

山东广饶文化惠民为幸福生活“加码”

东营文

在山东省东营市广饶县，去西关小镇夜游，在广场上看一场露天电影，到城市书房读一本自己喜爱的书，在“家门口”文体活动室来一场酣畅淋漓的乒乓对决……这些休闲娱乐新选择，印证了文化惠民的脚步坚实有力。

“送”文化、“种”文化、“兴”文化。今年以来，广饶县以满足群众文化需求为导向，持续强力推进文化惠民工程，大力推进公共文化设施建设，积极开展各类群众文化活动，持续提升文化惠民工程影响力，为老百姓的幸福生活“加码”，营造出直抵内心的幸福感、获得感。

文化阵地乐享“精神家园”

走进“24小时城市书房”，书架上陈列着各式各样的书籍，休闲桌椅以及各类绿植提升了书房的颜值和艺术感，让这里尽显雅致和创意。书房还设置了儿童读物专区，放置适合少年儿童阅读的书籍和绘本，让孩子体验读书的愉悦。家住怡馨园小区的李先生每个周末晚上都会带着孩子来城市书房读书，“和他一起读绘本，感觉时间过得特别快，孩子特别开心。”李先生说道。

据悉，“24小时城市书房”采用现代化、网络化、自助式的服务模式，广大读者可通过身份证、借阅证刷卡直接进入，为市民提供便捷、高效、全天候图书借阅服务。同时，书房还配备党建、文学、少儿绘本等各类书籍2700

余册，阅览座位12个，全部实现自助借还，享受24小时不打烊服务，满足了群众阅读的新需求。

文化惠民，健全公共文化设施是基础。广饶县投资1300万元建成市民文化活动中心，建成24小时城市书房1处，正在“西关小镇”新打造1处城市书房。全县建成乡村剧场197处、数字文化广场60处、图书馆总分馆村级服务点143处，469个村(社区)建成综合性文化服务中心，全部面向群众免费开放。县有馆、镇有站、村有文化服务中心的三级文化设施网络基本形成，让公共文化服务触手可及。

多彩活动品味“文化盛宴”

“快点！电影快开始了！”夜幕降临，广饶街道颜二村村民成大姐和她的姐妹们相约，去乡村剧场看电影。大家都沉浸在电影剧情的发展中，时而会心一笑，时而闷声不语，完全融入了电影的紧张氛围和怀旧之情当中。

“公益电影放映进村我们非常欢迎。平时很少去电影院看电影，现在家门口就能看到电影真是太好了，丰富了我们的生活，希望以后这样的活动越来越多。”成大姐表示。

文化志愿服务、文艺下乡、送电影下乡……丰富多彩的文化活动点亮了百姓多彩生活。开展“送万福·进万家”、“瑞虎迎新春·线上猜灯谜”元宵节庆祝等群众文化活动，第23届“广饶之夏”已演出120余场。组织开展“进

千村乐万家”文化惠民巡演活动，全年组织送戏下乡531场，实现全县行政村全覆盖。继续实施农村公益电影放映工程，全年开展送电影下乡6144场，目前已放映5900场次。

免费培训“种子”开花结果

日前，在兴安小学，一场“吕剧进校园”活动为孩子们带来了别开生面的传统戏曲文化大餐。吕剧演员们带来了经典吕剧《姊妹易嫁》选段，学校吕剧艺术团的小演员们也纷纷登台献艺。演出现场，同学们还踊跃上台，跟随吕剧演员们学习了吕剧表演的一些简单动作，感受到吕剧文化的韵味与魅力。“我是从四岁开始学吕剧的，广饶是吕剧的发源地，我们应该将吕剧传承并发扬下去。”三年级学生孙紫淇说道。

吕剧是广饶县的金字招牌，广饶县积极实施吕剧振兴工程，切实把吕剧这个艺术瑰宝传承好、弘扬好。推进“吕剧进校园”工程，目前已进校授课91课时，加强了吕剧艺术教育的普及。为了提高群众基础文化素养，广饶县积极开展贴近实际、贴近生活、贴近群众的文化公益培训，成功打造了“百姓文化大讲堂”公益艺术培训品牌，今年开设21门成人课程、5门少儿课程、4个非遗传习课堂及15个分馆联动培训课程，培训600余课时，年培训1.2万余人次，满足群众对精神文化生活的需求。

全民运动点亮健康生活

每天清晨，在广饶县月河全民健身体育公园里，到处是晨练者的身影，跑步的年轻人、练习乒乓球的中年人、挥杆击球的老年人……运动成为了一种新风尚，构成了一道亮丽的风景线。

今年投资1200万元新建的县月河全民健身体育公园，内设2个羽毛球场、1处篮球场、1处足球场、4个门球场、1处田径场、10个乒乓球场地，为周边市民提供了日常休闲健身的运动场地。

为不断满足群众全天候开展体育活动的需求，广饶县在县级建有高标准县全民健身中心、游泳馆，在镇级建成农民体育健身工程9个，在村级建设农民体育健身工程540个，安装全民健身器材3689件，全民健身工程实现全覆盖。截至目前，人均体育场地面积达2.35平方米，县、镇、村三级健身场地健身设施网络基本形成。广饶县现已建有月河体育场、凯泽体育场、锦湖体育场、县月河全民健身体育公园等几处较大规模室外公共体育场。利用城市绿轴、环湖水系、城市公园等建成健身步道、骑行道等10余处健身长廊。全县共建有公共体育场地2048个，体育场地面积为122.02万平方米。同时，积极举办体育赛事，先后举办了广饶县第十二届全民健身运动会篮球邀请赛、环湖长跑、围棋、游泳等20余项赛事，群众体育活动丰富多彩。

丁维香销魂猪头肉

儿时，我家住在小镇上，那时生活条件差，一日三餐缺少油水。记得我过十岁生日，母亲带我到饭店，买了一碗阳春面，还切了三角钱猪头肉，那时我们叫烧腊肉。夹一片肥白的烧腊肉放进嘴里，满嘴流油，香得连舌头都差点要咽进肚子。

后来读书，读到周作人写的《猪头肉》：“小时候在摊上用几个钱买猪头肉，白切薄片，放在干荷叶上，微微撒点盐，空口吃也好，夹在烧饼里最是相宜，胜过北方的酱肘子……”这情景跟我记忆中吃猪头肉的那一幕酷似，不由得会心一笑。

猪头的不同部位有不同的口感，“猪拱拱”说的是猪拱嘴，其味清幽不腻；猪舌头，又称之为口条，切薄片，清香细腻；猪耳朵表皮滑润，中间一层软骨，越嚼越香；瘦头肉烂而不柴，肥头肉看上去是厚厚的肥膘，却肥而不腻，夹一块入口，唇齿留香，欲罢不能。猪头美味由来已久，历史上苏东坡、袁枚等都是猪头肉的拥趸。

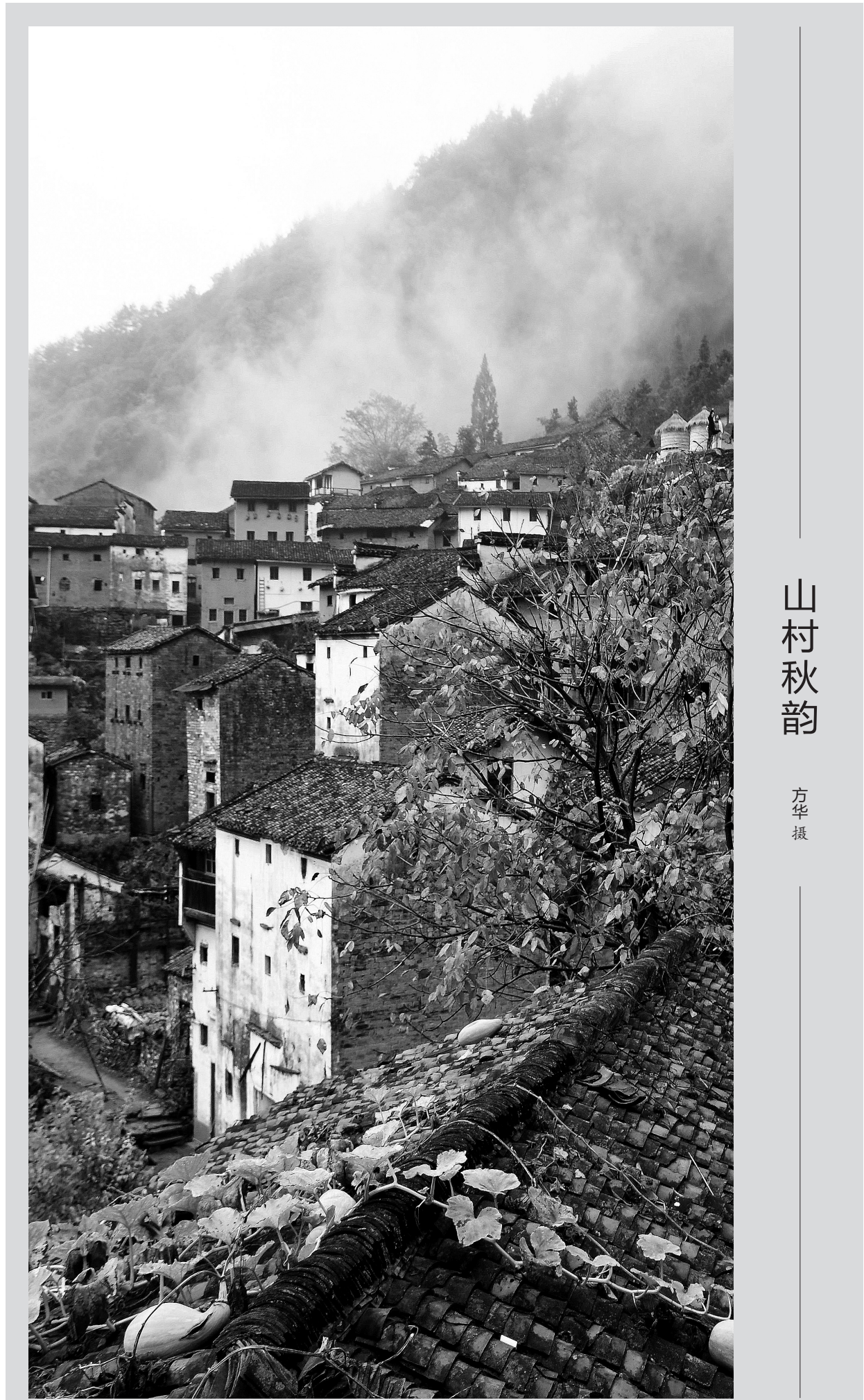
儿时的记忆真是刻骨铭心，觉得老家猪头肉是世界上最好吃的东西。长大以后，外出求学、工作，不常回老家，但每次回去，必吃猪头肉。老家小镇西桥口的徐家猪头肉很有名，店面不大，青瓦房，红门帘，让人有一种穿越到过去的感觉。“酒好不怕巷子深”，慕名而来买猪头肉的人络绎不绝，来晚了的人往往空手而归。

能把猪头肉做到声名远播，让人闻之垂涎，不是等闲之事。据店家介绍，他家用的老卤汤是老祖宗传下来的，有十多种中草药。而且不管是多么供不应求，每天只做五六个猪头，也从不开分店。为了确保每个环节都掌握得恰到好处，店主心无旁骛地盯着，绝不假手他人。这样做出来的猪头肉，绝对口味纯正，有上佳的品质。

似乎全国各地有点名气的猪头肉店还不少，但是一个人的味蕾是很固执的，哪怕走过天南海北，吃过山珍海味，家乡的老味道永远是让人魂牵梦萦的心头之好。有一个老乡在外地工作，听闻每次有家乡熟识的人去她所在的城市，她都千叮万嘱地求人家带猪头肉。说是不想还好，某一个时刻突然就想吃老家的猪头肉，想得食不甘味、夜不能寐。

历史上有“莼鲈之思”的典故，想那西晋的张翰，就因为思乡、怀念家乡的美食，竟然辞官回乡，堪为思乡的典范。如此看来，老乡的“猪头肉之思”与张翰可有一比。

食坊闲话



山村秋韵

方华撰

大观园

【第477期】

看展览、品廉洁、逛非遗……成都:文化惠民活动送到百姓家门口

本报讯(锦文)为进一步学习宣传贯彻党的二十大精神，营造文化进万家的良好氛围，10月26-28日，“强国复兴有我 庆祝党的二十

大”2022年成都市“走基层”文化惠民活动暨首届社区艺术节——“传承廉洁文化 共建诚信锦江”活动，在四川省成都市锦江区东湖公园举行。同时，作为“非遗在社区”系列活动和“天府文化传承”系列活动之一，本次活动还巧妙地融入了精彩纷呈的非遗展览和展示。

活动分为艺术展览和非遗展示两个部分。在展览部分，各种摄影、书法、美术、非遗剪纸作品内容丰富、风格多样，充分展示了党的十八大以来，中国共产党团结带领中国人民奋进新时代的坚定决心，热情描绘了新

时代新征程的恢宏气象。同时，把廉洁教育送到寻常百姓家门口，让党员干部群众在春风化雨般的感受中陶冶道德情操、涵养清风正气。

在非遗展示部分，成都糖画省级代表性传承人陈启林、棕编市级代表性传承人陈金蓉、成都面人市级代表性传承人张龙贵分别带来了糖画、棕编、面塑的展示，只见他们动作娴熟、行云流水，不一会儿，一个个精美的非遗作品就从他们手中诞生：有寓意幸福甜蜜的糖画、有栩栩如生棕编、有俏皮可爱的面塑……让市民大开眼界，直呼“厉害”。与此同时，市民们还踊跃参与非遗技艺体验，和在场的非遗传承人积极互动，近距离感受非遗文化的魅力。

文明“袋”回家 宜宾市筠连县打造特色文创产品助力文明城市创建

本报讯(陈雷)为进一步提升文明城市形象，提高群众对文明城市创建的知晓度、满意度、参与率，今年以来，四川省宜宾市筠连县结合城市旅游名片、社会主义核心价值观、地方特色标识、市民公约等制作了一批具有筠连特色的文创产品，产品涵盖帆布手提袋、景观小品、公益广告、文明城市创建倡议书等。

“爱党爱国，建设筠连。同心抗疫，守护家园。移风易俗，崇尚科学，勤俭节约，健康生活。”在筠连县的小区楼院，都可以看到涵盖了文明言行、优秀传统文化、法治建设等内容的市民公约。融入了社会主义核心价值观、市民公约、关爱保护未成年人的公益广告宣传栏遍布在筠连县各个社区、小区楼院，号召市民群众自觉提高文明意识，共同守护文明家园。

川红小镇的美好风光、玉壶冰

清的亮丽风景，都变成了印制在帆布袋上的图案。环保袋上还印有社会主义核心价值观、“将文明‘袋’回家”等字样，同时融入了筠连特色形象标识、自然美景、省级文物保护单位等元素，既美观又实用，深受广大市民群众的喜爱。

据悉，筠连县今年累计制作发放1万只创建文明城市环保帆布袋，线下发放创建文明城市倡议书2万份。依托新时代文明实践中心，制作具有文明实践元素的水杯、扇子、U盘、钥匙扣、手持电扇等积分兑换奖品4万余份。设立文明城市景观小品30个，在230个小区楼院统一张贴规范的公益广告，进一步提升市民群众共创文明城市的意识。依托这些独具特色的创建文明城市宣传产品，彰显了筠连的特色城市文化品牌，整体提升了城市文明水平，为筠连创建省级文明城市营造了文明和谐的社会氛围。

避免过度商业化 古镇才能重获年轻人青睐

夏熊飞

在中国丰富的旅游资源中，古镇绝对是排得上号的“实力派”。有真假包换的真古镇，也有人为打造的假古镇，总之近年来各类古镇如雨后春笋般涌现，各类古镇游的开发也是热火朝天。

但正如中国古城与文化研究院院长林鹏曾表示的，“中国有2000多座已开发或正在开发的古镇，但让人记住的不超过8座。”古镇开发的高度雷同导致“千镇一面”问题越发凸显，游客会发现古镇可能名字各不相同，但酒吧、民宿、工艺品铺子几乎是一个模子刻出来的，就连卖的“特色小吃”也都差不多：红柳烤肉、臭豆腐、大鱿鱼、奶茶，到处都是。

古镇游之所以一度走热，得益于古镇自身的历史文化魅力，也有赖于对古镇的商业开发，如果不是商业化，很多古镇依然可能是养在深闺人未识，不说造福当地居民，可能就连自身的生存与传承都会成为问题，最终随着时间的流逝消失于历史的长河之中。

因而，对于古镇的商业化开发是有必要的，但必须要警惕的是，当下对于古镇的过度商业化，这种趋势不仅让众多古镇一步步丧失灵魂，也让越来越多的游客反感，尤其是众多年轻游客开始对古镇游避而远之。

其实，古镇曾是不少年轻人心向往之的地方。可随着过度商业化，不少古镇早已“不古”，大片特色建筑被改造成了千篇一律的酒吧、民宿，在古镇几乎再也无法感受到专属当地的文化与生活气息。

在年轻人越发追求个性的今天，古镇如果继续在过度商业化的道路上狂奔，那只会遭遇年轻人更坚决地“用脚投票”。古镇要想重获年轻人青睐，避免过度商业化是基本前提。当

地政府部门必须在商业开发和古镇传承保护之间搞好平衡，有时甚至要懂得牺牲一部分商业利益。

如果说，避免过度商业化是做“减法”，那在讲好古镇文化故事上，就得充分做好“加法”。一方面，要充分发掘古镇的历史、文化资源，并有针对性地进行二次开发创作，突出古镇的文史特色，走差异化路线，打造专属的古镇游特色产品。如凤凰古城之所以蜚声海内外，与沈从文的小说《边城》密不可分，如果放着这样的“大IP”不开发，而是走“来得快去得更快”的粗放式网红路子，如同捧着金饭碗讨饭。

另一方面，在吸引商家、游客走进来的时候，更要确保当地土生土长的居民能留下来。古镇游既要见历史见文化，更要见人见场景。古镇的魅力要靠各种文化景观来展现，但更需要当地人和他们最真实的生活场景作支撑。抽离这些元素后的古镇显然成了缺失灵魂的盆景，也会让古镇的质感与身价大打折扣。能给游客较好体验感的往往是那些“商住两用”的古镇。

年轻人在旅游选择上可能相对更挑剔，但有“真材实料”的古镇游对他们依然充满吸引力。在快节奏的工作、生活背后，“车马邮件都慢”的古镇正是他们内心向往的归处。处于转型升级阶段的古镇，要想重获年轻人的青睐，可能真得听听他们的意见。

