

认识农村家庭要理清三种变化

□□ 柯利刚

“农村的孩子见不着爸爸妈妈，老人见不着儿子儿媳，甚至老两口之间，都经常见不了一面。”这样的现象，经过媒体报道，相信越来越多的人都不会陌生。

这些现象有一个聚集点，那便是农村家庭。谈及农村家庭这个话题，笔者发现，很多人都会提及这么一句话：现在的家庭已经不是从前的家庭了。为了弄懂这句话的内涵，笔者搜集了很多素材，梳理之后发现，近几十年来，中国的农村家庭真的发生了很多翻天覆地的变化，这其中最核心的变化主要有三种：家庭经济结构之变、家庭居住模式之变和家庭人物关系之变。

农村家庭的经济结构由农耕结构转变为农耕结构。在几千年的历史长河中，传统中国最主要的产业始终是农业，最基本的单元始终是农村，最多数的个体始终是农民。农耕文明的底色和基调，决定了中国农村家庭的经济结构主要是农耕结构，农耕经济的主要特点是：聚族而居、多代同堂、男耕女织、自给自足等。纵观历史，农耕经济虽有发展，但主要呈现为一种静态的发展，也就是说清代的农村和秦代的农村，虽然生产方式有所进步，但两者并没有本质的区别。

近代以来，工业文明对农业文明的冲击，在诸多领域造成了“数千年未有之变局”，这种“变局”集中体现在农村家庭身上，主要是在改革开放以后。家庭联产承包责任制，解放了生产力，多出来的劳动力

农村家庭是认识研究中国城乡“千年变局”大环境下各种问题的一个核心。把握住了这个核心，有利于建立思考农村问题的认识基础，有利于深入到农村社会问题的内部肌理去思考解决问题，从而助力于把一些优秀的传统家庭观念融进现代价值体系，抑或让小康家庭和大家庭、子辈和父辈之间实现同步发展。



急需寻找一个去处；城市对外开放，不断产生新的工种和岗位，也因此产生大量的用工需求。一个有人，一个需要人，两者一拍即合，于是成千上万的农民选择“洗脚进城”。年轻人进城务工后，老一辈留守务农，于是曾经的农耕经济，转变为以代际分工为基础的半工半耕经济。

农村家庭的居住模式由共居模式转变为分居模式。说到中国农村家庭的居住模式，大家基本上都能想到“四世同堂”或“三世同堂”。中国绝大多数的70后、80后，甚至90后，都有跟爷爷奶奶，甚至跟太爷爷、太奶奶一起生活的记忆。实际上，家庭居住模式是由家庭经济结构决定的。在农耕经济时代，人不离土，户不出乡，即使家庭代际之间，在生产、生活上有所分工，但不管怎么分，彼时的家庭成员主要呈现为一种共同居住的

模式。现在就不一样了，因为农村家庭的经济基础变了，农村家庭的居住模式也因此有了巨大的变化，当下的居住模式，可称之为分居模式。宽泛起来说，就是家庭

成员分开居住，有人居住在农村，有人居住在城市。具体说来，分居模式主要呈现为以下几种情况：第一，年轻人在城市居住，老人小孩在农村居住；第二，年轻人带着小孩在城市居住，老人留守；第三，年轻人带着小孩在城市居住，一位老人跟着住在城市照顾小孩，另一位独自留守。事实上，很多新生现象，比如留守老人、留守儿童、农村老年版“周末夫妻”等，都和农村家庭居住模式的改变有着千丝万缕的关系。

农村家庭的人物关系由家人关系转变为家人关系。对于家人关系，过去有很多常见的说法，比如“不是一家人，不进一家门”。因为居住模式是同进“一家门”，所以四代或三代，生活是在一起，生产也是在一起，因此传统的家人关系，是一种密集互动的超级熟人关系。超级熟人关系，主要表现为不同家庭成员之间，对彼此的生活习惯、社交范围、生产特点等都十分熟悉。同时，因为父辈占据生产生活资料，掌握生产生活经验，传统的家庭纲常伦理也偏向于父母，所以传统的家人关系，是一种以父辈

为绝对权威和核心的超级熟人关系。

家庭经济结构转变为农耕结构之后，子辈的城市务工收入，远远超过父辈的务农收入，获得经济独立的子辈，越来越多地掌握了小家庭的话语权，父辈的权威核心地位也因此不断消解。同时因为分居模式的客观存在，父辈对于子辈在城市的工作内容、生活习惯和社交范围，由曾经的熟悉转变为现在的陌生。因此，当下农村家庭父辈和子辈之间的关系，逐渐由超级熟悉的家人关系，转变为相对陌生的亲人关系。这种转变的一个核心体现就是婆媳关系，现在越来越多的婆婆，在进城的媳妇面前，要重新学会“当老人”，这其中就包括要学会“把媳妇当亲戚”。

家是最小国，国是千万家。认识研究中国问题，需要认识研究农村问题，更微观地讲，则需要认识研究农村家庭问题。家庭是一个社会政治、经济、社会、文化等各种关系的微缩核心，农村家庭更是认识研究中国城乡“千年变局”大环境下各种问题的一个核心。把握住了这个核心，有利于建立思考农村问题的认识基础，有利于深入到农村社会问题的内部肌理去思考解决问题，从而助力于把一些优秀的传统家庭观念融进现代价值体系，抑或让小康家庭和大家庭、子辈和父辈之间实现同步发展。说到底，这样的认识，有利于让时代的大发展兼顾到更多家庭的小故事，让发展少一些阵痛，多一份温情。



2018年，笔者积极响应组织号召，再度到张家口深度贫困地区，开展更为艰难的驻村扶贫征程。

笔者所进驻的河北省张家口市阳原县曲长城村，总人口11446户3003人。2018年初有建档立卡贫困户356户721人，脱贫享受政策201户542人，是河北省最大的深度贫困村。由于村域水质逐年变差，大片耕地变成盐碱地，农业综合生产能力大大降低，田间收入微薄，没有成形产业，村民被迫外出打工，村庄已经走在萧条衰败的下坡路上。

落后村庄最缺乏的往往不是发展资源，而是撬动发展的动能。

如何才能让曲长城村尽快脱贫并实现可持续发展？我们在统筹各方面扶贫资源的同时，考虑最多的是如何给村子赋予足够的动能，具体说来，主要有以下四种主要做法。

第一，层层传导植入动能。曲长城建成了以河北皇菊、丰花玫瑰、观赏花海、抗寒苹果、赞皇福寿、昌平草莓“三花三果”为主体的400亩冷凉地区特色精品产业示范园区，引导发展1600亩优质张杂谷，建设一座集产品烘干、谷物加工、果品保鲜等功能的农产品加工厂，促进种、养、加、游、电全产业链发展。为了将发展动能传导到贫困户身上，探索建立了“帮扶单位+龙头企业+集体合作社”的定向传导机制。帮扶单位省农业农村厅推行“一全一最一直”扶贫机制（厅级领导干部全部抓扶贫、人财物最大限度向贫困地区倾斜、厅领导直接指导扶贫项目建设）。驻村工作队指导村里成立了种植、养殖两个集体专业合作社，并与龙头企业建立“保底收购、以利还本、延付资金”合作模式，签订产品回购合同，保证有收益、不亏损。今年300亩皇菊，玫瑰实现当年栽植当年受益，观赏花海引来大量游客，苹果、脆枣、草莓长势良好，明年春节起将陆续采摘上市。

第二，技术呵护赋予动能。产业发展需要与之相应的技术支撑。我们通过“行业专家+技术团队+土专家”的有机组合，打造了一支懂技术的本土骨干队伍。驻村工作队充分利用农业部门行业优势，先后邀请10余家龙头企业、科研单位、大专院校的20余名农业专家实地考察，针对阳原气候冷凉、光照充足、昼夜温差大的资源优势，推介优质、高效、特色产业，探索间作套种高效种植模式，全程予以技术指导。省资深菊花专家马占元综合考虑阳原水、土、气、光等资源特点后，将具有抗寒、抗旱、抗贫瘠、耐盐碱、开花期早等优点的河北皇菊新品种，栽植到阳原这种冷凉地区的露地里，大获成功，不仅实现提前上市，而且产量超出预期，为贫困地区发展致富产业探索了一条新路。同时在他的引领下，技术团队进驻产业园区全程跟踪、手把手指导，培养了十余名有一定基础的本土专家，成为产业健康发展的技术中坚。

第三，营销引领强化动能。“营销设计+销售团队+电商个体”协同联动，着力打造一批会经营的新型职业农民。好酒也怕巷子深。产品生产出来了，如果不推广宣传，市场知名度低，那么产品附加值就上不去，农民受益就低，产业就难以持久发展。为此，驻村工作队

在引导发展特色优势产业的同时，把推介优质产品、带动产品销售摆上重要位置。在今年10月份先后举办的第四届京津冀品牌农产品产销对接会和第四届京津冀果品争霸赛上，现场推介曲长城黄金米、皇菊和小苹果，优秀的品质得到市场和专家的青睐，其中曲长城小苹果夺得果品争霸赛金奖。驻村工作队以此为契机，请专业团队进行整体营销策划，以合作社为依托，成立了淘宝店，并正在对接京东等电商巨头，开展网上销售和电商培训，组织吸引更多的村民加入电商销售中来。

第四，激发动力转化动能。“党员+干部+致富带头人+贫困群体”戮力同心，着力建立持续稳定的利益联结机制。示范产业发展起来了，内生动力的激发至关重要。为此，我们为每个产业都成立了由“村干部或党员骨干+土专家或致富能手+贫困户或边缘户”组成的发展小组，将贫困户或边缘户全部联结在产业链条上，辐射引导非贫困户发展，做给大家看，算给大家听，带着大家干，让村民从中获得土地租金、劳务薪金、产业分红、衍生服务酬金等稳定收入，逐步转化为产业工人，真正建立起长效的利益联结机制，从各个方面拓宽增收渠道，增加农民收入。特别是菊花采摘烘干，通过公益岗位或支付工资的方式，调动所有劳动能力的贫困户和部分非贫困户群众参与其中，采花、摆花、烘花、卖花，维护花海秩序，感受发展变化，看着如潮的人流涌入曲长城花海，村民的心态变了，脸上的笑容开了，对美好未来的憧憬多了，靠自身劳动摆脱贫困、靠自我发展换取幸福生活的内生动力得到充分激发。

培植产业发展动能，我们的经验体会是：一是扶贫帮扶需能量转化。真正不会走的队伍是农民自己，大包大揽容易让地方患上“依赖症”，以至于出现“干部一走，产业就散”的心理恐慌与可能困境，所以扶贫帮扶一定要激发群众自身的动能和能量。二是产业扶持要因地制宜。充分利用独特资源禀赋，发挥比较优势，实现差异竞争、错位发展，做到人无我有、人有我新、人新我特。三是健康发展需技术引领。科技支撑水平强弱决定着产业发展水平，最终决定脱贫攻坚效果。补齐贫困地区产业发展的科技短板，专家团队、农技人员和土专家、有劳动技能的贫困群众三者缺一不可。四是产品增值靠培育品牌。培育品牌特别是区域公用品牌，是提高贫困地区特色产业质量效益和竞争力的重要抓手。培育好一个品牌，可以兴盛一个产业、富裕一方百姓。五是脱贫成效需完善机制。创新贫困户、村集体、企业多方受益机制，最大限度地让贫困户参与到全产业链发展中，成为产业发展的主人，才能获得更多收益。

（作者系河北省农业农村厅驻阳原县曲长城村第一书记）

为贫困乡村产业发展培植动能

□□ 严春晓

精准扶贫就该按需“点菜”

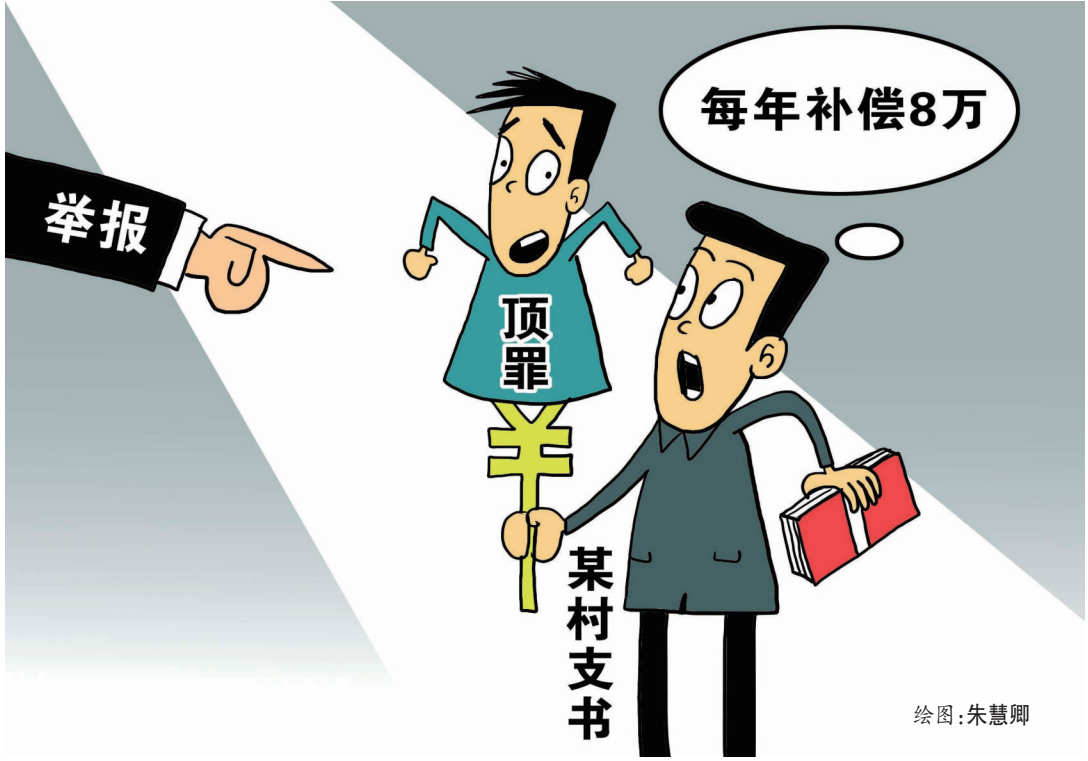
□□ 李长安

“扶贫干部来到我家，拿出‘扶贫菜单’和我商量，是养牛、养羊、养猪还是养鸡、养鸭，是种菜还是栽果树？几十个扶持选项让我自己挑选。”内蒙古兴安盟科右前旗归流河镇北民河嘎查贫困户吴福全说，最后他结合自己的想法和帮扶干部的建议，将养牛作为发展新路子，并承包了蔬菜大棚。同时，吴福全还被聘用为生态护林员，每年有1万元的工资收入。

在脱贫攻坚中，兴安盟咬定产业扶贫不放松，大力实施产业覆盖稳增行动。通过推行“菜单式”扶贫模式，把扶贫项目编制为“菜单”，政府提供蔬菜种植、牲畜养殖、易地搬迁等“菜单”项目，由贫困户“点菜”，政府买单。贫困户按自己意愿选择扶贫项目，有效激发了群众脱贫的内生动力，变“要我脱贫”为“我要致富”。

兴安盟的帮扶方式启示我们，在产业扶贫工作中，少点“跟我做”的强制，摒弃“没办法”的推诿，改变“唯一选择”的模式，尽可能站在群众角度，因人而异、因地制宜、因势利导、精准施策，多用群众乐于接受的方式进行帮扶，就能把产业扶贫执行好、落实好，为贫困群众栽下摇钱树，实实在在带来真金白银，彻底帮扶到群众心坎上。

产业扶贫不缺资金，也不缺项目，缺的是让贫困群众从心里接受、能够干、喜欢干的项目，缺的是“精准帮扶”。如果能激发贫困群众的内生动力，让他们依靠自身的努力和长处



绘图：朱慧卿

据媒体近日报道，江西省南丰县太源乡太源村原村党支部书记兼村委会主任廖某，自2009年担任村支书兼主任10年来，屡踩红线不知止，通过各种方式虚套、侵占、截留涉农补偿款高达83万余元，个人分得52万余元。在调查组找村干部严某谈话后，廖某找到严某，让严某替其认罪，廖某承诺，在严某坐牢期间每年给他补偿8万元。经查实，廖某被开除党籍，违法所得上交财政，并移送司法机关。

这正是：

支书侵吞补偿款，找人替罪想隐瞒。
天网恢恢疏而不漏，害民硕鼠要严惩。

文 @十八刀

这么多“娶不起”的农村光棍说明了什么？

□□ 巩淑云

资料》，联合国儿童基金会对其中的数据进行分析总结：“1982年以来，城镇和农村的出生人口性别比都呈上升趋势，但农村地区上升更快，导致城乡差别日益扩大，这种趋势一直持续到2005年。”2005年，农村人口出生性别比达到了122.9。（出生人口性别比是指活产男婴数与活产女婴数的比值，通常用女婴数量为100时所对应的男婴数来表示。正常情况下，出生性别比是由生物学规律决定的，在102-107之间是正常的，超过这个数值则为异常。）人口出生时性别比异常，也就意味着进入适婚年龄时男女比例也是失衡的。如此大的比例乘以庞大的人口基数，农村光棍数量是十分惊人的。加上婚恋中“男高女低”的思想观念，农村女孩更愿意嫁到城镇，这更加剧了农村男青年的婚恋焦虑。“僧多粥少”，男性青年不得不出更高的彩礼来增加婚恋成功的筹码。

从长时段看，乡村中的男女有别传统被转化为重男轻女的思想。根据费孝通在《乡土中国》的阐释，乡土社会是靠亲密和长期的共同生活形成的熟人社会。这个社会中，家族是一个事业社群。为了稳固乡土社会的秩序和家族社群的稳定，男女按照一定的规则经营分工合作的经济和生育事业，因此男女是

有分工和秩序的，因此叫男女有别。但是，男女有别的传统在近几十年的出生人口性别选择中被转化为重男轻女的男性中心文化。这种文化包括社会地位上的男尊女卑，社会权利上的男主女从等，因而人为地改变生理上的出生人口性别比。出生人口性别比的失衡比例多大，就有多少成年的光棍，也就有多少当年未被选择生下来的女孩。

但是，问题的重点并不是从文化观念的角度批判农村的男性中心文化，而是要反思为什么男女有别的乡土社会秩序会转化为重男轻女的思想？在笔者看来，最核心的转化机制来自农村最现实的问题——养儿防老。在农村的传统中，家族作为“绵延性的事业社群”，以同族、同性的男性为主轴来保证其延续性。女性会因外嫁而成为“泼出去的水”，嫁入某族的女性则随男界共同承担赡养老人的义务。在这个传统中，如果没有儿子，老无所依就成为很现实的问题。因此，当自然生育无法满足政策和养儿防老的现实时，人为选择新生儿性别就成为不得已的对策。因而，重男轻女，重的不是“男”的面子，而是“男”的里子。

那么，相比较而言，为什么农村更加注重养儿防老？很显然，是因为农村的养

老机制没有城市健全。在农村，老人是没有退休金，他们所有的生活来源都来自于子女（传统观念中，几乎全部来自于，而不是女）。即便现在有养老金和农村五保供养对象，但是他们的生活照料缺乏相应的资源支持。所以，不论从硬件还是软件方面，农村养老问题仍然还是大问题，也仍在影响着农村的性别观念。

从大的方面看，越是贫穷的地方，光棍越多、彩礼越离谱，这说明农村光棍问题以及背后的“养儿防老”问题根本上是农村的不发展积累在人的再生产上的难题。越是不发展，养老育儿等问题都会凸显，光棍多便成为农村不发展的表现，并形成恶性循环。

因此，要以现实的眼光去解决农村养老的问题，以及农村长久的发展问题，这样才有可能慢慢解决农村光棍多这一棘手难题，重男轻女观念和天价彩礼的陋习也会逐渐消失。同时，这也提醒我们，当我们以当下城市化的、中产性的眼光去想当然地批判农村的陈规陋习的时候，应该稍微停下来思考一下，这些所谓的陈规陋习是否只是农村落后愚昧的表现，这个背后是否是社会的结构性因素所导致。如果是，我们要做的，是发掘这个因素，并试图解决它。

扶贫调研看“俏”更要看“实”

□□ 徐新林

近日，某地一位副市长下乡调研产业扶贫工作，一路上，所经过的村都在村部大院摆上一大排产业基地规模照、产品特写照等“展板”，有图有真相，看起来挺舒服。然而副市长并未到此为止，而是随机选择3个村，叫人把展板一一搬到相应的地头比对。副市长不只看“俏”，还要看“实”，他这种比实效、找差距的务实精神，获得群众点赞。

展板漂亮，不一定就代表扶贫实效。现代科技高度发达，借用现代科技，有的时候，展板有图，但不一定是真相。在一些地方，扶贫产业并不咋样，却将扶贫产业展板衍化成广告、展销，以艺术化的形式呈现出最好的一面；或者有更甚者，扶贫产业纯属子虚乌有，甚至还停留在纸上、嘴上的规划阶段，却大胆在网上下载有关产业图片，制作成展板，“立此存照”糊弄上级。若扶贫调

研、督查看了专看展板、表格，则偏离了检验扶贫工作进展、总结工作经验的初衷。

从一定意义上说，为宣传扶贫产业成效、扩大产品影响，制作展板供参观者学习，有利于人们系统、直观地总结扶贫产业的经验、做法，可以与产业基地形成相辅相成的引导作用。不过，凡事都有个度，不比扶贫实效，专比展板漂不漂亮，则容易比出形式主义问题。

扶贫产业必须实打实。扶贫中的假把式，需要调研、督查的真功夫进行及时纠正。扶贫调研除了看“俏”更要看“实”，把展板搬到相应的地头比对比对，比实效、找差距，让调研、督查用心、走心、唯实，才能发现产业是真是假，有哪些好经验值得推广学习，存在哪些问题，还有哪些困难需要解决，从而有效改进干部作风，提升扶贫实效。