



点亮乡村那盏灯

□ 瞿长福

提升村民精神生活、丰富村民文化生活,其实是个“技术活”,必须把“好心”和“实招”绑在一起,才能开花结果

同样的一幕,我在鲁南地区也见过,不过,剧情却反转了。那是初冬,凉意已浓,在小镇边上的一个村子里,小广场上灯火通明,穿着红红绿绿的村民且歌且舞、热火朝天,跳舞的男女老少都有,当然上年岁的人更多,看热闹的吧小广场围得水泄不通。领头的老太太说,她退休回村后就牵头组了个歌舞队,节目自编自演,每晚都活动,镇里还给了些经费支持,现在村里人一黑天就等着来广场活动。这个歌舞队的影子一直留在我的脑子里,好几年过去,还能想见他们热热闹闹吹拉弹唱的模样。我时常想,他们的文化生活为什么就充满欢歌笑语,并且美美与共呢?这里面可能各有各的基因与道,不过有两点似乎是共同的。其一,他们有一位热心的领头人。乡村的事就是这样,即使大家都想做或者都有需求,如果没有人牵头、带动、推动,还是难以启动。其二,政府部门的具体支持

很精准,点到了“穴位”。这个歌舞队就是因为得到了最需要的经费扶持才得以一路走来不停歇。

这使我联想到另外一幅场景。这些年,各地都建了许多乡村“农家书屋”,从西部的青海四川、中部的江西湖北,到东部的江苏浙江,“农家书屋”几乎是新农村建设的标配。书屋大多建在村委会,有的专门有阅览室,有的书架和书桌都放在一起,但真正去读书、借书的村民很少,许多书屋、书桌都成了一种摆设,遇上上级检查或者记者采访时,有些书屋会做一些适当安排。

“好心的书屋”为什么没有得到应有的回报?很重要的原因,没有打到“靶心”。从“书屋”来看,放什么书就耐人琢磨。以为村民要看的书除了种植养殖、防病治虫,就是邻里纠纷婆媳长短之类,其实村民阅读的需求已经多样化,许多村民即使承包地没有流

转,农活也都靠专业服务队解决了。需要这些技术的“大户”“蓝领”又各有技术渠道,更别再说现在电子阅读网络互通让村民也可足不出户了。

平心而论,这些年为了繁荣乡村文化,各级各地相关部门想了很多辙,乡村的夜晚不再“咋就那么长”。但现实中,提升村民精神生活、丰富村民文化生活,其实是个“技术活”,必须把“好心”和“实招”绑在一起,才能开花结果。

比如村民有文化生活的内在需求,这种需求要转化为自觉自发的行动,就要有人组织、推动、引导。谁是这个组织者、引领者?除了“乡村能人”的自觉,除了“文化下乡”“大戏下乡”的点缀,真正从机制上有保障、行动上有力有利也能持久见效的,就是农村党支部这个离村民最近的“堡垒”。只有农村党支部切实把繁荣乡村文化生活作为分内之责,去抓、去推,才可能久久为功。而政府部门的具体支持扶持,更要瞄准“靶心”,对准“穴位”,雪中送炭,关键处着力。

所以,点亮乡村文化这盏灯,还需要共同持久努力。



我们为什么

要学英语

□ 余颖

中国要与其他国家深化交流与合作,提升英语熟练度是必要的

我们为什么要学英语,现在可能有最有发言权的答案:通过一项涉及80个非英语母语的国家地区,共有逾100万人参与的测试,国际英语培训机构英孚最近发布了《2017英语熟练度报告》,显示一个国家的英语水平越高,生活品质越高、平均总收入也越高。例如,非英语母语国家中,英语熟练程度较高的新西兰、瑞士、丹麦、挪威、新加坡等国,在联合国发布的人类发展指数(包括经商便利度、经济发展程度、人均可预期寿命等)排位也较高。

同时,英语的熟练度和国家的创新能力也是相关的。从每百万人口的科研人员占比和研发支出占GDP比重指数来看,同样呈现出英语越“溜”,能力越强。

如果把目光聚集到中国,经济社会发展与英语熟练度呈现出更加明显的联动。十八大以来的5年,是中国经济社会发展取得显著成就的5年。同时这5年也是中国英语熟练水平稳步上升的5年,2017年国人英语熟练程度已经在80个国家和地区里排名36,比去年的成绩提升了3位,创下新高,并且从低熟练度水平逼近中等熟练度水平,接近南非、法国、意大利。要知道,这些国家要么是被英语国家殖民过,要么是离英语母语国家最近的欧洲国家,英语基础远胜于中国。

其实在2014年、2015年,社会有种误读,认为高考改革后不考英语了,英语学习就不那么重要了。所以那两年国人英语熟练程度明显下滑,但近年来我国提出的“一带一路”倡议深入人心,中国国际影响力迅速提升,金砖国家会议、G20峰会、APEC等国际会议都选择在中国召开,带动国民英语学习热情迅速上涨。

目前,我国有5个城市及省份进入了中等熟练度,排名依次是上海、香港、北京、天津和福建,其中福建省是今年唯一一个新进入中等熟练度的省份。回顾过去5年的数据,会发现福建在今年简直是飞跃,其背后的原因就是2015年国家确立福建成为“海上丝绸之路”的核心发展区,再加上今年6月,金砖国际会议在厦门召开。政策的倾斜使得福建的开放程度加深,居民对英语热情高涨。

毫无疑问,学习汉语的人越来越多,但英语未来的重要性也不会削弱。全球化时代,商品和服务都以前所未有的速度在世界范围内流通,要积极参与到全球化资源和服务的流通中,对国际语言英语的熟练使用是必要技能,而且在“一带一路”倡议下,中国要与其他国家深化交流与合作,提升英语熟练度也是必要的。

从学术刊物到推特内容和TED演讲,都以压倒性的比例使用英语。较高的英语熟练水平使得阅读原始科研论文、开展国际合作、引进海外人才以及参加会议更加容易,世界范围内的科技成果交流也更加通畅,从而产生更多创新成果,因此,较高的英语熟练水平还是加强科技创新,实现“中国制造2025”的助推器。

中国历史悠长,有很多优秀文化值得与世界分享,而中国文化要走出国门,也必须掌握好英语这门世界语言,才能讲好中国故事。

这对当前中国英语教学提出了挑战。长期以来,我国学生的英语实际应用能力薄弱,笔头答题强,开口往往是哑巴英语。利用新兴技术改变英语教学方式、充实英语师资力量、提升高等教育国际化水平、推进成人英语培训,可能是提升英语水平有效方式。不过那些盼望着取消英语考试的学生恐怕不得不失望了——英语还是要学、要考的。



做个

理性消费者

文艺,正

□ 刘希

在绘制出新时代崭新美好的中国色彩。

临近“双11”,朋友们都在忙着往购物车里加东西,有个朋友透露了一下,说她购物车里的物品,加起来要两万多。我吓了一跳,打开我的购物车,除了两套孩子的衣服,一点五谷杂粮,再就是一张老妈心仪了很久按摩椅,我看着我的购物车,满意地笑了。

几年前,我也曾迷上了网购,不要钱似的,大件小件全往家搬。那时候没有七天无理由退货,也没有运费险,买回来的东西,不满意要跟商家解释半天,心疼退货费不说,退货程序还烦琐,想想暂时虽然用不上,说不定以后用得着,再加上有些小件价格也不贵,就留下来了。

起初总是以为,趁着商家搞活动囤物品就是省钱,碰到买二送一、买三送一的促销活动,绝对不会放过。于是,重复地买了好多不必要的东西。特别是逢上店家搞秒杀活动,心想着比平时便宜很多,巴不得全买回来,谁知道,很多东西买来根本没用过,有些东西,放着放着就过期了。

去年夏天,一个朋友自己在朋友圈里晒她自做的蛋糕,我心血来潮,按她提供给我的链接,将那款烤箱买了回来。烤了几次后,我对自己动手做蛋糕就生厌了,烤箱被搁置起来。后来,同事说用破壁机打豆浆都不用过滤,我也买了破壁机。买回来后,感觉效果不错。但一个星期之后,我就不爱打豆浆了。孩子们也不爱喝了,破壁机也被我搁置起来。再看看我家里的电锅、电水壶、电饭煲、酸奶机、电煎锅、电火锅,一样一样全搁在储物间,沾满了厚厚的灰尘。

去年“双11”前夕,我心想着搞活动便宜,多买点,买完再货比三家,该退的退。于是,洗发水、擦脸霜、保暖衣、大衣都是大堆大堆地买。可买回来后,比来比去,各有各的优势,都舍不得退,结果,钱花了不少,东西买了不少,用上的却没几件。

今年春天的时候,我整理家务时,从储物间,床头柜里,旧皮箱里翻出好多物品来,才发现那几年自己买得实在有点多,花了很多冤枉钱,于是就对自己爱检查的心理开始检讨。我发现,打开衣柜,喜欢穿的衣服没有那几件,打开橱柜,喜欢用的碗碟也就那几套,常用的物品并不多,于是开始节制购买的欲望,理性消费,不再囤货了。即使是生活必需品,也是用完再买。既节省空间,又不浪费,何乐而不为呢?

逐渐地,我家梳妆台上的瓶瓶罐罐少了,杂物间也空旷了很多。我养成了理性购物的好习惯,也被人夸奖的次数少了,家里的存款也多了起来。



消费型

阅读和积累

型阅读冷热

不均的情况,

长期没有得

到解决

消费型

阅读和积累

型阅读冷热

不均的情况,

长期没有得

到解决

以文艺滋养美好生活

□ 何美

的剧中人。

文艺,正在绘制出崭新美好的中国色彩。从硬件到软件,从科技到文艺,从精英到大众,从物质到精神,文艺价值强势回归,中华美学焕发新机。

“美好生活”“美好未来”“美丽中国”……党的十九大报告,3.2万字中,27次提到“美”,16次提到“美好”,8次提到“美丽”。这么多“美”的字眼,读来倍感欣喜而温暖。文化与美最相关、最契合。我们注意到,“坚定文化自信,推动社会主义文化繁荣兴盛”,在报告里占了较大篇幅。党的十九大报告将文化的地位和作用提升到一个全新高度。

今天,文艺建设需要更多承载和担当,对中国文艺思想理论、创作实践和价值功能的呼声激荡:

在文艺理论上,探讨和破解文艺与生活、文艺与时代、文艺与市场、批评的标准与方法等文艺难题、理论要

点的各种观点相互碰撞。

在创作实践上,艺术家不断着力锻造精品力作。在掌握讲好故事的能力、树立创作史诗的雄心、强化现实主义创作的过程中,不断推出《战狼2》《蒙太奇》等讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作,形成艺术共振。“树三讲”“去三俗”,树立讲品位、讲格调、讲责任的创作风气,自觉抵制低俗、庸俗、媚俗之风。

在价值功能上,注重发挥文艺独特作用。在文艺扶贫与扶志、扶智相结合,在文艺与旅游资源的对接,在文艺关爱农村留守儿童和妇女、老年人关爱服务体系等方面,文化正在发挥越来越重要的作用。

汇聚文艺力量,助力民族复兴。让文艺理论、文艺创作、文艺治理、艺术产业、艺术教育、艺术传媒与艺术遗产等遍地开花,从繁荣现在到璀璨未来,让中华美学、美丽中国焕发勃勃生机。

公益宣传还要走心

□ 陶然

识,获得了很好的宣传效果。

大众消防安全意识的提高需要正确引导,但是以什么样的方式宣传才能让人入脑入心呢?公安部消防局于8月份开始部署“全民消防我代言”大型公益活动,动员各地具有高度责任感和广泛影响力的公众人物以及有代表性的社会各界人士为消防安全代言。朴实生动的群众语言取代了空洞的口号式标语或不走心的群发短信。事实证明,这种动之以情、晓之以理的讲述方式远比简单粗暴的灌输更令群众买账。

据全国国民消防安全素质调查显示,民众对消防知识知晓率不足30%。从火灾原因看,80%的火灾是人为因素造成的;从重特大火灾人员伤亡看,多数是因公众缺乏消防安全常识和逃生自救能力所致。全民消防

就应该全民参与,从这一点来看,“全民消防我代言”活动选对了主角。

给老百姓看的东西就是要贴近生活,好懂好记才能引起共鸣,有效传播。“全民消防我代言”公益海报把官方话语转化为民间语言,把专业术语转化为生活语言,亲切自然、通俗易懂。这些海报充分发挥了人民群众的主体作用和参与热情,让消防意识潜移默化深入人心。

公益广告怎样做才能实现真正的推广?这其实是一个值得深入研究的课题。好言好语也需要有好的形式,好的宣传应该充分考虑到民众的接受感,把好事做到老百姓身边去,好话说到老百姓的心里去,多用群众耳熟能详的语言,普遍认可的道理,往往起到事半功倍、润物无声的效果,这样的宣传也更富有生命力。

提升阅读的“恩格尔系数”

□ 周慧虹

书。主要功能是为读者提供思想,为社会积累文化。这两种书籍,生活中固然都离不开,但应有个适当的比例。据梁衡观察,这两种书籍的出版偏比例失衡,消费型图书出版得太多,被摆在了书店的显眼位置,相反,积累型图书得不到应有重视,多被安置在书店的偏僻处,数量也极少。

与两类出版物相对应,是读者的两种阅读。一种是消费型阅读,满足人们对日常生活知识的需求;一种是积累型阅读,它培养人的世界观、审美能力和创新能力,这对一个人的全面发展必不可缺。两类出版物的冷热不均,折射出积累型阅读的不足,无论对个人还是社会,都将带来不利影响。

梁衡撰文指陈“两类出版、两种阅读”,距今已经十多年了,不过,目前来看,情况似乎变化不大。而且,还需指

出的是,随着移动网络信息技术的飞速发展,随着新媒体的异军突起,消费型图书及其阅读量还在继续增加。因此,作为阅读“恩格尔系数”进行衡量,结果肯定不能让人满意。

近年来,为了营造书香社会氛围,提升全民阅读质量,党和国家自上而下相继实施了不少惠民政策,采取了一系列助推举措。虽然收到了一定效果,可国民阅读现状与我国的经济发展程度相比,依然存在差距。繁荣兴盛的社会主义文化需要高品质国民阅读提供助力。党和国家在为增强大众的每一位获得感尽可能地创造条件,作为每一位个人,应该主动跟上时代的脚步,努力使自己爱上阅读,并且以实际行动逐渐提升个人的阅读“恩格尔系数”。诚若是,书香助益下的个人与民族,都将迎来愈益美好的未来。