



普通高等教育“十一五”国家级规划教材（修订版）
高等院校旅游专业“十三五”规划教材

旅游文化学 导论

主 编 尹华光 邵小慧
副主编 欧阳莉 易伟新
刘冰清 生延超



配有微课、PPT课件、
试题库教学资源

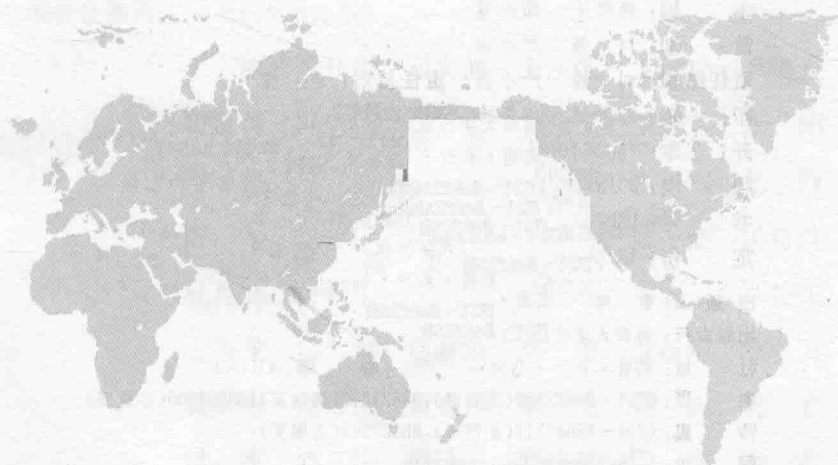
湖南大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等院校旅游专业“十三五”规划教材

旅游文化学 导论

主 编 尹华光 邵小慧
副主编 欧阳莉 易伟新 刘冰清 生延超
参 编 严 斧 周运瑜 姚小云 王换茹



湖南大学出版社

内 容 简 介

全书由旅游文化学概论、旅游主体文化、旅游客体文化(上下)、旅游休闲文化、旅游企业文化、旅游制度文化和旅游生态文化8章组成,且附有二维码链接编者制作的微课、PPT课件、试题库等。

本书适合高等院校旅游类专业学生使用,也可作为旅游行业人员培训和资格考试教材,还可作为旅游者参考图书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化学导论/尹华光,邵小慧主编. —长沙:湖南大学出版社, 2018.2

(高等院校旅游专业“十三五”规划教材)

ISBN 978-7-5667-1500-5

I. ①旅... II. ①尹... ②邵... 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(2018)第022025号

旅游文化学导论

LVYOU WENHUAXUE DAOLUN

主 编:尹华光 邵小慧

策 划:刘 锋 严小涛

责任编辑:刘 锋 严小涛 责任校对:全 健

印 装:长沙鸿和印务有限公司

开 本:710×1000 16开 印张:14.75 字数:265千

版 次:2018年2月第1版 印次:2018年2月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-1500-5

定 价:48.00元

出 版 人:雷 鸣

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821343(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com>

电子邮箱:yanxiaotao@hnu.cn

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系



前言

中国正进入大众旅游时代，未来十年，中国旅游业将迎来新一轮的发展周期。旅游业具备融合度高、覆盖面广、拉动力强的综合特性。在新的发展时期，为了满足多元化旅游消费需求，如何通过产业融合开发旅游新业态将成为旅游供给侧改革的重要问题和考量方向。随着旅游消费需求的不断升级和产业变革的不断深化，旅游新业态不断涌现，市场上出现了“旅游+互联网”“旅游+地产”“旅游+文化”“旅游+虚拟现实（VR）/增强现实技术（AR）”等新概念。与此同时，在全域旅游的带动下，目的地全域大旅游综合协调管理体制能够发挥“旅游+”功能，旅游与其他产业融合势必形成新的生产力和竞争力。可以预见，旅游业作为综合性产业在经济社会发展中的作用和影响将会更加广泛、更加深远。

随着中国社会经济的发展、旅游业的快速增长，作为旅游供给侧改革的一部分，旅游高等教育的重要性日益凸显。在质量强国、人才强国的理念下，以提高质量为核心的内涵式发展成为高等教育发展的必由之路。旅游高等教育质量的提升同样需要不断深化教育教学改革，探索新的人才培养模式和教育教学方法。在这个进程中，开发适用于旅游高等教育的教材成为一个不断探索的课题。海南省旅游人才培养创新联盟的成立，旨在加快旅游教育教学模式改革和人才培养机制创新，实现资源共享、优势互补，培养旅游产业急需的一流创新型、应用型人才。有鉴于此，为更好地服务旅游业，促进旅游高等教育的发展，经湖南大学出版社和海南省旅游人才培养创新联盟精心策划，汇集了重点高等院校旅游专业的专家、学者，组织编写了这套产教融合的旅游管理系列教材。该套教材直接为社会培养一线的实用型人才，强调学以致用，具有以下几方面特色：

第一，以学生为中心，贯彻高等教育新理念。人才培养是高等学校的根本任务，提高人才培养质量的重点是提高教学质量。当代教育理念告诉我们：学校及教师应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念；解放思想，以



学生为中心组织教学,发挥其学习主体的主观能动作用。

第二,以就业为导向,突出能力培养。旅游高等教育以实用为核心内容,把专业理论和操作技能系统地结合在一起,追求“零距离上岗”,即用最短的时间和最有效的方法,使学生熟练掌握某项技能,适应中国旅游业发展的新趋势、新业态,弥补了传统教材讲练分离的不足,收到事半功倍的效果。

第三,以新技术为工具,提高学习的趣味性。在数字化教材的框架下,本套教材用二维码链接编者的微课或 PPT 课件,生动形象地帮助学生更好地理解 and 复习所学知识。借助手机扫描二维码,学生能从枯燥无味的单色课本上体验到多姿多彩的视频教学;借助手机扫描二维码,大段的文字说明变成简单的演示,学生可以更好地学习、掌握重点和难点。

总而言之,本套教材的编写体现了产教融合的特点,提供了国际前沿的行业资讯和实践范例,具有一定的创新性和引领价值。

本套教材包括《旅游学概论》《旅游文化学》《旅游经济学》《旅游心理学》《旅游市场营销》《旅游英语》《中国旅游客源国概况》《中国旅游地理》《酒店管理概论》《酒店前厅服务与管理》《酒店餐饮服务与管理》《酒店市场营销》《酒店英语》《商务礼仪》和《旅游人力资源管理》等。本套教材适合高等院校旅游专业学生使用,也可作为旅游从业人员行业培训和资格考试的教材,还可作为旅游者参考图书。

编委会



目次

第一章 旅游文化学概论

- 第一节 旅游文化的概念、结构、特点和功能..... 001
- 第二节 旅游文化学的研究对象、方法和意义..... 011
- 第三节 我国旅游文化的研究历程..... 015
- >>> 思考与习题..... 019

第二章 旅游主体文化

- 第一节 旅游主体观念文化..... 020
- 第二节 旅游主体消费文化..... 026
- 第三节 旅游主体审美文化..... 033
- >>> 思考与习题..... 042

第三章 旅游客体文化（上）

- 第一节 山水文化..... 043
- 第二节 建筑文化..... 050
- 第三节 园林文化..... 059
- >>> 思考与习题..... 069

第四章 旅游客体文化（下）

- 第一节 宗教文化..... 070
- 第二节 民俗文化..... 081
- >>> 思考与习题..... 098

第五章 旅游休闲文化



第一节	休闲文化概述	099
第二节	中国古代休闲文化	105
第三节	中国现代休闲文化	112
第四节	西方休闲文化	117
>>>	思考与习题	120

第六章 旅游企业文化

第一节	旅游企业文化的概念、内涵、特征和功能	121
第二节	旅游企业文化的构建	129
第三节	旅游饭店企业文化	139
第四节	旅行社企业文化	145
第五节	旅游交通企业文化	149
>>>	思考与习题	153

第七章 旅游制度文化

第一节	旅游行业标准	154
第二节	旅游管理模式	165
第三节	旅游法律规章	184
>>>	思考与习题	191

第八章 旅游生态文化

第一节	民族文化与地域文化的生态特征	192
第二节	文化生态位和生态文化区域	199
第三节	生态文化的旅游开放和开发	211
第四节	生态文化旅游资源的保护和永续利用	219
>>>	思考与习题	222

附录：旅游文化学导论试题库（电子版）	223
参考文献	224
后 记	227



第一章

旅游文化学概论



- **教学目标：**掌握旅游文化的概念、结构、特点和功能；熟悉旅游文化学的研究对象、方法和意义；了解我国旅游文化的研究历程
- **教学难点：**旅游文化的概念和结构
- **教学重点：**旅游文化的特点和功能

第一节 旅游文化的概念、结构、特点和功能

一、旅游文化的概念

旅游文化学是一门新兴的综合性的边缘学科。它既是旅游管理学科的一门分支学科，又是文化学的一门分支学科。因而，要弄清楚旅游文化的概念，必须首先弄清楚文化的概念。



(一) 文化的概念

1. “文化”一词的来源

在中国，“文化”一词由来已久。汉刘向《说苑·指武篇》上说：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，为不服也；文化不改，然后加诛。”南齐王融《三月三日曲水诗序》中写道：“设神理以景俗，敷文化而柔远。”这里说的“文化”均指文德教化，含有修养、教养、德行等含义，与现在人们所讲的“文化”大相径庭。我们现在所说的“文化”一词是舶来品，是从日语转译而来，相当于英语的 culture 和德语的 kultur，它们均源于拉丁语 cultura。其原义为耕种、栽培、教育、教养、修养、祭拜，后引申为物质生产和精神创造等意，与现在所说的“文化”基本接近（刘守华等，1992 年）。

2. 文化的定义

“文化”一词虽然和我们朝夕相伴，是我们最为熟悉的词语之一，但要给“文化”下一个定义，极其困难。据美国人类学家克鲁伯和克鲁克洪在

《文化的概念》一书中统计,从1871年到1951年80年间,“文化”的定义多达164种;据法国人类学家摩尔统计,“文化”的定义多达250多种。因此,要给“文化”下一个准确的公认的定义很不容易。

最早给“文化”下定义的是英国人类学家泰勒。他在1871年出版的《原始文化》一书中说:“文化或文明,就其广泛的民族学意义来说,乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。”这一定义强调了“文化”的核心——精神层面对后世产生的深远的影响(庄锡昌等,1987年)。苏联人对“文化”的定义进行了广泛的讨论,认为“文化是社会和人在历史上一一定的发展水平,它表现为人们进行生活和活动的种种类型和形式,以及人们所创造的物质和精神财富”(《苏联大百科全书》,1973年)。这个定义对我国的影响较大。我国著名学者刘守华(1992年)等认为:“人类为求生存发展,结成一定社会关系,进行种种有社会意义的创造活动。这些活动方式、活动过程及其成果的整合,就是文化。”

本书认为,文化是人类创造一切物质成果和精神成果的过程和结果的总和。

(二) 旅游文化的概念

同“文化”一样,“旅游文化”一词也是舶来品,最早出现在美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特合著的《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中,而我国最早使用“旅游文化”这个概念是在1984年出版的《中国大百科全书·人文地理卷》。由于人们对文化的理解不同,众说纷纭,因而,对旅游文化的理解也见仁见智。

1. 旅游+文化论

陈辽(1987年)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”。这是人们最初的也是最简单的对旅游文化的理解。这种理解是将旅游与文化简单叠加,忽视了旅游文化内在质的规定性,过于简单宽泛是其缺陷。

2. 民族文化论

受《中国大百科全书·地理学》“人文地理学”的影响,喻学才(1987年)认为:“所谓旅游文化,指的是某个民族或某个国家在世代代的旅游实践过程中所体现出来的本民族或本国家文化。它包括只有这个民族、这个国家独有的哲学观念、审美习惯、风俗人情等文化形态。或者说,旅游文



化,就是一个民族的共同的文化传统在旅游过程中的特殊表现。”这种观点过分强调旅游文化的民族性,而忽视了旅游文化的共同性,过于狭窄是其缺陷。

3. 主体论与客体论

周谦等(1990)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、传统故事及百科知识等”,而冯乃康、窦石等(1991)认为,旅游文化是“旅游者或旅游服务者在旅游观赏或旅游服务过程中所反映出来的观念形态及其外在表现”。前者从旅游客体的角度来阐述旅游文化的概念,我们称之为客体论;后者从旅游主体的角度来阐述旅游文化的概念,我们称之为主体论。这两种观点各有所长,但又各有缺陷。

4. 碰撞论

经过多年的探索,在1991年“首届中国旅游文化学术研讨会”上形成了为多数学者首肯的“碰撞论”,即“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”。马波在《现代旅游文化学》、沈祖祥在《旅游文化概论》等书中对“碰撞论”进行了全面的阐释和完善。碰撞论比较科学地阐述了旅游文化的形成过程,但忽视了旅游各要素固有的旅游文化属性,因而这种解释并不全面。

5. 本书的观点

本书认为,“旅游文化”和“文化”一样既是一个过程,又是一种结果,既要强调其动态的相互作用,又不能忽视其静态的客观存在,为此,本书表述为:旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体内在的及其相互作用所产生的物质成果和精神成果的总和。

二、旅游文化的结构

要解读旅游文化的结构,必须首先解读文化的结构。

(一) 文化的结构

由于人们对文化的认识千差万别,因而对文化结构的认识也各有不同,有的学者主张“二分法”,即“政治制度和经济体制是其表层结构,哲学思维和文化价值是其深层结构”

(封祖盛等,1987)。有的学者主张“三分法”,即“文化的物质层面,是最表层的;而审美趣味、价值观念、道德规范、宗教信念、思维方式等,属于最深层;介于两者之间的是种种制度和理论体系”(庞朴,1987)。有的学者主张“四分法”,即“文化变迁可以分为很多层:首先是物质层次,其次是



制度层次，再其次是风俗习惯层次，最后是思想与价值层次”（余尧时，1987）。有的学者主张“五分法”，即中国的传统思想文化结构，由世界模式、习惯心理、思维方式、情感方式和价值尺度等五个部分构成（王建武，1986）。

而刘守华等认为，文化结构由物质文化、制度文化、行为文化和精神文化构成，其中物质文化处于文化结构的表层，制度文化和行为文化处于文化结构的中层，精神文化潜沉于文化结构的里层（1992）。本书赞同刘守华等人的观点。

1. 物质文化

是人类物质生产活动方式和产品的总和，是可触知的具有物质实体的文化事物，是构成文化的基础，反映了人与自然的物质变换关系。

2. 制度文化

是人类在社会实践中制定的各种行为规范、准则及其各种组成形式的总和，包括政治、经济、文化、教育、军事、法律、婚姻等制度和实施制度的各种具有物质载体的机构设施以及个体对社会事物的参与形式、反映在各种制度中的人的主观心态等，是文化结构中最具权威的因素，规定了文化的性质，反映了人与人的关系，具有强制性特点。

3. 行为文化

是人类社会实践中以约定俗成方式构成的行为规范的总和。与制度文化相比，行为文化是一种无形的、非物质的、自律的和不带任何强制性的内在良知的制约因素。

4. 精神文化

是人类在社会实践和意识活动中长期化育出来的价值观念、思维方式、道德情操、审美趣味、宗教情感、民族情结等文化因素的总和；是文化结构的核心部分，是人与自身关系的反映（刘守华等，1992）。

（二）旅游文化的结构

对旅游文化结构的认识，学术界尚无一致意见。有些学者认为可以直接套用文化结构，即旅游文化由旅游物质文化、旅游制度文化、旅游行为文化和旅游精神文化构成，这种方式失之简单；也有的则按照地域将旅游文化分成齐鲁旅游文化、三晋旅游文化、关陇旅游文化、吴越旅游文化、荆楚旅游文化、巴蜀旅游文化和岭南旅游文化等，这种方式失之零碎。目前学术界较有影响的是卢云亭先生的三要素结构论和马波先生的主体结构论。

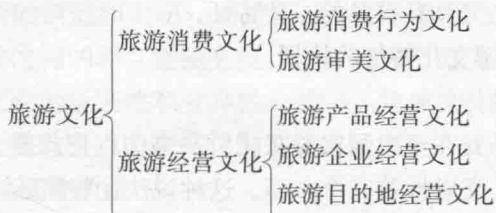


1. 三要素结构论

卢云亭先生在《旅游文化学及其系统结构分析》一文中将旅游文化分为旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化，这种结构方式在沈祖祥的《旅游文化概论》一书中得到全面的阐释和发挥。该书认为：以旅游的主体、客体和介体作为旅游文化三大块领域的标志，清晰明确，简便易行。旅游介体，一边连着旅游主体，一边连着旅游客体，从而使旅游文化成为一个有机的统一体。而且，从旅游的文化属性分析，文化是旅游的出发点和归宿点，是旅游景观吸引力的源泉，是旅游介体的灵魂，因此，把旅游文化划分为主体文化、客体文化和介体文化符合同一层面、同一标准的要求（沈祖祥等，2001）。

2. 主体结构说

马波先生通过对旅游文化构成体系的分析，认为，分析旅游文化的结构应该着重考虑旅游文化的两个主体和旅游交换的过程，即将旅游文化分为旅游消费文化和旅游经营文化两大块。用图表示如下：

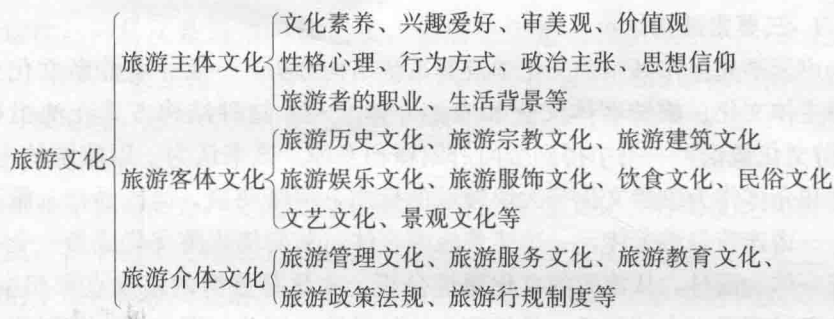


3. 四分法

吴莉淳在《旅游文化的类型与特征分析》一文中提出，旅游文化除包括旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化外，还存在一种独立的旅游文化类型——旅游环境文化。所谓旅游环境文化，“是指旅游出发地和目的地的社会环境与文化背景，以及出发地和目的地两者之间相互交流和彼此影响所产生的复杂的文化联系和状态，它包括旅游出发地社会环境对旅游者的影响；旅游者对旅游目的地的影响；旅游目的地社会环境对旅游者的影响；旅游出发地社会环境文化与目的地社会环境文化之间的相互影响”（吴莉淳，2002，王芳、周秉根，2004）。

4. 本书的观点

本书赞同卢云亭先生的观点，用图表示如下：



三、旅游文化的特征

(一) 文化的特征

要了解旅游文化的特征,必须首先了解文化的特征。根据刘守华(1992)等专家的研究,文化具有超自然性和超个体性,贯通时空的普遍性、永恒性,具体形态的民族性、阶级性、时代性以及传承性、变异性等特征。旅游文化作为文化的一个分支学科,无疑也具有文化的上述特征;但同时作为旅游分支学科,又具有自身的一些特征。

(二) 学术界对旅游文化特征的认识

1. “三性”说

潘宝明、朱平安在《中国旅游文化》一书中,把旅游文化的特征归纳为承袭性、地域性、交融性等三个方面。这种说法比较简洁,但失之于简单。

2. “四性”说

马波先生在《现代旅游文化学》一书中,把旅游文化的特征归纳为地域性、民族性、时代性、承袭性和变异性等四个方面。这种说法比三性说更具体、更完善。

3. “五性”说

宋采义、程逐营、宋若涛在主编的《中国旅游文化》一书中,把旅游文化的特征归纳为综合性、传承性、地域性、民族性和新奇性五个方面。这种说法有创新之处,但不是很妥当。

4. “八性”说

沈祖祥在其主编的《旅游文化概论》一书中,把旅游文化的特征归纳为延续性、多样性、地域性、民族性、实用性、宗法性、封闭性和伦理性八个方面。此说除了全面介绍旅游文化的一般特征外,还全面阐述了中国旅游文化独有的三个特征。此说的优点是全面深刻,缺点是过于纷繁芜杂。



(三) 本书的见解

本书认为旅游文化事象纷繁、特征多样,是稳定性与变异性的统一,民族性与地域性的统一,开放性与封闭性的统一,显性与隐性的统一,多样性与单一性的统一,群体性与个体性的统一。

1. 稳定性与变异性的统一

旅游文化和文化一样,一旦形成就会在特定的人群中代代相传、代代沿袭下来。为了生存繁衍,老一代总是把自己积累的生产、生活知识与技能传授给新一代。新一代则要在接受学校教育、家庭教育和社会教育的过程中,不仅从前辈那里继承有形的物质成就,还承袭了传统的价值观念、思维习惯、情感形态和行为规范,经过耳濡目染、潜移默化的内化过程将其积淀于显意识和潜意识底层。文化由此得以保存下来。文化的这种承袭性使文化有了一定的稳定性。

文化除了稳定性的特征外,同时还具有变异性的特征。这是因为人类是一个不断创造、不断发明的群体。他们在继承前辈物质成果和精神成果的基础上,还将进行新的创造和发明,通过不断地累积和沉淀将形成新的文化;同时,文化与文化之间的相互碰撞交流,也会打破旧的文化传统,形成新的文化类型。正是文化的承袭性和变异性的统一,才使文化得以不断发展、不断进步,旅游文化在这一点上与文化的这一特征完全一致。

2. 民族性与地域性的统一

每个民族都有自己独特的旅游文化特征。如汉民族喜欢喝米酒、喝高度酒,而日耳曼民族则喜欢喝葡萄酒、喝低度酒;中国人喜欢喝绿茶,而英国人则喜欢喝红茶,土家族人喜欢住转角楼,而藏族人则喜欢住碉楼。不同的民族具有不同的旅游文化传统,旅游文化具有全方位的民族性特征。

旅游文化除了具有民族性特征外,同时还具有地域性特征。这种地域性特征表现在两个方面:一是同一地域的不同民族具有某些相同的特征。如同属于武陵山区的土家族人、苗族人和侗族人都喜欢建吊脚楼、住吊脚楼,喜欢吃辣喝辣,喜欢炕腊肉、喝高度酒。二是不同地域的同一民族具有某些不同的旅游文化特征。如东北汉人喜欢睡炕,陕北汉人喜欢住窑洞,南方汉人喜欢住人字坡木屋。旅游文化的这种民族性与地域性相统一的特征,铸造了旅游文化异彩纷呈、多姿多彩的特点。

3. 开放性与封闭性的统一

总体而言,旅游文化具有开放性的一面。它在交流发展过程中,不断吸

收、融合新的文化,从而不断充实、完善自己,同时也对其他文化产生影响。如中国文化一方面吸收了印度文化和伊斯兰文化的某些精华,另一方面中国的儒道文化对日本、韩国的文化曾产生过深远的影响。

旅游文化也与文化一样,具有封闭性的一面。某种文化一旦形成就会具有其特定的质的东西。这种特质具有排他性和封闭性,很难受到外来文化的影响或被外来文化所融化。如中华民族的忠孝节义观念、大和民族的武士道精神、日耳曼民族的冒险精神就很难被同化、被融化。旅游文化的这种开放性与封闭性相统一的特征,使旅游文化既能保持相对稳定又能不断发展。

4. 显性与隐性的统一

旅游文化的显性是指其外在显现的客观性。旅游园林、建筑、服饰、饮食等物质文化是其显性特征的具体体现。旅游文化的隐性特征是指其内在的隐蔽性特征,如宗教、艺术、民俗、价值观念、行为规范、思维习惯等精神文化则是旅游文化隐性特征的鲜明表现。

5. 多样性与单一性的统一

世界是丰富多彩的,旅游文化也是丰富多彩的。全世界有 200 多个国家,就有 200 多种旅游文化,有 500 多个民族就有 500 多种旅游文化,这是从宏观上说的。从微观上看,每一个国家还有旅游业文化,每一个民族也有旅游业文化,细分下去,每一种亚文化下面也许还有亚文化。如此看来,旅游文化的确是极其多样的。从另一个角度来看,旅游文化也具有单一性。如犹太文化则是一种单一的商业文化,吉卜赛文化则是一种单一的流浪文化。

6. 群体性与个体性的统一

旅游文化是某一群集体智慧的结晶,是旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化的总和。同时,群体是由个体构成的,没有个体也就无所谓群体。因此,我们不能忽视个体在旅游文化创造中的地位。如果没有孔子和孟子,就没有中国文化的儒家文化特征;没有苏格拉底和亚里士多德,就没有古希腊文化的思辨特征。

四、旅游文化的功能

(一) 学术界对文化和旅游文化功能的认识

1. 文化的功能

认识文化的功能有助于我们更加全面而深刻地认识旅游文化的功能。刘守华等在《文化学导论》中,将文化的功能归纳为:满足需要的功能;认知的功能;规范的功能;凝聚的功能。



2. 旅游文化的功能

目前,学术界对旅游文化功能的研究还不是很多,主要有马波的六功能说和金永员的四功能说。

马波认为,旅游文化具有满足人类基本需求的功能,记录、储存、传播功能,认知、助知功能,教化、培育功能,凝聚功能和调节、控制功能。

金永员认为,旅游文化具有弘扬民族精神、增强民族凝聚力、推动经济发展、促进对外文化交流与保护等功能。

(二) 本书对旅游文化功能的认识

本书认为,旅游文化具有十大功能:保存功能、认知功能、启智功能、教化功能、愉悦功能、凝聚功能、经济功能、交流功能、审美功能、规范功能。

1. 保存功能

旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体创造的物质文化和精神文化成果的总和,是对各种旅游文化事象的记录和储存,是各种旅游文化成果的凝聚和沉淀,记录和保存的方式各种各样,主要以物化形式和符号形式为主。如长城、天安门、故宫、苏州园林、凤凰古城是物化形式保存的旅游文化;而思维方式、价值观念、情感模式和行为规范等则是以文字符号或音符号的形式保存的旅游文化。

2. 认知功能

人类的发展是一个承上启下的过程,人类的文明进步是一个渐进的过程。没有昨天的积累,就没有今天的发展。旅游文化作为人类物质文化和精神文化的一部分,无疑具有极其重要的了解和认知功能。通过土家族的茅谷斯舞,我们可以了解远古时期土家人的生产生活方式;通过苗族的盘瓠崇拜,我们可以看出人类与动物同宗同源的朴素观念;通过蒙古族的帐篷,我们可以了解到北方游牧文化的特点;通过兵马俑,我们可以感受到秦王朝的繁荣和帝王生活的奢侈。所有这些,都是旅游文化认知功能的具体体现。

3. 教化功能

文化具有积极的一面,也有消极的一面,旅游文化则以积极的一面为主。这种积极性就包括教化的功能在内。以旅游主体而言,既可以从物化的旅游文化资源中得到教育,又可以从精神的旅游文化资源中受到启示。看到长城,人们为古代中国人民的伟大智慧和团结力量所折服,油然而生一种深沉的爱国主义精神和集体主义情感;听纳西古乐、念东巴经、看东巴文,人



们为纳西族源远流长而博大精深的民族文化而深深感动，油然而生一种强烈的民族自豪感；看到宏村的村庄布局和排水系统，人们无不为古代劳动人民高超的规划水平而深深折服。由此可见，旅游文化的教化功能是无处不在、无时不在的。

4. 启智功能

旅游文化不仅具有认知功能、教化功能，还具有启智功能，能够启发人的思维、启发人的智力，有助于人类的不断创新。孔子通过对商周文化的考察，创作了《诗经》。司马迁通过读万卷书，行万里路，写出了《史记》，李白、杜甫在吸收前人文化成果的基础上，创作了名扬千古的诗篇。王羲之、怀素、张旭、顾恺之、张择端、八大山人也是在吸收前辈书法、绘画精髓的基础上，成为名传青史的书法大师和绘画大师。

5. 愉悦功能

由于旅游文化具有民族性、地域性和多样性等特征，又由于人类具有社会属性，对文化的渴求是人类较高层次的需求，因而人类对异国他乡的文化具有一种特别的新奇感，对高层次的文化消费具有特别的满足感，对优秀的文化具有强烈的愉悦感。旅游文化的这种功能，是有别于其他文化的本质性功能。

6. 凝聚功能

同文化的凝聚功能一样，旅游文化同样具有凝聚功能。古人说：“物以类聚，人以群分。”文化是人类联结和凝聚的纽带和黏合剂。价值观念、思维方式、宗教信仰是影响人类“聚”“分”的深层次东西，生产方式、生活方式、传统习惯是影响人类“聚”“分”的浅层次东西。文化的这种凝聚功能是与认识功能、启智功能、审美功能和教化功能密切联系，不可分割的。

7. 交流功能

旅游文化的交流功能，又称融合功能。是指不同旅游文化之间的相互沟通。沟通的媒介就是旅游媒体，即旅行社、旅游交通和导游等。就旅游主体而言，它可以将客源地的文化传播给目的地，也可以将目的地文化传播给客源地；就旅游客体而言，可以通过目的地文化影响旅游主体，也可以吸收旅游主体带来的客源地文化。就旅游媒体而言，它既可以将企业文化带给旅游主体和旅游客体，又可以吸收旅游主体和旅游客体的文化。当然文化的这种交流功能具有两面性，既有积极的一面，又有消极的一面。我们要想方设法