

中国西部体育休闲旅游资源开发的文化学分析

孙 玮¹, 周道平², 刘少英², 张小林²

(吉首大学 1. 文学院; 2. 体育学院, 湖南 吉首 416000)

摘 要: 体育休闲旅游作为一种社会文化现象, 正成为 21 世纪旅游消费的新取向。从文化学的角度分析了旅游消费行为演变的文化发展趋向和西部体育休闲旅游发展机遇, 并对西部体育休闲旅游资源的文化内涵及其外化进行了探讨, 最后阐述了我国西部体育休闲旅游资源开发的思维取向。

关键词: 中国西部; 体育休闲旅游; 旅游资源; 文化学

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2005)02-0029-03

An analysis of the exploitation of sports and recreative tourism resources in western China from the point of view of cultural science

SUN Wei¹, ZHOU Dao-ping², LIU Shao-ying², ZHANG Xiao-lin²

(1. Culture College; 2. College of Physical Education, Jishou University, Jishou 416000, China)

Abstract: As a phenomenon of social culture, sports and recreative tourism resources are becoming a new orientation for tourism consumption in the 21st century. The authors analyzed the trend of cultural development of the evolution of behaviors of tourism consumption and the opportunities for the development of sports and recreative tourism resources in western regions from the point of view of cultural science, probed into cultural connotation and external characteristics of sports and recreative tourism resources in western regions, and expatiated on the thinking orientation for the exploitation of sports and recreative tourism resources in western regions in our country at the end.

Key words: west China; sports and recreative tourism; tourism resource; culture science

文化可以塑造人, 人也可以塑造文化。文化既有地域性、民族性, 又有时代性。不同的时代具有不同的文化, 文化的发展必然会导致人们消费行为的变化^[1]。我国西部有着多种多样的地貌形态, 积淀了中华民族几千年来丰富多彩的历史文化, 拥有众多的在中国乃至世界上具有独特优势的旅游资源, 为发展体育休闲旅游业提供了良好的条件。随着国内外旅游消费的兴起和消费观念的新趋向, 西部体育休闲旅游资源开发将获得良好的发展机遇。

1 作为文化现象的体育休闲旅游资源

体育休闲旅游作为一种社会性活动, 已经超越了纯经济的范畴, 具有文化的价值和导向, 能引导人们形成积极健康的消费观念, 提高生活和工作质量。同时, 体育休闲旅游的发展有赖于社会文化事业的支持, 有赖于社会文化水平的提高。全社会文化素质的提高, 是体育休闲旅游资源开发的前提。体育休闲旅游产品的开发和服务的提供, 需要人们经济文化生活水平的提高, 需要人们高品味的文化需求。体育休闲旅游政策的实施, 需要社会的支持和配合。而提高体育休

闲旅游业的经营管理和服务水平, 同样离不开全社会人才培养的支持, 需要文化领域为体育休闲旅游业提供必需的知识 and 理论指导。

随着国内人们闲暇时间的增多和物质生活水平的提高, 人们在生存需要得到满足后, 开始追求享受生活、自我发展等更高层次的需要。体育休闲旅游正成为满足人们的享受需要、自我发展需要的一种时尚行为方式。无论是国内还是国外, 体育与旅游的结合日益密切。一方面, 体育是人类社会文化的重要组成部分, 深刻影响着人们的旅游消费行为方式和审美特点; 另一方面, 体育作为一类特殊的旅游资源, 可直接或间接地转化为旅游产品, 成为区域旅游吸引力的重要源泉。

作为一种文化现象的体育休闲旅游资源的产业开发, 是满足人的健康、积极的精神生活不可或缺的重要活动。只有当人们既有物质生活的富裕, 又有精神生活的充实和身心的健康, 才能享受到幸福美满。体育休闲旅游既是一种物质消费活动, 也是一种积极健康的精神生活, 可将人们的视野延伸到更为广阔的大自然空间和地域中去体验“天人合一”和

收稿日期: 2004-09-09

基金项目: 国家社科基金资助项目(03BTY017); 国家体育总局体育社会科学、软科学研究项目(545ss03054)。

作者简介: 孙 玮(1978-), 女, 助教, 研究方向: 文化学。

“人与自然和谐共生”的境界,激起人们探求新奇、挑战自我、征服大自然的雄心。西部体育休闲旅游资源包括体育自然旅游资源和体育人文旅游资源,前者主要包括漂流、滑雪、蹦极、攀登、山地越野等;后者主要体现为少数民族体育竞赛和表演,如射箭、赛骆驼、抢花炮、叼羊等体育文化活动,它们都对丰富人们物质文化生活、提高身心健康和满足人们的精神需求具有重要意义。

2 旅游消费行为的演变带来西部体育休闲旅游发展机遇

随着人们生活节奏的加快和工作压力的日益增加,极易使人的情绪产生紧张和厌倦。同时,工业的迅速发展和城市规模的膨胀,人们的生活环境日趋恶化。随着城市化进程的加快,“城市病”也在不断蔓延,发病率不断上升^[2]。据医学专家分析,目前的城市高血压患者日益增多,很大一部分原因就是受噪音的影响;同时,空气污染也常常导致人心绪不宁、头痛、失眠等,严重者甚至引起胃溃疡、神经官能症等。因此,随着环境的恶化,人们渴望在更多的闲暇时间里回归自然,返璞归真,到优美开阔的大自然中去呼吸新鲜空气、舒展肢体,在运动休闲中追求身心的健康。

因此,随着人们生活质量的提高和环境健康意识的增强,旅游客源市场对旅游的感知、期望、态度和价值观念也发生了变化。西方学者将旅游市场的这种变化形象地称为“市场的变绿”^[3]。人们开始追求一种回归自然,渴望与大自然融为一体,体验“天人合一”的感受。中国无论是孔子、老子,还是传入中国的佛教都信奉“天人合一”,认为人与自然是不可分离的。在国外,有人对美、俄、英、法、日、韩等10多个国家的休闲活动做了专门调查和研究,结果显示,随着收入增加和闲暇时间增多,人们在休闲活动中更加突出回归自然、热衷体育、崇尚民俗和冒险精神^[4]。如美国盛行“周末农民”的风气,一到周末就涌向乡村。在日本,政府正大力倡导“森林浴运动”,民间则兴起徒步热。

在中国的广大西部地区,自然、民族文化资源极其丰富,具有开展体育休闲旅游的资源 and 生态优势。西部地域辽阔,地形独特,被称为地球上自然结构最壮观、最奇特的地区,其自然、人文旅游资源数量大、品位高。以最具旅游价值的世界文化和自然遗产而言,截至2004年7月,我国共有30个项目被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》,其中西部占了11项(包括长城)。据统计,西部民族传统体育文化项目共有700多项,无论是与少数民族生活密切相关的射箭、轮子秋、叼羊、姑娘追、骑毛驴等体育,还是蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆体育活动,由于其独特性和稀有性而对游客产生强大的吸引力。因此,西部丰富的地形和民族文化构造出极具魅力的体育休闲旅游资源。无论是雅鲁藏布大峡谷、三江并流、青海湖、雪域天山、高原牧场等自然地理,还是骑马、射箭、摔跤、民族武术等民族风情,无不是开展体验式或观赏型的优质体育休闲旅游资源。由于民族、地域等原因,西部体育休闲旅游资源最具原始性、自然性、民俗性等特征,无论在资源的数量和质量上,都是开

展体育运动休闲的高品位旅游资源。因此,加快西部体育休闲旅游资源的开发,有利于适应和满足人们物质文化水平日益提高和追求健康的愿望,有利于人们物质、文化消费心态和消费需求向新、奇、险、运动美、健康美、高质量方向的转变。因此,在国家西部大开发政策的引导和支持下,西部体育休闲旅游资源开发具有天时、地利、人和的优势。

3 西部体育休闲旅游资源文化内涵的外化

体育休闲旅游资源的开发,实质上是一种文化活动,即通过适当的方式将资源中包含的符合满足人们文化生活需求的无形文化内涵用具体的物化产品或服务表现出来。在由内涵向外显的外化过程中,首先是对文化内涵的选择^[2]。在西部地区,户外运动、少数民族传统体育竞赛和表演等体育休闲旅游资源蕴含的文化内涵非常丰富;同时,西部体育休闲旅游资源由于其民族性和地域性,由于其与当地宗教、民俗等文化的千丝万缕联系,使其文化内涵又具有复杂性,并表现在物质、行为、精神3个不同的层面。尤其是西部少数民族体育活动,它本身是一种特殊民族文化的展示,其项目的表现形式,包括隐含于内的民族性和显形于外的身体运动,无不包含各个民族的宗教信仰、传统习俗、舞蹈艺术、神话传说、伦理道德、民族情感等多重含义。通过开展体育休闲旅游活动,各民族将寻到一条通往外部世界的捷径,并使这种文化内涵的外化得以实现。因此在文化内涵的选择上,就是在某种资源所包容的物质文化、行为文化和精神文化属性中,确立其中所要刻意表现的部分内容。当然,这种选择建立在当前社会的价值取向、审美偏好和资源开发者的价值判断上。

西部体育休闲旅游资源有着深厚的文化内涵,因此,西部体育休闲旅游资源开发的关键在于确定开发的文化主题。西部体育休闲旅游资源的民族性和地域性对游客产生强大的吸引力,然而在资源的开发过程中不能照搬东部的旅游模式,不能仅局限于高档体育基础设施的修建和民族体育活动的包装上。体育的本质在于身体运动,使人在运动中得到体质的增强和身心的健康,追求超越自我的体验;旅游的本质在于在休闲游乐中体验异地的自然风光和民俗文化,以达到身心的愉悦^[4]。因此,体育休闲旅游资源的开发必须牢牢把握体育与旅游活动的本质相结合,在资源开发中始终体现满足人们追求身心健康和精神体验的需求。

在西部体育旅游资源开发中应充分发挥西部得天独厚的自然条件,如多姿多彩的自然景观、千奇百怪的地形地貌等优势,围绕“生态、自然、健身”这一主题,以生态学原理来指导整个资源开发的全过程,在休闲体育中营造健身、环保、贴近大自然的环境,从而满足人们探险求异、陶冶情操、强身健体等精神文化需求。西部民族体育文化旅游资源的开发,应充分挖掘其深层次的东西——渗透哲学、历史、伦理、民族审美意识、行为准则和价值取向。因此,西部民族体育文化旅游资源的开发应注重体现“健体养生、民俗风情”这一主题,以此推动体育休闲旅游资源的开发。

4 我国西部体育休闲旅游资源开发的思维取向

首先,西部体育休闲旅游资源开发应追求观念的转变和进步。但当前人们对西部体育休闲旅游资源在满足现代人身心健康和精神文化需求的独特优势和潜力认识不足,从而导致体育休闲旅游资源开发迟缓,利用程度低。在景区规划中要么忽视体育休闲类项目的规划与布局,要么重复建设,对市场缺乏吸引力;其次,对西部体育休闲旅游资源的现状不清楚,也进一步限制了西部体育休闲旅游资源的开发。由于对西部的体育休闲旅游资源缺乏全面系统的普查和评价,对整个西部体育休闲旅游资源的数量、种类、范围、开发价值、市场前景等都还没有一个科学全面的统计和分析^[5],因而不利于西部体育休闲旅游资源的综合评价,也不能为西部体育休闲旅游资源的合理开发提供准确有力的依据。资源观念上的落后,使西部体育休闲旅游资源的开发长期被忽视。

第二,注重文化内涵的挖掘,追求可持续发展。在西部体育休闲旅游资源开发中,必须突出地域特色,挖掘文化内涵。参与体育休闲旅游的游客大多具有较高的文化素质,对他们来说,体育休闲旅游的魅力在于显著的地域差异、民族文化以及现代精神体验与追求。缺少文化内涵的体育休闲旅游产品就没有了灵魂,就失去生命力。因此,在西部体育文化旅游资源开发中,要注意继承和发扬民族文化;在体育旅游资源开发中注重现代人类身心健康和体验的渴求。同时,在资源开发中高度重视资源的承载能力和环境保护,重视民族文化尤其是少数民族体育文化的保护,追求和实现可持续发展。

第三,在资源开发中强调“人性回归”。“人性回归”是我国传统文化的内在体现和现代社会人类追求自身价值的必然结果^[6]。“采菊东篱下,悠然见南山”的意境在现代的快节奏生活中已很难见到,社会发展和科技文明所带来的负面影响,使人感到人类离“人性”越来越远。西部体育休闲旅游资源具有丰富性、原始性和民俗性,相对于东部等地区的都市旅游,在满足人的精神需求和提高生活品质方面具有明显优势。无论是西部的大漠、雪山、高原、峡谷,还是少数民族风情,都将使人感受回归自然、回归本性的价值。在骑马、射箭、攀岩、漂流等体育休闲活动中放松身心,亲近自然,从而

满足现代人身心需求。因此,“人性回归”的指导思想将使西部体育休闲旅游资源真正满足现代社会人的需求,获得市场开发和竞争优势。

最后,加快思维创新,提高产品、服务的质量和水平。创造性思维在西部体育休闲旅游资源开发中十分重要。西部体育休闲旅游资源的开发不能简单重复东部的模式,要努力创新走西部特色之路。首先,体育休闲旅游资源文化内涵需要开发设计者的创造性劳动。如宁夏著名的镇北堡西部影视城的开发过程就是这种创新意识的体现。它当初的开发口号就是“开发荒凉”,在荒凉贫穷的戈壁滩边的一个废弃的边关要塞上建起了享誉国内外的集影视、观光、运动休闲于一体的西部影城,这种创新意识带来了一条“出卖荒凉”的宁夏旅游业新思路^[8]。其次,西部体育休闲旅游产品的包装和宣传,都要依赖设计者的想象、灵感等创新思维。如深圳的“锦绣中华”、“中华民俗文化村”,无锡的“三国城”、“水游城”等主题旅游公园的走俏,创意起了决定性作用。

参考文献:

- [1] 杨镜江.文化学引论[M].北京:北京师范大学出版社,2001:45-47.
- [2] 马波.现代旅游文化学[M].青岛:青岛出版社,2000:87-88.
- [3] 刘锋.中国西部旅游发展战略研究[M].北京:中国旅游出版社,2001:67-68.
- [4] 张建萍.旅游经济与文化研究[M].北京:北京文联出版社,2000:23-25.
- [5] 陈永军,李敬辉,朱先敢.体育旅游开发之初步探讨[J].西安体育学院学报,2001,20(3):21-23.
- [6] 李英.旅游文化[M].北京:中国林业出版社,2003:105-106.
- [7] 喻学才.中国旅游文化传统[M].南京:东南大学出版社,1999:6-7.
- [8] 张小林,周道平,刘少英.西部民族地区体育旅游产业发展研究[J].西安体育学院学报,2004,21(3):31-33.

[编辑:李寿荣]