

多措并举 久久为功 大力提升农村科普效能

魏永莲

习近平总书记强调:“要加强国家科普能力建设,深入实施全民科学素质提升行动”。农村科普是实现农业科技创新发展的重要环节,也是提升农民素质、推动农村社会进步的重要途径。《中华人民共和国科学技术普及法》明确提出:“国家加强农村的科普工作。”提升农村科普效能,对于推进农业农村现代化建设、加快建设农业强国和科技强国具有重要意义。

新时代以来,在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下,我国不断完善顶层设计与制度保障,农村科普资源日益丰富,科普公共服务能力持续提升,推动农民在文明生活、科学生产、科学经营等方面的能力显著提升。同时要看到,农村科普与农民实际需求之间还存在不相适应的地方,针对性与实效性亟待加强。相关数据显示,2023年我国公民具备科学素质的比例达到14.14%,其中农村居民与城镇居民具备科学素质的比例分别为9.16%和17.25%,这凸显了加强农村科普工作、提升农民科学素质的紧迫性。具体来看,要在以下几方面下功夫。

精准科普是关键举措。不同的群体对科普有不同的需求。农村科普要增强实效性,必须围绕农

业农村生产中的实际需求以及农民的日常生产,实现从“大水漫灌”到“精准滴灌”的转变,精准满足个性化科普需求。例如,针对农村合作社、种植养殖大户,应加大农业新理念、新技术和新应用的培训力度,助力其提升科学生产和科学经营的能力;对于产业园区工人,重点加强职业安全生产技能、安全操作规程、职业病防治以及急救知识的普及,提高其劳动生产与创新创造的技能水平;面向老年群体,着重普及卫生健康、网络通信、网络诈骗等科学知识和技能,增强老年人信息获取、识别和应用的能力;对于青少年,要依托科技馆、博物馆、科研院所等优质资源,开展丰富的科学教育服务和实践体验活动,为他们参与科普、学习科技、体验科学搭建广阔平台,激发他们对科学的浓厚兴趣。

融合传播是重要途径。提升农村科普效能,既要有高质量的传播内容,也要有高质量的传播方式。一方面,要强化农村科普阵地建设,充分利用村委会等现有资源,打造常态化的科普服务场所,完善综合服务设施的科普功能,扩大科普设施的覆盖面。比如,在村主要街道、村民活动中心广场等公共场所设立科普画廊、橱窗等,将科普知识有机

融入美丽乡村环境建设之中。另一方面,要牢牢把握科普正由单一的线下活动向线上线下结合、数字化智能化转变的趋势,不断丰富科普作品的形态和传播渠道。比如,创新科普形式和手段,借助互联网、新媒体等平台,打破农村科普工作在时空、地域上的限制,以图文、视频、动画、直播等多种生动有趣的形式呈现科普内容,提高科普的趣味性和互动性。

社会协同是必然选择。提升农村科普效能并不是一件容易的事情,需要广泛动员科研院所、高等院校、医疗机构、企事业单位等社会各方力量,打破协作壁垒,实现资源的共享与优化配置。要汇聚农村科普组织、农村学校、基层医疗卫生机构等各方力量,建立高效的协商机制,组建由多学科专家组成的专家咨询委员会和科技特派员等服务团队。充分发挥农业科研机构和技术推广机构、农民教育培训机构、农村专业技术协(学)会以及科技特派员等在农民科技培训和农业科技服务中的重要作用,紧密结合先进适用技术的推广和科技成果转化应用,向农民普及科学技术知识,让农民能够直观感受到新技术在农业生产生活中的实际应用效果,营造有利于科技成果应用的

良好环境。

人才赋能是有力保障。人才是第一资源,提升农村科普效能离不开人才赋能。要加强和优化农村学历教育、职业教育、继续教育体系,构建多元化、多层次的拓展培训渠道。选派优秀科技团队深入农村一线,走向田间地头“把脉问诊”。注重发挥来自农民、扎根农村的“土专家”“田状元”等乡村科技人才的长期效应,激励他们以新观念、新技术、新业态、新机制积极投身现代农业发展,带动一方产业,形成规模效应。建立完善的科普激励机制,健全科普志愿服务制度和体系,加强组织保障,鼓励用人单位将参与农村科普工作的成效作为职工职称评聘、绩效考核的重要指标,畅通科普工作者的职业发展通道,为农村科普人才队伍的稳定与发展提供坚实的制度支撑。

(作者为北京市科学技术研究院科学传播中心副主任 转自《人民日报》)

透视“反向春运”热潮

新华社北京1月20日电(记者何磊静)春运大幕拉开,返乡人群浩浩荡荡涌入车站。年过六旬的王春喜和老伴却在“逆行”,经过近21个小时的车程,他们从老家吉林长春抵达江苏苏州,拎着装满红肠、木耳等年货的大包小包,准备在女儿工作的城市过个别样春节……

从“有钱没钱回家过年”到“我来到你的城市”,“反向春运”正在90亿人次的跨区域流动中掀起新风潮。

“正向反向,都是团圆”

“女儿最近工作很忙,我呢刚退休,就决定跑来苏州过年了。”王春喜说,这是他们第一次体验“反向春运”,一路并不拥挤,来了还能让女儿带着逛逛园林、古镇。“不管正向反向,只要我们在一起,哪儿都是团圆。”

“去年我父母来海南过年了,海南白切鸡加上老家的腊肉、香肠是我们的年味。”“我爸妈打算把叔叔伯伯们叫上,今年过年一起来云南旅居。”社交平台上,不少网友分享长辈“反向春运”经历。

有通信运营商数据分析指出,2024年春运,60周岁及以上人群出行量同比增长近30%,更多老人选择前往子女工作地团聚,他们来自四川、河北、湖北、湖南等省份,目的地则多是北京、上海、广州、深圳、杭州等大城市。

国铁集团相关负责人介绍,今年春运整体客流稳中有增,反向客流量将进一步上升。

“反向春运”兴起,得益于老人“走得动”、更易走。以往年轻人过年回乡,不仅因为故乡情结,也因为许多老人行动不便、经济条件有限。如今,随着医疗条件改善、城乡发展差距缩小,农村与中小城市老人的生活水平已显著提升。

从贵州到南京探亲的沈大爷感慨,密集的高铁网络和航空线路让千山万水被轻松跨越;点点手指就能购票,也让他们更有勇气来城市“陪伴孩子”。

综合成本更低,是另一大动因。许多上班族返乡时间成本较

高,而“反向春运”线路往往票源丰富、票价较低。同程旅行发布的《2025春运旅行趋势报告》指出,不少消费者利用春运期间“潮汐”客流特征反向旅行过节,“最高”可节省50%至70%的机票费用。

阖家团圆,也是城市“微度假”。“我已计划好,年夜饭就去网红火锅店吃,还做了一堆旅游攻略。”在南京工作的设计师林佳,打算把湖南老家的父母和奶奶接来过年,“以前春节回去,窝在家很无聊,不如让家人来城市里一块玩玩。”

不少城市在春节期间推出新兴文旅项目吸引访客。广州花城广场的春节灯会会成为全国闻名的年味地标;在成都,宽窄巷子结合大熊猫基地的“新春文化游”吸引大批家庭出游……“反向春运”逐渐变成“微度假”出游。

新共识孕育新机遇

春节是家庭团聚的节日,子女返乡探亲是由来已久的传统习俗。但也有不少人认为,年轻一代在城市工作、生活压力大,“与其身心俱疲地返乡,不如请父母来团聚,人在就有家。”

多位社会学领域专家表示,“反向春运”并不意味着解构中华传统文化,而是传统不断演变发展的体现;“反向”团聚并未改变孝敬、亲情等美好情愫。

这一现象背后,也意味着父母、子女对如何过年渐渐形成了新的共识。

南京大学城市科学研究院执行院长胡小武说,一些青年回乡过年时有“陌生感”“形式感”“孤独感”,匆匆待两天就离开;父母到城市能获得更长团聚时间,也能感受城市文化与氛围,一种家庭生活新共识逐渐默契形成。

有专家认为,随着城镇化不断推进,“乡下人”与“城里人”界限愈发模糊,“反向春运”有助于城乡文化更好融合。“父母来到城市,能直观感受我们的生活环境,也会为孩子的奋斗感到自豪,互相增进理解。”在江苏无锡工作的“00后”张凡说。

客观上,“反向春运”能减少运

输压力,增加上座率,有助于均衡配置运力,实现效益增长。

有市民发现,今年春运期间不少列车车票出现“白菜价”,如1月22日九江至深圳东最低票价仅需31.5元,菏泽到北京最低只要15元。铁路部门工作人员称,春运期间部分大城市单向客流多,去程人满为患,但返程运力易闲置,因而会有优惠。

文旅消费也迎来新契机。从年夜饭预订到城市周边游,一家三代构成的家庭旅客群体,成为各大文旅平台吸引的对象。有旅游平台预测,家庭结伴出行将成为今年春节期间的主题,亲子家庭的占比将增至49%,订单量同比增长75%。

呼唤城市温情“双向奔赴”

然而,“反向春运”也难免让人心生隐忧:年迈父母适应能力有限,在城市是否会面临沟通障碍与“数字鸿沟”?老人又能否有更好的过年体验?

不少受访对象表示,父母进城,不仅需要子女张开怀抱,更呼唤城市以包容与温情实现“双向奔赴”。

交通运输部可以为“反向春运”人群提供更细致的解疑释惑、交通指引、人工检票等适老化服务。城市要相应增加对老幼群体的服务投入,如地铁、车站增加志愿者协助提行李、购票;景区增设无障碍通道;消费场景中推出老年支付专用通道等;通过种种细节,让老人感受城市温度。

胡小武认为,春节期间,大城市可打造丰富多元、更具包容性的文化活动。如在商场增设传统市集展区,让老人和年轻人共同感受“年味”;推出适合全家参与的城市徒步活动;利用线上直播技术,将年俗活动推广至更多家庭,让城市过年成为家庭的共同记忆。

有文旅专家指出,城市在为“反向春运”人群提供同等市民待遇及周到公共服务之外,也应加强市场监管,合理控制商品和服务价格,避免节日期间价格过度上涨“寒”了人心。

此外,部分文旅景点不妨在春节期间对新市民及其家属免费或优惠开放,社区也可多组织开展丰富的联欢活动,让老人等群体更有归属感和认同感。一些地方也可主动打造“反向春运友好型城市”形象,进一步提升城市吸引力。

“家人闲坐,灯火可亲”。虽然春运方向在变,团圆形式在变,但“反向春运”热潮下,

代际之间温情互融,城乡文化彼此渗透,春节作为“团圆节”传递的情感共识始终如一:一家人在一起,就是年。

(转自《新华每日电讯》)

以新供给满足新需求激发新动能

吕蔚

二次元“谷子店”里,春节元素浓郁的盲盒,成为吸引年轻人进店选购的“新年货”。春节将至,商场、小店、集市等积极应变、优化供给,让更多消费者走到线下,消费活力持续释放。

满足差异化需求。全球首店、限量发售、限定周边,这些关键词一出,年轻人纷纷涌来。自带时尚、新潮、稀缺属性,首店经济等发展迅速。接下来,企业还

要在创新中破圈迭代、延续“花期”,政府要加强政策引导、品牌扶持。多方给力、形成合力,持续推进差异化发展,在品质和特色上多下功夫,从而完成从“网红打卡地”到“消费引领者”的转变。

提升体验是关键。有的举办剪纸、猜灯谜等民俗活动,提供互动体验;有的布置灯笼、木拱桥等仿古街区,增强场景体验……更独特丰富的体验感、更多的情

价值,让各地集市重聚人气。漫步其间,身心得到放松。相关部门亦应推动区域文旅商体展不断融合,为线下消费赋予更多内涵。

以新供给满足新需求激发新动能,是当前消费市场的共识。洞悉群众消费意愿,不断创新消费场景,更好满足差异化消费需求,我们的经济将更有活力,我们的生活也会更美好。

(转自《人民日报》)

