

红色旅游资源开发中的红色文化传承

黄光文, 朱龙凤

(南昌大学, 江西 南昌 330031)

[摘要] 红色旅游资源蕴涵着灿烂的红色文化。开发红色旅游资源,要发挥其传承红色文化的功能,使内容和形式统一,形成在开发红色旅游资源中传承红色文化,在传承红色文化中促进红色旅游资源的开发和保护的格局。

[关键词] 红色文化;红色旅游资源开发;革命精神传承

[中图分类号] F592.7 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1007-8487(2008)06-0092-04

21世纪是旅游业腾飞的世纪。我国在这股旅游热潮中大力发展旅游业,出现了各种各样的主题旅游形式。其中,最近几年来,红色旅游在我国发展迅速,方兴未艾。2004年12月国家印发的《2004年—2010年全国红色旅游发展规划纲要》对发展红色旅游的总体规划、总体布局 and 主要措施作出了明确规定。开发红色旅游资源、发展红色旅游意义重大,将推动老区政治、经济、社会、文化不断向前发展。本文拟基于红色文化的传承,对红色旅游资源的开发作一初步探讨。

一、红色文化及其传承意义

红色旅游资源是指革命战争时期包括红军长征时期、抗日战争时期、解放战争时期等重要的革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神^[1]。红色旅游资源既具有旅游资源的一般属性,如区域性、观赏性、独立性与垄断性等,又具有其自身特点,如教育性、神圣性、精神与物质相统一性等,是开展红色旅游的载体^[2]。

红色旅游资源蕴涵着灿烂的红色文化。而文化是一个抽象的概念,它包括物质、知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及人作为一名社会成员所获得的任何其他能力与习惯在内的复杂的综合体^[3]。革命老区文化的最突出构成是红色文化。笔者认为,红色文化是指在中国共产党的领导下,中国人民为实现中华民族的解放、自由与伟大复兴事业的历史过程中的一系列文化现象的综合体。它以马克思主义为指导,同时继承了中华民族优秀传统文化的精华,体现了马克思主义与中华民族优秀传统文化的有机结合。本文所探讨的红色文化传承主要是指其中最核心、最

具震撼力的革命精神,诸如井冈山精神、长征精神、延安精神、抗日精神、西柏坡精神等。

我国已进入了飞速发展时期,正大踏步地向现代化迈进。虽然革命老区相对于现代化来说,显得有些“原始”与落后。但其所拥有的特色文化即红色文化——革命精神不仅是我们要继承与发扬的,也是后代人要学习与铭记的,它像接力棒一样需要一代一代中国人传承下去。其意义重大而深远,主要体现在以下四个方面:

(一)为中国的社会主义经济建设提供精神支柱。

目前,我国的社会主义市场经济欣欣向荣,蓬勃发展。但在发展我国的社会主义市场经济的进程中,会遇见这样或那样的障碍,也会碰到这样或那样的困难,还会遭受这样或那样的挫折,甚或招致这样或那样的失败,从而对前途、事业和理想信念失去信心、产生怀疑,进而缺乏铲除障碍、战胜困难、面对挫折、走向胜利的勇气、力量和决心,失去在挫折和失败中再度奋进的信心,此刻需要强大的精神支柱来支撑我们去铲除障碍、战胜困难、面对挫折、走出失败,最终走向胜利,并不断地从胜利走向胜利。而红色文化所散发出来的开拓进取、艰苦奋斗、不屈不挠、不怕困难、坚定理想信念的精神光芒能照亮我们的心灵,感染并激励我们从挫折和失败中找寻教训,总结经验,以必胜的信心和信念向前奋进,成为我国社会主义经济建设的精神支柱,为我国社会主义经济建设提供精神支柱。

(二)为中国的社会主义先进文化建设增添“养分”。

红色文化是中华民族历史文化长河中的可歌可泣的灿烂文化。当代中国的先进文化,就是以马克思主义为指

[收稿日期] 2008-03-12

[基金项目] 江西省高校人文社会科学研究项目《江西文物与旅游开发研究》阶段性成果之一。

[作者简介] 黄光文(1961—),男,江西临川人,南昌大学经济与管理学院副教授,硕士生导师,主要从事区域旅游规划与开发、旅游企业管理研究;朱龙凤(1984—),女,江西吉安人,南昌大学经济与管理学院硕士研究生,主要从事旅游文化、旅游企业管理研究。

导,以培养有理想、有道德、有文化、有纪律的公民为目标,面向现代化、面向世界、面向未来的、民族的、科学的、大众的、健康向上的具有中国风格、具有特色的社会主义文化。红色文化的内涵与当代我国的社会主义先进文化内容非常吻合,它对建设社会主义先进文化具有重要的现实意义,是我国社会主义先进文化的重要组成部分,随着对红色文化研究的不断深入与推进,必将为我国的社会主义先进文化建设增添不竭的“养分”。

(三)有利于发扬与光大中华民族的优良革命传统。

红色精神体现了我国特有的民族精神,大力发展红色旅游,传承红色文化,有利于弘扬民族精神,加强青少年思想政治教育,提高思想觉悟与境界。一方面,国内旅游者慕“革命圣地”之名而来,通过参观游览革命历史遗迹、遗物,聆听导游员讲述英雄事迹、革命故事,深刻了解红色文化,接受教育,从而既净化了灵魂,又颐养了身心。这种熏陶必然激发游客对革命历史的思考,从中获取一种精神力量。这种精神力量潜移默化于其以后的工作和生活中。另一方面,红色文化是中国特有的、不可复制的文化。当红色旅游把目光投向海外市场,对其进行市场营销时,外国人对创造了奇迹的中国革命历史充满浓厚的兴趣,想来了解中国发生的故事,以慰其猎奇之心、饱其向往之福、探其不解的谜。当红色旅游推向国际时,中国的红色精神也随之传到了海外。此举不仅有利于光大中华民族的优良革命传统,而且有利于宣传社会主义中国,让更多的外国人了解我们的文化,使他们对有着如此璀璨文化的国家充满羡慕之情,仰慕之心。这也是作为世界文化遗产组成部分的红色文化应起的作用。因此,不管是国内还是国外游客来到革命老区瞻仰、寻访,抛却的是疑问,心怀的是景仰,衍生的是学习。这无疑有利于传承与光大中华民族的优良革命传统。

(四)有利于马克思主义中国化更加深入人心,激励全国人民不断开拓与创新。

马克思主义中国化就是马克思主义基本原理与中国实际相结合的过程,这是一个永无止境的过程,其实质包含三个方面:马克思主义民族化、中国传统文化的现代化和中国实践经验的马克思主义理论化^[4]。红色文化与马克思主义中国化有着十分密切的关系;红色文化是马克思主义中国化的基本前提、实质内容、历史起点和逻辑起点,是新时期马克思主义进一步中国化的强大精神动力和精神支柱^[5]。革命老区是红色旅游的主要承载地,是革命战争发生之地,也是毛泽东思想诞生和实践之地。毛泽东思想是马克思主义中国化的理论成果,集中体现了马克思主义的精髓。马克思主义中国化是与时俱进、向前发展的。开展红色旅游,人们通过寻访、瞻仰圣地,感受红色文化,实质上是在体悟马克思主义中国化产生的时间与空间,在具体的旅游活动中感悟马克思主义中国化的不断丰富和发展,使马克思主义中国化更加刻骨铭心,深入人心。当越来越多的游客了解了中国革命的历程——马克思主义

中国化的历程时,为其中体现的不屈不挠、革命乐观主义、排除万难争取更大胜利等革命精神所震撼,所振奋,必然激励全国人民不断开拓与创新,创造新的更加美好生活。

总之,开发红色旅游资源,传承红色文化的理论意义与现实意义重大而深远,必须引起我们的高度重视。

二、有效传承红色文化的红色旅游资源开发的主要思路

传承红色文化是一项系统工程,不能靠呆板而乏味的说教来实现,需用具体而生动的文化产品或某一动态过程将之加以外化,使之更易于被人们接受,才能更好、更直观、更有效地传承。从某种意义上来说,旅游是一种高尚的活动形式,利用旅游来传播文化能达到“多赢”的目的。因此,我们必须非常重视红色旅游资源的开发,发展红色旅游,努力发挥其传承红色文化的功能,形成在红色旅游资源开发中传承红色文化、在传承红色文化中促进红色旅游资源开发与保护的良性循环和良好格局。其主要思路有以下六个方面:

(一)深入挖掘红色旅游资源的文化内涵。

红色旅游资源具有厚重的历史内涵与人文价值。红色旅游产品是一种文化旅游产品,文化性是产品生命力的精髓,红色旅游资源的文化内涵是在红色旅游资源开发中决定旅游产品的品位、等级及其生命力的首要因素。然而,并非拥有具有丰富革命文化内涵的红色旅游资源就能成为具有吸引力的红色旅游产品,因为革命文化还具有无形性、抽象性、时代性,旅游者不一定能欣赏、感受、理解其文化内涵,从而也不能有效地传播红色文化。因此,只有深入挖掘红色旅游资源的文化内涵,提高红色旅游产品的品位,用具体的文化产品或某一动态演示过程加以外化,使之更易于被人们接受,才能更好、更有效地传承红色文化。为此,一是进行红色旅游资源抢救性的普查,寻访亲历者和见证者,加大收集、整理、挖掘革命历史文献、资料 and 回忆录的力度,把没有挖掘出来的文化内涵努力挖掘出来。二是把已挖掘出来的文化内涵进行进一步地规范和提升,使之系统化、条理化、科学化。许多革命老区留存着有关革命年代的大量遗迹和珍贵史料,由于种种原因,这些辉煌的过去和不可多得的资源大多封存在历史的岁月中,没有发挥出其应有的价值和影响,因此,应对红色旅游资源的文化内涵进行深度挖掘,进行必要的规范与科学提升,彰显其红色文化,发挥其价值与影响。三是注意挖掘因旅游发展所孕育出来的新的旅游文化,把握时代气息,综合开发红色旅游产品,注意红、绿、古、俗等各种旅游资源的结合^[6],注重参与性、趣味性、体验性和时代性。红色旅游产品多为革命旧址、革命纪念馆、革命纪念碑,且展示手段大多雷同,这难免给人以枯燥之感,产生审美疲劳。为使红色旅游产品更充实,让历史更生动、更感人,就需要赋予之于更多的文化内涵,将革命历史与当地的自然山水、风土人情、民俗文化等相结合,采用丰富而有效的展示手段,让游客通过参观、品味、感受、体验,加深对红色文化的认识、理解,从而自觉保护、内化、宣传红色文化,进而传承

红色文化。

(二)突出主题,注重策划,不断创新。

红色旅游产品开发模式雷同,因而在市场上的形象不突出,从而降低了其吸引力,影响了红色文化传承的效果。这就要通过高智力、大投入的策划,追求主题化的发展。鲜明的主题有助于在市场上形成显著的形象,高效地传承文化。所以,在开发红色旅游资源时,应全面搜集材料与信息,并对之评估,把握整体性开发思路,最后确定主题。确定的红色旅游主题,最关键是要突出当地革命文化特色。江西省瑞金是全国发展红色旅游较早的地区,经过几年的努力,不仅瑞金的旅游产业得到了初步发展,更重要的是它们正朝主题化方向发展,其主题为:共和国的摇篮,且取得了成效。还譬如,井冈山——中国革命的摇篮,南昌——人民军队的摇篮,安源——中国工人运动的摇篮。这些不同的主题成为它们各自的“红色”名片,定位很清晰,游客一听就有相应的心理预期。

为了使不同主题的红色文化深入人心,得到有效传承,各地在开发红色旅游资源时还须注重策划,不断创新,吸引游客的注意力,并使之产生强烈的震撼力和感染力。在红军长征、“七·一”、“七·七”、“八·一”、“九·一八”、“十·一”等重大历史事件及其它特殊纪念日,集中开展主题宣传教育活动,定期举办红色主题会展或表演活动,这样一来,不仅使当地人引以为荣,自觉、自发、主动传承红色文化,而且吸引许多游客前往各革命老区,宣扬了红色文化。甚至还可将红色文化传往世界各地,尤其是对中国红色文化有着天然好感的社会主义国家,迫切想揭开其“神秘面纱”,从而大大地拓展了传承红色文化的空间。

(三)利用革命纪念馆发展红色旅游,传承红色文化。

革命纪念馆是红色旅游资源的载体与红色旅游资源之一,充分利用、开发革命纪念馆,不仅能推动红色旅游的发展,打造红色旅游品牌,而且能有效地传承红色文化。革命纪念馆是中国革命历史的实物见证,是展现红色文化的重要“窗口”。在开发过程中,应从以下两方面来进行:一是注重精神营销。革命纪念馆是历史的一个缩影,集中体现了红色精神。游客前来瞻仰,有着强烈的精神诉求。因此,革命纪念馆应以人为本,通过对基本陈列设计不同的讲解词、丰富展出内容、营造浓厚红色文化氛围等方式向游客传输革命圣地的红色精神,满足游客的精神诉求,使其享受“精神盛宴”,从而铭记于心,全力传颂革命精神。二是打造精品陈列。革命纪念馆承担着教育功能,若要增强对观众的感染力,充分发挥教育功能,则应针对观众的不同情况,在陈列内容上突出主题,在形式上独具一格。革命纪念馆在内容不变的情况下可融入当地特定的历史文化及其地域文化,打造有独特个性、独特品牌并形成精品的展览,并对精品精心维护与投入,打造并提升革命纪念馆的品牌,使精品形象深入游客心神,吸引更多游客,使红色文化的传承水到渠成。

需要强调的是,革命纪念馆要以鲜明的个性特征与丰

富的文化内涵去吸引游客、教育观众,使之真正成为弘扬革命文化的圣地、传承红色文化的载体。

(四)打造“中国红歌会”品牌,传承红色文化。

2006年10月15日晚,江西卫视在南昌八一体育场隆重而盛大地举行了首届“中国红歌会”,取得了社会效益与经济效益的双丰收^[7]。在日益升温的红色旅游背景下推出“中国红歌会”这一大型电视活动,不仅唤起了人们的红色记忆,撩起了人们对青春、对理想、对逝去的光荣岁月的种种怀想,而且有力宣传了红色旅游,为其发展开辟了新的形式,更重要的是弘扬了民族精神,激发了爱国热情,使红色文化深入人心。红歌不仅是红色旅游资源,也体现了红色精神,蕴含着红色文化的精髓。每一首红歌都是一个经典,每一首红歌都是一段历史,具有不同凡响的意义。把红歌唱响,唱遍全中国,是每个中国人的责任;让红歌世代相传,唱下去,更是每个中国人的责任。唱响红歌,传承红歌,就是在弘扬、传承红色文化。因此我们要在首届中国红歌会成功举办的基础上,继续推广红歌会,打造“中国红歌会”品牌,更好、更有效地传承红色文化。为此:第一,成立红歌会活动机构。将活动打造成年度的季节性节目,从打造品牌的角度出发,2006年的“中国红歌会”定为首届中国红歌会,依此类推,一届一届办下去。这需要成立专门的活动机构。一是便于活动的组织。二是有利于创新。三是扩大了影响,有助于市场营销。第二,组织我国著名的词曲作家队伍深入革命老区采风,收集素材,创作“红歌”,之后物色我国著名的当红歌唱家进行演唱,以便迅速流行传唱。第三,设立“红歌唱区”,推出红歌王,充分调动全民参与的积极性。电视选秀节目《超级女声》成功的运作经验对打造“中国红歌会”品牌,提供了良好的范例与可资借鉴的经验。我们可在红色旅游资源丰富的省份设立“红歌唱区”,在全国唱响。活动可分为海选、晋级赛和全国总决赛三段,从“红五月”开始到“红十月”结束,同时设立红歌王,可从老、中、青、少儿各年龄段选出3名歌手,称为老年红歌王、中年红歌王、青年红歌王、少儿红歌王,使他(她)们成为红歌会的形象大使。通过设立“红歌王”奖项,形成强大吸收力,调动大众参与积极性,扩大“中国红歌会”的群众基础,使大众了解、感受并宣传红色文化。第四,借助各媒体,加大活动品牌宣传力度。在媒体发达、信息畅通的现代社会,要使品牌深入人心,就必须借助各媒体,宣传、推广品牌。电视台做活动宣传,是最有效、最直接的手段,影响范围也是最广的。此外还可通过户外海报、户外广告、报纸、广播等联合推广中国红歌会,形成一种纵横交错的立体宣传网。更值得一提的是要借助网络,扩大宣传范围。利用网络时效性强、图文并茂、媒体形式多样的特点,在网上对中国红歌会进行现场直播。同时向各地网站寻求支持,通过在首页设置图片或文字链接,使红歌会成为最受网友关注的话题,甚至可链接到国外的网站,扩大红歌会的国际影响,从而大大宣传了红歌,宣传了红色文化,进而传承了红色文化。

中国红歌会是红色情怀、红色记忆的体现,展示了红色文化,张扬了红色精神。开发“红歌”这一红色旅游资源,打造“中国红歌会”品牌,能使红歌世代传唱下去,并且唱得更响,传得更远,能使红色文化更深入人心,更好、更有效地传承红色文化。

(五)从体验角度开发红色旅游资源,壮大传承群体。

由中央电视台发起、崔永元领军的“我的长征”的活动,2005年招募志愿者重走长征路并在中央电视台播映。开展这种体验式的活动,不仅使参与者留下了深刻的印象,成为珍贵的记忆,也大大弘扬了革命精神,传承了红色文化,反响极佳。然而,目前红色旅游开发尚处于初级阶段,还存在许多问题,开发形式单一,以橱窗展示、静态观赏的内容居多,文物的陈列与展示很少考虑游客的需求。参与性、互动性的活动较少,缺乏新奇感,吸引力不强。为了激发更强的红色旅游热情,吸引更多游客,扩大传承群体,应将红色旅游资源开发与体验参与结合起来。身临其境的经历不仅能满足游客的猎奇心理,还能提高他们的满意度,扩大宣传范围。比如,对红军时期的红色旅游资源的开发,开发人员可利用老区的红色资源,模拟革命时期的场景,以当年该地发生的革命故事为内容,让游客穿上红军服装、戴上红军草帽、背上红军步枪,进入已布置好的场景内,像一名演员一样真真切切体验一回战争,感受战争文化、军事文化。这样的旅游经历对他们来说是别致的、甚至是第一次,从而既激发了他们的兴趣,又满足了他们的参与愿望,令其留恋忘返,终生难忘。另外,还可举办红色文化知识有奖竞猜活动,游客竞猜成功发给红色纪念品,这样也能调动游客的积极性,激发其兴奋点。同时,也可在旅游地举办歌颂红色革命精神的各种文艺表演,在表演当中设置一个环节,即游客可登台表演,展现自己,他们可以唱红歌、讲革命历史故事或朗诵红色文艺作品等。通过这些活动使广大游客乘兴而来,尽兴而归。

毋庸置疑,增强体验性体现了以人为本的理念,激发了游客的参与积极性,使游客在增长知识的同时获得了更多的愉悦,最大限度地吸引了游客,使更多的人加入该项旅游活动中来,从而壮大了传承红色文化的目标群体。

(六)提高红色旅游圣地的导游员和讲解员的素质,使之成为忠实而又合格的红色文化传播者。

红色旅游资源包含着丰富的历史文化内涵。在红色旅游活动中,导游员与讲解员的素质至关重要,他们的讲解水平直接关系到红色文化的传播效果,他们是旅游文化的直接传递者,肩负着传递红色文化的使命。然而,目前红色旅游导游员、讲解员政治思想道德素质、文化素质、业务素质、审美素质都偏低,相关的培训工作又较少。有些导游员在讲解的过程中不了解历史,不了解红色旅游的背景及文化内涵,没有规范的讲解词,没有使用标准的普通话^[8],满口的乡音让外地游客不知所云,大大降低了红色旅游的文化含量,影响了红色文化的传播。因此,必须加大对导游员、讲解员的培训力度,提高他们的素质,使他们的讲解融思想性、准确性与生动性于一体,成为忠实而又

合格的红色文化传播者。为此,一是强调持证上岗制度,举办提高导游员、讲解员知识水平的培训班,使他们熟悉革命历史,了解革命人物的生平事迹;同时加强他们的职业道德与服务技能培训,增强他们“红色文化传播者”的意识,全面提高他们的素质,促使红色旅游向专业化、规范化方向发展。二是规范红色旅游景区或景点的解说词。必须请专家撰写标准的解说词,增强解说词的生动性、丰富性与准确性,提高导游员、讲解员的讲解水平。三是开展评选活动,激励导游员、讲解员提高素质。如湖南省通过开展“红色旅游十佳导游”评选活动来促进导游员素质的提高。在全国设立十名“红色导游之星”奖项,各省评出各自三名“红色导游之星”,然后参加全国的比赛,评出十名“红色导游之星”,最后获得全国“红色导游之星”的导游去各省举办讲座或举办网络视频讲座,传授他们的经验、知识与技能,发挥其模范、带头作用。评选活动结束后,对全国、各省评出的优秀导游给予精神奖励与物质奖励。通过评选活动,促使各地的红色旅游导游员向“红色导游之星”看齐,努力提高自身素质,不断提高讲解水平。

需要指出的是,以上只是从有效传承红色文化视角出发的红色旅游资源开发的六大主要思路,并不排斥其它系列化的开发红色旅游资源对策。且以上六大主要思路之间具有密不可分的内在联系,它们之间相互作用,相互促进,并非孤立存在,而是一个有机整体。

综上所述,传承红色文化是一项系统而伟大的工程,利在当代,功在千秋,需要各级党委、各级政府部门的齐抓共管,共同努力,也需要社会各界人士的大力支持、关怀与配合,更需要专家学者充满智慧的建设性的献计献策,共同推进有效传承红色文化的红色旅游资源开发不断地向深度和广度挺进。

参考文献:

- [1]刘建平,伍先福.红色旅游资源的开发价值评析——以湖南八大“红色旅游经典景区”为例[EB/OL].红色旅游网,2005-03-17.
- [2]翁钢民,王常红.基于AHP的红色旅游资源综合评价方法及其开发对策[J].工业技术经济,2006(2)
- [3](美)克拉克·威斯勒著.人与文化[M].北京:商务印书馆,2004.
- [4]袁辉初.论马克思主义中国化的实质[J].马克思主义研究,2006(2).
- [5]何克祥.红色文化与马克思主义中国化要论[J].中共南昌市委党校学报,2007(1).
- [6]方世敏,罗茜.打造韶山红色旅游产品的战略思考[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2004(5).
- [7]王志奇.为了红歌唱得更响传得更远[N].声屏世界,2007(1).
- [8]阎友兵,张丹.红色旅游的可持续发展研究[J].湖南工程学院学报,2006(1).

责任编辑 查昆岩