



21 世纪高职高专旅游服务与管理专业 **工学结合** 系列教材

21SHIJI GAOZHI GAOZHUAN LUYOU FUWU YU GUANLI ZHUANYE GONGXUE JIEHE XILIE JIAOCAI



# 中国旅游

ZHONGGUO LUYOU WENHUA

# 文化

主 编◎陈晓琴

配有电子  
教学资料



中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

21 世纪高职高专旅游服务与管理专业工学结合系列教材

# 中国旅游文化

主 编 陈晓琴

副主编 黄 星 张卫兵

参 编 李秀霞 方 静

主 审 倪筱荣

| 书 名      | 编 者 | 书 号               | 定 价    | 出 版 社   |
|----------|-----|-------------------|--------|---------|
| 中国旅游文化   | 陈晓琴 | 978-7-5091-1000-9 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游地理   | 张卫兵 | 978-7-5091-1001-6 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游法规   | 李秀霞 | 978-7-5091-1002-3 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游英语   | 方 静 | 978-7-5091-1003-0 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游礼仪   | 黄 星 | 978-7-5091-1004-7 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游市场营销 | 倪筱荣 | 978-7-5091-1005-4 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游服务礼仪 | 张卫兵 | 978-7-5091-1006-1 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游安全管理 | 李秀霞 | 978-7-5091-1007-8 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游文化   | 陈晓琴 | 978-7-5091-1008-5 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游地理   | 张卫兵 | 978-7-5091-1009-2 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游法规   | 李秀霞 | 978-7-5091-1010-9 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游英语   | 方 静 | 978-7-5091-1011-6 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游礼仪   | 黄 星 | 978-7-5091-1012-3 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游市场营销 | 倪筱荣 | 978-7-5091-1013-0 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游服务礼仪 | 张卫兵 | 978-7-5091-1014-7 | 28.00元 | 中国财富出版社 |
| 中国旅游安全管理 | 李秀霞 | 978-7-5091-1015-4 | 28.00元 | 中国财富出版社 |

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/陈晓琴主编. —北京: 中国财富出版社, 2013. 12

(21 世纪高职高专旅游服务与管理专业工学结合系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5055 - 6

I. ①中… II. ①陈… III. ①旅游文化—中国—高等职业教育—教材 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 288578 号

策划编辑 寇俊玲

责任编辑 徐文涛 李瑞清

责任印制 方朋远

责任校对 杨小静

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部)

010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部)

010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5055 - 6/F · 2055

开 本 787mm×1092mm 1/16

版 次 2013 年 12 月第 1 版

印 张 16.5

印 次 2013 年 12 月第 1 次印刷

字 数 371 千字

定 价 33.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

# 21 世纪高职高专旅游服务与管理专业 工学结合系列教材编审委员会

高级顾问 韩 琦 王束生

主审专家 苗雅杰 陆 朋

主要委员 (以姓氏笔画为序)

丁 超 王春梅 艾小勇 田 红

仝松锋 刘长英 刘咏梅 刘建华

刘晓明 刘 强 祁 颖 杨永杰

杨建朝 何艳琳 沈国娟 陆 刚

陆 朋 陈国生 陈修岭 陈晓琴

陈 瑜 苗雅杰 罗春燕 罗 德

单铭磊 项园园 赵爱民 赵嘉骏

柏 莹

总 策 划 寇俊玲

# 出版说明

为了编写这套教材,中国财富出版社筹备的“21世纪高职高专旅游服务与管理专业工学结合系列教材编审委员会工作会议”第一次会议和第二次会议先后在杭州和北京召开,会议贯彻以职业技能训练为中心任务、以工学结合为体系的现代化高职教育教材编写理念,探索具有旅游服务与管理专业特色的工学结合的教材编写模式,搭建了企业管理人员与一线教师交流的平台。

工学结合的教材应该根据具体的专业所属的行业领域和职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,按照职业岗位编排教材体系与实训项目内容,从而使教材有效地体现知识与职业岗位的一体化。这样的教材必然具备两个特点:一是必须由企业人员参与教材编写,体现校企合作、工学结合;二是必须与相关职业资格标准相结合。

那么,旅游服务与管理专业工学结合的教材应该是怎样的?

旅游服务与管理专业工学结合的教材应该是以岗位(群)为依据划分项目,再将项目分解成任务,并且具体地讲解完成任务所需要的步骤,从而同时实现技能目标和知识目标。它不同于传统的“实训教程”,也不等于众多小模块的拼凑,更不是简单地将“章”变“项目”,“节”变“任务”。而是将系统的知识与技能有机地结合起来表述,有严格的项目、任务分解依据,读来既轻松又不失严谨。

本系列教材还配有电子教学资料,包括电子教案,教学指南,课时建议,练习题答案,实训设置,期末考试A、B试卷等,能够为老师授课和学生学习提供诸多便利,起到小型“资料库”的作用,欢迎登录中国财富出版社网站(<http://www.cfpress.com.cn>)进行下载。

本系列教材从策划伊始到问世,都伴随着策划人的详尽调研、行业专家的认真解感和编写老师的严谨耕耘,具备以下特点:

(1) 通俗易懂,深浅有度。理论知识广而不深,基本技能贯穿教材的始终。图文并茂,以例释理的方法得到广泛的应用,十分符合职业院校学生的学习特点。

(2) 工学结合的编写思路。一方面注重企业的参与,另一方面注重与相关职业资格标准相结合。

(3) “套餐式”教材,电子教学资料请专业人士制作。现代化的手段可以帮助

丰富和发展传统的教材。

(4) 兼顾老师授课和学生学习。教材不仅设置电子教学资料,从而减少老师备课的工作量,而且内容安排上兼顾了可读性,使学生能够自主学习。

“21 世纪高职高专旅游服务与管理专业工学结合系列教材”符合职业教育的教学理念和发展趋势,能够成为广大教师和学生教与学的优秀教材,同时也可以作为旅游业管理人员、相关从业人员的自学读物。

在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

教材在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

教材在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

教材在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

教材在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

教材在编写过程中,我们力求做到:1. 突出实用性。教材内容以职业岗位需求为导向,注重培养学生的实际操作能力。2. 突出先进性。教材内容反映旅游服务与管理专业的新知识、新技术、新工艺。3. 突出科学性。教材内容注重培养学生的科学素养和创新能力。4. 突出人文性。教材内容注重培养学生的职业道德和人文素质。

# 前言

文化是旅游者的出发点和归结点，是旅游吸引力的渊源，是旅游业的灵魂。旅游文化作为中国文化的一个重要组成部分，不仅是一种特定的社会历史现象，是旅游过程中物质和精神有机结合的产物，也可帮助现代旅游业发挥最大效益功能的新型经营管理思路与措施。

作为旅游从业人员，特别是旅游一线从业人员，对旅游文化知识的熟悉、掌握和灵活应用是决定其服务质量优劣的重要因素，也是衡量我国旅游业接待服务规格档次的重要指标。高职高专旅游类专业人才培养目标定位是面向生产、服务、管理一线的高素质技能型旅游从业人员，这些专业的学生对中国旅游文化知识的掌握和应用显得尤为重要。

传统的《中国旅游文化》教材着重知识点的介绍，缺乏对学习者的主动学习的引领及对所学知识点的灵活应用。本书中的每个项目都开宗明义，首先明确各项目学习者所要掌握的知识、能力和素质目标，然后由任务导入，介绍相关知识点，并在所学知识点的基础上，构思设计相关的实训项目，从实训项目的练习中，训练和考量学习者对本项目相关知识的掌握和灵活应用能力。

中国旅游文化博大精深，包括历史文化、山水文化、建筑文化、园林文化、宗教文化、传统饮食文化、民俗文化、非物质文化等。谈起旅游人，总会听到用“上知天文、下知地理历史”来形容其知识面。从中，我们可以看到历史文化知识和山水文化知识对旅游从业人员的重要性。

本书共设计有7个学习项目，包括绪论、中国古代建筑文化、中国古典园林文化、中国宗教文化、中国传统饮食文化、中国民俗文化、中国非物质文化遗产。本书既可以作为高职高专旅游类专业的教材，也可以作为旅游企业在职从业人员的培训和参考用书。

本书由陈晓琴主编，负责大纲的设计、部分章节的编写、审稿和最后的统稿。各章编写分工如下：项目一和项目四由张卫兵（常州轻工职业技术学院）编写；项目二由李秀霞（北京广播电视大学平谷分校）编写；项目三和项目五由陈晓琴（常州轻工职业技术学院）编写；项目六由黄星（常州信息职业技术学院）编写；项目七和附录由方静（常州轻工职业技术学院）编写。全书由倪筱荣（常州轻工职业技术学院）主审。

中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

## 前言

编者

2013年10月28日

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

编者：中国旅游文化博大精深，要在本书中介绍全面、无一遗漏是很困难的，编写内容如有疏漏，恳请读者批评指正。

# 目 录

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 项目一 绪论 .....            | (1)   |
| 任务一 文化的内涵 .....         | (1)   |
| 任务二 旅游文化 .....          | (5)   |
| 复习思考题 .....             | (9)   |
| 项目二 中国古代建筑文化 .....      | (10)  |
| 任务一 中国古代建筑发展历程 .....    | (10)  |
| 任务二 中国古建筑的类型及代表建筑 ..... | (14)  |
| 任务三 中国古建筑要素构成 .....     | (32)  |
| 复习思考题 .....             | (47)  |
| 项目三 中国古典园林文化 .....      | (49)  |
| 任务一 中国古典园林发展沿革 .....    | (49)  |
| 任务二 中国古典园林类型及代表园林 ..... | (53)  |
| 任务三 中国古典园林造园要素构成 .....  | (63)  |
| 任务四 中国古典园林构景手法 .....    | (74)  |
| 复习思考题 .....             | (81)  |
| 项目四 中国宗教文化 .....        | (83)  |
| 任务一 佛教文化 .....          | (83)  |
| 任务二 道教文化 .....          | (98)  |
| 任务三 基督教文化 .....         | (104) |
| 任务四 伊斯兰教文化 .....        | (112) |
| 复习思考题 .....             | (121) |

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 项目五 中国传统饮食文化 .....      | (123) |
| 任务一 中国传统饮食文化的发展历程 ..... | (123) |
| 任务二 烹饪文化 .....          | (128) |
| 任务三 酒文化 .....           | (136) |
| 任务四 茶文化 .....           | (143) |
| 复习思考题 .....             | (155) |

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 项目六 中国民俗文化 .....  | (157) |
| 任务一 民俗及民俗文化 ..... | (157) |
| 任务二 服饰民俗 .....    | (160) |
| 任务三 居住民俗 .....    | (169) |
| 任务四 岁时节日民俗 .....  | (178) |
| 任务五 婚姻民俗 .....    | (184) |
| 任务六 丧葬民俗 .....    | (192) |
| 复习思考题 .....       | (199) |

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 项目七 中国非物质文化遗产 .....    | (201) |
| 任务一 非物质文化遗产 .....      | (201) |
| 任务二 中国的世界非物质文化遗产 ..... | (205) |
| 任务三 中国的非物质文化遗产 .....   | (226) |
| 复习思考题 .....            | (242) |

|            |       |
|------------|-------|
| 参考文献 ..... | (245) |
|------------|-------|

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 附录 世界非物质文化遗产名录及入选年份 ..... | (246) |
|---------------------------|-------|

## 项目一 绪论

### 学习目标

#### 知识目标

1. 了解文化的含义、层次及特点;
2. 掌握中国的文化特征和地域环境;
3. 掌握旅游文化的内涵;
4. 熟悉旅游与文化、旅游文化与文化旅游的关系。

#### 能力目标

1. 能够准确把握我国的旅游文化特点, 增强对中国旅游文化的认识;
2. 能够根据新时期下旅游业发展情况对中国旅游文化创新进行分析。

#### 素质目标

对中国旅游文化建设的必要性和可行性有基础的认识。

### 任务一 文化的内涵

#### 任务引入

俭朴的农家妇女也许坐在门槛上织毛衣、拣豆子, 穿着家居的粗布裤, 但是一见邻居来访, 即使是极为熟悉的街坊邻居, 她也必先进屋里去, 将裙子换上, 再出来和客人说话。穿裙或穿裤代表什么符号会因时代而变, 但是认为“礼”是重要的, 也就是一种对自己和对他人的尊重, 在农妇身上显现的其实是一种文化的底蕴。何谓底蕴, 不过就是, 没有学问、不识字的也自然会知道的礼数, 因为祖辈父辈代代相传, 因为家家户户耳濡目染, 价值观在潜移默化中于焉而形, 就是文化。

(节选自龙应台《什么是文化》)



## 问题提出

什么是文化？文化包含哪些方面的内容？文化的主要特点是什么？



## 知识准备

### 一、文化的含义

何谓文化？这是个比较复杂的问题，国内外学术界关于文化的定义上百个。上海辞书出版社1979年版的《辞海》中“文化”条目中是这样描述的：从广义来说，文化指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义来说，文化指社会的意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。

文化是一种历史现象，每一种社会形态都有与其相适应的文化，并随着物质生产的发展而发展。作为意识形态的文化，是一定社会的政治和经济的反映，又给予巨大影响和作用于社会的政治和经济。在阶级社会中，它具有阶级性。随着民族的产生和发展，文化具有民族性，通过民族形式的发展，形成民族的传统。文化的发展具有历史的连续性，社会物质生产发展的历史连续性是文化发展历史连续性的基础。

### 二、文化的要素和层次

#### 1. 物质文化层

物质文化层是指人类的物质生产生活方式和产品的总和，是可触知的具有物质实体的文化事物。我国历史遗存的物质形态文化产品比较多，如各种建筑、工程遗址、墓葬，青铜、铁制生产工具、兵器、生活用具，各种不同的文化用品、艺术品、生活用品等。通过它们，我们不但可以了解当时的生产、生活状况，还可以由此了解和推测当时人们的思想、意识、观念、宗教活动、艺术活动、习俗、制度等。

#### 2. 制度文化层

制度文化层是指人类在社会实践中组建的各种社会行为规范、生活制度等。我国从传说中开始于夏代的饮宴礼仪制度，到西周时形成的一整套“周礼”，以至延续到明清的各种典章制度，涉及范围广泛、内容完备严密。从墓葬、住宅、官员服饰、车马轿、平民与商人的服色、天子至士进食的用具和食品等这些从生到死、从衣食到住行等制度，都有严格的等级规定，不得逾越。

#### 3. 行为文化层

行为文化层是指人际交往中约定俗成的以礼俗、民俗、风俗等形态表现出来和行为模式。如我国古代婚礼举行时一整套迎亲、拜天地、入洞房、闹新房等仪式和行为；春节除夕守夜、包饺子、吃年夜饭、拜年、闹元宵、观花灯等，都属于行为形态的文化



内容。其中很多一直延续到今天,又成为当代社会行为文化内容的组成部分。行为文化具有鲜明的地域性和民族性。

#### 4. 精神文化层

精神文化层是指人类在社会意识活动中孕育出来的价值观念、审美情趣、思维方式等主观因素。精神文化层是文化的核心。这一形态的文化包括属于社会心理层次的文化和属于社会意识形态层次的文化。前者如人们的要求、欲望、风尚等社会大众中流行的心态文化,后者如政治理论、法权观念、科技、哲学、宗教、文学、艺术等意识形态文化。

### 三、文化的特点

随着时代的进步和经济的发展,各个国家和民族的文化无疑受到强烈的冲击和碰撞,同时又通过具有文化意义的“经济时代”,表现出各民族文化的一些共性。

#### 1. 社会性特点

文化作为一种意识形态,是上层建筑的重要组成部分。它受经济的制约,同时又反作用于经济基础,而且反作用在一定条件下十分巨大。文化反作用于经济有其特殊的方式。文化是一种社会职能,带有明显的社会功利目的。

世界上不存在绝对的纯粹的文化,文化总是以实现它的社会作用——改变人们的思想观念、促进社会的进步和发展为最终目的。人的社会性决定了人的一切活动都离不开人的社会实践。因此,由社会的人所创造的文化,一定要以人类的社会实践与发展而存在,必须是社会性的。文化之所以能够在人类历史上存在和发展,就是由于它具有促进社会发展的社会价值。

#### 2. 群众性特点

文化的发展与创新离不开人民群众,文化的各种表象特征总会打上群众特性的烙印,为群众服务,其主要表现在以下几个方面:①群众的文化消费水平逐渐提高。文化必须引导和培育人民群众科学的文化消费意识和文明、健康的文化消费行为。②群众的文化生活逐渐走向多元化,文化产品的生产、流通和交换,除了满足广大人民群众日益增长的精神文化需要以外,在现阶段必然要为发展商品经济服务。③群众的文化审美情趣逐渐向高雅文化发展,文化担负着向广大人民群众提高审美能力和科学文化素质的重要任务和特殊功能。④参与文化投资、经营、竞争的单位和个人越来越多,所从事的生产、经营和管理活动以及各种文化娱乐服务,都必须要与群众紧密结合。

#### 3. 两重性特点

文化的社会职能主要决定于它的内在价值,文化产品的终极功利目的则要通过非功利性的形式来实现。它要与自己的经济基础发展的“对立物”作斗争。因此,文化产品的这种意识形态属性决定了文化产品不能完全商品化。但是,文化产品同样是一种劳动产品,以商品形式进入流通的文化产品也要按照价值规律的一般要求,通过经济手段来完成供求关系的转化。由此看来,文化具有社会属性和商品属性的两重性。



#### 4. 传递性特点

文化传递是指文化一经产生就被他人模仿、效法、利用。传递有两个方面：纵向传递和横向传递。纵向传递指人类将文化一代一代地传下去。横向传递指文化在不同地域、民族之间的传播。不同民族文化之间的交流极大地促进了各民族社会的发展。

#### 5. 文化的变迁性和堕落性特点

文化不是静止不动的，而是时刻处于变化中。一般认为，大规模的文化变迁无不由三种因素引发：①自然条件的变化。气候变迁、自然灾害、资源匮乏、人口变迁都会引起文化变迁。②不同文化之间的接触，不同国家、民族在技术、生活方式、价值观念等方面的交流会引发大的变迁。③发明与发现。各种技术的发明、创造，导致人类社会文化的巨大变迁。

### 四、中国文化的特征和地域环境

中国是一个“以农业立国”的国家，从新石器代起，一直到夏、商、周三代，统治者都高度重视农业的发展。究其原因，地理、气候环境是一个极为重要的因素。这在很大程度上决定了古代文化是一个典型的农业社会文化。并由此带来中国文化的一系列有别于游牧文化和商业文化的基本特征。

从整体地理环境说，按照地理环境的差异，人类可以粗略划分为大陆民族与海洋民族。典型的海洋民族国家，人们生活的空间相对比较狭小，利用海洋漕运之便，往往商业比较发达，人员交往和流动也比较方便。又由于内地活动空间有限，回旋余地不大，故容易形成向外拓展的动机。

中国整体地理环境的格局恰与海洋民族所处的地理环境相反。其主要区别是：

#### 1. 中国有极为广袤的疆土

疆土辽阔，内部平原广阔，特别是黄河、长江两河流域平原毗连，没有明显的天然屏障可以阻隔，因此在政治、经济、文化以及军事上都较海洋诸岛易于统一，所以历史上强悍的游牧民族南侵，中国纵然丧失了首当其冲的黄河流域，但仍有广大退路可供回旋。其他古文明地区沦亡于外族的入侵，即一蹶不振，独有中国能对外族潜移默化，始终保持着自己文化的独特风格和完整体系，并使之绵延不绝。

#### 2. 中国有较易于隔离的地理环境

东面临海，西北横贯漫漫沙漠，西南有世界上面积最大的青藏高原，平均高度4000~5000米。在生产技术不发达的古代，这些都是地理上的阻隔地带。

这种一面临海、其他三面陆路交通极不便利，而内部回旋余地又相当开阔的环境，形成一种与外部世界半隔绝的状态，使中国没有向外部世界拓展的野心，养成了独自经营、和平温顺的国民性格。所以中国文化大体上是在本土独自酝酿成长，虽偶有外来文化成分由西域或海上传入，皆能雍容消纳，使中国文化的发展稳定而富于自信。

#### 3. 中国的气候，也影响文明拓展的方向

古代巴比伦、埃及、罗马、印度等文明，都发源于温带而逐渐向寒冷地带发展，

中国则相反。由于季风气候的影响,我国雨量由东南至西北逐减,而地势由东南至西北逐渐增高,多数河流由西向东或由北向南注入大海,这种自然条件往往决定收获的丰歉,再加上南暖北寒的气温,造成南长北短的农作物生长季节,这些条件对农民的耕植发生吸引,所以形成人口南移、文化南进的趋势。

#### 4. 中国是世界上人口最多的国家

早在秦汉时期,就拥有 6000 万人口,而耕地面积却远远不足。加上封建地主阶级的土地兼并,这样不得不使农业在所分得的狭小的土地上精耕细作,对土地做最经济的利用。在生产力十分落后的条件下,虽然忙碌辛苦,也仅能糊口,这便养成了安土重迁、乐天知命、安分守己的民族性格。对他们来说,土地就是生命,离开或失去土地就意味着贫穷与死亡。这种经济上对土地的依赖,反映到民族心理上则表现为对乡土的无限眷恋和对故国的深厚情怀。这种文化特色,形成中华民族强大的凝聚力。

## 任务二 旅游文化

### 任务引入

旅游既是一种社会经济现象,又是一种文化现象,是社会文化发展的必然产物,旅游是人类高档次的文化享受,是人类一种高层次需求的行为外显。旅游作为一种社会行为,属于文化范畴,具有社会文化属性。

自有旅游活动以来,旅游与文化就从未分离。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体;没有文化的旅游就没有魅力,而没有旅游的文化则缺少活力。旅游的优势体现在市场,文化的优势体现在内涵。站在旅游的角度看,抓住文化就抓住了核心价值;站在文化的角度看,抓住旅游就抓住了市场。



### 问题提出

什么是旅游文化? 旅游文化对旅游发展有哪些影响?



### 知识准备

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。旅游需要文化的附丽,没有文化的旅游则显得苍白无力。因为旅游者和经营者之间所达成的协议虽然是经济的,但在服务内容上则要求满足其精神文化享受的需要。应该说,没有旅游文化就没有旅游业,旅游文化是旅游业的灵魂。



## 一、旅游文化的含义

目前,我国旅游学界对旅游文化概念的界定主要有以下几种理解:

(1) 旅游是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和。它是人类过去和现在所创造的与旅游活动紧密相关的精神文明与物质文明。

(2) 旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒介相互作用的结果。它不是旅游和文化的简单组合,而是旅游主体(旅游者的文化要求和情趣)、旅游客体(旅游资源的文化内涵和价值)、旅游媒介(旅游业的文化意识和素质)三者相互作用所产生的物质和精神成果。

具体地说,“潜在的旅游者由于受到旅游动机的冲击和旅游客体的吸引,在旅游业的介入下,实现了旅游,在旅游过程中产生了欢快愉悦的心理状态和审美情绪,这种心态和情绪是旅游三要素中任何一个要素都没有的。这是旅游文化最初和最核心的部分”。因此,旅游者处于旅游文化的中心位置,旅游者在旅游活动中所显示出来的特殊的欣赏取向、审美情绪、心理状态及其文字、形象的记载,构成了旅游文化的主要内容。

(3) 旅游文化是旅游生活的一种文化形态,是旅游这一独特的社会现象体现出来的文化。它是由旅游者与旅游从业者在旅游活动中共同创造的,具体来说,这是旅游者或旅游服务者在旅游观赏或服务过程中所反映出来的观念形态及其外在表现。

(4) 旅游文化是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。它是世界各民族文化创造基础上的全球化趋势中大众的、民间的休闲消费文化。

综上所述,我们可以看出,旅游行为的综合性、时空的延展性、景观意态的趣味性、旅游内容的丰富性,以及满足游客文化需求多样化的客观规定性,促使旅游业必须具有适合自身发展需要的文化形态,这就是旅游文化。旅游文化可以分为传统旅游文化和现代旅游文化,前者主要包括旅游者和旅游景观文化;后者则增加了旅游业文化和文化传播。旅游文化建设是现代旅游业发挥最大效益效能的新型经营管理思路。

## 二、旅游与文化

“旅游”是指人们为了满足物质和精神上的某种需要,采取多种方式,通过多种途径,离开定居点,到异地作短期的旅行观光。旅游作为广泛的审美形式,是人类的基本社会文化活动之一,也是一种特殊的生活方式。无论是在旅游的物质基础方面,还是在旅游者的精神过程之中,都不可避免地有着文化的印迹。

人的旅游过程从酝酿开始就不可能脱离文化的影响。而旅游的过程包括吃、住、行、游、娱、购等活动,无一不与文化相关。任何旅游者所面对的不是本体文化的作用结果或影响,就是非本体文化的作用结果或影响。对此,旅游者势必会作出基于自身文化修养的反应。所以说文化是旅游的动机之一,同时,旅游本身又是一种文化生

活。这不仅表现在旅游的主体旅游者、旅游的客体旅游资源、旅游的媒体旅游业,还表现在旅游活动本身就是一种文化生活。旅游者不单纯是文化的旁观者,而且是不同文化的参与者和传播者。

根据马斯洛的需求层次理论,人类的需求可以区分为五个层次:自我实现需求、受尊重需求、社交和归属需求、安全需求、生存需求。对应这个理论,旅游动机是高于基本生存需求的社会动机和文化动机。旅游需求的真正驱动力不是满足其基本的生存需求,也不是满足常态生活可以满足的需要。旅游需求应归结到较高的三种层次,即人们希望通过旅游满足社交和归属、受尊重需求和自我实现需求。

在此基础上我们来对旅游与文化的关系作扼要的陈述:

(1) 旅游活动的出现是人类文化发展到一定水平的产物。大众化旅游局面的形成更是人类精神文明和物质文明已经达到一定程度的必然结果。因而,旅游活动是一种特定形式的文化活动。

(2) 旅游是人的谋求身心需求得到满足的行为过程,是一种文化现象。

(3) 刺激人们产生旅游动机的因素有直接、间接的旅游经验,而绝大多数旅游动机的刺激因素是文化性质的。从这个角度看,文化是造就旅游的群众基础的重要因素。

(4) 旅游行为过程是信息作用过程,这一信息过程不可避免地会受到来自主要知觉文化差异方面的刺激。人们对文化差异的知觉及作出的反应是文化交流过程中值得注意的行为内容。

概括地说,文化是旅游的社会环境,是维系旅游使之走向大众化的精神因素。同时,旅游对文化的影响是多方面的,既有积极的一面,又有消极的一面。

一是旅游对文化的传播作用。旅游者到异国他乡旅游,目的之一就是学习和了解当地文化,与此同时,又将自己本国、本地区或本民族的文化带给旅游目的地居民,因此,旅游能够促进文化的传播和交流。

二是旅游对文化的保护作用。文化是一种旅游资源,是旅游者参观、游览的对象,因此,一个地区以及当地居民为了发展旅游业,为其经济和社会服务,就必然十分重视对其民族文化和当地文化的发掘和保护工作。

三是旅游对文化的消极作用。一方面,旅游目的地政府、居民和企业会强化当地文化的独特性,以吸引具有不同文化背景的异国、异地旅游者。从而使当地文化的特色更为浓厚、特点更为突出。但另一方面,旅游者将本国或民族的文化带进来,对旅游目的地的传统文化产生冲击,结果使本民族文化逐渐被外来文化所同化。

### 三、旅游文化与文化旅游

文化旅游是一种指向性的旅游方式,是旅游项目之一。如国家旅游局组织策划的“94 中国文物古迹游”、“95 中国民俗风情游”、“2002 中国民间艺术游”和以后几年的旅游主题:“2003 中国烹饪王国游”、“2004 中国百姓生活游”等活动就是文化旅游。据统计,美国旅游业中增长最快的项目就是文化旅游。在美国人中,27%的人每年要