

· 高等学校旅游管理专业课程教材 · 陕西省一流培育专业资助出版

中国旅游文化

ZHONGGUO LVYOU WENHUA 朱晓晴 编著



北京大学出版社

· 高等学校旅游管理专业课程教材 · 陕西省一流培育专业资助出版

中国旅游文化

朱晓晴 编著

西北大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游文化/朱晓晴编著. —西安: 西北大学出版社, 2019. 9

ISBN 978 - 7 - 5604 - 4418 - 5

I. ①中… II. ①朱… III. ①旅游文化—中国—高等学校—教材 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 200461 号

中国旅游文化

编 著 朱晓晴

出版发行 西北大学出版社

地 址 西安市太白北路 229 号

邮 编 710069

电 话 029-88303059

经 销 全国新华书店

印 装 陕西博文印务有限责任公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 18.75

字 数 367 千字

版 次 2019 年 8 月第 1 版 2019 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5604 - 4418 - 5

定 价 58.00 元

本版图书如有印装质量问题, 请拨打电话 029 - 88302966 予以调换。

前 言

“文化”一词起源于拉丁文的动词“cultura”和“colere”，是耕作土地的意思，后引申为培养一个人的兴趣、精神和智能。文化的概念是英国人类学家爱德华·泰勒在1871年提出的，泰勒将文化定义为：包括知识、信仰、艺术、法律、道德、风俗以及作为一个社会成员所获得的能力与习惯的复杂整体。

据世界旅游组织的预测，2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国，并成为世界第四大旅游客源国。在我国旅游业迅速发展的过程中，需要大量优秀的专业人才。旅游业是我国“十三五”期间发展的重点领域之一，据国家旅游局2017年统计数据显示，全国共有高等旅游院校及开设旅游系（专业）的普通高等院校1690所，比上年末增加172所，在校生44.04万人；中等职业学校924所，比上年末增加135所，在校学生23.2万人。两项合计，旅游院校总数2614所，在校学生为67.24万人。

教材建设是旅游人才培养的基础。随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元化，高等教育对旅游专业人才的培养目标更为明确，也急需一套与我国旅游教育发展相匹配并符合高等院校旅游教育现状的专业教材。

旅游文化是文化的一个分支，这一名词是近年来才明确提出来的。旅游者将旅游当作一次文化享受，为了在旅游活动中传播正确的旅游文化知识，我们编写了这本《中国旅游文化》。为适应旅游专业高等院校教学的需要，在编写过程中注重理论与实际的结合，力求体现理论的系统性、知识的综合性。既可以作为高等院校旅游管理专业的教材，也可以作为旅游从业人员的培训和参考用书。

古今文化博大精深，因此本书的编写有一定的难度，难免挂一漏万。书中不足之处，恳请各位同行和读者批评指正。

目 录

contents

第一章 旅游历史文化 /1

- 第一节 历史、文化概述 /2
- 第二节 中国历史文化的发展 /4
- 第三节 中外文化交流 /9
- 第四节 中国传统科技文化 /11
- 第五节 中国古代制度文化 /15

第二章 中国的宗教文化 /19

- 第一节 中国佛教文化 /20
- 第二节 中国道教文化 /35
- 第三节 基督教文化 /45
- 第四节 伊斯兰教文化 /50

第三章 古代建筑文化 /57

- 第一节 古代建筑名词及建筑文化中的等级观念 /58
- 第二节 中国古代建筑工程艺术欣赏 /61
- 第三节 建筑的特征和艺术风格 /85

第四章 旅游民俗文化 /89

- 第一节 旅游民俗文化概述 /90
- 第二节 我国少数民族的服饰、婚姻和民居民俗 /93
- 第三节 我国的传统节庆习俗 /102
- 第四节 中国旅游业主要客源国的民俗与禁忌 /110



第五章 园林文化 /117

- 第一节 园林类旅游资源的概述 /119
- 第二节 中国古典园林的分类 /121
- 第三节 中国园林的空间布局 /125
- 第四节 中国园林的特点 /129
- 第五节 中国园林的文化传统 /137
- 第六节 中西方园林文化比较 /139

第六章 中国饮食文化 /145

- 第一节 中国饮食文化的产生和发展 /146
- 第二节 中国饮食文化的主要理念 /148
- 第三节 中国饮食文化的基本特征 /151
- 第四节 中国饮食文化的主要种类 /153

第七章 戏曲歌舞文化 /183

- 第一节 流派纷呈的戏剧 /184
- 第二节 说透人情的曲艺 /190
- 第三节 清丽典雅的音乐歌舞 /192
- 第四节 中西方戏曲表演艺术比较 /197

第八章 旅游艺术产品 /201

- 第一节 陶瓷艺术 /202
- 第二节 书法艺术 /205
- 第三节 绘画艺术 /210
- 第四节 剪纸艺术 /215
- 第五节 传统织绣 /217

第九章 山水文化 /221

- 第一节 中国旅游客体文化概述 /223
- 第二节 山水文化及其内涵 /224
- 第三节 山水文化的形态和结构 /227
- 第四节 山水景观与人文景观的交融 /233

第五节 古代中国的山水审美意识 /238

第六节 山水景观的审美过程 /240

第十章 旅游文学 /247

第一节 文学与旅游的最初结合 /249

第二节 文人雅士竞相歌咏山水名胜 /251

第三节 旅游文学的类别 /256


第四节 旅游文学的特点 /264

附录 /268

附录 A 中国历史文化名城 /268

附录 B 中国之最 /279

主要参考文献 /289



第一章

旅游历史文化



学习目标

1. 理解历史、文化的概念、内涵和文化的本质；
2. 熟悉中国文化发展的基本脉络；
3. 了解中国文化中蕴藏的丰富旅游资源。

案例导入

“历史”的英文写作“history”，实际上是“his”和“story”两词的合体，从英文的字面上看，“历史”就是“他的故事”。这说明什么呢？

案例分析：“history”这一单词的构成说明西方先贤们很早就意识到，历史就是“人类的故事”，有明确的时间界限。所谓“历史”，就是“人类过去的故事”。

第一节

历史、文化概述

一、历史的由来

学习旅游历史文化，首先要了解什么是“历史”，什么是“文化”。古今中外有关“历史”的解释很多，但都极其理论化，不太符合旅游这一实践性相当强的学科的要求。我们认为旅游从业人员可以从英语语言构成的角度来理解“历史”这一概念的内涵。

“历史”的英文写作“history”，它实际上是“his”和“story”两词的合体，由于“his”的尾音和“story”的首音皆是“s”，故而省略了一个“s”，成为我们现在耳熟能详的“history”。也就是说，“历史”从英文的字面上看，就是“他的故事”。“history”中的“his”大体是人类整体(human. being)的代称。西方先贤们很早就意识到，历史就是“人类的故事”，清楚地标明了“历史”的时间界限。所谓“历史”，就是“人类过去的故事”。

一首广为人知的歌谣中有这样的词句：“我们坐在高高的谷堆旁边，听妈妈讲那过去的事情。”歌中所唱“过去的事情”是否就是我们所说的“历史”呢？答案是否定的。“历史”是过去实实在在发生的、不以人的意志为转移的事实，而“听妈妈讲”的“那过去的事情”是留存在现代人心中的“历史形象”，我们通常也称作“历史记忆”，这样的“历史记忆”是对历史事实的主观诠释，它可能与“历史”相符，但在绝大多数情况下，是与“历史”或多或少有出入的。

在日常生活中，“历史”与“历史记忆”随处可见。老照片、纪录电影、电视的“实况录像”、未经加工的会议记录、档案表格等原始资料，大体都可说是“历史”。而名人访

谈、回忆录、日记、人物传记等,则是“历史记忆”。对于旅游业而言,特色历史文化是旅游资源的重要组成部分,引入“特色历史文化”这一概念的根本目的是为了最大限度地激发旅游者的旅游动机,增强当地旅游业的吸引力,而不是去研究“历史”,故我们认为,旅游历史文化更多是指“历史记忆”或“历史形象”。

二、文化的本质及内部结构

“文化”是比“历史”更受关注的词汇。据不完全统计,迄今为止,古今中外有关“文化”的定义已近300种。特别是从20世纪90年代初以来,“文化热”在中国社会长盛不衰,几乎所有的社会热点皆被称作“××文化”。那么,是不是任何事物都可称作“××文化”?某事物的“文化”与该事物本身有何区别,又有何联系呢?

我们认为,“文化”的本质和核心是“人化”,所有与人类有关的事物,皆有其独特的文化属性。现代人的触角几乎已延伸到地球的每一个角落,因此“文化”指称的范围是极为广泛的。不过需要指出的是,任何与人发生关联的事物皆只是“文化”的载体,我们所说的某一事物的文化,是指该事物与人相关的层面,而不是泛指该事物本身。如我们说大熊猫是四川乃至整个中国旅游业发展的重要资源和品牌,即是指其可被旅游业所利用、增强旅游业吸引力的文化层面,而大熊猫作为动物物种,其生物本能属性是与人类无关、且不以人类意志为转移的层面,当然不是“文化”。

由于“文化”一词指称的范围太广泛,人们通常将“文化”分为四个层次:

1. 物质文化层

物质文化层包含了所有经过人类加工的物质,这是“文化”概念中与自然界联系最直接、最根本的层面。物质文化层是人类社会生活的基石,这在旅游业中体现得尤为突出。我们知道,“吃、住、行、游、购、娱”是旅游服务业的六要素,其中“吃、住、行、游、购”五要素皆以物质文化为对象和载体,而娱乐是指精神层面的享受,也要借助于一定的物质文化才能实现。

2. 制度文化层

人们建立的各种行为规范,构成了“文化”的第二个层面——制度文化层。法律法规是人类社会最为重要的制度文化,也是与旅游业联系最为密切的制度文化。法是特定机关制定并认可的、依靠国家强制力保证实施的、规定人们权利和义务关系的行为规范的总称。任何国家的旅游从业人员都必须在该国法律法规许可的范围内开展旅游经营活动。包括中国在内的世界各国皆将法律法规视作调控、规范、指导旅游业发展的重要杠杆和手段。当前无论是全国还是各省的导游人员资格考试皆将“政策与法规”单列为一门主要的考试科目,即彰显出党和国家在发展旅游业时对法律法规的重视。

3. 行为文化层

民风民俗构成了“文化”的第三个层面——“行为文化层”。它是某一人类群体约定俗成并得到该群体内部各成员广泛认同的行为习惯和模式,具有鲜明的地域特征和民族(或族群)特点。我们都知道“十里不同风、百里不同俗”的谚语,各地独特的民风民俗是当地深度挖掘旅游业发展潜力、增加旅游区位优势“文化宝藏”,相关情形将在第二章详细介绍。

4. 精神文化层

人类的精神文化又称心态文化,构成了“文化”最核心的一层。它以价值观念、审美情趣、思维方式为主要表现形式,又细分为社会心理和社会意识。社会心理是指人们在日常生活中真真切切的精神面貌、思维方式和心态感受;大众的社会心理经过文学艺术家的整理归纳、艺术加工后,通过各种艺术表现形式展现并流传后世,即成为社会意识。

人类社会最重要的社会心理是道德观念。道德是社会大众普遍认可的观念和行为规范。与法律不同,道德存在于普通大众的观念中,是构成人类精神文化的重要内容。道德观念人人有,法律只能国家定;道德是一种软性的精神规范,法律由国家强制执行,即是二者间最本质的区别。我国政府十分重视道德对规范和引导旅游业发展方向的重要作用。1996年11月,国家旅游局颁发《关于加强旅游行业精神文明建设的意见》,明确倡导旅游从业人员应具备“爱国爱企、自尊自强、遵纪守法、敬业爱岗、公私分明、诚实善良、克勤克俭、宾客至上、热情友好、清洁端庄、一视同仁、不卑不亢、耐心细致、文明体谅、团结协作、大局不忘、钻研业务、好学向上”的职业道德规范。

从行业性质看,旅游业是服务于游客的行业,带给旅游者美妙的心理享受、满足旅游者内心愉悦的需求,是旅游从业人员工作的最高境界。

第二节

中国历史文化的发展

中华五千年文明源远流长,与旅游业发展息息相关。作为一个旅游从业人员,熟悉中国文化发展的主线,是最基本的素质要求。有关中国历史文化发展的进程和分期众说纷纭,我们在综合比较各方观点的同时,结合当前旅游业发展的实际需要,将中国文化的发展历程分为史前文明的孕育期、先秦的奠基期、秦汉的形成期、魏晋南北朝的

融合期、隋唐的成长期、宋元的成熟期、明清的巅峰和衰落期、近现代的转型期八个阶段,各时期皆为今日发展旅游业留下了丰富的文化资源。

一、史前文明:中国文化的孕育期

从人种上看,中华民族属于黄色人种,具有颧骨高而突起、铲形门齿等体形外貌特征。云南元谋发现的距今 170 万年的猿人化石,是目前所知我国最早的人类活动遗迹。值得注意的是,由猿到人漫长进化历程的每个环节都在中华大地上找到了较为典型的文化遗存依据。这些文化遗存也为当代旅游业的发展提供了较为丰富的资源,尤其值得注意的是,举世闻名的周口店北京人遗址在 1987 年底被联合国教科文组织列入“世界文化遗产”清单。

除考古发现外,中华民族还世代流传着黄帝在涿鹿打败蚩尤、神农尝百草等远古传说,黄帝和炎帝被认为是华夏民族的人文初祖。这些传说为我们发展旅游业提供了极宝贵的资源,其中更不乏近些年来十分兴盛的时尚旅游热点。如陕西黄陵修建的中华第一陵——“黄帝陵”,每年清明节都要举行盛大的公祭活动,成为当地发展旅游业的重要品牌和平台,此外,还有黄帝祠、蚩尤三寨、蚩尤坟等。

二、先秦:中国文化的奠基期

中华文明从公元前 21 世纪到秦始皇统一中国以前的时期,称为先秦时期,包括夏、商、周三代,其中周又分为西周与东周两段,东周又细分为春秋、战国两个时期。一般认为先秦时期是中国文化的奠基期。

大约创始于公元前 21 世纪的夏王朝是中国古代的第一个朝代,相传是禹的孙子所建,但人们对夏王朝是否存在尚有争议。有不少考古学家认为传说中的夏朝初期,属原始文明的新石器时代晚期。我们认为,夏代基本上是石器时代到奴隶社会的过渡阶段。公元前 16 世纪,商汤推翻夏朝末代君王桀,建立了商朝。敬仰鬼神是商文化的重要特点,明显带有原始文明的痕迹。

至公元前 11 世纪,周武王打败商朝末代暴君纣王,建立周朝,史称“汤武革命”。与商代不同,以人为本是周文化的重要特点。周代杰出的政治家周公(周武王之弟)订立了许多重要的典礼制度,尤其是以嫡长子继承制为核心的宗法制,奠定了中国古代数千年世俗化君主统治的根基。公元前 722 年,周平王迁都洛邑,中国历史由西周进入东周时期,即著名的“春秋”“战国”时期。

中央王朝衰弱、地方诸侯争霸是春秋战国时代的重要特征。与之相适应,出现了诸多大学者开宗立派、创制并传布各自思想的局面,出现儒、法、道、墨、阴阳等学派。“诸子百家争鸣”成就了中国传统文化的第一次思想大碰撞,对中国文化后来的嬗变

有深远的影响,也为我们留下了丰富的旅游资源。如山东曲阜的孔府、孔庙、孔林,河南安阳的殷墟遗址更在 2006 年底被列入《世界遗产名录》。殷墟出土的“甲骨文”,不仅是学者们研究中国先秦历史的重要资料,也成为当地发展旅游业的特色品牌和标志。此外,伟大爱国诗人屈原的故乡湖北秭归以及湖南溆浦(屈原流放地)、岳阳(屈原投江地)三地,近年来通过举办“屈原文化节”等形式,联手打造“屈原旅游文化圈”,成为发挥区位优势、开展旅游开发合作的典范。

三、秦汉:中国文化的形成期

公元前 221 年,秦王嬴政统一中国,史称“秦始皇”。中国历史上第一个君主集权的统一帝国——秦王朝由此而诞生。秦朝统治阶层极为残暴,不久即被农民起义推翻。取而代之的是刘邦建立的汉王朝。虽然汉王朝因王莽改制而分为西汉、东汉,但不可否认,在延续 400 年左右的秦汉时期,统一是永恒不变的主题。文化的发展无疑也凸显出这一主题。

秦汉时期是中国文化发展进程中当之无愧的统一和形成期。毫不夸张地说,文化的统一几乎贯穿秦汉社会演进的整个过程。秦始皇不仅用秦小篆统一了中国文字,而且统一了车轨和度量衡,进而统一了各地的教育教化模式,使中华文明第一次出现“书同文、车同轨、度同制、行同伦”的局面。此外,秦始皇的“焚书坑儒”、汉武帝采纳董仲舒的建议“罢黜百家、独尊儒术”,皆是文化专制主义举措,但统一思想的目的也极为明确。

整体上看,正是在秦汉时期,中华文明开始作为一个范围明确而统一的文化体屹立于世界的东方。英文的“CHINA”即与“秦”有着千丝万缕的联系。“汉文明”也成为中华文明的代称之一。至今国际上仍将研究中国文化的学科称为“汉学”,将研究中国文化的学者称为“汉学家”。秦汉的统一和兴盛也为我们今日发展旅游业留下了不少宝贵的财富。陕西有举世闻名的秦始皇兵马俑;汉代的“马踏飞燕”更成为整个中国旅游的标志;长沙马王堆出土的金缕玉衣、内蒙古呼和浩特市郊的昭君墓等,也都分别是当地极具品牌价值的旅游资源。

四、三国两晋南北朝:中国文化的融合期

秦汉王朝后,中国进入三国两晋南北朝时期,分裂和割据是这个时期的主要特点。政治上长期的分裂和割据为这一时期文化的多元发展创造了条件,秦汉时期形成的全方位统一局面被打破。在思想文化方面,道教、佛教的兴起并和儒学、玄学的竞争与整合,是这一时期思想文化发展的主线,自先秦的“诸子百家”之后,中国文化在时隔数百年后又进入了另一个思想争鸣的多元时代,对中国传统文化的拓展和升华有极为深

远的影响。

与此同时,中原汉族农耕文明与北方少数民族游牧文明长时间的碰撞和融合也是这一时期极为鲜明的文化特征,对中国文化发展的进程有决定性的影响。所谓“五胡乱华”,正是这一时期北方少数民族入主中原的写照。由于北方长期的战乱,致使原居此地的汉族南迁到南方的汉族政权控制区,形成了中国历史上第一次大规模的人口迁徙,对于江南地区的开发起到了至关重要的作用。

三国两晋南北朝时期中国传统文化的拓展和融合进程,体现出相当明显的多元和开放特征,为我们今天发展旅游业提供了相当丰厚的资源。以成都为中心的“三国蜀文化旅游圈”是当地长盛不衰的旅游热点,湖北赤壁市近年来举办的“三国赤壁文化旅游节”、浙江绍兴的“王羲之与兰亭”、云冈石窟、河南巩义市的北魏石窟寺等,都是闻名遐迩的特色旅游品牌。

五、隋唐:中国文化的成长期

隋唐时,中国文化的发展进入了成长期。隋朝虽是中国历史上最短命的封建统一王朝之一,但在文化发展上,却是科举制和大运河两大标志性文化事件的起点。大运河的开凿虽然是隋炀帝贪图享乐而不顾民生的劳民伤财之举,也是最终导致隋朝迅速灭亡的重要因素之一,但从长期的历史发展看,大运河成为沟通中国南北的水运大动脉,对南北经济、文教的发展有重大的推动作用。

李唐王朝虽是汉族政权,却有西北少数民族的血统,再加上有较开明的君主统治和强盛的国力为保障,使中国文化在这一时期出现了大气磅礴、兼容并包之势。开放与包容成为隋唐时期中国文化发展的主题。佛教、道教文化与儒家文化长期并行和兼容,中华文明与域外文明的交流互动,“以肥为美”的审美观,对儒家传统婚姻伦理观念的突破等,皆是隋唐文化开放性和包容性的体现。在文学艺术方面,唐代的诗词和书法更是炎黄子孙引以为豪且津津乐道的文化标志。

大气磅礴、兼容并包的隋唐文化对中国传统文化演进历程的深远影响至今仍随处可见。今日国际上仍将海外中国人聚居的地区称为“唐人街”,即是隋唐文化留下的不可磨灭的印迹。隋唐文化更为我们发展旅游业留下了丰富多样的宝贵资源。诸多的唐代大诗人成为相关地区发展旅游业的支柱品牌,如成都的杜甫草堂、薛涛井,江油的李白故里等。不仅如此,韩愈、柳宗元等唐代大文豪描绘的景致也日益成为重要的旅游资源。尤其是柳宗元的千古名文《捕蛇者说》《永州八记》对于今日永州旅游业的发展起到了至关重要的作用,当地建有柳子庙,每年清明节都要举行公祭活动,柳宗元更被称作“永州文化之概”。此外,“唐代华清宫御汤遗址博物馆”是闻名世界的陕西华清池景区的特色招牌,也是唐文化旅游资源开发的典范模式。

六、宋元:中国文化的成熟期

宋元时期,是中国文化的成熟期。两宋政权在与金、西夏、辽等少数民族政权的对峙中始终处于弱势,但在经济、科技、文教等方面却达到了一个新的高度。

如果说唐文化是以开放和包容著称,那么两宋文化则相对内向而趋于沉稳。以程颐、程颢、朱熹为代表的理学注重纲常伦理道德和自我修身养性,成为宋代主流的标志性思想倾向。精致细腻的精英文化与繁华平易的市井文化齐头并进,是两宋文化的特色。文人及上层社会的诗、词、画、书法皆以雅为特色,宋徽宗本人即是著名的画家。北宋都城汴梁是当时世界上最大的都市,在画家张择端的举世闻名的《清明上河图》中,我们可以看到宋代都市平民的普通生活百态。市井文化中流行的民间曲艺和地方戏,是不可忽视的文化现象。

中国传统文化在两宋时代的成熟和精致期同样为我们今天的旅游业发展储备了多种多样的资源。欧阳修、苏东坡、范仲淹等宋代大文豪皆蕴藏着丰厚的旅游价值内涵,如四川眉山的三苏祠,因范仲淹名文《岳阳楼记》而名垂千古的岳阳楼等。

七、明清:中国文化的巅峰和衰落期

明清是中国文化的巅峰和衰落期。人口明显增长和生产水平大幅提高是明清社会的显著特征。尤其是在清代康熙、雍正、乾隆三代君主的开明统治下,中国社会出现盛世局面,史称康乾盛世,其GDP已占到全球的近1/3,清帝国当之无愧地成为当时世界上的“超级大国”,傲然屹立于世界东方。在文化方面,对中国传统文化数千年发展历程进行系统的大规模总结是明清两朝最大的文化成就。明成祖朱棣下令编纂的《永乐大典》,搜集了大量的传统文献典籍,是世界上最早的一部大型百科全书,清朝统治者不仅组织编纂了著名的《康熙字典》,更是动用了大量的人力物力,耗费数十年时间,编纂了《四库全书》,至今仍是学者研究中国传统文化的重要资源。

明清文化的另一特点是官方统治者走向极端的文化专制政治。科举考试的“八股文”、不时兴起的“文字狱”都是明清统治者实行文化专制政策的体现,理学被推上了神坛,读书人在“文字狱”横行的清代乾隆、嘉庆两朝,大多埋头于与政治关联甚少的文献整理和考据中,形成了独树一帜的“乾嘉朴学”。

另一方面,随着生产力的发展、人口的膨胀,资本主义生产方式开始在中国民间社会(尤其是江南一带)萌芽。与之相适应,市民文学尤其是长篇小说的空前繁荣与精英文化的专制和沉闷形成了鲜明的对照,也为我们今日留下了一笔丰富的文化遗产。

明清两朝距今较近,今日与明清两朝密切相关的旅游资源举不胜举。最为著名且有典型代表性的是明清两朝的皇宫——故宫,不仅有丰富的皇家文物收藏,其皇家园

林和建筑也代表了中国封建文化的最高水准,已是中华文明的一大标志。此外,北京十三陵、颐和园,沈阳故宫以及大部分苏州园林皆是明清文化留给我们的宝贵财富。

八、近现代:中国文化的转型期

1840年的鸦片战争成为中国近代历程的起点,中国文化随之进入转型期。

西方列强的坚船利炮在肆虐中国领土时,也在冲击并震撼着中国人的心灵。中国文化在与西方文化的竞争中大跌,开始了艰难困苦的转型。学习西方成为近代中国文化的主题。概括地讲,近代中国学习西方文明经历了由物质到制度再到精神的演进历程:起初魏源、林则徐等人学习西方先进科学技术,到后来清朝政府仿效西方(包括日本),创制一整套西式学堂教育体制,再到精英读书人学习包括马列主义在内的西方社会科学理论和文化精神。这一过程正符合文化由低到高、由浅入深的四层级结构,这一过程至今仍在进行,而如何将学习西方与保存和传承中国传统文化的精髓相结合,则是摆在我们面前的一道重大的历史课题。

近现代文化与当代中国联系得更为紧密。曲折而艰辛的文化转型历程为我们今日开展旅游业提供了具有爱国主义教育价值的资源,如广州虎门炮台、英法联军火烧圆明园遗址、武昌起义纪念馆、南京中山陵等。近些年来,以中国共产党领导中国革命为主线的“红色旅游”在党和政府的大力提倡和扶持下,成为日渐升温的旅游主题,如“延安革命圣地游”“井冈山红色旅游圈”、八一南昌起义纪念馆、广安邓小平纪念馆等,不仅可以带动革命老区的经济发展,而且成为弘扬革命先烈精神、传承优良革命传统的最佳教育基地。

第三节

中外文化交流

博大包容是中国文化的典型特征之一。正因博大,中华文明才能在面对外来文明冲击时,保持旺盛而坚韧的生命力,成为四大文明古国中唯一没有完全中断过、一直延续至今的文化系统;正因包容,中华文明才能在数千年演进历程中以极大的胸怀吸纳域外文明的精华,将其融入自身的血液中,并进而开放性地走向世界,使整个世界文明的演进历程深受其益。中外文明在互动交流过程中,激荡出许多璀璨夺目的火花,也为我们今日发展旅游业留下了极为丰厚的财富。

一、汉—唐：中外文化的第一次交流期

中华文明与外来文明的第一次大规模交流发端于汉代。汉王朝与匈奴的关系是贯穿整个汉代政治与文化的主题,其中最有代表性的事件即是张骞出使西域。众所周知,汉武帝派遣其随身侍从张骞两次出使西域,主要是出于政治和军事上的考虑,意在制约匈奴。但两次出使的政治意图都没有实现,反而在文化交流上取得了相当丰硕的成果,第一次沟通了中原与西亚,开辟了举世闻名的“丝绸之路”。今天陕西省城固县兴建的张骞纪念馆正是当地重要的旅游资源。

佛教的传入是汉唐时期中外文化交流史上具有标志意义的主线。中华文明以其博大的胸怀开放性地吸收佛教文化资源,从此以后,佛教文明的中国化进程一直推动着中国文化的进步。不仅如此,中华文明在创造性吸纳佛教文明的同时,还将中国化的佛教弘扬开来,为佛教文明的世界化、全球化进程添砖加瓦。从玄奘西游到鉴真东渡,正是这一“吸收—弘扬”进程的缩影。前者在唐初到天竺(古印度)研习佛学,归国时带回梵本佛经 600 余部,一生致力于翻译梵文佛典。中国高僧鉴真东渡日本,将中国化的佛教以及先进的中国文化传入日本,至今仍被日本人顶礼膜拜,被尊为“日本佛学之祖”。

这一时期的中外文化交流也为我们今日发展旅游业留下了财富。2002 年,玄奘部分顶骨从南京灵谷寺运回西安,成为中外佛教僧众和信徒顶礼膜拜的圣物,更加推动了古都西安旅游业的发展。

二、宋—清：中外文化的第二次交流期

自宋代直至清代前期,中外文化交流有了全新的面貌。如果说由汉到唐,中华文明在与外来文明的交流中基本掌握主动权,那么由宋至清,中外文化交流进程明显出现“权势转移”,主动权逐渐由中方转移到西方手里。

宋代是中外文化交流“权势转移”的过渡。中国“四大发明”中的火药、指南针、印刷术三项皆是在宋代出现了飞跃式的重大发展:北宋时火药被首次运用到战争中;南宋时出现了罗盘,是指南针技术专门运用于航海的标志性事件;北宋的毕昇发明了泥活字印刷技术,大大节约了印刷的人力物力成本,缩短了书籍印刷周期,使书籍真正从权贵阶层走向普通大众。

明清时期,西方传教士大批来华,是西方文明在中外文化交流中正式掌握主动权的开端。与此前汉唐时期外国人为仰慕和观摩中华文明而来华不同,传教士来华是为了“传教布道”,也就是向中国人传播西方宗教文明。为了引发中国人对西方宗教文明的兴趣,明清时期来华的传教士们普遍将当时已占据优势地位的西方科学技术作为