

第一章 总 论

观乎人文以化天下。

——《周礼正义》

旅游作为一种社会现象很早就在中国出现，但旅游作为一种产业在中国形成却是本世纪 70 年代末、80 年代初的事情。旅游文化概念的提出以及将旅游文化作为一门学科就其内容、特点等诸方面进行探讨 则到了 80 年代初期了。本章主要对旅游文化的概念、旅游文化的内容和特点、研究中国旅游文化的指导思想和现实意义以及中国旅游文化的发展方向等问题展开阐述，以期勾勒出旅游文化作为一门学科的整体框架。

第一节 旅游、文化和旅游文化

旅游文化首先是一种文化现象。它以一般文化的内在价值因素为研究依据 同时又与旅游活动密切相关。但到目前为止 理论界对旅游文化概念还没有形成较为一致的看法。究其原因，人们对于组成旅游文化的两个核心概念——“旅游”和“文化”的理解并不一致。

一、关于旅游

旅游是人类的一种社会活动方式。旅游活动在我国很早就出现了。《诗经》、《礼记》、《战国策》等典籍中已有旅游方面的词汇；到了唐代“游子”、“游艺”、“游奕”、“游僧”、“游侠”、“宦游”、“优游”、“神游”等颇具旅游意义的词语已相当普遍地出现在史书、诗

词中。据范能船先生考证,我国最早把“旅”和“游”二字连用是在南朝梁诗人沈约的《悲哉行》一诗:

旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂彩,和露晓凝津。时嚶起稚叶,蕙气动初蘋。一朝阻旧国,万里隔良辰。

唐宋以后,在诗人韦应物、张籍、白居易、刘沧等的诗章中已广泛使用“旅游”一词。可见,当时旅游已成为一种为广大仕人、学子、士大夫等地主官僚阶层所喜爱的一项活动,并已体现出较为明显的游览风光、愉悦性情、增长见识的功利性特色。

与中国旅游活动的开展几乎同步,西方世界关于旅游活动的记载也屡见于史册。但是,由于科技不够发达,交通工具落后,经济发展水平不高等多种因素,直到20世纪中期以前,世界旅游还停留在初步阶段,属于传统旅游时期。第二次世界大战以后,随着科技进步、经济发展,世界各国各民族间的交往日益频繁起来,大众旅游的形势开始形成,旅游进入它的现代时期,旅游业也成为许多国家一项重要的经济产业。旅游业的发展推动了旅游理论方面的研究的进一步展开。

学术界目前通行的关于“旅游”的概念不下十余种,综合起来,又都侧重于三个主要方面。

第一,强调动机。认为旅游活动“在于消遣、休息或为了丰富其经历和文化教养”。

第二,突出时间。认为旅游是“旅客在某个国家逗留时间至少超过二十四小时”的旅行活动。

第三,重视空间。认为旅游是“离开定居地点到较远的地方逗留”。②

① 见《沈隐侯集》卷二。

② 参见白槐主编:《旅游文化论文集》第54页,北京,中国旅游出版社,1991。

作为历史唯物主义者 我们在理论研究上 既要重视客观历史现象，又要合理地吸收中外理论研究的优秀成果。既不要不顾中国社会主义的旅游特色，又必须重视旅游活动诸要素间的关系。因而 我们认为 旅游是一种客观存在的社会活动 具有悠久的历史传统。现代意义上的旅游是以游览、消闲、商务、求知等为出发点，在一定时间内离开居住地到异地旅行的人的行为。旅游活动在我国具有十分丰富的文化内涵。

二、关于文化、旅游文化

目前 国外关于文化概念的表述有 250 种以上，其中有代表性的有以下几种：

（一）“在心理学及大部分社会学之外 存在着另外一类人类行为的决定因素 这就是传统的风尚习俗、典章制度、工具、哲学、语言等等 这些我们统称为文化。”

（二）“由后天被造成的 成为群体成员之间共同具有且被保持下来的行为方式。”

（三）“文化 是社会和人在历史上一一定的发展水平 它表现为人们进行生活和活动的种种类型和形式，以及人们所创造的物质财富和精神财富。文化这个概念用来表明一定的历史时代、社会经济形态 具体社会、民族和民族的物质和精神的发展水平 以及专门的活动或生活领域。”

这些定义或失之宽泛，或失之片面，或把文化与文明混为一谈。我们觉得，世界上每个民族都有他们自己特有的生活方式和

① [美]怀特著：《文化科学》第 69 页 杭州 浙江人民出版社，1988。

② [日]祖文江孝男著：《简明文化人类学》第 37 页 北京 作家出版社，1987。

③ 《苏联大百科全书》人民出版社 1973 年版“文化”条。

思维模式，对于文化内涵的理解也自然会有所差异。中国历史上下五千年，一切物质和精神文明的积淀都是人类文化宝库中的精华。基于此，我国著名学者梁漱溟先生认为：“所谓文化不过是一个民族生活的种种方面，总括起来，不外三个方面：（一）精神生活方面。如宗教、哲学、科学、艺术等是；（二）社会生活方面。我们对于周围的人——家族、朋友、社会、国家、世界——之间的生活方法，都是属于社会生活一方面。如社会组织、伦理习惯、政治制度及经济关系是；（三）物质生活方面。如饮食起居种种享用，人类对于自然界求生存的各种是。”^①所以，现在理论界比较侧重于从物质、精神、社会（或意识）三个层面来理解文化的内涵。问题的关键是，怎样区别历史文化遗存与当代旅游的关系。如果所有的物质和精神产品、意识形态的物化和非物化形态都属于旅游文化范畴的话，那我们就没有必要再开辟一个旅游文化的园地了。这样一来，本章对旅游文化的概念的界定便有了一个合理的出发点。

什么是旅游文化呢？旅游文化就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。^②

这里需要说明的是：

（一）对于旅游文化的研究必须以对一般文化的研究为基础，离开了一般文化，旅游文化便成为无源之水、无根之木。

（二）旅游文化是就一般文化与旅游主体——游客的旅游活动（一般包括吃、住、行、游、购、娱六个方面）联系最密切的角度开辟研究领域的，不能脱离旅游的实际谈论旅游文化。

（三）旅游文化不是对一般文化的简单援引，而是特定历史条

《文化建设与西方化问题讨论集》（下集）第 392 页。

参见白槐主编《旅游文化论文集》，第 21 页，北京：中国旅游出版社，

1991。

件下的发展和繁荣。反过来,旅游文化的研究又在一定程度上丰富了一般文化的内容。

(四)随着旅游业的产生和发展,旅游文化也可以成为一种可以销售的产品,从而创造可观的经济效益。

(五)我国是有悠久历史文化传统的社会主义国家,旅游文化从内容到特点上都有不同于别国的特色。

第二节 中国旅游文化的内容和特点

20 世纪 80 年代以来 中国旅游业迅速发展 创造了较好的经济效益。从表面看来 旅游创汇最直接的来源是饭店住宿业、交通运输业和旅行社的收入 但真正吸引游客到中国来参观、游览或进行商务投资、回乡探亲的是中国数千年的传统文化遗存以及体现了传统文化和现代文明相结合的开拓进取精神和改革开放政策。所以 中国旅游业发展的最主要的依据是中国的传统文化 其次才是现代文明。我们对于中国旅游文化内容和特点的探讨也以此为出发点。

一、中国旅游文化的内容

中国是四大文明古国之一 中华民族尽管在发展进程中 也遭到来自外族和外国侵略的干扰和破坏,但中华文明却始终承传不绝,这与过早衰落或中断的其他三个文明古国形成鲜明对比。20 世纪七八十年代 中国对外开放的大门一敞开 外国人、华侨、港澳台同胞便蜂拥而入。他们无论以何种目的来华,其旅游活动的目的地大多是北京的长城、故宫 西安的兵马俑 敦煌的莫高窟 洛阳的龙门石窟 嵩山的少林寺 苏州、杭州的园林 也有部分人游览五

岳、黄山或桂林山水，体现在这些文物古迹或园林山水中的丰富文化内涵成为游客千里迢迢来到中国的主要动机。事实上，中国传统文化遗存也的确给予游客极大的心灵震撼和精神享受。作为一门学科，中国旅游文化的内容也主要是包括旅游文学、饮食传统、宗教信仰、民俗风情、建筑园林、美术和休闲等在内的文化因素。

（一）自成体系的旅游文学

在旅游文化的大家庭中，旅游文学内容丰富，自成体系。它伴随着旅游活动的出现而产生，伴随着文学艺术的发展而进步。既推动了旅游事业的进步，又促进了文学艺术的发展。所以，它占据了旅游文化特殊的地位。一般而言，旅游文学包括旅游风景名胜传说、游记、记游诗词、碑刻、楹联以及一些专门的旅游著作等。其中，游记和记游诗词是比较重要的部分。而且，在我国许多古老的文学、历史、哲学等作品比如《诗经》、庄子的《逍遥游》中都保存了较为丰富的旅游内容。

（二）独具特色的饮食文化

在游客的吃、住、行、游、购、娱诸项活动中，饮食是一切活动的基础。同时，在我国特定的历史条件下，饮食又有特殊的地位和含义。中华民族，特别是汉民族是一个“无所不吃”的民族。^②中餐菜食的选料、烹制、盛器等都十分讲究，色、香、味、形、器皆佳，令人叹为观止。所以，外国游客在中国旅游过程中，也往往把品尝中国的传统菜食作为他们的旅行目的之一。比如，有些游客在北京除了游览故宫、长城等景点外，专门抽出时间到全聚德品尝北京烤鸭，临回国还要带上几只。当然，在中国饮食大家庭中，饮与食密不可分，酒文化与茶文化中也同样包含了丰富的内涵。

东岳泰山、西岳华山、南岳衡山、北岳恒山、中岳嵩山。

^② 杨乃济：《旅游与文化生活》第1页 北京 旅游教育出版社，1993。

（三）体现中华民族传统信仰、崇拜观念的宗教文化

宗教是一种文化现象，世界各民族的宗教观念又互不相同。落后的宗教观念虽在一定程度上束缚了人们的身心，但也给人类以极大的精神慰藉，并为后人留下了大量的宗教文化遗迹。在中国复杂的宗教体系中，既有土生土长的原始宗教道教，也有外来的世界三大宗教——佛教、伊斯兰教和基督教。民间还存在着其他一些小的宗教。从一定意义上讲，儒教也是一种宗教。由于受到儒家思想出世观念的影响，中华民族才没有形成全民族的宗教迷狂；而外来宗教也由于受到中国固有的儒、道思想的排挤，不得不在传播方式、思想体系上程度不同的改变。河南省开封市有个三教堂，里边供奉着儒、道、佛三教的始祖孔子、老子、释迦牟尼。若果真有神灵的话，在那里进香，大概任何人的任何要求都可以得到满足吧！

（四）我国各民族丰富多彩的民俗风情

俗话说，十里不同风，百里不同俗。中国有 960 多万平方公里的土地，有 56 个民族。地大物博，人口众多，因而形成了千姿百态的民俗风情。中国的传统节庆、服饰、居住、婚丧习俗、民间娱乐等，不仅与西方截然不同，就是在我国内部，古代与近代之间，南北与东西之间，汉族与各少数民族之间，也存在着巨大差异。比如汉族有春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节，少数民族如蒙古族有那达慕大会，维吾尔族和回族有古尔邦节、开斋节（肉孜节），藏族有浴佛节、望果节，彝族有火把节，傣族有泼水节，朝鲜族有九三节，哈萨克族有库尔班节，壮族有歌坛等。每种节庆有每种节庆的特点，每种庆典有每种庆典的仪式，可谓丰富多彩，令人应接不暇。又如，在居住方面，中国北方以土炕为主，黄土高原有传统的窑洞，南方则有冬暖夏凉的竹楼。

（五）有文化凝聚之称的建筑园林

中国古建筑包括宫殿建筑、陵寝建筑、寺庙建筑、民间建筑、工

程建筑等。园林也是一种建筑形式，其中宫殿建筑的代表北京故宫、陵寝建筑的代表秦始皇陵、乾陵、寺庙建筑的代表少林寺、相国寺、灵隐寺，民间建筑的代表北京的四合院，工程建筑的代表北京八达岭古城墙、西安城墙，园林建筑的代表苏州园林、北京的颐和园等，都享誉中国，名震海外。尤其值得一提的是，西安秦陵兵马俑坑被称为世界第八大奇迹，横亘在我国北方边陲的古长城是宇航员从高空能够看到的地球上为数极少的建筑物之一。它们是中国人的骄傲，也是世界文化的精华。

（六）民族传统文化心理和观念的物化形式——美术

美术作品是一个民族传统文化心理、观念、智慧的最直接的物化表现形式。在我国，这些美术作品主要包括书画艺术、雕塑艺术（包括石刻、根雕、泥塑等形式）、陶瓷艺术、刺绣艺术、青铜器及金锡器等。因为它们历史悠久、做工精美、形象传神，备受中外游人的青睐。这些美术作品和现代高科技手段相结合，便可以大批量生产，从而创造出可观的经济效益。

（七）具有丰富愉悦内容的休闲文化

每个民族都有自己特殊的休闲方式，因而也就产生了各个国家迥异的休闲文化。中华民族历史源远流长，其休闲文化的内容十分丰富。综合起来，中国传统的休闲文化主要分为文人休闲文化和大众休闲文化。前者包括琴、棋、书、画、酒、茶，后者除了民间花、鸟、虫、鱼的休闲功能之外，还有其他许多诸如斗鸡走狗之类的民间娱乐活动。休闲文化以其广泛性、大众性，深刻反映出一个民族的传统心理特征。对中国休闲文化的认知、参与，是旅游者了解中国传统文化、愉悦身心的重要途径之一。

世界七大奇迹是指古代巴比伦的空中花园、埃及的金字塔、奥林匹亚的宙斯雕像、爱菲萨斯的第安娜神庙、哈里卡那斯陵墓、爱琴海的罗得斯铜像和亚历山大灯塔。

以上简要论列了中国旅游文化体系中最有代表性的几个方面。当然，中国的自然山水风景中也蕴含了比较丰富的文化因素，本书在有关章节也将给以适当的介绍。

二、中国旅游文化的特点

旅游文化是一种特殊的文化系统。由于其内容的博杂，其特点也就在很多方面表现出来。就中国旅游文化来说，具有普遍性的特点主要有以下几点。

（一）综合性

首先，旅游文化种类繁多。它不仅包括与旅游过程中吃、住、购密切相关的饮食文化、建筑文化、美术等，还包括了从不同层面、不同角度反映民族传统文化心理结构的文学艺术、宗教信仰、民俗风情等。

其次，是旅游文化表现形态多样。旅游文化既有物化形态十分明显的文物古迹、美术作品，也有表现在意识形态领域中的道德观念、宗教信仰等。比如，通过分析一幅图画，我们不仅可以看到中国传统的绘画艺术风格，还可以从中窥见典型的文人心理世界；我们也可以通过一尊关公塑像向游人介绍中国人的道德观念、信仰标准。

旅游文化综合性的另一种表现是它内涵上的杂糅性。一个民族的旅游文化是长期历史积淀的结果，在其形成的过程中或综合了古今而博大精深，或杂糅了中外而独具特色。例如中国的佛教就不是古印度佛教的简单移植，而是大量吸纳了中国儒、道思想观念，因而经过改造的佛教便具有相当显著的中国特色。由中国向朝鲜、日本输出的佛教也并非古印度佛教，而是典型的中国佛教。这就是说，朝鲜和日本佛教的根在中国而非印度。

（二）继承性

任何文化体系都有自己一脉相承的渊源关系。旅游文化也不

例外。例如，中国的传统节庆有的在奴隶社会开始形成，而大多形成于封建社会。时至今日，这些节日庆典活动仍保持着原有方式，成为民间主要的娱乐活动。当然，这种继承是一个扬弃的过程，并非全般照搬照抄。比如，中国传统的聚餐发展到今天已广泛应用分食和派菜的方式，从而更加方便、卫生；又如中国民间的传统春节或喜庆之日放花炮已延续了一二千年，但这种习惯对现代城市高层建筑的防火安全构成了威胁，为此，许多大城市规定在春节或其他庆典之日禁放或限放烟花爆竹，人们从此可以过上一个平静、安祥的春节。人们借此挖掘或开辟其他娱乐项目，增添了不少现代文明的气氛。

（三）区域性

一方水土养一方人，因而世界上才有所谓的两河流域文明、玛雅文明、希腊文明、尼罗河文明。中国也有黄河文明、长江文明，因而有了南北文化的差异，东西文化的不同。在饮食习惯上，我国向来有南甜北咸、东辣西酸的传统；北方人耐寒而性格外露、南方人喜湿而性情温柔；山东大汉粗犷而山西大汉豪放，中原人则由于处于东西南北文化的交汇点上而具有了综合性的特点。这些由不同区域、不同空间而形成的差异，无疑丰富了中国旅游文化的内容，增加了对游客的吸引力。

（四）民族性

中华民族有自己独特的发展历程、思维方式、道德水准和文化素养，在中华民族大家庭的内部，又有汉族与各少数民族的差异。抹杀或对本民族的特色视而不见，不仅不利于保持本民族的特色，久而久之也会失去对外族的吸引力。从这个角度看，越有民族性的东西便越有生命力。有这样一个例子：一位美国游客到中国旅游，住进了某大城市的星级饭店，房间布局豪华精美，极富西方特色，但客人一觉醒来，却不知道自己是美国还是在香港。进早餐时，他看到中式餐厅雕梁画栋、描龙绘凤、古朴典雅，便要求总

经理把他的床放到餐厅来过夜。这样一个小例子足以说明，具有生命力的东西并不是花费巨资精心购置的东西，把传统建筑文化和现代西方建筑艺术相结合，才会使旅游饭店更具特色。

（五）新奇性

旅游动机产生的最主要的因素之一便是旅游目的地的新奇性。一个坐惯了高级小轿车感到平淡乏味的西方人，如果来到中国坐一坐中国的花轿便会终生难忘，这就是旅游文化新奇性的效果。所以在旅游项目的开发上，有城市便有意让游客参与刺绣活动，参与烧铸陶瓷的全过程，并绣上或刻上他们自己或他们亲人的名字，或者让一些游客与一个普通中国家庭同吃、同住、同行，做一天“真正”的中国人等等，这样一些项目便深受外来游客的欢迎。

另外，旅游文化还具有现代性、流动性、开放性、服务性等方面的特点，但无论哪个方面的特点都不应脱离中国特色来谈论。

第三节 研究中国旅游文化的 指导思想和现实意义

我国是社会主义国家，这就决定了研究中国旅游文化的指导思想必然与西方国家不同。同时，中国正处在改革开放、发展经济的时期，以研究、开发、利用旅游文化为契机，发展旅游经济，中国旅游文化必将为实现直接的经济效益开辟出一条新路。

一、研究中国旅游文化的指导思想

首先，必须以弘扬中华民族传统文化为宗旨。独具魅力的传统文化是中国旅游文化的最主要组成部分，是我国发展旅游业的根本所在。合理地开发、利用传统文化的优秀成果是旅游文化工作者责无旁贷的义务。

其次，和任何社会科学研究一样，研究中国旅游文化也必须

坚持历史唯物主义的立场，客观辩证地看待问题。中国旅游文化有其丰富的内涵，这一点是要加以肯定的；同时，它又是在与各国各民族文化相互交流、取长补短的过程中成长壮大的。今天，随着西方工业文明的进步，我们既要看到自己的长处，弥补不足，又要不断地吸取西方文明的成果，繁荣我国的经济、文化事业。

再次，研究中国旅游文化也要注意坚持中国特色，开辟出一条具有社会主义性质的旅游文化之路。我们提倡文明旅游，反对封建迷信，不允许为了眼前的经济效益而纵容一切低级趣味的文化现象滋生和蔓延。同时，也要注意杜绝一些卖弄文化，或以开发、利用旅游文化而实际上破坏文化的现象出现。

最后，研究中国旅游文化，必须具有长远的眼光。一切文化都是人类智慧的结晶，反过来，文化又为人类服务。中国有 13 亿人口，又有数以亿计的文盲和半文盲，在开发、利用旅游资源达到经济效益的同时，也必须注意利用旅游文化的开发教育本国居民，提高全民族的文化素养，既娱人又自娱，既利民又利国。当然，一个具有悠久传统文化和高水平文化素养的国度必将对任何游客都产生更大的吸引力。

二、发展旅游文化事业的现实意义

旅游业是一种综合产业，旅游文化的建设涉及中国政治、经济等方方面面，研究旅游文化、发展旅游文化事业的现实意义也是显而易见的。

（一）弘扬民族传统文化

中华民族文化源远流长，博大精深，借研究旅游文化之机，合理地开发、利用一些文化遗存，整理、重视一些民族传统娱乐项目，不仅可以增强中华民族的自豪感，也可以使外国游客更好地了解中国、宣传中国，树立中华民族在世界民族之林的良好形象。

（二）促进国际交流 增加友好情谊

不同地域、不同国家的人民以旅游方式来到中国 在中国旅游文化的大舞台上融合和交流 必然能够消除隔阂 减少偏见 增进了解 加深友谊 从一定意义上讲 甚至可以消弭战争风云 促进中国与世界上其他国家的和平共处，稳定发展。

（三）提高旅游从业人员的文化素养 改善国际形象

游客对中国旅游文化的渴求，也必将促使我国旅游从业人员加快对本国旅游文化知识的掌握，当这种被动行为成为一种自觉行动时 中国旅游从业人员的素质将会有有一个显著的提高 中国的国际形象也会随着旅游从业人员高品位的知识性服务活动的展开而得到改善和提高。

（四）加快改革步伐 增进居民开放意识

发展国际旅游业是中国对内改革、对外开放的一个重要步骤。大批外来游客入境的过程也是外来文化输入的过程，外来文化与中国固有文化的交流和碰撞 必然对中国一些落后、封闭、陈腐的观念产生强烈的冲击 人们的思想观念、从业习惯、经济意识也会随之改变，从而会在一定程度上有利于我国社会主义市场经济体制的建立和完善。

（五）推动国家和政府对旅游文化遗产的开发、利用和保护

旅游文化一旦为外来游客所接受、购买 便成为一种特殊的产品 产生直接的经济效益。因此 在对外开放以前没有得到合理开发、利用和保护的旅游文化资源便可能被国家和政府重新审视其内在价值，在政府决策中取得前所未有的地位。

当然 随着旅游业的发展 研究、开发旅游文化资源的价值和意义也会向更高层次上进步，我们应时刻关注着这种动向。

第四节 中国旅游文化的发展方向

随着科技进步、经济发展和教育水平的提高，国际旅游已由休

闲、度假型向知识型和受教益方面转变。与之相适应，世界各地的旅游文化项目也出现了适应消费需求的变化。对于中国旅游文化工作者来说，其面临的任务不仅在于弘扬民族传统文化，同时也应该把握旅游市场变化的规律，引导中国旅游文化向着健康的方向发展。那么，中国旅游文化应朝着什么方向努力呢？

（一）传统文化和现代文明相结合

旅游活动是一种愉悦身心、休闲享受的文化活动，旅游项目的设置、旅游服务的开展也必须满足游客各方面的心理需要。如中国的京剧艺术使外国游客很感兴趣，但由于语言不通，伴奏乐器古老，就难以使游客真正赏心悦目。为此，有些涉外剧团改用外文唱白，用电子琴伴奏，在古老的戏曲艺术中输入西方文化气息，收到了意想不到的效果。另外，就居住方式而言，中国传统的木构建筑、中式室内布置别具特色，但却不能满足大批游客居住的需要。如果采用钢筋混凝土固定外部结构，而用中式传统进行室内布局装修，则会使现代旅游饭店既实用又美观，既方便又耐人品味。

（二）单一的、封闭的文化体系向多样的、开放的文化体系发展

文化是一种开放的体系，中国的传统文化之所以精深浩瀚，也是博采众长的结果。一旦某一种文化体系僵化和封闭，便也就失去了生命力。例如，我国的饮食文化向来为世人称道，但无论食文化还是酒文化和茶文化都是我国境内各民族共同奉献集体智慧的结晶。所以，饮食文化并非汉民族、回民族或哪一个或几个民族的文化，而是中华民族共同拥有的文化。今天，我国的饮食文化也并没有固步自封而是在餐具上逐渐趋向清洁、卫生、方便，在配料上逐渐科学化，在食用时采用西方的派菜制。同时，有些城市还引进了日菜、泰菜、南朝鲜烧烤等，进一步丰富了我国的饮食文化。

（三）让游客由静态观赏到亲身参与

随着人们旅游经验的积累和旅游需求的增长，游客已不满足于从旁边静态地观赏一些旅游项目，他们希望能够有机会亲自动

手动脑做一些事情 以尽可能快地适应异属文化环境 变成其中的一员。在这种情况下 他们会主动要求和我们一起包饺子 坐一坐乡下的牛车,自己骑车逛逛大街,与少数民族手拉手跳一支舞曲,或者与我们一起过一个春节等等。适时地安排这样一些活动项目,对游客不断增长的需求给以合理的引导和满足应成为广大旅游文化工作者的努力目标。

(四) 满足游客由对异域文化的浅层了解到深层认知的需要

东西方文化交流的结果,使西方游客对东方文化不再茫然无知,东方文化也不再神秘莫测了。来我国旅游的客人往往在出发前或在旅途中已基本完成了对旅游目的地的初步了解,踏上中国土地后,他们一般已不满足于仅在大城市的高楼大厦间穿梭奔波,或在名山大川间耗费时间。实际上,他们中的大多数十分希望接触中国的一般家庭、一般阶层 或者到乡村走一走、看一看 从认识中国社会的基本细胞——村社开始,以求对中国传统文化有更深层的把握。但限于交通、安全等多方面的原因 我国大部分农村地区还不能对游人开放。因而 我们主张 在有条件的城市和城郊区,为游客开辟一些参观景点,让他们接触一些有代表意义的家庭 与百姓共同生活、平等交流 相信会收到事半功倍的效果。

总之 旅游文化资源作为旅游活动的客体来说 其发展变化的方向必须以旅游活动的主体——游客的需求的变化为依据。为此,我国旅游文化理论工作者和有关部门也要注意准确地掌握旅游市场变化的规律 正确地引导消费需求 努力使中国旅游文化结出常开不谢的鲜花。

第二章 旅游文学

清风明月本无价
近水遥山皆有情
——苏州沧浪亭诗联

旅游文学 是旅游者在其旅游活动中 以旅游资源为对象 记述自己的旅游生活中感物咏怀、即景抒情的文学作品。它属于中国人文景观的一个组成部分。虽然这一概念只是近十几年随着中国旅游业的发展才提出和形成的，但有关旅游的文学作品在中国很早就出现了。如中国古代文人墨客的游记、山水诗词、碑文、楹联等。它随着时代的发展，内容更加丰富。现在又增添了与旅游有关的小说、报告文学、电影和名胜风物传说等。下面就游记、山水诗词、名胜风物传说、碑文、楹联作一介绍。

第一节 游 记

一、游记的出现和初步发展

南朝文学评论家刘勰《文心雕龙》云：“登山则情满于山，观海则意溢于海。”若乃山林皋壤，实文思之奥府”。由此可知，美丽的大自然乃是中国旅游文学产生的丰厚土壤，文章与江山有着密不可分的关系。万侗在其《天下名山游记·序》中云：“山水借文章以显，文章亦凭山水以传。”也是这个道理。据考证，中国以自然景观为题材的游记，在魏晋南北朝以前，尚未形成自己的体系。有关以自然景观为题材的文字，大多记载在地理著作或散见于先秦、秦汉

时期的散文、史著之中。中国圣贤孔子游列国删《诗》、《书》序《书传》给后人留下了许多描写自然山水的诗文并发表了“仁者乐山 智者乐水”的高见。爱国主义诗人屈原在他的《楚辞·山鬼》、《招隐士》中也有山水胜景的描绘。管子也有“凡天下名山五千二百七十”的记载。战国时期无名氏编著的地理书《山海经》也记述了中国各地名山大川、物产、民族风情和与山水有关的神话传说。汉代司马迁自称一生南游江淮，上会稽，探禹穴，窥九嶷，浮沅湘，达云桂，涉汶泗，过梁楚，一路访古迹，探民情，在他的巨著《史记》中保留了大量的游记文字。这些遗产从广义上来讲都是后世游记文学的源流，在游记发展史上，起到了奠基的作用。这些人，都是中国历史上旅游活动家的先驱。

这一时期，描写山水比较成功的文字，要算汉朝人马伯第《封禅仪记》中有关泰山景物的描绘了。其文如下：

至中观（现泰山壶天阁处）留马，去平地二十里，南向极望无不睹。仰望天观（现泰山中天门处。《汉官仪》称天观为壶天阁处，不确）如从谷底仰观抗峰。其为高也，如视浮云。其峻也，石壁窅窅（yǎo tiǎo 深远貌）如无道径。遥望其人，端如行朽兀，或白石或雪，久之，白者移过树，乃知是人也。殊不可上，四布僵卧石上，有顷复苏，亦赖饬酒脯，处处有泉水，目辄为之明。复勉强相将，扶持，行到天关，自以已至也，问道中人，言尚十余里。其道旁山胁，大者广八九尺，狭者五六尺。仰视岩石松树，郁郁苍苍，若在云中。俛视溪谷，碌碌（状石）不可见丈尺。遂至天门之下。仰视天门，窅（yǎo 深远）辽如从穴中视天。直上七里，赖其羊肠逶迤，名曰环道，往往有絙索，可得而登也。两从者扶挟，前人相牵，后人见前人履底，前人见后人顶，如画重累人，像人与人相迭起来的杂技表演），所谓磨胸捏石（由于山陡，胸像贴在山壁上。手抓不到易抓的东西，只好捏石攀登了）扞天之难也，几乎与天一样高。初