

文章编号: 1000-5692(2005)05-0572-05

旅游景区环境解说系统设计方法及个案探讨

孟明浩, 俞益武, 顾晓艳, 李天佑, 章志攀

(浙江林学院 旅游学院, 浙江 临安 311300)

摘要: 加强旅游景区环境解说系统设计, 提高解说水平, 是旅游景区管理的重要任务之一。有利于旅游景区提高文化品位和经营管理水平, 有利于旅游者获得更高的旅游价值和旅游体验。在对旅游景区环境解说系统进行概述, 总结近年来国内旅游景区环境解说研究现状的基础上, 提出了旅游景区环境解说系统的“1311”设计方法, 包括目标确定、环境调查、受众分析、主题定位、方案策划、评估调控等6个步骤。最后, 以千岛湖森林氧吧环境解说系统的设计为例进行案例分析。参19

关键词: 旅游景区; 环境解说系统; 设计; 个案分析

中图分类号: F590; X22 **文献标识码:** A

环境解说最早起源于美国国家公园服务中心的解说事业, 二战后, 发展成为在那些科学价值高的风景区或公园的专门服务, 并逐渐成为旅游景点景区管理的重要内容。但是, 我国旅游景点景区缺乏规范的解说规范和设计, 普遍存在信息内容不充分, 主题不突出, 文字错漏, 语言呆板, 设施缺乏艺术性, 书写和语言不规范等问题^[1]。张毅川等^[2]指出教育功能是景观应具备的重要功能之一, 旅游景区的环境解说系统除服务功能外, 也必须体现教育功能, 特别是环境教育功能, 有利于景区的形象定位和传播^[3], 因此, 加强旅游景区环境解说系统的设计, 提高解说水平, 就成为旅游景点景区管理的重要任务之一。

1 旅游景区环境解说及其研究现状

1.1 概念

吴忠宏认为“解说是一种信息传送的服务, 目的在于告知和取悦游客, 并阐释背后所代表的含义”, “提供相关资讯来满足每个人的需要与好奇, 同时又不偏离中心主题, 激励游客对所描述的事物产生新见解与热忱”。旅游景区的环境解说就是运用导游讲解、标牌、视听、书面材料等媒介, 将景区的信息转化成人们容易接受的视觉和听觉信息, 以便规范旅游者在旅游景区的行为活动, 促使旅游者获得更高的旅游价值和旅游体验, 同时提高景区的文化品位和经营管理水平。

1.2 方法与类型

环境解说的方法主要包括人员解说服务、展示与陈列、视听和出版物等4种类型^[1]。从解说系统为旅游者提供信息服务的方式来分析, 可以将它分为向导式解说系统和自导式解说系统2类^[4]。从功

收稿日期: 2005-01-18; 修回日期: 2005-03-17

基金项目: 浙江省哲学社会科学重大项目(WT4010-1); 浙江省教育厅高校青年教师基金资助项目(2003)

作者简介: 孟明浩, 讲师, 从事生态旅游与景区管理研究。E-mail: xy23155@sohu.com

能上看, 旅游景区环境解说系统包括交通导引解说系统、接待设施解说系统、景物解说系统和警示解说系统。

1.3 作用与功能

服务和教育是环境解说的 2 种基本功能。美国国家公园管理局要求每一个公园都要向旅游者提供良好的解说和服务设施。例如, 美国黄石公园通过网络、多媒体、室内展示、展示牌、出版物、广播、电视及环境教育活动等多种形式, 对游客进行关于公园的自然和文化特点的教育。归纳起来, 旅游景区环境解说的作用与功能主要包括以下 6 个方面: 提供基本信息和导向服务, 教育、引导和传播知识, 促使旅游者获得更高的旅游价值, 加强旅游资源和设施的保护, 鼓励游客参与景区的管理和发展, 促进旅游者、社区居民、旅游经营管理者的交流与沟通, 实现旅游景区的良好运行。

1.4 旅游景区环境解说研究现状

随着旅游规划、景区管理、饭店设计等学科的发展, 旅游景区环境解说的研究开始受到国内学者的重视, 对它的研究也逐渐见诸文献。目前研究归纳起来主要集中在以下 4 个方面:

第一, 对其他国家和地区的学习和借鉴。吴必虎等^[4,5]介绍了美国国家公园的解说和教育系统, 并对香港和北京的旅游解说系统进行了比较。唐川^[5]总结台湾地区解说系统规划是公园规划的主要内容之一。胡宏友^[7]指出旅游与解说宣传是我国台湾地区的公园旅游业的管理内容之一。

第二, 旅游景区解说系统设计的个案研究。林文镇^[8]对森林自然教育和步道系统解说的设计进行了探讨。王昕^[9]、王辉^[10]分别以四川都江堰和重庆缙云山为例, 提出了旅游解说系统的设计方案。唐加拉^[11]将节点和路径的概念从大尺度的旅游空间行为引入旅游解说系统的规划, 并以浏阳道吾出引路松景区为例进行实证分析。杨强和杨振之^[12]对邓小平故居自导式解说系统的设计进行了探讨, 指出地方文化要素、主题形象要素、环境景观要素、视觉景观要素等四大要素是旅游区设计出高水平、高质量的自导式解说系统的核心。

第三, 旅游景区解说系统英文翻译存在的问题。王淑芳等^[13]从中西文化差异及其对景区解说英文翻译的影响, 对目前我国旅游景区英文解说现状进行综述, 最后总结了旅游英文解说研究特点。

最后, 旅游景区环境教育、科普旅游功能方面的作用。王剑等^[14]针对龙宫景区提出发挥科普旅游功能的措施与建议。万绪才等^[15]认为解说教育系统规划是自然保护区生态旅游规划的关键内容之一。肖光明^[16]指出鼎湖山生物圈保护区旅游解说系统的设计方案比较成功, 值得我国自然保护区借鉴。孙瑞谦^[17]认为, 从社会的角度分析, 森林旅游对自然保护区产生不良影响的根源在于经营者和游客保护意识较差。要改变这种现状, 提高森林旅游管理质量, 必须通过各种解说方式, 提高经营人员的保护意识, 对游客和社会民众进行宣传教育。厉新建^[18]从旅游产品的认识、旅游消费特点以及消费技术概念的引入, 深入分析景区的解说系统。

2 旅游景区环境解说系统的设计方法和步骤

旅游景区环境解说系统的设计应纳入景区总体规划, 同步规划, 同步建设实施。设计应遵循“1311”, 即 1 个前提(确定目标), 3 个分析(资源调查评价, 地理文脉分析, 受众分析), 1 个定位(主题定位)及 1 个策划(方案策划)的设计方法。主要包括 6 个步骤。

2.1 目标确定是前提

旅游景区环境解说系统的设计首先要确定明确的目标。解说目标分为 3 个层次: 第一层次为信息传达目标, 环境解说的最基本功能就是将景区的信息有效地传达给游客, 引导帮助游客顺利完成游览。其次为心理愉悦目标, 富有艺术性和文化品位、与环境协调的解说设施, 也能成为游客欣赏的对象, 为游客带来心理上的美感与愉悦。第三为环境教育目标, 通过环境解说, 让游客认识旅游景区的自然和社会生态价值, 提高游客的环境保护和生态意识, 有利于旅游景区资源的可持续利用。

2.2 环境调查是基础

2.2.1 资源调查评价 对旅游景区的自然、人文和社会旅游资源进行详细调查和科学评价, 明确环境解说系统的重点, 以确定解说服务的中心主题。除调查本旅游景区之外, 也要对周边的旅游景点景

区进行调查,寻找与竞争者的差异和比较优势。

2.2.2 地理文脉分析 地域差异的本质是指地方性,而不是那些可见的表层元素,如山、水和建筑等,尽管这些元素也体现着地方性。地方性来自于地理文脉,地理文脉是地方所在的背景……^[19]地方性的差异是吸引游客的根本原因之一,也不可避免地渗透到环境解说内容中去。因此,对地理文脉的透彻分析,对地方性的准确把握,在环境解说的规划设计中起到非常重要的作用。

2.3 受众分析是关键

游客特征不同,对解说服务的要求也不同。受教育程度高的接受能力强,感兴趣的领域比较广泛,受教育程度低的则相反。以休闲度假为主要目的的游客比以观光为主要目的的游客对环境解说有更高的要求。自助型游客比团体游客更依赖于完善和方便的环境解说服务。因此,要满足所有游客的需要非常困难,旅游景区可以针对景区的主要客源市场提供合适的解说服务,所以,准确的市场调查分析,对景区设计环境解说系统至关重要。

2.4 主题定位是核心

旅游景区环境解说的主题定位,就是在资源调查评价和地理文脉分析的基础上,结合受众分析,为景区确立环境解说的主题。确定主题的过程,也就是“杂质”信息过滤的过程,筛选掉任何违背主题的信息,包含多个主题的解说失败的解说,因为主题过多,容易混淆信息,针对性也不强。

2.5 方案策划重落实

2.5.1 解说内容准备 旅游景区环境解说的内容必须具有科学性、准确性、趣味性等特点。环境解说系统是发挥旅游教育功能的主要载体,因此科学准确是环境解说的基本要求,不能似是而非,更不能歪曲误导。旅游景区环境解说主要面向广大游客,而非专业人士,所以要求解说通俗易懂,生动有趣,容易为游客接受。环境解说内容的准备,必须是在对景区的资源深入调查和科学评价的基础上,进行准确的主题定位,并根据目标市场的需求和偏好,对它们进行提炼和加工。

2.5.2 解说媒体选择 媒体选择就是选择最适合景区解说主题、旅游资源和游客的传播途径。媒体的种类很多,如人们熟悉的标牌、旅游指南、旅游中心及各种电子媒体等。选择媒体主要考虑2个方面:一是实用性。不同的媒体适合不同的解说内容,不同的解说服务对象对媒体的接受程度也不一样,例如导游讲解是一种双向的交流,但游客自主性较差,自助导游更能符合游客自主性、个性化的要求,但缺乏人际沟通。因此,选择时要注意各种解说媒体的互补。二是经济性。环境解说设施需要景区投入相当数量的资金,因此成本和耐久性是选择媒体时需要考虑的因素。

2.6 评估调控是保障

根据解说目标对环境解说进行比较,找出环境解说服务实施效果与目标的差距。对环境解说系统评估有正式和非正式2种方法。前者可通过游客调查问卷的方式进行,后者包括让旅游景区的管理人员观察旅游者的行为。根据评估结果对环境解说系统进行修正和调整,使它们在实施过程中不断完善提高,并为下一次设计提供基础。

3 旅游景区环境解说系统设计的个案探讨

3.1 景区概况

千岛湖森林氧吧位于千岛湖东南湖区边缘,毗邻320国道,距淳安千岛湖镇仅15 km,交通便利。景区隶属于千岛湖国家森林公园,2003年正式对外开放,先后被评为和授予“浙江省最佳生态景点”“杭州市环境教育基地”和“杭州市级森林公园”等称号。景区属于千岛湖岩溶地貌带,面积约145 hm²,是一个集林、石、涧、瀑、潭于一体,以高浓度负氧离子和植物精气等为资源特色,具有康体健身、休闲娱乐、观光科普等多功能的生态型景区。

3.2 景区环境解说系统现状及存在问题

3.2.1 解说服务类型偏少 目前森林氧吧的环境解说主要以标牌和导游解说2种类型为主,辅之以宣传画和广告牌。这些措施,对宣传森林氧吧,提高公众和游客对景区的认知起到了一定的作用。但是,还不能满足景区提高经营管理水平和文化品位的需要,不利于让游客形成满意的游览经历,因

此,有必要增加解说服务类型,并提高解说服务的科技和文化含量。

3.2.2 内容不充分,主题不突出 景区对游客最大的吸引力,或者说市场“卖点”,是利用良好的森林环境,为游客提供一个康健、休闲、环境教育等多功能的生态景区。但是,目前景区的环境解说没有充分体现出这些功能特点。

3.2.3 语言不规范 标牌是景区环境解说系统的主要组成部分,采用了中英文对照的解说方式。但是,多数英文解说词不准确,影响了解说效果。如“溯溪”译成“Su stream”“顺其自然听鸟声”译成“Listen to the birds with naturally”等。这就需要重新设计环境解说内容,要求准确科学。

3.2.4 设施缺乏艺术性,破损严重 标牌以植物解说牌和森林解说牌为主,形式单调,缺少变化。其中,森林解说牌都采用木牌,上覆茅草,较简陋,暴露在空气当中,经日晒雨淋,已开始褪色、腐朽,影响视觉效果。

3.2.5 导游词缺少文化内涵 导游词没有经过精心编排设计,缺少科技和文化含量,与景区的主题相去甚远。因此,必须重新编写导游词,使之符合景区的解说主题。

3.3 景区环境解说系统设计

3.3.1 主题定位 健康是人类永恒的话题。世界卫生组织的统计表明:全世界真正健康者仅5%,找医生诊治疾病者约占20%,剩下的75%属于“亚健康”者。现在,人们比以前任何时候更关心自己的健康。休闲健康游已经成为旅游市场的发展趋势,回归自然,到森林中去呼吸新鲜空气,享受舒适怡人、生机盎然的森林环境,已成为一种旅游时尚。景区环境解说系统设计应围绕“森林与健康”这一主题来进行,从森林资源保护,森林的保健作用,森林、环境与人类的关系等角度来设计解说系统内容。

3.3.2 景区环境解说系统设计内容 根据森林氧吧的特点,主要从人员解说服务(导游词)、室内展示与陈列、标牌系统和出版物(旅游指南)4个方面进行规划。

导游词。导游是旅游的灵魂。导游人员需要经常培训,提高他们的文化水平和解说技巧。其中,导游词是非常重要的因素,它反映了景区的经营理念和文化内涵。重新编排导游词的内容,将沿游览线路的景点、植物、森林环境等编入解说词,重点突出森林环境的康体保健,维护自然生态平衡等方面的作用,用通俗易懂的语言将晦涩的生物学、生态学、地质学等专业知识传达给游客。

室内展示与陈列。室内展示陈列是科普教育常用的解说方法。它采用真品实物配以照片、图表和模型,集中展示,参观方便,容易理解,而且不受外界因素干扰。兴建以“森林·环境·人”为主题的教育展馆,旨在让公众了解地球生态环境现状,认识人类面临的危机,提高公众的环境意识,加强对良好的生态环境,对千岛湖的青山绿水的保护意识。建筑风格要简洁大方,体现地方特色,选用毛竹、松木、茶园石等当地建筑材料。

标牌系统。标牌是一种室外展示陈列类型的环境解说。其特点是对照性和稳定性强,可反复阅读,游客可根据自己的时间和兴趣阅读。让游客在休闲健身,享受森林环境的同时,获得知识,真正做到寓教于乐。要求标牌形式活泼,造型优美,内容突出森林氧吧良好的自然生态环境。设立植物、森林、环境等方面的解说牌,多采用仿木或经防腐处理的木质材料,与环境协调。如:空气负离子效应解说牌,采用科学数据来说明空气负离子对人体的保健作用;设立植物保护解说牌,提醒游客注意保护身边一草一木,培养游客对自然和生命的热爱之情。

旅游指南。旅游指南属于出版物类型的解说媒体。为让游客大致了解景区,激发游览欲望,扩大宣传效果,旅游指南应图文并茂,合理编排,知识性和趣味性有机结合,突出展示景区的精华和特色。设计主要从景区概况、游客守则、植物景观、山石景观、水体景观、休闲设施和养生之道等7个方面,介绍景区的资源环境特点、接待设施和主要功能。随门票赠送,一票一册。如游客守则采用新编“三大纪律八项注意”歌,将游客守则以轻松诙谐、朗朗上口的语言表达出来,使游客易于理解和接受。

4 结束语

《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 1775-2003)不仅对旅游景区各种环境解说方法的功

能做出具体要求,而且从“艺术”和“文化”方面提出了更高的目标,是指导旅游景区环境解说系统设计的重要参考依据。设计人员只要严格遵循“1311”设计方法,通过确定合理的解说目标,进行深入的环境调查和 market 分析,对旅游景区解说主题准确定位,并策划一个操作性强的方案,在实施过程中不断调整和修正,必定能设计出功能完善,品位高,游客乐于接受的环境解说系统。

参考文献:

- [1] 杨正泰,张帆.旅游景点景区开发与管理[M].福州:福建人民出版社,2000.
- [2] 张毅川,乔丽芳,陈亮明,等.景观设计中教育功能的类型及体现[J].浙江林学院学报,2005,22(1):98-103.
- [3] 钱杭园,严少君,朱铨,等.生态观光区的形象定位和传播策略[J].浙江林学院学报,2005,22(2):211-215.
- [4] 吴必虎,金华,张丽.旅游解说系统研究——以北京为例[J].人文地理,1999,14(2):27-29.
- [5] 吴必虎,金华,张丽.旅游解说系统的规划和管理[J].旅游学刊,1999年,14(1):44-46.
- [6] 唐川.台湾地区国家公园建设与发展[J].云南地理环境研究,1999,11(2):16-23.
- [7] 胡宏友.台湾地区的国家公园景观区划与管理[J].云南地理环境研究,2001,13(3):53-59.
- [8] 林文镇.森林美学[M].台北:淑馨出版社,1995.
- [9] 王昕.旅游景区的旅游活动“导引”设计探讨——以都江堰为例[J].人文地理,2002,17(3):44-46.
- [10] 王辉.旅游解说系统的设计探讨——以重庆缙云山为例[J].地域研究与开发,2004,23(1):56-68.
- [11] 唐伽拉.旅游解说系统规划初探——以浏阳道吾山引路松景区为例[J].旅游学刊,2003,18(3):14-17.
- [12] 杨强,杨振之.自导式解说系统设计要素研究——以邓小平故居景区为例[J].资源开发与市场,2004,20(3):189-227-228.
- [13] 王淑芳,张皓,俞益武,等.旅游景区解说系统英译的现状与问题[J].北京第二外国语学院学报,2004,(3):63-65.
- [14] 王剑,彭建.龙宫风景区科普旅游功能初探[J].中国岩溶,2003,22(3):236-241.
- [15] 万绪才,朱应皋,吴芙蓉.自然保护区生态旅游开发与规划研究[J].农村生态环境,2004(3):15-19.
- [16] 肖光明.自然保护区的旅游产品开发浅析——以鼎湖山生物圈保护区为例[J].旅游学刊,2001,16(3):72-75.
- [17] 孙瑞谦.森林旅游对自然保护的影响及对策[J].陕西林业科技,2004,(2):48-50.
- [18] 厉新建.旅游产品特点、消费技术与景区解说系统[J].人文地理,2004,19(3):43-46.
- [19] 邹统钎.旅游景区开发与经营经典案例[M].北京:旅游教育出版社,2003.

Case study of composing commentary system for tourist attractions

MENG Ming-hao, YU Yi-wu, GU Xiao-yan, LI Tian-you, ZHANG Zhi-pan

(School of Tourism, Zhejiang Forestry College, Lin'an 311300, Zhejiang, China)

Abstract: One of important tasks of management of scenic spots is to improve the commentaries, which can improve the management level of scenic spots and help tourists get better touring experience. Based on the review of the existing commentaries of scenic spots in China, the six procedures composing commentaries including target orientation, environmental investigation, analysis of receiving end, subject orientation, planning, evaluation and adjustment were put forward. Finally, a case study of commentaries on Forest Oxygen Bar of Qiandao Lake was conducted. [Ch, 19 ref.]

Key words: tourist attractions; commentary system; design; case analysis