

高等院校
旅游专业系列教材



中国旅游文化

陈来生 编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

中国旅游文化

陈来生 编著

南开大学出版社

天津

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化 / 陈来生编著. — 天津: 南开大学出版社,
2008. 7

(高等院校旅游专业系列教材)

ISBN 978-7-310-02939-6

I. 中… II. 陈… III. 旅游—文化—中国—高等学校—
教材 IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 078249 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

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

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 20 印张 366 千字

定价: 34.00 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

前言

任何一个民族都以其自身鲜明的文化特点跻身于世界民族之林,没有特色的民族大概是不会有多少发展前途和竞争能力的。旅游作为一种文化性很强的经济产业,作为旅游者了解异国情调、游览他乡风物、体认异地文化的一种活动,必然要求我们从大文化的角度来看待、开发和研究旅游,在旅游客体和旅游介体的建设中注重甚至依恃文化内涵,突出民族特色、地方特色,在旅游开发的全过程中都贯穿这一主线。这样,我们的旅游事业才会富有生命力和竞争力。

中国的《红高粱》、《卧虎藏龙》等影片能获国际大奖,就是因为它们具有浓郁的中国乡土特色。同样,我们的旅游只有注重文化内涵的挖掘,注重民族风格和乡土特色,才有可能赢来外国游客,才会在国际旅游竞争中“获奖”。国家旅游局原局长刘毅说,在国际旅游业激烈的竞争中,中国旅游能保持稳定的高速增长,就是依靠丰富多彩的自然旅游资源和唯我独佳的历史文化资源,在旅游开发中突出民族特色和地方特色,始终贯穿中国文化这一主线,才使中国旅游魅力长存、经久不衰。

正是因为看到旅游文化的重要性,所以早在1992年,本人就在母校复旦大学出版社的支持下出版了《中国旅游文化》一书。因为当时国内还没有类似的书籍,所以该书出版后,在社会上产生了一定的影响。但现在看来,其中的一些理论和看法已经较为落后,在旅游业快速发展的今天,亟需根据新的形势、新的理念和新的要求,写出新的《中国旅游文化》。这种想法的付诸实施,便是我们这本书的问世。

任何一种新的文化形态的产生、发展和完善,都是社会生产力和文化发展到相当水平的结果。随着旅游业在经济领域中地位的不断提髙,它对社会文化发展的需求和依赖也愈加明显。旅游行为的综合性、时间空间的延伸性、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。旅游文化建设乃是现代旅游业发挥最大效益效能的新型经营管理思路。

在我国目前国力尚不够强大、国际市场又竞争激烈的情况下,从国情出发,充分利用现有的物质和社会条件,充分挖掘和利用我国特有的传统文化、民族风情和地方特色,把有限的财力集中于最有竞争性、进攻性的旅游产品开发上,以唯我独有的“拳头产品”打入国际市场,这应该是建设中国旅游业的坚定不移的方向。

旅游文化作为中国文化的一个重要组成部分,不能不受其影响和制约。外国游客来中国,更多地是为了了解中国人的生活和中国文化,旅游业不但要把旅游景点展示给他们,同时其基础服务设施本身(如饭店的建筑风格、服务员的着装、饮食的花样等)也是体现民族风格和地方特色,体现民族文化的一个“景致”。中外旅游实践表明,在文化旅游越来越受重视的今天,在人们的审美需求越来越高、越来越丰富的现代,如果仅仅把旅游作为一种经济产业而不是经济文化产业,忽略其浸润着的文化特质,必将大大削弱其竞争力,影响其可持续发展。

旅游文化不但是一种特定的社会历史现象,是旅游过程中物质与精神有机结合的产物,也是可供现代旅游业发挥最大效益效能的新型经营管理思路与措施。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。旅游文化的提出和探讨既是理论建设的需要,也是旅游生产力发展的现实需要。所以旅游文化的建设应围绕并对应人们的这种文化生活需求,采取切实有效的措施,以促进旅游业的发展。

本书第一章和第二章是基本理论探讨。第一章研究中国旅游文化“是什么”、“为什么”和“怎么做”;第二章从历史发展的角度谈中国古代旅游的形式及特点、中国古代旅游文化的发展演变,并从特定社会经济看中国旅游的发展流变及其特点。

第三章是对旅游主体文化——旅游者的文化探索,对旅游者的基本成因、中国人的民族旅游性格和旅游消费特征,以及来华旅游者的审美、文化和消费需求加以分析和研究。

第四章至第八章都是介绍旅游客体文化——中国旅游资源文化的特色及开发。第四章从总体上介绍中国旅游资源及其文化特色、中国旅游资源文化的开发与利用,并介绍了中国的聚落和建筑旅游文化,以及主题公园旅游文化;第五章介绍了旅游饮食、旅游商品、旅游文娱、中国园林等中国旅游生活文化;第六章对中国的世界级旅游资源——世界遗产的现状、开发和保护进行了全面研究;第七章对中国的道教文化、佛教文化、基督教文化和伊斯兰教文化的源起和教义,对

宗教旅游的现状和问题,以及宗教旅游资源的开发加以全面梳理;第八章对民俗文化、民俗旅游进行探讨,对民俗旅游的开发利用提出发展对策。

第九章和第十章是对中国旅游介体文化的简要探寻。第九章对中国旅游业的成就和“大旅游”的发展思路,尤其是旅游服务文化和旅游生活文化加以研究;第十章则主要探讨旅游文化的传播和影响,如旅游接待地的文化传播和影响、旅游的文化传播和市场宣传、国际旅游市场的宣传开拓等。

本书在编写过程中,主要参考了谢贵安、华国梁编著的《旅游文化学》、马波著的《现代旅游文化学》、喻学才主编的《旅游文化》、沈祖祥主编的《旅游文化概论》和郑向敏的《旅游服务概论》等大量著述资料,并得到了各方面的支持和关心,在此谨表谢忱!

由于水平所限,书中必然存在着不足和讹误之处,恳请专家和读者赐正!

陈来生

2008年春于苏州

目 录

前 言	(1)
第一章 中国旅游文化理论	(1)
第一节 旅游和文化的概念	(1)
第二节 旅游文化的界定	(8)
第三节 中国旅游文化的研究对象和研究状况	(20)
第二章 历史语境中的中国旅游文化	(28)
第一节 中国古代旅游的形式及特点	(29)
第二节 中国古代旅游文化的发展演变	(31)
第三节 从特定社会经济看中国旅游的发展流变及其特点	(38)
第三章 旅游主体文化——旅游者的文化探索	(47)
第一节 旅游者的文化审视	(47)
第二节 中国古代民族旅游性格探析	(56)
第三节 中国旅游消费文化	(60)
第四节 来华旅游者的审美、文化和消费需求	(67)
第四章 旅游客体文化——中国旅游资源文化的特色及开发	(74)
第一节 中国旅游资源文化及其特色	(75)
第二节 中国旅游资源文化的开发与利用	(88)
第三节 中国主题公园旅游文化	(96)
第四节 中国园林旅游文化	(108)
第五章 中国旅游生活文化	(118)
第一节 中国饮食旅游文化	(118)
第二节 旅游商品资源文化	(127)
第三节 中国旅游文娱文化	(139)
第四节 中国聚落旅游文化	(146)

第一章

中国旅游文化理论

本章学习目的:

本章是全书的基础和框架。通过学习中国旅游文化的基本理论,了解旅游和文化的定义,辨识旅游的文化属性,掌握旅游文化的内涵、特征和构成系统,从而对中国旅游文化的概念,以及中国旅游文化建设的必要性和可行性有一个全面的认识。

本章学习要点:

旅游的概念;文化的概念;旅游文化的概念;中国旅游文化建设的必要性;中国旅游文化建设的可行性;中国旅游文化的研究内容;中国旅游文化的特征;旅游文化的发展趋势。

第一节 旅游和文化的概念

一、旅游的概念

要探讨旅游文化,不能不先探究旅游的定义。“旅游”一词耳熟能详,但真要准确阐述却不容易。旅游,顾名思义,包括旅行和游览。中国古代多将“旅”和“游”分开使用,而且此类词语很多,“旅”有旅行、旅人、旅客、旅途、旅程、旅羁、旅思、旅恨、旅情、旅怀、旅魂、旅愁、旅望、旅食、旅舍、旅服、旅费、旅貌、旅冢、旅骨、旅葬等;“游”有游览、游观、游赏、游瞻、游憩、游冶、游敖、游目、游玩、游春、出游、朝游、夜游、近游、远游、卧游、慢游、游荡等。与“游”有关的词目,大多表示游玩,极少有悲愁的色彩;而与“旅”相关的词则多含离愁别恨。“旅游”一词在我国首见

于南朝梁代沈约《悲哉行》的“旅游媚年春，年春媚游人”，之后多见于唐人诗句。当然，古代“旅游”一词多表现旅行于外游子思乡的情绪，与现代旅游的内涵和外延有着很大的区别，正如西方古代表示旅行的 travail 与 18 世纪才出现的专门表示旅游的 tourism 有着很大的不同一样。^①“travail”具有“阵痛、艰苦、困难”等含义，反映出西方人最初对旅游的恐惧。“travel”（长途旅行、依次经过）一词由此转化而来。最后才出现表示“环游、休闲、消遣”的“tourism”一词。

旅游发展到现在，不但成为全球最大的产业，而且已成为现代人生活中不可或缺的重要组成部分。由于旅游外延丰富，涉及甚广，所以在不同语境下，旅游往往有着不同的含义，有时指旅游活动（外出旅游），有时指旅游行业（旅游从业者），有时指旅游专业（学旅游的），有时则指更为广泛的社会文化现象。

因而有关旅游的概念和理解也很多，见仁见智，莫衷一是。从理论层面归纳，主要有以下几种：

一是交往理论。德国学者蒙根·罗特在《国家科学词典》一书中对旅游的概念是这么表述的：“狭义的理解是那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需要，或各人各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者在异地的人的交往。”

二是总和理论。瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在其合著的《普通旅游学纲要》一书中认为：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。”英国学者伯卡特和梅特里克也认为：“旅游是人们离开他经常居住和工作的地方，短期暂时前往一个旅游点的运动和逗留在该地的各种活动。”

三是休闲理论。如法国学者让·梅森特就将旅游表述为“一种消闲的活动”。世界旅游组织也认为“旅游是一种消遣旅行”。

四是生活方式理论。杨时进等在《旅游概论》中认为：“旅游是社会交往关系日益扩展的一种表现，是一种特殊的生活方式。”

五是经济理论。王洪滨在其主编的《旅游概论》中认为：“旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览为主要目的的非定居者的旅行和暂时居留引起的一切现象和关系的总和。”

上述旅游定义的出发点，主要有两种：一是从经济学（包括统计学）角度出发，把旅游界定为一个内容丰富的新兴产业，注重其经济效益和增值作用；二是从社会学和人类学角度出发，把旅游作为一种人类行为和社会现象来界定，其着重点主要围绕旅游者的量化标准以及旅游的社会影响。

“旅游”一词在具体使用中常有广义和狭义之别。狭义的旅游，只指旅游者的

^① 详见陈来生：《中国古代“旅游”观念及其民族文化心态探析》，《社会科学》2003年第12期。

活动行为,比如到哪里旅游了一次;广义的旅游,则指旅游主体、客体、介体及其相互作用的社会综合现象。长期以来,人们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;事实上,旅游首先是一种文化现象,然后才是一项文化经济产业。但不管从旅游发展的历史还是从现代旅游开发的实践看,旅游作为一种文化现象所产生的影响,都比单纯的经济影响更为深远。

随着人文科学的日益成熟,旅游学界开始对旅游活动的内涵——文化及其作用作进一步思考。如加利法教授就认为:“旅游是对离开居住地的人的研究,是对因旅游者的需要而产生的这一产业的研究,是对旅游者和这一产业给东道地的社会文化、经济和自然环境所造成的影响的研究。”

旅游是社会经济发展到一定时代的产物。从表面来看,旅游是一种经济现象,旅游活动的广泛出现是经济发展驱使的结果,因为没有一定的经济收入作为基础,没有一定的闲暇时间作为保障,旅游就无从谈起。但是,旅游毕竟是人的一种主观能动行为。一个人能否成为旅游者,不仅需要外在的客观条件,而且更需要内在的主观动因,即直接推动一个人进行旅游活动的动机或动因。而这些动机或动因,一般都有着较深的社会和文化背景。至于旅游资源开发,文化内涵乃是其吸引力的源泉;在景点、旅行社、旅游饭店的经营管理中,文化也是其中的关键因素。

旅游业在我国文化产业各门类中,是产业化程度最高的部门,但是,在该领域,如何将文化资源转化为文化产业至今仍是一个问题。近年来,文艺表演逐渐成为一个新兴的热点。演艺是文化的重要内容,演艺与旅游相结合,能获得双赢的效果:一方面演艺为旅游注入了鲜活的文化元素,增加了旅游的文化内涵,提升了旅游的文化品位,为旅游增添了文化的魅力;另一方面旅游为演艺业尤其是艺术院团开辟了新的发展空间,为艺术生产和演出市场的发展带来新的动力。如杭州宋城的演艺活动,不但弥补了其日渐萎缩的门票收入,而且成为其整体包装上市的重要支撑。如何推动演艺业与旅游业相结合,促进两者的共同发展,乃是值得认真研究和对待的课题。另外,从多年前各地灾难性的“人造景观热”,到近年来有关部门关于文化遗产景区的所有权和管理权能否分离、市场机制如何引入等问题的多次争论已经证明,凭空建造的主题公园很难保持长久的生命力,而文物粗放利用则无异于开发性破坏,正确的道路显然应该在科学保护的前提下合理地开发利用。旅游产业的很大一部分是文化产业,旅游产业必须依赖文化来支撑,旅游景点、旅游设施、旅游产品必须具有丰富的文化内涵。由于旅游业涉及吃、住、行、游、购、娱诸多要素,因而能够带动第三产业乃至整个国民经济的持续发展。

二、文化的概念

在探讨旅游文化的概念之前,我们还要对文化的基本概念加以梳理,搞清楚“文化是什么”这么一个最基本的问题,然后阐释文化的结构、成因、特性和功能,以更好地理解 and 把握旅游文化这一具体的文化现象。

“文化”是一个古已有之但又纷繁复杂的概念,涵盖整个人文科学和社会科学。据美国人类学家克鲁伯和克鲁克洪《文化的概念》一书统计,仅1871年到1951年这80年间出现的关于文化的定义,就达164种;而据法国学者摩尔统计,文化的定义则多达250多种。由于文化的内涵和外延极为丰富,所以要给文化下一个确切的定义,实在不是一件容易的事。

在中国,“文化”是“文”与“化”的复合。早在先秦时期,我国的典籍就开始将“文”与“化”联缀起来使用。《尚书·大禹谟》中“文命敷于四海”,这里的“文”指的是文德教化。《论语·雍也》:“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子。”此处的“文”与“质”相对应,具有人为加工、修饰的意思。“文化”的“化”字则具有改变、化生、造化等意思。最早将“文”与“化”联系起来使用的是《周易》“贲”卦“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”之句,这里的“天文”指自然规律,“人文”指人伦社会规范。所谓“人文化成天下”,含有文化出于自然而又能影响自然的意思。西汉以后,文献中正式出现了“文化”一词。刘向的《说苑·指武》中有“凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛”之句。晋束晰的《补亡诗》中也有“文化内辑,武功外悠”之句,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,大体只是就专制政体下宗法王朝所实施的文治教化和社会伦理规范而言,并不具备现代意义上的“文化”含义,这种理解一直保持到近代。我们现在通用的“文化”概念,是日本学者在译介西方有关词汇时使用了源于中国的“文化”一词,但被赋予了更深广的意蕴,然后由留日学生再传播回国。

而在西方,从西文的语源来看,“文化”一词,无论是德文的“kultur”,还是英文的“culture”,都源于拉丁文的“cultura”,原意为土地耕耘和作物培育。英文中的农业“agriculture”、园艺“horticulture”显然都源于“culture”。“culture”首先被用以指代经过人们耕作后的田园,因为人类的开垦种植,是人类对外部自然世界有目的的改造活动,象征着人类定居和文明生活的开始与演变。之后,“culture”一词才逐渐在原意的基础上融入了“培养、教育、发展、尊重”等内容,并最终主要用来指人类的精神领域。到17至18世纪,欧洲思想家在更广泛的意义上使用“文化”一词,用以指代人类心灵、智慧、情操、风尚的化育,其意与“education”(教化)更为接近。

从上述对比中可见,古代东西方对“文化”的理解有着十分明显的差异。古代

中国所谓“文化”的词源意义仅限于社会人伦方面,而西方的“文化”则具备双重意义:一是人对土地的耕作,二是通过教育和培养使人具有理想公民的素质。这种双重意义的文化含义孕育了现代意义上的文化含义。

最早把“文化”作为专业术语使用的是英国人类学之父——泰勒。他在1871年出版的《原始文化》一书中对文化作出如下的界定:“所谓文化或文明,就其广义人类学意义上看,是由知识、信念、艺术、伦理、法律、习俗以及作为社会成员的人所需要的其他能力和习惯构成的综合体。”这一文化定义虽然并未揭示文化的内在本质,仅把文化与总的人类社会遗传等同起来,但却影响和启迪了不少思想家,生发了不少文化定义。

克鲁伯等人曾把1871年至1951年间出现的160多种文化定义归纳为以下五类:

一是描述性的定义。这种定义把文化看作一个复杂的、包罗万象的整体,逐一列举各种文化现象;但这种方法只罗列了什么是文化而没有回答文化是什么,未能深入揭示文化的本质。上述泰勒的定义就是代表。

二是历史性的定义。如林顿认为:“文化是一种社会性的遗产。”这种方法把文化解释为在社会中一代代流传下来的社会遗产;它不仅要考虑物质性的文化产品,而且要考虑文化生成、来源以及存在和流传的因素。

三是规范性的定义。索洛金等人认为:“文化是生活方式的整体……包括意识、价值、规范这三者的互动和关联。”这种方法把文化所具有的准则性、调整行为的特征作为研究重点来定义文化,注重反映每个人行为方式的价值观念和行为规范。

四是心理性的定义。如福德认为:“文化是一种学习过程,学习对象包括传统的谋生方式和反映方式,以其有效性而为社会成员所普遍接受。”这种方法认为文化是为解决问题而进行的一种特殊调节模式,强调对某些文化习惯的学习。

五是结构性的定义。这种定义主要针对“文化的模式或组织”,其特点是对文化现象进行高度的抽象,从而具有广泛的内涵。如克鲁伯的定义:“文化是概括各种外显或内隐行为模式的概念。文化通过符号学习和传授,其基本内核来自传统,而以价值观念最为重要。文化既是人类的创作产物,又是制约、限制人类活动的重要因素。”

近几十年来,随着各种学科的发展,人们对文化的多样性、复杂性、丰富性有了越来越深的理解。如法国《迈尔百科辞典》(1971)认为,“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,特别是艺术和道德能力与天赋的培养,亦指人类在征服自然和自我发展中所创造的物质和思想财富”,把文化的起源和内涵定义得十分清楚。《英国大百科全书》(1974)认为文化是“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，包括激励作用的思想、信仰和价值以及它们在物质工具的制造中的体现”。西班牙《世界大百科全书》(1978)认为，“文化就是在某一社会里人们共有的由后天获得的各种观念、价值的有机整体，也就是非先天遗传的人类精神财富的总和”，指出了文化的社会性、传承性和综合性。

上述关于“文化”的种种定义及描述，尽管相互之间各有差异，但都认为文化是人类社会历史的精神和物质的复合整体。除纯粹的自然物质外，一切都属于文化现象。其实，文化并非一个抽象的东西，而是常常通过具体的事物和现象表现出来，并形成一个社会的文化体系。

学界比较一致的看法是，文化由三个不同的要素和层面构成：一是文化的物质要素和物质层面，即我们通常所说的物质文化，主要包括各种生产工具、生活用具以及其他各种物质产品；二是文化行为要素和行为方式，即我们通常所说的行为文化，主要包括行为规范、风俗习惯、生活制度等；三是文化的心理要素和精神层面，即我们通常所说的精神文化或观念文化，主要包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德情操等。庞朴先生将文化分为“物质—制度—心理(精神)”三个不同的层次结构，“文化的物质层面，是最表层的；而审美情趣、价值观念、道德规范、宗教信仰、思维方式等，属于最深层的；介乎二者之间的，是种种制度和理论体系”。这种观点在我国学术界影响很大，也是最流行的。

文化有广义和狭义之分。广义的文化，泛指人类创造活动的总和，即如人类学家赫斯科维茨所说的，文化是人类环境的人造部分。它包括显露在外的、人们可以直接感知的所谓“显在文化”，以及不表现在外的由知识、态度、价值观等构成的所谓“隐在文化”。概括地说，文化是与自然相对的，“自然的人化”就是文化，所谓“人化自然”就是文化的成果。狭义的文化，是指在一定物质资料生产方式的基础上产生和发展的社会精神生活形式的总和。它并不与自然相对应，而是与社会经济基础及政治制度相对应，相当于广义文化的行为和精神层面，特别是其意识形态。

我们认为，文化概念应该是广义的。“文化”与“人”有着密切的联系，“文化”就是“人化”，文化的主体是人。从文化与人的本质联系上，可以看出文化具有以下一些特点：

第一，文化具有创造性，这是文化最主要的特征之一。丰富多彩的文化现象和事物都不是自然形成的，而是由人类创造的。所以人们认为文化世界是高于自然的物质世界，因为它融入了人类的创造性。不仅人文景观都是经过人的开发建设而成的，就是自然景观，也都是经过人的开发建设才形成的。例如杭州西湖，至

迟在唐朝已经形成了优美的风景区,没有人的开发是不可能的,如白堤即白居易所建。未经开发的风景区,要吸引游人前去,就需要经过投资开发,至少先得修公路、造旅馆。如四川的九寨沟、湖南的张家界、浙江的太湖源、苏州的三山岛等大小风景旅游区,就都是先经开发,投入资金修路、盖旅馆,在基本设施具备之后,才大规模接待游人的。

第二,文化具有时间性和空间性。文化的空间性是指文化因空间区域的不同而形成不同的文化类型和文化层次,产生各种不同的文化群体和文化圈。而文化的时间性是指任何一种文化都有自己起源、演进、变迁的发展过程,有一个分化与进化、积累与沉淀、分层与统一的复杂过程。人类创造文化是为了实现某种价值目标,这是文化创造的方向;当一定的价值目标实现后,便形成一种新的文化;在新的刺激下,又会形成新的价值观和目标。因此,文化是一种历史演进现象,是一种动态的现象,处于不断变化的状态之中。

第三,文化既有自由性,又有约束性。人有文化,这是人与其他动物有所区别的重要标志。人要区别于其他动物,要获得自由,就要创造文化,用文化去获得解放。但人又生活在特定的文化背景中,受着特定文化传统和文化氛围的影响和约束,走着不得不走的路。

第四,文化作为一个整体,具有封闭和开放的特点。历史上,很多文化体系为了自保或是为了统治目的,往往采取闭关自守、排斥异己的措施,如中国在农耕经济和宗法制度背景下就采取了一系列保守措施。但人类是个整体,从某种程度上讲,文化是全人类的文化,任何一种文化体系的发展过程虽然是以个体的形式出现的,但都汇集在人类文化的长河中。而各类文化群、文化圈之间,尤其是物质文化之间是不可封闭的,而是或多或少开放的、互动的。

第五,文化具有载体性。这是文化生产和存在的必要条件。没有一定的对象作为载体,文化是不会凭空产生和凭空存在的。^①

文化的概念、文化结构与文化特征及文化理论的明晰,有助于我们对旅游文化概念及理论的把握。了解这些,对我们学习和把握旅游文化的概念与特点,了解和运用中国旅游文化,都有非常重要的作用。

^① 参见沈祖祥主编:《旅游文化概论》第一章,福建人民出版社1999年;马波著:《现代旅游文化学》第一章,青岛出版社2001年。

第二节 旅游文化的界定

旅游活动,无论是旅游消费活动还是旅游经营活动,都具有文化性。将旅游作为一种文化经济现象加以研究,有助于进一步认识和揭示旅游发展的固有规律,促进旅游业和整个社会经济的发展。^①

旅游者是旅游活动的主体,因而旅游业的特性主要取决于旅游者活动的性质。从经济学的观点看,构成经济行为的行为、活动和现象,其限定条件就是必须以赢利为目的。但我们不能不承认,在旅游活动中,没有哪个旅游者出游是为了赢利,也几乎没有人是为了促进旅游目的地的经济发展而去旅游的。人们的旅游更多地是为了暂时从原来的生活方式中解脱出来,得到休闲和体验。从这个角度说,旅游就更是一种社会文化活动而不是一种经济活动,必须从文化的理念和视角来研究和把握。

一、什么是旅游文化

任何一种新的文化形态的产生、发展和完善,都是社会生产力和文化发展到相当水平的结果。随着旅游业在经济领域中地位的不断提高,它对社会文化发展的需求和依赖也愈加明显。旅游行为的综合性、时间空间的延伸性、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。旅游文化建设乃是现代旅游业发挥最大效益效能的新型经营管理思路。

在我国目前国力尚不够强大、国际市场又竞争激烈的情况下,从国情出发,充分利用现有的物质和社会条件,充分挖掘和利用我国特有的传统文化、民族风情和地方特色,把有限的财力集中于最有竞争性、进攻性的旅游产品开发上,以唯我独有的“拳头产品”打入国际市场,这应该是建设中国旅游业的坚定不移的方向。

旅游文化作为中国文化的一个组成部分,不能不受其影响和制约。外国游客来中国,更多地是为了了解中国人的生活和中华文化,旅游业不但要把旅游景点

^① 本节参见国家旅游局局长邵琪伟:《促进旅游文化产业全面发展》;文化部部长孙家正:《发展中国特色的旅游文化》;陈来生:《对“旅游文化”的考辨和再认识》等文章。

展示给他们,同时其基础服务设施本身(如饭店的建筑风格、服务员的着装、饮食的花样等)也是体现民族风格和地方特色,体现民族文化的一个“景致”。中外旅游实践表明,在文化旅游越来越受重视的今天,在人们的审美需求越来越高、越来越丰富的现代,如果仅仅把旅游作为一种经济产业而不是经济文化产业,忽略其浸润着的文化特质,必将大大削弱其竞争力,影响其可持续发展。

旅游文化绝不是那种抽象的、形而上学的东西,而是包括旅游者、旅游从业者、旅游资源、旅游生活设施和接待地环境等在内的物质和精神的总和。它一方面包括具体的、可观的内容,如人、财、物等;另一方面还包括不可见的文化成分,如旅游者如何使用他的财、物,旅游业如何开发资源、增添设施、提高质量以满足旅游者的各种心理动机和需求,这种从酝酿到实施完毕的过程,莫不带有文化传统、民族习惯之直接或间接的影响和制约。而旅游者游玩、购物的结果以及从中可以看出的明显动向,旅游从业者为消费者开发的旅游资源、提供的各种服务设施本身,则更物化地体现着种种民族文化心理的影响和制约。

旅游文化作为一种特定的文化形态,有其特定的内涵和相应的外延。广义地理解,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。它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,作用于旅游全过程的一种特殊文化形态。作为一种新的文化形态,旅游文化的理论基础是那些鲜明地反映着旅游经济和旅游活动特殊需要的部分,如旅游学、旅游经济学、旅游心理学、旅游教育学、旅游社会学、旅游文学、旅游美学、旅游营销学、旅游管理学、旅游资源学、旅游发展史、旅游服务艺术、导游艺术以及各种符合旅游特点的娱乐形式等。除理论基础之外,旅游文化还有更广泛的外延成分。它涉及文学、艺术、哲学、博物学、考古学、民俗学、宗教学、体育学、饮食学、建筑学、生态学、园艺学、色彩学、公共关系学等学科中与旅游相关的部分;它更体现在旅行浏览、旅游娱乐、旅游食宿、旅游服务、旅游购物、旅游环境,以及旅游专业队伍建设等具体的旅游诸形态中。一言以蔽之,旅游文化渗透在与旅游有关的吃、住、行、游、购、娱诸多要素及相关的服务等各个方面。

学术界对旅游文化结构的理解,由于角度不同、标准不一,因而形成不同的观点。归纳而言,主要有以下几种:

一是文化结构。一些学者借用文化的结构模式,将旅游文化分为物质文化、制度文化和精神文化。旅游物质文化,也称旅游文化的物质层面,指蕴藏着丰富文化意义的自然景观和人文景观,及其附设的必要的游乐设施,以及为旅游者服务的交通工具、饭店、餐馆和其他相关设施。旅游制度文化,也称旅游文化的制度层面,指国家有关管理部门或有影响的大旅游商所制定的各种法规、制度及相关的企业管理制度。旅游精神文化,也称旅游文化的精神层面,指旅游活动以及旅