

中国旅游发展笔谈

——文明旅游学理与路径(一)

主持人:夏赞才 湖南师范大学旅游学院教授

舒伯阳 中国旅游研究院武汉分院副院长,中南财经政法大学教授

旅游是文化交流与文明传播的重要载体,文明本是旅游的应有之义,但当我们郑重其事地将“文明旅游”作为一个学术专题加以探讨之时,这似乎不言自明地折射出当下国人之旅游距离现代文明的差距。从学理上分析,在世界文明的舞台上,客源国与目的地国之间的主客互动,包含着深刻的文化与文明意义,旅游文明直接反映出旅游者的个人素质,同时也在于无声处展示着客源国的形象与国家软实力,若从世界文明融合发展的进程来看,那些看似小事的“旅游文明”其实更事关人类整体。旅游是一面镜子,一种观照方式,旅游中游客与目的地居民之间的相互打量,既有可能加深彼此的理解与友好,也有可能造成误解,甚至加深冲突。基于此,旅游正在演化为国家“新公共外交”的工具,于细微处施展着一国的文化魅力,未来对文明旅游的研究仍需保持理性,文明旅游行为/现象需要清晰界定其核心内容。而从旅游文明的实现路径上看,旅游文明大环境的营造既需要旅游者个人的公民道德敏感性养成,同时也需要旅游目的地居民的文明素养与宽容。在现实中,我们应深刻反思国内基础教育在践行文明方面的系统缺失,同时还应有效地把控好那些对“不文明游客”过于感性的舆论媒体所引发的扭曲放大的负面传播效应。

《旅游学刊》2016年第7期、第8期特邀请国内知名旅游学者就旅游文明的学理分析与实现路径这一专题展开自由发挥式的笔谈。这两期笔谈将涉及文化交流与旅游文明,中国式旅游的文明缺陷,非文明旅游产生的系统原因反思,以及未来重塑文明旅游的应对措施。

公民敏感性与居民的文明素养

王宁

(中山大学社会学与人类学学院,广东 广州 510275)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.07.001

旅游是一面镜子,一种观照方式,通过它,不但目的地居民知道我们如何看他们,而且我们也知道他们如何看我们。然而,旅游中的相互观看,既有可能加深彼此的理解,也有可能造成误解,甚至加深冲突。为了降低旅游造成误解的概率,促进相互理解,就有必要形成一些文明的行为准则。媒体上所报道的一些中国游客在境外的不雅和不端行为,就是不文明的体现。当然,大部分中国出境游客还是体现出了应有的文明水平,否则,世界各地热门旅游点还不炸开了锅?

简要地说,文明行为有两个方面的构成:一方面是人们在社会空间中的仪态举止(manners),它的评价标准是“文明”“优雅”或“绅士风度”(如:个人用手帕(现在是纸巾)而不是袖子来揩鼻涕;借助筷子或刀叉就餐而不是用手抓食;男士处处体现出“女士优先”的原则,等等)(Elias, 1978)^①;另一方面

是公民道德(civil morality),人们在公共空间自觉遵守和维持公共秩序(如:排队而不插队、不随地丢垃圾、不随地吐痰、不损害公共财物,等等)。当然,在现实中,二者常常重合在一起。

不论是仪态举止,还是公民道德,都预设了某种“公民敏感性”(civil sensitivity),即:个人对自己的行为的负外部性(即:可能给他人或公众造成的不便、不适、不快)有足够的敏感,并尽可能减少自己行为的负外部性,增加自己行为的正外部性(取悦他人,让他人与自己互动或共处一地时感到舒服)。这种敏感性,就是公民敏感性。它体现在两个方面:第一,公民形象敏感性。人们对自己的仪态举止所导致的自身在他人眼里的形象有足够的敏感。第二,公民道德敏感性。人们对公民的道德准则以及对违背这些准则所可能引起的他人的负面反应有足够的敏感。公民敏感性促使人们时刻留意自己行为的后果,并自觉遵守必要的行为准则以避免个体行为的负外部性的产生。久而久之,它就沉淀为人们的一种道德本能或惯习。一些中国游客在海外被诟病的不端与不雅行为,就是缺乏

^①Elias N. *The Civilizing Process, vol.1: The History of Manners* [M]. Oxford: Blackwell,1978.

“公民敏感性”的体现。它体现为两类行为：一类涉及公民形象(行为举止不文明,如:随地吐痰、在需要安静的场所高声喧哗),另一类涉及公民道德(行为举止不道德,如:插队、自助餐拿的食品不吃完导致浪费、往小便器丢烟头或杂物)。当然,许多行为同时涉及这两个方面(如:随地大小便)。

事实上,在避免自己行为给他人造成不便、不适、不快这一点上,中国人有时做得并不差。但中国人的这种敏感性,主要是一种“私民敏感性”,而不是“公民敏感性”。换言之,中国人在私人关系圈中,非常在意自己行为给他人造成的负外部性。但是,在公共领域,许多中国人对自己的行为给他人造成的不便、不适和不快的后果(如:随地丢垃圾),并不在意。这说明,在中国人持有的道德中,私德的成分所占的比重比较大,而公德的成分所占的比重相对比较小。同时,私民之间所共享的一些习惯,在他们之间得到彼此认可(如:无视他人有安静的需要而高声喧哗的习惯),但一旦他们到了圈子以外,就会发现原来一些圈子内部彼此习以为常的习惯,会引起他人的不快和鄙视。

为什么会这样呢?由于仪态举止的文明化模式和公民道德的形成模式有所不同,下面对二者分别展开论述。

就仪态举止来说,中国居民之所以没有普遍地形成 Elias 所说的文明化的行为模式(Elias, 1978)^①,根源之一在于他所说的“精英示范机制”的缺位。在过去,中国的精英阶层还是挺注重行为举止的优雅的,但为什么后来就没有延续和扩展开来呢?原因在于,中国在1949年以后的生活风格领域,形成了“反精英主义”的民粹文化。在这种文化中,精英的“优雅”的仪态举止被当作“资产阶级”“小资产阶级”或“剥削阶级”的生活方式而被批判。相反,按照程巍(2003)的说法,工农等底层阶级的习惯和趣味,在政治上被界定为“政治正确”的习惯和趣味(如:无产阶级的朴素性),从而被抬升为最高等级的趣味,并因此获得趣味霸权(hegemony)的地位^②。毛泽东说:“拿未曾改造的知识分子和工人农民比较,就觉得知识分子不干净了,最干净的还是工人农民,尽管他们手是黑的,脚上有牛屎,还是比资产阶级和小资产阶级知识分子都干净。”在这种民粹文化中,谁要是嘲笑工农“粗俗”“肮脏”的外表和行为举止,谁就是看不起工农,其阶级立场就有问题。于是,在这种反精英主义的民粹文化氛围中,仪态举止文明化中的“精英示范”机制(Elias, 1978)^①,就被彻底废除了。而当时在位的

政治精英,基本上是那些出生于工农的、具有战功的干部。他们在仪态举止上,保留了无产阶级本色。

改革开放后,仪态举止的评价标准有了很大的变化。一些普世性的文明的仪态举止标准,被越来越多的人所采纳。但是,由于中国地方大,人口多,各地发展水平有很大差异,这种仪态举止的文明化模式,并未能同步在全国各地扩散。更重要的是,改革开放几十年,依然无法在仪态举止方面建立精英示范机制。改革开放以后产生的经济精英中的很大一批人,在昔日不过是草根阶层或边缘群体。他们在经济地位发生了向上流动的同时,其仪态举止模式并未能同步向上流动,因为旧的行为习惯具有滞后性。他们因此无法成为仪态举止文明化的示范。这也是为什么许多经济精英被人们称作“土豪”的原因之一。不仅如此,“唯钱是认”和“有钱遮百丑”的文化的形成,进一步阻碍了仪态举止文明化的普及速度。

就公民道德来说,傅高义认为,建国以后,中国试图建立一种超越传统私德(特殊主义道德)的“革命同志式”的公德(普遍主义道德)(Vogel, 1965)^③。为此目的,国家在全国范围内推行一种拔高了的道德水准,如:“毫不利己、专门利人”“无私奉献”“不计名利”,为此,还借助“批评和自我批评”,“狠斗私字一闪念”。这种道德不但是对党员的要求,而且也是对全国人民的要求。党员的行为标准被当作全国居民的标准(Walder, 1986)^④。这种在全民推广的、拔高了的道德,可以称为“圣人道德”。但是,国家建立这种普遍化的圣人道德的努力未能成功。之所以如此,主要在于国家无法克服“短缺”问题。当然,即使在短缺状况下,维持圣人道德也并非没有可能。但那种情况往往只能发生在小团体范围,因为团体成员构成相互的道德监督和约束的力量。在一个昔日缺乏圣人道德的文化土壤上建立和维持圣人道德,是困难的,因为国家无法确保所有成员都能同步坚持圣人道德。只要人们的道德标准不同步,那么,一旦经济陷入短缺状态,必然导致“圣人”吃亏,“小人”得利的后果。这种状况会

① Elias N. *The Civilizing Process, vol.1: The History of Manners* [M]. Oxford: Blackwell, 1978.

② 程巍.奢侈:商品的象征价值的消费[J].天涯,2003,(3):165-172.

③ Vogel E F. From friendship to comradeship: The change in personal relations in communist China[J]. *The China Quarterly*, 1965, 21:46-60.

④ Walder A G. *Communist Neo-Traditionalism*[M]. Berkeley: University of California Press, 1986.

让本来打算坚持“圣人道德”的人,也不得不放弃“圣人道德”。其结果,就是“劣币驱逐良币”,“圣人道德”坍塌,人们重归“私人道德”。这也正是为什么在20世纪70年代“走后门”之风那么猖獗的原因。

短缺经济与圣人道德的坍塌一起促成了“争抢文化”的形成。在短缺时期,谁都做不起“圣人”:东西本来就少,你不去抢,就只有“喝西北风”的份。而争抢往往导致“零和效应”:我之所“得”意味着他之所“失”,或者说,我之所“乐”同时意味着他之所“痛”。为了适应争抢状态,争抢参与者就不能老是产生对“我之所得”导致“他之所失”的愧疚感,相反,人们只有对“他之所失”和“他之所痛”形成足够的麻木感和冷漠感,才能更好地适应争抢。这种心态显然是与公民敏感性(有顾及他人之心)背道而驰的。在争抢文化中,人们普遍地形成了只顾自己不顾他人的习惯。争抢文化本质上是一种道德退化。计划经济时期推行“圣人道德”的结果,恰恰是忽略了对那些标准更低,但更为必要的公民道德和职业道德的建设。在国家看来,只要搞好了“圣人道德”建设,公民道德和职业道德就是水到渠成的事情,因为圣人道德的标准比公民道德和职业道德的标准更高。但问题在于,“圣人道德”的建立和维系,取决于国家能够同时解决短缺问题和圣人道德的同步性问题。但这两个条件在当时都无法满足。后来的“文革”事件则进一步加剧了“圣人道德”的坍塌。随着“圣人道德”的坍塌,公民道德和职业道德的重要性就变得突出了。在过去,国家用“圣人道德”来取代公民道德和职业道德,导致公民道德和职业道德的重要性被掩盖。在圣人道德崩溃以后,社会的基本秩序需要公民道德和职业道德来发挥作用的时候,它们却孱弱不堪,难担大任。

(作者系该院教授,博士生导师;收稿日期:2016-05-04)

关于“文明旅游”研究的认识、探索与反思

李 艳^{1,2},程绍文^{1,2}

(1. 华中师范大学城市与环境科学学院,湖北 武汉 430079; 2. 中国旅游研究院武汉分院,湖北 武汉 430079)

Doi: 10.3969 / j.issn.1002 - 5006.2016.07.002

一、认识:“文明旅游”是个什么问题?

中国大众化旅游现象登上世界舞台以来,“中国游客”行为的文明与否就成为各界不时讨论的焦

点。当前来看,“文明旅游”更接近于是一个“大众话题”,而尚未达到“学术问题”的高度。

1. “文明旅游”作为“大众话题”

“文明旅游”作为一个大众话题,可以分解为两个部分——“文明”和“旅游”,前者是用来界定后者性质的。舆论的共识性理解为:“文明旅游”的主体通常指游客;“文明旅游”是一个行动概念;“文明旅游”等同于“文明出游”;“文明旅游”的功能与国家形象和道德修养相关。在网络信息迅捷传播的全球舆论平台上,中国游客的不文明旅游行为在公众假期前后常成为头条。在舆论的推波助澜中,公众对文明旅游的关注逐渐从被动转为主动。中国游客的不文明行为被“建构”成为一个社会焦点。显然,在舆论层面已经出现了概念认知的“锚定效应”。

2. “文明旅游”作为“学术问题”

从学术角度来看,“文明旅游”的概念尚未得以确认。检索国外文献可发现:几乎没有对这一问题开展研究,一些线索零星存在于旅游伦理范畴之内;国内研究脉络表明,无论从文献数量还是影响力,该问题都未进入学理研究的核心关切之中。文明旅游学理研究相对微弱的原因可能是:(1)没有这个问题;(2)这是个问题,但尚不构成为一个学术问题;(3)这是一个学术问题,但研究非常不充分。推测(1)可直接否定,游客或者旅游服务供给者的不文明/道德失范行为客观存在,并绝不是一个中国问题(Chinese problem),而是一个全球性问题(multinational problem)。对(2)和(3)的推测,合理的回答是:相关研究很大程度上落入到其他学科领域;旅游领域的研究暂未提供有力的研究框架和理论解释。

二、探索:如何解析“文明旅游”的学理?

旅游研究者有必要为该问题提供基于科学范式的学理解读,以澄清大众关注中存在的误区,获得有价值的理论成果。表面上看,“文明旅游”的讨论基本都与道德、素质或文化有关;不过,文明旅游是纯粹高置于伦理道德平台之上的吗?若假定文明旅游是一个科学研究问题,在科学描述该问题“是什么”之前应避免立刻转入到“这应该是什么”的价值观判断中去,即避免误入“自然主义谬论”(naturalistic fallacy)。

1. 以“行为-心理”研究层面为基础

文明旅游问题最直观的表现是个体或群体在旅游活动中的文明/不文明行为。既是行为问题,便可纳入到“心理-行为”领域,探求其内在心理驱动