

村庄规划不能“墙上挂挂”

乔金亮

乡村振兴,规划先行。日前,习近平总书记^①在山东考察时指出,全面推进乡村振兴,提高村庄规划编制质量和实效。自然资源部、中央农办也已联合印发文件,提出及时纠正一些地方村庄规划编制盲目追求全覆盖、脱离实际、实用性不强等问题和倾向。

村庄规划,不同于村里的产业规划、旅游规划、文创产品规划等,是国土空间规划体系中乡村地区的法定规划,乡村各类空间开发建设活动要实施规划许可管理。村庄规划也是“多规合一”的规划,要通盘考虑土地利用、产业发展、居民点布局、生态保护和历史文化传承。

“规划规划,墙上挂挂”,这句话反映出一些村庄的规划之痛。原因在于脱离实际、水土不服,难以起到指导作用,具体可分三种情形。一是规划编制没有充分考虑土地利用、产业发展、风貌保护等现实要求,有的还互相“打架”,导致规划建设两张皮。二是盲目追求村庄规划全覆盖,导致有的照搬城市做法,有的照抄其他地区,规划不少但质量不高。三是没能有效发动村民参与,没能充分体现

村民诉求,甚至存在“换一任领导,换一套规划”的情况。

规划应追求能用、管用、好用,而不是为了规划而规划。长远看总体看,村庄发展需要规划,但不必强求编制节奏的一律。要坚持有序推进、务实规划,重点推进有需求和条件的村庄编制,不宜下达完成指标和时限。建设项目多、保护需求多的村庄可编制内容较详细的规划。人口流出多、建设任务少的村庄则应编制成本较低的通则式规划。形式上,既可单独编制,也可多个村庄合并编制,或与乡镇级规划联合编制。

比节奏更重要的,是加强规划的科学性、前瞻性,使规划与建设有效联动。这就要求规划编制适应乡村发展演变规律。例如,城镇化进程中,很多村庄会发展壮大,也有的会融入城镇或搬迁撤并。村庄规划就要适应人口结构、社会形态、生产生活的新变化,对不同类型的村庄有所区分,避免资源浪费。又如,村庄对生产、生态、生活空间都有需求且不尽相同,规划要在功能定位、发展引导、设施配置等方面加强协同,将各类利用管理^②与引导要求统一纳入,避免细则“打架”。

村庄规划有其约束性目标,为此要

守好底线。考虑政策要求,乡村规划主要是守住粮食安全、生态安全底线和历史文化保护线。乡村的首要功能是保农产品供给,要落实永久基本农田划定成果,严格耕地保护,守好耕地红线。美好的生态是乡村发展的最大优势,要落实生态保护红线划定成果,尽可能保留乡村原有的自然形态等,慎砍树、禁挖山、不填湖。乡村是中国人的精神家园,要强化历史文化保护,尤其是历史文化名村、传统古村落等,打造各具特色的现代版“富春山居图”。

规划编制离不开专业技术人才,但发挥农民的主体作用至关重要。毕竟,如果农民不买账,再高大上的规划也难以落地。要尊重农民意愿,反映农民诉求,让规划从农民心里长出来。云南省率先开展“干部规划家乡行动”,发动公职人员回乡参与规划,带动村民“我的家乡我规划”,取得良好效果,值得研究借鉴。规划成果还可以制作直观易懂的版本,让农民看得懂、好操作、能监督。

高质量发展、高品质生活、高水平治理是乡村振兴的要义。为此,要将村庄规划底图打造成乡村振兴蓝图,构建兴旺的产业圈、便捷的生活圈、完善的服务圈,让农民过上更好的生活。

文化“新三样”出海更要出彩

静子

《赘婿》《地球纪元》《大国重工》等16部中国网文被大英图书馆收录;《庆余年》《长安十二时辰》《甄嬛传》等IP网剧强势登录海外主流视频网站;网游《原神》《第五人格》等被译制成多种语言版本广受欢迎……在文博会上,承载着东方神韵、在全球刮起“中国风”的文化出海“新三样”头部企业吸引众人目光。

近年来,以网文、网剧、网游为代表的“新势力”,以破竹之势抢占全球市场,被形象地称为文化出海“新三样”。正所谓“文化是民族的,也是世界的”,文化出海“新三样”内蕴中华优秀传统文化之基因、外显精美的“服化道”之形式,是世界了解中华文化的一扇重要窗口,有助于增强中国文化的国际传播力和影响力。

网文,以东方思维讲述中国故事。据统计,我国网文出海作品已形成15个大类100多个小类,都市、西方奇幻、东方奇幻、游戏竞技、科幻成为前五大题材类型。以刘慈欣科幻小说《三体》为例,其以瑰丽的想象、精彩的故事、强烈的代入感,向世界展现面对生死存亡时中国的智慧与思考、追求与担当。讲好深刻动人的中国故事,文以载道的深远意义正在于此。有报告显示,2023年海外原创网文作品约62万部,海外访问用户约2.3亿,覆盖全球200多个国家和地区。

网剧,用图像展现立体的中国形象。影视剧《长安十二时辰》以盛唐为背景,再现了当时长安城的盛世繁华、江山锦绣;古装剧《庆余年》成为风靡一时的爆款剧集,如今已经上线了第二季……我们从来不缺少悠久的历史、优秀的文化、生动的情节,问题的关键在于如何讲好故事、传播好声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。截至2024年2月底,已有40多款短剧应用试水海外市场,累计下载量近5500万次,内购收入达1.7亿美元。

网游,让“中国风”走出“国际范”。以网游《原神》为例,游戏世界的“海灯节”与中国春节同步,全球玩家可以体验“彩鹞闹春风”的浓浓中国风情;游戏中还融入跳跃、蹲桩、打滚、弓步、扣步等中国传统舞狮元素……把文化“装”进游戏,网游以群众喜闻乐见的方式和更加创意化的表达,主动拉近全球用户与中国文化间的“心距离”。数据显示,2023年,中国企业自研游戏的海外市场实际销售收入为163.66亿美元,已连续4年超千亿元人民币。

文化“新三样”,出新更要出彩。必须承认的是,当前“新三样”一定程度上存在类型单一、内容同质化等问题,限制了其拓展市场的能力。此外,古装传奇、青春“甜宠”、仙侠玄幻等类型虽然在海外最受欢迎,但也容易形成刻板印象。因此,“走出去”只是出海的第一步,更重要的是能“走进去”,即适应国外文化环境,契合国外用户口味,真正和全球用户形成情感共鸣和文化认同。这就要求有关企业“入乡随俗”,因地制宜进行本土化转换,从而让东方气质穿透时空,让中国文化远播海外。唯有如此,“新三样”才能从一时“网红”变身一路“常红”,进而增强中国文化的国际传播力。

乘风破浪出海去!以文化为灵魂、以创意为核心、以科技为支撑,文化“新三样”势必在多重助力下扬文化自信之帆,一路高歌一路繁花。

求职提示

又到一年毕业季。根据近年来不法分子常见的伎俩和套路,人力资源社会保障部近日发布消息,提示求职者严防十大骗局,保护自身安全。

新华社 王鹏

普及急救常识,步伐再快点

茅宙

近日,北京一名女子在地铁站台候车时突发心脏骤停,多位过路群众进行紧急心肺复苏和AED除颤,为后续挽回生命打下了关键基础。事后,该女子家属全网发帖想找到救命恩人。随后好消息传来,三位热心群众找到了,巧合的是她们都来自北京大学人民医院。

这位患者是幸运的,恰巧遇上了医护人员。然而,更多时候,突发疾病的患者身边并无专业医护人员,这就需要平凡的“身边人”多掌握一些急救常识,以备关键时刻伸出援手。

向公众普及规范的心肺复苏知识技能和正确使用AED,是完善院前急救体系的重要环节。这对于提高院外心脏骤停存活率,挽救更多生命具有重要意义。

以心脏骤停急救为例,《中国心脏骤停与心肺复苏报告(2022年版)》显示,我国超过80%的心脏骤停及猝死都发生在医院外,心脏骤停的最佳抢救时

间为4分钟,如果患者身边没有具备基础急救知识的人,很容易错过“黄金4分钟”。

普通人^①是距离生命危急者最近的紧急救护人。然而,当下公众的救护知识和技能还普遍不足。调查数据显示,公众参与现场救护时,心肺复苏和电除颤等专业急救方式使用较少,制约了后续医院急救的效果。

普及和提升公众急救素养是一项系统性工程。从推进主体上看,政府具有重要责任。有些城市把AED投放及公众急救培训作为政府为民办实事工程,大力推进。当呼救者拨打120,急救调度员可以根据患者病情需要,精准搜索附近的AED设备,指导施救者获取和使用。这都是很好的实践探索。同时,也需要调动企业、慈善机构、基金会等多方社会力量参与完善公共急救设施,促进志愿服务参与公益教育培训。

从接受主体上看,一是,学生是普及公众急救素养的一个重要群体,学校

急救教育是社会急救能力建设的一项重要基础性工作。2021年,教育部实施青少年急救教育行动计划,开展全国学校急救教育试点,有效促进了学生急救素养的提高和普及。

二是,社会公众应成为院前急救的得力助手。很多人没有参与急救,除了不掌握有关知识外,还担心“引火烧身”。被誉为“好人条款”的民法典第一百八十四条规定“因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的,救助人不承担民事责任”。一些地方也在开展相关实践,比如全国首个为“现场救护”单独立法的湖南省,自2020年11月起实施《湖南省现场救护条例》,规定救助人的现场救护行为受法律保护,因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的,救助人不承担民事责任。这一条款后来也被多个省市地方法规引用。

加快提升公众急救素养,关乎每一个人的生命安全,希望这个步伐再快点。