

江西風景獨好 BEAUTIFUL JIANG XI SCENERY

沿用了八百多年的古浮橋，是贛州特有的歷史人文景觀。



井岡山茨坪晨曦

系列報道之三

走通江西旅遊路就艱描繪走向世界的路線圖

江西地勢廣闊，北邊是長江，南邊是南嶺，西邊是山脈，向北開口，一條長江，把山川大地整合起來了。北邊從長江進鄱陽湖，如果旅遊路線從北往南走，從鄱陽湖順著贛江往南，贛江水系構成了一部歷史文化的脈絡，從廬山走到吳城，所攜帶的歷史分量就不得了。這條線路可以看到江西從贛江水道發達時經濟昌盛，到後來交通變更、水道落寞帶來社會發展受到影響的歷史更替過程。

當年為什麼華北大地沒有出現禪宗，而江西的茶禪合一、農禪合一，都有呈現？因為那些思想者，都跑到山林裏面去了，都在禪宗裏開宗立派，過一種自由自在的生活，而江南才具備農禪合一、茶禪合一的天然條件。所以，贛江流域就有著這些獨特的文化價值存在。江西旅遊如果走出去，江西的禪宗就可以走出去。如今，西方對禪宗的哲學非常感興趣。黑格爾談中西哲學時，說孔子的論語尤其算倫理學。當時如果黑格爾看到禪宗的話，就不會輕言中國哲學了。哲學怎麼還可以如此具有詩性如此具有禪意。

參與了世界的歷史進程。比如絲綢形成了絲綢之路，而江西的瓷器也一樣，所謂的海上絲綢之路，其實是瓷器之路。直到現在，景德鎮依舊是窯火不息、薪火相傳。來到江西旅遊，可以享受一種生活方式。比如可以進入禪的世界，可以進入瓷和茶的世界裏。無論是禪還是絲綢茶，都是一種生活方式。比如魏晉風度，我們說它開闢了一種文明樣式，其實也是一種生活方式。他們當時跟生活有關的喝酒吃藥品茶，這三種生活方式構成了魏晉風度。但它們都需要物質的載體，需要杯子來喝酒吃藥品茶，而瓷器就是他們的載體。江西的瓷器就提供了一種生活方式、文明樣式的載體。外銷瓷也好，貢瓷也好，都提供了一種載體。而江西的瓷器依舊還在發展。江西的旅遊從景德鎮出發，從贛江往下走，走到廣州，走到泉州，一路走下去，把這一條路走通了，就能描繪出一個走向世界的路線圖。(根據採訪錄音整理)

歷史學家，獨立學者，多次參與策劃全國各地市旅遊項目，著有《文化的江山》《通往立憲之路》《自由的款式》《中國史詩（卷一、卷二）》。

旅遊是現代人對自然的懷舊也是文化的鄉愁

香港商報：江西旅遊的歷史文化價值何在？馬策：所謂的歷史文化，可以看做是旅遊的基礎性資源，歷史文化價值，在某種程度上決定了旅遊開發價值。這方面，江西並不弱。像景德鎮、贛州等城市都是國家歷史文化名城，前者號稱千年瓷都，後者號稱江南宋城。當然，還有廣為人知的當代的「紅色文化」，比如井岡山號稱革命搖籃，南昌號稱英雄城。還有什麼呢？想想還真不少。在這片土地上，能跟旅遊扯上關係的中國傳統儒釋道三教文化應有盡有。說到「儒」，有白鹿洞書院、鵝湖書院等等；說到「釋」，有位於廬山腳下的淨土宗祖庭東林寺，有南禪中大名鼎鼎的永修雲居山真如寺、靖安寶峰寺、吉安青原寺、宜黃曹山寺、奉新百丈寺等；說到「道」，則有中國道教名山廬山龍虎山和上饒三清山。

客，然後才可能是個文化苦旅者。所以，自然景觀也是旅遊的基礎性資源，它甚至比歷史文化更具基礎性。自然和人文都是吸引遊客的原因，各地皆然。香港商報：旅遊是怎樣的一種生活方式？馬策：生活是無邊的，是我所能知道的最大的詞語，但凡人類事務都可以稱其為生活方式。但顯然，「生活方式」具有日常性（或經常性、重複性），如果你三五年才出門旅遊一次，那恐怕就不叫生活方式了。如果你經常旅遊，甚至是個旅遊控，那旅遊肯定是你的生活方式。但在全民休閒旅遊的大環境下，人們奔忙於一個個景點，擠擠挨挨，摩肩接踵，很可能只為拍照，將旅遊縮減成「到此一遊」的圖像記憶。這正是我們時代的壞時尚、壞經驗、壞品味，壞的「生活方式」。在農耕文明時代，人們就生活在自然中，天人合一，又何需帶什麼旅遊。王羲之說，「仰觀宇宙之大，俯察品類之盛，所以遊目騁懷，足以極視聽之娛，信可樂也。」我們的祖先通過宣紙筆墨寫自然山水，可望可行，可遊可居，那是「暢神」。而現代旅遊是工業時代的產物，也是發達資本主義時代的生活證明。它不能緩解焦慮，恢復對自然之美的直覺能力，這就兩說了。怎麼說呢，旅遊是現代人對自然的懷舊，也是文化的鄉愁，總之是一種懷鄉病。

名家談

詩人、資深媒體人、文化批評家，雜誌主編，著有《詩歌點燈》。



景德鎮非物質文化遺產傳承人的施釉生產展示。



「客家搖籃」贛州石城大畲村的清代古民居「南廬屋」。

「給我一個來江西的理由」是關鍵

江西在歷史文化旅遊資源方面有著明顯的優勢，這與江西在宋代以後近千年的發展過程中的豐富積澱息息相關。名山、名水、名城、名人無所不包，綠色、紅色、古色一應俱全，擁有中國最大的淡水湖、地倚中國最長的江，擁有輝煌的歷史與文化遺存和震爍古今的名臣將相，有世界影響力的江西籍人物不少，如陶淵明（代表人類共同追求的理想生活方式和價值觀念）、王安石（代表改革的力量）、文天祥（代表民族意識與文化認同）、宋應星（代表科技創新與經驗成果總結）、湯顯祖和八大山人（代表文學藝術高度與歷史貢獻）。但江西很多旅遊資源的豐富價值，特別是其唯一性、珍罕性一直沒有成為旅遊「賣點」，很多景點都「養在深閨人未識」。以白鹿洞書院為例，作為世界文化遺產的重要組成部分，身為「天下書院之首」，應以世界最早的大學發源地之一的身份成為主流景區，延續發揮它應有的歷史文化載體的功能。隨著經濟社會發展的不斷進步，旅遊由幾十年前一種以出差探親連帶出來的從屬活動，轉而成為一種積極主動的社會化生活方式。對旅遊景點的選擇標準和自我評判體系近乎苛刻，這對旅遊景點景區本身也是一種挑戰與壓力。「給我一個來江西的理由」，是在客源市場競爭脫穎而出的關鍵，也是擺在江西旅遊業者面前的嚴峻話題。只有向全國甚至世界一流景區看齊，創新發展思路、開拓新興市場、加強服務建設、健全管理模式，特別是加快舊有景區環境與設施的升級改造，才能實現彎道超越、引領潮流。江西旅遊吸引物的形象定位很重要，這是區別於全國其他景點區區的關鍵。形象定位準確，才能在旅遊市場引發共鳴。目前江西的旅遊景區主要有歷史人文與自然景觀（廬山、婺源、明月山）、宗教與民俗（龍虎山、客家聚居地）、紅色文化（贛州、井岡山）等幾大類，需要另辟蹊徑、別出心裁地打造自己的旅遊發展模式，建立一套完整的、包涵各個層級的認知與識別系統，特別是在旅遊主景地畫面及宣傳口號的設計方面，一幅與眾不同的風景畫面，一句令人印象深刻的旅遊宣傳口號足以產生深入人心的廣告效應，這是大量資金投入也不一定能夠達到的效果。江西此前推出過省一級旅遊形象宣傳口號是「風景這邊獨好」，九江市也曾以廬山為主要吸引物推出口號「要識廬山真面目，請到江西九江來」，婺源是「夢裏老家，江西婺源」，這些都是不錯的形象。

毛靜

南昌大學教師，青年學者，《豫章》雜誌主編。