

读懂继续答好“窑洞之问”的历史清醒与主动

□ 赵晓昕

反腐败斗争形势仍然严峻复杂,铲除腐败滋生土壤和条件任务仍然艰巨繁重,必须以“一步不停歇,半步不退让”的姿态,继续答好“窑洞之问”。

海音佚语

这段时间,由中央纪委国家监委宣传部与中央广播电视总台联合摄制的电视专题片《一不...》播出。镜头里,落马官员的忏悔,将初心使命的迷失、权力越界的后果、利益勾连的危害一一呈现,令人深刻警醒。

这不由让人想起80年前延安窑洞里那场著名的对话。1945年,民主人士黄炎培在延安窑洞与毛泽东的谈话中,提出了如何跳出“其兴也勃焉,其亡也忽焉”历史周期率的“窑洞之问”,毛泽东给出第一个答案,就是“让人民来监督政府”。

进入新时代,聚焦回答“窑洞之问”,以习近平同志为核心的党中央坚定不移推进全面从严治党,给出了第二个答案,这就是自我革命。

2025年12月31日,习近平发表新年贺词,特别提到了“窑洞之问”,强调“要砥砺初心使命,持之以恒,久久为功,继续回答好延安窑洞之问”,书写无愧于人民的时代答卷”。

洞之问”,书写无愧于人民的时代答卷”。

刚刚闭幕的中央纪委五次全会,对“把权力关进制度的笼子”提出更高要求,向全党全社会释放出把党的自我革命进行到底的清晰信号。从专题片披露的案例可以发现,当前反腐败斗争形势仍然严峻复杂,铲除腐败滋生土壤和条件任务仍然艰巨繁重,必须以“一步不停歇,半步不退让”的姿态,继续答好“窑洞之问”。

继续答好“窑洞之问”,首在保持历史清醒,不存半点侥幸。

“真不要侥幸,现在悔之晚矣。”老认为没事,老认为不会出事,侥幸。”在违纪违法人员的忏悔中,“侥幸”一词频频出现。

要看到,侥幸心理背后是一种危险的“赌徒心态”。在这种心态驱使下,农业农村部原党组书记、部长唐仁健通过所谓“古董”买卖来掩盖权钱交易,自以为方式隐蔽,手段高明,赌自己的手段不会被发现;国家发展和改革委员会原党组成员、副主任徐宽平退居“二线”之后,频繁接触政商两界人士进行利益输送,赌的是退休后能够闯关成功。

古人云:“不虑于微,始贻于大;不防于小,终亏大德。”保持历史清醒,要慎独慎微,坚决守住第一道防线,把好第一个关口。面对诱惑,总以“下不为例”自我宽慰,以为偶尔吃一顿、拿一点、玩一把无伤大雅。殊不知,贪欲的闸门一旦打开,就会“觉得好像习以为常,就收不住手,停不下步”,最终走上一条不归路。

会原党组成员、副主任徐宽平退居“二线”之后,频繁接触政商两界人士进行利益输送,赌的是退休后能够闯关成功。

古人云:“不虑于微,始贻于大;不防于小,终亏大德。”保持历史清醒,要慎独慎微,坚决守住第一道防线,把好第一个关口。面对诱惑,总以“下不为例”自我宽慰,以为偶尔吃一顿、拿一点、玩一把无伤大雅。殊不知,贪欲的闸门一旦打开,就会“觉得好像习以为常,就收不住手,停不下步”,最终走上一条不归路。

保持历史清醒,必须以历史思维洞察规律,以“窑洞之问”的忧患意识警醒自身,决不能有歇歇脚、松口气的想法。唯有以“如履薄冰,如临深渊”的谨慎对待小事小节,在大是大非面前才能立场坚定,才能在历史的周期率面前站稳脚跟。

继续答好“窑洞之问”,重在保持历史主动,勇于自我革命。

评标专家“饿晕”拒评,通报不该遮遮掩掩

□ 孔德洪

近日,青海省数据局发布通报,称4名评标专家因送餐延时引发低血糖、头晕,无法继续履职,被调整出省综合评标专家库。通报一出即引发全网热议,有人质疑“低血糖”是避事托词,有人猜测背后另有隐情。

4名专家集体拒评,已然不合常理;通报的简单定性,更让网友诸多疑问接踵而至。通报仅提及“送餐员送餐地方致使送餐延时”,却未说明关键细节:评标工作从何时开始?送餐延迟了多久?专家们是否有其他进食渠道?为何4人同时出现无法坚持的状况?在最初的通报中,由于诸多关键信息缺失,网友们提出猜测和质疑也在情理之中。

面对媒体追问,相关人士遮遮掩掩的态度与公众对公共事务的知情权诉求背道而驰。招标投标领域是权力寻租的高发区,此前曝光的“明招暗定”“利益输送”等案例,早已让公众对评标公正性心存戒备。此次“集体拒评”的反常行为,更触碰了公众敏感神经。评标专家手握公共资源分配话语权,履职本应接受社会监督,模糊回应不仅无法平息疑虑,反而可能滋生谣言,透支政府公信力。

评标工作的核心是“客观公正”,而这一原则的实现,既依赖专家的专业素养与职业操守,也离不开透明规范的制度保障。此次事件中,无论专家是真的身体不适,还是借故避事,都暴露出评标管理中的漏洞。若确是“低血糖”导致无法履职,折射的是后勤保障的严重缺口。评标工作责任重、强度高,组织方应提前做好餐饮、休息等配套安排,这是保障评标质量的前提。若“低血糖”是避事托词,则触碰了职业操守底线,此类行为若不纠正,可能形成不良风气,导致公共资源滥用风险。

此外,直接将4名专家调整出库的处理方式也备受质疑。通报中未说明解聘专家的具体法规依据,是其行为违反了评标专家管理办法,还是单纯的“一刀切”处理?缺乏法理支撑的处理决定,既难以让当事人信服,也无法让公众感受到处理的严肃性与公正性,反而引发对评标专家库管理规范的质疑。

这场看似偶然的后勤问题发酵为公共事件,照出了评标制度中的诸多乱象与短板。评标事关公共利益,公正性是生命线,信息透明是维护公正的关键。招标投标领域的每一项操作都应经得起监督检验,这既是法律法规要求,也是凝聚社会信任的基础,回避关键信息只会让公众质疑公平性,损害整个领域的公信力。

招标投标领域关乎公共利益,唯有始终坚守透明原则,以制度规范堵住管理漏洞,以信息公开回应公众期待,才能真正筑牢评标工作的公信力,让公共资源在公平公正中得到合理配置。

私域直播不应沦为公共治理盲区

□ 张西流

1月7日,市场监管总局对《直播电商监督管理办法》《网络交易平台规则监督管理办法》两部新规进行解读。新规首次将私域直播纳入监管范围,重点解决“虚假宣传”“诱导老年消费”等痛点问题。

随着数字技术深度渗透,直播带货已成为消费新主流。而“私域直播”,这一依托微信群、小程序等封闭社群开展的定向营销模式,正以其精准触达、高互动性的特点迅速崛起。然而,私域直播也被部分商家盯上,将其异化为围猎老年人的“杀猪盘”,用来收割银发群体的养老金。封闭传播的生态又让传统技术监测手段失效,形成“监管看不见,群众举证难,维权找不到”的治理困局。更值得警惕的是,一些线下“传销”团伙,将过去“旅游洗脑”的套路搬至线上,借助AI换脸、数字“托儿”营造虚假氛围,对辨别力弱、情感空虚的老年人实施精准心理操控。不少私域投诉因无交易快照而面临举证困难,其危害已远超过一般消费纠纷。

私域直播绝不能成为逃避监管的法外之地,更不应沦为公共治理的盲区。治理这类乱象,首先,监管需从被动响应转向主动穿透。市场监管部门应推动“全链条监管”,利用电子取证技术固证,建立跨区域执法协作机制,对资金流、信息流、物流实施追踪。同时,加快完善法律法规,明确私域直播的法律边界,对虚假宣传、场外交易等行为设定清晰罚则,实现“有法可依,违法必究”。

此外,平台须从“技术中立”,转向“责任担当”。微信、抖音等工具平台,虽属干预私域内容,但对异常建群、高频支付链接、投诉集中的账号,应建立风险预警模型,强制商家资质备案,甚至设置“交易冷静期”,为老年人留出理性决策时间。对纵容违法的平台,应依法追责,杜绝“揣着明白装糊涂”的庇护行为。

最重要的是,治理需凝聚社会合力。子女应成为父母的“数字守护者”,通过沟通普及反诈知识;社区、老年大学应开展相关培训,提升老人网络素养;媒体则应持续曝光套路,形成舆论震慑。唯有构建监管、平台、家庭的共治体系,才能让阳光照进私域的隐秘角落。

私域不是法外之地,老人更非待割的“韭菜”。面对万亿级市场背后的治理挑战,唯有以制度创新穿透技术屏障,以责任压实堵住监管漏洞,以社会共治温暖人心,方能遏制乱象蔓延,守护亿万家庭的安宁。

漫评

别让儿童成为微短剧“工具人”

【事件】

近日,广电总局网络视听司发布儿童类微短剧管理提示,要求遏制“成人化”倾向,纠偏“工具化”倾向,抵制“娱乐化”倾向。提示要求,儿童类微短剧不得为制造戏剧冲突或以穿越重生为由,刻意塑造腹黑、心机等儿童形象,宣扬以恶制恶、权谋算计等观念。严禁以儿童身份演绎“霸道总裁”、参与“校园霸凌”、展现“挑动对立”等成人化剧情。

【点评】

近年来,“萌娃”“亲子”类微短剧在短视频平台日渐增多。在流量裹挟下,不少作品逐渐偏离正常轨道。在算法推荐与快速变现的压力下,部分创作者放弃了内容伦理的底线,转向猎奇、夸张甚至低俗的叙事。

整治儿童微短剧“成人化”乱象,需多方合力、标本兼治。在监管层面,应进一步完善内容分级与分类细则,建立动态监督与“零容忍”的违规惩戒机制。微短剧平台需强化审核机制,并对儿童类内容创作者推行实名认证与保护承诺制度。家长需警惕商业炒作,学校则应加强媒介素养教育,引导孩子学会辨别、批判网络内容,增强自我保护意识。让孩子在健康的文化环境中成长,这不仅是创作的伦理底线,更是社会文明的应有之义。(文/刘少华 图/徐进)



合川“刨猪宴”背后的流量考题

□ 崔凯铭

两头猪,一句求助,引发了2026年第一场线上到线下的奔赴。

1月9日,重庆合川女孩采采(网名)在网上求助称,家里要杀两头猪,因父亲年龄大了,担心11日家里杀猪时按不住,希望能有人帮忙按猪。11日,上千网友闻讯前来帮忙,当天最终杀了5头猪,最高峰同时在现场人数有3000人左右,两天的总人数估计有上万人。

这场“杀猪”的热闹,看似偶然,实则精准击中了互联网的流量密码:“杀猪”这一活动,对很多人而言是一种稀缺体验,是存在于回忆或想象之中、平时难以接触的农业活动;临近春节,“杀猪”让人联想到农村“杀年猪”的习俗,这种仪式感在“年味变淡”的今天显得尤为珍贵;而“帮忙按猪”,这种一家有事,大家帮忙的朴素图景,也触动了人们内心对亲密互助的情感渴望。三种情感在同一事件中交汇,迅速形成了传播爆点。而在流量算法的助推下,打卡者、围观者、直播者蜂拥入场,最终让这场

“帮忙”,滚雪球般演变成一场规模惊人的全民围观。

这给我们带来很多启发。置身现代生活,人们享受着物质层面的便利,也咀嚼着精神上的焦虑与人际关系的疏离。这种矛盾,催生人们对“附近”的渴望、对乡村田园生活的精神向往,而跟风“打卡”则是这种情感需求的一个出口。当这种群体心理与算法汇合,每时每刻都有新的网络热点诞生,填补着人们的情感需求。而流量带来的关注,则为乡村打开了一扇通向更广阔世界的窗。乡村不是只能等待被发现的他者,而可以成为主动生成内容、吸引资源的主角。这是机遇,也是考验。

理解流量因何而来是第一步,如何“接住”这“泼天的富贵”才是真正的难题。这次事件中,合川区的表现相对稳妥。合川区文旅委工作人员称,1月10日晚,他们感觉到此事有火的苗头,1月11日凌晨,相关工作人员便赶到了“采采”的家里,从11日凌晨一直忙到11日晚,

又连夜召开复盘会。13日,呆呆发文表示,刨猪宴已经圆满结束,希望网友可以多多体验合川不一样的美食美景;合川文旅也在公众号发文,感谢远道而来的各界朋友。网友建言献策,提议当地设立“杀猪节”。当地相关部门也表示正在研究如何接住这一波泼天的流量。

流量是一把双刃剑。上千网友奔赴而来,呆呆家里多少有些不堪重负,而随着热度水涨船高,网络上对此事件的质疑声也渐起。流量一哄而上,既能带来前所未有的关注度,也会带来前所未有的压力,甚至带来某种失序,使得最终的“一哄而散”更加让人叹息。我们已经见过太多“剧本摆拍”和“人造热点”,也见过太多“昙花一现”和“一地鸡毛”,因而不少人对层出不穷的网络热点渐感疲惫。然而这并不是流量的原罪,更不意味着要拒绝流量。众多事件展现出一个共通的趋势:在注意力经济时代,对传播规律、公众心理的把握,对本地文旅资源、发展情况和优势特色的掌握,对突如其

来关注度的承接与转化能力,已成为基层治理与地方发展中无法回避的新课题。简单的“躲”或“堵”已非良策,唯有主动理解、承接,并以此为契机积极提高能力,才是真正的突围之路。

近年来,流量已一次次展现出超越传统宣传的力量。无论是城市、乡村,还是具体的个人,都可能在一夜之间被推至聚光灯下。在流量中走红的,有淄博、哈尔滨这样的网红城市,有理塘丁真这样现象级的地方代言人,也有拉面哥、糖水爷爷这样难觅流量之重的普通人。不让流量冲垮既定的生活秩序,将瞬息万变的流量沉淀为长久发展的“留量”,是共同的目标。“流量大考”已非特定地方的专属,而是任何区域都可能随机接到的抽测,考验的是一种现代化的、柔性的治理能力和素养,这种能力和素养是一门急迫的时代必修课。

唯有如此,才能让年初这场喧嚣的“杀猪”盛会,留下的不是“一地鸡毛”,而是“年年有余”。

“哭哭马”成为市场“黑马”,不只是生意经

□ 熊苗

大众时评

一只被缝反的马年玩偶,上演了现实版的“塞翁失马,焉知非福”。

这原本是一场失误,生产线上的工人错将微笑上扬的嘴巴和腮红缝倒了,“笑笑马”成了“哭哭马”,没想到却一炮而红,不仅全网爆单,还火到了国外。即便十几条生产线开足马力生产,订单仍然排到了3月。

“哭哭马”何以成为新年的一匹市场“黑马”?其实,这不难理解。从“次品”到“爆款”,折射的是社会心态。尽管日历翻到了新的一页,但“活人感”“爱你老己”等热词背后的时代情绪,不会随意翻页,仍会跟随时空延续。“哭哭马”正是以“马”的形态继承了这些情绪表达。

如果说“笑笑马”代表了一种流水线上的“完美主义”,“哭哭马”则代表了可以随心所欲脆弱和情感的“真实主义”。从带着烟熏妆的

哪叱到“丑萌”的LABUBU,再到撇嘴的“哭哭马”,这些IP的爆火出圈,代表着人们对“精致滤镜”和“完美人设”的反弹,转而追寻真实的情绪共鸣和情感联结。

哭也是一种生命力。或许是不服输,或许仅仅是给委屈一种出口,大家把票投给“哭哭马”,最终表达的仍然是随时看见自己的感受,允许自己表达真实感受的追求。

从“次品”到“爆款”,折射的是消费趋势。近日,由上海市青少年研究中心及旗下有数数据创新实验室发布的《韧性生长——2025中国青年生活全景报告》指出,青年消费呈现出强烈的“向内探索”特征。情绪消费成为广泛存在于青年群体中的“刚需”,近9成青年有过“为情绪价值买单”的经历,近4成青年为高频消费者。

青年情绪消费月均支出金额为949元,18.1%的青年每月愿为情绪价值消费2000元以上。毛绒玩偶、香薰、文创小物等实物消费,演唱会、脱口秀等体验消费,及社交关系和数字

消费是青年情绪消费主要品类。

“哭哭马”正是典型的情绪治愈物品消费。“哭哭马”委屈巴巴的样子就是一种无声的理解和拥抱,正如有的网友共情,“谁还不是个次品呢”;而“马倒成功”“手握愁马(筹码)”等谐音梗,又为其巧妙融入了祝福的祈愿和寓意,满足了更丰富的情绪需求。还有网友将“笑笑马”和“哭哭马”组成了一对“情绪CP”,确实,“一笑一笑,更有疗效”。

从“次品”到“爆款”,折射的是供给能力。从工人失误到老板娘发现商机,这中间是市场对消费者需求的敏锐感知力。从发现商机到扩大生产,则是今天中国强大供应链产业链快速满足需求最鲜活的缩影。

中国制造业规模连续十多年居全球首位,拥有全球最完整的制造业体系。当这种强大的制造能力和数字化、智能化融合,所产生的就是“秒级响应”的供给能力。今天,“小批量、快速代”的个性化生产和柔性生产能力,让“消费者需要什么就创造什

么”成为常态。当新需求牵引新供给,新供给创造新需求形成循环,内需更足,消费更旺就有了更足的底气。

当“哭哭马”爆火出圈,也难免会成为互联网上的一种符号。但它不应该只是一种消费符号或者是情绪符号,更应该成为一种发展坐标。

在这个坐标里,社会心态被理解,消费趋势被洞察,供给能力被证实,同时,发展的目的和方向也应该更加清晰。更好化解包括年轻人在内的社会群体生活压力,让委屈得到温柔承接;时刻不忘发展是为了人,让所有经济活动都服务于满足人的美好生活需要,是“哭哭马”给我们的更深刻的启示和提醒。

这匹“黑马”的成功不只是生意经,还蕴含着着眼于“人”的发展理念和生活指南。新的一年,希望我们能与敏感的老板娘和可爱的“哭哭马”一样,拥有“将错就错的勇气,随机应变的大气,歪打正着的运气”,在有哭有笑的生活辩证法中,走得稳稳更远。



沉下去观察,立起来评说

官方微信: 携舆工作室

投稿邮箱: dzrbplb2016@163.com