

旅游解说
Interpretation of Tourism

CHINA TOURISM

旅游景区解说系统 规划与设计

Interpretation System Planning and
Designing of Scenic Areas

张立明 胡道华 著



中国旅游出版社

旅游景区解说系统规划与设计

内容简介

本书在借鉴和吸收发达国家旅游景区解说的经验和理论成果的基础上,针对国内旅游景区解说现状,全面系统地论述了旅游景区解说系统规划与设计的理论与方法,构建了旅游景区解说系统的结构体系,系统地提出了旅游景区解说的展示方式以及解说系统的目标、任务、内容和规划设计要求,并阐述了旅游景区标识牌设计、制作与维护技术。全书结构严谨、内容翔实、分析深入浅出、理论与案例相结合,具有较强的系统性、科学性、实用性和创新性,对于旅游景区解说的研究和实践工作具有重要的参考价值。本书适宜旅游景区经营管理人员和其他旅游行业工作者使用,也可以作为高等院校旅游管理、地理科学和环境科学等专业的学习参考。

作者简介

张立明 湖北大学区域规划研究所所长,副教授,硕士研究生导师。主要研究方向为旅游地理学和旅游规划。主持完成省部级科研项目3项,地区、市、县级旅游规划和旅游投资研究项目20余项,出版《旅游规划与投资决策》、《旅游学概论》等著作3部,发表旅游研究论文40余篇。

胡道华 湖北大学资源环境学院副教授,硕士研究生导师。主要研究方向为旅游信息系统和旅游规划。主持或参与完成《山岳型景区旅游解说系统构建》等科研项目20余项,出版著作1部,发表旅游研究论文10余篇。

责任编辑◎付 蓉

封面设计◎缪 惟/鲁 筱

ISBN 7-5032-2971-3



9 787503 229718 >

ISBN 7-5032-2971-3

F·361 定价:29.80元

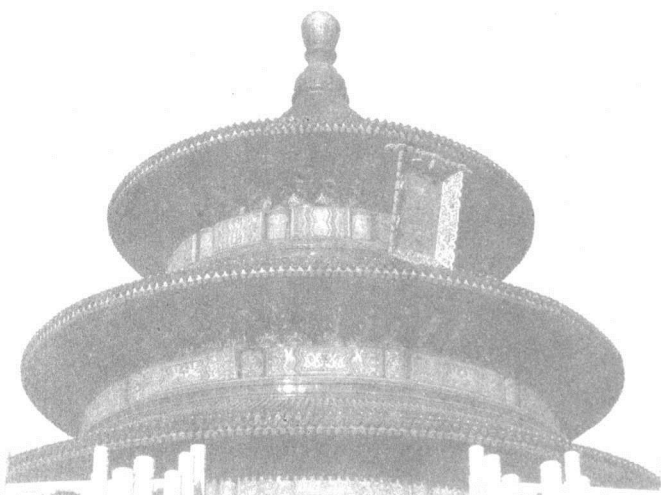
旅游解说
Interpration of Tourism

旅游景区解说系统 规划与设计

Interpretation System Planning and
Designing of Scenic Areas

张立明 胡道华 著

CHINA TOURISM



中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉 王守业

装帧设计：缪 惟 鲁 筱

责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区解说系统规划与设计/张立明, 胡道华著. —北京:
中国旅游出版社, 2006. 9

ISBN 7-5032-2971-3

I. 旅… II. ①张…②胡… III. 风景区-导游-研究
IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 114454 号

书 名：旅游景区解说系统规划与设计

作 者：张立明 胡道华

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cna.gov.cn

发行部电话：010-85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：18.5

印 数：1-5000 册

字 数：335 千

定 价：29.80 元

I S B N 7-5032-2971-3/F·361

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

20 世纪 90 年代初期，初涉旅游规划与开发方面的教学和研究，在深入国内众多旅游景区进行调研的时候，我们深切地感受到没有导游的旅游是多么的淡然无味。旅游景区的发展对导游的这种高度依赖是各地旅游发展初期的一个共性特点。因为在这个时期，旅游景区的解说工作几乎全部由导游承担（事实上，导游只是旅游解说系统构成的一个很小的部分），自助旅游者和零散游客要想对景区自然景观所蕴涵的各种自然信息以及文化景观所具有的历史文化内涵有一个全面的了解，几乎是不可能的，因而，旅游往往只能停留在“上车睡觉，下车看庙，到了景区拍张照”的走马观花阶段。这种现象并不只是存在于某个景区，而是一种普遍现象。产生这种现象的原因虽然不能完全归结于旅游景区解说系统的不完善、不科学，但至少一个包含有多种解说方式的科学的解说系统能够引导游客在没有导游的情况下也能欣赏沿途的景观、感受所到之处的特定地域文化，让游客流连忘返，获得旅游的乐趣。正因为如此，我们很早就对旅游解说问题产生了兴趣，并在十多年的旅游规划与开发实践中探索旅游解说的系统构建与多种展示方式的组合应用，形成了关于旅游景区解说系统构建、不同类型景区解说方式设计等认识，但这些认识并没有立即转化到景区旅游解说系统的建设中。在由资源竞争、价格竞争所主宰的旅游景区经营时代，想在旅游景区推广及构建科学、完善的旅游解说系统、并说服景区管理者投入大量资金开发建设解说系统是一件十分艰难的事情。直到进入 21 世纪后，人们更加关注旅游体验的质量和个性化服务的时候，景区经营进入到品牌竞争、形象竞争和文化竞争的时代，这种现象才有所缓解。20 世纪 90 年代后期，旅游解说的重要性开始受到重视，国内已出现此类研究论文，但仍未出现针对旅游解说的系统性研究成果。2003 年，在湖北大学自然科学基金的资助下，我们主持完成了《旅游景区解说系统构建与设计》的研究课题，为本书的写作奠定了良好的基础。2004 年，我们在“2004 中国生

态旅游年会”上发布了旅游景区解说系统构建与设计的研究成果，得到与会专家和代表的肯定、支持和鼓励，使我们更有信心和责任来继续这项研究。2005年，受湖北省神农架自然保护区管理局的邀请，我们为其编制了《神农架自然保护区旅游解说系统规划与标识牌设计》，将十几年来形成的思想和积累的研究成果应用到该景区的旅游解说系统的建设中，取得了很好的示范效果。2006年，我们对过去多年的研究进行了系统总结，形成了《旅游景区解说系统规划与设计》著作。

在本书出版之前，国内尚没有一本成体系的研究旅游解说系统的专著，更无指导具体操作的技术手册。尽管国外关于旅游解说的研究从20世纪60年代就已开始，并出版了十多本有影响的相关专著，成立了十余个有国际声誉的协会组织，推出了能指导实践的旅游解说规划手册等，但在国内，该项研究几乎是一个空白，能够见到的研究成果多是对国外相关研究的历史和现状的介绍，或是散见于旅游规划文本的某一章节，或是根据研究者自身的经验作一些初步探讨，未能形成系统的研究成果。本书力图发轫，填补国内相关研究的空白，以期为旅游景区管理部门提供有关旅游解说系统规划与标识牌设计的参考。全书在借鉴旅游发达国家在旅游景区解说系统开发与标识牌设计等方面经验的基础上，提出了旅游景区解说系统的体系构建与系统框架；对旅游景区解说系统规划的内容、方法和不同的展示方式进行了系统总结；对旅游景区标识牌的分类、内容设计、制作及其安装维护等方面进行了深入的探讨；并通过完整的案例，让读者直观地了解旅游景区解说系统规划与标识牌设计的过程与结果，便于景区的规划者和管理者吸收和参照。

本书具有如下特点：①本土性，尽管借鉴了国外旅游发达国家的经验，但没有生搬硬套的痕迹。文化是旅游的灵魂，中国的文化和国外的文化是有差异的，也有很强的本土性。所以，本书对旅游的相关研究符合中国特色，所引述的案例都是国内著名景区，法规和标准的引用均依据的是国内文件。②系统性，不论是旅游解说系统的体系、旅游解说系统规划、旅游解说系统的展示，还是旅游标识牌的设计，都是一个系统性很强的工作，各部分组合起来是一个相互密切联系的完整的大系统。本书不避冗繁，力求完整透彻地阐释所研究的内容，也是本书作者的良苦用心之所在。③综合性，本书既包含旅游解说系统研究的理论阐释和总结，又包含旅游解说系统规划与标识牌设计的操作步骤与技术流程，涵盖相关研究的方方面面，涉及文、理、工、管等诸多学科知识，综合性强。④实用性，所有的理论研究最终都是为了指导实践，本书十分强调旅游景区解说系统的构建、展示方式设计以及标识牌设计，引用了大量的案例，特别是作者过去规划实践中

完整的案例，技术路线清晰、手段和过程详尽，不论是景区的规划者还是景区的管理者都可以将其作为参考手册。

本书由张立明构思并设计总体框架，多人分工执笔，合作完成，凝聚着集体的智慧。各章节分工如下：全书大纲、各章的具体编写要求、第一章以及全书的通稿工作由张立明完成；第二章、第四章、第五章、第六章分别由肖亮、吴希冰、邹伟和邵国军撰写初稿，张立明修改完成；第三章第一、二、三、四节由胡道华、张静完成；第三章第五、六、七节由胡道华、刘娅完成；第七章由肖亮根据《湖北省神农架自然保护区旅游解说系统规划与设计》的课题成果改编初稿，张立明、胡道华修改完成。本书在写作过程中参考和引用了国内外不少学者关于旅游解说与标识牌设计的研究成果，已在参考书目中列出，在此一并致以感谢。旅游景区解说系统规划与设计是一项开创性、填补空白的研究工作，作为旅游景区规划与管理的重要内容尚处于摸索阶段，理论与实践的研究均较薄弱，尤其是如何加强不同类型景区的解说与标识牌设计，需要在旅游景区建设中不断探索、总结、提高与创新。

本书作为一项旅游景区解说系统规划与设计的探索性成果，一定存在不少问题甚至错误，我们衷心希望广大读者批评指正。同时，希望更多的旅游景区管理者、旅游研究人员积极参与到该项研究工作中来，推进我国旅游景区由资源的初级利用向深度开发、由开发规划向管理规划转变，通过加强科学的解说系统规划和设计来挖掘旅游景区的科学内涵和文化底蕴，不断丰富游客的旅游经历和体验，为提升旅游地的总体形象，提高我国旅游的整体竞争力，促进我国旅游产业的发展做出积极的贡献。

非常感谢中国旅游出版社的大力支持，尤其是付蓉主任、王守业编辑为本书的出版付出了辛勤的劳动，他们的敬业精神和一丝不苟的态度是本书能够在短时间内得以问世的重要基础。

张立明 胡道华
二〇〇六年八月
于武汉

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游解说概述	(1)
第一节 解说	(1)
第二节 旅游解说	(7)
第三节 旅游解说系统及其构成要素	(11)
第二章 旅游解说系统规划	(14)
第一节 目标与任务	(14)
第二节 内容和要求	(21)
第三节 规划组织与管理	(60)
第三章 旅游信息传播与景区解说系统的展示	(69)
第一节 旅游信息传播	(69)
第二节 游客中心	(75)
第三节 标识牌	(86)
第四节 旅游景区的网络展示	(88)
第五节 音像解说系统	(93)
第六节 印刷物解说系统	(98)
第七节 景区导游解说	(106)

第四章 景区标识牌设计概述	(113)
第一节 景区标识牌设计概述	(113)
第二节 标识牌分类	(117)
第三节 景区标识牌的布局	(124)
第五章 标识牌的内容设计	(127)
第一节 标识牌的内容构成	(127)
第二节 标识牌的信息表达	(130)
第三节 标识牌中的图件设计	(132)
第六章 标识牌的制作	(167)
第一节 标识牌材料的选择	(167)
第二节 标识牌的制作	(174)
第三节 标识牌的安装	(182)
第七章 神农架国家级自然保护区旅游解说系统规划与设计案例	(189)
第一节 案例说明	(189)
第二节 设计文本	(194)
第三节 设计卡片	(271)
附录 中华人民共和国国家标准 标志用公共信息图形符号 (部分) ...	(274)
参考文献	(284)

第一章

旅游解说概述

第一节 解说

解说，顾名思义，有解释和说明之意，即为了帮助人们认识和理解某种事物或现象而做的解释性、说明性工作。日常生活中，我们几乎处处都需要解说，如进入博物馆参观、进入图书馆阅读、进入政府行政机构办理各项事务、观看运动赛事、参加各种节事活动等等。良好的解说能增进公众的理解，帮助政府、企业树立良好的形象和建立良好的公共关系，并提高工作效率。实际上，解说随着语言的产生而产生，随着社会的发展而发展，是实现人与人之间沟通的重要渠道。作为帮助人们进行良好的沟通的解说方式在古代的中国早已存在。当人类社会进入工业时代后，随着休闲活动的逐渐普及，人们的活动空间拓宽，解说服务也受到了前所未有的重视与推广。

一、解说的概念和原则

(一) 解说的概念

解说的定义最早出现在何时何处，现在无法考证。但根据现有文献记载，普遍认为美国人费门·提尔顿（Freeman Tilden）^① 在其 1957 年出版的《解说我们

^① Freeman Tilden（费门·提尔顿，1883~1980），生于美国麻州 Malden，曾任 Boston，New York 和 Charleston 的记者，身兼小说家、剧作家。有十分丰富的旅行经历。20 世纪 40 年代初期，开始专攻国家公园的解说性报道。1951 年出版《国家公园对你我的意义》获得社会好评，1957 年出版《Interpreting Our Heritage》（《解说我们的遗产》），让解说有了专业的形式和内涵，并奠定了其在解说领域的开拓者地位。正因为此，他被后人尊称为“解说之父”。该书已经在英语国家出版了 3 版，12 次印刷，发行了 6.25 万本，我国台湾学者曾将其翻译成中文出版。

的遗产》(《Interpreting Our Heritage》)一书中提出的“解说是一项旨在通过直接的体验和媒介的介绍来揭示事物内涵和相互关系,而不仅仅是简单地传播客观信息的教育活动”是对解说所做的最早的定义。从20世纪50年代开始,旅游业在美国、西欧等地得到了快速的发展,周末、节假日举家外出度假游憩成了人们的一种生活方式,美国各地的国家公园几乎成了人们度假和接受自然教育、环境教育的天堂。从此,解说工作受到了前所未有的重视,不同学科背景的专家学者从不同的角度对解说进行了多方面的界定,归纳起来有近30余种(表1-1,表1-2)。

表1-1 一些国际组织关于解说的定义

美国博物馆协会	解说是一种有计划的努力,以使游客对历史事件、人物、事迹等的重要性产生了解
美国陆军工兵团	解说服务是一种信息交流服务,应结合游客及解说对象本身的特性,诉说军团的故事,及(或)展现人工、自然、文化和其他特色之间的含义与关联
美国国家休闲与公园协会	帮助游客感受到解说员所感受到的事物;察觉环境的美、复杂、多变及相互关系的敏感度、惊奇的感受、求知的渴望。它应帮助游客获得家一样的感受,并将帮助游客发展感知能力
英国乡村休闲研究顾问团	通过描述及解释特征与相互关系,帮助游客认识乡村地区,欣赏乡村景观和文化
澳洲解说协会	解说是一种传播过程,帮助人们了解与欣赏他们认知的世界
西班牙遗产解说协会	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
加拿大解说协会	解说是专为群众(主要)设计的传达过程,通过对物体、工艺品、景物或现场的第一手数据,揭露我们的文化和自然遗产的意义及关联
加拿大野生生物署	鼓励及提供机会,以发展对加拿大野生生物遗产及其环境的意识、乐趣、了解与欣赏
加拿大公园署	解说活动着力于鼓励对公园自然价值的了解和享受,以及发展人们和其赖以生存的自然环境关系的意识

综合表1-1和表1-2中归纳的几十种关于解说的定义,我们可以发现无论定义者出于何种目的、站在哪个角度或从不同专业出发,对解说都有一个共同的认识,即都认为解说不是一种简单的说教,而是对事情本身所做的客观性说明,它具有科学性、通俗性、趣味性、教育性等特征,能引导人们全面、客观、准确地获取事实真相,满足人们全方位获取信息的需要。解说是一种信息服务,目的在于借助于各种实物、模型、景观、实物资料以及影像资料等传播媒体将客体信息准确、全面地告知公众,并尽可能科学地解释事物运动的内在规律,增进公众对所描述的事物的了解。

表 1-2 国内外学者关于解说的定义

津卡(Zink)(1950)	自然解说是一种过程,在于解释经由科学确信的宇宙万物间的力量
提尔顿(Tilden)(1957)	解说是一项旨在通过直接的体验和媒介的介绍来揭示事物内涵和相互关系,而不仅仅是简单地传播客观信息的教育活动
爱德华兹(Edwards)(1965)	是信息服务、导游服务、教育服务、倡导服务、鼓舞服务,以给予人们新的了解、新的视野、新的热忱为目的,重在揭示重要性
布朗(Brown)(1971)	环境解说以传达、设备、技能为主体,传播环境知识,引发对环境问题的关注
奥尔德里奇(Aldridge)(1972)	解说是一种艺术,解释人类在其环境中的地位,以增强游客或公众环境保护意识
马哈非(Mahaffey)(1972)	环境解说是一种过程或活动,为人类及其环境间的概念而努力,构思启迪人类的环境知识,并使若干人得以乐在其中
瑞布恩(Reyburn)(1974)	环境解说是一种使文明人明白自己在生态系统中扮演角色的教育形式;是使环境或主题事件在一群特殊游客中活跃起来的部分纯熟技能
汉娜(Hanna)等(1976)	分享对自然与文化系统感知的过程,并提供人们建设性调整和前述系统关联的基础
马如斯基(Makruski)(1978)	解说是一种教育,着重在于培育游客的兴趣
夏鲁(Sharpe)(1982)	解说是以启发、解释及取悦的方式连接游客服务和信息交流,它帮助人们了解自然与文化资源
汉米特(Hammit)(1984)	解说使游客因设施、机会及公园资源而亲近、熟悉公园
马尔林(Mullins)(1986)	解说是一种不在正式规范内的教育过程,参与是出于自愿,如果活动不是游客所期待的,他们可以在任何时间远离所引见的事物
费勒斯(Follows)(1988)	解说是一种以建立人们旅游体验为目的,结合制定计划、经营管理及信息交流的系统,帮助游客了解、鉴赏及保护资源,为下一代留下足够的发展空间
迈勤(Machin)(1989)	解说始于发现,并持续于了解、决策和最终实行改善社会行动的动态过程中的一部分,由发现、了解、讨论及行动四个阶段构成
维如卡(Veverka)(1992)	解说是一种信息交流的过程,通过环绕在主题、工艺品、景物或现场的第一手经验,规划设计以对公众展现我们的文化与自然遗产的含义及关联
克莱普(Knapp)(1994)	对人们启发自然资源的意义和信息,及其间关系的信息交流过程,最终着重于产生对环境负责的个人
瑞斯柯(Risk)(1994)	环境解说是科技的解释,经常是把环境的综合表达正确无误地转变成非科技或延伸意义的表达,使听众或参与者发展或提升感受、意识、了解、鉴赏力及承诺
赖格(Legg)(1997)	解说是一种活动设计(节目、展示……),以提高游客游憩体验质量,并以有趣的方式激起更多人对资源的鉴赏
摩拉勒斯(Morales)(1997)	解说是一种艺术,启发一般的社会大众在休闲时间游览一些地方时,能在现场获知自然、文化或历史遗产的含义
鲁森(Knudson)(1999)	解说是用故事的形式讲述纯概念化的事实,通过激发游客的智慧达到理解和娱乐的目的
皮尔森(Pierssene)(1999)	强调解说是从信息交流到游客获得愉悦感的整个过程
吴忠宏(2000)	解说是一种信息传递服务,目的在于告知及取悦游客并阐释现象背后所代表之含义,满足每一个人的需求与好奇,激励游客对所描述的事物产生新的见解与热忱

（二）解说的原则

费门·提尔顿早在1957年出版的《解说我们的遗产》著作中就提出解说的六大原则，其大意为：①解说内容应视游客的特点而定；②解说不是信息的简单介绍，而是对信息的加工处理并传递给游客；③解说是一种结合多种人文科学的艺术；④解说的主要目的不是教导，而是启发；⑤解说应力求全面，切忌片面介绍；⑥解说的内容应与游客的年龄相适宜。奇瑞姆（Cherem, 1977）在提尔顿的六项原则基础上，重点针对解说员的解说目的和解说过程中应该遵循的基本原则进行了研究，指出解说员在从事解说工作时应做到五个方面：①吸引游客的注意力并激发其好奇心；②解说内容应能贴近生活，解说语言应通俗化；③顾及全部解说对象；④通过独特的观点揭示出解说对象的本质；⑤解说信息应具有连贯性、整体性。费门·提尔顿和奇瑞姆提出的这些解说原则对美国以及世界其他国家的国家公园旅游解说系统规划和服务质量保障起到了很好的指导作用。后来，刘易斯（Lewis, 1991）对旅游解说员如何作好解说工作进行了深入研究，在针对解说员进行大量的咨询调查后提出了解说员普遍认同的解说目的和基本原则，主要内容包括以下三个方面：①解说的目的是提供正确、有趣的信息，帮助公园游客了解他们所到访的旅游目的地或景区，告诉他们旅游是他们休闲生活的一种方式，并将解说内容与游客的日常生活进行关联；②给游客创造一个宽松愉快的休闲环境，缓解日常生活和工作中的压力，引导游客加强对旅游资源的认知，并理解旅游地的历史文化；③唤起游客的好奇心，引导他们对旅游地各种景观的欣赏，增进游客对旅游地实施的各项针对游客管理的政策措施的认识，促进游客对旅游地的资源环境保护的理解。

由以上关于解说目的和原则的分析，可以总结出解说的原则主要包括以下几个方面：

1. 科学性与通俗性相结合。解说是用来帮助人们理解、了解和认知新的地点、新的事物和新的环境等，解说的内容设计应该具有科学性，尊重客观事实；但解说的形式或语言表达应该尽可能通俗化，用人们容易理解的方式和语言表达习惯来解说，避免使用生硬的学术用语和专业性太强的词汇。

2. 专业性与趣味性相结合。为实现解说的引导和教育功能，解说的内容应突出专业特色，应有一定的专业深度，做到深入浅出，而不能仅仅停留在向导式的解说方面。如对于博物馆、自然保护区等专业性十分强的旅游景区的解说，首要考虑的就是解说内容的专业性，博物馆的解说应在对历史、考古、文化等方面进行深度专业研究的基础上进行；自然保护区则应充分吸收自然资源、自然环境、生态教育等方面的研究成果，进行专业解说才能达到解说的教育作用。从解

说的语言表达和展示方式而言,为了给人们创造一个快乐的享乐性休闲空间,应突出解说的趣味性,以激起人们的好奇心和求知欲望。

3. 规范化与人性化相结合。解说工作从内容设计、形式安排、展示环境、人员服务等各个环节均应该有统一的规范。任何一项解说工作均应该经过科学的系统规划与设计,从形式到内容均遵循解说的规范与标准,并按照人性化的原则进行设计,体现人本主义思想。如各种展示设施的布局应体现人们参观游览的最佳活动组织方案,设施的设计与制造应从视觉审美的角度满足不同人们的心理需求。

4. 实用性与高效性相结合。解说是一种面向受众的服务,是受众进行各种活动的辅助性工作,应坚持实用性原则,无论是内容设计还是展示方式的选择、展示设施的安排等,均应做到实用、美观、大方,切忌空洞、大话、套话以及不切主题的冗长的言语。提高解说的效率,使人们能够在最短的时间内获取足够的信息。

二、解说的历史和基本方法

(一) 解说的历史

当古希腊著名学者埃拉托色尼首创“地理学”概念,并力图说明人类生活与地理环境之间的关系的时候,人类就开始了对自然的解说。我国古代的人文地理著作《禹贡》以及各种地理志实际上也是对自然、人文的解说。古代中国的许多文学与艺术都是建立在对自然的热爱与解说的基础上,但古代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、文学或地理学方面,没有出现对解说问题本身的研究。人类已知的最早的解说是在法国史前人类居住的洞穴里的一幅打猎的壁画(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,以及他们希望和别人交流的愿望。

因此解说源于人们对人与自然之间关系的认识。解说的这一主题(人与自然之间关系的解说)仍然是当今环境解说的重要内容。当西方社会步入中世纪以后,由于科学在神学的压抑下发展很慢,而且被歪曲和颠倒,解说也因此被迷信和宗教所左右。随着航海业的快速发展,尤其是“地理大发现”以后,自然科学、哲学等获得了巨大的发展。全球的人口流动、科技发展、经贸往来等促进了解说的发展。这个时期的解说更多的是为人们寻求更广阔的生活空间以及各国各地区商贸往来服务。工业革命后,随着休闲活动逐渐受到重视,解说服务也开始受重视与推广。作为一项独立的服务工作,解说最早出现在19世纪后期。1865

年，意大利专门成立“旅游与农业委员会”，对乡村地区的环境特征、景观资源以及乡村文化进行科学的解说和宣传，并对前往乡村地区的道路标识系统进行设计，引导城市居民前往乡村地区休闲、游憩，体验乡村独特的自然野趣和田园景观，指导乡村的旅游开发和景观建设。1871年，缪尔·约翰(John Muir)最先在美国约塞米蒂国家公园的服务接待中使用“解说”(Interpretation)一词；1888年，伊诺士米尔斯(Enos A. Mills)在落基山地区开始充当自然导游时，把解说变成了一种商业行为；随后，伊诺士米尔斯发展出导览原则、纲领和技巧，奠定了日后解说专业的基础。1953年，美国国家公园管理局设立解说长官一职；1957年，解说之父提尔顿出版了《解说我们的遗产》；1961年，美国成立解说自然主义者协会与西部解说员协会，使解说得到了专业认可；1964年，在美国西弗吉尼亚州成立了解说培训与研究中心。因此，系统规范的解说服务是从美国的国家公园开始的，并迅速传播到世界各国的国家公园和其他旅游地，这与国家公园的首要功能是保护荒野、开展环境教育有很大关系。

(二) 解说的基本方法

解说的方式、基本方法和技术要求因受众、主体、信息的不同而不同。不同的场地、不同的内容需要用不同的解说方式和方法，而受众的不同则更需要应用不同的解说技巧。台湾环境解说专家吴忠宏博士提出理解解说的六大关键，即：解说旨在沟通，而非说教；解说旨在体验，而非介绍；解说贵在分享，而非灌输；解说期在启发，而非教导；解说难在行动，而非感动；解说强调过程，而非结果。这六大关键问题揭示了解说的本质，也是对解说方法和技巧的系统说明。

为了规范解说服务质量，美国国家公园署制定了国家公园解说发展计划，确定了解说员应具备的11种基本能力和应掌握的解说关键技术是解说员资格考评、资历培训等的重点。他们在该计划中确立了对解说员进行解说专业素质教育的最重要的内容，即解说技能方程式： $(Kr + Ka) + AT = IO$ 。其中，“Kr”指的是“关于资源的知识”，即解说员应该掌握的基本知识，包括自然、环境、历史、人文、生态、地理等各方面的知识均应有所知晓，并重点掌握某一门或某几门学科知识；“Ka”指的是“关于观众的知识”，解说员必须充分了解观众，了解他们的人文特征（包括年龄、性别、文化层次、收入水平等基本信息），了解他们的参观动机与需求；“AT”指的是“适当的技巧”，解说员必须具备随机应变的能力，以便根据不同的解说环境选择最适宜的解说方式和技术来传递信息；“IO”指的是“解说机会”，即解说员应该适时地把握机会，保证其解说服务的效果。

总之，解说是一项技术性要求很高的专业工作，解说员应该接受良好的专业

素质训练和解说方法、技巧的培训。同时,解说应经过科学的规划,才能增加游客对解说服务的认同,并提高解说服务的效率与质量。在解说规划时,应尽可能科学合理 地安排参观路径和布局解说设施,让观光线路经过解说服务中心;在解说服务中心附近、入口处和受众集中的场所增加服务咨询处、纪念品销售点、书店、咖啡厅等;在参观沿线设置足够的休憩及解说服务设施,对专业性较强的解说内容辅 以专题展览设施和展示空间,并提供专业化的解说服务。

第二节 旅游解说

一、旅游解说的概念

旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境,到某些地方并停留在那里,但连续不超过一年的活动^①,旅游是一项具有异地性、暂时性和综合性的活动。旅游的一个基本前提是旅游者必须发生空间上的流动,即离开他们惯常的环境。而一旦人们离开他们惯常的生活环境来到一个陌生的地方,就必然面临着信息的获取以及对新环境、新事物的认识问题,这个需要必须借助各种解说来实现。因此,旅游解说就是为了实现旅游者、旅游目的地以及旅游经营者、旅游管理者等和各种媒介之间的有效沟通而进行的信息传播行为。旅游解说通常 需要利用多种媒介传达旅游地的各种自然或文化信息,促进旅游者和广大公众对自然的认识和对文化的体验。对游客而言,通过对旅游目的地的自然与历史文化的理解与欣赏,达到走进自然、融入自然与享受自然的目的,达到了解不同文化、认识社会变迁、感受多姿多彩的特色和地方文化的目的;对旅游地而言,要通过解说引导游客享受休闲生活,为游客提供愉快而有意义的体验,从而影响公众的态度与行为,不仅让人们尊重地方的自然性、历史性与文化性,同时寻求旅游者和社会公众对旅游地的各项管理工作与管理政策的理解与支持。尤其是对于 前往各种自然保护区、风景名胜区、文物保护单位等具有稀缺性资源的旅游景区 的游客,解说工作更加重要。通过科学、准确及人性化的解说,加强游客对自然

^① 1993年2月在纽约召开的联合国统计委员会第27次会议上通过了世界旅游组织的报告《对旅游统计的建议》,该报告内容包括有关旅游统计标准的建议和执行这些标准的工作计划。其中一项计划要求世界旅游组织制定一系列的技术手册及指南,以帮助各国执行有关旅游统计中包含的概念、定义和分类的建议。根据该报告,世界旅游组织制定了五本技术手册,在该报告中对旅游做了本文所述的定义。

保护区的政策、管理理念和管理办法的认知,加深游客对保护区管理的理解,由此增强游客对自我行为的管理,达到有效保护资源与环境,最大限度地发挥自然和文化资源的游憩价值的目的。

二、旅游解说的类型

从信息服务的方式来看,旅游解说可分为导游解说和自导式解说两种类型。导游解说是由受过良好的专业训练和系统培训的导游人员向旅游者进行主动的、动态的信息传导,其优点在于解说信息量大,能适时地双向沟通,回答旅行过程中游客提出的各种问题,并有针对性地提供个性化服务。自导式解说是由各种印刷物、音像影像制品、标识牌等向游客提供信息服务,这种方式信息量有限,不能进行动态的现场双向交流,而且服务是静态的、被动的。在实际工作中,这两种解说方式普遍存在,导游解说更多的是为团体旅游者服务,而散客旅游者更多的是依赖自导式解说。

三、旅游解说的内容构成

对旅游地、旅游景区进行科学完善的旅游解说,应该从区域环境解说、旅游吸引物解说、旅游设施解说和旅游管理解说四个方面进行,这四个方面共同构成一个完整的解说内容体系。该体系内各要素之间相互依赖、相互作用形成特定的旅游解说系统结构,并表现出特定的功能。

解说系统开发的重点即在于优化系统结构,以实现系统功能最优(图1-1)。

(一) 区域环境解说(REI)

区域环境解说主要向旅游者介绍旅游景区所在区域的自然、社会、文化和经济环境。不同类型的景区环境解说重点不同,如自然类景区环境解说的重点在于景区的自然环境,如地质、地貌、水文、气象气候、土壤、森林植被、野生动物等,介绍旅游地人一地生态系统的特征、作用以及其与人类发展的关系,通过对旅游景区环境的解说和对人一地生态系统的科学价值的挖掘,使人们充分认识到旅游景观资源的生产价值、环境价值和旅游价值,通过环境解说实现旅游的环境教育功能。

(二) 旅游吸引物解说(TAI)

旅游吸引物解说实际上是对旅游景区内各景点的解说,主要向旅游者展示景区的各类旅游景观以及已开发的景点景物,包括自然景观、社会文化景观和节事活动等,如对公园内珍稀动植物种类、分布、生长习性、环境价值、观赏游乐价值等的系统的、全面的科学介绍,这是旅游解说系统中最重要的一部分,是引导游