

找到“年味”的时代表达

■胡海升

记忆中的年味是啥样？有人说“糖瓜祭灶，新年来到”；有人说“爆竹声中一岁除”；有人说“穿新衣戴新帽”；有人说“返乡的车票、团聚的激动、父母的饭菜……”

改革开放40多年，人民生活水平得到极大改善。在一些地方，“家中大小，出出进进”般筹备年货的场景，已经很少见了；过年因为能吃上一顿肉、穿一件新衣服、给大人磕头得到压岁钱而激动的场景，已成为过去；一位作家笔下“一条条挂在半空”的走亲戚的礼肉，也被精致的礼盒替代。在当下，年味与时代韵味相结合，催生出新面貌。鞭炮少了，礼物变了，陋习不见了，“节日腐败”得到遏制；与此同时，网络联欢、手机送福、在线抢红包等活动，无不体现着现代科技时空里节日礼俗的推陈出新。

传统节日的文化变迁，影响着人们的精神世界。正如春节凝聚了国家团聚的亲情、慎终追远的家风和孝悌忠信的追求，传统节日里蕴藏着中国人世世代代的文化基因。可以说，传统节日是源自历史的醇醪佳酿，也是走向未来的精神通道。中办、国办印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》提出：实施中国传统节日振兴工程，丰富春节、元宵、清明、端午、七夕、中秋、重阳等传统节日文化内涵，形成新的节日习俗。只有自觉珍视传统节日，才能更好地增

进民族认同和文化自信，守住中华民族的根与魂。

当生活愈加智能化、精致化，旅游愈加个性化、体验化，创新形态，让传统文化找到现代表达，是文化遗产生生不息的必由之路。如果抱残守缺，优秀传统文化的思想观念、人文精神和情感表达就很难捕捉现代人的目光。促进传统文化的继承与发扬，要精准把握文化发展规律，一方面做好减法，如去除陋习；一方面做好加法，如打造地域文化品牌、拓宽传统理念的内涵，等等。

以日前开启的2019“古中国·大运城”民俗文化旅游年为例，系列活动以传统节日为载体，既有非遗展示、民俗演出、社火表演等传统项目，又有冰川节、广场舞大赛、音乐灯光节等创意活动，既打造出文旅新品牌，又展现了春节新气象。可见，对于传统文化而言，要不断拓展其外延、丰富其内涵，让文化品格与现实生活融合统一，更好地服务人们的生活。

习近平总书记指出，“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。”传承发展优秀传统文化任务艰巨、意义深远。无论是振兴传统节日、保护传统村落，还是打造文创精品、挖掘非遗项目，牢牢把握时代脉搏，用心用情为传统文化找到适应时代的“语态”，方能为推动文化繁荣兴盛注入不竭动能。

一头是家 一头是梦

言者有意

■石羚

背上行囊，踏上归途，亿万人匆匆的脚步，构成了“世界最大规模短期人口迁徙”。一年一度的春运，见证“流动的中国”。山一程，水一程，人潮涌动中，每一个站台都聚起了无数张满怀期待的面孔。40天，预计发送旅客29.9亿人次，一趟趟满载团圆希冀的长龙，构成了今日中国的春节盛景。

提起春运，人们的脑海中总会浮现出人山人海的车站，气势如虹的高铁，肩挑手提的旅客。但有些场景或许不为人知：当千家万户渐入梦乡，一群被称为“在铁路心脏做手术”的铁路工人在西安火车站开始了通宵的工作，飞溅的焊花照亮了寒夜；在新乡亢村这个客流稀疏的小站，呼啸而过的列车多是“过客”，除了巡查线路，铁路民警顿富海的身影更多出现在中小学、菜场街角和老乡家的牛棚，铁路安全知识一讲就是11年。

在车上过年的乘务员，高空维护

电网的“蜘蛛人”，作业误差不超过一毫米的养路工，四小时检修上万零部件的“动车医生”……车、机、工、电、辆五大系统，200多万人铁路职工护佑着数亿人的出行安全。即便刷脸进站、VR站内导航、机器人问询等“黑科技”闪亮登场，那些“最美春运人”仍然像毛细血管一样，保证了交通大动脉的畅通无阻。对他们而言，40天，是365天中的一次大考。考验的，是体力精力，更是缺席那桌家庭年夜饭的内心波澜。但一头是家，另一头是梦。因为选择了梦，这一颗颗平凡的螺丝钉，让回家的铁轨节节相连、安如磐石。

由马驮车拉到海陆空多种选择，回乡之路的变迁，映照着中国一日千里的发展。更重要的是，车上与车下，忙了一年才享受假期的归客与仍在坚守岗位的工作人员同是追梦者，他们接力奔跑，构建起“全年无休”的活力中国。

在过去，一张火车票曾承载了多少游子的乡愁。而今，四通八达的交通网渐次织就，数字春运、透明春运、暖心春运跃动着时代之光，铁路、民航、客运各条战线的“春运英雄”严阵以待。在全速前进的中国列车上，喜庆祥和的年味儿正扑面而来。



赶大集

新华社发 张柯 作

让出游这厢有“礼”

■新华社记者 冯源

新春将至，许多人要备上年礼，探亲访友，也有不少人选择旅游过年，利用长假饱览大好河山、异域风情。在安排旅程、打点行囊之时，我们也不要忘记，携“礼”同行，文明出游。

随着国民素质的提高，文明旅游已成为广大游客的共识。珍惜生态环境，维护公共卫生，遵守公共秩序，爱护公物文物，出门问禁，入乡随俗……这些旅游礼仪规范被普遍遵守。但是，游客中总有“害群之马”：或随地吐痰、乱扔垃圾，或攀折花草名木、涂刻建筑古迹，或争座插队、横行霸道，更有甚者稍不顺心就破口大骂，挥拳相向。

这些行径与旅游的本质背道而驰。古人云“清风明月不用一钱买”，现代旅游产品同样具有公共属性，无论是免费还是收费，基本都不排他。因此，游客失礼甚至无礼的行为，就是越界侵

害他人权利。“我见青山多妩媚，料青山见我应如是”，只有具备审美意识的人类，才会惊叹于自然奇观，感慨于历史遗产。文明愈进步则旅游愈发达，相形之下，无礼之举愈发显得格格不入。

在人人都有摄像机、人人都有麦克风的当下，游客不文明的行为每每引发公众强烈不满，无礼游客极易“被网红”。同时，旅游主管部门实施的黑名单制度也让“恶客”无所遁形。这些都是文明旅游所必需的外部约束，但要消除不文明现象，关键还在于每一名游客以“礼”自律。

礼仪是人际交往的行为规范，而旅游中有着大量的人际交往。“敬人者，人恒敬之”，对他人多一分谦让，他人也会回报一分尊敬，若自我膨胀一分，自然也会被他人小看几分。“你站在桥上看风景，看风景的人在楼上看你”，游客有礼的言行举止理应成为靓丽的风景线。

（新华社杭州1月31日电）

画中有话