

论旅游地图的文化内涵与审美价值

过家春^{1,2}, 高飞², 柳锦森²

(1. 安徽农业大学 理学院, 安徽 合肥 230036; 2. 合肥工业大学
土木建筑工程学院, 安徽 合肥 230009)

On the Culture-loaded Meanings and Aesthetic Value of Tourist Map

GUO Jia-chun, GAO Fei, LIU Jin-sen

摘要:旅游及地图的文化与审美属性决定了旅游地图的文化与审美属性。从调查分析我国旅游地图的现状与主要存在问题着手,指出当前我国旅游地图在文化内涵与审美价值上的缺失,并进一步分析阐述旅游地图的文化与审美属性,对旅游地图的编制设计提出看法和建议。

关键词:旅游地图;地图文化;旅游文化;审美属性

一、引言

地图与文化是两个不同范畴的概念,但地图是社会文化现象的一部分,是社会文化的表现形式。从文化的角度认识和研究地图,对地图学界具有战略意义^[1]。旅游地图是随旅游业的发展而发展起来的地图领域,与其他地图图种相比,旅游地图在对社会文化的表现方面具有更为广阔的空间,也更为注重强调地图的美学特性。

然而,只重视地图的技术方面而忽视其文化价值,这是地图学界多年存在的一种倾向^[2]。就旅游地图而言,其文化内涵与审美价值长期以来并未得到足够的重视,缺乏系统而深入的研究,致使在这两方面有所缺失,它的文化传播交流功能和审美价值并未得到充分的体现和利用。

鉴于此,笔者认为有必要加强旅游地图的文化内涵与审美价值的研究。本文在调查当前旅游地图现状的基础上,分析阐述旅游地图的文化与审美属性,提出关于旅游地图设计思路的看法和建议,以期对挖掘旅游地图的文化内涵、提升其审美价值有所裨益。

二、我国旅游地图的现状与存在问题

随着我国旅游业的蓬勃发展,旅游地图市场日益繁荣,需求量也迅速增长。旅游地图具有需求量大、普及程度高、影响面广、读者个体差异大等特点^[3]。另外,旅游地图的需求种类也不断增多,趋于多样化,以满足读者多方面的需求。

旅游地图市场的兴旺、现代测绘科技手段的进步,促进了其理论研究、生产技术水平等方面的发展提高。比较不同时期编制的旅游地图就不难发现,在设计理念、编制水平、印刷装帧技术及艺术表现力等各方面都有明显的质的飞跃,旅游地图市场上更是不乏科技含量高、设计思想独特、制作精美的上乘之作。但同时也正是由于旅游业的快速发展,旅游地图需求的迅速增长,致使市场上的旅游地图质量很不均衡,高水平的优秀之作并不多见,有些甚至出现严重的质量问题^[4]。以下笔者主要从地图的政治思想性、科学性和艺术性三个评价标准方面^[5],以及旅游地图的文化内涵与审美价值方面,来分析当前我国旅游地图存在的主要问题。

1. 旅游地图在地图的政治思想性上存在的问题

地图具有强烈的政治思想性,编图人员的政治观念与倾向都在地图上得到反映,它们主要体现在区域、疆界的划分画法,地名的名称与译名,涉密地理资料与数据不得表述,甚至色彩的运用、地图投影等纯制图的处理方面等。不可否认,我国旅游地图市场上出现地图数据政治性错误的现象是存在的。

2. 旅游地图在地图的科学性上存在的问题

地图是科学和技术的产品,地图从编绘到出版的整个过程都有严密的科学理论作基础和先进的技术手段作支撑,科学性是地图的根本属性。旅游地图上虽然一般不作精确量算,在地理精度上可适当降低标准,但同样要有一定的数学基础,遵循地图的

科学性原则,否则将成为地地道道的“示意图”,不再具有地图的基本属性。目前一些旅游地图不同程度地存在科学性问题,如地图基本属性丢失、地理方位错误、地图符号不规范、旅游专题要素不突出、现势性差、广告泛滥等。

3. 旅游地图的艺术性问题

地图的艺术性是衡量地图是否具有能带给读者清晰和美感的视觉效果,是评价地图的重要标准之一。然而,许多地图学家已经注意到,对地图的艺术性研究远远落后于制图技术的研究^[6]。尽管少数地图学者近些年已经开始对地图的艺术性方面进行研究,但尚未形成较为系统的理论,国内各类地图学教材对地图的艺术性有所论述的也寥寥无几。西方学者虽多数倾向于认为地图是一门艺术,但同样存在过于重视其技术研究而忽视艺术研究的问题。旅游地图是地图中更为注重艺术性的一个图种,地图艺术性研究的薄弱,在旅游地图上表现得尤为突出。整体上讲,当前的旅游地图明显受传统制图模式制约,设计风格千篇一律,甚至有相互抄袭之嫌;部分旅游地图图面编排不协调,色彩搭配不和谐,层次感差,编制设计不科学,艺术性更无从谈起。

4. 旅游地图在文化内涵与审美价值上的缺失

以上所述的政治思想性、科学性、艺术性三个方面,作为评价地图的基本标准,对于旅游地图当然是适用的。此外,作为专题地图,旅游地图除具有普通地图的基本属性外,还有其自身的特点。如前所述,与其他地图图种相比,旅游地图在对社会文化的表现方面具有更为广阔的空间,也更为注重强调地图的美学特性。

然而,当前旅游地图的文化传播交流功能和审美价值并未得到充分的体现和利用。究其原因,首先是因为旅游地图在政治思想性、科学性和艺术性方面存在的问题没有得到很好的解决,尤其是艺术性方面;其次是旅游地图的文化内涵与审美价值长期以来并未得到足够的重视,导致此方面的研究还比较匮乏,许多学者的研究也仅停留在其外在形式的艺术美层面上,没有从内在形式的科学美层次和文化的角度去认识和研究。

三、旅游地图的文化与审美属性

旅游及地图的文化与审美属性决定了旅游地图的文化与审美属性。首先,旅游地图作为地图的一种,应具备地图的基本文化与审美属性。另外,更为重要的是,旅游地图主要以丰富多彩的旅游资源为表达对象,为旅游业服务,旅游的文化与审美属性在

旅游地图上应该得到生动而深刻的体现。以下主要从地图的基本文化属性、旅游地图特有的文化属性及旅游地图的审美属性三方面来阐述旅游地图的文化与审美属性及其表现。

1. 旅游地图具备地图的基本文化属性

地图是人类文明的产物,是人类历史长河中逐渐形成的文化硕果之一^[1]。地图的空间特征和图像化特征,使之具有其他信息载体不可比拟的优势,是不能被其他信息载体所取代的文化产品。地图学同其他学科日益紧密的联系,地图的政治性、科学性、实用性、艺术性,地图的认知功能、信息载负和传播功能,地图在经济建设、科学研究、国防建设、政治活动、文化教育及日常生活中等各方面的广泛应用等,所有这些,无不充分体现了地图的社会文化性。地图的文化性具备历史性、承袭性、民族性、地域性、时代性、变异性等文化的基本特征,具备满足人类基本需求的功能、记录和传播功能、认知功能、教育功能等文化的基本功能。所以说,地图的文化性是毋庸置疑的。旅游地图作为地图的一种,是地图家族中的一员,具备地图的基本文化属性。

2. 旅游地图特有的文化属性——对旅游文化的诠释与传播功能

文化是旅游活动的灵魂,是旅游活动的内涵、实质或目的^[7]。旅游主体负载着一定的已成文化因子,前往相异的文化区域和景观空间中旅行、游览,与当地的接待人员、世居的百姓等接触,进行跨文化的交流和对话,将原有文化传播到异地的同时,也深受着异地文化和风俗的影响,与目的地的文化既发生碰撞与冲突,又发生交流与融合。因此,文化交流是旅游活动的核心,旅游活动肩负着推动文化交流的使命,没有文化内涵的旅游是没有生命力的。

旅游地图主要以丰富多彩的旅游资源为表达对象,在旅游业中起着重要的宣传媒介作用。因此,旅游的文化性、旅游资源的地域性、文化性等特性在旅游地图上应该得到生动而深刻的体现,丰富多彩的旅游文化资源是旅游地图文化的主要内容。我国国土幅员辽阔,历史文化悠久,风景名胜和文化古迹数不胜数,旅游资源丰富多彩、种类繁多,不同地域、不同景区景点具有风格迥异的旅游文化内涵。旅游地图作为旅游资源信息、旅游文化的载体,是一种传统的旅游信息传播途径,也是当今人们使用最广泛的旅游信息获取方式之一,理应成为联系地图与文化、旅游文化的桥梁和纽带,成为文化、旅游文化的承载者与表达者,成为诠释旅游地域特色文化、推动旅游文化传播、交流的重要手段和工具。旅游地图的编

制生产者应充分认识到它的这一特有文化属性,赋予旅游地图丰富的文化内涵,使其肩负起推动旅游文化交流的使命。

3. 旅游地图的审美文化属性

艺术性是评价地图的标准之一。地图与其他视觉艺术共同的材料基础、共同的空间概念以及在理论和技术上的相互关联等等^[8],都决定了地图的审美文化属性。同时,旅游本身是一项综合性的审美活动^[9],因此对于旅游地图来说,比其他地图图种更为强调地图的美学特性。旅游地图常被誉为“无声的导游”,除具有实用价值外,还是许多旅游爱好者、地图爱好者的收藏品,具有一定的收藏价值,旅游地图的收藏价值也主要体现在其文化内涵与审美价值上。另外,旅游地图上一般不作精确的量算,旅游地图符号设计的自由性(尚未形成统一的标准符号系统)等特点,也使得旅游地图较之其他地图图种在文化与审美属性方面有着更为广阔的展示空间。研究地图美学我们应该把地图看作人类文化领域的一部分来考察,既不是把它看成纯粹科学技术的产品,也不是把它看成艺术品。这样我们就可以客观地研究地图的美^[10]。地图的美不仅表现于地图外在形式的艺术性,而且也表现于它内在形式的科学性。文献^[11]关于地图文化内涵与美学方面的一系列论述对我们来说无疑具有指导意义。研究旅游地图的美决不是仅仅为了把它画得漂亮一些那么简单,而是要求我们深入挖掘其文化内涵,使旅游地图外在形式的艺术美与内在科学美相统一,全面提高旅游地图的质量。

四、对我国旅游地图编制的几点建议

基于我国旅游地图的现状与旅游地图的文化与审美属性,对旅游地图编制设计提出以下几点建议。

1. 加强监管力度,规范旅游地图市场,杜绝“问题地图”出现。由于旅游地图市场的繁荣,导致许多非测绘机构生产旅游地图,且旅游地图尚无统一的图式符号规定,使得旅游地图市场上的“问题地图”大量存在。要从整体上提高旅游地图的质量水平,进而丰富其文化内涵,提高审美价值,杜绝“问题地图”的出现是首先要解决的问题。

2. 加强地图编绘人员的艺术教育、美学教育,提高地图编绘人员艺术素养。地图是带有强烈艺术倾向的产品。然而长期以来对测绘人员、地图制图人员的艺术修养不够重视,我国大多高校的测绘学科相关专业的培养计划中也都没有艺术、美学方面的课程^[12]。艺术、美学教育的匮乏,培养出来的地

图人才不懂艺术规律,或知之甚少,对地图界来说是十分遗憾的。

3. 充分利用现代科技手段,编制优秀旅游地图。现代测绘技术、计算机技术等现代科学技术突飞猛进,地图工作者应充分利用现代高新科技手段,编制高水平高质量的旅游地图。

4. 充分调查研究旅游地经济社会状况,突出旅游地区域文化特色。编图者应对旅游地的经济、历史、文化等社会状况进行系统的调查研究,搜集旅游信息资料,研究旅游地文化特征,建立完整的区域旅游系统概念,在旅游地图上突出旅游地区域文化特色。

5. 突破传统模式,表现手法多样化,做到图面统一协调。要想达到丰富旅游地图的文化内涵,提高旅游地图审美价值的目的,在保证地图的科学性前提下,必须突破传统制图模式,在地图符号的表现手法上下工夫。首先,色彩是地图符号中最具表现力的元素,不同的色彩组合给人以不同的心理感受,人们使用地图时首先映入眼帘的也是地图的色彩。旅游地图的色彩设计应尽量摆脱传统的用色模式,设计出与旅游地域文化特色相一致的色彩基调。在地图符号的构图方面,旅游地图多采用鸟瞰写景、透视写景、绘画等艺术手法来表现旅游要素。另外,必要的文字说明、图表照片等,也是旅游地图必不可少的元素。总之,在编制设计过程中,应综合考虑图内、图外的每个要素,做到图面统一协调。

五、结束语

地图的编制生产是一项系统而复杂的工程,编制地图需要广博的知识。一个旅游区域旅游地图编制得好坏也是反映该旅游区整体水平的标志之一^[12]。然而,旅游地图制图横跨测绘学科、地理学科、旅游学科,并且与艺术、美学、文化学等学科的联系日益紧密,编制出优秀的旅游地图谈何容易。

参考文献:

- [1] 俞连笙. 地图的文化内涵与社会文化价值[J]. 测绘通报, 1998, (1): 27-29.
- [2] 高俊. 地图的空间认知与认知地图学[A]. 中国地图学年鉴(1991)[C]. 北京: 中国地图出版社, 1991. 11-18.
- [3] 凌善金, 鲍静, 陆林. 旅游地图设计理念的思考[J]. 安徽师范大学学报(自然科学版), 2003, (4): 108-111.
- [4] 孙寿魁. 论旅游地图编制的规范化[J]. 测绘通报, 1998, (1): 30-32.