

上的教学资源吸引力不足、适应性不强。宏观上,各高校拥有的课程、教师、技术、设备优势等未能实现顺畅流动、优秀经验尚未能获得普遍推广。线上与线下、课内与课外、理论与实践、育德与育人相结合而孕育的协同效应未能发挥出来、彼此协调度不佳。尽管基于手机平台的网络教学具有满足学生学习自主性、建构性和个性化诉求、增强了思政课教学覆盖面与时效性的优势,但面对面交流的传统课堂仍是主导思想、传递价值、实施德育的重要阵地,是高校思政课权威性、真实性和有效性的重要保证。然而,在实际教学中部分教师很难把握好其中的分寸,以致未能实现其建立手机学习平台的初衷。

当前,教师对学习平台,更多的是将其视为思想理论灌输的新载体、来激活思政课教学,直接把教材中规定的或现实课堂中讲授的原始内容不加区分地“硬搬上”平台,导致课程内容与网络平台融合度不足。这就违背了建立平台让学生从接触学习变为移动学习、从现实场域进入虚拟空间、从被动接受转为主动建构的愿景,以至很难吸引学生的持久关注,提升思政课的实效性。新媒体时代,使教师为主体的信息优势丧失、某些传统教法失灵,话语特征也发生明显变化,主要表现为:思想开放性、主体交互性、形式多样性、内容个体性等。在此新环境下,教师如果仍然充当高高在上的说教者的角色,不以平等、民主的心态说理论道、因势利导、换位思考,那么“教学相长”的互动氛围就难以形成。在信息社会中成长起来的“00后”大学生,早已习惯于幽默活泼的网络语言、平等自由的个性化表达和反权威式的开放互动。如果不对教材内容进行话语转换或漠视学生的话语权,那么平台的使用就会受到“冷遇”,课堂教学就会缺乏亲和力与感染力,因此在坚持意识形态性的基础上传统教学话语变革力度需进一步增强。

二、树立跨界思维的新理念,形成资源共享、协同创新的教学共同体,协调线上线下把握教材内容特点并提高针对性,重视生活的维度、吸纳网络话语,通过评价机制促进课程内容与网络平台融合

树立跨界思维的新理念,打破传统教学设计固有的框架,借鉴知识建构、情境学习、信息加工等理论,多视角开展跨学科的合作研究,促进教学资源与技术资源有机融合,使其更易传播、更加走心。同时不同高校需携手共同打造资源共享、协同创新的教学共同体,推送崇德向善的优质内容,出教学精品,增强实效性,实现全过程育人、全方位育人。手机移动学习平台的使用需坚持正确的价值导向,坚守意识形态主阵地、抵制不良信息的渗透,规定好使用者的权利、义务和责任。需灵活分配线上线下教学工作所占的比重,如对道德的起源与本质的学习,就适合课堂教学,教师通过追溯历史、说理讨论、言传身教,更易使学生晓之以理、动之以

情,产生情感共鸣;而对于如何践行中华传统美德则更适合线上教学,可以让学生畅所欲言、尽情表达对美德的理解,通过微视频或手绘漫画的形式来记录身边的道德楷模。只有了解各自的利弊,发挥各自的优势,灵活进行切换,才能达到最佳效果。

重视生活维度,促使思政课的教学话语贴近大学生的日常生活与语言习惯,用大学生乐于接受的语言风格进行传播,切实尊重学生的主体地位与话语习惯,采掘和创造出更多表现时代风貌和事物特征的新鲜话语,丰富思政课教学语料库,让思政课教学所传递的主流价值与理想信念真正入脑入心。对手机平台内容设置要广泛听取学生的意见,并及时反馈改进。加强对学生留言的有效回复并适时推出好书推荐或大家语录,引领主流价值观。鼓励学生参与手机平台内容创建工作,在立场把关、政治正确的前提下,可博采众长、推陈出新。同时努力挖掘手机平台统计分析的各种数据背后的深层涵义,掌握其信息传播规律,真正为思政课教学服务。在手机移动学习平台应用过程中应做到教师的主导性与学生的主体性并重,教师需全面、客观地把握学生的个性特征、认识能力、思维方式、价值取向、媒介素养等诸方面的差异,也包括科学选取实例、问题和材料来启发学生独立思考,通过激发其自身潜能来发展思想道德素质。学生的主体性既包括与教师构建平等对话、教学相长的积极关系,也包括对思政课教学目标的价值认同,凭借随时随地的学习体验、多元立体的交互方式与高丰富度的传播介质,调动学习兴趣、产生积极的情感、激起学习的积极性、主动性,达到不教育或自教自律的目的。

总之,当今思政课手机移动学习平台上的内容建设总体上创新度并不高、吸引力也较弱,与广大学生的关注点和兴趣点的契合度较低,“想教非想学”的问题尤为凸显,“教学的艺术是使学生喜欢你教的东西”,既注重德育主导性,又要与艺术审美性融合。思政课教学内容嵌入手机移动学习平台,等于把社会百态与思想理论知识放在同一场域,思考实际问题与思考理论问题同时进行,只有思想理论知识与现实生活体验接轨,课堂教学才可能脱离生冷的壳,长成清新的绿芽。从而理想信念和道德规范就会自然而然地内化于心、外化于行,思政课教学所传递的“正能量”也才会真正入脑入心。

参考文献

[1] 微信移动学习平台在高校思政课教学中的应用研究——以“思修”课为例 张景瑞 2017.12

课题:手机媒体与本科思政课教学有效融合的价值研究(18C0185);手机移动互联网在高校思政课教学中的价值研究(JG1770)

垃圾分类投放有效宣传的实践与研究

陆俭蕊

(青浦区香花桥成校 上海 201799)

【摘要】2019年7月1日,被称为“史上最严”的《上海市生活垃圾管理条例》正式实施,该条例实施标志着我国强制生活垃圾管理时代的到来,但我们在推进垃圾分类过程中养成了居民明显的看客心理,形成了政府高标准、严要求与居民不理解、不配合的较大落差,本文通过青浦区香花桥成校在垃圾分类宣传方面的相关实践与研究,探索垃圾分类投放有效宣传的路径,培养居民垃圾分类意识,促进政府和居民相互沟通和理解,为做好垃圾分类投放工作奠定基础。

【关键词】垃圾; 分类投放; 有效; 宣传

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.1144

2019年7月1日,被称为“史上最严”的《上海市生活垃圾管理条例》正式实施,该条例不仅实现管理区划、管理对象全覆盖,同时还加大了惩处力度,尤其是明确了个人违规后的处罚。该条例的实施也标志着我国强制生活垃圾管理时代的到来。但在实施过程中,也出现了很多的困难和障碍,尤其我国在政策层面推进垃圾分类工作已有将近二十年,但在居民实施层面却养成了一种看客心理,主要原因在于:一是怕麻烦,不仅要学习怎么分,而且还要多费垃圾桶和垃圾袋。二是分好分坏对居民没有任何影响,分类行为只能依靠自我觉悟。总体形成了“政府热居民冷”的局面。这次垃圾分类的强制实行,面对政府高标准、严要求与居民不理解、不配合形成的落差,有效宣传成为工作的成败关键,青浦区香花桥成校在此次宣传活动中进行了有效的尝试,效果明显。

一、垃圾分类宣传实施路径

(一) 做好调查研究

香花桥街道是在2004年由三个乡镇合并而成的街道,有30个村居委会,户籍人口约4.2万人,外来人员约8.6万人,落户企业上千家,垃圾分类工作复杂困难。为此我们通过下村居实地访谈和问卷调查的方法在街道进行了充分的调研。调研显示:一方面绝大多数人认为垃圾分类、收集、运输和处理都只是政府的职责,对垃圾分类的认识仍停留在简单废品回收的基础上,对垃圾分类的重要性及其对环境的影响认识不足。另一方面对垃圾分类收集处置的相关知识的掌握非常有限,加之分类操作中的客观不便,以及目前垃圾分类收运作用规范性不强等原因,导致人们对垃圾分类投放参与的积极性不高。

(二) 做实常规途径

任何一项政策措施的宣传落实必须要有一定的量和覆盖面,才能在社会形成氛围、产生共振,从而保障政策的有效落地实施。在此次垃圾分类宣传活动中,我们一方面充分利用传统的墙报、漫画、黑板报、宣传栏等固定宣传阵地,作专题宣传;其次通过村居、居民楼的组织,印制发放相关宣传资料,通过楼组长上门指导垃圾分类,做实垃圾分类投放宣传工作;同时香花桥成校从2019年4月25日到6月27日组织开展了垃圾分类送教上门活动,通过深入学校、村委、企业的39场主题宣讲,提高辖区居民对垃圾分类的认识,促进垃圾分类活动有效深入贯彻,整个宣讲活动共辐射辖区2415人次,有效带动了香花桥街道垃圾分类工作深入开展。

(三) 渗透课堂教学

在前期利用多方位宣传平台,有效引起社会重视和热议的基础上。我们趁热打铁,深入挖掘和利用本校课堂宣传途径。比如我校每学期会开设二胡、申胡、数码钢琴、声乐等音乐类课程,2019年春季在这些课程教学过程中,教师结合垃圾分类社会热点,将1908公社演唱的《垃圾分类》歌曲融合到教学内容中,一方面让学员学习音乐知识,同时培养他们垃圾分类的意识。在我校开设的绘画、摄影、书法等课堂上,我们更是将垃圾分类作为主题,鼓励大家进行艺术创作,将自己的思想和手法融入作品中去,最后评选出优秀作品,在街道辖区内展出,通过这一措施在切实提高宣传作品质量的同时,也有效激发了学员的创作热情,后期的展出和良好的反馈也让学员收获了满满的成就感和幸福感。

二、垃圾分类宣传实施效果

(一) 垃圾分类意识深入人心

通过一系列垃圾分类投放的有效宣传和落实,垃圾分类也成了街头巷尾人们热

议的话题。人们见面问候语从“吃了没？”改成了“这是什么垃圾？”有些家庭要求家人一边吃一边垃圾就要分好，猪的大骨头要放到干垃圾，猪的小骨头要放到湿垃圾，吃剩了的螺丝也要拆分好再去。家里的小朋友碰到手里的垃圾也要时不时问一下扔到哪个垃圾桶，甚至有时会督促大人要做好家庭垃圾分类工作。走在路上，手里捏着的垃圾一定要找到对应的垃圾桶，没喝完的奶茶还要分几个桶分别投放。街道内居民群众从原来的随手可扔到现在仔细慎重，垃圾分类的意识已经完全深入人心，真正将垃圾分类从“新时尚”变成了“新习惯”。

（二）街道环境面貌显著改善

垃圾分类投放实施以前，城镇小区每栋居民楼前都有垃圾桶，大家24小时顺手投放，垃圾桶往往清理不及时，发霉发臭现象时有发生。而且碰到大雨或刮风的天气，桶里的垃圾溢出或漫天飞舞，严重影响了小区环境质量，尤其是靠近垃圾桶的一楼居民，有时甚至不敢开门开窗，不堪其扰。通过垃圾分类投放的有效宣传和具体落实，小区垃圾得到集中收集和及时清运处理，有效改善了小区环境质量，提高大家的生活质量。

（三）政府居民矛盾有效缓解

2019年7月6日，《上海市生活垃圾管理条例》生效6天后，上海市对居民个人的处罚就达到了15起，一方面使上海市民再也不敢怠慢垃圾分类，同时这种严格执法必然也带来了部分居民的反感和发对。通过垃圾分类投放的有效宣传，在政府和居民之间起到了润滑剂的作用，一方面让政府能更多地了解居民的所思所想，另一方面也让居民更深入认识政府的所作所为，促进了双方相互理解和沟通，带领居民顺利度过了刚开始的“阵痛期”，让居民认识到自己既是垃圾的制造者，也是垃圾

的受害者，切实把政府要求潜移默化地转化为个人主动作为。

三、垃圾分类宣传改进建议

通过多形式、多渠道的宣传，街道居民总体从思想上认同了垃圾分类的重要性与迫切性，行动上能每天对生活垃圾做好分类工作，源头上确保了垃圾分类工作的有效实施。为了更进一步优化和改善垃圾分类投放工作，我们提出两点改进建议：

（一）有效落实激励机制

目前在实施垃圾分类投放过程中，每个家庭都有一个“绿色账户”积分卡，一定的积分可以换取一些家庭日常用品。小小的奖励，既是对她们工作的肯定，让她们有一种使命感和责任感，也是政府与居民沟通的一条有效渠道。建议今后提升积分卡换取物品的频率和质量，将政府坚定的态度和导向有效传递给居民，真正发挥“绿色账户”积分卡效能。

（二）重视回收利用

垃圾分类投放可以分为回收和利用两个环节，目前的工作重点主要在垃圾分类回收环节，下一阶段可通过政策手段，支持和鼓励市场化主体投身到可再生垃圾的利用环节，打开“垃圾副产品”市场，让市场化主体在利用环节有利可图，通过将利益传导到回收，促进相关产业积极发展。

参考文献

- [1] 宋玉蓉. 上海市生活垃圾管理的启示[J]. 广州: 探求, 2019(6)
- [2] 田忠芳. 上海垃圾分类工作成效显著长效机制仍待完善[N]. 上海金融报, 2019.10.29(008)

新阶段中国文化产业特点分析

何敏

(闽江学院新闻传播学院 福建 福州 350108)

【摘要】2018年以来我国文化产业领域风起云涌，互联网新业态的快速发展改变了文化产业发展格局，文化产业已经进入新的发展阶段，本文从数字文化产业、文化旅游、文化IP等新特点展开分析。

【关键词】文化产业；特点

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.1145

1. 数字文化产业迎来发展高峰

近年来，直播、短视频等应用迅速崛起，成为许多年轻人的时尚消费，数字文化产业新业态的迅速发展已经成为最大的亮点。尤其是2018年初，短视频应用迅速下沉至三四线城市，短视频用户规模和使用时长都呈现爆发式增长态势，带动行业市场规模迅速增长。

2018年，哔哩哔哩、爱奇艺、虎牙直播、映客相继在美股、港股市场上市，从资本对数字文化产业的青睐来看，互联网新业态巨大的发展潜力即将显现。去年11月28日发布的《2018中国网络视听发展研究报告》显示，截至2018年6月，我国网络视频用户6.09亿，占网民总数的76%，半年增长率5.2%。手机视频用户数量达到5.78亿，短视频用户5.94亿，直播用户4.25亿，音频用户3.0亿，互联网电视激活用户2.18亿，截至2018年9月底，互联网电视累计覆盖终端达到3.22亿台。

随着“互联网+”的发展成熟，互联网与文化产业各行业都加速了深度融合，平台化、智能化发展成为趋势渗入传统文化产业的各个领域。传媒领域迅速向视频、直播领域进军，出版行业加快了数字化进程，主流媒体与新媒体融合发展的势头加快。这些内容生产领域通过更加生动灵活的表现形式及移动传播渠道，吸引了大量年轻用户群体，大大提升了吸引力，让优质内容增强了传播力。

传统文化产业加快了与互联网新业态结合的步伐，博物馆、非遗等文化资源在短视频应用上大放异彩，走进了大众的视野。VR、AR、全息投影等技术更广泛地应用在博物馆展览、旅游、影视、游戏等领域，让文化以数字形态展现，加强了互动性和趣味性，成为最具科技感的文创产品。

2. 文化产品供给内容提质升级

文化产业的发展既需要注重平台与技术的升级，又需要内容品质的升级。我国文化消费群体众多，市场广阔，近年来，观众的文化素养和审美品位逐渐提高，对文化作品的要求也日益提高。以影视行业来说，近年来影视行业的迅猛发展有目共睹，但也常常出现不注重思想内涵与制作质量的作品，出现了不少“高票房、低口碑”的怪现象。

2018年，主旋律电影《红海行动》获得票房36亿元，现实主义题材电影《我不是药神》获得票房30亿元，两部影片都获得了口碑和票房双丰收，这说明观众不再对粗制滥造的作品“买账”，具有现实意义和思想内涵的作品受到欢迎，而仅仅依靠特效、明星效应但故事内容空洞的电影遭遇“滑铁卢”。

近年来，网络视听节目也走进大众视野。2018年前三季度，共有214部网剧、118档网络综艺、1030部网络电影上线，上线数量与去年同期相比持平或稍有下降，但播放量大幅增长。较以往网络视听作品鱼龙混杂的市场环境，精品化、独播化、创新化的内容形态更受用户青睐，大量粗制滥造、低水平内容被市场抛弃。

2018年，《如果国宝会说话第二季》《国家宝藏第二季》等纪录片获得超高分，这些作品通过更轻松的小剧场等形式受到许多年轻人的喜爱，提升了民族文化认同感和自豪感。可以看到，通过精品内容制作，文化产品供给正在实现提质升级。

3. 文化与旅游融合趋势凸显

文化产业的成长伴随着经济、文化、科技、教育等各个领域的深度融合，随着我国文化产业规模的扩大，其深度融合性特征逐步显现，文化产业与旅游业、传统制造业、农业、体育产业等逐渐形成了跨界、渗透、提升、融合的多样路径。

随着2018年机构改革的推进，文化与旅游的产业融合升级趋势开始凸显。2018年，随着旅游消费的加快升级，各地都更加重视文化和旅游的融合发展，通过提升文化内涵促进当地旅游业的转型升级，同时以旅游业带动盘活当地文化资源，使得文化通过旅游业的载体进行弘扬和传承。

2019年，一些旅行社和在线旅游企业加快推出更具有文化特色的主题旅游线路，如马蜂窝推出的“圣地巡礼”计划，以热门影视剧为主题的旅游线路深受年轻人喜爱，成为“内容旅游”新形式。主题公园、文旅小镇也迎来了发展热潮，中国传统村落和历史文化名镇迎来更多游客，历史文化和非物质文化遗产通过旅游业的发展展现在世人面前。

4. 文化IP热潮势头强劲

IP的本意为知识产权，今天，文化IP已经成为有特定粉丝群体的文化标识。近年来，IP内容改编的热潮始终在持续，《甄嬛传》《人民的名义》等网络文学改编成影视剧获得了巨大的成功，一批基于历史文化或文学作品的IP被改编为游戏。伴随着IP主体的消费渐成趋势，IP也衍生出其他产品参与到文化消费市场中。

2018年，《如懿传》《延禧攻略》《香蜜沉沉烬如霜》等网络文学改编的影视剧大受欢迎；阅文集团、掌阅科技在2017年下半年上市后，加大了对优质作品的培育力度；一些视频网站也开始投入到行业上游参与影视剧的开发、制作和出品。

各大互联网平台积极布局文化IP市场，开始以文学为源头向游戏、影视、衍生品等方向进行持续布局，通过对“影、视、书、游、漫”的联动营销，打通了上下游产业链条，带来基于知名IP的持续消费，通过IP与营销手段结合并变现。

参考文献

- [1] 黄丽华. 以新区建设为契机深化文化产业合作[N]. 中国社会科学报, 2018-08-15(006).
- [2] 潘冬东. 福州文化产业的融合发展创新[J]. 福州党校学报, 2016(03): 60-64.