



# 领导干部要重视家风建设

□ 尹秀芝

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视家庭家教家风建设,推动社会主义核心价值观在家庭落地生根,形成社会主义家庭文明新风尚,使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的重要基点。习近平总书记在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上强调:“领导干部特别是高级干部一定要重视家教家风,以身作则管好配偶、子女,本分做人、干净做事。”领导干部的家风,不是个人小事、家庭私事,而是领导干部作风的重要表现。新时代加强家庭家教家风建设,要切实抓好领导干部这个关键群体,以纯正家风涵养清朗党风政风社风。

家风建设要从传统优秀家风中汲取营养。传统家风是数千年来形成的能影响家庭成员精神、品德及行为的一种传统风尚、审美情趣和德行传承,它从为学求知、行为规范、品德修养等方面入手,以塑造高尚人格、昌盛家庭家族为主旨,强调耕读传家、仁爱孝道、忠君爱国、交友诚信等思想品格,彰显了中国优秀传统文化的基本精神。中国传统家风文化历史悠久,从最早的《尚书·盘庚上》记载的商王盘庚对殷商贵族的训词,周公旦对侄儿成王、召王劝诫的《无逸》《军谟》,中国家训史上具有里程碑意义的《颜氏家训》《朱子家训》《温公家范》《朱子家训》,到近代的《曾国藩

家书》《傅雷家书》,数千年的中华优良家风通过家规、家训、家谱等载体得以全社会做表率。红色家风是老一辈优秀的中国共产党人在长期革命实践中形成的政治品格和精神风貌,具有率先垂范的教育意义。毛泽东曾为亲情规矩立下“三原则”:恋亲不为亲徇私,念旧不为旧谋利,济亲不为亲撑腰。面对亲戚朋友、湖南老乡提出安排工作的要求,他都一概拒绝。对待子女,毛泽东总是要求他们和普通老百姓一样,绝不搞特殊化。周恩来夫妇没有给亲属留下一砖一瓦、一钱一物,却留下了淡泊名利、自立自强的家训,让周家后人无愧于党和人民。陈云始终把洁身自爱、清廉无私作为自己行动的准则。他不仅为自己立下“不收礼、不吃请”的规矩,还要求身边工作人员不得违反。大公无私、清正廉洁、两袖清风,虽然有可能在工作中被误解,甚至还可能遭受责难。但这种看似“无情”的家风,却铸就了好干部、好人民、好干部。欲齐其家者先修其身,欲修其身者先正其心。领导干部自身行得正、坐得端才能成为家人的行为标杆。

家风建设要以反面典型为镜鉴。在中纪委六次全会上,习近平总书记毫不留情地指出,不少领导干部“纵容家属在幕后收钱敛财,子女等也利用父母影响经商谋利、大发不义之财”。纵观已查处的大案要案,很多腐败分子的违纪违

法行为中,往往有“家族腐败”因素。父子兵、夫妻档、兄弟帮屡见不鲜,甚至“全家总动员”,把公权力变成“私人订制”,最终一起走上不归路。刘铁男职位越高,儿子刘德成贪得越多。在23岁到25岁的时候,他已经成为千万元户。苏荣一人当官全家捞钱,包括其妻子、儿子等在内的十余个亲属涉案。“周江勇和弟弟周健勇一个从政、一个经商,周江勇利用公权力为弟弟经商提供帮助。”在《零容忍》第五集《永远在路上》中,浙江省原常委、杭州市原书记周江勇和弟弟联手贪腐、搞“一家两制”引发关注。在“一家两制”腐败案件中,亲属通常依仗领导干部的特权和影响力,通过经商办企业谋取利益。在这一过程中,领导干部把公权变成亲属牟利的“私器”,支持纵容亲属违规经商办企业,在市场竞争中通过各种方式为家族企业站台造势,损公肥私。“顾家”是很多领导干部为贪腐找借口。以“照顾家人”之名违法乱纪,看似温情脉脉,实则自欺欺人;基于补偿心态“护犊子”,给家属子女“开后门”,大搞封建社会“封妻荫子”“一人得道,鸡犬升天”的腐败之道,其实是变相亲手加害整个家庭。这些反面典型为广大党员干部敲响了警钟,领导干部要关公爱私,法与情的界限。

必须分清公与私、法与情的界限。(作者单位为中共商丘市委党校)

## 抄袭文案 吃相难看

□ 胡绪全

“花未全开月未圆,半山微醉尽余欢。何须多虑盈亏事,终归小满胜万全。”这首诗最近在网络广为传播。5月21日,是“小满”节气,当天,奥迪与刘德华合作的商业广告引发大量转发和热议,广告短片里引用了这首诗,刘德华原声配音,加之精致的画面和后期制作,让广告短片获得“高级感”、“有深度”的赞誉。

然而,一夜之间这个不停刷屏的广告视频就“翻车”了。当晚,ID为“北大满哥-小满”的视频博主发布名为“被抄袭了过亿播放的视频是什么体验”的视频内容,直指奥迪当日发布的广告内容,涉嫌抄袭他在2021年5月21日一条视频的文案。两个视频我也对比了一下,通过文案“查重”,感觉真的可以算是照抄照搬,正如网民所说:“像素级抄袭”。

5月22日上午,一汽奥迪就短视频存在文案侵权公开致歉,在各个平台下架涉事广告视频;也是5月22日,涉事代理公司上思广告发声道歉,同时承诺尽最大努力弥补对原作者的损失。前一天还在收获“高级感”,后一天就开始响响打脸,这就是冰火两重天吧。

汽车再豪华再高级,若是翻车,也一定难堪;文案再优美再感人,若是抄袭,也注定出丑。一个企业有一个企业的品牌形象,一个汽车品牌也有一个自己的品牌文化。奥迪的文案风格一直带着德系的矜持严谨,也蕴含着大气高贵,不少广告语传播很广,比如“你的家乡,就是我的远方”,“你的眼界,就是你的世界。与更多人一起,活出生命的辽阔”,“将向往的远方,变成走过的地方。用世界的视角,丰富人生的角度”,富有诗意的句子,被不少人分

享。但是俗话说,一粒老鼠屎坏了一锅汤,这次的文案抄袭会给奥迪品牌形象带来很大的负面影响,“丑闻”甚至会在汽车界弥漫多年难以消散。“丑闻”也有传递效应。正在奥迪为广告视频抄袭案忙得焦头烂额之时,5月22日,成都远家品牌创始人宁远发文,质疑东风本田汽车的一款汽车广告创意“偷走”了自己的人生。很快,广告拍摄方汽湃在社交平台发布了道歉信,并在5月22日下午下架了相关视频。

广告宣传文案接连“翻车”,折射出广告公司法意识的淡薄,也反映出汽车品牌商监管不力。广告文案传递出的是品牌形象,体现的是品牌价值和品牌理念。这种传播,是面向社会大众的,每一次制作和发布都要慎之又慎,对每一句话,每一个场景,每一个人言行,都要反复斟酌,要经得起法律的检验,社会公序良俗的检验,也要经得起知识产权的检验。比如奥迪,如果商家加强一点监管审查意识,引用的那首诗网上查一查是可以查得到的。

2021年6月1日生效的新版《著作权法》,已将侵权法定赔偿上限由50万元人民币提高到500万元人民币,对著作权方释放了有利信号。商家固然仗着自己“财大气粗”,花钱消灾,但抄袭带来的形象损失,却不是花钱能买回来的。

企业再大,也要心怀敬畏。敬畏法律,敬畏原创,敬畏大众,否则,一次“翻车”可能只是有伤,反复“翻车”可能会万劫不复。

这正是:“有诗有文案妙,一夜‘翻车’万人笑。品牌打造无捷径,用心经营是正道。”

## 众议

### 我为劳动教育进一言

□ 闫占廷

近日,深圳龙华区教科院附属学校引入“校园智慧农场”项目,在学校楼顶建设校园农场,开展农业生产劳动社团活动,引导学生在播种、育苗、移植、浇水、施肥等农业生产劳动中,学会珍爱生命,感悟生活。(据5月26日《深圳特区报》)

读长篇小说《平凡的世界》时,作者路遥在文中有一句给人印象深刻:劳动,是人生的第一堂课。只有劳动才能使人生活中强大,只有劳动才能磨炼意志,涵养艰苦奋斗的精神,真正理解人间万事出自艰辛。这句话可谓真知灼见,点出了劳动教育的重要性。作为一名教育工作者,笔者以为劳动教育是对书本知识最好的补充,只有让学生动手实践、出力流汗、接受锻炼、磨炼意志,才能让学生健康快乐成长,才能使学校真正落实“五育并举”。

在国家大力提倡“双减”的背景下,学校如何开展更有成效的劳动教育?笔者在学校走访时发现,由于当下劳动教育没有列入考试科目,学校不重视,成了可有可无的一门课程。只是给学生布置一些家务活、孝心作业上,很多劳动课演变成家长打卡、拍视频活动。学校的这种做法,却赢得了家长一片喝彩声,夸孩子懂事了,成长了。从中可见,考试依然是威力无比的指挥棒,只有改革教育评价体系,劳动教育才能真正得到重视。

常言说,要给学生一杯水,教师应有一桶水。劳动教育成为大中小学必修课程之前,我们还应考虑一个问题,就是有没有合格的劳动课教师。劳动教育看似简单,但并非每位教师都能胜任。只强调课程开设,不强化师资培训,劳动教育课就是一句空话。所以,配齐教师是开设劳动教育课的前提,师资培训是开好劳动教育课的保障。

最重要的一点,劳动教育必须有配套的劳动基地。要让学生走出课堂,走进田间地头,亲自动手去劳作,培养他们的劳动技能,进而磨砺他们的意志,使他们形成劳动习惯,养成吃苦耐劳的精神。深圳龙华区教科院附属学校的做法,实在令人称赞,他们把菜博士的“校园智慧农场”引入校园,在学校楼顶建设学生的劳动基地,学生有了“用武之地”,亲身体验播种、育苗、移植等生产劳动,忙得不亦乐乎,感受着种植的快乐与艰辛。



最高人民检察院6月1日发布的《未成年人检察工作白皮书(2021)》披露,2021年,全国检察机关共批准逮捕侵害未成年人犯罪45827人,提起公诉60553人。新华社发 王鹏作

## 众议

### 控烟,别忽略了青少年使用电子烟

□ 黄齐超

2022年5月31日,是第35个“世界无烟日”,上海市健康促进委员会办公室发布2021年本市成人和青少年烟草流行调查核心数据。数据显示:本市成人吸烟率自2010年控烟立法以来连续11年呈下降趋势,2021年成人吸烟率为19.4%。但是电子烟使用率继续上升,尤其是青少年。现在,上海市中学生电子烟使用率为1.7%(2019年为1.2%),其中,初中学生为1.2%(2019年为0.6%)、普通高中学生为1.6%(2019年为1.3%)、职业学校学生为3.7%(2019年为4.0%)。(据5月31日澎湃新闻)

我国政府重视烟草对民众健康的威胁,也在控烟禁烟上取得了阶段性成果——全国成人吸烟率从2010年的28.1%下降到2020年的19.4%。但遗憾的是,截至目前,全国性的控烟法规“还在研究中”;而地方出台控烟法规或条例的,也仅有北京、上海、广州等26个城市。

上海自从2010年控烟立法以来,成人吸烟率已经下降至19.4%,明显低于全国平均水平,这就是控烟的显著成效。事实上,不仅是成年人的控烟取得了成效,青少年的吸烟率也随之

方立法而下降。然而,最近三四年,上海市青少年使用电子烟的比率却在逐年上升,这一点,难免让人唏嘘。上海市的数据,可以作为全国的样本;换言之,全国其他城市青少年使用电子烟的比率,应该也是逐年上升。由此可见,青少年使用电子烟的问题,绝不能忽视。很多青少年认为电子烟“无害”,所以由好奇到尝试,成为电子烟的“烟民”。其实,从危害性来说,电子烟并不比传统卷烟低,它同样含有多种有害气体,也容易上瘾;而且,电子烟的直感性很强,青少年的警惕性不高。

关注和保护青少年“烟民”,就不该忽略电子烟。当然,从2021年12月起,新修改的《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》,已经将电子烟纳入了传统卷烟的管理范畴。因此,约束传统卷烟、保护未成年人的那些法规条款,对电子烟也一样适用:比如电子烟不允许售卖给未成年人;比如学校周边不得设置电子烟销售点;比如电子烟广告不能出现在青少年读物上;比如网络电商不准销售电子烟,等等。



上海市青少年吸烟(传统吸烟)的比率降低,但使用电子烟的比率在逐年增加,这警示我们:青少年吸烟的兴趣可能会因控烟而发生转移;不过,这种改变不是越好,而是越坏,因为电子烟一样是“烟”,其危害性一样不容小觑。在笔者看来,上海市青少年使用电子烟的比率之所以会逐年上升,与之前电子烟的管理宽泛密不可分。那么,随着电子烟纳入传统香烟的管理范畴,相信这一比率会降低。

但是,我们仍需注意的是:控烟的公共管理中,千万不能忽略了青少年接触、使用电子烟。因此,我们在贯彻《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》、加强电子烟监管的同时,也需要在青少年群体中加大电子烟健康危害的科普宣传和教育力度。

## 微评

@人民时评

### 【如何筑牢粮食安全防线】

粮食安全是“国之大者”。牢牢把住粮食安全主动权,粮食生产年年要抓紧,要确保面积、产量不能掉下来,供给、市场不能出问题。特别是在当下,防疫抗疫与农业生产都是大事,如何既做好防疫又不误农时,需要各级政府部门做好精细治理。系统筹谋、协同发力,才能让“中国饭碗”装得更满、端得更牢、成色更足。

### 【关于审美更关乎价值】

人教版数学教材插图问题,引发广泛关注。对此,教育部教材局表示,已介入调查;出版社也表示,已着手重新绘制。人们对“美”的理解可以多样,但教材要在孩子们心中播撒美的种子,不能给孩子们审美带来负面影响。更何况,教材插图不只关系审美培养,更关乎价值养成。健康、阳光的插图设计,才能引导孩子形成积极、向上的精神世界、价值追求。教材的编写与设计更需有强烈的责任心、使命感,牢牢把正确的政治方向和价值取向。应该正视公众对相关教材插图的争议,举一反三、全面检视、总结经验,进一步健全教材建设工作体系、完善教材制度规范,用心用情、好上加好打造培根铸魂、启智增慧的精品教材。

## 众议

### 线上演唱会缘何频“出圈”

□ 焦风光

2022年被网友称为“线上演唱会元年”。从崔健线上演唱会超4300万人观看,到周杰伦演唱会线上重映吸引近1亿人次,再到近日罗大佑首场视频线上演唱会和孙燕姿抖音线上演唱会同时亮相,“70后的青春”和“90后的青春”在线上PK,迸发出激情的火花,让网友直呼过瘾。

线上演唱会缘何频“出圈”?除了互联网时代的到来,网络技术的飞速发展,还有以下因素:

疫情影响下聚集性演出活动减少是原因之一。受疫情影响,聚集性的演出活动几乎处于停摆状态。为避免交叉感染,别说是大型演出,甚至超过20人以上的聚集活动都要报备审批。如何解决疫情防控需要与“歌手想唱,粉丝想看”的矛盾,线上演唱会无疑是在夹缝中求生的最好选择。有人说,疫情下的网络造就了一批“草根英雄”。演员刘宏宏在平台直播领舞健身操,短短一周时间吸粉4000万。农民工高小健以工地为舞台,凭借原生态表演拥有1800万粉丝。这些事例除了佐证人们对疫情防控的理解和支持,还体现了他们身处疫情之中依然追求健康向上、积极乐观的精神风貌。

一代人有一代人的记忆,一代人更有一代人的旋律。年轻人可能听不懂年轻人的歌,