

将山西地域文化引入山西旅游人才培养的思考 ——基于五台山景区的实地考察

周晓丽 张碧星 何海斌

(长治学院 历史系,山西 长治 046011)

摘要 区域文化与区域旅游业相互促进,关系密切。旅游人才是传播地域文化的关键要素,通过五台山的调查发现,山西旅游人才文化底蕴不足和旅游者对地域文化的高需求之间存在深刻的矛盾,迫切需要高校在山西旅游人才的培养中引入山西地域文化知识。

关键词 地域文化 旅游 人才培养 五台山

中图分类号 F590

文献标识码 A

文章编号 :1673-2014(2018)04-0020-04

在悠长的人类发展历史中,文化和旅游是形影不离的“孪生兄弟”,是“灵魂”和“载体”的关系^[1]。文化是旅游的灵魂,旅游者到访目的地的动机之一即体验、品味、欣赏独特的目的地文化,文化使旅游具有了更加深刻的人文内涵,旅游是文化保存和传播的载体,文化具有无形性的特征,文化的保存和传播必须借助一定的载体,而旅游正是保存和传播文化的一种有效载体。区域旅游业的发展离不开优秀的旅游人才,旅游人才的优秀之处并不完全在于其娴熟的业务技能和厚实的理论涵养,更应具有对本土地域文化的深刻了解和强烈热爱,只有这样旅游人才才会在自己的服务工作中自觉地运用文化内涵,将文化的价值发挥到极致。

山西历史悠久,旅游资源以人文类景观为主体。人文类旅游景区的游客体验中,导游对地方文化的认知和讲解起到了至关重要的作用。笔者在一篇关于山西旅游感知形象的文章中发现,“导游”和“讲解”都属于高频特征词统计结果里排名前80位的高频词,从游记文本中可以明确地看出游客对山西文化的关注和对导游讲解的需求,如平遥古城的

游客在游记中写到“参观平遥古城的时候,建议请一个当地正规的导游讲解员,因为平遥古城属于人文类的景点,晋商文化底蕴深厚,没有人讲解是很难看懂里边的内涵的”,五台山游客在游记中也表示“五台山是全国唯一汉传、藏传佛教并存的名山。因此来五台并非游山玩水,而是拜佛礼佛。如非佛教徒,五台山厚重的历史文化以及特色古建筑也是不可不看。但是要请个导游,不然根本看不懂。我们没请导游就进去了,后悔了也没办法,只能蹭别人的导游,如果安排三四天,慢慢溜达,跟着导游听听讲解,才是最好的。”可见旅游者在旅游中对地方文化有着非常高的需求,导游在传播景区的文化内涵中承担着重要的作用,因此本文通过在山西5A级景区五台山的实地考察,结合游客的文化需求和导游讲解现状探讨将山西地域文化纳入山西旅游人才培养的必要性,并初步探讨将山西地域文化纳入山西旅游人才培养的路径选择。

一、地方旅游人才是弘扬地域文化的关键要素

从行业发展的需求层次来看,地方旅游人才可

基金项目:山西省教育厅重点教改项目“山西地域文化在地方高校旅游人才培养体系中的分类构建研究”(J2016108)

收稿日期:2018-02-26

作者简介:周晓丽(1983—),女,山西长治人,讲师,主要从事目的地管理和市场营销研究;

张碧星(1982—),男,山西长治人,讲师,主要从事旅游经济和乡村旅游研究;

何海斌(1978—),男,陕西西安人,讲师,硕士,主要从事红色旅游和旅游文化研究。

以分为负责开发规划和管理的旅游规划人才、行政部门从业人才以及负责接待服务的旅游企业从业人才等等。地域文化是地方人们在漫长生活岁月中创造的物质文明和精神文明的总汇,地域文化类型丰富、博大精深、是一个地域最为宝贵的资源和财富。地域文化的弘扬需要不同类旅游人才的共同努力。

(一)地域文化的呈现需要旅游规划人才的精心策划和设计

从旅游者的角度来看,旅游产品的核心是旅游体验。为了给旅游者留下美好的旅游经历和体验,目的地在规划的过程中都特别强调市场导向,强调旅游产品的创新功能,但是这样的规划思想往往带来目的地旅游产品的雷同,使旅游者到达任何一个目的地都有一种似曾相识的感觉。因此目的地要想给旅游者留下独特、难忘、愉悦的旅游体验和经历,就必须在目的地的规划中想方设法注入本土的地域文化,尽可能地寻求可传达本土地域文化精髓的视觉载体,通过各种文化元素载入目的地的旅游环境中,而要做到这样独一无二的规划设计,需要旅游规划人才对本土地域文化的精准把握和解读,这样才能将本土地域文化以最有效的方式呈现给旅游者,供旅游者体验和消费。

(二)地域文化的传播需要旅游企业从业人员的精心编排

旅游规划人才精心策划和设计的文化元素大部分都是隐含在旅游产品载体上的,这些文化要素没有企业一线从业人员的精心编排很难被游客看懂并消化吸收。

山西地处黄河中游,黄土高原东部,历史悠久,文化荟萃,自古就是中华民族文明发源地^[2]。山西拥有丰富的旅游资源,从其分布和类型来看,既有以佛教文化著称的忻州五台山和大同云冈石窟等知名旅游资源,也有以晋商文化闻名海内外的晋中平遥古城、乔家大院和王家大院等景区,还有洪洞大槐树、长治地区的发鸠山等都蕴含了丰富的山西本土文化。以历史建筑遗址为主体的旅游资源承载了中国博大精深的建筑、壁画、雕刻等文化类型。所有这些文化的传播都需要旅游企业的从业人员在对客服务中精心编排。旅游景区的从业人员可以在和游客的互动中依据服务对象的不同,灵活选择文化传播的内容和运用不同的文化传播艺术与手段,将山西地域文化中最核心、最灿烂、最闪亮的部分传递给服务对象,提高游客鉴赏山西地域文化的能

力,让游客在轻松、愉快、互动的氛围中学习山西地域文化,增强对山西地域文化价值和观念的认同。

二、五台山景区的地接导游现状和游客文化诉求

为了了解山西旅游从业人才对本土地域文化的认知和把握,笔者选择五台山景区进行了初步的实地考察。五台山景区位于山西省忻州市五台县,是佛教文化旅游圣地。在中国的四大佛教名山中,五台山是唯一一处兼有汉传和藏传佛教的宗教旅游圣地,于2009年6月26日被联合国教科文组织和世界遗产委员会列入世界文化景观遗产,成为中国继江西庐山之后的第二处世界文化景观遗产^[3]。五台山作为宗教旅游胜地,其文化价值不仅在于其汉传和藏传佛教文化,还有五台山的建筑文化及蕴含在建筑中的三雕文化和壁画文化等。五台山博大精深的佛教文化、建筑文化、三雕文化和壁画文化等要想传播给旅游者,需要五台山地接导游的精心策划和编排。因此实地考察中主要通过和五台山导游接触,了解其对五台山地域文化重要性的认识及其对五台山地域文化的把握,同时通过和游客接触了解游客到访五台山的文化诉求及其对导游服务的满意度。

(一)五台山地接导游现状

据笔者实地考察,五台山景区现在运营有48家旅行社,29家位于景区内,19家位于景区外,每个旅行社内都有导游数十名到六七十名不等,且大量导游都是兼职的在校大学生。通过调查,发现五台山地接导游具有以下特征:

1.大部分导游业务技能娴熟,文化底蕴不足

五台山旅行社在导游的招聘中特别强调和旅行社利润密切相关的导游业务技能,平时培训中也以业务技能的培训为重点,但是对五台山博大精深的文化内涵并不重视。而大部分导游在前来五台山工作之前对佛教文化并无信仰,对佛教文化的了解也仅限于导游基础知识中的佛教通识文化知识的学习,来到五台山景区工作又很少接受佛教文化的相关培训,因此大部分导游对五台山景点的讲解都是在仅有的一些导游词之上,道听途说其他导游员讲解内容自行加工进行讲解,不会深究讲解内容的对错,文化底蕴严重不足。工作中他们更在乎如何引导游客烧香拜佛,赚取回扣,并不以传播五台山博大精深的佛教文化、建筑文化和其他文化为己任。

2.导游人员队伍不稳定,学习意识不强

五台山作为佛教文化旅游圣地,一般游客到了

都会产生一种敬畏心理,在五台山景区工作的导游亦不能脱身,他们同样受这种环境的影响,希望从善,然而工作的原因又迫使他们必须利用游客的敬畏心理诱导游客花钱,善的向往和“恶”的行为会使导游承受巨大的心理压力。因此虽然五台山景区的导游收入颇丰,但是大部分都不会长久留在五台山,致使景区导游不能长期地继续学习五台山博大精深的文化,无法产生文化认同,因此也就不能精准地传播五台山的文化内涵。

可见五台山景区讲解导游存在仅关注五台山旅游基础设施和导游技巧,对五台山文化渊源了解不透彻、对五台山文化的综合性掌握不全面、对五台山地方特色文化把握不准等问题,更谈不上对五台山地方文化的认同。

(二)五台山游客文化诉求和满意度现状

1.游客文化需求程度高

常亚楠等在五台山游客的满意度调查中,发现五台山“历史文化底蕴”和“建筑文化价值”两个因子的期望值以 4.81 和 4.65 得分排在游客需求的第一和第二位^[9],充分证明了五台山景区游客高程度的文化诉求。在和五台山游客的聊天中也了解到,五台山游客和其他景区游客相比差异显著的特征之一即重游率高,重游率高的大部分游客或多或少都有一些佛教信仰,本身对佛教文化有一定的了解和研究,他们期望每次来五台山都可以有不一样的文化体验,因此对导游的要求很高,期望导游的文化底蕴深厚,能给他们带来新的文化体验。

2.游客类型多样,对导游讲解的需求千差万别

在实地考察中了解到,五台山游客的旅游诉求千差万别:有单纯烧香拜佛的,五台山是中国四大佛教名山之首,很多游客到五台山是为了求官、求财、求学业;有避暑度假的,五台山气候清凉兼有五顶,有游客仅受五台山自然气候因素吸引而来度假;有参观游览的,五台山作为山西的 5A 级景区之一,成为来山西旅游的外省游客的必游景点;还有佛教的虔诚信徒,他们为博大精深的佛教文化所吸引,来五台山是为研究活化的佛教历史、佛教文化等。游客类型多种多样,对导游讲解的需求程度也千差万别。

3.满意度低,对导游的需求程度降低

在问及游客对导游讲解工作的认可度时,部分重游率稍高、对佛教文化有了解或者有点佛教信仰的游客毫不讳言地说,导游讲解就是胡说八道,还

不如他们自己了解的多,很多讲解都是错的,讲解毫无新意,让人乏味。而且导游很明显就是引导游客花钱烧香拜佛,一旦游客不花钱就会出言不吉利,威胁游客,严重的甚至出现甩单现象,素质低,和五台山佛教文化圣地的形象极不相符。

导游人员文化底蕴不足和游客文化需求程度高之间形成巨大的反差,导游必须努力提高自身的文化底蕴和知识储备,更精准地把握五台山地域文化,热爱山西,热爱五台山,自己首先认同五台山地域文化的价值和观念,才能更好地传播五台山博大精深的文化内涵,这样既可以缓解导游员的心理压力,让其为自己传播了五台山丰厚的文化而自豪,又能更好地满足游客的文化体验需求。可见,加强五台山旅游人才的文化底蕴和地域文化知识储备迫在眉睫。这就要求地方本科院校在旅游人才培养中重视地域文化知识的传输和引导,使旅游专业的学生在校就能很好地把握地域文化知识,毕业后为山西旅游经济的发展做出贡献。

三、将山西地域文化引入山西旅游人才培养的路径选择

(一)将山西地域文化纳入山西旅游人才培养方案中

山西地域文化在山西旅游人才培养中的引入途径应该是多渠道、多途径的,需要各种各样、千变万化的导入形式,但是首要的、也是最重要的应该是引入山西旅游人才培养方案中。目前山西开设旅游管理专业的本科院校共十所,受教指委《旅游管理类教学质量国家标准》的制约,各院校都普遍开设了教指委要求开设的通识课程、基础课程和专业课程,片面强调管理类和经类课程的重要性,对山西本土地域文化重视不够。因此山西旅游人才培养方案要从培养目标、课程设计、实践教学环节和校内外实训基地建设等多方面体现对山西地域文化教育的要求和导向性。

如山西高校导游人才的培养应该首先服务于山西龙头景区景点的讲解需要,第一步即是服务于 5A 级景区讲解的需要,所以基于山西地域文化的山西导游人才培养目标应该以适应山西 5A 级景区发展人才需求为目标,培养德、智、体全面发展,既掌握旅游管理的基本理论和基本技能,又具备丰厚的山西旅游资源文化知识,能够在山西各旅游景区从事导游讲解和管理工作的高素质应用型人才;校

外实训基地建设以山西重点旅游景区景点为主体,引导学生在实训过程中加强对山西地域文化的调查分析,拓宽视野,提高文化品味,扩大头脑中山西地域文化知识储备,提高对山西地域文化知识的认同,这样才能达到“学以致用、灵活运用”的目标。以五台山景区需求为对象,在旅游人才的培养中,需要将五台山景区蕴含的佛教历史、佛教文化、佛教建筑文化、佛教造像文化和佛教音乐文化等纳入导游人才的培养目标。

(二)将山西地域文化引入到旅游专业课程设置中

山西省大多数本科院校旅游管理专业的课程开设目前还是偏专业理论,轻人文基础。如管理学、经济学、会计学、营销学等课程开设偏多,且课程内容分散,重复内容多,内涵把握不够。这种教育模式培养出的旅游专业人才必然缺乏文化底蕴,不能完美地传达旅游的文化灵魂。因此将山西地域文化引入山西旅游人才培养需有相配套的、合理的课程设置体现在正常的教学工作中,如开发《山西本土文化教程》、《山西名胜古迹及其文化内涵》、《山西饮食文化》、《山西地理民俗》、《山西风物特产》等教材,将这些课程作为山西本土旅游人才培养的核心必修课程,合理培养和引导学生。通过教材引导,增强学生热爱家乡的意识,为今后从事旅游工作奠定丰厚的文化基础。

山西旅游人才的培养不可能细化为山西各旅游景区培养人才,但是针对五台山景区的导游人才需求,地方院校可以在引导学生兴趣的基础上,在导游模块的课程设置中增加与五台山佛教文化相关的专业选修课,如首先利用现有的书籍将《五台山》、《五台山旅游揽胜》等作为学生必读书目要求学生阅读,另一方面要求学生将与五台山有关的研究文献进行梳理,引导学生在自主学习中为五台山博大精深的文化所触动,自觉地积累相关知识。

(三)将山西地域文化引入到学生的各类课堂学习中

博大精深的山西地域文化知识需要结合地方旅游业发展的需要引入到各种类型的课堂上。首先旅游专业课程老师需要将山西地域文化渗透在常规的课堂教学中,随时将山西地域文化拿来点缀课堂,让山西的地理、经济、政治和历史等文化充分融入旅游专业的课堂教学中;其次,充分利用大学的第二课堂,将山西地域文化知识引入各种竞赛、主

体活动和校园文化节中;再次,邀请精通山西地域文化知识的知名人士或本院校研究山西地域文化的历史专业老师给学生做专题讲座,讲座嘉宾对山西地域文化知识内涵和精华的诠释将激发学生的文化知识学习兴趣。

针对五台山景区导游人才的培养需求,我们可以在现有的许多活动中穿插五台山文化引入,如学校每年的导游讲解大赛专门指定五台山为讲解对象,传统文化知识竞赛中设置专门的佛教文化知识竞赛,通过知识竞赛活动帮助学生掌握五台山文化知识,定期邀请五台山佛教协会的研究人员到学校做各种专题讲座,激发学生自主探索学习相关文化知识。

(四)将山西地域文化引入到学生实践活动中

实践教学是旅游管理专业人才培养的重要环节,并在旅游管理专业人才培养中占有一定的比重。将山西地域文化知识引入到学生实践活动中,可以让学生在运用中真切地感受到山西博大精深的地域文化知识及其重要作用。如通过安排社会实践或实习,选择山西的5A级景区为定点实习基地,让学生通过参加顶岗实习,担当景点讲解员和导游员,检验其所学理论知识是否能够指导实践,并在第一现场感受本土地域文化知识的价值。

四、结语

综上所述,将本土地域文化引入本土旅游人才的培养中,既促进了本土地域文化的保护和传播,又有益于促进地方旅游经济的发展和旅游形象的塑造。解决了地方地域文化与旅游专业课堂教学相融合的问题,实现了教育教学与社会经济发展的相对接,有利于高等教育培养适应地方经济社会发展所需的专业化人才、服务地方社会发展的需要。

参考文献:

- [1]车兆和.文化和旅游关系之我见[N].中国文化报,2018-6-22.
- [2]郝跃文.基于山西地域文化背景下的旅游纪念品设计研究[D].太原理工大学,2010.
- [3]常亚楠,李悦铮,江海旭.宗教旅游目的地游客满意度实证研究——以世界(文化景观)遗产五台山为例[J].云南地理环境研究,2014,26(3):25-31.

(责任编辑 段建宏)