责任编辑:陈和洲 编辑:单 冬 安志鹏
电话:88303393 电子邮箱:yfdzbllzk@126.com

盐之有理

对外传播红色资源 彰显青年爱国担当

顾栋栋

党的二十大报告提出,“弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系,用好红色资源,深入开展社会主义核心价值观宣传教育,深化爱国主义、集体主义、社会主义教育,着力培养担当民族复兴大任的时代新人。”红色资源是城市独特的资源禀赋,红色文化是城市的优质文化资源,推动城市红色文化对外传播,能够推动城市文化产业繁荣发展,培养新时代青年的爱国责任担当。2023年2月,省委书记信长星在盐城调研时指出,盐城是一座英雄的城市、光荣的城市,要用好红色资源,讲好党的故事、新四军的故事,传承红色基因、赓续红色血脉。所以,我市应充分用好城市红色资源,开展红色文化传播,讲好红色盐城故事,彰显新时代青年爱国担当。

城市红色文化对外传播的重要意义

*推动城市文化产业繁荣发展。*盐城有许多红色文化资源,红色场馆有新四军纪念馆、新四军重建军部旧址、中共华中工委纪念馆、顾正红烈士故居等;红色故事有刘少奇、陈毅等老一辈革命家的革命故事,金剑仁、夏明朗等地方革命先烈的英雄事迹等;红色精神有新四军在英勇抗敌中形成的铁军精神等。显然,这些红色文化资源不仅是人民的光荣历史和文化骄傲,也是文化产业发展的独特资源禀赋。在文化产业和数字经济迅猛发展的今天,推动城市红色文化对外传播,能够培育“互联网+红色文化”“旅游+红色文化”文化新业态,打造文创文旅融合发展新模式,推动文化产业繁荣发展。如“新四军纪念馆+大铜马+泰山庙”的红色文化路线;盐都郭猛、大丰白驹、射阳海河等红色文化小镇;“重走铁军路,体验战斗生活”红色经典体验等,这些红色文化项目已产生良好的社会反响和商业效果,提高了盐城红色文化品牌知名度和产业影响力。

培养新时代青年的爱国担当。《新时代爱国主义教育实施纲要》提出,爱国主义是中华民族的民族心、民族魂,是中华民族最重要的精神财富,要把青少年作为爱国主义教育的重中之重。红色资源是共产党人奋斗史与血泪史的凝结,也是革命斗争精神与马克思主义、时代先进文化的有机融合,红色资源开发、红色文化传播不仅有较高的文化因素和产业功能,关键能够培养新时代青年的爱国精神、担当意识和政治认同。开发盐城红色资源、传播红色文化,能将红色精神内化为青年知、情、意、信、行,培养新时代青年的爱国情、爱国志和爱国心。

当前红色资源开发空间仍较为广阔

在市委、市政府大力推动下,我市红色资源开发初见成效,如出版《大地铭记:永不忘却的红色记忆》《新四军在盐城》等书籍;不断扩建完善新四军纪念馆等场馆;创作曲艺剧《盐阜往事》、舞剧《烽烟桃花飞》等文艺作品。但红色资源开发利用仍面临资源挖掘不够、传播方式传统等问题,开发空间较为广阔。

*资源挖掘不够,系统性缺失。*目前,全市红色资源开发仍以个体为主,未能形成完整体系,缺乏系统的红色资源开发规划,开发利用尚未形成“一盘棋”的整体布局。红色资源开发多集中于红色革命遗址带动红色参观游览等层面,对盐城的革命历史、红色故事、红色歌曲、红色精神等开发不足、传播不够,并未形成系统化的红色文化传播体系,导致公众对铁军精神、红色历史、红色故事等并不十分了解。此外,红色历史、红色故事、红色文艺等传播群体范围有限,如青年群体对盐城红色遗址、烈士命名村镇知之甚少,弱化了红色文化日常爱国主义教育功能。

*传播渠道单一,吸引力不足。*从传播方式上看,更加重视图书、曲艺、报刊等传统传播媒介在红色文化传播中的阶段性单一作用,但红色文化的互联网、新媒体传播仍比较落后,有关红色文化的知名抖音号、微信公众号等较少,红色文化的网络点击率、曝光度和影响力等较小,其在海外网络平台的影响力更是微乎其微。此外,我市红色文化对外传播主体多为官方媒体,而作为掌握前沿媒体技术和先进传播理念的青年群体,在盐城红色文化传播中参与度较低。

发挥青年传播红色文化的独特优势

在红色资源开发和红色文化传播中,应不断优化红色文化对外传播内容,发挥青年群体的文化传播优势,以爱党、爱国、爱社会主义为主题,开展针对性对外传播,在红色文化对外传播中彰显新时代青年的爱国担当。

*系统开发红色资源,优化红色文化对外传播内容。*首先,应完善红色资源开发政策,制定科学完整的红色资源开发规划,积极收集和整理散落在民间的红色遗物、红色故事、红色文献等。其次,应树立整体规划、系统布局的红色资源开发理念,不仅要加强红色遗址和遗物、红色纪念场馆等物质文化开发,还应当加强红色文学、红色歌曲、红色艺术等精神文化开发。此外,应充分发挥青年群体的红色资源开发能力。最后,应将文创文旅融合作为红色文化传播的重要途径,开发形式新颖、生动多样的红色文化产品。

*有效发挥青年优势,创新红色文化的对外传播方式。*一是树立红色文化传播的融媒体思维,有效整合电视、广播、报刊、新媒体等传播媒介,发挥青年群体在红色故事、红色精神传播中的作用。二是发挥青年群体的传播优势,充分利用互联网平台开展红色文化传播。三是鼓励青年群体的创作热情,开展红色文化“微作品”创作活动,设置网络议题。四是充分带动青年群体在红色文化对外传播中的实际参与,以红色教育基地、红色研学旅行、红色志愿活动等方式,吸引青年群体参与红色文化实践活动,在活动中培养青年的革命红色信仰。

*充分彰显爱国主题,提高红色文化对外传播针对性。*应以青年爱国主义教育为主题,围绕地方革命传统文化、新四军铁军精神等,挖掘红色文化的精神内核、思想主题等,打造红色文化教育平台,提高红色文化对外传播内容的影响力。依托红色纪念场馆、新时代文明实践中心、爱国主义教育基地等平台,以红色文化宣讲、红色志愿讲解、红色社会实践等方式,提高红色文化对外传播对象的针对性。针对青年群体的红色文化传播,要充分引领和激发广大青年的爱党、爱国、爱社会主义热情,掌握青年群体的关注点、接受点,真正做到通过一代代青年群体,传承红色基因,赓续红色血脉。

(作者为盐城师范学院马克思主义学院、省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心盐城师范学院理论研究基地副教授,博士。本文为省社科基金一般项目“重大公共事件中青年爱国主义教育的江苏实践研究”〈20MLB006〉阶段性成果)

前沿瞭望

对淄博烧烤持续“出圈”现象的思考

李如友

今年3月以来,淄博烧烤火爆“出圈”,造就现象级城市流量。“五一”期间,淄博更是凭一己之力带动山东城市成为“五一”游的顶流。中国人对烧烤的痴迷,自古存在。中国各地烧烤也各有特色。为何淄博烧烤能够“一枝独秀,频频出圈”?背后原因,值得深思。

表面上看,淄博烧烤的成功源于三个原因:一是淄博烧烤具有浓厚的地域文化特色,它将山东大饼、围炉煮茶和撸串三者巧妙地结合,形成一种独特的“灵魂”吃法,这不仅符合当地人的饮食习惯,也激起外地人的好奇和兴趣。二是淄博烧烤注重食材品质和安全,烧烤店自发成立行业自律联盟,接受食品安全质量检查,让消费者放心消费。淄博政府也制定了一系列政策措施,促进烧烤行业的规范化、标准化、品牌化发展,保障淄博烧烤质量水平。三是淄博借助新媒体力量,不遗余力地宣传当地美食文化与好客之情。众多网络达人在抖音、小红书等平台发布淄博烧烤相关视频和图片,进一步提升淄博烧烤知名度和影响力。事实上,淄博烧烤火爆“出圈”还有着深层次的内在原因,概言之,淄博烧烤做到了三个独树一帜。

其一,淄博烧烤使游客找到情感宣泄的出口。新冠疫情使人们的情感压抑太久,短期内需要一个宣泄的出口,旅游作为放松身心、缓解焦虑和紧张情绪的绝佳方式,成为后疫情时期人们的热门选择。同时,中国游客苦挨宰久矣,近些年,青岛大虾、三亚海鲜、雪乡宰客等事件更以刷屏式的节奏呈现在公众面前。涨价、宰客似乎成为节假日旅游标配,游客苦不堪言,又倍感无奈,旅游过程中小心翼翼地应对着导游和商家的欺诈与刁难。旅途中,放松与焦虑相互交织,构成了游客的复杂情绪。淄博反其道而行,诚信经营,杜绝宰客;更有甚之,“五一”期间主动打折和降价,成为国内难得的游客可放下戒备、放心消费的旅游净地。在淄博,游客宣泄的不仅是被疫情压抑的焦虑情绪,更是对久治不除的旅游宰客现象的不满心理。因此,只要其他旅游地宰客顽疾不除,淄博烧烤就会一直火下去。

其二,淄博烧烤使游客获得被重视、尊重的感觉。淄博烧烤火爆“出圈”,不仅是“小串+小饼+小葱”“灵魂套餐”的吸引和诱惑,是当地政府竭诚呵护的功劳,更是全方位折射出这座城市的文化积淀和历史传承。商家秉承“真诚”理念,推出众多人性化措施,这些看似无所谓的举动却使游客获得了其他旅游地消失已久的尊重。当地政府快速响应游客需求,有看得见的担当作为,从开通烧烤专列到增设烧烤公交,从发布烧烤地图到打击缺斤少两行为,政府一直努力塑造淄博烧烤的品牌形象。此外,当地民众更是为荣誉而战,用实际行动将淄博打造成一座温情城市。可以说,这是一次政府与企业、民众合作的伟大尝试,共同推动淄博烧烤服务升级。宾至如归的感受契合了游客对旅游地的期许,热情好客的氛围给游客带来尊重。这种VIP般的旅游体验是当前游客在其他任何旅游地都难以获得的。因此,淄博烧烤“出圈”实属必然。

其三,淄博烧烤采用正确的打开方式。淄博烧烤的火爆,是后疫情时期人们追求美好生活释放的一个缩影。人们希望走出家门、走向街区,走入充满烟火气和富有人情味的生活场景。但是,许多城市却因创文、创卫肃清了街道,杜绝烧烤或将烧烤限定在封闭、狭小的空间,使撸串失去了原有体验。淄博烧烤同样反其道而行之,在炭烤风味和环境生态保持之间找到平衡点。淄博为人们的烧烤消费提供了露天、大空间,撸串从单纯的美食品尝行为变为一种娱乐和社交活动。在淄博这座城市,游客体验的是美食,而更重要的是美食背后的人文氛围和烟火气息。此外,淄博烧烤模式独特,给顾客留下DIY空间。一张方桌,放上火炉,配上炭块,加上小饼和蘸料,顾客可自由发挥,有着强烈的仪式感和场景感,游客在品尝美食的同时,还获得较强的参与感和成就感。这种独具特色的消费体验进一步增强了淄博烧烤的吸引力和影响力。

文化底蕴的必然与网红热点的偶然,以及政府与民众的齐心协力,共同造就了淄博成功的城市营销,乃至城市形象再塑造。这对其他城市具有很强的借鉴意义。

第一,突出特色是城市营销永恒的主题。每个城市都有其独特的历史、文化、自然资源、人文环境等方面特色,这些特色是城市的独特标志。一个城市要想在激烈的市场竞争中脱颖而出,就必须彰显自己的特色。美食是城市文化的重要组成部分,也是最能凸显地方特色的要素之一。打造具有文化底蕴和仪式感的美食,既可以满足消费者的味觉和情感需求,也能够展示城市形象和魅力。以淄博烧烤为例,它不仅是一种食物,更是淄博人民的生活方式和情感寄托。淄博通过烧烤这一美食文化,向外展示其历史文化和工业文明;消费者通过享用美食,感受淄博独特的人文环境和生活方式,增强对淄博的情感共鸣和认同。因此,对其他城市而言,应深入挖掘自己的美食文化,打造有文化底蕴和仪式感的美食,塑造具有深厚地方烙印的品牌和城市形象,以吸引游客、人才、投资者等各方面资源流入。

第二,诚信经营是企业必须坚守的底线。诚信经营是企业发展的基石,也是保障消费者权益的重要途径。尤其对美食行业而言,一旦出现食品安全问题,会直接影响消费者的身体健康和生命安全,对企业信誉和形象形成致命打击。淄博烧烤注重食材新鲜和安全,不缺斤少两,不搞虚假宣传,最终赢得游客信任和支持。因此,地方政府应加强市场监管和规范,建立良好的市场秩序,保护消费者权益,推动行业良性发展。其一,应建立健全监管机制,制定相关政策和规章制度,明确企业经营标准和行为规范,对违法违规行为进行监管和查处。其二,提高行业准入门槛,对入行企业进行资质审查,减少低水平企业涌入,降低不良经营行为和恶性竞争发生。其三,加强对企业的监督检查,发现问题及时整改,对违规企业进行处罚和曝光,增强企业诚信意识和责任意识,提高企业对消费者的服务水平。

第三,善用新媒体是新时代的必备技能。掌握和善用新媒体已成为当前时代的必备技能。特别是美食这类需要展示视觉和口感效果的产品,通过抖音、微博等网络平台,让更多人了解和关注特色美食,并将其快速推广开来。这些方式成本低廉,能吸引年轻人的目光和兴趣,因而受到越来越多特色产业的重视。淄博烧烤充分利用互联网传播优势,通过短视频、直播等新媒体,将淄博烧烤特色和魅力展现给全国乃至全世界网友,在刺激人们味蕾的同时,也从视觉感官上撩拨人们说走就走的心弦。换言之,淄博烧烤的胜利是新媒体的胜利。地方政府应紧跟时代节拍,主动“触网”“用网”,一方面,利用新媒体将城市文化、旅游资源、特色产业等信息更好地传播出去,吸引更多目光和关注;另一方面,对网上热点需求和呼声主动响应、及时发声,善于用互联网语言解疑释惑,讲好地方故事,塑造特色品牌。

(作者为盐城工学院副教授,湿地生态旅游研究中心主任,博士)

箴言洞见

立足高质量发展 推进城市更新

施歌

中国自改革开放以来,经历了全球范围内规模最大、速度最快的城市化进程。在城市化发展过程中,城市规划起着至关重要的作用,不仅引导城市实现相对有序的发展,也推动城市社会经济的高速增长。目前,城市发展进入中后期,城市空间发展逐步从增量开发转变为以“城市更新”为典型的存量开发。城市发展模式的转变,必然会推动城市治理模式的转型升级,如果继续沿用城市空间增量发展时期的空间治理模式,无法解决目前城市存量发展时期的空间问题。市内区域发展的差异使城市空间统筹发展问题十分复杂,在空间治理模式研究方面面临巨大挑战。

城市更新是当前城市建设的一项重要内容,也是一项颇具复杂性的城市活动。城市更新模式和重点在城市发展不同阶段不断更新变化。发展早期或经历特殊时期的城市更新以拆除重建为主,而经历了高速发展期较为成熟的城市区域以有机更新和综合治理为主。城市更新的过程融合社会、经济、自然资源、物质空间等全面更新和可持续发展,使城市更具活力和竞争力,这是一个持续的过程,也是当今国际化大都市持续提升活力的关键举措。大力推进城市更新的过程中也存在诸多矛盾,包括升级片区与城市总体规划统筹、文脉传承与经济发展、居民需求与空间不足、有限资金与改造成效、盈利模式与社区运营之间的矛盾和多方利益之间的矛盾。因此,立足高质量发展,聚焦当前存在的主要矛盾,以“品质+集约”为城市更新目标,提出以下建议。

激活老城活力,注入新兴产业。政府主导注入新兴产业,重构社区功能结构,运营区域服务平台,推动社区复合化和特色化发展。未来智慧城市的场景需考虑打造特色街区,重视老城既有建筑功能属性以外的延展性功能,完善配置各个区域的功能规划,形成与城市发展功能协调的老城区微更新蓝图。在老城社区微更新方面,引入文创产业激活社区活力,设计慢行步道构建低碳系统,集约复合资源形成有效分享,搭建公众参与助力区域自治。

保存传统风貌,唤醒城市记忆。有效的治理模式可以盘活城市空间、再生人文记忆和重塑社交活力,是实现城市可持续发展的核心引擎。老城区深厚的历史文化是蕴藏于一砖一瓦中的宝贵财富,保存传统风貌、唤醒城市记忆和融入当下发展是老旧城区治理升级的首要出发点。老城区的治理改造兼具城市风貌传承重任,在充分考虑新业态与历史文化、建筑相融合同时,政府主管部门需出台相应规定,保护历史建筑和尊重文化特色。

串联共享社区,挖掘闲置空间。对于治理升级的空间单元,一方面进行内部资源挖掘,另一方面串联周边社区进行空间共享,实现资源有效利用。在社区单元中,每一平方米的空间都具有其价值,城市高密度社区的公共空间治理应注重内部空间潜能挖掘,进行场所再造,主要对闲置公共空间、建筑等进行串联设计。

引入社会资本,公私合作共赢。城市治理的改造升级资金来源主要是政府财政拨款和补助,但有限的项目补助不足以保障空间治理的长效运营,需要丰富资金来源渠道,如开展公私合作、收益期权等形式。从政策层面引入社会资本与政府合作模式,出台操作相关标准、程序,激励社会资本参与城市治理,共建宜居城市。

创新收益模式,盈利渠道多元。在传统的城市治理改造盈利基础上,引入多元合作方,拓展盈利模式。具体措施包括对现有公共空间进行改造升级,引入商业服务、办公服务、人才公寓、会展空间等商业模式;引入智慧社区系统,运用人工智能等科技手段增加社区服务;增设物业服务、便民服务等提升社区软实力的方式。

明确制度蓝本,构建沟通平台。城市治理是以社区为基本单元展开的,随着社区发展日益多元化,尤其是老旧小区的产权关系错综复杂,改造治理空间十分有限。未来政企介入将成为基层治理的趋势,引入专业服务供应商满足基层社区需求,形成“政府—企业—社区居民”三层体系,构建“治理委员会—居委会—业委会”三会一体有效沟通平台,重视居民意愿和诉求,保证基层城市治理效果最大化实施。

(作者为盐城地域文化与社会治理研究院研究员,南京工业大学讲师,博士。本文为2023年度盐城地域文化与社会治理研究院开放课题〈Yds2023013〉阶段性成果)