

# 让人民性成为群众文化最亮的底色

# 莫因爱好栽跟头

斯达

近日,奉化区“民星”大舞台田间乡音村K赛在历经3个月的火热竞演后圆满落幕。这场席卷全区的文化热潮,其价值远不止于选拔出几位优秀的草根歌手,更在于它以生动实践为我们揭示了群众文化繁荣发展的核心密码:群众文化必须扎根于人民、服务于人民,必须坚持以人民群众活动为主体,坚持“从群众中来,到群众中去”。

“民星”大舞台的成功,首先在于它精准地把握了“从群众中来”这一根本源头。它并非一场由上而下、按图索骥的“指派式”汇演,而是一个完全向基层敞开

大门的“零门槛”舞台。当舞台从专业的剧院移至村头巷尾、田间地头,当聚光灯打在身边的邻居、乡亲身上时,文化便不再是悬浮于空中的概念,而是成为了每个人都可以参与和创造的鲜活实践。正是这种彻底的开放性,让800多名怀揣梦想的普通人有勇气走到台前,也让民间蕴藏的艺术才华如泉水般奔涌而出。这深刻地启示我们,群众文化的活力,源于对每个人文化主体地位的尊重与激活。

更为关键的是,这项活动完美地诠释了“到群众中去”的服务宗旨。群众文化不是一场孤芳自赏的表演,其最终目的是要服务人民、滋养人心。“民星”大舞台之

所以能点燃全区人民的热情,正是因为它服务的不是少数精英,而是广大的基层百姓。它将赛事办成了邻里乡亲共享的节日,让观众在熟悉的乡音里找到情感共鸣,在身边的“民星”身上看到自己的梦想投影。这种源于生活、反哺生活的文化供给,精准地满足了群众的精神渴求,让公共文化服务实现了从“送文化”到“种文化”再到“创文化”的升华。

此外,“民星”大舞台的延续性,也为我们提供了宝贵启示。群众文化品牌的建设,不能依靠一时热闹,而需要建立起让人才持续涌现、让组织持续成长的良性生态。本次活动通过村、镇、区的层层选拔,不仅是一场竞赛,更

是一个挖掘、培养民间文化人才的系统过程。同时,它在组织运作中赋能基层文化队伍,使社会组织在实践中得到锻炼,为未来的文化繁荣播下了更多种子。这种“以赛促建”的思路,确保了文化活力能够薪火相传,而非昙花一现。

我区“民星”大舞台的火爆“出圈”,以其不容置疑的说服力证明:当文化扎根于人民沃土,服务于人民需求时,它所迸发出的创造力和生命力是无穷的。它启示我们,提升群众文化品牌的美誉度与延续性,并无捷径可走,唯有坚守其人民性的根本属性,让文化的灯火照亮每一个角落,让每一个平凡梦想都有绽放的舞台,这正是群众文化永葆生机活力的密钥。

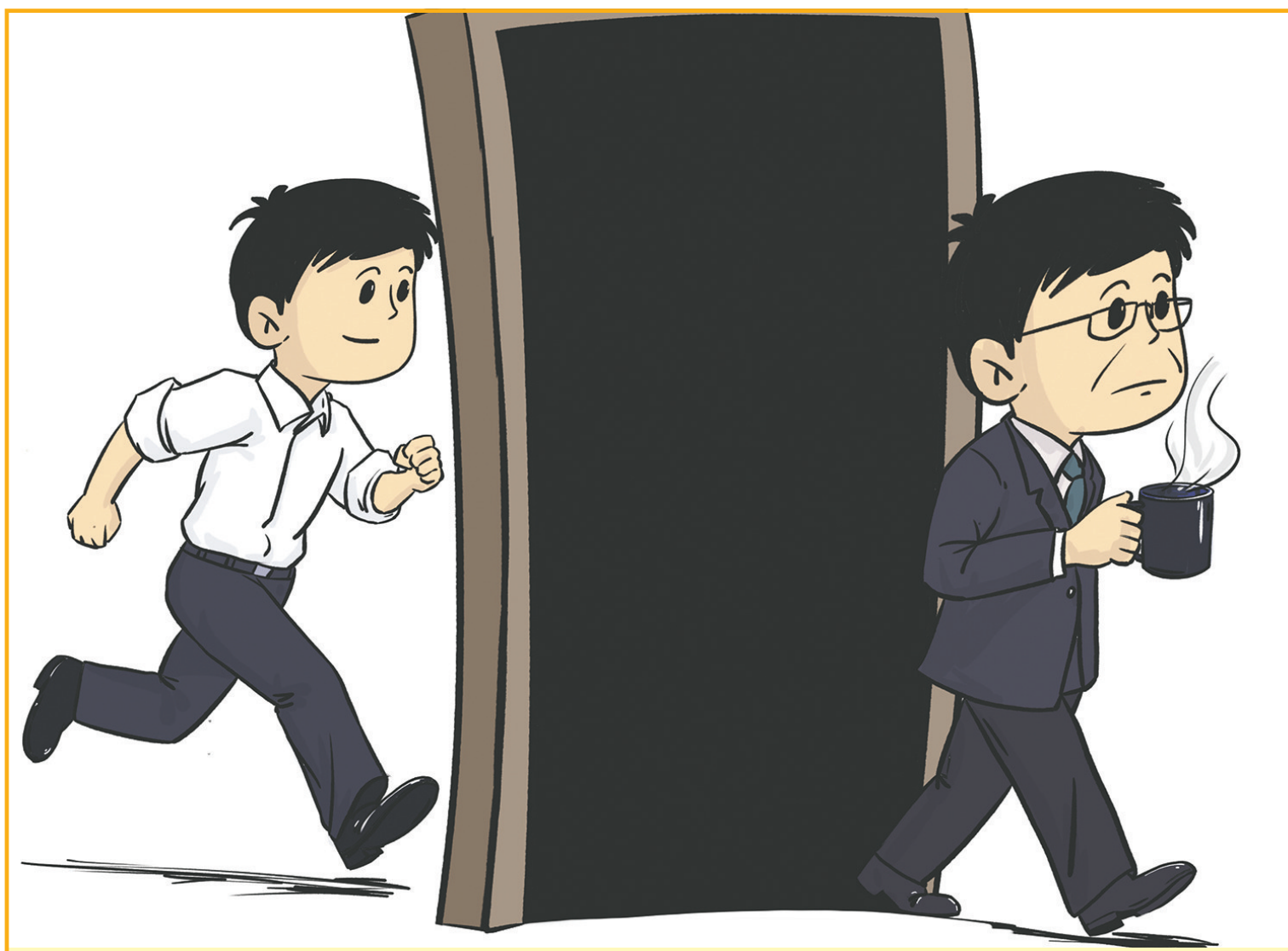
三水青

前段时间,某地干部马某某痴迷“翻翻鸽”坠入贪腐深渊的案例,引发广泛关注。健康合理的爱好能调节身心、滋养情操,但如果任由欲望膨胀,让爱好失去节制,被欲望裹挟,被利益渗透,爱好异化为吞噬原则的癖好,就会变成锁住自由、拖垮人生的铁铐。

纵观不少干部的堕落轨迹,他们的失守,往往都始于兴趣爱好这道闸门。有的好古董文玩、有的爱美酒佳酿、有的迷高端奢靡。爱好与癖好,一字之差,却隔着人生的分水岭;一念之差,更隔着权力的警戒线。“翻翻鸽”最终翻的不是优雅的筋斗,而是权力堕落的人生跟头。笔者认为,爱好作为个人生活的一部分,应当与党员干部的身份相协调,成为提升修养、服务群

众的积极力量。同时,爱好应爱之有度、好之有道,知足不贪、知止不越、知省不怠,才能少翻跟头、不栽跟头。

守住爱好的边界,首在知足不贪。追求爱好,须守住知足底线,不被欲望牵着走、不被攀比迷双眼、不被执念捆手脚。只有以纪法为爱好划边界、与利益分界线,在纪律红线前踩刹车、在利益陷阱前不越步,才能让爱好始终在纪法框架内生长,既不辜负内心热爱,也不逾越权力边界,做到爱好养心、权力为民。爱好变质从来不是“突变”,而是从细微处放松纵容的“渐变”。要常自省、勤校准,审视爱好是否偏离初心,检查与爱好者的交往是否越界,避免小问题演变成大错误。真正的爱好从不怕“见光”,要主动“开天窗”,给爱好“晒太阳”,向组织报告个人重要爱好及相关情况,让爱好在阳光下生长。



年轻干部要有“年轻态” 袁伟鑫

# “AI整蛊”不可逾越法律红线

晞石

近日,一女子用AI制作“流浪汉闯入家中”的图片整蛊丈夫,导致丈夫信以为真从而报警求助的新闻,引发广泛讨论。其实,利用AI技术制造虚假情境的“整蛊”行为,在社交平台上已悄然流行,这些看似无伤大雅的玩笑,实则已越过娱乐边界,演变为对公共秩序和法律底线的挑战。

整蛊本是一种精心设计的玩笑,可以成为生活的“调味品”,但必须把握好度,要建立在“不伤害他人、不扰乱公共秩序”的基础上。显然,用AI生成“流浪汉闯入家中”的图片来整蛊的行为,超出玩笑的合理范围。首先,每一次因虚假信息而导致的报警,都是对公共资源的浪费。整蛊者贪图一时“好玩”的行为,或许在不知不觉中触碰了法律红线。而且,更深远的影响在于,该类行为如同现代版的“狼来了”,持续削弱公众对信息真实性的基本信任。这种削弱是渐进的,且后果严重——当危机真

正来临之时,人们的警惕心可能已在无数次虚惊警报中变得麻木。

目前,因AI技术的低门槛与高拟真性,吸引着越来越多的网民“尝鲜”。我们既不能因噎废食,全盘否定AI技术的积极价值,也不能对滥用行为视而不见。技术本身并无善恶之分,决定其社会影响的,是使用者的意图与社会的规范框架。

笔者认为,面对“AI整蛊”带来的信息混乱乃至造谣生事,需要多方协作才能有效应对。相关部门应尽快出台、完善相关法律法规,明确AI生成内容的使用规范和法律责任。平台方应承担起内容审核的主体责任,通过技术手段与人工审核相结合的方式,构建起防范虚假信息传播的多重防线。网民在点击AI生成按钮时应认识到,不制造、不传播可能引发社会恐慌或侵犯他人权益的内容,是使用AI技术时不可逾越的底线。期待在各方共同努力下,AI技术能在规范与创新之间找到平衡点,真正服务于社会的发展进步。

# 别让节庆活动变了“味”

伽罗

近几年来,全国各地节庆活动呈现出蓬勃发展的态势,但是一些本应展现乡村魅力、促进城乡发展的节庆活动,却在某些地方被异化成形式主义的“秀场”,失去了本真。

究其原因,是有些地区不顾自身特色,盲目跟风举办类似活动,导致“千节一面”。不少节庆从活动流程到表演项目几乎如出一辙;还有些地方为了追求场面热闹,不惜投入重金搭建舞台、邀请明星,却忽视了活动本身应有的地域文化内涵;更令人堪忧的是,一些干部将节庆视为“秀场”,满足于拍照留痕、媒体报道,最终导致活动期间热热闹闹,活动过后冷冷清清,对当地产业的实际带动作用微乎其微。

笔者认为,要让节庆活动真正成为传承文化、赋能发展的有效载体,就必须推动其从“数量扩张”向“质量提升”

转变,将地域特色和创新活力融入节庆策划与实施的各个环节。首先,各地应立足本土资源禀赋,深入挖掘具有独特的历史文化符号与产业特质,打造“一城一品”“一镇一韵”的差异化节庆活动。比如,非遗资源丰富的地区可聚焦传统技艺活化,生态优势突出的乡村则可主打农耕体验,通过精准定位避免同质化竞争。其次,应建立科学评估机制,扭转“重形式轻实效”的导向,将群众满意度、文化传承度、产业带动性等作为核心考核指标,严格审计活动经费使用效益。最后,要构建可持续发展的运营模式。推动“政府引导、市场运作、群众参与”的多元协作机制,鼓励社会组织、文创企业深度参与策划运营。

只有将短暂的活动效应转化为持续的产业效应,让传统文化、地域文化“活”起来,才能让群众享受到节庆活动带来的红利,让节庆活动成为乡村振兴的助推器。

# 结婚消费券背后是“准和实”的政策嵌入

百川

今年10月底,在奉化区婚姻登记中心,市级结婚消费券政策顺利落地,为新人送上价值千元的“幸福礼包”,此外,我区还联合本地车企推出专属购车补贴。这份叠加了市级消费券与本地车企专属补贴的“甜蜜红利”,既为新婚生活“加油助跑”,也为区域消费市场注入了喜悦暖流,值得推广和延伸。

笔者认为,市级结婚消费券政策有“准”和“实”两个特点,

“准”在于精准切中了社会需求与经济发展的结合点。一般来说,结婚消费集中且刚性,政府通过发放定向消费券,直接减轻新人的“甜蜜负担”,体现了实实在在的民生关怀。与此同时,消费券精准投向婚纱摄影、婚庆策划等婚恋消费领域,全链条激活“甜蜜经济”,形成“政府投入撬动市场消费”的乘数效应,为相关产业带来宝贵客流。“实”则体现在场景广泛、使用便捷。8张消费券覆盖婚前三至蜜月的多个环节,让新

人能按需用于婚宴、文创或旅行,兼具普惠与灵活,通过云闪付平台发放,操作简便、到账迅速,使“真金白银”的实惠触手可及,有效避免了“好看不好用”的尴尬。

值得一提的是,我区并未止步于市级消费券,而是主动联合5家本地车企推出叠加购车补贴。从婚纱到婚车,从仪式感到实用性,“结婚+购车”的创新联动,拓展了“甜蜜经济”的外延,既提升新人生活品质,也将婚庆热度引向汽车等大宗消费,实现跨

业态消费升级。

落地结婚消费券,看似是一次消费激励,背后蕴含的是以民为本的施政温度与促进内需的精准发力,它用“新婚贺礼”的形式,巧妙连接个人幸福与经济社会发展,实现了民生关怀与市场活力的双赢。希望在未来,政府部门积极探索长效化、多元化的促消费机制,可将此类活动延伸至生育、育儿、家居等更多生活场景,持续打通消费链条,进一步释放惠民红利,实现个人幸福与经济社会发展的同频共振。

奉化区融媒体中心

欢迎订阅 2026年度《奉化日报》

征订热线: 88585509 19210805927

订报地址: 奉化区锦屏街道中山路9号(奉化区融媒体中心一楼营业大厅)