

2017 年半月谈 (第 15 期) (精选)

半月评论: 孩子暑期生活难题亟待破解

经过了整个学年的紧张学习, 孩子们迎来了两个月的悠长假期。假日里, 孩子们不能脱离监管, 谁来陪伴孩子? 孩子该去哪儿? 暑假怎么过? 这成为困扰家长们的周期性难题, 孩子暑期生活难题亟待破解。

对于大多数家长而言, 暑期虽然孩子放假了, 但是家长们并不放假, 即使把年假安排在暑假期间, 最多不过十余天。

有的家长暑假把孩子送回老家祖辈手中, 让爷爷奶奶外公外婆代为照看。众所周知, 隔代监护难免存在问题, 老人年迈, 精力不济, 而中小学生学习精力旺盛, 活跃爱探索, 经常是老人透支身体也跟不上孩子的节奏。往往是宁愿任其沉溺“王者荣耀”的游戏世界, 也不让孩子跑出去。

无奈之下, 有的家长把孩子交给了培训机构, 用各种各样的培训班填满孩子的暑期生活。这些培训班有特长兴趣类的, 还有学科类培训, 孩子们不仅要在暑期忙碌辗转于各个培训机构上课, 还要完成培训机构布置的作业, 甚至比正常上学时还累。一位家长坦言, 正如辅导班广告上写的, 努力一暑假, 开学当学霸。自家的孩子玩了一个暑假, 人家的孩子学了一个暑假, 再开学, 孩子恐怕会落入班级鄙视链的底端, 只能硬着头皮给孩子报班。

也有一部分家长认为, 上课学习不能是暑期生活的全部, 这样会导致孩子厌学逃课, 他们更倾向孩子暑期生活的寓教于乐, 玩中学, 学中玩, 既满足孩子玩的需求, 又满足家长学的期望。因此, 各式各样以“游学”为内容的夏令营应运而生。但被寄予很高期望的海外游学, 遭到不少家长的吐槽, 海外游两三周, 砸了数万, 并未觉得孩子有很大收获, 也就是日常口语锻炼锻炼, 到名校走马观花了一下, 真正的大学精神、创新思辨的氛围并没有机会感受到。

而那些被困守在出租屋内的临时进城小“候鸟”, 在城市的陌生环境下, 忙于工作的父母无暇顾及, 不得不面临再次“留守”的境地, 与电视、手机相伴。

破解孩子暑期生活难题, 需要把暑期还给孩子, 把快乐还给孩子, 让孩子既能得到充分的休息, 加强身体锻炼, 又能增长见识, 培养兴趣特长, 为下一阶段的学习打下良好基础, 过一个自由自在的暑假。这不仅是家长应该考虑的问题, 更是全社会都要负起的责任。

一些国家的做法或许可以提供一些借鉴: 在日本, 暑假里, 老师和家长会鼓励孩子们去亲近自然、体验社会, 学校会给孩子安排丰富多彩的课外活动, 如参观博物馆和工厂等; 在英国, 社区图书馆、博物馆、美术馆会举办各种丰富多彩的亲子活动; 在芬兰, 各种主题夏令营、青少年集体活动如火如荼地展开, 如做手工、学滑板、骑自行车。

在国内, 一些学校也正探索通过暑假作业对孩子暑期生活进行引导: 除了传统的书本作业之外, 有的学校布置了一些有意义的活动, 比如结对子阅读行动, 环保类、扶贫类的社会实践活动, 甚至是记录下每天帮家里做的一件家务, 引导孩子养成良好的生活习惯和尽早培养生活自理能力。

一些公益组织在暑期开展各种夏令营活动, 丰富留守孩子的精神世界。如在山东曲阜, 志愿者团队组织了“留守儿童国学圣地游”项目, 把关爱留守儿童、弘扬优秀传统文化和利

用当地儒学资源融合在一起, 每一期都接收 100 个来自全国各地的留守儿童参加活动。

让学生在暑假有健康有益的事可做, 才能把他们从各种宅文化的娱乐项目中拉回来, 才能让家长少一些无可奈何的焦虑, 才能让孩子们多一分快乐和进步。

对学校而言, 学校教育要高度重视暑期生活的教育价值。因此, 学校应基于儿童内在的愿望和发展的需要, 切实加强对学生暑假生活的指导。

对政府而言, 有关职能部门要加强对社会培训机构的审批和监管。对各类市场化暑期机构, 如暑期托管、培训、游学等, 政府要积极引导, 予以规范, 对其资质、内容、组织形式、效果进行全程监管和跟踪。

对社会而言, 社区可以为孩子举办各种有益身心的暑期活动, 如图书阅读分享会、琴棋书画鉴赏、诗词朗诵会以及各种球类运动等。同时, 政府可通过购买服务的方式鼓励公益性组织参与到孩子们的暑假生活中来, 为那些忙于工作的家长提供帮助。

对家长而言, 更应该重视利用暑假弥补日常所不能带给孩子的生活教育与品格教育。家长也不妨利用这一时机, 多教给孩子们一点生活技能, 培养孩子的人格与自省意识。让孩子像野花一样自然成长, 就是要让孩子们从自然中汲取阳光、水分, 在风雨中扎根开花, 在日夜交替中感受四季的变换与美。

暑假应是孩子们最欢乐的时光, 让我们一起照看孩子的假期, 给他们一个安全的空间, 也给他们一段难忘的经历。

弘扬跨越时空的井冈山精神

——纪念井冈山革命根据地创建 90 周年

90 年前, 以毛泽东、朱德为杰出代表的中国共产党人在井冈山开创了中国第一个农村革命根据地, 点燃了“工农武装割据”的星星之火, 培育了伟大的井冈山精神, 开辟了一条农村包围城市、武装夺取政权的中国革命胜利之路。2016 年 2 月初, 习近平总书记在视察井冈山时高度评价: “井冈山斗争的伟大实践, 对中国革命道路的探索和抉择、对中国共产党和人民军队的成长具有关键意义。井冈山时期留给我们最为宝贵的财富, 就是跨越时空的井冈山精神。”

井冈山的斗争为中国革命的胜利作出不可替代的历史贡献

孕育工农武装割据的理论之源。中国共产党人在井冈山成功实现了中国革命工作重心的转移, 为中国革命的胜利积累了宝贵的实践经验。经过井冈山一年多的武装割据实践, 毛泽东提出“工农武装割据”的思想, 为农村包围城市、武装夺取政权的中国革命道路理论的形成, 奠定了重要而坚实的基础。

探索出具有中国特色的革命道路。旧中国是一个政治经济发展极度不平衡的半殖民地半封建的农业大国, 中国革命的力量只有在反动势力鞭长莫及的农村才有可能首先得到恢复和发展。井冈山革命根据地的创建, 为中国革命找到一条正确道路。井冈山道路, 是马克思主义中国化的经典之作。

建设了一支新型人民军队。三湾改编“把党的支部建在连上”, 确立党对军队的绝对领导, 从此, 这一原则成为我军的重要原则。红军领导人不断为锻造新型的人民军队艰难探索: 提出红军“三大任务”、颁布“三大纪律、六项注意”、总结游击战争战略战术“十六字诀”、创立人民军队一系列基本原则。中国工农红军成为一支区别于古今中外任何军队的新型人民

军队, 对中国革命的发展有着极其深远的影响。

为中国革命探索和积累成功经验。井冈山的斗争在党的建设、军队建设、政权建设和土地革命等诸多方面为中国革命的最后胜利奠定了基础, 积累了许多成功的经验。如着重强调从思想上入党, 提出“用无产阶级思想教育党员”, 丰富和发展了列宁的建党学说; 井冈山革命根据地全盛时期, 建立了六个县级红色政权和统一的湘赣边界工农兵政府, 中国共产党开始局部地登上独立执政的舞台; 土地革命运动颁布了井冈山土地法, 极大地激发了广大贫苦农民的斗争积极性, 解放了农村的生产力。

井冈山的斗争孕育了跨越时空的井冈山精神

2016年2月, 习近平总书记对跨越时空的井冈山精神进行了高度评价, 并且强调: “要结合新的时代条件, 坚持坚定执着追理想、实事求是闯新路、艰苦奋斗攻难关、依靠群众求胜利, 让井冈山精神放射出新的时代光芒。”

发扬井冈山坚定执着追理想的精神, 实现中华民族伟大复兴的中国梦。

坚定的理想信念是井冈山精神的灵魂。在新的历史时期, 弘扬井冈山精神首先就是要坚定共产党人的理想信念, 把理想信念作为照亮前路的灯、把准航向的舵, 保持“革命理想高于天”的崇高追求, 为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献自己的力量。

发扬井冈山实事求是闯新路的精神, 促进创新创业, 落实全面深化改革开放的战略任务。

实事求是、敢闯新路是井冈山精神的核心。革命如此, 建设和改革也如此, 都必须从实际出发, 敢于开辟前人没有走过的路, 自觉地发扬实事求是闯新路的精神, 善于用改革的思路 and 办法解决前进中的各种问题, 我们的事业才能继往开来、薪火相传、与时俱进, 中华民族才能永远立于不败之地。

发扬井冈山艰苦奋斗攻难关的精神, 强化党员干部责任担当意识。

艰苦奋斗是井冈山精神的基石。现在我们国家面貌和人民生活发生了翻天覆地的变化, 但艰苦奋斗精神永远不能丢。艰苦奋斗, 是中国共产党人的政治本色, 只有不忘艰苦奋斗的传统和精神, 逢事想在前面、干在实处, 关键时刻挺身而出, 坚决顶起自己应该顶的那片天, 才能使我们的事业发展壮大, 才能永远保持我党的纯洁性和先进性。

发扬井冈山依靠群众求胜利的精神, 实现全民富裕奔小康。

团结群众、依靠群众是井冈山革命根据地创建发展的重要法宝。在全面建成小康社会的冲刺阶段, 只有一心为了群众, 全力依靠群众, 才能汇聚改革发展的强大力量, 夺取全面建成小康社会的伟大胜利。

弘扬井冈山精神, 不忘初心

近年来, 井冈山始终牢记习近平总书记“井冈山要在脱贫攻坚中作示范、带好头”的殷切嘱托, 大力弘扬跨越时空的井冈山精神, 紧紧围绕“精准、落实、可持续”的总体要求, 切实“抓实抓细, 经得起检验”, 确保三个到位, 始终坚持红色引领、绿色崛起, 把脱贫攻坚作为头号政治任务来抓。贫困发生率降至1.6%, 实现了在全国率先脱贫“摘帽”。

行程万里, 不忘初心, 井冈山革命老区率先脱贫具有标志性意义。

历史意义: 主要体现在“两个起点”——井冈山, 既是中国革命的起点, 又是全面脱贫奔小康的新起点; 现实意义: 主要体现在“两个样本”——昔日的“贫困样本”, 如今华丽转身为“脱贫样本”; 民生意义: 主要体现在“一份初心”——让老区人民过上幸福美好生

活, 是共产党人向井冈山老区人民兑现的庄严承诺; 理论意义: 主要体现在“一个注解”——井冈山率先脱贫摘帽, 是习近平总书记精准扶贫思想的生动实践, 是跨越时空的井冈山精神的生动注解。

继续前进, 决胜脱贫攻坚战

精准为先, 科学施策, 党建引领, 不让一个老区群众掉队。

坚持精准为先, 坚决做到扶真贫、全覆盖。精准识别, 创新实施红、蓝、黄三卡识别办法, 精确扫描每一个贫困户。精准管理, “四卡合一”实现“管”得清楚; “三表”公开实现“脱”得透明。坚持科学施策, 确保贫困群众“两不愁、三保障”。找准致富路, 家家有产业。大力实施“一户一块茶园、一户一块竹林、一户一块果园、一户一人务工”的“四个一”产业扶贫模式, 确保家家有一个致富产业, 户户有一份稳定的产业收入。股权促增收, 个个有收益。每个乡镇建立一个产业示范基地、每个村建立一个产业合作社, 吸纳贫困户或以资金、或以土地等形式入股, 实现“资源变资产、资金变股金、农民变股东”。政策来兜底, 人人有保障。对完全丧失劳动能力的特困户, 叠加实施差异化的保障政策, 牢牢兜住贫困底线。共圆安居梦, 户户有其屋。实行四种安居建房模式, 采取“五个一点”办法筹措资金, 确保每一栋危旧土坯房都能拆得动、建得起、住得进。基础大提升, 村村有变化。积极开展“两个消灭”专项行动。全面开展美丽乡村建设, 实现了群众走平坦路、喝干净水、上卫生间、住安全房的基本愿景。坚持党建引领, 实现小康路上党旗扬、动力足。所有行政村都下派“第一书记”, 选优配强村级班子, 帮助村级党组织提升自我发展能力。壮大村级集体经济, 带动群众增收致富。加大实用技术培训, 实现党员带着群众“一起走”。创新脱贫工作机制, 以鲜明导向把力量引导到脱贫攻坚上来。

实事求是, 因地制宜, 探索接地气可复制可推广的脱贫路子。

坚持党的领导, 是决战决胜率先脱贫的最坚强保障。精确瞄准“靶心”, 是决战决胜率先脱贫的关键。产业长效造血, 是决战决胜率先脱贫的根本。突出志智双扶, 是决战决胜率先脱贫的内生动力。社会合力攻坚, 是决战决胜率先脱贫的有力补充。

下一步, 井冈山坚决兑现“摘帽”不摘政策、“摘帽”不减动力, 做到“整合上级资金力度不减、争取社会支持力度不减、本级财政投入力度不减、党员干部帮扶力度不减”, 牢牢抓住“产业为根、立志为本、机制为要”三个关键, 确保贫困群众稳定脱贫、可持续脱贫。产业为根, 解决收入上的可持续; 立志为本, 解决精神上的可持续; 机制为要, 解决保障上的可持续。

井冈山的历史又翻开了新的一页。我们可以告慰无数革命先烈的是, 他们用鲜血和生命开创的伟大事业正在不断推向前进, 他们孜孜以求的美好社会理想正在逐渐变为现实。让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围, 坚持红色引领, 加速绿色崛起, 为实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈奋斗!

讲好爱国故事, 发力何处? 爱国主义教育基地现状调查

来这里, 体验历史, 感知未来——四个教育基地的变身故事

实证历史文明, 我的骄傲在良渚

作家马尔罗曾赋予法国卢浮宫博物馆一个华丽的定语——“充满信徒并且永不荒芜”。浙江良渚博物院也配得上此语。

灰白色方形建筑, 外观简洁流畅, 河流环抱, 青草相映, 蓝天白云之下, 良渚博物院呈现艺术与自然、历史与现代的融合之美。

“建筑外墙全部用黄洞石砌成, 远看似是一件美丽古玉。”良渚博物院院长马东峰说, 来到这里, 人们可以感受到距今 5300 年至 4300 年左右, 在长江下游太湖流域广袤土地上, 良渚文化开创的绚丽篇章。

1936 年良渚文化首度面世; 上世纪 80 年代至 90 年代, 一批高等级墓地和人工堆筑的大型宫殿基址被发现; 2007 年, 总面积 300 万平方米的良渚古城重现人间……基于良渚文化的独特内涵以及它在中华文明起源中的重要意义, 良渚博物院应运而生。

发达的犁耕稻作农业, 分工精细的手工业, 大规模的营建工程, 复杂的社会结构, 清晰的社会阶层分化, 完备的礼仪制度, 以玉器、漆器、黑陶为代表的卓越艺术成就……良渚博物院承载着华夏的原初记忆。

“历史、文物很能引发文化的认同感, 这也是文化类基地在爱国主义教育中的独特优势。”马东峰说。

深度挖掘良渚文化的内涵, 让国人对华夏文明更了解、更认同。为了取得最好效果, 良渚博物院陈列的内容总是体现最新的研究成果。陈列策划文本也是几易其稿, 由最初的“文明曙光”到“文明之光”, 最后确定以“良渚文化实证中华五千年文明”为陈列主题。

7 月 17 日, 良渚博物院迎来近 100 名北京大学考古暑期课堂学员和港澳夏令营学员。北京大学考古文博学院院长杭侃、浙江省文物考古研究所所长刘斌等的精彩讲座, 让学员在感受璀璨文明之光的同时, 更深叹“历史活在这里”。

这样的“第二课堂”在良渚博物院经常开展, 结合历史、考古、文博内容, 展开文化认同教育已成为良渚博物院重要工作之一。良渚文化进校园、良渚文化选修课、玉文化节等一系列主题活动, 实现深入参与、双向互动。

如今的良渚博物院也变得更智慧。“良渚博物院文物数字资源集成整合与分级创建”项目的剧本编创、数字采集、媒体制作正在不断推进。“在我看来, 这里应该可观、可学、可触、可玩。”马东峰说。

潜移默化、润物无声。长廊里, 人们穿越悠长的时空隧道, 触摸华夏先民生存和发展的每一个印记, 油然而生对古老中华的骄傲。展厅里, 休闲场所设有互动游戏, 孩子们模拟华夏先民盖房子、搭水井、捕鱼等日常生活, 体味着中华文明的最初脉动。

刘公岛：“不沉战舰”诉说甲午国殇

刘公岛, 不仅仅是个岛。这里是北洋水师的成军地, 当年修建的铁码头屹立不倒。梁启超曾言: “唤起吾国千年之大梦, 实自甲午一役始也!”

遍布山东威海刘公岛上的炮台、北洋水师遗址、大量的遗存建筑, 仿佛在诉说那段屈辱史。“这里是近代中国的立体教科书, 子孙后代应以史为鉴, 知耻后勇。”研究甲午战争 30 多年的中国甲午战争博物馆原馆长戚俊杰说。

讲述国殇、国耻, 刘公岛突出国防、海权等主题, 先后修复开放了北洋海军提督署、丁汝昌寓所、威海水师学堂、黄岛炮台、东泓炮台、旗顶山炮台等 8 处北洋海军文物遗址, 完成了北洋海军提督署原状复原改造。刘公岛管委会副主任周德刚认为: “来到这里, 可以使人们能够更加充分地了解北洋海军当时的工作、生活状态。”

在纪念抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年之际, 我国首个钓鱼岛主权馆也在刘公岛开馆。

刘公岛还巧借驻岛部队资源, 成功打造出“小海军夏令营”品牌, 每年接待近千名中小学生进岛, 接受爱国教育的熏陶。

在中国甲午战争博物馆陈列馆中, 借助场景还原、3D 影视、声光电与多媒体复合等多种手段, 展览全面展示了北洋海军和甲午战争历史全景。孩子们漫步馆中, 仿佛穿过 120 多年的时光隧道, 亲历那场震撼人心的战争: 黑烟滚滚, 炮声隆隆, 邓世昌指挥致远舰向敌船奋力撞去……

警示教育成为刘公岛国殇教育的重要组成部分。党员王得志参观完后说: “殇思厅内的系列警示、历史选择厅内的深邃问答让人印象深刻。‘落后就要挨打’‘腐败导致灭亡’的警句牢记心中。”

在刘公岛, 国殇教育不仅传递历史的悲凉回忆, 更有着对民族复兴的向往。基地讲解员李翠翠说, 调整后的展馆内容、布局和讲解词, 将刘公岛的历史放在民族复兴的大背景里讲述, 使教育基地突破一般历史知识的简单传承。“听完讲解后, 学员们常常深受感动, 默不出声。”

刘公岛是甲午战争的主战场, 来到刘公岛这艘“不沉战舰”上的人们, 回望中华民族的救亡探索, 在国殇教育中领悟到历史和人民为什么最终选择中国共产党。

红色, 青春, 雨花台

——“敬爱的孙晓梅烈士: 也许倾尽一生, 我也无法达到您的高度, 但是我始终在仰望、在追随, 用灵魂爱我的祖国!”

——“尊敬的吕惠生烈士: 我们要学习您谦逊廉洁, 从不邀功请赏的优秀品质, 为他人谋福祉!”

——“敬爱的冷少农烈士: 我们每一个人都在坚守, 只为让历史不白白哀痛, 让未来绝不现在遗憾!”

……

南京雨花台前, 2000 多名大中学生和青年职工正在参与一场“给革命烈士回信”的征文活动。一封封回信, 让人们心灵一次次受到震撼和感染。

从 1927 年至南京解放, 成千上万的中华优秀儿女在雨花台慷慨赴死, 牺牲时平均年龄不足 30 岁。他们, 用青春、热血、生命铸就新中国诞生之路。

如今的雨花台, 越来越多的年轻人加入青春与爱国的对话。南京农业大学每年都向雨花台烈士纪念馆派出一支义务讲解队, 利用周末为参观者讲述烈士故事。理学院大四女生孙韵婷说: “以前我遭受打击才肯拼搏, 当讲解员之后, 受到烈士爱国精神感染, 自强心态成为常态。”

2016 年 4 月, “雨花台英烈亲属口述史征集活动”启动, 来自南京 24 所高校的大学生志愿者奔赴全国, 寻找烈士后人, 记录下珍贵的口述史料。

“我们所处时代与烈士不同, 但同样需要养成尽忠报国的血性。雨花台英烈精神传承、爱国主义教育不能囿于围墙之内。”江苏省委宣传部副部长徐宁说。

这里有寻访许包野烈士和等待他半个世纪的故事, 有郭纲琳烈士“潜伏”式的爱情故

事……如何让英雄的故事、爱国主义教育基地的“红色能量”穿透时空制约, 抵达人们心灵深处?

2016年, 雨花台烈士纪念馆推出了话剧《雨花台》, 以艺术形式盘活“红色家底”。“2014年底到2015年初, 剧组从深入挖掘的20多个典型烈士故事中筛选出10个故事。”雨花台烈士纪念馆馆长向媛华介绍, 话剧大量采用历史人物原话, 将不同时期牺牲在南京的恽代英、冷少农、施滢等烈士, 编织在一个拼死保护潜伏战友、送出情报的惊心动魄情节中。

一场演出就是一场与青春的对话。2016年, 该剧在南京、北京、上海、武汉、广州的高校巡演40场, 吸引6万余人次观看, 不少学生抹着眼泪走出剧场。在北京大学演出时, 演员谢幕6次, 但全场观众仍不愿离去, 纷纷起立鼓掌致敬。同样的场景在清华大学、人民大学、北师大屡屡上演。

走出剧场后的大学生将真情实感、烈士名言转发分享。“分享恽代英烈士的诗——我身上的磷, 仅能做四盒洋火。我愿我的磷发出更多的热和光, 我希望它燃烧起来, 烧掉过老的中国, 诞生一个新中国!”来自北京科技大学的王蕾在朋友圈里大力推荐这部震撼的话剧。

清华大学热能工程系的陈志昊说, 话剧最后一幕让他找到如何爱国的答案。“国可以不救。他人不去救, 他人不能救, 唯有我自己。”

信仰, 忠诚, 为国为民的担当、风骨与情怀, 在红色与青春的对话中, 雨花台成为人们的精神气质。

奋起! 难忘石破天惊“第一枪”

驻足八一南昌起义纪念馆陈列馆的序厅, 1927年那石破天惊的起义枪声, 仿佛在耳边响起。英雄人物似乎从浮雕上走下, 诉说当年硝烟战火中如何奋起反抗反动势力, 拯救国家民族于危亡。

“功在第一枪”——八一南昌起义主要领导人周恩来用最简洁的语言概括了这次起义的历史地位和伟大意义。这次起义标志着中国共产党独立创建人民军队和领导革命战争的开始。

在建军90周年之际, 八一南昌起义纪念馆迎来近10年以来的首次改造提升。重新开放后的陈列馆新增文物150余件, 南昌起义时贺龙使用过的瓷器、朱德使用过的蚊帐、周恩来佩戴过的手表, 起义士兵用过的汉阳造步枪、八二式迫击炮、大刀等武器都在告诉人们, 先辈报国之血何其殷热。

经过工作人员近10年的收集和整理, 南昌起义参加者名录从建军80周年时的800多位增至1042位; 南昌起义余部转战上井冈山的过程, 也有了更深入细致的讲述。负责纪念馆讲解接待的朱小可说, 原先展览的年代上限是1924年国共合作, 如今南昌起义被置于更广阔的历史背景中考察, 展板内容新增“中国共产党早期对军事的初步探索”。一幅南昌起义部队屡挫屡战、从失利走向成功的近代战争长卷愈发清晰, 时时激励当下的人们。

新科技的出现, 让为国奋起、勇于抗争的榜样不再停留在书本上, 而是触手可及。在二楼新设的“魔墙”上漂浮着许多元帅英烈的大头照, 观众点哪个, 接着就出来相应元帅英烈的生平事迹, 扫描二维码还能把这些资料保存到手机中。

八一南昌起义纪念馆陈列保管科副科长刘小花说, “魔墙”采用先进的大屏拼接与多点触摸技术, 后台的云平台还能帮助工作人员了解观众的关注点, 以改进展陈服务。大型多媒

体场景、360度全息、多通道环幕投影技术等手段也广泛运用, 观众在互动体验中感受“立体式”爱国教育。

10岁的李丁光裕是一名小讲解员, 负责讲述贺龙入党、油画《血战三河坝》、一副担架床等革命故事。来参观的徐宝颖对她的讲解赞不绝口: “作为一名老共产党员, 看到孩子们对于革命故事耳熟能详, 非常欣慰, 这是一种宝贵的传承——革命事业和红色精神后继有人了。”

在这军旗升起的地方, 爱国基因正在孕育、发芽, 一如当年。

警惕部分爱国主义教育基地“失能”

当前, 爱国主义教育基地大都发挥着培育爱国情怀, 凝聚民族精神的“社会效益”。但毋庸讳言的是, 一些地方做好基地服务、讲好爱国故事的难点和挑战仍然存在: 有的陈列品长期不变、内容粗浅, 文化挖掘不够深入; 有的表达方式千人一面, 同质化严重; 有的则是软硬件未跟上时代步伐, 互动性低……如何吸引更多的人来到爱国主义教育基地感受爱国情怀、提升爱国精神?

节点性、被动式参观考问基地“讲故事”潜力

近年来, 不少爱国主义教育基地相继免费开放, 然而其中的一些基地人流量并没有预期的高, 陷入尴尬境地。“参观者不少是学校组织去的, 逛了一圈, 却对展览印象大多不深刻。”在15岁初二学生王可祎的印象中, 爱国主义教育基地很难与“趣味”“生动”联系在一起。

山东省胶东革命烈士陵园管理处主任栾景乐表示, 开展爱国主义教育要成为一项经常性的工作, 但从近些年参观祭扫情况来看, 参观高峰有特定的时间节点, 出现在清明、“七一”和烈士纪念日等, 其他时间则明显陷入参观低谷。

江西省社会科学院当代江西所副所长吴晓荣说, 一个重要的原因是, 现在有的基地进行爱国主义教育, 依然采用一种平面的、传统的、课堂灌输式的方式, 趣味性、互动性差, 说教成分多, 自然起不到预期的教育效果。

“爱国主义教育基地是一个‘讲故事’的文化机构, 是国家和民族文化良知的代表者。”浙江省社会学会会长杨建华说, 讲好文物背后的故事, 要让公众有更多的参与感, 爱国主义教育基地需要多方位挖潜。

“看不懂”、“靠自悟”? 要让爱国主义教育活起来

浙江良渚博物院院长马东峰认为, 爱国主义教育基地的发展目的不仅要重视文物标本, 更要重视观众的体验和感受。内容、形式、传播都要丰富起来。在讲好爱国故事这一点上, 目前一些爱国主义教育基地存在困扰。

不少专家表示, “看不懂”“靠自悟”的现象, 在一些传统的文物博物类、革命历史纪念类的展馆中普遍存在。半月谈记者发现, 有的展览多年不变; 有的解说艰涩难懂; 有的摆放山寨文物, 未真实再现历史遗存, 很难让公众尤其是青少年感知爱国故事、历史文化的魅力。

杨建华认为, 有的爱国主义教育仅停留在参观旧址、实物和照片及其他文件资料, 跟不上时代脚步, 缺乏深层次的文化探索, 很难具备时代感; 有的爱国主义教育简单拼凑, 打造不出品牌特色。

表达方式千人一面, 讲解员队伍建设问题成为爱国主义教育基地建设的一大难点。

侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆馆长张建军说, 知晓、接纳、共情、内化为理念和

世界观是爱国主义教育四大基本步骤, 目前就一些国内的抗战纪念馆来说, 表达方式千人一面的问题仍然突出。

“馆内讲解员的编制数从上世纪 70 年代开始就没有变化, 但展馆面积已经扩大了四倍。”一家地方性革命博物馆负责人告诉半月谈记者, 近年来, 随着各级政府各种宣教活动的兴起, 馆里一年要对接 300 多家机构, 一定程度上会影响到公众教育的功能。此外, 不少爱国主义教育基地是“一馆多址”的模式, 陈列馆的专业讲解力量十分紧张。

讲好爱国故事, 发力何处

采访中, 多位专家认为, 公众日益增长的需求和爱国主义教育基地较为滞缓的建设速度不相匹配, 已成为发展过程中的主要矛盾, 建议多方位做好延伸和保障工作, 提升爱国故事的影响力和传播力。

一方面要加大免费开放的力度, 突显其教育价值, 并保障经费的投入与使用切实到位, 实现基地的可持续发展。自 2008 年起, 国家要求各类爱国主义教育基地全部向社会公众免费开放。记者了解到, 免费开放补助经费多年没有调增, 而场馆陈展及建设现代化水平高, 对科技手段、现代化设备设施依赖程度深, 导致爱国主义教育基地资金吃紧。

一位业内人士透露, 绝大多数爱国主义教育基地的文物征集、研究和宣讲经费未列入地方财政预算, 造成资金缺口, 只能从免费开放补助资金中挤占列支。多名基层工作者建议, 建立常态化的长效资金保障机制, 避免“吃了上顿没下顿”的尴尬。

同时要丰富基地构成类型, 提高爱国主义教育的实效性。“想使爱国主义教育真正深入人心, 就要融入人们生活当中去。”杨建华说, 文物博物类、革命历史纪念类爱国主义教育基地是传统基地构成模式, 还可增加风景旅游区类、科学技术观念教育类、劳动实践体验类基地, 尤其应该多建设一些改革开放成果教育类基地, 如社会主义新农村建设的示范村, 中国航天事业发展取得巨大成就的科研基地, 让大家感受改革发展的成果。

今天, 我们怎样弘扬爱国精神

一段时间以来, 网络上披着揭露真相外衣诋毁英烈的谣言屡禁不止, 对人们尤其是青少年的价值观产生恶劣影响。

这是一场思想争夺的热战。是坐等人们走进爱国主义教育基地, 还是真正把爱国主义教育的主导权掌握在手里? 今天, 我们究竟应怎样弘扬爱国精神?

守好爱国主义教育的“阵地”

“历史与我何干”的心态、诋毁英烈的谣言, 背后是历史虚无主义的危险心态。浙江省社会学会会长杨建华认为, 历史虚无主义的危害突出表现在两方面: 一方面有的人从否定“老祖宗”到否定中国历史和现实, 从否定重大历史事件到否定重要历史人物; 另一方面, 有人宣扬我们民族的文化不及西方文化。

中国近现代史学会副会长王建学回忆一次接待多家外国媒体记者参观展览馆的经历: 他们一同参观了沈阳九·一八历史博物馆、沈阳二战盟军战俘营遗址陈列馆、抚顺平顶山殉难同胞纪念馆等。“外国记者不理解中国人对于九·一八事变的敏感程度和感情。”王建学感慨地说, 这说明我们的工作做得不够, 外国媒体只知道对犹太人的大屠杀, 对于南京及抚顺大屠杀知道的甚少; 只知道中日之争, 不知道日本侵华是中日之争的发端。

“这进一步凸显了爱国主义教育工作的艰巨性、重要性。”采访中, 多位专家认为, 正

因为形势严峻, 爱国主义教育基地更要有一种“阵地”意识。

如何守护好爱国主义教育的“阵地”? 南京市以侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆、渡江战役纪念馆等为爱国主义教育主阵地, 加大了对历史文物资源的保护和利用力度。前来参观学习的游客成倍增加, 有效地发挥了爱国主义教育人、鼓舞人、引导人的作用。

“实践启示我们, 深化爱国主义教育要依托阵地建设, 不断挖掘其蕴藏的精神内涵, 充分发挥文化软实力作用, 才能筑牢人民群众共有的精神家园。”侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆馆长张建军说。

整个社会应该形成一个保护、开发、发掘、传承爱国主义遗产的良好循环。杨建华建议, 加大公共投入, 增强爱国主义教育基地可持续发展能力。“环境美化、展陈创新、纪念品开发等环节, 都要突出教育功能, 要让参观者在浸润式的环境中感知感受、认知认同爱国精神。”

用线上思维倒逼线下改革

“轻松活泼的方式也可以传播和弘扬爱国主义精神。”南京大学社会学院研一学生董方杰说, 在他看来, 动漫《那年那兔那些事儿》这样的爱国主义教育很对年轻人的“胃口”。

动漫《那年那兔那些事儿》, 是一部爱国主义题材的动漫作品, 放在视频分享网站 B 站后引发很多年轻人的追捧, 其中的经典台词“每一个兔子都有大国梦”不胫而走。“幸福并感激着”、“此生无悔入华夏”、“厉害了我的国”……弹幕上“泪目”刷屏。凭借弹幕这种看似“众声喧哗”的方式, 青年人在网络上大声表达正能量。

共青团中央宣传部长景临认为, 青年群体是未来的主流, 他们的审美范式是什么样的, 他们对主旋律表达与传播方式的真实期待是什么, 是我们爱国主义教育改革的着力点。

江西省社会科学院当代江西所副所长吴晓荣提出, 当下一些爱国主义教育基地, 尤其是一些县级基地, 参观的青少年日趋减少, “主要原因在于把成年人的教育跟青少年的教育混淆了, 没有根据青少年接受知识的特点、规律和心理来进行教育”。

目前, 网络上的爱国主义教育空间正在得到关注和加强。2016 年 2 月, 教育部下发文件, 要求各级各类学校着力运用微博、微信等网络新媒体, 创新爱国主义教育方式和途径, 生动传播爱国主义精神。如今, 各类纪念馆、陈列馆、博物馆纷纷上网。

山东省胶东(威海)党性教育基地管理办公室顾问姚鸿健认为, 爱国主义教育能否成功对接“互联网+”, 形式和载体的创新只是前提, 关键还在教育内容, 不能仅仅把内容复制到互联网和新媒体平台上, 而要以互联网思维倒逼线下改革。

感动、触动、行动, 让爱国成为自觉力量

爱国主义教育归根结底是要凝聚民心、坚定信心, 是一个庞大的系统工程, 不仅是青少年教育, 更是全民教育。不少专家认为, 在教育宣传的全面性、系统性和沉浸性方面, 可以借鉴部分国外经验。

在美国, 近 50 万辆校车上播放最多的歌曲是《上帝保佑美国》《美丽的美利坚》; 对于成年人, 多数节庆活动都在强化爱国主义教育, 10 个联邦法定假日中 8 个与此相关; 各种盛大集会、体育赛事等开场前必唱美国国歌; 好莱坞出品了大量的“主旋律”电影……美国人对国家的强烈自豪感是从小到大接受爱国主义和价值观教育, 在生活中时时感受“沉浸式”教育而形成的。

在中国, 如何立足爱国主义教育基地, 弘扬爱国主义精神? “要让保护传承爱国主义精

神的文化成为人们的自觉力量。”南京雨花台烈士纪念馆馆长向媛华认为, 爱国主义教育有两个关键群体, 一是青少年, 二是党员领导干部。尤其是对后者, 不能简单说教, 而是要感动、触动, 着眼于让他们不忘初心、牢记使命担当。

“爱国主义教育基地要引导党员干部将感动转化成感悟, 由感性上升到理性, 达到‘感动一阵子、受用一辈子’的效果。”山东省胶东革命烈士陵园管理处主任栾景乐说, 补精神之钙, 扎信仰之根, 方能铸爱国之魂。只有让党员干部的爱国基因根植于灵魂深处, 才能为实现中国梦找到精神支柱和不竭动力。

“颜值经济”拥抱消费升级

相比过去, 今天消费者对品牌的了解更多, 一些传统的消费界限也在逐渐消失。

有统计显示, 中国一线城市的男性消费者每天平均花费在整理仪表上的时间长达 24 分钟, 而且 88% 的男性消费者会上网查看美容和时尚信息——这两个数字都比过去 10 年有明显提高。

“颜值经济”范畴不断扩大

“我每年可能有 20% 的收入花在化妆品、时装和包包上面。”29 岁的上海白领吕琦说, 爱美是人之天性, 尤其对大城市的中高收入群体而言, 为了更美的外观造型、更好的产品品质支付相对较高的价格正在成为常态。

对颜值的追求, 是中国本土时尚产业发展的强大推力。“不仅看脸, 还要看气质。”推动“颜值经济”的范畴从自拍设备、美容医院向化妆品、时装等行业不断扩展。

本土日化龙头上海家化高夫品牌市场总监李俊告诉记者, 在整个日化产业增长放缓的情况下, 目前男士护理市场的年增速仍达到 10% 至 15%。

“皮肤护理一直被认为是女士的专利, 但这几年我们感觉到, 男士更爱美了, 也更注重‘面子’。从原来一支简单的洁面乳, 发展到爽肤水、乳液、面霜和面膜全系列。”李俊说。

英敏特亚太区美容护理市场高级分析师杜蕾表示, 很多消费者感觉生活、工作节奏越来越快, 市场上已经出现了一些缓解压力的香氛、沐浴产品, 有可能会催生一些新的化妆品品类。

个性化消费也是一大趋势。中国消费者不再满足于只能提供基本功能的“大路货”, 整个时尚产业的供给侧变得更加丰富多元, 这给了一些“小而美”的产品在大牌围堵中脱颖而出机会。

市场变化背后是科研与资本力量的角逐

化妆品的“黑科技”真不少。抗衰老是一个热门话题。

专家表示, 研究显示中国消费者肌肤衰老中有 30% 来自 DNA, 70% 来自诸如饮食结构、环境因素、生活方式诸因素, 中国消费者与其他国家消费者的衰老产生存在差异。只有找到其中的调控因子, 才能开发出适合中国消费者的抗衰老产品。

另外, 一些最新潮的互联网科技也被引入到化妆品行业来。

对于品牌塑造来说, 营销和品质如鸟之双翼, 缺一不可。

很多人注意到, 近年来本土化妆品企业在营销和传播上发力甚猛。国内热门的电视综艺节目冠名, 化妆品企业都是“金主”, 为此付出的费用多达上亿元。

“不得不承认, 本土化妆品的短板在于科研。”化妆品行业资深人士表示, 国际化妆品

巨头每年的研发经费在 10 亿元以上, 已经超过很多国内企业的销售额, 但我国的化妆品行业格局较为分散, 很多企业的年销售收入还不到 1 亿元。

拥抱消费升级, 品牌建设不可或缺

除了一直强调的内修实力, 提升品质, 业内认为, 外修形象、讲好“品牌故事”也不可或缺。

工业和信息化部科技司副司长沙南生表示, 企业讲“品牌故事”不是专指做广告, 更不是“虚假宣传”, 而是要用顾客乐于接受的方式, 潜移默化地打动顾客。

业内认为, 品牌承载的更多是消费者对其产品以及服务的认可, 是一种品牌商与消费者购买行为间相互磨合衍生出的产物。

打造中国品牌的意义, 不仅体现在企业销售利润的报表上, 同时也承担着传播工匠精神、净化诚信环境、展示中国文化、讲好中国故事的重要使命。

揭开“泛政治化”新型传销的面具

山东警方总结近期破获的多起全国性传销大案, 注意到新型传销迷惑性越来越强, 往往将其活动与国家政策、领导人讲话和地方经济发展绑在一起, 蒙骗广大群众, 破坏地方经济稳定, 危害群众财产安全, 亟待加大防范力度。

打领导人旗号歪曲国家政策

今年 6 月初, 济南个体从业者付筱惠为劝阻家人参与传销活动, 旁听了一次传销组织举办的讲座, 见识了传销分子天花乱坠的吹嘘功夫。

付筱惠说, 传销组织的“老师”声称自己身家上亿元, 吸引听众每人参与投资的金额从 750 元至 7.5 万元不等, 投资目标是所谓“一带一路”项目, 包括在周边某国开设赌场等, 并声称“国内不能搞的项目国外可以搞”。受骗群众中既有老年人, 也有 20 多岁的年轻人。

尽管这些项目一听就很荒唐, 但付筱惠的母亲深信不疑, 坚持认为“老师”指明了快速致富的道路。付筱惠多次劝阻无果, 还被老人斥为不孝。老人还表示“这是政府的项目, 作为老党员, 就要坚决支持”。

将传销行为包装得“高大上”, 是传销分子的惯用伎俩。潍坊市公安局奎文分局今年在打击一起以某商城名义开展的传销活动时发现, 传销组织以编印内部刊物为手段展开自我宣传。翻开这份刊物 2016 年第 1 期, 可以读到大量对历年中央一号文件和“互联网+”“一带一路”等国家政策的曲解。传销组织将这些政策“嫁接”到传销模式和活动中。

貌似响应国家政策的投资项目、捏造的高额回报率, 以及传销分子的洗脑式灌输, 让全国多地群众闻之心动, 趋之若鹜。近日, 山东省惠民县法院对该县公安局侦破的一起互联网传销案作出一审宣判, 主犯被判处 8 年有期徒刑。

据惠民县公安局治安大队大队长杨卫东介绍, 这起传销案件中, 当事人自称贯彻大众创业、万众创新和“互联网+”等国家战略, 以微信为工具, 以发展下线的数量为返利依据, 诱骗群众参与。截至案发, 当事人发展会员账号近 550 万个, 涉案金额达 17 亿元。

在滨州市公安局沾化分局去年侦破的“百川币”互联网传销案件中, 传销组织也假借“互联网+”“一带一路”旗号, 发展所谓“互联网金融”, 涉及 24 个省区市 90 余万会员, 会员层级多达 253 层, 涉案金额 21 亿元。

欺骗基层干部捆绑地方利益

办案民警反映, 近年来新型传销极善包装, 甚至拉拢欺骗地方党政干部为其背书, 与地方经济发展事业相捆绑, 俨然“合法性”十足。

据办案民警介绍, “百川币”传销组织主要头目仅有小学文化, 却能把传销活动说成符合国家“互联网+”战略, 连地方党政干部也被蒙蔽, 甚至为其站台。

据警方介绍, 该传销组织 2015 年召开 700 多名会员参与的“百川世界互联网峰会”, 会议地点选择在中部某省一地级市市委党校, 该市副市长到会致辞, 商务局局长、副局长等领导干部出席。“百川币”传销组织还组织上百名高级会员, 身穿红军军装、打绑腿, 赴革命圣地体验红色教育。“为了躲避打击, 他们利用传销资金在浙江和四川投资茶叶和柠檬产业, 企图造成发展实业的假象, 期望‘规模大了, 国家就不好打击了’。”办案民警介绍说。

潍坊市公安局奎文分局打掉的传销组织在其自办内部刊物中称, 来自东部某省两地级市所辖县农业局、人社局、财政局等机关多名干部参与其“互联网农业电商项目精英论坛”。一名县人社局干部还表示, 作为合作单位, 人社局“时刻盼望着项目在县里成功落地”。

截至案发, 该传销组织已发展会员 5.8 万人, 涉案金额超过 10 亿元。直到侦办案件, “百川币”传销组织“投资”地区的部分党政干部还深信该组织带来的是招商引资项目。

潍坊市公安局奎文分局经侦大队大队长夏洪海表示, 传销作为公认的经济邪教, 近年来往往隐身于“泛政治化”包装之下, “借势”发展壮大。

传销变种迅速坑骗群众钱财

与以往不同, 新型传销普遍借助互联网发展下线, 传播速度更快、传播面更广, 甚至结合境外引进的新模式, 危害更大、打击难度加大。

滨州市公安局沾化分局网安大队大队长杨新忠说, 以速成千万富翁为诱饵, 以歪曲国家政策为洗脑利器的新型传销, 假借子虚乌有的国家项目、国家融资等名义, 利用群众对国家的信任。

多地办案民警表示, 不少群众全部积蓄为这类传销所坑骗, 有的是用来买房结婚的钱, 有的是打工挣来的血汗钱, 有的甚至是家人的抚恤金, 严重影响了群众生活和社会稳定。

惠民县公安局网安大队大队长刘伟说, 对部分参与传销的群众调查取证时, 即便主要头目已经认罪, 不少参与者依然坚持认为自己在投资国家重点项目, 符合当前国家鼓励的政策。

新型传销借助互联网工具, 打破地域和亲友关系限制, 传播更快更广。滨州市公安局沾化分局经侦大队大队长李国青说, 传统传销主要依靠线下人传人, 而新型传销借助互联网传播, 短时间内就能聚拢数量庞大的参与者, 从局地蔓延至全国。在打击“百川币”传销组织的行动中, 警方发现多个以“某某币”命名的类似变种, 虽然名头不同, 但实质相差无几。

刘伟说, 有的传销组织短短 4 个月就能发展会员账号逾 500 万个, 裂变速度十分惊人。新型传销形式多样, 变种繁多, 具有较强的可复制性。

“按下葫芦浮起瓢”, 不少基层办案民警这样表达打击新型传销的感受。某种传销活动一旦被公安机关查处, 会很快推出改头换面的变种, 逃避进一步打击, 且裂变和复制速度越来越快。办案民警建议, 在加强依法打击的同时, 还应广泛通过以案说法等方式, 面向社会加强宣传引导, 避免群众上当受骗。

海口：内河治污不“夸海口”

都市里有一条穿城而过的河流是上天的恩赐和市民的幸福。但河水污染黑臭, 又成了让

人闹心的事儿。

贯穿海口主城区南北 16 公里的美舍河, 过去的 17 年里经历四度整治, 依然黑臭, 今天海口人又向美舍河的黑臭“宣战”了。

治理三变破困局

在河里游泳、抓虾、摸螺, 在河边散步、钓鱼、恋爱……美舍河是许多上了年岁海口人的美好记忆。但近些年来, 美舍河的水系被人为割裂, 活水变死水, 加上基础设施不完善以及人们环保意识不足, 污水直排现象多发, 导致美舍河等城市内河污染越来越严重。

在海南省委常委、海口市委书记张琦看来, 如果美舍河都能治好, 那么在海口就没有治不了的河。从去年底起, 美舍河开始了新一轮的治理, 此番治理实现了三个方面转变。

从过去“头疼医头、脚疼医脚”“吃西药”快速见成效的工程治水方式, 转变为通过“望闻问切”“喝中药”式的生态治水方式。

从今年春节前开始, 海口市主要领导就跟着专家一趟趟地沿着美舍河走, 还专门邀请中国城市规划设计研究院、北京土人景观设计研究院、中科院水生所等机构的一批专家组成的技术团队驻扎海口, 找病因、开药方。

“问题在水里, 根源在岸上, 关键在排口, 核心在管网。”中国城市规划设计研究院资源能源所副所长王晨说。专家团队根据问题开出药方: 采用“控源截污、内源治理、生态修复、景观提升”的多元系统水环境提升战略, 立足打造贯穿城区南北的重要水生态景观廊道, 以实现“水清、岸绿、景美、民乐”的综合治理目标。

过去, 海口“九龙治水”多头管理, 信息不畅, 各自为战。为此, 海口从水务、园林、市政、环保等部门抽调精干人员成立了治水办, 市委常委、常务副市长担任指挥长, 分管副市长和一位市政协副主席任副组长, 下设摸排组、环保组等 8 个小组。全天候现场办公, 建立工作微信群, 遇到问题“马上就办”。

过去的治水方式大多是“政府包办”, 如今的美舍河治理则是引入社会资本, 并采用“PPP (公私合营)+EPC (总承包)+跟踪审计+全程监管”的模式。通过政府和市场两端发力, 保证治理效果的长久和可持续。

找根治病 寻源治污

从今年 2 月起, 海口市政府相关部门和承担施工建设的企业针对美舍河沿岸的污水排放口进行了全面摸排。排查结果令人震惊, 每天直排美舍河的污水竟达 8 万吨! 目前已对所有污水排放口实施工程性截流, 这也意味着每天能减少 8 万余吨污水流入河体。部分区域排污管道不完善需新接管道截污, 得从检查井“顺藤摸瓜”找到污染源。

“污水点都是靠我们一个个摸出来的, 4000 多口检查井, 依靠人工摸排的占九成以上, 真是一口井也没有落下。”海口市市政管理局排水管道养护所所长黎军说。

打击偷排污水也是美舍河治理的一个工作重点。从 3 月 14 日开始, 海口市环保部门启动美舍河沿岸专项整治夜巡模式。今年 4 月, 执法人员在夜巡时发现中海锦城项目建设方私设暗管偷排污水。此前, 这个工地就因违规排污被两次重罚。环保部门对其处以 50 万元顶格罚款, 对相关负责人行政拘留。

严管重罚对其他企业起到震慑和教育作用, 美舍河沿线偷排污水现象目前已基本消失。

通过这次治水, 美舍河 5 个示范段的硬质河床护岸被拆除, 河岸整体后移, 已建设人水

和谐的市民果园、热带苗木树种示范基地、湿地苗圃科普教育基地、白鹭等鸟类的栖息地、亲水平台休闲栈道和凤翔段梯田湿地等, 目前完成水生态绿植和水生态修复 24 万多平方米。

治水路上考题多

河水能否长清、沿河市民有没有获得感, 是衡量治水是否成功的重要标准。几个月下来, 市民们发现美舍河真的变了。

炎炎夏日的傍晚, 美舍河东风桥段新栽下的苦楝树、红树迎风摇曳, 谢艳娟带着孙子在新修的亲水栈道上玩耍, 孙子惊喜地发现河里有很多鱼。

从小傍河而居的她, 看到多年的污水变清, 感慨万千: “政府确实为老百姓做了一件好事, 让我们在家门口有地方可去, 希望美舍河水质不要再反复, 孙子能拥有一个亲水的童年。”

6 月检测数据显示, 美舍河水体透明度、溶解氧、氧化还原点位、氨氮 4 项指标全面达标。污水被截住, 水质改善明显。

如今, 美舍河形成滩涂、湿地构成的“可呼吸”生物多样性水生态系统。与此同时, 有了人车分离的骑行专用道, 在宽阔的绿化带上配置了各种健身器材。每天来这里休闲锻炼的人络绎不绝。

美舍河的治理让人欣慰, 经过努力, 参照美舍河治理经验, 海口市基本消除黑臭水体, 但海口市河湖的治理刚刚开始, 治理工作依然在路上。海口市委常委、常务副市长顾刚说, 每个区都组建治水办, 河长制的实施更将成为重要的政策制度保障, 每条河流设置河长, 明确河长责任和问责机制, 建立长效机制。

海口市委、市政府牢固树立绿水青山就是金山银山的生态文明建设理念, 以人民为中心, 让更多的老百姓“亲水、近水”。

“新四大发明”, 一幅中国新肖像

“卖煎饼的大妈都有支付宝”——来华留学生感受到了科技让他们在中国的生活更便利。

“中国正在进入一个新的创新时代”——国际组织驻华官员指出这种现象之下的深层变化。

“推动了中国乃至全球经济发展”——国外市场咨询公司专家看到了巨大的经济影响。

中国生活越来越高的科技含量让外国友人津津乐道。在一项由“一带一路”沿线 20 国青年参与的评选中, 高铁、支付宝、共享单车和网购被称作中国“新四大发明”。曾以古代“四大发明”推动世界进步的中国, 正再次以科技创新向世界展示自己的发展理念。

“卖煎饼的大妈都有支付宝”

“我在中国出门可以不用带钱包, 拿一个手机, 就能买所有想买的东西, 吃所有想吃的东西, 连卖煎饼的大妈都有支付宝。”来自柬埔寨的华裔留学生林金隆说。他显然很爱美食: “在这里想吃东西可以网上叫外卖, 很方便, 但在老家想吃什么的话必须要出门。”

在北京外国语大学丝绸之路研究院请“一带一路”沿线 20 国青年谈谈“最想带回家的中国生活方式”时, 林金隆首先选择了支付宝和网购。北外丝绸之路研究院执行院长吴浩告诉新华社记者: “当时这个访谈结果出来后, 很集中就是在高铁、支付宝、共享单车和网购这四个方面, 所以总结成‘新四大发明’。”

许多在中国生活的国际组织官员也感受到了这一点。世界卫生组织驻华代表施贺德是一

名自行车爱好者, 他的微信头像就是一辆自行车, 经常在朋友圈转发有关中国兴起共享单车的消息。他说: “共享单车让骑行回归人们的生活, 因为它既便捷又便宜。”

当然施贺德也没有忘记本行: “共享单车还能降低交通拥堵, 并能鼓励人们多运动, 这有利于身心健康。这些都有助于我们的城市向 ‘健康城市’ 转型。”

“中国正在进入一个创新时代”

共享单车并不仅仅是一辆自行车, 其背后有着卫星定位系统、移动支付、大数据等诸多科技成果支撑。施贺德在谈到这个现象时说: “中国正在进入一个新的创新时代。” 他认为深层原因是 “国家投入了大量资金到创新之中”, 从而诞生许多创新成果, 让人们有更多选择, 改善生活质量。

日本科技振兴机构中国综合研究交流中心专家米山春子感叹: “中国生活中的科技应用太多了!” 她同样举了高铁、支付宝、共享单车等例子, 认为近十年来日本在创新发展等方面比不上中国。

“推动了中国乃至全球经济发展”

英国弗雷斯市场咨询公司首席分析师戴鲲在谈到 “新四大发明” 时说: “虽然不是所有这些概念、商业模式或相关科技都起源于中国, 但这些产品和服务都改善了旅行者、消费者和市民的体验, 推动了中国乃至全球经济发展。”

创新为中国经济发展提供源源不断的动力。刚刚出炉的上半年经济数据显示, 中国国内生产总值同比增长 6.9%, 继续扮演着世界经济增长 “主引擎” 的角色, 而 2016 年科技进步对中国经济发展的贡献率已上升到 56.2%。

许多外国人士都希望能借助中国成果推动本国经济发展。林金隆说, 柬埔寨只有两条铁路, 速度也很慢, 300 公里要开约 8 小时, 而他坐高铁从北京到天津, 100 多公里只要半个小时。

“中国人常说 ‘要想富, 先修路’, 如果柬埔寨有高铁的话, 经济就会发展很快。” 林金隆说。

在这个 “出门五分钟, 流汗两小时” 的地方, 热! 居然能挣钱? 成了产业?

新疆吐鲁番市素有 “火洲” 之称, 是全国有名的高温地区之一。近年来, 当地充分利用光热条件, 发展 “热极” 旅游、沙疗保健、高温试车、干热自然环境试验场等新兴产业, 使高温逐渐成为驱动地方经济发展和产业转型的 “热引擎”。

“火洲” 频破 “热记录”

“出门五分钟, 流汗两小时”, 吐鲁番人的这句自嘲一点儿也不夸张。地处我国海拔最低的内陆盆地的吐鲁番, 四周高山环抱, 增热迅速、散热慢。

据气象部门记录, 这里每年 6 月至 8 月平均气温高于 38 摄氏度, 高于 40 摄氏度的天数达 35 天至 40 天, 夏季正午地面温度可升至 75 摄氏度以上。

特别是今年夏至以来, 吐鲁番市温度持续攀升。吐鲁番市气象台台长胡双全介绍, 在 40 摄氏度以上高温天气持续 13 天后, 7 月 10 日下午 17 时许, 吐鲁番市气温达到 48.7 摄氏度, 成为当地有气象记录以来最热的一天。

炎热状况至今还在持续。实际上, 地面温度会远远高于气温显示值。

位于吐鲁番市火焰山景区的观光温度计监测, 夏日以来, 正午地表温度超过 70 摄氏度,

最高时达 88 摄氏度。

长久以来, 吐鲁番市独特的光热条件给当地招牌农产品——葡萄, 馈赠了“甜蜜”。日照长、温度高、昼夜温差大, 有利于葡萄糖分的积累。

惯性思维中, 气候资源带来的优势仅此而已。

而随着科技的发展和经济结构调整, 当地低附加值的初级农业产品优势逐渐式微, 吐鲁番迫切需要寻找新的增长点拉动地方经济。

“热极”旅游趁热兴起

随着人们个性化需求和消费的增长, 近年来因吐鲁番“热”慕名而来的游客, 开始明显增多。

正值旺季时节, 火焰山景区连日来每天都有 3000 余名游客到此感受热浪。沙漠烤蛋、沙疗养生等旅游项目的体验人群, 更是络绎不绝。

吐鲁番市副市长帕提古丽·艾比布拉介绍, 当地政府开始将“热”视作独特资源, 大力做好“热文章”, 推动旅游、医疗养生等相关产业发展, 以激发新的消费需求。

2016 年, 吐鲁番市在市郊亚尔镇上湖村投资建成 6200 平方米的沙疗体验中心, 集旅游、治疗、居住、餐饮、观光等功能于一体。

记者在沙疗体验中心看到, 五颜六色的遮阳伞, 绽放于座座沙丘之上。伞下, 人们三五成群地将躯干埋在沙子里, 喝茶聊天, 直呼“热得过瘾”。

随着沙疗升温, 上湖村的面貌也逐步改变。

沙疗中心的主干道两侧, 正在建设统一风格、具有民族特色的民居和旅馆, 已有 68 户农户盖起新房, 发展农家乐旅游。

将自家小院改造成家庭旅馆的上湖村村民阿克拜尔·尼亚孜, 今年家庭旅馆纯收入已达 5 万元。

“比种地收入多得多。”阿克拜尔说, 游客除了沙疗, 还采摘葡萄, 参观坎儿井。“现在不仅来的人多了, 住的时间也长了。”

知名企业逐热而来

与沙疗旅游产业一样, 干热自然环境试验产业, 也成为吐鲁番近年来又一个新的经济增长点。

距离吐鲁番市区约 20 公里处, 是一眼望不到天际的荒滩戈壁。

“全国各地需要接受高温测试的产品都要拿到这里来晒一晒。”滚滚热浪中, 吐鲁番市质量技术监督局副调研员龙艳萍指着眼前 2000 余亩戈壁滩说, “别小看这块地, 两年来, 这里先后获批成为我国干热自然环境试验基准点和重要的热区试车基地。”

走进一看, 茫茫戈壁被划分为一块一块的园区。玻璃、橡胶、管道、灯具、汽车座包、方向盘等, 上万种产品小部件一字排开。这些产品被静置在毫无遮挡的户外, 默默接受着太阳的“烤验”。

龙艳萍介绍, 不同的产品抗高温、抗腐蚀、抗干旱的要求各不相同, 因此暴晒的时间也长短不一, 短则一年, 长则五十年之久。“厂家定期前来收取数据, 根据暴晒结果鉴定产品质量或进行产品更新换代研发。”

为此, 吐鲁番市相继建立配套实验场与检验中心, 使企业能够就地实测、就地检验、就

地产出检验结果, 为厂家降低了实验成本。

龙艳萍介绍, 过去国内不具备条件, 许多车企到欧美国家试车。吐鲁番打造的“全国干热自然环境试验基准点”和“热区试车基地”, 填补了国内空白。

仅 2016 年夏天, 共有 138 家企业、1400 余辆车、2000 多人在吐鲁番试车实验, 拉动了当地宾馆、餐饮、运输、维修等相关产业的发展, 直接拉动吐鲁番消费近 8000 万元。

当地一位干部介绍, 曾几何时, 政府为了招商尽力回避吐鲁番的“热”, 担心极端的天气会吓跑投资商, 而如今高温已成为当地对外积极推介的资源, 正为拉动地方经济提供源源不断的灵感。

采砂、侵湖、黑臭水: 洞庭湖殇谁之过

洞庭湖三类水质断面比例下降为零, 采砂问题突出, 生态破坏严重, 劣五类的黑臭水不断增加……

7 月 31 日, 中央第六环境保护督察组 (以下简称督察组) 在湖南督察反馈会议上发出严重警告。

监测难觅三类水, “新侵湖运动”猖獗

水面达 82.7 平方公里的益阳大通湖, 2012 年申报为国家良好湖泊。

天泓渔业公司围网养殖为了最大限度获利, 往湖里大量投放饲料、肥料, 造成水质从 2013 年的三类下降为 2016 年的劣五类。

常德市安乡县的珊瑚湖曾烟波浩渺、风景秀丽, 在 2013 年还是饮用水备用水源地。

随着一些养殖企业持续投肥养殖, 湖水水质沦为劣五类。湖旁沟港哑河水体发黑发臭, 飘浮着厚厚一层绿色藻类, 闻之作呕。

此次督察组列举的一系列典型案例, 给洞庭湖水环境亮了黄牌。

半月谈记者深入湖区了解到, 洞庭湖生态环境现状堪忧, 与工农业污染加剧、多种市场开发等“新侵湖运动”密不可分。

非法采砂、侵占湿地现象严重。

近年来, 占湖泊湿地搞建设、办旅游、搞养殖等, 导致一些水生态良好的湖泊水域萎缩。尤其是采砂, 像血吸虫一样蚕食洞庭湖肌体, 破坏了生态环境。

在多名专家看来, 尽管相关部门一再重拳出击整治采砂, 但由于采砂利润丰厚、地方利益纠葛等原因, 水中“软黄金”依旧被疯狂采挖, 甚至一些监管部门和领导干部也加入其中。

督察组警告, 采砂作业不断蚕食洞庭湖湿地洲滩, 触目惊心。

如越冬雁类重要栖息地雁子洲已被挖除约 4000 亩; 岳阳市灏东砂石公司非法侵入东洞庭湖自然保护区核心区, 2016 年 8 月至 9 月侵占保护区核心区 160 亩。

工业入侵增加。

当前沿海地区及长株潭地区产业转移, 一些容易造成污染的产业, 如陶瓷、建材、生物医药等企业纷纷来此, 很多甚至没有污水处理设备。

一些企业、园区换上与生态、环保相关的新名字, 从事的还是高污染、低效益的制造。多地群众反映, 湖区一些企业恶意超排、偷排。

有的将暗管布设在环保部门的自动监测点位前方, 再引干净的水流过监测点位; 有的将排污暗管从水下伸向河湖中, 把污水“注射”进河湖肌体; 有的地方虽然耗巨资建设污水处

理厂, 但因管网配套不到位收集不到污水, 成了摆设。

经督察发现, 2015 年岳阳市君山公园水上开发中心将后湖大面积水域外包, 部分水域用于干湖捕捞, 造成生态严重破坏。

令当地环保机构、环保志愿者愤慨的是, 从 2015 年开始, 该开发中心获得生态补偿, 做出终止对外承包、不再排水捕鱼等承诺, 但领完补贴后, 竭泽而渔并未停止。

“三难选择”落入发展怪圈

地方经济要发展、湖区群众要增收、生态环境要保护, 湖区面临着“三难选择”。

多名专家指出, 在此背景下, 现有治理速度和保护力度必须大大增强, 否则遏制不住湖区水环境日益恶化的局面。

对于洞庭湖面临的生态问题, 他们均指出: “污染在水中, 根子在岸上, 必须对症下药。”

开发性条款多, 限制性条款少。多位基层干部和群众反映, 侵湖行为之所以屡禁不止, 关键是当前仍未处理好开发与保护的关系。相关地方制度设计和实际执法依然单一从“促进发展”出发。

例如, 违法超标排污, 环保部门只能一次性处以应征收排污费的数倍罚款, 涉湖建设项目不经环评审批擅自建设, 往往依法“责令补办”, 而“责令恢复原状”缺乏强制措施。

多名干部指出, 洞庭湖水域无序开发, 缺乏基层组织的有效监管。甚至有的地方基层还鼓励或默许搞破坏式开发。

有的领导干部认为民间环保诉讼案件是“小题大做”, 不是想办法解决环境问题, 而是想办法压制群众意见。一些工农业生产者没有树立绿色理念, 存在“破罐子破摔”的想法。

专家建议, 通过控制入河污染物总量, 改善洞庭湖水质。在洞庭湖区及湘江、沅江、资江、澧水流域建立省级层面的“入河污染物总量”监测计量体系, 为基层行政区创造公平的发展竞争环境。

只有强力监督, 才能破解“守法成本高、违法成本低”的魔咒, 让洞庭湖生态环境转势向好。

创新便民三问——不动产统一登记改革近观察

截至今年 6 月底, 全国所有地区都实现了“发新停旧”, 累计颁发不动产权证书 2800 多万本, 不动产登记证明 2500 多万份, 不动产统一登记制度在全国全面实施。

不动产统一登记改革统一了什么

“现在办证完全是一条龙服务, 不用跑来跑去, 真的方便多了。”在江苏省东台市安丰镇国土资源所办事大厅窗口前的周老伯告诉半月谈记者, 自己在工作人员的指导下提前准备好需要提交的一份材料后, 只需要到距离自己家最近的安丰镇国土资源所一次, 就能完成材料提交、缴税等手续。

不动产统一登记改革梳理、统一了办事流程。记者在调研中发现, 不动产统一登记改革中出现的多个“化多为—”为群众办事提供了方便。登记职责整合到国土部门, 不动产登记有了系统化的指导, 责任明确; 审核流程统一再造, 各有关部门在办理时限内, 按照各自职责同步并联办理; 申报材料统一成一套, 群众只需跑一个窗口交一次材料……

统一办事流程的背后是相关数据的打通、统一。宁波市国土资源局总规划师包宙华认为, 不动产登记的流程高效, 基础是各部门之间的数据互通共享, 实现数据一次录入、自动交换、

信息共享, 将减少各部门窗口工作人员的信息审核、资料重复录入工作量, 节约工作时间。

提速登记, 安全靠不靠谱

“目前, 浙江已办理不动产证书、证明近 500 万份。相当于把 500 万把钥匙和 500 万把锁一一匹配起来, 不仅要效率高, 而且不能出现差错, 工作人员感受到了巨大的压力。”浙江省不动产登记局副局长钱影说。

实施不动产统一登记以来, 办证数量增加、业务难度增大、群众要求增高的情况突出, 确保登记准确、安全成为不动产统一登记工作中的重要方向。

半月谈记者发现, 基层登记人员非常重视加强业务培训, 积极开展技能大赛和岗位练兵等活动, 制定登记标准规范, 提升业务水平。

江苏省不动产登记局局长林颢介绍, 全省一年要举行好几次针对不动产登记人员的培训, 邀请住建、地税、国土三个系统的业务专家来开讲座、经验交流会, 提高登记人员在多领域的综合业务能力。

同时, 江苏省国土资源厅在海门建设数据备份中心, 为全省不动产登记数据提供异地备份, 确保登记数据安全。

改革如何让百姓有更多获得感

采访中, 不少不动产登记工作人员反映, 数据资料还需要深度整合。不动产统一登记的一个重要使命是要摸清我国的不动产家底, 为未来发展改革的科学决策提供数据支撑。但现阶段, 各地不动产登记局大多完成的只是已办结的不动产登记数据资料的整合, 住建、林业、农业、海洋等部门移交的档案和数据资料绝大部分还没有完成整合。

业内人士建议, 信息融通共享需要继续扩展。不动产登记涉及的住建、国土、地税等部门大部分已实现信息共享, 但与公安、民政、审计、工商等其他部门之间的信息互通共享还没有实现。下一步, 需要继续推进各部门之间的信息融通共享。

半月谈记者还发现, 很多地方都实施了网上预约、网上预审材料窗口提交材料后立即拿证、邮政快递代取送证等创新性措施, 但利用率不高, 群众办事还大都选择“亲力亲为”。“要直面问题、解决问题, 增强老百姓的获得感, 将改革进行到底。”浙江省不动产登记局局长陈幸德说。

下一步, 各地相关部门还要进一步整合职能、提高数据共享效率, 让“数据多跑路, 百姓少跑腿”, 让百姓有更多获得感。

从羸弱“庶女”到开挂“女主”, 网络文学这盘“菜”到底该咋做?

近 20 年来, 我国网络文学事业发展迅猛。网络文学早已不是当初不入流、登不得大雅之堂的“庶女”, 成了能吸金、会赚钱的“女主”。有网民表示, 中国网络文学已经势不可挡, 与日本动漫、韩国电视剧、美国大片并称为“世界四大文化奇观”。

一个年增长率 20%的产业

近 20 年来, 中国网络文学事业发展迅猛。特别是自 2012 年以来, 我国网络文学产业市场规模持续增长, 年增长率在 20%以上。

半月谈记者从相关部门了解到, 截至 2016 年底, 中国网络文学用户规模达到 3.33 亿, 占网民总量的 43.3%; 其中, 手机网络文学用户规模达 3.04 亿, 占手机网民的 42.8%, 中国网络文学市场规模已达 90 亿元。

根据掌阅文学提供的数据显示, 从读者性别上看, 目前网络文学的男性读者略多于女性读者。

从年龄分布上来看, 网络文学读者普遍年轻化: 21 岁以下的读者占到 39%, 22 岁到 29 岁之间的读者占 38%, 29 岁到 39 岁之间的读者占 13%, 39 岁以上的读者占 10%。

而从作品类型看, 都市言情类仍是读者喜欢的作品类型, 其次是玄幻、武侠和恐怖悬疑类作品。

中国网络文学受众已较为充分地分化出细分层次, 其分布特征恰好与承载它的媒介相匹配。

同时网络文学的出现降低了出版门槛, 给文学爱好者, 不论是作者还是读者, 都提供了很好的平台。

北京市新闻出版广电局局长杨烁说, 目前网络文学生态发展呈现出总量大、作品优、效益佳三大特点, 我国网络文学产业已步入黄金机遇期和市场快速扩张期, 影响力日益提升, 已成为我国全球文化战略不可或缺的一部分。

目前来看, 最受海外用户喜爱的题材是玄幻、武侠、仙侠等。

水涨船高的网络文学 IP 热

如今的网络文学 IP 已经远非知识产权那么简单, 它就像一只“下金蛋的鸡”, 以它为基础可衍生出不计其数的文化产品, 如电影、电视剧、游戏、动漫。

IP 衍生产品的流行与粉丝经济密不可分, 有原著粉丝们的加持与 IP 自身内容的吸引, 使其变现更加容易。《楚乔传》《盗墓笔记》等热播电视剧及电影作品相当一部分来自热门网络文学 IP。

胡润为网络文学 IP 制作了榜单, 他说, “中国的 IP 产业正进入爆发式增长阶段, 文娱行业创造了胡润百富榜上 3.2% 的上榜企业家。这个行业既能创造财富, 又是投资的热门。”

企鹅智酷的网络文学 IP 价值报告中显示, 2007 年至 2011 年, 一部 IP 剧的平均制作成本仅为每分钟 600 元, 而到 2016 年, 一部 IP 剧的平均制作成本高达每分钟 3 万至 4 万元。

而由网络文学衍生出的 IP 剧的“霸屏”, 不仅提高了我国影视作品的关注度与收视率, 也丰富了国民的生活与精神世界。

提质成为精品的使命和责任

在网络文学大行其道之时, 也逐步暴露出一些问题。

由于网络文学作品的发布门槛低, 所有人都有机会发布自己的作品, 而质量筛选的机制单一, 基本取决于阅读量、受众的关注程度的现实, 导致并非全部网络作品都是质量较高的, 博眼球的三俗文章也有了大行其道的机会。

针对网络文学生态现有的问题, 业内人士指出, 不仅需要国家来制定相关条例, 对产业环境进行肃清整治, 也需要对读者进行培育, 呼吁并鼓励作者创作高质量作品。

杭州师范大学文化创意产业研究院院长夏烈提出, 中国的数字化阅读人数已经超过了纸质阅读, 网络文学是发展中的文学, 富含无限可能, 有望成为未来文学的重要组成部分, 因此也更有提质成为精品的使命和责任。

关于网络文学侵权等问题, 不少法律从业者呼吁尽早完善出台关于网络文学版权保护的更具可操作性的规范文件。

食品安全谣言不止, 百姓“食商”待提高

“荧光剂粉丝”、“塑料紫菜”、“棉花肉松”、“打针西瓜”等食品谣言在朋友圈里闹得沸沸扬扬, 不少人谈之色变。食品安全谣言严重误导消费者, 对食品行业造成沉重打击。舌尖上的美味变成了舌尖上的焦虑。

食品安全谣言屡禁不止

长沙市民刘丽华看着手机里播放的视频, 颇感无奈, 56岁的她经常被孩子批评“什么都信”。“可是这些都是实实在在的视频, 眼见为实啊?”她困惑地对半月谈记者说道。

近年来, 与食品安全有关的谣言时有发生。而且每个谣言都“有图有真相”, 看得人心惊肉跳, 不禁产生“我还能吃什么”的担忧。

湖南省疾病预防控制中心食品安全科主任梁进军说, 从谣言的标题来看, 主要特征是以“风险提示”来吸引眼球, 激起公众对身体伤害的恐惧和对死亡的焦虑; 从谣言的“信源”来看, 通常编造出信息来源于权威人士或权威机构等披露“真相”, 关键信息源却模糊不清, 有的谣言甚至捏造科学家或专业机构的名称, 容易让人信以为真。

半月谈记者发现, 一些食品安全谣言措辞激烈, 具有强烈的主观色彩。不少谣言用到“致死”等情绪化表达的词语, 谣言的结尾, 常常会呼吁网友转发, 如“为了自己的孩子, 也为了祖国的明天, 请转发”等。实际上这些谣言的发布者通常是微信营销号, 其目的是为了吸引粉丝, 提高阅读量和转发量, 为日后营销造势。

梁进军提醒, 不能离开剂量谈毒性。食物是否有毒跟摄入量有关, 离开“摄入量”谈食品安全就是“耍流氓”。毒理学中有一条基本原理: 剂量决定毒性, 也有人把它解释成“万物皆有毒, 只要剂量足”。“毒性”并非简单的“有毒”或者“无毒”, 而是“对健康有多大影响”。按经过评估后的食品安全标准正常摄入不会增加健康风险。

谣言传播的背后

半月谈记者调查发现, 从谣言的产生看, 有些食品安全谣言是有人有意编造, 别有用心。湖南省疾病预防控制中心应急办主任刘富强指出, 比如“塑料紫菜”就是造谣者罔顾事实, 凭空捏造所谓“真相”, 以谋取不正当利益, 谣言散播者利用假视频向生产厂家勒索无理赔偿金。

造谣者还会运用“有毒”“致癌”“致死”等刺激性语言偷换概念, 如“食品添加剂一定是有毒的”, 利用群众缺乏专业科学素养这一短板扩大谣言散播面积。

食品安全关系到每个人, 谁都不愿意拿自己的生命健康开玩笑, 所以一些人抱着“宁可信其有”的心理, 半信半疑但还是随手转了, 目的就是避免让家人和朋友受到伤害或将伤害降到最小, 但他们忽视了谣言对其他人的伤害。

专家表示, 食品安全谣言屡禁不止, 深层次还根源于公众对于当前食品安全形势的焦虑。

共治思维提高百姓“食商”

相关专家指出, 治理食品安全谣言需要综合运用法律、道德、教育、技术等手段, 让科学知识跑在谣言前面, 同时要加大对谣言制造者、传播者的惩戒力度, 其中努力提高百姓“食商”至关重要。

刘富强认为, 食商是营养与食品安全科学素养, 有健康的饮食习惯, 在面对食品安全问题时, 要做到科学看待、正确认知, 树立科学分析食品安全信息的理念和理性参与食品安全

信息传播的责任心。“‘食商’的培育是一个漫长的过程,它与文化、地域、种族、遗传等都密不可分。”湖南省胸科医院营养科副主任张胜康说。

湘潭大学公共管理学院院长盛明科教授认为,应加大对公众的食品安全科普,提升公众辨别谣言的能力。针对容易滋生谣言的信息,要开展预防式科普宣传,真正把科学道理讲通讲明,让公众多掌握食品科学知识,从而让食品安全谣言不攻自破,失去传播的土壤。

梁进军建议,政府加大对食品安全监管力度和监管水平,让保障食品安全的法定责任层层传导至食品生产经营者、监管部门身上,树立公众对食品安全的信心。

食品安全行政监管部门要综合施策,主动作为,坚持信息公开,不给谣言可乘之机。坚决拿出法律武器,将每一个谣言的来源追查到底,让编造和散布者承担法律责任。在谣言治理思路,职能部门应第一时间发布权威信息,减少“信息逆差”的产生,消除民众心中的猜忌和不安全感。

整治网络谣言必须强化网络服务提供者的法律责任。刘富强建议,既要加大对造谣者的处罚力度,也要依法追究传谣者的责任。加强对网络传播平台的监管,严厉打击自媒体、微信公众号“蹭热点”等行为。

城有文明气自华——重庆江北的文明之旅

“腹有诗书气自华。”一个人仅有美丽的外表是不够的,同理,一座城仅靠天生丽质和现代气派,也难以成为真正的“品质之城”。重庆市江北区致力于创建全国文明城区,矢志追求“城有文明气自华”。

两张新名片:老马和小交警

今年5月31日,江北区观音桥街道鹏润蓝海社区来了一位“名人”——全国时代楷模、全国先进工作者、全国道德模范——马善祥。他以自己生活、工作中遇到的小事为例,围绕如何弘扬社会主义核心价值观进行宣讲。老马接地气的的话语赢得阵阵掌声。

年近60岁的老马,从事基层调解和群众思想政治工作近30年,调解各类矛盾纠纷2000余起,撰写了500多万字的工作笔记。他总结提炼的“老马工作法”,已在重庆市推广。

现在,“江北好人多”已形成口碑效应,涌现出全国道德模范1名、全国道德模范提名奖1名、市级道德模范8名、区级道德模范30名,中国好人5名、重庆好人48名、江北好人近400名。

除了老马,小交警也是江北区一张响当当的新名片。自2013年起,江北常态化开展“中国梦·文明行——我是江北小交警”主题实践活动,参与实践的小交警累计达7000余人。孩子们“上岗”当天,总是早早起床,来到活动现场,认真、文明“执法”。

观音桥小学六年级的学生朱丽焯是小交警中的一名。她说:“以前看着交警叔叔蛮神气地指挥交通,我以为那很好玩,直到自己当了小交警才发现,当交警是多么不容易。”

志愿者:只要您愿意,我们都欢迎

每周二上午,66岁的社区志愿者杨朋英就会在东方家园社区多功能室教居民唱歌,一教就是六七年。杨朋英告诉半月谈记者,她退休前也是做文艺工作的,正好可以发挥所长。现在每周来跟她学唱歌的居民有60多人,“多功能室快坐不下了”。

“我还有精力,又有专业知识,完全可以发挥余热。”77岁的蒋贵东,退休前是江北区卫生局副局长,也是一名主任医师。如今,带领一支20多人的义诊队伍,干劲十足。

江北区叫响了“只要您愿意,我们都欢迎”的志愿服务口号,现已组织医疗、法律、环保等 14 支专业志愿服务队,推动“有时间做志愿者、有困难找志愿者”成为广大市民的一种生活方式。

截至目前,全区实名注册志愿者 20.1295 万人,占比达 23.36%。其中,绿叶义工志愿者协会获评“全国最佳志愿服务组织”,并在全国学雷锋志愿服务工作座谈会上交流经验。

聚力: 人民的城市人民管

在江北,很多人都知道旧城区环境综合整治中的“三问于民”,即整治前问需于民、整治中问计于民、整治后问效于民。江北常态化开展“百姓点子”征集活动,组建“百姓巡访团”,深入 20 余万户家庭,线上线下收集群众意见建议 5000 余条,制定“一街一策”整治方案。2016 年底,全区 130 个老旧小区完成改造,群众生产生活条件大幅改善。

“百姓管家”自律机制也很有效果。江北区 51 条主次干道的 3662 户商户主动签订“包环境整洁、包市容有序、包设施完好”的“门前三包”责任书,形成共建共管的城市管理新格局。

背街小巷脏乱差、农贸市场管理缺失、交通秩序混乱是城市的“里子”问题。为此,江北区连续 5 年推行区级领导联系社区的工作机制,由每名区级领导带领 2 个重点部门联系 2—3 个社区,深入一线,逐项排查问题,逐一指导解决。

江北区委宣传部副部长、文明办主任唐清莲认为,让城市既有“面子”,更有“里子”,是城市文明发展的重要标志,是坚持“以人民为中心”的发展理念的生动体现。

动辄数万的假期游学能给孩子带来什么? 真的值吗?

暑假期间,各类动辄高达数万元的高端假期游学项目受到诸多家长青睐,这些项目穿着素质教育的外衣,变身神话里的“宝葫芦”。

高端假期游学项目能给孩子带来什么? 半月谈记者进行了调查。

暑期游学火爆 营地教育升温

在原始森林边的自然营地,孩子们变身小小探险家,靠自己及团队的力量走出荒岛;到美国哈佛、耶鲁等名校上修学分的暑期课程;到英国阿森纳训练足球……

暑期已至,各类中小学生假期游学活动日渐火爆,其中营地教育备受热捧。

今年暑假,小陈和自己的双胞胎妹妹,还有一些好朋友参加了一家教育机构在富春江畔举行的一个孤岛求生营地夏令营。在 6 天 5 夜的时间内,她和小伙伴们学习孤岛求生的技能。

这些天“鲁滨逊”式生活让从小生活在上海的小陈意犹未尽。她说,在夏令营里,大家学习滑翔、攀岩、划船、急救等各种野外技能,一起读写家书,玩得十分尽兴。

小陈参加的这种营地教育起源于美国,是一种在户外以团队生活为形式,并能够达到创造性、娱乐性和教育意义的持续体验。通过领导力培训以及自然环境的熏陶,帮助每一位营员实现生理、心理、社交能力以及心灵方面的成长。

半月谈记者在一家留学机构官网上看到,该机构在今年暑假推出了多种英美游学项目:

如阿森纳热力足球菁英训练营、名牌体育学校暑期活动集训营;亲子主题类如英国名校文化探索亲子体验营,语言主题类如暑期英语深造集训营等。

据介绍,足球游学团名额早已在暑假前就已经报满。

暑期各类游学价格高昂,半月谈记者对比多家机构价格,美国游双周价格在 4 万到 5

万元, 新西兰 14 天价格约 3.5 万元, 亲子营价格则翻倍。

多方抢滩市场 困惑隐忧并存

据了解, 假期游学在国内仿佛变身成神话里的“宝葫芦”, 只要穿着素质教育的外衣, 似乎什么都能往里装。

运作好的公司有自己所属或共建的营地, 各类课外班纷纷推出自己的主题营, 就连以前那些面向成人的帆船、游艇、高尔夫俱乐部也都向亲子市场开放。

在行业和市场火爆背后, 价格持续高昂、游学效果难以估量、管理安全隐患突出等问题, 也困扰着家长。

夏令营性质的游学项目有盈利目的, 物价部门对其定价没有硬性规定。

“出去游一圈起码四五万, 抵我们夫妇俩两年旅游预算了。”广州的赵先生为给 14 岁的女儿报暑期游学项目, 已经辗转了五家培训机构及旅行社。

而有的家长对价格并不在乎: “只要孩子有经历、有成长就好。”

某旅行社多次带队游学的业内人士介绍, 以报价 5 万元的美国项目为例, 每个人花费约 3.5 万元, 旅行社至少可从每一人次项目中获逾万元利润。

“这些夏令营性质的游学项目, 有盈利目的, 并不受教育部门管理。”该人士透露, 物价部门对夏令营的定价没有硬性规定, 游学一般是由主办方根据市场情况制定, 不需要审批。

有很多家长并没有想清楚为什么要给孩子选择营地教育, 只是看到周围的人都给孩子报名了, 也就跟风。事后又投诉抱怨: 住在小木屋里, 挨蚊虫叮咬, 难道是花钱来受罪的吗?

还有的家长会反复考量, 两星期的开销赶上课外班一年的学费, 花这么多钱, 孩子回来也没啥变化, 值吗?

“这些游学其实基本与普通观光旅游团相似, 但只要增加了高校参观、住宿家庭安排或者文化语言课程学习等, 价钱就会成倍翻番。”一位旅行业内人士表示。

半月谈记者在美国常春藤名校修学游、英伦特色高校游、英国贵族高中修学等不同旅行社的多条线路安排中都发现, 14 天行程中, 不到 5 天时间用于参观校园, 剩下的时间多在观光游玩, “游”的比例明显大于“学”。

一些游学项目存在管理和安全隐患。业内人士指出, 目前游学市场尚缺法律和行业规范:

一方面, 游学机构的出境游资质目前尚缺乏规范, 什么人都可以组织游学; 另一方面, 国外承接出境游学的学校目前也没有任何标准规范。

广东法制盛邦律师事务所律师陈曦说, 游学属于一个灰色地带, 正规而言应该由学校自己组织, 或者由有旅行社资质的机构组织。

但在实践中, 往往是由某些咨询服务公司, 通过其海外对接的一些资源或外包给旅行社组织, 开设这种咨询服务公司没有门槛与资质要求, 不规范操作空间较大。

另外, 对于国外承接出境游学团的地陪, 很多也缺乏资质, 比如在读留学生, 当地兼职的华人或是代理服务的华人机构。

业内人士透露, 只要注册成立一个公司, 能搞到生源, 就可以把游学项目做起来。“这些隐秘风险的存在其实并不利于这个市场的培育。”

监管亟须发力 消费勿重炫显

目前组织机构良莠不齐, 安全隐患不可忽视, 对于游学行为和教学内容的管理规范亟待

加强。

专家表示,要知道孩子们的成长既不需要打卡,也不能拔苗助长,要有缓冲的空间,否则就是制造恐慌。如今,大多数机构恰恰就是发现、利用并助长了家长们的焦虑感。

华中师范大学教育学院教授范先佐说,在国外,家长们既会选择一两周亲子旅行,全家人在沙滩上晒太阳,加强家庭间的联结,他们也会把孩子送到营地,过集体生活接受锻炼。这些都在孩子成长中自然而然地发生,不会有先后次序,也不会有严格的时间表。

“现在出国留学低龄化日益增多,能提前让孩子出去看看、体验一下,在很多家长看来是不可或缺的准备过程之一,游学已进入大众化时代。”大连嘉得英语学校校长刘小奇说,“培训机构应该打造游学的4.0版本,作为家长则要理性看待游学,不要跟风攀比,要想清楚让孩子游学的初衷。参加游学前,多问问培训机构一些细节问题。”

法国共享单车:政府和私企巧配合

巴黎市政府主导的出租自行车公共服务Velib悄然于7月15日迎来10周年生日。Velib运营10年来已然成为巴黎新的城市象征,其出租规模已经远超2亿次,不仅在巴黎市民中有着近30万的固定用户,来自世界各地的旅游者也成为Velib的忠实拥趸。

使用频率高,停靠站点多

现代城市公共自行车服务始于1968年的荷兰阿姆斯特丹,这项公众服务与共享单车不同,完全由政府埋单,公共自行车完全免费,但那次试验并不成功,第一批自行车不是被偷就是被损,最后项目无法持续下去。2005年,法国里昂运用新型的技术和管理推出Velov城市公共自行车服务,获得巨大成功。2007年,巴黎也进行效仿,推行Velib服务,几年来受到市民和外界的广泛好评。

半月谈记者在巴黎街头看到,城市街头随处可见Velib整齐划一的停车桩,巴黎市号称每隔320米就能找到Velib的停靠点,公共自行车的使用频率也相当高,记者在市中心Les Halls停靠点看到,每五分钟就有7次的使用率。半月谈记者随机采访几位使用者,其中有当地市民在家和单位附近使用Velib,也有游客临时购买一次或多次票卡租用Velib。Velib的年租费从19到39欧元不等,第一个30分钟免费,随后每加30分钟收费1欧元到5欧元不等,对于常租用户来说,大部分行程都在30分钟以内,基本上不需要额外花费。

纳入政府公共服务,由私企运营

Velib来自法文的两个词——Velo(自行车)和Libre(自由),巴黎市从投资招标到管理运营,开创性地把公共服务交给私人企业运营。

虽然运营权交给私企,但巴黎始终把公共自行车项目作为巴黎市政府力推的公共服务,面向市民和游客大力宣传。市政府与德高集团展开合作,二者都把巴黎公共自行车项目作为树立自己形象的工程,政府强调绿色出行、公共服务、公共交通;德高集团则把Velib项目作为公司提倡绿色理念和环保意识的公关项目。2017年,德高集团与巴黎市政府10年合同到期,未来5年Velib经营权将交给一家西班牙公司。

针对破坏,政府补贴与处罚并行

作为公共服务,巴黎Velib也存在车辆损坏、丢失等问题。据媒体报道,巴黎Velib共有23800辆,实际上每天能够真正被使用的仅有15000辆左右,每年损坏和丢失的有8000辆至9000辆,在部分街区,Velib站点也存在无车可租、站点废弃的情况。

巴黎市政府对此没有放手不管: 根据协议, 每一辆自行车被偷或被毁, 市政府都给德高集团补贴 400 欧元; 如果偷车、损车的是还无法接受刑事处罚的 13 岁至 16 岁的青少年, 政府制定了让这些孩子到修车厂进行 48 小时劳动的惩罚措施。

Velib 的成功经验让巴黎市政府尝到了甜头, 从 2011 年开始, 借鉴 Velib 的经验, 巴黎市政府推出了 Autolib 的电动车租赁服务, 6 年来蓬勃发展。

从巴黎的经验看, 共享单车完全可以纳入政府的公共服务范畴, 将之作为城市公共交通的有效补充, 既解决公共交通最后一公里的问题, 又符合绿色出行的理念。这项公共服务能否成功, 关键在于投入运营后的服务和管理。要做到既给经营者足够的空间和权益, 又确保公共服务项目不“大撒把”, 这就需要考验城市管理者的经验和能力。