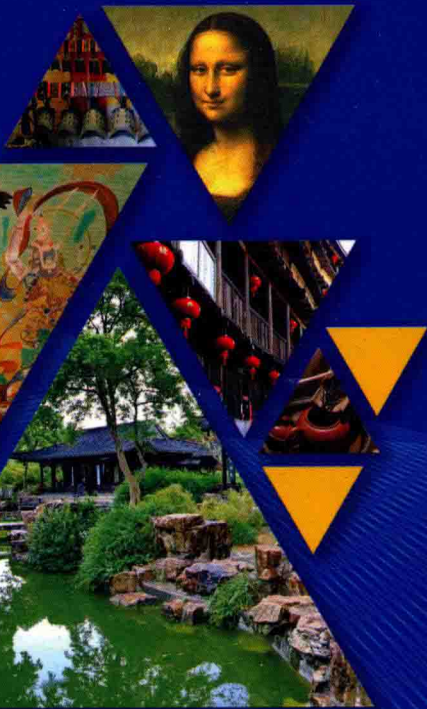


高等院校旅游管理专业“十三五”规划教材

旅游文化与审美

(第四版)

曹诗图 等 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

高等院校旅游管理专业“十三五”规划教材

旅游文化与审美

(第四版)

曹诗图 等 编著



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/曹诗图等编著. —4版. —武汉: 武汉大学出版社, 2017.7

高等院校旅游管理专业“十三五”规划教材

ISBN 978-7-307-19378-9

I. 旅… II. 曹… 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(2017)第 134282 号

责任编辑:唐伟 责任校对:李孟潇 版式设计:马佳

出版发行: **武汉大学出版社** (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉中科兴业印务有限公司

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 18.25 字数: 436 千字 插页: 1

版次: 2005 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 2 版

2010 年 8 月第 3 版 2017 年 7 月第 4 版

2017 年 7 月第 4 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-19378-9 定价: 38.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

第四版前言

旅游从本质上讲是一种文化体验，是一种以审美活动为主的异地身心自由体验。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程与学时的矛盾，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，用创新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》整合成《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，在一些方面存在错漏和缺憾，敬望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：曹诗图撰写第三章部分内容、第四章、第五章部分内容、第六章、第七章、第八章、第九章、第十章部分内容、第十一章部分内容、第十二章、第十三章部分内容；阚如良、曾文贵合作撰写第一章、第二章；吴海伦撰写第三章部分内容；詹丽、黄蓉合作撰写第五章部分内容；孙天胜撰写第十章部分内容；李璠撰写第十一章部分内容；黄华、王洁合作撰写第十四章；邓念梅、吴海伦、汪胜华合作撰写第十五章；郑宇飞、汪胜华合作撰写第十六章。

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》和乔修业教授

主编的《旅游美学》、王柯平教授主编的《旅游美学新编》等教材，部分章节引用了一些有关内容，在此对马波、乔修业、王柯平诸位教授及其他作者表示衷心的感谢。

此书的出版，得到三峡大学科技处、武汉科技大学管理学院和武汉大学出版社的大力支持和帮助，路小静、柴艺、范绪泉几位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

（此处为非常模糊的正文内容，疑似为书籍正文的第四版前言，因图像质量过低，无法准确识别文字。）

100
110
120
130
140
150
160
170
180
190
200
210
220
230
240
250
260
270
280
290
300
310
320
330
340
350
360
370
380
390
400
410
420
430
440
450
460
470
480
490
500
510
520
530
540
550
560
570
580
590
600
610
620
630
640
650
660
670
680
690
700
710
720
730
740
750
760
770
780
790
800
810
820
830
840
850
860
870
880
890
900
910
920
930
940
950
960
970
980
990
1000

第五章 中国古典园林与审美观赏	049
第一节 中国古典园林艺术概述	049
第二节 园林要素及其审美特征	054
第三节 园林构景手法与审美	062
第四节 园林游览与观赏方法	065
第五节 中西古典园林艺术比较	066
第六章 中国传统建筑与审美欣赏	073
第一节 传统建筑与旅游	073
第二节 中国传统建筑的主要形式	074
第三节 古建筑审美特征与欣赏	095
第四节 中西传统建筑文化比较	102
第七章 中国雕塑艺术与审美鉴赏	107
第一节 雕塑与旅游	107
第二节 雕塑的艺术特点与形式	108
第三节 中国雕塑的美学特征	110
第四节 雕塑艺术的鉴赏方法	112
第五节 中西雕塑文化比较	115
第八章 中国书法艺术与审美鉴赏	118
第一节 书法与旅游	118
第二节 中国书法艺术的产生与发展	120
第三节 中国书法艺术的审美体现	132
第四节 中国书法艺术鉴赏要领	136
第九章 中国传统绘画艺术与审美鉴赏	138
第一节 中国画概述	138
第二节 中国画的审美特征	143
第三节 中西绘画艺术风格比较	146
第十章 中国传统音乐与审美欣赏	150
第一节 音乐与人	150
第二节 传统文化中的音乐及传统音乐的分类	151
第三节 传统音乐艺术的审美欣赏	153
第四节 传统民歌的地域特征与音乐分区	157
第五节 中西音乐文化比较	162

第十一章 中国饮食文化与审美鉴赏	168
第一节 中国饮食文化概述.....	169
第二节 中国饮食文化审美的构成要素分析.....	171
第三节 各种菜点的美学风格及其特色.....	176
第四节 中国的酒文化鉴赏.....	180
第五节 中国的茶文化鉴赏.....	187
第六节 中西饮食文化比较.....	192
第十二章 宗教文化与旅游审美	194
第一节 宗教文化与旅游.....	194
第二节 宗教文化的基本知识.....	195
第三节 基督教文化与旅游审美.....	198
第四节 伊斯兰教文化与旅游审美.....	203
第五节 佛教文化与旅游审美.....	206
第六节 道教文化与旅游审美.....	212
第七节 中西宗教文化比较.....	218
第十三章 中国地域文化旅游赏析	223
第一节 燕赵文化区.....	223
第二节 秦晋文化区.....	224
第三节 中原文化区.....	225
第四节 齐鲁文化区.....	225
第五节 荆楚文化区.....	226
第六节 巴蜀文化区.....	226
第七节 两淮文化区.....	227
第八节 吴越文化区.....	227
第九节 鄱阳文化区.....	228
第十节 闽台文化区.....	228
第十一节 岭南文化区.....	229
第十二节 云贵文化区.....	229
第十三节 关东文化区.....	231
第十四节 草原文化区.....	231
第十五节 西域文化区.....	232
第十六节 青藏文化区.....	232
第十四章 旅游开发与审美文化	234
第一节 旅游开发的美学目标与审美需要.....	234
第二节 旅游开发审美中的价值取向.....	235

第三节 审美文化在旅游开发中的应用领域	237
第十五章 旅游服务与审美文化	242
第一节 旅游服务工作者的审美形象要求	242
第二节 导游服务审美	245
第三节 饭店服务审美	252
第十六章 旅游接待地文化的影响与调适	263
第一节 旅游接待地社会文化的影响分析	263
第二节 旅游接待地可持续发展的文化调适	268
第三节 旅游跨文化行为研究	271
参考文献	284

第一章 文化概述

从文化的角度来看,现代旅游是一种生活方式(异地休闲体验),是为了了解异地的文化,是审美文化活动,是不同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。既然旅游是文化作用的产物,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属性(或内涵),是旅游业的灵魂。

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。

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)。文化是“人化自然”的结果。

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(如图1-1所示)。

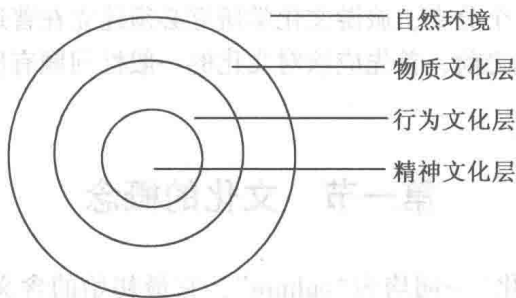


图 1-1 文化的结构

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,交通运输工具中的豌豆角船和背篓等都属于物质文化。

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(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。文化特质的消失与新生,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鱼为生,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。文化丛结表现为人与自然的契合,同时表示着人类改造自然利用自然的能力。

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”(刚柔相济)。

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，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民族性，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，居民具有大致相同的心理、行为特征。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。

旅游作为跨文化交往的一种方式正是旅游者从一定的文化区域前往另一个异质的文化区域。各地不同文化区域的存在，是构成旅游驱动力的一个重要原因。

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”。

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,同时还可能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、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、审美情趣相联系。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、心理因素说等理论观点,其中以自然环境说影响最大。

自然环境说的观点认为,人类的文化,像树上的果实一样,依照气候、地形和其他地理条件而产生。早在18世纪,法国启蒙思想家孟德斯鸠就基本持这种观点。19世纪以来,欧美的一些学者(如黑格尔、拉采尔、森普尔等)进一步发展自然环境说,形成“地理环境决定论”,极度夸大了自然环境在文化形成中的作用,并在一定程度上促成了文化上的种族中心主义(欧洲中心论)。

可以认为,文化是在一定地理环境条件下人类社会实践(劳动、社会分工、学习、教育等)作用的结晶。

1. 地理环境是文化生成的重要外因

生态学的创始人斯图尔德认为,文化的基本特征基本决定于自然环境,文化体制与总环境是相适应的。

用辩证唯物主义观点看,地理环境不失为文化生成的重要原因,它是文化生成的“土壤”,是文化生成与创造的自然基础,是影响文化创造的第一变量,它对文化生成的影响主要是通过提供生产方式的物质条件,间接发挥作用,其具体表现为以下几个方面:

(1)地理环境的整体属性影响一个国家或民族的传统文化风貌及民族性格。梁启超说过:“往往因地理影响,形成民族特别性格,而此种性格,递代遗传,于是为历史上主要之原动力。”“地理环境决定论”固然有些偏颇之处,但若把地理环境因素纳入到文化生态体系,则结论便显得比较坚挺可信。如西方海洋环境塑造出西方民族冒险勇进(动)的民族性格特征,中国内陆大河环境塑造出中华民族稳健内敛(静)的性格特征。

(2)地理环境的差异性影响文化的民族性(或地域性)。如农耕文化、工商文化、游牧文化与各自地理环境有着密切关系。我国南北文化差异有着深刻的地理背景。

(3)地理环境影响文化产品和文化现象的特色。如音乐、文学、语言、饮食、聚落等都具有鲜明的地域特色,其特色的形成均有着一一定的地理背景。

2. 劳动和分工是文化产生的重要内因

劳动和社会分工是文化产生的重要内因,是创造文化的主要手段和途径。

此外,群体生活、实践和创造、学习和仿效、传授和教育、交流与融合、历史基础等也是文化生成的原因或影响因素。

二、文化的基本特征(共性)

1. 地域性

文化的地域性即文化的地区差异性,如世界上的东西方文化差异(东静西动),我国南北文化差异(北雄南秀,北刚南柔),其形成主要是由于自然环境和社会环境(如民族、政治、宗教等)差异的影响。其形成机制:自然环境与社会环境差异导致生产、生活方式的差异,进而导致文化差异。

随着人类改造自然能力的增强和人类相互交流的日趋频繁,如大众旅游的兴起与发展,文化的地域差异有逐渐缩小的趋势(如城乡差异等),但这种差异不会完全消失。即使旧的差异消失了,又会有新的差异产生。世界文化就是这样丰富多彩,永远不会是一个色调!

2. 民族性

世界上有许许多多的民族,每个民族都有自己的文化传统,使其与其他民族区别开来,这就是文化的民族性(如我国的蒙古族、藏族、土家族都有自己特有的文化)。以旅游文化中的民族性格而言,华夏民族旅游性格的原生特征主要有以下几点:

(1)稳重。旅游审美注重伦理(“非礼勿动”;“父母在,不远游,游必有方”;“君子不履险境”;“孝子不登高不临危”。中庸、孝道文化对旅游的影响与制约明显);提倡适度旅游,反对过于张扬和冒险;注重仪态和安全。

(2)内敛。旅游审美注重内心感受和道德修养,儒家把自然山水与精神道德相联系的“天人合一”的思想对旅游审美有相当的影响;眷恋故土(“美不美,故乡水”,“谁不说俺家乡好”);内陆旅游远多于航海旅游。

文化生态原因：半封闭的大陆性地理环境塑造了华夏民族稳健、内敛的原生旅游性格；农本自足经济环境使中国“游子”步履维艰并形成安稳、内敛的旅游性格；宗法制度使中国旅游呈现“下静上动”的历史格局；伦理本位的意识形态塑造了求稳求静、观物修身的原生旅游性格特征。

西方民族旅游性格原生特征主要表现是冒险勇进，开放张扬。其具体表现为以下几点：

- (1)从行为上看，西方人善于冒险和探险，旅游行为比较张扬，喜欢表现自我。
- (2)从观念上看，西方社会具有与中国传统社会求生意志不同的求胜意志。
- (3)探险旅游是西方旅游文学作品中永恒的主题。
- (4)西方旅游者具有外向性格，习惯于对自然和客观世界进行探索。

文化生态原因：开放的海洋性地理环境培养了西方民族冒险勇进的原生旅游性格；经济基础(工商业)对西方民族早期旅游风尚及原生旅游性格的形成起到了重要作用；民主的政治制度与开放的意识形态形成了西方旅游“上下均动”的历史格局。总之，由于地理上濒临海洋，经济上商贸发达，政治上民主、开明，民族精神上的雄劲扬厉，导致早期西方人航海业发达，流动频繁，塑造了他们独特的原生旅游性格——冒险勇进、开放张扬。

文化的民族性与文化的地域性互为表现，每个民族都生活在特定的环境之中，不同的环境造就了不同的生产、生活方式，形成了不同的语言、文字、艺术、道德、风俗习惯，从而构成了不同的民族文化。民族分布的地域性是文化地域性形成的原因之一。

3. 时代性

文化是在特定的时空条件中产生、发展的。在不同的社会历史发展阶段，文化的内容和功用是不同的。文化具有鲜明的时代性，可以划分出许多历史类型，如原始渔猎文化、农耕文化、工商文化、现代文化、后现代文化，它们分别代表着人类社会不同历史阶段的文化特征。

4. 承袭性

文化的承袭性也称为文化的继承性，是指一种文化一旦形成，便会在特定的人群中代代相传。其主要承袭途径是前辈传教、家庭抚育、学校教育、社会熏陶等。它使文化具有一定的稳定性。

5. 变异性

文化的变异性是指文化具有随时空条件的变化而改变的特性。中国传统文化随着社会历史的变迁和东西文化的碰撞、融合，现已发生了巨大变化。因此，我们必须用发展、运动、变化的观点看待文化问题。文化的变异可以人为地调控，以扼制文化的恶性变化，促进文化的良性发展。

上述文化的几个基本特征，往往是人类旅游活动产生的直接诱因。

知识链接:

民族旅游性格的原生特征与次生特征^①

一个民族的早期处于较为封闭的地理环境和社会环境中所形成的旅游性格属于原生特征。一个民族后期处于较为开放的国际环境和异质文化交流的背景下所形成的旅游性格属于次生特征。如西方民族随着文艺复兴和启蒙运动的兴起,其旅游性格中潜藏的亲近自然的因素,成为这些民族在近现代的次生特征。如今西方民族非常重视环境保护,注重人与自然的和谐发展。华夏民族旅游性格中潜藏的冒险进取因素,经过中西文化的对流和近现代的转换,成为它在新时代的次生特征。次生特征的形成,既是民族内因作用的结果,更是与自己交流的其他民族旅游性格特征示范作用的结果。次生特征具有取长补短的特点。民族旅游性格在近现代出现转换的趋势,一方面使各民族的旅游性格相互补充,符合国际旅游的时尚和潮流;另一方面,各民族的旅游性格特征尤其是原生特征,仍然以各种形式顽强地保持着自己的生命力,从而使该民族在世界日趋一体化的时代仍然自立于世界民族之林。

第四节 文化的基本功能^②

文化的功能是指文化整体或文化因素对人类社会生活和个人发展所具有的效能和作用。文化的功能是多种多样的,主要表现在以下几个方面。

一、满足人类基本需求的功能

文化的物质层面是作为人类存在的前提和物质基础而出现的,它具有实用价值,能满足人们对物质生活的追求。随着社会的进步,物质文化在满足人们某种实用需要的同时,又越来越具有供人们欣赏的审美价值,集实用与艺术于一体。如现代化的旅游饭店不仅要满足顾客吃、住等物质需求,而且要富有特色,内外环境优雅,以满足顾客的精神需求。作为人类改造自然、改造社会创造的物质财富与精神财富的文化,无疑具有满足人类基本需求的功能。

二、记录、储存、传播功能

人类创造了文化,文化形成伊始就发挥着记录、储存人类创造能力和创造成就的作用,使人们在实践中获得的经验、知识、观念日积月累,代代相传。文化的记录、储存功能主要是靠语言文字(文化载体)来实现的。此外,人类创造的其他非文字符号,如地上保存的和地下发掘出来的各种文物古迹,包括建筑设施、生活用品、生产工具、艺术作品等都有记录、储存的功能(如万里长城、北京故宫、秦始皇陵兵马俑、西安半坡文化遗址

① 参见谢贵安,华国梁.旅游文化学.北京:高等教育出版社,1999:144-145.

② 本节参见马波.现代旅游文化学.青岛:青岛出版社,1998:20-25.