

红色旅游中的历史展示 ——对沙家浜景区的个案考察*

吴心越**

摘要：“红色旅游”兴起于 2005 年，主要指参观共产党革命和战争历史的纪念地和标志物。国家自上而下地推动红色旅游，旨在强化政权合法性叙事，彰显中国共产党革命与发展历程的成就与荣耀，培育和加强民众对于执政党和民族国家的认同感。“沙家浜”这一名字来源于文革时期同名样板戏，在地方政府的争取下被落实到具体的空间，并成为以地方革命历史为主题建构起来的红色旅游景区。然而近年来景区的后续发展出现了从“红色旅游景区”到“怀旧休闲旅游景区”的转向。本文对沙家浜景区这一个案进行研究的关注点有三：（1）分析旅游空间生产背后的政治经济背景；（2）呈现旅游景区，尤其是此类“遗产景区”，怎样运用空间来进行历史展示；（3）探究国家和地方如何运用历史展示来建构集体记忆和认同。本研究发现，在景区生产、历史展示的背后，国家和地方有着不同的发展逻辑和利益考量，政治、经济、文化又各有其张力，曾经的政治符号被策略性地挪用并指向不同的意涵，形成了红色旅游中历史展示背后的裂隙。

关键词：红色旅游 历史展示 集体记忆 沙家浜

作为中国旅游业一个特殊的分支，红色旅游兴起于 2005 年。2004 年底，中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发的《2004—2010 年全国红色旅游发展规划纲要》将“红色旅游”定义为“以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体，以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵，组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动”。随着国家自上而下地开启并推动红色旅游的发展，2005 年开始红色旅游成为旅游市场新的增长点并且发展势头强劲。据媒体报道，红色旅游的发展速度一直快于普通旅游。全国红色旅游工作协调小组的调查数据显示，截至 2010 年全国红色旅游共接待游客 13.5 亿人次，红色旅游直接就业人数达 91.2 万人，间接就业人数达 371.1 万人。^①红色旅游不仅范围遍及全国，涉及游客和就业人数大，而且以“红色”冠名，是深具中国特色的旅游现象。

沙家浜风景区位于江苏省常熟市沙家浜镇，是一个典型的红色旅游景区。2001 年它被中宣部列为“全国爱国主义教育示范基地”，2004 年成为由中宣部、

*本文在作者的硕士论文基础上修改而成，感谢周晓虹教授和杨渝东博士在本文写作过程中的指导和帮助，感谢风笑天、汪和建、李晟台、金一虹、郑震诸位老师对论文的审阅与建议。

**吴心越，南京大学社会学院硕士研究生（wuxinyue1988@gmail.com）。

^① 《再造圣地》，《南都周刊》，2012 年第 33 期。

发改委、旅游局等六部委联合批复的全国百家“红色旅游经典景区”之一，2006年被中国红色旅游网、《党建》杂志、红旗出版社共同评选为“中国红色旅游十大景区”之一。从1930、40年代新四军领导下“江南抗日义勇军”的战斗历史、共产党在苏南地区的发展壮大，到文革时期样板戏《沙家浜》风靡全国，及至新时期的地方政府如何继承沙家浜精神，一条随时间线性发展的红色历史在这里被讲述。景区总占地面积4200亩，包括沙家浜革命历史纪念馆、瞻仰广场、红石民俗文化村、横泾老街、芦苇荡等多个功能区域。

然而近年来，地方政府在沙家浜景区的建设与宣传上都出现了一些明显的转向，红色意涵逐渐淡化。为了因应旅游市场的需求，芦苇荡的自然风光、江南小镇的旧时风情被再度开发与建造，以吸引城市游客来此休闲观光。在对沙家浜的宣传推广中也可见这种变化。地方政府在中央电视台投放的沙家浜最新旅游宣传片即以酒坊、老街、蓝印花布和芦苇荡为主要场景，以“风起芦苇荡，情动沙家浜”为广告词——这是一段浪漫的怀旧旅程，而不复涉及任何革命历史叙事。

“沙家浜”作为一个全国知名的红色符号源自于文革时期的样板戏《沙家浜》。从一段历史到一个文艺作品，再落实到具体的空间，符号与现实的互动呈现出丰富的动态过程。地方政府也在不同情境下出于不同的政治、经济和文化目的策略性地挪用这一符号，使其指向不同的历史意涵，因此我们可以看到“沙家浜”在其能指和所指间的漂移，而这些不同的策略和实践也体现在了景区空间形式的变化上。本文将沙家浜景区作为个案进行研究，旨在回答如下问题：（1）景区如何建构自己的历史展示以讲述“过去”——从共产党的抗战历史到平静祥和的江南小镇生活；（2）地方政府基于怎样的利益考量和发展逻辑来进行景区的后续开发，并成功实现了景区展示内容的重点偏移——从爱国主义与革命传统教育基地转向怀旧休闲旅游景区。（3）红色旅游作为执政党意识形态宣传教育的一种新的实践，其中国家的逻辑、地方的动力和普通民众的需求有哪些契合与分歧之处；政治、经济和文化的力量又是怎样彼此交织，相互作用。

本研究采用定性的研究方法，着重于情境的深度描写，并探求景区建构与发展背后的社会机制，主要包括了以下几种具体方法：（1）访谈，包括对当地政府主管部门领导、景区负责人的深度访谈和对游客的随机访问。（2）文献研究，包括新闻媒体报道、电视宣传片、文史资料 and 大量景区内部资料（历年工作总结和规划、领导讲话稿、对外宣传稿、专家座谈会议纪要等）。（3）非参与式观察，主要是以游客的身份多次参观沙家浜景区，尤其注意景区的空间布局、景观展示，同时观察其他游客的行为和导游的解说。

一、作为样板戏的《沙家浜》：红色符号的源起

“八亿人民八台戏，人人会唱样板戏”，这是文化大革命十年间文化生活的写照。1966年的《人民日报》社论《贯彻毛主席文艺路线的光辉样板》第一次正式将京剧《沙家浜》《红灯记》《智取威虎山》《海港》《奇袭白虎团》、芭蕾舞

剧《红色娘子军》《白毛女》和交响音乐《沙家浜》列为“革命艺术样板”。这一批作品完全贯彻了毛泽东在延安文艺座谈会上的讲话，将文艺作为服务于政治的工具，人物和舞台秩序高度符号化并与现实政治秩序保持绝对一致，而剧情几乎都是同样的固定结构：革命斗争——无产阶级英雄人物及其历史主导地位——党的英雄和英雄的党（王惠民，2001）。革命样板戏在那个年代直接为文化大革命制造舆论，如《人民日报》社论所写——“这些作品成功地塑造了无产阶级革命英雄形象，把艺术舞台变成宣传毛泽东思想的生动的红色大课堂”。^①

在党中央的直接号召和推动下，样板戏自上而下深入全国各地。几乎各行各业都成立了样板戏宣传队，收音机一打开也都是样板戏，其他文艺演出则皆被停止。作家叶兆言在回忆中写到“样板戏是全民上演的大戏，车间、田野、军营、行进的车厢、大批判会现场，随便拉几个人出来，扯开嗓子就可以唱。样板戏的声音，是‘文革’时代最典型的声音”。^②文艺作品的样板化是国家权力和意识形态严格控制的过程也是结果，样板戏随着一个时代的政治狂热强行进入每个人的生活，也成为一代人的集体记忆。

《沙家浜》正是革命样板戏之一，故事的蓝本来源于崔左夫的纪实文学《血染着的姓名——三十六个伤病员斗争纪实》，50年代末由上海市人民沪剧团的文牧执笔，集体将它改编为沪剧剧本《碧水红旗》，正式上演时又改名为《芦荡火种》。此后剧本被江青看中并转到北京京剧团，组织汪曾祺、杨毓珉等人进行改写，并在1964年全国京剧现代戏观摩演出大会上公演。毛泽东亲自到场观看，终场时开玩笑说“芦荡里都是水，革命火种怎么能燎原呢？再说，那时抗日革命形势已经不是火种而是火焰了嘛”，并认为剧名改为《沙家浜》为好。^③《沙家浜》的名字便由党的最高领导人一锤定音，从此伴随着它的是红遍中国数十年的显赫声名。几十年后，“沙家浜”也藉此成为了阳澄湖畔最有名的地方。

《沙家浜》讲述的是抗日战争时期的地方革命斗争。中共地下工作者阿庆嫂以“春来茶馆”老板娘的身份协助掩护当地的新四军伤病员，并巧妙应对假意抗战、暗投日寇的国民党“忠义救国军”司令胡传魁、参谋长刁德一。新四军伤病员在阿庆嫂和沙家浜抗日民众的支持下顺利归队，最终由指导员郭建光率领全歼敌军。样板戏《沙家浜》是一个具有高度隐喻性的政治文化符号体系，包括了图解阶级本质的社会秩序性隐喻，诠释阶级身份、扮相、神态的功能性隐喻，以及从布景、灯光、音响来界定阶级阵营的阐释性隐喻（惠雁冰，2010）。即便人物高度脸谱化、剧情高度程式化，在那个样板戏当道，其他文艺演出禁绝的年代，《沙家浜》还是迅速风行全国，阿庆嫂、郭建光、胡传魁、刁德一成为人人熟知的角色。

随着文化大革命的结束，样板戏作为文革政治的畸形产物在80年代遭到禁演，直到1986年中央电视台春节联欢晚会，样板戏之一《红灯记》的选段《都

^① 《贯彻毛主席文艺路线的光辉样板》，《人民日报》，1966年12月26日。

^② 叶兆言，《样板戏的声音》，《北京青年报》，2011年4月2日。

^③ 戴嘉枋，《样板戏的风风雨雨》，知识出版社，1995年，56—57页。

有一颗红亮的心》再次被演唱，并通过电视向全国转播受到热烈反响。进入 90 年代，样板戏回潮反而愈演愈烈，《红灯记》《沙家浜》《红色娘子军》等都被复排并在全国巡演，小说和影视剧的改编也层出不穷，此番是被冠以“红色经典”之名。虽然知识分子对样板戏的批判和反思不曾间断，甚至对很多人而言样板戏的声音就与文革时期噩梦一般的记忆相连，但不可否认的是样板戏依然具有极为广大的观众基础，如今几乎每一个四十岁以上的中国人都会唱样板戏的片段，许多人可以大段背诵念白，一些知名唱段甚至成为了 KTV 的热门曲目。

文化研究学者戴锦华认为，对经典意识形态的即时消费是 90 年代纷繁多端的怀旧表述之一，这是一代人对失落青春的追忆，也是在社会转型、价值离散的时期对理想主义时代和英雄象征的回首和怀恋（戴锦华，1999）。另一方面，样板戏反复的演出也令它们的旋律深深刻入人们脑海，即便谈不上喜欢，强大的惯性仍使它们成为一代人生命印迹的一部分。而随着样板戏的重演、电视剧翻拍，乃至家长从小的哼唱，年轻世代对于样板戏往往也并不陌生，不过由于文革年代的远去和被刻意遮蔽，样板戏在他们那里便只是一些朗朗上口的唱段和特别的造型而已。但在众多对样板戏回潮的分析中被有意或无意缺失的一个关键背景是，1989 年苏联解体和天安门事件使得中共领导人再次意识到维护政权意识形态合法性的重要性和紧迫性，并且发起了一场持续至今的“爱国主义教育”运动，尤其利用民族主义来补充和强化现有意识形态（Suisheng Zhao, 1998）。样板戏热情讴歌共产党反封建、反侵略的革命历史，又曾在全国范围内具有如此深入人心的影响力，执政党也再次将它们视为一种有效的文化资源，从历史的冷宫中重新召回。

二、作为地点的沙家浜：符号落实于空间

样板戏《沙家浜》中“沙家浜”这一地名其实只是虚构，历史上并无确切地点与之对应。但若考察戏剧的蓝本，即抗日战争时期在江南疗伤并坚持抗战的新四军伤病员的故事，则发生在苏南地区的阳澄湖畔芦苇荡中，其活动范围包括了今日的苏州、常熟、太仓三个地区。因样板戏《沙家浜》声名显赫，吴县、昆山和常熟的三个乡镇都对这一地名进行了争夺——“沙家浜”这一名字对于地方来说无疑意味着在全国的极高知名度及一系列隐形的政治和文化资本。最终经省政府批准，常熟市芦荡乡在 1992 年撤乡并镇并更名为沙家浜镇。

一个戏剧作品中的虚构地点，一个歌颂共产党革命历史的红色符号，在地方政府的主动争取下最终被落实到具体的地点。这一符号从此不再局限于文艺作品和意识形态宣传中，它指向了一片确切的行政区域，而这个区域内的政治、经济、社会、文化皆与符号互动，或得益于它，或作为资源调动起来服务于这一符号的维持和推广，乃至随着社会变迁和实际需求的变化转换其内涵和指涉。沙家浜人至今毫不掩饰其骄傲，因为那不是一次简单的戏名变为镇名，更是获得了“一个

响当当的品牌”、“一块无法估价的无形资产”。^①

事实上，早在 70 年代沙家浜镇还叫横泾公社的时候，当地就已自发建立了沙家浜革命传统教育陈列室，展出的物品有新四军老战士捐赠的手枪、军用水壶，新四军后方医院使用过的医疗用具以及一条据说曾护送过伤病员的交通船等。1988 年，陈列室被扩大为沙家浜革命传统展览馆。

1991 年，新建的“沙家浜革命传统教育馆”正式竣工，教育馆分为三层，底层为文化活动中心，中层为展厅，陈列了 300 多幅历史照片、图片和 50 多件文物，三层设有一个大教室，用于在参观之余播放录像片，作专题报告等。

2001 年，易地重建的“沙家浜革命历史纪念馆”在沙家浜风景区竣工落成，同时还举行了“全国爱国主义教育示范基地”授牌仪式。

2006 年，再次重建的“沙家浜革命历史纪念馆”正式开馆。新馆占地 6400 平方米，再次扩充了陈列内容，包括革命历史文物 200 多件，照片、图片 200 多幅，并利用现代声光电效果还原战争场景、再现历史画面。

从最初的“革命传统教育陈列室”扩展为“革命传统展览馆”、“革命传统教育馆”再到如今的“革命历史纪念馆”，展馆面积越来越大，陈列内容越来越全面。如果说沙家浜镇只是成功占有了“沙家浜”这一名称，那么在这些陈列室、展览馆中则保存着“沙家浜”作为一个红色符号最初和最核心的内涵，即中国共产党的革命历史。无论八十年代至今这里发生了政治、经济、文化等多方面的变迁，地方始终自觉地维护和保存“沙家浜”的红色内涵，这是地方继承中共革命传统的荣耀所在，也是对外宣传的感召力和吸引力所在。正如上文所说，样板戏毕竟影响了整整一个世代的中国人，“沙家浜”的名字在那一辈中几乎人人熟知。事实上在笔者对游客的随机访谈中，大部分人也是因样板戏之名而来。当被询问为什么会想到来沙家浜景区，游客们的回答是——

“样板戏，你们年轻人可能不知道，那个时候影响了整整一代人。电影就播这个嘛，除了这个也没有别的可以看。”（吉林游客）

“我们小时候就知道了，就听戏嘛，那刁德一嘛。”（山东游客）

“沙家浜嘛，接受一下爱国主义教育，就那个时候新四军躲在芦苇荡里，也很艰苦的，我们来感受一下。沙家浜嘛早就知道了，小时候看戏啊，文革时候唱那个样板戏。”（上海游客）

除了建立革命历史教育馆、纪念馆，地方政府还先后出版了《沙家浜人民革命斗争故事》《烽火沙家浜》等一系列丛书，参与录制了《虞山英华》《芦荡作证》等宣教片，有意识地主动收集和保存史料、文物。要特别指出的是，所有这些被讲述的地方革命历史恰恰是基于样板戏《沙家浜》对过去的一个投射，国家政治神话需要寻找那些具体的事件和人物原型以实现自身的“历史化”，比如戏剧中的新四军指导员、阿庆嫂乃至地方热心民众都被落实到一个个具体的人物，从而

^① 《一出戏唱响了“沙家浜”》，《苏州日报》，2004 年 11 月 3 日。

确立历史的真实性和明晰性。从地方革命历史，到样板戏，到今日沙家浜，这段看似随时间线性发展的历史背后实际上是地方政府收集和摄取扩散的过去、构建历史话语的细致努力。通过这一系列行为，首先地方政府确证自己是《沙家浜》的故事发生地，是“沙家浜”这一符号的正当拥有者，凸显自身的历史重要性；其次，地方政府通过宣示自身的红色法统地位，也向中央表达一种政治效忠，并以此向曾经在这里战斗过的新四军老首长、老战士示好，争取他们可能的剩余影响力。地方政府维护这一红色符号固然是为了获得隐形的政治文化资本，但事实上红色符号的正统性、经典性却也直接关系到沙家浜乃至常熟市在旅游市场上的知名度和吸引力。不管是出于政治考量还是经济考量，在 2005 年国家推动红色旅游的发展契机下，两者默契地融为一体。

三、红色景区的建构

在旅游研究中，有一个专门概念“旅游吸引物”(tourist attraction)，主要是指吸引游客离家去其他地方的一个吸引物系统，包括核心因素客观景物，景物的标志物和形象，以及旅游者的感知和认同(王宁、刘丹萍、马凌等，2008)。旅游吸引物的建构是意义和价值建构的过程，往往能反映特定社会发展条件下的某种价值认同。旅游吸引物不仅有“物理寿命”，也有“社会寿命”，当社会的理想和价值偏好改变时，原有吸引物就可能遭到抛弃(王宁，2001)。旅游吸引物的建构一方面是物理属性的建构，包括空间布局、景观设计、建筑样式等；另一方面则是符号属性的建构。在很多情况下，景区是否吸引游客并不仅仅由于自身的客观物理属性，更在于附着其上的符号意涵。MacCannell 甚至认为景点的符号意涵才是吸引游客的关键性因素，他宣称“旅游胜地就是符号”，“吸引力就是景物、标志和游客之间的关系”(MacCannell, 2008: 123)。这里的“标志”(marker)被定义为关于一个具体景物的信息，包括旅游书籍、以往游客的描述、历史及艺术文本等，而标志正是景物符号属性的最直接体现，也是其神圣性光环所在。人们往往是先“知道”一个景点——无论是通过广告、他人推介还是历史、传说——然后才决定去那里旅游。旅游地身上萦绕着一套被编织的关于历史和文化的的话语，它是旅游空间生产者、传播媒介和游客共同建造的一个意象，一个地方神话。上文之所以梳理从样板戏落实到景区的这一段历史，正是为了说明“沙家浜”这一红色符号本身的光环对于景区的重要性。但除此之外，本研究也要呈现景区内部如何通过景观设计、空间布局、展览设置来叙述沙家浜的革命历史，另一方面为了继续对外传播“沙家浜”这一符号、扩大其知名度，地方政府又做出了怎样的努力。

1、革命历史的讲述方式

进入沙家浜景区正大门后，直面游客的就是一面巨大的花岗岩照壁，上面镌刻的是时任全国人大副委员长、曾经的新四军六团团长叶飞在 1990 年参观沙家浜时所题写的关于沙家浜在抗日战争中的重要意义。这面照壁就如同在整个叙事

文本的第一段开门见山：造型简单却不失雄伟的巨大照壁，新四军高级将领的亲笔题词，金色大字在太阳底下反射着光芒，连同题词的内容本身，共同点明了这个严肃的、具有神圣性的革命历史主题——沙家浜。

在这一片“革命教育区”，碑亭、主题雕塑、沙家浜革命历史纪念馆在中轴线上层层推进。大型主题雕塑屹立于瞻仰广场中央，展示的是样板戏《沙家浜》中的主要正面人物新四军指导员郭建光和地下工作者阿庆嫂，他们站立于一片高地，表情坚毅，目视远方，一如样板戏中所有正面人物造型的刻板形象；雕塑的两侧和背面环绕着一名新四军小战士和两名沙家浜当地村民，以示团结一心一致对外。雕塑背后的两面锻铜浮雕，一面展示新四军与当地民众戮力抗战的场景，一面则是军民互助相亲的场景。两面浮雕中央是一块方正的花岗岩，简明地呈现了N4A这个新四军标记，后书“忠魂”两个红色大字，造型正如墓碑（事实上一度曾有一名新四军战士的骨灰埋于其下）——英雄的鲜血、为了民族国家所付出的生命在此被直接推到了参观者的眼前，这不能不给人们带来强大的冲击力，震动于革命的神圣性和崇高性。

在这一片区域我们可以看到一般纪念性空间的几个典型特征，如运用长中轴线作对称式布局，彰显被纪念者的中心位置，以线性延伸的空间感觉烘托主体景观的宏伟庄严；以体块塑形和简单的组合形式来体现纪念空间的雄壮和稳固；采用花岗岩、青石等石料或青铜等坚固永久性材料，象征纪念对象的精神永存；多栽种苍松翠柏等常青植物，象征被纪念的精神如树木般常青，生生不息（刘禹，2006）；同时在外部的视觉界面上密布革命史的浅近寓意和专有标记，易于参观者阅读、理解，并具有单纯而直接的冲击力（胡恒，2010）。另外值得注意的是，这一片纪念空间的诸叙事元素，既有来自样板戏中的人物和剧情，也有属于抗日战争真实历史的部分，而随着参观的推进，叙事在文艺作品和现实之间不断穿插、跳跃，虚构的人物和剧情渐渐在历史实在和具体形象上找到依附，最终成功杂糅为一个没有缝隙的叙事整体。

比起外部空间的历史展示，沙家浜革命历史纪念馆则运用了文字、图片、影音和实物，更为详尽地呈现了历史事件的发展过程和细节。展馆入口的第一块文字展牌标题为“一方‘敢叫日月换新天’的革命热土”，在此便确定了整个展览的叙事基调。叙事按照时间顺序推进，从常熟中共党组织的成立，到新四军领导下的抗日斗争，包括当时地方民众如何掩护、协助新四军战士。展览以文字介绍为主，搭配历史照片、绘画作品、文物和模拟场景，让这种历史表述变得可见、可感，具有真实性和可信力。尤其是陈列的烈士遗物，如钢笔、布衫、日记本，乃至具体如“薛惠民烈士抱病工作时吐血用的罐子、印章”，以原质物的直接呈现给参观者以冲击，并再次以死亡唤起崇高。

展览的第二部分主题为“一个‘风展红旗如画’的红色经典”，讲述样板戏《沙家浜》的形成过程，并展示了剧照、剧本和当时的其他宣传品。最后一部分则是沙家浜革命传统的现实传承，包括以“沙家浜”冠名的解放军某连在1998年抗洪抢险和2008年汶川地震中的突出表现，以及常熟市和沙家浜镇如何开展

一系列教育、纪念活动来传递和发扬沙家浜精神。此处，党和国家领导人、省部级高官参观沙家浜的高清大幅照片和题词被一一陈列，通过来自上层的肯定彰显今日沙家浜的重要地位和意义所在。

可以看到整个纪念馆的展览完全按照单向的时间推进，呈现出一种高度规范化的、封闭的叙事，而对于新四军东进破坏抗日统一战线的争议、对于样板戏的批判反思等就完全没有呈现。同时，由于在原质物呈现之外通过大量的文字说明事件的原因、过程、结果，并直接给予定性（诸如“英雄”、“光荣历史”、“可歌可泣”等用词），这个展览的文本事实上没有给参观者任何开放讨论或多重想象的空间，可以说它的叙事完全是一种教化式的意识形态灌输。

2、地方政府与景区推广

1999年，沙家浜镇把芦苇荡风景区收归政府所有，作为镇政府的资产来运作。2003年，集体所有制的苏州沙家浜旅游发展有限公司成立，作为沙家浜景区的实际运营单位。但是公司的董事长、总经理始终由沙家浜镇分管服务业的党委副书记或副镇长兼任，景区的发展方向、重大决策都由镇一级部署安排，并且需经过党政联席会议审议。正因为此，本文在研究沙家浜景区的建构与转型过程中，将地方政府视为行动的主导者。

2001年，沙家浜革命历史纪念馆落成于沙家浜风景区中，形成了红色景区的雏形。然而它真正对外打开知名度、吸引大量游客到访是在2005年，这与当时国家开始大力推动红色旅游息息相关。2004年底，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》，就发展红色旅游的总体思路和布局做出明确规定，并设置了一系列具体的发展目标，如培育形成12个“重点红色旅游区”，重点打造100个左右的“红色旅游经典景区”，到2010年红色旅游综合收入达到1000亿元，直接就业人数达到200万人，间接就业人数达到1000万人。

随着国家开启红色旅游的发展，2005年开始红色旅游成为旅游市场新的增长点且发展势头强劲。团队游、尤其是各级党政机关、企事业单位组织的集体参观学习，构成了红色景区的主要客源。沙家浜景区则以此为契机加强对外宣传和推广，景区负责人介绍：

“沙家浜作为苏锡常地区唯一的一家爱国主义教育基地，包括我们那一年也做了不少努力，像江浙沪三省旅游局推一个红色旅游联动，江苏的代表雨花台啊周恩来纪念馆都没有竞争过我们……因为是江浙沪第一次红色旅游的活动，所以知名度比较高。”

除了2005年与上海一大会址、浙江嘉兴南湖共同举办“江浙沪红色旅游启动仪式”，沙家浜在2006年冠名了全国首届红色旅游导游大赛，2007年又承办了当年的全国红色旅游发展论坛和红色旅游景区管理人员培训班，还推出了“弘扬沙家浜精神，永葆党员先进性”的旅游项目，以参观沙家浜革命历史纪念馆，

看一部红色影片，听一堂专题党课，唱一首革命歌曲，重温入党誓词为主要内容。此外，景区还主办了红歌会、红色故事会等活动。

与红色旅游兴起同时的另一个发展契机是 2006 年电视连续剧《沙家浜》在荧屏上的热播，其人物和剧情都按照样板戏《沙家浜》为原本进行翻拍。剧组主动找到沙家浜景区商谈取景事宜，计划利用芦苇荡边的一块荒地搭建临时布景，但沙家浜景区最终决定主动投资 600 万元（最后实际投资 1600 万元），按照剧组的规划图建设实景，复原了一座江南小镇的样貌，即今天景区内的“横泾老街”。但签订协议时，地方政府提出了三点要求：

电视剧的名字《阿庆嫂》要改成《沙家浜》；

所有的剧照地方政府和景区都可以无偿使用；

每一集电视剧中演员口头要提到两次“常熟城”、两次“沙家浜”。

景区负责人吴先生向我介绍：

“当时我们看中的是什么，这个电视剧是很少有的开拍之前已经卖掉了，我们是看见协议以后和他签订的拍摄合同。当时我们每年的收入是 600 万（营业额），那些（影视基地）造的时候预算是 600 万，实际上造的时候超过了，造的就是这块老街。那一年 06 年播出时，它在北京地区的收视率是 8.3%，06 年北京地区收视率排名第二。当时我们的想法就是把它作为广告来投资的，你看如果在 28 个省台做广告 1000 万根本做不来，所以这一块当时是比较成功的。”

地方政府借助“红色经典”的翻拍收视热潮，再次推广了“沙家浜”的品牌，提高了景区知名度。而电视剧中许晴扮演的阿庆嫂手持“春来茶馆”招牌笑脸迎人的剧照至今仍被广泛用于沙家浜景区的各宣传广告中。

四、景区的转型

按景区的参观动线，游客从沙家浜革命历史纪念馆出来后便离开“革命教育区”。占地 1000 多亩的芦苇荡是景区的中心区域，各个码头都有传统的手摇船，等候着的船娘都是当地农村村民，穿着青花布衫，应游客的要求会在划船时唱几首当地的石湾山歌。坐在一摇一晃的手摇船上，缓缓穿行于芦苇荡中，时间仿佛停滞，这几乎是最受游客欢迎的项目。

进入“红石民俗村”，按景区导览的介绍，这里是“典型江南，枕河人家，依水而建的房舍，家家临水，户户通舟”。此区域虽为 2000 年后新建，却着意复原江南水乡旧时建筑风貌，白墙、黑瓦、廊檐和木质门窗，而这里对游客最具吸引力的是根据样板戏《沙家浜》中的重要故事场景“春来茶馆”所再造的一座真正的“春来茶馆”，门口招展着青花红边的茶幌，内部则陈设着一张张旧式八仙桌和条凳，招揽着来往游客在此休息小坐，恰如样板戏中的知名唱词——“垒起

七星灶，铜壶煮三江，摆开八仙桌，招待十六方”。每日固定时间，样板戏中最广为传唱的《智斗》一段便在茶馆对面的戏台上演。此时的样板戏对于游客来说就只是单纯的文艺作品，成为观赏的对象。喝一杯绿茶、品尝地方小吃，欣赏阿庆嫂周旋于胡传魁和刁德一之间的机智巧妙，唤起记忆中熟悉的旋律。有意思的是，80年代后的样板戏重演中，《智斗》是《沙家浜》中出现频率最高的选段，甚至有点脱离全剧成为一个独立自足的作品。在这一选段中，没有“高大全”的英雄主角新四军指导员郭建光，没有武装斗争的主题，甚至阶级斗争的情节也在三人的周旋中成为了试探、影射、矛盾的转移和化解。可以说在这一部革命样板戏中，《智斗》反而是“革命”意味最为淡化的一场。

沙家浜景区扩建的另一个重要工程，就是上文所提到“横泾老街”的建造。今天的游客从横泾桥进入这一片景区，就可以看到翁家糟坊、刁家大院、铁匠铺、大光明染坊、戏台、江南农俗馆等建筑分布于老街两侧。景区负责人介绍说，老街建造的时候特别要求使用旧材料，因此专门在苏州地区搜集别处拆迁下来的砖石和木料，“要的就是那个味道”。这就是为什么横泾老街才建成七年，但墙屋斑驳、藤蔓攀附，青石板的街道古旧，看起来仿佛确实是一座历经久远年代的旧时小镇。事实上，整个红石民俗村和横泾老街都是人为制造的一个旅游怀旧空间，它并没有自身空间形式和社区关系的延续，而完全在一片荒地上凭空产生，通过仿古建筑和景观的并置营造一个如同过去的环境，再通过符号和话语添加其历史内涵。由于抹掉了一切当时背景下的权力结构和社会关系，这其实是一种静态的、空洞的场景展示，仅供游客进行怀旧的浪漫化想象。

1、历史展示的转向

贝拉·迪克斯（Bella Dicks）认为无论是博物馆、具有设计意识的都市街区还是旅游景区，文化展示都遵循“可读性（legibility）”原则，文化展示的理念就是建造“整体性”的环境，使每一处都得到精心设计与安排，并被标示清楚以避免混乱（贝拉·迪克斯，2012）。而我们需要关注的就是景区被赋予了什么主题，创造了怎样的意义，可读性突出了什么又掩盖了什么。循着贝拉·迪克斯给我们的启发，可以看到这些芦苇荡和水乡人家的游览区域，已经不同于先前的革命教育区，如果沙家浜景区是一本书，那么这两个区域就是两个不同的章节，向游客呈现出了不同的阅读内容。

首先，它们讲述历史的形式迥然不同。革命教育区室外空间的布局和景观、纪念馆内部的展览陈列，密布着各种具有高度象征性的符号和意象，并且皆有明确的指涉，如十八根柱雕象征十八个新四军伤病员，以锻铜浮雕的画面表现新四军戮力抗敌和军民鱼水情深。尤其在纪念馆内，通过文字、图片和文物的陈列，讲述革命历史的发生与革命精神的现代传承，形成了一个完整的、线性发展的叙事体。而在红石民俗村和横泾老街，主要以建筑 and 环境的仿古样貌营造了一个旧时江南水乡小镇的旅游空间。虽然有样板戏中的元素点缀其中，但由于脱离了整个剧情和历史背景，故事的节奏和情节的内在紧张性已经不复存在，所以可以成为游客轻松观赏和凝视的对象。这里不再有一段历史、一个完整的故事要告诉游

客，有的只是生活场景的碎片，甚至不同的元素旁逸斜出——关于翁同龢的传说和刁德一的家宅可以并置于一条街的对面，只因为它们都是属于常熟城和沙家浜的过去，都被当作历史的符号资源服务于当下，增添景点的文化内涵。

其次，讲述历史的内容也不同。革命教育区所展现的历史是以共产党领导下新四军战士坚持英勇抗战为主题，军民一家鱼水情深为辅线，充满了爱国主义、民族主义的意涵，旨在唤起或建构参观者对于共产党革命历史的集体记忆，增强他们对于民族国家、执政党和现有政权的认同感。在红石民俗村抑或横泾老街，景观和环境都不再诉说有关民族国家和政党的宏大历史，不再表现冲突和斗争的主题，而是回到江南水乡的民间日常生活场景，茶馆、酒坊、民宅、染坊，试图表现一种不被外界侵扰的安宁、悠闲的传统生活空间，让游客得以沉浸其中进行怀旧的浪漫想象，得到心灵的放松和愉悦。就如沙家浜 2010 年在央视投放的最新宣传片所展示的：芦苇荡里的手摇船、飞舞的蓝印花布、水巷石桥和光影斑驳的青石板老街，背景音乐悠扬舒缓，推出结尾的广告词“风起芦苇荡、心动沙家浜”。可以看到，这里出现的符号“沙家浜”已经不带任何红色内涵。

沙家浜风景区曾在 2012 年 10 月到 11 月的 5 个周末期间开展了一次游客问卷调查，回收有效问卷 2500 份。调查结果显示，游客对景区中印象最深刻的部分，横泾老街排名第一（46.96%），超过了革命历史纪念馆（41.36%），可见景区的转型获得了游客的认可。事实上，近年来此类江南水乡风情古镇老街正成为越来越热门的旅游景点，对城市居民尤其具有吸引力。这恰恰验证了社会学家 Urry 的观点，他认为“游客凝视（tourist gaze）”是被社会组织化和系统化的

（socially organized and systematized）。一方面，并非任何时代的任何游客都共享某种普遍的体验；另一方面，在任何历史时期，构建出游客凝视的东西取决于与其形成反差的东西，取决于非旅游体验的类型（Urry, 1990）。由于 80 年代以来中国社会的变迁，无论是城市还是乡村在空间形态上都发生了巨大的变化，尤其面对快速的城市化和现代化进程，大量古镇村落被破坏乃至完全消灭，而一部分经过精心选择的历史古迹和传统建筑则被隔离保存或模仿再造，就如同仅供观看的标本，成为了具有稀缺性的景观。当游客来到这些属于过去的空间，就仿佛进入一种文化的传记（Lowenthal, 1975），想象“我们/我们父辈小时候就住在这样的房子里”，暂时寻回一些旧时光的记忆，以此在高速变动时代求得一些微薄的确定性和安全感。而这些遗产景观也实现了游客对快节奏、高压力城市生活的暂时逃避。外面，发展的脚步无情地进行；在这里，时间仿佛被凝固于此身此地。

2、被整合的地方文化

事实上，从景区的发展规划中可以看到这种历史展示的转向是景区建设主体和规划单位的共识和自觉行动。2005 年，沙家浜景区邀请上海同济大学规划设计院编制了《常熟沙家浜旅游度假区总体概念规划》，作为景区未来 20 年的发展纲要，确立了“一核、十片区”的功能结构。一核是指以红色文化为主题的“红色游核心区”，原因在于“红色文化特色是沙家浜享誉全国的王牌，旅游发展须

突出红色文化特色”。十片区则包括“风情旅游接待区”，该区是规划区内的主要旅游接待区，也是反映沙家浜民俗文化的核心，利用具有特色的村居民宅、河道等发展特色旅馆、旅游文化街、具有水乡特色的餐饮服务。此外还有“生态旅游区”、“农耕文化区”、“居民还建区”等。

在一份 2005 年由常熟市规划局主办的沙家浜旅游总体规划专家座谈会纪要中，从专家们的发言也可见相似的理念。比如时任常熟市文化局副局长的周先生认为“常熟是历史文化名城，范围包括沙家浜在内的各乡镇，沙家浜历史上也出过不少名人。如毛晋，是当时全国最大的藏书、刻书家之一，可修建毛晋纪念馆。另外白茆山歌、古琴等优秀传统文化都可引入景区，丰富内涵”。常熟市规划局专家朱先生提出“旅游产品的文化主要着眼于红色文化，注重发展产品的多样性和多元化。建议开辟秋香景区，包涵蟹文化，通过建筑、廊、诗歌等来体现，开设品蟹馆和田园宾馆”。常熟文联副主席袁先生则提出，沙家浜应该体现江南农耕文化的原生态和自给自足生活环境。要体现水乡特色，可增设“桥文化”、“船文化”、“鱼文化”、“茶文化”等具有代表性的特色文化。

可以发现，不论是具有广泛认知度的水网石桥、古镇风情，还是体现本地优秀文化因子的非物质文化遗产和历史名人，乃至地方特产，都被逐渐添加到景区中。一方面固然是出于经济的考虑，无论是景区的规划方还是建设者都意识到单一的红色文化难以对游客形成持续的吸引力，难以开拓更广阔的旅游市场，因而必须在这一主题外开辟其他的休闲观光和游乐内容，发展出产品的多样性和多元性。另一方面，沙家浜作为常熟的文化品牌、城市名片，也是集中展示地方特色文化的绝佳空间。经过当地政府精心选择和重新整编过的历史文化元素被落实到景区内，并且被转化为可参观的、可观赏的，不仅可以向外来游客展现与众不同的地方个性，提升城市形象，亦可作为本地的文化/教育资源，影响在地者看待自身文化的方式（贝拉·迪克斯，2012）。

而沙家浜景区的转型之所以并不给人突兀之感，或者说具有可操作性，在于《沙家浜》这个样板戏其实包含了“故事”和“背景”两个层次。汪曾祺所写的唱词中有这样两句也流传甚广：“朝霞映在阳澄湖上，芦花放稻谷香岸柳成行。全凭着劳动人民一双手，画出了锦绣江南鱼米乡。”所以说故事的发生地点，阳澄湖、芦苇荡、锦绣江南鱼米乡，本身即包含了诸多审美的因素。另一方面，抽离了具体的社会背景，故事发生的时间也被模糊为一段可怀旧的、泛指“过去”。毛泽东在几十年前的那一次改名，似乎的确是给了今日沙家浜一个发展契机。它既具有限定性，指向一个特定的区域，能够为当地所用；但作为一个地方，又极具包容性，当地的风情民俗、历史人文被逐渐加入这一框架，也不会有不和谐的感觉。

五、历史展示背后的裂隙

1、国家政治文化工程：红色旅游

从国家层面而言,推动红色旅游的发展一方面固然有带动偏远革命老区经济发展、脱贫致富的考量,同时通过自上而下的宣传引导及各种鼓励扶持措施推进旅游产业的发展,刺激国内旅游消费市场。但比起其经济意义,执政党首先是将红色旅游作为一项全国性的政治工程和文化工程,旨在将意识形态宣传和党史教育深入到民众的休闲生活领域。尤其是近年来面对2005年抗日战争胜利60周年、2009年建国60周年、2011年建党90周年这些党和国家的重大庆典,更需要强化“没有共产党就没有新中国”的政权合法性叙事,彰显中国共产党革命与发展历程的功绩与荣耀,培育和加强民众对于执政党和民族国家的认同感,并在全国范围内共同营造热烈的舆论氛围。正如时任中共中央书记处书记、中宣部部长刘云山在2011年全国红色旅游工作会议上所明确表示的:

“发展红色旅游必须把突出思想内涵作为基本要求,牢牢把握爱国主义和革命传统教育的主题,充分展示浴血奋斗的中国革命史、艰苦卓绝的社会主义创业史、波澜壮阔的改革开放史,使红色旅游景区景点成为党员干部了解党的历史、加强党性锻炼的重要场所,成为广大群众培养爱国情感、培育民族精神的重要阵地,成为青少年学习革命传统、陶冶道德情操的重要课堂。要以庆祝中国共产党成立90周年为契机,广泛开展重访革命圣地、重温革命传统的教育活动,精心安排群众喜闻乐见的实践体验项目,让人们更加深刻地认识到历史和人民是怎样选择了马克思主义、选择了中国共产党、选择了社会主义道路、选择了改革开放。”

①

裴宜理(Elizabeth J. Perry)认为,对革命传统的不断动员是中国共产党独特的能力,也是其合法性的重要来源。在中国,将爱国主义和革命传统结合也是很容易的,因为革命传统本身就是爱国主义和民族主义的——是革命让中国摆脱了日本和西方列强的侵略,重新获得了国家主权独立,而共产党正是成功的、也是唯一的核心理领导者。^②换句话说,爱党、爱国与民族主义在这里就被顺理成章统一起来。面对80年代以来共产主义意识形态的衰落,共产党亦选择将爱国主义和民族主义取代阶级斗争作为主导意识形态工具,赋予现有的政治和社会秩序以合法性。并且在与过去屈辱/落后历史的比照中,更能够凸显近年来党和国家所取得的发展成就,激发民众的自豪感与“来之不易”的心情(Zheng Wang, 2008)。

红色旅游既以服务于现实政治为目的,它所展示的革命历史必然也是经过精心选择和裁剪的,就如沙家浜景区所呈现的那样。历史的选择性再现是一个意义生产的过程,它一方面反映和呈现某种集体记忆,同时也是型构、重建集体记忆的过程。哈布瓦赫(Maurice Halbwachs)在《论集体记忆》中指出,社会文化为记忆提供一个基本框架,即“记忆的社会框架”,特定的记忆能否被回忆或以

① 《刘云山:充分利用革命历史文化资源发展红色旅游》,中央政府门户网站,2011年6月15日,

http://www.gov.cn/jrzq/2011-06/15/content_1885188.htm。

② 《裴宜理:对革命传统的不断动员是中共的独特能力》,“政见”网站,2012年12月5日,
<http://cnpolitics.org/2012/12/elizabeth-perry/>。

什么方式被回忆，都取决于这个框架。从这种意义上来说，过去不是被保存下来的，而是在现在的基础上被重新建构起来的。哈布瓦赫的理论一方面强调集体记忆的社会建构属性，另一方面指出它是立足于现在（presentist），受当下社会文化所影响的（哈布瓦赫，2002）。年鉴学派史学家勒高夫（Jacques Le Goff）则更为明确地指出，集体记忆是权力的一个工具和目标，因为记忆是构成所谓的个人或集体身份的一个基本因素，而身份和认同密切相关，基于此才能确立我们属于谁、不属于谁，因此“各种忘记以及消失的历史都体现出了集体记忆中存在着操纵机制”（雅克·勒高夫，2010：60）。

其次，以红色旅游景区为客观物质形式将革命历史进行保存和展示，有利于集体记忆的稳固和传承。扬·阿斯曼（Jan Assmann）的文化记忆理论特别指出文化记忆是以客观的物质文化符号为载体固定下来的，如文化形式（文本、纪念碑、博物馆）和机构化的交流（背诵、观察、实践），只有通过这些可以反复使用的文本系统、意象系统、仪式系统，文化记忆才能稳固和传承（扬·阿斯曼，2011）。其实涂尔干（Emile Durkheim）在《宗教生活的基本形式》中就非常具有洞察力地指出，一方面，英雄人物的形象和荣耀历史通过各种仪式和符号体系被唤回到人们心中，激荡着他们的胸怀，引起一种完全不同于凡俗日常事务的神圣感，另一方面，“物质媒介不仅限于显示出与之相联系的精神状态，而且有助于创造这种精神状态”，这种物质媒介不仅对于集体意识的形成来说是必不可少的，对于确保这种意识的稳定性和持续性，它同样是不可或缺的（涂尔干，2011：314—315）。事实上，“红色旅游”虽然启动于2005年，但是在1994年中共中央印发的《爱国主义教育实施纲要》中就可以看到要求各地“搞好爱国主义教育基地的建设”，包括“各类博物馆、纪念馆、烈士纪念建筑物、革命战争中重要战役、战斗纪念设施”等。《纲要》指出“开展爱国主义教育的目的，是要振奋民族精神，增强民族凝聚力，树立民族自尊心和自豪感，巩固和发展最广泛的爱国统一战线，把人民群众的爱国热情引导和凝聚到建设有中国特色的社会主义伟大事业上来，引导和凝聚到为祖国的统一、繁荣和富强作贡献上来”。从“爱国主义教育基地”到“红色旅游景区”，革命历史通过客观的物质环境和符号体系得到凝固和展示并服务于现实政治，实则一脉相承。

2、地方政府与文化经济

上文已经介绍过，沙家浜这一地名的获得是常熟与当时的吴县和昆山竞争的结果。此后，地方政府又通过革命历史纪念馆保存和展示史料及文物，讲述中国共产党领导下的新四军如何在常熟进行抗日和抗伪斗争。2001年，沙家浜革命历史纪念馆落成于沙家浜风景区，一个景区的宣传教育功能和旅游休闲功能就在其中产生了分歧的力量。地方政府一方面继续投入资金扩建和完善纪念馆，并借全国发展红色旅游的契机组织和参与各类红色旅游活动，通过电视剧《沙家浜》的播出做隐性广告推广旅游品牌。但是另一方面，在景区的后续开发中历史展示的内容发生了偏移，江南水乡古镇风貌成为吸引游客的新的侧重点，而诸多地方特色文化元素也被添加入景区中。如果说发展红色旅游是在国家政治文化工程的

框架内,那么沙家浜景区的转型却是常熟重建地方文化、发展文化经济的一部分。

Urry 认为,当今旅游观光的全球化使得绝大多数地方需要重新挖掘能表达该地独特历史的风格和元素,以增强其区别于其他地方的特色。并且如国立博物馆之类展现的那种特定的、无可争辩的国家历史的影响力持续下降,反而是各种地方性、民间性的历史展示正在获得新的大众魅力(Urry, 2009)。范可在对闽南百崎回族乡的研究中指出,百崎乡政府将外来意象整合进地方规划和建设,利用“民族特色”来凸显自身的与众不同。地方政府重新发现和建构地方的文化概念正是为了“出售”地方,获取象征资本,并期待来自其他地方及国家的“认购”(范可, 2005)。范可也指出,如果说传统是现代性的对应物或“他者”,那么在当下的语境里,地方必然与全球化互为“他者”,并且有意识地与全球化进行互构(范可, 2008)。

近年来,常熟市政府通过各方面的努力重新挖掘地方历史,着意塑造具有个性的地方文化。为了对地方性进行编码从而提供有效的文化认知,当地政府选择了“江南”这样一个醒目的形象坐标(郑菲, 2009)。2008年,常熟市委书记提出:“现实中的江南,是最优秀要素组成的社会形态;理想中的江南,是人们最向往和希望的美好生活境界。常熟是江苏省县级城市中唯一的国家历史文化名城,除了深厚的文化底蕴外,这里有典雅精致的山水城园,这里有着繁荣发达、美丽富庶的江南水乡风光。常熟和江南最为契合”。^①“江南”包含着丰富的历史和文化想象,即便作为地域也指涉宽泛。为了在“江南”与常熟之间建立起牢固的联系,以便理所当然地占用这一名称,地方政府亦进行了多方面的努力——从2009年起持续举办隆重的官方节庆仪式“中国(常熟)江南文化节”;将江南文化中具体的琴棋书画等艺术形式整合为常熟城市名片中的重要因素;通过大众媒体的密集宣传凸显常熟的“江南意象”;举办各种文化论坛和学术研讨会从理论上全面总结江南文化,提升地方文化蕴涵和格调(郑菲, 2009)。沙家浜景区的转型自然也在“江南意象”这一框架内,地方政府将沙家浜景区联合虞山尚湖景区共同打造为本地的山水文化品牌,同时也力求实现全市旅游板块的聚集和联动。而通过上文也可以发现,沙家浜景区中的横泾老街、红石民俗村乃至芦苇荡等恰恰是落实“江南意象”的空间载体,“江南”得以以具体的视觉形式展现在人们面前,并提供一种具有地方性和时间性的旅游体验。

Lash 和 Urry 认为我们如今正处在一个日益被象征符号浸润的社会,生产者、商业服务者和消费者共同加入了使客体审美化的过程,文化与经济的界限变得模糊(Lash、Urry, 1994)。在地方政府塑造独特城市形象,发展文化经济的过程中,地方性知识被转化为可用的资源,乃至具体化为各种文化标记(cultural marker)(Christopher Ray, 1998)。“沙家浜”之于常熟,一方面可以被直接作为旅游产品来进行销售,创造各种新的经济机会,另一方面作为城市名片也要服务于地方美好形象的塑造。而不论在哪种意义上,现如今一个江南风情、生态休闲的“沙家浜”显然要比一个共产党革命历史的发生地显得更为适宜。

^① 《美好江南的时代解读》,《苏州日报》,2011年5月22日。

六、结论与讨论

本研究通过对沙家浜景区的个案考察呈现了景区建构和转型的过程。由于革命样板戏《沙家浜》在特定年代的极高知名度，地方政府首先成功将“沙家浜”这一符号落实到具体的行政区域作为地名，同时持续通过纪念馆保存和展示样板戏指涉的地方革命历史。2001年，新建的“沙家浜革命历史纪念馆”落成于沙家浜风景区之中，形成了红色景区的雏形。其中，革命历史纪念馆、瞻仰广场、主题雕塑等共同构成了一个讲述革命历史的完整叙事体。而地方政府借2005年国家发展红色旅游以及红色经典翻拍的契机也成功实现景区的推广。另一方面，景区内部陆续新建的红石民俗村、横泾老街等成为新的侧重点，地方政府有意识地从革命历史的展示转移到江南水乡古镇风情的展示，景区的红色意涵逐渐淡去，代之以浪漫化的怀旧氛围。这种变化因应了现代化背景下怀旧旅游的需求。而从地方政府的发展逻辑来考量，则是重建地方文化、发展文化经济的实际举措。沙家浜景区建构与转型的过程，背后也正是地方政府出于实际需求策略性地挪用“沙家浜”这一符号的过程，使其在不同的情境下指向不同的意涵，符号本身也在能指与所指间漂移。

通过个案的考察可以看出，在红色旅游的发展过程中国家和地方政府的逻辑既有一致也有分歧之处。一致的地方在于，国家通过在全国范围内推动红色旅游意在实现革命历史教育、意识形态宣传的功能，加强民众对于政党和政权的认同和拥护。地方政府也需要通过革命历史来突显自身的重要性，宣示红色法统地位，这是一种历史光荣也是隐形的政治资本。因此，国家和地方都有通过红色旅游来讲述革命历史的需求。不一致的地方在于，地方政府还需要考虑红色资源对游客的吸引力以及旅游产品的多元化开发，因为这切实关乎红色旅游对当地经济、就业等方面的实际带动作用。而红色资源能够在多大程度上服务于城市形象的整体塑造和推广，是否具有社会和经济的可持续性，也决定了它被使用的方式。因此，地方政府选择如何发展红色旅游、讲述革命历史，就有它自身的独立性和灵活性。

在近年来红色旅游景区的发展过程中，除了沙家浜这样转移了历史展示的侧重点，通过复制古镇风貌转而发展怀旧休闲旅游、展示江南意象的做法，也出现了以延安和井冈山为代表的将革命历史奇观化的做法。

《南方周末》的报道《红星照我去“朝圣”》描写了井冈山红色旅游中的一些细节：

“在给毛泽东鞠完躬后，‘红四军’迅速撤离，在导游红旗的带领下开始‘进攻’井冈山斗争全景画馆。这是一个反映井冈山斗争的大装置，据称制作过程中拍摄了3万多张照片，用掉5吨多油墨，由众多艺术家历时18个月完成。表演过程灯光闪烁，炮声轰隆，杀声震天，令人亢奋。”

“当地的村民摆设的租衣处热闹非常，租借红军上衣收费15元，选搭斗笠、驳壳枪等道具收费30元。……衣服道具很快被抢租一空，一群游客瞬间装扮成

红军，化纤上衣和开线的红领章让雨后的游客笑得格外灿烂。”^①

《南都周刊》的《再造“圣地”》一文对延安的红色旅游也进行了生动报道：

“位于枣园西侧的《延安保卫战》。这是一场露天实景演出，由一家南方民企在 2006 年打造，生意很是红火。据景区办公室主任施通海说，‘每天固定演出一场，每场的观众在 700—800 人之间，最多时有 3000 人，要加凳子’。”

“离景区几百米，就能听到隆隆的炮声，让人禁不住加快脚步。从人造的‘陕甘宁边区’城门洞穿过，还没看到现场，一股爆炸产生的气流就扑面而来，远处的山炮向后一坐，炮口闪出红光，几十米外顿时应声而动，爆炸出一大片火光。观众席掌声雷动。”^②

如果说沙家浜景区对革命历史的讲述强调的还是叙事性，那么通过以上两篇报道的描写，笔者认为井冈山和延安对革命历史的展示突出了奇观性，尤其是一种场面的奇观——通过灯光、炮声、现场爆破结合实景演出给予游客战争现场的强烈刺激和快感。而游客通过换装、加入演出，似乎正在进行一场 cosplay 主动代入场景，共同参与一场以红色为名的狂欢。历史的叙事性因素被奇观压制，历史场景也从原初的脉络中被抽离出来，成为凝固的、被消费的对象。

事实上，红色旅游景区可能集体性地面对一种尴尬：革命历史究竟应该如何被讲述？而这种讲述与普通民众到底形成一种怎样的互动关系？在红色旅游中，它似乎很容易就从政治宣教滑为狂欢娱乐。在 90 年代以来这个告别崇高、全面世俗化的时代，也由于社会转型造成的历史遮蔽与断裂，对于革命历史人们既在情感上越来越疏离，又难以切入和辨识历史的真实情境与脉络。但是另一方面，国家的政权合法性却在很大程度上仍然依赖于中国共产党领导革命实现民族独立、人民解放的历史宏大叙事，意识形态国家机器仍然承载着政治宣传和教化的功能。而为了维持在一个日益多元化和碎片化社会中的可见度和影响力，即便是国家主流意识形态也必须开始尝试不同的策略和方式，并试图与日常生活形态、商业秩序和社会伦理寻求新的融合（吴靖，2012）。与之前的政治动员和宣传相比，90 年代之后的爱国主义和革命传统教育的确显得更加隐蔽并采用了更富有经验的方式，尤其是使娱乐成为教育的一种媒介，令意识形态宣传和教化得以深入到民众日常生活的各个侧面（Zheng Wang, 2008）。比如用“旅游”来替代“教育”这个提法就非常具有技巧性，并且顺应了改革开放以来整个市场化和消费主义的趋势。但如上文所说，国家和地方在其中会有不同的发展逻辑和利益考量，政治、经济和文化这几个方面又各有其张力，因此国家和地方怎样讲述革命历史，用怎样的方式利用红色资源，文化经济的运作在其中起到什么样的作用，以及民众如何接受和感知、理解革命历史，仍然是一个当下的问题。不唯红色旅游，还有各类表现革命历史的电影电视、文学作品依然层出不穷，这些都值得我们进一步去思考。

^① 《红星照我去“朝圣”》，《南方周末》，2011 年 7 月 5 日。

^② 《再造“圣地”》，《南都周刊》，2012 年第 34 期。

参考文献:

- Christopher, Ray, 1998, "Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development", *Sociologia Ruralis*, Volume 38, No. 1.
- David, Lowenthal, 1975, "Past Time, Present Place: Landscape and memory", *the Geographical Review*, No. 1.
- Scott, Lash & John, Urry, 1994, *Economies of Signs and Space*, Sage Publication.
- Suisheng, Zhao, 1998, "A State-led Nationalism: the Patriotic Education Campaign in Post-Tiananmen China", *Communist and Post-Communist Studies*, Volume 31, Issue 3.
- Zheng, Wang, 2008, "National Humiliation, History Education, and the Politics of Historical Memory: Patriotic Education Campaign in China", *International Studies Quarterly*.
- Dean, MacCannell, 2008, 《旅游者: 休闲阶层新论》, 张晓萍等译, 桂林: 广西师范大学出版社, 2008 年。
- John, Urry, 2009, 《游客凝视》, 杨慧、赵玉中、王庆玲译, 桂林: 广西师范大学出版社。
- 爱弥尔·涂尔干, 2011, 《宗教生活的基本形式》, 渠东、汲喆译, 北京: 商务印书馆。
- 贝拉·迪克斯, 2012, 《被展示的文化》, 冯悦译, 北京: 北京大学出版社。
- 莫里斯·哈布瓦赫, 2002, 《论集体记忆》, 毕然、郭金华译, 上海: 上海人民出版社。
- 扬·阿斯曼, 2011, "集体记忆与文化身份", 载陶东风、周宪主编《文化研究》第 11 辑, 北京: 社会科学文献出版社。
- 雅克·勒高夫, 2010, 《历史与记忆》, 方仁杰、倪复生译, 北京: 中国人民大学出版社。
- 戴锦华, 1999, 《隐形书写》, 南京: 江苏人民出版社。
- 范可, 2005, "'再地方化' 与象征资本——一个闽南回族社区近年来的若干建筑表现", 《开放时代》, 第 2 期。
- 范可, 2008, "'申遗': 传统与地方的全球化再现", 《广西民族大学学报(哲学社会科学版)》, 第 30 卷第 5 期。
- 胡恒, 2010, "革命史、快感、现代主义", 载陶东风、周宪主编《文化研究》第 10 辑, 北京: 社会科学文献出版社。
- 惠雁冰, 2010, 《"样板戏" 研究》, 北京: 中国社会科学出版社。
- 刘禹, 2006, 《纪念性空间的研究》, 北京林业大学城市规划与设计专业硕士论文。
- 王惠民, 2006, 《文革样板戏现象中的记忆、叙事与权力》, 西北师范大学社会学专业硕士论文。

- 王宁, 2001, 《消费社会学》, 北京: 社会科学文献出版社。
- 王宁、刘丹萍、马凌等编著, 2008, 《旅游社会学》, 天津: 南开大学出版社。
- 吴靖, 2012, 《文化现代性的视觉表达》, 北京: 北京大学出版社。
- 郑菲, 2011, 《政治展演与地方制造——对“中国(常熟)江南文化节”的人类学解读》, 南京大学人类学专业硕士论文。

Historical Display in Red Tourism ——Base on the Case of Shajiabang

Wu Xinyue

Abstract: ‘Red Tourism’ emerged at 2005, which means visiting the former revolutionary bases and landmarks. The CCP leaders launched this new program to enhance the regime’s political legitimacy, display the achievements and the glory of the CCP, shape the identity of the ruling party and national state. Shajiabang, the name of a revolutionary model opera, has turned to be a name of a location with the help of local government. Shajiabang Scenic Area was also constructed to display the communist red history and local revolutionary tradition. However in recent years, it turned from a red tourism spot to a leisure tourism scenic spot. This research based on the case of Shajiabang has three focuses. Firstly it analyses political and economic backgrounds behind the production of tourist space. Secondly it presents how these heritage scenic spots use space to show history. Thirdly it explores how the central and local governments construct collective memory and identity by representing the history. This study suggests that national and local interest considerations are different, and there exists tensions between the politics, economy, culture and society, leading to the cracks behind the history display. Thus Shajiabang was employed strategically as a symbol, referring to different meanings.

Key Words: Red Tourism, Historical Display, Collective Memory, Shajiabang