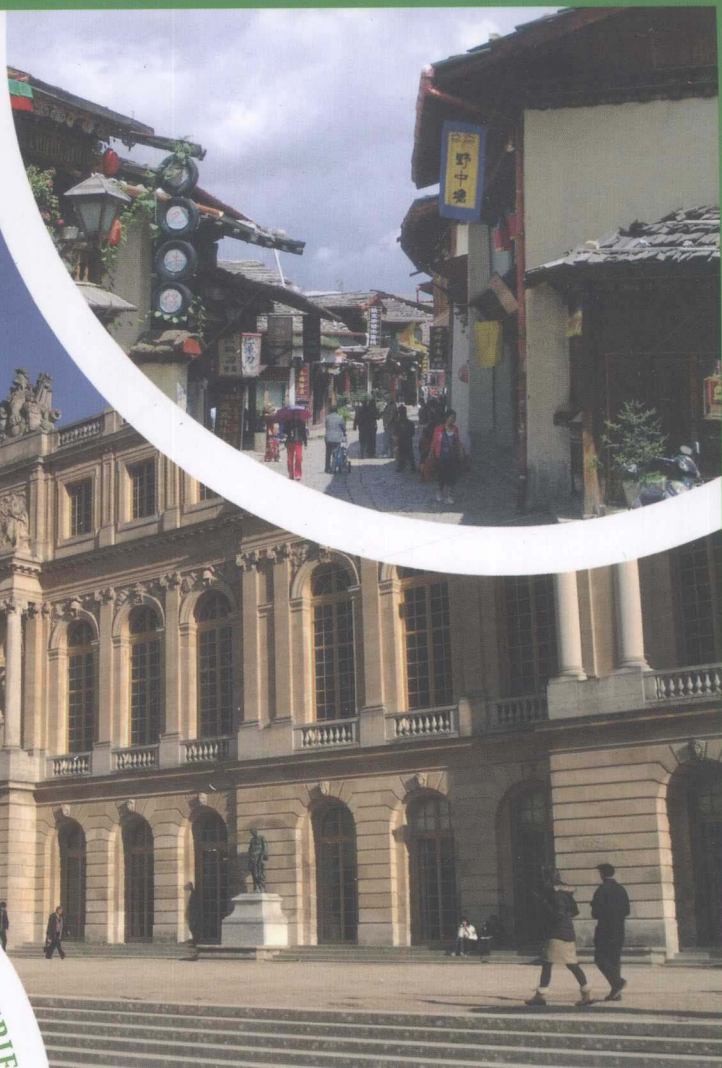


TWENTY-FIRST CENTURY TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦卓越 · 21世纪旅游管理系列

旅游文化理论与实践

张维亚 严伟 编著



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn



复旦卓越·21世纪旅游管理系列

旅游文化理论与实践

张维亚 严 伟 编著

TWENTY-FIRST CENTURY
TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化理论与实践/张维亚,严伟编著. —上海:复旦大学出版社,2013.8
(复旦卓越·21世纪旅游管理系列)
ISBN 978-7-309-09956-0

I. 旅… II. ①张…②严… III. 旅游文化-高等职业教育-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 173007 号

旅游文化理论与实践

张维亚 严 伟 编著
责任编辑/罗 翔

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路 579 号 邮编:200433
网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853
外埠邮购:86-21-65109143
上海市崇明县裕安印刷厂

开本 787×1092 1/16 印张 19 字数 354 千
2013 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
印数 1—4 100

ISBN 978-7-309-09956-0/F·1955
定价:35.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。
版权所有 侵权必究

序/言

XU YAN

1

旅游是当代世界性的社会现象,是人们物质生活发展起来之后的一种精神文化生活的需要,具有深刻的文化内涵,反映了一个国家、一个地区、一个人在不同时段内处于的文化创造、文化欣赏、文化建设状态。旅游通过人的共有的行为、思想、感情,文化氛围,传递文化信息,构筑文化意境,从而使得个体身心和意志得到全面和健康的发展。旅游文化是旅游业的灵魂,没有旅游文化就没有旅游业。但是,在旅游文化功能日益突出的今天,旅游文化的科学性一直得不到确立,甚至一些权威的旅游学学者,对旅游文化是科学的说法仍抱有疑问,至少对旅游文化的科学性没有充分的信心,对旅游文化存在着偏见。旅游文化作为一个命题最早是由美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特提出的。旅游文化研究经过三十多年的发展,在不同的学科背景下中具有不同的内涵和外延,呈现出交叉学科的典型特征。旅游文化是旅游者在旅游活动过程中形成的各种文化现象和文化关系的总和。而研究旅游文化正应该从多学科、跨学科的角度探究其客观规律、把握其实质。本书即是在此认识基础上进行撰写的。

本书首先阐述了旅游文化的概念、特征和构成。然后从多学科的角度对旅游文化的理论研究和应用研究分章进行了探讨。具体包括:从文化社会学角度探讨了旅游文化资本、跨文化旅游、旅游社会文化影响;从文化地理学角度探讨了旅游文化区、生态旅游文化、旅游文化景观和旅游文化扩散与整合;从文化人类学角度探讨了民俗旅游文化利民族旅游文化;从文化心理学角度探讨了游客心理文化和旅游地居民心理文化;从文化符号学角度探讨了旅游文化符号的构建、旅游文本的跨文化建设、旅游对目的地语言文化的影响;从文化产业学角度探讨了文化产业与旅游产业关系、旅游产业文化发展模式;从文化遗产学角度探讨了旅游与文化遗产保护关系、遗产旅游文化真实性、文化遗产旅游开发和非物质文化遗产旅游开发。

本书的特点主要表现在以下四个方面。一是知识点、技能点和能力点三者有机结合。既有学习目标、导入案例,又有本章小结、思考训练。文中还穿插大量的资料案例。二是理论先进、结构严谨、内容适用、语言简洁。三是注重理论与实践结合。每章均有案例分析利实践训练,力争全方位地检验读者对所学知识的掌握程度。四是参考文献丰富且新颖。为了使教材内容具备新理论、新知识、新案例,

Lü You Wen Jia Li Lun Ya Shi Jian



编著者们参阅了大量近年来公开出版的国内外文献。总的来说,本书既可作为本、专科院校旅游文化课程教材或教学参考书,也可作为政府部门、旅游企业、旅游文化研究者的参考用书。

本书由张维亚负责拟定大纲,提出撰写的体例格式,组织撰写工作和全书最后的统稿。各章撰写分工如下:张维亚完成第一、第二、第三章;张维亚、严伟完成第四、第五、第六、第七、第八章。

由于时间仓促,加之作者水平有限,错误在所难免,恳请专家、同仁和读者批评指正。金陵科技学院副校长冯年华、教授审读了全书,并提出了宝贵的意见,在此深表感谢。上海复旦大学出版社罗翔老师在本书的编写过程中给予了大力的支持和帮助,在此表示由衷的谢意。

张维亚

2013年6月

目 录

MU LU

第一章 旅游文化概述	1
学习目标	1
导入案例	1
第一节 旅游与文化的关系	1
第二节 旅游文化的概念	7
第三节 旅游文化的特征与构成	11
第四节 旅游文化的研究理论与方法	21
本章小结	39
思考题	39
案例研究	39
实践训练	42
第二章 旅游社会文化	43
学习目标	43
导入案例	43
第一节 旅游文化资本	44
第二节 跨文化旅游	48
第三节 旅游社会文化影响	67
本章小结	70
思考题	70
案例研究	71
实践训练	73
第三章 旅游地理文化	74
学习目标	74
导入案例	74
第一节 旅游文化区	75





第二节 生态旅游文化·····	110
第三节 旅游文化景观·····	116
第四节 旅游文化扩散与整合·····	132
本章小结·····	148
思考题·····	148
案例研究·····	148
实践训练·····	150
第四章 旅游人类文化·····	151
学习目标·····	151
导入案例·····	151
第一节 民俗旅游文化·····	152
第二节 民族旅游文化·····	163
本章小结·····	200
思考题·····	201
案例研究·····	201
实践训练·····	204
第五章 旅游心理文化·····	205
学习目标·····	205
导入案例·····	205
第一节 游客心理文化·····	206
第二节 旅游地居民心理文化·····	216
本章小结·····	219
思考题·····	219
案例研究·····	219
实践训练·····	222
第六章 旅游符号文化·····	223
学习目标·····	223
导入案例·····	223
第一节 旅游文化符号的构建·····	224
第二节 旅游文本的跨文化建设·····	228
第三节 旅游对目的地语言文化的影响·····	234

本章小结·····	237
思考题·····	238
案例研究·····	238
实践训练·····	242
第七章 旅游产业文化·····	243
学习目标·····	243
导入案例·····	243
第一节 文化产业与旅游产业的关系·····	244
第二节 旅游产业文化发展模式·····	247
本章小结·····	251
思考题·····	251
案例研究·····	252
实践训练·····	256
第八章 旅游遗产文化·····	257
学习目标·····	257
导入案例·····	257
第一节 旅游与文化遗产保护·····	258
第二节 遗产旅游文化真实性·····	264
第三节 文化遗产旅游开发·····	270
第四节 非物质遗产旅游文化·····	279
本章小结·····	289
思考题·····	289
案例研究·····	289
实践训练·····	293
参考文献·····	294



第一章

旅游文化概述



学习目标

1. 了解旅游与文化的关系
2. 理解旅游文化的概念
3. 掌握旅游文化的特征和构成
4. 了解旅游文化的理论基础和研究意义



导入案例

重庆武隆县于4月23日推出“印象武隆”大型山水实景演出,截至目前演出达50余场次,平均上座率达73%以上,观众超过10万余人次。在重庆市“文化遗产日”宣传活动仪式上,重庆市文化广播电视局命名重庆市武隆县喀斯特印象文化发展有限公司为重庆市非物质文化遗产传承基地。

据了解,“印象武隆”推出了国家级非物质文化遗产项目川江号子、土家啰儿调等以及重庆市级非物质文化遗产项目过山号子、抬工号子、石工号子、薅秧歌、山歌等,还聘请了200多名当地居民参与演出,并充分利用现代声、光、电等科技手段,为观众提供感染力极强的传统与现代的文化展示。在4月23日至5月31日“印象武隆”演出期间,武隆县接待游客159万人次,同比增长26.2%,拉动了当地旅游业。

此外,“印象武隆”吸引了来自美国、英国、俄罗斯、法国、新西兰、加拿大、斯里兰卡、印度等10余个国家的游客。

资料来源:新华网2012年7月13日

第一节 旅游与文化的关系

一、文化视野中的旅游

旅游是当代世界性的社会现象,是人们物质生活发展起来之后的一种精神文



化生活的需要,因而更具有文化性质,表达一种新的生活方式。数千年来,旅行是人类的行为之一,它始终随着社会习俗和价值观的变化而变化。旅游兴起的早期,人们对旅游的认识是乐和增长学识为目的;到了现代,旅游的文化内更深刻了,更注重旅游者的精神享受,更强调人一个时段内处于的文化创造、文化欣赏、文化建设状态;它通过人的共有的行为、思想、感情,文化氛围,传递文化信息,构筑文化意境,从而个体身心和意志的全面和完整的发展;它为当代生活中的许多要求创造了条件。人们通过身心放松、竞技活动、艺术欣赏、科学好奇心和接触自然等方式,为丰富生活提供了可能性。建立在基础之上的行为情趣,不论是观山望水、尽情欣赏自然,还是驻足与“历史对话”,他们都有一个共同点,即获得一种愉悦的心理体验和精神满足、美好感,以实现人们学习知识、增进友情、促进保健娱乐、追求猎奇、丰富个性等多方面的需求。现代旅游还特别强调人与大自然的和谐一致,增强爱护自然的意识。因此,它不同于一般意义的旅游,对传统的旅游概念从内涵到外延都做了延伸。

从身心的角度看,通过旅游可以使游客消除疲劳、恢复体力、开阔视野、增长知识,培养积极向上的心态。从社会人际关系的角度看,旅游是改变生产关系和现存社会关系的一个强而有力的因素,它为不断更新和改变社会阶层、社会行为创造了条件,因为旅游是一种社会联系。从社会文化价值的角度看,旅游有一种非常明显的教育意义,它可以是一种社会的因素,因为它使人亲自了解现实,可以培养人对现实的某种态度;它也是一种培养感情的媒介。在很多情况下,它有利于智力、科学、技术、艺术的传播。大多数旅游者只是观看风景名胜,而不是在文化的层面去接触人、自然、社会。事实表明,当旅游者对旅游的理解过于肤浅甚至遭到歪曲时,当由于糟糕的组织导致了消费态度而不是创造态度的形成时,当旅游中允许不道德的行为,或者没有创造出有利于感情体验的条件时,旅游就会成为一种教育(教养)机能障碍的因素。如果旅游不能作为人与人、人与自然、社会不同群体间价值交流的基础,它就达不到自身的目的,而且可能引起种种病态现象,诸如,卖淫、黑市、吸毒等旅行中的不道德行为,或者对旅游产生逆反心理等。当然,在西方国家的早期阶段这种现象也比较普遍。正因为如此,1948年联合国大会通过的《旅游宪章》和《旅游者规约》明确指出:在旅游者途经和停留的地方构成接待群体的居民,有权得到旅游者对他们的习俗、宗教和文化的理解和尊重,因为这些都属于人类的共同遗产。他们有权自由地使用自己的旅游资源,同时通过他们的态度和行为,使他们的自然和文化环境得到尊重。为了对这样的理解和尊重提供便利,旅游者应该尊重接待群体的习俗、传统的和宗教的做法、当地的禁忌、名胜和圣地;他们的古迹和文化财富应受到保护;保护当地的动物、植物和其他自然资源;在旅游者途经和停留的地方构成接待群体的居民,应使旅游者受到好客、礼貌和尊重的接待,这是和谐的人际和社会关系的发展所必不可少的。《旅游者规约》规定:旅游者应该通过他们的行为促进国内和国际范围内人与人之间的相互理解和友好关

系,并为维护和平作出贡献。在旅游者途经和停留的场所,他们应尊重政治、社会、道德和宗教方面的既定秩序,并遵循现行的法律和规定。在上述场所,旅游者还应做到:对接待群体的习俗、信仰和行为表现出最大程度的理解,并对当地的自然和文化遗产表现出最大程度的尊重;避免显示出他们同当地民众之间存在的经济、社会 and 文化的差异。这实际上是对旅游业和旅游者做出的行为规范。

二、旅游主体与文化

旅游的本质是文化,旅游活动在实质上是一种文化活动。旅游的主体——旅游者出游的目的是体验和感受一种异域或异质的文化。所以说,旅游主体本身即具有文化特性。人在本质上是一种文化的存在,人类在精神、情感、艺术等层面上高层次文化需求,是人之所以为人的根本性标志。从本质上说,旅游是人类的一种带有休闲性质的文化行为,是人类在丰衣足食之后才产生的一种高层次需求。

首先,旅游主体既是在一定文化背景下形成的社会群体,同时又是具有一定文化素质和文化修养的社会个体,旅游者产生旅游动机的前提是旅游主体的这种社会文化素养,也就是说,旅游者作为具有一定精神文化需求的消费者,他们的旅游行为的产生,是其自身文化内驱力作用的结果。在这种意义上说,旅游主体不仅是一个负载着一定文化符号的个人,更是一个特殊的社会文化消费群体。

其次,从旅游主体的行为动机看,旅游者出游的目标是文化。游客从事旅游活动是希望通过旅游来感知外部世界,了解异域文化,进而丰富和充实自己的精神世界。旅游目的地的文化独特性越强、文化品位越高、地域文化色彩越浓,对旅游者就越富有吸引力。而游客在旅游的过程中,通过游历具有一定文化氛围的自然和人文景观,得到的是一种文化经历、文化欣赏和文化体验,不仅能够赏心悦目地获得眼福、耳福、口福的审美享受,更多的是满足了文化层面的心理需求和精神需求。

最后,从更深的层面上看,旅游者的游览目标不仅仅是旅游地的自然风光、文物古迹、园林建筑、文学艺术、宗教活动,他们还希望了解世界上不同民族、不同地区形形色色的文化特色及生活方式。民俗旅游消费者的旅游动机是体验原汁原味的民族风情。从旅游最本质的属性看,旅游者希望观赏、体验和经历同自己原有的文化体系迥然不同的东西。

三、旅游客体与文化

旅游客体是旅游主体的对象物,是旅游者所消费的旅游产品。如上所述,旅游主体的游览动机是寻求一种异质的文化,而作为这一主体所对应的客体,必然要与主体的需求相匹配。旅游作为一种综合性的社会文化活动,其本质是满足旅游者



的文化审美需求,所以,旅游活动的目的地,即游客所游历与欣赏的自然景观和人文景观,自然而然地蕴涵了丰富的文化内容。从本质的意义上说,所有有形或无形的人文旅游资源(包括人文化了的自然旅游资源)都是社会历史文化的产物,它们在人类文化的历史发展中逐渐形成,是人类历史文化的主要载体和文明的结晶。比如,人文景观之所以为游客所欣赏,是因为其中包含了丰富的政治、经济、军事、科技、宗教、艺术、民俗等历史文化信息;自然景观之所以为游客所欣赏,也多是由于在其自然风光之外,还显示了染有鲜明人文色彩的审美情趣和审美价值。可以说,文化是旅游产品的灵魂,文化的地域性带来了不同文化之间的差异,而文化的差异性则激发了人们探知、体验和了解异域文化的兴趣,产生了到世界各地求新、求异的旅游动机。这样一来,旅游地文化的地域性特征越鲜明、原生性特征越突出,对游客的吸引力也越大,这充分说明了旅游的文化特性。

人文旅游资源是“人文化”程度较高的旅游景观,它是人类活动的产物,真实地反映了人类各个历史时期生产、生活的特征。可以说,人文旅游资源是人类历史与文化的结晶,是不同民族、国家和地区文化多样性的集中反映。由于人文旅游景观比自然旅游景观承载了更为丰富的人类文化因素,因而更易于引起人们的旅游兴趣。比如,人们到了一个国家或地区,首先要看的是这个地方的文化遗迹,到了北京,人们首先要看的是故宫和长城;到了西安,人们首先要看的是秦始皇兵马俑;到了埃及,人们首先要看的是金字塔;到了法国,人们首先要看的是凯旋门和卢浮宫。原因就在于这些人文景观凝聚了更多的人类历史文化。文物古迹是标志性的人文旅游资源。年代久远的历史遗迹是人类文明活动的遗留物,本身就是文化的化身,无论是古代建筑、古典园林、名胜古迹,还是历史纪念地,都是过去的文化的见证和表征,其中包含着非常丰厚的历史积淀,饱藏着无可替代的历史蕴涵。这些凝聚着重要的历史人物、重大的历史事件以及典型的历史现象等诸多历史文化信息的文物古迹,永久地向世人宣示自身的价值。而人类较为自觉的文化意识和与生俱来的历史感,常常使他们到处寻访世界各地的历史文化遗迹,如参观古城堡、游历古建筑、凭吊古战场,进而发“思古之幽情”。



小案例

张家口“张库大道”

登大境门长城、逛茶马市场、体验老官车、浏览古商道遗迹……河北张家口近年来积极打造“张库大道”历史文化景区,使这条被誉为“草原丝绸之路”的古商道再现明清时商贸繁盛景象。

张库大道是一条以张家口大境门为起点,途经蒙古草原腹地城市乌兰巴托(当时叫库伦),并一直延伸到俄罗斯恰克图的国际商道,始于明朝、衰落于民国,兴盛达数百年。从2009年起,河北省张家口市桥西区启动一系列工程打造以大境门为龙头、近接坝上草原、远通亚欧大陆的张库大道历史文化游和生态景观游。

作为张库大道起点和贸易集散地的大境门是万里长城唯一以“门”命名的关隘,从2010年起,张家口桥西区对大境门长城、小境门、来远堡等进行修复,目前已对游客全面开放。同时,张家口桥西区还进行“古道源文化休闲区”“元宝山主题度假区”等文化旅游项目建设,对古商道上重要遗址、遗迹进行改造修复,建设古道商街,打造具有蒙、俄风情的休闲度假区。

资料来源:新华网 2012年6月26日

宗教名胜是一种重要的人文旅游资源。宗教本身即是一种文化现象,它是人类对于超自然、超现实力量的一种崇拜和信仰。在宗教的发展中,一方面形成了自身的宗教教义和哲理,即自有的宗教文化;另一方面又与一定时代的政治、经济、文化、社会等因素相互影响,使之具有了丰厚的历史蕴涵。所有这些内在的和外在的宗教信息,大都体现在宗教圣地、宗教建筑、宗教文物、宗教仪式、宗教艺术、宗教饮食之中。这些物质的和非物质的宗教文化遗产是一种重要的历史文化景观,具有极高的历史文物价值和艺术审美价值,游客可以从这些名山宝刹、寺庙寺院、仪式活动、故事传说中了解宗教知识、欣赏宗教艺术、体验宗教感情,进而得到宗教文化和历史文化的熏陶。

民族传统节日也是一种重要的人文旅游资源。民族传统节日本身就是民族文化的基本组成部分,是民族文化的浓缩和集中展示,它凝聚了民族的价值观念、文化心理、伦理道德、宗教信仰、风俗习惯。此外,由于民族传统节日的综合性特征,即集民族建筑艺术、民族服饰艺术、民族饮食特点、民族神话传说、民族歌舞艺术于一体,成为观察和认识某一民族特有文化形态的主要窗口,成为理解与把握某一民族文化风貌的重要渠道。在中国一些富有鲜明民族特色的少数民族传统节日里,比如蒙古族的那达慕大会、傣族的泼水节、彝族的火把节、土家族的摆手节、壮族的三月三歌圩、藏族的雪灯节等,游客可以从看、听、吃、穿、游、购、玩中,切身地体验到不同民族特有的文化蕴涵。



小资料

中国世界遗产

1972年,联合国教科文组织通过了《保护世界文化与自然遗产公约》,将世界范围内具有突出和普遍价值的文物古迹及自然景观列入《世界遗产名录》,其中包



括文化遗产、自然遗产及文化和自然双重遗产。截至2012年7月,中国已拥有世界遗产43处,其中,文化遗产27处,文化与自然双重遗产4处,自然遗产9处,文化景观3处。

资料来源:国家文物局官网 <http://www.sach.gov.cn/>

四、旅游介体与文化

旅游介体包含的面比较广,而其最直接的介体则是旅游业。旅游业的经营活
动具有明显的经济特性,由于其服务对象是寻求精神需求的旅游者,为了适应旅游
者的这种文化需求,使之必然地带上了明显的文化色彩。例如,旅游建筑的风格样
式,交通工具的选择和装饰,旅游客房的文化氛围和布置特点,导游人员的地方性
和文化素质等。事实证明,纯商业性的旅游业经营方式,已很难在竞争激烈的旅游
市场上立足。

旅游工艺品承载着更多的文化性,它本身就是民族文化的重要载体,是符号化
了的民族文化的象征物之一。民族文化有形和无形的因素是民族文化旅游产品生
产的极好素材,如民族神话、民族文学、民族音乐、民族舞蹈、民族礼仪、民族节日、
民族手工艺、传统医药、传统烹调技艺等。此外,对富有地方特色的自然风光、名胜
古迹、历史人物、生活习俗、传统艺术、生产工具等进行发掘,通过仿制或加工,也
可以形成具有浓郁地方民俗特色、具有收藏价值的工艺品。最好的民俗旅游产品往
往包含了外显性的民族文化因素,它们被生产者从庞杂的民族文化资源中提炼出
来,并加以加工和包装,从而成为备受消费者欢迎的旅游商品。

此外,地方饮食也会因其鲜明的民族或地域文化特色,而吸引了旨在体验异域
文化的游客的喜爱。曾经广为流传的“东坡肉”的事例,便很好地说明了旅游产品
中文化蕴涵的重要作用。一次,几名在杭州旅游的日本游客,对午餐中的“东坡肉”
不愿接受,导游便绘声绘色地讲述了北宋著名文学家苏东坡发明这道名菜的故事,
游客听完故事,立刻兴趣盎然地品尝了这道肥而不腻、富有营养的佳肴,并对其表
现了由衷的喜爱。

旅游的文化特性还体现在其文化交流的功能上。从学理上说,以人类学的视
角更容易理解旅游的本质特征,即旅游是对人类文化差异性与共同性的理解,通过
旅游这一平台,可以实现不同文化之间的交流。旅游的基本形式是人类短暂的、复
归式的迁徙活动,人们的这种或远或近的异地流动,本身就是一种文化交流活动。
现代旅游业的蓬勃发展,使得世界各地每时每刻都有人在旅途(旅游的途中),一方
面,旅游所涉及的首先是人与人之间的接触,这就为不同民族、不同国家、不同地区
的人们提供了交往的机会,使得不同政治观念、不同宗教信仰、不同文化传统的人
们有了相互了解、理解进而欣赏的可能;另一方面,具有各种不同文化背景的旅游

者频繁地流动于世界各个旅游地,而富有鲜明民族文化特点的旅游地则每日接待着来自世界各地的旅游者,这种双向的流动和接触,带来的是不同文化之间多方位、多层次、多侧面的碰撞和交流。这样一来,游客在游览过程中欣赏和领略了旅游地的各种层面的文化现象,同时又将这些异域的文化信息,包括自然风光、名胜古迹、风土人情等,通过摄影、摄像、亲身体验等多种方式,带回到自己原有的文化圈中,使之发生第二次文化扩散。更为重要的是,游客在旅游的过程中也会有意无意地将本身所携带的异域文化信息,通过外在和内在的渠道传播到旅游地,进而实现不同文化之间的双向影响和互动交汇。

第二节 旅游文化的概念

旅游文化是旅游业的灵魂,没有旅游文化就没有旅游业。的确,在旅游规划、旅游产品设计、导游讲解等方面,旅游文化的功能越来越突出,不少旅游学者在其论著中都提到这一点。但是,在旅游文化功能日益突出的今天,旅游文化的科学性一直得不到确立,甚至一些权威的旅游学学者,对旅游文化是科学的说法仍抱有疑问,至少对旅游文化的科学性没有充分的信心,对旅游文化存在着偏见。

一、旅游文化概念的争论

旅游文化这个命题最早是由美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特提出的,他们在1977年合作出版了《旅游学——要素·实践·基本原理》一书,在这本书中,“旅游文化”被作为一个章节的标题。指出旅游文化“实际上概括了旅游的几个方面,人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想”,它是“在吸引和接待游客与来访者的过程中,游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的相互影响所产生的现象和关系的总和”。可以看出,美国学者心目中的旅游文化是一种泛旅游的文化,实质上是把旅游当成一种文化现象进行研究,这种视角具有一定的意义。但是,美国学者提出的旅游文化概念发展到今天是否一直保有原初的内涵?其在不同文化背景的国家是否都具有普遍的意义?这两个问题需要认真地对待。旅游文化概念是一个动态发展的过程,在不同的时空环境中具有不同的内涵和外延,而衡量其标准、把握其实质的法宝就是特定时空条件下的旅游实践活动。

喻学才从时代分期角度进行了比较全面的梳理,他把旅游文化概念的研究分为20世纪80年代、20世纪90年代前期和20世纪90年代后期等三个时期。他认为“由于文化的定义至今仍存在严重分歧,导致学者们对旅游文化的认识和表达也存在很大差异”。



沈祖祥在其《旅游文化概论》一书中,也从一种比较独特的视角对纷乱的研究状况进行归纳,将旅游文化这一概念的表述主要归纳为四种。它们分别是旅游+文化说——广义旅游文化,民族文化说,主、客体说和碰撞说。沈氏的总结同样说明了旅游文化概念性研究处于“百家争鸣”的状态。

马波在其《现代旅游文化学》一书中,认为旅游文化概念界定的差异分为以下三种: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与精神财富的总和;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;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而作用于旅游生活过程中的一种特殊的文化形态,是人类在旅游过程中精神文明与物质文明的总和。

沈祖祥和马波在综合分析不同学说的基础上,分别提出了旅游文化的新概念。沈祖祥认为:“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的活动,碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。”马波认为:“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,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。”这两个新概念在表达的意义上大同小异,可以说是近年来少有的对旅游文化概念的重新审视,被认为是大多数旅游文化研究者接受的概念。但是,这并不代表学术界对旅游文化概念的研究已经取得了最终的成果。从本质上看,他们都坚持旅游主体即旅游者在旅游文化研究中的核心位置(尽管马波提出第二主体说);都认为旅游文化是异类文化相互“碰撞”的产物。所不同的是:沈祖祥认为,旅游文化是旅游主体、旅游媒体和旅游客体“碰撞”出的文化现象的总和;而马波则认为,旅游文化是客源地社会文化和接待地社会文化相互碰撞的过程和结果。可见二人对于“碰撞”对象的认识有一定的区别。沈氏强调了旅游文化是一种结果,马氏强调了旅游文化是一种过程和结果。

二、旅游文化概念与内涵

结合上述分析,旅游文化是旅游者在旅游活动过程中形成的文化现象和文化关系的总和。它具有区别于一般文化的独特形态和表现方式。这个概念具有以下几个方面的内涵:

(一) 旅游文化是一种独特的客观存在

它有着自身独特的内涵和外延,有着自身完整的体系,在旅游业实践中有现实意义的表现。旅游文化就是一种客观存在,可以而且应该从它本身出发,把它作为一个独立的、系统的整体进行研究,而不是像以往那样,从各种旅游主客体之中去

寻找分散的旅游文化。也不应该仅仅讨论旅游业的一般文化属性,更不能把一般旅游学分支学科的研究对象生拉硬拽入自己的门下,也不能只研究旅游文化积极或消极的影响。因为,这样的研究或割裂了旅游文化的整体性,或模糊了旅游文化的本质特征,或离开了旅游文化的本体,从局外去审视旅游文化的影响。如此种种的研究,实际上离旅游文化的本质相距甚远。

(二) 旅游文化是经过再加工的文化

旅游文化是人们从丰富的文化现象中挑选出来或开发出来,适应于旅游的文化侧面它强调的是一种创新精神,是经过人工再造的文化。如果把文化比作一种能折射多种光彩的多棱镜的话,那么,旅游文化就是人们细心打磨出来的一个文化侧面。旅游文化不是一种自发的文化状态,它的产生离不开旅游工作者的开发和创造。旅游文化的目标有两个重点,第一是要努力挖掘传统文化,努力整合文化资源;第二是要创造新的文化,弘扬新的文化。如果不去研究怎样开发适合市场需求的旅游文化,不能提出有代表性的旅游文化创新思路,那么得出的研究成果就会失去指导实践的功能,成为僵化的没有生命力的理论,不能成为先进旅游文化发展方向的代表。



小案例

贵州“旅游小镇”

贵州省将结合多彩民族文化和丰富的旅游资源,“十二五”期间在全省范围内规划开发 50 个富有地域特色的风情“旅游小镇”,提升贵州旅游品牌。

记者从贵州省政府了解到,贵州省将选取 50 个富有“贵州特色”的重点历史文化名城、名镇、名村和重点风景名胜作为“旅游小镇”实行综合开发,整片对外招商。这些“旅游小镇”将集“吃住行游购娱”六大旅游要素为一体,采取相对集中、成片发展模式,逐步开发。

据了解,“旅游小镇”的建设将按照“大项目、大规划、大投入”的思路,进行统一招商、整体推进、分步实施。项目建设预计一期将在 5 年内推出 5 个到 10 个“旅游小镇”。目前贵州江口县云舍镇、黄果树石头寨、遵义新浦红色文化小镇、贵定金海雪山、都匀斗篷山等主题小镇正在进行投资洽谈中。

“旅游小镇”是一种以景区景点为依托,对周边区域进行成片综合开发的旅游综合体。据介绍,按照国际通行的“旅游小镇”模式规划开发,可以将贵州的 248 个景区景点连线成面,改变旅游资源“散乱杂小”状态,使贵州旅游真正进入“区域旅游”时代。

资料来源:新华网 2012 年 6 月 14 日