

21世纪高职高专
新概念(财经类)系列教材

总主编◎王宗湖

ÜYOU WENHUAXUE GAILUN

旅游文化学概论

陈国生 李运祥 周松秀 主 编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材

总主编 王宗湖

旅游文化学概论

主 编	陈国生	李运祥	周松秀
副主编	尹同君	袁 鹏	贺旭云
编 者	陆利军	罗勇兵	陈晓亮

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化学概论/陈国生, 周松秀主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2008

(21 世纪高职高专新概念 (财经类) 系列教材)

ISBN 978-7-81134-034-1

I. 旅… II. ①陈…②周… III. 旅游-文化-高等学校: 技术学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 000151 号

© 2008 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

旅游文化学概论

陈国生 李运祥 周松秀 主编

责任编辑: 顾永才

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 11.5 印张 286 千字

2008 年 2 月北京第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-034-1

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 18.00 元

前 言

随着现代社会的飞速发展，文化旅游正成为一种备受青睐、生机盎然的旅游形式。文化因素对现代旅游活动的影响，将会更加深刻和深远。中国旅游业要获得较大的发展，立于世界旅游强国之林，就必须高度重视旅游文化建设，深入挖掘旅游文化的内涵，营造旅游文化氛围，建立一套具有中国特色的旅游文化体系，为旅游业的发展提供服务和指南。旅游文化是中国旅游业不可缺少的文化底蕴和灵魂，是中国旅游业保持中国特色、提高国际竞争力的关键。

文化的本质在于创新，旅游文化不是旅游和文化的简单相加，也不是各种文化的大杂烩，它是传统文化和旅游科学相结合而产生的一种全新的文化形态。对于旅游文化来说，其他各种文化都是“原材料”。在旅游活动中，旅游者头脑中原有的思想观念、心理特征、思维方式等文化因素与目的地的异质文化因素的相互碰撞与结合，逐渐形成一种新的文化形态。而旅游经营者经过潜心地研究本国本民族的传统文化，并进行适当的取舍，吸收一些外来文化，精心加工、组织和开发成为供旅游者观赏或享受的旅游文化产品，创造了旅游文化；旅游客体本身反映着人的智慧和力量，有相当多的文化因素的成分，它是人们内心的价值观、审美观等精神因素的外在表现，其本身也是旅游文化不可缺少的组成部分。因此，所谓旅游文化，实际上是以一般文化的内在价值为依据，以行、吃、住、游、购、娱六大要素为依托，以旅游主体、旅游客体、旅游介体和旅游研究之间的相互关系为基础的，在旅游活动过程中业已形成的观念形态及其外在表现的总和。它既是物质的，也是精神的。旅游文化的内涵十分丰富，外延也相当宽泛。既涉及历史、地理、民族宗教、饮食服务、园林建筑、民俗娱乐与自然景观等旅游客体文化领域；又涉及旅游者自身文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等文化主体领域；更涉及旅游业的服务文化、商品文化、管理文化、导游文化、政策法规等旅游介体文化。此外，还涉及到旅游学、旅游心理学、旅游市场营销学、旅游管理学、旅游社会学、旅游文化学、旅游美学等对旅游活动进行研究的综合领域。从旅游文化的结构体系来看，应包括最外层的物质文化，如建筑、园林、器物、工具、饮食、服饰等，这些都是有形的，有能被人的感知器官所能感受到的物质形态。

旅游文化是旅游过程中的文化现象的总和。旅游是一种大众行为。而文化是日常经验的呈现，同时又作为一个表象系统再现出支配社会历史变迁的动力机制，并承载人们关于未来的美好想象。在一定程度上，可以说，旅游休闲的基础是文化。实际上，在最广泛的意义上，文化凝结于人类的生活方式之中，同时它也是人类精神生活的组织原则。文化不是事物，但它也绝非精神，而是某个人类群体独特的整套的生存样式。文化是一个无所不包的东西，从器物到制度；在狭义的方面，它仅指那些凝结在器物 and 制度等诸如此类形式之中的内容。休闲是人的自由活动，那它必须以劳动的解放为前提，大众文化这种复杂的形式与欲望（本能）之间的联系也就清晰了，大众文化既是人类活动的结果，也通过改变活动方式的途

径改造着人的欲望。

“文化就是明天的经济”。对于旅游文化的研究和关注已成为中国旅游经济腾飞和市场开拓的支点。本书从山水文化、建筑文化、聚落文化、园林文化、宗教文化、民俗文化、饮食文化、诗词文赋文化、书画雕塑文化、戏曲歌舞文化、工艺美术文化等方面介绍了旅游活动与诸文化之间的关系，突出了各种文化的个性特点及其在旅游活动中的作用。本书是旅游从业人员和旅游爱好者全面了解中国旅游文化的指南，也可用作大专院校旅游专业教材。

本书的第一、二章由华东师范大学社会学院陆利军撰写，第三章由湖南工业科技职业大学陈晓亮撰写，第四章由湖南工学院经济管理系袁鹏撰写，第五章由衡阳师范学院规划建设处贺旭云撰写，第六章由衡阳师范学院资源环境与旅游管理系周松秀撰写，第七章由湖南工学院旅游规划与设计研究所尹同君撰写，第八章由西南大学经济管理学院罗勇兵撰写，第九章和附录由衡阳财经工业职业技术学院科研处李运祥撰写。湖南工学院旅游规划与设计研究所陈国生负责全书统稿。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游文化学概述	(1)
第二节 中国旅游文化的特征	(5)
第三节 旅游文化与中国旅游业	(11)
第二章 旅游山水文化	(17)
第一节 山水文化概述	(17)
第二节 山水文化的载体	(21)
第三章 旅游建筑文化	(27)
第一节 中国古代建筑概述	(27)
第二节 中国古代建筑的文化取向与审美	(32)
第三节 中国古代建筑的主要类型及特色	(37)
第四章 旅游聚落文化	(43)
第一节 聚落文化概述	(43)
第二节 中国历史文化名城	(44)
第三节 中国特色古村落	(47)
第五章 旅游园林文化	(53)
第一节 旅游古典园林文化概述	(53)
第二节 中国古典园林的类型及其特征	(62)
第三节 中国古典园林的文化特性	(65)
第六章 旅游宗教文化	(73)
第一节 宗教的本质与旅游价值	(73)
第二节 宗教的神佛偶像	(78)
第七章 旅游民俗文化	(83)
第一节 民俗文化概述	(83)

第二节 民俗文化景观的主要内容	(86)
第三节 民俗旅游的文化意蕴	(98)
第八章 饮食文化与旅游	(101)
第一节 饮食文化概述	(101)
第二节 食文化	(106)
第三节 博大精深的酒文化	(111)
第四节 源远流长的茶文化	(115)
第九章 旅游与中国文学艺术	(122)
第一节 文学作品与旅游	(122)
第二节 绘画与旅游	(128)
第三节 碑刻与旅游	(131)
第四节 戏曲歌舞文化与旅游	(135)
第五节 工艺美术文化与旅游	(139)
附录 耒阳市新市古镇旅游开发总体规划	(145)
参考文献	(147)

第一章

绪 论

旅游活动是生产力发展到一定阶段的产物。作为人类的行为方式之一，它是一种复杂的社会现象与文化现象。从某种意义上说，人类活动的历史就是旅游活动的历史。但是旅游作为一种产业得以产生和发展还是从现代开始的。英国人托马斯·库克在 1841 年组织了一次从莱斯特前往洛赫伯勒的团体旅游，标志着近代旅游及旅游业的开端。

改革开放之后，我国旅游业逐步实现了由计划经济到市场经济的转变，旅游业的发展带来的巨大经济和社会效应引起了人们的广泛关注。我国学者也越来越重视旅游业的研究，学术成果如雨后春笋般不断涌现。但是，一直到 20 世纪 80 年代，对旅游业研究大多局限于旅游业对社会带来的经济影响。学者们较多地从经济角度研究旅游业的发展，旅游文化在发展旅游业中的作用并没有引起学者们的充分关注。

随着旅游业不断走向经济和社会的纵深领域，旅游文化正逐渐成为整个旅游业的灵魂和保证旅游业发展的支柱，旅游文化决定了旅游业的未来发展方向和兴衰成败。近年来，我国学界对旅游文化的研究也正在向纵深方向发展，作为一门新兴学科，旅游文化学的研究取得了丰硕的成果，但也还有许多值得改进的地方。

第一节 旅游文化学概述

旅游活动在我国有着悠久的历史，但我国学者对于旅游活动的研究却比较晚，对旅游文化学的关注自然是更加晚了。虽然中国学界对旅游活动的研究起步比较晚，但是近年来取得的成果却是相当丰硕的。自改革开放以后，中国学界关于旅游文化的研究逐渐形成了自己的独特的时代特色。旅游文化学作为一门新兴的学科，它尝试着从文化学的角度来阐述和解释旅游活动的产生、发展和形成原因。中国旅游文化学研究大致经历了如下几个阶段。

一、20 世纪 80 年代的旅游文化的概念界定 与必要性分析研究

学术界在 20 世纪 80 年代的旅游文化研究，概括起来说，主要是做了概念界定、必要性

分析、研究框架设计和旅游文化传统挖掘工作。

1. 关于旅游文化的定义界说

这一时期,不少学者在论著或论文中,都试图对旅游文化加以界说。窦石认为,旅游文化是一个金字塔结构的文化体系。其主体应当是那些鲜明地反映了旅游经济和旅游活动的特殊需要部分。除主体外,旅游文化还有广泛的部分,它表现在一般社会文化素养的普遍提高及其与旅游活动和旅游服务体系相交错的瞬间。魏小安认为,旅游文化是通过旅游这一特殊的生活方式,满足旅游者求新、求知、求乐、求美的欲望,由此形成的综合性现代文化现象。此外,晏亚仙指出:旅游文化,是根据发展旅游事业的规划和旅游基地的建设,以自然景观(名山、名水、名城、名景)和文化设施为依托,以包括历史文化、革命文化和社会主义精神文明为内容,以文学、艺术、游乐、展览和科研等多种活动形式为手段,为国内外广大旅游者服务的一种特定的综合性事业。

2. 关于开展旅游文化研究的必要性分析

1985年,上海旅游学会率先开展了旅游文化的研讨活动。代表们指出:从旅游业的特殊性来看,旅游经济结构的综合性、时间和空间的延伸性、形体景观的趣味性和活动内容的启示性,及其满足五洲四海游客文化需求多样化的客观规律性,迫使旅游业必须有适合自身发展需要的文化形态。1987年9月,由湖北省青年旅游研究会组织召开的首届中国旅游学学术讨论会也进行了这方面的研讨活动。代表们普遍认为:发展旅游事业不接受旅游文化的指导是不可思议的。由于旅游从业人员缺乏对旅游文化特性的了解,因此在旅游服务中出现了许多完全可以避免的失误。加强旅游文化研究,无疑是对现有旅游资源进行深层开发的前提。

3. 关于旅游文化分支学科的研究

旅游文化作为一种独立的学科体系,尚未成型,但因其涉及面十分广泛,所以它的许多分支已引人注目。如旅游文化史、旅游文学、旅游民俗学、旅游美学等。

4. 关于中国旅游文化传统的挖掘

要建设有中国特色的旅游业,不可不对中国旅游文化传统进行整理和总结。喻学才率先提出应该重视中国三千年旅游文化遗产。1987年9月,在武汉举行的首届旅游学学术讨论会上,与会代表对具有中国特色的旅游文化传统进行了认真的研讨,得出以下结论:

中国旅游文化的哲学基础是唯物主义,是不断由贵族文化走向大众文化的;中国古代旅游既有近游传统,也有远游传统,治学与旅游相结合,一直是广大读书人相沿不改的传统;中国传统的旅游哲学十分强调变化,人的因素十分看重,崇尚真实性,强调自然本色而反对人为雕凿,重视游览艺术,自觉地保存旅游史料,十分注意把发展旅游和实施仁政结合进行。

二、20世纪90年代前期的旅游文化学的学科综合与确立

20世纪90年代,伴随着我国旅游事业的蓬勃发展,旅游文化的研究方兴未艾,研究的角度越来越广,研究的层次越来越丰富。我国学者的旅游文化研究开始出现新的特点:一是对20世纪80年代中国旅游业规划的反思,最集中体现在对国家“八五”旅游规划中的重

视旅游经济而轻视旅游文化的战略偏差提出批评；二是学者们对 90 年代中国旅游文化发展的蓝图进行了勾画，对 90 年代中国旅游文化的走势进行了预测；三是对模拟景观给予了空前的注视；四是对域外旅游文化和国内地域旅游文化给予了重视；五是在对旅游文化的特征认识上，这一阶段对旅游文化的美学特征特别关注。

1. 对旅游文化概念的研究

在旅游文化概念的研究中，邓祝仁认为，除了应包括主、媒、客三个方面文化外，旅游文化还应包括人们对旅游的研究成果，如旅游心理学、旅游社会学、旅游哲学、旅游美学等。北京旅游协会曾于 1990 年 6 月和 8 月先后两次组织召开了以旅游文化为中心议题的学术座谈会，会议论文汇集成《旅游文化论文集》。冯乃康的“会议纪要”将研讨会上对旅游文化的定义，概括为三种表述方式：（1）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总和；（2）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；（3）旅游文化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，作用于旅游生活过程中的一种特殊文化形态。关于旅游文化研究的目的，上海杨时进认为：在于正确地把握“古为今用”、“洋为中用”的方针，秉承批判地继承和吸收的原则，着重深入研究旅游文化活动在本国条件下的特殊运动形式。杨建新认为旅游文化建设在旅游业的发展中占有极其重要的地位，物化于景点中的精神、文化因素，导游引人入胜的解说，现场丰富、生动的宣传和说明等旅游文化建设不容忽视。

2. 对旅游文化学科地位的研究

随着旅游文化研究热的出现，20 世纪进入 90 年代后出现了专门讨论“旅游文化学”的学科地位的论文。1991 年《上海大学学报》第 4 期上刊发了唐友波、徐吉、郭青生、高蒙河的论文。该文虽然主要从文化学的角度来讨论旅游，但他们已经意识到旅游文化是一种从本质的高度对旅游进行综合研究，进行宏观的规律性的研究的学科。高等旅游教育已经敏锐地感觉到了旅游业对旅游文化的呼声，也从学科建设角度显示了旅游文化在旅游学中的重要地位。

3. 对中国旅游文化传统的研究

对中国旅游文化传统的研究与 20 世纪 80 年代的旅游文化研究不同，90 年代国家旅游局负责人明确肯定将旅游文化定位于以孔子为代表的传统文化。随着国内旅游的蓬勃兴起和中西旅游文化的交流，认识中国旅游文化传统的任务被提上日程。对旅游文化传统的研究，大体上是从以下几大方面展开的：一是宏观研究，研究了儒家的近游理论、远游思想以及儒家义利观、尚古意识、“与民偕乐”观对中国旅游文化的影响等；二是微观研究，对茶文化和竹文化等专题性的文化进行了研究。

4. 对区域旅游文化特色之研究

进入 90 年代以来，旅游文化研究也开始出现类似的重视区域特色的研究趋势，其标志是张忆萍的《开创“海派”旅游文化》。作者立论的基础是海派文化的三大特征，即开风气之先、灵活善变、包容多样。在此基础上他提出了充分展示集食、住、行、游、买、娱及其有地方特点、高水平服务方式之大成的海派文化。90 年代区域旅游文化研究除了表现在名城开发和省、市、县范围的旅游开发上外，还有一种和 80 年代不同的地方，即对名山大川旅游文化的研究成为热点。

5. 一些专家学者对域外旅游文化的研究

他们相继介绍了世界大多数历史文化名城先后实行“文化经济”新战略的有关情况,如详细介绍了意大利实施文化经济新战略的有关内容。还有印尼政府拟在群岛各地建设一系列规模度假区,本着尽量不给本国旅游文化和环境带来负效应以及合理分布、均衡受益的原则,建设旅游度假区。

三、20 世纪 90 年代后期的旅游文化学学科的再认识与飞越

20 世纪 90 年代后期,旅游文化的应用性特征得到了学术界的重视。学术界开始重视旅游与经济、社会、宗教等方面关系的研究,开始为旅游文化呼吁学科地位;开始从企业文化建设角度、旅游接待地的地域形象塑造、市场营销角度来重视旅游文化的新现象。

1. 概念界定

由于文化的定义至今仍存在严重分歧,导致学者们对旅游文化的认识和表达也存在很大差异。

(1) 旅游文化的定义。贾祥春提出:旅游文化是一种全新的文化形态,是围绕旅游活动有机形成的物质文明和精神文明的总和。王德刚给旅游文化下过这样的定义: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。刘卫英、王立将旅游文化定义为“人类创造的有关旅游不同形态特质所构成的复合体”。谢春山提出旅游文化是传统文化和旅游科学相结合而产生的一种全新的文化形态。

(2) 旅游文化的特征。旅游文化作为文化的类型之一,具有一般文化形态的共同属性,但作为文化的一种特殊类型;它又有着自己的特殊性质,这种共性与个性,即构成了旅游文化的特征。王立、刘卫英将旅游文化的特征概括为综合性、民族性、大众性、地域性、直观性、传承性、自娱自教性和季节性八个特征。晏性枝概括为系统性、人文性、开放性、交流性、文化性、经济性、综合性、相关性、服务性、创汇性十大特征。贾祥春认为旅游文化作为一种独立的文化形态,具有继承性、创造性、服务性及空间、时间差异性。

2. 旅游文化的地位、作用

很多学者都指出了旅游文化的重要地位和作用,概括起来为:

(1) 旅游文化是旅游业的灵魂和支柱。文化是旅游的本质特征,是旅游业发展的内在动力,是国际旅游名城的主要标志之一,其蕴藏着巨大的经济潜能,而且是提高人的素质、提高管理水平的关键,是旅游业提高竞争力的法宝。旅游者和旅游资源都是一定社会文化背景的产物,旅游设施和旅游服务也是一定社会文化环境的反映,并强调重视旅游文化营销。旅游活动本质上是一种文化活动,发展旅游业必须加强旅游文化建设。

(2) 旅游文化是旅游可持续发展的源泉。旅游文化是旅游活动的内涵,在旅游活动中旅游文化是首先要考虑的因素,旅游活动的过程是从经济中进去,从文化中出来的过程,旅游开发的最终价值是体现文化的经济价值,可持续旅游业要求生态文化作为发展支撑。旅游文化的载体是旅游资源,而旅游资源又是可持续发展的基础,因此,旅游文化是旅游可持续发展的源泉。

(3) 旅游文化应该确立自己的学科地位,应从学术外围走向学术中心。

(4) 旅游文化是旅游资源开发的重要内容。人文旅游资源在旅游资源的构成上占有极为重要的地位,即使是自然旅游资源的开发,也离不开从文化的角度进行设计和挖掘,大幅度开发当地多姿多彩的旅游文化资源,使旅游文化渗透于旅游活动全过程中,是提高旅游竞争力的必然要求。

(5) 旅游文化与经济的关系。很多学者都突出了旅游文化的地位,文化是旅游业发展新的经济增长点,即使在激烈的市场竞争条件下,也必须以发展旅游文化为本,走文化型旅游经济发展的道路。

3. 旅游文化的探析

学者们对各个层面的旅游文化现象进行了探析:

(1) 如对各类名城的探析和归类:以北京和西安为代表、以充满着中国和地方浓厚的旅游政治历史文化色彩的人文景观著称于世的名城;以经济浪潮威震世人、以旅游商品吸引游者的名城;以宗教文化、民俗风情吸引国内外旅游者的名城;以名人和文化遗址使旅游者趋之若鹜的名城;以美不胜收的园林艺术使中外旅游者流连忘返、赞叹叫绝的名城;以自然山水风光蜚声全球的名城。

(2) 对我国传统文化从旅游文化的角度进行分析。

(3) 其他学科或技术在旅游文化中的作用,如档案的旅游资源价值;档案的文化介质作用;档案在旅游中的导游素材与审美价值。

4. 旅游文化的应用研究

旅游学科实践性较强,学者们重视现实开发与建设。学者们都深刻认识到旅游文化在旅游资源开发和建设中的作用,强调独特的地域文化传统、民族传统是旅游资源中极其宝贵的财富,在开发建设的过程中要突出传统文化和地方特色,要在土(风土人情)、真(返璞归真)、品(文化品位)上下功夫。学者们还强调开发与保护并重,正确处理好旅游开发与环境保护的关系,实现资源的可持续发展;注重自然与人文的融合,认为一切自然景观如果融入了一定的文化内容就会更加吸引人。因此,不仅要提高人文资源的文化内涵,而且要重视自然景观文化内涵的发掘,要加大生态旅游的含量,开发文化生态资源。除此之外,还应加大旅游文化宣传的力度,在旅游文化宣传中,要重视旅游文学潜在的宣传作用;要从目标市场、宣传手段和宣传方法方面着手;还要提高人员素质,提高管理水平,从而提高产品质量。

第二节 中国旅游文化的特征

旅游文化作为一种特殊的文化形态,是指满足旅游者精神生活的一种高尚、积极的活动,以及为旅游者吃、住、行、游、购、娱的活动提供关照和享用对象的物质财富和精神财富的总和。它能使旅游者产生欢快愉悦的心理状态和审美情绪。正确认识中国的旅游文化特征,挖掘中国的旅游文化资源,对发展中国旅游经济,保护中国旅游文化环境都是十分重要的。

一、旅游文化的特征

旅游文化熔旅游和文化的特征为一炉,既有共性,也有其独特的个性,主要体现在以下

几个方面：

1. 旅游文化具有继承性

任何一种新的文化形态的产生和发展，都不是凭空创造出来的，而是要求助于原有的文化成果中那些合理而有益于发展自己的部分，并把它应用到自己的创造实践中。旅游文化是一门新兴的边缘学科，它必须根植于原有的学科基础之上，脱胎于相关的学科之中。在初期，它必然较多地受到母体的强烈影响。在发展过程中，人们把有关旅游的内容筛选出来，提炼加工，使之逐渐成为旅游文化的组成部分，变成繁衍新学科的基础。与旅游文化相关的学科很多，主要有政治学、经济学、文学、民俗学、心理学、社会学等，旅游文化正是吸收了这些学科的优秀成果，才使自己有了坚实的基础，从而不断地给自己补充血液和营养，逐渐形成自己的特点，并使自己的机体更富于生命力。

2. 旅游文化具有综合性

旅游文化实际上是以一般文化的内在价值为依据，以行、吃、住、游、购、娱六大要素为依托，以旅游主体、旅游客体、旅游介体和旅游研究之间的相互关系为基础的，在旅游活动过程中业已形成的观念形态及其外在表现的总和。它既是物质的，也是精神的。旅游文化的内涵十分丰富，外延也相当宽泛。既涉及历史、地理、民族宗教、饮食服务、园林建筑、民俗娱乐与自然景观等旅游客体文化领域；又涉及旅游者自身文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等文化主体领域；更涉及旅游业的服务文化、商品文化、管理文化、导游文化、政策法规等旅游介体文化。此外，还涉及到旅游学、旅游心理学、旅游市场营销学、旅游管理学、旅游社会学、旅游文化学、旅游美学等对旅游活动进行研究的综合领域。

3. 旅游文化具有创造性

旅游文化的创造性又称为变异性，由于旅游文化的融合性，旅游者的不断更新，不断带来新的文化冲击，在融合的过程中，也就使旅游文化本身不断出现新的表现形式。这种变异性既是旅游文化发展的必然结果，也是其魅力所在。旅游文化并不是各种文化的大杂烩，而是在传统文化和新兴学科结合上的一种创造。对旅游文化来说，其他各种文化都是“原材料”，经过设计、加工、组织后，才能开发成新的旅游文化，形成专门的旅游产品供旅游者享用。如我国境内有许多少数民族，他们都有自己的民族文化，但这并不构成旅游文化，当旅游经营者们在深圳建立起“中国民俗文化村”，并把这些文化编排成节目和活动，配备了相应的建筑设施和场景，汇成一个有机的整体后，才成为专题的旅游文化。我国文化资源丰富，但这决不意味着我们在发展旅游文化时可坐享其成，必须吸取这些文化的精华，刻意创新，这样才能吸引游客。借用一位外国旅游专家对中国旅游业的寄语：“既要体现中国特色，又要适合个人口味。”这就要求旅游文化在创造中不断丰富和完善，以更加适应旅游业发展的需要。

4. 旅游文化具有服务性

现代旅游业的最大特点就是服务性。从旅游文化的内容来看，强调和突出这种服务性尤为重要。机场、车站、宾馆、市场等是直接为游客服务的。旅游中介——旅游经营者的主要作用就在于为旅游主体——旅游者提供一系列的服务，帮助旅游者到达旅游目的地。旅游者在接受服务的同时，将获得一种独特的感染、熏陶和享受。旅游文化的这一特性，直接促使了现代旅游业的产生，推动着现代旅游业的竞争。19世纪中叶，英国人托马斯·库克首创为旅游者外出观光提供服务，旅游业作为一个新的产业出现，此后获得了惊人的发展。今天

旅游业已成为世界公认的“朝阳产业”。在西方国家中,人们常常把我们说的旅游业称为接待旅游业。这一切,都从不同侧面证明了旅游文化的这一特性,要构建现代的旅游文化,就必须注意旅游文化的服务性这一特征。

5. 旅游文化的求美性

只有具备较高审美价值的文化才可以成为旅游文化,而旅游文化一经形成,又能使原文化的审美价值得到更为充分的实现。所以旅游文化的本质要求是必须具有较高的美学价值,只有具备较高审美价值的文化才可以形成旅游文化,并且旅游文化是一种比原文化更具审美价值的文化,以不断满足人们日益增长的求美的需求。

6. 旅游文化具有空间、时间差异性

我国幅员辽阔,民族众多,各地区、各民族的风俗习惯、生活方式都存在着差异,旅游文化受其影响而呈现出地域性、多样性的特征。地域性差异正是形成旅游者旅游活动的吸引力之一。旅游者对异域文化的猎奇、探险、求知心理,借助旅游这一文化消费的形式,通过旅游活动实现体验异域中异彩纷呈的文化的目的。同时,旅游者在旅游的过程中,又会缩小客源地与旅游目的地之间的文化差异,在形成新的旅游文化的同时,也呈现了旅游文化的又一个特征。时间差异性主要体现在:传统与时尚并存。旅游目的地的传统本土文化是吸引旅游者的原动力,而旅游文化的形成则因其不断更新的变异性而具有时尚性。传统与时尚并存,体现了旅游文化在传播当地原生文化、融合外来文化、形成新的文化吸引力的过程中特有的性质。

二、中国旅游文化的特征

我国的旅游文化,是在继承五千年悠久历史文明的基础上发展起来的,它扎根于中国的土地,具有自己的特点,中华文明源远流长,民俗风情丰富多彩,工艺美术异彩纷呈。中国自古以来就是礼仪之邦,加之旅游自然资源、人文资源丰富,随着我国改革开放力度的加大,中国正在成为受人瞩目的旅游目的地,发展我国的旅游事业,必然要建设具有中国特色的旅游文化。对于我国优秀的传统文化,我们应当努力挖掘、充分利用、发扬光大。

中国传统文化中蕴藏着丰富的旅游文化思想。中国文化源远流长,博大精深,炎黄子孙以自己的聪明才智创造了无数宝贵的文化遗产,五千年的中国文化造就了独具特色的中国旅游文化,跟任何一种事物一样,中国传统文化也有它发生、发展到不断成熟的过程。五千年的传统文化赋予中国旅游文化独特的内涵,无数的文人墨客借景抒情、以情寄物的同时,也为中国旅游文化添上了多姿多彩的一笔,构成了中国旅游文化温情脉脉的一面,他们的文学天赋在为中国传统文化增光的同时,也丰富了中国旅游文化,他们的旅游思想和他们的诗词歌赋一起被世人所传唱。

早在春秋战国时代,便有了以孔子为代表的传统儒家旅游文化思想和以老庄为代表的传统道家旅游文化思想,这成为中国传统文化思想的两大历史渊源。

隋唐时期,经济文化空前繁荣,旅游文化也有了新的发展,李白吟道:“峨眉山月半轮秋,影落平羌江水流;夜发清溪向三峡,思君不见下渝州”,“相看两不厌,只有敬亭山”,充分表现出隋唐时期欢快、浪漫、潇洒和奔放的旅游氛围。

中国历史上许多的思想大家,本身也就是旅游家,如孔子、庄子、董仲舒、阮籍、朱

熹、王阳明等。他们不仅有丰富的旅游实践,而且还有卓越的旅游理论。如庄子的“逍遥游”理论,孔子有“比德山水”思想等。这些旅游理论和旅游思想,在构筑他们各自思想体系的过程中都产生了深刻而不易察觉的影响。如果说,在中国哲学的诸子百家之学中,对中国思想文化影响最大的是儒、道两家,那么,在中国旅游的诸子百家之学中,对中国旅游文化影响最大的也是儒、道两家,正是儒、道两家各执一端的旅游文化思想,融合各家,成为中国旅游发展的基本线索,给中国旅游的开拓演进带来了活力。

1. 儒家文化的旅游文化思想

儒家思想作为中国最有影响力的传统思想,以其强大的生命力影响了一代又一代的世人,其旅游思想和旅游理论对后世的影响颇为深远。孔子是儒家思想的代表人物,其思想博大精深,成为中国文化的重要源头。事实上,旅游在孔子的生平及其思想体系中占有十分重要的地位。孔子问学京师,游历诸侯,从漫长的旅程中悟出精辟的人生哲理,成就了粲然的道德文章。孔子卒后,七十子徒散游诸侯,将先生的思想发扬光大。一部《论语》,令人游人先贤的世界,游出圣人的境界。孔子的旅游文化思想主要体现在比德山水、寄情山水、效行山水三个方面。

(1) 比德山水

孔子一生可谓游历丰富,孔子的游主要有三种形式:游览、游学、游仕。当然,这三种形式不可能分开。游洛邑时,历郊社之所,察庙朝之度,问礼问乐,参阅典籍;登泰山时,遥看天下;游舞雩时,笑谈人生。孔子在游中问学,游中入仕,在学问和仕途的曲折中诠释了旅游的境界。孔子的旅游生涯对其思想体系的形成影响极大。孔子从年少走向社会到自齐返鲁,可以作为其思想的发展时期,这个时期,他在思想理论方面关注最多的是“礼”;从他自齐返鲁,然后游历诸侯,到居陈,是其思想发展的中期阶段,这个时期,创立了“仁”的理论。从“礼”到“仁”的变化,标志着孔子思想理论的全面创立。

孔子的旅游思想也体现了从“礼”到“仁”的变化。孔子出游的主要动机是为了“克己复礼”,企图改变春秋以来礼崩乐坏的局面。出游中要求弟子“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”,对于无视“礼”的行为,孔子深恶痛绝。在游历的过程中,孔子逐步因礼得仁,将仁与自然山水有机地融合,形成了“比德山水”的经典旅游思想,即“知者乐水,仁者乐山;知者动,仁者静;知者乐,仁者寿”。比德山水就是将仁人君子的品德比拟为自然山水,也即是把自然山水人格化。汉代学者刘向在《说苑杂言》中对孔子的“乐水”进行了具体发挥:“夫水者,君子比德焉,便予而无私,似德;所及者生,似仁。”《尚书·大传》中解释了“乐山”的意思是:“夫山者,岿然高,岿然高,则何乐焉?夫山,草木生焉,鸟兽蕃焉,生财用而无私为,四方皆伐焉,每无私予焉。出云雨以通乎天地之间,阴阳和合,露之泽,万物以成,百姓以食。此仁者之乐于山者也”。可见,“乐水”是由于水的丰富变化,象征德、仁、义等人文精神,“乐山”是景仰山的博大和无私奉献的胸怀。

(2) 寄情山水

孔子的“比德山水”实际上强调将儒家道德思想融入山水之中,寄情山水,把天地间有形的“大”融入人伦。孔子强调从观山察水中感悟人生,在游乐中体验人生。《孟子·尽心上》中讲:“孔子登东山而小鲁,登泰山而小天下,故观于海者难为水,游于圣人之门者难为言。”不登泰山,哪有“高山仰止,景行行之”的人文境界;观水无术,哪有“逝者如斯夫”的人生慨叹。孔子崇尚尧、舜、禹的圣德,将之比拟为天地山川之象:“巍巍乎,舜

禹之有天下也，而不与焉”，“大哉，尧之为君也，焕乎其有文章”。孔子的比德山水把儒家文化的仁、义、礼、智、信融于自然山水之中，表达了“尽善尽美”的思想感情。“子谓‘韶’：尽美矣，又尽善矣；谓‘武’：尽美矣，未尽善也。”“尽美尽善”主要有四层含义：一是内在美，强调内容与形式结合。如“里仁为美”；“质胜文则野，文胜质且史。文质彬彬，然后君子”；“如有周公之才之美，使骄且吝，其余不足观也已”。二是和谐美，“礼之用，和为贵，先王之道，斯为美”。孟子对孔子的“美”进一步诠释，而且列出了善—信—美—圣—神的丰富层次，“可欲之谓善，有诸己之谓信，充实之谓美，充实而有光辉之谓大，大而化之之谓圣，圣而不可知之之谓神”。充实才能体现美。孔子登泰山而小天下，实际上是孔子寄情于泰山。另外，孟子所倡导的“浩然之气”也体现了人游天地间的阳刚之气，从容之情，是孔子“尽善尽美”感情表达的扩充。试想想，如果只有泰山的高大，没有强烈的感情抒发，能有“小天下”的神圣美吗？

（3）效行山水

孔子比德山水旅游思想不是空泛的理论，而是来源于实践又回到实践，这种实践就是在游历中感悟人生，关怀社会。孔子一生“十有五而志于学，三十而立，四十而不惑，五十而知天命，六十而耳顺，七十而从心所欲”，演绎了人生旅途中最丰富而又精彩的乐章。他终生对人生的追求就是君子三道：“仁者不忧，智者不惑，勇者不惧”，仁、智、勇不正是来源于游历中对山川的情怀的体验吗？直到生命的尽头，他还扶杖门外，唱起他熟悉的歌谣：“泰山其颓乎！梁木其坏乎！哲人其萎乎！”

孔子不仅从观山察水中感悟人生，而且在游乐中追求人格的境界，“志于道，据于德，依于仁，游于艺”。“艺”即“六艺”，指礼、乐、射、御、书、数。孔子在掌握“六艺”的技巧时，不是简单地自由游戏和现实的娱乐，而是以“道”为意向，以“德”为基础，以“仁”为归依。李泽厚先生认为“游于艺”既是前三者的补充，又是前三者的完成，是从驾驭客观世界的进程中获得身心自由，从技艺的掌握中实现了人格理想，只有在现实中真正做到“游于艺”才能完成“七十而从心所欲不逾矩”的内在人格境界。

孔子的旅游文化思想对后世影响极其深远。两千多年来，中国的旅游文化就是在孔子“信而好古”的价值取向影响下发展起来的，并形成了我国旅游文化中的尚古特色。比如，一般的中国人在评价一个旅游景点好坏的时候，总是认为越古老的东西越好，这种心理在普通的百姓当中尤为突出；再如，重视对古人古事的介绍，也是传统山水游记创作中的一个普遍现象。这从另一个侧面反映了中国旅游文化的尚古特色。

2. 道家的旅游文化思想

道家的旅游文化思想主要体现在庄子的哲学中，庄子哲学可以说是一种旅游哲学。庄子的哲学思想和旅游文化思想集中体现在《庄子》一书中，由此可见，《庄子》既是哲学著作，又是旅游著作。《庄子》一书，就题而论，其内容完全是论述其旅游思想和旅游观的，或者说，《庄子》主要是通过对旅游观的剖析来阐述说明其哲学之“道”的。庄子玄远淡泊的逍遥游思想，给了后代啸傲风月、翘首天外的隐士游客和失意宦场、徜徉山水的士大夫们以极大的心灵慰藉和旅游模式示范。如果中国旅游文化是流，那么，凝聚在《庄子》书中的旅游思想和旅游理论就是源了。徐复观先生讲：“以庄学、玄学为基底的艺术精神，玄远淡泊，只合于山林之士”，“受庄子影响较深的，多为甘于放逸之行的隐士”。庄子实际开启了中国旅游文化传统中的道家一维，在中国旅游文化史上具有划时代的奠基意义。

具体来说, 庄子的旅游文化思想主要体现在逍遥游思想、自然游思想和远游思想三个方面。

(1) 逍遥游思想

“逍遥游”是庄子提出的中国哲学史上的一个特殊范畴和特殊概念, 它既是人类在不自由的社会条件下要求精神解放的抽象概括, 又是庄子本人思想性格的抽象体现和庄子旅游的行为纲领, 在本质上体现着旅游与哲学的高度统一。庄子“逍遥游”贯穿《庄子》始终。《庄子》各篇虽漫天漫地, 但义理相因, 总不离其宗, 只说得一个物事, 要人心领神悟而已。这一个物事, 不是别的, 就是“逍遥游”。何也? “天下人, 汨没于嗜欲之场, 何束钻研究竟过, 其所不能到者, 只是逍遥游, 其所不肯为者, 亦只是逍遥游。不知道逍遥游三字, 一念不留, 无人而不自得, 是第一境界也, 一尘不染, 无时而不自全, 是第一功夫。盖至逍遥游而累去。”

庄子的旅游思想主要通过寓言和神话的形式表现出来, “逍遥游”中的北冥之鹏, 负青天, 绝云气, 扶摇直上九万里, “若夫乘天地之正, 而御六气之辩, 以游无穷者, 彼且恶乎待哉! 故曰: 至人无己, 神人无功, 圣人无名。”由此可见, 庄子的思想最终是要达到“无己, 无功, 无名”的境界, 正如《庄子·齐物论》中所说“天地与我并生, 万物与我为一。”庄子要追求的自由是“以游无穷者, 彼且恶乎待”的自由。“恶乎待”即何所待, 也就是说没有任何条件的限制, 这才是绝对的自由, 这才叫做“逍遥游”。

庄子“逍遥游”的提出, 标志着我国的旅游山水美学已经从具体的审美经验, 开始上升为抽象的科学理论。也就是说, 庄子已不再像前人那样只描述具体的审美经验, 而是站在理性的哲学高度上, 思考人与自然山水的审美关系, 系统地探索其中的某些规律, 以建立旅游学的理论体系。

(2) 自然游思想

庄子一生穷困潦倒, 住在“穷间陋巷”, 靠“织屣”为生, 饥饿时要向临河侯借米, 尽管如此, 庄子的精神生活却十分丰富多彩。他一生酷爱自然, 相信“天地有大美而不言”, 对自然游产生了一种特殊的体悟。

“道法自然”是庄子哲学总的特征, 也是庄子自然游思想总的特征。庄子认为, 美在自然, 天放而成, 天机独得, 泽雉, “十步一啄, 百步一饮”, 何等悠闲, 倘若蓄乎樊中, “神虽王, 不善也”; “鸟, 栖之深林, 游之坛陆, 浮之江湖,” 何等逍遥, 倘若“御而殇之于庙”, “鸟乃眩视忧悲, 不敢食一禽, 不敢饮一杯, 三日而死”。庄子旅游强调的是硬性的自由, 意识的超脱, 即庄子所说的“法天贵真”、“返朴归真”、“天趣自然”。庄子说“素朴而天下莫能与之争美”, “吾师乎! 万物而不为义, 泽及尤世而不为仁, 长于上古而不为老, 覆载天地雕刻众形而不为巧。此所游已”。“道法自然”、“天趣自然”是庄子旅游思想的主旋律。

(3) 远游思想

庄子是个浪漫主义者, 总是以大无畏的英雄气概, 执著地追求着远游生活。“逍遥游”通过“鹏程万里”、“青云直上”的寓言, 表现一条“北冥”之鱼化作大鹏鸟, 万里远游来到“南冥”途中的时空感受和远游经历, 说明为人一世, 远游经历的重要; 在此同时, 他还通过对昆仑山之神和海上神山的渲染, 来表达他对域外世界的向往, 传递出他渴望到域外世界远游的信息。