



世纪职业技术教育规划教材(旅游服务专业)

旅 游 文 化

主 编 高玉玲
副主编 马永勇 洪文文
参 编 张文萍 王国英 孙 静



电子科技大学出版社

21 世纪职业技术教育规划教材
(旅游服务专业)

旅 游 文 化

主 编 高玉玲
副主编 马永勇 洪文文
参 编 张文萍 王国英 孙 静

电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化/高玉玲主编. —成都:电子科技大学出版社,
2008.11

21 世纪职业技术教育规划教材. 旅游服务专业

ISBN 978-7-81114-999-9

I. 旅… II. 高… III. 旅游—文化—专业学校—教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 149113 号

21 世纪职业技术教育规划教材(旅游服务专业)

旅游文化

主 编 高玉玲

副主编 马永勇 洪文文

参 编 张文萍 王国英 孙 静

出 版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业
大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 谢晓辉

责任编辑: 谢晓辉

主 页: www.uestcp.com.cn

电子邮箱: uestcp@uestcp.com.cn

发 行: 新华书店经销

印 刷: 北京广达印刷有限公司

成品尺寸: 170 mm×228 mm 印张 12.25 字数 220 千字

版 次: 2008 年 11 月第一版

印 次: 2008 年 11 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-81114-999-9

定 价: 22.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话: 028-83202463, 本社邮购电话: 028-83208003。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。

前 言

20 世纪 80 年代,中国旅游业发展驶入快车道。持续两位数字的增长速度,令不少国际知名的旅游学专家感到震惊。世界旅游组织(WTO)对中国旅游业前景的预测,更向我们展示了旅游业发展的巨大潜力。文化是旅游的本质属性,是旅游活动产生的根本动力。学习和研究旅游文化,可以提高我们的文化修养和专业素养,更可以认清和掌握旅游的发展规律,提高旅游业的管理水平,促进旅游业持续、健康、快速地发展。

随着我国旅游业的蓬勃发展,我国高等旅游教育的教材建设也取得了显著成绩,一系列具有代表性的旅游文化学教材相继推出,这为今后的研究奠定了良好的基础。

本书正是站在巨人的肩膀上,学习了诸多前人的著述,参考了近几年国内外专家学者的专著、论文等研究成果后编写而成的。本书主要具有如下三个特点:

(1)科学性。全书的框架结构和内容体系,主要以众多专家的论著为依据,能够经受实践检验。

(2)发展性。全书不但阐述了旅游主体文化、旅游客体文化和旅游中介文化等,还以发展的眼光对旅游文化建设和可持续发展等问题进行了探讨。

(3)实践性。为了取得更好的学习效果,本书在编写过程中不但注重理论知识的阐述,而且附以案例,强调了与实践的结合。同时,每一章首尾都列有学习目标和思考题,以备读者自我检验之需。

本教材是由青岛酒店管理职业技术学院研究中心高玉玲、中国海洋大学管理学院 2006 级旅游管理专业研究生马永勇和洪文文、烟台旅游学校旅游系旅游教研室张文萍、山东城市服务技术学院工商管理系服装专业教研室王国英和青岛酒店管理职业技术学院基础部孙静等同志协力合作的成果。高玉玲任主编,马永勇、洪文文任副主编。第一、五章和第六章第三节由马永勇负责完成,第二、三章由张文萍负责完成,第四章由王国英负责完成,第七、八章和第六章第一、二节由洪文文负责完成,孙静也参加了编写工作。

在本书编写过程中,我们参阅了许多学者的论著、文献资料 and 消息报道,除去书后所列参考文献外,还有其他许多参阅的文献、资料,恕未一一列出。在此,我们谨向所有这些论著的作者表示真诚的谢意!

虽然各位编者尽了最大努力,但由于编写时间仓促,学术水平有限,书中错漏之处在所难免,敬请各位同仁不吝批评指正。

编 者

2008 年 11 月

目 录

第一章 旅游文化导论	(1)
第一节 旅游文化的界定.....	(1)
第二节 旅游文化的特征	(10)
第三节 旅游文化的构成	(16)
思考与练习	(24)
第二章 自然景观文化	(25)
第一节 自然景观文化概述	(25)
第二节 自然景观文化类型	(27)
第三节 自然景观文化的功能	(42)
思考与练习	(46)
第三章 人文景观文化	(47)
第一节 历史遗迹文化	(47)
第二节 古建筑文化	(49)
第三节 园林文化	(54)
第四节 城镇文化	(57)
第五节 乡村文化	(62)
思考与练习	(66)
第四章 社会景观文化	(67)
第一节 中国传统文化	(67)
第二节 民俗文化	(70)
第三节 饮食文化	(86)
思考与练习	(99)
第五章 旅游景区文化	(100)
第一节 旅游景区文化概述.....	(100)
第二节 景区文化建设意义.....	(110)
思考与练习.....	(119)
第六章 旅游者消费文化	(120)
第一节 旅游者消费文化理论.....	(120)
第二节 文化与旅游者消费行为的关系.....	(127)

第三节 中西方传统文化的差异及其对旅游消费的影响·····	(131)
思考与练习·····	(139)
第七章 旅游管理(旅游企业)文化·····	(140)
第一节 企业文化·····	(140)
第二节 旅游企业文化·····	(147)
思考与练习·····	(160)
第八章 旅游文化建设·····	(161)
第一节 旅游对目的地社会文化的影响·····	(161)
第二节 旅游目的地文化的可持续发展·····	(173)
第三节 旅游文化建设·····	(181)
思考与练习·····	(185)
参考文献·····	(186)

第一章 旅游文化导论

【学习目标】 学习本章,准确理解文化、旅游文化等基本概念;掌握旅游文化的特征及构成体系;认识旅游文化的研究对象、方法和意义;奠定旅游文化学科学习的理论基础。

旅游,首先是一种文化现象。旅游作为一种文化现象所产生的影响,在某种程度上比其单纯的经济影响更为深远。旅游活动中,无论是需求方还是供给方,都具有文化性。清楚认识旅游的文化本质并加以研究,对我们进一步认识和揭示旅游发展的固有规律,促进旅游事业和整个社会的繁荣有着重要意义。本章主要讨论旅游文化的最基本问题,包括旅游文化的概念、特征和构成体系,旅游文化的研究对象、方法和意义等。

第一节 旅游文化的界定

旅游文化是文化的一个组成部分,有着文化所具有的特征。但旅游文化并不是文化对于旅游的简单“移入”,而是旅游与文化融合后形成的一门独立学科。因而,对旅游文化进行明确的界定就显得非常必要。

一、文化的定义

“文化”一词是人们经常使用的词汇。但对其意义的理解却迥然不同:一些人认为文化仅仅是精神生活的财富;另一些人将文化的概念缩得更小,只把艺术、文学现象列入文化范畴;还有一些人则完全把文化理解成为“完成劳动”,即为经济生产服务的某种意识形态。

英国学者威廉斯曾说过,“文化”一词是英语语言中最复杂的两三个词之一。其实不单单是英语,在世界上很多种语言中要想明确地对“文化”进行界定都不是一件简单的事情。“文化”是一个含义极广的概念,其研究也经历了漫长的过程,吸引了各个学科的众多学者。由于其内涵和外延的不确定性,导致对这一概念所下的定义,历来莫衷一是,众说纷纭,对“文化”概念的理解歧义丛生。

国内外有关文化和“文化学”的研究成果可谓汗牛充栋。20世纪50年

代,美国人类学家克鲁伯和克拉克洪的《文化:一个概念定义的考评》一书收录了从1871~1951年这80年间出现的由世界上著名的人类学家、社会学家、心理分析学家、哲学家、化学家、生物学家、经济学家、地理学家和政治学家所界定的164条文化的定义。一些人认为,目前已经有500多种关于文化的定义,而另一些人则称,这个数字已近千了。众多的文化概念更是让人眼花缭乱、无所适从。20世纪80年代初,庞朴先生去问钱钟书先生文化如何定义,钱钟书说:“文化这个东西,你不问嘛,我倒还清楚;你这一问,我倒糊涂起来了。”也正像有人所说,文化圈子的圆心无处不在,而圆周哪儿也找不到。

文化概念的多义性、歧义性和不确定性,使得人们很难对文化下一个确切的定义。但作为日常生活中每个人经常使用的词汇,文化关乎着人类自身的成长,也在某种程度上体现着人类自身的存在价值和生存意义。准确把握文化的概念是十分必要的。纵观已有的文化概念,只是不同学者在不同时代从不同的学科或角度对文化进行的描述,其内涵有着相近或相似之处。为了对“文化”有个比较清晰的认识,这里我们对其词源进行一下追溯。

在我国,“文化”一词出现很早。早在先秦时期,《易·贲卦》中就有“文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”之句,“天文”指自然规律,“人文”指人伦社会规范。所谓“人文以化天下”,含有文化处于自然而又能驾驭自然的意思。汉代许慎的《说文解字》也有“文,错画也,修饰也;化,教行也,变也”。西汉时期,文献中正式出现了“文化”一词。刘向的《说苑》中有“凡武之兴,谓不服也;文化不改,然后加诛”之句。晋代束皙《补亡诗·由仪》中写道:“文化内辑,武功外悠。”南齐王融在《曲水诗序》中说:“设神理以景俗,敷文化以柔远。”这里的“文化”是指与武功相对应的文治教化的意思。总之,在我国古代文献中,“文化”一词有着特定的辞意指向,大体只是就宗法王朝所实施的文治教化和社会伦理规范而言,并不具备现代意义的“文化”含义。对这种文化的理解,在我国一直保持到近代。日本选择汉字“文化”一词对译各类西文中 culture 的同义语,指不用权力或刑罚,而依靠文德进行教化。

有关专家研究,我们现在通用的“文化”一词,首先是日本学者在翻译西方有关词汇时使用了导源于中国的“文化”一词,然后由留日学生再从东土把它引渡回国。经过这一番转折,“文化”一词被赋予更深广的意义。1920年,梁漱溟在《东西文化及其哲学》一书中,认为文化乃是“人类生活的样法”。蔡元培在湖南的一次演讲《何谓文化?》中提出,“文化是人生发展的状况”,列举衣食住行、医疗卫生、政治、经济、道德、教育、科学等方面。1922年,梁启超在《什么是文化?》一文中说:“文化者,人类心能所开释出来之有价值的共业也。”他在《中国文化史目录》中列出:朝代、种族、政治、法律、教育、交通、国际关系、

饮食、服饰、宅居、考工、农事等,说明他心目中的文化是一个包罗极广的概念。钱穆说:“大体文明文化,皆指人类群体生活而言。文明偏在外,属物质方面,文化偏在内,属精神方面。故文明可以向外传播与接受,文化则必由其群体内部精神累积而生。”现代汉语的“文化”主要有三个义项:一是人类创造的物质财富和精神财富的总和,特指精神财富;二是考古学用语,如仰韶文化、龙山文化;三是指运用文字的能力及一般知识,如文化水平。

在西文中,无论是英语中的“culture”还是德语中的“kultur”都来源于拉丁语“cultura”,其基本含义是:“(1)耕种、培育;(2)修饰、打扮;(3)景仰、崇拜、祭祀。”英语中的“culture”原意包含:耕种、居住、练习、注意、敬神。到古希腊、古罗马时代,这个词的含义转变为改造、完善人的内在世界,使人具有理想公民素质的过程,也被理解为培养公民参加社会政治活动的 ability。

中世纪,文化开始有了物质文化和精神文化的区分,但是被神学所遮蔽。中世纪晚期的欧洲,文化逐渐指道德完美和心智或艺术成就。启蒙运动时期,法国启蒙思想家和德国古典哲学家把文化同人类理性的发展联系在一起,以此区别于原始民族的“不开化”和“野蛮”。

17 世纪,德国法学家普芬多夫首次提出“文化”是一个独立的概念,即文化是人的活动所创造的东西及有赖于人和社会生活而存在的东西的总和。18 世纪,法国启蒙思想家伏尔泰等提出,文化是一个不断向前发展的、使人得到完善的社会生活的物质要素和精神要素的统一。康德认为,文化是“有理性的实体为了一定的目的而进行的能力之创造”,文化是一个过程,一种转变,一种生活方式和道德规范。19 世纪下半叶到 20 世纪初,主要从精神文化方面去认识,偏重于把文化看成是人类精神现象——宗教、信仰、思维、心理、语言、艺术等的反映。

1871 年,英国著名人类学家泰勒(Tayor)在《原始文化》一书中说:所谓文化或文明,乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗,以及包括作为社会成员的个人而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体。这一定义强调了“文化”的核心——精神层面对后世产生了深远的影响。

克鲁伯等在《文化:一个概念定义的考评》一书中对众多文化的定义进行了比较并总结为六大类型:

(1)描述性定义。如博厄斯(Boas)认为:文化包括一个社区中所有社会习惯、个人对其生活的社会习惯的反应及由此决定的人类活动。

(2)历史性定义。强调文化的社会遗留性及其传统性,认为文化即社会的遗传。

(3)规范性定义。强调文化是一种具有特色的生活方式,或是具有动力的

规范观念及其影响。

(4)心理性定义。认为文化是满足欲求、解决问题和调适环境以及人际关系的制度。

(5)结构性定义。以每一文化系统的性质及可隔离的文化现象之间所具有的组织之相互关系为中心,如克拉克洪和凯利认为,文化是历史上所创造的生存式样的系统(包括显性或隐性式样),它为群体的全部成员或某部分成员所共有。

(6)遗传性定义。主要关心文化的来源、存在及其继续生存的原因等。克鲁伯和克拉克洪认为文化是一个成套的系统,文化的核心是价值观念;文化系统既是限制人类活动方式的原因,又是人类活动的产物和成果。

一些国家的文化辞书中也有“文化”词条的表述:

法国的《迈尔百科辞典》(1971):文化最初指土地的开垦及植物的栽培,以后指对人类的身体,特别是艺术、道德能力和天赋的培养,亦指人类社会在征服自然和自我发展中所创造的物质和思想财富。

《英国大百科全书》(1973):文化是“总体的人类社会遗产”,“是一种渊源于历史的生活结构的体系,这种体系往往为集团的成员所共有。……它包括这一集团的语言、传统、习惯和制度,包括有激励作用的思想、信仰和价值以及它们在物质工具和制造物中的体现。”

日本的《世界大百科事典》(1981):在人的生活方式中,通过学习从社会获得的一部分总称为文化。

《中国大百科全书》(社会学卷)中的定义是这样的:广义的文化是指人类创造的一切物质产品和精神产品的总和。狭义的文化专指语言、文学、艺术及一切意识形态在内的精神产品。

尽管现代意义上的“文化”内涵与原“文化”的用法有着较大的区别,不同学科、不同民族对“文化”的界定和理解也存在差异。但从上述定义中我们可以看出各个定义中存在的“共识”。

首先,文化是由人类进化过程中衍生出来或创造出来的。自然存在物不是文化,只有经过人类有意无意加工制作出来的东西才是文化。例如,吐痰不是文化,吐痰入盂才是文化;水不是文化,水库才是文化;石头不是文化,石器才是文化等。

其次,文化是共有的。文化是人类共同创造的社会性产物,它必须为一个社会或群体的全体成员共同接受和遵循,才能成为文化。纯属个人私有的东西,如个人的怪癖等,不为社会成员所理解和接受,则不是文化。

再次,文化是后天习得的。文化不是先天的遗传本能,而是后天习得的经

验和知识,并通过人类创造的物质产品和精神产品体现出来。例如,男男女女不是文化,“男女授受不亲”才是文化;前者是遗传的,后者是习得的。文化的一切方面,从语言、习惯、风俗、道德一直到科学知识、技术等都是后天学习得到并借助各种物质或精神载体表现出来的。

由此可见,《中国大百科全书》(社会学卷)对文化的界定符合一般“文化”的意义。本书采用此定义。

二、旅游文化的概念

尽管现在看来旅游与文化的关系已密不可分,但长期以来,人们较偏重旅游的经济性研究,甚至把旅游简单地视为纯经济现象。旅游文化作为专业名词出现时间相对较晚。据现有资料查证,旅游文化这一专用概念最早出现在美国学者罗伯特·麦金托和夏希肯特·格波特合著的《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中,而我国最早使用这一概念则是在1984年出版的《中国大百科全书·人文地理卷》中。经过20多年的研究,我国学者对旅游文化领域的研究已取得了一些重要的成果,并从多角度提出了众多旅游文化的定义。

我国旅游学界关于旅游文化概念的代表性意见大致如下:

(1)旅游文化是与旅游有关的物质财富和精神财富的总和。它包括旅游意识、旅游活动及精神产品。(张复,1991)

(2)旅游文化是人类创造的有关旅游不同形态特质所构成的复合体。具体说来,旅游文化是古今中外不同文化环境下的旅游主题或旅游服务者,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。(郝长海,1996)

(3)旅游文化是旅游者和旅游经营者在旅游消费或旅游经营服务过程中所反映、创造出来的观念形态及其外在表现的总和,是旅游客源地社会文化通过旅游者这个特殊媒介相互碰撞作用的过程和结果。(马波,1998)

(4)旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游关系密切的物质财富与精神财富的总和,凡在旅游活动过程中能使旅游者舒适、愉悦、受到教育,能使旅游服务者提高文化素质和技能的物质财富和精神财富,都属于旅游文化的范畴。(王明燮,1998)

(5)旅游文化是人类在特定的社会条件下,在社会文化环境的影响、制约下,经过旅游活动的具体实践的体验和积淀,形成的各种关于旅游的思想、意识和观念以及由各种意识形态凝聚成的有关旅游的各类物质的总和。(夏太生,1999)

(6)旅游文化是人类通过旅游活动改造自然和化育自身的过程中所形成

的价值观念、行为模式、物质成果和社会关系的总和。(谢贵安,1999)

(7)旅游文化是一种文明所形成的生活方式系统,是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件,通过对旅游客体的能动作用碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。(沈祖祥,1999)

以上定义无论是“民族文化说”还是“旅游者主体说”,大概都可以归为三类,第一类是从文化角度提出的,这一提法大多泛化于常情的社会文化;第二类大多注重旅游的功用,从旅游角度出发结合文化提出;第三类则是把旅游文化作为整体,作为一个系统糅合旅游与文化提出。鉴于旅游和文化这两个概念的复杂性,学术界至今尚未达成共识。对于旅游文化这个概念的众说纷纭也就在所难免。

现代旅游进入大众旅游时代以后,旅游涉及的范围相当广泛,从旅游者到旅游从业者,旅游无处不在,甚至会“全民旅游”。作为人类生活观念形态的一种反映,旅游文化是客观存在并具有相对独立性的。旅游文化的产生和发展必然是建立在一般文化的基础上,以一般文化内在的价值因素为依据,虽然具有一般文化的特征、结构体系和发展规律,但它有其发育的特殊背景等原因,从而形成有别于其他文化形态的内容和本质特征。旅游文化不是一般社会文化向旅游领域的简单“移入”,而是在继承或局部包融一般文化形态的前提下创造出的新型文化。如果不是这样,旅游文化就不能成为一门学科独立存在,旅游文化的提出也就不具有任何意义和价值了。随着科学技术的发展和交通运输业的进步,当今世界的每一个角落几乎都留下了旅游者的足迹,没有哪一种自然的或人文的事物或现象不可作为旅游观赏的对象。也就是说,人类过去和现在所创造的任何物质财富和精神财富都可能成为人类旅游时间的对象存在与旅游活动发生关系。所以,如果把旅游文化泛化为“与旅游有关的物质财富和精神财富的总和”,实际上等于把作为潜在旅游资源的一般社会文化等同于旅游文化,这就掩盖了旅游文化的特质。无限扩大旅游文化涉及的范围,实质上等于取消旅游文化与一般文化之间的差别,也就意味着否定旅游文化的存在。由此我们也可以看出,旅游文化的特质只有在旅游活动中才有所体现。

旅游活动是一个十分复杂的现象过程,删除一些次要因素以后,我们可以发现在这个过程中存在着三类最基本的因素,这就是构成旅游现象运行最必要的条件:旅游的起初者——旅游者,旅游的目的物——旅游吸引诸因素,旅游供给者——旅游服务诸行业;其中旅游者是旅游的需要者,旅游服务诸行业、旅游吸引诸因素是旅游的供给方面,由于这三者在旅游活动运行中的目的、功能和性质各有不同,形成了较为复杂的关系,旅游者处于需方,旅游服务

诸行业、旅游吸引诸因素处于供方。于是,在旅游运行中,三要素相互交流、相互作用、相互依存,时刻不能分离,贯穿于旅游活动的全过程中。

旅游活动中的文化关系和现象是由于旅游者参与旅游活动直接引发出出现的,这种关系和现象在人与人之间和人与物之间两个范围运行。人与人之间的关系和现象主要在旅游者和接待地居民之间(包括旅游服务诸行业的从业人员)展开;人与物之间的关系和现象主要在旅游者和接待地物质环境(包括人文环境和自然环境以及各类旅游吸引因素等)之间展开。人与人之间的关系和现象,主要是指外来旅游者带来的异质文化在接待地与主人社会文化接触、交流、碰撞所发生的渗透、融合过程,在这个过程中,双方都将对对方产生影响,也都会受到对方的影响;人与物之间的关系和现象是指旅游者的行为,以及旅游者作为群体发生的行动对人文环境和自然环境造成的影响。

由此可知,旅游者、旅游吸引诸要素和旅游服务诸行业即旅游主体、旅游客体和旅游中介体是旅游活动的基本三要素,也是旅游文化的主体。旅游文化也就是旅游主体、旅游客体和旅游中介体在旅游活动过程中交流、碰撞所反映和创造的物质成果和精神成果的总和。

三、旅游文化的研究对象、方法和意义

(一)旅游文化的研究对象

前面已经提到,旅游文化是一种客观存在的社会现象,它不是一般文化向旅游领域的简单移入,而是人们在旅游活动中的文化创造,因此具有与一般文化不同的特质。旅游文化作为一门独立的学科,是以旅游文化现象、旅游文本本质以及旅游文化产生和发展的规律作为研究对象,以考察各种旅游文化现象作为切入点,以探究旅游文化的本质及其产生和发展的规律为主要任务。旅游文化从总体上研究人们的智慧和实践创造能力在旅游活动方式上(包括思维方式和行为方式上)的表现及其变化、发展的规律。旅游文化是关于旅游文化的本质以及旅游文化产生发展的规律的科学。具体而言,主要研究如下几个方面的问题:

1. 旅游文化的基础理论和基本知识

旅游文化必须回答旅游文化的概念、结构、特征和功能等基础理论问题,同时又要介绍旅游文化的研究历史和发展趋势等基本知识。

2. 旅游主体文化

旅游主体文化是旅游文化的核心。主要研究旅游主体的观念文化、旅游主体的消费文化和旅游主体的审美文化。

3. 旅游客体文化

旅游客体文化是旅游文化的基础。其主要研究旅游山水文化、旅游园林文化、旅游建筑文化、旅游宗教文化、旅游历史文化、旅游聚落文化(包括乡村、城镇)、旅游民俗文化、旅游娱乐文化、旅游文学艺术、人文化的自然景观等。

4. 旅游中介体文化

旅游中介体文化是与旅游供给、旅游产品关系密切的文化。其主要研究旅游餐饮文化、旅游商品文化、旅游服务文化、旅游管理文化、旅游文化教育、旅游导游文化、旅游政策法规等。

(二) 旅游文化的研究方法

1. 田野作业法

田野作业法是指研究者用各种手段直接、系统地收集有关资料,通过对资料进行科学的分析研究,得出结论,并说明问题的过程方法。它是人类学、社会学、民族学、民俗学等学科最重要的研究方法,因为这些学科的研究对象与性质决定了其实践性。旅游文化学科同样注重实地考察,强调通过研究者亲自活动或积累资料,而且资料越真实、越具体、越丰富越好,因为客观、具体、运动是旅游文化存在形态的主要特征。只有通过深入和成功的调查研究,才可能使研究者获得宝贵的第一手资料,才可能获得必要的感性认识。从一定意义上说,旅游文化的认识和研究,就是在研究者的旅游活动中进行的,是研究者的旅游学术活动。实地考察、实物认识、实在感觉,这一切是旅游文化学习与研究的不可替代的方法和过程。

2. 历史研究法

旅游文化,在相当意义上又是属于历史的,如博物馆的历史文物与实物陈列,开放的史前遗址,历史遗存的人文景观,文物鉴赏与文物考察,宗教及历史的传统、习俗等等,所有这些都属于或涉及历史学的范畴。人们因受到其所处的背景、思维方式等主观和客观因素的影响,对事物的认识都有着相对的局限性。因此,旅游文化的学习和研究,在相当程度上都要对对象和历史进程作必要的认识,这种对事物的源流发展所做的追溯,就是在寻求历史知识和发现历史联系。旅游文化的历史研究,就是要力图发现和再现历史的本来面目,历史文献研读和历史遗存考察,是历史研究的基本工作。

3. 比较法

比较法是许多领域科学研究活动普遍运用的一种方法,也是旅游文化研究的一种基本方法。所谓比较法是指通过两个或多个对象属性的相互对比,

从而找出彼此之间异同的方法,旅游文化中的比较法,是将旅游文化的素材、现象在不同层次、不同范围内进行比较、概括、分类,目的在于发现和了解各种旅游文化现象产生与发展的不同的和相同的条件与因素,发现和了解各种旅游文化现象相互之间的联系和关系,从而进一步了解各种旅游文化现象的普遍本质和特殊本质,了解旅游文化发展的一般规律和特殊规律。比较法可分为横向比较和纵向比较两种。前者主要用于不同区域、不同民族、不同国家旅游文化的异同分析;后者主要用于不同时期、不同阶段旅游文化的异同分析。比较法的优点是结论更全面、更深刻、更科学,缺点是耗时耗力较多。

现今的科学研究已完全打破了自然科学和社会科学的界限。自然科学、交叉学科或边缘学科的研究方法在旅游文化中也大显身手。为了研究更加规范、更加科学,一些专家已采用数学模型来研究旅游文化。随着研究的进展,相信会有更多的研究方法被引入到旅游文化学科中。

(三) 旅游文化研究的意义

随着我国旅游业的兴起和蓬勃发展,文化在旅游业中的地位和作用越来越凸显出来。它正成为整个旅游业的灵魂和支柱,决定着旅游业的发展方向和兴衰成败。与此相适应,旅游文化的研究也正向纵深发展,作为一门新兴学科,其内容亟待建设和完善。因此,对旅游文化进行深入探讨具有重要意义。

(1) 旅游文化的研究有助于揭示人类的旅游行为,揭示旅游活动发展的机理。人类的旅游活动固然要受到经济因素的影响,但从根本上来说,是人的一种自觉的活动,是文化驱使的结果。旅游文化从文化这个特殊的角度来审视旅游活动,研究旅游产生、发展乃至成为人类生活不可或缺的组成部分的内在原因,为人们认识旅游文化的本质提供了最有效的方法和途径。旅游文化不仅注意对旅游现象的研究,而且通过对这些现象的纵横比较,探讨旅游行为运动变化的机理、发展趋势,按照一定的理论方法对未来的情况进行预测,有助于旅游活动的全面发展。

(2) 旅游文化的研究有助于推动我国旅游产业的发展,提高旅游业的经济效益。旅游文化的应用研究对我国旅游业的经营管理水平和整个服务质量有着极大的提升作用。旅游行业内部包括许多部门企业,如饭店、旅行社、各旅游景区景点等,高水准的经营管理工作是旅游行业的灵魂和创汇达标的保证。旅游文化可以为旅游饭店创造良好的文化氛围;可以提升导游的素质,提高旅行社的服务质量;可以展现旅游景区景点的文化性,塑造景区景点的良好形象,等等。同时,旅游文化推动了更好地开发旅游资源增强我国旅游产品在世界市场的竞争优势,更好地发展我国的旅游经济;赋予自然景观以文化内涵,保护人文景观的文化氛围,深入挖掘人文景观的文化内涵等等。这些都将大

大增强我国旅游资源的魅力。

(3) 旅游文化的研究有助于人们正确认识和理解旅游活动的社会影响,处理好旅游业的经济效益、社会效益和环境效益之间的关系,促进接待地整体的、全面的、持续的进步。

众所周知,旅游活动和旅游业的发展不仅会给接待地带来经济效益,还会导致接待地社会文化的深刻变化,这种变化有可能是有利的,也有可能是有害的。旅游文化研究会极大地提高人们规避消极影响的自觉性。譬如,在发展旅游过程中如何批判和继承传统文化,如何选择吸收、消化外来文化,如何解决主客间的文化冲突,如何维护和加强接待地的旅游形象等一系列问题上,旅游文化将会促进人们自觉地处理与旅游有关的经济、社会、文化关系,促进接待地整体协调发展。

(4) 旅游文化的研究有助于建构旅游文化学科体系,丰富旅游学和文化学的研究内容,推动社会科学的发展。

旅游文化是旅游学和文化学的交叉学科。旅游文化围绕着“旅游”这一基本概念展开,与旅游学有着共同的结构。旅游文化是旅游学出现之后才提出的,是旅游学的分支。旅游文化又可以说是文化学研究中的一个特殊领域,它借用文化学的理论、概念和方法,对旅游活动中的文化现象和文化规律进行研究,也是文化学的分支。所以说旅游文化研究能同时丰富旅游学与文化学的内容,促进旅游学和文化学的发展。

第二节 旅游文化的特征

旅游文化作为文化的一种类型,具有一般文化形态都拥有的共同属性,但它又是一种特殊类型,有着自己的特质。这种共性和个性一起构成了旅游文化的特征:综合性、传承性、地域性、民族性、服务性和审美性。

一、综合性

旅游文化的综合性,基于旅游活动是社会环境中多种文化现象的综合反映,可以分为旅游文化主体成分、动机的复杂性和文化消费的广泛性,旅游文化客体形态、价值取向的多样性,旅游文化中中介形态、分布的广泛性。

随着大众旅游时代的到来,旅游文化主体的范围也越来越广。他们不同的年龄、信仰、职业、种族、情趣、习俗等都会制约影响其各自对旅游文化的接受、重温、加工与创造。作为旅游文化的主导性因素,各种成分的旅游文化主体使旅游文化带有驳杂的、内部不断运动整合的特征。旅游文化主体参与此