

谢春山◎著

Four Types Research
on the Tourism Culture

旅游文化的四类研究



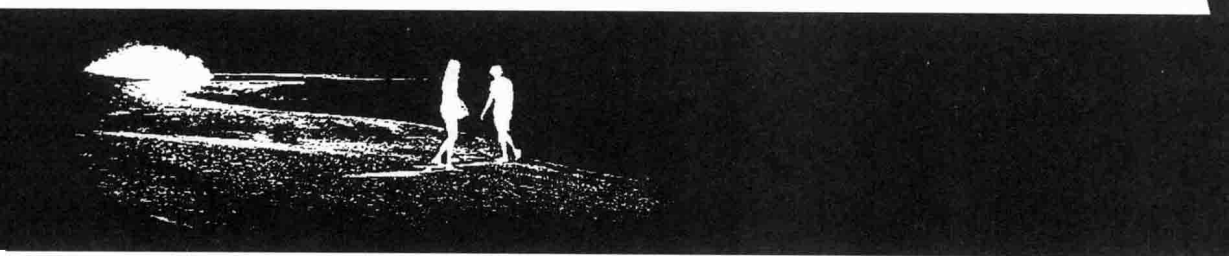
中国旅游出版社

THESE

Thèse d'Études Postdoctorales
en Études Transculturales et Multiculturelles

旅遊文化的國樂研究

中國音樂學院 編



谢春山◎著

旅游文化的四类研究

中国旅游出版社

责任编辑：王建华 王丛

责任印制：冯冬青

封面设计：谭雄军

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化的四类研究 / 谢春山著. -- 北京：中国

旅游出版社，2015. 1

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5136 - 8

I. ①旅… II. ①谢… III. ①旅游文化—研究 IV.

①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 288359 号

书 名：旅游文化的四类研究

作 者：谢春山

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米×970 毫米 1/16

印 张：20

字 数：330 千

定 价：48.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5136 - 8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

序

—

西方严格意义上的旅游文化研究始于20世纪70年代末，中国的旅游文化研究几乎与之同时。在西方，旅游文化研究一般不视为一个独立领域，它只是旅游研究的一个视角——文化视角。因此，西方的旅游文化研究至今仍依附于旅游学、旅游人类学、旅游社会学等学科而不能自立。在我国，旅游文化研究已然成学，至今已形成多种旅游文化理论。

回眸20世纪90年代，中国的旅游文化研究何等兴盛：地方旅游文化研究轰轰烈烈，旅游地文化变迁的研究得到重视，中国传统旅游文化研究进一步加强，旅游文化研究开始建构自己的理论体系，明确自己的学科地位。更出版了多部具有相当影响的综合性奠基之作：如郝长海、曹振华的《旅游文化学概论》（1996），对旅游主体文化、旅游客体文化、旅游介体文化进行系统分析，开“旅游文化学”著作之先河；马波的《现代旅游文化学》（1998），从理论上对旅游文化进行了深入剖析，创立了“消费与经营”的旅游文化理论，体系严谨，立意高远；谢贵安、华国梁的《旅游文化学》（1999），分析了旅游文化的基本问题，创立了“线性结构”的旅游文化理论，体例新颖，自成一家；沈祖祥的《旅游文化概论》（1999），直指旅游文化本体，力倡“生活方式”的旅游文化理论，体系完整，内容全面。此外，王柯平的《旅游审美活动论》（1990）、冯乃康的《中国旅游文学论稿》（1995）、喻学才的《中国旅游文化传统》（1995）等也为旅游文化学的分支学科竖起了醒目的旗帜。

进入21世纪，中国的旅游文化研究由热转冷，只可用8个字来形容：青黄不接，惨淡经营。当年奠定旅游文化学基础的大家大多转战旅游规划领域，已经没有几个固守亲自开辟的旅游文化阵地，继续完善其10年前草创的旅游文化理论；后起之秀虽不乏其人，但能称得上旅游文化学领军人物的又有几人？

旅游文化研究走到今天这步，不是意味着它的研究价值不大了，而是说明该研究进入了深水区、迷魂阵。天不绝斯学，考验有志者。在这种情况下，最需要的是方法、耐心与毅力。谁掌握了正确的方法，谁拥有了超常的耐心，谁具备了过人的毅力，谁就能率先走出深水区、迷魂阵，收获令人惊喜的成果。谢春山教授和他的团队就是这样的探路者和收获者。

春山教授从事旅游文化的研究与教学20余年，2002年出版的《旅游文化论》是春山教授早期的旅游文化论著之一，此书甫一面世，即受好评。春山教授并不满足于此，继续率领他的同事和学生在旅游文化这块土地上深耕熟耰。转瞬间，10年过去了，春山教授主编的旅游文化著作已有2部，主持的省级以上旅游文化教研项目已有2项，主笔的旅游文化教研文章数十篇，可谓洋洋大观矣！其教研成果屡次获奖，多次转载，可谓声名鹊起矣！

二

这部《旅游文化的四类研究》是春山教授及其团队关于旅游文化及其教学研究的成果之一，全书共分四个部分：

1. 旅游文化理论研究

本部分由12篇文章组成，分别探讨了旅游文化研究的历程（2篇），旅游文化的内涵（3篇），结构、本质与特征、渊源、传统（各1篇），旅游文化主体（1篇），旅游介入文化（2篇）等重大旅游文化理论问题，提出了许多有价值的观点，如，旅游文化研究要以文化学、社会学和人类学等成熟的基础理论作为指导，不断强化研究方法的改进和先进技术手段的应用；旅游文化是一种概念，是人们对旅游的体验和介入的过程与精神产品的总和，是旅游所创造的、所需要的文化；按照旅游文化创造主体所处的领域和作用的不同可将旅游文化分为旅游体验文化、旅游服务文化、旅游景观文化、旅游宣传文化、旅游规范文化和旅游研究文化；旅游文化本质上是“因旅游活动而产生和为旅游活动所整合的文化”，具有双向扩散性、民族性、地域性、阶层性、大众性特征；旅游文化是旅游和历史文化交汇的产物；旅游文化主体既包括旅游者，也包括旅游企业、政府、旅游目的地居民、旅游研究者、社会其他成员等非旅游者；旅游介入文化是指因旅游者的旅游活动而产生并直接介入其间施加影响的文化；旅游介入文化建设必须以为旅游者提供满意的旅游服务和提高旅游体验质量为根本宗旨。这些论文既涉及研究内容，又涉及研究方法，视野之宏阔，

见解之独到,读之有空谷回音之感,诚为旅游文化基础理论研究不可多得的心血之作。

2. 旅游文化专题研究

本部分亦由12篇文章组成,其中探讨旅游文化与资源文化、旅游文化与历史文化、旅游文化与旅游业的关系的各2篇,探讨旅游开发中文化问题的2篇,探讨大连文化与旅游的3篇,探讨旅游体验及其影响因素的1篇。文章认为:旅游资源文化是旅游文化的重要组成部分,旅游文化与旅游资源文化相互影响;旅游景观自身的审美文化特征、宗教文化、帝王文化、文人士大夫的文化渲染以及民俗文化的内涵,是其成名的关键因素;历史文化是旅游文化的基本构件,部分历史文化常常作为旅游者欣赏和体验的对象,而逐渐被吸收、整合为旅游文化;历史文化与旅游文化的区别主要表现在概念范畴、形态特征和功能效应等方面;旅游文化是旅游业的精髓和灵魂,是中国旅游业参与国际竞争成败的关键;民族地区旅游业的发展要强化政府保护民族文化的主导作用,促进当地居民的参与,挖掘民族文化内涵,保护民族旅游地区的生态环境;旅游开发中民族文化商品化已经成为必然趋势,要发扬民族文化商品化对旅游经济发展和民族文化保护与传承的积极促进作用,同时避免民族文化带来的消极影响;旅游纪念品不是一种单纯的商品,在设计旅游纪念品时必须加入当地的地域文化。文章还分析了大连的文化内涵与旅游发展,提出了提升百年新城的文化气息、突出“浪漫之都”的文化主题、丰富旅游内容、提升文化旅游的信息化水平、美化文化旅游的环境氛围等文化旅游战略和突出“海”、“洋”、“根”、“融”、“人”和“管”等特色的旅游文化建设举措。这些研究也属于旅游文化自身及相关问题研究,因多偏重微观和应用角度,故名专题研究。专题研究细致入微,应用性强,与理论研究交相辉映,成为本书的又一大亮点。

3. 旅游文化教学研究

本部分由6篇文章组成,其中2篇探讨旅游文化研究对象与内容,2篇探讨旅游文化教学的内容、方法、教材等,1篇探讨旅游管理专业精品课程建设,外加1篇“旅游文化学”课程教学调查报告。关于旅游文化研究对象与内容,作者在分析已有研究成果基础上提出:旅游文化学就是关于旅游文化的本质及其规律的学科,其研究对象就是旅游文化。应采用多视角、多层次、辩证分析的方法从本体观、主体观、效应观、时间观、区域观、环境观和实践观七个方面分析和探讨旅游文化学的研究内容。关于旅游文化教学的内容、方

法、教材等，作者首先分析了旅游文化学课程开设的意义，然后从课程定位、教学内容、参考教材等层面对不同院校旅游文化学教学现状展开分析，认为目前的国内旅游文化学教学在基础理论、学科体系、教学内容等方面面临着严重的问题和困境，应当在准确理解旅游文化学的本质内涵、构建旅游文化学理论体系、编写高质量旅游文化学教材、改进旅游文化学的教学方法、促进旅游文化学精品课程建设等方面采取相应的对策。关于旅游管理专业精品课程建设，作者分析了旅游管理专业精品课程建设的理论基础、内涵与要求，提出了“选好建设对象，明确课程地位；优化教学内容，增强课程理解；更新教学手段，提高教学效果；加强教师建设，培养优秀团队；注重教材选择，提高教材质量；突出职业技能，完善实践教学体系”6大对策。旅游文化教学研究一向薄弱，国内已有的研究文章不过20篇。春山教授及其团队一下子贡献了6篇，三分天下而有其一矣！这些研究成果都是作者在旅游文化教学实践的基础上形成的，其理论价值和应用价值都是不可低估的。

4. 酒店文化研究

本部分亦由6篇文章组成，其中2篇分别探讨酒店文化的特征与酒店管理理念，4篇探讨酒店文化建设。关于酒店文化的特征，文章指出：酒店文化的特点是鲜明的，具体表现在服务意识、文化意识、国际意识、个性化、人性化等几个方面，酒店应以此为出发点，增强员工的服务意识、营造酒店的文化意识、树立酒店的国际意识、兼顾服务共性与个性、强化对员工的人性化关怀；关于酒店管理理念，文章指出：在酒店管理中，单独讲“以顾客为中心”或者“以员工为中心”都违背以人为本理念。我们可以两者都强调，但须有所侧重——“以员工为中心”为主，“以顾客为中心”为辅。关于酒店文化建设，文章指出：要从企业愿景的建立、企业精神的培育和以人为本价值观的树立等精神层面来分析和探讨饭店文化的塑造问题，应从强化员工培训、完善激励机制、拓宽沟通渠道、重视员工职业生涯设计等方面维系酒店文化；另一篇同类文章则从物质、行为、制度和精神等方面提出了酒店文化建设应采取的相应的对策和措施。从广义旅游文化的角度看，酒店文化是旅游文化的一部分；从狭义旅游文化的角度看，酒店文化亦与旅游文化有交叉。因此，把酒店文化研究纳入旅游文化研究是适当的。6篇酒店文化研究文章，有4篇是酒店文化建设方面的，足见作者的旅游文化实践意识是何等的强烈！仅此一端，这些文章的实践意义就不言而喻了。

三

这部著作是集体智慧的结晶。书成于众手，文风、观点难免有不一致之处。春山教授治学严谨，又是本书的主笔，似乎不应出现这种情况。其实，这正是春山教授治学严谨的具体体现：严守求真的态度、科学的方法，这是严谨；谨遵百花齐放、百家争鸣的天条，又何尝不是严谨！在学术上，春山教授鼓励同事和学生独立思考、各抒己见，这是本书出现上述情况的根本原因。尽管如此，读者仍不难从书中读到春山教授关于旅游文化教研的真知灼见和一贯定见：比如，关于旅游文化含义、结构、特征、类型，春山教授认为：旅游文化是因旅游活动而产生和为旅游活动所整合的文化；从横向角度看，旅游文化由旅游体验文化、旅游服务文化、旅游景观文化、旅游宣传文化、旅游规范文化和旅游研究文化等要素构成，从纵向角度看，旅游文化由外在层面的旅游物质文化、中间层次的旅游制度文化与旅游行为文化和核心层次的旅游精神文化所构成；旅游文化具有双向扩散性、民族性、地域性、阶层性、大众性等特征；旅游文化可分为原生性和非原生性两大类。关于大连的旅游文化建设，春山教授的观点是：大连文化是一种海洋文化，体现出开放性；是一种融合文化，体现出包容性；是一种外向文化，体现出先进性。大连旅游文化建设应突出“海”、“洋”、“根”、“融”、“人”和“管”等特色。关于旅游文化学的研究对象、研究内容，春山教授提出：旅游文化学就是关于旅游文化的本质及其规律的学科，其研究对象就是旅游文化，研究内容可从旅游文化的本体观、旅游文化的主体观、旅游文化的环境观、旅游文化的时间观、旅游文化的区域观（空间观）、旅游文化的效应观、旅游文化的实践观等7个方面展开。以上所举，只不过是春山教授在旅游文化研究方面素所主张之荦荦大者。这些新观点已然构成了本书的最大特色。

本书的另一大特色是突出实践操作性。旅游文化研究重理论轻应用的现象较为严重，很多研究者对旅游文化的理论研究表现出较为浓厚的兴趣，很少将自己的研究成果与旅游者的旅游活动和旅游业者的经营活动密切结合，致使研究成果显得空洞、虚幻，缺少应用性和操作性，难以受到业界的欢迎。有鉴于此，本书在致力于旅游文化理论研究的同时，还着重于旅游文化的应用研究。全书36篇文章，应用研究占了一半以上。所设计的旅游文化学研究内容，最后一部分即以“旅游文化的实践观”为题，重点分析探讨旅游规划与开发、旅游

产品设计、旅游产业经营过程中的文化创意与文化经营等实践活动，其目的也是为了突出旅游文化学的实践操作性，以期旅游活动中的各种实践活动提供指导。

春山教授除了长于研究旅游文化外，也长于研究旅游经济，他攻读的博士学位即为经济学博士。所发表的旅游经济方面的文章亦引起学界的高度关注。期望春山教授能将自己的旅游经济研究成果早日结集出版，为旅游学界再献一颗明珠。

渤海大学 邹本涛

2014年10月8日

于锦州

序 / 1

第一类研究 旅游文化理论研究

中国旅游文化研究评论 / 3

多视角、多层次、辩证思维的研究方法有助于我们对旅游文化进行科学的研究而不是价值判断,从而促进旅游文化研究质量和学科地位的提高。

国内外旅游文化研究历程与特点 / 6

国外的旅游文化研究尚未形成独立的研究学科和研究领域,但聚集了众多具有世界声誉的文化学家、社会学家、人类学家及其相邻学科的专家;国内的旅游文化研究已经形成渐趋成熟和繁荣之势,但在相关概念的界定、核心领域研究的拓展与深入、实践应用的强化等方面还存在较多问题。

旅游文化新论 / 17

依据界定旅游文化的原则,综合诸说之长,旅游文化宜表述为“是人们的旅游体验与介入过程及其精神产品的总和”。

基于旅游文化是一种概念的理解 / 26

旅游文化不是一种物质进步的手段,而是所有形式的人类存在和繁荣的目标,整个人类发展的目标。

旅游文化的另类解读 / 35

旅游文化是和旅游活动密切相关,是因旅游活动而产生和为旅游业所利用的文化。因此,分析和探讨旅游文化,不能将其同旅游活动割裂开来,必须关注它的形成是否是旅游活动需求的结果。

旅游文化的结构分析 / 39

旅游文化作为一种综合性社会文化现象，包含众多的构成要素，这些构成要素的有机排列和组合便形成旅游文化的结构。

旅游文化的本质与特征研究 / 51

旅游文化是因旅游活动而产生和为旅游活动所整合的文化。旅游文化具有双向扩散性、民族性、地域性、阶层性、大众性特征。

历史与旅游的交汇：旅游文化渊源探析 / 61

从历史与旅游交汇的视角探析旅游文化的渊源，无论是对旅游文化建设，还是对历史学的发展，都具有重要的启示。

中国旅游文化传统述论 / 64

旅游文化传统是伴随人类旅游活动而产生的对当时和现代的旅游活动具有重大影响的内在文化因素。

旅游文化主体研究 / 74

所谓“旅游文化主体”，实际上就是旅游文化的创造者，要深入研究和探讨旅游文化不能不率先解决“究竟是谁创造了旅游文化”这一关键性的问题。

旅游介入文化研究 / 83

旅游介入文化是指因旅游者的旅游活动而产生并直接介入其间施加影响的文化。

旅游介入文化建设论析 / 93

旅游介入文化按照内容构成可分为旅游服务文化、旅游景观开发文化、旅游宣传文化、旅游规范文化、旅游研究文化等不同的类型。所谓旅游介入文化建设即上述旅游介入文化形式在内容和形式上的拓展、丰富与完善。

第二类研究 旅游文化专题研究

旅游文化与旅游资源文化 / 105

发展旅游文化,应该了解旅游资源文化的特点和优势,利用好资源文化,但在开发资源文化的同时,也要充分考虑到与主体文化以及介体文化的关系。

中国旅游景观成名的文化因素 / 111

旅游景观和相关文化因素的关系是极其密切的,旅游景观是否具有丰富的文化内涵和深厚的文化底蕴,往往是其能否成名的关键。

旅游文化与历史文化的关系 / 118

只有明确了旅游文化与历史文化之间的区别与联系及其转化关系,才能主动地发掘旅游资源中的历史文化内涵,充分地利用历史文化资源精心打造文化蕴涵丰富、文化品位高雅的旅游产品和旅游服务,促进旅游业的快速、健康和持续发展。

“舞台化真实性”要有度 / 127

旅游文化转化为历史文化,除了时间因素外,还有其真实性,即“舞台化真实性”。虽然旅游文化不像历史文化那样严格要求绝对的客观与真实,允许一定的加工和创造,并允许一定程度的“舞台化真实”,但这种加工、创造的“舞台化真实”也需要有一个度,不能任意地编造和虚构。

旅游文化——中国旅游业参与国际竞争成败的关键 / 130

旅游文化是旅游业的精髓和灵魂,中国旅游业只有拥有旅游文化这一深厚的底蕴,才能富有特色,富有青春和朝气,走上可持续发展的道路,显示出强大的竞争力。

民族地区旅游业可持续发展对策研究 / 138

民族地区旅游业的发展趋势是繁荣还是衰落,取决于民族旅游地区的文化及生态系统的保护以及让当地人受益两个关键因素,毕竟民族旅游所依托的主要是当地居民、特色的文化以及造就和哺育这些民族的生态环境。

旅游开发中民族文化商品化问题探析 / 146

民族文化以其独特的异质性成为我国重要的旅游资源。随着旅游业的发展,民族文化商品化问题日益成为学界普遍关注的问题。如何在文化商品化和文化内涵化过程中实现本土民族文化的传承,已经引起业界和学界的广泛重视与争论。

旅游纪念品开发中的文化创意 / 153

加快旅游纪念品的文化创意,既是我国旅游业发展的必然要求,也是弘扬我国悠久历史文化的必由之路。

旅游体验及其影响因素的美学解读 / 164

旅游体验的核心就是审美体验,这是一个寻觅美、欣赏美、享受美的过程,包含了一切涉及审美客体的整体审视和体验,能满足旅游者的不同审美需求。

时尚大连:历史的积淀与文化的交融 / 174

突出“海”的特色、“洋”的韵味、“融”的宽厚,应是大连在发展旅游业,建设国际化旅游名城的过程中,加强旅游文化建设应有的举措和努力方向。

大连文化旅游发展对策研究 / 178

要实现大连旅游业的持续、健康和快速发展,就必须将发展文化旅游作为新的突破口,通过旅游和文化的紧密融合,进一步丰富大连旅游产品的形式和内涵,增强旅游业的整体竞争力。

大连旅游文化建设的对策探析 / 189

作为大连文化的重要组成部分,大连旅游文化建设在“繁荣发展大连文化,建设现代文化名城”的进程中具有重要作用。

第三类研究 旅游文化教学研究

《旅游文化学》研究对象与研究内容探析 / 199

旅游文化学就是关于旅游文化的本质及其规律的学科,其研究对象就是旅游

文化。应采用多视角、多层次、辩证分析的方法从本体观、主体观、效应观、时间观、区域观、环境观和实践观七个方面分析和探讨旅游文化学的研究内容。

《旅游文化学》教学的困境与对策 / 208

要提高旅游文化学的教学质量和水平,应当在准确理解旅游文化学的本质内涵、构建旅游文化学理论体系、编写高质量旅游文化学教材等方面采取相应的对策。

国内《旅游文化学》教材的述评与思考 / 218

高水平、高质量的《旅游文化学》教材无论是对教师教学质量的提高、科研层次的上升,还是对学生学习热情的激发、学习质量的提升等都具有重要的保障与促进作用。

《旅游文化学》课程教学调查报告 / 226

《旅游文化学》课程教学调查,旨在通过学期末对学生的问卷调查进行教学分析,提出改进方案,探寻提高旅游文化学教学质量的方法。

《旅游文化学》课程内容整合研究 / 237

从一种动态的考察过程来说,有必要对旅游文化的历史作一次回顾,发现其不同时期的特点与方式,还有必要对旅游文化未来的发展方向进行预测,从而以一种历史的眼光把握其发展的一些规律。

旅游管理专业精品课程建设的理论探讨 / 248

通过对旅游管理专业精品课程建设的理论探讨,能不断深化和拓展已有的研究成果,加深人们对旅游管理专业精品课程的本质与内涵的认识与理解,为精品课程建设提供较为完善的理论指导。

第四类研究 酒店文化研究

酒店管理理念的“两个中心” / 261

在酒店管理中,到底是“以顾客为中心”,还是“以员工为中心”,这是

一个值得探讨的问题。

酒店文化的特征及其启示 / 266

酒店文化是酒店企业在长期为客人服务的经营活动中逐步形成的,是带有本企业特色的价值取向、行为方式、经营作风、企业精神、道德规范、发展目标和思想意识等因素的总和。

认同—酒店文化构建的新视角 / 273

酒店文化建设是一个系统而漫长的过程。基于酒店员工和顾客认同双重视角的酒店文化理论应用研究,是酒店文化建设的新思维。

饭店文化的塑造与维系 / 280

在酒店业利润微薄化的背景之下,酒店要求得生存和发展,就必须改变传统的产品竞争、杀价竞争方式,精心塑造和全力维系酒店文化,将管理和文化融为一体,通过文化战略、文化甄别、文化创意、文化经营、文化竞争等手段,提升酒店的管理质量和水平,实现酒店的可持续发展。

酒店文化建设的对策研究 / 287

酒店文化是一个完整的体系,包括物质文化、行为文化、制度文化及精神文化四个层面,四者相互融合、相互影响。酒店形象为外在表现,经营方式和经营之道为基本内容,精神文化为核心部分,也是最重要和艰难的部分,因此,酒店文化建设应层次清楚,重点突出。同时,酒店文化的建设也是一个不断认同、强化、渗透和转化的长期过程,不可急功近利,半途而废,要有持之以恒的毅力。

酒店服务的文化创意 / 292

酒店服务的内涵与特征所蕴涵的服务理念与宗旨是酒店服务的核心,而具体的文化创意只是展现和彰显酒店服务理念与宗旨的手段、方法或某种技巧。

后记 / 299

旅游文化的四类研究

第一类研究 旅游文化理论研究

本部分主要讨论了旅游文化研究的历程以及旅游文化的概念、内涵、结构、特征、渊源、主体、传统、旅游介入文化及其建设等宏观层面的理论问题。