

乐在惊涛骇浪中

——记中国工程院院士黄旭华

本报记者 刘松柏



中国工程院院士黄旭华 (资料图片)

么要改变初衷,黄旭华说。

为了这个目标,他填报了两个志愿,一个是当时中央大学的航空系,一个是上海交大的造船系,结果两所学校他都考上了。生活在海边的他,对海和船舶有着一种天然的亲近,最终他选择了上海交通大学船舶制造专业。从此,黄旭华与船舶、舰艇结下了不解之缘。

1949年,黄旭华从上海交大船舶制造系毕业,新中国如火如荼的建设事业为他提供了施展才华的广阔天地。他一心扑在舰船研制工作中,从民用船舶到军用舰艇,再从军用舰艇到常规潜艇……黄旭华全身心地投入到常规潜艇的转让制造和仿制工作中,如饥似渴地学习相关技术。

1958年,国家批准核潜艇工程立项,有过几年仿制苏式常规潜艇经历且毕业于船舶制造专业的黄旭华被选中。毛泽东主席“核潜艇,一万年也要搞出来”的誓言,时时拨动着他的心弦,他为一展身手而跃跃欲试。不到一个月的时间里,黄旭华和一批来自北京、上海、大连、哈尔滨等地的技术人员毅然放弃优越的城市生活,汇集到那个承载着国人重托的荒山半岛,开始了中国核潜艇研制这项神秘而伟大的事业。

荒岛三十年

来到荒岛,当地的环境出乎所有人的意料。一首打油诗形象地描述了当时的情景:“两头大,中间小,风沙多,姑娘少,兔子野鸡满山跑。”那里的风确实很大,而且“一年刮两次,一次刮半年”,从小生活在南方的黄旭华,至今仍对此记忆犹新。

“环境恶劣,物资匮乏,科研手段和科学设施也是一片空白。当时我国的科研水平和工业生产能力并不足以支撑核潜艇的研制。”张德峰研究员说,“核潜艇完全是国人自己造出来的,当时什么资料都没有,专用钢材加工设备也没有,尤其是当时我国的核工业尚未取得突破性进展,导致核潜艇工程项目不得不一度搁置。”

研制开始时,黄旭华和其他同事一样,连核潜艇啥样都不知道,他碰到的第一个难题就是潜艇的形状。当时世界上最先进的核动力潜艇艇型是“水滴型”。为此,美国谨慎地走了3步,前苏联走了5步。中国怎么办?照美式苏式,稳妥,但时间拖不起;一步到位,时间短,但风险太大。

“既然国外已经成功地将水滴型潜艇和核动力结合,事实证明水滴型核潜

艇这条路是切实可行的。”年轻的总设计师黄旭华据此大胆推断,我国研制核潜艇应该“三步并作一步走”。没有彷徨,没有犹豫,黄旭华带领设计人员只争朝夕,仅用了3个月就提出了5个艇型方案,紧接着又和船体组同仁一头扎进拖曳水池实验室,一待就是小半年。

通过大量的理论分析和试验研究,取得了数万个数数据,掌握了水滴型基本规律后,黄旭华毅然敲定了核潜艇采用水滴型艇型。

“几个数据的取得,都是通过算盘和计算尺演算出来的。”当时一起参与研究的陈源研究员说。黄旭华至今还珍藏着一个北京产的“前进”牌算盘,历经半个多世纪,这个算盘依然完好无损,光泽油润。习惯了使用计算机、各种软件的工具,感慨万千,“这么简陋的条件,这么短的时间,就研制出我国的核潜艇,简直不可思议。”

“国防尖端技术研制只能自力更生。”黄旭华说。“我们条件差,会慢一些,但虽然驴比马慢,但在一时无马的情况下可以先骑驴上路,因陋就简地开展工作。”正是在“骑驴找马”策略的驱动下,凭借着自力更生、艰苦奋斗和无私奉献的精神,从1965年开始的不到5年时间里,科研人员先后攻克了新式潜艇的7大关键技术难题,其中一些成果已经达到当时国际先进水平……

1970年12月26日,中国的“蓝色巨鲸”下水!当那个凝结了成千上万研制人员心血的庞然大物稳稳地浮上水面时,身为核潜艇总设计师的黄旭华难掩内心的欣喜和激动,从来流血流汗不流泪的他,一任幸福的泪水长流。

我只是其中一员

1988年初,我国核潜艇研制工作迎来了一个关键日子:按设计极限在南海深潜试验。这是一次重要试验,也是一次最危险的试验。上世纪70年代末,美国“长尾鲨号”进行核潜艇深潜试验时发生事故,艇毁人亡。由里到外全部由中国人自己造出来的艇,能闯过中国核潜艇研制史上的首次深潜试验大关吗?

越是危险的试验,越需要沉着冷

静。黄旭华和同事们一次又一次检查每一台设备、每一块钢板、每一条焊缝、每一根管道,确认万无一失。同时,为了打消部分人的顾虑,黄旭华决定与参试人员一起下潜。

黄旭华的这个决定让所有参试人员惊呆了,要知道,此时的他已经62岁。而黄旭华淡然地回答,“没问题,从设计到制造,我对潜艇有足够的信心。”

100米、200米、250米、260米……,170多名参试人员精神抖擞,全神贯注地坚守在各自的岗位上。艇上设备运转的声音应和着艇长达命令、艇员操作汇报及科技人员测试报告的清脆嗓音,宛如一曲大气恢弘的交响乐。极限深潜试验成功了,黄旭华再也抑制不住内心的欣喜和激动,他豪情万丈、诗兴勃发,在当日的核潜艇《快报》上即兴挥毫一首:“花甲翁翁,志探龙宫,惊涛骇浪,乐在其中。”一名科学家报效祖国的赤子之心,跃然纸上。

黄旭华对核潜艇的“痴”和“乐”也体现在日常生活中。他的妻子李世英说,“他的全部时间都花在他的潜艇上,去街上理发都觉得太耗时间,所以,我买了一套工具,几十年下来,都是我给他理发。”

对于妻子、家人的支持,黄旭华只能抱以无言的感激。深潜试验成功时,李世英放声哭了,每念及此,黄旭华都会颇为动情地说,“我知道她的压力比我还大,深潜成功后,她的压力一下释放出来了。”从1957年到1986年,黄旭华没有回过广东老家。当30年后他第一次回到故乡,母亲得知他从事的工作后,特地把兄弟姐妹叫到一块说,“三哥(黄旭华是家里的老三)的事情,大家要谅解。”直至今日,回忆起母亲的这句话,黄旭华仍会泪眼模糊。

对于这些,黄旭华和妻子不愿更多地提及。“中国的核潜艇是一大批科研人员集体创造出来的,是一代造船人共同拼搏奋斗的结果,我只是其中一员,在自己的岗位上做了应该做的事。”黄旭华说。



全国“扫黄打非”办、国家互联网信息办、工业和信息化部、公安部等四部门4月13日联合发布公告,在全国范围内开展打击网上淫秽色情信息“扫黄打非·净网2014”专项行动。

为何要启动这一专项行动?专项行动取得哪些进展?打击网络淫秽色情如何标本兼治?日前,国家互联网信息办有关负责人接受了新华社记者的专访。

“净网”不是一阵风 将建立长效机制

问:为何要启动打击网络淫秽色情信息专项行动?

答:在网上传播淫秽色情信息,严重危害未成年人身心健康,严重败坏社会风气,是明显的违法违规行为。特别是随着移动互联网的蓬勃发展,淫秽色情信息也正朝着移动互联网蔓延,部分移动客户端也充斥淫秽色情信息,一些青少年深受其害。为此,自今年4月中旬至11月,四部门在全国范围内统一开展打击网上淫秽色情信息“扫黄打非·净网2014”专项行动。

专项行动是一种手段,不是目的。开展专项行动是为了在比较短的时间内,动员全社会行动起来,营造人人喊打的社会氛围,各相关部门统一行动形成合力,集中解决突出问题,并为下一步治理打下基础。打击淫秽色情信息不是一阵风,国家网信办将着力推动建立长效机制,全面加强互联网管理,维护网络安全。

查处网站422家删除涉黄信息30余万条

问:国家网信办在专项行动中开展了哪些工作,取得了怎样的成效?

答:按照我办总体部署,各地互联网信息内容主管部门组织全面清理新闻网站、商业网站、社交平台、搜索引擎网站及移动客户端上的淫秽色情信息;中央新闻网站和重点商业网站按照要求全面开展自查自纠,发布承诺书,不要病态的点击率。同时积极开展网上宣传和舆论引导,推出“扫黄打非·净网2014”专题专栏,滚动推出专项行动进展报道,突出显示举报窗口,为公众举报提供方便。

自今年1月以来,国家网信办已依法查处淫秽色情网站422家,关闭相关频道、栏目360个,关闭微博、博客、微信、论坛等各类账号4800多个,关停广告链接9000多个,删除涉黄信息30余万条,专项行动取得初步成效。

网民举报淫秽色情信息每日近3000条

问:政府部门查处的淫秽色情信息线索从何而来?

答:国家网信办一直注重积极动员社会力量,发动网民举报,大多数线索是网民举报的。违法和不良信息举报中心每日收到超过3000条举报信息,其中,针对淫秽色情网站的举报占85%以上。举报中心根据各相关部门对举报线索的处理反馈情况,并依据相关奖励办法的规定,对举报有功人员进行奖励。

打击网络淫秽色情离不开网民的支持,希望社会各界和广大群众踊跃举报,共同抵制网上淫秽色情低俗信息。

分层落实管理责任 构建互联网内容管理体系

问:打击网络淫秽色情如何做到标本兼治?

答:淫秽色情信息之所以屡禁不止、屡打不绝,原因很多,网上淫秽色情信息有其生存的社会土壤。另一个重要原因就是经济利益的驱动。此外,移动互联网的发展,游戏网站和软件的发展,淫秽色情信息又找到新的滋长空间。

要做到标本兼治,必须在专项打击的基础上,建立长效机制,强化互联网内容管理,依法管理、科学管理、有效管理。坚持谁主管谁负责,谁经营谁负责,特别要强化属地管理和网站自我管理,落实分层管理责任。各级互联网信息内容主管部门要切实履行属地管理责任,加强对属地网站的管理和指导;网站要切实履行企业主体责任,加强对频道和互动平台的自我管理;互动平台要加强对各类账号及网民上传信息内容的管理。通过分层落实管理责任,形成互联网内容管理体系,确保互联网信息传播健康有序。

“三大领域”“四类行为”成下一步打击重点

问:这次专项行动下一步工作重点是什么?

答:虽然专项行动取得初步成效,但打击网上淫秽色情工作任务艰巨,一些涉黄网站经常死灰复燃,部分网站抱有侥幸心理,内容管理严一阵、松一阵。国家网信办会同有关部门深入推进专项行动,重点整治三大领域突出问题,严厉打击四类网站违法违规行为。

重点整治三大领域突出问题是指:重点查处制止大型门户网站“色情营销”、低俗炒作现象;重点解决搜索引擎网站淫秽色情信息“一搜即得”问题;重点抓好通过移动互联网传播淫秽色情信息问题。

严厉打击四类网站违法违规行为是指:严厉打击为淫秽色情网站发布广告和提供链接的行为;严厉打击游戏网站等利用淫秽色情和低俗弹窗吸引眼球的行为;严厉打击视频网站、文学网站推出低俗视频、低俗文学的行为;严厉打击在应用程序商店及移动客户端中传播淫秽色情及低俗信息的行为。

(新华社北京6月3日电)

本版编辑 韩叙常理

以改革创新成就文化繁荣

——全面深化改革述评之四

新华社记者 周玮 廖翊 璇静

党的十八届三中全会以来,各级文化部门全面落实中央各项部署,紧紧围绕社会主义核心价值观体系,建设社会主义文化强国,完善文化管理体制和文化生产经营机制,建立健全公共文化服务体系、现代文化市场体系,科学谋划,创新落子,以全面深化改革努力开创文化繁荣发展新局面。

打通公共文化服务“最后一公里”

“以前地处偏远,几乎无法获取网络信息。现在买东西可以网购,学技术可以看视频,闲来无事可以上网查资料,眼界一下宽了……”内蒙古达茂旗牧民们的生活因“数字文化走进蒙古包”工程而变了样。

利用互联网、无线WIFI和3G网络,通过智能手机、平板电脑、笔记本电脑等移动服务终端,内蒙古实施了“数字文化走进蒙古包”工程,目前已在14个旗县开展试点,免费蒙汉双语数字资源全天候提供服务,惠及农牧民十万余人。

打破地理屏障和时空限制,把公共文化资源真正送到群众身边,打通“最后一公里”,正是落实党的十八届三中全会所提出的“促进基本公共文化服务标准化、均等化”的务实之举。

努力消除城乡二元结构在公共文化服务上的影响,逐步缩小城乡差距,补齐短板,兜住底线——“这是对政府基本公共文化服务能力的要求,是政府对人民的基本承诺。”文化部副部长蔡武说。

今年3月,国家公共文化服务体系建设项目协调组成立。这个由中央20个部门组成的国家层面的公共文化服务协调

机制正式运转之初,即确定当前工作重点——以贫困地区为突破口促进公共文化服务均等化发展,力争策划一批新的文化惠民工程。

怎样才能真正使文化惠民项目与群众文化需求有效对接?作为公共文化服务享有者,群众理所当然要在公共文化建设过程中扮演参与者和建设者角色。一些地方的实践已初现成效:安徽“农民文化乐园”根据群众意愿统一采购文艺演出送到村,建立群众评价反馈机制,保证适销对路;浙江衢州鼓励农村群众“赛文化”,农民画协会到各大城市甚至海外举办专题展览,村歌唱进浙江省人民大会堂。

“融合”助力文化产业二次腾飞

这被誉为文化建设顶层设计层面的“大手笔”——今年全国两会刚结束,国务院即出台关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见。

这标志着文化创意和设计服务与相关产业融合发展已成为国家战略。业界振奋:经过10年迅猛发展的文化产业欣逢二次腾飞契机;同时,由中国制造向中国创造转型找到新抓手。

刚结束不久的第十届深圳文博会可为这一“大手笔”政策作注脚:一向有文化产业发展风向标之称的文博会,本次打出“融合”牌——文化与科技、旅游、金融、创意融合的内容,占据了参展项目的七成,文化与科技融合型产业成交额占总成交额比例超过50%,文化与旅游融合产业成交额占比近10%,仅这两项就占去六成多。

几个月来,中央还密集出台了关于

加快发展对外文化贸易的意见、关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知等文化改革发展的重要政策。有关部委协同攻坚,通过科学制度安排努力让金融成为一池活水,更好地浇灌文化产业。今年3月,文化部、中国人民银行、财政部三家联合发布关于深入推进文化金融合作的意见,从促进文化与金融的对接与合作角度对今后工作提出指引,着力在文化金融的瓶颈环节、薄弱领域下功夫。

“有了金融的支撑,一分钱就可以变成一元钱甚至是十元钱。”中南传媒董事长龚曙光介绍,中南传媒旗下财务公司目前获准国内上市文化传媒行业的首个金融牌照,创“产融结合”先河。

专家指出,促进融合发展,下一步要把“使市场在资源配置中起决定性作用”和“更好发挥政府作用”结合起来,政府努力做到既不缺位也不越位;把文化产业发展与经济社会发展转型结合起来,不断深化产业发展内涵、拓展产业发展外延;同时,把财政政策和产业、行业、金融政策结合起来,建立多部门联动机制,形成政策合力。

提升文化软实力,传播当代中国价值观

新疆歌舞剧《情暖天山》5月20日晚在国家大剧院上演。这部戏根据“感动中国”人物、新疆阿勒泰地区青河县维吾尔族老妈妈阿尼帕·阿力马洪抚养不同民族10个孤儿的真实故事改编而成,歌颂普通母亲和新疆各族群众之间传递的人间大爱。在此之前,这部戏曾在乌鲁

木齐和新疆基层乡镇演出63场,场场爆满,反响强烈。

核心价值观是文化软实力的灵魂。如何在文化建设中弘扬社会主义核心价值观,是时代赋予的重大课题。各级文化部门坚持以社会主义核心价值观为引领,将其贯穿融入文化建设全过程,体现在对艺术创作生产的引导、公共文化产品和服务的内容建设、中华民族优秀传统文化传承体系建设、推动文化产业的价值追求等方面。

与此同时,广大文艺工作者努力推动中华文化走出去,在世界上讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好“中国梦”,充分展示中国文化的独特魅力。

文化交流品牌越来越国际化,2013年海外“欢乐春节”活动在99个国家和地区的251个城市举办了380多项活动,吸引约3500万海外各阶层民众和华人华侨参与,在全球再掀“中国热”。正在运营的海外中国文化中心总数达到14个,不同国家、不同肤色、不同年龄的公众来到这里,深入体验东方文化魅力。

中华文化走出去呈现一大鲜明特征:文化贸易与文化交流“两条腿走路”。去年11月,中国对外文化集团公司与美国国际管理艺术集团签约,共同投资成立中美环球演艺股份有限公司。

双方在亚特兰大合作推出“天下华灯”项目,1个半月时间内吸引了20万美国观众,门票收入超过300万美元,为中国文化走进美国主流市场搭建了一个“直通车”平台。正如中国对外文化集团公司董事长兼总经理张宇所说:“只有赢得国际市场认可,才能真正有效实现中华文化的传播与影响。”

(新华社北京6月3日电)