

# 中国旅游发展笔谈

## ——文明旅游学理与路径(二)

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。

### 旅游何以与文明有关:从鲍曼的旅游者隐喻说开去

夏赞才,刘婷

(湖南师范大学旅游学院,湖南长沙410081)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.08.001

齐格蒙特·鲍曼的现代性和后现代性(后称之为“流动的现性”<sup>[1]</sup>)<sup>①</sup>,所以能为我们当今喧嚣的文明旅游提供一个元审视的起点,原因有二:其一,在鲍曼眼中,现代性就是文明的同义词。这一点从其后现代三部曲之一的《后现代性及其缺憾》可以印证,不仅书名对仗弗洛伊德的《文明及其缺憾》,并且在该书引言中开明宗义,弗洛伊德所说“文明”或“文化”,实际上述说的就是“现代性”故事,“现代文明”不过是同义反复的冗语<sup>[2]</sup>。其二,20多年来,鲍曼关于旅游者的隐喻,激发了旅游研究对现代性的兴趣和旅游域外学术对旅游的兴趣,大量的研究成果有助于我们更准确地解析旅游者行为。

自旅游研究走向哲学开始,旅游者作为现代或后现代社会生活的隐喻被不断发掘。Turner和Ash(1975)将旅游者喻为“金帐汗军”<sup>[3]</sup>、Cohen(1979)定

义为“陌生人”<sup>[4]</sup>、Urry(1990)视为“观光客”<sup>[5]</sup>、Graborn(1989)认为是现代社会的“朝圣者”<sup>[6]</sup>。进入21世纪,由旅游者隐喻汇集而成的旅游现代性和后现代性反思,得到旅游学界的广泛响应,逐渐发展成一种时尚的思潮,2002年Dann还编辑出版了《旅游者作为社会世界的隐喻》。与此同时,旅游现象也被赋予其相应的隐喻,如旅游帝国主义、旅游殖民主义等等。在Derrida那里,旅行是一个与现代社会和自我存在联系在一起命题,“我们存在,我们移动,因为我们是旅行者……当旅行者沿着永无止境的道路返回或出发的时候,人们问他在哪儿,他回答说他在路上;如果问他从哪儿来,他回答说他从路上来;如果再问他上哪儿去,他回答说他将沿路一直走下去……”<sup>[7]</sup>

鲍曼作为20世纪西方最重要的社会思想家之一,关于现代性与后现代性的著述已经在广泛的领域产生影响。在鲍曼看来,现代性的标志是稳定、确定性,而后现代性的特征则是流动、不确定性,流

① 鲍曼关于现代性和后现代性的论述十分复杂,2000年出版《流动的现性》后,大多数情况下替代了“后现代性”,由于需引述其之前的著作名称和讨论方便,仍用“后现代性”。

动性更是喻指后现代社会状况和人类困境。将旅游者和流浪者作为后现代模式<sup>①</sup>,是在1993年出版的《后现代伦理学》中提出来的,他修正了以往将朝圣者和游牧部落作为隐喻的缺陷,认为用流浪者和旅游者更适合隐喻后现代生活<sup>[8]</sup>。鲍曼的旅游者后现代隐喻,在其随后的《生活在碎片中:论后现代道德》<sup>[9]</sup>和《后现代性及其缺憾》中,得到更加全面系统的阐述。旅游者是后现代的英雄,而流浪者则是后现代的受害者。旅游者和流浪者的共同特征是他们在不断地移动,只是他们移动的原因不同,旅游者移动是因为他们厌倦了家园生活,对他们而言,自由意味着可以随时离开家的束缚;但流浪者是被迫的离家的,对他们而言,自由意味着不必在外流浪。旅游者旅行是因为他们可以随心所欲,流浪者旅行是因为他们没有选择。因此,旅游者和流浪者都是当代生活的隐喻,每个人都处于“完美的旅游者”和“不可救药的流浪者”连续统一的两极之间,既是旅游者同时也是流浪者,鲍曼将其称之为当代社会的“旅游者综合症(the tourist syndrome)”<sup>[10]</sup>。

Bauman的旅游者-流浪者隐喻十分繁杂,几乎涉及全部现代性范畴,其中时空转换、自由与秩序、消费主义和旅游伦理与我们今天所关注的文明旅游密切相关。

### 一、时间与空间的转换

现代性就是时间的历史(the history of time)。在旅游者概念系统中,空间距离总是用时间来度量的。无论是工具性质的还是纯粹理论性质的定义,我们都赋予“旅游”这一特殊社会活动和现象的时空规定,暂时性和非惯常空间确定为旅游构成的要件,完美地反映了现代性的核心特征,或许也就是鲍曼以旅游者隐喻现代性的重要原因。旅游者和流浪者最基本的身份特征就是:经过别人的生活空间,作暂时停留。

旅游者面临最主要的不适,就是必需应对空间的移动性和时间的瞬时性。旅游经历各种空间的不断变换,旅游者从一个国家到另一个国家、从一个城市到另一个城市、从一个景点到另一个景点……不停进出别人的公共空间(如目的地社区居民的公共场所)和为旅游者建立的公共空间(如机场、宾馆)。在鲍曼看来,巴黎的保卫广场和展览馆一样都不是理想的“文明空间”,存在各种“公共但不文明(public but not civil)”的空间。相对于“物理的”空间而言,鲍曼更关注社会空间,他将其分为三种截然不同但又相互交织的认知的空间、美学的空

间和道德的空间。这种时空转换对旅游者提出的最大挑战,就是需要应对遭遇无数的陌生的“他者(others)”,他们必定会遇见各种“陌生人(strangers)”。遇见旅游行业中旅行社、饭店、餐馆、酒吧、博物馆、加油站以及各类交通工具上的为他们旅行提供服务的人员;遇见目的地社区各色居民和小商贩;遇见和他们一样的旅游者。排在身后等待安检的旅客和机舱邻座的乘客,他们既不是邻居,也不是异类,也可以说他们既是邻居也是异类。他们相互之间在物理空间上靠近,但在社会空间上很疏远。在鲍曼看来,和陌生人的交往总是不协调的。

### 二、自由与秩序的矛盾

鲍曼认为,文明是围绕“美”“清洁”和“秩序”构建的(弗洛伊德的观点),作为现代性的文明,也就是不断追求审美、保持干净和构建秩序的过程。如果说美丽和清洁还比较容易达成共识,那么,在关于秩序的建立和维护方面,我们却必须为此付出沉重的代价。在一个有序的现代世界中,世界往往被感知为确定的、可控制的和安全的,但在一个无序的世界里,世界则被感知为不确定、不可控和危险的。

从旅游文明的角度我们可以说,现代旅游发展史就是一部旅游秩序建立和不断重建的历史,从每一个旅游目的地景区、公园、博物馆等休闲旅游场所制定的各种《游客须知》或《守则》,到世界旅游组织制定的《全球旅游伦理规范》,无不体现了旅游社会建立稳定秩序的不懈努力。但是,即便是“先来后到”的排队黄金规则,除了需要不断达成普世的“老弱病残”优先共识,也还必须接受各种“优先”诉求的挑战,如随金钱、身份、权力而来的“VIP”和“绿色通道”等等。更加麻烦的是,秩序是由自由置换的。当代社会人们享受到了前所未有的旅行自由,但越来越没有了安全感。旅游者和流浪者不同,自由对他们来说既是前提,也是梦想。因此,文明旅游要求旅游者:第一,对秩序规则的了解。不仅要了解旅游秩序,更重要的是要了解目的地的社会生活秩序,也就是对我们所说的“入乡随俗”中的“俗”的了解。第二,对秩序遵循的意愿和自觉。

### 三、消费主义道德

自1986年波德里亚发表《消费社会》以来,消费社会与后现代社会的相互观照已成为最具价值的

<sup>①</sup> 鲍曼在《后现代伦理学》中使用的“tourist”,张成岗译本中将其译为“观光客”。

理论视角之一。鲍曼认为我们的社会根本上是一个“消费者”社会,消费者社会最根本的变化是消费从满足生存需要的物品消费,转向到身份象征的符号消费,即便是物品消费,也表现为毫无节制的物质享受与消遣。

旅游胜地和商业大街一样,永远不会被满足的欲望与永不停息地变化的幻觉交织在一起。旅游消费从有闲阶级精英到普通大众,总是“炫耀性”(凡勃伦语)的。符号消费作为消费社会的特点,正如旅游者入住豪华酒店不再是满足吃喝和休息的需要,头等舱也与旅行速度和到达目的地的时间无关,人们不是在购买满足日常生活需要的物品和服务,而是购买幸福、快乐、权力、尊严、自由等精神层面的价值。王宁(2002)将旅游者视为顶级消费者,他们超越日常消费和周末消费的时空限制,进入乌托邦的迷幻世界,按照快乐主义原则,追求免除道德责任的、无限制的奢华消费<sup>[1]</sup>。

消费主义赋予旅游消费:第一,彻底消解了传统社会勤劳节俭道德标准。马克斯·韦伯完成了财富合道德性的论证,但并没有否定作为资本主义精神的勤劳节俭美德。而到了消费者社会,消费欲望的不断满足的合法性得到普遍认可,消费即人生价值和人生目的。第二,旅游消费作为非功能性的体验消费和感觉消费,金钱购买一切物品和服务的工具理性战胜了价值理性,无论是数千万美元的太空旅行,还是放荡形骸的性旅游、赌博旅游,“我买故我在”。

#### 四、旅游伦理困境

文明真正的本质不在于物质成就,而在于伦理,这是史怀泽在《文明的哲学》中反复强调的基本观点。鲍曼的后现代三部曲中,有两部是关于后现代伦理的。当旅行和旅游只是少数社会精英所享有的特权时,旅游道德关系是简单的,且只涉及极少数人,当然也就不会引起普遍关注。如欧洲“大巡游”(grand tour),英国贵族将其子弟送到罗马、巴黎等欧洲大陆大都市,游历二三年,在上层社会曾一度成为时尚,虽然也产生道德问题,但与绝大多数人无关。托马斯·库克发明了标准化的包价旅游,现代旅游的大众化发展至今,每年制造10多亿人次的国际旅游流,如果加上国内旅游,我们必须面对每年数十亿人次的旅游者流动所产生的各种道德问题。从这一角度看,旅游伦理的后现代性更适合用“流动”来表达。

旅游人数的急剧增加使得伦理关系更加复杂,

这还只是旅游伦理困境的一个方面,更大困境在于旅游伦理实践的后现代不确定性。这种不确定性表现为行为后果的不确定和随之而来的“责任的不确定(floating responsibility)”。如每年数万名旅游者朝圣般地前往加拉帕哥斯群岛,拜访成就达尔文物种起源伟大发现的圣地,就某一个旅游者而言,所造成的环境破坏几乎是可以忽略的,即便有一天,加拉帕哥斯群岛的所有珍稀物种因为旅游而灭绝,对一个曾经造访过这里的旅游者而言,也不会有更多的道德负罪。还比如我们明确知道航空旅行大量排放CO<sub>2</sub>,并且与全球气候变化密切相关,也很少有旅游者因为温室气体排放而拒绝飞机而改乘火车或者取消旅行。

由此可见,旅游与文明相关的凸显,很大程度上根源于旅游的现代性和后现代性。因此,文明旅游作为宏大旅游文明中的碎片,既无需上升至国家、民族形象,也不可能通过运动方式解决,更何况各种《公约》《指南》所开列的诸多“不文明”行为与旅游无涉。

(第一作者系该院教授、博士生导师,第二作者系该院博士研究生;收稿日期:2016-07-04)

#### 参考文献(References)

- [1] 齐格蒙特·鲍曼. 流动的现代性[M]. 欧阳景根, 译. 上海: 上海三联书店, 2002.
- [2] 齐格蒙特·鲍曼. 后现代及其缺憾[M]. 郁建立, 李静韬, 译. 上海: 学林出版社, 2002.
- [3] Turner L, Ash J. *The Golden Hordes: International Tourism and Pleasure Periphery* [M]. London: Constable, 1975.
- [4] Cohen E. A phenomenology of tourist experiences [J]. *Sociology*, 1979, 13: 179-201.
- [5] Urry J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* [M]. London: Sage, 1990.
- [6] Graburn N. Tourism: the Sacred Journey[A]. // Smith V. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*[M]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989: 21-36.
- [7] Derrida J. *Psyche: Inventions of the Other (Volume I)* [M]. Stanford, California, Stanford University Press, 2007: 237.
- [8] 齐格蒙特·鲍曼. 后现代伦理学[M]. 张成岗, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2002.
- [9] 齐格蒙特·鲍曼. 生活在碎片之中——论后现代道德[M]. 郁建兴等, 译. 上海: 学林出版社, 2002.
- [10] Franklin A. The tourist syndrome: An interview with Zygmunt Bauman [J]. *Tourist Studies*, 2003, 3(2): 205-217.
- [11] Ning W. The tourist as peak consumer [A]. // Dann G M S. *The Tourist as a Metaphor of the Social World* [C]. New York: CABI Publishing, 2002: 281-295.

## 具身欲求与身体失范:旅游不文明现象的一种理论解释

樊友猛,谢彦君

(东北财经大学旅游与酒店管理学院,辽宁大连116025)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.08.002

我们通常会注意到这一情况:在日常的生产生活中,个体一般意识不到自己身体的存在,但当外界情境、条件突然改变,使人产生超出正常范围的身体反应,继而可能引发身体机能的失调,这时人会充分感觉到自我身体的存在。对于这一现象,莱德提出了病显(dys-appearance)概念,用以指称身体复显为人们体验的主题焦点和感觉焦点,但却是以病态的或偏离的形式<sup>[1]</sup>。旅游活动伴随着从日常世界到旅游世界的转变,蕴含着惯常环境和非惯常环境之间的张力,在为身体释放提供机会的同时,也使身体病显成为潜在可能。这种思路启发我们,对旅游伦理和文明旅游的研究,不能仅关注主观意识、文明素养等心智层面,因为旅游活动首先表征为外在身体和行为,“身体处在社会世界中,但社会世界也处在身体中”<sup>[1]</sup>,对旅游不文明现象的追问,需要回归身体这个层面。

### 一、旅游不文明行为的诱因和实质

正常的身体是社会构成过程中的多维中介:它既是社会结构的源泉,又是社会结构的定位场所;身体的生成性和接受性相互交织,使其成为人们在世界上生存的手段。但在现代社会,信息的充斥使人们的感受日渐钝化,网络营造的虚拟空间不再需要身体的在场,医疗技术进行着身体殖民,更重要的是,社会规范和话语时时提醒着身体保持“正道”,身体变得越来越客观化,作为社会动力和存在方式的作用愈发难以发挥。这种离身化趋势使具身体验成为稀缺品,“长恨此身非我有,何时忘却营营”,反过来催生了人们对压制身体和欲望的现代主义话语与机构的反抗,呈现为去中心的、流动的和碎片化的主体。

旅游活动为人们重新获得切身的存在感提供了一个出路。在日常世界中,人的身体空间被全景敞视所表征,身体时间刻板化为钟表时间,时空压缩造就出“单向度的人”,而旅游世界有望提供一个拟剧空间<sup>[2]</sup>和更具自然性的时间节奏,使游客挣脱社会建构的秩序化身体,重返生命态身体,在具身

体验中实现在世存在(being-in-the-world),获得身心的放松和自由。

这种日常世界中的身体规训与旅游世界展现的反结构,客观上为旅游不文明现象埋下了隐患。首先,日常世界向旅游世界的转变引发场域与惯习的矛盾。旅游者在日常世界中已经形成一套稳定的行为模式,但进入旅游地这种“非惯常环境”<sup>[3]</sup>后,惯习和场域不再匹配,很容易造成旅游者行为失序。其次,旅游体验造成习惯身体和当前身体的冲突。梅洛-庞蒂指出,“我们的身体有两个截然不同的层次,习惯身体的层次和当前身体的层次”<sup>[4]</sup>,旅游体验中的身体同样可分为日常生活中的惯习身体和旅游世界具体情境中的当前身体两个层面,它承载着日常世界附加其上的规则和秩序,也渴望着生命本性的满足与表达,在这种左右顾盼中,旅游者常常进退失据,严重者导致行为异常。在这个意义上说,旅游不文明现象是旅游者在正常的具身体验需求得不到满足的情况下的一种身体失范,是旅游者对自我身体管理的失控。

### 二、旅游不文明行为的身体类型学分析

在国家旅游局公布的五批游客不文明行为记录中,涉事游客16人,包含10起事件,其中机场和飞机上6起,事件起因包括航班延误,座椅调整,热水服务收费,以及空调关闭引发旅客身体不适等。景区3起,包括攀爬雕塑照相和购票冲突。购物店1起,冲突源于游客在付费前进食。可以看出,这些冲突起因多与身体相关。联系于媒体报道的其他不文明现象,依据旅游者不同的具身需求,大体可从以下方面对旅游不文明行为进行分析。

第一,基本层次的具身需求。指旅游者对身体安全、舒适等方面的要求,如果得不到满足最易引发冲突事件,主要发生在交通运输、购物、饮食、住宿等环节。交通运输是时空压缩的典型代表,日益多发的路怒症是其典型后果。随着航空事业的发展,时空压缩的影响也蔓延到飞机上。人们选择飞机出行,首先考虑到的是时间成本,多发的航班延误恰恰挑战了乘客的心理预期,而延误发生后机场方面常常缺乏人文关怀,更加剧了乘客焦虑和反抗心理。飞机上的座椅安排、活动管制、舱级划分则展现了一个封闭、压缩和差等性空间,这种场域变更最易使乘客原有的惯习失效。以2015年昆明航班开舱门事件为例。1月10日0时该航班开放登机,1时登机结束。随后飞机一直排队等待机身除冰,3时45分开始除冰工作,因作业需要,飞机内关

闭空调约30分钟,由于空气不流通,机上一位年长女性出现身体不适,大部分旅客都比较关注该名旅客的身体状况,要求机长出面解释,但机长的回答无法让旅客满意,致使旅客情绪激动,也对恶劣天气下的飞行安全产生忧虑。在事件没有平息的情况下,飞机启动,部分旅客打开应急舱门,后机组将航班滑回登机口。该事件中,旅客在机上等待时间过长,部分旅客的身体不适,以及对飞行安全的担心等,都没有得到机组方面的有效回应,使得旅客基本层次的具身需求受到威胁,是导致强开舱门这种过激行为发生的根本原因。

第二,体验层次的具身需求。一般而言,旅游体验会涉及对身体位置和姿势感知的本体感觉,对手臂、肌肉等身体移动感觉的运动觉,以及以眼、耳、鼻、舌、手的感知为主导的多感官知觉,这三种感觉的共同作用使体验中的身体能够在旅游对象物中产生身临其境的感受,获得更真实和具象化的体验。从这一点上说,旅游体验是具身的,即建立在具(体)的身(体)感知之上。旅游体验的这种特征意味着,一方面,感知、情感、认知都建立在活生生的身体之上,我们通过身体体验世界,也赋予这种体验以意义。另一方面,感知、情感和认知不完全是身体本能欲望的展现,而是受到社会规范、习俗、价值观等的影响。这两个方面的关系处理不好,容易引发失范行为,典型体现为攀爬建筑、山体,踩踏草木,触摸文物等行为。下面引用的Rakić Tijana在希腊雅典卫城对一对游客的访谈,突出反映了游客的体验心理。

Tijana:你在景点拍照了吗?

Jess:哦是的……我们在寺庙附近拍了一些;我以希腊的天际线为背景给她拍了一些照片。我拍了几张女像柱的照片,我非常喜欢。

Widya:他为拍这些照片爬上了寺庙的台基。

Jess:是的,很明显你可能认为不该爬上去,我不知道那里是否有标志。台基上搭着一条小绳,我以为人们能够通过它登上去,所以我就上去了。

Widya:他不喜欢对旅游吸引物做出的限制,比如说别人告诉你不准拍照。

……

Widya:你知道,如果能靠得更近,会得到更多精神上的体验。

Jess:是的,与遗迹建立近距离的和个体化的亲密关系。

Tijana:所以如果能够触摸那里的大理石等(遗

迹),你会喜欢吗?

Jess:当然,实际上,在他们把我踢开之前我非常快速地触摸了一下。

对于景观的深入体验来说,仅仅观看和拍照是不够的,与地方的亲密接触被视为建立丰富的和有意义的体验的重要方式<sup>[5]</sup>。旅游地“应该被理解为身体进行生活、尝试和欲求的地方,一个具身的乌托邦和非话语的愉悦(non-discursive pleasures)的地方”<sup>[6]</sup>,当这种具身需求得不到满足,其感性冲动会驱使游客做出一些外界认为不合理的行为。

第三,存在层次的具身需求。尼采认为,身体不仅仅是肉体,它还是“表达生命存在的身体”<sup>[7]</sup>,旅游中的身体也是活跃的、充满表达性的,充当着存在于世界之中的方式和手段。旅行中的信笔涂鸦可视作通过身体的题写行为表达自我存在的典型。这种行为历来为人诟病。从孙悟空在如来佛祖的手指上写下“孙悟空到此一游”,可见国人爱题字的历史之久、风气之重。“望湖楼上太湖西,多少游人胡乱题。我也胡乱题一首,待他泥壁一齐泥。”这首题于清朝时楞伽山佛殿墙上的打油诗则反映出很多人跟随、效仿中的集体无意识。但不可否认的是,古代许多佳作也的确出自题刻,如崔颢的《黄鹤楼》、苏轼的《题西林壁》,以至题壁诗已成为诗歌体裁的重要一种。其题刻内容不管是表达宦游、怀古还是羁旅,潜意识里大体都包含着“我曾经来过”的意思。在当代的旅游行为中,作为证明自我切身存在的方式,我们也不能否认涂鸦所具有的作用。不幸的是,古代的寺庙、客栈、酒肆、驿站等地都有专门的墙供人题字,现在的景区却缺乏这种暖心设施,游客选错了涂划的黑板和舞台。

旅游不文明行为通常多发于这三类需求得不到满足的情况下,而旅游者前后台界限的消弭加剧了这一问题的产生。如果将人扮演社会角色的空间称为前台,这种角色之外的空间称为后台,则前后台的区隔和交替是人的社会生活所必须。在公共的社会生活这个前台,个体花费大量的时间在台上演出,在日常接触中生产出协调连贯的展演,身体作为一项规划被实施,文明等价于对身体的规范管理。这也意味着,个体需要在后台放松,“可以肆意进行‘动物性的放松’,像是打呵欠、打饱嗝、挠痒痒、扣鼻屎之类”<sup>[8]</sup>,这种短暂的放松极其必要,能让个体摆脱他稳定而全面的社会衣装之下体验到那种张力。但在旅游世界中,这种前后台的区隔被打破。对旅游者而言,其观花看景时是游客,休息、

吃饭时还是被看做游客,只要其在旅游世界中,就一直处在媒介、舆论、社会的全景敞视之中。后台空间行为的前台化使得如厕、吐痰、进食、生产垃圾等行为一旦不符合社会规范便很容易被捕获和放大。

### 三、文明旅游治理的人本导向

旅游不文明现象的多发,纵然有社会发展、国民素质、法律规章等方面的诸多制约,但这种归因着眼于当前社会的普遍问题,忽视了旅游领域的自身特性,在实际应对中易产生无从下口、收效微、见效慢的问题。因此,对于旅游不文明现象的认识,需要从伦理、道德、法律视角转向日常生活现象学的视角,从抽身事外、居高临下的道德判断转为置身其中、感同身受的在位同情。

在根本上,需转变认识,确立游客为本的立场。长久以来,游客被树立为伪事件的追寻者、移动的符号学大军、异文化的入侵者等形象,在这种偏见下,我们看到了旅游凝视理论下游客的视觉霸权,本真性理论下旅游地受到的伤害,却忽略了Urry关注的是以游客为主体的英国工人阶级的社会生活变迁,MacCannell讨论的是现代性造成的人类疏离和抵抗,这些经典著作中一以贯之的人本理念才真正是解决旅游社会问题的关键。如此,新闻媒体才能消除期望游客超凡入圣的心态,以求实、平和之心报道事实真相,避免为博眼球而制造舆论暴力,将游客妖魔化。旅游行政管理和产业经营才能积极稳妥地处理人地关系问题,在保证游客主体的合理欲望、诉求得到满足的前提下,达到社会和谐和利益增长的目标。

在具体措施上,可从以下方面着手。首先,需要加强有利于身体安全舒适的基础服务,在普通游客之外,还要充分考虑老年人、儿童、肥胖者、残疾人等不同群体的切身需求。其次,需要增进能够带来具身体验的产品规划,让旅游者全身投入,真正与旅游地来一场亲密接触。第三,需要提供游客展演自我的舞台,在让游客获得充实感、存在感上下工夫,例如针对游客的刻划行为,可在景区设立一些电子涂鸦墙,以“疏”代“堵”,一举两得。

### 四、结束语

不文明旅游行为不仅是旅游者的身体病显和失范,更蕴含着社会人离身现实和具身需求之间的矛盾。推进文明旅游的核心不是指挥旅游者如何遵守规则的问题,而是引导旅游者如何获得更好的体验的问题。只有真正以人为本改进管理和服务,才能引导文明旅游,促进旅游文明。

### 参考文献(References)

- [1] 克里斯·希林.文化、技术与社会中的身体[M].李康,译.北京:北京大学出版社,2011:63,66.
- [2] 谢彦君.旅游体验研究——一种现象学的视角[M].天津:南开大学出版社,2005:193-207.
- [3] 张凌云.非惯常环境:旅游核心概念的再研究——建构旅游学研究框架的一种尝试[J].旅游学刊,2009,24(7):12-17.
- [4] 莫里斯·梅洛-庞蒂.知觉现象学[M].姜宇辉,译.北京:商务印书馆,2001:117.
- [5] Rakić T, Chambers D. Rethinking the consumption of places[J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(3): 1612-1633.
- [6] Pons P O. Being-on-holiday tourist dwelling, bodies and place [J]. *Tourist Studies*, 2003, 3(1): 47-66.
- [7] 曹瑜.论尼采对身体主体性及其理性范式的确立[J].哲学研究,2016,(2):69-74.
- [8] 克里斯·希林.身体与社会理论(第二版)[M].李康译.北京:北京大学出版社,2010:81-82.

(第一作者系该院博士研究生,第二作者系该院院长、教授;收稿日期:2016-07-04)

## 文明旅游的三重价值维度

李培超

(湖南师范大学道德文化研究中心,湖南长沙410081)

Doi: 10.3969 / j.issn.1002 - 5006.2016.08.003

在现代社会中,旅游已经成为人的一种重要的生活方式,因而也日益增添了越来越多的价值负载。但是在旅游业的发展过程中,却不断地出现各种“乱象”,因而关于旅游的“异化”问题,关于文明旅游的问题越来越受到关注。

“文明”这一概念的内涵是不断扩展或生长的,也就是说,在不同的时空条件下,其意义指涉和价值引导都呈现为一种动态的节律,立足于当下,针对各种旅游异化现象,文明旅游在价值意义上主要呈现为这样三重维度:

### 一、人与人的和谐

人是社会中的人,在任何历史条件下人都不能摆脱社会属性,离开了社会关系,人只具有生物学的意义,而无法获得人之为人的本质规定,因而寻求人与人之间的相互关心、相互理解和相互尊重,也就是在寻求人的本质的展露或回归。

但是现代工业文明的发展,人际之间的竞争几乎波及到生活的方方面面,人们习惯将他人看成是显性或潜在的竞争对手,人与人之间的关系也容易变得敌对和疏远。特别是为了实现各自的经济利益,常常互相利用,貌合神离,合作也只是形式上

的彼此认同而缺乏真诚的心灵契合。社会关系的窄化极大地挤压了人的生存空间,也解构了人的家园感或归宿感。

现代旅游的兴起在某种意义上应该说是工业文明和商业社会背景下人的生存境遇的一种拯救,它会极大地拓展人际联系的空间,拓展社会生活的场域,丰富人际交往的方式和手段,净化人与人的关系。但是,这只是从“应然”的角度而言的。在旅游业的实际发展过程中却出现了与此相悖的一面:经济利益却仍然成为最重要的推动力,旅游被开辟为一块为经济利益而角逐的“战场”,旅游的经济或消费功能被极度放大,以至于旅游被定义为“是一定社会经济条件下的一种人类社会经济活动”;“是以经济活动为主要变现形式而兼有其他相关功能的活动,其他活动都是附加在经济活动之上的,旅游的本质是消费。”

本文开篇就谈到,文明的内涵是不断生长和扩充的,物质生活的丰富和财富的堆积都是文明的内涵,但是并不是永恒不变的元素。当人类生活在物质贫乏的年代,在物质财富的生产上所取得的重大突破被看成是人类文明发展进步最醒目的标识。但是当物质利益追逐恶化了人与人之间的关系,当个人与个人、个人与集体充满了巨大张力,当自我主义成为许多人处世为人的座右铭的时候,人类文明的主体也应该发生调整——文明不是宣扬如何极度自我地生活,而是我们如何更好地一起生活。

所以,在这样一种背景下来思考旅游的文明维度,首先就应当让旅游成为涵养人的亲情、友情、爱情的重要场域,是实现人际和谐的重要路径。这不仅仅是因为对人的社会性本质的呵护能够有效地制约物质主义和个人主义,而且也是在新的时代背景下提升人的社会属性的重要条件——当我们越来越深度地介入到一种由世界经济、政治、文化、信息共同塑成的新的共同体之中后,我们必须探寻或适应新的社会关系变动的节奏和发展出新的社会交往模式。

现代旅游应该而且也能够承担起这种价值负载。因为旅游完全可以使人们相互之间超越利益冲突,可以建立起纯朴、自然、坦诚、和谐的人际关系。旅游者之间的人际交往、旅游者与旅游服务人员的人际交往、旅游者与旅游地居民的人际交往,构成了一张复杂的人际沟通网络,在这个庞大的网络中有利益的因素,但是又可以发展出许多超越利益的因素,如交流、合作、尊重、团结和凝聚,等等,

这些都是现代文明范式中最重要元素。

## 二、“自我”的身心和谐

在马克思看来,人是社会存在物,也是个体存在物,当然人的个体性并不是与社会性相对立的一种属性,而是人的社会性的一种表现方式。人是以自我或个体的方式生活在社会中的。人类文明的进步不仅仅要发展、维系和完善人的社会关系,而且要安顿好每一个人,使自我实现身心和谐。

现代生活的模式和节奏使个人处于一种身心紧张的状态,不仅会影响个体的健康,而且妨碍了他们对意义世界的探寻和对幸福生活的追求。自我身心的紧张实际上反映的是一种现代人的生活遭遇——人被置于一种多层次、多维度的矛盾且紧张的生活场景中,身心受到严重的撕扯,因而如何实现个体的身心和谐也是文明进步的重要主题。

解放人的身心,实现自我的身心和谐可以通过多种途径来介入,但是旅游应该是最重要的方式和途径。因为,旅游就是要让生活在世俗中的人们,懂得如何在有限的个体生命历程当中去体验生命的无限价值与意义,并由此获得对生命的关怀,让生命获得真正意义上的充盈。早在20世纪30年代,林语堂先生便清醒地预言:“旅游似乎已是一种没落的艺术。”他说:“旅行在从前是行乐之一,但现在已变成一种实业。旅行在现代,确已比一百年前便利了不少……不过旅行到了现代,似乎已是一种没落的艺术。”这话实际上是说旅游在现代社会中已异化为对功利的追逐,不复千年的诗意了。林语堂先生认为真正的旅行者出门的动机应该是“以求忘其身之所在”,“旅行的真正理由实是在于变换所处的社会,使他人拿他当一个寻常人看待”。“一个真正的旅行家必是一个流浪者,经历着流浪者的快乐、诱惑和探险意念。”

在今天,让旅游成为个人安顿身心、体验生命意义的方式是完全应该实现的。当人们拥有了较长的可自由支配时间,当人们的物质生活越来越充裕,那种对自由的向往就必然会成为推动旅游健康发展的重要动力。使得更多的人体会到,真正的旅游,不是某一外部力量与他人强迫的结果,而是从内心里喜爱这种生命的存在状态;人们出门旅游,不是将之当作达到某种功利目的的手段,而是人的一种重要的精神生活方式。旅游中,人们剔除日常生活的沉闷,呼吸清新的空气,重温着童真的快乐,充分享受着身心的舒展与生命的自由。

文明旅游是身心的自由舒展,而绝不是劳累在

路上,放浪在路上,纠结在路上。质言之,人在旅途应该是自由之旅,不是身心被折磨的困途。

### 三、人与自然的和谐

自古以来,旅游就与大自然存在着密切的关联,因而人与自然的接触是旅游的恒常方式。在现代文明框架中,人与自然关系占据着越来越重要的地位,实现人与自然的和谐是现代文明的内在要求。旅游应当对此有所推进。

从旅游发展的外在意义上看,自然界是实现旅游业可持续发展的基础。在旅游业发展中,没有良好的生态环境,就没有旅游业的可持续发展。当然,旅游业健康有序发展,可以促进资源和生态环境保护,有利于经济社会协调发展。在当下,旅游业是一种资源节约型、环境友好型产业。发展旅游业,资源消耗少,环境成本低,很少会对资源和环境产生直接的硬消耗,有利于自然文化资源和生态环境的永续利用。因而可以替代部分资源消耗大、污染重的传统产业,达到减轻污染排放,减少生态破坏的目的。所以说,通过旅游实现和推动人与自然的和谐是推动生态文明发展的重要方式。

从人的发展的内在意义上说,通过旅游实现人与自然的和谐对于促进人的全面发展意义更加明显。正如爱默生所言:“对被庸俗的工作或交往束缚的身心来说,大自然就像是灵丹妙药,并且可以恢复身心的常态。生意人、律师从喧哗、充满阴谋诡计的大街走出去,看见天空和树木,就会重新成为一个人。在那永恒的寂静中,他得以发现他自己”,“大自然利用这点儿不起眼的风风云云竟然能使我们超脱凡尘之感!赐给我健康和时光,我就会把帝王的显赫看得一钱不值。黎明即是我的亚述帝国;夕阳西落、明月东升即是我的帕福斯和不可思议的梦幻之乡;白昼即是我那理智和知识的英格兰;黑夜是我那神秘哲学与梦想的德意志。”爱默生用诗一般的语言描述了大自然对人的生存意义。

所以,走向自然之旅就是走向生命,走向自由,走向文明。但是我们也必须正视,走向自然的生态旅游在很多情况下变成了一个消费自然的招牌,一个商家炒作的噱头,一个伤害自然的抓手,这与旅游的文明健康发展是背道而驰的。

文明旅游的这三重价值维度实际上就是倡导“群游”“心游”“走向自然之旅”,让旅游业成为一种有温度的、凸显人存在的主体地位的属人的实践活动。

(作者系该中心教授,博士生导师;收稿日期:2016-07-06)

## 旅游不文明行为归因分析

林德荣,刘卫梅

(厦门大学管理学院,福建 厦门 361005)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.08.004

随着我国人民生活水平的不断提高,外出旅游逐渐成为大众的一种休闲娱乐主流。但随之而来的旅游不文明行为逐渐成为新闻焦点而不断受到人们的关注。如珠峰大本营惊现“到此一游”;南京游客竟踹树制造樱花雨拍照;安徽花戏楼人像被摸黑……这些旅游不文明行为在媒体聚光灯下显得格外刺眼。那么,何谓旅游不文明行为呢?经过旅游业界和学术界多年的讨论,有关旅游不文明行为的概念界定逐渐有了相对一致的意见。总体而言,旅游不文明行为涉及生活习惯、风俗和法律等方面,主要是指旅游者在参与游玩过程中的行为表现是介于符合社会道德、相关法律法规与违反社会公德、违反相关法纪之间的,并对旅游地资源、环境、居民、其他游客,甚至自身造成不良影响或无法挽回损失的行为。

旅游是一种从生活世界跨入旅游世界的非惯常环境的体验,这种异地性逃逸和放松体验有可能使得旅游者摘掉人格面具,出现“伦理脱离倾向”或新迪尔凯姆学说中的反常态(anomie)现象,即道德感弱化、占有意识外显和责任约束松弛等情形,因此,在全球范围内也时有耳闻有关国外旅游不文明行为的报道。但相对而言,新闻媒体有关国人的旅游不文明行为的报道则要多得多。这是为什么呢?中国游客的旅游不文明行为的成因是什么?如何导正国人的诸多旅游不文明行为?下文尝试从三个方面对国人的旅游不文明行为进行归因分析。

### 一、惯习和生活方式迁移导致的入乡不随俗

法国当代著名的社会学家布迪厄在其著名的实践理论中提出“惯习”具有“持久性”和“可转移性”。每一个场域都有一套与之相连的前提、预设、规定,并且要在这种预设的原则下进行实践活动。从生活世界进入旅游世界,场域的空间变化使得惯习和制约行为的规范发生相应变化。而在布迪厄看来,当惯习遭遇陌生场域时,主体仍然会无意识地按既有的、固定的思维方式解读和建构陌生场域,并以此为基础采取相应的行为和策略,最终使主体的言行表现得不合时宜。旅游者从生活世界转入旅游世界,需要遵循的惯习也需要转换。旅游者尽管已经身处新的场域但仍然抱着惯常环境中

既有的惯习。因为环境差异、教育背景以及个人自身素养的不同,人们具有不同的文化传统、风俗习惯和生活方式,这种差异综合体现为文化差异。当不同的价值观、生活观相互碰撞时难免会产生摩擦。“十里不同风,百里不同俗”,旅游者对目的地文化和风土人情了解甚少,不能做到入乡随俗,势必会产生文化交流的隔阂,触犯当地禁忌等。如北方游客在南方旅游时,以他那平时吆喝习惯的大嗓门吆喝服务员或在公开场合畅谈,甚至有旅游者经常把“不拘小节”带出家门,如随手扔垃圾、在路边长椅上脱鞋脱袜子、在景区长椅上睡觉等。

原有惯习和生活习惯在旅游场域的延伸导致的不文明行为司空见惯,但经过教育和宣传具有良好成效,重要的是我国传统文化中盛行的依靠私人领域的道德作为公共领域道德的延伸并在消费异化的冲击下,这种私利性驱动更增加了旅游者的不文明行为。

## 二、公德缺失与消费异化的叠加效应

千百年来,我国以“礼仪之邦”的美名立于世界民族之林。但我国对礼仪、道德伦理的崇尚主要是以家庭、家族为核心和基础的“差序格局”,对“私德”的推崇远远超过对“公德”的重视,公共空间意识淡薄。如梁启超所言国民“偏于私德,而公德殆阙如”。因此,旅游过程中在景区景点等此类公共场所大声喧哗、袒胸露背、不修边幅的现象,其本质是“私德”在公共空间失效的反应。而且人们的个体功利价值取向相对突出,群体利他价值取向受到漠视,人们对社会公德的敬畏意识在弱化,当一个人以旅游者的身份在异地游览时,陌生的环境使游客少了许多顾忌与约束更加降低了放纵和破坏行为的罪恶感和羞耻感,“去道德化效应”更加明显。甚为严重的是旅游过程中,旅游者秉持价值中立原则,漠视公德,助长“破窗效应”。如在旅游场域中,发现有旅游者乱扔果皮纸屑、践踏草坪、在文物上涂鸦刻字等不文明现象,其他旅游者就会下意识地效仿,致使我们所见都是折断了翅膀的美景。

弗洛姆在《占有还是生存》一书中指出,消费者的消费是以占有欲望、炫耀夸示为基础。这种异化消费使得人更愿意从当下即得的消费中获得感性的愉悦,容易导致审美目的世俗化、审美趣味符号化,带着明显的“符号迷恋”心理,他们在旅途中翻找各种标志等符号作为旅游价值的实现。爱拍照、少知性、缺乏灵性追求、缺乏对文化的感知能力、“符号收集”构成了旅游活动过程中的主要特点。

因此,通过越位游览、刻字留念、跨坐文物这种“零距离接触”形式浸淫“到此一游”并通过社交网络和现代媒体技术与朋友共享来彰显其追求自我、凸显自我、填补内心的成就感和存在感、满足自我的占有欲。如一名中国旅游者在美国亚凯迪亚当地人院子中追赶孔雀拍照并试图去拔孔雀羽毛。

旅游者以过渡收集和占有标志性符号为旅游主要目的,对人文和自然景观缺少了“间隔尊重”,遗落了“礼仪”和“文明”,扭曲了旅游修身养性的真谛。旅游是一种异地体验,更是一面镜子,它折射出旅游者的文明素养和道德水平甚至社会文明程度,而这种文明程度与经济发 展的适衡却是文明旅游健康持续发展的动力。

## 三、物质文明与精神文明发展失衡

古语有云:“礼生于有,而废于无”“仓廩实而知礼节,衣食足而知荣辱”。物质文明发展了,精神文明自然也会跟着发展。现阶段中国经济实现了快速跨越式发展,物质文明不断充实,而精神文明却并不完全同步,甚至出现脱轨,旅游者被戏称为“行走的钱包”,得不到应有的尊重。

我国虽然仍属于发展中国家、仍处于社会主义初级阶段,但经济总量快速增长(2013—2015年经济总量占世界经济总量分别为12.3%、13.3%、15.5%),在世界经济中名列前茅,总体上达到了小康水平。现阶段较低的旅游成本,如平均2000~3000元左右就可以进行一次国内双飞六日游,而以近程为主的我国港澳台地区、东南亚出境游成本一般也在10000元以内;再加之我国积极发展国内旅游并鼓励出境旅游的政策,宣告着我国已经进入大众旅游时代,旅游由曾经帝王将相、文人墨客专属的“奢侈品”成为普通大众的专利,日益成为一种常态化生活方式,出境旅游足迹从我国周边的港澳台地区、新马泰,扩延到全世界,人们只能根据自己的教育背景、家庭成长环境和日常生活行为准则等认知去尝试,缺少约定俗成的礼仪规范。再加上我国经济发展尚存在明显的区域不均衡,导致旅游者道德发展阶段的差异,旅游的价值观念和社会规范与社会需要之间不能对接,与此同时,适合当时经济体制的价值观念和社会规范尚未成熟,致使我们在旅游场域中这种暂时的“真空状态”下经常看到拈花惹草、攀爬文物拍照、在文物古迹上刻字留念、攀爬触摸景观、公共水源洗脚、越位游览等各种不文明现象。

综上所述,惯习和生活方式迁移产生的入乡不

随俗导致文化差异和原有不良习惯的延伸、我国传统文化中公德缺失在消费异化的冲击下折射出的旅游者较低的文明素养,是旅游者不文明行为产生的文化根源,当然我国现阶段发展过程中出现的物质文明与精神文明失衡也是不文明旅游现象产生的重要原因。文明旅游是一种软实力和竞争力的表现形式,旅游文明素质的提高,直接关系到旅游目的地意义建构和可持续发展。旅游是国民文明素养的集中展示,因此,文明旅游的构建应主要立足于旅游主体,通过教育和宣传“温、良、恭、俭、让”以及不同文化习俗提高旅游者的道德水平和文明素养,塑造旅游者“见贤思齐,择善而从”的理念,培养旅游者欣赏和珍爱大自然以及追求真、善、美的能力,避免旅游资源陷入“公地的悲剧”。

更为重要的是创新文明旅游宣传监督平台和公共服务体系,继续利用“互联网+”、新媒体开启文明旅游新模式,让原本处于悬置、“稻草人”状态的规则约束力发挥极致。同时,联合各类媒体尤其是新媒体加大对旅游不文明行为的监管和曝光,加大惩罚力度,除了旅游黑名单,效仿武汉文明旅游举措,将文明旅游银行在全国进行推广,全国范围内普及“文明旅游随手拍”公益活动,征集反映文明旅游和不文明旅游两类图片,彻底改变旅游者贡献了消费却得不到尊重的历史。

子曰:“道之以德,齐之以礼,有耻且格”。开展公民的功德教育,使国人有羞耻之心和敬畏之心,勿以恶小而为之,把外在的制度约束内化为个人修养的一部分十分必要。同时,还要加强旅游行政管理部门及旅游企业对旅游者的管理和监督力度,提高旅游者旅游不文明行为的道德成本,让旅游者自觉地杜绝旅游不文明行为。

(第一作者系该系教授、博士生导师,第二作者系该系博士生;收稿日期:2016-07-04)

## 不文明旅游的“误”与“解”

胡 静<sup>1,2</sup>

(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 - 5006.2016.08.005

当下,素有礼仪之邦的中国,文明旅游却成为一个全民考题。经过国内外主流媒体和社交媒体的不断曝光和反复讨论,人们对国人旅游中的“不

文明行为”自是“心有戚戚焉”,予以不同的关注视角和研究解读。

中国旅游研究院武汉分院2014年年底对文明旅游开展了专题研究,以“不文明旅游”为关键词,在重要的新闻媒体平台(如凤凰网、新浪网)上采集2013年3月至2015年4月关于“不文明旅游”的562条新闻报道,利用ROST CM6软件对其进行内容分析,统计前100个高频特征词,以此探查不文明旅游的基本情况(表1)。

由表1可知,“文明旅游”关乎个人修为、集体意识、文化制度、公共秩序、社会环境等诸多方面。其中,不文明旅游行为主要表现在影响他人或损人利己行为,如不遵守交通规则、公共场所大声喧哗、插队拥挤、胡乱涂鸦、乱扔垃圾、乱拍照等;或是由于文化差异导致的触禁行为,违背民族地区或其他国家的风俗习惯等。

研究表明,“游客”和“导游”是“不文明旅游”问题中最容易被关联的行为主体;“景区”是“不文明旅游”问题的高发地;“中国”和“出境”等高频词则说明,在中国游客出境过程中所发生的不文明行为最容易被舆论所关注。此外,“不文明旅游”问题发生的时空特征明显,表现在“国庆”“春节”“景区”“景点”“目的地”和“酒店”等高频词上。

旅游中的不文明现象使中国国家形象和公民素质形象蒙羞与损害,但由不文明旅游现象直接推导出国民素质低下,并将“不文明行为”与“旅游活动”硬性扭结在一起的片面认知与误解,值得关注。为廓清这一简单逻辑结论和笼统认知倾向,进一步洞悉舆论喧嚣中“不文明旅游”问题的深层次因由,需要解构与透视“不文明旅游”层层行为表现背后的本质,从而为解决不文明旅游问题寻求因应之策。

### 一、文化、文明与文明旅游

人之所化,谓之文化;化之所成,谓之文明。按照存在主义的观点,文化是对一个人或一群人的存在方式的描述,包括人们在这种存在过程中的言说或表述方式、交往或行为方式、意识或认知方式。英文中的文明(civilization)一词源于拉丁文“civilis”,原指“城市化”和“公民化”,可引申为“分工”“合作”,分工与合作的有序前提是责任与规则。文化表现为方式,文明体现着价值。任何文明的背后,都有价值观作为支撑。公民的责任意识、规则意识和道德感直接决定了一个人的行为举止,一群人的存在方式。一旦违背人类共同的价值观,

表1 主要新闻媒体“不文明旅游”新闻样本前100个高频特征词词频统计

次序	高频词	频次	次序	高频词	频次	次序	高频词	频次	次序	高频词	频次
1	旅游	4374	26	规范	351	51	自觉	170	76	遵守	111
2	游客	3583	27	法律	332	52	全国	164	77	意见	104
3	文明	3135	28	提醒	316	53	规定	161	78	监督	104
4	导游	1171	29	秩序	269	54	提示	156	79	参与	101
5	中国	1156	30	培训	256	55	良好	154	80	负责人	100
6	行为	1018	31	公共	249	56	尊重	152	81	酒店	100
7	景区	884	32	制度	246	57	目的地	147	82	饭店	98
8	宣传	854	33	文化	246	58	约束	145	83	完善	98
9	出境	788	34	市场	245	59	落实	144	84	检查	92
10	不文明行为	746	35	企业	239	60	依法	142	85	监管	92
11	旅行社	717	36	意识	234	61	诚信	140	86	知识	92
12	旅游局	709	37	组织	233	62	团队	140	87	质量	88
13	引导	683	38	旅游法	222	63	公约	140	88	创建	78
14	国家	628	39	问题	216	64	公益	138	89	到此一游	78
15	出游	591	40	影响	210	65	协会	136	90	讲解	77
16	公民	564	41	现象	210	66	习惯	132	91	主动	76
17	素质	559	42	安全	204	67	道德	131	92	国家形象	75
18	服务	504	43	建设	195	68	喧哗	127	93	卫生	74
19	提升	433	44	景点	193	69	自身	127	94	举止	71
20	教育	416	45	媒体	188	70	处罚	126	95	执法	68
21	管理	407	46	国庆	186	71	志愿者	125	96	考核	65
22	倡导	395	47	春节	184	72	指南	124	97	水平	62
23	社会	356	48	合同	184	73	交通	120	98	星级	52
24	环境	354	49	黑名单	180	74	曝光	117	99	呼吁	48
25	垃圾	352	50	礼仪	172	75	氛围	116	100	信用	47

就会被视为“不文明”。

在旅游活动中,“无穷的远方,无数的人们,都和你有关”,天南海北的人们因旅游而联系在一起,自然需要彰显出人类的共同价值,即文明性。文明旅游则是指游客及旅游从业人员在旅游活动过程中遵守旅游公共秩序,其言谈举止符合法律法规和道德行为规范的行为表现。笔者认为,文明不应是强加于己的外在戒条,文明旅游需要体现:“植根于内心的修养;无需提醒的自觉;以约束为前提的自由;为别人着想的善良。”

## 二、不文明旅游的“误”

### (一)误判:冷对陌生“他者”,公共空间意识欠缺

“公共空间”是自我与陌生的“他者”相遇的场所,其核心是建立在差异和交换之上的公共生活。每个人在公共生活中有各自的责任与义务。为使公共生活实现有序,须用各种“契约”对人的行为予以有效的约束,保障社会共同体中每一个体的合理利益关系。中国传统文化对此则一直较为黯然。

中国传统社会“家国同构”的模式与精神绵延数千载且影响根深蒂固,更多强调以地缘或血缘为基础构建形成的群体意识与集体人格,人们要上忠于“朝廷”,下孝于“家庭”,忠孝两全则大义彰显,却对“两廷”之间辽阔的社会公共空间选择了不自觉的漠视与回避。中国传统伦理重“血缘亲情”与“孝悌仁义”,行为处事依赖于“熟人关系”与“熟人社会”,对“亲缘”“熟人”之外的陌生“他者”,许多中国人心存警惕或是毫不在意,缺乏足够的信任与关照。由此逐渐影响形成了人们社会行为习惯上的缺憾,身临“公共空间”其境而无感,很多时候无意识地错误判断公共空间为自我天地,恣心所欲,往往在单纯追求“为己”时容易膨胀为“损人”举动,公序良俗受到破坏和挑战。

### (二)误为:个人修为不足,规则与诚信意识淡薄

旅游,是一种休闲生活方式,异地性与暂时性特征明显。在旅游活动过程中,人们在较短暂的休闲期间踏入相对陌生的社会环境,离开“熟人社

会”，行为容易失范。对于旅游者而言，在旅游过程中几乎是“无姓名”的个体存在，且“无责任”的义务约束，因此当个人修为不足、规则意识淡薄时，就常常会出现一些道德感弱化、责任约束松弛、违背公序良俗等错误行为。

由于诚信机制的缺乏，部分游客提防旅游服务人员欺客、宰客，无暇顾及自身不良习惯；部分旅游服务人员则“雁过拔毛”，依靠宰客、回扣营利，对不文明旅游经营行为不以为意；甚至有极少数公民的价值取向紊乱、品行低劣，纯粹害人或损人利己，在旅游活动中有意识地“行为失范”。再者，我国用于保障公众休闲质量的公共产品和公共服务还未达到十分充足的程度，部分公民长期对公共资源存在抢占、乱占、违占意识，公共秩序感淡薄，更由于一些旅游公共服务设施不齐全，进一步促发游客不自觉地产生“不合作”心理和“不文明”行为。

### （三）误解：难逾文化鸿沟，误会与冲突相互交织

旅游不文明行为的背后不仅源于游客本身文明素养的缺乏，部分旅游从业人员的失职和相关监管与惩戒的缺位，更折射出中西文化鸿沟的绝对存在与跨越之难，以及在西风东渐的背景下中国传统文化价值观的式微与失落。

由于不同文化思维方式、生活习惯以及宗教信仰、社会制度等诸多方面的差异，旅游者在跨文化旅游活动中有着不同的文化理解与反应，将不可避免地面临各种文化敏感、文化冲突与文化障碍。部分外国人在看待中国游客的不同生活、出行习惯上持有怀疑、否定的态度，引发了不少文化误会。如“中国游客”的污名化，公共场所大声喧闹、不守规矩、入乡不随俗等逐渐成为中国游客的“标签”。究其原因，固然有游客个人的因素，但亦有社会体制、文化教育、社会传统等多重因素，不少“不文明”行为可视为集体的无意识失范。如国人在旅游途中就餐时喜欢热闹地聚在一起边吃边聊，公共场合朋友见面大声寒暄表示亲热，购物商场买东西时呼唤友堆挑挑、砍价，在西方人看来都显得嘈杂无序并影响他人，视为不文明的行为表现。可以说，一方面国人还缺少文化自觉与担当，另一方面，他国对中国文化也还缺少足够的理解与宽容。

### 三、不文明旅游的“解”

如今，文明旅游关系你、我、他，已经成为社会共识，以文明旅游为荣、不文明旅游为耻的社会氛围渐浓。为营造文明、和谐、舒适、友善的旅游环

境，需要从顶层设计入手，法律硬要求与道德软控制并重，公众参与和媒体监督同行，共同根治不文明旅游行为。

### （一）培养并发展尊重“陌生”他者的公共空间意识

“公共空间意识”是现代文明的标志之一，是中国社会必须跨越的一道“现代化门槛”。现代社会生活空间大为扩展，人与人之关系进一步走出地域限制、走向更为广阔的世界，需要把周边的熟人和陌生的“他者”都放进自己的视角，培养兼顾他人的公共空间意识，杜绝将公共空间错误视为自我天地。

为此，一是要发展主体意识，学会尊重他人。引导人们形成和发展主体意识，意识到在“我”之外，还存在有“他者”，构建普遍平等的公共性伦理关系，让所有个体的权利、尊严和价值得到公平的对待，使得“人人相善其群”。二是要涵养公共空间意识，在宏大的社会公共空间之中把握权衡好个人自由和他人权益的关系，正确处理好个人细小行为，“莫见乎隐，莫显乎微”，以防对陌生的“他者”形成无意伤害或利益冲突，建立一套能充分体现尊重陌生的“他者”的行为规范。

### （二）强化公民的规则与诚信意识

“礼义廉耻，国之四维，四维不张，国乃灭亡”。部分国民在旅游活动中所表现出来的不文明行为凸显了社会转型期公民素质成长中的矛盾，反映出物质的富足尚未匹配其精神的丰盈。国人在享受国富民强之下的旅游权利的同时，应当积极履行文明旅游的责任义务，在旅游活动中要严格遵守社会公共秩序和社会公德，做文明旅游的实践者、传播者。

为此，一是要以制度强约束，严厉制裁旅游不文明行为。制定出台科学的《中国公民出游行为指南》，要继续完善《旅游法》，使出游管理有规范，行为有依据。明确旅游者和导游领队文明旅游的法律要求；指导旅游相关行业组织健全完善规范，引导从业人员履职尽责；依法重典整治旅游不文明行为，措施有力，严格执法。积极协调有关部门和企业，探索将旅游企业、导游领队、游客的信用记录逐步纳入社会征信系统，实现信息互通与共享，提升规则的约束力。二是要以道德软控制，促进文化自觉、国民自觉，加快培育与养成旅游新民。旅游活动中各方主体都按照规则做事、诚信做人，才能有效保障每一个旅游参与主体的利益。这需要将旅游生活作为文明向善的实现路径，开展长流水、不

断线、多形式的国民道德和法制教育,强化公民的规则意识与诚信意识,使其“从心所欲不逾矩”。

### (三)推动文化交流,尊重和理解文化差异

文化“必定有异”并“必须存异”,通过交流、融合,归于“存异”。在全球化背景下,旅游成为人们进行跨文化交际的重要载体,其涉及面广、实效性强。跨文化旅游主客双方必须意识到国家间、民族间文化差异的存在,努力推动文化沟通和交流,相互包容和体谅、彼此尊重和理解。

为此,一是在官方互动和民间交流方面,积极开展各类文化旅游交流互访活动,不断增进对彼此文化意涵与特色的了解,逐渐熟悉对方的文化背景以预见并化解可能出现的文化冲突。二是要充分借鉴国外成功经验,加大文明旅游的告知的力度,借助旅游告知、出行提示卡等出团标准化内容,宣介旅游目的地文化传统、风俗习惯及禁忌事项,“入国问禁,入乡随俗”,减少旅客的不文明行为。三是培养并提高旅游从业人员跨文化交际素质和能力,提倡其换位思考,采取灵活的方式,以包容的心态,消除文化差异引起的误解。

### (四)完善度假时间安排与旅游地管理的人性化设计

目前,我国公民休闲度假时间多安排在春节黄金周、暑期和“十一”黄金周等公共假期,亿万公民的休闲需求在这几个时间节点集中释放,旅游景区、交通、食宿等旅游公共产品与服务的有序供给愈发紧张,引致不文明旅游行为层出不穷,也给旅游目的地带来极大的管理和安全压力。

为此,一是要真正将《国民休闲纲要》提倡的带薪年假制度落实情况纳入各级政府议事日程,重点推进错峰休假,鼓励有条件的地方和单位实行“2.5天周末”或夏季弹性作息;二是旅游目的地要加强旅游信息网络平台、旅游交通、自驾车营地等设施建设,在公共服务设施的数量、设计合理化和使用便捷性等方面细致考虑游客需求;三要依据《旅游法》和《景区最大承载量核定导则》要求,景区景点设置最大承载量,以保障游客安全,提高游客游览舒适度,减少游客与游客之间、游客与导游之间、游客与旅游管理者之间的矛盾和冲突,防止不文明行为出现;四是要对重要节假日的高速公路免费政策进行精细调整,兼顾免费与畅通,改堵为疏,真正“以时间换实惠”。

### (五)舆论媒体的正面宣传倡导与负面效应调控

在当今时代,舆论媒体是社会景象形态的一面“透视镜”。在旅游活动中发生的不文明行为更多涉及的是社会公德而非触及法律,一些旅游不文明行为是在不知情或是沟通不善下的“无意”行为,但在部分媒体网络的大肆报道和渲染下“瞬间”即能“石化”成“反面典型”,使人们对于旅游的感知有所污名或抵触倾向。这就更需要包括舆论媒体在内的全社会共同监督、文明教化、合理疏导。

一方面,通过互联网、电视、广播、报刊等媒体,倡导文明旅游,客观报道相关单位、机构、行业、个人为促进文明旅游展开的活动或工作,在全社会内积极营造文明旅游的氛围,积极传播文明旅游工作中的正能量。另一方面,在报道、揭示、评论不文明旅游现象问题过程中,媒体应保持客观冷静的目光将事件真相展示在大众面前,直面揭穿、解析和谴责各种不文明旅游现象及不良效应,不去刻意夸大、歪曲、颠倒事实真相,须知传播心态的不文明有时甚至比不文明旅游事件本身对社会的伤害更大。

(作者系华中师范大学教授、博士生导师,中国旅游研究院武汉分院院长;收稿日期:2016-07-04)

## 全域旅游背景下的文明旅游路径依赖

黄细嘉,李 凉

(南昌大学旅游规划与研究中心,江西 南昌 330031)

Doi: 10.3969 / j.issn.1002 - 5006.2016.08.006

### 一、全域旅游:旅游实现方式呈现新特点

进入“十三五”,我国旅游业从景点旅游向全域旅游模式转变,全力对接大众旅游时代。在一定区域内,以旅游业为优势产业,进行全方位、系统化优化提升,实现区域资源有机整合、产业融合发展、社会共建共享,以旅游业带动和促进经济社会协调发展的区域协调发展理念和模式,强调实现地域整体、要素组合、社会全员共建旅游业,实现景点内外一体化、整体环境生态化、整体氛围文明化、整体产业协调化。

相比景点旅游,全域旅游的旅游实现方式呈现出新的特点:(1)旅游选择自主化。面对多元产品、多样线路、多维形式,旅游者在旅游实现方式选择上主要依靠自主决定。(2)旅游出行智慧化。全域旅游通过智慧旅游公共服务系统为游客提供快捷方便的资讯、预订、引导、指示、解说等,游客通过自助就能来一次“说走就走的旅行”。(3)旅游服务全员化。全域旅游强调目的地居民的参与度,意味着

全体居民都有可能成为旅游接待服务者,真正实现“人人都是旅游形象、个个都是旅游风景”的全员旅游服务体系。(4)旅游过程人本化。在全域旅游地,通过旅游要素网络化、接待设施宜人化、管理服务人性化、旅游经营诚信化的设计,满足游客个性化需求。游客与社区居民、旅游经营服务者频繁互动,全方位沟通,深入交流,得以预先避免、及时化解或理性解决旅游活动中出现的矛盾。

## 二、谁的文明? 全域旅游背景下文明旅游主体多元化

任何时代都会存在旅游不文明现象,出现旅游者随地丢弃垃圾、乱写乱画、侮辱旅游服务人员,旅游从业者宰客、破坏生态环境等行为。由于旅游活动的广泛性,不文明现象屡见不鲜。习近平主席在2014年9月访问马尔代夫时说:“要教育我们的公民到海外旅游讲文明。矿泉水瓶子不要乱扔,不要去破坏人家的珊瑚礁。少吃方便面,多吃当地海鲜。”

在《旅游法》中,文明旅游作为需要旅游者、旅游企业共同承担的社会责任被多次提及,但其涉及的文明旅游主体只有旅游者和旅游经营服务者,不能完全反应我国旅游新业态现状,需要对文明旅游主体有更全面的认知。

全域旅游模式下,全民共享共建新型旅游目的地,强调旅游相关要素配备完善、全面满足游客体验、具备综合性和开放性,做到人人都是旅游形象,大大拓展了文明旅游参与主体的范畴,由以往的旅游者、旅游经营服务者扩展至包括规划建设者、管理者、目的地居民、旅游投资者在内的多元化主体。

规划建设者应本着以人为本原则,将区域所有资源纳入旅游资源体系,为其他参与者提供特色、绿色、协调、开放、共生的全域旅游规划,建设优质的旅游环境。管理者作为旅游目的地的有形调控之手,既要兼顾居民生活需求,还要满足游客旅游需求。如何行使管理职能标志着旅游目的地文明旅游的程度。杜绝庸政懒政怠政,整治旅游目的地环境,构建完备的公共服务体系,培养目的地居民文明旅游意识,维护旅游者利益并对旅游者行为举止进行监督,是营造文明旅游目的地氛围的明智之举。

在景点旅游模式下,旅游目的地居民一般游离于景区之外,或是旁观者,或是局外人,无法享受旅游开发带来的收益,却要忍受不文明旅游带来的恶果,造成游客与居民冲突不断。在全域旅游模式下,目的地居民共享旅游带来的收益,维护旅游发

展成果;主动维护生态环境,配合管理者行动,持包容心态接纳旅游者,不欺诈、不宰客,用文明的行为方式,获得旅游者尊重,提升目的地形象。旅游投资者对文明旅游同样起着关键作用。对旅游资源行使代理管辖权的各级政府,往往会委托投资主体对资源进行开发建设和经营,旅游投资不是做公益,必然追求投入产出效益。在利益博弈过程中,投资者势必因开发方式、利益分享机制、资源使用方式与政府、当地居民等其他利益相关者产生矛盾。全域旅游背景下,要求投资者在追求利润与效益时,具备共建共享观念,合理使用资源,优先进行生态保护,与目的地居民和管理者建立合理的利益分享机制,减少冲突,建立长效、生态、稳定的产出机制。

## 三、怎样的文明? 旅游形态和旅游行为方式的文明

何谓文明?从生存方式讲,文明是人类在满足自己生活需求时,以何种态度、方式、行为,创造和满足人类精神需求的表现;从文化层次讲,文明是对整个社会存在形态和主流价值观的综合性表述;从伦理道德讲,体现在人、自然、社会三元互动中,即将人作为掠夺自然资源的征服者的冲突伦理,转变为人应以满足的心情栖息在大自然中的互补伦理。

文明旅游是旅游主体在参与旅游过程中,具备文明感知、情感、知识、责任的文明行为的综合,其本质是人类文明和社会文明在旅游活动和经营中的体现,是旅游者和利益相关者作为主体表现出的人-人、人-物、人-地和谐关系。但作为目标导向时,它还是旅游的高级阶段,也是建设生态文明建设的重要途径。

文明旅游范畴甚广,但主要体现在旅游形态和行为方式。不断延伸的旅游触角,不但让旅游产品层出不穷,而且使新形态异彩纷呈。旅游新形态必须融入文明旅游元素,实现生态化、绿色化、低碳化发展。做好生态参与、乡村生活、工矿科普、农业体验、文化互动、演艺活动、城镇休闲等新业态发展,就是努力实现旅游形态高级化和文明化。

行为方式主要表现为主体在实现行为目标过程中所采用的方法或者所通过的途径,由行为主体、手段、对象三者构成。引申到旅游行为方式,可以解释为旅游主体在旅游参与过程中的行为模式或者行为方式。恪守文明思想,遵守社会道德、法律法规,对目的地资源、环境、其他旅游主体及自身

没有造成不良影响,有利于旅游业和谐发展的行为模式,就是文明旅游行为模式。各旅游主体在生态、绿色、低碳发展意识指导下,在旅游过程中,尊重生态环境、旅游资源、其他旅游主体,不损害公共和他人利益,能够给旅游发展带来积极影响的行为方式,都是文明健康的旅游行为方式。通过顶层设计,合理利用资源,在不破坏生态环境基础上,使用环保材料,夯实硬件建设,打造良好人居环境;以良好精神风貌参与旅游活动,用诚信态度,温暖言语,磊落行为对待和接待其他旅游主体,对他人进行监督和指正,都是文明旅游行为的表现。

#### 四、如何文明? 全域旅游导向的文明旅游实现路径

文明旅游是旅游方式、行业、产业的文明,因此,文明旅游的实现就需要旅游规划、建设、管理、服务接待、消费等不同环节的保障。首先,旅游规划要秉持项目规划民主化与产品设计开放化方式,确保宜人化的体验设计;其次,旅游建设要在全境配置均质公共设施,推进旅游基础设施和功能配套景城一体、城乡一体,打造宜居、宜游、安全的旅游设施体系;第三,旅游管理应以人为本,引入专业化的管理服务PPP体系,实施标准化、规范化、精细化管理,既确保有序运行,又能兼顾各利益主体权益;第四,旅游接待要提供个性化、超常化、针对性的服务;最后,旅游消费者应尊重原住民和旅游经营者,做行为自律规范的文明游客。只有环环相扣,上下相承,达到良性循环,才能实现文明旅游。

文明旅游的实现,还需要以下支持性措施:一是完善法律法规,规范旅游行为。《旅游法》既没有全面涵括文明旅游主体,也没有规定文明旅游主体的权利及义务,更没有明确界定不文明行为的后果,威慑与约束作用有限。建议完善法律法规,对目的地用地各参与主体行为规范进行分类,明确权利与义务。二是强化文明意识,普及文明常识。开展全民文明旅游教育,通过媒体,对不文明旅游行为实行全民监督,对情节恶劣的不文明行为要及时曝光,引发公民反思和讨论,起到警示作用。巴特

勒说过,“无礼是无知的私生子”,文明旅游行为的实现还离不开文明知识和常识的普及。让游客熟悉目的地宗教信仰、风俗习惯,防止因生活习惯和行为方式不同产生误会性冲突。三是完善执行机制,落实惩处措施。胡适曾说“一个肮脏的国家,如果人人都讲规则而不是空谈道德,最终会变成一个有人味儿的正常国家,道德自然会逐渐回归。”文明旅游的实现,需要建立包括各文明旅游参与主体在内的旅游诚信档案,需要有完善的惩处办法和旅游综合执法机制保障。景区的保安员,不具备执法权,需要组建旅游警察队伍,负责旅游市场治安,配合相关部门开展市场监管,对各类违反规定的行为实施警告、罚款、拘禁等严格处罚措施。四是行业组织发力,助推文明旅游。制定文明旅游行为章程,对旅游参与主体进行自律监督,约束自身行为举止,确保合乎规范的经营和服务,直至养成文明旅游惯性。

综合上述的环节保障和支持性措施,可以揭示出全域旅游背景下文明旅游实现的路径依赖:旅游规划的科学化和人本化→旅游设施的舒适化与宜人化→旅游社区居民的关联化与好客化→旅游环境的生态化与人文化→旅游管理的制度化与法制化→旅游服务的人本化与个性化→游客行为的自觉化与自律化。

(第一作者系该中心主任、教授、博士生导师,第二作者系该校研究生;收稿日期:2016-07-06)

[责任编辑:吴巧红;责任校对:刘 鲁]

#### · 预 告 ·

2016年第9~12期笔谈主题:

第9~10期 主持人:马 勇,钟林生

旅游生态效率与美丽中国建设

第11~12期 主持人:蔡利平,杨振之

旅游与健康、养生

欢迎踊跃投稿。