

旅

作

旅游 写作

游

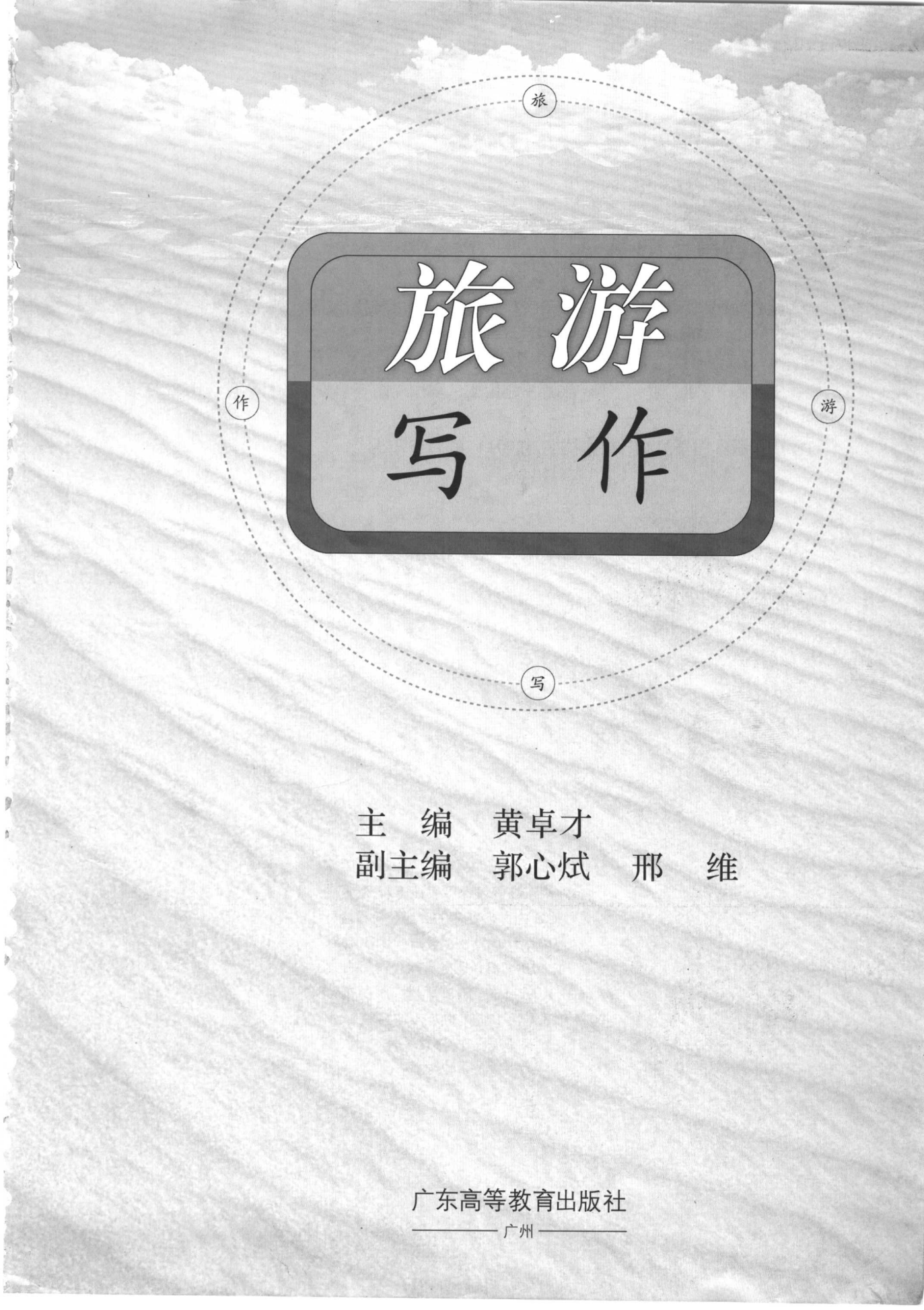
写

黄卓才 ◎ 主编

理论是实践的导师,写作理论对写作实践的指导作用是十分明显的。只有掌握了旅游写作的理论,才能在旅游写作实践中少走弯路,少犯错误,使旅游写作水平得以迅速提高。例如,学习了旅游公务文书、事务文书和宣传文书对真实性的要求,在写报告时就会遵从实事求是的原则,写工作总结和调查报告时就不会先入为主,在写旅游指南时就不会夸大其词。了解到可行性研究报告的结构和内容,就会把调查研究和科学论证工作做得更扎实更细致。同样,掌握了旅游文学张扬个性表现自我的特点和表现手法多样化的优势,就会心驰神往、激扬文字,写出笔触细腻、情感真挚的旅游散文和铿锵有力动人心弦的旅游诗歌。



广东高等教育出版社



旅 游 写 作

主 编 黄卓才
副主编 郭心斌 邢 维

广东高等教育出版社
—— 广州 ——

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游写作/黄卓才主编. —广州: 广东高等教育出版社, 2005. 8
ISBN 7-5361-3177-1

I. 旅… II. 黄… III. 旅游-应用文-写作-高等学校-教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 111770 号

广东高等教育出版社出版发行

地址: 广州市天河区林和西横路

邮编: 510500 电话: 87550735

广东信源彩色印务有限公司印刷

787 mm × 1 092 mm 16 开本 27.75 印张 647 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1 ~ 3 000 册

定价: 42.00 元

前言

旅游需要写作，写作促进旅游。

著名诗人、中国散文诗学会会长柯蓝说：“旅游插上散文诗的翅膀而生辉，文学也因旅游而变得轻盈。”仿照他这句话，我们可以说：“旅游插上写作的翅膀而生辉，写作也因旅游而变得轻盈。”

燧石和钢块互相敲击摩擦就会发出火花。在两个或若干个学科之间，常常可以因其相互渗透、互相结合而产生新的边缘学科。旅游学与写作学的结合，催生了旅游写作学。

近一二十年，旅游学和写作学都在飞速发展，产生了不少边缘学科，诸如旅游美学、旅游文学、旅游法学、旅游经济学、旅游心理学、旅游地理学等等；唯有旅游写作学，迟迟未见诞生。原因可能是多方面的，其中重要的一点，是旅游学家无暇眷顾写作学科，而写作学家又未能涉足旅游学领域；或者说，大家都没有对此引起足够的重视，没有投入研究与实践，于是就形成了空白。

也许有人会说：不对！旅游写作学科早就有了，其代表作就是“旅游应用文”和“旅游应用文写作”一类书籍、教材。我们应当承认，这类书籍、教材为旅游写作学科的建设打下了一定基础，但它不是完整的基础，离一个系统的、完善的学科体系的要求还有距离。

中国要成为旅游大国，需要培养大量的人才；而要培养出文化知识广博、创新意识强烈、管理营销能力超卓、发展后劲充足的旅游通才，离开了拓宽阅读视野、锻炼思维能力、提高语言表达技巧的写作学科训练，是不可能的。旅游写作研究既是旅游学科建设的急需，也是写作学科建设的急需。为此，我们不揣浅陋，在各方的支持下，利用集体的力量编写了这本《旅游写作》。

在这本教材里，我们试图建立一个由旅游写作基础知识到应用写作、文学创作的由浅入深、循序渐进的学科体系，在结合新世纪旅游写作实践进行理论探讨以及建立新一代教材基本体例架构等方面进行尝试。我们努力把传统写作理论和现代写作理论相结合，根据旅游专业和读者对象的实际，阐明

旅游写作学的基本原理、原则和方法，让学习者能运用正确的科学理论指导写作实践，并且通过文章实例分析和写作训练帮助读者提高写作技能。我们希望能够编写出一本文字深入浅出，通俗易懂，专业性、实用性、可操作性都比较强的新型教材。

与本教材配套的《旅游写作文萃》，旨在为读者提供更多的参考例文，帮助他们拓宽阅读视野和写作的思路。

一个新学科的建立和发展，需要很多人的合力和艰苦的努力。如果这本书能起到抛砖引玉的作用，能够适合读者学习旅游写作的需要，我们就很高兴了。

水平所限，缺点与错误恐怕难免，期待着专家们和广大读者的批评和指正。

主编

2005年2月

目 录

第一编 旅游写作导论

第一章 旅游写作概说	(1)
第一节 旅游写作的概念	(1)
第二节 旅游写作的性质、特点和分类	(7)
第三节 学习旅游写作的意义和途径	(12)
第二章 旅游写作的构成要素	(18)
第一节 材料	(18)
第二节 主题	(23)
第三节 结构	(27)
第四节 语言	(31)
第三章 旅游写作的表达方式	(40)
第一节 叙述	(40)
第二节 描写	(43)
第三节 抒情	(48)
第四节 议论	(50)
第五节 说明	(54)
第四章 旅游写作的一般流程	(59)
第一节 取材	(59)
第二节 构思	(61)
第三节 撰稿	(66)
第四节 修改	(68)

第二编 旅游宣传文书

第五章 旅游产品说明书	(72)
第一节 旅游产品说明书概述	(72)
第二节 旅游产品说明书的写作	(73)
第六章 导游词	(85)
第一节 导游词概述	(85)
第二节 导游词的写作	(89)
第七章 旅游广告	(101)
第一节 旅游广告概述	(101)
第二节 旅游广告的写作	(103)

第八章 旅游指南	(119)
第一节 旅游指南概述	(119)
第二节 旅游指南的写作	(121)
第九章 旅游新闻	(134)
第一节 旅游新闻概述	(134)
第二节 旅游消息的写作	(137)
第三节 旅游通讯的写作	(142)
第四节 旅游评论的写作	(149)

第三编 旅游管理文书

第十章 旅游公务文书(上)	(154)
第一节 旅游公文概述	(154)
第二节 旅游公文的基本特点和作用	(157)
第三节 旅游公文的基本体式	(159)
第四节 旅游公文的写作要求	(165)
第十一章 旅游公务文书(中)	(171)
第一节 命令、决定	(171)
第二节 公告、通告	(176)
第三节 通知、通报	(180)
第十二章 旅游公务文书(下)	(193)
第一节 议案、报告	(193)
第二节 请示、批复	(199)
第三节 意见、函、会议纪要	(203)
第十三章 旅游事务文书(上)	(209)
第一节 旅游事务文书概述	(209)
第二节 计划、总结	(210)
第三节 调查报告	(219)
第十四章 旅游事务文书(中)	(231)
第一节 简报	(231)
第二节 合同	(234)
第三节 规章	(241)
第十五章 旅游事务文书(下)	(253)
第一节 市场预测报告	(253)
第二节 可行性研究报告	(260)
第十六章 旅游研究论文	(271)
第一节 旅游论文	(271)
第二节 旅游工作研究	(282)

第四编 旅游文学

第十七章 旅游散文（上）	(289)
第一节 旅游散文概述	(289)
第二节 旅游记事文、人物记	(292)
第三节 风物记与文物记	(297)
第十八章 旅游散文（下）	(303)
第一节 游记	(303)
第二节 旅游笔记	(310)
第三节 旅游随笔、日记、书信	(313)
第十九章 旅游诗歌	(321)
第一节 旅游诗歌概述	(321)
第二节 旅游诗歌的艺术特征	(322)
第三节 旅游诗歌的艺术构思	(332)
第四节 旅游诗歌的创作技法	(345)
第二十章 旅游影视文学	(355)
第一节 旅游影视文学概述	(355)
第二节 旅游影视文学的写作	(359)
第二十一章 旅游报告文学	(372)
第一节 旅游报告文学概述	(372)
第二节 旅游报告文学的写作	(382)
第二十二章 旅游对联	(395)
第一节 旅游对联概述	(395)
第二节 旅游对联的特点和作用	(402)
第三节 旅游对联的写作	(406)
附录	(413)
主要参考文献	(436)
后记	(437)

第一编 旅游写作导论

第一章 旅游写作概说

第一节 旅游写作的概念

旅游需要写作，写作促进旅游。

很早以来，人们就开始了旅游活动与写作实践。但是，把旅游与写作结合起来，形成专门研究旅游写作特点、探讨旅游写作规律的独立学科，却起步不久。

说到旅游写作，大家往往想到旅游应用文，就是旅游行业在开展旅游活动的公务、事务中撰写的各类应用文书，而把旅游文学作品排斥在外，有意无意地把旅游应用文与旅游文学作品对立起来，割裂开来。旅游应用文是应用文在旅游行业中的具体运用，旅游文学是以旅游生活为反映对象的文学。“旅游”是两者的交叉点，是共同的反映对象，是两者结合的基础。

本书所讲的“旅游写作”就是指与旅游活动有关的写作理论与实践。在这本书中，我们将深入地探讨“旅游写作”的规律与特点，研究“旅游写作”的方法和技巧，以期提高“旅游写作”的水平。

一、关于旅游

（一）旅游的含义

旅游是一个内涵非常丰富的概念。随着社会经济的发展，旅游的内涵还在不断充实。一般认为，旅游是人们选择一个地点、地区、国家所进行的一种有益于身心健康、拓宽视野、增长知识的综合性活动，如度假、观光、娱乐、休养、探险等。也可以说，旅游是人们出于和平目的出行和逗留而引起的现象和关系的总和。

（二）旅游的产生和发展

旅游行为，作为人类的一种社会活动，自古便有之。

古代旅游活动最早产生于古埃及、古希腊、古罗马和中国等文明古国。这些国家当时生产力发展水平较高，最早进入文明社会，所以较早获得了安全的社会环境和发达的经济基础。这些都是古代旅游活动所必需的条件。古埃及在公元前 3000 年左右已建立了统一国家，修建了金字塔和神庙，吸引统治区内外的大批朝拜者。大规模的非生产性

的祭祀活动和谒拜活动,可以视为旅游活动的雏形。在中国,奴隶主阶级把一部分精力和财力,用在外出巡视和游历上。《易经》上就有“观国之光”一语。据说这便是“观光”一词的由来。希腊在公元前 776 年创办的奥林匹克运动会,带动了大规模国际性体育旅游活动的兴起。

到封建社会,生产力水平有了进一步的飞跃,为旅游的发展提供了物质基础。当时的旅游活动发展到包括以秦始皇、汉武帝为代表的帝王巡游,以张骞、郑和为代表的公务行游,以李白、杜甫为代表的文士漫游,以玄奘、鉴真为代表的宗教朝觐和平民郊游五种形式。历史上就有秦始皇封禅泰山、隋炀帝南下扬州、乾隆帝数下江南的记载。文士漫游给我们留下了徐宏祖的《徐霞客游记》、柳宗元的《永州八记》等大量山水游记这样宝贵而丰富的文化遗产。

虽然旅游历史很漫长,但旅游作为一种产业,则是近代的事。就整个世界而言,17 世纪中叶西方逐步进入资本主义社会,产业革命推动了交通的进步,扩大了旅游者的来源,增加了旅游者的需求。到 19 世纪,随着火车和轮船的出现,旅游开始发展成为具有完整意义的旅游产业。英国人托马斯·库克(1804—1892 年)充分认识到旅游发展的前景与利益,首先设立相应的组织机构,开创了近代旅游业的先河。1841 年 7 月,托马斯尝试包租火车,组织了一次从莱斯特到洛赫伯勒的团体旅游,参加人数达 570 人之多,往返里程 14.9 公里。1845 年,他开始经营纯商业性的旅游业务。1865 年“托马斯·库克父子旅行社”的问世,标志着近代旅游业的诞生。

现代旅游业迅速发展是在第二次世界大战之后。由于战后人口迅速增加,世界经济飞速增长,交通工具进一步现代化,世界各国教育事业不断向新的深度和广度迈进。现代旅游业出现了旅游活动大众化、旅游消费水平提高、旅游活动城市分布广泛、旅游市场竞争激烈、旅游产业规模显赫的特点。

我国的旅游业发展比国外慢了很多。1923 年 8 月,上海商业储备银行经理陈光甫在银行内设立了“旅游部”,1927 年改名为“中国旅行社”,这是中国第一家旅游经营机构。全国解放后,1949 年 12 月我国第一家旅行社“华侨服务社”在厦门问世,1974 年改名为“中国旅行社”,简称“中旅”。1954 年在北京成立了“中国国际旅行社”,简称“国旅”。

20 世纪 80 年代初,在改革开放大潮推动下,我国旅游业得到了长足的发展,旅行社像雨后春笋一样在全国各地出现。到目前为止,已有相当的数量和规模,各种业务正在与世界接轨。“1998 年 7 月,深圳锦绣中华发展有限公司下属‘锦绣中华’和‘中国民俗文化村’两景点成为全国第一家通过 ISO9002^① 国际体系质量认证的旅游区。随后,峨眉山、庐山、华山、三亚等一批具有国际影响的旅游区在管理中导入 ISO9000,更是带动了全国旅游区(点)对质量管理工作的重视。”^② 在旅游区(点)管理中导入 ISO9000,借助成熟而有效的国际规范和经验,以质量为切入点,确立合理的营销方针、

① ISO 为国际标准化组织的缩写,全称为 International Standard Organization; 9000、9001、9002 分别为质量标准。

② 李云姬:《中国旅游业管理与国际接轨之我见》,《旅游管理》,2003 年第 5 期。

安保措施、项目方案,提高其整体管理运转水平,提高服务效率和质量,将再次推动我国景区景点与国际旅游接轨,促进中国旅游业实现“旅游资源大国”向“世界旅游大国”的飞跃。

(三) 旅游的特点

1. 旅游需求的多样性

需求是人们在一定生活条件下,对客观事物的欲望和要求。旅游需求是人们引起旅游动机、产生旅游行为的直接原因。旅游需求是旅游消费的源泉。人们的生活需求有不同的层次,旅游需求也表现出它的层次性、多样性和丰富性。归纳起来,人们的旅游需求主要有以下几种。

(1) 休闲娱乐。我国的双休日、国庆、五一长假,西方国家的复活节、圣诞节,人们摆脱繁忙的工作和劳务,寄情山水放松身心。在旅游中过周末度“蜜月”别有一番情趣。

(2) 健康医疗。爬山游泳步行可以健身,海滩日光浴和温泉可以治病,北戴河、庐山等名胜风景区可以疗养,有益健康。

(3) 文化艺术。看敦煌石窟,游巴黎铁塔,听“多瑙河之波”……了解异地他国的风土人情,追溯古城名胜的历史渊源,可以汲取其文化知识,提高文化艺术修养。

(4) 宗教朝圣。朝拜宗教圣地,访问宗教中心,参加宗教活动。如每年农历二月十九是观世音菩萨生日,成群结队的信男善女到普陀山举行隆重的佛教祭祀仪式,为观音过生日。4月8日是释迦牟尼的生日,12月24日是耶稣的诞辰,不同的信教者都会到相应的地方去聚会举行庆祝活动。2004年2月1日全世界各地近190万穆斯林云集沙特阿拉伯的麦加圣地举行盛大的朝觐圣典,我国甘肃也去了1000多人。

(5) 冒险活动。登珠穆朗玛峰,过塔克拉玛干大沙漠,到南极探险,到湖北神农架寻找野人踪迹等等。

(6) 学习、考察及参加竞赛。到外国留学、考察,参加学术会议,参加国际体育竞赛等。

(7) 其他。如购物、探亲、访问、文体活动等等。

2. 旅游人员大众化

奴隶社会和封建社会,旅游几乎被统治者和上层人物垄断,与劳苦大众无缘。在当代,随着生产力的发展和人民生活水平的提高,加上消费观念的转变,旅游大众化、平民化、普及化的趋势越来越明显。旅游度假已不再是上层人物的专权,而成为人民生活中不可缺少的组成部分。旅游人员大众化与旅游需求的多样化是同时存在而相辅相成的。

3. 时空的集中性

时间的集中性是指旅游的淡旺季,空间的集中性是指旅游的冷热点。我国和世界各地气候条件千差万别,时间空间交叉变幻,体现了复杂的时空组合,多元的时空布局。

(1) 时间的集中性。从时间上讲,旅游有明显的季节性。冬天,人们纷纷去南方避寒;夏天,游客扎堆北国消暑,这是思维定势按常规办事。近年来,人们又开始逆向思维,冬天去北方开辟滑雪、冬游项目,夏天又在南方欣赏热带雨林,组织学生夏令营

进行耐酷暑强化训练。

利用旅游的淡旺季,游客也可以打时间差,错开旅游黄金季节出游,既能享受到价格的优惠,又能避开客流高峰,食宿更加方便。另外,旅游业也可在淡季休整,或封山育林,或养精蓄锐,迎接下一个旅游高峰的到来。

(2) 空间的集中性。从空间讲,国内外各地旅游的资源条件大不相同,对游客的吸引力也不一样。据2002年国家旅游局统计,全世界国际旅游总人次中,去欧洲的人最多,其次是亚洲,两个地区加在一起,每年接待国际旅游者人数占总量的80%以上。相比之下,非洲、中东、南亚三处加在一起不到6%。在我国,2002年接待海外游客20万人次的城市有北京、深圳、广州、上海、杭州、珠海、西安、昆明、桂林、泉州、中山、苏州、厦门、南京、天津15个城市。另外还有沈阳、成都等13个城市每年接待外国游客达10万人次。这28个城市加在一起,占全国接待海外旅游者总量的75.5%。^①

(四) 旅游的作用

1. 通过旅游休闲放松身心

这是旅游活动最直接最根本的作用。随着生活水平的提高,人们更加注意生活质量。工作时努力赚钱,休闲时放手消费,参加旅游是实现“能挣会花”的最佳途径之一。人们每日承担繁重的工作,面对激烈的竞争,生理和心理都十分紧张。双休日到郊外散步,“五一”“十一”到名山胜水游览,春节携全家到港澳台、新马泰、西欧北美去愉悦身心,对身心健康大有裨益。

2. 通过旅游增长知识

旅游资源是一部永远也读不完的大百科全书。它包含自然资源和人文资源两大部分,人文资源又包含历史资源、宗教资源、文化资源、民俗资源等。文化资源中包括饮食文化、建筑文化、服饰文化等。饮食文化又包含食文化、茶文化、酒文化等。我国的烹饪可以说是一绝,各种菜系争艳夺目,仅“满汉全席”就集我国名菜之大成,有134道菜,48个冷盘,还有点心和水果,其烹饪方法复杂多样,令人眼花缭乱。在旅游过程中,能体验各种知识的熏陶,既丰富了阅历,又增长了知识。可谓:“外出一次游,胜读十年书。”

3. 通过旅游审美陶冶情操

“凡山川之明媚者,能使游者欣然而乐。”这句话道出了古代传统山水旅游的审美功能。旅游的过程,实质上就是旅游者寻觅美、发现美、欣赏美的过程。旅游活动集自然美、社会美、艺术美、科学美、技术美于一体,融山水园林、文物古迹、音乐舞蹈、建筑雕刻、风情民俗于一炉,可以满足旅游者从生理到精神的审美需求。

旅游者之所以不远千里到各地游历,目的就在于追求物质与精神的双重享受,而精神上的愉悦尤为重要。许多旅游者在风光如画的景点中学会欣赏美,在青山绿水秀壑中听泉鸣,在浩森大海边看日出,尽情吮吸大自然恩赐的甘露。面对形形色色的审美对象,引发内在的心理活动,可以获得其他行为难以达到和替代的快感与享受。欣赏大好

^① 国家旅游局:《中国旅游统计年鉴》,北京:中国旅游出版社,2003。

河山的旖旎景色,会激发起崇高的爱国主义情怀,会使人弃恶从善灵魂得到净化,道德得到升华。

4. 通过旅游发展经济

旅游业作为一种产业,它可以刺激消费、增加国家税收和外汇收入、增加就业机会、带动相关产业的发展。根据发达国家的经验,旅游业与公共事业的投入比例是1:5。旅游业可以促进商业、电信业、娱乐业、餐饮业的发展。博物馆、展览馆、车站码头、通信交通等基础设施和服务设施都为旅游业的发展开拓了广阔的前景。据统计,我国1996年旅游业总收入占GDP的3.7%,截至2000年,旅游业总收入达4519亿元人民币,占当年GDP的5.1%。2002年,我国旅游业总收入为5566亿元,比上年提高11.42%,高出国民经济总体增长速度3个百分点。其中旅游外汇收入达204亿美元,比上年增长14.6%。2004年仅春节黄金周期间,全国共接待旅游者6329万人次,实现旅游收入289.6亿元。^①

据国家旅游局2004年初发布的信息,过去20年,中国从旅游资源大国发展成为亚洲旅游大国,今后20年,要实现向世界旅游强国的历史性跨越。到2020年,中国入境旅游人数将达1.35亿到1.45亿人次,比1998年增长1.1倍到1.3倍;国际旅游外汇收入将达520亿到750亿美元,增长3.1倍到4.9倍;国家旅游收入1.95万亿到2.7万亿元人民币,增长6.9倍到10.3倍。据测算,届时旅游业总收入将超过3.3万亿元人民币,相当于国内生产总值的8%。^②

5. 通过旅游促进交流

无论是国内旅游还是国际旅游,都可以促进世界各国人民互相了解,增进友谊。在国内旅游,南方人到北国草原千里驰马,到白山黑水溜冰滑雪;北方人到广东深圳,会被南方的自然风光倾倒,会被改革开放的步伐和硕果震惊。南北东西思想观念的撞击,会使人们思想更加解放,精神的互补和各取所需,会带来物质建设的飞跃。同样,通过出国旅游,外国人会了解中国,克服偏见;中国人接触世界现代文明会大开眼界,为过去的夜郎自大而汗颜。经济全球化会促进旅游全球化,旅游全球化会使地球村生活得更加文明富足和谐。

二、关于旅游写作

(一) 旅游写作的含义

什么叫旅游写作?旅游写作是在旅游工作中与旅游活动中进行的写作活动。狭义的理解,旅游写作是只有旅游行业才使用的写作,如导游词、旅游指南等。广义的理解,旅游写作是与旅游有关系的各种写作,包括旅游业和旅游者使用的宣传文书、管理文书和旅游题材的散文、小说、诗歌等。

我们把旅游写作界定为:第一,它是指广义上的一切与旅游相关的写作实践活动;第二,它是由旅游学和写作学自然结合而产生的一门边缘科学;第三,它是旅游院校一

^① 《中国旅游报》2004年2月2日。

^② 《国家旅游局局长何光暉在全国旅游工作会议上的讲话》,《中国旅游报》2004年1月12日。

个新兴的学科和一门专业基础课程。

这样界定,说明以旅游为内容所进行的写作活动,所写出的文章,延伸到写作分类和文章分类的各个领域。在应用类中,旅游写作与新闻写作、科技写作、司法写作、经济写作相并列,属于专业写作,表现为公务文书、事务文书、学术论文等。在文学类中,旅游文学可分为小说、散文、诗歌、戏剧等体类,它是文学大家族中的一个分支。

这样界定是一个横切面,以旅游为标准,截取的范围涉及写作的每一个领域、文章的每一个类别。如“江西省人民政府关于加快旅游业发展,建设旅游大省的决定”涉及旅游,属于旅游写作(公文类);《北京大观园》内容涉及旅游,属于旅游写作(说明文类);王安忆的小说《锦绣谷之恋》是写一个女编辑在一次与旅游有关的活动中发生的情感纠葛,内容与旅游有关,属于旅游写作(小说类);影片《庐山恋》以旅游为背景开展情节塑造人物,当然涉及旅游,也属于旅游写作(电影类)。

这样界定是一个比较宽泛的概念。当前旅游院校使用的写作教材,大都以“旅游应用文”或“旅游应用写作”为名称,内容仅仅限于应用文体各论。我们这本教材,不仅收入文学体裁,在文体类别上扩大了旅游写作文体各论的外延,而且增加了导论部分,对基本理论进行探讨,使旅游写作的范围更丰富,更好地为旅游工作服务,为旅游业的大发展服务,为广大旅游爱好者和写作爱好者服务。

(二) 旅游写作的作用

1. 旅游写作是开展工作的基础

从大处讲,各级党政机关颁布发展旅游事业的方针政策、法律法规、规范方案,都以旅游写作作为手段,通过旅游文章表现出来的。从小处讲,旅游行业布置工作、开展活动、反映情况、请求批复、联系业务、交流信息、商洽公务、总结经验,也需要旅游公务文书和事务文书。从细处讲,旅游景点的宣传、旅游产品的介绍、旅游景点的包装、旅游线路的推广、旅游顾客的吸引、服务质量的提高,都离不开旅游宣传文书。综上所述,旅游行业一息也离不开旅游写作,旅游写作是旅游行业开展工作、加强管理、提高社会效益和经济效益的有力工具,也是广大旅游者增添旅游兴致、分享旅游情趣的重要手段。

2. 旅游写作是展现艺术风采的平台

旅游写作活动,作为写作者,可以撰写应用文书、创作文学作品;作为读者,可以研究实用文章、欣赏文学作品;作为学者,可以钻研有关理论、评论文章、研究文学作品。在这过程中,旅游文章的认识作用、教育作用、审美作用都得到充分的展现,文学作品更放射出熠熠的艺术光彩。

随着生活水平的普遍提高,旅游成为日常生活中不可或缺的组成部分。在旅游活动中,不但游山玩水,食宿购物,拍照录像,还可以记下沿途的所见所闻所思所想所感所慨,指点江山激扬文字。旅游写作活动伴随着整个旅游过程,记录行程,留下思绪起伏的轨迹。这是其他任何东西所不可替代和无法比拟的。更何况古今中外成千上万的作家、旅游家为我们留下无数的旅游文学佳作。这些文化瑰宝让我们认识历史,净化灵魂,让我们领悟到真善美的精髓,更加激励我们热爱祖国、热爱生活、热爱家乡。

3. 旅游写作可以提高景点的知名度与美誉度

一篇优秀的广告词、导游词,一篇优秀的旅游消息、通讯、调查报告或评论,都可以提高景点的知名度与美誉度。旅游文学的强大艺术感染力和潜移默化功能,更使名胜佳景身价百倍、名垂青史。

旅游文学的传播、应用与赏析,有力地扩大了景点的宣传和影响。中国古代文学中,姚鼐的《登泰山记》、郦道元的《水经注》、柳宗元的《永州八记》、李白的《蜀道难》等佳作,把泰山的雄伟、三峡的壮丽、蜀道的嶙峋、华山的峭峻、黄山的奇美、西湖的瑰丽描写得丝丝入扣,惟妙惟肖,令人百读不厌。欧阳修的《醉翁亭记》使滁县闻名遐迩,王勃的《滕王阁序》、崔颢的《黄鹤楼》、苏轼的《放鹤亭记》,使江西南昌的滕王阁、湖北武汉的黄鹤楼和江苏徐州云龙山放鹤亭名声大噪,从而成为游客们慕名而至的著名旅游景点。现代文学中,冰心的《寄小读者》、朱自清的《绿》、叶圣陶的《黄山三天》或写一路行程,或记一潭碧水、一座名山,细腻的描写抒情,优美的状景记事,成为世人学仿的范本。当代文学中,杨朔的《香山红叶》、季羡林的《火焰山下》、汪曾祺的《昆明的雨》、秦牧的《社稷坛抒情》,作家有时把你带到了神话般的美妙世界去享受,有时又把你投入到冷酷的历史长河去煎熬。他们以构思的巧妙、思想的深邃将旅游文学写作驶进一个崭新的境界。

外国文学中优秀的旅游文学作品更是不胜枚举。古希腊历史学家希罗多德的《历史》、阿拉伯旅行家巴图特的《亚洲非洲行记》以及大量的山水游记探险纪实,都是文士漫游活动留下来的真实记录。中世纪的马可·波罗用《马可·波罗游记》记录了作者在中国18年的游历,向世界介绍了中国的天文、地理、历史、文化、风土人情。文艺复兴时期西班牙作家塞万提斯的《唐·吉珂德》、18世纪美国作家约拿旦·斯威夫特的《格列佛游记》、法国著名浪漫主义诗人拜伦的《恰尔德·哈罗德游记》、美国小说家马克·吐温的散文集《傻子国外旅行记》和小说《哈克利·费恩历险记》、俄国文学大师莱蒙托夫的小说《当代英雄》、屠格涅夫的《猎人笔记》等等,都显示了旅游文学旺盛的生命力和灿烂的艺术成就。

旅游文学作品不但能使景点闻名遐迩,而且提高了风景名胜和文物古迹的文化品味。不少旅游城市都打古今中外文人墨客名士牌,就是这个道理。

这些文学现象充分表明,旅游写作用其独特的表现手法,充分发挥了交流、认识、教育、审美作用,结下了累累硕果。

第二节 旅游写作的性质、特点和分类

现代写作是一个新兴的学科,旅游是可持续发展的朝阳产业。两者结合成旅游写作这样一个崭新的边缘学科。在旅游中写作,在写作中旅游,这真是一个可以放开手脚大显神通的奇妙舞台。要想在这个舞台上表演出波澜壮阔、五彩缤纷,就必须对旅游写作的性质和特点进行深入的探究。

一、旅游写作的性质

旅游写作的基本性质是合一性，具体表现在三方面：

（一）自然属性与社会属性的统一

所谓自然属性，是指在旅游写作过程中，不同社会制度、不同意识形态、不同历史阶段、不同作者所表现出来的共性。就是说，旅游和写作作为一种实践活动，虽则背景不同，但目的是相同的，分类、规律、技巧是相近的。不要排斥外国，不要鄙夷古代。相反我们应当认真地向古人学习，向外国借鉴，吸收人类在各个阶段各个领域创造的文明成果来丰富自己、充实自己，使旅游写作更完美、更充实。

所谓社会属性，就是不同社会制度下、不同时代环境中所表现出来的差异性。当前我国处在社会主义初级阶段，正在建设中国特色社会主义。在旅游写作中处理人与人之间的关系，解决在法律、道德、利益、制度、观念之间的矛盾与冲突，不能照搬西方，不能模仿佛古人，应当符合中国国情，与时俱进，充分体现鲜明的时代性与创造性。

在学习中创新，在继承中发展，在借鉴中前进，在规范中张扬，这就是旅游写作的原则要求。这样做就实现了自然属性与社会属性的统一。

（二）应用性与文学性的结合

应用性与文学性是一对矛盾，应用文与文学作品在主题、结构、语言、材料使用等方面都有不同要求。我们在此处讲应用性与文学性的结合，不是取消各自的特点，不是抹杀各自的要求，恰恰相反，是严格按各自的规范办事，充分发挥两大类文体各自的特点和优势，在此基础上把两者融为一体。

两者结合的特征是：

1. 外延有扩大

旅游写作包含旅游应用文与旅游文学作品。我们用“旅游”这条红线把两者串联在一起形成一个崭新的领域。在这个领域中应当实行“一笔两制”，即在遵循旅游写作一般规律的原则和大前提下，旅游应用文与旅游文学作品各自按自身的规律活动。如“材料”要真实，这是大前提。旅游应用文的材料是生活真实，旅游文学作品的材料是艺术真实。再如，“主题”要集中，这是大前提。应用文主题往往是来自政府的法规、政策、上司的安排布置，文学作品则是作者自身的体验，两者都要集中地表达出来，不要分散，东拉西扯。再如，“文种”要合适，这是大前提。写公文时，选的文种要符合国务院颁发的〔2000〕23号文件，即《国家行政机关公文处理办法》的要求；写文学作品恰恰不受限制与约束，写诗歌用格律体还是自由体，写小说用顺叙还是用倒叙，完全悉随尊便。

2. 手法有渗透

旅游写作中一个奇特现象应当引起大家重视：狭义的旅游写作（即旅游行业的应用文写作）也是一个复合体。旅游指南和导游词是说明文，属应用文体毫无疑问。应用文写作格式固定，语言简明庄重。但由于旅游行业的特殊性，由于“导游词”与“旅游指南”自身功能的特殊性，在写作上大量借鉴引入文学创作的手法，如结构灵活、语言生动等，可以用大量的抒情、描写，可以用夸张、排比、拟人、复沓、比喻、

象征等手法。这就使导游词与旅游指南在体裁上、风格上把应用文与文学作品融为一体。

写作领域文体杂交的现象早已普遍存在。随着认识水平的提高,在文学类与应用类文体之间产生了不少交叉渗透的边缘地带。文学与史学交叉形成传记文学,文学与地理交叉形成游记,文学与新闻交叉形成报告文学,文学与议论交叉形成杂文,文学与自然科学交叉形成科学小品,凡此种种不一而足。应当承认,这种结合是一种创造,表现了人们克服了思维定势带来的影响,开垦出一片新的天地。这块天地给人们施展才能提供了广阔的空间。应用文与文学作品交叉,比例各占多少,没有必要也不可能做量上的规定。对各种交叉文体不要苛求,要听其自然,掌握适度,像手艺高超的厨师烹饪出色鲜味美的糖醋鱼和怪味鸡一样供人品尝。我们也希望在旅游写作这块沃土里,开出色彩各异、灿烂夺目的旅游写作文体新花。

(三) 专业性与综合性的融通

专业性是说“写作”与“旅游”两大学科,分别形成了自己的学科体系。要求从事旅游写作的人要认真掌握写作学的专业原理,学会旅游学的基本原则。写作原理包括写作本质论、过程论、文体论的相关知识 with 技巧。旅游原则包括旅游学的内容,即旅游的产生与发展、旅游的本质、旅游的作用等等。掌握这些专业知识是提高旅游写作水平的前提与基础。但这仅仅是第一步,仅此止步是远远不够的。因为世间好多学问是相通的,彼此关联的。不管是旅游还是写作,都与心理学、哲学、法学、管理学、美学、史学、行政学、经济学、文化学、市场学等有千丝万缕的联系。这就要求学习旅游写作必须涉猎相关的领域,不仅当一个专家,而且当一个杂家,做到既专又博。

这样要求虽然似乎严苛,但这是旅游写作者必须努力的方向。综观写作历史,哪一个有成就的大手笔不是博览群书学富五车的大学问家?古代孔子功于“六艺”(即善于礼、乐、射、御、书、数),曹雪芹融文学、史学、建筑学、烹饪学于一身,郭沫若兼有史学家、诗人、考古家、文学家、书法家、社会活动家的头衔,毛泽东以政治家、军事家、史学家、书法家、诗人、外交家、思想家著称于世……

学习旅游写作的过程必将促使旅游人才的全面发展,触类旁通的丰富知识又促进写作人才的迅速成长。

二、旅游写作的特点

(一) 创造性

旅游写作是一种创造性的劳动,这种创造性劳动的核心是创新。世上不可能也不应该有两篇完全相同的文章,否则就是抄袭。作者进行旅游写作,与工人造电器、农民种庄稼完全不一样,因为旅游写作不是重复性劳动,旅游文章也不能批量生产,只能是“这一份”公文,“这一篇”导游词,“这一首”旅游诗。可以说,没有创造性劳动便没有旅游写作,便没有旅游公文,没有旅游新闻和旅游文学等旅游文章。

旅游写作创造性的特点,是客观现实决定的。与一切写作活动一样,旅游写作以反映社会现实为己任;现实生活日新月异,千变万化,旅游创作理所当然地应当与时代同步,万紫千红。旅游写作的一切文体,都应突出时代性,从旅游公文来说,它是宣传政