

YOUXUE

LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材



旅游文化学

朱立新 左薇薇 顾佳琦 编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅 游 文 化 学

朱立新 左薇薇 顾佳琦 编著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化学 / 朱立新, 左薇薇, 顾佳琦编著. —天津:
南开大学出版社, 2012. 8
高等院校旅游专业系列教材
ISBN 978-7-310-03998-2

I. ①旅… II. ①朱…②左…③顾… III. ①旅游
文化—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 186889 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 14.75 印张 261 千字

定价:32.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

序 言

改革开放半个甲子,给中国人的生活带来了翻天覆地的变化,这不仅表现在生活水平的提高、生活质量的改善上,还表现在生活方式的改变上。其标志之一,就是旅游已经走进千百万普通中国人的生活,成为人们普遍的一种生活方式,旅游业也被明确要“培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。

正是在这样的背景下,旅游学科作为一门新兴学科崛起。探讨旅游的文化本质,挖掘旅游的文化内涵,建设旅游文化,是提升旅游质量、满足人民群众日益增长的物质生活和精神生活的需要,已成为业内外人们共同关注的热点。

建设旅游文化,要知其然,更要知其所以然。经常有朋友、学生问我,既听到过“建设旅游文化”,也听到过“发展文化旅游”,“旅游文化”和“文化旅游”,究竟是一个概念的不同表述,还是两个不同范畴的概念的袭用。应该说,要深入研究什么是“旅游文化”、什么是“文化旅游”,这是旅游学科必须直面的一个课题,也是我们旅游文化学必然要解决的一个问题。事实上,在旅游业界,人们见仁见智,已经有诸多不同的见解。假如让我们用一个尽可能简洁的论断来表述,那么是不是可以这样说:“旅游文化”属于旅游的内涵,是旅游的一种属性,而“文化旅游”则是旅游的一种形态,它们恰好反映了“旅游文化学”所要探讨的两个层面的问题。过于简练的表述,难免会流于偏颇,但是这样的回答是不是可以作为引领我们进入旅游文化学的一个引子?

在当前旅游业发展成为一种“热”的社会大背景下,提升旅游的质量、丰富旅游的内容、挖掘旅游的文化内涵,显得尤其重要;对旅游文化的研究,也愈来愈引起业内外人士共同的关注。这是一件好事,至少反映了我们的旅游业发展已经渐趋成熟,我们已经开始捕捉到提升旅游业的金钥匙。

可以这样说,文化是旅游的精、气、神。没有文化的旅游是肤浅的旅游,是没有后劲的旅游。把握旅游文化,确实已经成为旅游业发展的一个关键,也成为旅游界长盛不衰的一个议题。

近年来,关于“旅游文化”的论文、专著、教材已经不少,正是反映了业界、学

界对“旅游文化”的热情思考。现在朱立新教授以其多年从事旅游文化学教学的经验体会,再写一本新书,为“旅游文化”百花园中又增添了一朵绚丽之花。

朱立新教授的《旅游文化学》不仅从理论上梳理了近年来中国旅游界对“旅游文化”诸课题的研究,从一个新的视角诠释了旅游文化学所涉及的一系列问题,而且集聚其多年的教学心得和结晶,对旅游文化资源重新归类点评。相信这本教材不仅对于我们旅游业的未来新军——旅游院校的同学来说,是一本独到的教科书,而且对目前正在从事旅游业的行业同仁也会大有裨益。

让我们一起来关注旅游文化、研究旅游文化、挖掘旅游文化、建设好旅游文化,中国旅游业必将演绎得更加灿烂辉煌!

姚昆遗

2012年5月30日

目 录

序言	(1)
上编 旅游文化理论	(1)
第一章 绪论:概念、范畴、方法与体系	(3)
第一节 旅游文化的概念、特征与结构	(4)
第二节 旅游文化学的研究对象、学科归属、研究方法	(10)
第二章 旅游者文化	(15)
第一节 旅游者的动机与类型	(15)
第二节 旅游的运转过程	(21)
第三节 旅游者文化身份与文化感知	(24)
第四节 旅游文化对旅游者的影响	(34)
第三章 旅游地文化	(43)
第一节 文化聚落与旅游地文化	(43)
第二节 文化生态与旅游文化	(58)
第三节 文化区、文化圈与旅游地文化	(63)
第四章 旅游的跨文化现象	(70)
第一节 概述	(70)
第二节 旅游的文化扩散与涵化	(75)
第三节 旅游的文化整合与转型	(82)
第四节 文化震惊与文化冲突	(89)
第五章 旅游对接待地社会文化的影响	(102)
第一节 旅游活动中主客接触的特点	(103)
第二节 旅游影响理论	(108)
第三节 旅游对接待地影响的具体表现	(117)

下编 旅游文化实务·····	(129)
第六章 文学艺术资源开发·····	(131)
第一节 文学艺术旅游资源概述·····	(132)
第二节 文学艺术旅游产品开发的注意点·····	(142)
第七章 民俗风情资源开发·····	(146)
第一节 民俗风情资源概述·····	(147)
第二节 民俗旅游产品主要形式及其开发·····	(151)
第八章 建筑文化资源开发·····	(163)
第一节 建筑文化资源概述·····	(164)
第二节 建筑旅游产品主要形式及其开发·····	(171)
第九章 园林文化资源开发·····	(176)
第一节 园林文化资源概述·····	(177)
第二节 园林旅游产品主要形式及其开发·····	(180)
第十章 饮食文化资源开发·····	(189)
第一节 饮食文化资源概述·····	(190)
第二节 饮食文化旅游资源开发主要形式及其开发·····	(198)
第十一章 风物特产资源开发·····	(205)
第一节 风物特产资源概述·····	(206)
第二节 风物特产旅游产品的开发·····	(217)
后记·····	(221)

上编 旅游文化理论

第一章 绪论：概念、范畴、方法与体系

学习目的

通过本章的学习使学生对旅游文化的概念、特征、结构以及旅游文化学的研究对象、研究方法、学科归属有清晰的认识，了解国内学术界在相关领域的研究状况，以便为全书的学习打好基础。

主要内容

●旅游文化的概念、特征与结构

旅游文化的概念 旅游文化的特征 旅游文化的结构

●旅游文化学的研究对象、学科归属、研究方法

旅游文化学的研究对象 旅游文化学的学科归属

旅游文化学的研究方法

旅游文化学是一门具有中国特色的学科。在西方学术界，有大量从文化角度切入的旅游研究，却没有一门名之为“旅游文化学”的课程或学科。在中国学术界，旅游文化学却是一门“显学”，相关的教材或专著不下二三十种，高校的旅游专业普遍开设有旅游文化或旅游文化学课程。旅游文化学在中国的兴盛，主要是出于两个原因：一是旅游确实与文化有着密不可分的关系；二是因为很多早期的旅游研究者学科背景是文史专业，造成他们对文化的偏好。

在中国学术界的话语背景下，旅游文化学的构词方式其实是不同于它的相邻学科旅游社会学、旅游人类学的。通常，旅游社会学或旅游人类学被理解为“旅游—社会学”、“旅游—人类学”，它们是从社会学或人类学的角度对旅游进行的研究；而旅游文化学则被理解为“旅游文化—学”，也就是说旅游文化学是关于旅游文化的科学，换句话说，文化是旅游文化学的研究对象，而非研究方法。也正因为如此，虽然没有人会把“旅游社会”、“旅游人类”当作概念或名词来解释，但几乎所有的学者在说明旅游文化学之前都会先解释“旅游文化”。我们的开篇也就遵循这一大家习惯的思路展开吧。

第一节 旅游文化的概念、特征与结构

一、旅游文化的概念

究竟什么是旅游文化？一般的论述都是先分别解释“旅游”和“文化”，再合起来界定“旅游文化”。那样绕得太远，并且绕到现在，也没绕出个大致公认的说法。我们且来看看学术界一些比较有代表性的意见。

1. 交集说

这一说法可以概述为旅游文化就是与旅游相关的文化，就是旅游与文化的交集，故名之为“交集说”。这种观点在国内学术界发生较早并且发展也较为持久。1990年召开的首届中国旅游文化学术研讨会上就有学者提出：“旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富的总和。或说，旅游文化是指与人类旅游活动紧密相关的精神文明与物质文明。”“旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据，以旅游诸要素为依托，作用于旅游生活过程中的一种特殊文化形态。是人类在旅游过程中（一般包括旅游、住宿、饮食、游览、娱乐、购物等要素）精神文明和物质文明的总和。”^①王德刚（1999）从强调旅游过程、旅游活动的角度对这一观点进行阐发：“旅游文化是在旅游活动和为旅游活动提供服务的过程中产生的。因此，我们可以给旅游文化下这样的定义：旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系的总和。”^②

2. 交流说

交流说的核心在于强调旅游文化的本质是一种文化交流。这种说法最早见于1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》，该书对旅游文化作了如下解释：“旅游与文化有着不可分割的关系，而旅游本身就是一种大规模的文化交流，从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素。游客不仅吸取游览地的文化，同时也把所在国的文化带到了游览地，使地区间的文化差异日益缩小。”^③这是目前所见国内学术界对旅游文化最早的定义，但它却比后起的定义更接近西方学界对于旅游文化的认知，它把重心落在了旅游者旅游行为所导致的文化空

① 冯乃康 首届中国旅游文化学术研讨会纪要 旅游学刊,1991,(1)

② 王德刚 试论旅游文化的概念和内涵 桂林旅游高等专科学校学报,1999,(4)

转引自 马波 旅游文化学 青岛出版社,2001 34

间的跨越和文化系统的交融上,反而比后来 20 世纪 90 年代的学术界大多把重心落在文化资源的梳理和文化知识的简介上要深刻得多。这种观点在章海荣的《旅游文化学》中再次得到比较明确的表述:“旅游文化是奠基于人类追求人性自由、完善人格而要求拓展和转换生活空间的内在冲动,其实质是文化交流与对话的一种方式。”^①

3. 客体说

与交流说形成对照的是客体说。客体说把旅游文化理解为旅游资源文化、旅游对象文化。周谦(1990)指出,“旅游文化是指与自然风光、古迹遗址有关的历史掌故、民俗文化、文学艺术、传说故事及百科知识等”^②。虽然在理论表述上,明确把旅游文化等同于旅游客体文化的并不多,但在实际操作中,很多人心目中的旅游文化其实就是客体文化。这一观点直接导致了不少“旅游文化”类课程或教材就是以分门别类地介绍文化知识为主,形同“导游基础知识”,其章节目录大致如:旅游历史文化、旅游宗教文化、旅游园林文化、旅游建筑文化、旅游服饰文化、旅游民俗文化、旅游文学艺术等。假如旅游文化确实就是这样的体系,那么它还有作为一门学科单独存在的必要吗?旅游文化课程或教材讲授的园林、建筑、民俗之类的知识内容跟单独的园林、建筑、民俗类课程有什么区别?是不是旅游文化的特点就是什么都涉及一点,但什么都不深入?

客体说近年来又产生一个新的变种就是“产品说”,其核心是把客体由潜在的资源转为开发的产品。桓占伟(2007)在对旅游文化的概念进行辨析之后,认为“旅游文化是广泛存在于旅游活动中的,由专业人员挖掘或设计出来,满足旅游者特定需要的物质文化与精神文化的产品”^③。产品说虽然仍以客体为重心,但毕竟融入了旅游开发的概念,使人至少可以看出一些理解旅游文化和一般文化的区别。

4. 主体说

与客体说相对应的是主体说,主体说的核心是强调旅游主体(旅游者)或广义的主体(旅游者及旅游服务者)在旅游文化概念中的中心地位。其中,有偏重狭义主体(旅游者)的,如:谢贵安、华国梁(1999)提出旅游文化“人类在旅游活动中所创造形成的一切文化现象”,“是以旅游主体的本质完善为主线的综合性的文化样式,是旅游主体为了追求人性的自由和解放、塑造完善的文化人格及民族旅游性格,实现对自然的超越和回归,以及对社会的推进和发展,在旅游客体和

① 章海荣 旅游文化学 复旦大学出版社,2004·17

② 周谦 泰山旅游文化发掘初议 旅游经济,1990,(6)

③ 桓占伟 旅游文化及其主流研究反思 一基于旅游文化概念的分析 人文地理,2007,(4)

旅游中介体的参与下,进行历史时段的永恒超越和文化空间的暂时跨越,所形成的各种文化事象及其本质”^①。也有强调广义主体(旅游者与旅游服务者)的,肖洪根(1994)对旅游文化有非常独到的见解,他说:“旅游文化是以广义的旅游主体为中心,以跨文化交际为媒介,在丰富多样的旅游活动中迸发出来的、形式复杂广泛的各种文化行为表征的总和。”^②并进而指出这里“广义的旅游主体”就是指人,但“这里的人不仅首要地包括旅游者,也包括媒体中的各种旅游服务工作者以及卷入旅游活动、和旅游者有直接或间接的接触交往的接待地人民”^③。在广义主体的主张者中,马波(2001)的双主体(旅游者、旅游经营者)理论在学术界影响较大,他在《现代旅游文化学》中提出:“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和旅游接待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。”^④其精髓在于凸显了旅游消费与旅游经营的双重主体都是旅游文化的创造者。

5. 三体说

三体说折中于主体说与客体说之间,即把旅游文化视为旅游主体、客体、中介体相互作用的产物。这也是早期的观点之一。1990年的首届中国旅游文化学术研讨会就有学者提出,“旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果。潜在旅游者由于受到旅游客体的吸引产生旅游动机,在旅游业的介入下实现了旅游,在旅游的过程中产生了欢快愉悦的心理状态和审美情绪。旅游三要素中的任何一项都不能单独形成或构成旅游文化”^⑤。赵荣光、夏太生的《中国旅游文化》也是沿着这一思路进行界定的,认为“旅游文化是以旅游主体为重心,由旅游者和客体、媒体广大群体共同参与的运动状态的文化”^⑥。阳国亮在对旅游文化概念进行辨析时 also 认为:“旅游文化是渗透于旅游主体、客体、中介体之中,贯穿于旅游全过程的文化要素及其适应旅游需要的转化形式。”^⑦姚昆遗在《旅游文化学》中的表述可以视为这一说法的集成:“旅游文化就是以一般文化的内在价值为依据,以吃、住、行、游、购、娱六大要素为依托,以旅游主体、旅游客体和旅游中介体间的相互关系为基础,围绕旅游活动整

① 谢贵安,华国梁 旅游文化学 高等教育出版社,1999 15,17

② 肖洪根.国内外旅游文化研究述评.华侨大学学报,1994,(1)

③ 同上

④ 马波.现代旅游文化学 青岛出版社,2001:37

⑤ 冯乃康 首届中国旅游文化学术研讨会纪要 旅游学刊,1991,(1)

⑥ 赵荣光,夏太生.中国旅游文化.东北财经大学出版社,2003:5

⑦ 阳国亮.论旅游文化学 广西民族大学学报,2008,(1)

个过程有机形成的物质文明和精神文明的总和。”^①

6. 生活方式说

与以上诸说不同的是魏小安、沈祖祥等人另辟蹊径,提出生活方式说,也就是说把旅游文化界定为生活方式文化。沈祖祥在《旅游文化学导论》中提出:“旅游文化是一种生活方式文化,是一种文明形式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的活动,碰撞产生的生活方式文化现象与生活方式文化关系的总和。”^②这个解释初看起来有些费解,旅游文化究竟是什么样的生活方式文化?其实,往前追溯的话,可以发现魏小安(1987)在很早的时候就提出类似的说法:“旅游文化是通过旅游这一特殊的生活方式,满足旅游者求新、求知、求乐、求美的欲望而形成的综合性现代文化现象。”^③这么说来旅游文化就是“旅游”这么一种特殊的生活方式所形成的文化。那么,旅游又是怎样的生活方式呢?它是与定居相对的生活方式。章海荣(2004)的一段论述,或许可以作为注释,他说:“外出旅游脱离了久居地,也就必然会创造出另外一种非久居地的文化,这种文化(即)由承载着一定文化身份的主体进入另一文化区域却不长期居住的跨文化、间文化的流动的非定居文化。旅游文化的反义词就是定居文化。旅游文化的一切都可以从‘非定居’这一关键词的文化创造中得到解答。”^④

7. 其他

除以上诸说外,值得一提的还有张国洪(1999)的场景说,他认为旅游及其相关要素应包括:“(1)作为一种文化行为的旅游活动及其过程;(2)旅游行为所依托的旅游产品及服务;(3)旅游及其相关要素所处的特定场景及环境。”因此,“旅游文化是以旅游行为为核心、旅游产品为依托、旅游环境为背景的系统性的场景文化”^⑤。此外,还有徐菊凤试图折中中西旅游文化研究差异而提出的广义狭义说,她认为:“广义的旅游文化包括了文化在旅游中各方面各层次的体现,也指旅游与文化的所有关系,这是一个非常广谱的概念,类似于‘旅游与文化的关系’。我国目前对于旅游文化的理解和西方对旅游社会学、文化人类学等的研究属于此类;狭义的旅游文化(tourist culture)是指由旅游者活动而引起的文化现象。”^⑥

① 姚昆遗,贡小妹. 旅游文化学. 旅游教育出版社,2006 9

② 沈祖祥 旅游文化学导论 福建人民出版社,2006.12

③ 转引自徐菊凤 旅游文化与文化旅游:理论与实践的若干问题. 旅游学刊,2005,(4)

④ 章海荣 旅游文化学 复旦大学出版社,2004.15-16

⑤ 张国洪 旅游文化学·研究选位与学科框架 旅游学刊 基础理论与教育专刊,1999

⑥ 徐菊凤. 旅游文化与文化旅游:理论与实践的若干问题. 旅游学刊,2005,(4)

以上诸说,见解各异,代表了学术界在不同阶段、不同角度对旅游文化本质内涵的认识。本书试图在融汇诸家之说的基础上,提出自己对于旅游文化的界定。我们认为:

旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化事象和文化关系的总和。

这个界定中的“文化事象”指向的是物,指文化资源与文化产品;“文化关系”指向的是人,指由于旅游活动而导致的旅游者与当地入、客源地与目的地之间的文化遭遇、碰撞与融合等。同时,这一界定强调“以旅游活动为核心”,也就是凸显了活动主体:旅游者、接待者、当地人共同构成的旅游活动主体。

二、旅游文化的结构

关于旅游文化的结构,各家的说法也有分歧,但分歧程度要小于对旅游文化概念本身理解的差异。学界主要的说法有三层面说、三要素说、动静态说、双文化说。

1. 三层面说

这种说法尤见于早期的著述之中,当时学者直接套用文化的结构模式,把旅游文化分为物质实体文化、行为制度文化和精神观念文化三层。旅游物质实体文化是指凝结人类文化的有形的物质实体,如建筑、雕塑、园林、文物、古迹等,以及旅游商品、旅游设施等;旅游行为制度文化是指旅游活动中的各种习惯定势和社会规范;旅游精神观念文化是指在旅游活动中体现出来的文化心理、价值观念和思维方式。

2. 三要素说

这种说法是按照旅游的三大基本要素将旅游文化分为旅游客体文化、旅游主体文化和旅游介体文化三部分。卢云亭(1991)对此有比较详细的论述:旅游客体文化包括旅游历史文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、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;旅游主体文化包括旅游者的政治主张、思想和信仰,旅游者的文化素质,旅游者的职业,旅游者的心理、性格、爱好,旅游者的生活方式等;旅游介体文化包括旅游餐饮文化、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、旅游政策和法规、其他旅游中介文化。^①

3. 动静态说

谢贵安、华国梁(1999)在层面说和要素说基础上,提出了动静态说,即认为旅游文化的结构可以从动态与静态两个角度来剖析。从动态角度看,旅游文化

① 卢云亭. 旅游文化学及其系统结构分析. 旅游文化论文集. 中国旅游出版社, 1991: 113-124

出现出“线性结构”,“这种线性结构是由五个环节串联而成的,在其中起连结作用的是旅游主体的移动”^①,这五个环节分别是出发地社会环境文化、旅游主体文化、旅游中介体文化、旅游客体文化、目的地社会文化;从静态角度看,旅游文化与一般文化一样,呈现出“层面结构”,“它也分为物质、制度和观念三个层次。即最基层的旅游文化物质层面、中间层的旅游文化制度层面、最上层的旅游文化观念层面”^②。

4. 双文化说

与上述诸说不同的是,马波(2001)由旅游文化概念的双主体说延伸出旅游文化结构的双文化说。他认为,“旅游文化分为旅游消费文化和旅游经营文化两大块。前者是以旅游者为主体的文化,后者是旅游经营者所反映或创造的文化”^③。又进而把旅游消费文化包括旅游消费文化和旅游审美文化;把旅游经营文化分为旅游产品经营文化、旅游企业经营文化、旅游目的地经营文化。

本书的观点倾向于谢贵安、华国梁的动静态说,即认同将旅游文化的结构从动态角度描述线性结构(出发地社会环境文化、旅游主体文化、旅游中介体文化、旅游客体文化、目的地社会文化)和从静态角度描述为层面结构(物质实体层、行为制度层、精神观念层)。

三、旅游文化的特征

对于旅游文化特征的认识,学界大体一致,主要是认为旅游文化作为文化的一种,它应该具有文化的一般特征,比如传承性、民族性、地域性、时代性、阶层性等;同时作为“旅游”的、动态的文化,它又具有因旅游活动而导致的特殊性,比如移传性、大众性、直观性等。我们需要特别关注的恰恰是旅游文化的特殊性,对此,诸家论述如下。

谢贵安、华国梁(1999)提出了旅游文化具有移动与传播的特性,即所谓的“移传性”。旅游文化的特殊性在于它是一种动态的文化系统。旅游主体不断跨越两个或多个文化空间和社会环境,并吸附大量的旅游中介体参与进来,形成一种动态的线性结构,并呈现出移传性特征。旅游文化系统的基本特征便是这种移传性。它包含两方面的含义:第一方面的含义是“移”,旅游文化系统因为主体的旅行而呈现出移动性特征,旅游主体的移动使旅游出发地、旅游客体、旅游中介体乃至旅游目的地的文化联结在一起,使旅游文化系统的各个环节都呈现出

① 谢贵安,华国梁.旅游文化学.高等教育出版社,1999:26

② 谢贵安,华国梁.旅游文化学.高等教育出版社,1999:27

③ 马波.现代旅游文化学.青岛出版社,2001:43

移动特征。第二个方面的含义是“传”，旅游文化系统中的出发地文化和目的地文化，经由主体的媒介作用而相互传递，形成传播性特征。旅游文化也就成为一种移动的传播的文化。不同地域的文化，随着旅游主体的运动而漂移和扩散。^①

马波(2001)指出，旅游文化具有多元二重性、大众性、双向扩散性等特征。他认为旅游文化是消费文化和经营文化的统一，是暂时性和延续性的统一，是文化求异与文化认同的统一，所以具有多元二重性。旅游文化不是书斋里的文化，而是与产业相关的文化，是要为大众接受和消费的文化，因此只能具有浅表化、大众化的特性。并且在跨空间的旅游活动中，旅游者既是文化产品的消费者，又是大众传播的媒介。旅游者与一般文化传播媒介不同，通过旅游者所引起的文化扩散是双向的：一方面，旅游客源地的文化借旅游者跳跃式地传入旅游接待地，从而引起接待地文化的变化；另一方面，旅游接待地的文化也会被旅游者带回客源地，进而导致客源地文化的潜移默化，因此旅游文化具有双向扩散性。^②

姚昆遗、贡小妹(2006)提出了旅游文化的通俗性、直观性、体验性等特征。所谓通俗性是由现代旅游活动的大众性造成的。旅游文化要为大众所接受，就必然要走出书斋，走向民间，成为雅俗共赏、老少咸宜的庶民文化、通俗文化。所谓直观性是指旅游文化的形象性，只有那些实实在在的，旅游者在旅游过程中通过视觉、触觉、听觉等各种感觉能够真切感受到的文化才能纳入旅游文化的范畴。所谓体验性是基于旅游是一种体验经济，旅游者通过身临其境的参与，感受文化氛围，得到潜移默化的教育熏陶。^③

本书对于旅游文化特征的理解大体认同目前学术界的主流说法，即它既具有一般的文化特征，也具有因主体空间移动以及旅游的产业化、商品化、大众化而导致的独有特征，如移动串联性、双向传播性、浅表娱乐性等。

第二节 旅游文化学的研究对象、学科归属、研究方法

一、旅游文化学的研究对象

旅游文化学的研究对象，实际上也就是旅游文化学学科范畴。目前学术界

① 谢贵安，华国梁. 旅游文化学. 高等教育出版社，1999：32—33

② 马波. 现代旅游文化学. 青岛出版社，2001：38—41

③ 姚昆遗，贡小妹. 旅游文化学. 旅游教育出版社，2006：12—13