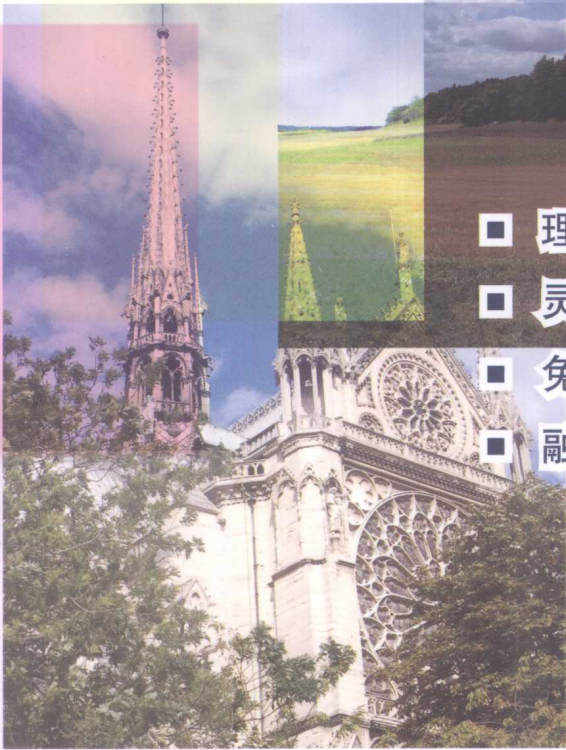


高等教育旅游类专业应用技术型人才培养精品规划教材

旅游文化

汪东亮 胡世伟 主 编
陆依依 冯 斌 副主编



- 理论知识介绍与应用能力培养并重
- 灵动、多样的体例，便于教与学
- 免费提供配套电子教学资源
- 融入经典案例与解析

清华大学出版社



高等教育旅游类专业应用技术型人才培养精品规划教材

旅游文化

汪东亮 胡世伟 主 编

陆依依 冯 斌 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本教材从理论上梳理了近年来中国旅游界对“旅游文化”诸课题的研究,并针对旅游文化的构成内容展开具体介绍,同时也对有关文化资源的利用提出相关开发建议和对策。本教材注重培养学生的理论与实践能力,内容丰富,图文结合,每章配有引导案例、学习导航和教学建议,有的章节还配有知识链接、案例和实训项目,既方便学生的学习,又方便教师的课堂教学。本教材以高等、高职院校旅游管理专业旅游文化课程教学使用作为编写目标,也可作为旅游职业培训,学历教育、自学考试教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化/汪东亮,胡世伟主编.--北京:清华大学出版社,2016

高等教育旅游类专业应用技术型人才培养精品规划教材

ISBN 978-7-302-44589-0

I. ①旅… II. ①汪… ②胡… 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(2016)第 175379 号

责任编辑:王宏琴

封面设计:常雪影

责任校对:李 梅

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4278

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16.5 字 数:377 千字

版 次:2016 年 8 月第 1 版 印 次:2016 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:32.00 元

产品编号:064270-01

旅游业作为一种文化性很强的经济产业,无论是作为旅游者还是作为旅游从业人员,学习和掌握旅游地的文化都是极为重要的。对于旅游者而言,了解旅游地文化可以了解异国情调、游览他乡风物、体验异地文化;对于旅游从业人员而言,可以从文化的视角分析、研究和开发利用旅游资源,发展旅游产业。由此可见,《旅游文化》既是旅游专业人士的必读之书,也是广大旅游爱好者了解异域文化加深旅游体验的参考书目。

本书从理论上梳理了近年来中国旅游界对“旅游文化”诸课题的研究,并针对旅游文化的构成内容展开具体介绍,同时也对有关文化资源的利用提出相关开发建议和对策。与其他同类型的书相比,本书具有以下几个方面的特点。

一是本书注重培养学生的理论与实践能力。将全书的十二章内容分成三大模块,循序渐进地逐一介绍理论模块、内涵模块和开发利用实务模块,让学习者深入浅出地学习和掌握相关理论和鲜活的文化要素内涵。

二是本书编写图文结合,内容丰富。针对文化形式的多样性,单一的文字表述可能无法全面展现文化内涵。教材编写过程中注重图文结合的方式,不仅通过文字对各种文化形式加以详述,同时配以代表性的图片,提升学习者的直观感受,激发学习者的兴趣。

三是每章配有引导案例、学习导航和教学建议,同时配合大量的知识链接和案例,既方便学生的学习,又方便教师的课堂教学。

四是注重学生自我学习和分析能力的培养。本书每章根据章节内容设定操作性较强的实训项目环节,加强学生自我学习和分析能力;此外,本书还配备相关练习题库,以加强学生对相关知识点的理解和巩固。

本书由汪东亮、胡世伟负责全面规划和统稿,具体分工为:胡世伟(成都理工大学工程技术学院)撰写第一章、第四章、第九章,汪东亮(成都理工大学工程技术学院)撰写第五章、第六章,陆依依(云南农业大学)撰写第三章、第七章,冯斌(云南师范大学)撰写第二章、第八章,王舒(成都理工大学工程技术学院)撰写第十一章、第十二章,敖源岭(成都理工大学工程技术学院)撰写第十章。

本书以应用型本科、高等专科、高等职业院校旅游管理专业旅游文化课程教学使用作为编写目标,也可作为旅游职业培训、学历教育、自学考试的教材,同时对旅游管理专业的研究生、政府旅游管理部门、旅游企业相关管理和工作人员亦具有参考价值。

本书在编写中参考了众多专家学者的论著,参考和借鉴了一些网络教学资源,在此,对相关作者一并表示诚挚的感谢。由于作者水平有限,书中疏漏及不足之处敬请读者朋友批评指正。

编 者

2016年6月

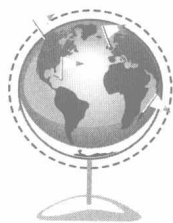
上篇 旅游文化理论知识

第一章 旅游文化的概念、结构和研究内容	3
第一节 旅游文化的概念界定	4
第二节 旅游文化的结构	9
第三节 旅游文化研究的对象和内容	13
第二章 旅游文化的形成、功能与地位	16
第一节 旅游文化的形成	17
第二节 旅游文化的功能	19
第三节 旅游文化的地位	23
第三章 旅游文化的演变与发展	26
第一节 我国旅游文化研究的历程	27
第二节 我国旅游文化研究的热点问题	28
第三节 我国旅游文化研究的未来趋势	30
第四章 旅游活动中的文化现象	33
第一节 旅游的跨文化交流	34
第二节 旅游跨文化交流的影响	36

中篇 旅游文化的构成

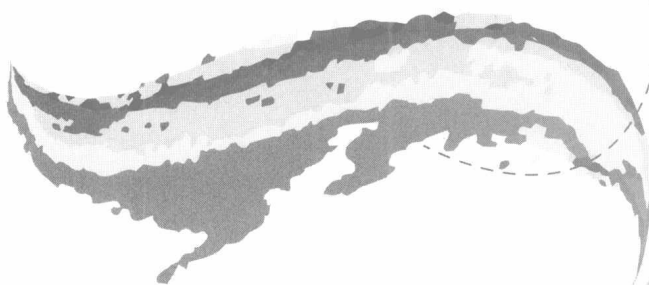
第五章 旅游历史文化	45
第一节 中国历史发展概述	46
第二节 中国历史文化常识	58
第三节 中国古代思想与科学技术	72
第六章 旅游建筑文化	82
第一节 中国古代建筑概述	83

第二节	宫殿建筑与坛庙建筑	96
第三节	陵墓建筑	103
第七章	旅游园林文化	109
第一节	中国园林的起源与发展	110
第二节	中国园林的分类与特点	116
第三节	中国园林的基本要素及构景手法	120
第四节	中国现存的著名园林	131
第八章	旅游饮食文化	140
第一节	中国饮食文化概述	141
第二节	中国饮食风味流派	151
第三节	中国茶文化	160
第四节	中国酒文化	167
第九章	旅游文学与旅游艺术文化	175
第一节	旅游文学	176
第二节	中国民间工艺	182
第三节	中国书法艺术	195
第四节	中国绘画艺术	201
第五节	中国戏曲艺术	208
 下篇 旅游文化资源的开发与利用 		
第十章	旅游文化资源开发的基本理念	219
第一节	旅游文化资源开发与保护的关系	220
第二节	旅游文化资源开发保护的原则和措施	222
第十一章	主要旅游文化资源类型的开发与利用	233
第一节	宗教文化资源的开发和利用	234
第二节	建筑文化资源的开发和利用	240
第三节	饮食文化资源的开发和利用	244
第四节	旅游文学艺术类资源的开发和利用	250
参考文献		256



上篇

旅游文化理论知识



旅游文化的概念、结构和研究内容

【引导案例】

旅游胜地斯特拉斯堡^①

法国著名的旅游城市斯特拉斯堡,它没有巴黎那样富丽堂皇的凡尔赛宫,也没有以收藏美术珍品而闻名于世的卢浮宫,但是城市里却充满了浓厚的生活和文化气息。斯特拉斯堡博物馆繁多,有考古、历史、装饰艺术、美术、圣母院、民间艺术等各类博物馆。城市以各时期的建筑为主线,构成了一个耐人寻味的旅游风景点,显示出文化旅游城市的特征。城市还有一个歌剧院、二十几个剧院、露天剧场、爵士乐舞厅和众多的流行音乐厅以及各式各样免费的露天音乐活动、诗歌活动和定期的书市等。如此丰富的多元化设施营造了斯特拉斯堡浓郁的文化旅游情调,每年吸引了大量的游客到此观光旅游。

问题讨论: 讨论一下,斯特拉斯堡吸引游客的秘诀在哪里?

分析参考: 通过资料,我们可以了解到虽然斯特拉斯堡没有像巴黎那样拥有举世闻名的宫殿和博物馆,但不可否认的是这座城市的人文气息却一点也不逊色于巴黎。众多诸如考古、历史、装饰艺术、美术、圣母院、民间艺术等类型的博物馆,以及遍布城市的歌剧院、露天剧场、爵士乐舞厅和众多的流行音乐厅以及各式各样的免费的露天音乐活动、诗歌活动和定期的书市等,这些无疑会为每一个到访的旅游者提供丰富多彩的体验空间。

其实,现代旅游活动归根结底是一种文化内涵的追溯,无论是传统的历史文化还是比较新潮的物质消费文化,都为众多旅游者提供了更为广泛的需求空间。而这一特点也造就了现代旅游研究新的热点话题,越来越多的旅游景区开发围绕着挖掘地区文化,形成文化名片效应,不仅取得了良好的经济效益,同时也带动了本土文化的传承和发展,综合社会效益也日趋显著。

^① 北京大地风景旅游咨询,现代文化旅游资源的开发模式探析及经典案例. http://blog.tianya.cn/blogger/post_read.asp?BlogID=3516811&PostID=40889824.

【学习导航】

通过学习本章,学生可掌握旅游文化的概念,熟悉旅游文化的结构和特征,理解和掌握旅游文化的研究内容,从而明确学习旅游文化的意义,为旅游文化等领域研究夯实理论基础。

【教学建议】

通过案例,引导学生关注周边发生的旅游文化现象,讲授过程中可注重对旅游文化概念的阐释,让学生理解和掌握旅游文化的结构体系以及研究的主要范畴。

第一节 旅游文化的概念界定

旅游文化是文化的一个分支,也是社会文化的一个重要侧面。旅游文化学研究必然要建立在普通文化学的分析研究基础之上。我们在探讨旅游文化之前,必须首先对文化的一般性问题进行探讨,通过对文化的概念、结构和特征等的分析,为下一步深入探讨旅游文化的概念与特征奠定理论基础。

一、文化的概念

(一) 文化的定义

准确把握文化的概念十分必要,人类从原始野蛮时期到古代、近代直至现代文明依赖于文化的进步,人类自身的成长和完善靠文化教化,人类的生产和生活行为要借助于文化包装。可以说,人类自身的存在价值和生存意义与文化之间的脐带联结是无法割舍的。

文化的概念内涵博大精深,文化被看作一种人类文明抽象的结构。文化是人类的产物,是人类认识和实践活动的结果,是人类智慧和实践创造能力的结晶。文化的本质是一种精神性的东西,它既体现在人们的精神活动和行为活动中,也体现在人们创造的各种精神产品和物质产品中。

“文化”是一个总括性的概念,学术界一般都认同将文化进行广义和狭义之分。所谓广义的文化,泛指人类创造活动及其成果的总和,是人类社会历史发展过程中物质创造和精神创造及其成果的总和。所谓狭义的文化,专指人类的精神创造及其成果。

(二) 文化的结构和类型

1. 文化的要素及结构

文化是作为人类社会文明系统而存在的。任何一种文化都是由多种要素按照一定方

式或结构组成的有机整体。

从广义的文化概念角度出发,每一种文化都有三个方面的要素,或者说具有三个不同层面的内容。

一是文化的物质要素,也是文化的物质实体层面,一般称为物质文化,包括生产工具、生活用具以及其他各种物质产品。

二是文化的行为要素,也是文化的行为方式,一般称为行为文化,包括行为规范、风俗习惯、生活制度等。

三是文化的心理要素,也是文化的精神观念层面,一般称为精神文化,包括思维方式、思想观点、价值观念、审美标准与情趣、宗教信仰、民族性格等。

在社会文化的内容层次结构体系之中,精神文化是最内层的,所以称为内在文化;而处于中层的行为文化和外层的物质文化,则统称为外在文化。

2. 文化的等级序列

按文化要素的大小形态,文化的等级序列由小到大依次分为文化特质、文化丛、文化模式和文化区。

3. 文化的不同分类

在文化的应用及研究中,可将文化分为主文化和亚文化、雅文化和俗文化、文化和反文化等概念范畴。

(三) 文化的基本特征

1. 地域性

文化的地域性即文化的地域差异性,或称文化的地方性。文化的地域差异性,不仅表现在东西方文化存在极大的差异,就是在一个国家内部,文化的差异也是极易被感知的。我国古代就有“五里不同风,十里不同俗”之说。社会文化的地域性差异是旅游活动产生和发展的原因之一。

2. 民族性

世界上有许许多多的不同民族,而每个民族都有自己的文化传统,从而使其与其他民族区别开来,这就是文化的民族性。每个民族都生活在特定的自然和社会环境中,不同的环境造就了不同的生产和生活方式,形成了不同的语言、文字、艺术、道德、风俗习惯及物质成果等,构成了不同的民族文化。

民族文化一经形成,就会成为稳定性的因素沉淀于一个民族之中,从而成为一个民族强有力的黏合剂和内聚力。比如,分布于世界各地的华人社区长期保留着炎黄文化的优良传统。文化的民族性影响着人类行为活动的各个方面,也是旅游活动产生的直接诱因。

3. 时代性

文化既是在特定的空间中产生和发展起来的,也是在特定的时间内创造与生长的。在不同的社会历史发展阶段,文化的内容和功能是不同的。文化具有鲜明的社会时代性,可以说人类文化时代进化的不同层次,是构成世界文明多样性的原因之一。同时,文化的时代性也是旅游活动产生和发展的原因之一。

中国文化按时代可以分为原始文化、传统文化和现代文化。传统文化是中华民族的历代先人已经创造的物质文化和精神文化,它是一种有别于当代人主体的、凝固了的一种历史既定存在,具有认识价值和审美价值,是宝贵的历史文化遗产。

中国传统文化中的古代神话传说、古代巫术、诸子百家、古代典籍、汉赋唐诗宋词元曲明清小说、琴棋书画、中华武术、杂技、养生秘诀以及万里长城、故宫、秦始皇陵及兵马俑坑、北京天坛、曲阜“三孔”、武当山古建筑群、丽江古城、洛阳龙门石窟、清东陵和清西陵等举世瞩目的世界文化遗产均可形成颇具魅力、美不胜收的人文景观。

现代文化则是社会主义物质文明和精神文明建设的新成就以及社会风情等。如现代都市风貌与特色小城镇,现代教育、科学、文化、体育、卫生等现象和设施,现代田园生态农业、高新科技工业、伟大工程景观等。

无论是传统文化,还是现代文化,均可构成颇具吸引力的旅游景观。

4. 继承性和变异性

文化的继承性是指一种文化一旦形成,便会在特定的人群中世代相传,使文化得以保存并流传下来,且具有一定的稳定性。文化的变异性是指人类在继承的同时,又在新的历史条件下从事新的文化创造,并且文化交流也以更快的速度推动着文化的变迁。

二、旅游文化的定义

旅游文化是旅游学的基本概念之一,是旅游学研究的重要内容。但在旅游学理论中,“旅游文化”到底指的是什么?它都包含哪些内容?长期以来,人们对此的认识一直比较模糊,没有形成统一的认识。因此,无论在理论界还是在实业界,“旅游文化”和“文化旅游”这两个概念常常被混为一谈,或者被不恰当地使用。这两个概念在某些词条下各有所指,而在很多情况下,它们又被用来指称同一类事情。在研究界,这种混淆也一直存在,有些论文标题为论述“文化旅游”,文章内出现的词语却是“旅游文化”;而许多文章标题上冠以论述“旅游文化”,主体内容却是论述“文化旅游”资源开发问题。马波在研究中也发现,许多以旅游文化为题的著作、论文,其实只是研究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。

我们先来区别一下“旅游文化”和“文化旅游”的侧重点和研究重点以及二者的学科归属,再在此基础上,对“旅游文化”的概念和内涵作一些分析。

(1) 二者的侧重点不同。“旅游文化”是以“旅游”为限定词,“文化”为核心词,侧重点在“文化”,是文化范畴的一部分。广义的旅游文化包括了文化在旅游中各方面、各层次的体现,也指旅游与文化的所有关系。这是一个非常宽泛的概念,类似于“旅游与文化的关系”。我国目前对于旅游文化的理解和西方对旅游社会学、文化人类学等的研究属于此类。狭义的旅游文化是指由旅游者活动而引起的文化现象。而“文化旅游”却以“旅游”为核心词,“文化”为限定词,侧重点在“旅游”上,是旅游活动和旅游产品中的一个重要类别,是宽泛旅游文化概念系统中的一部分。

(2) 二者的研究重点不同。“旅游文化”研究在广义层面上关注的重心是旅游活动的基础理论,诸如旅游活动的属性、特征、影响等问题;在狭义层面上关注旅游业和旅游活

动中的文化。而“文化旅游”研究的重心则是旅游活动的对象物：旅游产品的开发和经营管理问题，以及文化旅游活动的特点、管理体制、文化旅游市场的需求特征问题等。二者的学科归属也不同。按照我国目前的学科划分体系，“旅游文化”主体属于旅游社会学、心理学、伦理学的研究范畴（我国并没有一个笼统的“文化学”学科），部分属于管理学范畴；而“文化旅游”主体属于旅游管理学和旅游开发规划学共同的研究范畴，从西方学术界对于学科的划分体系看“旅游文化”主要属于基础学科，而“文化旅游”属于应用学科。

进行了“旅游文化”和“文化旅游”的区别和界定，我们来试着分析一下“旅游文化”的概念和内涵。

众所周知，旅游文化实际上是由客源文化、东道主文化和服务文化三种文化综合而成的，这种综合过程必须在旅游过程中才能得以实现，即旅游文化是在旅游活动和为旅游活动提供服务的过程中产生的。因此，我们可以给旅游文化下这样的定义：旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系的总和。这一定义包含以下几个含义。

1. 旅游活动是旅游文化产生的前提

旅游文化的产生和发展是与旅游活动的产生和发展同步的，没有旅游活动，也就不会产生旅游文化。或者说，旅游文化是在旅游的过程中产生和发展起来的。当然，旅游文化的内容是复杂而广泛的，它不仅仅是旅游者在旅游过程中的文化表现和文化影响，还包括了为旅游者提供产品和服务的资源文化和服务文化的内容。因此，旅游文化是以旅游活动为核心而形成的。

2. 旅游活动本身就是一种文化现象

如前所述，从本质和功能上说，旅游活动本身具有文化属性。虽然它必须以支付必要的花费为前提——以经济形式表现出来，但从本质上说，“旅游者在旅游过程中所追求的是文化享受”，经济在旅游活动中仅仅是起保障作用，“文化和精神享受才是主要目的”，“旅游的主旨和内涵，主要是文化”。因此，旅游活动实际上是一种以一定的经济支出为前提的文化行为。

3. 旅游文化是一种融合文化，具有综合性

旅游文化是由客源文化、东道主文化和服务文化的交流、融合而形成的一种独立的文化形态。这种独立文化的主体包括两部分人：一是旅游者，他们是客源文化的载体；二是旅游目的地的从业人员及其他与旅游者有直接或间接接触的目的地接待人员和工作人员，他们是东道主文化和服务文化的载体。二者在旅游或为旅游者提供服务的过程中发生关系，共同促进了文化的交流，创造了旅游文化。

因此，无论是从旅游文化的内容，还是从旅游文化的形成过程来看，它都具有综合性的特征。

4. 旅游文化是一种冲突文化，具有矛盾性

旅游文化是在不同文化的冲突中产生的，而且即使是在旅游文化内部也同样存在着矛盾冲突。旅游者来自不同的地区和民族，其思想观念、生活习俗和行为规范等都必然带

有其民族特色。在旅游过程中,他们虽然可以在一定程度上接受东道主社会的某些习俗和行为规范,但从根本上说他们不可能真正完全脱离自己的传统文化习惯,实际上他们总是倾向于用自己的标准来判断所接触、观察到的各种文化现象,把与自己的价值观相矛盾的习惯和信仰视为不开化和野蛮,而赞扬和接受与自己的价值观相吻合的习惯和信仰。因此,旅游者及其自身的文化是不可能完全融入东道主社会中去的,他们在东道主社会永远是一个相对独立的群体。同时,为尊重他们的民族习惯,满足他们的不同要求,东道主社会——即使是最落后、最贫穷的接待地也要建设一定的适应外来旅游者要求或国际标准的接待设施。这样的设施,可以向旅游者提供他们所熟悉的环境,不降低他们的生活水平。在服务方面也要求标准化,并与旅游者的需求保持一致和相似。这样一来,就逐渐地使旅游系统从该国或该地区的社会和自然生活中脱离出来,形成了一个独立的阶层——旅游业从业人员阶层。这部分人由于长期在特殊的环境里工作,逐渐形成了不同于当地社会的行为规范,如有较超前的意识、见多识广、注重仪容仪表、因有较高的收入而追求高消费等,都会与当地的生活习惯形成很大的反差,从而使他们成为当地社会中的一个特殊群体,并产生与当地传统文化习惯的冲突。

在旅游文化的主体内部也存在矛盾和冲突,这主要表现在服务与被服务的关系中。旅游文化主体内部的两部分人——旅游者和旅游服务人员,他们分别来自不同的国别和民族,有不同的文化背景和价值观念,虽然由于国际旅游业的发展已形成了一些国际通行的惯例,但来自不同文化背景的人对此的认识会有很大的差异,东道主社会的物质文化也会与客源地有很多不同,这就必然导致旅游活动中两个主体之间围绕服务、被服务的关系而产生一定的矛盾和冲突,从而波及旅游文化的各个方面。

5. 旅游文化因主体的背景而异,具有多样性

旅游者来自世界各地,分属于不同的文化区域。同时,他们的足迹又踏遍地球的每一个角落,与各种不同的东道主文化相融合。因此,虽然说旅游文化在空间上存在于整个人类社会,但不同区域的旅游文化却有着不同的表现和特征。同时,由于旅游文化有着不同的主体,而且不同的主体在旅游文化中所扮演的角色不同。因此,通过不同主体表现出来的旅游文化也有较大的差异性,这些情况都体现了旅游文化的多样性特征。

6. 资源文化是旅游文化的重要内容

资源文化作为东道主文化的重要组成部分成为旅游文化直接的内容。这与通过旅游者和旅游就业人员体现出来的旅游文化有所不同,后者是在旅游过程中通过服务与被服务以及旅游过程本身体现出来的,而资源文化却是在旅游开发的过程中被挖掘、整理、建设而显现出来的。其中,自然旅游资源的文化特征主要体现为艺术性和美学价值,人文旅游资源则体现着接待地的传统文化和人文精神,反映着东道主文化的区域性,对旅游者最能起到文化的诱导作用,也是东道主文化与客源地文化交流与融合的重要内容。

人文旅游资源的文化特征既与东道主社会或接待地的区域性和民族性有关,也与资源的种类有关。例如同样是民俗资源,但在不同地区却有不同的表现。以我国的春节为例,北方的过节习俗与南方特别是南方少数民族的过节习俗就有很大的不同。再如园林艺术,我国的江南园林与北方园林无论在结构布局上,还是在艺术特征上都有很大的差

别,这既取决于民族的差异,也取决于地区的不同。而不同种类旅游资源在文化内涵上的差异更大,如上述的园林资源,江南园林体现的是江南人富于浪漫的人生情调和文化品位,将世间美景都集中于自己的园内,守着自己的妻儿老小,时而学着陶渊明的样子把酒东篱下、醉卧菊丛中,何其风雅。而宗教旅游资源则不同,无论是深邃、幽暗的殿堂,还是深沉、悠扬的经声佛号,都能给人以超脱凡世的感觉。济南千佛山兴国禅寺院门两侧有一副著名的对联——“暮鼓晨钟惊醒世间名利客,经声佛号唤回苦海梦迷人”,其诱导人们超俗遁世的喻义十分明显。

总之,旅游文化作为一种独立的文化形态,它既是一种文化现象,也是一种文化关系;既是一种融合文化,具有综合性,也是一种冲突文化,具有矛盾性,是在旅游和在为旅游提供服务的过程中形成的各种文化现象和文化关系的总和。

第二节 旅游文化的结构

一、旅游文化结构

学术界对于旅游文化的结构目前还存在诸多不同的见解,具体而言,主要有以下几种观点。

(一) 以文化构成为中心的结构

一些学者直接套用文化的结构模式,将旅游文化分为物质文化、制度文化和精神文化。

1. 旅游物质文化

旅游物质文化也称为旅游文化的物质层面,指的是蕴藏丰富文化意义的自然景观和人文景观,及其附加的必要的游乐设施,以及为旅游者提供服务的交通工具、饭店、餐馆和其他设备等。

2. 旅游制度文化

旅游制度文化也称为旅游文化的制度层面,指的是旅游文化主体所处国家的管理部门或有影响的旅游组织以及大型旅游企业所制定的各种法规、制度及相关的企业管理规则等。

3. 旅游精神文化

旅游精神文化也称为旅游文化的精神层面,指的是旅游活动以及旅游业经营管理中反映出的特定文化心理、价值观和思维方式等观念形态。

旅游文化作为文化大系统中的一个子系统,其产生与发展必然建立在一般文化的基础之上。持此观点的学者们认为,旅游文化的物质、制度和精神三大层面要素是相互交织和渗透的,一起共同组成旅游文化这一不同形态特质的复合体。

(二) 以要素为核心的结构

卢云亭先生从旅游的三大基本要素出发,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。

1. 旅游主体文化

旅游主体文化包括旅游者自身的文化素质、兴趣爱好、性格心理、行为方式及其政治主张、思想和信仰,以及他们的职业和生活背景等。

2. 旅游客体文化

旅游客体文化包括旅游历史文化、旅游宗教文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游饮食文化、旅游民俗文化、旅游文学、旅游艺术文化等。

3. 旅游介体文化

旅游介体文化包括旅游餐饮文化、旅游商品文化、旅游服务文化、旅游管理文化、旅游政策法规,以及其他旅游中介文化。

(三) 以地域区分的结构

旅游文化以其整体性著称,但在统一性的基础之上,各地区又显示出独特的差异性。以中国古代旅游文化为例,就有齐鲁旅游文化、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地域结构。

(四) 以内容为核心的结构

旅游活动是文化性很强的活动,内涵十分丰富。按照旅游活动中的食、住、行、游、购、娱等内容,旅游文化可分为旅游饮食文化、旅游服务文化、旅游园林建筑文化、旅游娱乐文化、旅游宗教文化等。

(五) 以主体为核心的结构

马波先生从旅游文化的两个主体和旅游交换的过程角度,把旅游文化分为旅游消费文化和旅游经营文化两大块。前者是以旅游者为主体的文化,又细分为旅游消费行为文化和旅游审美文化;后者是旅游经营者(旅游从业人员)所反映或创造的文化,又细分为旅游产品经营文化、旅游企业经营文化和旅游目的地经营文化。

本书对于旅游文化构成的界定,主要还是借鉴卢云亭先生的观点,即旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化三大要素,完整而又清晰地构建了旅游活动过程中各种旅游物质和要素所引发的旅游文化现象。

二、旅游文化的特征

纵观旅游发展史,虽然各个时期都有其独特的表现形式,但在本质上却有许多共同之处,即旅游者在旅游活动中所追求的文化享受。文化,作为旅游的灵魂,始终蕴含在旅游活动中,表现出极大的魅力。广义的文化,是指人们在生产和生活中创造出来的物质财富和精神财富的总和,是人类区别于动物的根本标志。文化有很强的民族性和发展性,任何民族都有自己的文化,它们的地域性决定了文化的差异性。但是,地域文化在发展过程中,必然相互联系、相互交流,而人类的旅游活动,就是各种文化相互交流、相互结合的运动。