

旅游管理新教材丛书

ZHONGGUO LUYOU
WENHUA

中国旅游

▼
文化

赵荣光 夏太生 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

旅游管理新教材丛书

2003 主太夏 光荣赵

图并全图 (CIP) 编

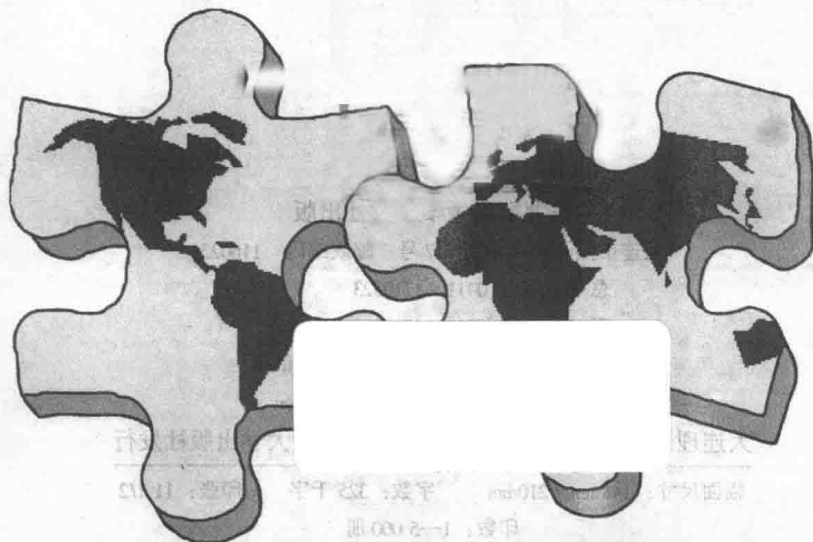
中国旅游文化

编著 - 文化 - 中国

赵荣光 夏太生 编著

号 103103 第 (1)

中国出版



2003 年 1 月 1 日出版

2003 年 1 月 1 日出版

赵 荣 光
夏 太 生

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

宋 健 编
魏 强 编

大 连

© 赵荣光 夏太生 2003

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化 / 赵荣光, 夏太生编著. — 大连: 东北财经大学出版社, 2003.2

(旅游管理新教材丛书)

ISBN 7-81084-222-6

I. 中… II. ①赵…②夏… 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 (2002) 第 103707 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710711

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

大连理工印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm × 210mm 字数: 325 千字 印张: 11 1/2

印数: 1—5 000 册

2003 年 2 月第 1 版

2003 年 2 月第 1 次印刷

责任编辑: 朱 艳 石建华

责任校对: 那 欣

封面设计: 钟福建

版式设计: 孙 萍

定价: 20.00 元

序 言

应东北财经大学出版社之约，我为“旅游管理新教材丛书”作序，深感受之不安，但又恐却之不恭，踌躇再三，只好应命。

中国的旅游研究、旅游教育和旅游产业同步兴起，如今已届 1/4 世纪。就其发展的时间而言，似乎还不能尽脱乳臭。但就其成长的速度而言，已经可以窥见其青春风貌。借助改革开放的历史契机，经过诸多前辈的筚路蓝缕之功，我们这些后生今天有幸感受到了一个滚滚而来、泱泱泛漫的旅游热潮。这个热潮也浸润着旅游的学术研究，使这个园地蕴蓄着勃勃生机，成了学术百花园中的一朵新花。可以预见，旅游的学术研究会伴随着体验经济的到来——著名未来学家托夫勒相信，体验经济是第三次浪潮之后的重要经济形态——而更加如火如荼。

检视中国的旅游学术研究，我们会高兴地看到，她已经一点点培养起了良好的学术品质：开放、活力、进取和宽容。这种品质的形成，原因是多方面的。旅游现象的性质和特征是其温床，中国旅游学术研究相对落后于世界旅游学术研究和中国旅游发展实践的要求是其动力，而旅游学术队伍的多元化和年轻态是其实现的平台。有了这种品质，我们就能够理解，学术界的同行们在短短二十多年中精心而艰苦地构筑旅游学术大厦的种种努力。这些努力的结果是展示在我们面前的林林总总的学术著作。不用说，我们不仅要感谢这种百花争艳的氛围，我们也要感谢这种数量的快速积累。它们是酝酿旅游学术研究跨越新的台阶、实现质的飞跃的基础。

东北财经大学旅游与酒店管理学院和东北财经大学出版社多年来也始终与这个潮流同行。在推出了深得好评的“高职高专旅游与饭店管理专业教材新系”的同时，也积极投身于本科教材的建设，邀请名

家，推举专家，遂成就了现在这套“旅游管理新教材丛书”。丛书的初衷是力求反映中国旅游学术研究的最新成果，以崭新的视角透视中国旅游产业发展中所面临的国内外宏观环境问题以及微观运行问题，并以新颖的结构方式处理本科教材的相关内容，从而使这套丛书既有学术意义上的开放与出新，也有大学本科教材的严谨和规范。事实上，丛书的各位作者也通过自己的作品实践了这样的思想。所以，正如前文所言，我们希望她成为中国旅游学术研究和教育园地的一朵有特色的小花，或者成为旅游学术研究大厦的片砖片瓦。

是为序。

谢彦君

2002年春，于东北财经大学

前言

旅游专业的兴起在我国基本是改革开放以后的事，课程建设和教材建设一直落后于旅游业的发展。而旅游文化更是后中之后，是旅游专业课程建设和教材建设更为滞后的一个领域。这并不是说旅游文化是可先可后，可有可无，无足轻重的，恰恰相反，旅游文化作为一个学术领域和旅游专业的必修课是十分重要和必要的，正因为它非常重要和必要，所以不得草率蹴就，因此才滞后发展。近些年来，越来越多的研究者相继集结了初步的成果，更多的院校旅游专业相继开设了旅游文化课。学科研究和教材建设仍在同步发展中。本教材是应这一形势需要而撰写的。撰写过程中，我们加入了更多新成果、新思考，努力做到内容形式的更新和完善。但由于认识能力和时间所限，仍然是一个不十分满意的初步成果。撰写过程中我们广泛地参阅了已经出版的一些相关文著，并表达了自身在长期教学实践过程中的体会。错误和不足，悉请教材使用者和同仁予以批评指正。

本书由赵荣光、夏太生拟定编写纲目，赵荣光编总纂其成。具体分工是：

杭州商学院旅游学院教授赵荣光编著第1章、第2章、第7章；

温州大学管理学院夏太生副教授编著第6章；

温州大学管理学院汪升华博士编著第3章、第4章；

温州大学管理学院唐留雄副教授编著第8章；

温州大学管理学院何平讲师编著第5章；

温州大学管理学院林千多讲师编著第9章；

温州大学管理学院贺文杰讲师编著第10章。

目 录

第1章 导 论	1
1.1 旅游文化的概念与范畴	1
1.2 旅游文化的研究方法	9
1.3 中国旅游文化的特征	13
第2章 旅游文化的起源与发展	18
2.1 旅游文化是人类旅游活动的产物	18
2.2 中国旅游发展的历史特征	22
第3章 旅游主体文化	53
3.1 旅游主体文化在旅游文化中的地位	53
3.2 旅游者在旅游活动中的文化角色 及审美个性	57
3.3 游客的旅游心理与审美主题的规定	68
第4章 旅游客体文化	79
4.1 旅游客体文化的对象及美学特征	79
4.2 自然美的审美观照	84
4.3 人工美的审美观照	89
4.4 旅游民俗文化	102
4.5 旅游宗教文化	117
第5章 旅游媒体文化	132
5.1 旅游媒体的类型及其在旅游业中的作用	132
5.2 旅游媒体文化的构成、特征及功能	148
5.3 旅游企业文化的建构	159

第6章 旅游文学	169
6.1 旅游文学在旅游文化中的特殊地位	169
6.2 中国古代旅游文学	179
6.3 现当代旅游文学	200
第7章 旅游中的中国饮食文化	215
7.1 中国饮食文化的民族性	215
7.2 中国茶文化	236
7.3 中国酒文化	245
7.4 比较视野中的中国饮食文化	251
第8章 旅游市场营销文化	278
8.1 旅游主题促销文化	278
8.2 影视旅游文化	294
8.3 旅游摄影、出版文化	299
8.4 旅游市场营销纪念品与旅游广告文化	301
8.5 旅游文艺、博览会文化	305
第9章 旅游法律文化	314
9.1 旅游法与旅游法律文化概述	314
9.2 旅游法律文化冲突	334
9.3 旅游法律文化现代化构建	339
第10章 旅游文化学	346
10.1 旅游文化学的研究对象和研究内容	346
10.2 旅游文化学的研究意义	351
10.3 旅游文化学学科体系的建立与发展	353
参考文献	358

导 论

学习目标

通过本章的学习,要使学生准确理解和掌握旅游文化学科的发展经过、特点、基本概念、研究方法 & 文化属性等一系列基本概念与知识。

第

1

章

中国旅游文化

导 论

1

1.1 旅游文化的概念与范畴

作为大众休闲性旅行活动的旅游文化现象,它自第二次世界大战以后兴起,至今也不过半个多世纪时间,而在我国则只是最近 20 余年的事情。由于种种历史和现实的原因,中国旅游学科的活跃和发展还较滞后。长期以来,旅游文化作为旅游学科至关重要的结构部分,一直没有引起学科内研究者应有的重视。而旅游文化作为旅游专业的一门必修课在专业内普遍开设起来,也是近几年的事情。这样看来,对旅游文化学科的一些基本知识和相关的问题进行概要罗列,应当是必要的。

1.1.1 旅游文化概念界定

1) 目前学界的几种理解

写入教科书的,国际旅游学界一种较具代表性的理解是:“旅游文化实际上是概括了旅游的各个方面,人们可以借此来了解彼此间的生活和思想。”^① 这一理解有以下两个基本层面的意义:一是旅游文化的结构层面意义,即其渗融或交织于旅游活动的全部领域,这显然是由文化的本质属性所决定的。二是旅游文化的社会功能层面意义,即客观上具有促使旅游者或更广泛的旅游活动参与者们彼此了解、认知的作用。

^① [美] 罗伯特·麦金托什·夏希肯特·格伯特:《旅游学——要素·实践·基本原理》,蒲红等译,上海,上海文化出版社,1985。

我国旅游学界关于旅游文化概念界定的值得一提的意见大致如下：

(1) “旅游文化是与旅游有关的物质财富与精神财富的总和。它包括旅游意识、旅游活动及其精神产品。”^①

(2) “旅游文化是人类创造的有关旅游不同形态特质所构成的复合体。具体说来旅游文化是古今中外不同文化环境下的旅游主体或旅游服务者，在旅游观赏或旅游服务中体现的观念形态及外在行为表现以及旅游景观、旅游文献等凝结的特定的文化价值观。”^②

(3) “旅游文化是旅游者和旅游经营者在旅游消费或旅游经营服务过程中所反映、创造出来的观念形态及其外在表现的总和，是旅游客源地社会文化通过旅游者这个特殊媒介相互碰撞作用的过程和结果。”^③

(4) “旅游文化是人类过去和现在创造的与旅游关系密切的物质财富与精神财富的总和，凡在旅游活动过程中能使旅游者舒适、愉悦、受到教育，能使旅游服务者提高文化素质和技能的物质财富和精神财富，都属于旅游文化的范畴。”^④

(5) “旅游文化是人类在特定的社会条件下，在社会文化环境的影响、制约下，经过旅游活动的具体实践的体验和积淀，形成的各种关于旅游的思想、意识和观念以及由各种意识形态凝聚成的有关旅游的各类物质的总和。”^⑤

(6) “旅游文化是人类通过旅游活动改造自然和化育自身的过程中所形成的价值观念、行为模式、物质成果和社会关系的总和。”^⑥

(7) “旅游文化是一种文明所形成的生活方式系统，是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件，通过对旅游客体的能动作用，

① 张复：《旅游文化》，1版，3页，北京，北方文艺出版社，1991。

② 郝长海：《旅游文化学概论》，1版，长春，吉林大学出版社，1996。

③ 马波：《现代旅游文化学》，1版，3页，青岛，青岛出版社，1998。

④ 王明煊：《中国旅游文化》，1版，9页，杭州，浙江大学出版社，1998。

⑤ 夏太生：《中国旅游文学暨文化概论》，1版，2页，哈尔滨，黑龙江人民出版社，1999。

⑥ 谢贵安：《旅游文化学》，1版，13页，北京，高等教育出版社，1999。

碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。”^①

显然，以上数种理解，有着一一种累积渐进、不断提高概括与表述力的趋势性特点。总体来说，以上“旅游文化”的数种界定，都是超越文化学中“文化”一词传统释说的理解。“文化”一词的文化学阐释以英国人类学家 I.B. 泰勒先后给文化下的两个定义为经典：“文化是一个复杂的总体，包括知识、艺术、宗教、神话、法律、风俗以及其他社会现象。”“文化是一个复杂的总体，包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及人类在社会里所得一切的能力与习惯。”约近一个半世纪以来，泰勒的界定一直是迄今国际文化学界多达 200 余种有影响力释说的“文化”定义的经典和主导性表述。泰勒表述的一个基本特点，是将“文化”概念的阈至限定在人文社会科学范畴内，即精神文化领域，这是文化学的传统理解。作为对学术研究对象的把握，文化学理解的“文化”，显然与哲学方法论对文化的认知有很大的不同，后者是从宏观上将文化区分为精神与物质两大范畴的。我们以上引述的诸种旅游文化定义，无论界说者是从功能性、价值论、符号学，还是从规范性角度来理解和表述“旅游文化”的意义，体系结构和社会功能两者的统一，都是基本的着眼点，都是精神和物质统一架构的认识。

2) 我们的认识

人类社会生活经历两次世界大战，尤其是第二次世界大战以后的科技、经济和社会的变革性发展，文化学的视野与领域有了更深刻的拓展，人们对文化的理解渐趋形成了一种由传统的精神和人文领域外延的倾向。《苏联大百科全书》(1973)对广义文化的解释是“社会和人在历史上一定的发展水平，它表现为人们进行生活和活动的一种类型和形式以及人们所创造的物质和精神财富”。同时代的《大英百科全书》(1973—1974)也持基本相同的释说：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”，包括“语言、传统、习惯和制度，包括有激励作用的思想、信仰和价值以及它们在物

^① 沈祖祥：《旅游文化概论》，1版，16页，福州，福建人民出版社，1999。

质工具的制造场中的体现”。而现代旅游业的发展和旅游学科的形成,则使研究者伊始便放眼人类的全部旅游活动来审视思考问题,旅游活动实现的三元结构,即:旅游主体——旅游者,旅游客体——吸引旅游者观赏考察的对象,旅游媒体——帮助旅游主体实现旅游活动的中介组织,天然决定了旅游文化具有紧密结合物质与精神两者的属性。也就是说,旅游文化具有由有形文化和无形文化交融而成的结构特征。旅游文化是以旅游主体为重心,由旅游者和客体、媒体广大群众共同参与的运动状态的文化。除了旅游活动参与者的素质、动机、言行、感受、相关规范制度、无固定物质形态旅游资源等属于无形文化外,客体和媒体主要以物质文化形态存在。旅游活动是人类主要凭借物质形态文化手段,为实现可视娱悦满足目的展开的远足休闲娱乐文化现象。旅游产业结构中的游览场所、住宿设施及交通工具等,是旅游活动中不可或缺的物化因素。因此,把握旅游活动的三元结构及物质与精神双重属性特征,是我们界定旅游文化的重要依据。如果说“旅游主体——旅游客体——旅游媒体”三元一般表现为平面延展的连接结构的话,那么,“物质——行为——精神”三个不同层面则主要体现为由表及里的立体递次深入的结构关系。而作为基本属性为运动状态的旅游文化,我们思考的维度显然应当是超越物质表象层面,以旅游者为中心的广大旅游活动参与者的行为与心理两个界面。即行为层次界面:制度、理论体系的规范行为和其外的外规范行为;心理层次界面:宗教信仰、价值观念、道德规范、思维方式、审美情趣等范畴。其中,外规范行为是对应规范行为而言的。所谓规范行为,一般是指参与者在旅游活动中发生的符合和循从旅游地既定法律政令、规章制度或俗成规范的各种行为。而外规范行为,大致可区分为以下两类:一类是旅游参与者的某种或某个人的行为与旅游地既定的法律政令、规章制度或俗成规范在事象表面有某种不谐调或违背,但是在原则精神上并不成为对立性冲突,因而是可以被允许或默许的;另一类行为则属于不能被旅游地文化认可,甚至也不能为广大旅游参与者接受的。一般来说,当旅游主体与客体的文化差异过大,异文化冲突便较明显,旅游者集体或个人的外规范行为发生的可能性便较大。而

无论是哪一类外规范行为，它们都是事实上正在发生着或存在着的行为文化，都构成旅游文化的事实和客观存在。我们称“外规范行为”，而不作“规范外行为”表述，是基于对运动状态中的旅游文化作社会现象的考察和文化学的理解，努力避免法学和伦理观念判断的介入。将上述两类现象表述为“外规范行为”，是视其为客观存在，将其作为一种“另类”文化现象来认识。由此，我们将旅游文化界定为：参与者在全部旅游活动中的行为、过程、原因、影响及其与介入其中各种要素的社会文化聚合。具体来说，旅游活动参与者是指以旅游者为主体，包括媒体、客体的介入者在内的广大群体，他们分别以各自的方式，不同程度地参与了旅游活动，以自己的行为对旅游活动产生并接受活动对自身的影响。旅游活动，一般被理解为是旅游者的异地远足游览行为，但这只是从旅游的社会行为意义上的理解，而从旅游文化角度来认识，旅游活动则应是围绕旅游者全部行为过程所发生的各种行为现象与影响的总和。行为过程与影响，应当理解为旅游活动参与者的介入方式、程度、后果，其中介入方式和后果，既有各种精神形态的，也包括各种相关物质形态的。所谓各种要素，则是包括了主体、客体、媒体三维的全部旅游活动，其结构关系如图 1—1 所示：

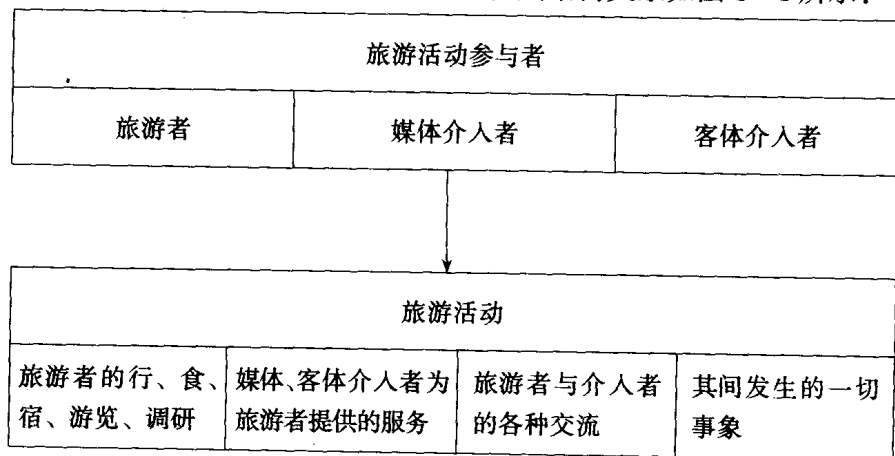


图 1—1 旅游文化结构关系示意图

1.1.2 旅游文化的范畴与特征

1) 旅游文化的范畴

旅游学科创立和旅游专业在我国高校设置相当一段时间后, 旅游文化作为一门独立课的开设才在为数不多的几所院校实行开来。旅游专业各门课学科体系的创立尚处在实验试行过程中, 学科体系构建过程中的过多交叉和知识内容的不适当组合所造成的一些教科书内容过分重复, 一度使得旅游文化似乎难有所云, 甚至在全国性旅游学科会议上讨论专业教材编写时, 旅游文化课程设置与教材编写都受到质疑。造成这种现象的根本原因之一便是学科范畴未能明晰确定。经过许多学者最近一些年的研究积累, 使这一问题的深化认识有了较充足的条件。所谓学科范畴, 是指属于该学科的特定的研究对象, 这是一个学科存在的学术土壤和社会功能基础, 由此才可能通过专家们的工作逐渐发展出系统完备的专有概念, 架构一定逻辑的知识体系, 形成本学科的研究方法。

如我们在旅游文化概念界定时所讨论的, 它所涵盖的是整个旅游活动发生的行为及其影响的社会文化聚合, 而不是对旅游活动的各个结构部分做独立的理论与技术研究, 既不是单纯研究旅游者行为文化的学问, 也不是仅以旅游客体为考察对象的学科, 它是从宏观上把握全部旅游活动的事象特征、成因与彼此关系, 发生与变化、规律性、各种成因、社会意义、发展前途, 即文化学的视野与方法。

2) 旅游文化的特征

作为文化的一种类型, 旅游文化首先有一般文化形态所具有的共同属性; 而作为区别于其他类型文化而独立存在的文化类型, 旅游文化又有其自身特性。旅游文化的特性, 概括说来, 主要有以下几点:

(1) 区域性。区域性, 或者说地域性、区位性, 是文化的基本属性。一般来说, 每一种文化都有自己的原生土壤——最初的自然生态和文化生态环境, 我们可以简称其为文化的“原壤”。一种文化的萌芽、发生如此, 它的生存、发展亦如此, 都离不开一定的地域依托, 都必然反映该地域的因子与影响。

(2) 民族性。人是文化的主体,任何文化都是人创造的,除去了创造和承载者的人,文化也就烟消云散、蒸发不见。但文化的创造和承载,都是群体的,群体的认同和需要,是群体的行为和结果。群体的广泛和稳固是民族形态,故民族性是旅游文化的基本属性之一。关于“民族”的概念,国际学术界有多种不同的解释,对此进行概要的了解是有益于我们对旅游文化民族性的理解的。清光绪二十九年(1903),梁启超先生将德国著名法学家布伦奇利 Bluntschli, Johann Kaspar (1808—1881) 八种特质的定义介绍到中国,一度被普遍使用,具体内容是:①其始也同居一地;②其始也同一血统;③同其肢体形状;④同其语言;⑤同其文字;⑥同其宗教;⑦同其风俗;⑧同其生计(经济)。孙中山先生将民族的形成归结为五个力:第一血统、第二生活、第三语言、第四宗教、第五风俗习惯,亦颇具影响力。20世纪中叶以后,在我国最具影响力的释义是斯大林(1879—1953)的解释:“民族是人们在历史上形成的一个有共同语言、共同地域、共同经济生活以及表现于共同文化上的共同心理素质的稳定的共同体。”^①

综括我国学术界对民族一词的理解,大致分为广义和狭义两大类,广义的概念:它包括处于不同社会发展阶段的各种人们共同体,如原始民族、古代民族、近代民族、现代民族,甚至包括氏族、部落在内。还有把民族一词指称一个国家或地区各民族的习惯用法,如中华民族、阿拉伯民族等。狭义的概念:资产阶级民族和社会主义民族。鉴于旅游文化与群体生存关系久远渊源的特点,我们认为以广义的民族概念来理解旅游文化的民族性属性更为适宜。据此,我们将旅游文化的民族性表述为:某一文化共同体精神、心理、传统、经历在旅游资源上的积淀和旅游活动参与中的体现。旅游文化是人类创造的,而人类是以民族的不同群体相对独立形态生存发展的,因此旅游文化的个性集中地体现为民族性。

(3) 综合性。综合性是由旅游文化结构内容的复合包容和事象形

① 斯大林:《马克思主义与语言学问题》,1版,北京,人民出版社,1953。

态多样的两大特点决定的。旅游,主要是旅游者对异文化的认知活动。异文化生态环境和文化环境中的一切,从有形、可视的自然景观、人文景观和消费工具与手段,到只能凭感受觉悟去认识的感情、精神、风格、气息等等,甚至异族别种的人本身,都可能对异地异国的旅游者产生新奇的、不可抵御的吸引力。也就是说,物质到精神的旅游资源的极大复合包容性,从客观上和根本上决定了旅游文化的综合性特点;而旅游者观光和消费等旅游活动的广泛与多样化,则从主体方面决定了综合性是旅游文化基本特征之一的文化特征。

(4) 历史性。旅游活动是人类历史渊源久远的文化活动,旅游文化的积淀因之是历史性的。这不仅是因为包括由各类文物和人类活动遗留物旅游文化资源等所组成的人文景观的价值与魅力主要在其时间的积久性,也在于“思古之幽情”是人类独有的文化情结,这一情结是人类共有的,而且随着人类自身文化修养的不断提高和社会文明的日益进步而愈趋厚重。美国科技文明遥领时代之先,但美国历史很短,美国人,尤其是二战以后的主体群国民属于一心向前看的群体。但他们仍看重人类文化的历史,甚至比拥有悠久历史的国度的许多人更倾心历史。美国人在与中国人的交往中,往往流露出对中国久远丰厚历史文化的由衷敬重和羡慕。陕西临潼在面向西安的高速公路旁高树起的标语牌上的“埃及金字塔,中国始皇陵”十个大字,远远仰视,使人心怦然震撼,无可按捺的民族自豪感和厚重的历史感油然而起,虽千言万语、生花妙笔,也难摹其情。在既往的人类文明史上,许多种曾经异常辉煌过的文化都中断漂散,成为历史或不复存在了。然而,中华民族的历史文化是举世无双的,她绵延五千年,垂续至今,从未间断,这是人类文化史上绝无仅有的。中华大地历史文物的数量之多和价值之高,都是世罕其匹的;同时,人文景观与自然景观的交融再造也是中国旅游资源的一大特色。

(5) 传承性。旅游文化的传承性,是指其在历史时间序列上代代相因、承续不绝的特征。当然,旅游文化的传承性也如同人类任何其他门类文化的传承性一样,是一个充满着变化因素累进发展的演变过程,并非是量的单纯累积和质的直线上升运动。一方面,是在层累积

淀基础之上不断的丰厚进化；另一方面，在漫长的历史过程中旅游文化又表现为各种文化因素不间断的碰撞、冲突和整合运动。诸如人群生息地的徙出和迁入；自然力对生态环境的巨大作用；异文化的渗入；建筑物的兴废；科技与工具的进步及其后果；生产与生活方式的变化；人们观念、习惯、风俗的改变等等，这一切都构成了一个民族或地域旅游文化生存发展中的变数。同化、异化，生息，更新，旅游文化的传承是在不断的运动状态中实现的。

1.2 旅游文化的研究方法

研究方法主要是由学科的范畴、性质、特点和研究对象所决定的。基于第一节的认识，我们认为旅游文化的方法具有多样性和综合性的特点。即涉及历史学、文献学、考古学、民族学、民俗学、管理学、统计学、市场学等多种学科的研究方法，这是由旅游文化的学科交叉和包容性所决定的。具体说来，最主要的方法有：

1.2.1 田野作业方法

田野作业法，是人类学、社会学、民族学、民俗学等学科最主要的研究方法，因为这些学科的研究对象与性质决定了其实践性。旅游文化学科同样注重实地考察，强调通过研究者亲自活动去积累资料，而且资料越真实、越具体、越丰富越好，因为客观、具体、运动是旅游文化存在形态的主要特征。只有通过深入和成功的调查研究，才可能使研究者获得宝贵的第一手资料，才可能获得必要的感性认识。从一定意义上说，旅游文化的认识与研究，就是在研究者的旅游活动中进行的，是研究者的旅游学术活动。实地考察，实物认识，实在感觉，这一切是旅游文化学习与研究的不可替代的方法与过程。马克思、恩格斯在《神圣家族》中说：“科学是实验的科学，科学就在于用理性方法去整理感性资料。归纳、分析、比较、观察和实验是理性方法的主要条件。”应当说，马克思和恩格斯关于科学研究方法论这段话同样是适用旅游文化领域的。