

让古村落焕发新活力

□贾合祥

当美好的爱情与文明婚俗双向奔赴,会有怎样的浪漫?当沉默的古村与现代的理念激情碰撞,会迸发怎样的活力?当中华优秀传统文化与新时代文明风尚相结合,会产生怎样的火花?走进山西省晋城市高平市苏庄村找答案,看古村有“喜”处处新。

地上文物看山西。在山西省,现存古村落约3500处,中国传统村落整整550个。换言之,全国每12个传统村落,就有1个在山西;全省每49个行政村里面,就有1个是中国传统村落。这一座座古香古色的古村落,犹如一颗颗耀眼夺目的明珠洒落在表里山河上,承载着三晋大地上风霜雨雪中的岁月变迁和袅袅炊烟里的风土人情。今天,如何让这些古村落焕发出新活力?读中国文明网发布的文章《古村有“喜”处处新》,可给我们以启示。

让古村落焕发新活力,须在积极“传承”上下功夫。中华民族之所以五千年文明不断流,只因在漫长的历史发展中,形成了许多可代代传承的传统美德,包括家风家传,这在高平市苏庄村的习俗里可见一斑。如今,古村苏庄已成为许多青年喜结连理的向往地,仅今年8

月1日和8月10日两天,就分别举办了八对军人夫妻和“爱在七夕缘结喜镇”2024山西省百对优秀职工两场集体婚礼……许多青年慕名来此举办喜气浪漫的婚礼,既减少了奢侈浪费,又增加了仪式感。在这里,特别是能够感受到古村代代相传的贾氏“忠、孝、耕、读”“戒酗酒、戒赌博、戒宿娼、戒专利”八条家训,这正是对优良传统美德与家风家训的传承,正是今天大兴社会主义文明新风尚所需要的。

让古村落焕发新活力,须在努力“焕新”上做文章。还说高平市苏庄村,现有保存完好的古院落24座,可谓一座活化的古建筑博物馆。苏庄村,为何又被称为“喜镇苏庄”?据《高平县志》记载,公元445年,北魏太武帝拓跋焘亲临泫氏(高平)县赏连理树,苏庄村就是连理树的所在地。依托其深厚的“喜”渊源,2021年初,高平市围绕中国传统婚俗文化和“喜”文化元素,开发明清古院落及周边古街道,并冠名“喜镇”。由此以来,古村苏庄无处不飞红、不见喜,不仅村容村貌焕然一新,还有婚俗展览及实景演出、互动体验,招徕着很游客来此感受“喜庆”氛围,结婚登记、酒席预定、民宿洞房,一站式婚礼服务,

更让苏庄村成为热门的婚礼举办地。太行人家、喜镇苏庄,古今融合、面目焕新,也为村民开创出一条致富新路。

让古村落焕发新活力,须在赋新“发展”上见成效。文物古建是宝贵的不可再生资源,必须精心保护,而与时俱进赋予其新的内涵,让其活起来、火起来更重要。再看高平市苏庄村,深入挖掘地方传统文化特色,打造特色主题活动,如举办“戏聚高平”“播响中华”中国梆子大会、打造庭院沉浸式体验剧《小二黑结婚》、开展各种节庆活动等等,各项活动如火如荼,吸引了当地和域外众多游客来此沉浸式“打卡”。仅2024年春节,就接待来自全国各地的游客共计70.48万人次,总收入超千万,解决临时就业500余人。传统文化与现代文明相融合,在这里得到了新表达,更带动了古村的振兴发展。

每座古村落都是一部厚重的书,其中蕴含的活力是巨大的。高平市苏庄村的实践告诉我们,保护传统村落事关乡村振兴的大计。唯有使发展和保护的理念互融共通,才能守护好我们的乡愁,留住我们的根。

漫谈

村民小事记心头

□杨沁萱

在乡村的日常生活中,一些看似很小的事情,实则会给村民生产生活带来大影响。一根小小的限高杆,一处限宽的石墩子,出于保护公路的目的,没承想影响了粮食果蔬的种植销售;农村公路上一个小小的会车点,却成了车辆畅通无阻的关键点;一条灌溉渠的长短宽窄,一条排水渠的畅通与否,也牵连着村民田间地头的生计……理顺了这些小事,村里的生产生活也就顺了。

村民的小事,干部心头的大事。为群众服务,帮群众解决困难,干部首先得把心态摆正,始终怀有一颗为民的真心,想群众所想,急群众所急,把群众的事情当作自己的事情记挂着。日常工作中,干部得多往村里跑一跑,多去老乡家里坐一坐,多和村民聊一聊,真正了解村民在生产生活中的难点,摸清问题,找准堵点,做到心中有数。

帮群众解决急难愁盼,得注重群众的获得感。凡事多站在群众角度想一想,村里的路该怎么修,才更畅通便利;街道的灯该怎么装,才能让村里在夜里更明亮;灌溉渠该怎么修建和维护好,才更有利于农业生产;村里的基础设施怎么建好又用好,等等。这一桩桩小事办好了,也就给村民的生产生活帮了大忙,筑牢了乡亲们创造美好生活的基石。

值得注意的是,干部在解决问题时,得注重系统观念,讲究方法论,不能因为解决一个问题,而又产生了另一个新问题。这就要求干部在为群众办实事解难题时,多从细处着眼,考虑周密详细,及时关注群众感受和反馈,把好事办到群众心坎里。解决一个个小问题,办成一件件小实事,日积月累,村民的日子何愁不越来越好、越来越红火。

(据《人民日报》)

攥指成拳 建设农业品牌

□张辉

前不久,福建首次授权使用“福农优品”品牌标识,闽侯橄榄、华安坪山柚、德化梨等70个农产品区域公用品牌入选。

放眼全国,许多省份都有得天独厚的生态环境、不可多得的农业多样性资源。但仍有许多农业单品面临“有品无牌”或品牌“多而散、小而弱”的局面。尽管特色鲜明、品质不俗,社会认可度却比较有限。培育农业品牌,周期长、投入大,光靠单打独斗,难免力有不逮,需要系统谋划、区域协同,攥指成拳、形

成合力。

“福农优品”解决的正是这个问题。2022年以来,福建通过培育覆盖全区域、全品类、全产业链的省级农产品区域公用品牌,带动市县乡区域品牌,提升福建农产品的整体竞争力与品牌影响力。得益于此,那些曾经“藏在深闺人未识”的特色农产品有了更多曝光机会。数据显示,“福农优品”已在高速公路服务区、加油站等开设销售专区270多个,覆盖省内70多个县

(市、区)324个品牌3000余款产品,销售额突破30亿元。

农产品本身具有极强的地域性。农业品牌应当是地域文化的载体,能展示产品背后独具特色的产地生态、历久弥新的人文历史、各美其美的风土人情。只有讲好品牌故事,农业品牌才能真正拥有打动人心的力量。同时,还应该跳出农业看农业,在延伸农业产业链、拓展农业多种功能上做文章,让农业品牌在推动农业现代化上发挥更大作用。

让更多农民坐进农学堂

□孟亚生

最近,泰州市姜堰区55名农民通过两年半时间的系统学习,经考核后获得江苏农牧科技职业学院颁发的国家承认的大专文凭,成为该区首批由政府资助培养的既懂专业知识又具备职业技能的现代农业发展带头人。

乡村振兴,关键在人。与传统农业相比,现代农业既需要有一定理论功底的专业人才,也需要有一定实践经验、懂种养技术的乡土人才。人才一方面需要“外引”,通过优惠政策引导城市人才下乡、大学生回乡;另一方面更要“内育”,通过精准培训,把更多乡土工匠、种养大户、种田能手培养成为发展引路人、产业带头人、政策明白人。泰州市姜堰区的做法,为有效培养有知识、有文化、懂技术的新型乡土人才,起到了很好的示范作用。

让职业农民上大学学习量身定制的课程,使其成为高素质的新型职业农民,可以有效弥补乡村人才不足。而且这些新型农民土生土长,对农村的自然禀赋、民风民情有着很深的了解,更易得到乡亲们的信任。他们将所学的知识、掌握的技术传授给家乡群众,可以有效推动乡村发展特色产业,让更多农民挑上“金扁担”。这些新型农民对农业、农村、农民有感情、有情怀,成为留得住、能管用的稳定的乡村人才队伍。因此,各地不妨通过学费补贴、助学金补助、奖学金激励等方法,让更多职业农民入校深造。

这些入校学习的新型农民,除了学习农业科技知识,还承担着耕种、养殖等农活。因此,有关学校可采取灵活弹性的学制,采取线上、线下课堂结合的方法教学,解决好生产与学习、大规模教学与个性化学习相矛盾的问题。既可以把课堂放在教室,也可以把课堂移到田间地头,让学员现场学习农业新理念、新技术、新模式,开展创业体验,切实提升实践能力。

莫让农村“智慧管理”变了味

□孙梦萍

前不久,中部某地引入智慧管理系统App,其本意是借助信息化手段,帮助相关部门发现线索解决问题,更好地服务农村居民生产生活需要。然而实际情况是,当地村庄留守老人多,有的老人就算装了App也不会用,在排名考核的倒逼下,基层干部不得不千方百计来凑数量,实际上变成了App推广和考核排名“大战”。甚至一些干部反映,哪怕他们通过App上报了问题,最后还是属地自己解决问题。凡此种种,基层干部没有成就感,群众没有获得感。

解决群众急难愁盼问题是干部应有之责,数字时代,用新技术、新手段服务群众的思路并不为错。但要注意,智慧管理系统App的研发、推广、管理不能脱离实际,倘若

群众用不好、用不惯,再“智慧”的技术也摆脱不了形式主义的嫌疑,反倒徒增基层负担。更何况,这类智慧管理系统的引进也要花上不小一笔钱,如果前期没有做好充分调研,系统上线后才发现使用效果不佳,这些钱岂不就打了水漂?推进乡村全面振兴,要花钱的地方有很多,钱更要花在刀刃上。在决定“上马”推广类似智慧管理系统App的新项目、新技术时,就要充分考虑农村地区的实际情况和当地群众的具体需求,选择易于操作、贴近群众生活的应用项目,并通过培训、指导等方式帮助群众掌握使用方法,不断优化和完善服务内容,确保智慧管理能够真正贴近民心、服务民生。

另外,各级干部应当树立正

确的政绩观,摒弃把精力放到“虚功”上的做法,从根本上杜绝变味智慧管理系统App推广行为。在评价干部工作成效时,应更加注重治理实效,将群众满意度作为衡量工作成效的重要标尺,而非单纯依赖推广使用率、问题上报量来评判,多鼓励干部真正沉下心来为群众办实事、解难题。

此外,要加大监督与问责力度。对于在智慧管理类系统App推广过程中出现的形式主义、官僚主义等“顽疾”,要坚决予以查处和纠正,并追究相关责任人的责任。只有让制度长出牙齿、形成有效的震慑力,才能避免形式主义在智慧管理中的泛滥,确保智慧管理真正用得上、能管用。