

21 世纪高等院校旅游管理精品教材

旅游文化学

(第二版)

CULTURE OF TOURISM

2nd edition

李朝军 郑焱 编著



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

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

21世纪高等院校旅游管理精品教材

旅游文化学

(第二版)

CULTURE OF TOURISM

2nd edition

李朝军 郑焱 编著



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

大连

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化学 / 李朝军, 郑焱编著. —2版. —大连: 东北财经大学出版社,
2016.6

(21世纪高等院校旅游管理精品教材)

ISBN 978-7-5654-2190-7

I. 旅… II. ①李… ②郑… III. 旅游-文化-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第314965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)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

沈阳旭日印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 421千字 印张: 19 1/2

2016年6月第2版

2016年6月第2次印刷

责任编辑: 孙 平

责任校对: 那 欣 王 娟

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 36.00元

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

第二版前言

旅游文化学是一门尚未定型的新兴学科。对这门学科的性质、研究对象、研究内容以及研究方法的争论持续不断，结论很不统一，甚至有旅游文化学是否能够成立的讨论。本书试图对旅游文化现象展开系统考察，尝试建立比较明晰的旅游文化学概念和理论体系。本书首先运用逻辑分析的方法探讨旅游文化与文化旅游的区别（之所以要用逻辑分析的方法，是因为目前旅游文化与文化旅游混淆的现状主要是逻辑混淆引起的，表现在时间逻辑和因果逻辑等方面），廓清旅游文化与文化旅游混淆的现状，对旅游文化和旅游文化学加以界定，然后从旅游活动展开基本要素角度入手分析旅游文化学的系统构成。本书没有讨论旅游资源的文化内涵（“旅游客体文化”），是因为作者认为：一方面，旅游文化是旅游者、旅游从业者和旅游目的地居民在旅游者旅游活动过程中所营造的一种新型文化形态，是旅游者通过旅游业活动在旅游活动过程中以旅游目的地为终极的载体相互作用、共创共生的过程和结果。资源的文化内涵与旅游文化是间接的而非直接的关系，资源的文化内涵是客观存在于特定的地域空间、因所具有的文化价值而拉动旅游者前往的，而旅游文化是在旅游活动开展之后形成的新型文化形态，二者之间存在质的差异性。另一方面，旅游客体文化包罗万象，一旦涉及旅游资源、旅游吸引物的文化内涵，似乎一切现象都与“旅游文化”有关，内容庞杂，在短小的篇幅中难以阐释清楚，因此难以成为旅游文化学研究的对象。本书试图在契合文化、旅游文化和旅游文化学概念的基础上，构建旅游文化学的主要内容和体系，并按照比较、评价和思辨并重的思路，进行各个章节内容的写作。作者的路径是从逻辑分析到综合，从旅游者和旅游从业者到旅游者、旅游从业者和目的地居民相互作用而逐次展开，这个结构体现了作者对旅游文化学研究对象的理解。

本书的结构和主要内容如下：

第一章、第二章和第三章是本书的基础理论部分，主要讨论旅游文化的概念系统，旅游文化的本质与特征，旅游文化认识论（研究对象、研究内容、学科性质和学科体系）等方面的内容。

第一章首先回顾了旅游文化学的历史和现状，总结旅游文化学的各种理论观点，通过对各种理论观点的评介，确立作者旅游文化学的研究对象和内容、学科性质以及研究方法。按照作者的理解，旅游文化学的研究对象是旅游者、旅游从业者和目的地居民在旅游者旅游活动过程中所营造的一种新型文化形态的内在矛盾，旅游文化学的任务是通过研究来认识这种新型文化形态发生的形态结构、运动轨迹和存在的规律以及对现存文化（现存文化这里主要是指各种旅游资源的文化内涵及其表现形式，它具有阶段性特点）产生的各种影响。这一研究对象决定了旅游文化学必然是一门跨学科的边缘性学科，拥有独特的构成体系和研究方法。旅游文化的表现载体可以落实在旅游者、旅游业和

目的地三大构面上，这三个构面的研究内容应该成为旅游文化学体系的核心系统。本章以核心系统和拓展系统构建了旅游文化学的研究内容体系，因篇幅所限，本书只涉猎了旅游文化学研究内容体系的核心系统部分（参见表1-6）。

在第二章里，作者运用整合分析的方法，提出了认识旅游文化本质与相关范畴的模型框架。旅游和文化的本质是旅游文化本质的逻辑起点和归宿点，直接规定着旅游文化的本质。在探索性分析旅游和文化本质的基础上，作者认为旅游文化是一种文化整合的过程，是旅游引致的人化的过程与结果。流动性和开放性是旅游文化最基本的特征。当认识到旅游文化是由旅游者活动、旅游从业者活动和目的地居民互相作用产生的一种新型文化形态时，我们就会发现，我们过去建立的旅游文化学体系中“客体说”中所包含的主体内容如山水、建筑、园林、宗教、民俗、艺术等静态的文化研究载体不宜成为旅游文化学研究的内容。这种认识还可以解决过去旅游文化无所不包的尴尬处境。当认识到旅游文化的本质是一种文化整合时，我们就会发现旅游文化是客源地文化（通过旅游者）与目的地文化（通过旅游业活动和目的地居民）双向扩散的结果。旅游文化作为一种复杂的现象，需要用全面的视角来认识和分析。

在直截了当批判了旅游文化概念界定混乱倾向的基础上，作者提出了界定旅游文化概念的四个原则：旅游、文化与旅游文化概念契合一致的原则；旅游文化界定应该坚持狭义“文化”原则；旅游文化的定义应该揭示旅游文化的本质；旅游文化的主体主要是旅游者，也包括旅游从业者和目的地居民，但不包括旅游客体或旅游资源。进而，作者运用逻辑分析的方法试图区分旅游、旅游文化、文化旅游与旅游的文化效应，进一步来认识旅游文化的本质与特征。

基于以上分析，作者把旅游文化界定为：旅游文化是旅游者、旅游从业者和旅游目的地居民在旅游活动过程中所营造的一种新型文化形态，是旅游者通过旅游活动在旅游过程中以旅游目的地作为最终极的载体相互作用、共创共生的过程和结果，是由旅游活动引致并迸发出来的形式多样的各种文化现象的总称，其实质是旅游引致的人化过程与结果。判断是不是旅游文化研究内容的一个标准就是这种文化现象是否出现在旅游活动之后，并且这种文化现象是否由旅游活动的开展而形成的。这一点非常重要，可以说是本书立论的基点之一。

第三章是对旅游文化的形成、功能和地位进行分析的一章。契合本书旅游文化概念（旅游文化的主体主要是旅游者，也包括旅游从业者和目的地居民）和研究内容体系（旅游文化研究的三大构面）的说法，作者从旅游者和旅游业两个维度以及旅游目的地最终极载体和最佳观测点的定位出发，构建了旅游文化形成的机制模型（见图3-3），力求超越个别旅游文化现象，把握旅游文化形成的全貌和全过程。需要特别指出的是，旅游者活动和旅游业活动在旅游文化形成过程中的基础地位是有所差别的。旅游者的旅游活动在旅游文化形成过程中处于第一核心的地位；旅游业活动在旅游文化形成过程中处于第二核心的地位。在不同的历史阶段，旅游者活动和旅游业活动在旅游文化形成过程中所起的作用及其形式各不相同，随着旅游业的兴起，旅游业活动在旅游文化形成过程中的作用越发明

和突出。旅游者的旅游活动和旅游业活动两者紧密结合,推动丰富多彩的旅游文化的发展。此外,作者对旅游文化功能的认识也是从旅游者和旅游业两个维度加以展开的。旅游文化的功能主要表现在人化自然、丰富与发展文化、推动社会发展与变迁、塑造旅游形象、调控矛盾等方面。本章最后讨论了旅游文化在旅游、旅游业和文化中的地位问题。

第四章、第五章和第六章是从旅游者维度来考察旅游文化的,主要讨论了旅游审美文化、旅游消费文化和旅游休闲文化等内容。

第四章从美的发生的角度考察了美的本质与存在形态,并结合中西美学话语模式,从不同的层面来认识旅游审美文化。在这一章中,旅游审美、旅游审美关系和旅游审美心理要素与过程是最重要的概念。作者的观点是,旅游审美是在旅游过程中所发生的美的欣赏和美的创造过程。构成旅游审美文化的最主要基石是感知、情感、联想和想象、理解等心理活动,这些心理要素相互联系、相互依赖和相互作用,在自由和谐的彼此推移过程中产生审美感受,是形成美的体验和美的创造的源泉。悦耳悦目、悦心悦意、悦志悦神是旅游审美感受的三大文化层次。旅游审美更多是一种心理创造过程,只有旅游者把这种美的发现、欣赏和创造过程和文化创造过程记录和描绘下来时,人们才能去理解和审视这种隐形的旅游审美文化。旅游审美文化通过旅游审美效应作用于审美主体,直接促进审美主体理性审美判断的累积和审美欲望的增长,间接完善了审美主体的心理结构、提高美的鉴赏力、丰富人的精神境界。

第五章从消费行为角度来探讨旅游消费行为在旅游文化产生发展过程中的内在决定力量是什么,文化是旅游消费行为的根本动因。不同的旅游消费行为模式体现不同的旅游价值观和旅游消费文化取向。所以,在这一章中,详细地阐述了旅游消费的概念与特点,分析了旅游消费中的文化影响因素。从纵向动态角度看,旅游消费行为文化存在演进的轨迹,在现代化和后现代化时代,消费主义文化是旅游消费行为文化的最重要体现形式。而伴随着旅游消费的迅速升温,许多不健康、不正常的旅游消费文化现象不断滋生蔓延,主要表现在奢侈性(炫耀性)、欺骗性、愚昧性、恶习性、非文明性和非理性等方面,反映了加强旅游消费文化建设的紧迫性。

第六章从旅游与休闲关系的角度提出了旅游休闲文化的命题。休闲文化是人们在从事休闲活动的过程中,将那些使自己感觉愉悦的活动与自己的审美活动、创造活动联系在一起,经过充分自由选择 and 纯粹兴趣所致,用于自我享受、调整和发展的价值观念和生活方式;是为满足人的精神需要由(旅游)休闲活动引致并迸发出来的形式多样的各种文化创造、文化欣赏、文化建构等文化现象。不同的社会和不同的民族对各种剩余资源(如时间和金钱)的处理方式就形成了不同社会和不同民族休闲文化的基本特征。所以,在这一章中,详细地阐述了中国古代休闲文化的典型形式,比较了中西人本休闲文化和物本休闲文化,分析了中国建设休闲文化过程所要面对的观念困境和文化困境,进而提出建设中国特色休闲文化和传统休闲典型形式的市场化和现代化两大命题。

第七章和第八章是从旅游业维度来考察旅游文化(现象),主要讨论了旅游产品文化和旅游企业文化等方面的内容。

在第七章,作者在区分旅游产品文化与旅游文化产品基础上,认为旅游产品文化是在商品经济条件下(特别是在市场经济条件下),受经济发展水平的影响,在现代市场意识和营销意识支配下,渗透到旅游产品设计、开发和营销过程中的、逐渐形成的一种整体性的观念形态和文化创造以及反映在旅游产品上的文化层次和文化趋向。本章运用整合分析的方法,提出了旅游产品文化的功能阶梯模型(见图7-1),旅游产品文化的形成和发展路径(见图7-2),旅游产品文化的形成机制、运动规律和调节机制模型(见图7-3)。旅游产品文化是在通过外化和创造机制来开发旅游产品的过程中形成的。

作者还认为,主题提炼在旅游产品文化的形成和建设过程中非常重要。旅游产品文化主题提炼,要从目标市场出发进行旅游产品文化主题定位;要以资源为依托开发个性化的旅游产品,凸显旅游产品文化特色;要围绕主题,在形象和营销上提升旅游产品文化品位。作为旅游产品形式之一的旅游景观,是旅游产品最佳的观测单位;旅游线路是最常见的旅游产品;旅游服务是无形的旅游产品。因此,只有仔细审视旅游景观文化、旅游线路文化和旅游服务文化,才能理解和把握旅游产品文化的脉搏和全貌。

第八章对旅游企业文化进行了分析。企业管理和企业文化体现为一种虚实结合的关系。在界定旅游企业文化概念、特征和功能基础上,本章分析了旅游企业文化建设的现状与误区,构建了旅游企业文化塑建的原则、程序、路径和方法。旅游企业经营管理文化的主体主要是旅游饭店、旅行社、旅游交通企业和旅游景区等。

第九章从旅游目的地维度来进一步考察旅游文化(现象)。旅游目的地(旅游接待地)是旅游文化现象的最终载体和最佳观测点。旅游目的地地域(本源)文化、旅游对目的地的社会文化影响与各种旅游文化现象在旅游目的地的各种表现形式交织在一起。旅游目的地文化生态是包括旅游目的地地域文化、旅游对目的地的文化影响、旅游目的地文化(各种旅游文化现象)以及旅游目的地文化发展变迁与调试的综合体。旅游目的地文化变迁和发展是相互交织在一起的多重文化构成的极其复杂的变迁合力作用的结果,并据此提出了旅游目的地文化变迁合力与依赖路径模型(见表9-6)。虽然可持续旅游发展观对旅游目的地文化变迁和调试有一定的指导作用,但旅游目的地文化的可持续发展依赖于利益相关者对可持续旅游发展观的深刻理解、力量对比以及相应的管理协调。如何追求旅游目的地文化变迁中的健康发展,如何把握好诸多影响旅游目的地文化变迁因素之间的契合点和平衡点,这在旅游发展的实践中实际上构成了今后相当长时期内我国旅游业发展面临的最严峻的挑战之一。

编著者

2016年4月

目 录

第一章 导 论	1
学习目标	1
第一节 旅游文化（学）研究的历史与现状	1
第二节 旅游文化学的研究对象和内容	16
第三节 旅游文化学的学科性质和学科地位	28
第四节 旅游文化学的研究方法	32
本章重要观点	35
本章问题讨论	35
本章补充阅读材料与案例分析	35
第二章 旅游文化的本质与特征	41
学习目标	41
第一节 整合框架下的旅游文化本质与特征	41
第二节 旅游文化的概念	53
第三节 旅游、旅游文化、文化旅游与旅游的文化效应	68
本章重要观点	73
本章问题讨论	73
本章补充阅读材料与案例分析	73
第三章 旅游文化的形成、功能与地位	80
学习目标	80
第一节 旅游文化的形成	80
第二节 旅游文化的功能	84
第三节 旅游文化的地位	97
本章重要观点	102
本章问题讨论	102
本章补充阅读材料与案例分析	103
第四章 旅游审美文化	108
学习目标	108
第一节 美的本质与形态	108
第二节 旅游审美文化行为	114
第三节 旅游审美文化	123
本章重要观点	133

本章问题讨论	134
本章补充阅读材料与案例分析	134
第五章 旅游消费文化	137
学习目标	137
第一节 旅游消费文化概述	137
第二节 旅游消费的文化分析	144
第三节 旅游消费文化现状与发展趋势	150
第四节 旅游消费文化建设	157
本章重要观点	160
本章问题讨论	160
本章补充阅读材料与案例分析	161
第六章 旅游休闲文化	164
学习目标	164
第一节 旅游休闲文化概述	165
第二节 中西休闲文化	171
第三节 休闲文化建设	188
本章重要观点	198
本章问题讨论	199
本章补充阅读材料与案例分析	199
第七章 旅游产品文化	202
学习目标	202
第一节 旅游产品文化概述	202
第二节 旅游产品文化的形成机制	208
第三节 旅游产品文化主题提炼	214
第四节 旅游产品文化的表现形式	218
本章重要观点	225
本章问题讨论	226
本章补充阅读材料与案例分析	226
第八章 旅游企业文化	231
学习目标	231
第一节 旅游企业文化概述	231
第二节 旅游企业文化的塑建	236
第三节 旅游企业（经营）管理文化	245
本章重要观点	254
本章问题讨论	255
本章补充阅读材料与案例分析	255

第九章 旅游目的地文化生态	259
学习目标	259
第一节 地域文化与旅游文化	259
第二节 旅游对目的地的社会文化影响	270
第三节 旅游目的地文化变迁与调试	276
本章重要观点	284
本章问题讨论	285
本章补充阅读材料与案例分析	285
附录 地方文化与旅游产业融合发展研究	289

第一章



导 论

学习目标

学过本章之后，你应该能够：

1. 了解国内外旅游文化（学）研究的历史与现状，并把握旅游文化学研究的发展趋势。
2. 通过比较、评价和思辨，理解旅游文化学研究的基本对象，以及所研究的核心内容。
3. 认识不同学科在旅游文化学研究中的作用以及旅游文化学与相关学科的关系，并由此认识旅游文化学的学科性质和特点。
4. 运用相关研究方法，结合旅游专业实践活动，开展旅游文化研究。

第一节 旅游文化（学）研究的历史与现状

从世界范围来看，旅游学的研究始于近代，而在中国的研究仅有30年的时间，所以，相对于其他成熟学科而言，旅游学属于十分年轻的学科；作为旅游学分支的旅游文化学，其研究与旅游学研究一样，经历了筚路蓝缕的演进过程。在研究对象的认定、研究内容的选择、研究方法的运用，甚至旅游文化学作为旅游学的分支学科能否成立等问题上都存在不同意见。总体来看，学界努力尝试构建旅游文化学学科体系，经历了从无到有、从比较肤浅到比较成熟的历程，对旅游文化（学）的本质与特征的认识不断加深。事实表明，旅游文化（学）的研究具有强大的生命力，值得我们尝试和探索。

旅游学研究发端于英语学术圈，在我国仅有近30年的历史。时间上的差距意味着研究水平的差距，对进入中国旅游理论研究视野更晚的旅游文化学研究而言更是如此。因此探讨和评介国外旅游文化的研究历史和现状对国内旅游文化学的研究就显得尤为重要。

一、国外旅游文化研究进展

（一）国外旅游文化研究的一般性描述

旅游文化研究最早兴起于欧美，研究成果丰硕。但是，英语学术圈几乎不把“旅游文化”当作旅游研究的一个独立的分支学科，而更多是当作旅游研究的最重要视角——文化视角来看待的。在我们接触的外文资料中，至今没有见到以旅游文化学为题的专著、教材、研究报告和学术论文，也找不到一个确切的旅游文化的定义和研究框架。

1994年,肖洪根在《华侨大学学报》发表《国内外旅游文化研究述评》一文,系统地考察了西方旅游文化概念研究中的模式理论,比较了中西旅游文化研究的差异。这篇文章内容丰富、思维严谨、评介精辟,是我国旅游文化学研究历程中非常重要的文献。2014年,赵红梅在追溯国内外旅游文化研究成果的基础上,从文化的发生层面来界定和框限旅游文化,并在内涵、特性、功能层面上对旅游文化与一般文化进行比较分析,反思国内旅游文化研究的概念误区,并尝试以文化人类学视角来廓清旅游文化的外延,将旅游文化视为文化生产与再生产的结果,为旅游文化内涵的明确化、具体化做了抛砖引玉的前期思考^①。这篇文献对国内外旅游文化的研究进行了系统梳理和精准的评价,是我们撰写国内外旅游文化研究这一部分内容的重要资料来源和依据。

国外旅游文化的研究走过了一条披荆斩棘的道路。在二战前后,西方就存在着旅游是一种经济现象还是社会文化现象的争论。德国学者葛留克斯曼、瑞士学者汉泽克尔与克拉普夫等人关于旅游是社会现象的观点虽不占主流,却把旅游研究延伸到旅游文化领域。20世纪60年代,全球大众旅游兴起,在英语学术圈内,经济、社会文化、生态环境三方面的旅游影响研究逐渐深入,研究内容进一步向旅游文化领域扩展。但这种旅游影响研究由于忽视旅游的文化属性,是“循着功利主义观点的思维发展起来的^②”。因此,这一时期是旅游文化意识朦胧发展的时期,旅游文化概念的形成与提出还不成熟;但随着西方世界旅游业的兴起,旅游在目的地和客源地引起了广泛的社会文化问题。人文学者开始关注旅游现象,并以多种视角加入旅游研究。旅游文化的研究领域逐渐扩展,主要包括旅游社会学、旅游人类学。

20世纪70年代,旅游文化领域的各学科得到迅速发展。1973年,美国威斯康星大学的加加利教授创办《旅游研究年报》(*Annals of Tourism Research*),成为英语学术圈第一份以旅游文化现象为主要研究客体的旅游刊物,虽然它并没有使用“旅游文化”一词,但却因研究旅游文化而闻名遐迩。从1979年开始,《旅游研究年报》对旅游现象进行有组织的、有目的的多学科综合研究,每卷都有一期专辑。1991年,《旅游研究年报》出版《旅游社会科学专辑》,对旅游各分支学科研究成果进行总结,1997年后开始出版成熟的旅游社会科学丛书。邹本涛、谢春山认为,《旅游研究年报》的创刊,标志着西方开始了严格意义上的旅游文化研究^③。

从20世纪70年代开始,旅游社会学开始奠定学科地位,取得重要研究进展。其中,旅游对目的地社会文化影响及其变迁的原因与本质的研究是旅游文化研究重要的领域。1974年,瓦伦·史密斯在墨西哥组织美国人类学研究会,该会呈交的会议论文形成《东道主与游客:旅游人类学》(*Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*)文集。文集论文分为两类:一类是探讨游客体验及其所遇事物的文化解释;另一类是评价旅游带给东道主社区社会文化系统的实际影响^④。这虽然是一部旅游人类学论著,但研究内容都与旅游

① 赵红梅.论旅游文化——文化人类学视野[J].旅游学刊,2014,29(1):16-26.

② 申葆嘉.国外旅游研究进展[J].旅游学刊,1996(1-5).

③ 邹本涛,谢春山.旅游文化学[M].北京:中国旅游出版社,2008.

④ Smith V L. Hosts and guests: the anthropology of tourism[M]. University Park, PA: The Pennsylvania University Press, 1989.

文化有关。在这一论著中, Graburn 的论文 *Tourism: The Sacred Journey*, 把旅游放在旅行历史和文化语境中研究中, 置旅游文化于生命和时间的过程中, 开拓了旅游文化广阔的研究空间, 被公认为旅游人类文化学的经典之作。文中现代旅游与宗教仪式在结构、功能等方面具有相似性, 旅游就是一种现代化的世俗仪式等观点, 深刻影响了旅游人类学和旅游文化学的研究^①。MacCannell 的旅游文化研究也值得注意, MacCannell 既把旅游看作反映现代化过程的例证, 又视旅游为嵌入现代社会心理的一个楔子。其《旅游者: 有闲阶级新论》一书把旅游者提升为一个由现代性演变决定的新的社会阶级的观点, 有力彰显了旅游的社会文化内涵。

旅游文化的产生和发展由来已久, 但正式作为一个概念提出只有 30 年的历史。一般认为, “旅游文化” 概念最早是在美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特于 1977 年在美国合作出版的《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中作为第二章标题出现的。该书把旅游文化与旅游社会学相提并论, 这或可以成为旅游文化研究开始从旅游社会学研究中分离出来, 并成为旅游学独立分支学科的标志。旅游行为研究和旅游社会文化研究成为旅游人类学、旅游社会学和旅游文化学都争相开拓的领域, 进一步促成了旅游文化属性广泛深刻的认识和研究。

20 世纪 90 年代以来, 旅游在西方后工业化社会中的作用更加突出, 国外旅游社会文化学的研究领域更加集中在旅游者、旅游对旅游目的地社会文化影响研究等方面。在旅游者研究方面, 有尤瑞的《旅游者的凝视》、亚利·里德的《旅行者的灵魂: 从基加马治到环球旅游》、玛丽·路易·普拉特的《帝国主义的眼睛: 旅行写作与跨文化的演变》等代表性著作。在这些论著中, 旅游文化研究的触角延伸到旅游行为文化、旅游心理和政治文化领域。此外, 旅游目的地社会文化影响研究成果则是不胜枚举。还需要特别指出的是, 旅游休闲文化的研究是西方旅游文化研究的又一重要领域。后现代化时期的旅游消费文化、休闲生活形态等成为新的旅游文化研究的发展方向。在这一领域, 主要的代表性论著有 J. 皮普尔的《休闲: 文化的基础》、John R. Kelly 的《走向自由——休闲社会学新论》和 Geoffrey Godbey 的《人类思想史中的休闲》等。

旅游文化的研究随着旅游发展的不断深化而逐渐深入。我们可以通过扫描旅游文化在美国最负盛名大学的旅游和休闲课程设置状况来透视旅游文化的研究地位。美国主要大学旅游研究中与旅游文化相关内容见表 1-1。

(二) 国外旅游文化研究的主要领域

30 多年来, 西方的旅游文化研究以《旅游研究年报》、《旅游管理》、《旅游研究杂志》、《休闲研究年刊》和《休闲研究》等刊物为主要平台, 全面深入地研究了旅游与休闲文化的各个方面。在学术交流上, 除了定期的旅游文化国际年会外, 各国、各地区还有为数众多的各类研讨会^②。由此可见, 西方的旅游文化研究业已成为旅游研究的主流。

^① Burns P M. An introduction to tourism and anthropology[M]. London and New York: Routledge, 2000.

^② 肖洪根. 国内外旅游文化研究综述[J]. 华侨大学学报(社会科学哲学版), 1994(1).

表 1-1 美国主要大学旅游研究中与旅游文化相关内容简表^①

大学	与旅游文化研究相关的内容
哈佛大学	作为宗教朝觐的现代旅游；人类自身作为旅游吸引物；作为本土文化销售的旅游
普林斯顿大学	历史文化学视角的宗教遗产旅游吸引物展示
耶鲁大学	亚洲的旅游与文化
麻省理工学院	全球文化视野中的太空旅游
斯坦福大学	旅游与文学；文化旅游
哥伦比亚大学	云南的民族文化旅游；旅游对家庭、外来者和当地居民的影响；旅游与文化和人际关系；文化、旅游与发展
芝加哥大学	玛雅的旅游与文化人类学

国外主要运用人文主义研究范式来开展旅游文化研究^②。一方面，规则化、计量化和标准测量的科学主义范式在研究旅游文化的很多专题时，难免有力不从心的感觉；另一方面，旅游文化的演绎从最初开始就是一个人性化自然，而不是同化人格和物化诉求的文化实践过程。

在世界范围内，每年有上 10 亿人次通过旅游相互交流和接触，旅游文化现象通过人际关系、国家关系和国际关系等得以呈现，世界范围内旅游文化的历史演义和小区域尺度旅游文化的当代复兴与传播，无不呈现出精彩纷呈的画面。梳理国外旅游文化研究历程表明，人文主义是旅游文化研究的基础范式，旅游文化研究是立足于人类学的多学科和跨学科研究。

黄金葵对国外旅游文化研究的主要领域有过精准的梳理和归纳。旅游人类学基础理论研究、旅游发展历程研究、旅游景观主题环境创意研究、旅游文学叙事和旅游文化传播研究，是旅游文化研究的四大基础性领域^③。

首先，文化解构观与游客凝视论是旅游人类学基础概念。例如，科恩从 Permanency（恒久性）、Voluntariness（自愿性）、Direction（方向性）、Distance of Trip（距离性）、Recurrency（往复性）、Purpose of Trip（目的性）等维度解构游客的身份^④；Berger（2004）在其代表作《解构旅行：旅游研究的文化视角》中，旗帜鲜明地指出：“对异域风情的追寻（Search for the Exotic）是旅游文化现象的核心特质。^⑤”与旅游文化解构研究不同的另一条研究路径就是“游客凝视论”（Tourist Gaze）^⑥。离开了游客群体的凝视，各类自然和人文景观就缺少了旅游文化的意义，凝视行为机制可以视为旅游者与非旅游者行为的一个显著性差异。

① 根据网络资源整理。同时参考了吴必虎，蔡利平.美国大学中的旅游研究——旅游研究向名牌大学的渗透[J].旅游学刊，2001（4）.

② 黄金葵.人文主义研究范式与旅游文化研究国际动态述评[C]//中国旅游科学年会论文集.北京：中国旅游研究院，2015：18.

③ 黄金葵.人文主义研究范式与旅游文化研究国际动态述评[C]//中国旅游科学年会论文集.北京：中国旅游研究院，2015：18.

④ Cohen E. Who is a tourist? a conceptual clarification[J].Sociological Review, 1974, 22（4）：527-555.

⑤ Berger A A.Deconstructing Travel[M].Creek, CA: Alta Mira Press, 2004: 33-34.

⑥ Urry J.The tourist gaze [M]. London: Sage Publications, 1990: 1-15.

其次,世俗朝圣论与文化商品化是旅游发展历程研究的核心。作为西方早期代表性旅游文化现象的泛欧游历,以及作为殖民主义怀旧情结代表的殖民地旅游,以及针对工业化现象形成的带薪休假现象,是旅游文化研究关注的重点。泛欧旅行是16—19世纪西方旅游文化发展的标志性事件^①,是世界旅游文化发展和传播的重要篇章^②。美国人类学家纳尔逊·格雷本立足价值观视角,提炼出人类旅游实践活动背后隐藏着世俗朝圣的仪式行为模式^③。文化商品化是旅游业发展形成的又一大重要文化现象,本真性和原真性讨论与文化商品化讨论相伴相生^④。旅游观光和旅游摄影是旅游凝视的一种消费形式,经过摄影实践加工的形象是一种人类思维内化的产物,是旅游文化现象的集中体现。

再次,文化遗产和表演本真性是旅游主题环境创意研究的核心领域。创意是旅游规划开发的灵魂,我们在讨论和研究各种成功的旅游创意方案时,往往忘记了背后隐藏的人文内涵和学理源头。非物质文化遗产和文化遗址的规划与开发始终处于旅游创意开发的中心位置,游客对异域非物质文化遗产的追寻,以及居民对本土文化的认同,也始终是学界和业界关注的焦点。当旅游开发和居民的生活图景协同共进时,旅游产业实践成功的机会就大大提高。迪恩·麦肯奈尔等坚持旅游表演要呈现社会文化本真性,而爱德华·布鲁纳等坚持旅游表演的加工创造性;前者将旅游文化现象假定为被真实底层结构支撑的表层结构,后者将旅游生产置于宏大的历史语境中,旅游表演本真性就是本真的旅游生产实践性^⑤。

最后,旅游叙事机制和旅游文化传播机制是旅游文化研究的重要方面。爱德华·布鲁纳将人类的旅游实践活动划分为三个层次:被生活实践的旅游;被体验的旅游;被讲述的旅游。旅游叙事和旅游文化传播机制是一个旅游生活、旅游体验和旅游叙事循环往复的过程^⑥。

(三) 国外旅游文化研究的基本特征

纵观国外旅游文化的研究历史,不难发现其中存在以下特点:

首先,国外旅游文化的研究“比较注重从人本主义的角度出发”^⑦,也就是说,国外旅游文化研究是把旅游者置于旅游文化研究框架的中心位置的。国外主要从旅游者、游客、客源地社会和目的地社会四个视角出发,进行系列研究,形成了相应的理论和观点。在旅游跨文化交际的过程中,由不同的旅游者审美动机与旅游消费行为而引发的旅游文化现象,由旅游主客之间文化碰撞产生的各种文化现象(如旅游主客之间的沟通方式和过程、旅游涵化、文化商品化和作为世俗仪式的旅游等),成为旅游文化研究的主要领域。应该说,这种研究方式已经超越了经济现象的有限空间,紧紧围绕旅游的社会文化本质,因而得以在一个更为广阔的范围内突出旅游文化的动态特征^⑧。

其次,从研究主导方向看,旅游文化研究已超越旅游经济的研究,成为旅游研究的主

① Towner J.A historical geography of recreation and tourism in the western world 1540-1940[M].Chichester: John Wiley&Sons, 1996.

② Mead W E.Grand tour in eighteenth century[M].Boston and New York: Houghton Mifflin Company, 1914.

③ Graburn N.Secular ritual: a general theory of tourism[M]//Gmelch, S B.Tourists and Tourism: A Reader. Long Grove: Waveland Press, 2009.

④ Wang N.Rethinking authenticity in tourist experiences[J].Annals of Tourism Research, 1999, 26 (2): 349-370.

⑤ Bruner E.Culture on tour[M]. Chicago: The University of Chicago Press, 2005: 33-100.

⑥ Bruner E.Culture on tour[M]. Chicago: The University of Chicago Press, 2005: 33-100.

⑦ 肖洪根.国内外旅游文化研究综述[J].华侨大学学报(社会科学哲学版), 1994 (1) .

⑧ 沈祖祥.旅游文化学导论[M].福州: 福建人民出版社, 2006.

导方向。20世纪60至80年代,旅游经济研究成为旅游学研究的主题。在旅游现象之上所笼罩的经济外壳,是促使人们最早关注旅游现象的主要原因,这种关注以学术姿态出现,成为影响旅游科学发展的历史力量。20世纪80年代以后,大众旅游带来一系列社会文化问题,对西方国家而言,最需要解决的不是旅游经济问题,而是旅游社会文化问题。

再次,从研究取向看,重应用研究轻基础理论研究。在旅游实践发展的迫切需要下,再加上已有的旅游理论缺乏系统性,西方旅游研究形成的重应用轻理论的传统也延续到旅游文化的研究上。这种倾向,可以从西方国家主要的旅游文化研究刊物《旅游研究年报》、《旅游管理》、《旅游研究杂志》、《休闲研究年刊》和《休闲研究》等刊载的学术论文看出来。这种应用研究导向在旅游博士论文中也同样得到反映^①。

最后,从学科研究视角看,西方旅游文化研究多以旅游的社会文化影响为着眼点,旅游文化成为旅游研究最重要的视角。但西方旅游文化的研究依附于旅游社会学和旅游人类学,并没有发展成为相对独立的旅游学科的分支学科。西方的旅游人类学研究主要偏重于接待地主人和客人人际关系的文化现象和演变,以及这种文化现象对接待地社会的影响。一个重要结论是:很多社会中文化演变的主要因素并不是旅游,旅游仅仅是一个助推因素。Nash在《旅游人类学》中系统归纳了旅游研究特征,提出了3个论点:旅游现象作为发展或文化涵化的研究、旅游现象作为个人移动的研究、旅游现象作为一种上层建筑形式的研究^②。肖洪根在研究国外旅游文化研究状况时,把国外旅游和旅游者概念研究归为两类:从社会学角度把旅游视为一种文化现象来界定,焦点在旅游者的量化标准、文化特征以及旅游的社会文化影响;从经济学角度出发,把旅游界定为一个包容多种工业的新兴工业,焦点集中在供、需角度定义旅游经济现象。这些研究表明,在国外的旅游科学研究中,旅游资源的文化属性是作为旅游吸引物系统存在于旅游学科体系中的,旅游的社会文化影响是存在于旅游影响研究系统中的。这可能就是国外学者不把旅游文化作为旅游学科的分支学科而使之独立存在的原因。

二、国内旅游文化与旅游文化(学)研究

旅游文化概念的提出是中国乃至世界旅游业发展到今天的必然呼唤。旅游文化研究的必要性是由旅游及其相关事象的文化属性决定的。现代旅游越发达、旅游业发展速度越快、旅游地规模越大、旅游影响越深越广,旅游文化及其作用和影响就越大。旅游文化(学)的研究随着旅游业的兴起而开始,随着旅游研究的深化而逐渐深入。回顾和探讨国内旅游文化学研究的历史和现状,要从早期旅游文化研究历程的介评开始。

(一) 早期的旅游文化研究

国内旅游文化的研究发轫于旅游性质与旅游功能的研究。国内学术界普遍肯定旅游的文化属性,认可旅游的教育社会文化功能。早期在于光远《旅游与文化》^③、林洪岱《论

① 申葆嘉.国外旅游研究进展[J].旅游学刊,1996(1-5).

② Nash D.旅游人类学[M].宗晓莲,译.昆明:云南大学出版社,2004.

③ 于光远.旅游与文化[J].旅游,1981(2).

旅游业的文化特征》^①等论文中，他们就旗帜鲜明地提出旅游不仅是经济性很强的事业，而且是文化性很强的事业。这些主张成为旅游文化研究的思想渊源。

1984年第1版的《中国大百科全书·人文地理卷》分册中，第一次提出了“旅游文化”的概念，这也是学术界多数学者认可的“旅游文化”名称的由来。之后不少学者在论著中，都试图对旅游文化加以界定，逐渐深化旅游文化的研究。应该说，俞慈韵的《论旅游文化》、喻学才的《关于建设中国旅游学的构想》、郁龙余的《旅游与旅游文化》三篇文章是国内旅游文化研究历程中非常重要的文献。俞文第一次从文化结构的角度来阐释旅游文化，并提出旅游史是旅游文化属性的最有力证据^②。喻文把旅游文化遗产提到很高的位置，呼吁重视中国古代旅游研究来促进中国旅游事业的发展^③。郁文阐释了旅游的新含义，界定了旅游文化概念，并预言了旅游文化学的孕育与建设^④。喻学才、沈祖祥是开启旅游资源文化内涵研究的典型代表人物，《中国旅游文化传统》^⑤、《旅游与中国文化》^⑥是早期旅游文化研究重要的著作。这些文章和著作对我国的旅游文化（学）研究具有相当重要的意义。这些文章或论著内容丰富、点评精炼，当然应该成为作者构建旅游文化学内容的重要资料来源、思想依据和仔细考量的对象。

早期对旅游文化现象的研究最早是从分析旅游资源的文化内涵开始的；此后，随着旅游业的兴旺繁荣和文化旅游热潮的到来，相继出现一批批旅游文化研究的学者，其中沈祖祥、喻学才、范能船等人做出了许多开创性工作，形成了许多有意义的成果，对今天的旅游文化学研究产生了重要影响。

早期的旅游文化研究主要集中在概念界定、必要性分析、旅游资源文化内涵挖掘等方面。值得注意的是，从学源角度看，主要是历史学和文化学学者逐渐参与到旅游资源文化内涵的研究中。这一特征一方面突显了文化在旅游中的重要地位、旅游资源文化内涵复杂，另一方面也体现了旅游文化研究从一开始就注重理论研究的特点。这种特征一直伴随着旅游文化和旅游文化学研究的始终。纵观早期旅游文化研究的历程，主要存在以下几个特征：

1. 从研究方法看，早期的旅游文化研究表现出依赖历史文化学方法的时代特征

最初，旅游文化研究的切入点是运用历史文化研究的方法进行的纵向研究与考察和类型学指导下的旅游资源文化内涵挖掘。1978年改革开放前，中国旅游以外事接待为主，只具备产业雏形，不完全属于产业范畴，旅游的文化需求与供给均处于最初级阶段，文化旅游活动局部存在。就是在这种背景下，一些学者开始关注旅游与文化的关系。但由于缺乏基本的理论指导，这时的研究大都是认知性的考察，采用的方法主要是描述式和介绍式的，研究的内容或多或少地都能在历史文化领域找到相关的影子，研究的目的是直观地体现旅游与文化的关系，这些研究开启了旅游资源文化内涵挖掘的步伐。

① 林洪岱.论旅游业的文化特征[J].浙江学刊,1983(4):65-67.

② 俞慈韵.论旅游文化[J].东疆学刊(哲学社会科学版),1986(2):109-111.

③ 喻学才.关于建设中国旅游学的构想[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),1986(5):62-65.

④ 郁龙余.旅游与旅游文化[J].深圳大学学报(人文社会科学版),1989(2):46-50.

⑤ 喻学才.中国旅游文化传统[M].南京:东南大学出版社,1995.

⑥ 沈祖祥.旅游与中国文化[M].北京:旅游教育出版社,1996.