

# 来给消费扶贫拼个单

■新华社记者 侯雪静

金秋九月,瓜果飘香。全国首个消费扶贫月1日拉开帷幕。一块腊肉、一个苹果、一碗杂粮……你我消费的每份扶贫产品背后都连着一个产业,支撑着贫困地区增收的希望,寄托着贫困群众脱贫的梦想。

在脱贫攻坚决战决胜之年,突然遭遇疫情与灾情双重挑战。中央要求组织开展消费扶贫行动,利用互联网拓宽销售渠道,多渠道解决农产品卖难问题。

“没有为湖北和灾区拼过命,可以

为他们拼个单。”我国社会不缺少扶贫济困的爱心和力量,缺少的是有效的平台和参与渠道。而消费扶贫为社会力量参与扶贫和促进贫困地区产业发展提供了有效平台。

消费扶贫一头连着贫困地区的“钱袋子”,一头连着城市的“菜篮子”“米袋子”“果盘子”,是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。

消费扶贫行动是贫困地区扶贫产业可持续发展的一个重要支撑。截至今年8月底,中西部地区共认定扶贫产品94696款。今年的目标是扶贫产品销售额达2000亿元,很多贫困地区扶贫

产品出现了规模化、品牌化发展趋势,但从生产到消费仍需进一步打通市场流通渠道,通过消费扶贫行动广泛宣传推介。

消费扶贫是巩固脱贫成果预防返贫的重要手段。贫困地区脱贫难度大,致贫原因复杂,只有扶贫产业发展了,才可以打造更多“不走的工作队”。

做好消费扶贫,也要尊重市场规律,让贫困地区扶贫产业真正扶得起来,良好的消费体验才能保证扶贫产业健康发展,要严把扶贫产品准入关,让真正具有带动贫困户增收脱贫作用的产品进入市场,让政策红利、市场红

利真正落到扶贫产业上,带动贫困人口增收;要严防以次充好,打着扶贫旗号敛财牟利;要建立完善遴选机制,让更多优质扶贫产品涌现出来。

践行消费扶贫行动,要让生产流通消费各环节都能发挥作用,让扶贫产品产得多、运得出、送得快、卖得好,在全社会形成参与消费扶贫行动的新潮流、新风尚,将消费扶贫理念转化为助推脱贫攻坚的实际行动。

涓涓细流,汇成大海;点点星光,照亮寰宇。让我们积极参与消费扶贫行动,为决胜脱贫攻坚贡献一份力量。

(新华社北京9月1日电)

## 开学季横幅中的文化表达

■任冠青

“这次回来,我想你陪我久一点”“点名,还是要在教室里才有感觉”“同学们,欢迎回家考上学期的试”……久别重逢之后,高校校园里这些开学季暖心的横幅刷屏了。于平实动人中略微抖一点小机灵,是专属于这代年轻人的味道,难怪有学生称每一句标语都戳中了自己的小心脏。

其实,标语本就是为了有效表达初衷,只是很多时候,校园标语过于机械、万年不变。复制粘贴式的标语常常会被学生们习惯性忽略,已然难以引起年轻人心中的共鸣。于是,近几年一些高校积极创新,努力改变传统标语刻板、生硬的形象,尝试以更加灵动、更具创意的方式实现贴近学生表达。

同样是一个意思,“热烈欢迎学生返校”的标语往往会被熟视无睹,而“新学期拍了拍你并说‘你回来啦’”的说法则因吸引眼球、戳中内心温暖而轻松“出圈”。从传播效果上说,后者让人耳目一新,显然更胜一筹。

从这些高校标语的表达上看,更显平等、亲切、活力之感。不要以为这一变化无足轻重,一所大学的办学理念、精神气质和文化氛围,往往就隐藏在细节之中。其实,大学除了是传授知识的学术殿堂,也是一个独具特质的精神和人文社区。在思维最为活跃、可塑性最强的青年时代,学生们于校园文化中濡染四年,也一定会印刻上独属于这所学校的精神基因。

走心标语的尝试,其实就是校园文化的具象体现,也在无形中激发着学生的潜意识:学校不希望你们因循守旧、不苟言笑,而是鼓励灵动的推陈出新,提倡真挚的情感表达。创新需要合适的土壤,这样的表达和“暗示”多了,宽松、自由的校园氛围自然会被营造出来,学生们的思维也会因此

变得活跃,继而引发许多让人惊喜的创造。

比如,“女生节”“男生节”“光棍节”等五花八门的年轻人节日,过得不只是热闹,更有对不同校园群体的观照与重视;“红迷”协会、泰拳小组、“码农”俱乐部等你方唱罢我登场的创意社团活动,也不断丰富着校园文化的多元性,培育着学生们基于兴趣的归属感。而通过鼓励个性化、有创意的文化创造,大学不再是高高在上、冷冰冰的抽象概念,在不断参与、丰富校园文化的过程中,学生们的主人翁意识才能真正被激发出来。

其实,在大学中,一代有一代的境况,一代也有一代的特色表达。不一味墨守成规,放手让学生去表达出新,反而会使校园文化的传承更有活力。比如,近几年,在武汉大学的“樱花节”上,无论是学生们举办的樱花诗歌邀请赛,还是他们身着汉服,于樱花树下体验“一樽酒,一弯月,一衣飞花”的迷人风光,都是一种基于地域特色、校史和传统底蕴的再挖掘和再创造。比起一板一眼的灌输式教育,这样的校园文化传播明显更为深入、更加动人。

因此,对于高校来说,从一个个小细节做起,走心地注入开放、人文、自由的教育理念,让一个个“有趣的灵魂”得以被滋养、有机会发挥,是与知识传授本身同样重要的使命。因此,可以通过举办活动、提供场地、设立基金等方式打造良好的校园环境,也可以提升学校图书馆、博物馆等基础设施建设,营造包容、开放的校园氛围。土壤培育好了,便可静待花开。

青年时代,环境对人的巨大影响是毋庸置疑的。以怎样的理念培养学生,就会培养出学生怎样的精神气质。大学创意暖心标语背后,是校园文化的灵动表达。这样的细节变多了,活力与创意自然会随之涌现。



## 谨防“移石造景”成形象工程

■张焱

如今,无论在大厦前、广场上,还是公园里、景区中,“移石造景”随处可见。这一源于古代园林营造的石景艺术,为现代城市景观增添了新的意趣,也涵养着民众的审美情趣。然而,有媒体调查发现,有的地方在城乡建设中热衷重金“移石造景”,所用景石大多由政府采购,价格畸高,有的一块石头数万元,高的逾百万元。这类工程同时还助推一些地方在河道无序取石,在山中乱采滥挖,破坏生态环境。

为求巨石、名石不惜公帑,自古便备受争议,现代社会更不可取。

对于地方政府而言,城市建设应当坚持以人民为中心的发展思想,把“补短板、惠民生”作为重点。将有限的财力优先用于民生改善,是题中应有之义。即使经济发展水平达到一定阶段,财政支出规模允许在民生所需之外进行适当的景观营造,也要考量当地发展现状和财政实际,量力而行;更要遵循城市发展规律和相关规定,进行景观规划、设计、选材和施工,决不能任由一些干部靠拍脑袋决策,以一己审美胡乱指挥。过去,“大树进城”“移水造景”的教训,应当记取。

这些年来,中央和国家有关部门多次发文对城市建设领域出现的形式主义、官僚主义等

不良倾向进行规范。比如2018年,住建部下发《关于在城市建设中切实防止形象工程政绩工程的通知》,明确提出严禁“挖湖堆山造景”,严禁脱离实际搞“面子工程”,过度“美化”城市出入口;新修订的《中国共产党纪律处分条例》增加了对搞劳民伤财的“形象工程”“政绩工程”等损害群众利益行为的处分规定。城市景观营造的决策者需要对表对标,莫要越雷池一步。

尤需警惕的是,“形象工程”的背后往往潜藏着“腐败工程”。大树、古树进城也好,移石造景也罢,往往造成相关树木石头的市场价格混乱和资源错配,除了破坏原生生态环境以外,还败坏了当地的生态政治,在政府采购过程中容易滋生腐败。对城市景观建设中贪大求怪的畸形审美所暴露出的独断决策、违规违纪等行为,有关部门应按照党纪国法予以纠查。

正如专家所说,城市绿化和生态景观建设,要遵循“尊重自然、因地制宜、减少人为干预、节约资源”等原则,不宜上马建设成本高、实际作用小,甚至破坏环境的景观工程。近年来,很多城市在财政允许的范围内,从民生需要的轻重缓急排序、城市历史风貌和地方特色入手,营造出丰富多彩的城市景观,既改善了城市生态环境,又塑造了城市形象与气质,丰富了人民群众的业余文化生活。这样的造景,岂不美哉。