这就是抗日军政大学第四分校(简称抗大四分校)旧址。抗大四分校由新四军四师师长彭雪枫创办,是抗大总校在新四军中创办最早、历时最长、吸收华中和江南革命知识青年最多及坚持在游击战争艰苦条件下办学成绩显著的一所分校。

抗大四分校先后为抗战培养出了2000多名军事党政领导和骨干人员,为抗日战争胜利做出了不可磨灭的贡献。永诚抗大分校被豫皖苏军民誉为边区儿女革命胜利的摇篮,是矗立在豫皖苏边区人民心中的一座伟岸丰碑,也是当今红色传统教育基地。在长期办学实践中,抗大逐步形成了以坚定正确的政治方向和艰苦奋斗的政治本色为主要内容的抗大精神。我们要牢记习近平总书记指示,弘扬光荣传统、赓续红色血脉,把抗大精神继承下去发扬光大,在新的长征路上成为我们增强开拓前进的勇气和力量。

一是弘扬勇当民族先锋的爱国主义精神,这是抗大精神的核心。毛泽东曾称赞抗大:“抗大为什么全国闻名、全世界闻名?就是因为它比较其他的军事学校,最革命、最进步,最能爲民族解放与社会解放而斗争。”抗大造就的抗日干部,都抱着坚定的政治信念,即一定要

打倒日本帝国主义。爲民族解放,反对投降、抗战到底的坚定爱国主义信念,是建立全民族抗日统一战线、夺取抗战胜利的伟大政治基础,也是抗大精神的魂之所在。在近向全面建成社会主义现代化强国的今天,我们仍要坚定理想信念信念。习近平总书记在庆祝改革开放40周年大会上说,信仰、信念、信心,任何时候都至关重要。小到一个人、一个集体,大到一个政党、一个民族、一个国家,只要有信仰、信念、信心,就会愈挫愈奋、愈战愈勇,否则就会不战自败、不打自垮。无论过去、现在还是将来,对马克思主义的信仰,对中国特色社会主义的信念,对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心,都是指引和支撑中国人民站起来、富起来、强起来的强大精神力量。

二是弘扬敢于夺取胜利的英勇战斗精神,这是抗大精神的精华。抗大培养的目标是能打善战“文武双全”军事和党政干部。侵华日酋冈村宁次多次叫嚷:“消灭了抗大,就是消灭边区的一半”,“宁肯牺牲十个日本兵换一个抗大学员,牺牲五十个日本兵换一个抗大干部”,并多次进攻和偷袭抗大,但均以抗大的胜利而告终。我党带领人民坚持敢于斗争、敢于胜利的精神已取了新民主主义革命、社会主义建设和改革开放伟大成就,现已进入新时代。习近平在2021年秋季学期中央党校(国家行政学院)中青年干部培

训班开班式上指出,当前,世界百年未有之大变局加速演进,中华民族伟大复兴进入关键时期,我们面临的风险挑战明显增多,总想过太平日子、不想斗争是不切实际的。要丢掉幻想、勇于斗争,在原则问题上寸步不让、寸土不让,以前所未有的意志品质维护国家主权、安全、发展利益。

三是弘扬不畏艰难困苦的革命乐观主义精神,这是抗大精神的特色。抗大是在艰苦的环境中产生、在斗争的条件下发展的。当时抗大学员中流传着这样的歌谣:“课堂就在大路上,桌子就在膝盖上,写字就在地地上,认字就在背包上。”美国记者埃德加·斯诺访问抗大后在《西行漫记》中写道:“以窑洞为教室,石头砖块为桌椅,石灰泥土糊的墙为黑板,校舍完全不怕轰炸的这种‘高等学府’,全世界恐怕只有这么一家。”毛泽东风趣地说,抗大“过着石器时代的生活,学习着当代最先进的科学——马克思列宁主义”。抗大的物质生活条件是极端艰苦的,但理想信念坚如磐石。现在,我们已进入新时代,仍然要坚持艰苦奋斗精神。习近平指出:“不论我们国家发展到什么水平,不论人民生活改善到什么地步,艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能忘”,并要求“党和政府带头过紧日子”。

四是弘扬勇于牺牲自己一切的无私奉献精神,这是抗大精神的崇高风范。

毛泽东主席为抗大学员在毕业证上题词,要求毕业学员“勇敢、坚定、沉着,向斗争中学习,为民族解放事业,随时准备牺牲自己的一切”。这种伟大的牺牲奉献精神,是战胜一切敌人的强大动力。勇于牺牲的无私奉献精神也是马列主义政党区别其他政党的高尚品质。习近平总书记在2015年7月1日指出:“忠于党、忠于人民、无私奉献,是共产党人的优秀品质。党的事业,人民的事业,是靠千千万万党员的忠诚奉献而不断铸就的。”在实现“两个一百年”奋斗目标长征路上,仍然要发扬勇于牺牲的无私奉献精神。

五是弘扬坚持实事求是精神,这是我们党思想路线的底盘,也是抗大思想根基。从抗大教育宗旨、教学原则、教育目标、校风校纪、教学方式方法设定,到教员与学员一体化,工农知识分子、知识分子工农化等等都证明抗大是“靠实事求是吃饭”“靠实事求是起家 and 兴旺发展起来”。习近平深刻指出:“实事求是,是马克思主义的根本观点,是中国共产党人认识世界、改造世界的根本要求,是我们党的基本思想方法、工作方法、领导方法。不论过去、现在和将来,我们都要坚持一切从实际出发,理论联系实际,在实践中检验真理和发展真理。”

(作者单位为中共商丘市委党校)

锐 评

别让劣质厨具危害儿童健康

□ 李方向

近日,教育部正式印发《义务教育课程方案》,将劳动从原来的综合实践活动课程中完全独立出来。也就是说,今年9月起,中小学将独立设置劳动课程,每个孩子都要学煮饭炖汤、修理家电、种菜养禽禽……消息一出,电商平台上架卖的“真煮”儿童厨具就火了起来。(据5月16日《现代快报》)

按照商品分类,“真煮”厨具兼具儿童玩具、儿童餐具和家用电器的属性,其产品形态多样,由于没有专门的标准需要分别执行玩具、餐具和3C认证。可是理论很丰满,现实很骨感。对接触食物的不锈钢餐具,根据《国家标准不锈钢餐具》规定分为430、304(18-8)、18-10不锈钢三个等级。可是售卖商家却很少主动标明使用的原料材质,多个店铺的客服均笼统回答“食品级”,只有少数商家会告知使用了304不锈钢或410不锈钢,但一概拒绝提供权威部门检测报告。只是口头告知使用了标准材料,拒绝提供权威部门检测报告,可信度自然大打折扣;那些连材料都不敢说的就可想而知了。厨具涉及食品安全,使用何种材料都是经科学实践论证安全的。儿童厨具不是用来当摆设的玩具而是真刀真枪用来煎炒烹炸的,不用国家规定的材料制作儿童厨具,显然存在安全隐患对儿童影响更甚。

食品安全大于天。由于儿童厨具的特殊性,容易让生产厂家钻空子进而危害儿童健康甚至生命财产。材质是事关厨具煎炒烹炸安全的核心要素。让人难以容忍的是部分商家依然通过返现诱导消费者写好评。在众多格式高度一致的好评中,不乏有购买后的消费者表示“一摸一手黑,肯定不是304”产品的。作为电商平台必须让线上商铺出具权威部门的检测报告,对线下商家监管部门必须强化监管,没有权威检测部门的检测报告线上线下一律不准销售儿童厨具。厨具可以有缩小版,但安全不缩水。当然也希望国家有关部门就儿童厨具出台强制性规范并在外包装标明,必须确保儿童厨具安全、确保消费者健康乃至生命财产安全。

微 评

@人民时评

【线上健身火爆蕴含哪些发展新机遇】

从运动服装、健身器材,到健身食品、可穿戴设备,潜力巨大的消费蓝海,给体育产业带来新一轮发展机遇。有数据显示,2021年中国线上健身市场规模达到3701亿元,预计2026年将增加至近9000亿元。面向市场需求、把握智能化趋势,创新服务方式、发掘新增增长点、延伸产业链,在线健身必能打开更大发展空间,体育产业和体育经济也能实现新突破。

【快递盒不是广告的法外之地】

近来,不少消费者反映,快递盒上贴着的二维码小广告越来越多,稍有不慎可能被骗。这是新现象,涉及多主体、多环节,“谁贴的”“谁受益”“谁负责”还不清晰。因此,治理快递盒上小广告要权责负责监管。进一步加强监管和查处力度,出台管理规范和要求,明确厂家、商家、平台、快递公司各方责任,既从源头把好广告的“入口关”,又从环节把好广告的“发布关”。只有更加明确权益主体、责任主体,这类广告形式才是合理合法,消费者遇到问题才能依法维权。当然,广大消费者也应及时牢记,莫贪便宜、谨慎扫码,擦亮双眼、提高防范。



画 中 话

严惩

从高层建筑物向下抛掷物品,不仅是民事违法行为,还可能构成刑事犯罪。5月20日,哈尔滨市道外区人民法院公开宣判一起高空抛物罪案件,被告人于某某犯高空抛物罪,被判处有期徒刑六个月,缓刑一年。

新华社发 王鹏作

众 议

互联网音企应过滤掉“杂音” 传播中国好声音

□ 黄齐超

近日,浙江杭州。天眼查App显示,网易云音乐关联公司杭州乐读科技有限公司提供的《赵二伯》等文化产品中,因含有危害社会公德的内容,被杭州市文化广电旅游局罚款3万元。(据5月21日澎湃新闻)

据悉,歌曲《赵二伯》是歌手根据陕西方言民谣创作的摇滚歌曲,曾在歌厅、舞厅、酒店等场所演唱,颇受一些听众喜欢。后来,被网易云音乐收录其中,从线下走上云端,成为可下载的在线歌曲,受众也广了。

按理说,如果真的是从下里巴人到阳春白雪的转变,倒也无可厚非;但是,《赵二伯》中的部分歌词颇有争议,比如“年轻时二得很,把姑娘就拉到高粱地”、“跟着民兵扛过枪,和书记队长睡过榻”等。这些歌曲中的“瑕疵”,有低俗的味道,显然是有悖于社会公德,对女性的不尊重,

属于互联网禁止的文化内容,所以违反了《互联网文化管理规定》。据此,杭州市文化广电旅游局对网易云音乐处以3万元罚款。3万元罚款对于一家互联网音企而言,自然是小菜一碟,但处罚带来的警示意义,不容小觑。虽然有人喜欢《赵二伯》之类的歌曲,但它的内容有些低俗,终究不能登大雅之堂,这是无法争辩的事实。所以,作为分享音乐的互联网音企,不能因为媚俗而忽略了它的负效应。从这个角度看,互联网音企在收录民间小调、方言民谣等歌曲、民谣时,一定要过滤掉低俗、涉黄涉暴的“杂音”,为听众把好关。

早在三年前,网易云音乐在收入《赵二伯》时,并没有想污染民众视听的恶意,只是他们为了迎合听众,而没有将涉嫌低俗的歌曲拒之门外。现如今被罚,算是收到了教训。低俗歌曲的原创没有受到惩戒,收录歌曲的音企却遭到了处罚,这看似不公平,其实,只要收录、传播的途径受阻,对创作者也是一种打击。

另外,在加大正面声音传递的同时,也应该加大对网络违法犯罪行为的宣传警示力度,让每位网民都充分认识到网络是现实社会的延伸,现实社会的法律和道德规范都应适用于网络空间,互联网绝不是法外之地。

涉及色情、低俗、暴力的歌曲,早已经被文化部门禁止、下架,互联网企业当然也不应该为它们开绿灯,什么样的歌曲涉嫌低俗?什么样的歌曲违反《互联网文化管理规定》?互联网音企心知肚明。网易云音乐被罚,对其他互联网音企也是一记警钟,希望大家都能吸取前车之鉴,为公众分析、传播“无杂音”的中国好声音。

另外,在加大正面声音传递的同时,也应该加大对网络违法犯罪行为的宣传警示力度,让每位网民都充分认识到网络是现实社会的延伸,现实社会的法律和道德规范都应适用于网络空间,互联网绝不是法外之地。

胡辣汤

河南新闻奖
新闻名专栏

窖井盖管理“漏洞”要补住

□ 胡绪全

街头的窖井,就像一张“黑嘴”,如果盖不好盖子,它就会“吃人”。近日,又一起“窖井吃人”事件引发全网关注:5月12日晚9时许,陕西西安市未央区北三环附近的惠西村,一名3岁男童掉入下水道被冲走。

城市越大,窖井越多。一个个窖井盖下面藏着水管、电力、燃气、通信等多种管道,只要有地下管道作业的,都会有窖井盖问题。近年来,窖井“吃人、伤人”事件时有发生,社会反映强烈。据最高人民检察院统计,仅2019年全国因窖井施工、管理、养护不当致人伤亡案件就有155件,造成16人死亡。

我们看到,这些年来很多城市楼房越建越高,马路越修越宽,城市公园越来越多,城市光鲜亮丽,但是脚下的窖井盖却是问题重重。有的沉降,让道路不再平坦,无论开车还是步行,都会给人带来不便;有的破损,骑车经过稍不小心可能会扎破轮胎刮到车子,造成车毁人伤;有的缺失后没有及时补上,随便用一个纸箱盖住,像是一个“陷阱”……如果说大楼是城市的面子,那地下管网和窖井就是城市的“里子”,这个“里子”,直接关系到市民的宜居程度,也关乎市民的生命安全。

窖井盖关系到群众“脚底下的安全”,为什么还问题重重?关键还是有管理“漏洞”。地下管网涉及供水、供气、电信、电力、环卫等多家单位,窖井盖的产权和管理单位众多,大家“各扫门前雪”。有的认真管护,定期巡查,破损的及时更换;有的则无人问津,破损了不维修也不换,甚至丢失了也不知道;还有的在道路建设、基础设施施工过程中,造成窖井盖损毁,却不及时恢复原状,造成窖井口长时间没

有盖子。

悲剧一再重演,再次提醒城市管理部门,窖井盖不应成为监管灰色区,治理也来不得半点侥幸。俗话说,亡羊补牢,犹未晚矣。鉴于当前一些地方仍然存在“多头管理”“九龙治水”等问题,有必要一个一个地排查窖井,确定有关部门应该担负的管理责任,避免权责不清找不到产权单位等现象,以责任落实倒逼管理落

井盖虽小,关乎生命。近年来,为了避免因为井盖丢失或损坏,发生威胁市民生命安全的事件,不少城市给窖井加装防坠网,保障市民出行安全。不过,从频频发生的行人掉入下水道事件来看,防坠网远远未达到全面普及,依然存在盲点和空白。西安3岁男童坠入的窖井,如果有一个小小的防坠网,也许悲剧就不会发生。

窖井盖治理,需要法治力量。前些年一些地方窖井盖被被盗及损坏导致行人伤亡事件时有发生,最高人民法院、最高人民检察院、公安部2020年联合出台关于办理涉窖井盖相关刑事案件的指导意见,对盗窃、破坏窖井盖以及相关失职渎职犯罪等做出明确规定,以法治之力封牢窖井“吃人的嘴”,破解百姓“脚底下的痛”这个难题。

窖井盖治理,也需要科技力量。应当充分运用人工智能、大数据、传感器、物联网等新技术管理窖井盖,提升窖井盖管理的数字化、智能化水平,实现问题井盖实时自动报警,提高应急响应速度,缩短养护处置时间,第一时间消除安全隐患。

这正是:窖井虽然小,无盖不得了。不光能毁车,还能把人咬。管护有漏洞,必须一一找。下足绣花功,方能治理好。

众 议

“云旅游”要去美颜露真容

□ 焦风光

在中国旅游日前夕,中国青年报社社会调查中心联合问卷网发布的调查显示:“云旅游”的主要问题是存在“过度美化”“不真实”现象。65.3%的受访游客希望“云旅游”避免过度美化滤镜,保持真实自然。(据5月19日《中国青年报》)

路不出户行万里,大漠河山一屏揽。不可否认,网络技术的发展与疫情防控需要叠加一起,催生了“云旅游”,也让众多旅游行业看到了无限商机。打开手机,总能刷到美得让人窒息的视频和图片,有些还配上“人间仙境”“世外桃源”等字幕。这些屏幕里的美景让人大饱眼福,也挑起起众多网民“我想去看看”的欲望。“云旅游”毕竟生长在网络里。有些景区为招揽游客,运用美颜、特效、滤镜、调色等方式为景点擦油抹粉,浓妆艳抹,失真到“判若两人”。个别景区像小品里的台词描述的一样:“撒泡尿都说成温泉”,让亲临其境者直呼上当。

旅游业拥抱互联网,让“云旅游”一枝独秀,成为文旅文创行业的新宠。其实,“云旅游”也是一种营销手段。美颜的“云旅游”实质是一种欺诈的营销行为。《中华人民共和国旅游法》第三十二条规定:旅

行社为招徕、组织旅游者发布信息,必须真实、准确,不得进行虚假宣传,误导旅游者。《中华人民共和国广告法》第四条规定:广告不得含有虚假的内容,不得欺骗和误导消费者。“网上看着是美景,实际是上一个‘坑’。”不难看出,美颜的“云旅游”也是一种违法行为。

旅游业发展的两张王牌是景色怡人和管理到位。景色怡人当然不是虚拟的,而是真正的内涵美。美颜的“云旅游”只有一时的光鲜,实则是自损声誉的行为。调查显示,体验过“云旅游”的人群中,84.4%受访游客想在疫情后来一场实地旅行。试想,一个“线上看着一朵花,实际一看豆腐渣”的景区会给游客带来什么感受,又能挽回多少回头客。“云旅游”要想长久立足市场,应该在“景真美,情真浓”上下功夫,而不是靠美颜和流量来聚人气。作秀不如作“绣”,叫卖不如叫座。景区要树品牌、立口碑,只有拿出诚意,关掉美颜,露出真容,才能让“云旅游”返璞归真。窃以为,与其在美颜上花费心思,倒不如在“两个挖掘”上下足功夫:挖掘更多的人文元素,提升景区品位;挖掘网民的合理化建议,让景区在旅游市场中行稳致远。