·第 一 章 ·

民俗风情旅游概述

随着世界旅游业成为“早晨八、九点钟的太阳”，民俗风情旅游产品也以独立的资格和奇特的风采昂首进入旅游市场。但是，由于旅游事业本身过于年轻，由于民俗风情旅游的钟爱者们忙于享受“异乡情调”或经营“万种风情”，因此，人们尚未来得及理论何为民俗风情旅游。于是，本章的好奇心便在于：对民俗风情旅游的概念、特点和意义等等，作出初步的界定、归纳和描述。

第一节　民俗风情的涵义、特征和价值

一、民俗风情的涵义

民俗风情，也称风俗民情、风土人情。从词形上看，它们三者中间字词的搭配有所不同。从词义上讲，关键在于把握“民俗”和“风俗”。因为，这里的“风情”、“民情”、“人情”与“民俗”、“风俗”基本同义，而“风土”也指风俗以及风俗形成的自然条件和造成风俗地域差异的因素。

我国是世界文明古国之一，有着丰富而优秀的古籍文献。关于“民俗”和“风俗”，作为单词，很早就出现在古代汉文文献

需要全本请访问 www.ertongbook.com

中。《周礼》载：“俗者习也，上所化曰风，下所习曰俗。”《礼·缁衣》载：“故君民者，章好以示民俗，慎恶以御民之淫，则民不惑矣。”但严格说，这与后来的“民俗”和“风俗”有较大的差距。

1846 年，英国考古学家汤姆斯（W·J·Thoms）用萨克逊语的两个词 Folk（民俗）和 Lore（旧传）组合成 Folklore，意为民众旧传、民众的知识。

稍后，日本人将这个 Folklore 翻译为“民俗”。

本世纪二十年代，在北京大学《歌谣周刊》上，一些东渡归国的学者，时而直接用“民俗”一词，时而又用“风俗”一词表达同样意思。民俗与风俗成了一对大致能够互释的同义词。

历经变化和发展，今天，“民俗”这个国际学名的涵义究竟又该怎样诠释和约定呢？

《大英百科全书》说：民俗，是普通民众始终保存的、未受当代知识和宗教影响的，以片断的、变动的或较为稳固的形式继续存在至今的传统信仰、迷信、生活方式、习惯及仪式的总称。民间故事、传统歌谣、谚语及起初被排斥在外的物质文化的某些方面也属其范围。①

美国（新时代百科全书）云：大多数人类学家、民俗学家所使用的术语“民俗”（Folklore），包括保存在口碑传承中的信仰、俗语、诗歌、民歌、民谣、故事、谚语和谜语等。这一术语可以扩大到包括那些通过非正规方式，即没有受到书本影响与正规训导而一代又一代传承下来的民间舞蹈、民间工艺和民间技艺以及

① 鲁男译：《民俗学》（译自《ENCYCLPAEDIA BRITANNICA》1974 年版），载《民俗学讲演集》，书目文献出版社，1986年。

礼仪习俗等。[①]

《中国大百科全书》云：Folklore 的早期含义是指民众的知识或学问。它的内容包括传统的风俗习惯、信仰、民间故事、歌谣、谚语等。随着时代的发展，其范围越来越广泛，今天在有些国家已经扩展到全部的社会生活和文化领域。[②]

明确了“民俗”的内涵和外延，再明确一下“民俗风情”中的“风情”是“民俗”的诗化和叠用强调，现在，我们可以说：民俗风情是指一个民族或地区的人们，在文艺、语言、信仰、服饰、饮食、居住、娱乐、节庆、礼节、婚恋、生丧、交通以及生产等方面，民间所特有并广泛流行的喜好、风尚、传统和禁忌。

二、民俗风情的特征

民俗风情有不少自身的特点、特性，但主要的特征有：

1. 民族性、地方性

民族形成的上限，最早可以追溯到原始社会的末期。从那时起，人类就全都分属于不同的族群。这样，作为一个群体的一种约定俗成、传承的共同行动，民俗风情不可能不打上民族的烙印。正是在这个意义上，我们完全赞同“任何民俗都是民族的，超民族的民俗是没有的”[③]观点。不仅如此，民俗风情的民族性还表现在另外一个方面，即一个民族历史越悠久、文化越传统，其民俗风情就越浓郁和独特。

① 程德祺、吴朝阳译：《民俗学》（译自《New Age Encyclopaedia》1979年版），载《民俗学讲演集》，书目文献出版社，1986年。

② 钟敬文：《民俗学》，载《中国大百科全书》（民族卷）第301页，中国大百科全书出版社，1986年。

③张紫晨：《中国民俗的特点》，载（民俗学讲演集》，书目文献出版社，1986年。

常言道：“一方水土一方人。”这其中也包括一方水土造就一方民俗风情的含义，而既然水土（自然环境）是一定的，那么它所孕育的民俗风情，也就不可能不带有一定的地方色彩。这便是“十里不同风、百里不同俗”的原由，也是民俗风情因地方（地理环境）的不同而具有较大差距的原因所在。需要指出的是：越是环境特殊或封闭的地方，当地的民俗风情就越可能别具一格或独树一帜。

2. 丰富性、多样性

全世界有两千多种民族，其中，不少民族还有两个至几十个不等的支系；全球划分为两百多个国家或地区，其中，每个国家或地区的内部又划分有若干行政区；地球可供人居住的除了平原外，还有山地、草原、盆地、高原、岛屿及河谷两岸；“人类的家园”依照纬度等的不同，还有热带、温带、寒带以及多种气候类型之分。

于是，世界上便出现了数以千计的民族语言和地方方言；出现了数不胜数的民间歌谣和地方风物；出现了千姿百态的民族服饰和地方民居；出现了绚丽多彩的婚恋方式和民族节日；甚至连人本身的肤色、气质、性格、兴趣都因此而变得多样而复杂。

这还不够，如果再展开“风俗习惯常常是一个民族一种”①和“十里不同风、百里不同俗”的话，那么，众多的民族、若大的世界，单在民俗风情的一个小的方面——待人接物，就存在着上千种方式，衣食住行各方面的情况也同样如此，因此，民俗风情的丰富性和多样性是勿庸置疑的。

3. 大众性、传播性

民俗风情的产生，一开始可能是社会上层的倡导或个人的发

①周恩来：《关于我国民族政策的几个问题》，《民族研究》1980年第一期。

起，也可能是社会下层的创造或少数人的引领，但必须得到社会的认可和众人的仿效，最后才可能蔚然成“风”。

民俗风情“在时间上是传承的，在空间上是扩布的”[①]。时间上的传承，说的是各个民族和地区的人们纵向的世代传播；空间上的扩布，指的是不同民族和地区的人们横向的相互学习、影响和渗透。

正因为民俗风情具有大众性和传播性，所以，我们才不难理解为什么它们会具有顽强的生命力，为什么它们的具体内容存在着优胜劣汰。

4. 时代性、稳定性

用历史的眼光看，民俗风情也有一个推陈出新的问题。即随着时间的的推移、社会的发展和人们价值观念的变化，有的民俗风情会渐渐消失，新的民俗风情会慢慢形成。一般说来，被淘汰和放弃的往往是些与时代相悖的陋俗；被认可和接受的则往往是具有革命意义、科学道理和时代风尚的良俗。这是一个方面。

另外一个方面，民俗风情从开始萌芽到最后形成，一般都需要一个较长的时间过程，而一旦形成气候，便具有长时期的稳定性。有不少根深蒂固、深入人心的民俗风情，历经几十代人甚至几百代人的传承，至今仍生机盎然；有一些古老的遗风，在几遭冷遇之后，竟又神奇般地卷土重来。

三、民俗风情的价值

民俗风情，是适应一定的社会生活（首先是物质生活和相应的心理需要）而产生、传播和继承的，同时，它也为孕育它的母

①钟敬文：《社会民俗现象的共同特点》，载（中国大百科全书》（民族卷）第301页，中国大百科全书出版社， 1986年。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

体报效尽力。其主要功能，在于规范和促进人们的社会生活，从而使之巩固、发展或得到调整。①

这里，我们仅想从文化和经济两个方面，展开对民俗风情价值的论述。

1. 文化方面

作为一种文化现象，民俗风情有其特殊的文化价值。

第一，与“阳春白雪”的文化相比，民俗风情确实是“下里巴人”。然而，正因为它“土”，土的彻底、土的让人感到亲切、土的令人觉得稀奇，所以，才更加显现出它的宝贵。人类学界有一个重要观点：THE MORE NATIONAL，THE MORE INTERNATIONAL（越有民族性就越具世界性）。

第二，就内容而言，民俗风情几乎涵容了人类生活的各个领域。在一定意义上说，文化本身的魅力就在于其多元性和丰富性，在于其能够为人们的文化渴望提供多项选择。民俗风情文化不正好具备了这样的条件吗！

第三，许多文化现象可以欣赏、学习，但是不能够直接参与、体验。民俗风情则不然，它的绝大多数内容不仅可以了解观赏，而且可以直接加入体验。人们参与体验的结果，往往会对民俗风情理解至深，并从中获得难得的文化享受。

2. 经济方面

法国前文化部长郎哥曾经断言：“文化是明天的经济。”② 事实上，今天，就民俗风情而言，它已经直接、间接地展示了其经

①钟敬文：《社会民俗现象的作用》， 载《中国大百科全书》（民族卷），中国大百科全书出版社，1986年。

② 〔日〕梅泽正：《企业文化论·序》，转引自中国旅游文化学会编《旅游文化研究》第 120 页，中国旅游出版社，1995 年。

济价值。

第一，直接应用、利用民俗风情资源产生经济效益。一方面是有关部门充分利用颇具民俗风情的现成建筑、饮食、歌舞、娱乐等直接创收；另一方面是大力应用民俗风情建立民俗村、民俗宾馆、风情园、风情微缩景区等直接创汇。

第二，间接应用、利用民俗风情资源为地方经济的发展服务。这即有关部门或则利用民族传统节日、民俗艺术节等招商引资、宣传促销以及刺激推动当地经济（特别是第三产业）的发展；或则应用民族形式和特点（如服饰、礼仪）为当地经济活动服务。

第二节　现代旅游的定义、特点和类型

一、现代旅游的定义

旅游是人类社会发展到一定阶段的产物。

据考证，“旅游”一词在中国的出现，既非外来语的汉译，也不是晚近的事情。早在齐梁时沈约（公元 441 年——513 年）的《悲哉行》中，就有“旅游媚年春，年春媚游人”的诗句。稍后，在《全唐诗》里，旅游一词的出现多达 22 次。[①] 只是那时的旅游，乃至近代中国的旅游，尽管已经具有现代汉语中“旅行”、“游览”的意义，但无论是从形式上讲，还是从内容上言，都不能与现代意义上的旅游相提并论。

在国外，旅游一词被广泛使用是在第二次世界大战以后。现

①郁龙余：《〈中国旅游史〉序》，章必功著《中国旅游史》第 2 页，云南人民出版社，1992 年。

代英语中 tourism 这个词汇，出现在牛津词典中是 1811 年的事，以前用的是 travel。而 travel 又是由 travail 转换过来的，其原意是辛苦、劳苦、阵痛和困难。①

我们探究旅游一词的渊源和演变，目的在于说明现代旅游定义与往昔旅游词义的关联和差别，从而更清楚地阐明现代旅游定义本身。我们说“旅游”一词最早见于中国南北朝时期，Tourism 直到 1811 年才被收入权威词典，并不等于说六世纪前的中国和十九世纪前的英国没有旅游活动，也不是说中国古代的“旅游”和西方的 travel 有质的差别，而是要强调：虽然中外历史上很早就出现了旅游活动和“旅游”一词，但是，与现代旅游活动和定义相比，它们显得比较初级和简单。

人们把喷气推进技术在民航中的应用当作丰富而复杂的现代旅游的开端。而正是由于现代旅游活动变得丰富而复杂，所以到目前为止，国内外学术界，对现代旅游定义的看法还莫衷一是，其中，比较有影响的有以下几种：

德国《国家科学词典》云：对旅游“狭义的理解是那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需求，或各人各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往”。②

法国学者让·梅特森说：“旅游是一种消闲的活动，它包括旅行或在离开定居地点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富个人的经历和文化教养。”③

瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫给旅游所下的定义是：“旅游

①参阅田里主编《现代旅游学导论》第 4 页，云南大学出版社，1994 年。
② 转引自田里主编《现代旅游学导论》第 6 页，云南大学出版社，1994 年。
③同上。

是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。”①

世界旅游组织在 1980 年马尼拉会议后，曾经提出要用“人员运动”（movements of persons）取代“旅游”（tourism），其定义是指人们出于非移民及和平目的，或者出于导致实现经济、社会、文化及精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而作的旅行。②

根据上述各家的高论和不足之处，我们可以把现代旅游的定义概括为：旅游是在一定的社会条件下产生的一种经济文化现象，是人们出于和平目的所进行的非定居旅行和暂时逗留而引起的一切现象和关系的总和。

二、现代旅游的特点

现代旅游，既是古代旅游和近代旅游发展的必然，又是以往旅游的飞跃和总结。其特点，除了旅游固有的本质外，还有时代赋予旅游的属性。

1. 暂时性、异地性

无论是哪个时代、哪种类型的旅游，不管游客逗留的时间有多长，旅游活动都是暂时的，都不会导致旅游者“在旅游地定居和就业”。导致人们定居和就业的流动不能被视为旅游。

旅游的地方可远可近，但是，这些地方肯定不能是游客“通常居住和工作的地方”。人们通常居住生活的地方，不但不可能成为主人的旅游目的地，而且正因为有的主人住腻、呆腻了这个

① 转引自李天元、王连义编著（旅游学概论）第 45、46 页，南开大学出版社 1991 年。

② 同上。

地方，才萌发了到异地旅游的动机。

由于现代交通工具、通讯设施和旅游网络的迅猛发展，与往昔的旅游相比，现代旅游更容易迅速地完成空间位置的移动，换言之，即现代旅游更具有明显的暂时性和异地性。

2. 消费性、享受性

任何一个游客，尤其是现代的游客，从他准备出游开始起到整个旅途生活结束，其食、住、行、游、娱、购，无一环节不意味着消费或付出金钱。消费水平的高低可以因人因地有所不同，但完全没有消费的旅游可以说是不存在的。通常说来，旅游的消费要比一般的生活消费更高级、更大方。

实践证明，人类为了生存，首先必须满足衣、食、住三大方面的基本需求。因此，超出这些生存需求的生活就具有享受性。旅游是“以游览、消遣、疗养、求知等为主要目的”的活动，是人们的生活资料已经得到满足，进而追求享受的结果。一句话，旅游就是一种享受。

随着社会经济和文化的不断发展，随着旅游基础设施和条件的不断完善，今天，不但旅游的消费水平越来越高，而且旅游的享受本质也越来越强。

3. 综合性、多样性

现代旅游从结构上看，有食、住、行、游、娱、购六大要素；从牵涉面看，涉及政治、经济、文化、教育、科学、外交等各个领域。在整个旅游活动过程中，任何单一的要素和方面都不能构成旅游，只有几个要素综合为一个整体，才能形成旅游；也只有交通、能源、通讯、商贸、金融、安全等部门与旅游部门携手联袂，旅游业才得以生存发展。

如今的旅游，根据不同阶层、不同层次、不同职业旅游者的旅游形式、方法的不同追求，已经发展成为数十种种类。历史上

那种内容比较简单的单一性旅游，已逐渐为内容比较复杂的复合性旅游所代替。

如果说“多层次、全方位、网络状”① 是对旅游综合性的另外一种表述的话，那么，“多项选择”应当是旅游多样性为游客准备的一份厚礼。

4. 大众性、持久性

旅游已成为现代社会中人们生活方式的一项基本内容。许多经济发达的工业化国家或地区，从 60 年代起，平均每年外出旅游多次的人数一直在急剧增加。目前，英国平均每年外出旅游 3——4 次的人约占全国人口的 55%；法国平均每年外出度假 3——4 次的人也占到全国人口的 45%；在瑞典，这种比例已达 75%；在美国，1987 年仅国内旅游就达近 12 亿人次，相当于本国人口的 5——6 倍。根据前联邦德国旅游研究所的调查，在西德人的基本生活要求中，第一位是吃穿，第二位是住房，第三位是旅游，第四位是汽车。由此可见，旅游正在从人们的奢侈品演变成必需品，② 旅游已经从“少数人的行动”演变成“大众的行为”。

传统产业大都存在着周期性的产业更迭或产业结构调整问题，一些曾经独领风骚的产业，经过一定时期的发展，必然为技术更先进、效益更丰厚的新产业或新结构所代替，必然从昔日的“朝阳状态”走向“黄昏”。而旅游业却不一样，一旦进入“朝阳状态”，就始终不肯“西斜”。因为人们的旅游需求只会伴随经济和社会的发展而不断增长。劳动生产率越高，科学技术越进步，

①王正华主编：《新编中国旅游必读》，第 5页，百家出版社，1994 年。

② 参阅李天元、王连义编著《旅游学概论》第 30 页，南开大学出版社，1991 年。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

人们闲暇的时间就会越多，旅游需求就越大；经济越发展，人民生活水平越高，旅游这种生活方式就会越来越广泛地进入寻常百姓家，顺应这种市场需求的现代旅游业就会越来越得到发展。①

三、现代旅游的类型

不同的旅游动机，不同的旅游资源，不同的旅游经营方式，决定了现代五花八门的旅游类型。其中，主要的有如下十种分类法分出的若干种类型：

按旅游者的主要目的划分，有观光旅游、度假旅游、文化旅游、宗教旅游、探险旅游、公务旅游、购物旅游、娱乐旅游等等。

按旅游资源的特征划分，有山水风光游、历史古迹游、阳光海滩游、民俗风情游、地热温泉游、建筑园林游、草原森林游等等。

按旅游者活动的区域划分，有国内旅游、国际旅游、短程旅游、长途旅游等等。

按旅游者的意识特征划分，有全意识的自觉旅游和半意识的捎带旅游等等。

按旅游者的年龄划分，有儿童旅游、青年旅游、中年旅游、老年旅游等等。

按旅游者的费用来源划分，有自费旅游、公费旅游、社会旅游、奖励旅游等等。

按旅游者的支出费用水平划分，有豪华旅游、普通旅游、经济旅游等等。

①参阅孙纲《建立社会主义市场经济体制必须进一步重视发展旅游业》，载《中国旅游年鉴》1994年。

按旅游者的组织方式划分，有团体旅游、结伴旅游、家庭旅游、个人旅游等等。

按旅行游览的交通方式和交通工具划分，有乘飞机、乘轮船、坐汽车、坐火车、骑马、骑自行车以及徒步旅游等等。

各种人为设计组合的专项旅游：如中国的“丝绸之路游”、“三国故道游”、“哈尔滨冰灯游”、“吐鲁番葡萄节”等等[①]。

值得我们注意的是：今天的旅游，尽管人们每次都有一个旅游主题——主要游览项目，但是，在实际活动中，他们并不排斥其他内容，有的甚至还追求多种主题。这样，以上各种旅游类型，具体到每一次旅游活动里，就可能出现交叉并存的情况，就可能难于实现“独尊”和“纯粹”。

第三节　民俗风情旅游的概念、特征和影响

一、民俗风情旅游的概念

民俗风情旅游已经是一个客观存在。

纵观人类旅游史，我们不难发现：几乎所有的旅游行为都离不开所到地区的民俗风情。翻开国外报纸的旅游版面，我们能够看到：Folklore Tour（民俗旅游）、Ethnic Group（民俗旅游团）等旅游广告。80 年代前联邦德国的旅游促销主题之一，就特别强调其“充满浪漫情调的民俗风情”；90 年代初泰国印制的旅游宣传小册子，其标题干脆就叫“异国情调的泰国”；我国继成功举办’92 中国友好观光年“西南少数民族风情游”后，去年又隆

①参阅：徐堃耿主编《导游基础知识》第 2、3 页，旅游教育出版社，1990 年；田里主编《现代旅游学导论》第 21、22 页，云南大学出版社，1994 年。

重推出“’95 中国民俗风情游”。由此，民俗风情旅游的重要性可略见一斑。

但是，无论是国内学术界，还是国外学术界，对民俗风情旅游（Foklore Tourism），至今尚未作出一个严格的统一的界定。

在前面对“民俗风情”与“旅游”概括和诠释的基础上，结合民俗风情旅游的现实，我们试对民俗风情旅游作这样的定义：所谓民俗风情旅游，是指人们以观赏、了解、领略、参与风土人情为主要目的的旅行和暂时逗留中所进行的物质与精神活动的总和。

民俗风情旅游，从性质上说，属于文化旅游（Cultural Tourism）的一种。文化旅游的基本含义是“人们通过旅游或在旅游过程中了解和获取知识的活动”。① 除民俗风情旅游外，考古旅游、修学旅游、书画旅游、摄影旅游、宗教旅游、寻根旅游、探秘旅游等专业旅游皆属文化旅游的范畴。

民俗风情旅游，就内容而言，由于其范围十分广泛，方式千差百异而自然丰富饱满。

民俗风情旅游，从类型上说，因旅游者的经济、文化水平不同和旅游意识、目的各异，大致可以分为三种类型：

(1) 参观观赏型：旅游者有意识，而目的仅在于走走看看各种民俗事象，且从中获得知识和享受。

(2) 了解领略型：旅游者有全意识，除观赏以外还要了解风俗民俗的来龙去脉，进而认识它的本质，辨别它的滋味。

(3) 参与体验型：旅游者有强烈意识，对风土人情这个目标，不但要观赏、了解和领略，而且要亲自加入到目标人群的生

①陶汉军：《文化旅游——当代旅游活动的主要趋向》，载《旅游文化》，云南人民出版社，1990年。

活之中，真实地感受“另外一种生活方式”。

此外，民俗风情旅游，根据旅游者的经济实力，可以在享受程度上分豪华、舒适、普通等档次；根据旅游者的文化修养，可以在感受程度上分深刻、良好、一般等层次；根据旅游者的个性特征，可以在旅游时间上分长、短，在旅游方式上分结伴、只身以及航空、徒步等类别。

最后，需要强调指出的是：无论是研究者，还是经营者，都不能忽视那些对民俗风情只有少许意识或主要目的不是领略民俗风情的游客，因为尽管他们的旅游活动目前尚不能纳入“民俗风情旅游”的规范，但是今天的“零星意识”和“次要目的”，或许明天就成为“完全意识”和“主要目的”；甚至不能忽视那些对民俗风情毫无意识的游客，因为随着现代旅游活动的多样化、综合化，很难说在不久的将来，民俗风情不会成为他们的捎带旅游项目和多重旅游目的中的一个。

二、民俗风情旅游的特征

作为一种专门旅游，民俗风情旅游除了具备旅游的共性和文化旅游的一般性外，还具有自身的个性，由它们一同构成的民俗风情旅游有如下特征。

1. 神秘性、审美性

对于游客来说，奇风异俗本身就是一种陌生、神秘的知识和力量，观赏、了解、领略、参与这些奇风异俗的过程，不仅可以满足人们的求新、求奇心理，可以激发人们的求知欲、探索欲，而且还可以在“谜底”被一层层揭开的过程中增加人们的知识，开阔人们的眼界。

旅游是一种寻找美、感受美的活动，审美追求是旅游者的普遍动因，审美活动贯穿于旅游的全过程和渗透到旅游的一切领域

之中。[①] 民俗风情旅游，从主体旅游者来说，虽然各人选择的类型和方式有较大差异，但归根结底都是为了获得身心的愉悦，即获得最大的审美享受；从客体旅游资源来看，民俗风情旅游资源是真、善、美的载体。如果说碧海金沙令人心旷神怡、流连忘返的话，那么，民俗风情则给人真切、热情、多姿、绚丽的感受；从媒体旅游业来讲，最基本的一个理由为：导游就是一座民俗风情游客发现、感受“民纯俗美”的桥梁，尽管这里的导游可能不一定是实地口语导游，而只是声像导游或者一本书籍。

2. 乡土性、社会性

这里的乡土性，一方面指民俗风情旅游资源具有浓郁的地方民族特色，另一方面形容民俗风情旅游环境更多地属于田园牧歌式，而民俗风情旅游者所获得的感受多朴实和自然。

假如我们把海洋旅游看作是人与大自然的亲近，把宗教旅游看作是人与上帝的对话，把森林旅游看作是人对树木的访问，把探险旅游看作是人对生命的超越的话，那么，我们为什么不能把民俗风情旅游看作是人与人的亲近，人与人的对话，人对人的访问，人对异化的超越呢！事实上，在众多的旅游类型当中，民俗风情旅游的确是与人交往最多、最富有人情味的一种。

3. 参与性、原则性

由于风土人情是一个地区或民族的人们生存环境、生活方式的一种反映和表现，民俗风情旅游资源基本上都保留在现实、具体的人们生活之中，人们创造了民俗风情又代表着民俗风情，人们掌握着大量的民俗风情旅游资源，其本身也是一种民俗风情旅游资源，因此，这就决定了民俗风情旅游可以观看、欣赏，但更需要参与、体验。一般说来，可供观看、欣赏的民俗风情旅游景

① 参阅田里主编《现代旅游导论》第 17、18 页，云南大学出版社，1994 年。

观往往是些表层的、浅显的或经常发生的，而需要参与的民俗风情旅游内容则多为内在的、深刻的或间歇出现的。

俗语说“入境问禁”“入乡随俗”。这不仅是民俗风情旅游者必须遵循的原则，而且也适用于其他类型的旅游者。民俗风情旅游，特别要求游客尊重旅游地区人们的风俗习惯。因为人们常常把游客对他们的风俗习惯的尊重看成是对他们本身的尊重，把游客对他们的风俗习惯的轻蔑看成是对他们本身的轻蔑。

4. 苦乐性、发展性

不少旅游活动都是艰苦或十分艰苦的。但也正因为不容易或十分困难，一些人才对自己的旅游经历记忆犹新、回味无穷。就观光旅游而言，“世之奇伟、瑰怪、非常之观，常在于险远”，故精采的观光、需要付出艰辛。就民俗风情旅游而论，虽然大多数资源体不在险要之地，然而，许多资源，特别是奇特、神秘的资源，要么处于比较封闭的地理环境之中，要么存在于人们的内部生活和精神世界之中，所以，无论是徒步，还是深入异乡，都可能较为艰苦，可能遇到困难。而只要这些艰苦和困难，是客观存在的而不是服务不周导致的，那么，一旦旅游结束，它们就会变成宝贵的财富。

我们说民俗风情旅游已以独立的资格和奇特的风采昂首进入了旅游市场，但这并不等于说民俗风情旅游已炉火纯青，也不等于说民俗风情旅游产品已供不应求。相反，由于民俗风情旅游需要旅游者的经济文化，尤其是较高的文化水平支持，由于民俗风情旅游产品还未实现丰富多样化，因此，目前作为一种专项旅游，民俗风情旅游还属于“年轻中的更年轻者”，还较为幼稚和初级。然而，随着社会经济文化的进一步发展，特别是人们文化素养的提高，随着民俗风情旅游资源的进一步开发和利用，民俗风情旅游一定会为越来越多的旅游者所喜爱，一定会越来越成熟

需要全本请访问 www.ertongbook.com