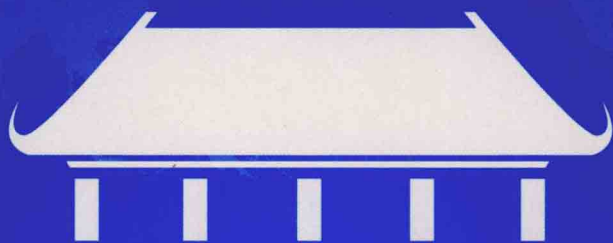


21 世纪大学旅游教材

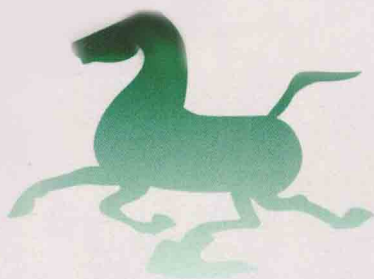
沈祖祥 主编



LUYOU WENHUAXUE

旅游文化学 (第三版)

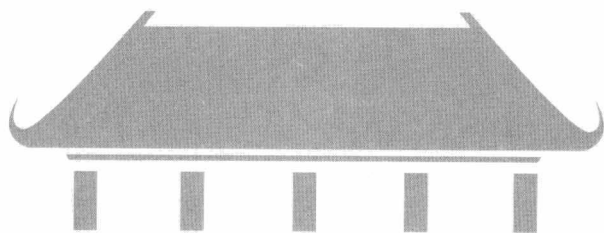
沈祖祥 主编



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

21 世纪大学旅游教材

沈祖祥 主编



LUYOU WENHUAXUE

旅游文化学 (第三版)

沈祖祥 主编



海峡出版发行集团

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

福建人民出版社

FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游文化学/沈祖祥主编. —福州: 福建人民出版社, 2011. 2

21 世纪大学旅游教材

ISBN 978-7-211-06271-3

I. ①旅... II. ①沈... III. ①旅游—文化—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 008793 号

21 世纪大学旅游教材

旅游文化学

LUYOU WENHUAXUE

作 者: 沈祖祥 主编

责任编辑: 史霄鸿

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591—87533169(发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com> **电子邮箱:** 211@fjpph.com

地 址: 福州市东水路 76 号 **邮政编码:** 350001

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福建省金盾彩色印刷有限公司

地 址: 福州福飞路江厝路 5 号 **邮政编码:** 350013

开 本: 730 毫米×990 毫米 1/16

印 张: 19.75

插 页: 2

字 数: 350 千字

版 次: 2011 年 2 月第 3 版

印 次: 2011 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1—4000

书 号: ISBN 978-7-211-06271-3

定 价: 33.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

总 序

沈祖祥

改革开放三十年来，中国旅游业一路高歌，取得了举世瞩目的成就，步入持续发展的快车道。与之相伴随的是，中国的旅游教材也从孕育到繁荣，不仅门类齐全，而且成果丰硕。但是当用“特色”和“水平”这两个坐标体系来衡量定位时，我们不得不坦承，中国旅游教材总体仍处于“摸着石头过河”的初始阶段，大多属于“简单累积”，存在很多问题。目前，教材技术标准好像很完善，编制也很容易，但本质的、决定教材发展的不是教材编写规则，而是旅游发展自身，或者说是社会需求。由于旅游发展总是充满着不确定性，没有太多的规范和标准可以依据，因此，旅游教材的编写，面临着诸多的难题和困惑。

难题之一：中国的旅游学术研究与旅游教材编写大体上同步。总体来说，中国的旅游学术研究理论性不强，深度不够，学术水平不高，这就使得中国的旅游教材编写缺乏应有的厚实基础，许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。

难题之二：旅游涉及多学科多领域的知识，既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识，同时又要求有旅游学、经济学等相关学科的理论知识融入其中，这对于作者的综合学术素养是极大的考验。

难题之三：编教材易，写教材难。教材不同于学术著作，不能仅仅是阐述理论和观点，成一家之言，更不能天马行空，有感就发。教材有教材的特点和要求，编写一套特色鲜明的、适合学生学习的旅游教材实为不易。

困惑则主要表现在以下三个方面：

- (1) 旅游教材要不要创新，能不能创新，如何创新？
- (2) 旅游教材编写要不要一定的理论体系、理论水平和学术高度？
- (3) 旅游教材到底是旅游各学科的知识构建，还是整体学科构建？

面对上述这些问题和困惑，我们对“21 世纪大学旅游教材”整套丛书的规划控制和体系做了以下思考：

首先是对丛书定位做了方方面面的研讨：目前国内有哪几种不同类型和层次的旅游院校或旅游专业？学生各有哪些特点和需求？不同类型和层次的旅游院校是否需要编制不同的旅游教材？不同类型的旅游教材是否存在共同点？它们之间的差异有哪些？核心差异是什么？怎样的旅游教材比较适合我国当前的现状和实际？旅游教材如何体现学术深度和理论高度？怎样的旅游教材模块更适合未来发展的要求？现有各种旅游教材改进的方向在哪里？什么样的旅游教材可以称得上是一套好教材？我们在深入调查和分析、评价的基础上，对这些问题进行多方思考和比较后，对本系列教材明确做出了以高校本科旅游管理专业为主要对象的定位选择。

其次是对教材组成体系有的放矢，做了“精益求精”的调整。在原先“大学旅游教材”这套书的基础上，一方面继续发扬光大和强化“文化”优势与特色，另一方面，由点及线及面，不断强化教材选题的广度和亮点。

第三，对作者队伍进行了重组和扩容，多学科、多学校、多专业整合作者队伍，以期使本教材有更广泛和坚实的“基石”。

通过对教材规划控制体系的构建，我们着力从以下两个方面去着手解决上述的难题和困惑。

一是努力体现“教材特征”，二是努力体现“学术水平”。

努力体现教材特征，是本教材系列的中心思想、突出特色和努力方向。本教材系列明确于教材定位，并且将最大限度地按照教材的要求构建框架体系。

本教材系列的教材特征具体从以下六个方面体现：

(1) 注重信息量。本教材系列有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结各相关学科的各种信息，以尽可能减少和规避因旅游基础知识相对不足给学生带来的学习困难。

(2) 注重知识面。本教材系列注重将旅游作为一种知识节点进行学习、传播和推广。

(3) 注重思考力。本教材系列在立足于传递信息和传播知识的基础上，特别注重学生独立思考能力的培养，而不是死读书、读死书式的灌输。

(4) 注重方法论。旅游课学习归根结底是方法的学习，而不全是知识和理论的学习。本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游各相关学科事象的方法。

(5) 注重整体性。系统性和完整性是本教材系列的又一显著特征，不仅注重旅游作为一种知识和理论的完整性和系统性，而且还特别注重旅游作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性。

(6) 注重案例法。在具体的体例中,我们采用了一部分综合性的案例,试图找到规范学习与启发引导的理想结合点。

没有规矩不成方圆,但是,如果为了规矩而使教材变得没有学术价值或降低学术价值,那是对规矩的曲解和误解。我们按照教学发展规律和学生对象特征,制定出主要是基于掌握和理解的控制图则,为教师和学生留下了相当的余地,但某些基础性知识节点却又很具体、带有强制性。在我们的观念中,这可能更是一种“底线”。

中国的旅游教材编写和出版再也不能“摸着石头过河”,是到了该总结、该提升的时候了。为我国旅游业的腾飞,为中国旅游教育的发展,编写有特色的、适合我国旅游院校学生学习的好教材,是我们的努力方向。为此,我们这些参与“21 世纪大学旅游教材”编写的作者,愿担负起一名教师、一个作者应尽的一点义务和责任。同时,我们愿与全国各旅游院校的同仁加强交流、学习与合作,共同努力。我们期待着更多高质量的大学旅游教材面世。

2010 年 5 月

前 言

旅游文化作为一种文化现象，出现很早，甚至可以这样说，自从有了旅游活动，就有了旅游文化。但是，旅游文化作为与旅游经济或旅游管理相对应互动的组合概念而被提出，直至被当作一门学科和一种学问进行研究，则是现代特别是当代的事情。

中国的旅游文化学研究，发轫于 20 世纪 80 年代，中经旅游文化学界同仁披荆斩棘，艰苦努力，虽不敢言成果卓著，但使学科建设从无到有，功不可没，却是事实。然而即使如此，我们仍不得不坦承，旅游文化学至今仍是一门尚在探索和构建中的学科：旅游文化作何理解？旅游文化与旅游文化学有何实质性差别？旅游文化学究竟是一门怎样的学科？旅游文化在现代旅游业中起到何种作用？旅游文化学究竟应进行怎样的学科构架？诸如此类的旅游文化学理论问题和实践问题，依然在探索过程中，处于“百家争鸣”时代。

一、学科进展

（一）研究进展

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，却只有 20 多年的历史。国外的旅游文化研究虽然早于中国国内，但大体起步时间相当。

国外旅游文化研究特色鲜明，既有“高度”，又有“深度”：

第一，旅游文化日益成为国外旅游研究的主导方向，其重要性甚至逐渐超越旅游经济和旅游管理。

第二，国外旅游文化研究侧重于旅游文化应用研究。

第三，国外旅游文化研究已经形成众多旅游文化专业刊物杂志和定期的旅游文化国际年会以及各类研讨会的研究模式构架。

第四，国外旅游文化研究倾向于跨文化视角的观察和思考，并且形成了比较完整的旅游人类学的学科体系。

与国外相比较，国内旅游文化研究特色则主要体现为“速度”和“广度”：

第一，起步慢，发展快。旅游文化研究队伍日益壮大，研究成果硕果累累。

第二，重视和加强旅游文化建设的呼声越来越高，旅游文化的重要性为越

来越多的有识之士认同。

第三, 旅游文化理论研究、概念研究成为旅游文化研究主流。

第四, 旅游文化研究论文多, 著述少; 教材多, 专著少。有分量的旅游文化专著依然只有少数几部。

总体而言, 国内旅游文化研究尚处在起步阶段, 无论深度、广度、高度, 都无法与旅游经济和旅游管理同日而语。

(二) 学科发展

学科建设是学科发展的基石, 旅游文化学也不例外。20 世纪 70 年代起, “旅游人类学” 的出现是国外旅游文化作为完整的学科理论体系形成并出现的标志。而在中国, 虽然有众多的研究者进行不懈的努力和探索, 但由于方法和角度的问题, 似乎至今仍未出现作为完整学科旅游文化学所必需的学科理论体系形成的标志的迹象。

二、问题提出

“如何建立或调整符合中国高等旅游教育国情的旅游文化学学科” 是一个复杂而又艰巨的课题。只有通过回答一系列设定的相关问题才能够明确解决这一课题的路径与方向。在明确了研究课题的解决方向后, 又需要设定相应的研究路线, 细化不同阶段的研究步骤, 方能推动研究从多方面循序渐进地开展。

旅游文化学是一门较早受到学术界关注的课程, 它和旅游学、旅游经济学、旅游心理学、旅游管理学等一起, 自从我国各大院校开设旅游专业后, 即构成各大院校旅游专业的主干课程, 并且出版了为数不少的旅游文化学教材。

我国的旅游文化学教材主要有:

马波《现代旅游文化学》(青岛出版社, 1998 年), 沈祖祥《旅游文化概论》(福建人民出版社, 1999 年), 谢贵安《旅游文化学》(高等教育出版社, 1999 年), 夏太生《中国旅游文化暨文化概论》(黑龙江人民出版社, 1999 年), 宋采义《中国旅游文化》(河南大学出版社, 1999 年), 甄尽忠《中国旅游文化》(郑州大学出版社, 2002 年), 赵荣光、夏太生《中国旅游文化》(东北财经大学出版社, 2003 年), 喻学才《旅游文化》(中国林业出版社, 2002 年), 潘宝明《中国旅游文化》(中国旅游出版社, 2001 年), 王会昌、王云海《中国旅游文化》(重庆大学出版社, 2001 年), 章海荣《旅游文化学》(复旦大学出版社, 2004 年) 等。

总体来看, 我国的旅游文化学教材存在以下一些问题:

(1) 旅游文化学教材虽有“旅游文化”和“旅游文化学”命名的不同, 但

实质并无二致，内容体系和构架几乎完全一样。

(2) 以世纪之交为界，本世纪出版的几本旅游文化学教材并没有呈现后来居上的突破态势。

(3) 在旅游文化内容体系上，不仅未能进一步趋同，而且更有分歧加剧之迹象，期间出版的多种冠名“旅游文化”的教材，是以知识介绍的观点看待旅游文化，是文化介绍，而非旅游文化研究。

(4) 旅游文化教材质的诸多规定性不够明确。

如此看来，要建立适合我国旅游教学实际的旅游文化学教材体系或对现有的旅游文化学教材模块进行合理调整，必须明确以下问题：

- (1) 中国现阶段有哪几种类型和层次的旅游院校或专业？
- (2) 不同类型和层次的旅游院校学生各有哪些特点和需求？
- (3) 不同类型和层次的旅游院校是否需要编制不同的旅游文化教材？
- (4) 不同类型的旅游文化教材是否存在共同点？如果有，是哪些？
- (5) 不同类型的旅游文化教材之间差异有哪些？其中核心差异是什么？
- (6) 怎样的旅游文化教材比较适合我国当前的现状和实际？
- (7) 旅游文化教材如何体现学术深度和理论高度？
- (8) 怎样的旅游文化教材模块更适合未来发展的要求？
- (9) 现有各种旅游文化教材改进的方向在哪里？
- (10) 什么样的旅游文化教材称得上是一部好教材？

三、研究方法

根据以上问题所提供的逻辑线索，我们需要从市场与旅游文化学学科这两方面的角度对旅游文化学教材模块进行全面的考察，然后结合这两方面的考察结果进行分析研究，最终得出中国旅游文化学教材调整与发展方向的判断与选择。

中国旅游文化学教材究竟适用何种研究方法？由于国内学者注重的是旅游文化的理论研究，普遍不太重视方法的运用，加上许多旅游文化学教材本身所作的编著层面定位，所以一般都不作具体明确的应用说明。中国旅游文化学研究，其方法主要有二：一是旅游学体系的研究方法构架，即旅游主体文化、客体文化和介体文化的研究方法构架，这可以说是现阶段中国旅游文化学教材的主流；二是旅游人类学的研究方法构架，即以跨文化研究的方法研究旅游文化，这种方法在国外相当盛行，近来逐渐应用于国内。

中国旅游文化学研究、中国旅游文化学教材的调整与发展，首先应是方法

的调整与发展。旅游文化是一种综合性的多元文化,本教材研究方法主要通过旅游学、文化学等多学科背景下构建的分析框架,对中国旅游文化进行整体研究和系统研究,是一种新颖的“旅游—文化”研究方法,也即旅游学要素结构文化学分析方法(不是单一的“文化人类学”方法)。

四、总体思路

(一) 难点及困惑

写作旅游文化学教材有三大难点、五大困惑。

三大难点:

(1) 中国的旅游文化研究与旅游文化学教材编写大体处于同步状态,总体来说,中国的旅游文化研究,理论深度不够,水平不高,并且中国的旅游文化研究以教材出版为重要特征和构件,这就使得中国的旅游文化学教材编写缺乏厚实基础,许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。

(2) 旅游文化涉及多学科领域的知识,既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识,同时又要求有旅游学、经济学等其他相关学科的理论知识融入其中,这对于作者综合学术素养是极大的考验。

(3) 编教材易,写教材难。教材不同于著作,不同于学术论文,不能天马行空,有感就发,教材有教材的特点和要求,编写旅游文化教材容易,编写一部特色鲜明的旅游文化教材不易,而编写一部普遍说好的旅游文化教材尤为不易。

五大困惑:

(1) 旅游文化学教材要不要创新,能不能创新,如何创新?

(2) 旅游文化学作为教材编写要不要一定的理论体系、理论水平和学术高度?

(3) 旅游文化学教材到底是旅游文化的知识构建,还是旅游文化的学科构建?

(4) 中国旅游院校到底需要一个怎样档次、性质和水平的旅游文化学教材?

(5) 到底怎样才能编好旅游文化学这部教材?

(二) 解决构想

对上述问题,本教材主要从以下三个方面着手解决:

(1) 尽可能多地占有资料,扩大范围,并且多学科整合作者队伍,以期使本教材首先有广泛坚实的研究基础。

(2) 旅游文化学作为一门新兴学科, 与其他旅游学分支学科一样, 都需要一个知识和理论的不断累积过程。旅游文化学相关理论研究不够成熟, 这是事实, 也是现实。解决的方法, 是努力从其他相对成熟的学科理论中寻求支撑和帮助。如与旅游文化学有着密切关联的文化学, 不仅有着悠久的历史, 而且有着成熟的理论, 完全可以为旅游文化学研究提供理论上的借鉴和方法上的启示。

(3) 从比较中寻求出路, 在比较中创造特色。

解决的方法有二:

一是努力体现“教材特征”, 二是努力体现“学术水平”。

努力体现教材特征, 是本教材的中心思想、突出特色和努力方向。本教材明确于教材定位, 并且将最大限度地按照教材的要求构建旅游文化学框架体系。

本教材的教材特征具体从以下五个方面体现:

(1) 注重信息量。本教材有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结与旅游文化学相关的各种信息, 以尽可能减少和规避因旅游文化基础知识相对不足所带来的学习困难。如本书对于旅游文化概念的界定。

(2) 注重知识面。本教材注重旅游文化作为一种知识节点的学习、传播和推广。如本教材对于旅游文化历程的介绍。

(3) 注重思考力。本教材在立足于传递旅游文化信息和传播旅游文化知识的基础上, 特别注重学生独立思维能力的培养, 而不是死读书、读死书式的灌输。例如本教材对于旅游文化特点和传统的论述, 即是旨在培养学生独立思考能力的一种构架。

(4) 注重方法论。旅游文化学学习归根结底是方法的学习, 而不全是知识和理论的学习。本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游文化事象的方法。例如本教材中有关几个旅游文化案例的设计, 即是旅游文化研究中不同方法的揭示和运用。

(5) 注重整体性。系统性和完整性是教材的又一显著特征, 本教材不仅注重旅游文化作为一种知识和理论的完整性和系统性, 而且还特别注重旅游文化作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性, 本教材的整体章节安排即体现了这一点。

没有规矩不成方圆, 所以本教材力求反映和体现“教材特征”, 但是, 如果为了规矩而变得没有学术价值或降低学术价值, 那绝对是对教材规矩的曲解和误解。

缺乏学术研究水准是目前国内旅游教材普遍存在的问题,也是旅游文化教材最突出的问题,这一方面是作者队伍学术研究水平的局限所致,同时也是人们对待教材的不正确观念和态度所致,似乎一提教材,就等于判了“没有学术水平”的死刑。

有学术才有生命,理论著作是这样,教材也是这样。“有较高的学术水平和理论水平”虽不是判断旅游文化教材好坏优劣的唯一标准,然而却是少数几个决定性的标准之一。教材不仅要体现一定的学术水平,而且也完全可能体现出一定的学术水平。

“像写专著一样写教材”,写出一定的学术水平,是本教材努力追求的目标,具体体现在本教材的编写上:(1)总体上定位于“著”。(2)学科的建设构架。(3)严格的学术研究规范。

五、主体框架

(一) 三大研究节点

本教材对于旅游文化学的解读是把旅游文化作为一种文化事象的解读;作为一个整体和系统的解读;作为一门独立学科的解读。

(二) 四大研究创新

(1) 分析框架构建的创新。以旅游学、文化学等为背景学科,突破学科研究的局限性,把旅游文化学研究放到一个综合学科的大环境下进行研究,充分运用系统理论、跨文化传播理论、社会学理论等相关知识,为本教材对于旅游文化学学科研究建立一个多领域跨学科的分析框架。

(2) 旅游文化理论的创新。“旅游文化是一种生活方式文化”,这是本教材建构的旅游文化理论命题,是本书的理论创新点和独特点,全书的体系安排和逻辑结构,即是围绕这一理论命题的提出和解析而展开的。

(3) 研究方法的创新。总体来说,本教材采用的是理论与实证相结合的方法。整体研究立足于理性分析,运用系统论的研究方法,确立旅游文化学构成体系与框架;部分研究则立足于实证研究,以案例来支撑与说明理论结合实际的效果。

(4) 内容的创新。本教材旅游文化定位、旅游文化基础、旅游文化特点、旅游文化传统、旅游景观文化等章节内容的安排和设置,具有一定的独创性。

(三) 主体框架

本教材主体框架由相互关联、互为依存的四个部分构成:

第一部分:主旨为旅游文化学学科建设。运用系统论的研究方法,确立旅

游文化学的研究内容与学科框架。

第二部分：主旨为对旅游文化作为一种独立的已经形成的文化现象的分析。具体内容包括：

(1) 依照组织学理论，进行旅游文化组织及作用定位。

(2) 依据发生学和历史学理论，介绍旅游文化演进历史及旅游文化形成和产生之基础。

(3) 依托旅游文化形象塑造与特色再造原则，探讨旅游文化特点及其传统。

第三部分：主旨为旅游要素文化研究。旅游要素文化，也即旅游主体文化、客体文化和介体文化研究，是旅游文化研究的主要内容之一，这已经成为大家的共识，本书也不例外。

第四部分：主旨为旅游文化应用与拓展研究，也即通过案例，支撑与说明旅游文化发展之动力与规律，以及旅游文化理论的应用法则。

六、目标设想

1. 适用范围。

本教材适用于以招收本科生为主要对象的高等院校旅游专业，同时有选择地适用于部分旅游高职大专院校。

2. 教学目标。

通过教学，使学生了解旅游文化学作为一门独立学科的理论体系和框架，掌握旅游文化的发展演变规律，充分认识文化在旅游中的地位、价值和作用，并能熟练运用所学旅游文化学理论，解析旅游文化现象和实际。

3. 教材知识目标。

通过教学，使学生了解旅游文化学的基本知识和基本理论。

4. 教材技能目标。

能根据所学旅游文化学知识和理论，分析各种旅游文化事象。

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游文化学理论	(1)
第一节 旅游的概念	(2)
一、经济学角度的理解	(2)
二、社会人类学角度的理解	(2)
三、文化学角度的理解	(3)
四、本书作者的理解	(3)
第二节 文化的概念	(4)
一、文化的定义	(4)
二、文化的特征	(6)
第三节 旅游文化的概念	(7)
一、学界对旅游文化概念的理解	(8)
二、本书对旅游文化概念的界定	(11)
第四节 旅游文化的结构	(12)
一、关于旅游文化结构的几种观点	(12)
二、本书对旅游文化结构的认识	(14)
第五节 旅游文化学研究对象和研究内容	(15)
一、旅游文化学的学科地位及学科归属	(15)
二、旅游文化学研究对象	(15)
三、旅游文化学研究内容	(16)
四、旅游文化学的研究方法	(18)
五、旅游文化学的研究意义	(19)
第六节 旅游文化的研究历程	(19)

一、国外旅游文化研究概述	(20)
二、我国旅游文化的研究历程	(21)
第二章 旅游文化的定位	(26)
第一节 旅游文化在旅游业中的地位	(26)
一、旅游本质上是一种文化活动和文化现象	(27)
二、旅游文化是旅游业的灵魂和支柱	(29)
第二节 旅游文化在文化中的地位	(30)
一、旅游文化在文化中的地位	(30)
二、旅游文化与其他文化的关系	(32)
第三节 旅游文化学的学科定位	(37)
第三章 旅游文化的历程	(38)
第一节 旅游文化的形成期	(38)
一、旅游文化滥觞：夏商周由神本走向人本的旅游文化	(38)
二、旅游文化孕育：春秋战国百家争鸣的旅游文化	(39)
三、旅游文化形成：秦汉恢弘大度的旅游文化	(41)
第二节 旅游文化的勃兴期	(44)
一、士人漫游	(44)
二、宗教旅游	(46)
三、园林：自然山水的人性化	(48)
第三节 旅游文化的鼎盛期	(49)
一、隋唐：热烈奔放、丰富多彩的旅游文化	(49)
二、宋：内敛娴雅、意在理趣的旅游文化	(55)
第四节 旅游文化的发展期	(57)
一、元：恬淡清静、互通有无的旅游文化	(57)
二、明清：斑斓迷离、颓势渐显的旅游文化	(59)
第五节 旅游文化的转型期	(62)
一、近现代：新变凸现、放眼世界的旅游文化	(63)
二、走近大众的现代旅游	(65)
第六节 世界旅游文化的历程	(66)
一、旅游物质文化的发展历程	(66)
二、旅游主体文化的发展变化	(69)

第四章 旅游文化的基础	(72)
第一节 旅游文化的文化基础	(72)
一、物质文化.....	(73)
二、制度文化.....	(75)
三、行为文化.....	(76)
四、精神文化.....	(78)
第二节 旅游文化的地理基础	(80)
一、地理环境.....	(80)
二、旅游资源.....	(81)
三、生态环境.....	(86)
第三节 旅游文化的民族基础	(88)
一、民族的差异性.....	(88)
二、民俗风情.....	(91)
三、作为文化交流的旅游.....	(93)
第四节 旅游文化的哲学基础	(95)
一、价值观.....	(96)
二、思维方式.....	(99)
三、审美模式.....	(101)
 第五章 旅游文化的特点	(104)
第一节 旅游文化的延续性	(104)
一、文化的延续性.....	(104)
二、旅游文化的延续性.....	(105)
第二节 旅游文化的多样性	(107)
一、旅游文化多样性特点产生的原因.....	(107)
二、旅游文化多样性特点的表现.....	(108)
第三节 旅游文化的地域性	(110)
一、旅游资源分布的地域性.....	(110)
二、旅游业发展的地域性.....	(112)
三、区域旅游文化现象.....	(113)
第四节 旅游文化的民族性	(113)
一、不同民族有不同的旅游文化资源.....	(114)

二、不同民族有不同的旅游文化特点·····	(114)
第五节 旅游文化的实用性·····	(116)
一、从旅游者角度理解·····	(116)
二、从旅游业角度理解·····	(117)
三、从旅游产品角度理解·····	(118)
第六节 旅游文化的创造性·····	(119)
第六章 旅游文化的传统 ·····	(121)
第一节 旅游文化的政治传统·····	(122)
一、政治型旅游文化传统的具体表现·····	(122)
二、政治型旅游文化传统的功过利弊·····	(123)
第二节 旅游文化的与民偕乐传统·····	(124)
一、思想基础和理论基础·····	(125)
二、与民偕乐的旅游文化传统·····	(126)
第三节 旅游文化的适度传统·····	(127)
一、贵和持中的中庸思想·····	(127)
二、旅游文化的适度传统·····	(128)
三、对旅游文化适度传统的几点认识·····	(129)
第四节 旅游文化的重人传统·····	(129)
一、中国文化的重人传统·····	(130)
二、旅游文化的重人传统·····	(131)
第五节 旅游文化的重文传统·····	(133)
一、旅游文化重文传统的历程·····	(133)
二、旅游文化重文传统的意义·····	(134)
第六节 旅游文化的重游传统·····	(136)
一、重游旅游文化传统的基础·····	(136)
二、旅游文化的重游传统·····	(137)
第七章 旅游主体文化 ·····	(142)
第一节 旅游主体文化的界定和地位·····	(142)
一、旅游主体文化概念的界定·····	(142)
二、旅游主体文化的研究对象·····	(143)
三、旅游主体文化在旅游文化中的地位·····	(145)