

《红岩》经久不衰彰显信仰之美

巴渝论坛

何勇海

近日,跟踪监测中文图书市场零售数据超过20年的“北京开卷”,发布了2020年中国图书零售市场的数据分析报告。在销量排行榜上,和重庆息息相关、重庆乃至全国读者耳熟能详的小说《红岩》问鼎全国虚构类图书的销售冠军,同时也位居“开卷”去年畅销书排行榜总榜的榜首。

《红岩》是以描写重庆解放前夕严酷的地下斗争,特别是狱中斗争为主要内容的长篇小说,反映的是全国解放前夕光明与黑暗之间展开的一场生死较量,歌颂了江姐、许云峰等革命志士为真理而斗争的坚强意志和大无畏精神。经典不朽,精神永恒,激励着一代代中国人不忘初心、砥砺前行。

《红岩》等影响了几代中国人的红色革命经典,见证了信仰之美、使命之重、英雄之气、崇高之志,是增进信仰、信念、信心的精神食粮,自是当之无愧的追捧对象

2020年,疫情之下的图书出版、销售都在经历寒冬。而《红岩》则逆市飞扬,问鼎全国虚构类图书的销售冠军,甚至荣登畅销书排行榜总榜之首,既让人有些意外,又在情理之中。“开卷”的数据显示,2020年新书品种规模达17万种,其中有大量虚构类图书,它们的销售比拼不过《红岩》,足见这部红色革命经典的生命力。

之所以说《红岩》逆市飞扬在情理之中,是因为重庆本来就是一座拥有悠久历史,灿烂文化和光荣革命传统的城市,扎根于巴渝大地的《红岩》在重庆始终有市场,“红岩魂”始终在这片热土绵延传递。正如一重庆读者所说,重庆拥有丰富的红色资源,重庆人

不仅不能忘掉红岩精神,还应大力弘扬红岩精神,塑造当代重庆人的人文精神。

视野放诸全国,《红岩》逆市飞扬,也与2021年是中国共产党成立100周年紧密相关。历史是最好的老师。为追溯中国共产党创建的那段峥嵘岁月,最近一两年来,图书市场红色出版物持续走俏,许多读者想通过阅读红色出版物,追寻那段光荣而艰巨的历史足迹,接受红色文化洗礼。而《红岩》等影响了几代中国人的红色革命经典,见证了信仰之美、使命之重、英雄之气、崇高之志,是增进信仰、信念、信心的精神食粮,自是当之无愧的追捧对象。人们阅读《红岩》,感悟红岩精神,就是要从中汲取前

行的智慧和力量。

由《红岩》说开去,经典著作,魅力永恒。读功利性、快餐化的书籍,要么是硬着头皮的痛苦,要么是短暂地哈哈一笑。能带给我们长久愉悦心境的,还是那些经典书籍。它们所蕴含的思想性、艺术性,经得起历史反复检验,经得起岁月大浪淘沙,而思想性、艺术性恰恰是文学作品的生命。经典著作所蕴含的思想和艺术精髓能够穿透历史、跨越时空,成为人类共有的精神财富,还能点燃后世人的思想,成为后世人的思想酵母、著作源泉。这也是《红岩》历久弥新的原因所在。

曾有一档电视节目叫《一本书一座城》,以一本书为视角切入城市,讲述这座城市的历史、人文、风俗。如果要为重庆寻找一本最具代表性的书,《红岩》当之无愧。每一次向历史的回眸,都是一次思想的点名、精神的整队。在建党100周年之际,阅读经典著作,传承红色基因,汲取智慧、经验、意志和力量,我们将不负明天的梦想。

刘江

日前,《重庆市大数据标准化建设实施方案(2020-2022年)》(下称《方案》)正式启动。这为构建大数据标准体系列出了“时间表”、规划了“路线图”,也让重庆成为国内首个出台大数据标准化工作方案的省市。加快推进方案落实,将催动大数据的商用政用民用价值加速释放。

目前,世界各地都把发展大数据作为谋求竞争新优势的战略方向之一。加强大数据智能化创新,是重庆坚定不移的战略选择。刚刚过去的2020年,重庆大数据智能化创新深入推进,新产业新业态新模式蓬勃发展,数字经济保持高速增长,成为高质量发展的重要引擎。

在信息化发展的新阶段,互联网是新基础设施,大数据是新生产要素,云计算是新服务模式,智能化是新发展动能。推动新型智慧城市建设,大数据是关键中的关键。如果数据标准不一致,会导致数据收集、整理格外困难,数据价值难以被有效挖掘利用,智能化决策将缺少高质量的数据支撑。建立完善大数据标准体系,是破解大数据发展痛点和瓶颈、提升数据管理应用水平的必要之举。

建好大数据标准化体系,才能更好地推动数据开放共享。重庆全面实施“云长制”以来,不断提升数据“上云”水平,有效促进了跨区域、跨领域数据的互通共享。与此同时,重庆数据共享优质数据少、数据容量小、更新频率低等问题仍然存在,数据开放共享存在很大提升空间。尽快制定出台相关标准,有助于各级“云长”更好发挥职能,在“管云”“管数”“管用”上施展拳脚。

建好大数据标准化体系,是为了推动重庆数据资源“聚通用”。各种经济活动和社会生活每天都在产生海量数据,深刻改变着生产方式和要素配置模式。用好大数据,前提是数据集聚。要加快集聚各类数据资源,打造数据洼地,将数据数量优势转化为数字经济发展优势。拓展大数据应用,既需要产学研用等环节联合创新,更离不开政企资源共享、紧密合作。着眼“聚通用”的关键环节,不断激活数据,深度挖掘数据,充分利用数据,才能实现数据生产要素高效集聚、互联互通、开放共享,促进数据产生更大社会价值、经济价值。

实践表明,提升大数据应用能力,能够促进治理体系和治理能力现代化,为群众提供更加高效便捷的公共服务。随着大数据的持续发力,市民享受到越来越多数据红利的同时,也对大数据应用产生更多期待。政府部门既是数据的开放者,也是数据的应用者、管理者,要加快推动大数据智能化在政府管理、社会治理、公共服务、公共安全等领域深度应用,让数据多跑路、让群众少跑腿,推动社会治理精细化。

良好的数据管理体制是促进产业发展的关键,也是维护数据安全和个人隐私的保障。把大数据标准化体系建设作为重庆打造“智慧名城”的有力抓手,加快数据资源“聚通用”规范化管理,充分释放数据潜在价值,必将构筑起新时代重庆的竞争优势,不断推动高质量发展、创造高品质生活。

陈佳萁

近日,全棉时代发布的广告“深夜回家遇黑衣人尾随,你会用什么方法摆脱”引发网友热议。很多网友称广告涉嫌侮辱女性,暗示女生妆前妆后差距大。对此,全棉时代回应称,视频是广告创意,是为了突出商品的清洁功能。随后,全棉时代在微博发了封“致歉表白”,除前8行文字是正常道歉外,后面内容全是“自夸”,再次引发公众不满。

品牌广告“翻车”时有发生。此前,京东金融以“农民工升舱”推销借贷,迪奥二手车将车类比作女性,以物化女性的方式进行宣传。盲目追求热点,往往适得其反,引发大众不满。显然,社会痛点不该成为乐点。全棉时代作为一个女性向的品牌,难道愿意触怒女性吗?广告制作者也许就和其声明一样,把调侃当作“创意”,并且自认很幽默。然而,不是所有事情都是可以拿来调侃的。

对公众而言,强调反差反差并不是最大的问题,社会真正的痛点,在于其以“尾随”这种危险且可怕的社会性事件来作为“幽默的来源”。尽管在广告行业中,夸张搞怪的手法相当常见,但恶搞也需要底线。比如之前的“家暴妆”,美妆博主们把惨剧拿来当灵感,在受害者的伤口撒盐,为施暴者助兴。如此行为,不但扭曲了美,还会误导青少年的价值判断。热点追逐可能会获得短暂的流量,但却误导了社会风气。以痛点为乐点,把低俗当幽默,是缺乏同理心的表现,也是失去底线的泛娱乐化。

广告作为社会文化产品的一部分,也肩负着弘扬正确价值观的责任。全棉时代的这则广告以“美女才会被尾随”的故事,宣扬了“受害者有罪论”的错误观念;京东金融以“农民工借贷升舱”鼓吹了借贷超前消费……这些广告创意推出后,效果适得其反,不仅破坏其品牌形象,更伤害了公众情感。反思这些广告创意,我们不难发现,投机促成歧义,歧义带来争议。作为企业,必须在创作之前树立正确的价值观,切不可盲目追求热点,引火烧身,因小失大。

(作者系重庆大学学生)

投稿邮箱:cqplds@163.com

微观点

●只有严格把关会议事项,严格执行会议报批,严格限定讲话时间,杜绝空话套话,才能少开会、开短会、开管用的会,才能让基层干部从繁重的会议中解脱出来,集中精力抓好疫情防控,聚精会神搞好经济发展。

——《新华每日电讯》微信公众号针对“会山会海”现象发表评论

●作为借助艺术手段,传递和引导社会价值取向的重要抓手,影视创作更该“百花齐放”,打破对“少女感”的盲目追求,让每个年龄段的女性展现专属的魅力。

——近日,“章子怡少女感”登上了热搜,引发公众对于影视创作的热烈讨论。《新京报》作如上评论

●有些地方、有的同志习惯性地“一步走上极端”,这种一刀切一锅端的形而上学思想方法,“拍脑袋、想当然”的工作作风,以及简单粗暴的行为模式,不但于事无补,与“出发点”南辕北辙,还引起了对不少“好事”的反感甚至反弹。

——据报道,一小学校规定,学生就餐,不管盘中桌上,凡浪费一粒米者,一律罚做一道题。对此《解放日报》评论认为出发点不错,但走上了极端

●保护未成年人是全社会的责任,在网络世界亦是如此。萌趣不是恶俗的遮羞布,呵护未成年人、特别是不谙世事的儿童,我们的保护应当体现在每个细节、每个社会生活的角落中。

——近日,网友吐槽儿童色情表情包在微博,在网络掀起轩然大波。《工人日报》发表上述观点

●获取用户信息和授信需要确保知情同意,获客不能靠诱导更不能靠“骗”,这样的道理已经说累了。但半年过去了,美团月付依然故我,甚至变本加厉,类似的诱导甚至“瞒骗”的开通方式延伸到了美团外卖、买菜和骑车等主营业务上。

——近日,有用户指出,自己在不知情的情况下,被美团外卖和美团买菜分别开通金融服务即“美团月付”,欠款100多元。对此,《南方都市报》作如上评论



图/朱慧卿

大头娃娃何时休

为了不使用激素药品,不少新手爸妈喜欢购买号称无激素的护肤“神药”。然而,“新华视点”记者调查发现,不少所谓的“神药”其实违规添加了激素,却披着“消”字号的外衣,在市场上大行其道。这些“神药”未经药品监管部门审批,未经临床验证,安全隐患很大。

(据新华社)

疫情面前不容“官老爷”作派

热点评析

叶金福

近日,针对媒体报道的“石家庄大爷不戴口罩强行外出,被拦后态度恶劣”一事,石家庄市高邑县应对新冠肺炎疫情工作领导小组办公室通报,韩某某(66岁,退休前系县公安局副局长)违反疫情防控有关规定,不听从防控执勤人员劝阻,强行外出并辱骂

防控执勤人员,造成不良影响。公安机关依法对其作出行政拘留5日的处罚,高邑县纪委监委决定给予其党内严重警告处分。

眼下,石家庄疫情防控正处于吃紧状态,全市已实施封闭管理。为了遏制疫情的传播、扩散和蔓延,该市除了启动千万人口核酸检测之外,广大党员干部、医务人员、社区干部、志愿者纷纷投入到抗疫战斗中,有的逆行驰援,有的把守小区大门,社区工作人员李瑞芝在组织群众进行全员核酸检测工作当中,献出了宝贵的生命……这一切,都是为了早日战胜病魔,确保广大人民群众

的生命健康安全。

然而,就在石家庄市全民抗疫的关键时刻,韩某某身为退休干部,不但不听从防控执勤人员的劝阻,反而不戴口罩强行外出,甚至辱骂防控执勤人员,显得格外刺眼,也凸显了这名退休官员的蛮横形象。他的所作所为,无疑是地地道道的“官老爷”作派。疫情之下,这种行为无疑是一种错误示范,影响极坏。

关键时刻,需要的是党员干部站出来,在抗击疫情中发挥带头作用。类似这名退休官员的举动,非但起不到表率作用,反而

抹黑了党员干部的形象。这不仅是拿自己的生命健康安全当儿戏,更是给疫情防控工作添堵、添乱。

当前,国内疫情呈现出复杂交织态势,保持警惕是对每个公民的基本要求。疫情当前没有特权,更不容任性。韩某某受到了惩罚,也终于认识到自己的错误,写出致歉信,向防控执勤人员道歉。早知如此,又何必当初?这也再次提醒每一位党员干部,多些大局意识,少些“大爷”习气,自觉遵守疫情防控相关规定,切莫让此类行为再次发生,干扰疫情防控工作的有序开展。

正视共享电动单车的硬伤

市井观察

李万友

作为共享经济的一分子,共享电动单车已经遍地开花。近年来,重庆市部分区县相继投放了共享电动单车。但是,随着数量增多,原本便民的“慢交通”,其弊端也愈加凸显。不难发现,共享电动单车“乱停乱放”等乱象频发,“超载逆行”等隐患频现。不少市民看在眼里,急在心里,

这里说说,那里反映,《重庆日报》“市民有话说”栏目接到大量相关反映,足见市民担忧之大。

诚然,共享电动单车带来了便捷,但其缺陷也不可忽视。诸如市场上投放的互联网租赁电动自行车普遍不符合《电动自行车通用技术条件》标准要求;骑行人不固定,且多数未经过专门的交通安全教育和驾驶培训,容易发生交通事故,加之电动车自重大、速度快,一旦发生事故就会带来较大的伤害和损失;租赁存取点充电、消防等配套设施建设不到位;电池污染问题严重,大量废旧电池被随意拆解,严重影响环境。凡此种种,

均是共享电动单车的“硬伤”。在未解决这个问题之前,贸然共享必定会带来更多问题。

共享电动单车所带来的各种问题和隐患,不仅影响市容市貌,还事关城市品质,事关市民安全感、获得感和幸福感的提升。正是看到这一点,不少地方政府纷纷开始正视共享电动单车的硬伤,向其所在公司发布召回要求。前不久,北京市交通委明确表示,依据相关法律法规,北京市“不发展电动自行车租赁”,这是基本原则。同时,北京市交通委会会同多部门,共同约谈多家在京运营的共享电动自行车企业,提出限期整改要求,

逾期未能整改到位的或将面临行政处罚、扣留车辆、下架APP等多重处罚。这足以说明,我们正在严肃审视和认真面对共享电动单车带来的负面影响。

共享电动单车应该何去何从?当下,各种公共交通设施的普及,尤其是智慧交通的运用,为市民出行提供了前所未有的便利。即使没有共享电动单车,市民也能轻松出行。更重要的是,唯有建立在安全基础之上的便民项目才值得保留。存在诸多隐患的共享电动单车,理应得到治理。正视这些“硬伤”,及时叫停共享电动单车,是城市管理者应有的魄力。