

历史事实不容歪曲 侵略罪责岂能脱逃

湖南株洲

美丽乡村建设

在湖南省株洲市,云田村虽是乡村,却无禾苗庄稼;名为云田,却不见稻田阡陌。有的只是各式各样的苗木,铺展成满眼的绿。平整的水泥路在绿海中蜿蜒,路面不见丁点垃圾,农居嵌在绿荫里。

云田村人均耕地只有八分,地势高,缺水,粮食产量低,曾经非常贫困。城市化进程加快带来的绿化园林需求,为云田村提供了发展契机。上世纪90年代初,通过大户示范带动,当地政府引导农民种植花木,银行为种植花木的每户提供1万元无息贷款。经过20多年发展,云田从种植低端苗木,发展到高端园艺,所产花木不但满足株洲及周边城市绿化的需求,还卖到广东、浙江等地。

村民易永强家以前也只种田,仅够养家糊口。20多年前他开始种植花木,自己家的地全种了还不够,另租了20亩地,还成立了苗圃公司,先后买了两台小车。儿子易超跟着父亲学苗木种植、经营。许多外地客户通过网络联系业务,父亲不懂电脑,儿子帮忙操作,在网上发信息,给客户发邮件、报价,担当父亲的“电子商务”助理。易超的目标是自己建个网站,把家乡的苗木销得更远。

在村民易仕林的花卉种植基地,宽敞明亮的花卉大棚一个挨着一个。走进大棚,一排排钢架上,数万盆红掌开得正艳。棚顶的自动喷淋系统每隔几秒钟就喷下淡淡的水雾,给花海笼罩一层薄薄轻纱。“他在外县还有3000亩基地,产值已达上亿元。发家致富不忘回报家乡,这些年,易仕林至少捐了120万元支持村里的公益事业。”村党委副书记游铁钢介绍。

据介绍,现在的云田村,村民人均收入达2万多元。家家有汽车,个个是老板。村里的土地几乎全栽上了苗木,许多村民在外面租地发展种植基地,还带动了其他乡村发展。“以前,别人说云田是三句话:水是黄的,山是光的,路是烂的。现在夸我们也是三句话:水是清的,山是绿的,路是平的。我们修了15条乡村水泥路连通了村里704户,装了路灯,请了专门的保洁公司负责清扫。每家每户配备了垃圾箱。村里总是干净的。”

变样的不止村容村貌,还有村民生活。村里建起了“云田大舞台”,可看戏看电影,村民自己也可登台表演。株洲市公共自行车租赁服务站也通到了村里,电子卡轻轻一刷,骑上免费自行车,在林荫小道感受绿色出行。每天晚饭后,华灯初上,蛙声阵阵,三三两两结伴成行,沿着马路走上10来分钟,到方特欢乐世界广场上跳上一段广场舞,已成为云田村民的生活习惯。

依托方特欢乐世界每年超百万人次的客流,村里大力发展旅游休闲产业,建成了上档次的旺塘休闲基地,7家上规模的“农家乐”,举办了株洲市首届美食节……

发展花木种植和休闲产业,让云田村年收入过亿元。昔日的贫困村,今日的新型都市田园、“两型社会”综合配套改革试验区的前沿阵地,锦绣云田的幸福前景令人憧憬。

本报记者

刘麟

通讯员

张莉

本版编辑 张虎

贺新城

中国人民反抗外来侵略的斗争连绵不绝,而且随着时间的推移,抗日的比重越来越大,及至八年全国抗战,抗日成为中国人民全力以赴的重中之重。然而,中国的抗日绝不是无事生非,而是源于日本的侵华。近代以前中国为什么不抗日,因为日本尚蛰伏在自己的列岛之上。中国的抗日始于甲午战争,皆因日本夺台湾,占澎湖,割辽东,迫订《马关条约》,向中国开了刀。此后,日本侵华步步扩大,中国抗日浪潮亦不断高涨,直至中日战争全面爆发。如果日本不侵华,何来中国抗日?一部中日两国对立的史,就是日本肆虐在前,中国反抗在后的历史。如此清晰的因果关系,日本右翼却有意混淆,这已经不是缺乏历史常识所能解释的了,只能理解为心怀叵测。

再次,关于外交谈判问题。日本右翼声称,中国不遵循外交谈判渠道解决两国矛盾的行为,是造成中日关系恶化的一个重要原因。既然提到外交谈判问题,并将其上升到战争责任归属的高度去认识,那么,我们不妨看看是谁在破坏“游戏规则”。

随便打开一本日本出版的外交史著作,其中关于“双重外交”的内容比比皆是。所谓“双重外交”,指的就是日本军队在对外交往中扮演的霸王角色。一部近代中日关系史,就是一部日本对华恫吓、欺詐乃至兵戎相向的历史。在中日交涉中,中国一度抱着公理战胜强权的侥幸,近乎辱地希冀通过外交谈判来改善自己国家的悲惨处境。但结果是屡谈屡败,愈谈愈糟。1919年凡尔赛和会上,日本执意将中国排斥于山东问题的讨论之外,似乎山东问题与中国无关,继而又以拒绝在和约上签字为要挟,迫使和会承认由日本继承德国在山东的权益。1928年,南京国民政府期望用谈判的方式修改不平等条约,收回列强攫取的各项权利。岂料想,中国的外交努力刚刚展开,日本即开强火力狙击,甚至用武力鲸吞了整个东北,将中国经由外交谈判修改不平等条约的期望化为泡影。面对日本的霸道行径,中国期望国联来约束日本的侵略,将东北恢复到九一八事变前的状况。但是日本置中国的外交努力和国际社会斡旋于不顾,悍然成立伪“满洲国”,并干脆宣布退出国联,明白表示了拒绝以和平方式解决问题的立场。“谈判”不止于此:淞沪停战谈判,把中国在上海的驻军权给“谈”掉了;《塘沽协定》谈判,冀东北“谈”成了“非武装地区”;《秦土协定》《何梅协定》谈判,南京国民政府的势力被“谈”出了冀察,华北被“谈”成了“特殊地带”。谈来谈去,日本的权益与日俱增,中国的主权日趋萎缩。

时至今日,日本右翼还要为中国指出一条经由谈判收回国权的“光明大道”,真是虚伪到了极点。

三、混淆是非的“道义战争”观

“日本在日中战争中找到寻求什么?不是占有中国的国土,不是要统治中国……日本最大的愿望是建设一个安定统一的中国。”日本右翼在《大东亚战争的总结》一书中自问自答,为当年的那场侵略战争描绘为一切都是为了中国的“道义战争”。

首先看看日本是如何对待中国统一的。1928年,蒋介石南京政府为统一北方开始二次北伐,执意阻挠中国统一的日本出兵山东,横亘在国民党军的推进道路上,制造了“济南惨案”。当国民党军绕道北平津地区时,恼怒的日本政府双管齐下,一面警告南京:“如

借地等山东权益归还中国。岂料,日本借对德宣战之机出兵山东,随即在“二十一条”中强行索要与其“既得权益”毫无关系的山东权益。第三种是在扩大旧权益,攫取新权益之外,采取“跑马占地”的伎俩,要求为日本今后进一步扩大权益预留席位。日本在“二十一条”中提出:所有中国沿岸港湾及岛屿,一概不能让予或租予第三国;事关“满蒙”地区的铁路建设,无论是中国借款自建或是允准他国修建,均需事先征求日本同意;中国在福建地区筹办铁路、矿山及港口等,需要对外借款时,必须首先与日本协商;未经日本同意,中国不得将汉冶萍各矿及周围矿山对外开放……此类非经日本同意,就不得如何如何的规定,在“二十一条”中竟有七八条之多。“吃着碗里的,盯着锅里的”,用这句话来形容日本的贪婪,真是再贴切不过了。

“二十一条”是日本对华扩张的一个里程碑,但绝不是日本对华侵略的起点,更不是对华侵略的全部。从甲午战争到日本投降,类似“二十一条”性质的大大小小的对华“交涉”何止千百,其中没有一次不包含着日本对新权益的追求。唯其如此,日本在华权益方能一步步由中国的沿海沿边,推进到内陆腹地,方能从无到有,由小到大,膨胀为政治、经济、军事、外交、文化等等无所不包的庞大权益体系。事实上,包括“二十一条”在内的所有日本对华权益要求,一概都是以牺牲中国权益为前提的。日本得到的,就是中国丧失的,日本得到的愈多,中国的损失就愈惨重。这种将本国的利益建立在别国痛苦之上的行为,哪里有一丝一毫的正当性可言。

二、颠倒黑白的“中国责任”说

日本右翼为侵华战争翻案的又一个论点是“中国责任”。他们指责说:中国的赤化和北伐直接威胁了日本的实力范围;中国的抗日排日激化了中日矛盾;中国试图不通过合法的谈判方式解决不平等条约问题等等。一句话,中国应对两国交恶和战争负全责。三言两语之下,受害者竟成了罪魁祸首,而加害者却被洗刷得清清白白。事实胜于雄辩,还是让历史来说话吧。

首先,看看“赤化问题”。中国共产党成立于1921年,在此之前,中国不存在“赤化”问题,但日本仍然侵占了台湾,踏上了“满洲”,夺取了山东权益,提出了“二十一条”要求,并榨取了诸多对华权益。可见,以中国“赤化”为由开脱侵华罪责的说法至少在1921年以前是无法成立的。1921年中国共产党成立以后,其力量曾几度因反动势力的血腥镇压而陷入极度低迷的状况,但这并未减缓日本的侵华步伐,也未妨碍日本将其侵略锋芒指向那些坚决反共的政权。国民党南京政府成立后,奉行彻底的反共政策,但日本仍然出兵山东,制造“济南惨案”,武力阻止南京政府统一中国。秦系军阀张作霖坐镇北京时期,冲击苏联领事馆,捕杀中共领袖李大钊,反对“赤化”的立场不可谓不坚定,而日本为侵吞“满洲”,照样将其炸死在皇姑屯。对日本来说,不管是满清王朝、北洋军阀,还是国民党政府,无论他们与“赤化”是否沾边,中国都无法避免成为日本扩张的对象。所谓“赤化”问题,不过是日本大大小小的侵略借口中的一个,即便没有这个借口,日本也会炮制出其五花八门的借口。

其次,日本右翼推卸战争罪责的又一说法是“中国抗日排日”。不错,自鸦片战争起,

9月3日是中国人民抗日战争和世界反法西斯战争胜利的纪念日,是一个正义战胜邪恶的标志性日子。然而,诚如习近平主席所指出的,“日本一些政治组织和政治人物依然在矢口否认日军侵略的野蛮罪行,依然在执意参拜双手沾满鲜血的战犯亡灵,依然在发表美化侵略战争和殖民统治的言论,依然在藐视历史事实和国际正义,依然在挑战人类良知。”

日本国内否定当年侵略战争的逆流由来已久。作为日本右翼史观的集大成者,由105名国会议员组成的“历史研究委员会”,将各种美化侵略战争的言论集结出版,书名为《大东亚战争的总结》。该书将日本右翼的种种奇谈怪论概括为三个基本观点:日本的对外扩张旨在“维护正当权益”;中日战争的爆发缘于“中国责任”;日本进行的是“道义战争”。正是在这三个基本观点的支持下,形形色色的翻案论调才得以演绎和发挥,对华侵略的历史才被粉饰和歪曲。

回顾往事是痛苦的,然而,日本右翼颠倒是非,极尽侮辱中国人民之能事,一而再、再而三地揭开中国人民心灵深处的创伤,迫使中国人民不得不再次起而抗争,以便还历史一个清白,给世界一个公道。

一、损人利己的“正当权益”论

综观近代中日关系史,是一部日本不断向中国掠取“权益”的历史。对此,日本右翼一概视为“正当”,并以臭名昭著的“二十一条”为例,声称日本的权益要求,概因日本国土和资源贫乏,需要生存空间,稍微懂得日本扩张史的人都知道,上述言论并不新鲜,几乎贯穿于当年日本对外扩张的全过程。当日本羽翼初丰时,朝鲜被其视为赖以生存的必争之地;当日本发动“九一八”事变时,“满蒙”被视为日本存亡绝续的“生命线”;当日本染指华北时,华北又成了日本必须不可或缺“特殊地带”……直到发动太平洋战争,占据整个东南亚时,日本口中念叨的仍是生存的基本需要。在这个过程中,日本鲸吞的地区几乎是几何级数翻倍扩大,但为之辩护的理由却始终如一:日本的生存需要。这不能不使人疑惑地问一问:日本的生存所需何日何地才是尽头?

日本右翼声称,“二十一条”要求不过是想巩固既得权益,并非要求什么新的权益。实际上,衡量“二十一条”以及日本对华提出的其他要求是否正当,标准不在于这些要求的“新”或“旧”。日本右翼所说的“既得权益”无非是指近代以来,日本追随西方列强,通过一系列不平等条约而从中国攫取的诸多权益,其不平等性早已为世人所公认。一种既得权益本身是就是侵略的产物,企图巩固它的要求又何谈其正当呢?

至于“二十一条”并非要求什么新权益,更是日本右翼的信口雌黄。在日本侵华过程中,“二十一条”之所以声名狼藉,皆因其是巧取豪夺的经典,表现出日本在扩大对华权益上的极度贪婪。翻翻“二十一条”的条款就会发现,日本索取权益的方法大致分为以下几种:第一种是以“既得权益”为依托,将其进一步发展扩大,赋予其新的内容。例如,日本提出要将旅顺大连及南满铁路的租借期由25年延长为99年。试问,这74年时间差是“既得权益”呢,还是新的索取?第二种索取法则与“既得权益”根本不搭界,纯属巧立名目的新掠夺,比如山东权益问题。第一次世界大战爆发时,德国表示愿将胶州湾租

中国广告协会“CNAА I”、“CNAА II”、“CNAА III”证明商标使用公告(第一批)

使用中国广告协会“CNAА I”证明商标企业名单	厦门市路桥广告有限公司 厦门市佰诚设计装饰有限公司 厦门市唐码博美广告有限公司 厦门威扬广告有限公司 福建指南针广告有限公司 九龙宝典传媒集团有限公司 福建锦绣集团 景德镇大象文化传媒有限公司 江西注意力传媒有限公司 山东弘盛文化艺术传媒有限公司 山东百易广告有限公司 山东新之航文化传媒有限公司 山东宏宇文化传媒有限公司 山东迅华传媒广告有限公司 湖北诚信广告装饰工程有限公司 湖北长江广电广告有限公司 黄石东盛传媒集团有限公司 湖北楚世德露传媒有限公司 武汉华威广告有限公司 武汉昌隆广告有限公司 深圳市高速广告有限公司 海南白马广告媒体投资有限公司 重庆市加米广告有限公司 重庆唐码文化传媒有限公司 四川省北辰广告有限公司 四川博瑞眼视光传媒有限公司 成都经典视线广告传媒有限公司 贵州省天马传媒有限公司 陕西翔翔广告装饰有限责任公司	数字营销类 互动通图信息技术有限公司	使用中国广告协会“CNAА II”证明商标企业名单	安徽省中磊文化传媒有限公司 安徽视平线文化传播有限公司 安徽引航人广告标识有限公司 安徽巨鹰广告有限责任公司 淮北市韩氏华通实业有限公司 安徽东方龙源广告有限公司 安徽伯瑞广告广告有限公司 宣城新艺装饰广告有限公司 安徽山川经济文化发展有限公司 安徽三毛文化传媒有限公司 安徽汇通传媒有限公司 淮南市新宇文化传媒有限公司 安徽省春房广告有限公司 江西省赣风堂广告传媒有限公司 上饶市汉唐广告装饰有限公司 景德镇百花广告有限公司 江西通远传媒有限公司 江西普城广告装饰有限公司 上饶市创世纪实业有限公司 东营市宏远广告装饰有限责任公司 青岛鑫圆广告有限公司 山东新波浪动漫科技有限公司 烟台赛宝装饰有限公司 山东美图文化传媒有限公司 山东华泰信息技术有限公司 常州市美术广告公司 潍坊市艺广告装璜有限公司 郑州铁利达广告有限公司 河南新東方广告发展有限公司 河南省地平线广告有限公司 洛阳市烽火广告有限公司 河南宏成广告有限公司 湖北联城置业广告策划有限公司 湖北文龙广告有限公司 汉川市联合广告传媒有限公司 湖北人为文化传播有限公司 宜昌市劲松广告装饰有限责任公司 黄石电力集团装饰广告有限公司 湖北风驰装饰装璜广告有限公司 随州市神农广告广告有限公司 宜昌永隆广告传媒有限责任公司 恩施州超力广告有限公司 鄂州市金鹰广告有限公司 荆门市环宇广告广告有限公司 衡水市嘉和传媒广告有限公司 浙江会稽山广告传媒有限公司 安徽原点广告传媒有限公司 安徽省中桥博瑞广告有限公司 潜山县昌歌广告有限公司 安徽中彩广告有限公司	湖北花坛广告装饰有限公司 咸宁市乘风广告装饰有限责任公司 怀化市中兴广告艺术有限公司 阳江市游艺印象广告有限公司 江门市万捷广告策划有限公司 南方电视传媒有限公司 四川省雅典广告传媒有限公司 广东博艺广告有限公司 常州市伟业广告有限公司 安顺徽蓝图广告传媒有限公司 黔南同兴广告有限责任公司 媒体服务类 北京佳特尔特文化传媒有限公司 北京紫阳东升广告有限公司 天津市晓耀广告传播有限公司 太原汪氏广告有限公司 运城市京锦消费广场广告有限公司 吉林省小路新行广告有限公司 吉林百分百广告有限公司 黑龙江省扬名广告传媒有限公司 富锦县瑞德广告传媒有限责任公司 齐齐哈尔盛达广告传媒有限公司 黑龙江省咏大文化传播有限责任公司 黑龙江广电广告有限公司 上海大众洋行广告有限公司 上海中天广告传媒有限公司 江苏天人合一传媒有限公司 常州三有广告有限公司 泰州时尚生活广告传播有限公司 东莞市大宝广告有限公司 南京华泽广告传媒有限公司 宁波红星传媒股份有限公司 瑞安日报有限公司 长兴广电广告有限公司 浙江广电广告传媒有限公司 义乌市恒风广告传媒有限公司 台州银河传媒有限公司 台州神商居文化传播有限公司 安徽和商文化传媒有限公司 芜湖市公共交通运输集团有限公司 黔南州华晨广告有限公司 漳州天成广告传媒有限公司 江西省融融文化传播有限公司 山东金鲁公交广告有限公司 青岛正业广告礼仪有限公司 潍坊市长城广告有限公司 日照城市印象传媒有限公司 湖北鸿志广告传媒有限公司 武汉凯信天下巴士广告有限公司 武汉四海一家广告有限公司	浙江汇宝广告有限公司 江西灵诺广告有限公司 安徽省中马投资发展有限公司 马鞍山恒华广告装饰有限责任公司 安徽智恒文化传媒有限公司 安徽省森源广告装饰有限公司 马鞍山高迪广告经营有限公司 马鞍山市大洋广告有限公司 铜陵市动脑会展服务有限公司 和县五彩文化传媒有限公司 青岛双龙广告有限责任公司 荆州市鑫桥建设开发有限公司 黔东南州鸿森广告策划有限公司 媒体服务类 无锡锐众广告有限公司 温州市博扬广告传媒有限公司 湖州品博广告有限公司 长兴今日报业广告有限公司 安吉县广告策划中心 湖州新曦广告广告有限公司 安吉县金点广告有限公司 永康市魅忠广告装饰有限公司 浙江壹加壹广告装璜有限公司 台州蓝天广告装璜有限公司 磐安县美装广告有限公司 设计制作类 安徽省宏艺工贸有限公司 江西永祥广告装饰有限公司 宜昌市雨铁广告装饰有限责任公司 宜昌五彩广告传媒有限公司 武汉钰轩广告有限公司 武汉尚美整合广告有限公司 长沙二华广告商贸有限公司 长沙湘杰标识设计服务有限公司 湖南美景创意标识服务有限公司 广东嘉年华广告有限公司 黔南州广告有限公司 黔南支店广告有限公司 黔南金太阳广告有限公司 安顺市美时广告有限公司 永康灵动广告有限公司 设计制作类 上海知行广告有限公司 上海博格广告有限公司 江苏德耀隆广告传媒有限公司 泰州时代广告传媒有限公司 南通市中天广告有限公司 连云港市时代广告有限公司 杭州网越国际传媒有限公司 杭州互联网文化艺术传媒有限公司 绍兴城市广场广告装璜有限公司 湖州金乐广告有限公司 德清凯悦文化传媒有限公司 安吉左右广告有限公司 浙江康美时广告有限公司 宁波市凯里广告有限公司 浙江三合商务创意有限公司 舟山市高远广告有限公司 济南市创意广告有限公司 南宁市兆庆广告有限公司 温州市春华广告装饰有限公司 漳州卓德飞扬传媒广告有限公司 达州市海韵广告有限公司 眉山市凯里广告有限公司 贵州省贵阳市公共交通总公司 宁夏中天广告传媒有限公司
---------------------------------	--	------------------------------	----------------------------------	--	--	--