



阳明文化与贵州旅游

——
贵州阳明文化旅游圈的透视与开发

王路平 等著

中央文献出版社



本书由贵州省社会科学院资助出版

阳明文化与贵州旅游

——贵州阳明文化旅游圈的透视与开发

王路平等著

中央文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

阳明文化与贵州旅游——贵州阳明文化旅游圈的透视与开发/王路平等著. —北京: 中央文献出版社, 2009. 10

ISBN 978-7-5073-2896-7

I. 阳… II. 王… III. 王守仁 (1472~1528) — 哲学思想—影响—旅游—文化—研究—贵州省 IV. F592.773
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 172672 号

阳明文化与贵州旅游——贵州阳明文化旅游圈的透视与开发

著 者/王路平等

责任编辑/于俊道

出版发行/中央文献出版社

地 址/北京西四北大街前毛家湾 1 号

邮 编/100017

经 销/新华书店

印 刷/成都蓉军印务有限责任公司

规格: 880×1230mm

开本: 1/32 印张: 13

字数: 35 万字

印数: 0001—1000 册

2009 年 12 月第 1 版

2009 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5073-2896-7

定价: 40.00 元

本社图书如存在印装质量问题, 请与本社联系调换。

版权作者所有 侵权必究

内容提要

阳明文化具有世界性的影响,阳明文化在贵州文化史上的地位更是独树一帜,绝无仅有。贵州作为阳明文化的原生地,具有得天独厚的条件。因此,在当今西部大开发向纵深发展的历史机遇中,应大打阳明牌,充分挖掘贵州阳明文化中的旅游资源,这既可树立贵州文化旅游的品牌,又可促进贵州文化旅游的发展,还可与周边地区相衔接,扩大贵州旅游的影响。本书将阳明文化与贵州旅游挂钩,首次提出贵州阳明文化圈和文化旅游圈,并予以深入系统的论证,不仅开拓了阳明学研究的新视野,而且突破了阳明哲学研究的局限,使贵州的自然人文资源、历史人文资源和传统文化资源结合起来,构成大文化旅游的理念。同时,本书作为填补阳明学研究在文化旅游方面空白的尝试,对贵州阳明文化旅游圈的开发建设,提出了可操作性的构想,为政府旅游部门和有关旅游开发企业发展贵州旅游业提供了可资开发的科学理论依据,为贵州乃至中国西部发展文化旅游业提供了一个经典案例。

撰稿人员名单

王路平(贵州省社会科学院研究员)

李代峰(贵州省社会科学院助理研究员)

邬锡鑫(贵州省社会科学院研究员)

谢 敏(贵州省社会科学院副研究馆员)

敖以深(贵州省社会科学院副研究员)

纪珊珊(贵州省社会科学院助理研究员)

导 言

文化是民族的血脉,是国家的根本,是旅游的灵魂。当代美国学者约瑟夫·奈提出的“软实力”,其占首要地位的就是文化的吸引力和感染力。何谓文化?古汉语中“文化”源自《周易·贲卦·彖传》“观乎人文,以化成天下”,乃这句话的缩语。到西汉刘向《说苑·指武》开始正式有了“文化”一词:“凡武之兴,为不服也;文化不改,然后加诛。”指的是文治(制度)和教化(教育)。但这并不是现代意义的“文化”概念。现代意义的“文化”一词是20世纪初由欧洲经日本传入中国的。“文化”译自拉丁文中的 Colere 一词,本义指耕种土地和植物培育,后来引申成为一个广泛的概念,用以指称人类在社会发展过程中所创造的一切物质财富和精神财富的总和。简言之,文化是自然的人化,核心是精神财富的创造。

旅游业是“无烟产业”,是随着人类社会发展而兴盛起来的“朝阳产业”。自上世纪90年代以来,旅游业的发展已经在世界经济的发展中占据了相当重要的地位。1992年世界旅游的收入首次超过石油、汽车工业,而使旅游业成为世界上的第一大产业。在旅游业日益成为一个国家或一个地区的一项重要经济支柱产业的今天,文化在旅游业中的经济意义已经越来越凸显其魅力,特别是富有深厚底蕴和历史积淀的区域性特征的文化,对旅游业可持续性发展的深层影响已经越来越引起国内外各级政府以及业内人士的关注。同时,现代旅游业的发展趋势表明,仅以自然景观和人造景点作为吸引游客的手段已经不能满足广大游客的需求,而对一个区域的历史文化的寻访与感悟则成了现代人旅游的热点。根据世界旅游及旅行理事会(WTTC)2004年对旅游者

的旅游动机进行的有关统计,在商务、度假、购物、探险以及文化体验五种旅游动机中,文化体验居于首位^①。21世纪是人类进入知识经济的时代,伴随着知识经济的发展,文化旅游以其丰富的形式、深刻的内涵和独特的方式而成为当代世界旅游业发展的新潮流,文化旅游在当前全球旅游市场中已越来越占据重要份额,从而成为推动旅游产业高速发展的新的经济增长点。因此,每个地区要想把旅游业推上一个新的台阶,使之成为当地一个新的经济增长点,必须关注和推出具有影响力的本土文化及本土文化旅游。

“文化旅游”是指旅游者通过对旅游资源文化内涵的特殊体验,获得精神愉悦和文化享受的一种旅游活动和行为。它包括历史文化旅游、建筑文化旅游、宗教文化旅游、园林文化旅游、民俗文化文化旅游、饮食文化旅游等,因而文化旅游是集文化、经济、科技、教育、旅游于一体的大旅游,具有开放性、多元性、综合性、动态性、功能性和创造性六大特色。文化旅游包括三个内涵:一是文化是旅游者旅游活动的本质属性,即专指与文化成果有关的人文景观的旅游活动;二是文化是旅游者旅游活动的动机和动力,即旅游者出于感知、了解、体察异地或异质文化的动机而经历的旅游活动,寻访“文化”、了解“文化”、享受“文化”、消费“文化”是旅游者旅游活动的出发点和归宿点;三是文化是旅游资源的魅力所在,即指在生态旅游中含有人文元素的旅游活动。从生态旅游而论,许多自然资源虽然本身不具有文化属性,没有历史文化色彩,但自然美无疑需要从文化层面来鉴赏,需要历史文化和科学知识来解释,需要靠文化才能提升其品位,丰富其内容,增加其色彩,这样才会使生态旅游资源具有无穷的魅力。由此可见,文化是旅游的灵魂,以人为本是现代文化旅游业的核心。文化旅游开发的实质就是以人为本,按照旅游市场要素开发和配置历史文化、社会文化等人文因素的资源,拉动旅游者文化旅游的消费需求,在

^① 平文艺《四川文化旅游发展理论与实证研究》第10页,四川出版集团·巴蜀书社2007年版。

终端形成文化旅游产业体系。文化旅游的开发,可以避免走上单向度地开发自然景区、过度开发生态旅游资源的歧途,从而使旅游业走上可持续发展道路。

作为一种社会现象,旅游在一定的社会时期表现为不同的形式,现代社会决定了旅游已不再仅仅表现为一种休闲方式、一种度假行为、一种观光活动,而是表现为一种深层次的文化体验。在现代社会中,随着现代工商业浪潮冲击全球,出现了世界范围内的三大现代社会病,即人与自然的异化、人与社会的异化和人与自我的异化。由这“三大异化”而构成的日常生活世界,或使人感到生活的无聊、沉闷、枯燥、乏味,以至出现“现代性焦虑”,或令人产生灰暗感、忧郁感、虚无感、荒诞感,以至出现“生命不能承受之轻”,于是人们渴望克服和消除这种“现代病”,而通过文化旅游则能获得相对的和暂时的克服和消除。文化旅游世界是不同于日常生活世界的一个崭新世界,人们能够借助这种旅游发现意义,获得新生。“我们之所以能够经受得住漫长的日常生活中的这一切,原因在于我们的梦想中还怀有一个假期,还怀有一个到远方旅行的承诺。旅游的作用,就仿佛一个美丽的点缀,是灰暗的日常生活中的亮点。它意味着康复,意味着新生。只有经过这样的旅游(行),我们的存在才能得到证明。”^①因此通过文化旅游可以相对的和暂时的克服和消除“三大异化”:一是克服和消除人与自然的异化。在现代社会中,人在功利主义的驱使下,总是以自我为中心,对自然界,人们主要考虑的是如何征服自然、战胜自然,甚至竭泽而渔,破坏自然。结果人与自然发生异化,使自然遭到空前的污染和破坏,由此导致了全球性的人类生存危机。于是人们迫切要求寻找到真正的自然而回到自然,回归生命的中心,感受切实的存在,于是返璞归真、天人合一、回到自然的生态旅游和纯真的民族文化旅游便成为了当代人类的时尚。实际上,这是当代人类的净土意识在旅游活动中的反映。二是克服和消除人

① 谢彦君《现象世界的旅游体验:旅游世界与生活世界》,载《旅游学刊》2006年4期。

与社会的异化。由于今天社会一切向钱看的商品经济带来的负面影响,使人与人的关系变成了物与物的关系,惟利是图、金钱交易成为了人际交往的价值准则,因而人与人之间、人与社会之间遭到了空前的异化,于是人们迫切需要人与人之间的真诚友爱,迫切要求社会的和谐。这时候,人们的精神世界特别需要得到本土文化的抚慰,需要从传统文化中吸取力量,而中国古代儒家的“仁者爱人”、“和而不同”的哲学理念得到了当代人的认同。当代人热衷于中国文化旅游,其中包括儒家文化旅游,这实际上是当代人类的寻根意识在旅游活动中的反映。三是克服和消除人与自我的异化。人在现代社会中生活,不断地被物化、机械化、商品化、零件化、工具化、平板化,人日益成为非人,成为物质的奴隶、金钱的走狗、经济的动物,人日益发现自己的生活变得没有目标,人生没有意义,人丧失了自我,人没有理想、没有信念、没有希望,在精神上处于无家可归的状态中,生命处于极度的焦虑之中。于是越是科学技术、工商业发达的地区,它的宗教文化就越是兴盛,人们的宗教文化旅游活动就越是高涨。这实际上是当代人类的终极关怀意识在旅游活动中的反映。人生活在这个世界上,不仅仅是为了吃穿住,还要寻找生活的意义。所以康德说人是一个形而上学的怪物。人不是单纯地活着,它还要追问活着的意义。尼采说人生真正的痛苦不在于痛苦本身,而在于为了没有解决存在意义这个难题而感到痛苦。人如果始终处于假丑恶的境遇,人就不能成为终极意义上的人。人需要真善美,人需要生活有意义。宗教文化终极关怀的深刻性和前瞻性,符合当代人追求思辨和探索未来的特性,因而宗教文化旅游才能在当今世界范围内掀起一个长久的热潮。根据以上哲学分析,可以预言文化旅游将成为 21 世纪人类旅游的主题,并在旅游业中占据主导地位。

王阳明是对当今东西方世界最有影响的中国哲学家之一,因而在当今世界的哲学界、文化界中一直成为热点关注的对象。今天,伴随着中国经济的迅速发展,孔子学院在全球铺开,全世界掀起了汉语热、中国文化热、儒家文化热。随着儒家文化影响的扩展和深入,阳明文化日益成为具有世界意义的文化价值资源,世

各地的学人、游客对阳明文化的兴趣和迷恋亦持续升温。王阳明谪居贵州，龙场悟道，使举世闻名的心学诞生于贵州，同时，他创办龙冈书院，主讲贵阳文明书院，首开黔中书院讲学之风，培养了一大批黔中弟子。王阳明离黔后，王门弟子在黔中南北分化，继续弘扬师说，大振阳明心学，讲学之风，盛极一时，使阳明心学遍播全省，贵州人文蔚成大观。继王阳明于龙场创办龙冈书院后，其弟子和再传弟子中也有许多人在贵州少数民族地区建书院、讲心学。王阳明谪黔成就了黔中人文的大事因缘，为贵州培养了一大批心学弟子，再通过其亲传弟子、再传弟子、三传弟子、四传弟子等的大力宏传、发展，至晚明时期遂形成贵州阳明文化圈。贵州阳明文化圈中的历史文化资源，不仅是王阳明“龙场悟道”、“贵阳讲学”、“游历黔中”的真实见证，而且也是蕴含着贵州明代社会政治、经济、文化和习俗等诸多方面信息的载体，具有博大精深的文化内涵和独特的不可再生性的历史价值，因而它们将对当今的学人和游客产生越来越大的吸引力和感召力。有学者认为，王学的核心区域有四处，即浙江绍兴地区、江西吉安地区、江苏泰州地区和广东潮州地区。绍兴地区是王学的发祥地和阳明学说的成熟地，吉安地区是王学的发展地和极盛地，泰州地区是王学的创新地和变异地，潮州地区则是王学的跨文化互动的融合处。^① 这种看法有一定道理，但是如要加上贵阳地区就更为全面了，即贵阳地区也是王学的核心区域之一，它是王学的奠基地和过化地，故史称阳明“悟道于龙场，传道于贵阳”，即此之谓也。而“黔中王门，不仅可单独立门户，还可以作为王学向文化边缘地区传播的成功范例”^②。由此可见，贵州阳明文化圈是中原主流文化与贵州民族文化相交汇融合而产生的富有本土特色的文化现象，具有极高的文化品位，不仅本土色彩鲜明、民族特色浓郁、历史积淀深厚，而且独具魅力，价值非凡，意境深远，值得人们去关注、去研究、去开发。

① 钱明《王阳明及其学派论考》第277页，人民出版社2009年版。

② 钱明《王阳明及其学派论考》第280页，人民出版社2009年版。

近年来,在浙江、贵州等地悄然兴起了阳明文化旅游热,贵州还连续四次举办了国际阳明文化节,阳明文化旅游已成为当今中国文化旅游业中的一个新领域,而贵州阳明文化旅游圈的旅游资源丰富,旅游景观独特,文化底蕴深厚,已形成中国阳明文化旅游的一个新亮点、新视域和新途径。应该说,阳明文化是贵州地域文化的核心元素之一,阳明文化旅游是贵州最有区域竞争优势的品牌,因此,大力开发阳明文化旅游就是贵州与时俱进的正确选择。然而,当前学术界对之却缺乏必要的论证和系统的阐述,地方政府亦没有从全局出发,为长远着想,没有真正树立“大旅游、大产业、大市场”的思想,没有充分发挥宏观统筹的作用,做好阳明文化旅游整体开发的发展规划,忽略了整合阳明文化旅游资源,实施阳明文化旅游精品战略,以至于现有的很多阳明文化旅游景点尚需清理完善,诸多阳明文化遗迹亟待抢救保护,现有阳明文化旅游产品的文化档次较低,旅游市场营销策略不高,阳明文化圈中的诸多文化旅游资源尚未得到科学、有效地开发和利用,旅游资源优势还没有及时地转化为旅游产业优势,资源优势没有很好地转化为经济优势。这种情况与贵州拥有得天独厚的阳明文化资源的地位极不相称,与贵州要发展成为旅游大省的宏伟目标也不相符,与实现贵州人的文化自觉、文化自信和人文振兴的思想理念更不相契。要做大做强贵州的文化旅游业,使之真正化蛹成蝶,破茧而出,大力开发贵州阳明文化旅游就成为发展贵州文化旅游业题中的应有之义。

当前旅游业发展的一个突出特点是旅游文化性竞争日益激烈,利用文化来发展旅游,繁荣经济,提升人们的生活质量已成为旅游发展的大趋势和主潮流。据 2008 年国家旅游局的信息,我国旅游投资正在成为新的投资增长点,而西部地区投资规模增幅最大,占旅游业投资的比例从 26% 上升到 33.34%,集中连片开发项目的投资方式悄然兴起,文化旅游新业态投资持续升温,这为中国西部旅游业持续发展带来了巨大商机。为此中央高度关注贵州旅游的发展,贵州省委、省政府也相应提出了贵州要大力发展文化旅游的思路。在贵州文化旅游资源中,阳明文化旅游资

源具有明显的地域特点,它文化内涵深厚,景点景观独特,越来越吸引中外游客,其开发和发展前景广阔,市场潜力巨大。开发以大贵阳为中心,范围涉及贵州省内九个地、州 20 多个县市的阳明文化旅游圈,对于带动贵州乃至西部的文化旅游,打造文化旅游精品,实现与周边省区的旅游对接,使贵州乃至西部的文化旅游从边缘走向中心、走向全国和世界,意义重大。

在当今这样一个以知识经济为主的现代信息社会中,市场竞争很大程度上就是文化资源的竞争,经济与文化原本就是一个钱币的两面,文化对经济发展的潜在影响日益成为政府关注的焦点。文化作为非经济因素对人类行为的影响已经不仅仅是具有教育人、引导人、培育人、塑造人的基本功能,而且是一个国家、一个民族和一个地区的身份证。对于一个国家、一个民族和一个地区来说,文化已经不仅仅是社会精神文明程度的一个显著标志,而且是物质文明、精神文明、政治文明、社会文明和经济发展水平的重要体现。贵州在全国乃至世界旅游竞争的格局中,面临发展文化旅游的紧迫问题。在当今经济全球化、政治多极化、文明多样化的世界格局中,多元文化力量的竞争与对话已成为主流,文化旅游业已从思想艺术交流层面发展到文化资本的交流层面。贵州处于中国西部欠发达区域,虽然有悠久的历史文化传统,但与毗邻的重庆、四川、云南等省市相比,文化旅游的知名度还不够,文化旅游资源的有效整合和有效开发还不够。在文化旅游已成为世界旅游业发展和竞争的大趋势背景下,全国各省市已加快文化旅游发展的速度,抢占更大的旅游市场份额。贵州要认清形势,树立信心,抢抓机遇,克服困难,扬长避短,迎接挑战,开创文化旅游的新局面,实现历史性跨越。对此,我们尝试从文化旅游的角度观照贵州阳明文化圈,探寻贵州旅游业的发展如何彰显自己的文化,如何最大化地利用贵州的阳明文化品牌,把贵州阳明文化圈的旅游资源展示出来,使贵州的自然资源、历史人文资源和传统大文化资源结合起来,使贵州优美的自然景观与厚重的阳明文化浑然一体,使之成为热爱贵州文化和阳明文化旅游者的旅游目的地。

根据以上思路,我们在本书中进行了以下的探索:从文化与经济的互动关系,把阳明文化与现代旅游业结合起来,构成贵州阳明文化旅游的理念,使贵州阳明文化旅游圈彰显迷人的魅力,成为贵州旅游业的新亮点;坚持马克思主义的历史唯物主义,实事求是地评价、挖掘阳明文化对贵州旅游业的潜在价值;从大文化的理念出发,实行跨学科、跨层次、跨职能的协同攻关,把哲学、历史、文化、旅游、经济、地理、生态等学科结合起来进行综合研究,使王学的理论考证与阳明文化旅游的现实开发相得益彰,使之成为理论上深入系统而操作上又切实可行的一部精品力作。

本书的贡献在于:第一,首次将阳明文化与贵州旅游挂钩,不仅开拓了阳明学研究的新视野,而且突破了阳明哲学研究的局限,使贵州的自然人文资源、历史人文资源和传统文化资源结合起来,构成大文化旅游的理念;第二,首次提出贵州阳明文化圈和文化旅游圈,并予以深入系统的论证,使本书的研究具有十分鲜明的地域特色、民族特色和时代特色;第三,对贵州阳明文化旅游圈的开发建设,提出了可操作性的构想,为政府旅游部门和有关旅游开发企业发展贵州旅游业提供了可资开发的科学理论依据;第四,本书试图使阳明文化的理论探寻与资源开发的具体措施有机统一,目的在于为贵州乃至中国西部发展文化旅游业提供一个经典案例。

目前,虽然国内外学术界发表和出版有大量关于阳明心学的研究论文和学术专著,但对阳明心学与文化旅游的关系特别是阳明文化与贵州文化旅游的关系鲜有全面系统深入的研究,本书的研究在国内外尚属首次。因此,希望本书的出版,既能填补阳明学研究中的一项学术空白,又能够有助于促使政府职能部门科学、有效地开发和利用贵州丰富的阳明文化旅游资源,使资源优势真正转化为市场竞争优势和经济发展优势,从而为促进贵州旅游业的发展作出贡献。

目 录

导 言	(1)
-----------	-------

第一章 王阳明与王门后学	(1)
--------------------	-------

第一节 王阳明求道悟道弘道的为圣之路	(2)
--------------------------	-------

第二节 阳明心学兴盛与王门后学系统	(17)
-------------------------	--------

第二章 贵州阳明文化圈的缘起形成	(45)
------------------------	--------

第一节 龙场悟道:阳明文化圈的缘起	(45)
-------------------------	--------

第二节 贵阳“知行合一”论:阳明心学体系的诞生	(76)
-------------------------------	--------

第三节 黔中王门:阳明文化圈的形成	(95)
-------------------------	--------

目
录

第三章 贵州阳明文化圈的五大重镇	(114)
------------------------	---------

第一节 龙场(修文):催生阳明心学的沃土	(114)
----------------------------	---------

第二节 贵阳:黔中王学的传播枢纽	(126)
------------------------	---------

第三节 清平(凯里):黔东南阳明文化的重镇	(136)
-----------------------------	---------

第四节 思南:黔东北阳明文化的中心	(145)
-------------------------	---------

第五节 都匀:黔南阳明文化的重要基地	(155)
--------------------------	---------

第四章 贵州阳明文化圈的旅游资源	(163)
------------------------	---------

第一节 阳明遗迹	(164)
----------------	---------

第二节 王门后学弟子遗迹	(211)
--------------------	---------

第三节 后代纪念阳明及王门弟子的各种建筑景点	(245)
------------------------------	---------

• 2 •

第一章 王阳明与王门后学

阳明文化发轫于阳明心学，产生于明代中叶。其创始人王阳明从少年时代起就立下成圣之志，以成己成物、救心救世为己任，开始了内圣外王理想人格的追求，最终成为一代宗师，并以在立德、立功、立言三个方面都有突出建树而闻名中外。清代学者王士禛说：“王文成公为明第一流人物，立德、立功、立言，皆居绝顶。”^①此言可谓至论。

王阳明作为一代儒学大师，早在成化十八年（1504）与湛若水共同倡明圣学，便开始讲学授徒，“龙场悟道”以后，始终讲学不辍，弘传心学，弟子广布天下，门徒遍于四方，其心学亦因之成为当时万众瞩目、独领风骚且最有影响力的学说。王阳明卒世以后，以他为宗师的各地王门后学，竞相阐发师说，有的恪守师说，有的师心自主，随着时间的推移，形势的变化，最终发展和演变成为人物众多且影响深远的王门后学，形成了中国儒学思想文化史上的宏大学派。阳明学派作为中国儒家的最后一个高峰和近世启蒙思想的先导，虽然在清初已基本上终结，但它的影响力却超越时空，至今不仅在中国，而且在亚洲乃至全世界仍为人们所瞩目。

^① 王士禛《池北偶读》。

第一节 王阳明求道悟道弘道的为圣之路

王阳明(1472—1529)名守仁,字伯安,浙江余姚人,曾筑室绍兴会稽山阳明洞,自号阳明子,故世称阳明先生。他出生于明朝中叶,一生经历了成化(1465—1487)、弘治(1488—1505)、正德(1506—1521)、嘉靖(1522—1566)四个朝代,时值明朝由盛转衰的转变时期。王阳明为圣的生平经历,大致可分为三个时期:第一个时期,从明成化八年(1472)到弘治十二年(1499),王阳明从1岁至28岁,主要在家乡余姚和京师北京读书,溺习骑射,泛滥词章,科举求仕,是求道的青少年时期;第二个时期,从成化十二年至正德六年(1499—1511),王阳明从28岁至40岁,是他出入佛老,归本儒学,龙场悟道,创立心学的青壮年时期;第三个时期,从正德六年至嘉靖七年(1511—1528),王阳明从40岁至57岁,是他随处弘道,大讲心学,专致良知,平定叛乱的中晚年时期。

一、青少年求道期(28岁以前)

王阳明出生于三代书香之家。祖父王伦(?—1490),字天叙,号竹轩,精通儒学,在家乡以教书为生,有《竹轩稿》、《江湖杂稿》行世,封翰林院修撰。父亲王华(1446—1522)是王伦的第二子,字德辉,别号实庵,晚号海日翁,因读书龙泉山中,又称龙山公。王华35岁时中进士成状元,任京师翰林院修撰,后官至南京吏部尚书。王阳明出生于这样的家庭中,自然便有了先天的成圣平台。

王阳明生于明成化八年九月三十日(1472年10月31日),他出生时,其祖母“梦天神抱一赤子乘云而来”^①,其祖父因命其名为

^① 黄绾《阳明先生行状》,《王阳明全集》第1407页,上海古籍出版社1992年版。