

言之有理

用好红色资源 赓续红色血脉

张里阳

红色资源是党艰辛和辉煌奋斗历程的见证,是最宝贵的精神财富。习近平总书记在参观“‘不忘初心、牢记使命’中国共产党历史展览”时指出,要教育引导广大党员、干部“学好用好党的创新理论,赓续红色血脉,发扬光荣传统”。中共中央政治局也曾专门就用好红色资源、赓续红色血脉进行集体学习。习近平总书记在《求是》杂志上发表《用好红色资源,传承好红色基因,把红色江山世代传下去》等文章强调,红色血脉是中国共产党政治本色的集中体现,是新时代中国共产党人的精神力量源泉,表明红色资源承载的价值意义、红色血脉内涵的精神力量,更体现以习近平总书记为代表的中国共产党人对用好红色资源、赓续红色血脉迈向新时代、迎接新挑战的坚定信心。

盐城是革命老区。“皖南事变”爆发后,中共中央很快在盐城重建新四军军部,随后又相继成立中共中央华中局、中央军委新四军分会、华中党校、抗大五分校等组织,盐城迅速成为华中敌后的政治、军事、经济、文化中心,时有“陕北有个延安、苏北有个盐城”之称。

盐城红色资源丰富,拥有全国规模最大、资料最全、最具代表性的新四军纪念馆,还有新四军纪念馆和重建军部旧址泰山庙、新四军、八路军会师纪念碑。坐拥如此之多红色遗址的盐城,其红色血脉从1926年仇一民等同志成立的盐阜大地第一个党小组——草堰口党小组即已开始,至今已近百年。因此,对具有丰富红色资源和深厚久远红色血脉的盐城而言,在如何“用好红色资源、赓续红色血脉上”应率先走出一条示范道路。

赓续红色血脉 现状及实践困境

“用好红色资源”是“赓续红色血脉”的必要条件,前者是基础,后者是目的。拥有众多红色资源,并不代表能轻易有效地实现“赓续红色血脉”。实际上,我市在“赓续红色血脉”上存在主体单一、内容空泛、体系碎片化等困境。

赓续红色血脉主体单一,缺少广泛的社会主体参与。当前,盐城赓续红色血脉主体主要是各级党政机关、新四军纪念馆、各级大中小学等,大都是机关事业单位,而众多社

会主体并未参与进来。党政机关应领导红色血脉的赓续,也应鼓励企业、个人等参与其中,避免血脉赓续的影响力、传播力受限,甚至造成“唱独角戏”的困境。

赓续红色血脉内容空泛,缺少深刻持久的精神教育。赓续红色血脉主要依赖物质、精神等载体进行。物质载体依靠物质实体展现,包括革命文物、革命遗址、革命事件文献记载等;精神载体依靠在百年革命、建设、改革过程中形成的精神谱系。物质载体以实物形式展现,直观可见但却容易产生距离感;精神载体较为抽象,但领悟后更为持久深刻。目前,盐城赓续红色血脉的做法主要是参观革命遗址、新四军纪念馆等红色场所进行四史学习教育等,受众接受红色教育更多是“走马观花式”的参观,缺少精神上的触动。

赓续红色血脉体系碎片化,缺少全过程学习教育。体系碎片化体现在红色教育整体性、系统性不足。当前,盐城赓续红色血脉的实践多为宣传新四军零散的红色故事、红色人物、红色遗址,对新四军整体的战斗、生产活动历程和同时期党史重大事件、重要经典论述的教育供给不足。此外,红色教育尚未融入国民教育、青少年成长全过程,红色教育集中在党史国史重要节庆日,赓续碎片化难以对受众产生持久深远影响。

赓续红色血脉 路径优化

红色资源是党的宝贵财富,用好这笔宝

贵财富有效实现赓续红色血脉需要从多元主体参与、优化教育方式、以整体思维规划红色血脉赓续教育等方面探索。

鼓励多元主体参与融入赓续红色血脉中,改变长期以来党政机关为主体的独唱式赓续格局,探索不同主体间的良好互动模式,建立多元主体协同发声的合唱式格局。

优化赓续红色血脉教育方式。一方面,优化红色血脉话语体系,增强话语吸引力,要完善话语表达、平等对话,拉近受众与红色故事的距离,提升红色教育效果。另一方面,采用方兴未艾的数字化、大数据、人工智能技术,开发红色资源的数字化,实现红色资源数字化和赓续红色血脉的深度融合,使盐城各类丰富的红色故事在数字技术赋能下,做到线上游览与线下参观相结合,制造全新参与感和沉浸式体验。

以整体思维规划红色血脉赓续教育。注重红色故事、烈士人物等相关党史的整体梳理和教育,不仅聚焦具体人物事件的历史背景做详细探究展示。同时,站稳意识形态领域最高点,把红色教育贯穿国民教育和精神文明建设全过程,以各级各类学校为重点,建立督查机制,确保课堂教学主渠道、守住思政课程主阵地。

(作者为市委党校党史党建教研室主任、副教授)

前沿瞭望

基于地方文化 推进服装产业发展

秦晓

2020年,省服装行业营业收入50强企业排行榜中,14家企业总部位于苏州,11家企业总部位于南通,坐落于南京、无锡的企业均多于5家。除徐州、连云港2个地级市无企业上榜外,盐城只有一家企业上榜,排名第26位。

2021年,江苏服装行业在国内外市场需求复苏向好、海外订单回流等积极因素有力推进下,生产、销售逐步趋于稳定。根据省统计局2021年数据显示,江苏省13地市中,无锡、苏州和南通三市服装行业营业收入合计为1187亿元,占全省64%。无锡、苏州、南通、常州和南京5个市营业收入超100亿元,而我市服装行业营业收入为负增长。

服装产业发展 存在的问题研判

标杆企业少,产业发展内动力不足。根据中国服装协会发布的“2020年服装行业百强企业”榜单,在上榜的127家国内企业中,江苏有33家,总数量位列所有省份第一。而盐城只有一家企业上榜,位列第68。盐城服装龙头企业少,行业发展内动力不足。

专业人才供给不足,核心技术人员缺失。受经济水平提高、就业观念变化影响,纺织服装行业“用工荒”问题较为严重。目前在岗职工年龄普遍偏高,符合企业发展实际需求的专业技能人才、运营管理人才、跨界人才供给不足问题日渐凸显。

价值链高端把控力不强,品牌文化建设不足。全市虽有一定数量的服装企业,但市场畅销、高附加值的服装生产企业少,且设计创新、品牌建设、运营管理、营销渠道掌控等能力不足,整体处于价值链中低端,产业竞争力有待提升。

基于地方文化 推进服装产业发展路径建议

基于白色海盐文化,引领突破传统产业禁锢,推进科技创新引领行业发展。白色海盐文化是盐城文化底色,灿烂的海盐文化渗入我市人民生活方方面面。同样作为传统产业,在逐步形成的以国内大循环为主体、国内国际“双循环”相互促进的新发展格局中,纺织服装产业是国民经济和社会发展的支柱产业,是解决民生与美化生活的基础产业,是国际合作与融合发展的优势产业。

完善行业创新体系,推动技术、管理、生产和经营模式创新,加大研究与试验发展(R&D)经费投入,强化知识产权保护,实现重点领域关键技术突破,增强行业软实力,提高科技进步对行业发展贡献率,推进服装行业由传统行业转向“数智化”行业。国家统计局披露,2021年我国全社会研究与试验发展(R&D)经费投入为27864亿元,比上年增长14.2%;扣除价格因素,实际增长9.4%;R&D经费与国内生产总值(GDP)之比达2.44%,比上年提高0.03个百分点。

校企产学研联动助推产业发展。盐城地方有盐城工学院、盐城工业职业技术学院、盐城技师学院、盐城市经贸高级职业学校、盐城第二职业高级中学等学校开设了服装设计与工艺、服装设计与工艺等专业,在校师生超1000人。依托市内优秀的高校科研院所,充分对接区域内服装企业,促进服装服饰领域工艺和产品创新成果落地应用,发展高效率、高品质及高附加值制造技术,培育一流产业技术人才团队和管理团队,推进盐城服装产业成为全省产业创新应用基地。

基于红色新四军文化,引领点亮城市新名片,培育特色文旅服装品牌。红色新四军文化是盐城地方文化耀眼的亮色,是盐城独特的地域文化。自2006年我市发起并联合南通、连云港成立“江苏旅游新干线联盟”,携手打造江苏沿海旅游品牌,加强与以上海为核心的长三角

旅游市场的合作。发展以弘扬新四军精神为主题的红色旅游活动是盐城红色文化的意义体现。停翅港、泰山庙、新四军纪念馆、阜宁铁军纪念馆、中共中央华中局第一次扩大会议旧址、卢秉枢烈士故居……盐城红色旅游资源丰富,充分挖掘盐阜大地特色优秀红色文化资源,能更好地发挥爱国主义教育基地作用,让红色文化旅游引领旅游业发展“新国潮”,盐城红色旅游必将成为城市新名片。

文旅服饰品牌培育开拓发展新高度。近年来,“文旅融合”已成为行业热词,文旅产业走向融合也是大势所趋。盐城红色文化具有良好知名度和品牌效应,其革命历史人物、红色故事可歌可泣,既是宝贵的精神财富,也是发展红色文化产业的重要资源。基于红色旅游文化,培育文旅服饰品牌,既有利于传播先进文化,又有利于把红色资源转变为经济资源,成为文化产业的一部分。

基于绿色滩涂文化,引领数字技术赋能转型,力促纺织服装产业双碳目标实现。绿色滩涂文化是盐城生态文化,盐城拥有太平洋西岸面积最大的海岸湿地,被称为“东方湿地之都”。2020年9月,我国明确提出碳达峰碳中和目标,“双碳”战略倡导绿色、环保、低碳生活方式,也有利于引导绿色技术创新、提高产业和经济的全球竞争力。

随着5G、物联网、人工智能、大数据等数字技术的持续突破与发展,生产模式向数字化、柔性化、智能化、精细化转变,设计、销售、物流等环节加速变革,大规模个性化定制,花色、版型快速搭配等正逐步成为可能。“十四五”时期是纺织服装产业与智能制造、互联网融合发展的加速期,产业数控技术和智能化技术将更加成熟,推动生产方式、产业形态、商业模式不断变革,为产业转型升级提供源源不断的新动力。盐城应以数字盐城建设为引领,加强数字技术与服装产业融合创新,加快服装高新技术的开发和应用,不断革新服装工艺水平,提升服装产业技术含量,推动全市服装业向价值链高端攀升。

基于蓝色海洋文化,引领创新驱动跨界融合,推进产业强链融合升级发展。蓝色海洋文化是世代盐城人民在开发利用海洋过程中产生的物质和非物质文化遗产,也体现着强烈的竞争意识和创新精神。

盐城是长三角中心城市之一,有着丰富海洋资源。基于港口资源,紧抓长三角一体化、江苏先进制造业集群建设、“一带一路”节点城市打造等机遇,延长产业链,积极拓展产业发展空间,主动加强与上海、苏南等周边纺织服装发达地区的联系,承接先进产能溢出,集聚创新要素资源,推动全市服装产业开创新局面、迈上新台阶,从而实现区域经济一体化深度融合。同时,江苏、上海正通过价值链延伸、产业链整合,加快提升纺织服装产业整体竞争力,这为盐城实现与周边区域资源优势互补和差异化竞争,打造纵向协作、横向协同的纺织集群带来机遇。

基于“海洋风格”打造本土服装自主品牌。发挥地方龙头服装企业引领作用,鼓励纺织上中游企业积极向产业链下游服装服饰方向延伸,重点发展西服、衬衫、牛仔服装、时装、职业装、针织服装、休闲运动装、童装、皮衣和泳装等产品。积极发挥建湖玉人、建湖缤纷服饰、南纬悦达服装等企业优势,在消防服、防弹服、抗菌服、野外作业服等功能性产品方面寻求突破,带动产业链整合与资源配套发展。顺应服饰多样化、个性化、时尚化消费需求,加快行业转型升级,加强服装自主品牌建设,提高服饰开发设计水平,推动新业态、新模式发展,提升产品附加值。

(作者为盐城工业职业技术学院纺织服装学院副书记,盐城产教融合发展研究中心研究员。本文为2021年盐城产教融合发展研究中心“现代背景下地方戏剧服饰文化传承体系的构建<2021cjrH008>”智库课题成果)

箴言洞见

红色戏剧烛照红色旅游

陈力 支靖宇

盐城,一方红色热土,一座英雄城市。抗日战争时期,这里是中共中央“发展华中”的战略重心;“皖南事变”后,新四军在盐城重建军部。新四军将士用鲜血和生命铸就的“铁军精神”,流淌在盐阜人民血液里,成为盐阜人民弥足珍贵的精神财富。

盐城红色旅游资源丰富,有248处红色遗址,98家市级以上爱国主义教育基地,128个镇村以烈士名字命名。近年来,盐城市红色旅游线路日臻完善,红色旅游内涵日趋扩大,红色旅游形式日益多样。为庆祝中国共产党成立100周年而创作、上演的近30部红色戏剧,作为红色旅游文化的一部分,为游客带来精神文化盛宴,为我市红色旅游发展起到积极推动作用。

景区张贴红色戏剧剧照

红色剧照不仅能概括表现红色戏剧的主要情节和人物形象,而且画面新颖,独具艺术风格,有很强表现力和吸引力。剧照不仅具有宣传戏剧信息的作用,也有艺术价值、观赏与装饰作用。

无论是传统类型剧照,还是当代艺术形式剧照,都能以各种不同形式出现在我们日常生活中,有着各自存在的独特价值和意义。因此,在旅游景区摆设不同规格红色剧照,宣传戏剧中褒扬的人、事、物,既增加了景区景色内涵,又大饱了游客眼福;既宣扬了铁军精神,又陶冶了游客情操。

建湖县庆丰镇东平村华中鲁艺烈士陵园有一组市淮剧团演出的大型淮剧《为你绽放》剧照,表现了1941年初夏,日伪军分三路对盐阜抗日根据地地进行大扫荡,华中鲁艺师生奉命突围转移的革命历史。一段激情燃烧的鲁艺岁月,一次护佑火种的生死绽放,一曲爱与牺牲的信仰之歌,彰显了铁军精神的伟岸,折射出战争的残酷、生命的温暖、信仰的力量和青春的美丽。剧照和烈士陵园内容相关,相得益彰,丰富了烈士陵园内涵,加深了游客对华中鲁艺师生革命气概和革命精神的理解。

游客休憩时观看红色戏剧演出

戏剧一直是人类文化生活中最具群众性和吸引力的艺术门类之一,是综合性舞台艺术形式,具有电影、电视等无法比拟的独特魅力,它对人们的精神世界、道德规范以及政治生活都有深刻影响。

红色旅游是一种愉悦心情、增长知识、陶冶情操的高雅活动,活动中若能融入观看戏剧表演环节,会大大增加游客旅游兴致。曲艺剧《盐阜往事》以孤儿小山子、童养媳芦花、新四军女战士兰欣等一组小人物的成长,讲述了战火纷飞年代,新四军在盐城坚持敌后抗战的故事,表现了“吃菜要吃白菜心,当兵要当新四军”军民同仇敌忾打日本鬼子的根据地情景。淮剧《送你过江》表现了1949年渡江战役前夕,芦花港女村长江常秀和渡江部队教导员郭逸夫的爱情故事,壮烈而凄美,赞扬了老区青年不怕牺牲,舍生取义,报效祖国的革命精神。游客在旅游过程中或夜晚休息时可看上一部戏剧或片段,既能消除旅途疲惫,又可享受欣赏戏剧的喜悦。

随着社会进步和文化事业的发展,戏剧艺术日益走向广大群众,戏剧作为文化市场上的一颗璀璨明珠,必以其独特魅力吸引游客。

导游讲解红色戏剧故事

景区中的红色故事,蕴含着丰富的文化内涵和革命精神,折射出革命先辈崇高的思想情操和可贵的精神品质。红色故事是对红色历史的传承与发扬,有助于人们重温那血与火的历史,激发人们民族自豪感和认同感,弘扬时代主旋律。导游若能结合景区增讲一些相关的红色戏剧故事,再采用沙盘,结合3D模式让游客作为主角参与到特定历史事件中,切身感受革命先辈崇高的精神境界,进而引发他们更加深刻的思考,真正领会红色戏剧故事的现实意义。

以4A级景区大纵湖旅游度假区为例,若导游将“柳堡的故事”讲给游客听,再配以歌唱脍炙人口的电影歌曲《九九艳阳天》,游客

的兴趣必将大大提升。杂技《芦苇青青菜花黄》、电视剧《铜马》第十二集、《铁军组歌》中均有“九女投河”的故事,参观新四军纪念馆等景点时,导游讲述九女投河的英勇壮举,更能激发游客对新四军战士的崇敬,对鲁艺学员的赞誉,从而思想灵魂再次受到战斗精神的洗礼。

旅游产品嵌入红色戏剧元素

随着旅游需求的多样化、个性化、自主化,游客对旅游产品的选择也越来越独特。因此,在设计旅游产品时,需寻找具有一定知名度和影响力的历史遗迹、历史人文、历史事件和古文化背景,作为地方性旅游产品的重要构成要素。

红色戏剧中的题材、背景、情节、人物、主题等元素,恰好能满足部分旅游产品的需求。如将歌剧《洪湖赤卫队》、京剧《红灯记》、话剧《于无声处》《铁流东进》等红色戏剧的曲目名称,主要经典角色、英雄形象、背景场景、主题文字,情节剧照等红色戏剧元素,刻印到餐具盒面上,或刀叉筷勺手柄上,更能吸引游客,尤其是小游客的注意力,激发他们的喜好,帮助他们认识、理解经典角色及戏剧背景、主题和意义。另外还可将戏剧元素印烙在瓷器、陶器、壁画、T恤衫、马克杯等艺术装饰品及日常生活用品上,让历史定格一瞬间,让瞬间成为永恒。

发展红色旅游任重道远,前景广阔。充分发挥地域红色旅游资源优势,努力打造各具特色的红色旅游品牌。将富有地方色彩的红色戏剧融入红色旅游活动之中,充分利用戏剧元素,拓展红色旅游内涵,必将出现红色旅游艳阳天。

(陈力为盐城工学院副教授,盐城黄海湿地生态文明建设研究中心研究员;支靖宇为课题组成员。本文为2022年度市政府社会科学基金项目“盐城黄海湿地虚拟旅游体系研究”<22skC93>、盐城工学院2022年大学生创新创业训练计划项目“社区居民对盐城黄海湿地旅游开发影响感知研究”阶段性成果)