

LÜ YÓU WÉN HUÀ

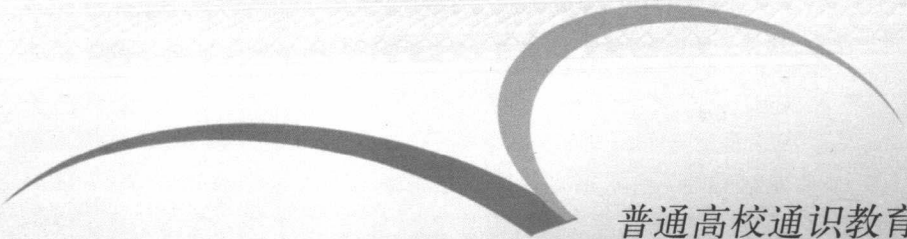
普通高校通识教育丛书

旅 游 文 化

◇ 周 黉 源 主 编

浙江大學出版社

主 编 周敦源
副主编 陈剑峰 陆建伟
杜宗斌 李松柏



普通高校通识教育丛书

L Ü Y O U W E N H U A

旅 游 文 化

浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化 / 周敦源主编. — 杭州: 浙江大学出版社,
2005.8

ISBN 7-308-04362-2

I. 旅... II. 周... III. 旅游—文化—研究—中国
IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 084063 号

责任编辑 王大根

封面设计 刘依群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 17.25

字 数 283 千

版 印 次 2005 年 8 月第 1 版 2006 年 1 月第 2 次印刷

书 号 ISBN 7-308-04362-2/F·587

定 价 23.00 元

序

高等学校人才培养模式改革涉及的核心课题之一,是构建符合现代社会理念并能体现科技进步水平的教学知识体系。理想的大学教学知识体系应具有时代性、先进性、学术性和适切性,并且具体体现在能够展现上述先进理念与特征的教材体系与课程内容之中。

综观当今世界,高校本科教育越来越重视受教育者的身心素质的培养和基础知识技能的掌握,这已成为高等院校教育教学改革与发展的主要趋势之一。通识教育由于重视科学精神与人文精神的培养,重视人的发展的全面性,重视知识的交叉、广博与综合,因而越来越受到高等院校管理者、教师和学生的重视。尤其在我国的,自20世纪90年代初以来,高等院校在“文化素质教育”思想的指导下,在本科人才培养模式、课程体系、教材内容、专业建设等方面进行了大量的创新,以纠正长期以来我国本科教学过早专门化和过分专门化的倾向。

浙江师范大学、杭州师范学院、温州师范学院、绍兴文理学院和湖州师范学院是浙江省以教师教育为主要特色的多科性高等院校。多年来,五院校坚持党的教育方针,坚决走改革创新之路,认真落实“育人为本”、“学术强校”的办学理念,大力推广教育部倡导的大学生文化素质教育改革工作,并在办学体制、课程设置、教育科研和研究生培养等方面开展了广泛的校际合作,取得了良好效果。《普通高校通识教育丛书》的出版,旨在发挥五院校的综合学术优势,进一步推动五院校的校际协作和浙江省高等院校本科教学的改革,探索培养更多素质优、知识广、能力强的大学生的有效途径,从而为浙江省高等教育事业发展作出积极的贡献。

徐 辉

2005年5月于浙师大初阳湖畔

前 言

对于旅游文化,随着旅游业的蓬勃发展,其重要性越来越突出。无论是对于旅游从业人员还是旅游者来说,认识和了解旅游文化的相关知识十分必要。但旅游文化的概念非常宽泛,至今学术界对它的理解和表述还在各抒己见,对旅游文化的内涵和外延的界定还存在较大的分歧。与旅游活动的三要素相对应,旅游文化也有主体文化、客体文化和介体文化等类型。针对通识教育的特点,我们认为,作为旅游文化基础和根本的旅游客体文化比较适合于通识教育,比较容易为各专业的学生及相关人员理解掌握。旅游客体文化主要组成部分有历史文化、山水文化、宗教文化、建筑文化、饮食文化、民俗文化、工艺美术文化、传统艺术和节庆文化等。由于内容广泛而篇幅所限,所以本书主要介绍中国的旅游客体文化,同时简要介绍了部分中国主要客源国的旅游民俗文化。在每章的后面列举部分学习的相关文献和相关网站,供需要了解更多更深内容的读者查阅阅读。

本书是集体劳动的成果,全书由周敦源拟定编写大纲并负责修改统稿。各章节的初稿具体分工为:周敦源,第一章、第十一章、第十三章;陈剑峰,第二章、第三章、第十章;陆建伟,第四章、第六章、第七章;李松柏,第五章、第十四章;杜宗斌,第八章、第九章;王昌忠,第十二章。

本书在“五院校通识教材编写委员会”指导下进行,编写过程中得到了湖州师范学院教务处、湖州师范学院法商学院和浙江大学出版社的支持。同时在编写过程中参考了许多有关专家学者的研究成果,在此一并诚挚感谢。

由于旅游文化内容十分丰富,涉及面广,同时对通识教材的编写缺乏经验,加之编者的水平所限,在内容把握等方面定有不足之处,请专家、同行批评指正,以便完善。

周敦源
2005年7月

目 录

第一章 旅游与旅游文化	1
第一节 旅游概述	1
第二节 旅游文化	7
第二章 旅游历史文化	12
第一节 中国发展简史	12
第二节 中国古代思想与科技文化	15
第三节 中国历史小常识	19
第三章 旅游山水文化	29
第一节 名 山	29
第二节 名 水	35
第三节 世界遗产	40
第四章 旅游聚落文化	45
第一节 历史文化名城	45
第二节 现代旅游城市	51
第三节 名 镇	55
第五章 旅游建筑文化	61
第一节 中国古代建筑概述	61
第二节 中国古代建筑的主要类型	64
第六章 旅游园林文化	83
第一节 中国园林概述	83

第二节	中国古典园林的组成要素及构景手法	86
第三节	中国现存的著名古典园林	90
第四节	现代主题公园	94
第七章	旅游宗教文化	97
第一节	佛教文化	97
第二节	道教文化	110
第三节	伊斯兰教文化	117
第四节	基督教文化	120
第八章	旅游民俗文化	124
第一节	民俗概述	124
第二节	中国少数民族民俗	126
第九章	旅游饮食文化	139
第一节	中国饮食文化概述	139
第二节	中国烹饪文化	141
第三节	酒文化	147
第四节	茶文化	153
第十章	旅游艺术文化	162
第一节	传统戏曲	162
第二节	绘画与书法	166
第三节	音乐与舞蹈	171
第十一章	旅游工艺美术文化	175
第一节	陶瓷工艺	175
第二节	雕刻工艺	178
第三节	金属工艺	187
第四节	漆器工艺	190
第五节	织绣工艺	194
第六节	文房四宝	198
第七节	民间工艺美术	201

第十二章 旅游文学·····	210
第一节 旅游诗词·····	210
第二节 游 记·····	214
第三节 对 联·····	216
第十三章 旅游节庆文化·····	221
第一节 节庆文化概述·····	221
第二节 传统民俗节庆文化·····	224
第三节 现代节庆文化·····	228
第十四章 中国主要客源国民俗·····	239
第一节 亚 洲·····	239
第二节 欧 洲·····	249
第三节 北美洲·····	257
第四节 大洋洲·····	261
参考文献·····	264

第一章

旅游与旅游文化

随着社会经济的发展,人民生活水平的提高,可自由支配收入和闲暇时间的增多,旅游也已经不是少数人的奢侈行为了,外出旅游已经成为人们一种普遍的休闲方式。而且随着旅游业的发展,旅游的文化色彩越来越浓,游客对文化含量高的旅游资源和产品越发青睐,希望通过旅游活动能增长知识,陶冶情操。各地在旅游开发活动过程中也非常重视对旅游文化因素的挖掘,文化旅游产品相继被推出。旅游业的竞争,最终是文化的竞争,这已普遍得到业界的认同。中国有五千年文明史,有光辉灿烂的传统文化,哪些文化可以为旅游业所利用?旅游文化又是什么?它大体包括哪些内容?旅游业的发展是否会与时俱进并产生新的旅游文化……在这之前,我们有必要先了解旅游的相关知识。

第一节 旅游概述

一、旅游活动及其分类

(一)旅游活动的产生与发展

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物。现代旅游活动是从人类历史上的旅行发展而来,人类有意识的外出旅行则是由商品交换引起的。从奴隶社会开始迅速发展,到封建社会时,除经商旅行外,还相继出现了各种非经济目的的旅行活动,如帝王将相巡游、文人墨客游学、宗教信仰徒朝圣等,但参加人数少,其消遣旅行活动没有普遍的社会意义。

到19世纪,旅行在很多方面都开始有了现代意义上旅游的特点,其



中一个重要特征是因消遣目的而外出观光或度假的人数已超过传统的商务旅行。产业革命加速了社会经济的发展和城市化进程,促进了科技的进步;新交通工具的出现,使大规模人员流动成为可能。1841年7月5日,英国人托马斯·库克利用包租火车的方式组织了一次从莱斯特前往洛赫伯勒的团体旅游,去参加一次禁酒大会。他不但发起筹备和组织了这次活动,而且自始至终陪团照顾。这次活动标志着近代旅游和旅游业的开端。1845年,托马斯·库克决定开办商业性的旅行业务,并于当年夏季首次组织了从莱斯特到利物浦,有350人参加的为期一周的团体消遣旅游。1865年,“托马斯·库克父子公司”正式成立,标志着近代旅游业的诞生。而现代旅游活动,则是指第二次世界大战结束后,特别是20世纪60年代以来普及于世界各地的大众化旅游活动。

(二)旅游的概念

对于什么是旅游,说法很多,世界旅游组织的定义是:人们为休闲、商务或其他目的离开惯常环境,到其他地方访问,连续时间不超过一年的活动。这里“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。

李天元分析相关概念后提出的定义为:旅游是非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的现象与关系的总和;这些人不会在旅游地定居和就业。

旅游活动的主体是旅游者或游客。总的来说,现代旅游活动是一项以不同地域间人员流动为特征,涉及经济和政治等许多方面的社会文化活动。

旅游包括过夜旅游和一日游两种。

人们常说到旅游或旅行,它们的关系是:旅行是人们从常住地到目的地之间的一种流动过程,旅游则必须离开惯常环境;有旅游一定有旅行,有旅行不一定有旅游;旅游者一定是旅行者;旅行者不一定是旅游者。

(三)旅游活动体系

旅游活动体系包括客源地、目的地和交通运输部门。

客源地是指产生游客或游客居住的地方。旅游目的地是指接待游客到访或游客要去旅游的地方。交通运输部门是为游客提供来往以上两地之间的服务部门。

(四)旅游活动三要素

一是游客(visitor),旅游活动的主体,是指任何一个到其常住地以外的地方去旅游,连续停留不超过一年,其主要目的不是通过所从事的活动

从访问地获取报酬的人。旅游动机、可自由支配收入和余暇时间是成为游客的三个基本条件。游客包括旅游者(tourist, 过夜游客, 停留时间超过 24 小时以上)和一日游游客(excursionist, 不过夜, 停留时间不超过 24 小时)。旅游者 is 游客的一部分。

二是旅游资源, 旅游活动的客体, 是指自然界和人类社会中, 凡是对游客产生吸引力, 可以为旅游业所开发利用, 并能产生经济效益、社会效益和生态效益的各种事物和因素。旅游资源包括的范围广, 种类多, 但从宏观上可以分为自然旅游资源和人文旅游资源。

三是旅游业, 即旅游活动中介(媒介)。

(五) 旅游活动分类

对于旅游活动的类型, 没有统一的划分标准, 可以根据需要进行划分。

(1) 按旅游活动地理范围划分可分为: 国内旅游和国际旅游。

(2) 按旅游活动目的划分可分为: 休闲、娱乐、度假类; 探亲访友类; 商务、专业访问类; 康体医疗类; 宗教/朝拜类和其他六大类(世界旅游组织的分类)。

(3) 按旅游活动组织形式划分可分为: 团体旅游和散客旅游。

(4) 按旅游活动内容划分可分为: 文化旅游、生态旅游、商务旅游、观光旅游以及各种专项旅游或特殊兴趣旅游等。

二、旅游业

(一) 旅游业及其构成

旅游业是以游客为对象, 为其旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业; 是凭借旅游资源和设施, 专门或主要为游客提供餐饮、住宿、交通、游览、购物和文娱等环节服务的综合性行业。旅游业属于产业大类划分中的第三产业。旅游业在 20 世纪 90 年代初已经超过钢铁、石油、军火等成为世界第一大产业。

现代旅游业是由很多部门和行业综合起来为游客提供服务的, 其中起骨干作用的旅行社(旅游公司)、旅游交通、旅游饭店和景区景点被称为旅游业的四大支柱。

我国的旅行社分为国际旅行社和国内旅行社。

我国的旅游交通主要包括铁路、公路、水运和航空。

我国的旅游饭店分为一星级、二星级、三星级、四星级、五星级和白金

五星级等五个等级六种层次;星级高档次就高,白金五星级为最高档次。

我国的景区景点(旅游区)包括风景名胜区、森林公园、度假区、主题乐园、保护区、地质公园、水利风景区、博物馆、动植物园及其他旅游点等。凡是用于旅游活动,并产生综合效益的地域或单元,都属于景区景点的范畴。

(二)中国旅游业发展及其图形标志

1. 中国旅游业发展简史

中国旅游业,是从1923年陈光甫在上海商业储蓄银行中设立的旅行部开始的;1927年该旅行部单独挂牌注册,更名为中国旅行社,是现在香港中国旅行社的前身。

新中国第一家旅行社是1949年11月成立的厦门华侨服务社,1954年和1974年以后又分别成立了中国国际旅行社总社和中国旅行社。但从1949年新中国成立到1978年,旅游业更多的是事业性质,多用于外事工作,主要是接待国外游客,宣传新中国,让更多的人了解新中国。“文革”期间旅游业基本处于停滞状态。1978年改革开放后,我国旅游业经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段,尤其是20世纪90年代以来,保持了快速发展势头,旅游业产业化进程加快。1998年的中央经济工作会议把旅游业确定为新的经济增长点后,旅游业更是发展迅猛。中央和各地区都高度重视,投入了相当多的资源,全国已经有二十几个省市把旅游业作为支柱产业、重点产业或第三产业的龙头产业来发展。“吃、住、行、游、购、娱”各要素和旅行社、旅游饭店、旅游交通和景区景点四大支柱的接待水平得到迅速提升。在“大力发展入境旅游,积极发展国内旅游,适度发展出境旅游”的方针指导下,中国旅游业经过20多年的迅猛发展,2004年全年入境旅游人数已达1.09亿人次,其中外国人1693.25万人次,外汇收入257.39亿美元,已由1978年世界排名第41位跃升为2004年的第5位。世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源国,届时将有1.37亿人次来中国参观、访问和游览,中国也将有1亿人到世界各地旅游。

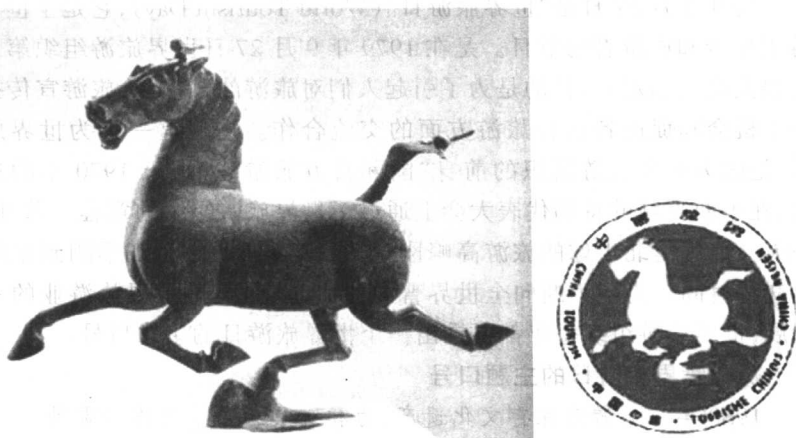
2. 中国旅游业图形标志

图形标志是一种公共信息符号。它通过图形表达某种事物的涵义,是能够相互沟通的世界性语言。国际上很多国家和地区都有各种旅游图形标志,用以塑造和传播某个国家和城市的旅游形象。

国家旅游局经过多种方案的比较和研究,于1985年确定“马超龙雀”



作为中国旅游业的图形标志。“马超龙雀”是1969年在甘肃武威出土的东汉时期的一件青铜制品。这件文物集当时绘画、雕刻、冶炼和铸造技术于一体,是件国宝。铜马昂首扬尾,四蹄腾空,筋骨刚健、体态飘逸,它没有轡头、绳索,不受任何束缚,自由、奔放、轻盈、潇洒,奔驰如飞地超过了龙雀。马超龙雀,曾被称为“马踏飞燕”。后经历史学家考证,东汉张衡的《东京赋》云:“龙雀蟠蜿,天马半汉。”《后汉书》也有“明帝至长安,迎取飞廉并铜马”的记载,故正名“马超龙雀”,简称“天马”。



上左图是“马超龙雀”(铜奔马)原图,高34.5cm,长45cm,现收藏于甘肃省博物馆。上右图是中国旅游业图形标志。

选择“马超龙雀”作为中国旅游业图形标志,其涵义是:

- (1) 天马行空,逸兴腾飞,无所羁缚,象征前程似锦的中国旅游业。
- (2) 马是古今旅游的重要工具,奋进的象征,旅游者可以在中国尽兴旅游。
- (3) 马超龙雀青铜制品,象征着中国数千年光辉灿烂的历史文化,显示文明古国的伟大形象,吸引全世界的旅游者。

(三) 中国旅游业主题活动

自1992年以来,为了更好地向国内外游客宣传和介绍中国的旅游资源与产品,国家旅游局不断推出以不同风情旅游为主旋律的旅游主题,并推出系列的旅游活动、旅游精品线路、特色旅游及相应的促销政策,对促进入境旅游和国内旅游,对发展地方旅游和地方经济起到了推动作用。

国家旅游局确定的历年主题游:

1992年友好观光年;1993年山水风光游;1994年文物古迹游;1995年民俗风情游;1996年度假休闲游;1997年中国旅游年;1998年华夏城乡游;1999年生态环境游;2000年神州世纪游;2001年体育健身游;2002年民间艺术游;2003年烹饪王国游;2004年百姓生活游;2005年中国旅游年(红色旅游年);2006年中国乡村游。

(四)世界旅游日

每年9月27日是“世界旅游日”(World Tourism Day),它是全世界旅游工作者和旅游者的节日。是在1979年9月27日世界旅游组织第三次代表大会上确定的,目的是为了引起人们对旅游的重视,给旅游宣传提供一个机会和促进各国在旅游方面的交流合作。选定这一天为世界旅游日,是因为世界旅游组织的前身“国际官方旅游联盟”于1970年的这一天,在墨西哥城的特别代表大会上通过了世界旅游组织的章程。此外,这一天又恰好是北半球的旅游高峰刚过去,南半球的旅游旺季刚到来的相互交替时间。为了不断向全世界普及旅游理念,促进世界旅游业的不断发展,世界旅游组织每年都要推出一个世界旅游日的主题口号。

历年世界旅游日的主题口号

- 1980年 旅游为保存文化遗产,为和平及相互了解作出贡献。
- 1981年 旅游促进生活质量的提高。
- 1982年 旅游的骄傲,做文明的客人,文明的主人。
- 1983年 旅游和度假是所有人的一种权利,也是一种责任。
- 1984年 旅游为国际谅解、和平与合作服务。
- 1985年 开展青年旅游,让文化和历史遗产为和平和友谊服务。
- 1986年 旅游:世界和平的促进力量。
- 1987年 旅游促进发展。
- 1988年 旅游:从中获取教益。
- 1989年 旅游者自由往来,创造团结的世界。
- 1990年 认识旅游事业,发展旅游事业。
- 1991年 通信、信息和教育:旅游发展的动力。
- 1992年 旅游促进社会经济一体化,是各国人民相互了解的途径。
- 1993年 争取旅游发展和环境保护的和谐。
- 1994年 高质量的服务、高质量的员工、高质量的旅游。
- 1995年 通过负起责任而受益。

- 1996年 旅游业:宽容与和平的因素。
- 1997年 旅游业:21世纪创造就业和倡导环境保护的先导产业。
- 1998年 政府与企业的伙伴关系:旅游开发和促销的关键。
- 1999年 旅游业:为新千年保护世界遗产。
- 2000年 技术和自然:21世纪旅游业的双重挑战。
- 2001年 旅游业:为和平和不同文明之间对话服务的工具。
- 2002年 生态旅游:可持续发展的关键。
- 2003年 旅游业:一种消除贫困、创造就业与社会和谐的驱动力。
- 2004年 2004年体育与旅游:增进相互了解、文化与社会发展的动力。

第二节 旅游文化

一、文化的含义

《易经》上说:“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”“文化”一词,源出于此,其本义为“以文教化”,即按照人文来进行教化,与武力征服相对应。但最初“文”与“化”只是并联使用。最迟从汉代开始,“文化”已作为词语使用,如刘向《说苑·指武》云:“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也;文化不改,然后加诛。”中国古代“文化”的概念基本属于现在狭义文化的范畴,即文治教化的总合,与无教化的“质朴”和“野蛮”形成反照。

在西方国家,“文化”最早为动词,含有耕种、居住、练习、注意和敬神等意义。后来逐渐演化为对树木、禾苗等的培育和对人类心灵、情操、风尚的化育。西方对文化的概念是从物质生产活动开始,并逐步引向精神生产活动的。

现代意义上的文化可分为广义文化和狭义文化。广义文化指人类在长期的社会历史实践过程中所形成和创造的,具有民族和地域特色的物质和精神财富的总和。狭义文化指社会的意识形态,及与之相适应的制度和组织机构。文化的内涵十分丰富,但主要由物质文化、精神文化和制度文化三个层面组成。文化是一种历史现象,每一社会都有与其相适应的文化,并随着物质生产的发展而发展。作为意识形态的文化,是一定社会的政治和经济的反映,又影响和作用于一定社会的政治和经济。文化

的发展具有历史的连续性,社会物质生产发展的历史连续性是文化发展历史连续性的基础。需要说明的是文化是由精神和物质相互作用、相互影响而形成的系统,明显属于精神范畴的文化要素,往往以其特有的方式物化为外在的表现;而那些比较明显属于物质文化要素的事物,也自然地透射出一定的文化精神。

二、旅游与文化

旅游是社会经济与文化发展到一定阶段的产物。旅游既是一种社会经济活动,也是一种社会文化活动,两者密切联系、相互促进。旅游本来就是以一种以体验异国他乡文化风情、丰富阅历、满足精神享受为主要目的的,涵盖物质文化和精神文化双重内容的特殊生活方式。它本身就意味着是一种大规模的文化交流活动,在这一过程中,游客不仅可以欣赏和吸收旅游目的地文化,同时还会把自己客源地的文化带到目的地,对目的地文化产生影响,形成不同文化间的融合,有时还会发展文化间冲突和碰撞。

旅游还是一种以经济形式来实现的社会文化现象,在旅游活动六要素中,都渗透了丰富的文化内涵。旅游活动无不反映了旅游主体的文化需要,旅游客体的文化价值,旅游中介的文化素质。旅游活动有物质上的消费,也有精神上的享受;对于旅游媒介体来说旅游是一种经济行为,而对于旅游主体来说则是一种文化行为,是一种对美的追求。文化是游客出游动机和审美对象之一。当然,旅游活动本身也能创造文化。如古人在旅游过程中有感而发写的游记、各地旅游点留下的摩崖石刻、碑记等,就是游客在旅游活动中创造的新文化;现代旅游经营者在开发新的旅游产品过程中,在挖掘传统文化的同时也在创造着新的文化。

总的来说,旅游活动是以文化为依托的,属于文化体验的范畴,旅游的本质内容,就是文化,文化是旅游活动的灵魂。

三、旅游文化

我国旅游业的发展最主要的是挖掘中国的传统文化,其次才是现代文明。本书对于旅游文化内容和特点的论述多以此为出发点。

(一)旅游文化的概念

中国是世界四大文明古国之一,地域广大,民族众多,有悠久的历史 and 灿烂的文化。但文化的内涵非常广泛,在中国深厚的传统文化中,只有能为旅游业开发利用并产生综合效益的那部分才属于旅游文化的范畴,

是与旅游活动相关的文化的总称。

对于旅游文化,可从不同角度进行定义,大致有几种内涵表述^①:

(1)旅游文化是人类过去和现在所创造的,与旅游有关的物质财富和精神财富总和;

(2)旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游媒体相互作用所产生的物质和精神成果;

(3)旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据,以旅游诸要素为依托,作用于旅游生活过程中的一种特殊文化形态。

王明煊分析相关论述后提出的定义为:旅游文化是人类过去和现在创造的与旅游关系密切的物质财富与精神财富总和,凡在旅游活动过程中能使旅游者舒适、愉悦、受到教育,能使旅游服务者提高文化素质和技能的精神财富和精神财富,都属于旅游文化的范畴^②。

旅游文化作为文化的一部分,其内涵也包括三个层面:一是物质层面,包括有丰富文化底蕴的自然景观和人文景观,以及为游客服务的游乐设施、交通工具、饭店、旅游纪念品和其他旅游设施,都是有形的,是能被人感知的物质形态;二是精神层面,是旅游活动参与者的文化心态及其在观念形态上的表现,由文化心理、价值观念、审美追求、道德情感和思维方式等因素构成;三是制度层面,包括旅游活动参与者应遵守的法律、法规、职业道德、企业管理规范等约束机制,主要由政府机构、企业集团等制订并强制执行和实施;制度层面还包括旅游活动中的约定俗成的习惯定势行为,虽然并没有强制执行,如礼俗、礼仪等。

旅游文化的物质、制度、精神三大层面,不是各自孤立的,而是相互交织渗透在一起,共同构成旅游文化这一不同形态的复合体。

(二)旅游文化的类型

旅游文化类型,就是旅游文化的具体内容。涉及历史、地理、宗教、饮食、园林、建筑、民俗与自然景观等;又涉及游客的文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等领域;还有旅游业的服务文化、管理文化、政策法规等。按旅游活动三要素,可以把旅游文化分为旅游主体文化、旅游客体文化、旅游中介体文化三种类型。

旅游主体文化是游客的文化背景、心理特征、行为方式、文化需求等,

① 冯乃康.首届中国旅游文化学术研讨会会议纪要.旅游学刊,1991,(1)

② 王明煊,胡定鹏.中国旅游文化.杭州:浙江大学出版社,1998.