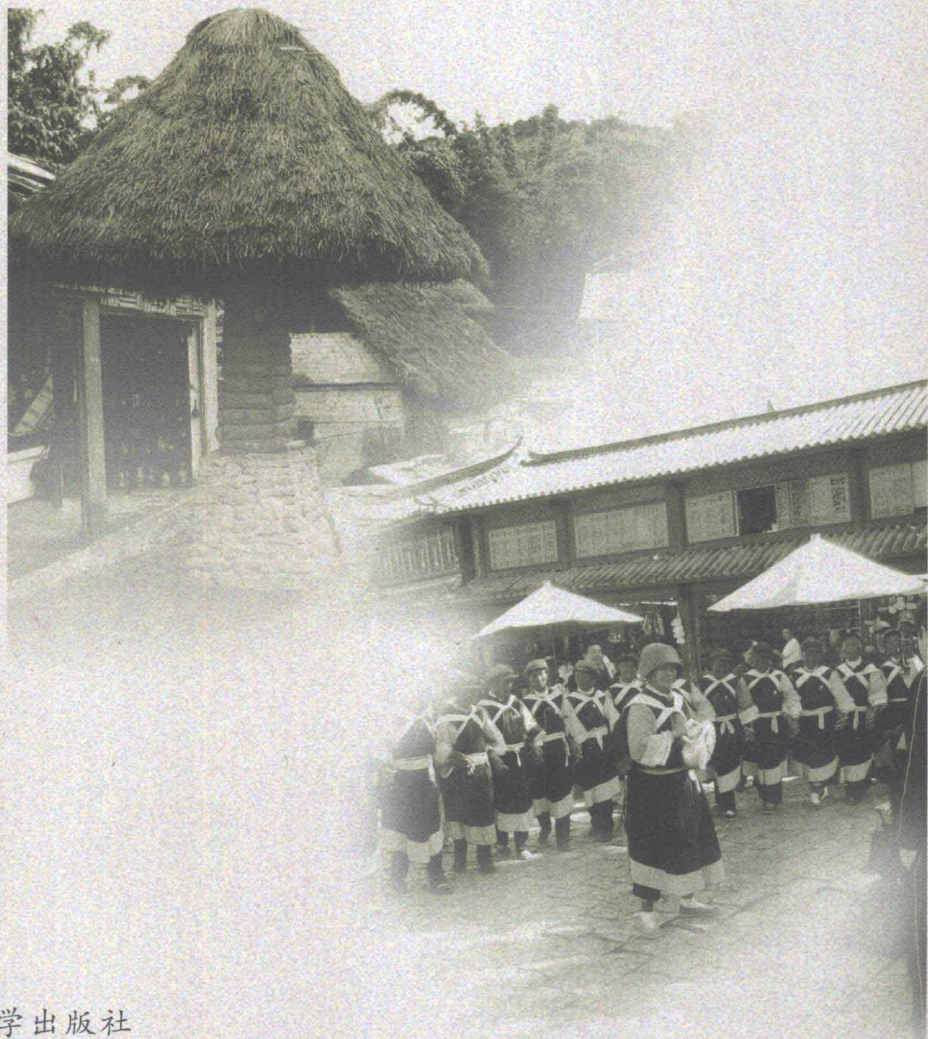


旅游解说系统 的理论与实践


明庆忠 陈亚攀 主编



云南师范大学学术文库
云南师范大学文理学院学术文库

旅游解说系统的理论与实践

明庆忠 陈亚攀 主编

 云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游解说系统的理论与实践/明庆忠, 陈亚攀主编.

昆明: 云南大学出版社, 2007

ISBN 978 - 7 - 81112 - 450 - 7

I. 旅… II. ①明…②陈… III. 导游—研究

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 202387 号

旅游解说系统的理论与实践

明庆忠 陈亚攀 主编

组稿编辑: 蔡红华

责任编辑: 冯 峨

责任校对: 严永欢

封面设计: 薛 峥

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 云南大学出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 16.25

字 数: 300 千

版 次: 2007 年 9 月第 1 版

印 次: 2007 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 81112 - 450 - 7

定 价: 36.00 元

云南大学出版社地址: 云南大学英华园内 (邮编: 650091)

电 话: 0871 - 5031071 5033244

网 址: <http://www.ynup.com>

E - mail: market@ynup.com

前 言

西方学术界对“解说”的研究较早，主要从解说哲学的角度对解说进行研究。随着社会需要的发展，解说理论由理论探讨走向社会应用。解说理论被广泛地应用于环境解说和旅游解说领域。特别是大众旅游的兴起，极大地推动了旅游解说的发展。旅游解说被广泛地应用于旅游活动之中，以帮助游客观光、学习、感受，向游客诉说某一景观的景色与历史背后的故事，帮助游客透过第一手的体验看到非本能所见，并获得启发。目前，我国对旅游解说系统的研究较少，而其作为旅游地持续发展的基础理论和重要理论，需要我们对它进行系统研究，并加强应用研究。

本书以旅游景观的话语研究为基点，探讨旅游解说系统的要素、结构、性质、功能，以及构建等的基础理论，并对主题公园、生态旅游区、民族文化旅游社区，以及遗产旅游区等四个不同旅游地类型进行应用研究。

此书的编写基于对昆明世博园旅游解说系统的研究。在这项研究中，世博学院（现为文理学院）120名旅游专业的学生参加了工作，他们对世博园景观进行分类，对世博园各类景观的游客偏好、游客行为特征等进行了2000份问卷调查，并按照景观的游客吸引力指数的高低把景观类型进行排序，分析世博园游客景观偏好，并在此基础上编写世博园旅游解说词。解说词主要从景观类别、景观的旅游吸引力指数、景观的构景要素、景观特色、景观的文化背景与内涵、景观的审美等方面进行构建。随后这些学生在世博园做了一年的导游工作，用自己建构的解说词进行导游解说，他们的解说获得了游客的高度赞赏。学生们的工作使老师们深受鼓舞，因此，云南师范大学文理学院旅游系与云南师范大学旅游与地理科学学院联合，把此项目的研究拓展为“旅游解说系统理论与实践”的研究，并最终形成本书。

感谢文理学院学术委员会主任熊若蔚教授对项目研究的指导和对此书的大力支持与关怀。感谢杨世红、杜国海副院长的帮助与支持。感谢参加项目研究的文理学院学生：周莎莎、蒋玲、郭捷、唐敏、杨君、霍佳、李维亭、

杨松林、李麟、陈茜、刘佩兴、张燕青等 120 名同学。

由于本书作者大多是青年教师，再加上研究内容新、资料有限，因此在编写中难免存在问题。殷切希望广大读者提出批评和建议，以帮助我们进一步修改、完善。

本书撰写成员及分工如下：

第一章 陈亚颀（旅地学院、文理学院）

第二章 张兴燕（文理学院），周 冰（旅地学院）

第三章 明庆忠（旅地学院），黄丽娟（旅地学院）

第四章 易 琳（文理学院），余明九（科研处）

第五章 王周红（文理学院），许 伟（外语学院）

第六章 陈亚颀（旅地学院、文理学院），张兴燕（文理学院）

第七章 陈亚颀（旅地学院、文理学院），苏 平（文理学院）

第八章 蔡定昆（文理学院），尹 耀（云南省旅游局）

第九章 吴静激（文理学院），苏 平（文理学院）

第十章 李 倩（文理学院），张兴燕（文理学院）

作 者

2007 年 6 月 26 日

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游解说系统的理论基础	(1)
第一节 解说理论	(1)
第二节 旅游景观的话语特性	(5)
第三节 旅游解说系统	(14)
第二章 旅游解说受众	(21)
第一节 旅游解说受众的属性分析	(21)
第二节 游客对旅游解说的需求分析	(30)
第三节 游客的旅游解说需求类型	(33)
第三章 旅游解说对象	(37)
第一节 旅游解说对象及其分类	(37)
第二节 旅游解说对象的特征	(46)
第三节 不同旅游解说对象的解说方式	(48)
第四章 旅游解说	(55)
第一节 旅游信息传播	(55)
第二节 游客中心	(59)
第三节 标识牌	(62)
第四节 旅游景区景点的网络展示	(69)
第五节 音像解说	(74)

第六节	印刷物解说	(78)
第七节	旅游导游解说	(83)
第五章	旅游解说系统的功能	(92)
第一节	旅游解说系统的服务功能	(93)
第二节	旅游解说系统的教育功能	(96)
第三节	旅游解说系统的使用功能	(100)
第四节	旅游解说系统的审美功能	(102)
第五节	旅游解说系统的保护功能	(105)
第六章	旅游解说系统的构建	(110)
第一节	旅游解说系统构建的研究现状	(110)
第二节	旅游解说系统构建的基本原则	(111)
第三节	常用的旅游解说系统构建模式	(114)
第四节	旅游解说系统构建的方法与程序	(120)
第五节	旅游解说系统与旅游可持续发展	(129)
第七章	主题公园旅游解说系统构建的理论与实践	(144)
第一节	主题公园	(144)
第二节	主题公园旅游解说系统的构建	(147)
第三节	昆明世博园旅游解说系统构建的实践	(150)
第八章	生态旅游区旅游解说系统构建的理论与实践	(165)
第一节	生态旅游与生态旅游区	(165)
第二节	生态旅游区旅游解说系统的构建	(181)
第三节	实践案例	(192)
第九章	民族文化旅游社区旅游解说系统构建的理论与实践	(199)
第一节	民族旅游与民族文化旅游社区	(199)
第二节	民族文化旅游社区旅游解说系统的构建	(206)
第三节	实践案例	(215)

第十章 遗产区域旅游解说系统构建的理论与实践	(220)
第一节 遗产区域与遗产区域旅游	(220)
第二节 遗产区域旅游解说系统的构建	(228)
第三节 实践案例	(241)

第一章 旅游解说系统的理论基础

第一节 解说理论

当你驾驶汽车出游时，交通指示牌是你不可或缺的向导，它帮助你到达目的地；当你拿到一种新药，你首先是想到阅读说明书，再按照说明书的要求服药；当你参观一处景点时，导游可以引导你旅游，你也可以在无导游的情境下借助景点宣传资料自主旅游；当你看一部电影，你必然要通过电影的图像、配音、灯光、音乐等产生与电影情节或喜或悲的共鸣。其实，解说无处不在，就连你现在正在阅读的这本书也是解说的一种。因此我们对身边的种种解说现象的学习就显得尤为重要。由于解说的种类很多，从广度和深度上来说解说有很大的跨度，它涉及人们认识的方方面面，我们应把研究缩小到一个领域来探究，得出规律性的认识，从而指导我们的实践。

在人们的旅游活动中，由于旅游景观像文学作品一样拥有自己独特的景观话语，景观的话语也同样可以言传、书写、阅读和想象。游客若不能与景观话语共融，景观的旅游价值就得不到充分的发挥和体现。在旅游活动中游客如何去破译那些深层的景观话语呢？旅游解说系统则恰好起到了沟通景观与游客的作用，用旅游解说系统去阐释景观话语，可以让游客在轻松旅游中获得更多的愉悦与体验。

一、解说的产生

解说的起源可以追溯到古代中国。中国文化被认为是世界上最古老的文化。中国人长期以来对自然解说的影响力是非常深远的，Devoe（1946）曾描述过古代中国伟大的哲学家老子在公元前600年曾说过的“道法自然”；

Lin (1940) 也曾论述过, 在中国文学与艺术领域, 有许多方面都建立在对自然的热爱之上。可惜中国人对解说的研究没有转变成实用性的学科, 而仅止于哲学境界 (Zink, 1950)。

人类已知的最早的解说是法国史前人类居住的洞穴中的一幅打猎的壁画 (Wallbank & Taylor, 1942)。这幅画表现了史前人类对自然现象的思考和观察, 如光、火、雨, 以及太阳、星星和月亮的运动等, 从中也反映出他们希望和别人交流的愿望。从这些解说最早期的发展中, 可以看出, 解说首先起源于对人与自然之间关系的认识。而对人与自然之间关系的分析正是解说的一个主要内容。后来很长一段时间, 解说都是由迷信和宗教控制着 (Murray, 1947)。

吴忠宏 (1997) 认为, 解说在历史发展中主要经历了两个有意义的阶段。第一个阶段是古希腊时代 (从公元前 600 年到公元前 150 年), 有三个原因足以说明这个阶段的重要性: 其一, 这是人类首次涉足科学调查领域; 其二, 古希腊人对自然的兴趣不仅仅处于质询, 很大程度上是从哲学和宗教的角度出发的; 其三, 古希腊人运用他们所获得的知识来改善自己的生活。第二个阶段便是文艺复兴时期, 活版印刷术的发明标志着解说发展的第二个阶段 (Encyclopedia Britannica, Inc., 1994)。这一阶段, 诸多自然法则的发现形成了自然解说的基础知识。从早期解说发展的这两个阶段来讲, 也就是在解说作为一种职业和服务之前, 解说的内容便是引导人们理解自然、感受自然。

在 1850 年, 随着工业革命的到来, 普通大众的生活方式发生了转变。人们开始利用闲暇时间寻求休闲娱乐 (Zink, 1950)。这极大地促进了解说的发展。在美国国家公园官方提供解说之前, 一些个人、组织、大学和相关的机构就已经开始提供解说服务了 (Brockman, 1978)。早期国家公园解说服务主要是为游客提供信息, 侧重于自然事物的名称和事实性的介绍, 二战后, 则开始逐渐接受解说大师 Freeman Tilden 的解说概念。

二、解说的定义及构成

(一) 解说的定义

古今中外对于解说有许多种定义, 它们分别从不同角度揭示、阐释解说的特点。

国家解说协会 (National Association for Interpretation, 1996): 解说是在自然、文化、历史资料中, 启发人们感知深层意义及关系的艺术。这里强调

解说是一种艺术。

加拿大解说员协会 (Association of Canadian Interpreters, 现为加拿大解说协会): 解说是专为群众 (主要) 设计的传达过程, 透过对物体、工艺品、景物、或现场的第一手资料, 揭示我们的文化和自然遗产的意义及关系 (Peart, 1978)。这里把解说理解成一种传达过程。

澳大利亚解说协会 (Interpretation Australia Association, IAA): 解说是以传播思想与感觉为方法, 帮助人们充实对他们的世界与个人角色的了解与欣赏 (IAA, 1996)。这里认为解说具有传播和帮助功能。

西班牙遗产解说协会 (Association for Heritage Interpretation): 解说是一种艺术, 启发一般社会大众在休闲时间游览一些地方时能在现场获得自然、文化或历史遗产的深层含义 (Morales, 1997)。这里, 解说具有启发性。

台湾台中教育大学环境研究所所长吴忠宏教授认为: 解说是一种信息传递的服务, 目的在于告知及取悦游客, 并阐释现象背后所代表之含义, 借着提供相关的信息来满足每一个人的需求与好奇, 同时又不偏离中心主题, 期能激励游客对所描述的事物产生新的见解与热忱。

目前, 世界上广泛认同的定义主要是 1957 年 Freeman Tilden 在《解说我们的遗产》(Interpreting Our Heritage) 一书中所下的定义: 解说是一种教育活动, 目的在经由原始事物的使用, 以指示其意义与关联, 并强调亲身的经验和运用说明性方法或媒体, 而不仅仅是传达一些事实性知识。在 Tilden 对解说的进一步研究中, 他认为应该把该定义中的“教育活动”改为“游憩活动”(Randall, 1996)。从而把解说与教育划清了界限。解说并不等同于教育, 而是解说具有教育性。我们知道信息的本身并不是解说, 信息必得经过加工处理, 诠释及再组合包装后才可成为解说。我们可以说解说是基于事实, 经过归纳演绎产生出观点和信念, 再透过解说媒体传达给游客。(张明洵, 1988)

(二) 解说的构成

无论学者们如何阐释和理解“解说”, 从解说构成要素的角度, 解说至少应该包括三个基本的组成要素, 即: 解说主体 (提供解说的机构或个人、解说员等)、解说客体 (解说的事物)、解说对象 (游客或观众)。三者的关系见图 1-1。

解说三要素之间的关系: (吴忠宏, 2000)

解说主体 (A)、解说对象 (B)、解说客体 (C), 三者的关系大致可以分为以下几种情况:

第一种：只是将 C 背诵说出，B 不知 A 在说什么，A、B、C 处在分离状况。

第二种：将 C 稍加消化整理，B 知 A 在说哪件事（知性）。

第三种：增加自己对 C 的实际观察体会、经验，让 B 感受知性与感性之旅。

第四种：透过技巧性引导，使 B 亲自观察 C 的存在。

第五种：透过技巧性群演，使 C 的启示性反馈在 B 的生活经验上，并予以反省思考。

第六种：A、B、C 三者如同演戏一般，导演、主角、配角融合在一台戏中，归于一，共融在大自然一体之中。

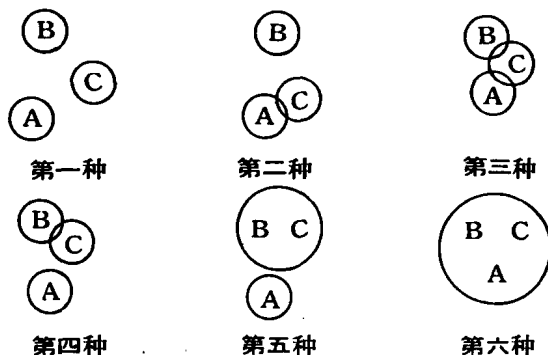


图 1-1 解说员 (A) 听者 (B) 解说事物 (C) 三者关系图
(转引自：吴忠宏，2000)

三、解说的原则

自古以来，许多自然学家、生态学家与哲学家倡导自然解说，以传播自然知识与环境伦理来达到保护自然的目的，这既是自然保护的根本做法，同时也是解说发展的历史渊源。国外有些学者甚至认为，在某种意义上而言，解说就像宗教般的神圣。1977 年解说之父 Freeman Tilden 曾提出解说的六大原则至今仍被世界各国从事解说工作的人广泛应用。

Tilden 从解说哲学的角度认为，解说应该包括以下六大原则：

(1) 趣味性：任何解说活动若不能和游客方性格或经验有关，将会是枯燥的。

(2) 启示性：信息不是解说，解说是根据信息而形成的启示。

- (3) 艺术性：解说是一种结合多种人文科学的艺术。
- (4) 启发性：解说的主要目的不是教导，而是启发。
- (5) 整体性：解说必须针对整体来叙述。
- (6) 对象性：对 12 岁以下的儿童解说时，其方法不是稀释成人解说的内容，而是要有根本上完全不同的做法。

1999 年吴忠宏教授提出解说的六大处方，即：

- (1) 解说旨在沟通，而非说教。
- (2) 解说重在体验，而非介绍。
- (3) 解说贵在分享，而非灌输。
- (4) 解说期在启发，而非教导。
- (5) 解说难在行动，而非感动。
- (6) 解说强调过程，而非结果。

第二节 旅游景观的话语特性

美国宾夕法尼亚大学景观设计学教授安·维斯特·斯本在其所著的《景观的语言》一书中指出，景观也是有自己的语言的。像文学作品一样，景观的语言也可以言传、书写、阅读和想象。当人们在欣赏景观时，若读不懂这些语言，那么这件景观作品的艺术价值就得不到充分的发挥和体现；而解说系统的存在则恰好起到了沟通景观、设计者和欣赏者的作用，这样，就方便了欣赏者更好地体验这些景观，同时也提高了他们自身的审美素养。

一、关于后现代主义的“话语”

“话语” discourse 从语源学上看，来自拉丁语“discursus”。而“discursus”又是从动词 discurrere 变化而来的。动词 discurrere 在拉丁语里的意思是“到处跑”。一个“话语”是一种表达 (utterance)，或一个谈论 (非规定的)，这种谈论的展开或自发的发展不受任何过于严格刻板的意向的阻挠，它向不同的方向发展。在法语的语境中，“话语”相当接近于“闲谈”、“自由对话”、“即席演奏”、“对事实的叙述、陈述”。

(一) 后现代主义的话语概念

作为后现代主义的话语概念，意义多样而复杂，在 Agger (1990: 37)

那里，话语是所有被书写、被言说的东西，所有引起对话或交谈的东西。在后现代思想家福柯那里，话语是其哲学方法中的核心概念。福柯的“话语”概念有广义和狭义之分，从广义来说“文化生活的形式和范畴”都是话语，而狭义的概念则接近于“语言的形式”。本书所用的概念是指狭义的话语概念。福柯狭义的话语概念的独特含义是——“话语”是对严格规范化的反抗、是某种处于遵循语言系统的规范与语言的纯粹个人使用之间的东西。它不同于简单的个别字词的结合，是因为它涉及主体间的关系，“话语”的意义之所以没被完全限制在语言规则中，是因为它的意义来自自由。不仅如此，福柯还赋予话语一种本体论的内涵，即：人类的一切知识都是通过话语而获得的，任何脱离话语的东西都是不存在的，我们与世界的关系只是一种话语的关系。按弗兰克对福柯话语多重含义的认识，话语是某种类似于框架的东西，陈述是话语的重要构成因素。

陈述的特点：

(1) 陈述可以由多种形式的语言来表达，也可以用具有不同语法构成的同一种语言来表达。

(2) 陈述的意义是随时间、地点、环境等条件的改变而改变的。即语境不同就有不同的语义。

(3) 陈述是在特定的关系网络或空间中得到界定的。

(4) 陈述可由不同的主体发出，陈述主体的位置可被不同的主体在不同的时空背景、从不同的角度替代或填补。

在地理学领域，20世纪80年代后期大多数地理学家放弃了实证主义研究，而掀起激进潮流，强调人本主义与后现代主义的问题研究。话语的概念也见于《人文地理学词典》。在此词典中，话语是社会实践的整体。通过它，世界对自己和他人变得富有意义而易于理解，这些框架结构将传说、概念、意识形态和重要实践的特殊综合体包含在内，每个都与一特定社会活动领域相关 (Barnes and Dancan, 1992)。

(二) 话语的特性

1. 话语的嵌入

话语并非随意浮动的独立结构体，而是本质上暗含在日常生活活动中，在其中它们具有重要的结构效力。

2. 话语的移植功能

话语形成了理所当然的世界的轮廓，他们把一种特殊的世界观“移植”并常常是潜在地将之普遍化，并把主体放入其中。

3. 话语的情境特征

话语永远提供部分的、有环境制约的知识，因此，它们具有特殊的权力和知识集合的特征，并总是有待于检验和协商。

总之，尽管话语的意义并没有明确的界定，而且话语的意义又是多元性的，但综上所述，话语的基本特征可以理解为：“人与世界的关系是话语的关系；话语涉及主体间的关系；话语的意义是自由的；话语是框架，陈述是主要构成。”根据后现代“话语”概念的基本特征，可以揭示旅游景观话语体系的基本特征。

二、旅游景观是话语的景观

(一)“旅游景观”实质上是话语的景观

旅游景观是提供游客观赏、娱乐、解读的景观，是自然和文化景观的综合文本，后现代主义者认为文本（Text）指所有现象、所有事件，每一个事物都是一个文本。旅游景观作为自然和人类意义的贮藏所，具有深刻而丰富的内涵，它不仅可以被书写而且可以被言说，因此，旅游景观实质上是话语的景观。

旅游景观是由话语写就的文本，它的书写是自然和人文作用的历史叠加过程，它们各按其规则将其景观话语积淀于景观中，并以综合的话语形式表达出来，传播给游客，即旅游景观的自构话语。任何旅游景观都有其自身的话语意义。自然景观是长期地质历史时期在自然因素的综合作用下形成的，在一定时段上自然景观的综合表现。它是由自然力所书写，反映着自然因素在地表的历史叠加过程。其话语反映它的景观意义。如：庐山，曾在200多万年前经过第四纪冰川的“洗礼”，造就了冰漏斗、U形谷、冰积物等冰川地貌，使庐山具有怪绝嶙峋的岩石，层出不穷的奇峰，襟江带湖的峰峦中，随处可见悬崖峭壁，云海趣雾，飞瀑银泉，幽林狭谷。石林堪称“造型地貌天然博物馆”，是世界上最典型的喀斯特地貌景观，也是中国四大自然景观之一。文化景观是人类长期历史文化作用于地表的结果，是各时段文化作用的积淀过程的综合表现。每个文化景观都独特地反映出创造它的文化。其文化景观的意义通过文化的特定话语来表达。如故宫的文化景观话语：黄墙碧瓦的故宫表示中国明清时期帝王的居所。高墙深宫，宏伟的殿堂，庄严肃穆，具有很强的威慑力，表示皇宫圣地不得造次；豪华酒店的话语则表示这是需花费大量金钱才能享乐的场所；土耳其的特洛伊古城遗迹和特洛伊木马蕴涵着一个美丽动人的希腊神话故事；古埃及金字塔表明这是埃及法老的

寝陵。

旅游景观的话语意义蕴涵于景观之中，有表层意义和深层意义之分。表层意义是游客可直接感知的景观意义，是景观表层直接表现的直观意义；深层意义则是要通过规划师设计的解说系统，游客才能解读的景观意义。

（二）游客与旅游景观的关系是话语的关系

旅游景观的话语文本能够引起旅游景观与游客的对话，旅游景观话语可由游客（读者）在每次解读中再次对之书写。这个开放的文本欢迎解释和再解释。如溶洞中的钟乳石景观，有的游客注重形成解释，有的游客注重外表形状想象，而在形状的想象中，不同的游客又有不同的想象。通过导游、解说牌等的一定的景观解说，游客又可在自己的景观话语感知的基础上形成特定的景观话语。这就构成钟乳石景观的不同的游客景观话语。游客（读者）在其旅游经历中感受、建构和创造不同的景观话语。游客相当于读者，可在不同的文化背景下解读、建构和创造旅游景观的意义，与旅游景观进行对话，即游客的景观话语。游客在旅游景观中活动，并对旅游景观产生影响，而旅游景观则给游客提供信息和感受。同一旅游景观对不同的游客来说具有不同的话语意义，每个游客都以自身的文化背景解读景观，如对北京颐和园中的苏州街，来自苏州的游客认为其景色普通，形似而无神韵，无景观实体所提供的景观话语感受的意义丰富，旅游感受一般，甚至不好。而对于来自别的地区的游客而言，却能感受到“小桥、流水、人家”的玲珑美景。每个游客都是以自身的背景、以自身对景观的偏爱和对景观刺激的敏感来感受景观的。如对旅游建筑物的刺激敏感。有的游客偏爱颜色，对颜色的刺激特别敏感；有的偏爱形制，对旅游建筑物的建筑形式特别敏感；有的偏爱建筑物的建筑材料，有的偏爱旅游建筑物的整体景观和氛围等。大多数游客在与景观对话时，都是从旅游景观的整体话语和氛围去感受景观的。

三、旅游景观话语的特性

旅游景观话语是对自然景观和人文景观的综合陈述，具有话语陈述的特性。旅游景观的话语是框架，陈述是本质。从景观陈述性的角度看，旅游景观具有以下特性。

（一）旅游景观话语的嵌入性

旅游景观的意义通过景观话语的陈述来表达，旅游景观话语的陈述暗含于景观之中，给人们提供景观信息和旅游感受，即旅游景观话语的嵌入特

征。由于旅游景观的话语意义可以用各种语言去表达，用各种游客话语去阅读和阐释，所以，旅游景观与所有的游客都可以对话，旅游景观的意义以各种话语形式嵌入游客之中。

（二）旅游景观话语的移植性

旅游景观的话语通过各种话语主体和方式表达景观，并形成了理所当然的景观文本意义，这种文本意义在长期的意义固化中形成景观固有的轮廓和话语，并普遍化，与此同时形成了人们对景观的定位认识。这就是旅游景观意义的话语移植性。

（三）旅游景观话语的情境性

由于旅游景观的话语涉及游客，所以旅游景观的话语随时间、地点、环境的不同而不同，即旅游景观的情境特征。如对游客而言，第一次经历的旅游景观与第二次经历的另一旅游景观，其景观话语意义是不一样的。第一次往往注意整体的景观话语，而第二次在整体景观话语的基础上而侧重景观的细部话语。如到昆明大观楼旅游，第一次主要的旅游感受是对大观楼亭台楼阁、湖光山色、绿树成荫的景观话语的整体感受，第二次则在感受整体美景的基础上细细品味景中之意，以及大观楼长联的诗情画意。在一定的旅游空间，旅游规划师的景观话语对游客的景观话语具有决定作用。旅游景观的话语可由不同的主体发出，可以是游客、旅游景观、旅游规划师，它们从各自的角度对旅游景观话语进行不同的陈述，其陈述的意义也不同。陈述主体可在不同的时空条件下填补或替换，这就是旅游景观话语的移植功能。

（四）旅游景观话语意义的多样性

旅游景观话语意义的多样性首先体现在旅游景观自构话语意义的多样性上，不同的旅游景观其旅游景观自构话语的意义也就不同；而对同一旅游景观其自构话语在不同的历史时期、不同的环境条件下、不同的地点也具有不同的景观话语意义。如：恢弘壮观的故宫在明清时是帝王的居所，任何人都不得随便进入，而现在的故宫则是帝王居所的遗迹，是游客可以随便进入的旅游地，是供游客观光的场所。而泰国微缩景观中的故宫你却无法感受到它的恢弘与壮观。自然景观的话语意义常有四季的变化，如：内蒙草原，春夏一片碧绿、秋天一片枯黄、冬天一片银色。即旅游景观在不同的语境下有不同的话语语义，所以仿造景观永远代替不了真实景观，景观实景的自构话语与仿造景观的自构话语存在较大差异，反映了景观实景的不可替代性。不仅如此，不同景观或同一景观对不同的游客而言也具有不同的话语意义，此即