

旅游写作学

(下册)

常江 著

汕头大学出版社

旅游写作学

(下 册)

常江 著

汕头大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

高等教育理论研究丛书/蔡丽玲等主编. —汕头: 汕头大学出版社, 2007. 8

ISBN 7-81036-972-5

I. 旅… II. 蔡… III. —高等教育—教育理论—研究
IV. G640

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第045965号

书 名: 旅游写作学
著 者: 常江
出版发行: 汕头大学出版社
地 址: 广东省汕头市汕头大学内
邮 编: 515063
印 刷: 遵义市汇川印务有限责任公司
地 址: 遵义市高巷路30号
邮 编: 563002
开 本: 850×1168毫米 1/32
印 张: 17.5 字 数: 400千字
版 次: 2007年8月第一版
2007年8月第一次印刷
印 数: 1—1000册
定 价: 全套107.5元 (本套35.00元, 上、下册)

如有印装质量问题, 请与承印厂联系退换

目 录

目 录

(下 册)

第十五章 旅游写作的基本理论	270
第一节 旅游写作的主体	270
第二节 旅游写作的客体	274
第三节 旅游写作的载体	277
第四节 旅游写作的受体	280
第五节 旅游写作的感知	284
第六节 旅游写作的构思	285
第七节 旅游写作的情感	292
第八节 旅游写作的想象	298
第十六章 旅游写作的基本技巧	304
第一节 运用表达方式的技巧	304
第二节 运用修辞手法的技巧	310
第三节 运用表现手法的技巧	315
第四节 篇章结构的技巧	318
第十七章 文学类旅游写作文体	322
第一节 文体选择的意义	322
第二节 旅游诗歌	324
第三节 旅游散文	334
第四节 旅游小说	356
第五节 旅游影视剧本	364
第十八章 实用类旅游写作文体	373

旅游写作学

第一节 导游词	373
第二节 景区、景点介绍	384
第三节 旅游广告	389
第四节 旅游指南	400
第五节 旅游策划书	404
第六节 旅游合同	415
第七节 旅游商品说明书(旅游商品介绍)	428
第八节 旅游调查报告	434
第十九章 旅游写作的媒体	447
第一节 媒体选择	447
第二节 旅游报纸	453
第三节 旅游杂志	458
第四节 旅游书、论文与理论专著	471
第五节 旅游网站	479
第六节 旅游电视台	489
第七节 旅游广播电台	495
第二十章 旅游写作的实践设计	502
第一节 游记写作实践设计	502
第二节 旅游诗歌写作实践	509
第三节 旅游神话传说写作实践	515
第四节 导游词写作实践	519
第五节 景区景点介绍写作实践	527
第六节 旅游指南写作实践	533
第七节 旅游广告写作实践	538
第八节 旅游合同写作实践	542
后记	551
主要参考书目	553

第十五章 旅游写作基本理论

将写作的主体、客体、载体、受体联系起来作系统考察,是当代文章写作理论研究的重大进展与突破。旅游写作学由写作学生长而来,因此旅游写作学的写作过程与写作规律也由写作学衍生而来。

旅游写作的一条基本规律就是“四体化一”,指的是旅游写作的主体、客体、受体、载体融合为一体,相互依存、相互制约,构成一个严整和谐的写作体系。

旅游写作还表现为一个完整的动态的过程。这个过程包括写作和阅读两个方面。主要由旅游写作者(主体)、旅游写作者所写的对象(客体)、承载旅游写作者思想与情感的旅游文章(载体)和读者(受体)四个要素共同参与并构成。这四个要素在旅游写作与阅读的过程中相互作用,互为因果,缺一不可。写作主体是主导,统摄其他因素;写作客体为先导,给写作提供原材料;写作受体实现写作的社会效应;写作载体使写作行为最终完成。

第一节 旅游写作的主体

旅游写作的主体是旅游写作者。旅游写作主体驾驭整个写作活动,从对客体的选择,到谋篇布局、立意成篇,修改推敲,无不体

第十五章 旅游写作基本理论

现写作主体的个性与创造。旅游写作历史悠久,不同时代旅游写作的主体是不一样的。古代进行旅游写作的多是帝王将相、士大夫阶层;当代旅游写作主体大众化、多元化,既有专业作家,又有业余作者,还有普通的旅游者。

一、旅游写作主体的素养

旅游写作主体所具备的素质和修养,决定着旅游作品质量的高低。文章是“叶”,写作主体的素养是“根”,“根”深,才能“叶”茂。提高旅游写作者素质与修养写出好文章的前提与基础。

旅游写作主体的素养主要有四个方面:生活积累,知识结构,思想品德,审美素养。

(一)生活积累

指写作者的人生阅历、生活经验,及体验生活、认识生活的能力。旅游活动是写作的源泉,没有旅游生活作基础,旅游写作也就失去了源头。巴金说过:“我最主要的一位老师是生活,中国的社会生活,我在生活中的感受使我成为作家。”^①旅游文学作品和旅游实用文章,都是对现实旅游生活直接或间接的反映。要写出优秀的旅游文章,必须有深厚的旅游生活积累。

1、旅游实践。首先要有丰富多彩的旅游实践,在游览中观察、了解、体验、思考、触发灵感,才能有源源不断的鲜活的写作素材。王夫之曰:“身之所历;目之所见,是铁门限。”^②历代旅游写作大家,无不具有广阔丰富的人生阅历。司马迁年轻时就四处漫游,考察、搜集历史资料、故事传说,亲身感受山川风物、民俗人情,足迹踏遍半个中国。徐霞客从22岁起开始漫游,登山涉水,走遍16个省,旅游实践可谓十分深厚。

2、思考发现。浮光掠影,走马观花式的旅游,不会有大的收获。旅游写作者要处处细心观察,时时用心思考,发现写作对象的独特

①巴金,巴金论创作(M).上海文艺出版社,1983.10页.

②王夫之,斋诗话注(M).人民文学出版社,1981.55页.

之处,或是风景独特,或是文化独特,或是风俗独特,然后采用独特的表达方式表现出来。不可人云亦云,千人一面。时代风云变幻,旅游也处于发展变化之中,旅游写作者要敏锐地跟踪旅游生活的步伐,旅游作品才能与时代同步。

(二)知识结构

是指旅游写作者知识的构成情况,即所掌握知识的深度与广度。体现在旅游写作者的文化气质、文化品格、文化情趣等方面。

旅游写作的内容是包罗万象的,融合了自然与社会各科的知识。对于旅游写作者来说,知识结构不能仅局限于旅游生活的范围。旅游写作史上写作大家如司马迁、酈道元、柳宗元、苏轼、徐霞客、沈括等等无不具有广博的自然科学知识,同时也具有深厚的人文知识修养。

还必须具备基本的语言文字知识,如词汇、语法、修辞、逻辑等知识;懂得写作学、文章学知识。在撰写旅游领域专业性文章或著作时,除具有相当的语言文字知识以外,还应当具有系统而扎实的专业知识。

行万里路,读万卷书,涉猎百科知识,在社会生活中融会贯通是建立并不断优化知识结构的主要方法。

(三)思想品格

是旅游写作主体的思想、品德、人格的总体体现,它反映在人的信仰、理想、观念、道德、情操等方面。“文品即人品”,“作文先做人”,人的思想品格对写文章具有很大的影响。旅游写作主体的人格、品德主要包括思想觉悟、道德观念、情操志趣等方面。古代文人早就意识到人的品格修养对写作的重要关系,非常注重人格、道德的完善。柳宗元曰:“大都文以行为本,在先诚其中。”^①沈德潜在《说诗醉语》中指出:“有第一等襟抱,第一等学识,斯有第一等真诗。”徐增在《而庵诗话》中说:“诗乃人之行略,人高则诗亦高,人俗

^①柳宗元,报袁君陈秀才避师名书,柳河东集(M.)湖南人民出版社,1985.44页。

第十五章 旅游写作基本理论

则诗亦俗。一字不可掩饰,见其诗如见其人。”

(四)审美素养

审美素养是旅游写作者在审美经验、审美情趣、审美能力等方面的综合体现。旅游写作是一种精神活动,也是一种“按照美的规律”创作精神产品的过程。旅游写作者不仅要具有相当的生活素养、文化素养和思想素养,还应当具有相当的审美素养。

1、学习美学理论。美学是研究美以及人对美的感受和创造规律的科学。学习美学理论,可以从理论上理解美的本质、美的形成和美的发展规律,了解审美活动的特点。王朝闻主编的《美学概论》,马克思、恩格斯有关的哲学著作,黑格尔、别林斯基等人有关美学的文章,朱光潜的《西方美学史》,中国古代的文论、诗话,如《文心雕龙》、《诗品》、《人间词话》等等。并要经常阅读美学新著和刊物,以丰富美学知识。

2、陶冶审美情趣。美存在于生活之中。人的审美情趣与人的天赋、教养、学识、环境都有关系,但主要还是在实践活动中培养起来的。罗丹的那句名言说得好:“美是到处都有的。对于我们的眼睛,不是缺少美,而是缺少发现。”^①的确,美就在旅游生活之中,缺少审美素养的人往往熟视无睹。在人与自然建立起了审美关系以后,大自然就成为了人的观赏对象,并成为旅游写作客体。神奇的大自然,千姿百态,鬼斧神工,日月星辰、高山大河、花鸟虫鱼……人在与大自然的相互观照中,会获得美的愉悦、美的熏陶。罗丹把“自然总是美的”当作自己最喜欢的一句箴言。刘禹锡写下了“奇峰一见惊魂魄”的诗句。李白写下:“山从人面起,云傍马头生。”大自然给人美的享受,旅游写作者要不断地陶冶自己的审美情趣。

黑格尔说:“艺术美高于自然。因为艺术美是由心灵产生和再生的美。”^②加强艺术修养是提高审美素养的重要方面。马克思说:

①罗丹,罗丹艺术论(M).人民美术出版社,1978.62页.

②黑格尔,美学(M).商务印书馆,1982,第1卷.4页.

“如果你想得到艺术的享受，那你必须是一个有艺术修养的人。”^①广泛地、经常地接触各种艺术作品，从鉴赏中了解和熟悉艺术创作的规律和特点，是提高审美素养的重要途径。各种门类的艺术虽然表现形式不同，但从本质上都是相通的，文学、绘画、音乐、戏剧、雕塑、影视等各类艺术之间都有相通之处，人们从不同艺术品种中可学习、借鉴到许多宝贵的经验，了解艺术创作的规律，提高鉴赏能力。中外许多旅游写作大家都具有深厚的艺术修养，他们不仅能诗善文，同时爱好并精通其他艺术，并表现出很高的才能。王维是诗人，也是画家，所以，苏轼称他“诗中有画，画中有诗”；白居易正是具有精湛的音乐素养，才写出了除炙人口的《琵琶行》；苏轼曾向画家学习画竹，他本人也精通绘画；郑板桥也是诗文、绘画、书法样样精通。美国作家海明威从小喜欢音乐和绘画。广泛的艺术兴趣和爱好，各种艺术实践经验的积累，对陶冶写作者的审美情趣，提高审美素养大有裨益。

第二节 旅游写作的客体

旅游写作的客体，指的是旅游写作者写作的对象。这个对象也就是旅游写作主体视野中的一切对象，一切被写作主体认识、描摹、评价的物质世界与精神世界、外部世界与主观世界，从山川草木到社会生活、从事物外貌到内在结构、从外在言语到自我内心，都可以作为旅游写作客体。自然与社会在与旅游写作主体发生关系之前，只是一种客观存在，一旦进入旅游写作主体的视野，成为旅游写作对象之后，就成为旅游写作客体了。

^①马克思，马克思恩格斯全集（M）. 人民出版社，1956.第42卷.155页.

第十五章 旅游写作基本理论

一、旅游写作客体的诸因素

(一) 旅游实践

王充在《论衡·别通》里提出“涉浅水者见虾,其颇深者察鱼鳖,其尤深者见蛟龙。”旅游写作,是一个深入探索旅游实践的过程,也是一个深入思索的过程。发现旅游写作客体的写作价值需要具备深入探索的精神。

(二) 旅游写作客体对旅游写作主体的制约

不同的旅游写作客体适合不同的作者:李白适合浪漫,杜甫适合写实,白居易适合通俗浅显。这与作者的生活环境、社会经历、个性禀赋、知识修养结构、世界观、教育经历有关。旅游写作客体反过来制约着旅游写作者,不同的旅游写作客体适应不同的旅游写作者。

(三) 旅游写作客体对写作文体的适应与制约

不同的旅游写作客体适应不同的体式,一则材料写旅游诗歌很好,写游记就不一定好;一则材料写游记很好,写旅游公文就不一定好。不同性质的客体,适合不同的文体。

(四) 旅游写作客体的主体化

只有人化了的自然,才能与人发生审美的关系,成为人的审美对象。因此,从旅游主体方面说,美不美,在于人的主观感觉;从旅游写作客体方面来说,则美不美,在于客体(自然)是否人化,是否与人发生了关系,是否成为人的审美对象。旅游写作客体的主体化,是旅游写作客体在进入写作主体认识视野时逐渐被对象化的过程。

(五) 主体对客体的选择性

一定的旅游写作目的,特殊的写作氛围,不同的写作用本和主体素养,都左右着写作者对旅游写作客体的选择。

(六) 改造的主观化与个性化

在对象化过程中,对客体的改造是一个主观化、个性化的过程。也就是说,作为写作材料的对象,都是经过写作主体心灵化、意念化、

情感化的产物。旅游写作是写作者个体的心智活动,是一项极富个体性的工作。真正意义的写作永远不可能是一种社会化的大工业生产,其产品也永远不可能生成于现代化的生产流水线上。

(七)文体规范的格式化

旅游写作主体对于写作对象的感受认识,受内在文体意识的制约,即写作主体会按照文体规范和文本要求,从写的需要出发,使感受和认识朝着一定的文体格式运动。比如同一件事,写报告(公文)或写新闻、写小说、写诗歌,表现效果是不同的。善于按照文体规范认识写作对象,善于用文体规范对思维和认识“格式化”,往往能择取到最有用的写作内容。

(八)旅游写作主体的对象化

写作者把自己的思想、感情、意志、愿望等主观的东西,寓寄到写作客体上去,使写作客体成为自己的代言表情对象,甚至成为其化身。思想、观念、意图通过具体材料表达出来,发现和选择与自己契合的对象,把自己“化”到对象中去。“对象化”的过程并非线性的、单向的,而是交互的、双向的。无论是表情言志、借景抒怀,还是观物比德,旅游写作主体一直在寻找最佳的对象化载体。选择标准便是与表现主体感情、思维接近或吻合的材料的相似点及关联点。从思维角度看,要寻找最合适的材料作载体;从体裁角度讲,要选择最恰当的文体作载体;从语言角度认识,则是要运用最得体的语体作载体。这些在主体与材料间有着相似点和关联点的载体,是写作主体在对象化运动深入的过程中逐渐具体、清晰起来,然后才慢慢固定下来的。

(九)移情、寓意与生命化

旅游写作客体既是主体获取写作材料的对象,又是主体表达意向和情思的依托,同时它也是制约主体的一种客观因素。写作主体的对象化过程,实际上便是主体移情、寓意于写作客体,赋予写作客体以生命和灵魂的过程。就拿移情来说,这是一种物我之间的双向

第十五章 旅游写作基本理论

活动。人的情感外移到景物之上,或景物的人格化的性格作用于人,引起人相应的情感体验。这种物我交感、最后达到物我交融的现象就是移情。很显然移情活动的发生须具备三个条件:

1、须具有物我双方。因为客体与主体相互感染,最后达到彼此不能分离的境地,所以它要有“人的情”与“物的性”两个方面的存在;

2、物我间须具有相似性。比如“水”,它能滋养万物,运载舟船,洗涤污垢,具有“柔顺”、“渗透”的情趣象征意义。所以人的“温柔”、“化育”、“清洁”等情理情趣,就可以外移到“水”的身上去;

3、外移须具有氛围与情感的专致。要达到忘我的境界,完成物我交融,情感必须专致。这就要求写作主体带着有强烈感情的眼睛去观察景物,给景物蒙上浓烈的主观色彩。移情这种将景物生命化、情感化、人格化的特点,正是写作主体对象化的使命。

(十)物我交融

旅游写作客体的主体化和对象化,最后的结果都将导致物中有我,我中有物,这就是所谓的物我交融。经过主体对生活的选择,又经过主观化、个性化的改造,物已非原物,我亦非原我,或者说客体不再是原先的客体,主体也不再是原先的主体。

第三节 旅游写作的载体

写作是人类思想和感情外化为符号的活动。精神外化后的物质载体即写作的载体。“结绳记事”,“绳”就是载体。龟壳、兽皮、岩石、陶皿、竹简、布帛等质料,都曾经是写作的载体。直至纸张和印刷术的发明,写作有了更适宜的载体。旅游写作的载体就

是旅游文章的语言文字和文本。这种文本既可以是纸质的，也可以表现为电子文本形式。

语言文字、文章文本是旅游写作者思想与感情表达的载体，也是读者与作者对话的中介，同时它对读者来说也是一种制约，因为它是经过作者精心编织后的一种语言形式，读者必须通过这种限定的语言指向去解读。读者的解读思维尽管是异常自由活跃的，浮想联翩，但它必须得依据文章语言而展开。

旅游写作的载体由以下几个方面构成：

一、语言的语音语调层

这是旅游文章最外层结构。诗歌、散文、剧本中的音韵美，就是这种特殊的语音语调，读者一旦进入解读的境界，就会情不自禁地随之吟哦歌咏，甚至“手之舞之，足之蹈之”。

二、词句意义建构层

这是文章的次外层结构。文章表达的最小意义单位就是词，由词再组成短语(或词组)，再就是句子，最后才是段落篇章。一般的实用类旅游文章中一般使用词的本义，这对读者来说就不能有半点含糊，不能随意曲解。在文学类旅游作品中，词语的本义往往会发生偏转与引申，这种情况下，读懂词语的本义是解读好文学类旅游作品的前提。

三、意象意境建构层

文学类旅游作品的语言与日常语言(包括实用文语言)的最大区别就是有无意象、意境。文学语言是通过意象来说话的，意象的组合又构成了意境。“沉舟则畔千帆过，病树前头万木春。”按词的本义解，“沉舟”，沉在水里的船，“病树”，生了病的树。只有当我们把其中的“沉舟”、“病树”、“千帆过”、“万木春”等看成是一个个的意象，它们都是有所喻指和象征的，连起来就会构成一种深含人生哲理的意境。

四、文本

这是旅游写作者所表达的思想情感是最终形式。语音与语调、语言与文字、词与词组、句子与段落、意象与意境最终都由文本来承载,由文本来表达。文本的出现,标志着旅游写作的最终成果的出现。现代社会的发展,文本已经不仅仅限于纸质的文本,在计算机硬盘文件夹的文档里写作并储存的文字,也是文本。在网络里传播的各种文字信息,大量的也属于电子文本。

五、写作载体的变化

从现代信息论和系统论的观点看,写作是一个传递信息的整体系统,由写作主体、写作客体、写作载体和写作受体等系统组成。语言载体即是以语言文字符号作中介,使主体思维结果物化的文章。知识经济时代,这种语言载体就会被 E-mail 和多媒体超文本所替代,主体思维信息将变成无形的数字信息流。

当代阅读正由“读图时代”进入“读网时代”。不懂得使用网络这个第四媒体进行学习创作的人,将会落伍。E-mail 虽只是一种随着电脑网络的兴起而出现的电子邮件,但其范畴甚广,可包括处理公私事务、进行公关交际,传递补信息资料和文学创作的文本等。它发展之快、应用之广,大有取代传统写作载体之势。多媒体超文本更是令写作语言载体相形见绌。它集文字、声音、图形、图像、动画和视频于一身,能以多姿多彩的形式展现写作内容,其结构为非线性结构。传统写作结果是一种线性结构,人们在阅读时只能按照固定的线性顺序一页页读下去。其结构是自足、封闭的,无法延伸的。读者只能遵循作者的原有思路进行阅读。它无法将另一部作品的信息纳入到当前阅读的文本结构中来。而非线性超文本结构,可以在作者设定的文本节点上进行无限的延伸。超文本类似于人类的网状记忆结构。它采用非线性的网络结构组织块状信息,没有固定顺序。这个信息系统就像是一个全息、多维、多重时空的重叠。在超文本中,它允许读者选择不同的路径对信息进行

独特的组合。这种结构能大大增强发散思维,有助于开拓思路,摆脱思维定势束缚。

第四节 旅游写作的受体

旅游写作的受体,指的是旅游文章的阅读者,接受者,对文章进行解读欣赏和再创造的人。作品要靠读者的阅读才算最终成品,缺乏读者阅读的作品不是纯粹意义上的作品,甚至只能叫做半成品。

旅游文章是写给读者看的,即便是只给旅游写作者自己看,旅游写作者自己也就成为了文章的受体。旅游写作文章的受体是读者,读者阅读了文章,解读了文章,了解了文章所含载的信息,体会到了作者的思想感情,与作者产生了共鸣,并在阅读中进行了再创造,旅游写作的目的才算达到了,旅游写作的全过程也才算完成。所以,读者对旅游文章的解读是最后的也是最关键的一环。要很好地解读旅游文章,旅游写作受体的解读能力是至关重要的。读者对于旅游文章的解读能力是由多种因素构成的。形成这种解读能力必须具备一定的条件:

一、良好的身心感受素质

旅游文章的受体,必须具有解读旅游文章的需要,具有解读感受旅游文章的良好身心感觉素质。良好的身心感觉素质,主要表现在:

- (一)五官感觉正常;
- (二)具有正确的文章解读态度,比如渴望求知、用心专一、善于思索等,这些因素对解读的效果都是非常重要的;
- (三)养成较好的解读习惯,这也是解读质量的重要保障。好

第十五章 旅游写作基本理论

的习惯的养成,关键在于培养解读兴趣,先易后难,逐步扩大解读面,使文章解读成为一种自然的要求。

二、广博的文化修养素质

受体的文化水准、智力水平、知识面(如哲学、地理学、历史学、民俗学、美学、自然科学等),以及文章素养等。其中文章素养又更为重要。因为要进行文章解读,对文章的内部构成、表现手段及其他类型特征必须有较多的了解。马克思说:“如果你想得到艺术的享受,你就必须是一个有艺术修养的人”。^①对于广义的文章解读来说,这同样是不可缺少的实践条件。“凡操千曲而后晓声,观千剑而后识器”^②说的就是这个道理。

三、丰富的旅游生活阅历

要解读好文章,需要积累丰富的旅游生活经验。坐井观天、闭目塞听,孤陋寡闻的人,是不可能对文章有全面、深刻的理解的。张继诗:“姑苏城外寒山寺,夜半钟声到客船。”有人说:“诗人贪求好句而理有不通……句则佳矣,其如三更不是打钟时。”^③其实,半夜敲钟,《唐诗纪事》里有明确记载,而且唐代还有不少诗人都写过。如司空文明诗:“青青疏钟发,中霄独听时”;王建《宫词》:“未卧尝闻半夜钟”;许浑在诗:“月照千山半夜钟”等等。显然,认为夜半不会敲钟,正是论者不知其世,不谙生活的妄断。

四、旅游写作受体解读的特征

文章解读是读者借助文本符号来把握世界的活动,也是在文本意义世界里探索和创新的活动。从旅游写作受体——读者来看,读者接受某一文本并与之沟通,它既是对旅游写作主体——作者的认同,也是旅游写作受体的精神世界在该文本中的对象化,这就是理解;从受体解读的过程来看,它通过感受、理解和建构显现文本

①马克思,马克思恩格斯全集(M).人民出版社,1979,第42卷.155页.

②刘勰,知音,文心雕龙(M).山东人民出版社,2002.77页.

③挚虞,文章流别论(M).朝华出版社,1995.94页.