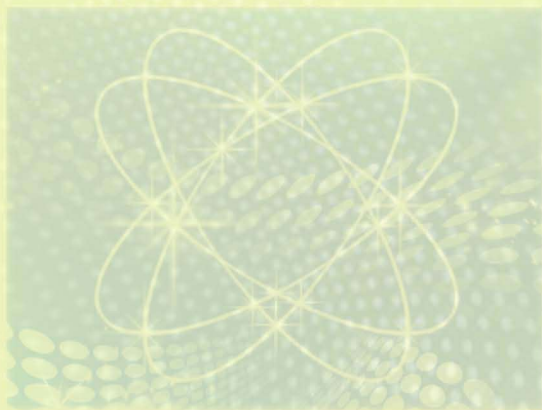


文化：旅游原动力

基于旅游开发与规划视角



前言

在当前旅游业发展成为一种“热”的社会大背景下，提升旅游的质量、丰富旅游的内容、挖掘旅游的文化内涵，显得尤其重要；对旅游文化以及旅游与文化的关系的研究，愈来愈引起业内外人士共同的关注。这是一件好事，至少反映了我们的旅游业发展已经渐趋成熟，我们已经开始掌握提升旅游业的金钥匙。

旅游是一种极其复杂的社会现象。它既表现为形形色色的个体活动，又呈现出具有一定规律的群体行为；既表现为效益十分明显的产业经济，又呈现出涉及广泛的社会政治和文化现象。如此，导致旅游学的研究内容十分繁杂且泛化现象突出。

联合国教科文组织（UNESCO）在关于“21世纪的关键问题”的国际专家会议上界定并预测了旅游未来发展的优先地位，着重指出：要把文化作为旅游的核心和灵魂，文化和旅游的关系应当受到长期的密切的关注。虽然文化并不是旅游的唯一动机，甚至也不一定是最主要的动机，但无论哪一种动机，在旅游活动过程中，当不同文化背景的客人（旅游者）与主人（当地居民）接触时，必然产生文化之间的交流和沟通，并且还会产生出文化交融、冲突、震惊等不同文化现象，对于旅游者和东道主都会产生一定的影响。可以说，文化是旅游的精、气、神。没有文化的旅游是肤浅的旅游，是没有后劲的旅游。把握文化，确实已经成为旅游业发展的一个关键，也已经成为旅游界长盛不衰的一个议题。

本书基于旅游开发与规划的视角，从旅游的发展、旅游主客心



理、交流活动、旅游影响等方面分析文化是影响旅游的核心。其次，对旅游开发的过程中旅游开发与文化的相互影响进行分析。本书认为旅游开发的成败在于对文化的把握，文化的兴衰受到旅游开发的严重影响，实现文化遗产、旅游繁荣发展的有效途径即是尊重文化、创新文化。以文化为魂、历史为脉，方可实现可持续发展。最后，基于笔者对旅游空间构建与文化的逻辑辩证关系，基于文化符号学、场所理论、场所精神理论、文化再生产理论等核心理论对文化与旅游空间构建进行解读，试图构建文化与旅游空间打造之间的理论体系。

本书各章节的编撰分工为：第一篇（第一章、第二章）、第二篇（第三章、第四章）由谢雅丹完成，第三篇（第五章、第六章、第七章）由梁丽芳完成，第四篇（第八章、第九章）由于萌完成。

目 录

第一篇 旅游与文化的基本认识

第一章 旅游的起源与发展	(3)
第一节 旅游的时空划分	(3)
第二节 现代旅游发展动因分析	(8)
第三节 旅游动机中的文化因素	(17)
第二章 旅游的文化本质	(20)
第一节 旅游的本质	(20)
第二节 文化在旅游中的本质体现	(24)

第二篇 旅游与文化的关系

第三章 文化与旅游要素关系解读	(31)
第一节 文化是旅游的源泉	(31)
第二节 文化与旅游主体	(33)
第三节 文化与旅游客体	(41)
第四节 文化与旅游介体	(47)
第四章 文化在旅游业发展中的意义	(52)
第一节 文化与旅游的关系总述	(52)
第二节 文化与旅游业的可持续发展	(55)



第三节 案例分析——成都大邑安仁古镇的文化遗产与旅游开发	(56)
------------------------------------	--------

第三篇 旅游开发与旅游开发对文化的影响

第五章 旅游开发及其前景	(69)
第一节 旅游开发与旅游规划	(70)
第二节 旅游开发的前景预测	(73)
第六章 旅游开发现状	(88)
第一节 旅游开发影响研究综述	(88)
第二节 旅游产品的开发现状	(94)
第七章 旅游开发对文化的影响	(99)
第一节 文化在旅游开发中的作用	(99)
第二节 旅游开发对文化的影响	(104)
第三节 案例分析	(108)

第四篇 文化引导下的旅游地开发

第八章 旅游开发中文化原真性的理论体系	(121)
第一节 可持续发展理论与旅游开发	(121)
第二节 文化再生产理论与旅游开发	(125)
第九章 文化旅游目的地建构	(128)
第一节 文化符号	(128)
第二节 旅游符号化	(134)
第三节 场 所	(140)
第四节 场所精神	(142)
第五节 案例分析——洪江古城、宽窄巷子	(150)
参考文献	(159)

第一篇

旅游与文化的基本认识

以往我们在讨论旅游学的相关理论时，只是就旅游谈旅游。对旅游活动的基本构成关注较多，即旅游学里通常谈到的吃、住、行、游、购、娱几个要素之间的关系、措施、配合等。随着研究的深入，我们发现只研究这些要素之间的表面关系已不足以帮助我们掌握旅游活动发展的基本规律。如何去解释旅游者产生的旅游行为，旅游目的地/旅游吸引物的颜值是靠什么决定的，旅游服务到底应该围绕哪些方面来开展等。诸多问题让我们不得不又回到事物的原点，试问旅游到底是什么？它是如何产生以及如何发展到我们今天所能体验的现代旅游的？希望以下章节会为我们抽丝剥茧、拨开云雾以见泰山。

第一章 旅游的起源与发展

对于旅游是在怎样的社会背景和条件下产生和发展的这一问题，不同的学术流派有着不同的看法。关于旅行的历史考察，分析其社会历史背景最能体现旅行演变和旅游起源的时空特征。目前，对于旅游活动的发展历程，人们通常按时间顺序将其划分为古代旅游、近代旅游和现代旅游。然而帝王的巡行，15、16 世纪的航海及贸易等不同阶层不同目的的外出活动，也被归为了旅游现象，但是这些活动或是以治国安邦为目的，或是以生产经营为目的，又或是以掠夺和开拓市场为目的，并非出于自己对目的地别样生活的向往，并没有真正触及旅游的实质。因此，将其笼统地归为旅游活动是有待商榷的。为了正确而全面地认识旅游的产生与发展，我们将分别从社会的不同发展阶段来进行分析。

第一节 旅游的时空划分

一、原始社会（距今 1 万年前）

在距今 1 万年前的原始社会，人类主要是以采集和捕鱼作为自己主要的生存方式。人类，仅仅是自然的一个组成部分，很大程度上受制于自然。人类出于生存的需要，不断地选择和寻找新的能够生存的地方。此时的迁徙活动，带有很强的被迫性和求生性。例如



鱼类洄游、候鸟南迁北移、兽类因气候变异而成群迁徙，这是动物在本能驱使下对自然环境做出的反应。原始的人类迁徙不过是这种动物性本能的延伸，与现代的旅游活动有着本质的差别，这样的迁徙只能算是人类的空间位置的移动，而与旅游毫无关系。因此，“原始人类从一地到另一地的迁徙都是因自然因素或特定人为因素而被迫进行的，是出于生存的需要，原始人类迁徙活动的被迫性和求生性都说明它们不属于现今意义上的旅游”^①。

二、农耕社会时期（近 1 万年前—18 世纪）

在这段历史时期，人类社会正处在从小生产自给经济向大生产市场经济转变的过程中，人类开始从被动地在大自然中摄取食物变为主动利用自然资源去创造食物，并在这一过程中大大提高了农业生产技术和生产率，促使农业社会最终形成。农业社会中，人们将土地作为最基本的生产和生活资料，农村人口是社会人口的主体。由于农村居民日出而耕、日落而息的生活方式以及较强的定居性特点，人们在主观上缺乏对旅游的需求；同时，农业生产率的不断提高、农业剩余产品的不断增多以及社会大分工使得手工业和商业逐渐从农业中分离出来。为了实现产品的交换，商人需要到异地从事贸易活动，而这样的贸易活动并不是真正意义上的旅游，而是商人以商品交换为目的的、单纯的经济活动，其本身就是一种谋生行为，并非因主观上想要得到消遣、娱乐和放松。因此，在全世界各地，商务活动作为当时最主要的活动形式之一也并非是真正意义上的旅游。中国在这个历史阶段经历了“盛唐时期”和“资本主义萌芽”两个封建经济发展的高峰时期。在这两个时期，虽然出现了如帝王出巡、官吏宦游、士人漫游、买卖商游、节庆会游等活动，但这些活动只是少数人的享乐性旅行，并不具有社会意义，并非是因当时社会普遍富裕而出现的广泛活动，既没有普遍的社会需要，也

① 王洪滨：《旅游学概论》，北京：中国旅游出版社，1993 年，第 21、22 页。

不是一种广泛的生活形态。

当然，我们并不否认在农耕社会同样存在着旅游现象，“就整个世界而言，人类有意识地外出旅行活动应始于原始社会末期”^①。例如，黄帝打败炎帝后巡游天下，“东至于海，登丸山，及岱宗。西至于空桐，登鸡头。南至于江，登熊、湘。北逐荤粥，合符釜山，而邑于琢鹿之阿，迁徙往来无常处……”^②；又如，具有“欲肆其心，周形于天下，将皆必有车辙马迹”远游思想的周穆王也是早期出游的帝王之一，他的行迹遍及我国西北地区。再如，文人、士大夫或因怀才不遇，或因逃避现实而进行的山水游历，著名的文学家李白“一生好入名山游”，望庐山瀑布中写下“日照香炉生紫烟，遥看瀑布挂前川，飞流直下三千尺，疑是银河落九天”的著名诗句。唐代陈子昂曾任右拾遗，写下的《登幽州台歌》中就有“前不见古人，后不见来者”的千古绝句。

综观整个农耕社会，我们不难得出，由于土地为基本的生产、生活资料，农村人口为社会人口的主体，当时人们惯有的生活方式使其缺乏对旅游的需要；而作为社会最为主要的外出活动——经商，只是一种追求商品交换与贸易的纯粹的经济活动，其目的是为了谋求生存，并没有表现出商人对旅游的主观愿望。所以，此时的商业活动并不能作为旅游活动来研究；此时具有外出享乐、游览动机的旅游者只集中于皇室、贵族、官僚和僧侣等特权阶级，如国家、城邦之间的遣使互访，统治阶层有关人士的出外游玩、享乐旅行、朝圣，文人、显贵、名流的游历以及殖民、探险等活动。他们享有充裕的自由时间和不劳而获的巨额财富，但是他们仅仅只是社会当中极少数的组成部分，因此旅游并没有得到真正的发展和普及，不具有普遍的社会意义。

① 李天元，王连义：《旅游学概论》，天津：南开大学出版社，1991年，第26页。

② 司马迁：《史记》，上海：中华书局，1959年，第17页。



三、工业社会时期（18 世纪以后）^①

欧洲在中世纪末发生的文艺复兴运动带来了欧洲人文主义思想的大解放，为后来产业革命的发生做好了物质和精神准备；而 18 世纪 70 年代在英国发生的产业革命则在社会财富和观念意识两方面为现代旅游现象的出现做好了准备。18 世纪后的旅游分为旅游成长阶段和旅游发展阶段。

（一）旅游成长阶段——近代旅游

1841 年 7 月 5 日，英国人托马斯·库克利用包租火车的方式组织了 570 人从莱斯特前往洛赫伯勒参加当地的禁酒大会，往返 24 英里。与以往利用火车进行团体旅行不同的是，托马斯·库克不仅事先联系铁路局以每人 1 先令的低廉票价发售了往返车票，而且还提供了含住宿、全程陪同等在内的包价旅游服务。此次活动的成功使托马斯·库克萌生了强烈的旅行代理意识。1865 年，“托马斯·库克父子公司”成立，全面拓展旅游业务。托马斯·库克以其卓越的贡献被誉为“世界旅游业之父”。紧随着托马斯·库克旅行社发展的脚步，欧洲和世界其他国家也相继成立了专业性经营旅游业务的旅游公司。

由此可见，欧洲产业革命的完成及其所引发的一系列重大社会经济变革，为近代旅游的产生与成长提供了物质条件和精神基础。例如，铁路、轮船时代的到来极大地减少了旅途时间，使出行变得快捷和舒适；工业城市聚落的出现使人们对程式化生活感到厌倦等。到了 19 世纪，因旅游目的而外出的人数大量增加，超过商务出行，成为主流。旅游专业经济组织如雨后春笋般地出现，产业雏形基本形成，旅游活动成为社会普遍的经济文化现象。

^① 亨利·皮朗：《中世纪欧洲经济社会史》，乐文（译），上海：上海人民出版社，1964 年，第 41—42、147—148 页。

(二) 旅游发展阶段——现代旅游

在第二次世界大战结束后的 60 年间, 和平稳定的国际局势、迅速发展的世界经济和突飞猛进的科学技术为旅游及旅游业的持续增长提供了环境前提和物质保障; 生产自动化水平的提高使普通劳动者的闲暇时间延长; 城市化的日渐扩大促使更多人群产生了旅游愿望; 特别是各国政府认识到旅游的经济价值和社会价值后, 出台了各种倾斜性政策和鼓励措施, 促进了旅游业的全面发展。以上各种因素都使世界旅游的发展发生了前所未有的巨大变化: 第一, 现代旅游已成为一种大众性的活动, 成为各阶层人们生活的组成部分; 第二, 旅游业成为世界上最大的产业, 显现出旺盛的发展势头, 并成为很多国家和地区的“支柱产业”; 第三, 旅游的社会文化影响日趋增大, 成为各地文化交流的主要手段之一, 并呈现出影响文化发展方向的趋势。

从现代旅游及旅游业的发展趋势看, 现代旅游业已成为一个出售经历和体验的行业。早在 20 世纪 80 年代, 美国未来学家约翰·奈斯比特 (John Naisbitt, 2003) 在《大趋势》一书中就曾预测: “电信通讯、信息技术和旅游业是 21 世纪服务产业中经济发展的原动力。”^① 另一位美国著名未来学家阿尔温·托夫勒 (Alvin Toffler, 2006) 在《未来的冲击》中大胆预言: “来自消费者的压力和希望经济继续上升的人的压力将推动技术社会朝着未来体验生产的方向发展……服务业最终还是会超过制造业, 体验生产又会超过服务业……体验工业可能会成为超工业化支柱之一, 甚至成为服务业之后的经济的基础。”^② 约瑟夫·派恩 (B. Joseph Pine, 1999) 和詹姆斯·H. 吉尔摩 (James H. Gilmore, 1999) 提出了体验经济

① 约翰·奈斯比特 (John Naisbitt): 《大趋势》, 上海: 外文出版社, 2003 年, 第 54 页。

② 阿尔温·托夫勒 (Alvin Toffler): 《未来的冲击》, 北京: 中信出版社, 2006 年, 第 125 页。



时代的来临，宣告继产品经济和服务经济之后，又一种新的经济形态——体验经济将渐成主流。而旅游业是与生俱来的体验经济，是天然的、名副其实的体验经济行业。在派恩和吉尔摩看来，人类的体验可分成娱乐、教育、逃避现实和审美四个部分，而这四个部分无一不和旅游紧密相关。派恩（B Joseph Pine，2008）认为“体验工业的产生是继农业、工业和服务业之后又一个划时代的社会”^①。

根据联合国世界旅游组织（UNWTO）公布的统计数据，从第二次世界大战后到 20 世纪末的半个多世纪中，“国际旅游活动从战后初期 1950 年的约 0.253 亿人次，发展到 2014 年的约 11.38 亿人次，增长了约 45 倍。国际旅游收入也由 1950 年的约 21 亿美元飙升至 2014 年的约 9 051 亿美元，增长了近 431 倍。预计在 2015 年，即使企业在多种影响旅游业的可变因素作用下，全球旅游市场增幅仍将达到 3%~4%。旅游业将超过石油、汽车及钢铁等传统工业，成为世界上的第一大产业”^②。

第二节 现代旅游发展动因分析

现代旅游的形成基础包括精神和物质两个方面。社会成员普遍具有旅游欲望，势必促成现实的和潜在的旅游需求。而客观物质条件则决定了大众化旅游的当前规模和基本形式。

一、旅游动机——实现个人旅游需求的主观条件

旅游者是旅游活动的主体，是旅游业赖以生存和发展的关键。

① 约瑟夫·派恩. (B. Joseph Pine):《体验经济》，北京：机械工业出版社，2008 年，第 25 页。

② 国家旅游局人事劳动教育司：《旅游学概论》，北京：中国旅游出版社，2001 年，第 48 页。

旅游动机是引发主体产生旅游活动的直接动因，因此旅游者的旅游动机是旅游业发展的重要信息来源和导向，旅游动机直接影响旅游市场预测、旅游活动策划、旅游资源开发、旅游产品定位、旅游服务方式等旅游运作过程中的各个环节。

动机 (motivation)，简单来说就是推动人从事某件事情的念头或愿望，是行为产生的原因或动力。凡是引起个体去从事某项活动并使活动指向一定目标，以满足个体需要的愿望或意志，都可以叫作这一活动的动机。换句话说，动机就是激励一个人做出某种行为的内在驱动力。从心理学上来讲，动机能够激励和维持人的行动，并将行动导向某一目标，以满足个体某种需要的内部动因。动机是个体内在的过程，个体最终所产生的行为是这个内在过程的结果。从定义中可以看到，动机的产生需要具备两个条件，一个是能引起个体内部不平衡状态的内在需要，另一个是能激起个体为满足需要而产生行为的外在诱因（见图 1-1）。动机由需要与诱因共同组成，动机的强度或力量既取决于需要的性质，也取决于诱因力量的大小。由于个体的差异性以及需求和诱因的差异性，动机也是多样性的。



图 1-1 动机的核心内涵

动机与需要之间存在着密切的关系。一个人的行为动机总是为了满足自己的某种需要而产生的，动机是需要的表现形式，有什么样的需要就会产生与之相呼应的行为动机（见图 1-2）。

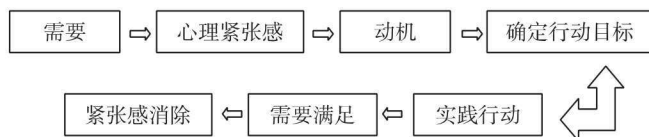


图 1-2 动机与需要的关系



基于动机和与需求之间的关系，我们再来分析一下什么是旅游动机。旅游动机是为了满足什么需要？旅游动机是直接推动一个人离开居住地进行旅游活动的内部动因或动力，是激发人们外出旅游的内在驱动力，也是促使一个人有意于外出旅游以及选择到何处去、开展何种旅游活动的心理动因（见图 1—3）。



图 1—3 核心内涵

旅游动机的产生和人类的其他行为动机一样都来自人的内在需要，并且要受旅游者个体状况及社会环境等外在诱因的影响，例如旅游者的经验、经济收入、文化水平、闲暇时间，还有广告宣传、口碑等各种外在诱因。也就是说，个体只有在具有外出旅游的需要的基础上，同时满足一定的客观条件，才能产生旅游动机，从而最终推动主体进行旅游活动。

在本书里，我们主要选取马斯洛的需要层次理论进行旅游动机分析。依据个体发动和维持旅游行为的能动心理去研究人们泛化意义上的旅游愿望、旅游兴趣和旅游意图（目的）。美国心理学家马斯洛（A. H. Maslow, 1943）在出版的《调动人的积极性的理论》一书中提出了人类的“需要层次理论”，指出人的基本需要呈现递进关系的五个层次（见图 1—4）：

（1）生理需要（physiological needs）：人的最基本的需要，包括对食物、氧气、水、睡眠等的需要。

（2）安全需要（safety needs）：包括在社会环境中的人身安全需要，秩序与稳定。

（3）社交的需要（social needs）：包括社交、情感方面的需要。

（4）受尊重的需要（esteem needs）：包括威信、成功、受人尊重的需要。

(5) 自我实现的需要 (self-actualization needs): 包括实现自我的潜能、充分发挥个人能力的需要^①。

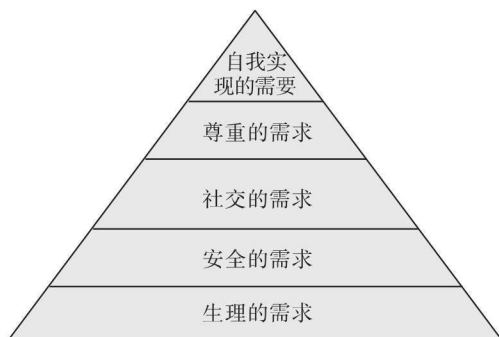


图 1-4 马斯洛需求层次理论

马斯洛认为人的需要总是由低级向高级呈上升的趋势，高级需要的出现是以低级需要的满足为条件的。当一个人的低级需要得到满足后，追求高一级的需要才能成为推动行为的动力。马斯洛也认为，低级层次的需要（生理、安全）可以通过外部条件得到满足，而高级层次的需要（社交、获得尊重、自我实现）必须从自身内部获得满足，而且需要越是得到满足，就越会对人的发展产生激励作用。

马斯洛的需要层次理论为理解人们旅游动机的产生、旅游者的旅游行为提供了理论依据。仍处于解决生理、安全需求的人们一般不会萌发旅游的动机，旅游是一种较高层次的需求，是人们为了更好地认识世界、认识自己的一种意愿行为，是社交、获得尊重及自我实现的一种重要途径。需要越往高层过渡，旅游需要的量值就越大、越丰富。我们可以设想，在阶梯形的需要层次结构图中，旅游

^① Wahba, M. A., Bridwell, L. G; Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory, ⑩Organizational Behavior and Human Performance⑪, 1976, pp. 212—240.



需要将呈现出倒阶梯形的图形与之重叠。

旅游让人们拥有更广阔的见识并结识更多朋友，开阔的眼界又为旅游者赢得更多的尊重。旅游者的收获是通过旅游挑战自己、重新认识自己、实现自我。因此，旅游是一种高层次的需求，是能够让人们自我满足的重要途径；同时，旅游的魅力也不断地激发越来越多的人通过旅游来完善自我。

借用马斯洛的需要层次理论研究旅游行为，我们可以把人对普遍意义上的旅游需求归结为五种需要的集中体现。例如，旅游活动中的餐饮、住宿等需要属于第一层次——生理需要。旅游地应有安定的政治局面，旅游地及旅途上能有必要的人身安全保障，这是第二层次——安全需要。旅游可以提供较平时更多的社交机会，人们可以进行与以往不同的情感交流，这适合第三层次——归属和爱的需要。如果旅游者不能确认在旅游过程中可以得到他人的尊重，恐怕其数量就远不是现在这样庞大。因此，期望在旅游中获得尊重相关于第四层次——尊重的需要。旅游提供了特殊的自我价值实现的机会。事实上，人们寻求冒险旅游的心理基础主要为自我实现。这正符合第五层次——自我实现的需要。所以，通过旅游活动与马斯洛理论的对照，我们可以发现旅游具有满足人的需要的特殊功能。

对旅游动机的研究实际上是对旅游者心理的研究。旅游者心理的复杂性直接导致了旅游动机的复杂性。而旅游动机来源于人的基本需要，因此基本需要的多样性又决定了旅游动机的多样性。由于旅游形式、内容的多样性，不同学者对旅游动机的研究结果也比较纷繁。国外研究中比较具有代表性的有罗伯特·麦金托什，他通过实证研究，把旅游动机分为四大类，即“追求身体健康的动机、精神需求的动机、交际的动机、科研与求和的动机”^①（见表 1-1）；田中喜一也把旅游动机分为心情的动机、身体的动机、精神的动机

^① 邱扶东：《旅游动机及其影响因素研究》，载《心理科学》1996年第6期，第58页。