



旅游文化

龚 鹏◎主 编

旅 游 文 化

主 编 龚 鹏

副主编 丁水平

编 委 温 娜

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化 / 龚鹏主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5682 - 1779 - 8

I. ①旅… II. ①龚… III. ①旅游文化 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 011515 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京泽宇印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 20.5

字 数 / 481 千字

版 次 / 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

定 价 / 58.00 元

责任编辑 / 申玉琴

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

旅游的本质属性是文化。旅游文化的内涵十分丰富,其范围既涉及旅游主体自身的文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等旅游主体文化领域,也涉及人文景观文化和自然景观文化的旅游客体文化领域,还涉及旅游业的企业、管理、景区、产品、商品、政策法规等旅游介体文化,可谓内容庞杂,涉及领域广泛。而旅游文化课程教材不能取代其他旅游学科的专门教材,或是像旅游学科其他专门教材那样深入展开论述,故而旅游文化教材的编写较为困难。

旅游文化课程作为与专业主干课相关联的旅游专业基础课,在整个专业教育中具有特殊的意义。教师通过教学,使学生理解旅游文化的概念、研究对象与研究方法;了解旅游文化的内涵、特征及旅游主体的旅游行为特性;了解旅游客体文化的基本范畴;了解旅游介体文化建设的重要性,从而使学生为从事旅游相关专业工作及学好后续专业课程打好基础。这对提高学生自身的文化修养、专业素养和鉴赏识别能力以及提高旅游业的管理水平、促进旅游业的发展都有十分重要的意义。

在当今高校转型发展的背景下,本教材具有其自身的特色。首先,教材的定位准确。本教材针对应用型普通院校的大学生而编写,注重实用性,注重培养学生的实践能力、提高学生的旅游文化知识、提升学生的文化素养和提高学生的文化艺术鉴赏能力和水平。其次,教材的特点突出。一是体例创新。本教材的每一章都以案例导入,最后都有一个案例分析题和实训题,目的在于培养学生分析问题、解决问题的能力。二是章节安排合理。本教材较为完整地介绍了旅游文化的各个方面,尤其是关于旅游主体文化和旅游介体文化的介绍,弥补了现有各种版本教材的不足。三是内容创新。本教材在保证理论知识完整的同时,注重实践方面的应用性,以培养和提高学生的文化艺术鉴赏能力和水平。据此,本教材在简要介绍旅游文化基础知识和基本理论的基础上,详细阐述了旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化的各个方面。书中着重阐述了旅游主体文化、中国历史文化、自然景观旅游文化、园林旅游文化、建筑旅游文化、宗教旅游文化、饮食旅游文化、民俗旅游文化、旅游与文化艺术和旅游介体文化。全书结构体系清晰、内容丰富、视野开阔,既注重理论逻辑分析,又强调实际应用研究,充分体现了应用性高校教材新颖、生动、灵活、实用的特色。

本书由龚鹏设计撰写提纲,并担任主编,丁水平为副主编,温娜也参与了教材的编写。

第一章 文化与旅游文化	1
第一节 文化概述	2
第二节 旅游文化概述	9
第三节 旅游文化学习的内容、意义与方法	16
习题与拓展实训题	20
第二章 旅游主体文化	22
第一节 旅游主体文化在旅游文化中的地位	23
第二节 旅游主体在旅游活动中的文化角色及文化动机	29
第三节 旅游主体的旅游心理与审美主题的规定	35
习题与拓展实训题	41
第三章 中国历史文化	43
第一节 中国文化生态环境	44
第二节 中国历史文化的发展历程	59
第三节 中国传统历史文化简述	63
第四节 中国历史文化常识	72
习题与拓展实训题	79
第四章 自然景观旅游文化（上）	80
第一节 自然景观旅游文化概述	81
第二节 地质景观旅游文化	83
第三节 生物景观旅游文化	92
第四节 气象景观旅游文化	98
第五节 大漠景观旅游文化	101
习题与拓展实训题	103

第五章 自然景观旅游文化（下）：山水景观旅游文化	106
第一节 我国山水主要审美思想	107
第二节 自然山水的文化特征	108
第三节 名山景观旅游文化	114
第四节 名水景观旅游文化	132
习题与拓展实训题	146
第六章 园林旅游文化	147
第一节 中国古典园林的发展及其分类	148
第二节 中国古典园林的造园要素	154
第三节 中国园林的艺术欣赏	160
习题与拓展实训题	170
第七章 建筑旅游文化	172
第一节 中国古建筑概述	173
第二节 中国古建筑的主要类型	180
第三节 中国古建筑艺术欣赏	186
习题与拓展实训题	191
第八章 宗教旅游文化	193
第一节 宗教文化概述	194
第二节 佛教文化	200
第三节 道教文化	210
第四节 基督教文化	221
第五节 伊斯兰教文化	229
习题与拓展实训题	235
第九章 饮食旅游文化	237
第一节 中国饮食文化的概述	238
第二节 中国食文化	241
第三节 中国酒文化	246
第四节 中国茶文化	253
习题与拓展实训题	260
第十章 民俗旅游文化	261
第一节 中国民俗文化	262
第二节 民俗文化的主要内涵	268
第三节 民俗旅游的文化意蕴	281
习题与拓展实训题	284

第十一章 旅游与文化艺术	285
第一节 中国的旅游文学	286
第二节 中国书画、雕塑艺术文化	294
习题与拓展实训题	304
第十二章 中国旅游介体文化	306
第一节 旅游介体文化的内涵	306
第二节 旅游介体文化中的旅行社	309
第三节 旅游介体中的饭店文化	310
第四节 旅游介体中的“行”文化	312
习题与拓展实训题	315
主要参考文献	317

文化与旅游文化

教学目标

1. 了解文化及旅游文化的概念与特征;
2. 旅游文化的结构;
3. 旅游文化的功能;
4. 旅游和文化的关系;
5. 旅游文化学习的重要性意义。

能力目标

1. 能够分析旅游与文化的关系;
2. 能够分析旅游文化的结构。

导入案例

科学定位突出整体形象 定南县旅游文化实现转型升级

青山绿水、蓝天白云、红墙黛瓦、小桥流水……盛夏时节,笔者走进赣粤高速定南出口的“香港母亲河”主题公园,看到昔日破旧的小村落经过一番改造后,成为魅力四射的新村落,如今已是该县以“赣粤门户,生态家园”旅游文化形象定位的城市新“名片”。据了解,这张“名片”也是该县去年以来大力实施差异化发展战略,通过借外力、引外资的“借梯上楼”模式发展文化娱乐和休闲旅游产业的一个缩影。

针对旅游发展层次不高、特色不显、产品单一等结构性矛盾,2009年以来,定南县坚持从规划入手,对全县旅游文化产业进行了科学定位,突出定南“赣粤门户,生态家园”的整体形象。在坚持“政府主导、企业主体、市场运作、群众参与”的原则下,该县确定了“借梯上楼”的开发思路,推动旅游文化上档升级,并建立了全省首个文化生态旅游产

业园。以园区化、集群化的手段,整合旅游产业的项目、品牌、资金等资源,大力开发生态游、山水游、休闲度假游、体验游、客家民俗游、健身养生游等特色鲜明的旅游精品项目。

为做大做强“赣粤门户、生态定南”品牌,该县2010年又相继引进了深圳多彩公司投资3亿元开发建设风水旅游文化产业园、香港新亚太集团投资有限责任公司投资10亿元开发建设山地体育公园的项目。同时,结合新农村建设和定南全县旅游的整体布局,成功包装了中国山水旅行博览馆、布衣山谷、虎形围爱情故事馆、十三经书院、成功人士第二家园等11个重大支撑项目。目前,该县已有7个项目开工建设,其中“仙湖”文化生态旅游产业园开发项目还被确定为全省重大调度项目。为使文化旅游产业向纵深发展,该县相继出台了一系列文化娱乐和休闲旅游产业发展优惠政策,支持并鼓励民间资本投资旅游文化产业:引进恒立达置业有限公司投资2.5亿元兴建四星级酒店项目,激活盛凯威实业有限公司投资1.2亿元兴建文化娱乐城项目,组建商会组织投入5600万元开发建设商会大厦项目。

文化旅游产业的转型升级同时带动了该县文化旅游市场的“蹿红”。2010年1—7月,定南县共接待海内外游客8.6万人次,以旅游文化为主打的第三产业实现增加值3.27亿元。

(资料来源:谢志诚.http://www.ganzhou.gov.cn/xwdt/zwyw/201008/t20100807_191114.htm)

思考

请分析目前我国一些旅游资源丰富的地方能否仿照上例来打造自身的文化品牌。

文化是旅游业的灵魂,是旅游活动的本质属性,旅游文化是旅游资源和旅游产品的魅力所在,因而文化与旅游的关系十分密切。学习和研究旅游文化,首先必须理解和掌握文化与旅游文化这两个核心概念。

第一节 文化概述

自从19世纪人类学、社会学和文化学以及与文化有关的学科兴起之后,关于文化的定义便层出不穷。据1951年《大英百科全书》统计,世界上在正式出版物中给文化所下的定义达160种之多。迄今为止,关于文化的定义已有250多种。可见文化现象十分复杂,对文化作清楚而确切的定义是十分困难的。为此,为理解文化的含义进而解决其定义问题,可行的办法应是从“文化”词源上追溯其真实的含义及演变历程。

一、文化的词源

(一) 中文词源

“文化”是中国语言系统中早已有之的词汇,但它在我国文献中最初是分开出现的。

“文”的本义是指各色交错的纹理。《周易·系辞下》载:“物相杂,故曰文。”《礼记·乐记》称:“五色成文而不乱。”在此基础上,“文”又有若干引申义。其一,为包括语言文字在内的各种象征符号,进而具体化为文物典籍、礼乐制度。《尚书序》所载伏羲画八卦,造书契,“由是文籍生焉”;《论语·子罕》中孔子说“文王既没,文不在兹乎”,是其

实例。其二,由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义,与“质”“实”相对。《尚书·舜典》疏曰“经纬天地曰文”;《论语·雍也》称“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”。其三,在前两层意义上,引导出美、善、德行之义。这就是《礼记·乐记》所谓的“礼减而进,义进为文”。郑玄注“文犹美也,善也”。

“化”本义为改易、生成、造化。如《庄子·逍遥游》:“化而为鸟,其名曰鹏”;《周易·系辞下》:“男女构精,万物化生。”“化”是指事物形态或性质的改变,并由此引申为教行迁善之义。

“文”与“化”并联使用,较早见之于战国末年儒生编辑的《易·贲卦·彖传》:“(刚柔交错),天文也、文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”

这段话里的“文”,即从纹理之义演化而来。日月往来交错文饰于天,即“天文”,亦即天道自然规律。同样,“人文”是指人伦社会规律,即社会生活中人与人之间纵横交织的关系,如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友,构成复杂网络,具有纹理表象。这段话是说,治国者须观察天文,以明了时序之变化,又须观察人文,使天下之人均能遵从文明礼仪,行为止其所当止。在这里,“人文”与“化成天下”紧密相连,“以文教化”的思想已十分明确。

西汉以后,“文”与“化”合在一词。如刘向的《说苑·指武》中:“凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。”显然,这里的“文化”与“武力”相对应,是动词,具有“文治教化”之意。

近代中国人所说的文化,则是19世纪末从日文翻译过来的,其内涵包括加工、修养、教育、礼貌以及文化程度等多种意义。

(二) 西文词源

在英文和法文中,文化一词为“culture”,它源于拉丁文的“cultura”,作动词使用时,含有耕种、居住、练习、留心、注意和敬神等多种意思。由拉丁文派生出的英文和法文的“culture”、德文的“kultur”在16、17世纪逐渐由对树木、作物等的培育引申为对人类心灵、情操、风尚的化育。在今天诸多的英文单词如agriculture(农业)、deep culture(深耕)、horticulture(园艺)中就可见其最初具有“耕作与作物培育、养殖等”意义。因此,“culture”首先被用来意指经过人们对田园的耕作,将原始的荒野变为稼禾繁茂的田园,也象征着人类文化生活的开始与演变。可见,西方文化含义的深化,是从人类的物质生产活动开始,逐步引向精神领域的。由此,“culture”的外延逐渐扩大,内涵也逐渐丰富起来,渐渐接近了它的近代意义。

从物质领域到精神领域,西方的“culture”与中国古代的“文化”一词的“文治教化”内涵比较接近。所不同的是,中国的“文化”一开始就专注于精神活动领域,而“culture”却是从人类的物质生产活动出发,继而引申到精神活动领域。从这层意义上分析,“culture”的内涵比“文化”更为宽广,而与中国语言系统中的另一词汇“文明”更加切近。“文明”是指人类的物质创造(尤其是对火的利用)扩展到精神的光明。“经天纬地曰文,照临四方曰明。”“文明”兼有物质创造与精神创造的双重意义,接近于今天人们通常理解的广义文化。中国与埃及、巴比伦、印度共称四大“文明古国”而不称“文化古国”,原因就在这里。

19 世纪中叶,一些新的人文学科如人类学、社会学、民族学等在西方兴起,文化的概念也随之发生变化,开始具有现代意义,并成为这些新兴学科的重要术语。最先把文化作为专门术语使用的是英国的“人类学之父”——爱德华·泰勒(1832—1917 年),他在 1871 年出版的《原始文化》一书中,把文化定义为:“从最为广泛的民族意义上看,文化或文明是一个综合性体系。它包括知识、信仰、艺术、道德、法、习俗以及作为社会成员的人所学到的其他能力和习惯。”自此以后,西方学者为“文化”下了诸多定义,在定义中包括了“文化是人所创造的一切;文化是物质价值和精神价值的总和”等观点,从不同的角度、不同的层面对文化作了界定。

二、文化的定义与分类

(一) 文化的定义

人类从“茹毛饮血,茫然于人道”的“直立之兽”演化而来,逐渐形成与“天道”既相联系又相区别的“人道”,这就是文化的创造过程。在文化的创造与发展中,主体是人,客体是自然,而文化便是人与自然、主体与客体在实践中的对立统一物。这里的“自然”,不仅是指存在于人身之外并与之对立的外在自然界,也指人类的本能、人的身体的各种自然属性。文化是改造自然、改造社会的活动,它同时也改造“改造者”自身,即实践着的人。人创造了文化,文化也在塑造着人。举例言之:一块天然的岩石不具备文化意蕴,但经过人工打磨,便注入了人的价值观念和劳动技能,从而进入“文化”范畴。人打磨石器的过程,在这一过程中知识水平和技能的提高、结成的相互关系,以及最后完成的这件包含着人的价值取向的石器,都是文化现象,均属“文化”范畴。因此,文化的实质性含义是“人化”或“人类化”,是人类主体通过社会实践活动,适应、利用、改造自然界客体而逐步实现自身价值观念的过程,这一过程的成果体现,既反映为自然面貌、形态、功能的不断改观,更反映为人类个体与群体素质(生理与心理的、工艺与道德的、自律与律人的)的不断提高和完善。

简言之,凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果,都属于文化;或者说,“自然的人化”即是文化。

(二) 文化的分类

长期以来,人们在使用“文化”这一概念时,其内涵与外延差异甚大,故文化有广义与狭义之分。

广义的文化,又称“大文化”,主要着眼于人与自然的本质区分,认为凡是人类有意识地作用于自然界和人类社会的一切活动及其结果,都属于文化。换言之,文化也就是“人化自然”,即人类发挥其主观能动性,把人的智慧、创造性、感情注入自然,使自然成为被人所理解、沟通和利用的对象。我国著名文化学家梁漱溟提出:“文化,就是吾人生活所依靠之一切……文化之本义,应在经济、政治,乃至一切无所不包。”(《中国文化问题略谈》,载《漱溟最近文录》)庞朴主张从物质、制度和心理三个层面去把握文化的要领和内涵。1999 年版《辞海》将“广义文化”界定为“人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和”。总之,文化可以说是包罗万象,从这个意义上

说,笔者认为文化泛指人类在长期的历史发展过程中创造和形成的语言文字、性格特征、社会心理、传统道德、生活方式、思维模式以及社会生产力水平等物质和精神要素以及其相互作用的结果与表现。

狭义的文化则称为“小文化”,主要是排除广义文化概念中的物质性部分,将文化限定在人类精神创造活动及其结果层面。上述爱德华·泰勒对文化的界定就是狭义文化的界定。显然,狭义的文化是指人类创造的精神文明成果,它包括文字、文学、思想、学术和教育等精神领域。实际上,狭义的文化相当于广义文化中的精神财富这一部分。

需要说明的是,狭义文化在逻辑上从属于广义文化,与后者存在着不可分割的联系。因此,我们在研究人类的精神创造时,不能忽视物质创造活动的基础意义和决定作用;在讨论关于心态文化诸问题的时候,不能忽视物态文化、制度文化、行为文化对于心态文化的影响与制约。总之,不能将“小文化”与“大文化”割裂开来。

三、文化的结构

(一) 文化结构层次的划分

关于文化结构,有以下几种不同的划分方法。

两分说:认为文化分为物质文化与精神文化。

三分说:认为文化分为物质文化、制度文化、精神文化。

四分说:认为文化分为物质文化、制度文化、行为文化(风俗习惯)、精神文化(或称心态文化或称思想与价值)。

(二) 各层次文化释义

(1) 物质文化,由人类加工自然创制的各种器物,即“物化的知识力量”构成的物态文化层。它是人的物质生产活动及其产品的总和,是可感知的、具有物质实体的文化事物,构成整个文化创造的基础。物质文化以满足人类最基本的生存需要——衣、食、住、行为目标,直接反映人与自然的关系,反映人类对自然界认识、把握、利用、改造的深入程度,反映社会生产力的发展水平。

(2) 制度文化,由人类在社会实践中建立的各种社会规范、社会组织构成的制度文化层。人的物质生产活动是一种社会的活动,只有结成一定的社会关系才能进行。人类高于动物的一个根本之处就是人类在创造物质财富的同时,又创造了一个属于人类自己、服务于人类自己,同时约束人类自己的社会环境,创造出一系列的处理人与人(个体与个体、个体与群体、群体与群体)相互关系的准则,并将它们规范化为社会经济制度、婚姻制度、家族制度、政治法律制度,家族、民族、国家,经济、政治、宗教社团,教育、科技、艺术组织等。这一部分文化成果虽然不直接与自然界发生关系,但它们的特质、发育水平归根结底是由人与自然发生联系的一定方式所决定的。

(3) 行为文化,由人类在社会实践,尤其是在人际交往中约定俗成的习惯性定势构成的行为文化层。这是一类以民风、民俗形态出现,见之于日常起居动作之中,具有鲜明的民族、地域特色的行为模式。民族的、时代的文化既有物质的表识、制度的规范,又有具体社会行为、风尚习俗的鲜活体现。以民风、民俗形态出现的行为文化的特点有:一,它是社会

的、集体的，不是个人有意无意的创作。即使有的原来是个人或少数人创立和发起的，也必须经过集体的同意和反复履行，才能成为民俗。二，它与集体性密切相关。这种现象的存在，不是个性的，而是类型的模式的。三，它在时间上是传承的，在空间上是播布的。

(4) 精神文化，由人类社会实践和意识活动中长期孕育出来的价值观念、审美情趣、思维方式等构成的心态文化层。这是文化的核心部分。具体而论，心态文化又可以分为社会心理和社会意识形态两部分。社会心理是指人们日常的精神状态和思想面貌，是尚未经过理论加工和艺术升华的流行的大众心态，诸如人们的要求、愿望、情绪等。社会心理较直接地受到物质文化和制度文化的影响和制约，并与行为文化互为表里。社会意识形态是指经过系统加工的社会意识，它们往往是由文化专家对社会心理进行理论归纳、逻辑整理、艺术完善，并以物态形态——通常是著作、艺术作品——固定下来，播之四海，传于后世。

四、文化的特征与功能

(一) 文化的特征

综合各派学者对文化的定义，文化具有的一般特征有以下几个方面。

1. 创造性

创造性是文化最主要的特征之一。丰富多彩的文化现象和事物不是自然形成的，而是在人类社会共同生活过程中衍生或创造出来的。凡人类有意无意地创造出来的东西都是文化。人们认为，文化世界之所以高于自然的物质世界，正是因为它融入了人类的创造性。自然存在物及其运动不是文化，如山川河流、日月星辰本身都不是文化，但人类据此而创造出来的历法、文学、艺术以及其他物品却是文化。

2. 空间性和时间性

文化的空间性，指的是文化随空间区域的不同形成了不同的文化层次、文化类型，乃至产生各种各样的文化群、文化圈。而文化的时间性是指文化本身有自己的起源、演化、变迁的发展过程。文化也有积累、革命和淘汰，在时间上表现为一个进化与分化、积累与沉淀、层次与统一、目的性与自然决定性的复杂的过程。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。

3. 自由性和约束性

人本身是高级动物，而要把人和其他动物区别开来，必然要有一定的标志，这个标志就是人类文化。人要区别于其他动物，要获得自由，就要创造文化，没有文化就没有自由，自由即是文化。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与约束，走着不得不走的路，所以说文化也有约束性。

4. 封闭性和开放性

文化作为一个整体，具有封闭和开放的特点。历史上，为了自保或是为了统治的需要，很多文化体系往往采取闭关自守、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。但人类是以整体面对世界的，从某种程度上讲，文化是全人类的文

化,每种文化虽然是以个体的形式出现的,但都将汇集在人类文化的长河中。各类文化群、文化圈之间,尤其是物质文化之间,又是或多或少开放的、互动的。

5. 对象性和载体性

作为文化主体的人,要体现其存在的本质、力量,要实现自身的价值,必须通过面对的对象世界,否则无法得到体现,所以文化具有对象性。文化的对象性导致了文化的载体性,这是文化生产和存在的必要条件。

6. 继承性和创新性

文化是一份社会遗产,是一个连续不断的动态过程。任何社会的文化,都是长期积累而成的,是同这个社会一样长久的,并且还在不断地积累下去。任何一个阶段、任何一个时期的文化都是从前一个阶段或时期继承和发展下来的。而继承的并不是以往文化的全部,而是继承一部分,舍弃一部分。因此,文化是一个不断继承和更新的过程。

7. 多样性和共同性

文化都是具体的、特殊的,因此无论从纵向还是从横向角度看,世界各个时期、各个地域和民族的文化都是不同的,而且彼此之间差异很大。中国古代妇女以缠足为美,而现在“三寸金莲”已成为历史的陈迹,这是古今文化的不同。中国南方人吃蛇肉和猫肉,北方人认为那是不能吃的,这是南北文化的差异。人类学家和社会学家记载了世界各地大量的特殊文化,充分说明了文化的多样性。

文化的共同性是寓于特殊性和多样性之中的,是客观存在的。美国学者默达克在《社会结构》一书中,归纳了存在于各种文化之中的70余个共同点。虽然文化在具体形式上有区别,但原则上是共同的。

(二) 文化的功能

文化的功能是指文化整体或个别因素对人类社会生活和个人发展所具有的效能和作用。从不同的层面观察,文化的功能是多种多样的,主要表现在以下几个方面。

1. 提供生活环境,满足多种基本需要

文化首要的和最重要的功能,就是为人提供一个物质生活环境。物质生活环境虽然以自然地理环境为基础,受自然地理环境的制约,但自然所提供的素材,无论是作为劳动对象、劳动工具,还是作为劳动环境,都已经为人类的劳动所加工、改造和利用,成为文化产物。因此,从一定意义上来讲,人们所处的现实生活环境,是由文化所提供的。

文化在为人们提供物质生活环境的同时,还提供了人际生活环境中的各种道德规范、法律规范、制度管理文化和行为习俗文化。不论是对于个人的成长,还是对于社会的建构,这些都是必不可少的,这是文化的又一贡献。

除了提供物质生活环境和人际生活环境外,文化还为人提供了精神生活环境。人除了要吃饱穿暖,满足生理上的需求外,还要求知,要了解世界;还要欣赏艺术,求得情感的寄托和精神的愉悦;还要通过各种方式达到自我实现,以求得心理上的满足,这些就是我们所说的人的精神生活。

2. 记录、储存、传播功能

人类创造了文化,文化形成伊始就发挥着记录、储存人类创造能力和创造成就的作用,

使人们在实践中获得的经验、知识、观念日积月累，代代相传。

文化的记录、储存功能主要靠语言文字来实现。语言文字本身既是一种文化现象，又是一种文化载体。在文字出现之前，人们通过口头语言记录、储存劳动经验、生活知识和艺术创造等精神文化成果。文字出现之后，文化发挥了更为突出的记录、储存功能，各种史书典籍成为人类历史文化的宝库。除语言文字外，人类创造的其他非文字符号，如地上保存的或地下发掘出来的各种文物古迹，包括生产工具、生活用品、军事武器、艺术作品等，都有记录、储存的功能，为人们了解不同地区、不同民族的各个方面提供了丰富可靠的信息。

文化还具有传播交流的功能。一种文化现象产生和形成之后，便作为人们社会交往的内存和手段，在社会群体内部、群体之间发生着纵向和横向的传播。语言文字、文化实物以及人类本身都是文化传播的媒体。

3. 认知、助知功能

从根本上说，人类是在社会实践的基础上认识自然、认识社会、认识世界的，但是，人们的实践又离不开文化。随着人类的不断进步，人类更是借助于文化认识世界、适应世界、改造世界的。

作为文化构成成分之一的科学体系，为人们认识客观领域的运动规律奠定了基础。例如，数学的发展，为人们认识自然提供了有力武器；哲学的形成和发展，为人们提供了认识世界的思维工具。文化大范畴中的技术体系则通过为人们提供先进的物质认知工具，不断地促进人们对外部世界认识的扩大和深化。

4. 教化、培育功能

文化环境是人类创造出来的，反过来又影响人、塑造人，起着教化、培育的作用。文化育人有两种基本方式，一种是文化通过自身提供的各种生活环境和条件进行潜移默化，使人在不知不觉中受到文化的影响和熏陶；另一种是通过健全的教育体制有计划、有步骤地进行，使人积极主动地学习各种文化知识和行为规范，按照一定的文化模式塑造自我。

5. 凝聚和社会整合功能

这是与文化的教化、培育功能相联系的。生活在同一类型或同一模式的文化环境中的人们，得到相同或相近的教化和培育，其价值观念、社会习俗和生活方式就会趋于一致，这也就会使彼此之间的关系达到相互了解、相互理解，从而有机地联系在一起，形成一种向心的、抗异的力量。文化的凝聚功能在民族群体中体现得极为突出和明显，在一个国家、一个民族的各阶层中也有鲜明的表现。

文化的整合功能是民族团结和社会秩序的基础。一个社会如果缺乏整合，必将四分五裂。一个民族，由于享受一份共有的文化，不论该民族的人是否居住在一起，也不论该民族的人是否生活在共同的制度下，都会有民族的认同感，都会在心理上和行为上联结在一起，不可分离。

6. 维护和调节社会发展的功能

对于人类社会来说，一定的文化，特别是一定的精神文化和行为文化，还起着调节的功能，能协调和稳定人与人、人与社会的关系。拉德克利夫·布朗认为，一种文化的不同方面的中心功能，就是要维护这种文化的社会结构。要维护一定的社会结构，关键是要形成社会

的自我制约、自我调控机制。

社会制度和社会结构都是人类文化创造的成果,是人类文化发展的产物。文化历史发展到一定时代,就有相应的社会经济结构和社会政治结构。此时,文化就要发挥各种制度的、管理的、行为的、习俗的和精神意识的作用,保持这一社会结构在相当长的一段时间内的稳定,以维护社会的安定和运行的和谐。

第二节 旅游文化概述

一、文化对旅游的影响

旅游是社会进步的产物,是人类特有的文化活动,它产生于人类进入文明社会之初,随着人类社会的进步以及有余暇、有余钱、有文化享受需求的人数的扩大而日趋普及。文化对现代旅游活动的影响是十分深刻而深远的。

(一) 文化是旅游的本质特征

现代旅游现象,实际上是一项以精神、文化需求和享受为基础的,涉及经济、政治、社会、国际交流等内容的综合性大众活动。文化渗透到现代旅游活动的各个方面,文化是旅游者的出发点和落脚点,是旅游景观吸引力的渊藪,是旅游业的灵魂。旅游者的旅游行为是一种文化消费行为,旅游者外出旅游的动机和目的在于获得精神上的享受和心理上的满足;而旅游经营者要达到盈利目的就必须提供能够满足旅游者文化享受的旅游产品。无论是自然旅游资源还是人文旅游资源,都以其独具特色的民族、地方文化内涵吸引和激发旅游者的旅游动机,满足人们对科学、史学、文学、艺术和社会学诸方面的广泛需求。

(二) 文化是一个国家旅游业保持自身特色的决定因素

人们常说:“民族的东西是独特的,文化的流传是久远的。”一个国家的旅游业若缺少了本民族传统文化的底蕴,便失去了特色;不能反映本民族独有的精神内涵,也便失去了旅游的吸引力。实践证明,但凡旅游业昌盛之国,莫不以旅游文化取胜。奥地利的旅游,几乎都与施特劳斯等奥地利音乐大师紧密关联;巴黎街道的命名,每每蕴含法兰西民族的决定因素。因此,文化是一个国家在发展旅游业的过程中保持自己民族特色的决定因素。

(三) 文化蕴含着巨大的经济潜能

旅游是以一国或一民族独特的文化招徕旅客赚取利润的文化经济。为此,世界上许多旅游业发达的国家先后实行了“文化经济”的新战略。依据专家调查,英、美、日、德、法、澳等国的旅游者无一例外地把“与当地人交往,了解当地文化和生活方式”当作出境旅游的动机之一。旅游能够给旅游资源国提供就业岗位,带动建筑、商业和交通运输、科学文化的发展。从我国旅游业发展的实践来看,“文化搭台、经济唱戏”已经成为各地发展旅游业的一大特色和主要经验之一。领略华夏文化的神奇魅力是外国人到中国旅游的主要动机。

(四) 文化是提高旅游竞争力的法宝

旅游管理者及其从业人员的文化素质的优劣和经营管理水平的高低,直接影响到能否满

是旅游者的需求，直接关系到能否合理开发和利用旅游资源，进而左右着旅游业的发展。未来的旅游业的竞争主要是旅游文化的竞争，文化是提高旅游服务质量的保证，是提高旅游管理水平的关键，是提高旅游竞争力的法宝。由于文化具有地域性、民族性、传承性等特点，往往为一个国家和地区所独有，很难模仿和复制，因此，在竞争中就减少了可比性，具有垄断地位，易形成强大的竞争力，也易于创出特色和品牌。品牌是旅游业竞争的无形力量，是促使旅游业走上可持续发展道路的宝贵文化资源。

二、旅游的文化属性

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经济现象，事实上，旅游首先是一种文化现象。旅游与文化密不可分，无论是旅游消费、旅游产品还是旅游经营与管理，都具有文化性，因而旅游本质上是一种文化活动。旅游的文化属性可以从旅游的三大要素进行分析。

（一）旅游主体的文化属性

旅游主体就是通常所指的旅游者。按照国际上普遍接受的艾斯特（AIEST）定义，“旅游是指非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象及关系的总和。这些人不会永久居留，并且主要不从事赚钱的活动”。这个定义强调了旅游活动不是为了“赚钱”，而是由此所引起的“现象”和所产生的“关系的总和”，实际上它强调的是，旅游是一种综合性的文化现象。也就是说，旅游一旦产生，伴随着经济上的支出，就开始了文化消费，其结果是满足旅游者的文化需求。对旅游者来说，它能够促进身心健康、丰富阅历、增长知识。因此，旅游实际上是一种满足文化需求的活动。根据美国心理学家马斯洛的需求理论，人们在获得了基本的生存条件和物质生活条件之后，就会产生交往、受尊重及自我发展的高层次需求，以求获得精神上的愉悦，而旅游就满足了这种需求。因此，旅游是以寻求精神享受为目的、暂时离开常住地的一种物质和精神文化生活，是在一定社会条件下的一种综合的社会文化活动。

旅游者的这种文化需求促使其旅游动机的形成，所以旅游者是在一定社会文化背景下产生的，是文化驱使的结果。人类受异地特质文化的吸引而产生好奇心，这种了解异质文化的愿望和要求构成了直接的旅游动机。尤其是在现代社会，强大的心理压力导致人们需要通过涉足、观赏、接触、体验异地文化来缓解和消除生活造成的机械性及其所带来的枯燥无趣的焦虑。

同时，作为一种特殊的、寓学于游的文化学习过程，在旅游过程中，旅游者还通过对自然美、艺术美、社会美的综合性审美反映，经大脑思考、加工而创造出新的具有价值的文化作品。因此，旅游活动对旅游主体而言，既是文化的消费过程，又是文化的创造过程。

另外，旅游者的进入以及其所带来的异形文化或异质文化，对旅游地原有的文化信息系统会产生积极或消极的影响。

（二）旅游客体的文化属性

旅游活动的产生，从内因上讲，是由于人类自身的文化需求而产生的“理性冲动”。在外因上，当经济和时间条件成熟时，旅游产品（即旅游客体）的吸引力就成为人们是否出游的关键。因此，旅游产品要具备足够的吸引力，就必须具有足够的文化内涵。实际上，旅