

讲好红色故事的三重维度：政治性、科学性、生动性

通过讲述红色故事的形式滋养人民群众的精神、坚定人民群众的信仰，是满足人民群众美好生活需要的重要举措。红色故事讲解必须站稳立场，尊重历史，守正创新。

□ 季春芳 赵文能

讲好红色故事是利用红色资源、发扬红色传统、传承红色基因的有效路径，也是发展中国红色旅游的内在要求。

一、政治性

严守政治性，是讲好红色故事的根本要求。红色故事讲解必须站稳立场，要明确红色故事“为谁讲”的问题。（一）红色故事要为老百姓而讲红色故事从群众中来。马克思主义唯物史观认为，人民群众是历史的创造者。红色故事亦是如此，它来源于广大的人民群众。自1840年鸦片战争以来，在中国大地上发生了无数可歌可泣的故事，如三元里抗英斗争、新竹抗日保卫战，一双草鞋、半条被子，抗疫英雄钟南山、治沙英雄“六老汉”等等，这些故事都来源于人民群众，感人至深、催人奋进，内蕴了中华民族走向伟大复兴的巨大力量。

红色故事到群众中去。全心全意为人民服务是中国共产党的宗旨，党的一切工作的根本出发点，就是实现和维护最广大人民群众的利益。“党团结带领人民进行革命、建设、改革，根本目的就是为了让人民过上好日子。”讲好红色故事的价值，在于服务于广大人民群众。当前，随着社会的发展进步，人民群众的精神文化需求日益提升。此时，通过讲述红色故事的形式滋养人民群众的精神、坚定人民群众的信仰，无疑是满足人民群众美好生活需要的重要举措。

（二）红色故事要为党和国家而讲

红色故事讲解要始终维护党的领导权威。中国共产党的领导地位是历史和人民的选择。鸦片战争后，中国沦为半殖民地半封建社会，社会各阶级对国家出路的探索，都没有能挽救

人民于水深火热之中。1921年，中国共产党诞生。党领导人民进行革命、建设、改革的实践充分证明：只有共产党，才能救中国；只有共产党，才能发展中国。坚持党的领导、维护党的领导权威，是红色故事讲解者的使命和责任。

红色故事讲解要始终维护国家的长治久安。讲好红色故事是意识形态工作的一种重要形式。以老百姓喜闻乐见的形式，于润物细无声之中推进党的意识形态工作，是红色故事巩固党的执政基础、维护国家安定团结的具体体现。同时，讲好红色故事也是我国国家职能的重要表现。红色故事以文化和旅游等形式，生动呈现中国近现代史的各个方面，积极为广大人民群众服务，充分彰显了国家的文化职能和社会公共服务职能，有利于推进国家治理体系和治理能力现代化。

二、科学性

谨守科学性，是讲好红色故事的基本要求。红色故事讲解必须尊重历史，要明确红色故事“讲什么”的问题。

（一）有史可依，红色故事要坚持实事求是

红色故事讲解要坚持有史可依。中国近现代史是红色故事的根本依据。其间，经历了第二次鸦片战争、中法战争、甲午中日海战、八国联军侵华。1911年的辛亥革命，推翻了两千多年的封建制度。1919年五四运动，无产阶级开始登上历史舞台。1921年，中国共产党诞生。历经建党初期、大革命时期、土地革命战争时期、全面抗战时期、解放战争时期，1949年，新中国诞生了。我们走过凯歌行进的新中国创业初期，经过三大改造，进入了社会主义初级阶段。在经历探索中的曲折后，1978年党的十一届三中全会，开启了改革开放大幕。十八大后，中国特色社会主义正式迈进新时代。中国近

现代史，是红色故事的来源。

（二）有史必依，红色故事要防止历史虚无主义

讲好红色故事要正确处理真实性与艺术性的关系。红色故事的呈现方式有很多种，文学、艺术等多种元素的融合可以让红色故事更有亲和力、感染力和渗透力。但红色故事的基本前提是真实性，故事当中的人物、时间、地点、情节等要素，都必须始终秉承实事求是的原则，要确保红色故事呈现内容的真实、准确、科学。

讲好红色故事，要坚持唯物辩证法，用联系、发展、全面的观点看待历史问题。要理性地避免断章取义、割断历史联系，或是由于利益立场等问题过度放大大地或自己关注领域历史故事的重要性。

三、生动性

力求生动性，是讲好红色故事的时代要求。红色故事讲解需要守正创新，要明确红色故事“怎么讲”的问题。

（一）创新红色故事讲解路径

在讲解员方面，红色故事讲解者应多元化。目前，青年女性讲解员是主体。但除此之外，老红军、老战士等红色故事亲历者，由于他们亲身见证历史的发生，代入感和感染力很强，一定条件下，也可以成为红色故事的讲解者。节假日时期，中小學生也可以担任志愿讲解员，在向受众讲解红色故事的同时，也以实践行动加强了青少年的爱国主义教育。

在讲解方式方面，除了传统的讲解员单方面陈述之外，还可以充分调动受众兴趣，以多种形式与受众开展互动。在必要时，还可以结合一些出自当地的红歌、小调等，使红色故事更为饱满生动，展现当地红色故事的特色，增强红色故事的吸引力，提升红色故事的教育实效。

在讲解技巧方面，要不断开拓路径、与时俱进。讲好红色故事要以细节感人，红色故事讲解员要从一举一动、一言一行入手，以“无我”之境界，重现红色故事的发生情境。讲好红色故事要以情节打动人，红色故事的情节既要忠于史实又要引人入胜。讲好红色故事要以道理启迪人。找准红色故事的当代价值，以小见大、升华主题，呼应新时代，弘扬主旋律，传递正能量。

（二）夯实红色故事讲解保障

沉浸式的情境营造能有效提升红色故事讲解的效果。红色故事讲解所在的旅游景点、红色场馆等地，可以适度营造与红色故事发生情境一致的场景区景，增强体验感、代入感。红色旅游景区景点，既不能贪大求洋，也要合理利用声光电。同时，完美呈现红色故事的情境，也需要强大人才队伍的支撑。深化红色故事的挖掘、整理、考证，培养红色故事学术研究的人才梯队，丰富红色故事的科研成果，是当前讲好红色故事的必要前提。

此外，还要全方位提升红色讲解员的业务水平。一方面，要加强对于红色故事讲解员的培训，对标“五好讲解员”，培养政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好的综合性人才。另一方面，我们也要逐步建立健全关于红色讲解员的成熟机制，在从业资格、继续教育、编制待遇、人才流动等方面，形成一套较为合理完善的体制，为红色故事的讲解提供坚实保障。

（注：本文系2020—2021年文化和旅游部文化和旅游研究项目“红色故事讲解的政治性、真实性、生动性三重维度研究”[21DY30]的阶段性成果。）

（作者单位：中国国家博物馆，安徽师范大学）

对湖南加快发展健康旅游的思考

设计健康旅游产品时，必须以人为本，充分考虑全生命周期的康养需求，给健康旅游体验者带来身体健康和心理健康。

□ 向小艳

党的十九届五中全会提出，要“全面推进健康中国建设”“深入实施健康中国行动”，再次吹响了建设健康中国的号角。健康旅游是健康服务和旅游融合发展的特色业态。在我国抗击新冠肺炎疫情斗争取得重大战略成果、疫情防控进入常态化阶段，发展健康旅游不仅是实施“健康中国”战略的特别载体、更是推动后疫情时代文化和旅游产业健康持续发展的新蓝海。健康旅游产业发展迎来历史性机遇，成为各地提振旅游经济的新热点。因势而谋、应势而动、顺势而为，大力发展健康旅游，是提振湖南旅游经济的新引擎。

一、做好顶层设计，擘画健康旅游发展蓝图

只有全民健康，才有全面小康。发展健康旅游产业是一项庞大的系统工程，单靠文化和旅游部门一己之力无法统筹协调、合理配置相关资源，必须融合其他产业，做好顶层设计。《“健康中国2030”规划纲要》《促进健康产业高质量发展行动纲要（2019—2022年）》《关于促进健康旅游发展的指导意见》的陆续出台，从国家层面做好了顶层设计。放眼全国，各地紧抓政策及市场机遇，充分利用自身优势，谋划推动健康旅游发展。如，广西2019年出台了《关于加快大健康产业发展的若干意见》，在全区一盘棋规划引领下，各地市纷纷结合自身实际，加快大健康旅游产业发展，使广西大健康旅游产业驶上快车道；海南一直深耕“康养+旅游”产业，国务院印发的《海南自由贸易港建设总体方案》提出，推动旅游与文化体育、健康医疗、养老养生等深度融合，为海南健康旅游产业发展提供了政策支撑。

行棋观大势，落子谋全局。加快推动湖南健康旅游产业发展，急需从省级层面精心绘好“湖南大健康旅游发展一张图”。首先，摸清“诗和远方”的家底。从产业角度全面开展文化和旅游资源普查，并加强前期研究，做到“心中有数”。其次，找准健康旅游产业目标定位。根据对家底的科学分析和前期研究成果，论证、确定湖南健康旅游在国内、国际上的发展方位。再次，在家底清晰、定位确定的前提下，出台湖南大健康旅游产业发展意见和行动方案，以高质量发展要求，全力部署推进湖南大健康旅游新发展，争取将湖南打造成国内乃至国际知名的大健康旅游目的地。

二、发挥比较优势，抢占健康旅游市场高地

健康旅游是文化和旅游产业中发展非常快的领域。GWI《全球健康研究所》数据显示，2018年，全球康养旅游市场规模为6869亿美元，2019年为7384亿美元。新冠肺炎疫情暴发之前，我国游客喜欢去海外体验健康旅游产品，其中热门产品包括日本的早癌筛查体检之旅、泰国的预防阿尔兹海默症大脑健康之旅、芬兰的乳酸菌健康之旅等。据携程的跟团游和自由行数据，我国“氧吧旅游”产品持续火爆，还带火了一些生态好的新兴目的地，比如浙江景宁、安徽霍山和云南新平等地。

GWI提供的数据表明，随着健康意识提升、老龄化到来以及疫情防控常态化，医疗保健类支出已超过消费性支出，健康旅游市场进一步扩大。面对健康旅游市场这个“大蛋糕”，湖南只有充分发挥比较优势，才能找到发展机会，抢占市场高地。一是发挥文化和旅游产业快速复苏优势，乘势而上。2020年全省各级文化和旅游部门准确把握“抗击疫情前线”和“经济发展前线”两个战场，科学应对、统筹推进，旅游业快速复苏，全年接待国内外游客6.93亿人次，恢复到2019年的83.4%，其中国内游客69319.03万人次，恢复到2019年的83.8%；实现旅游收入8261.95亿元，恢复到2019年的84.6%，其中国内旅游收入8258.42亿元，恢复到2019年的85.9%。二是发挥区位优势，找准重点市场。短期而言，全球新冠疫苗产能不足，疫苗分配不均，许多国家推行全民免疫，疫情防控仍然形势严峻。疫情抑制国人出国（境）旅游，而转为国内游。因此，湖南应该充分发挥地处中国中部、高铁高速公路交通系统发达便捷的优势，将国内市场作为重点市场。利用这一窗口期，将原本出国（境）旅游的人群引流

中国夜间休闲文化源流与特征刍议

回溯历史，中国的夜间休闲活动源流甚早，亦产生了丰富的相关文化。我们应该从历史文化中汲取养分，挖掘资源，发扬传统，为人民创造欢愉的夜间休闲生活。

□ 王欣 朱丹梦 徐晓文

夜间经济成为近年来国家经济生活的热词，受到产业和学术界的广泛关注。夜间经济亮点频现，北京推出十三项措施点亮“夜京城”，上海提出打造“国际范、上海味、时尚潮”的夜生活集聚区，西安的“大唐不夜城”闪亮登场再现历史辉煌。在一般意义上，夜间是非工作时间，因而夜间经济也与休闲活动高度关联。回溯历史，我们不难发现，中国的夜间休闲活动源流甚早，亦产生了丰富的相关文化。

工业社会之前，受限于照明条件和劳作后恢复体力的需要，人们只能“日出而作，日落而息”。长期以来，中国作为世界最大和最稳定的农业社会，人们的作息尤其简单和规律。但是，统治阶级显然不受照明费用和身体辛劳的约束。商纣王的“酒池肉林”“长夜之饮”几乎成为国人通识的剥削阶级罪行。《诗经》中记叙了东周时期的宴会和投壶等娱乐活动，这些显然也只有贵族才能享受。这种阶级性，曾被杜甫痛陈为“朱门酒肉臭，路有冻死骨”。

在夜间照明技术和成本控制方面，中国长期以来进步不快，这大概与典型农业民族的生产生活方式有关。据出土的甲骨文记载，中国在殷商时期已经使用松脂火把进行照明。灯的出现则最早见于东周，那时还称“镫”“登”或“豆”。《楚辞》中载“兰膏明烛，华镫错些”。《尔雅》中说“瓦豆谓之登”，后人释曰：“登即做灯”，“礼器也”。到了汉代，中国与西方几乎同时迎来了“蜡烛”，一种更加稳定方便的照明器。《西京杂记》记载了南越向汉高帝进贡蜡烛。但是今天极其廉价易得的蜡烛在古代却颇为难得。唐朝时政府就设置了专门管理宫廷蜡烛的官职。在宋朝，蜡烛还作为一项与西夏贸易的重要物资。明清以后，蜡烛才进入了普通人家。古代的蜡烛使用起来还很麻烦。唐代诗人李商隐有诗句“何当共剪西窗烛”，那时的蜡烛灯芯总得烧一段剪一段。

在强调社会秩序的条件下，古代中国还长期存在“宵禁”制度。在唐代，首都长安城实行了坊市制——将城内划分为108里坊，坊（居住区）与坊、坊与市（交易区）建有高墙相隔，

形成一个个独立的空间，如白居易所说：“百千家似围棋局，十二街如种菜畦”。在坊市制的基础上，根据管理需要实行不同等级的“宵禁”制度，各“坊”和“市”都要在日落 after 关闭，不仅禁绝人员流动，对燃烛张灯也有限制，如《秋夜吟》中述“六街鼓歇行人绝，九衢茫茫空有月”。

尽管有上述这些约束和困难，古代中国人在夜间生活方面还是创造出了丰富的文化内容，也发展出了中国的文化特色。

一、在中国文化系统中产生了繁荣的“月文化”

对月亮的欣赏和崇拜存在于世界多个民族中，中国则是世界上最早依据月相制定历法的国家之一，更是月历使用最为成熟且至今不绝的主要大国。辛亥革命后，官方虽推广西历（公历、阳历），无奈月历（农历、阴历）文化根深蒂固，只能两套历法实际并存，元旦和春节同时都过了。

中国人对月亮的崇拜重于人情而非宗教。月光的四海普照与圆缺流转，被中国人赋予浪漫温情的文化内涵。月亮与故乡、家庭、爱情、友谊、人事变迁、生命更替等联系在一起。“举头望明月，低头思故乡”“但愿人长久，千里共婵娟”深刻地烙入全体中国人的精神世界。赏月是中国文人精英和普通民众共有的审美休闲活动。中国人的精神特质在这一审美过程中也表露无遗，“海上生明月，天涯共此时”是人伦思念，“春花秋月何时了”是家国伤怀，“八千里路云和月”是英雄志趣。

以月时为标志的中秋节，更成为中国中国人最重要的传统节日之一。在中国中原地区，农历的八月十五，是秋高气爽月色通明的时节，暑气已去，寒凉未至，降雨又较夏季显著偏少，农民夏收已成，秋收正在前后，中国人沉浸在一年中最为衣食无忧的境地，从物质到心情，从景观到天气，都是最幸福、最适合夜间欢聚赏月的时刻。

二、中国的“灯火文化”也极为丰富

中国人远不止将灯火视作照明工具，更是全面发展了包括审美、娱乐、礼仪、军事、宗教等多种功能。早期的中国人就表现出对于“火”和“光”的特

殊感情，围绕火把、篝火、燃灯、焰火的节会活动见于包括汉族在内的中华大地多个族群。白天的烟、晚上的火，还被运用为军事讯息传递方式，成为建造万里长城的信息学依据。四大发明之一的火药，在军事之外，发展出应用广泛的和平功能——焰火，寄托了中国人的节日欢愉。

孔明灯与风箏，都是古代中国人运用物理学原理的古老发明，早期曾与军事功能有关，又向着文化仪式和休闲功能演进。中国人还在节日里将谜语写在观赏灯具上，不迟于南宋时代，就有元宵宵做于纱灯之上的文字谜语，供人们游戏以增添节日气氛，因而中国谜语又被称为“灯谜”，成为一种节日休闲活动和景观。

中国人还直接将灯打造为大型公共景观和活动内容，作为重要节日（如元宵节）的核心内容。在汉代，佛教点灯敬佛的元素融入传统文化，使元宵节中“灯火”的内容异常丰富。在隋唐时期，具有照明兼装饰双重功能的彩灯（花灯）应用到当时的年节和民俗活动中来，呈现“火树银花合，星桥铁锁开”的景象。唐宋时期的皇帝还带头“御楼观灯”，与民同乐，宣示皇权。开元盛世时期，唐玄宗上元节登花萼相辉楼与民众共赏花灯，接受万民欢呼。宋朝的制灯工艺更加发达，灯具品类多样，发展出实用型、观赏型、娱乐型、仪仗型等。历经文化繁盛的唐宋时代，中国形成了上元节张灯、中秋节放河灯，以及重阳节与下元节张灯等习俗。灯，与节日结合起来，进而成为国泰民安、天下太平的标志。

三、中国发达的古代城市生活，产生了丰富的夜间休闲文化内容

唐长安、洛阳，宋汴京，元大都等，都是当时世界上最大的城市之一，数量庞大的官僚系统及附属、商人、手艺人等，是夜间休闲生活的消费者。

唐朝虽有宵禁制度，但每逢上元节等节日，政府允许甚至鼓励民众的夜间娱乐。《大唐新语》记载“京城正月望日，盛饰灯影之会，金吾弛禁，特许夜行。贵戚戚属及下俚工贾，无不夜游”。唐诗《上元夜》说“谁家见月能闲坐？何处闻灯不看来？”可见当时的夜游盛况。

在隋朝开通大运河以及中唐之后

北方战乱等因素影响下，中国南方的扬州、南京、临安（杭州）等都会发展起来。伴随全国性水运的庞大商贾和文人群体加入夜间休闲消费活动，相关业态也繁荣起来。扬州地处大运河与长江交汇处，成为重要交通枢纽，逐步有了“天下之盛，扬为首”的地位，酒肆、夜市、青楼、客栈在扬州鳞次栉比。唐诗《夜看扬州市》载“夜市千灯照碧云，高楼红袖客纷纷”。《纵游淮南》中描述“十里长街市井连，月明桥上看神仙。人生只合扬州死，禅智山光好墓田”。

北宋时期，因经济的发展和政策的宽松，夜间经济之繁荣达到古代中国的高峰。据《东京梦华录》记载，京城（开封）内已有丰富的夜间休闲娱乐场所，如勾栏瓦子（瓦舍）、茶坊、酒肆、食店、夜市、庙会等。勾栏瓦子是集百货交易、说唱曲艺、舞乐百戏演出等功能于一体的休闲娱乐场所，数量多、规模大、分布广，各个阶层的人们均能参与。北宋的夜市可谓创造了世界之最，当时记载“马行街者，都城之夜市酒楼极繁盛处也”。“灯火朝天”，“夜市直至三更尽，才五更又复开张”。至元代，元曲（杂剧）兴起，“才子佳人戏”“英雄戏”“公案戏”等最受市民欢迎。到明清时期，多样的戏曲、曲艺逐步发展起来，影响深远的麻将游戏也经由“马吊牌”逐步发展成型。

在漫长的历史长河中，虽然受到经济、政治、科技等多种因素的影响，中国的夜间休闲活动还是发展出了丰富的内容。可以看到，商业的繁荣和大众的参与是夜间经济发展的关键条件。中国不同地方的人们，基于各自的自然和经济条件，创造了多样的夜间休闲文化。在温暖而多雨的南方，人们创造出“骑楼”这种公共空间建筑形式。在冬季寒冷的北方，人们聚在“瓦舍”这类室内空间活动，并且充分发挥了火的取暖和冰的景观功能。今天的中国，正处于经济快速发展、人民生活质量显著提高的时代，发展夜间经济，既具有显著的经济价值，更具有创造人民生活幸福生活的意义。我们应该从历史文化中汲取养分，挖掘资源，发扬传统，为人民创造欢愉的夜间休闲生活。

（作者单位：北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院）