



□ 刘 丹

实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下，如何抓好乡风文明建设推进乡村振兴，是当前一项十分重要而紧迫的工作任务。

乡风文明建设事关乡村振兴

乡风文明是乡村振兴的“灵魂”。在乡村振兴战略五个方面的总体要求中，乡风文明蕴含丰富的文化内涵，坚持强化社会主义核心价值观建设，以优秀文化引领乡村文化的前进方向，从根本上解决农民群众的思想问题，是乡村振兴战略中最基本、最深沉、最持久的力量。因此，乡风文明是乡村振兴的核心和灵魂，抓住乡风文明建设，就抓住了乡村振兴的关键。

乡风文明是乡村振兴的“引擎”。实施乡村振兴战略，乡风文明有着至关重要的作用。乡风文明能够有效吸引城市要素资源向乡村转移，进而促进产业兴旺；乡风文明为美丽乡村建设提供优良的人文环境，实现生态宜居；乡风文明是治理有效的重要条件和成效体现；乡风文明是生活富裕的重要内涵，生活富裕不仅体现在物质生活的提升，也体现在包括乡风文明在内的精神生活的丰富。因此，乡风文明建设的先导和引擎作用至关重要。

乡风文明是乡村振兴的“晴雨表”。乡风文明关系到乡村振兴的文明程度以及质量和水平，关系到农民群众的获得感、幸福感、安全感，群众不满意、幸不幸福，是乡风文明程度最直接的体现。因此，乡风文明与乡村振兴是统一的，只有把乡村振兴与乡风文明建设有机结合起来，二者相向而行、良性互动、互相促进，才会深化乡村振兴内涵，增强乡村振兴动力和活力，乡村振兴战略的实施

才会稳步推进。

乡风文明建设的着力点

抓导向。坚持正确导向是加强乡风文明建设的前提和基础。为此，坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，以社会主义核心价值观为引领，强化群众思想道德建设。一方面，深入实施公民道德建设工程，挖掘农村传统道德教育资源，推进社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德建设。另一方面，采取符合农村特点的有效方式，深化中国特色社会主义和中国梦宣传教育，大力弘扬民族精神和时代精神。推进诚信建设，使农民群众的社会责任意识、规则意识、集体意识、主人翁意识进一步增强。

抓规划。以“乡风文明达到新高度”为目标，将乡风文明建设纳入乡村振兴战略总体规划，与农村产业发展、生态文明、乡村治理工作一同安排、一同部署、一同推进。同时，要突出乡风文明特色，围绕乡村的独特性和多样性，拟定乡风文明建设的具体安排；又要弘扬社会主义核心价值观，以此彰显地域文化特色，特别要注重历史文化名村、文物古迹、传统村落、民族村寨、传统建筑等文化遗产的保护工作，从优秀传统文化、乡村精神文化活动等多方面描绘乡村的美好未来。

抓阵地。深入推进文化惠民，按照有标准、有网络、有内容、有人才的要求，健全乡村公共文化服务体系。一方面，通过新建、改造、置换等方法，加强基层文化设施建设，支持“三农”题材文艺创作生产，努力实现“文化活动人人参与、文化产品送到身边、文化场馆免费开放、文化成果人人共享”；另一方面，充分展示新时代农村农民的精神面貌，以此实现乡村两级公共文化服务全覆盖，提升服务效能。同时，培育挖掘乡土文化本土人才，开展文化结对帮扶，引导社会各界人士投身乡村文化建

设，在保护传承的基础上，创造性转化、创新性发展，不断赋予时代内涵、丰富表现形式。

抓培育。注重培育良好家风，以家风促民风，以民风带乡风。首先，开展家风评议，深入开展“家风润万家”活动，议家风、立家训、传家礼、评家庭，以此培育家庭美德、家庭文化，弘扬家庭和睦、尊老爱幼、科学教子、勤俭持家、邻里互助的良好家庭新风尚。其次，注重培育新型农民，以培育“四有”新型农民为目标，利用农民学校、新时代农民讲习所、“院坝讲座”“梦想课堂”“三下乡活动”等载体，加强对农民的技能培训，帮助农民提高科学文化素质，造就有文化、懂技术、会经营的新型农民。最后，注重培育新型农村带头人，加强村“两委”班子的思想、组织、作风建设，努力营造“风清气正”的浓厚氛围，进一步提高乡风文明。

乡风文明建设的路径

坚持思想引领。乡风文明是新农村建设的思想保证和精神动力，是社会文明程度的重要标志和社会价值导向的集中体现。培育乡风文明，首先要从思想上充分认识乡风文明建设的重要性，要积极引导广大群众自觉进行观念转变，在建设社会主义新农村过程中，牢固树立“三种观念”。一是正确价值观。将社会主义核心价值观与老百姓的生活结合起来，真正落地落实，落小落细。二是新的发展观。牢固树立科学发展观，正确处理经济发展与乡风文明建设之间的辩证关系，坚持两手抓、两手硬、两促进，把乡风文明建设放到与经济建设同等重要的位置上。三是文明生活观。大力倡导文明生态理念，倡导健康生活方式，开展“洁美农家”“五星级农户”等创建评比活动，真正让干净整洁成为习惯，让习惯成为自然，让自然成为风景。

坚持实践养成。乡风文明是乡村

良好社会风气、生活习俗、思维观念和行为方式等的总和。培育文明风尚、文明习惯，重在实践养成。一是活动养成。要结合实际，组织开展“核心价值观进农家”“优秀传统文化进农家”“科学知识进农家”“文明风尚进农家”“法律法规进农家”等“五大行动”，把好的理念、作风、习惯转化为农民群众自身的需求，使之真正内化于心、外化于行，深入骨髓、形成自觉。二是制度约束。将村规民约用起来，坚持遵守法律法规、传承优良家风、规范村民言行的原则，结合村民生产生活实际，指导村社修订完善通俗易懂、群众认可、易于执行的村规民约。三是文化养成。坚持走乡村文化兴盛之路，以农民群众的文化需要为导向，大力开展文化进基层活动，采取歌曲舞蹈、诗歌朗诵、器乐表演、绘画书法等多样艺术形式，组织文艺展演、文化演出、文艺培训和送文化下乡、送电影下乡、送图书下乡等文艺志愿服务活动，丰富农民群众精神文化生活。

坚持统筹推进。乡风文明建设是一个综合的、全方位的、系统性的工程，需要汇聚政府、社会组织、村民自身等多方的力量。一是机制促动。要充分调动职能部门、党政有关部门、群团组织和社会各界的积极性，细化任务，压实责任，用好各项政策，提高综合效益。二是组织联动。在推进过程中，要与农村“三变”改革、绿色发展、乡村治理、乡村文化兴盛等工作有机结合起来，整合各方力量，形成工作合力，共同推进工作开展。三是示范带动。要注重典型引导，用榜样的力量激发向上向善向美的力量。同时，牢固树立精品意识和品牌意识，要规范标准和要求，着力打造乡村文明建设示范点，让乡村居民享受到经济社会发展成果，提升生产生活质量，体会到获得感、幸福感、安全感。



全媒发展需要破解新误区

□ 陈宏坤

习近平总书记在党的十九大报告中指出，要高度重视传播手段建设和创新，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。媒体融合是媒体发展到新科技环境和新历史阶段所出现的新情况、新问题和新探索。在探索实践当中，媒体融合出现一些认识误区和发展偏差，亟待纠偏，否则媒体融合只是纸上的融合，而不是实际融合。

全媒体不是全能媒体

“全媒体”是媒体类型种类的“全”。一是包括报纸、杂志、广播、电视、音像、电影、出版、网路、电信、卫星通信在内的各类传播工具；二是涵盖视、听、感、各种信息接触方式的“全面”；三是受众需求的“全面”满足，全媒体更注重全面覆盖，全面到达，入脑入心，追求最佳效果。但是全媒体不是全能媒体，它所实现的还是媒体的属性和功能，不是无所不能，试图以媒体解决所有问题是不科学的，也是不现实的。目前有些媒体涉猎电商、营销，甚至产品开发、产业开发，忽视或者弱化内容生

产，实则是饮鸩止渴之举。

全媒型记者也不是全能型记者，要求记者既会这又会那的“全栖作战”。一是不现实，二是不够专业，三是不必全面追求“全能化”。新闻实践当中，需要更多的专家型、专业型、全媒型人才，有更深的思考，更专的探索，更沉的状态。

自媒体不是私人化媒体

自媒体相对于公共媒体而存在，自媒体是个人的媒体，尽管是个人的，还是具有媒体属性，不是压在箱底的“私人化日记”，自媒体一旦与社会见面，就应该有社会化属性，有承担社会传播责任的自律感。媒体应该承担的社会责任，自媒体都应该承担。除了社会责任，自媒体还应该承担更大的道德责任。大部分自媒体人都具有一定社会地位或者社会影响力，自媒体的发声具有一定的号召力和众从性。自媒体人应该有过滤信息的能力。一是不发布未经核实的信息，二是不传播谣言，三是不发表主观臆断的言论。自媒体人应该像珍视

自己的眼睛一样，珍视自媒体的荣誉和公信力。

“中央厨房”重点不在“厨房”

“中央厨房”是媒体融合的标志性生活，全国各地、各媒体都把媒体融合的重点放在建设一个多人可以围在一起办公的“中央厨房”上。建成以后发现利用率并不高，甚至不能付之于常态化的工作当中。这显然不是媒体融合的本意。

“中央厨房”的重点不是在建设一个“厨房”，重点是在构造一套管理、运作体系。“管理的厨房”，比“建设的厨房”更重要。要实现“新旧融合、一次采集、多种生成、多元发布、全天滚动、多元覆盖”的融媒目标，打破原有旧的运行和管理格局，建立新型融合格局，更为迫切而必要。

“中央厨房”的画像应该是面向受众、面向国际、面向未来的新一代的融合传播体系。它是“体系”，而不是“工程”。这个体系，包含内容生产、传播、运营、管理。只有这样的中央

厨房，才能形成“中央”聚合能力。统一平台，汇聚资源，合力传播，这才是媒体融合的发展目标。

不是所有媒体都需要融合

融媒不提倡一刀切，还是要根据自身特点和需要逐步去适应。有些媒体的主力在内容生产，打造精品内容永远是主题。内容版权是最核心的竞争力。不能因转型新媒体而失去原有的优势。都是全媒体时代，越需要专业化、品质化和个性化的产品。比如电影、电视和手机，三块屏幕各有各的功能归属。电影更追求感受享受，电视更追求公共话题，手机更注重私密色彩。如果不按照受众属性去创作，就会出现对牛弹琴或者东施效颦现象。

分众化不是小众化

大众化媒体并不大众，这个大众是模糊化的，是按照物理特征进行的受众品质划分。比如性别、年龄、职

（上接1版头条）

十八大以来，以习近平同志为核心的党中央，围绕保持党的先进性和纯洁性，深入开展党的群众路线教育实践活动和“三严三实”专题教育，推进“两学一做”学习教育常态化制度化等，对党内错误思想进行了坚决斗争。这些都集中反映了新时代思想政治工作理论强烈的问题意识、鲜明的斗争精神。思想政治工作必须紧贴时代发展，强化问题意识，通过不断研究解决矛盾问题，做好正面引导、解疑释惑工作，为进行伟大斗争、建设伟大工程、推进伟大事业、实现伟大梦想提供坚强思想保证和强大精神动力。

坚持群众性与示范性的统一

坚持群众性与示范性的统一，是新时代思想政治工作理论的显著特征。思想政治工作为群众性，是党的群众路线在思想政治工作中的贯彻和体现。思想政治工作面向的主要对象是广大人民群众，积极引导和激励群众参与到思想政治工作中来，思想上尊重群众，感情上贴近群众，工

（上接1版二条）正视网络时代的新特点新要求，开辟群众路线的新途径，呼唤领导干部增创与群众打交道的本领。在信息网络化新时代，党员领导干部要顺应时代发展潮流，与时俱进，积极开辟网络群众工作新领域，努力形成网上网下相结合的立体化群众工作。高度重视信息化发展对党的建设的影响，做到网络发展到哪里，党的工作就覆盖到哪里，充分运用信息技术改进党员教育管理、提高群众工作水平，加强网络舆论的正面引导。积极作为，把信息网络打造成党群沟通的新空间；勇于进取，把信息网络作为群众利益表达的新通道；创新手段，实现网上网下立体化服务；拓展工作，利用信息网络为群众工作提供新手段。

将群众工作的本领恐慌转化为不断学习动力。做好新形势下的群众工作，既需要不断提高认识，更需要持续付诸行动，要不断以新的思想认识推动实践，又以新的实践深化思想认识，以知促行、以行促知。党的十九大报告对党员干部提出了增强执政本领的要求，第一位的就是增强学习本领。党员干部要在纷繁复杂的形势中，扛起责任、不辱使

作上依靠群众，这是做好新时代思想政治工作的重要方法和有效途径。

政治工作是群众性工作，要组织广大党员、干部一起来做。思想政治工作必须坚定地相信和依靠广大群众，尊重群众的主体地位和创造精神，动员和引导群众人人都来做思想政治工作，不断提升思想政治工作的实效。

思想政治工作靠什么吸引群众、凝聚人心？归根到底，一靠真理的力量，二靠人格的力量。领导干部是群众的榜样，基层干部群众往往从领导干部言行中评价党的路线方针政策，了解党的思想政治工作。领导干部以身作则、言行一致，是做好思想政治工作的关键。面对新时代思想政治工作的新特点新使命新要求，必须坚持教育者先受教育这个基本原则，从领导干部抓起，坚持一级抓一级、一级带一级，以领导干部的言行影响带动人民群众。这就要求思想政治工作必须抓住领导干部这个“关键少数”，通过他们的模范行为和高尚人格感召群众、带动群众，使思想政治工作更具影响力和号召力。

（作者系军事科学院军队政治工作创新发展研究中心研究员）

命，更好地回应人民的新期待新要求，必然要求把学习贯穿于群众工作始终，把学以致用、解决问题贯穿于群众工作始终，做到学习和实践两手抓、两结合。贯彻党的群众路线是一个永恒课题，需要我们与时俱进，学用结合，不断创新，要始终扭住世界观人生观价值观这个总开关，不断锤炼党性、磨炼意志、坚定信仰，持续深入地学习习近平新时代中国特色社会主义思想，为解决实际问题增添精神动力，破除思想障碍，进而又创造性地落实到群众工作中，让思想自觉引导行动自觉，让行动自觉深化思想自觉。

民心是最大的政治。当前，中国特色社会主义进入了新时代，我们要牢牢把握人民群众对美好生活的向往，把以人民为中心的发展思想贯彻落实到治国理政全部活动之中，做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，更好增进人民福祉，更好发展中国特色社会主义事业，更好推动人的全面发展、社会全面进步。

（作者单位：中央党校办公厅）



业等，尽管数据总量很大，但是对于传播受众的规模来说，是模糊的，边界并不清晰；分众化是对大众化的具体细化，是按照受众需求进行划分，指向就非常明确。一种需求尽管是个别人的需求，但是放在公共媒体的层面，面对的却是一个庞大的群体。比如诗词、朗诵、文物、配音、吟诵等偏冷的领域都能产生很炙热的影响力。

融媒格局需要去层级化

当前融合的格局是媒体间各自为政，报纸依然是报纸，电台依然是电台，电视依然是电视。即便是报纸，

也是各是各的报纸，有多少家报纸，就有多少种融合方式；有多少家媒体，就有多少融媒格局。还有就是行政化融媒趋势。从中央到地方，甚至到县级以上机构都在投资融媒建设，实践证明，利用率不高，效果不显著，还有重复投资的迹象。

总之，媒体融合需要下好一盘大棋，统筹规划，功能有别，资源共享，端口管理。要在发展路径上积极探索。一种是全国一张大网，各地、各级、各媒接入。一种是打破二元制壁垒，鼓励强媒壮大，大势带小势，主流带支流。一个旧观念不易打破，那就建立一个新观念引领。这句话比较适合启发媒体融合工作。