

“三农”媒体的生存价值和时代责任

□一溪



继《东方城乡报》“走村入户访农民”栏目在全市报刊品牌评选中荣获探索创新奖后,市农委官方微博“上海三农”日前又被评为市政务微博工作先进单位,这对奋斗在“三农”宣传岗位上的东报人既是激励,更是鞭策。

有位著名社会学家曾这样表述:在中国,凡是跟“农”字沾边的都是弱势,这自然也包括“三农”媒体。应该承认,这话说得很实在,也有一定的合理性,不是吗?就群体划分而言,农民的弱势地位不容置疑;就发展水平而言,农村的相对落后众所周知;就经济效益而言,

当我们的视野穿越困惑和质疑的纷纷扰扰,我们蓦然发现,都市和农业、职业和农民、生态和农村的融合生动而和谐,城市和农村、政府和农民的互动需要媒体作为桥梁,我们强烈地感受到了“三农”媒体的生存价值和时代责任。

农业与二、三产业的差距与生俱来。而在上海,这种弱势在媒体竞争日趋残酷和国际大都市发展日新月异的双重夹击下,伴随着“上海还有‘三农’吗?”的困惑,“三农”媒体甚至面临存在必要性的质疑。

而当我们视野穿越困惑和质疑的纷纷扰扰,我们蓦然发现,都市和农业、职业和农民、生态和农村的融合是如此地生动而和谐,城市和农村、政府和农民的互动是如此地需要媒体作为桥梁的参与。通过本报和“上海三农”微博的传播,当寒风和酷暑中菜农的大幅照片引来“农民真辛苦”的感叹时,当

沪郊“我喜爱的乡村”的美丽引来无数市民的流连忘返时,当“走村入户访农民”栏目中农民的期盼引来领导批示得以解决时,当“即将消失的农业”的记录引来众多感慨和回忆时,当滞销农产品的信息引来阵阵爱心和善举时……我们强烈地感受到了身处“弱势”的“三农”媒体的生存价值和时代责任。

我们不回避“弱势”,因为,我们明白,忘记“三农”的弱势,是办好“三农”媒体最大的忌讳。某种意义上,正因为承担着为弱势奔走呼号的使命,才是我们得以获取更大的发展优势和空间。

我们不自甘“弱势”,因为我们明白,要摆脱弱势,必须谋求发展,而谋求发展就必须实现从战略思考到操作模式的转型。在公益性方向下坚守“三农”定位和特色,运用传统媒体和新媒体的互动,全方位地为“三农”服务是我们坚定不移的选择。

我们不死守“弱势”,因为我们明白,只有接轨高端才是提升三农媒体影响力的有效途径。三农媒体姓什么,自然姓“农”,但姓“农”并不意味着死守“弱势”。“三农”媒体必须确定并且拥有自己的主流读者,这一主流读者群体的构成除了“脱

胎换骨”的新型农民,还应包括:“三农”问题研究者、“三农”政策制定者和执行者,以及“三农”工作的实践者。应该指出的是,确定和拥有“三农”媒体的主流读者和我们既定的“面向农村、服务农业、做农民的朋友”的定位并不矛盾,相反,吸引更多主流读者的注意力,影响这些有影响力的人群,就能更有力地影响政策、法规的制定和社会管理,公共服务,推动“三农”问题的解决,这是最大意义上的最有效地“面向农村、服务农业、做农民的朋友”。

致富路上的农民需要更多的帮助和关爱,城市化进程中的农村需要更多的推介和光顾,现代化前行中的农业需要更多的理解和关注,这就是虽身处“弱势”,但使命光荣的“三农”媒体的生存价值和时代责任。

川沙新镇迪士尼配套商品房建设“安居工程”如期竣工 迪士尼首批动迁农民喜获新居钥匙

□通讯员 殷仲歧

本报讯 经过历时近三年的等待,从10月25日起,来自赵行、金家、棋杆、学桥等村的3285户“村里人”高高兴兴地拿到了新居的钥匙,将喜搬新居,成为“城里人”。他们都是迪士尼乐园及其配套项目的动迁户。

上海迪士尼一期项目除1.16平方公里的主题乐园外,还有配套区约2.74平方公里,包括人工湖、公共交通枢纽、酒店餐饮零售娱乐设施、

管理服务设施等。主题乐园和配套区加起来,总面积约6000亩,动迁地块大部分集中在川沙新镇赵行、金家、棋杆、学桥村等村。2011年4月8日,总投资245亿元人民币的上海迪士尼乐园项目正式开工,一年多来,建设速度不断加快,这里凝聚着广大当地动迁居民的奉献精神。

据川沙新镇建设和环保事务中心动迁综合部负责人唐坚刚介绍,迪士尼项目动迁安置基地位于川沙新镇南北向的华夏二路和东西向的

妙华路,共有四个小区组成。总用地面积32.4万平方米,总建筑面积66万平方米,其中住宅面积53.95万平方米,住宅总套数6532套。房型合理,有大、中、小三种房型,大套为110平方米,中套为70至80平方米,大都为55平方米的小套。室内设施完备,水、电、天然气、有线电视、无线宽带等“五大件”一应俱全。整个基地还建有菜场、敬老院、中小学等公建配套设施,生活环境便利,绿化环境良好。

从2010年5月29日正式动工以来,在各级政府的关心下,迪士尼配套商品房建设这项“民心工程”、“安居工程”进展神速,各建设单位日夜奋战,按照原定的时间节点,保质保量地完成了项目建设任务。

有关部门深入细致地做好了回搬前的各项工作,努力把这项“民心工程”办好、办实。在9月底之前,由公安部门完成了门牌号的编制,测绘部门进行了实测面积的测绘,进行了物业管理的移交,相关物业公司完成了一房一验的工作。为了保证这次回搬的有序进行,新镇成立了迪士尼配套商品房回搬领导小组和工作组,具体负责政策解答、现场协调等工作。预计到月底将完成所有动迁户的回搬入住。

“上海三农”荣登“微博集团军”先进榜

(上接A1版)为把政务微博平台打造成真正为群众服务的载体,“上海三农”处处为民生“发力”。8月初台风“海葵”入侵上海前,“上海三农”在第一时间发布台风预警信息,并提醒区县农业部门和农民“组织力量做好安全应急检查和棚舍加固;抓好沟系清理,确保排水畅通;及时采取措施,减少灾害损失;做好灾后恢复各项准备工作;加强监测预警和应急值班工作”;台风中,及时发布相关灾情,提醒市民做好田间劳动安全防范;台风过后,及时发布市农委“恢复生产,稳定绿叶菜供应”的有关通知,要求各相关部门积极采取措施帮助恢复生产,并鼓励指导菜农进行生产自救。

“上海三农”还第一时间发布市郊葡萄、桃子等的销售信息,帮助果农促销受灾果品,减少损失;及时发布受灾果树等的理赔信息;及时发布菜田受灾情况和田头交易价格波动情况,为市民的“菜篮子”做好价格预警。

权威发布、餐桌管家、乐游沪郊等栏目的发布内容也在为市民提供实用信息、做好生活服务、促进农业旅游发展等方面发挥着积极作用,同时,积极与“上海发布”等全市政务微博进行互动,形成协同工作的机制,以务实为重,以民为重,将“实用”做到家。

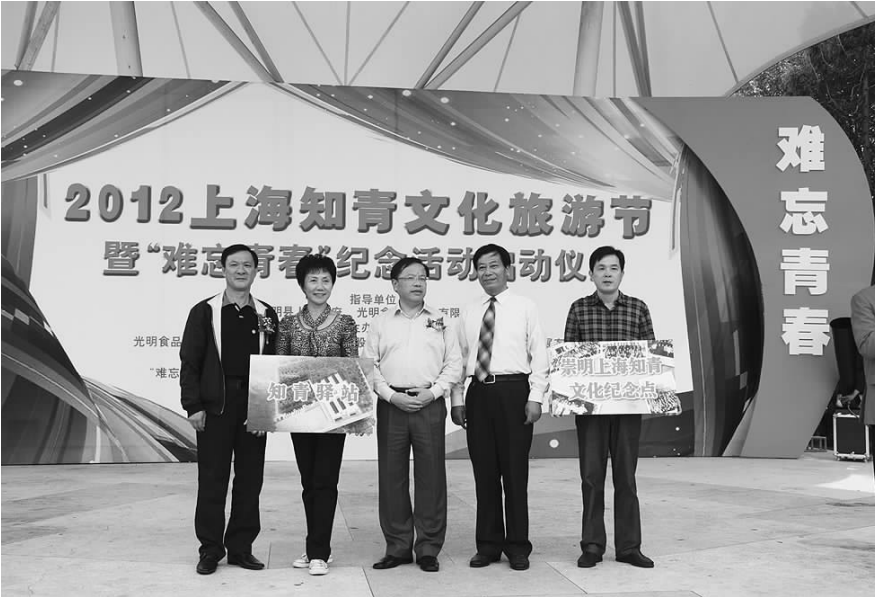
2012 上海知青文化旅游节开幕暨“难忘青春”知青赴崇 40 周年纪念活动启动 回首农场往事 抒发知青情怀

□通讯员 顾建国 记者 忻才康 摄/文

本报讯 10月21日,2012上海知青文化旅游节隆重开幕。近千名曾在崇明原八个国营农场生活、工作、锻炼、成长的老团干和知青代表相聚在东平国家森林公园,回首农场往事、抒发知青情怀。光明食品集团总裁曹树民宣布“难忘青春”上海知青赴崇40周年纪念活动正式启动。

一曲由农场知青演唱的《好日子》拉开了2012上海知青文化旅游节的帷幕。作为知青的一员,亲身参与农场建设,见证农场翻天覆地发展和变化,现任光明食品集团总裁的曹树民被“为国分忧、艰苦奋斗、无私奉献、执着进取”的知青精神所感动。他说,光明食品集团自组建以来,积极打造中国食品航空母舰,通过不断地加大转型力度和加大主业投资并购力度等举措,进一步聚焦主业,持续推进商业模式转型,主要绩效指标实现了较快的增长,综合经济实力迈上了新的台阶,目前,已经成为了上海市重要食品基地和副食品供应的主要承担者。

开幕仪式上,还举行了“崇明上海知青文化点”授牌和“知青驿站”揭幕仪式(如图)。另外,标志着赴崇上海知青盼望已久的“知青聚乐部”即将开建,供人们更好地了解及追忆那段岁月。



“人户分离,计生服务不能分离” 松江 1557“人户分离”家庭获计生关怀

□记者 徐生林

本报讯 “人户分离,计生服务不能分离”——按照市人口计生委的工作部署和总体要求,今年年3月以来,松江区人口计生部门结合工作实际,以现居住地为主,以完善计划生育服务管理机制为重点,有

序推进本市户籍人员计划生育现居住地服务管理工作,1557户人户分离家庭获计划生育公共服务。

一是纳入工作重点,加强组织领导,将人户分离现居住地计划生育服务管理部署到位。区人口计生委召开主任办公会议、科长会议,专题研究部署相关工作,形成委内工

作“一盘棋”。并针对现居住地计划生育服务管理内容,委领导深入基层开展工作调研,掌握基层群众计划生育实际需求,了解基层人员设施配备,为出台相关措施提供了有力的信息支撑。

二是制定工作方案,规范服务流程,有序推进人户分离人员现居

住地服务管理。今年4月,区人口计生委制定下发《松江区关于开展本市户籍人员计划生育现居住地服务和管理工作的实施方案》,并召开各街镇人口计生工作例会,着手推进此项工作。《实施方案》将以下四项计划生育服务管理事项作为工作重点,即办理独生子女父母光荣证,开展有关计划生育法律法规、生殖健康知识等宣传普及活动,免费提供0-3岁婴幼儿早教启蒙指导服务,免费发放计划生育药具、提供基本项目的计划生育技术服务。

三是加大宣传力度,加强部门配合,务求人户分离人员现居住地服务管理工作实效。区人口计生部门对辖区内人户分离对象进行了摸底和梳理,全面落实服务对象,增强工作的针对性。各镇、街道通过发放宣传单、告知书、窗口公示、小区宣传等多种方式,及时公开公示本市户籍人员计划生育现居住地管理服务事项、办理流程、所需材料等,有效提高了户籍人户分离人员办理居住登记的知晓率。