



旅游文化与管理系列丛书

导游语言艺术

DAOYOU YUYAN YISHU

陈蔚德 著



河南大学出版社

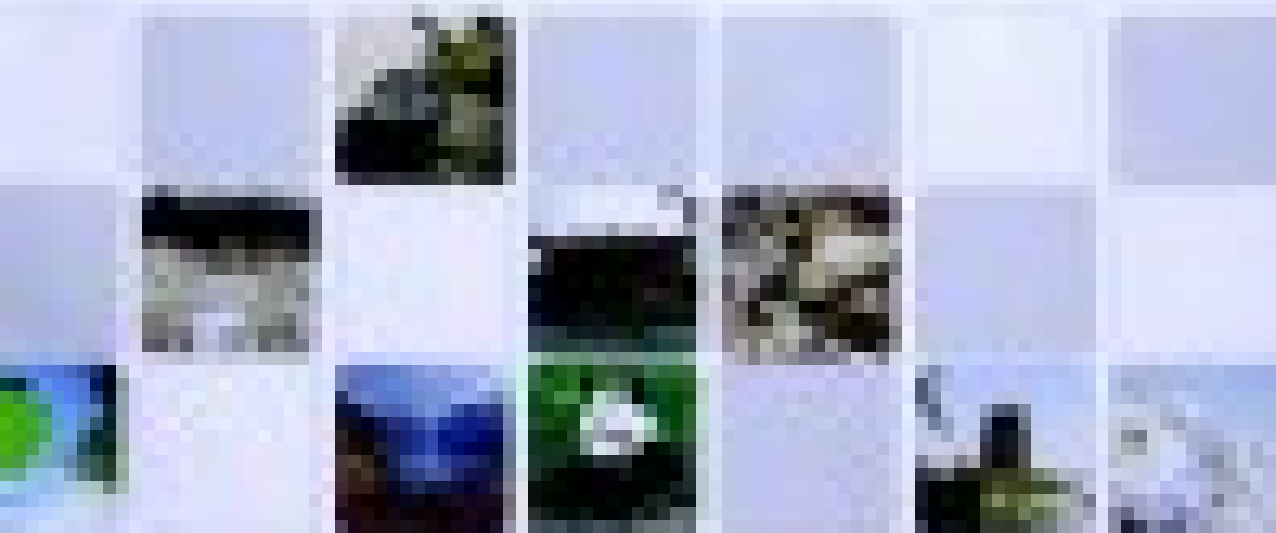


中国旅游出版社出版

导游语言艺术

DANYOU YUYAN YISHU

陈惠德 著



中国旅游出版社

旅游文化与管理系列丛书

导游语言艺术

DAO YOU YU YAN YI SHU

陈蔚德 著

河南大学出版社

• 郑州 •

图书在版编目(CIP)数据

导游语言艺术/陈蔚德著. —郑州:河南大学出版社,2014.9

ISBN 978-7-5649-1692-3

I. ①导… II. ①陈… III. ①导游—语言艺术 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 216793 号

责任编辑 申从芳

责任校对 陈晓林 胡 宁

封面设计 王四朋

出版发行 河南大学出版社

地址:郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号 邮编:450046

电话:0371-86059712(高等教育出版分社)

0371-86059713(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 河南承创印务有限公司

版 次 2014 年 9 月第 1 版

印 次 2014 年 9 月第 1 次印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 13.25

字 数 314 千字

定 价 27.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

前言

这是一本关于导游语言艺术的书。

在局外人看来,导游工作是陪同旅游者游山玩水惬意的工作,但正如古语所云:“如鱼饮水,冷暖自知。”导游员的甘苦是很难与外人言说的。姑且不论严寒酷暑、栉雨沐风,只那不断的重复,就使许多人望而生畏。假若让你走100次三峡,上300次黄山,登500次长城,逛1000次故宫,你还能有第一次那样的兴致,那你就可以做导游员了。客人的第一次旅行,也许就是最后的一次,或一生中唯一的一次。这就要求导游员哪怕是第1001次,也得像第一次那样,精神饱满、热情洋溢、挥洒自如。为了做到这一点,笔者常常作些思考并记录下来,便成为一篇篇的导游词了。与其说这是为工作,为客人,为旅行社,不如说是为了自己,为了使自己在导游工作中活得愉快、舒心,过得滋润、舒坦。

记得30多年前,笔者第一次游漓江,在酥酥春雨中,乘一叶扁舟,那漫江碧透,把人的身心都陶醉了。快到终点时,心中惴惴的,生怕那些美景瞬间逝去。撑船的渔姑嗔笑着说:“漓江的风景没有终点呢!往回走又是另一番景致……”她说得那么妥帖,就像漓江水那么透明,恍若云中仙子,无意中拂了一下水袖,就把人们从几乎要中断的审美境界中挽了回来。要不是明净的漓江的灵性,怎么能有如此神力?

导游员被山山水水的灵气浸润,也应天然率真、神思卓然、热情质朴、想象丰富。他们比一般人更多情,更多智,也更善于剪去景点的繁枝赘叶,把美好的东西注入游客心中。在娓娓的叙述中,游客窥见了他们丰富的内心世界:在自然流露中左右逢源、游刃有余、五步一楼、十步一阁、步步莲花、句句珠玉,放乎天性而又止步荒唐,指点江山而又驰骋古今。

导游工作变若风云,没有一个固定不变的模式,更无法制成标本,笔者奉献给导游员的也只是山野路径上的一束小花。在大家胸中丘壑、吞吐历史波涛之余,或可在这里作短暂的休憩。在导游的路上,有崎岖和激流,但也有鲜花和微笑。因此,我们应该热爱导游这一行。收入本书的,是笔者从事旅游工作以来,所写的导游词和有关旅游方面的文章,希望借此与读者一起领略祖国的大好河山之美。

著者

2014年6月18日

目 录

第一部分 漫谈导游	(1)
导游员与导游工作	(3)
如何成为一名合格的导游员	(13)
第二部分 如何说好导游词	(39)
山水无限美	(51)
长江三峡	(57)
华夏文明源自中原	(66)
图腾文化与亚龙湾图腾柱	(71)
甲骨文	(82)
青铜器	(85)
中国佛教石窟艺术	(91)
巴人船棺葬和悬棺葬	(102)
海瑞与海瑞墓	(106)
中国园林艺术	(114)
中国茶文化	(121)
第三部分 导游词解说	(135)
大足宝顶山石刻导游词	(137)
洛阳龙门石窟导游词	(146)
登封少林寺导游词	(147)
安阳殷墟导游词	(152)
清明上河园导游词	(153)
河南博物院导游词	(154)

黄帝故里导游词·····	(156)
四川茶馆导游词·····	(158)
大熊猫导游词·····	(160)
椰文化导游词·····	(163)
山西绵山介公岭导游词·····	(166)
栾川老君山景区导游词·····	(170)
老子文化苑导游词·····	(172)
老君山道教文化区导游词·····	(184)
追梦谷生态观光区导游词·····	(199)

第一部分 漫谈导游

导游员与导游工作

近年来,我国旅游事业不断发展,来旅游的海外游客也逐年增多。凡有景点的地方,大抵都有游客,只有多少的差异而已。一些地方成为热点、热线,一些地方还是温点、温线,除了交通原因和景点本身差异之外,很大程度上在于宣传和导游。以四川省的风景点为例,在旺季,九寨沟游人如织,而海螺沟却门可罗雀。即便同一个城市,同一个景点,有的游客反映很好,有的却反映不佳,甚至觉得无可观瞻,盖因导游员水平不同,反映大相径庭。一些国家的旅游团到重庆,大抵都要求去大足参观,只因为有几位导游员既有较好的外语水平,又谙熟佛教石刻艺术,能在导游中引导客人“入味”,从而使大足石刻艺术声名远扬,异域流芳。

庄子曰:“判天地之美,析万物之理。”这就是哲学,就是科学,就是艺术。如果置之旅游行业,就是导游从业人员的最高标准。三流导游员是不需要读诗歌和哲学的,但一流导游员一定要有诗人和哲人的气质。

导游员的气质和品位来源于其学识和修养。俗话说:“腹有诗书气自华。”导游员的工作涉及方方面面的知识,无论是城市概况、自然山水、人文古迹,还是历史文物、风俗民情、饮食服饰,都要以文化作为基石。只有深入其中、细心体察、充分理解,讲出来的东西才可以任情挥洒、游刃有余。在历次全国和各省的导游大赛中,名列前茅的选手无一不是认真读书之人。

导游员应当独具慧眼,善于发现问题。所谓善于发现,就是勤于观察、敏于思考,能在别人不注意的地方注意,在别人不审量的地方审量,在别人不停留的地方停留。这样一来,导游员工作起来就不会对去了多次的参观点感到乏味,反而能道人所不能道,言人所未曾言。

导游员不仅要用头脑思考,还要学会用心思考。前者是理智的,后者是感性的。当心贴近了心,客人某些看似无理的要求,其中也会有合情的成分;旅途中某些看似无懈可击的安排,也可能有所疏漏。感情近了,进行些不伤大雅、不违背原则、不损害旅行社经济利益的调整,不仅可以减少摩擦,还可能出现皆大欢喜的结局。

传统文化是一个民族的源头,一切东西都是从传统文化中延续、发展而来的。要在中国的土地上做导游,不了解中国的传统文化,那几乎是自己和自己过不去。

导游讲解应当把景点、审美、文化、民族特色和语言技巧有机地结合起来,使导游工作变成追求高层次生活的印记。若没有对景点的主观见解和研究,客观的东西就沒有任何作用。

几千年来,中国的各个艺术门类,从诗歌、绘画到雕塑、戏剧,都讲究典雅、自然,反对装腔作势和过火的行为,反对无目的的炫耀技巧,乐而不淫、哀而不伤、怨而不怒……这就是分寸感和尺度,导游人员也应如此。

客观景点的美往往是人们主观情感的反映。由于游客文化修养、性格、气质的差异,他们对同一景点常常会有不同,甚至截然相反的评价。因此,导游员在导游讲解中切不可不看对象,把要讲的东西一股脑地向客人倾泻,这样效果常常适得其反。导游员应当先了解客人,从平常的、人们熟悉的东西谈起,从游客的眼中去捕捉其兴趣、爱好、个性和修养,然后由浅入深,层层展开,使客人自觉地、心悦诚服地跟着导游员的讲解,逐渐深入景点所具有的文化审美内涵。这样,客人不仅得到了一种美的享受,而且也得到了参与审美,增长见识的乐趣。

当游客面对着一件件古代的艺术珍品时,最重要的不是知道是什么,有什么价值,而是为什么是这样,怎样做出来的。这是最难讲的,但他们却期待着导游员能讲出来。然而,一些导游员只是围绕着讲一些“故事”和“事件”,而未能深入其中讲出这些艺术珍品为什么会产生,这会让客人很失望。导游员认为自己不是专家,不知道理所当然。可是对去了几十次甚至上百次的景点,依然讲不出来,恐怕就是职业责任的问题了。

如果一个时代的艺术家只是回头去做前一时代艺术家已经做过的事情,那么,他的作品只能被视作模仿,而不会被看作艺术,他们也不会艺术史上留下自己的痕迹。

历史,严格说来就是“发展”的历史,而“发展”的意思,就是不能完全重复、复制,甚至倒退,只能一往无前。在宇宙万物中,只有生命才具有这种发展的特点,生命是不能从成年退回到幼年的。唯有一种生命可以作为生命的生命,即人的心灵和精神,以及由此而形成的人类文化,才真正是无限发展的。就这个意义来说,只有人类才有真正的历史。

导游讲解不可以就事论事,而应当像中国古代诗人和画家讲的“以大观小”,即从全局中选取最能展示其精髓的局部,像石涛、刘海粟画的黄山,像毛主席写的《沁园春·雪》,就是这样的典型。导游讲解不是说明书,换句话说,导游员不仅是摄影师,而且是画家、诗人。画家和诗人应注重突出景点最美的部分,忽略甚至遮掩景点不美的部分。就这个意义上来说,导游员又有点像服装设计师。就是说,导游讲解不仅要“合身”,而且要“得体”,要美,这样才是有创意的讲解。

任何景观在人们的视野中总是有尽头的,导游员的责任就是要通过讲解使有限的景观变得意蕴无穷。所谓“含不尽之意,见于言外”指的就是这种境界。

导游员在实地景点讲解的过程中,不妨有所取舍增损。如果照实按部就班地讲下去,固然面面俱到,游客也无可挑剔,但会显得过于呆滞。中国艺术历来讲究“写神”,讲究“气韵生动”,导游员的讲解也应当突出重点,把那些最美、最精彩、最动人、最能引起游客兴趣的东西向游客充分地展示出来,这比那种四平八稳的讲解要好得多。

所谓“增”,是把景点之外的,与景点有联系的知识、典故、传说等熔于一炉,不着痕迹;所谓“损”,就是不要面面俱到、轻重不分,而要有所取舍,即厚积薄发、广纳慎取。老子曰:“多则惑,少则得。”导游讲解也是一样的。虚实取舍,实者虚之,虚者实之,远者近之,生者熟之,纵横交错,上下古今,可以说是导游讲解的极致。

古人曰:“聪者听于无声,明者见于未形。”导游员要有好的艺术敏感性和艺术直觉,这

样才可以更充分地去体察景点之美,在充分把握的基础上才可以更好地向游客传达这种美,从而达到引人入胜的效果。导游员的成功不在讲解之时,而在讲解之前。

导游员要勤于思考,认真体察,对景点拥有直接或间接的生活体验,在体验中去发现那些吸引人的魅力,然后才能在导游讲解中重现那些魅力。导游员在导游讲解中要“全情投入”,要使客人从他那舒缓疾徐的语调变化中,从感情起伏跌宕的转换中,去发现和体味导游员正在探索和解析景点的微妙变化,从而受到感染和陶醉,沉浸在一种美的享受之中。导游员的讲解给予人的应当是一种启悟和诱导,而不是越俎代庖。这样才能留给游客想象驰骋的天地,从中获得一种参与创造的快感。这种“参与性”正是导游员能够引人入胜的地方。

导游员不是要讨好客人,他的“全情投入”会让客人产生一种亲切感(这是由导游员的敬业精神和对这份工作的热爱而达到的),这种亲切感又会越过与客人之间的那堵无形的墙,使导游员与客人更好地交流。游客随导游员讲解行进的“投入”是自然的,是情之所至,理之必然。导游员过分地近于表演的动作和语言,绝不会为游客所接受,效果往往适得其反。

导游讲解是一门艺术,艺术的完美性就是和谐与自然,和谐与自然的反面就是矫揉造作。没有个性的导游讲解必然缺乏感染力。导游艺术能陶冶人的心灵,影响游客的道德情操。哪怕是那些纯自然的山水,只要对它寄予丰富的情感,也会让人产生强烈的爱,为保卫它而奉献自己,这就是导游工作的社会作用。其实,导游工作又何尝不是一种自我教育的工作。在祖国的佳山秀水和极具艺术魅力的历史文化遗产面前,我们自己不也受到深情的感动和心灵的激荡吗?

导游艺术是情感的产物。如果没有情感,没有对景点发自内心的热爱,哪里还谈得上向别人传递这种情感,也就没有导游艺术可言。景点之美固然在于景点自身所具有的内在魅力,同时也在于导游员通过讲解所展示出来的魅力,人文景点尤其如此。这就是导游艺术的生命所在,就是为什么“看景不如听景”的原因。

导游讲解,既不能不经过自己头脑的思考,人云亦云、亦步亦趋,逐渐堕入僵化;又不能信口开河、胡编乱造,从而流于空泛。现存的导游词也好,别人的讲解经验也好,都有利于导游员发挥各自的长处。因此,导游员要善于融化变通,为己所用。点化其一点,便可以别开生面;贯通其众长,便可能耳目一新。关键在于一个“化”字和一个“通”字。“化”则消化吸收,“通”则无须卖弄知识。

导游讲解一定要有真情实感,这是其能够深入游客心中的基础。真情实感之动人,不是任何技巧可以比拟的。在放映电影《高山下的花环》的时候,影剧院内一片哭声。与其说观众的眼泪是靠演员的哭引出来的,不如说是靠演员的不哭引出来的。梁三喜牺牲的消息传来,无法承受的打击使梁大娘本然得像座石雕。玉秀知道,母亲比她更痛苦,自己不能哭。她们越不哭,观众就越想哭。从这里,导游员是否可以得到更多的启示呢?对导游员来说,并不是讲得越多越好,而是要言于当所言,止于不可不止。一些景点和艺术品的吸引人之处,常常是很难用言语来表达的。在这种时候,导游员不妨少讲,甚至不讲。只需着力去营造气氛,创造意境,引发游客的兴趣,让他们把全部身心和注意力都集中在审美客体上,然后适时加以点化,让游客和自己一道参与审美创造。这样,客人所得到的

审美享受是通过自己的感受逐步获得的,比那种“灌输”要深刻得多。

追求新奇是游客的一般心态。这新奇,大抵又不是全新,而是文艺学家们所讲的新鲜、熟悉。心理学中有所谓“差异原理”,不太熟悉的变异,能唤起知觉的新鲜刺激而感到愉快。李泽厚先生曾说过:“那种与旧经验又联系又差异的新经验,最易产生审美愉快。”这就需要导游员在讲解景点时,注意化“异”为同。接待海外游客时,还应当有跨文化的审美素质,让游客在“同”中去获取那些相“异”的审美情趣,从而产生心理上的愉悦感。

从某种意义上来说,导游员既是讲解者,又是听众。他们既要考虑景点,又要顾及游客,既在角色之内,又在角色之外。只有这样,他们的讲解和服务才能真正赢得游客的赞赏。

西方人对中国人喜欢画松、竹、梅,总是不解,觉得画得太多了。其实,松、竹、梅代表的是中国人的人格和品质。无论严寒酷暑、春夏秋冬,总是一样的绿;无论狂风暴雨、严霜酷雪,依然巍巍独立。我们从中得到的启示和激励,是西方人所不能理解的,这就是文化差异。

中国书法之汪洋恣肆,必以胸臆、精神、气质出之,导游工作亦然。无知识、无阅历、无想象力、无语言技巧,何从谈起纵横驰骋、挥洒自如。导游员的气质、品德、胸襟、学识,决定了其在讲解中喜欢什么,挑选什么,展现什么。

《易》云:“可观莫如木。”树木的花叶枝干变化之大,形状之多,数不胜数。导游员的导游词、导游讲解、导游风格也不可太过整齐划一,没有变化。正所谓“不齐之齐,齐而不齐,是为美”。

导游工作起初要生中求熟,而后又要熟中求生。所谓熟中求生,指的是导游员在那些常去的景点中,把那些不常讲的部分讲出深意来,把那些常讲的东西讲出新意来。

导游技巧和导游艺术都不是一种固定不变的模式,也不是一种绝对的、单纯的理性强调,它会随着鲜活的、变化着的、多姿多彩的旅游活动而发生变化。它是对导游讲解实践的一些总结和包容,它的意义在于对某些规律的把握,在于获得一些方法和启迪,在于用它去指导导游讲解。因此,在运用这些技巧时,遗貌取神为是,胶柱鼓瑟为非。

心理学家常用多兰斯方案来测定人的创造力,最终得出的结论是:能认真倾听、细致观察、质疑权威、爱寻根究底、对新事物充满好奇心的人,最富于创造力。导游员也可用这个结论来检验一下自己。

导游员对人文景点的解说,虽出于“古”,实存于“今”。所有对于“过去”的解说,都出于“现在”,而且都引向“未来”。脱离了对现在和未来的关注,那些过去了的东西,弃之可矣,不过“糟粕”而已。

康德说,艺术鉴赏“是判断美的一种能力”,人们总是自觉不自觉地根据一定的审美理想、审美标准、审美趣味,从作品中获得对于艺术形象的具体感受和体验,并展开艺术的联想和想象,还伴随着情感反应,从而对艺术作品作出审美评价,得到美的享受。艺术鉴赏具有愉悦性和享受性(生理和心理享受),以及再创造性,即人们的思想认识、生活经验、艺术修养,通过联想、想象和理解,去进行二度创造,这正是导游员的职责所在。

欣赏雕塑作品时,要知道形体和韵律是有密切关系的。那些大块面往往用大刀阔斧,而小块面则是精雕细刻。中国人欣赏太湖石的漏、透、瘦、皱和老柏树的清、奇、古、怪,其

原因就是每一件作品起码都有一个“突出点”，若能够找到这个“突出点”，就能够欣赏这件作品。景点也是这样，有人去，就说明值得去，问题在于如何发现那些“突出点”，很多导游员不去发现，不愿做“有心人”。

雕塑就是以小见大，以少胜多，寓无限于有限，寓丰富于单纯，用动作揭示内心，用瞬间展示永恒。这些基本原则，导游员应该明白。

譬如唐代的造像与其他朝代的造像大不相同：形体健美、目光平静、神态自信、精神饱满、气宇轩昂，心情安详而沉着，微笑温婉而醇厚，腰肢轻松而自然……这就是唐代风范。不单是雕塑，其他如诗歌、绘画、书法、音乐、舞蹈、服装、陶瓷、色彩……都显得大度雍容、从容不迫、温厚娴静、自信旷达，这就是汉唐风韵、盛唐气象。把握了一个时代的特点，就把握了这个时代的全部艺术风格。启功先生说：“唐诗是喊出来的，宋词是做出来的。”这就轻松而准确地把握了时代特征。

譬如中国戏曲中有所谓“子午相”——即阴阳形成对比（丁字步，一前一后，便有明暗面），人物形象才好看。盖叫天先生称其为“头转身留，身转头不转”。凡是有生命力的物体，因为受到大气的压力，总是由内部向外部扩张。雕塑家能找到这个矛盾的交点（互相抵消的空间），塑造的人物形象就会鲜活生动。这些是形体艺术的核心，也是能够欣赏形体艺术（雕塑、舞蹈、绘画）的基础。

譬如中国画讲究气韵、空灵和含蓄。人们出来旅游，就是希望欣赏到如画的风光，摆脱尘世的繁忙和工作的紧张，寻求那种渴望已久的心灵美的享受。如果导游员只能留给游客一些走马观花甚至是粗俗的印象，那就是失败的，会使游客失望。导游员的责任是以自然或人文景观为依托，运用其对景点的体察、了解，以知识、语言、阅历去书写一篇篇气韵生动的导游词，让游客身心俱爽，真正得到旅游的意趣。因为，人们在日常生活和工作中得不到的东西，就希望在旅游中寻找。

许多导游员在讲解自然风光，尤其是溶洞时，最喜欢用人世间的东西或编造的故事去解释，这样往往大煞风景。要知道，大自然是很神奇的，有许多天然之妙：卓然天成、天趣无穷、神妙无方。人们欣赏它们，就是因为这天然、天趣，这自然、神妙。这时候，导游员不妨只作点化，让游客自己去观察、去探究、去思索、去参与创造。这样他们在自我欣赏中而达到的会意、会神、会心，比那种固定不变的讲解模式要有趣得多。导游员的责任就是去打开他们的眼界，唤醒他们钟情于大自然的心灵，开启他们对于美的直觉之门。

一次，笔者带一个海外团队去黄山。到了黄山，他们觉得黄山奇奇怪怪的。笔者告诉他们，中国古人说黄山“岂有此理”。过了一会儿，游客相继大笑。问他们笑什么，他们说真是“岂有此理”。笔者又告诉他们，古人还说“到此方知”、“无话可说”。游罢黄山归来，客人说，到了黄山，真是“无话可说”，是毕生难得的享受。

导游员的讲解，实际上是情与景的对话，情与人的对话；今人与古人的对话，现代人与历史的对话。导游讲解一定要以情及物、借物抒情，赋予客观的东西充满生活的真实气息，揭示大自然和人文景观醉人的内在魅力，给予它们不因随着时间的推移而改变的审美评价。

所有的艺术家在做假的时候都在求真，在雕琢的时候总在求天然。一个好的导游员也应该是如此的，其讲解应是质朴无华、亲切自然的，重在弄巧而不成拙，意在藏富而不

炫穷。

艺术的极境是卓然天成,正如李白说的:“清水出芙蓉,天然去雕饰。”导游员的语言也应该是真切、自然,若行云流水,似野径繁花,无矫揉造作之态,有素朴率真之情。越是具有浓郁的生活气息,越不装腔作势,越贴近生活,越让游客易于领会、一往情深。语言的自然乃是心灵长期探索的结果。所谓返璞归真,往往是艺术、人生和导游的最高境界。

说穿了,一切“天籁”归根结底还是“人籁”,一切“本色”乃是极其“出色”的绝妙写照。

导游员的语言应当如促膝谈心、故友叙怀,亲切自然、随意天成。切忌居高临下,如教师爷;死板呆滞,如背台词;故弄玄虚、如江湖卖艺。贴近生活不是简单化、庸俗化,而是生活化、深情化,从平凡中熨帖出隽永的意味,从朴实中流溢出人性的真诚。

导游员的语言应当随时注意把握“度”,使自己的讲解介于随意和考究之间,明朗和含蓄之间,活泼和稳重之间,轻松和幽默之间,华彩和质朴之间,气质和本质之间……这样就能大大增强语言的感染力,从而创造出一种良好的导游气氛,让游客的想象力和他们的讲解一道驰骋,共同参与美的创造。

语言是人类最伟大的创造,它是一种心灵与心灵的沟通。如果人与人之间用一种充满关切的、柔性的语言来进行沟通对话,人与人之间的感情就会和谐得多。对心灵进行呵护的唯一良药就是语言。

语言是表达共情的工具。在共情中,人们交换自己的思想和感受,逐渐达成一致。在这种交流中,导游员一定要注意聆听,在聆听中进入对方的语言系统,了解和把握对方的心态,把握语言背后的潜台词。这样在对话时,才便于准确地把意思传达给对方。双方的矛盾,很多时候是因为不注意聆听造成的。让情感指挥语言,用语言表达情感。

艺术的极致,就是除了引起人愉快之外,还会引起人回味,引起人思考,引起人想象。人与动物相比较,主要的差别之一就是人能够想象,具有丰富的想象能力。这种想象能力,来自于长期的生活经验的积累。

视野要开阔,眼光要深邃,文化积存要厚,这三点对任何一个导游员来说都是必要的。要做到这一点,就必须“读万卷书,行万里路”。对导游员而言,“行万里路”是容易做到的。凡做过三五年导游工作的人,很少没有行万里路的。可是,“读万卷书”呢?“对不起,太忙,没顾得上。”而如果胸中没有丰富的知识,枯燥地去介绍景点,就不可能融会贯通,讲得情真意深、跌宕起伏。单凭灵性,仅靠聪明,逐渐会形成孤军深入、才思枯竭,进而陷于左右无援、捉襟见肘的境地。

导游员遇事要沉得住气,要有一点“泰山崩于前而不惊”的精神。他们在工作中难免和游客发生这样那样的争执,要遵守的原则是:凡有争执,要不伤主人之雅,不损客人之尊,适可而止,理明则让。

意外的事情随时都可能发生。每当出现意外情况,客人往往言辞激烈,甚至出现过激行为。这时候,导游员切不可急于解释,往往越解释越被动,越不易被客人谅解。不妨先征求客人的意见,先让客人说完,自己静静地听,耐心地等下去。待客人把意见说完了,气出得差不多了,再适时作出心平气和的解释,使事情得以圆满解决。

人的思维定势或思维习惯是喜欢采用最先想到的方案或最先的解说,有了第一个方案,往往就不会再去想第二个。人们常常把这一现象称之为“先入为主”。但创新思维与

此却不同,它并不否认第一个方案或第一个设想,也许这个方案是最好的,但他还希望有更佳的方案可供选择,他还会继续走下去,直到真正发现最佳方案为止。研究表明,没有观念的量,就没有观念的质。优秀的创意,大多出现在考虑问题阶段的后期,而不是早期,越往后的方案包含的新意也就越多。这一点并不难理解,因为后面的方案正是在前面方案的刺激、启示之下诞生的。一个人占有大量的方案,有助于实现思维的多元化,有助于保证思维的新颖性和独创性。

爱迪生发明白炽灯泡时,曾经考虑过 3000 多个不同的方案,最后才找到了最满意的一种。量大质优的观念最容易产生创新能力,而创新能力是一个导游员前进的不竭动力。达·芬奇说:“凡是能够到源头去取水的人,决不喝壶中的水。”这句话足以成为导游员的座右铭。

在导游工作中,金钱是人品德的重要试金石。人们一旦在职业中唯利是图,以至于不知道他们换取报酬的职业本领为何物的时候,职业道德的堕落就会成为必然。而一旦职业道德堕落,他们便会无所顾忌,为所欲为,最后自己把自己送上绝路。

在工作期间,导游员不要只钟情于“满口袋”,而要全心全意致力于“满脑袋”。当有了“满脑袋”的时候,自然就会“满口袋”,这就是导游员的辩证法。

钟惺在《蜀中名胜记》序中说:“山水者,有待而名胜也,曰事、曰诗、曰文,之三者,名胜之眼也。”人无眼则无神,山水无“眼”则无名。只要略微考察一下那些名山胜水成名的原因,均无出其上。换句话说,文学的因素一进入旅游,就可以给旅游插上翅膀。

旅游,简要地说,就是旅行游览。“旅”要求安全、快捷,保证游客进得来、出得去、走得动;“游”则要慢,要能留客,令人流连忘返。导游的作用,就是要客人随之“寻味而后得之”,从而在精神上获得一种美的享受。舍乎此,就不能称之为导游,导游的作用也就不复存在。

鉴赏名胜古迹、山水园林、艺术作品,人们常常称之为品味;如若进而欣赏,则叫玩味;若反复咀嚼,不忍释手、释眼、释心、释怀,则谓之咏味、把味。可见这一“味”字的重要性。在审美主体和客体之间,需要心灵的契合,心弦的共振。

中国历史悠久,地域辽阔。从江南水乡到丝绸之路,从岭南海滨到塞北大漠,到处都有令人神思梦想的佳山秀水和名园胜迹。旅游资源之丰富、文化遗存之突出,在世界上都是独树一帜的。再加上大量的旅游文学作品中渗透了前代文学家、艺术家和旅游者的热情、才华以及经验等,所以其蕴含着民族的历史和文化。一个导游员,如能善于从旅游文学中吸取营养来丰富自己,就能使海外游客从踏上中国土地之日起,亲切地感受到中国山水的特殊韵味和境界,真切地领略到中国人文古迹的风采。这对促进我国旅游业的发展,增进宾主间的文化交流,搞好导游工作,都会起到重要的作用。

旅游业首先是一项文化事业,然后才是一项经济事业。其最显著的特点就是能够集中进行审美,这就要求导游员有较高的文化素养和审美修养,在游山玩水之中,引导客人进入一种审美境界,从而在主客同构中,去获得一种崇高的美的享受。故董传策《罗秀山记》曰:“胜不在山水,在游山水人。故山非能胜也,人好游山者胜之。”这些言辞,对导游员很有启迪。

笔者曾带过一个分属 5 个不同国家和地区的学者旅行团,行程 20 余天,经桂林、北

京、西安、重庆等城市。接团之时,笔者先致欢迎词,大意是:中国有句古话说,“有朋自远方来,不亦乐乎”。我谨代表重庆中国旅行社对远道而来的各位贵宾,表示热烈的欢迎。这次,我们将要游览中国的7个城市,既能观赏神奇秀丽的自然风光,又可领略历史悠久的中华名胜。当各位登上中国的万里长城,就会感到中华民族是伟大的;如果各位去西安参观秦始皇陵兵马俑,就会觉得我们这个民族是有气魄的;如果各位将来能有机会去丝绸之路上的敦煌走一走,观赏一下“天衣飞扬,满墙风动”的敦煌莫高窟,感受一下对外开放中的中华民族吸取外来文化并进行的创造,就会感到我们这个民族是美的……话未讲完,一位外国客人插话说:“如果去你们重庆呢?”笔者答道:“如果各位去重庆参观大足石刻艺术,你们就会感受到我们这个民族是热爱生活的。世界各国的宗教艺术,很少有像大足石刻那样,同人们的日常生活息息相关,紧密相连。中国的文化艺术是人文的、人本的,在中华各地,各位都将经常看到中国文化那种天人合一、情理合一、情景交融、主客同构的现象,这就是‘中国的智慧’。中国的智慧是感性的、审美型的,就是中国人讲的那种‘寒波淡淡起,白鸟悠悠下’的境界,也就是西方德彪西音乐中的那种境界。我们热切希望各位理性的学者来参与我们自然的和人文的感性审美……”

这番欢迎词所烘托出的友好氛围,使得笔者很快得到了全团客人的配合和支持,客人情绪饱满,一路顺利。至今思之,还让人感慨颇深。

的确,我们的民族在审美的时候,最突出的特点就是着重感情的抒发,借景抒情,托物言志,情景合一,所谓“绿水无情人有情,青山无志人有志”。“情”乃艺术之精髓,譬如作诗,在心而为情,出口而成诗,无情而有诗,未尝闻也。以情感物,物即是“我”的人化;以情作诗、作文,诗文便是“我”的情化,这就是马克思讲的“人化的自然”。把握了这一点,就可以在导游工作中恰当地引述前人诗文,使客人由情入味、入理,从而收到良好的导游效果。

在桂林,引用韩愈的“江作青罗带,山如碧玉簪”,客人会感到情致丰盈;引用郭沫若的“请看无山不有洞,可见山水贵虚心”,客人亦觉妙趣横生。在杭州,春天引用苏东坡的“若把西湖比西子,淡妆浓抹总相宜”,客人会觉得适怀我心;秋天引用柳永的“十里荷花,三秋桂子”,讲金主完颜亮因欣赏杭州美景,而兴投鞭南渡之意;再讲马可·波罗在《游记》中称赞杭州是“世界上最美丽华贵的城市”,并引述明代正德年间,一位日本使者游湖后的诗作:

昔年曾见此湖图,不信人间有此湖。

今日却从湖上过,画工犹自欠功夫。

对此,客人常常能产生心灵的共振,对杭州留下深刻的印象。

在游览中国山水园林之时,导游乘机讲中国人的审美,讲究“卓然天成”,固然是“虽由人作”,也强调“宛自天开”。艺术源于自然,又高于自然,正如齐白石所说,“太似则媚俗,不似则欺世,妙在似与不似之间”,使客人感到在中华民族的审美中,确有不少可供借鉴和吸取之处,从而使客人由景入情、由情入味、由味入理、由理而进入自然美中,和导游员一道去再创造。这就不是单纯的游山玩水,而是进入品山品水的审美境界。

团队临别出境,客人因心情愉悦往往会说,这次来华旅游是最愉快的一次。导游如果回答:“不,任何愉快的旅行,最愉快的还是最后一段,那就是——回家!”言至此,总能引起客人会心的微笑。客人追问,这是谁说的?笔者答:我!此时,客人的情绪常被推向高潮,