

每个人都是一部中国读本

赵启正

中国读本 这本书有13亿页，外国人通常只能读几页、认识几个中国人，以为这就是中国人了。在这个意义上，每个人都应当珍惜自己的公共外交机会。

我认识一位上海的书法家，多年在国外传播中国书法，不仅给韩国人、日本人讲解，也给欧美人讲解。他和联合国秘书长潘基文通过书法研习建立了很好的友谊，通过书法，潘基文表示更理解中华文化了。比如，和平，和为贵，不仅书法很美，更传递着中国的传统文化，传递着中国价值追求。其实，如果尽心，每个人都可以有为公共外交做贡献的机会。

当代的公众已经不只是公共外交的受众，更成为积极参与公共外交的主体。与传统的以政府为主体的公共外交相比，这种以公众为主体的新式公共外交的实际影响力，不仅补充了前者，不少时候还甚于前者。也正因此，许多国家把公共外交提升为全球战略布局的重要一环，美国1999年就设立 公共外交副国务卿 的职位，英国在2002年也设立了类似职位。在许多国家，由民间主动承担的公共外交更是风生水起。

今天，公共外交和政府外交构成了国家的整体外交。当然，公共外交领域里，政府也是外交主体 北京奥运会和上海世博会就是近年中国举行的标志性公共外交活动。而其他如民间团体、社会组织、社会精英等，乃是公共外交的中坚力量，广大公众则是基础，他们在外交的重点、方式上各有侧重，形成了互补之态。

改革开放30多年来，经济高速发展使中国走到了世界舞台的中心，中国发生的事情往往成为世界的事情，世界也成为中国发展不可回避的边界条件。但在此前，中国一直和世界有某种隔绝，外部世界对中国数千年传统文化感到陌生，甚至有神秘感。加之冷战思维的残余，影响了西方政治力量和媒体对中国社会制度、经济、文化的观察和评论，以致国际舆论中的中国形象与中国实情严重不符。开展公共外交是中国的迫切需要。

公共外交的目的是改善外国公众对本国的态度，进而影响外国政府对本国的政策，实质上属于不同文明之间的对话。当不同文明之间缺乏足够的对话或者对话不对称时，则有可能产生重大的误解甚至冲突。中国的公

共外交本着求同存异的和谐理念，力求通过不同文明间的对话，说明中国的真实情况，加强各国人民之间的理解，促进人类文明的进步和共同繁荣。这与有的国家在公共外交中以打压他国的手段来推销自己价值观和干涉他国内政的做法有着本质的区别。

现在，我们每年出境旅游的人大约是8000万人次以上，普通游客未必意识到自己在进行公共外交，但他的言行却带来了公共外交的效果，有正面也有负面，比如礼貌、友好就有正面效果，大声喧哗、不守秩序就有负面影响。公共外交并不要求人都去谈政治话题，去解疑释惑，实际上，谈吐得体、举止有度就是正面的公共外交。所以，公共外交的效果不仅仅是对外说明中国，反过来也帮助公众树立正确的爱国观，让公众明白做好自己就是一种爱国，你的言行就是在表达中国。

中国读本 这本书有13亿页，一个外国人不可能读全，只能读几页，认识几个中国人，于是就认为这就是中国人了。在这个意义上，每个人都应当珍惜自己的公共外交机会，为公共外交做出贡献。(据《人民日报》)

习近平总书记在中国人民大学考察时指出：讲好中国共产党的故事，讲好党创办人民大学的故事，激励广大师生继承优良传统，赓续红色血脉。回顾波澜壮阔的伟大复兴历程，党带领人民在革命、建设和改革的实践中创造、积累了先进的红色文化，这是我们宝贵的精神财富。如何把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好，将红色文化融入思政教育，引导广大青年争做堪当民族复兴重任的时代新人，把红色江山世世代代传下去，是新时代高校思想政治教育的重要理论和实践命题。

红色文化是中国共产党人的政治标识

共和国是红色的，不能淡化这个颜色。红色传统和红色基因是共产党人的精神密码，具有深厚的历史底蕴、鲜明的时代特征、广泛的社会基础。红色文化是党和人民为实现民族复兴而不断创造的历史产物，深刻体现了党带领人民开辟伟大道路、创造伟大事业、取得伟大成就展现出来的鲜明政治品格。

红色文化承载共产党人的初心使命。为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴是党的初心和使命，也是红色文化的前进方向和根本主题。红色文化内容丰富、形式多样，记录了共产党人披荆斩棘、迎难而上的奋斗历程，见证了共产党人 为有牺牲多壮志，敢教日月换新天 的凌云壮志，体现了党的坚定信念、根本宗旨、优良作风，是党的初心和使命的文化载体和精神依托。

红色文化凝聚共产党人的人民情怀。习近平总书记指出：打江山、守江山，守的是人民的心。中国共产党自诞生之日起，就把全心全意为人民服务作为根本宗旨，把发扬历史主动精神和为人民群众谋利益结合起来，带领人民迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃。红色文化镌刻了近现代以来党和人民在谋求民族独立、人民解放和国家富强、人民幸福的历史进程中，有福同享、有难同当的历史，印证了党的根基在人民、血脉在人民、力量在人民。

红色文化彰显共产党人的品格气质。中国共产党是用马克思主义科学理论武装起来的先进政党。党以高度的历史自觉和理论自觉，推动理论创新和理论创造。红色文化是党依靠人民、把握时代、贴近生活，在理论与实践的互动中精粹培育和塑造出来的，是共产党人精神气质的彰显载体和外延成果。不论是物质层面的还是精神层面的红色文化，都彰显了共产党人的理论品质、精神气质、价值追求、崇高信仰。

红色文化是思想政治教育的助推器

红色文化肇始于血与火的战争岁月，淬炼于奋发图强的建设年代，发展于赶超争先的改革时期。在砥砺奋进的新时代，把党的光荣传统和红色基因传承好，守好党的重要阵地，对于培养时代新人具有重大的时代意义。

红色文化为培养时代新人提供思想引领。青年是国家的未来、民族的希望，中华民族伟大复兴的中国梦终将在一代代青年的接续奋斗中变为现实。红色文化是党的光荣传统和优良作风的真实写照，蕴含了崇高的理想信念、坚定的政治方向、深厚的人民情怀，是新时代青年汲取智慧、提振信心、增添力量的动力源泉。要让红色文化融入思政教育，引导青年树立正确的世界观、人生观、价值观，增强做中国人的志气、骨气、底气，让红色血脉传承永续。

红色文化为培养时代新人深化理论认识。确立正确的理论认识，是培养时代新人的关键环节。红色文化是社会主义先进文化的重要内容，为传播马克思主义科学理论，开展马克思主义理论教育，学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想提供了重要载体和有力抓手。红色文化以文育人，能让理论学习更加系统和全面，提升思政教育的亲和力和针对性，引导青年在文化滋养中充分认识 中国共产党为什么能、中国特色社会主义为什么好，归根到底是马克思主义行。

红色文化为培养时代新人厚植爱国情怀。爱国主义是思想政治教育的核心内容。红色文化凝聚着无数先烈和人民英雄浴血奋战、艰苦奋斗、勇于探索的历史，蕴含着深厚的家国情怀，具有鲜明的爱国主义标识，引领新时代青年在多元文化碰撞交融中自觉抵御历史虚无主义，保护国家之根、延续民族之魂。推动红色文化进校园、进课堂，引导青年牢记红色政权是从哪里来的、新中国是怎么建立起来的，增强 四个意识，坚定 四个自信，做到 两个维护，把爱国情、强国志、报国行融入民族复兴的奋斗之中。

让红色成为思想政治课的鲜亮底色

习近平总书记指出，思政课的本质是讲道理，要注重方式方法，把道理讲深、讲透、讲活。老师要用心教，学生要用心悟，达到沟通心灵、启智润心、激扬斗志。在中国特色社会主义新时代，要积极推动思政课改革创新，鼓励探索不同路径和方法，善于把红色文化融入思政课教学，发挥思政课传承红色基因、培养时代新人的主阵地作用，让思政课真正成为一门有思想、有温度的课。

深度挖掘红色文化资源。红色文化跨越时空、历久弥新，承载着党的光辉历史，构筑起共产党人的精神谱系，是大学生进行思想政治教育的重要资源。高校要加强红色文献保护利用，深度挖掘红色文化资源蕴含的哲学思想、人文精神、价值观念。要用好用活党和国家红色资源库，引导青年从红色文化中汲取真理、改造世界的力量。思政教师要从历史、理论、实践多维度讲清楚党的历史发展的主题主线、主流本质，增强青年对党、民族、国家的自信和认同，发挥好红色文化以文育人的实效。

健全红色教育管理机制。办好我国高等教育，必须坚持党的领导，牢牢掌握党对高校工作的领导权，使高校成为坚持党的领导的坚强阵地。要创新思政课管理机制，推动红色文化教育教学科学化、制度化、规范化。高校党委应在工作格局、队伍建设、支持保障方面强化思政教学管理的领导和指导。要把红色文化教育纳入教学计划和大纲，打造高精尖水平思政课。完善教学运行机制，改变单兵作战的模式，建立思政社会实践资源库，推动思政小课堂与社会大课堂深度融合，形成齐抓共管、各司其职、协同配合的工作格局。

创新红色文化教育形式。传承红色基因，要顺应新时代、面向新青年、把握新潮流，创新思政教育教学形式，将红色文化嵌入理论教学、实践教学、网络教学，建立思政课立体化教学模式，实现多元教学资源的整合利用。要重视实践教育方式，把思政课堂延伸至田间地头，利用红色文化研学基地等开展体验式、互动式、沉浸式多种教学形式，让显性教育与隐性教育相互渗透。运用现代新技术实现红色文化资源的创新转化，打造学生喜闻乐见的宣传平台，让思政课 活起来、动起来，推动思政教育入脑入心，让革命薪火代代相传。

(据《光明日报》)

探寻文旅发展新契机

宋瑞

好。在出游决策上，之前多数人旅行都会提前做好计划和预订，而受疫情反复的影响，更倾向于临时决定，旅行时间、地点和项目的选择更具弹性和可变性。在旅行关注点上，人们的旅游风险意识普遍提高，对目的地和旅游设施的卫生防疫状况、应急措施、退费政策、旅游保险、客流预警与疏导措施等更为关注。

从供给调整来看，为了适应并引导旅游需求的上述变化，旅游业的产品结构、产业链条、供给模式、业态组合、投资结构、服务方式等都存在较大的创新空间。对于不同类型和地区的旅游企业而言，面临着是否需要以及如何从重资产模式转向轻资产模式的选择，需要思考如何开发各种低密度、高品质的产品并通过新媒体进行营销，需要考虑如何更好地满足 Z 世代 人群的旅游需求，需要研究如何与目的地携手共同保障游客全行程和全链条的安全性，需要不断发现旅行新需求、培育休闲新市场，用专业的服务吸引和满足人们对美好生活的需求。

可以预见，在一定时期内，疫情防控仍是旅游发展的一个重要背景。今年年初发布的《“十四五”旅游业发展规划》中提及 疫情 二字多达33处，要求旅游业各环节、各领域都要满足疫情防控要求。因此，旅游企业和目的地还需要加快发展以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，加快推进在线预约、分时段预约、电子门票、流量监测监控、非接触式服务、智能导览、车牌识别、自助缴费等的应用。

从政策保障来看，面对疫情的冲击和旅游业的困境，各级政府部门已经推出了各种纾困政策，从资金支持、金融信贷、税费减免、社会保障、稳岗就业等方面对相关行业企业给予扶持，并根据疫情发展态势对 跨省游 熔断机制等不断进行调整。

从需求变化来看，疫情暴发以来，人们的出游目的、出行方式、旅行距离和旅游习惯都已发生显著变化。在出游目的上，开阔的自然环境可避免人群聚集，居家隔离后人们对自然环境也更为向往，因此亲近自然、感受山水成为出游的首选。在出游方式上，家庭游、小团游、定制旅游更受青睐，疫情前便逐年萎缩的团队游愈演愈烈。在出游距离上，长距离旅行受到限制，而短距离的本地游、周边游、微旅游、微度假成为趋势，人们出游时的风险意识普遍提高，对应急措施、退费政策等要求更高。

疫情中旅游业所经历的锤炼与突围，也将一定程度上经由 需求变迁 供给调整 政策保障 三者的互动而重塑这个行业。

从需求变化来看，疫情暴发以来，人们的出游目的、出行方式、旅行距离和旅游习惯都已发生显著变化。在出游目的上，开阔的自然环境可避免人群聚集，居家隔离后人们对自然环境也更为向往，因此亲近自然、感受山水成为出游的首选。在出游方式上，家庭游、小团游、定制旅游更受青睐，疫情前便逐年萎缩的团队游愈演愈烈。在出游距离上，长距离旅行受到限制，而短距离的本地游、周边游、微旅游、微度假成为趋势，人们出游时的风险意识普遍提高，对应急措施、退费政策等要求更高。

从需求变化来看，疫情暴发以来，人们的出游目的、出行方式、旅行距离和旅游习惯都已发生显著变化。在出游目的上，开阔的自然环境可避免人群聚集，居家隔离后人们对自然环境也更为向往，因此亲近自然、感受山水成为出游的首选。在出游方式上，家庭游、小团