

LÜYOU WENHUA XINLUN

旅游文化新论

本书以旅游文化为中心，以旅游体验文化和旅游介入文化为主线，以旅游学和文化学理论为指导，具有新视角、新概念、新体系、新内容。本书可供旅游文化研究者参考，也可以作为高校、企业、社会旅游文化爱好者的参考读物。

曲玉镜 邹本涛◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

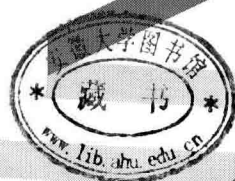
渤海大学旅游管理特色学科建设基金资助

LÜYOU WENHUA XINLUN

旅游文化新论

本书以旅游文化为中心，以旅游体验文化和旅游介入文化为主干，以旅游学和文化学理论为指导，具有新视角、新概念、新体系、新内容。本书可供旅游文化研究者参考，也可以作为高校、企业、社会旅游文化爱好者的参考读物。

曲玉镜 邹本涛◎著



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

内容提要

本书以旅游文化为中心,以旅游体验文化和旅游介入文化为主干,以旅游学和文化学理论为指导,具有新视角、新概念、新体系、新内容。本书可供旅游文化研究者参阅,也可以作为高校、企业、社会旅游文化爱好者的参考读物。

责任编辑:宋 云

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化新论/曲玉镜,邹本涛著. —北京:
知识产权出版社,2012.12
ISBN 978-7-5130-1735-0

I. ①旅… II. ①曲…②邹… III. ①旅游文化
IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第283717号

旅游文化新论

曲玉镜 邹本涛 著

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村1号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000893 82000860 转 8101

责编电话: 010-82000860 转 8388

印 刷: 知识产权出版社电子印制中心

开 本: 720mm×960mm 1/16

版 次: 2013年1月第1版

字 数: 225千字

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010-82000860 转 8240

责编邮箱: songyun@cnipr.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 13.75

印 次: 2013年1月第1次印刷

定 价: 39.00元

ISBN 978-7-5130-1735-0/F·573 (4583)

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

序 言

1978年，西方学者丹尼森·纳什和中国学者于光远不约而同地提出了“旅游文化”这一新的概念。从此，旅游文化研究沛然兴起。由于思维方式等原因，中西方的旅游文化研究差异较大。

在西方，旅游文化研究一般不视为一个独立领域，它只是旅游研究的一个视角——文化视角。因此，西方的旅游文化研究至今仍依附于旅游学、旅游人类学、旅游社会学等学科而不能自立。

在我国，旅游文化研究已然成学，至今已形成多种旅游文化理论。其中，“相关文化总和说”和“三体文化说”影响较大。前者认为旅游文化就是与旅游相关的文化（特别关注旅游资源文化者又发展出“旅游客体文化说”），以此立论的旅游文化论著多着眼于与旅游有关的文化，如山水文化、城镇聚落文化、园林文化、建筑文化、宗教文化、民族文化、民俗文化、饮食文化、诗词文赋文化、书画雕塑文化、戏曲歌曲文化、工艺美术文化、花鸟虫鱼文化等；后者认为旅游文化就是旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化的总和，以此立论的旅游文化论著多着眼于旅游中的文化，如旅游者的审美文化、消费文化，旅游业的管理文化、经营文化，旅游资源的文化内涵等。

中西旅游文化研究虽有差异，但有一点是相同的：都侧重于旅游与文化。于是，一连串的问题出现了：旅游文化研究变成了旅游与文化研究；旅游文化变成了旅游与文化；已有的旅游与文化研究成果摇身一变，成了旅游文化研究的成果；而真正的旅游文化，至今模糊不清。

本来坚信某现象的存在，却因长年研究不能破门而入，转而又怀疑它的存在，甚至放弃研究，这是科学研究陷入迷途时常见的情形。不幸的是，这种情形已出现在旅游文化研究领域：有的旅游文化学者认为旅游文化只是一个概念，并非实体；有的实际上已放弃了曾经奠基的旅游文化学阵地，转行于其他研究领域。

旅游文化当然不只是一个概念，它确实有自己的实体，然而研究方向发

生了偏差，自然就抓不住这个实体了。旅游文化不等于旅游与文化，一如箭靶不等于箭与靶。研究旅游文化以旅游与文化为重心的，不啻射箭靶以箭与靶为标的，欲一举中的，不亦难乎？难怪目前的旅游文化研究只能在旅游文化外围打圈圈了。

任何相对独立的存在都有它的本体。本体是事物的内系统，锁定事物的本体，既是迈出逼近该事物核心的关键一步，又可保障外围研究不至于离题太远。旅游文化及其研究也是如此。先本体、后外围意味着先难后易，颇有悖于惯常的研究思维，但“擒贼先擒王”又何尝不是破解难题的要诀！

秉此要诀，本书重点研究旅游文化本体及其体系。研究路径沿着两个方向展开：一是横向的静态研究，重点分析旅游文化的本体及其主干；二是纵向的动态研究，重点探讨旅游文化体系的形成与变迁。具体内容结构和主要观点如下：

第1章：旅游文化本体论，重点研究旅游文化的内涵、结构、功能与特点。主要观点是：旅游文化宜定义为“人们对旅游体验与介入过程及其精神产品的总和”。从文化创造的角度看，旅游文化由旅游体验文化和旅游介入文化两大部分构成；从文化层面的角度看，旅游文化由心理、行为、产品三个层面构成。旅游文化具有改塑自然、发展文化、推动社会、繁荣经济、陶冶人格等方面的独特功能，具有流动性、开放性、多质性、情感性、适应性、易变性等特点；其本质是人们对旅游的感受与应对过程。

第2章：旅游体验文化论，重点研究旅游体验文化的内涵、结构与特点。主要观点是：旅游体验文化是旅游文化的核心，是“旅游参与者对旅游的体验过程及其精神成果的总和”。如果把它看做一个动态过程与结果，其内在结构应该包括三个部分：旅游体验文化的心理、行为与产品。旅游体验文化具有广泛性、享受性、自由性、情感性、个体性等特点。

第3章：旅游介入文化论，重点研究旅游介入文化的内涵、结构与特点。主要观点是：旅游介入文化是旅游介入者对旅游的介入过程及其精神成果的总和。旅游介入文化不同于旅游介体文化，两者是交叉并列关系。对旅游介入文化的结构可以从心理、行为和产品三个层面来解析。旅游介入文化的特点突出地表现在导向性、功利性、地域性、民族性和规范性等方面。

第4章：旅游文化历史论，重点探讨旅游文化的形成与变迁。主要观点是：旅游文化史不同于旅游史或旅行史，它应该是旅游体验文化和旅游介入文化的发展史；18世纪中叶、20世纪50年代分别是旅游文化史古代、近代、

现代的分界线。古代旅游文化是多元化的,埃及、西亚、欧洲、中国等都是旅游文化的发源地;18世纪中叶,西方旅游文化率先迈入近代的门槛,在西方的引领下,世界旅游文化开始了缓慢的近代化过程,直至20世纪50年代旅游文化大众化时代的到来;第二次世界大战结束后,旅游文化进一步突破地域的限制,呈现出全球化、一体化的发展态势。

与同类论著相比,本书具有以下鲜明特点:

一是方法新。以往的旅游文化研究基本以文化学的视角审视旅游或与之相关的文化,视野要么不出旅游之外,要么离题太远,名为旅游文化研究,实为旅游与文化研究;本书以多维视角审视旅游文化,视野不限旅游之内,亦不离开主题,是严格意义上的旅游文化研究。

二是理论新。以往的旅游文化研究,其核心概念基本上是在旅游学的相关概念后面加上“文化”二字,或者直接套用文化学的现成概念,理论体系基本是仿照旅游学体系或文化学体系;本书以旅游体验文化、旅游介入文化为核心概念,构建了独特的“体验—介入”的旅游文化理论新体系。

三是内容新。通过对旅游文化的内涵、结构、功能、特点等进行研究,均得出了与众不同的结论;旅游体验文化、旅游介入文化的提出为旅游文化学建立了独特的核心概念;旅游文化历史论的内容一改同类论著以旅游史、旅行史代替旅游文化史的“历史性错误”,还了旅游文化史是旅游体验文化和旅游介入文化演进史的本来面目。

本书是在笔者主持的辽宁省社会科学规划基金项目“旅游文化研究”(2009年结题)主要成果的基础上增删而成的。本书的撰写是开创性的、新的尝试,不周之处在所难免,恳请专家学者不吝赐教。

笔者

2012年10月

目录

contents

第 1 章	旅游文化本体论	1
第 1 节	旅游文化含义的挖掘	1
第 2 节	旅游文化结构的重建	9
第 3 节	旅游文化功能的再现	15
第 4 节	旅游文化特征的检视	36
第 2 章	旅游体验文化论	50
第 1 节	旅游体验文化总论	50
第 2 节	旅游体验文化的心理分析	59
第 3 节	旅游体验文化的行为探讨	73
第 4 节	旅游体验文化的成果研究	83
第 3 章	旅游介入文化论	95
第 1 节	旅游介入文化概论	95
第 2 节	旅游介入的文化心理	102
第 3 节	旅游介入的文化行为	121
第 4 节	旅游介入的文化产品	131

第 4 章 旅游文化历史论 140

 第 1 节 旅游文化史导论 140

 第 2 节 古代旅游文化钩沉 149

 第 3 节 近代旅游文化发覆 176

 第 4 节 现代旅游文化探微 192

后 记 211

第1章 旅游文化本体论

举一纲而万目张，解一卷而众篇明。

——郑玄

撒网要抓住总绳，总绳一提，网眼全部张开；读书要精研一卷，一卷通透，各篇立意自现。这是东汉大学问家郑玄读《诗》的体会，后引申为抓住关键环节，全盘皆活。旅游文化体系庞大，错综复杂，剪不断，理还乱；但只要抓住关键部分，许多难题都可以迎刃而解。旅游文化的关键是什么？无疑是它的本体。而关键的关键，则是它的内涵、结构、功能与特点。本章将就上述四个问题作深入探讨。

第1节 旅游文化含义的挖掘

旅游文化是什么？这一直是学界高度关注且倍感头痛的问题。旅游文化像雨，你能感觉到它的滋润，却很难触摸到它的本来形状；旅游文化像雾，视之无处不在，揽之又不盈手。其实雨也好，雾也罢，只要我们掌握了正确的方法，认识它的本来面目也是迟早的事。本节首先回顾已有的主要旅游文化界说，分析其分歧所在，进而提出界定旅游文化的基本原则，并据以对旅游文化作出新的概括。

一、旅游文化定义诸说

（一）西方的旅游文化定义

在西方，英语国家用来指称“旅游文化”的词一般是“tourist culture”，其次是“tourism culture”、“touring culture”、“travel culture”等。

西方对“旅游文化”一词的使用较为宽泛，一开始也不太注重内涵界定；

是旅游者的文化还是游览的文化、旅行的文化,要靠读者结合论著内容去理解。20世纪80年代末以来,西方只有部分学者关注旅游文化的界定,零星提出了几种旅游文化定义。

比斯克诺斯基认为:旅游文化包含了“愉快的非日常生活方式、引人注目的礼节以及追求等,这些将那些假期中的人们限制在了一个团体中——旅游者”(Bystrzanowski, 1989)。

克雷克认为:旅游文化是“最大限度地获取旅游文化的产品价值,重新确立游客的经历和经验,确定旅游的文化影响,适应旅游产业的文化变化”(罗杰斯、尤瑞,1997)。

奈尔·卡尔(新西兰)认为:旅游文化不是一个完全独立的现象,除了旅游行为和休闲行为通过文化相互关联外,旅游文化在一定程度上还是文化准则和文化价值的产物,这些文化准则和价值会在休闲环境中影响着人的行为。^①

不难看出,西方对“旅游文化”概念的表述明显偏重于“旅游者的文化”。在西方的旅游文化研究中,旅游文化多指旅游过程中主客体“碰撞”而产生的各种文化现象,突出这个概念的动态特征(肖洪根,1994)。

(二) 我国的旅游文化定义

我国旅游文化学界一向注重对旅游文化的界定,旅游文化定义五花八门,主要有以下几种说法。

(1) 相关物质、精神文化总和说。该说法认为:“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。”^②该说法把与旅游有关的物质财富和精神财富都看成是旅游文化,属于最广义的旅游文化。

(2) 特殊生活方式说。该说法认为:“旅游文化可以初步界定为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。或者说是通过对异国异地的文化消费而形成的现代特殊生活方式。”^③于光远先生认为旅游是现代人的一种特殊生活方式,该说法把旅游文化定义为“特殊生活方式”,使旅游文化与旅游直接等同起来。

(3) 旅游主体文化说。该说法认为:“旅游文化是旅游的‘人’化,也即

① 奈尔·卡尔. 休闲与旅游业发展 [M] // 宁泽群, 王兵主编. 现代休闲方式与旅游发展. 北京: 中国旅游出版社, 2007.

② 陈辽. 漫谈旅游文化 [N]. 中国旅游报, 1987-11-10.

③ 魏小安. 旅游文化与文化旅游 [J]. 旅游论丛, 1987 (2).

旅游者的文化”，“是旅游者这一旅游主体借助旅游媒体等外部条件，通过对旅游客体的能动的活动，碰撞产生的各种旅游文化现象的总和”^①。该说法虽然也谈到了旅游媒体与客体在旅游文化形成中的作用，但特别强调旅游主体——旅游者也是旅游文化的主体，旅游文化也即旅游者的文化，故称为旅游主体文化说。

(4) 旅游客体文化说。该说法认为：“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 该说法源于1984年《中国大百科全书·人文地理卷》中的旅游文化定义，把旅游文化等同于人文旅游资源。

(5) 旅游介体文化说。该说法认为：“旅游文化主要是指旅游组织者为满足旅游者旅游活动全过程中的精神文化需要，所采取的各种文化措施以及接待人员在接待工作中所表现出的能满足旅游者需要的精神风貌和文化素养。”^③ 定义中的旅游组织者所采取的文化措施和接待者表现出来的风貌修养均属旅游介体范畴，论者以此为旅游文化，故称为旅游介体文化说。

(6) 旅游主客体关系说。该说法认为：“旅游文化指的是旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和。”^④ 论者在2010年出版的《旅游文化学》一书中重申了这一观点，仍以旅游主客体的关系为旅游文化，故称为旅游主客体关系说。

(7) 旅游主介体文化说。该说法认为旅游文化“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”^⑤。该说法强调旅游主体旅游者和旅游介体旅游经营服务者都是旅游文化的主体，故称为旅游主介体文化说。

(8) 三体碰撞说。该说法认为：“旅游文化是旅游主体、旅游客体、旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果，旅游三要素中任何一项都不能构成或形成旅游文化。”^⑥ 该说法强调旅游文化是旅游三体碰撞的结果，一般称为三体碰撞说。

① 沈祖祥. 旅游文化概论 [M]. 福州: 福建人民出版社, 1998: 15-16.

② 周谦. 泰山旅游文化发掘初议 [J]. 旅游经济, 1996 (6).

③ 喻学才. 近七年旅游文化研究综述 [J]. 社会科学动态, 1996 (8).

④ 喻学才. 中国旅游文化传统 [M]. 南京: 东南大学出版社, 1995: 11.

⑤ 马波. 现代旅游文化学 [M]. 青岛: 青岛出版社, 1998: 37.

⑥ 冯乃康. 首届中国旅游文化学术研讨会纪要 [J]. 旅游学刊, 1991 (2).

(9) 文化交流与对话说。该说法认为：旅游文化是基于人类追求自由、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。它是世界各区域民族文化创造基础上的或现代全球化趋势中大众的、民间的休闲消费文化。^①该说法强调旅游文化的实质是文化交流与对话的一种方式，故称为文化交流与对话说。

有特色的旅游文化定义还有很多，不过就影响程度而言，还是上述九种影响较大。上述诸说法有的被广泛征引，有的已成为多种旅游文化学论著的立论依据。

二、定义原则与本书的旅游文化定义

从上述引述中不难看出，人们对旅游文化的界定，分歧相当之大。造成这种分歧的原因固然很多，缺少理性的界定原则无疑是关键所在。在旅游文化定义研究中，我们更多看到的是简单评介别人的定义之后，突然提出自己的定义。至于破立的依据，常常停留在个人的感性认识层面，缺乏深刻的理性思考。概念是交流的通用工具，为概念下定义，应先确立能为大家认可的基本原则，不应基于个人的偏好。只有这样，旅游文化的定义才能越争越趋同，而不是越争越混乱。

定义原则不但是定义旅游文化的指导，也是评价各种旅游文化定义的依据。有鉴于此，笔者尝试先确立定义旅游文化的原则，并据以评价上述各说法的利弊得失，提出自己的旅游文化定义。

(一) 界定旅游文化的原则与上述诸说法的得失

旅游文化一词涉及旅游和文化两个关键概念，由于旅游和文化这两个概念本身的复杂性，要想对旅游文化下一个准确的、公认的定义确非易事。旅游和文化向有广义、狭义之分，广义的旅游是指旅游者的活动及由此引起的一切现象和关系的总和，狭义的旅游仅指旅游者的活动；广义的文化是指人类的创造过程及其成果的总和，狭义的文化主要指其中的精神文化。对旅游和文化的理解不同，对旅游文化的定义自然不同，但不管怎样界定，都应坚持以下几点原则：

第一，定义应适合旅游文化的概念外延。定义是概念的定义，定义的界限应与概念的外延相适合，否则要犯定义过宽或定义过窄的错误。旅游文化

^① 章海荣. 旅游文化学 [M]. 上海：复旦大学出版社，2004.

这个概念的外延有多大?我们可通过各类具体文化的得名规律加以确认。各类文化或得名于其生成空间,如“中国”文化、“外国”文化之类;或得名于其生成时间,如“古代”文化、“近代”文化之类;或得名于其内容(包括具体形态、基本属性等)指向,如“建筑”文化、“精神”文化之类;或得名于其形成基础,如“农耕”文化、“游牧”文化之类。各类文化的得名方式还有很多,但旅游文化的得名显然不出最后两种。这意味着旅游文化这个概念的最大外延从形成基础的角度看不超过“以旅游为基础的文化”,从内容指向的角度看不超过“以旅游为指向的文化”。旅游文化定义的最大界限亦应如是。

第二,定义应揭示旅游文化的基本特征,且不得出现同语反复。旅游文化定义可以是描述性的,也可以是解释性的。所谓描述性旅游文化定义,即罗列所谓的旅游文化现象,着重指出哪些属于旅游文化,亦即“什么是旅游文化”;所谓解释性的旅游文化定义,即归纳各种旅游文化现象,着重指出旅游文化的基本特征,亦即“旅游文化是什么”。目前我们对旅游文化定义的探讨重在“旅游文化是什么”,而非“什么是旅游文化”,这在学界是有共识的。既然如此,能不能揭示旅游文化的基本特征便成为我们定义旅游文化成败的标准。所谓同语反复是指被定义的概念出现在定义之中。同语反复是违反定义规则的一种逻辑错误。

第三,作为旅游学科的研究对象之一,旅游文化不能等同于旅游“三体”文化之一,对旅游文化中的“文化”也不能作广义理解。在旅游学科中,旅游文化与旅游主体文化、旅游客体文化、旅游媒体文化应是四个不同概念,如果把旅游文化等同于旅游“三体”文化之一,旅游文化与旅游“三体”文化之一的区分便没有了意义。对旅游文化中的“文化”之所以不能作广义的理解,是因为从广义文化角度看,旅游现象是人类创造的,为人类所特有,其本身即是文化。如果旅游文化中的“文化”取广义文化定义,“旅游”与“旅游文化”便名异而实同,旅游学科中旅游与旅游文化的区分也同样没有了意义。

第四,旅游主客体与旅游文化主客体应有区别。旅游主客体一般认为是旅游者和旅游资源,这是正确的,但旅游文化主客体不应局限于此。作为一种文化产品,旅游思想、旅游文学公认是旅游文化的组成部分,而其创造者即主体却并非全是旅游者:《岳阳楼记》是旅游文学的名篇,而其作者范仲淹一生也未去过岳阳楼,至少他未成为岳阳楼的旅游者;有的人一生不做旅游者,但他有旅游思想,对旅游有理性的认识。同时,旅游思想、旅游文学这

种旅游文化产品也并非全以旅游资源为客体产生出来的,有的旅游思想、旅游文学是人们以整个旅游甚至旅游者、旅游业、旅游地居民为客体创造出来的。显然,旅游文化主客体范围远远大于旅游主客体的范围,旅游主客体并非旅游文化的唯一主客体。

依据旅游文化的界定原则,上述定义的得失是显而易见的:各家试图从旅游或文化的角度定义旅游文化,这是可取的,因为旅游文化以旅游为基础,属于文化;但有的与旅游定义雷同,有的与文化定义相似,有的等同于人文旅游资源,有的把物质文化纳入旅游文化,有的把旅游文化的主客体和旅游的主客体等同起来,有的甚至出现“旅游文化是……旅游文化”这样同语反复的错误,显然是不足取的。相对而言,“旅游主介体文化说”有较多可取之处,该说法认为旅游文化的主体是旅游者和旅游经营服务者,这就把旅游文化的主体同旅游的主体区分开来,从而使旅游与旅游文化的识别成为可能;同时,该说法认为旅游文化是一种“观念形态及其外在表现”,明显侧重于精神文化,与界定旅游文化的第3条原则基本相符。该说法最大不足有两点:

其一,旅游文化主体概括不全。论者认为: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。为什么偏偏是旅游者和旅游经营者?在旅游接触过程中,政府、学界、旅游地居民也会反映、创造出关于旅游的观念形态。如果前者的“观念形态”属于旅游文化,则后者也不能例外。从文化学的角度看,这些观念形态也都有旅游文化成分。可见,政府、学界、旅游地居民也是旅游文化的创造者,不应将他们排除在旅游文化主体之外。

其二,旅游文化创造表述不精。论者认为:旅游文化的创造发生于旅游消费或旅游经营服务过程中。实际上,旅游消费或旅游经营服务本身即是旅游文化创造过程,而且仅仅是旅游者和旅游经营服务者的文化创造过程。政府的旅游规范活动、学界的旅游研究活动、旅游地居民的旅游交往活动……也都是旅游文化创造过程。旅游者对旅游文化的创造也不局限于旅游消费特别是旅游观赏环节,而是贯穿于整个旅游活动之中(旅游不仅仅是旅游消费或旅游观赏)。旅游者和上述非旅游者的文化创造分属体验和介入性质,将旅游文化创造具体表述为“对旅游的体验与介入过程”更为恰当。

(二) 本书的旅游文化定义

上述关于“旅游主介体文化说”的分析对重新表述旅游文化具有重要的

启示意义：既然旅游文化的主体是多重的，何不以“人们”二字概括之？既然旅游文化的创造是“对旅游的体验与介入过程”，何不以此句描述之？因此，依据界定旅游文化的原则，综合诸说之长，笔者认为旅游文化宜定义为：“是人们对旅游的体验与介入过程及其精神产品的总和。”这个定义主要包含四层含义（见图 1-1）。

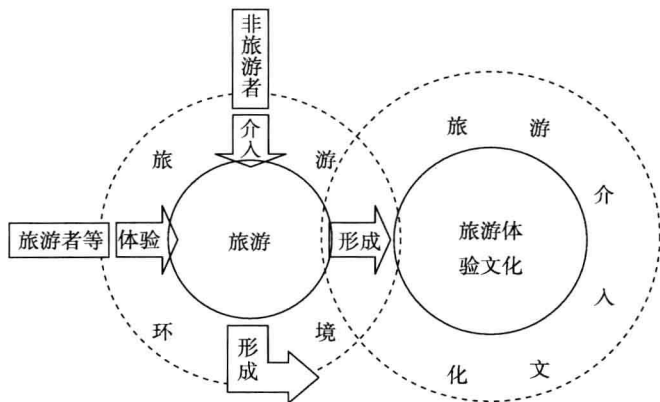


图 1-1 旅游文化形成

说明：旅游与旅游文化的交叉实际上已深入对方核心区域，旅游文化创造过程也是旅游文化的一部分。为简明起见，该图稍作变形、简化处理。

其一，旅游文化既包括其创造过程——“对旅游的体验与介入”，也包括这个过程的结果——“精神产品”。“对旅游的体验与介入”有直接与间接之分：前者是亲临其境的体验与介入，即现实的旅游体验和旅游介入（通常称旅游体验和旅游介入）；后者是非亲临其境的体验与介入，即虚拟的旅游体验和旅游介入（如“神游”、“心游”、“网上导游”之类）。精神产品则是以观念形态为主的产品。文化是主体与客体在人类社会实践中的对立统一物，有过程，有结果，旅游文化也是如此。

其二，旅游文化是一种精神现象。定义中的“体验”与“介入”固然包含行为因素，但按精神物质两分法，行为仍属精神范畴；“体验”与“介入”的结果固然也会产生物质产品，但这些产品大多以观念为核心、物质为载体，基本属于精神文化。旅游体验来自旅游活动之中，旅游介入来自旅游活动之外，由此形成的精神文化构成旅游文化的主要部分。这是旅游文化与非旅游文化的重要区别之一。

其三，旅游文化的主体——“人”，除旅游者外，还包括旅游从业人员、旅游地居民、旅游研究者等。凡参与旅游文化创造的人都是旅游文化的主体。

这是旅游文化与非旅游文化的又一重要区别。

其四,旅游文化的客体——“旅游”,既包括旅游要素,也包括旅游整体。没有“旅游”这个体验对象,人们不可能创造出旅游体验文化;没有“旅游”这个介入对象,自然也无所谓旅游介入文化。人们通过对旅游要素(如旅游景观)的体验或介入形成单项性旅游文化,如旅游景观体验文化、旅游景观开发文化;人们通过对旅游整体(食、住、行、游、购、娱综合体)的体验或介入形成综合性旅游文化,如旅游体验文化、旅游介入文化。

(三) 旅游文化与旅游的区别

“旅游文化”是旅游文化学的核心概念,在使用上常常和相关概念相混淆。徐菊凤先生2004年12月10日通过Google搜索旅游文化和文化旅游这两个词时,分别获得613万项关于“文化旅游”和835万项关于“旅游文化”的查询结果。比较后发现,这两个概念在某些词条下各有所指,而在很多情况下又被用来指称同一类事情。旅游文化与人文旅游资源的混淆也是常有的事。许多文章标题上冠以论述“旅游文化”,主体内容却是论述人文旅游资源开发问题(李筱竹,1995;彭寿清,2004;蒋礼荣,2005)。马波在研究中也发现,许多以旅游文化为题的著作、论文,其实只研究了人文旅游资源的形成和特性,无形中将旅游文化等同于一般社会文化了(1999)。

其实,最大的混淆还是旅游文化与旅游。这从上述的旅游文化定义中可以清楚地看到,特殊生活方式说便是典型的一例。有的旅游文化研究者在界定了旅游文化之后,还说旅游文化学就是研究旅游的,一部旅游文化学通篇谈论旅游。有的旅游文化学著作中,使用的旅游一词比旅游文化一词还多,而且常常替换使用!有的学者干脆直称旅游就是旅游文化!(王立,1997)

旅游文化与旅游有联系,更有区别。那么多的旅游文化研究者试图给旅游文化下一个有别于旅游的定义就说明了这一点,只是一时清醒一时糊涂罢了。从本书给出的旅游文化定义看,旅游文化与旅游的最大区别有三点:

第一,主客体不同。旅游的主体是旅游者,客体是旅游资源。旅游文化的主体固然包括旅游者,但不局限于旅游者。除旅游者外,还包括旅游从业人员、旅游地居民、旅游研究者等。凡参与旅游文化创造的人,都是旅游文化的主体。旅游文化的客体则是旅游,既包括旅游要素,也包括旅游整体。旅游文化主体正是以旅游及其要素为对象才创造出别具一格的旅游文化来。

第二,构成不同。旅游的构成从静态要素看,一般认为由旅游者、旅游业、旅游资源构成(笔者更倾向于由旅游者、旅游资源构成。邹本涛,2002、

2006);从动态环节看包括行、食、住、游、购、娱等。而旅游文化则由旅游体验文化和旅游介入文化两大子系统构成,与旅游既交叉,又独立(详下)。

第三,性质不同。一般认为旅游是一种集文化、经济于一体的综合现象,既是精神活动,也是物质活动;而旅游文化总体上是一种精神现象,不是物质现象。

旅游文化是在旅游的基础上形成的,一旦形成,又为旅游充实了新的内容,如旅游体验丰富旅游活动;但并非所有的旅游文化都能成为旅游的一部分,如虚拟旅游体验、旅游介入文化是旅游文化,但不是旅游。

第2节 旅游文化结构的重建

所谓结构,是指事物的构成要素与构成方式。旅游文化作为一种独立存在的现象,自有其独特的构成要素与构成方式。构成要素和构成方式稳定了,意味着旅游文化进入了稳定期;构成要素和构成方式变动了,旅游文化也随之发生变化。剖析旅游文化的结构不但有利于把握旅游文化的内在机制,也有利于把握旅游文化的外部特征。本节将在已有的研究成果上,从宏观的角度重点分析旅游文化的构成要素。

一、旅游文化结构诸说介评

(一) 旅游文化结构诸说简介

由于对旅游文化的理解不同,人们对旅游文化构成的看法莫衷一是,主要有以下几种说法。

(1) 三层文化结构说。有的按文化层次把旅游文化分为三个层面:旅游物质文化,如建筑、园林、遗址、碑刻、雕塑等景观景物及旅游商品、旅游设施等旅游者视觉可以辨别的物质实体;旅游制度行为文化,如旅游法规、旅游习俗等旅游活动中的各种社会规范和风俗习惯;旅游观念文化,如价值观念、审美情趣、思维方式等引导、影响人们旅游活动实践的观念形态(刘卫英、王立,1998)。

(2) 金字塔结构说。窦石认为,旅游文化是一个金字塔结构的文化体系。其主体应当是鲜明地反映了旅游经济和旅游活动的特殊需要部分。除主体外,