

遗产旅游解说系统研究 ——以古都洛阳为例*

廉晓利,袁书琪

(福建师范大学地理科学学院,福州 350007)

摘要 近年来,遗产旅游的解说系统作为遗产旅游中的一个重要要素,日渐受到旅游管理者的重视。遗产旅游解说系统与一般旅游解说系统有所不同,相比一般旅游解说系统,遗产旅游解说系统的旅游资源文化价值品位更高,解说媒介地位更加重要,旅游客源的特征细分更加明显,因此在遗产旅游解说系统的规划设计工作中,应充分根据其特点而科学规划。文章以古都洛阳为案例,分析得出洛阳遗产旅游解说系统资源存在文化品位高、物质载体缺乏和分布集中等特点,解说系统中存在交通识别系统设计缺乏人性化、景区解说系统缺乏统一规范化、网络媒介解说系统影响力不够等的问题,主要在重视窗口解说系统、规范解说设计规划的程序、重视网络解说媒介等发面进行改进。

关键词 遗产旅游 解说系统 洛阳

中图分类号 F592.99 ;P968

文献标识码 :A

文章编号 :1672-6693(2011)02-0079-05

遗产旅游因其旅游资源文化价值的高品位性正受到越来越多旅游者的关注。遗产旅游的旅游资源具有很高的历史文化价值和科考价值,然而普通游客一般很难深刻认识和理解这些遗产的重要价值,这就需要在遗产旅游资源和游客之间建立一个有效的旅游解说系统。遗产旅游的发展对旅游解说系统的依赖性很强,一个完善有效的解说系统能够提高游客的游览质量,能够极大地增强遗产旅游资源的魅力和吸引力。对于一个以遗产旅游资源为主的城市(如洛阳、西安等中国古都)来讲,建立一个有效的旅游解说系统是实现整个城市的旅游可持续发展的重要条件。

1 相关研究概述

1.1 解说系统的定义

自上世纪四五十年代西方学者提出“解说”概念之后,很多学者又从不同的角度对解说系统的定义进行了研究。王鑫从系统的定义出发,将解说系统定义为:“把所有和解说服务有关的要素组合成一个整体,以便清楚地显示各个要素之间的关系,并且说明每一个要素在解说服务上所扮演的角色,这样的整体就是一个解说系统”^[1]。

从广义上讲,解说系统涉及各个要素内部之间的组织形式,包括被解说的对象、解说媒介、解说受众(游客)以及3个要素之间互相影响、互相作用的组织形式;从狭义上讲,解说系统是指为了达成向游客传递资源信息目的的各种解说媒介(包括人员解说和非人员解说)有机组织在一起的整体。本文所研究的遗产旅游解说系统中的“解说系统”主要是指广义的解说系统,包括遗产旅游资源、遗产旅游解说媒介和遗产旅游游客。

1.2 旅游解说系统的分类及构成要素

吴必虎等从解说系统为旅游者提供信息服务的方式来分析,把旅游解说分为向导式解说系统和自导式解说系统两类^[2]。其他学者也对旅游解说系统的分类提出自己的观点,如王辉将旅游解说系统在空间上分为交通引导系统、接待设施系统、景区解说系统、游客中心和外部旅游协作解说5个部分,其中景区解说又包括软件部分(解说员、导游员、咨询服务等)和硬件部分(导游图、导游手册、牌示、语音解说、资料展示柜等)^[3];冯淑华将古村落旅游解说系统分解为3个子系统:静态文字解说、动态导游解说和空间游览线路解说^[4];周可华将旅游解说系统分为目的地诱导型、导览解说、安全解说、说明性解

* 收稿日期 2010-07-32 修回日期 2010-10-16

资助项目 国家软科学研究计划项目(No. 2003DGQ3D112) ;福建省社会科学规划项目(No. 2009B097)

作者简介 廉晓利,女,硕士研究生,研究方向为闽台文化旅游,通讯作者:袁书琪, E-mail: yuansq427@163.com

说和管理解说5类^[5]。

1.3 遗产旅游解说系统的研究现状

对遗产旅游解说系统的研究是遗产旅游研究的一个重要方面。学术界目前还很少有专门的定义去诠释遗产旅游解说系统,而仅仅是将其作为旅游解说系统的一个特别对象。因为相对于一般旅游活动,遗产旅游对旅游过程中的解说系统要求更高,解说系统在遗产旅游中的旅游服务作用、教育作用以及管理作用更加明显。研究表明,遗产解说是影响旅游者体验质量的重要因子之一^[6]。Gianna Moscardo在《思考型游客》一文中对遗产旅游解说与游客的关系作了深入的阐述。作者认为解说在遗产旅游中担当着重要的角色,成功的解说是实现旅游可持续发展的关键,能够增强游客的思考能力,影响游客在遗产地的行为^[7]。而相对于一般旅游活动中的解说系统,遗产旅游解说系统中各种解说媒介发挥的作用也有很大程度的不同。Richard的研究也发现,遗产旅游景点大门口的介绍中心与高科技的多媒体解说是比较有效的,而一些传统的解说方式如宣传手册、导游指南等效果并不十分明显^[8]。

国内对遗产旅游解说系统的研究多集中在遗产解说与遗产保护研究方面,普遍的观点是遗产解说是遗产保护的一种“软技术”。陶伟认为遗产解说是一种重要的遗产保护策略,解说能够通过影响游客的知识重组和行为意图,帮助达到旅游可持续发展和遗产资源有效保护的双赢目标^[9]。彭顺生从遗产旅游环境解说系统的管理功能角度进一步扩展了遗产旅游资源的保护途径^[10]。

从目前的研究成果中可以得出几个结论:1)遗产旅游的解说系统是旅游体验的重要组成部分;2)遗产旅游的解说系统因其解说受众的特殊性,而不同于传统大众旅游的解说系统;3)遗产旅游的解说系统具有旅游服务、教育以及管理保护等功能。

2 遗产旅游解说系统的特点

遗产旅游解说系统因其资源文化价值的高品位性而不同于一般的旅游解说系统。从广义的解说系统角度来看,主要表现在遗产旅游资源的文化品位、解说媒介的地位和旅游者的特征等3个方面。

2.1 遗产旅游资源文化品位更高

目前的学界对遗产旅游资源的定义还比较模糊,但可以肯定的是,遗产旅游资源首先是一种文化

遗产或自然遗产,是自然界罕见且无法再生无法替代的全人类财富,凝聚着全人类的智慧结晶和大自然上万年的时间沉淀。遗产旅游资源的形成过程决定了遗产旅游资源自身厚重的文化价值、艺术价值和科考价值,比一般的旅游资源内涵更深厚,文化品位更高。

2.2 遗产旅游解说媒介至关重要

如果解说媒介在一般旅游活动中的作用是锦上添花,能够提高游客服务质量和游客满意度,使景区管理更加有序,那么遗产旅游中解说媒介则是必不可少的,它是直接影响游客旅游目的能否实现的关键因素。解说媒介起到向游客传达信息,使其认识到旅游资源的旅游价值,从而顺利完成旅游活动的作用。如果没有解说系统,一般游客很难理解遗产旅游资源的旅游价值,导致旅游活动很难进行或者旅游质量很低。因此,在遗产旅游解说系统中,解说媒介的作用至关重要。

2.3 遗产旅游游客特征细分明显

遗产旅游游客不同于其他种类的游客,主要表现在游客职业、停留时间、旅游花费对解说媒介的要求等方面。遗产旅游游客的职业以非手工业者为主,主要是各类专业人士和管理阶层的家庭,停留时间,一般观光度假游客通常至少是半天,大部分为一天或过夜,而遗产旅游游客的参观游览时间通常只有0.5~1h,最多半天时间,旅游花费,游客在遗产旅游景区的花费明显比其他景区花费少,遗产旅游景区的小商品不容易吸引游客,遗产旅游游客对现场解说中的模型、录像片、展示厅、指示标志等比较依赖,而非现场解说中只有景区大门的介绍中心容易引起游客注意^[11]。

3 洛阳遗产旅游解说系统

古都洛阳是一个以文化遗产旅游为主要旅游品牌的旅游城市,灿烂的历史文化和丰富的文化遗产是洛阳吸引海内外游客的重要因素。然而近年来古都洛阳的旅游业发展缓慢,一些主要的旅游指标在河南省各个旅游城市中位次下降。究其原因,在于整个城市的城市文化形象不够明确和游客旅游体验质量的下降。城市文化形象不够明确是因为洛阳的城市形象一直在重工业城市和旅游城市之间徘徊,在对外旅游宣传上没有突出城市旅游主题,文化遗产旅游的形象比较模糊,而游客体验质量下降的重

要原因则是作为一个以文化遗产为主要品牌的旅游城市,洛阳的旅游解说系统并没有使游客很深切地体会到洛阳历史文化遗产的价值。

3.1 洛阳遗产旅游资源特点

洛阳是中国八大古都之一,是中国历史上建都最早、朝代最多、建都时间最长的都城,两千多年的建都历史给洛阳留下无数宝贵的文化遗产,被誉为“地下博物馆”和“文物宝库”。

1)资源丰富且品位很高。古都洛阳的历史文化底蕴深厚,中华民族五千年的文明史有二分之一在这里书写,因此历史给洛阳留下的文化遗产资源瀚若星辰,其中不乏众多的中国历史之最和世界历史之最。这些丰富的文化遗产资源大多是历史文化的积淀,代表着中华民族的文明结晶,具有非常高的文化价值和历史价值。然而遗产旅游资源的高品位给古都洛阳的解说系统带来很大挑战,如何实现大众通俗文化与文化遗产资源高雅文化的对接,是古都洛阳解说系统规划工作的难点和重点。

2)文化旅游资源缺乏物质载体。洛阳的文化遗产旅游资源非常丰富,但是地下旅游资源丰富、地上旅游资源不足,已经开发的旅游资源多为古城遗址和古墓群,能够生动体现历史文化的物质载体不多。现存的遗址和石雕石刻也无法完全体现洛阳几千年的文化历史,游客很难从这些为数不多的物质载体中深刻了解其珍贵的历史文化价值。因此在洛阳遗产旅游资源开发中,构思设计一些可视性载体成为旅游发展的突破点。可视性载体作为遗产旅游解说系统的一部分,能够丰富洛阳遗产旅游的形式,活化洛阳古文化的内涵,能够提高游客的旅游质量。通过解说系统的创新完善,可以实现古都遗产旅游产品的更新和古都遗产旅游的可持续发展。

3)资源空间分布集中。古都洛阳的遗产旅游资源大多集中分布在洛阳市区周围,交通便利,可进入性强。研究发现,在以市区为中心取25 km(I圈)、35 km(II圈)、50 km(III圈)的不同半径区域内,I圈共有19个景区全部是人文旅游资源,其中有2个是4A级景区,3个是3A级景区;II圈共37个景区,其中4个为自然旅游景区;III圈共60个景区,其中14个为自然旅游景区,人文旅游资源占绝对优势^[12]。由此可见,相比自然旅游资源,洛阳的文化遗产旅游资源不仅数量更多、质量更高,而且交通可达性更好,在开发规划方面更具优势。同时,

文化遗产旅游资源的集中分布,有利于旅游解说系统各方面要素的协调配合,给旅游解说系统规划工作带来便利。

3.2 洛阳遗产旅游客源特征

根据28届牡丹花会期间来洛游客调查统计分析,来洛游客关注最多的还是龙门石窟、白马寺、关林、王城公园、天子驾六博物馆等以人文遗迹为主的景点,占来洛游客的89.9%。数据也从另一方面反映出,洛阳的旅游接待主要是以遗产旅游为主。介于数据采集有限,推测出洛阳遗产旅游客源特征大致如下。

1)客源基本特征。从调查结果来看,游客来源主要是省内和周边省份,近距离的客源地文化背景同中原文化比较相近,游客对洛阳遗产文化的认同感较高,游客的年龄构成中,25~44岁之间的中青年成为来洛旅游的主体(占调查总人数的58.65%)。这个年龄段的游客对遗产文化的理解和接受能力较强,游客的职业构成中,企事业管理人员(18.30%)、学生(16.20%)和公务员(15.39%)占主要部分,这部分游客的文化程度普遍较高,对遗产旅游的文化教育需求很大。

2)游客旅游方式特征。调查结果还发现,外地游客来洛阳以自驾车为主,占游客总数的45%,其他乘坐火车、汽车、飞机来洛阳的分别占游客总数的33.81%、15.67%和5.52%。数据一方面显示了大部分来洛游客的经济消费水平较高,另一方面也为城市旅游规划提供重要的参考价值,那就是在整个城市旅游解说系统规划中,应重视交通系统引导标志、自驾车地图指引、专门旅游交通地图等规划细节。

3)游客旅游动机特征。虽然大多数来洛的游客都经历过遗产旅游,但是其遗产旅游的旅游动机不是很明显。据调查分析,在来洛的国内游客中,以观光旅游和休闲度假游为主占86.81%,商务旅游占3.25%,探亲访友占3.06%,学习历史文化占1.03%,参观名胜古迹占2.03%,宗教朝拜仅占0.83%。这组数据一方面说明了洛阳作为遗产旅游都市的知名度还不够高,龙门石窟、白马寺、关林等人文遗迹旅游景点在国内的知名度还不够高;另一方面也反映出洛阳文化遗产旅游解说系统的不完善,对外宣传和解说还没有到位。龙门石窟作为世界文化遗产,白马寺是我国第一古刹,关林供奉着武

圣人关羽的首级,如果这些重要的旅游文化遗产信息能够准确有效地传递给游客,那么洛阳的遗产旅游都市形象将进一步得到突显。

3.3 旅游解说系统中存在的问题

1)交通识别系统设计缺乏人性化。近年来旅游业越来越受到洛阳市政府的重视,尤其是牡丹花会的举办给洛阳的商贸业和旅游业带来双赢的局面,政府更加注重城市旅游硬件设施的建设,增加从洛阳始发或停靠洛阳的火车,增加航线和航班数量,力图打破来洛旅游的交通瓶颈。然而硬件提升的同时却忽略了软件配套跟进,洛阳市的交通识别系统缺乏人性化设计。如交通地图没有免费公厕标识,不能解决外地游客一时之急;市内绿化环境提高,但是有些道路两旁的绿化树比较矮小,遮挡交通标示(如青滇路上的矮小树木遮挡了时速不能超过30 km的限速标识),问题虽小,但也给外地游客带到诸多不便,进入市区的道路标识较混乱,不少外地自驾游的游客需要花钱请人带路进入市区。

2)景区解说系统缺乏统一规范化。作为城市旅游解说系统的一部分,景区解说系统是游客接触最普遍、影响最大的部分。洛阳旅游景区的解说系统目前还存在着缺乏规范化的问题,主要表现在两方面:一是向导式解说系统存在导游专业素质不高与遗产旅游资源博大精深相矛盾的问题。在实际的调查问卷中^[13],大部分游客对导游专业素质满意度不高,游客在景区内游览时间短、精神体验肤浅,景区的文化教育功能不能得到很好发挥;二是自助式解说系统存在不规范设计的问题。解说载体在传达信息时并没有起到很好的引导教育功能,信息内容欠规范。如公示语的翻译,洛阳的国外游客占据很大比例,对公示语的翻译要求很高,然而很多景区的公示语翻译还存在错误或不准确的问题,对英汉语言文化差异的理解尚有不足。景区内解说系统的不规范直接导致游客的旅游体验质量不高,重游率低。

3)网络媒体宣传解说系统影响不大。据调查,游客了解洛阳的主要途径是:朋友介绍占21.79%;电视节目占34.28%;报纸占20.21%;旅行社介绍占6.61%;网络占17.11%。由此看来,网络在旅游宣传中的功能还没有充分发挥出来。目前洛阳的旅游网站内容不全面,界面不活泼,缺乏互动多媒体游览网页,缺乏新意,不能够很好地吸引游客。

4 洛阳遗产旅游解说系统的完善措施

4.1 重视窗口解说系统

所谓窗口解说就是在旅游者的第一印象区(旅游者到达一个旅游目的地首先接触的地方,如火车站、汽车站、飞机场等区域)内的解说系统。这一区域的解说系统对于旅游者了解地方空间结构信息,获取行动指示,尽快到达目的地具有至关重要的作用。对于窗口解说系统的构建应该从数量上有所倾斜,质量上严格把关,各种信息符号的使用要符合国际规范,尤其是在飞机场、火车站等国外游客经常出现的地方,应采用双语解说。洛阳现阶段的境外客源市场以日本为第一大客源国,在现有的英语解说的基础上,应考虑增加日语解说,以便更好为国际游客服务。

4.2 规范旅游标识牌的设计程序

对整个城市旅游标识牌的设计,不应该是各个景区各自设计的,尤其是对洛阳这种文化遗产资源丰富且集中,以文化遗产为主要旅游形象的古都来讲,更应该统一旅游解说标识,明确旅游形象。旅游标志牌的规划和设计,在规划之初就应该进行调查,结合地方特色和文化特色,请专业队伍进行标识牌主题形象的设计,确定主题形象后,各个景区景点在已确定主题形象的基础上融入本景区特色。在拟好旅游标识牌之后,进行专家评估和游客反馈,最后确定一个主题形象和辅助形象。

4.3 优化加强网络宣传解说媒介

游客出游的程序一般为:了解—动心—咨询—动身。在对洛阳市客源进行调查时发现,绝大多数游客所查询的信息来源于报纸和朋友介绍。然而网络宣传解说的作用不容忽视,网络信息是旅游多渠道宣传解说的重要手段之一。在网络上展示洛阳旅游6要素的各项服务信息是远远不够的,还应该在网络上设计虚拟游览解说系统,使游客在没有到达景区之前就对景区有了全方位的体验,由多媒体产生吸引力,到达景区后也能够有准备地游览景区,获得高质量旅游体验。

5 结语

洛阳作为一个以文化遗产为主要旅游资源的旅游城市,其旅游资源的特点和旅游客源市场的定位决定了其旅游解说系统的特殊性。从微观上讲,一

个完善的遗产旅游解说系统不仅在功能上要具有服务性和教育性,而且因其解说对象的特殊性,在形式上还应该具有物化性和多样性,这样才能提高遗产旅游游客的旅游体验质量。从宏观上讲,遗产解说系统还应该具有普及性,才能提高遗产旅游地的重游率。

参考文献:

- [1] 王鑫. 解说系统规划说明书[Z]. 台北县:交通部观光局东北角海岸风景特定区管理处,1987.
- [2] 吴必虎,金华,张丽. 旅游解说系统的规划和管理[J]. 旅游学刊,1999,14(1):44-46.
- [3] 王辉. 旅游解说系统的设计探讨——以重庆缙云山为例[J]. 地域研究与开发,2004(1):56-57.
- [4] 冯淑华. 古村落旅游解说系统探讨[J]. 商业研究,2005(8):164-166.
- [5] 周可华,罗明春,陈晓馨. 漂流旅游解说系统规划初探——以阳明山漂流为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2007(1):55-58.
- [6] Light D,Prentice R. Market-Based product development in heritage tourism[J]. Tourism Management,1994,15:27-

- 36.
- [7] Moscardo G. Mindful visitors : heritage and tourism [J]. Annals of Tourism Research S0160-7383,1996,23(2):376-397.
- [8] Emma J S. The “ place ” of interpretation : a new approach to interpretation [J]. Tourism Managent,1998,19(3):257-266.
- [9] 陶伟,岑倩华. 国外遗产旅游研究 17 年——Annals of tourism research 反映的学术态势[J]. 城市规划汇刊,2004(1):66-71.
- [10] 彭顺生. 中国遗产旅游环境解说系统管理功能的缺失与重构——以丽江古城为例[J]. 广州大学学报:社会科学版,2009(6):42-47.
- [11] Prentice R. Tourism and heritage attraction [M]. London : Routledge,1993.
- [12] 耿丽娟,孙虎,薛瑞芳. 洛阳市旅游资源空间分布特征分析[J]. 江西农业学报,2008(6):130-132.
- [13] 李华辰,梁留科,谢娟. 国家 5A 框架下遗产类景区(点)旅游解说系统研究——以洛阳龙门石窟为例[J]. 长春师范学院学报:自然科学版,2007(12):60-63.

Study on Interpretation System of Heritage Tourism a Case Study of Luoyang

LIAN Xiao-li, YUAN Shu-qi

(Institute of Geographical Science, Fujian Normal University, Fuzhou 350007, China)

Abstract : In recent years, heritage tourism has been attracting more and more attentions. As an important part in tourism, the interpretation system in heritage tourism, which is gradually concerned by tourism administrations, is quite different from normal system. This paper gets a conclusion that compared with normal interpretation system, the resources in the heritage tourism have a higher culture grade, and the tourism market segmentation is more striking. At the third part, this paper takes Luoyang as a case to analyse the resources, tourists and market of heritage tourism, including the resource distribution features, source markets, tourist behavior, travel motivations and so on. It also raises some problems present in the interpretation system in Luoyang, such as lack of humanization, unstandardization in design, and weak in media. The analysis is based on fieldwork and travel survey made by Luoyang tourism administration during the 23rd Peony. Based on above analysis, the paper makes some relative recommendations on the development of interpretation system, and hopes that it can provide decision-makers with necessary theoretical knowledge and some relevant suggestions for their references.

Key words : heritage tourism ; interpretation system ; Luoyang

(责任编辑 欧红叶)