

温泉旅游文化内涵探析^①

郑利

(吉林大学珠海学院旅游管理系,广东珠海 519041)

摘要:温泉旅游的核心是温泉旅游文化,温泉旅游研究的根本在于温泉旅游文化的研究。温泉旅游文化指人们在认识、利用、开发和保护温泉资源过程中所创造的一切文化的综合体,是以温泉为物质载体或依托形成的各种文化形态与文化现象及其“物化”体现。其内涵包含四个层面的理解:人是温泉旅游文化之主体;温泉地社会文化是温泉旅游文化之渊源;温泉旅游区环境是温泉旅游文化之载体;可持续发展是温泉旅游文化建设之目标。

关键词:温泉旅游文化;内涵

中图分类号:X14

文献标识码:A

现代旅游活动,“文化是旅游者的出发点和归结点,是旅游景观吸引的渊藪,是旅游业的灵魂。旅游经济是特色经济,特色是灵魂,文化是特色的基础^[1]”。在21世纪休闲度假时代,作为一种集旅游、休闲、健身于一体的时尚旅游项目,温泉旅游将温泉洗浴的物化享受提升到符合现代消费的文化和精神层面,日益成为旅游业界关注的焦点。所以研究温泉旅游文化的内涵、赋予温泉旅游产品更多文化意味是关系温泉旅游产业可持续健康发展的重要问题。

1 温泉旅游文化的概念

要理解“温泉旅游文化”,我们不妨从旅游文化的概念阐释中得到一些启发。关于旅游文化,国际旅游学界有较为成熟的认识:“旅游文化实际上是概括了旅游的各个方面,人们可以借此来了解彼此间的生活和思想。”^[2]“旅游文化是古今中外不同文化环境下的旅游主体或旅游服务者在旅游观赏或旅游服务中体现的观念形态及外在行为表现以及旅游景观、旅游文献等凝结的特定的文化价值观。”^[3]从以上概念中可以看出,“旅游文化”所涵盖的是整个旅游活动发生的行为及其影响的社会文化聚合,是基于精神与物质统一的认识,具有多样性和综合性等特点。

温泉旅游文化是旅游文化的一个分支,是温泉旅游与文化的深层次结合的产物。借用“旅游文化”的概念,我们不妨给“温泉旅游文化”这样定义:指人们在认识、利用、开发和保护温泉资源过程中所创造的一切文化的综合体,是以温泉为物质载体或依托形成的各种文

① 收稿日期:2007-12-24

作者简介:郑利(1978-),女,硕士,主要研究方向为旅游可持续发展、温泉旅游。

化形态与文化现象及其“物化”体现。包括温泉景观文化、温泉养生文化、温泉服务文化、温泉休闲文化、温泉沐浴文化、温泉文学与艺术、温泉地宗教与民俗等诸多内容。

2 温泉旅游文化的内涵分析

2.1 人是温泉旅游文化之主体

旅游活动是一种具有复杂心理过程和多向交流过程的文化活动,人(包括政府及景区经营者、当地居民、旅游者)在其中,既是文化的需求者,也是文化的创造者,许多旅游文化资源都是通过“人”的不断体验而被发掘和增值的。温泉旅游文化的产生与发展也正是遵循了这一规律。正是有了“人”的参与,自然物质形态之温泉水插上了人文的翅膀,具有了独特的文化内涵,温泉旅游成为了一项以体验温泉、感悟温泉文化,融健康、养生、休闲、度假、观光、文化体验为一体的时尚旅游活动;同时,由于市场的需求诸多观光对象也被发掘,一切有关温泉的历史的、现实的、人文的、自然的、经济的、科学的文化因素都成了温泉企业借以发挥的服务主题。于是,一种有着显著文化特色,并给人以特别感受的主题文化温泉区便应运而生,“天赐一泓温泉”一下子蜕变成了人们寻求一种特殊精神享受的“文化天堂”。

在温泉旅游文化发掘、发展、丰富的过程中,很多“人”都参与其中,做出了自己的贡献。如政府为支持温泉产业的健康发展,在行业宏观调控、政策法规的制定、配套基础设施的建设等方面扮演着不可替代的角色。如“温泉王国”日本即在1948年出台了《温泉法》;法国通过“中央高原特别规划”、“大西南10年规划”等,对30多个温泉疗养地进行援助性开发,大大提高了疗养地的客容量和医疗、住宿、商业、娱乐等设施的现代化水平^[4];战后欧洲许多历史沉淀深厚、知名度大的温泉名胜,都成为政府投资的重点地区,如德国巴登-巴登温泉,英国巴斯温泉等。

旅游者参加温泉旅游活动,除了直接的浸泡、洗浴、增进健康外,他们还还希望能感悟文化、拓宽视野、培育全新的自我,需要对温泉产生的原因、形成的机理以及与温泉相关考古学、文学、民俗学、民间传说、地方掌故等进行了解,因此,有关这些方面的知识即被研究、开发并丰富发展了。再者,外来旅游者的到来也就意味着带来了新的观念、语言、行为方式等,温泉地聚落文化也因此而发展、变迁着,同时,温泉地山水之美也让沐浴者的创作灵感被激发了,“外观于物,内省于内”,不少旅游者就沐浴愉悦及观览审美体验借景抒情、吟诗作赋,留下了传诵千古的温泉诗、温泉赋、温泉歌、温泉颂,最著名的如白居易的《长恨歌》、川端康成《汤岛温泉》等。

当然,温泉企业为开发具有特色的旅游产品而在景区环境建设、企业文化、产品特色等方面做出努力;温泉景区所在地居民的生活习俗、民俗风情、思想观念等本身就是温泉文化资源中一道亮丽的风景线。

2.2 温泉地社会文化是温泉旅游文化之渊源

人类对温泉的发现起源于有意识和无意识的活动,通过对温泉的接触、利用和深邃思考,逐渐产生了温泉崇拜、温泉宗教、温泉汤治、温泉疗养、温泉历史传说与风俗民情、温泉旅游与温泉养生等社会现象^[5],从而形成了温泉地独特的文脉,成为了现代温泉开发的宝贵资源。温泉旅游地若能巧妙的利用文脉,将其恰到好处地表达于产品主题、景观设计、服务与管理、市场营销等之中,实现文化与产品的有效整合,即能使文脉成为一种独有资本,不但有利于解决主题雷同、文化内涵稀缺的问题,也有利于为度假旅游地塑造独一无二的竞争力

而促进市场营销的开展;对于旅游者来说,在温泉地独特文化氛围中更衣沐浴、享受休闲健康,这是体验了一种崭新的旅游生活方式,同时心灵与精神也会得到感悟与升华,从而全身心得到了放松。

例如,村妇温泉河畔洗衣淘米,临街早市温泉农产品的叫卖,以及低价格的临街大众温泉浴池等,均是旅游者观赏景象中颇有意味的一部分。日本人洗温泉和宗教仪式曾有密切关系^[6],温泉地必有寺院和神社是十分普遍的现象,到了温泉地旅游者必去寺院;我国历史上一些温泉地的建设也与佛教寺院有关,如北京小汤山温泉,“洪泽寺建其侧”;黄山天都峰下有大中祥符寺等。在云南省迪庆藏族自治州中甸县,每年春节前后及秋收后,藏族同胞成群结队云集于天生桥温泉区;云南怒江首府六库镇登埂温泉每年春节的初二至初四便举行澡潭会,祈求祛病延年保平安,同时还举行上刀山、下火海和射弩、打秋千表演和比赛,平时散居在大山深处的百姓们还利用澡潭会交友、恋爱、娱乐和进行贸易,场面好不热闹;在西藏民间,每年的藏历七月沐浴节闻名遐迩;类似的活动在四川九寨沟泸沽湖温泉区每年也有举行,成为我国西部旅游的一道亮丽的风景线。

2.3 温泉旅游区环境是温泉旅游文化之载体

文化是抽象的,它必须通过一定的实物、氛围而体现。温泉旅游产品要体现其独特的文化内涵,使旅游者获得深刻的文化体验,就必须要注重温泉地环境的营造,在温泉地的建设规划中根据每一个温泉地的历史文化基础,考虑相应的“物化”建设。

为适应现代休闲度假的发展需要,各温泉度假区还需非常注重景区整体环境的整饬与配套设施的完善。国际旅游科学家协会(AIEST)在匈牙利布达佩斯召开第39届年会专门讨论了温泉旅游再开发问题,认为传统的温泉疗养正在向新型的保健旅游转变,Claude Kaspar(1990)在会议纪要中具体阐述了新型温泉旅游地所包含的内容,即温泉地周围优美休闲娱乐环境、现代化的疗养设备、诊所、疗养院和治疗设施、便捷的交通条件、专业化的疗养医生、舒适的住宿条件、一流的饮食服务等。这即要求现代温泉景区设计不是传统的以温泉水为中心而进行,而是将旅游者融入其中,以其消费经验为核心的温泉大环境的设计。

首先,温泉区建筑是温泉文化最直接的体现。建筑是文化的外观,温泉文化主题决定了温泉区建筑风格。例如,广东新会古兜温泉谷度假村将我国盛唐文化作为其主题,温泉谷大门按“唐门”设计,金碧辉煌的大殿、精细逼真的敦煌壁画,飞天神女的传说、贵妃出浴塑像、宽敞而又气派的唐宫院落等呈现出一派盛唐新风,让人眼前一亮;主体建筑唐宫从格局到市内装饰,都模仿中国唐代华丽、浪漫、豪放的文化氛围,形态各异的浴池之内,均以鹅卵石砌壁,于返璞归真的理念中,营造出了一派唐式温泉独有的沐浴氛围;其华芳池、九龙壁、太子池、妃子池等都是仿华清池的,取其精华而作。“盛唐文化”把温泉谷升华到了至尊至贵的平台,被誉为“现代华清池”,受到了海内外游客的关注与青睐。

再者,温泉区域整体氛围是温泉文化的综合体现。大多数温泉位于远离都市喧嚣、自然环境优美、宁静的乡野,要让旅游者享受到一份远离尘嚣、亲近大自然的惬意,这应是温泉旅游地开发必须追求的目标。所以,温泉景区的环境设计应努力体现一种自然、自由、自在的休闲氛围,“天人合一”是今天开发温泉旅游资源所追求的最高境界。因此,要从众多的景观元素中选择水体、山体、植被及其与之相匹配的景观建筑作为主要的景观要素进行合理设计,浴池的设计要考虑与自然景观交融,更好地满足现代人追求“返朴归真”,回归大自然的心理需求。世界著名的温泉地的自然环境一般都幽静、秀美,近观远眺皆有佳景,露天温泉

池中多有筑山理水的园林小品,周围植被覆盖率高;室内温泉也多有大幅玻璃窗,在沐浴的同时也可观赏自然美景。日本温泉周边的小环境营造的不亚于国家公园水平,建园不仅依景而且也善于借景,并且根据“枯山水园林”的思想,温泉池大量运用形状不规则的大石头或鹅卵石,而绝不使用马赛克、瓷砖等现代建材,让人感觉天然古朴。

2.4 可持续发展是温泉旅游文化建设之目标

1995年世界旅游组织通过的《可持续旅游发展宪章》中指出:可持续旅游的实质“就是要求旅游与自然、文化和人类生存环境成为一个整体;自然、文化和人类生存环境之间的平衡关系使许多旅游目的地各具特色。”温泉旅游的开发走可持续发展之路,这是温泉旅游文化中的必然涵义,也是建设温泉旅游文化的最终目标。

温泉地旅游的可持续发展要求在诸多方面进行努力:首先,温泉旅游属于资源依赖性很强的旅游类型,温泉资源的合理开发与循环利用、温泉旅游地的环境容量及其环境影响等是温泉地发展的前提条件,在产品设计、规划及以后的经营管理方面都要体现节约资源、可持续发展的原则。次者,它体现在对温泉地文化资源及传统沐浴文化的继承与发扬上,产品项目设计要与其周围的自然环境和人文环境和谐一致,文化建设一定要体现本土化,如辽宁等地温泉品牌可表现传统温泉疗养地氛围,陕西可大力发掘盛唐沐浴文化精髓,而广东、海南温泉可在南粤风情上做好文章;倡导积极健康的生活方式,重视泉源、泉水输送管道工程的展示性、观赏性建设及温泉洗浴环境的美学建设等,使之成为广大旅游者了解温泉成因、普及地学知识的重要场所,使温泉地成为养生、休闲、度假、旅游的文化载体。再次,社会经济系统中存在的问题同样危害着可持续发展的进行,当地政府、旅游者、温泉企业、当地居民需要和谐发展,共同努力,促进温泉地的可持续繁荣。

目前我国温泉旅游市场呈现出良好的开发投资前景,但对温泉文化的挖掘没有系统性,环境保护意识相对薄弱,目前尚没有既有理论高度又可指导实践的温泉旅游类书籍,温泉旅游专业人才缺乏,这些都严重制约着我国温泉旅游业的可持续发展。经济发达的欧美和日本在国家福利政策支持、温泉资源管理、温泉地品牌扩展、经营方式等方面都有一些对国内温泉旅游开发有益的启示^[7],兴利除弊,总结国外先进的温泉开发经验刻不容缓。

3 结语

温泉旅游的特点表现为在游憩中感悟文化,在娱乐中获得健康。温泉旅游的核心是温泉旅游文化,温泉文化是温泉旅游的灵魂。温泉文化的发展对于温泉旅游产业的发展与提升、对于温泉景区的经营及区域经济的增长都有重大的意义。明确温泉旅游文化的科学内涵,以温泉资源、地方文脉等为物质基础,以大量温泉景区经营与发展经验为实践基础,深度挖掘、创新温泉文化,充实温泉产品的精神内涵,赋予温泉旅游崭新的文化底蕴,这是温泉旅游业及温泉地经济与社会可持续发展的必然选择。

参考文献

- [1] 张广瑞,魏小安,等. 2000~2002年中国旅游发展:分析与预测[M]. 北京:社会科学文献出版社,2002.
- [2] [美] 罗伯特·麦金托什,夏希肯特,等. 旅游学-要素、实践、基本原理[M]. 蒲红等译,上海:上海文化出版社,1985.

- [3] 郝长海. 旅游文化学概论[M]. 长春: 吉林大学出版社, 1996.
- [4] 徐 皎. 欧洲温泉的开发利用[J]. 莆田学院学报, 1996, 13(6).
- [5] 王艳平. 温泉旅游研究导论[M]. 北京: 中国旅游出版社 2007: 4.
- [6] 日本温泉原来叫“地狱” <http://gb.cri.cn/9523/2006/11/15/421@1303406.htm>.
- [7] 海外温泉旅游 http://blog.163.com/lijingcn_2001/blog/static/2912662220074282727377/.

Study on the meaning of hot spring tourism culture

ZHENG Li

(*Faculty of Tourism Administration, Zhuhai College, Jilin University, Zhuhai, 519041, China*)

Abstract

Hot spring tourism culture is the core of hot spring tourism, the root of hot spring tourism research is the hot spring tourism culture research. Hot spring tourism culture is the syntheses of all the culture which people create when they know, utilize, develop and protect hot spring, and it is the materialized embodiment of a variety of cultural forms and phenomena which take hot spring as material carrier or support. Its meaning is as follows: human is the main body of hot spring tourism culture; the social culture of hot spring locality is the source of hot spring tourism culture; the environment of scenic spot is the cultural carrier and the sustainable development is the target of hot spring tourism culture construction.

Key words: hot spring; tourism culture; meaning