

21

世纪旅游管理专业系列教材



# 旅游文化与审美

■ 主 编：曹诗图

■ 副主编：阚如良 曾文贵



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

21世纪旅游管理专业系列教材

21世纪旅游管理专业系列教材

*Tourism Culture and Aesthetics*

# 旅游文化与审美

主编：曹诗图

副主编：阚如良 曾文贵



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游文化与审美/曹诗图主编;阚如良,曾文贵副主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 1

21 世纪旅游管理专业系列丛书

ISBN 7-307-03998-2

I. 旅… II. ①曹… ②阚… ③曾… III. ①旅游—文化—高等学校—教材 ②旅游—美学—高等学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 127763 号

责任编辑: 路小静      责任校对: 程小宜      版式设计: 支 笛

---

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷: 武汉大学出版社印刷总厂

开本: 787×980 1/16      印张: 18.875      字数: 299 千字

版次: 2006 年 1 月第 1 版      2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-03998-2/F·806      定价: 24.00 元

---

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

## 21 世纪旅游管理专业系列教材

编写委员会  
(按姓氏笔画排列)

主 任	张 薇			
副主任	张立明			
委 员	邓 辉	陈 筱	张金霞	
	胡 静	崔 进	曹诗图	
	鄢志武	熊元斌	熊剑平	

## 总 序

随着世界的和平、稳定及经济的发展与人民生活水平的提高，旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容，是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。自改革开放以来，中国旅游经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段。20世纪90年代以来，中国旅游业的快速增长，使旅游经济产业化进程加快，旅游对整个社会的促进作用和关联作用日益突出，旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21世纪之初，中国旅游业的综合实力已位居世界第五，据世界旅游组织预测，到2020年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游实践的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇，对旅游学科理论建设提出了更加迫切的要求，同时也给旅游研究工作与教育工作创造了良好的外部环境。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步，二十多年来我国旅游高等教育和中等职业教育均获得了飞速发展，全国开办有旅游系（专业）的高等院校达200余所。伴随着高等旅游教育的迅速发展，旅游专业的教材建设也从无到有，从粗到精。为了进一步完善旅游管理专业教材体系，吸取国内外最新研究成果，充实教材内容，满足日益增长的旅游管理专业高等教育的发展需要，武汉大学出版社精心组织国内部分高等院校旅游管理专业的专家学者，编写了一套21世纪旅游管理专业系列教材。全套教材选题广泛，并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业教学指导计划。教材编写注重理论阐述与实际案例分析相结合，既考虑到国内外旅游业发展的现实需要，又注重理论研究的超前性和未来旅游业发展的宏观态势；既系统总结了旅游学科发展的研究现状和取得的研究成果，又指出了不同研究内容的未来发展方向；既注重使读者易于掌握研究的理论和方法，又兼顾技能的培养，体现系统、创新、前瞻、实用的特色。全套教材包括《旅游学概论》、《旅游资源学》、《旅游营销策划理论与实务》、《饭店管理实务》、《旅游法规》、《旅游文化与审美》、《旅游心理学》、《实用礼仪教程》、《旅游区管理》、《旅行社管理》、《导游业务》、《客源地概况》、《旅游信息系统概论》和《新编旅游英语》、《新编导游英语》、《新编饭店英

语》共十六本教材。

本套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书，又可作为高等职业教育、自学考试、职业培训或相关专业的参考用书。欢迎本专业师生和旅游行业人士选用。

21 世纪旅游管理专业系列教材  
编写委员会

## 前 言

旅游从本质上讲是一种文化现象，是一种审美活动。旅游业的发展证明，有越来越多的旅游者正在由“娱乐型”、“消遣型”的旅游者转变为“文化型”、“审美型”的旅游者，文化旅游正在成为一种大众旅游趋向，有越来越多的人渴望得到旅游文化和旅游审美方面的知识。

旅游文化学与旅游美学是两门不同的学科，但二者联系紧密，现有教材不少内容交叉重叠。面对教育质量要求的不断提高和教学内容不断增加的趋势，旅游专业如何在有限的时间内合理地组织课程，有效地进行教学，这是一个复杂和重要的问题。目前，我国高等院校旅游专业的课程设置，政治、外语、计算机、数学、经济管理类课程已占据了大量空间，剩下可供旅游类课程设置的空間已非常有限。显然，在课程改革上不应简单地增加课程门数，那样只会进一步加剧课时与学时的矛盾，并且将进一步肢解应有的知识结构。正确的做法是通过课程改革，将相关课程进行整合，用分散的课程去解决本来有着相互联系的内容，适当打破学科界限，实现课程的纵向与横向的一体化。因此，我们尝试将《旅游文化学》与《旅游美学》合并成《旅游文化与审美》一门课程讲授。近几年的实践证明，这项改革很受学生欢迎。由于这是一项探索性和创新性工作，《旅游文化与审美》这本教材的编写可能还不够成熟，在许多方面存在错漏和缺憾，敬请广大读者和师生们批评指正。

本书由曹诗图拟定大纲并统稿。本书执笔人及分工为：曹诗图撰写第四章、第五章（部分内容）、第六章、第七章、第八章、第九章、十一章（部分内容）、十二章、十三章、十五章（部分内容）；曾文贵、阙如良合作撰写第一章、第二章、第三章，并协助统稿；黄蓉撰写第五章部分内容；孙天胜、刘晗合作撰写第十章；李璿撰写第十一章部分内容；黄华、王洁合作撰写第十四章；郑宇飞、牟晓娟撰写第十五章的部分内容。研究生胡晶晶、胡书玲、闫秦勤、

尤培锋、成国苗协助完成了本书的校对工作。

本教材中的有些篇章后附有阅读材料，且多数内容与文化地理有关，目的在于引导学生从人与自然关系的新视角分析认识文化现象，洞悉文化奥秘，扩大知识面。

本教材是作者在近年执教《旅游文化学》和《旅游美学》两门课程的编写讲义基础上逐步完成的。本教材的编写，主要参考了马波教授编写的《现代旅游文化学》和乔修教授主编的《旅游美学》等教材，部分章节引用了一些有关内容，在此对马波、乔修业两位教授及其他作者表示衷心的感谢。

此书的出版，得到三峡大学经济与管理学院全体领导和武汉大学出版社路小静编辑的大力支持和帮助，路编辑为本书的编辑出版付出了大量心血和艰辛劳动。在此对本书编写的所有帮助者表示衷心的感谢。

编 者



## 目 录

<b>第一章</b>	<b>文化概述</b> .....	1
第一节	文化的概念 .....	1
第二节	文化的结构和类型 .....	2
第三节	文化的成因及基本特征 .....	5
第四节	文化的基本功能 .....	9
<b>第二章</b>	<b>旅游文化</b> .....	15
第一节	旅游的文化属性 .....	15
第二节	旅游文化的内涵与特征 .....	18
第三节	旅游文化的研究内容、方法与意义 .....	21
<b>第三章</b>	<b>旅游审美文化</b> .....	25
第一节	旅游审美构成与旅游审美活动的基本特征 .....	25
第二节	旅游审美文化的类型特征 .....	28
第三节	旅游审美感受的层次分析 .....	29
第四节	中国传统的旅游审美思想 .....	30
第五节	旅游审美文化的时空差异 .....	32
<b>第四章</b>	<b>风景与审美观赏</b> .....	34
第一节	风景美的类别 .....	34
第二节	自然景观的审美特质 .....	35
第三节	风景审美方法 .....	47

第四节	中西山水文化审美比较 .....	50
<b>第五章</b>	<b>中国古典园林与审美观赏</b> .....	52
第一节	中国古典园林艺术概述 .....	52
第二节	园林要素及其审美特征 .....	57
第三节	园林构景手法与审美 .....	67
第四节	园林游览与鉴赏方法 .....	71
第五节	中西古典园林艺术比较 .....	72
<b>第六章</b>	<b>中国古建筑与审美欣赏</b> .....	80
第一节	古建筑与旅游 .....	80
第二节	中国古建筑的主要形式 .....	81
第三节	古建筑审美特征与欣赏 .....	104
第四节	中西古建筑文化比较 .....	111
<b>第七章</b>	<b>中国雕塑艺术与审美鉴赏</b> .....	117
第一节	中国雕塑与旅游 .....	117
第二节	雕塑的艺术特点与形式 .....	117
第三节	中国古代雕塑艺术成就 .....	119
第四节	中国雕塑的美学特征 .....	123
第五节	雕塑艺术的鉴赏方法 .....	125
第六节	中西雕塑文化比较 .....	128
<b>第八章</b>	<b>中国书法艺术与审美鉴赏</b> .....	131
第一节	书法与旅游 .....	131
第二节	中国书法艺术的产生与发展 .....	131
第三节	中国书法艺术的审美体现 .....	148
第四节	中国书法艺术鉴赏要领 .....	150
<b>第九章</b>	<b>中国绘画艺术与审美鉴赏</b> .....	156
第一节	中国画概述 .....	156

第二节	中国画的审美特征·····	161
第三节	中西绘画艺术风格比较·····	165
<b>第十章</b>	<b>中国传统音乐与审美欣赏</b> ·····	170
第一节	音乐与人·····	170
第二节	中国传统文化中的音乐·····	171
第三节	传统音乐的分类·····	173
第四节	传统音乐艺术的审美欣赏·····	173
第五节	传统民歌的地域特征与音乐分区·····	178
第六节	中西音乐审美比较·····	184
<b>第十一章</b>	<b>中国饮食文化与审美鉴赏</b> ·····	191
第一节	中国饮食文化概述·····	191
第二节	中国饮食文化审美的构成要素分析·····	194
第三节	各种菜点的美学风格及其特色·····	200
第四节	中国的酒文化鉴赏·····	205
第五节	中国的茶文化鉴赏·····	214
第六节	中西饮食文化比较·····	218
<b>第十二章</b>	<b>宗教文化与旅游审美</b> ·····	222
第一节	宗教文化与旅游·····	222
第二节	宗教文化的基本知识·····	224
第三节	基督教文化与旅游审美·····	227
第四节	伊斯兰教文化与旅游审美·····	232
第五节	佛教文化与旅游审美·····	235
第六节	道教文化与旅游审美·····	240
<b>第十三章</b>	<b>中国地域文化的旅游赏析</b> ·····	246
第一节	燕赵文化区·····	246
第二节	秦晋文化区·····	247
第三节	中原文化区·····	248
第四节	齐鲁文化区·····	249

第五节	荆楚文化区	249
第六节	巴蜀文化区	250
第七节	两淮文化区	250
第八节	吴越文化区	251
第九节	鄱阳文化区	251
第十节	闽台文化区	252
第十一节	岭南文化区	253
第十二节	云贵文化区	253
第十三节	关东文化区	255
第十四节	草原文化区	256
第十五节	西域文化区	256
第十六节	青藏文化区	257

**第十四章 对旅游资源开发的文化分析** 259

第一节	旅游资源开发的目标和需要	259
第二节	旅游资源文化内涵的外化	262
第三节	文化在旅游开发中的应用领域	264
第四节	不同类型旅游资源的文化开发方略	266

**第十五章 旅游接待地文化的影响与调适** 269

第一节	旅游接待地社会文化的影响分析	269
第二节	旅游接待地可持续发展的文化调适	275
第三节	旅游跨文化行为研究	278
第四节	树立科学的旅游发展观	280

**参考文献** 288

## 第一章

# 文化概述

从文化的角度来看,现代旅游首先是一种生活方式(休闲、消遣),是为了了解异地的文化,是审美文化活动,是两种地域文化的际遇与整合,是消费文化与经营文化的统一。文化是旅游资源和旅游产品的魅力所在。由此可见,文化与旅游的关系十分密切,是文化促成了旅游,没有文化就没有旅游。此外,旅游活动也需要文化的参与和创造。既然旅游是一种文化创造活动的产物,同时也是一种文化创造活动以及消费文化、经营文化活动,那么,无论是旅游资源开发,还是旅游服务,旅游产品的设计与营销,乃至旅游业的可持续发展,都必须以文化作为基础和指南。文化可以说是旅游的本质,旅游业的灵魂。

旅游文化是文化的一个分支,旅游文化学研究必须建立在普通文化学的基础之上。因此,我们在探讨旅游文化之前,首先应该对文化的一般性问题有所了解。

### 第一节 文化的概念

英文、法文中的文化一词均为“Culture”,它最初始的含义是耕种、栽培等,以后逐步引申为对人类心灵、知识、情操、风尚的化育。在英文中,Culture可衍生出许多与培育有关的词语,例如agriculture(农业),horticulture(园艺),silkculture(蚕丝业),physicalculture(体育)等。由此可见,文化的初始含义,指的是为人类所特有的物质和精神的生活动。

自从19世纪人类学、社会学和文化学等与文化有关的学科(如文化地理学等)兴起之后,关于文化的定义便层出不穷。由于文化内涵的不确定性和涵盖面太广,人们很难给它拟定一个十分清楚而确切的定义,据1951年《大英百科全书》统计,世界上仅在正式的出版物中给文化所下的定义就多达160多种,据说目前已有250多种定义。纵观众多的文化概念,大致

可以分为广义文化与狭义文化两种。由于文化的内涵的不确定性和涵盖面太广，人们很难给文化一个比较确切的定义，但大致可以归纳为广义的理解和狭义的理解两种类型。

### 一、广义的文化

广义的文化泛指人类创造活动成果（物质的、制度的、精神的财富）的总和；或指人类改造自然、陶冶自身及发展其社会的一切活动成果的积淀。

文化是与自然相对的，可以说，自然的人化就是文化（如先民打磨的石器）。

### 二、狭义的文化

文化是指在一定物质资料生产方式的基础上发生、发展的社会精神生活形式的总和，其大致相当于广义文化中的精神财富这一部分，核心是意识形态、价值观念。

## 第二节 文化的结构和类型

### 一、文化的要素及结构

文化是作为一种系统而存在的。任何一种文化都是由多种要素按一定方式或结构组成的有机整体。了解文化的结构系统，对于深入理解文化的内涵、认识文化运动的规律是很有必要的。

从广义的概念角度出发，每一种文化都有3个方面的要素（或3个不同层面）。

#### 1. 文化的物质要素（物质文化层）

文化的物质要素包括各种生产工具、生活用具以及其他各种物质产品。如三峡地区出土文物中的石斧、陶罐等，民居中的吊脚楼等，交通工具中的豌豆角船等都属于物质文化。

#### 2. 文化的行为要素（行为文化层或制度文化层）

文化的行为要素包括行为规范、风俗习惯、生活方式与生活制度等。如三峡土家族婚俗中的哭嫁，丧葬习俗中的跳丧舞等民俗文化。

#### 3. 文化心理要素（精神文化层）

文化心理要素包括思维方式、思想观点、价值观念、审美趣味、道德情

操、宗教情感、民族性格等。

其中价值观念是文化的核心，因价值的评判决定着社会中的人心所向、活动所趋，指导着人与人、人与社会、人与自然关系中的行为方式，如三峡文化中的天人调谐的价值观念（例如吊脚楼就是人与自然和谐的产物）。

鉴于文化的结构，著名学者许嘉璐先生认为，文化是人类创造的物质、制度与精神。这可以说是对文化最简明扼要的解释。

文化的物质文化层、制度文化层和精神文化层是相互影响、相互制约的，应协调发展。

## 二、文化的等级序列

文化是按照一定的法则、秩序结构而形成的有机体系。文化的等级序列可由小到大依次排列为文化特质、文化丛结、文化模式、文化区。

### 1. 文化特质

文化特质是指一种具体的文化现象，是组成文化的基本要素或最小单位。

人类的智慧和实践创造能力的任何具体表现都是一种文化特质。如原始人住洞穴，现代人住楼房；中国人吃饭用筷子，欧美人吃饭用刀叉；中国人婚礼喜用红色饰物，西方人则喜用白色饰物……所有这些现象均可以说是文化特质。

各种文化的细微差异，往往是通过文化特质表现出来的。文化特质的消与新生，与社会发展息息相关，如中国封建社会时期人们蓄长辫，着长袍马褂，女人裹足；而今人们则是西装革履，发型多种多样。

### 2. 文化丛结

一种文化特质往往不是单独存在的，而是同有关的文化特质互相联系在一起。

文化丛结也称文化特质丛或文化丛，指因功能上相互联系而组合成的一组文化特质。简言之，一定文化特质的组合称为文化丛结。比如大多住在海边的人以打渔为生，编渔网，造渔船，打赤脚，善游泳，从而形成一定的渔业文化丛结；又如山东沂蒙山区的石文化丛结，北极地区因纽特人的冰雪文化丛结。

文化丛结是在一定地理环境中或一定自然条件下随着人们社会实践的深入和扩大而形成发展起来的。

### 3. 文化模式

所谓文化模式，就是指一个社会群体在长期的社会实践过程中形成的相

对稳定的各个层面有机组合的文化结构，或者说是一个民族依据其民族精神将自己的各个文化要素协调一致的组合状态，如日本的文化模式是“菊花与剑”（刚柔相剂）。

文化特质、文化丛结只是一个社会群体文化在某一质点、某一方面、某一局部的表现，文化模式则是反映一个社会群体在整体上的文化状况或面貌。

文化模式具有相对稳定性和排他性特点（因群体价值观念的作用）。

利用文化模式能有效地研究旅游的国民性，如大陆、海洋不同形态的旅游文化的区别和比较。

#### 4. 文化区

文化区是指具有某种共同文化体系的人群所占据的地区，或是具有共同文化特质的区域。它有一定的文化中心和覆盖区域，有可以分辨的范围和边界，在区内具有相对的文化均质性。如中国可以分为燕赵文化区、秦晋文化区、中原文化区、齐鲁文化区、荆楚文化区、巴蜀文化区、两淮文化区、吴越文化区、鄱阳文化区、闽台文化区、岭南文化区、云贵文化区、关东文化区、草原文化区、西域文化区、青藏文化区共 16 个文化区，各个文化区有着自己鲜明的地域特征。

文化区按研究内容可分为综合文化区与类型文化区（如旅游文化区、民俗文化区、语言文化区、宗教文化区等）；按研究范围大小可分为文化大区与文化亚区等。

### 三、文化的不同分类

#### 1. 主文化与亚文化

主文化是在社会上占主导地位的、为社会上多数人所接受的文化；或者说，大群体的共有文化相对于其中小群体文化称为主文化。主文化对社会上大多数成员的价值观、行为方式、思维方式影响很大。

亚文化指仅为社会上一部分成员所接受的或为某一社会群体特有的文化；或者说，相对大群体的共有文化而言，其中小群体文化称为亚文化。亚文化一般不与主文化相抵触或对抗。

#### 2. 雅文化与俗文化

不同的人群，由于掌握知识的多少和文化水平的不同，形成不同的文化形态。

掌握知识较多、文化水平较高的群体的文化称为（高）雅文化或精英文化，一般存在于社会上层，可谓“阳春白雪”。



掌握知识较少、文化水平较低的群体的文化称为(通)俗文化或大众文化,一般存在于下层大众和市民阶层,可谓“下里巴人”。

掌握知识、文化水平介于高、低层的中间层,宋玉谓之“阳阿薤露”。

雅、俗两种不同的文化都有其产生和存在的历史或现实基础,简单地以雅、俗来判定优劣是不可取的,二者相互依存、相互补充。从现实来看,雅、俗两种文化都要发展,以满足社会不同层次人们生活的需要。但要正确处理二者的关系,使雅文化逐渐普及,俗文化逐步提高,这是文化发展的两个主流。

### 3. 文化和反文化

这是根据文化在社会中的地位、作用,从对立、冲突的角度对文化做的区分。在一个社会、一个国家、一个民族、一个群体形成一种主流文化并占统治地位的情况下,同时还会存在一种与其冲突和对立的文化。前者称为文化(或主文化),后者被称为反文化。

文化与反文化的对立,有积极与消极、开拓与保守、进步与落后的对立,还有可能反映不同审美情趣之间的对立,所以,文化不一定是积极先进的,反文化不一定是消极落后的。比如,青年一代中反传统倾向,艺术创作中的反文化思潮(如朦胧诗、流行歌曲、新潮发式、摇滚音乐等),就很难予以定性。文化与反文化在一定条件下也会相互转化。反文化在旅游活动中也有表现(如西方“3S”旅游中的裸体者),应引起人们的重视和研究。

### 4. 评比性文化与非评比性文化

就不同民族文化比较而言,文化或外来文化可以区分为评比性文化和非评比性文化。

所谓评比性文化是指有好坏高下之分的文化,即在两种文化的比较中,可以评出孰优孰劣的文化。一般说来,评比性文化都是比较容易鉴别其价值的文化(如民主、开放、进取的文化与专制、封闭、保守的文化,和平文化与暴力文化等);所谓非评比性文化即中性文化,是指在文化比较中没有明显优劣、高下之分的文化。这类文化多与人们的行为方式、风俗习惯相联系。承认非评比性文化的存在,意味着承认各民族的平等和尊重各民族的文化差异。

## 第三节 文化的成因及基本特征

### 一、文化的成因

关于文化的成因,有自然环境说、种族说、特殊本能说、心理因素说等