

免费提供

精品教学资料包

服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com

21世纪高职高专精品教材·旅游与酒店管理系列

旅游学概论
旅游经济学
旅游心理学
旅游服务礼仪
中国旅游地理
导游基础知识
中国旅游资源概况
旅游政策法规与职业道德
中国旅游客源国(地区)概况

饭店管理概论
旅游市场营销
旅行社经营管理
景区服务与管理
旅游公共关系
中国旅游文化
中外民俗
食品营养与卫生

前厅客房服务与管理
餐饮服务与管理
导游实务

旅游英语
饭店实用英语
酒店情景英语

CHONGGUO LUYOU WENHUA

策划编辑: 刘丽丽
责任编辑: 李特军
特约编辑: 郭晓伟
装帧设计: 王 飞

ISBN 978-7-5504-0235-5



定价: 45.00元

中国
旅游
文化

主
编
王
玉



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



2019年修订

21世纪高职高专精品教材
旅游与酒店管理系列

中国旅游文化

主编 王 玉



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

21 世纪高职高专精品教材·旅游与酒店管理系列

中国旅游文化

(2019 年修订)

主 编 王 玉

副主编 魏莉霞 李晋娜



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游文化/王玉主编. —成都:西南财经大学出版社,2011.5(2020.12重印)
ISBN 978-7-5504-0235-5

I. ①中… II. ①王… 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(2011)第 061484 号

中国旅游文化

ZHONGGUO LÜYOU WENHUA

主 编:王玉

策划编辑:刘丽丽

责任编辑:李特军

特约编辑:郭晓伟

装帧设计:王飞

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785
印 刷	三河市骏杰印刷有限公司
成品尺寸	185mm×260mm
印 张	15.125
字 数	360 千字
版 次	2011 年 5 月第 1 版
印 次	2020 年 12 月第 6 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-0235-5
定 价	45.00 元

版权所有,翻印必究。

出版说明

在国家和社会的大力支持下,我国高职高专教育经过十多年的快速发展,已经取得了不小的成就。但高职高专教育的发展和我国经济发展的现状却不相适应,当前高职高专教育的人才培养结构以及教学内容都与现实需求有着较大的差距。针对高职高专教育发展的现状,温家宝总理在政府工作报告中强调:“要进一步加强职业教育,以就业为目标,整合教育资源,改进教学方式,着力培养学生的就业创业能力。”这进一步明确了高职高专教育的发展方向 and 教材的改革方向。教育部在《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》(以下简称《纲要》)中也指出:“发展职业教育要面向人人、面向社会,着力培养学生的职业道德、职业技能和就业创业能力。”发展高职高专教育是推动我国经济发展、促进就业的重要途径,必须摆在更加突出的位置。

要加快高职高专教育改革的步伐,就必须对课程体系和教学模式等问题进行探索。在这个过程中,教材的建设与改革无疑起着至关重要的基础性作用,高质量的教材是培养高素质人才的保证。高职高专教材作为体现高职高专教育特色的知识载体和教学基本工具,直接关系到高职高专教育能否为社会培养并输送符合要求的高技能人才。

为促进高职高专教育的发展,加强教材建设,教育部在《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中,提出了“重点建设好3000种左右国家规划教材”的建议和要求,并对高职高专教材的修订提出了一定的标准。为了顺应当前我国高职高专教育的发展趋势,推动高职高专教材的建设,我们精心组织了一批具有丰富教学和科研经验的人员成立了21世纪高职高专精品教材编审委员会。

编审委员会依据教育部高教司制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》,调研了300余所具有代表性的高等职业技术学院和高等专科学校,广泛而深入地了解高职高专院校的专业和课程设置,系统地研究了课程的体系结构,同时,充分汲取各院校在探索培养应用型人才方面取得的成功经验,并在教材出版的各个环节设置专业的审定人员进行严格审查,从而确保了整套教材“以就业为导向,培养学生就业创业能力”的特色。

本套教材的编写遵循以下四点原则:

(1)定位更加强调“以就业为导向”。教育部对我国的高职高专教育提出了“以应用为目的,以必需、够用为度”的原则。根据这一原则,本套教材在编写过程中,力求从实际应用的需要出发,尽量减少枯燥、实用性不强的理论灌输,充分体现“以行业为导向,以能力为本,以学生为中心”的风格,从而使本套教材更具实用性和前瞻性,与就业市场结合得也更为紧密。

(2)按照国家对高职高专教育的定位和教育部《纲要》的具体要求,结合高职高专人

人才培养方案以及教学大纲的需要,为了最大程度地体现高职高专教育的特点及时代发展的要求,本套教材非常注重培养学生的职业技能,力避传统教材“全而深”的教学模式,将“教、学、做”有机地融为一体,在教给学生理论知识的同时,强化了对学生实际操作能力的培养。

(3) 采用“案例导入教学”的编写模式。在讲解的过程中,本套教材援引大量鲜明、实用的案例进行分析,紧密结合实际,以达到编写实训教材的目标。这些精心设计的案例不但可以方便老师授课,还可以启发学生思考,提高其就业创业的能力。

(4) 倡导“立体化”教学,提供全方位教学服务。为顺应 21 世纪高职高专教学发展的需要,我们精心策划了“教学资料包”和教学资源网,向教师用户提供教学课件、教学参考、教学检测、教学资源推荐、课后习题答案等教学资源,以支持网络化及多媒体等现代化教学方式,从而方便老师授课,提高学生的学习兴趣。

对于教材出版及使用过程中遇到的各种问题,欢迎您来电来函与我们联系,联系方式详见“教师服务登记表”。同时,我们也希望有更多经验丰富的教师加入到我们的行列当中,编写出更多符合高职高专教学需要的高质量教材,为我国的高职高专教育作出积极的贡献。

21 世纪高职高专精品教材编审委员会

前言

中国旅游文化是旅游管理专业的专业课程,涉及多学科,兼具历史性、社会性、民族性和地域性。中国旅游文化在旅游专业课程体系中起到了文化支撑的作用,与旅游学概论、导游基础知识、导游实务、中国旅游地理、旅行社经营管理、旅游客源国(地区)概况、饭店管理概论等旅游专业课程,共同构成了旅游职业能力素质的培养主线。

本教材结合高职院校的人才培养目标,从培养面向旅游企事业一线的高素质技能型人才的要求出发,使学生具备广博的历史、聚落、建筑、园林、饮食、宗教、民俗、文学、艺术等旅游文化知识,着重培养学生成为具有明确的职业理想、良好的职业道德、丰富的文化内涵、较高的人文素养的旅游从业者,为高职院校学生的成长成才和终生发展打下坚实的基础。

本教材的编写注重教学与实训一体化、实践与研究一体化,将理论与实践相结合。教材以项目为导向,体现职业性;与行业企业合作进行理论实践一体化教材的开发与设计,强化实践性;以职业能力培养为重点,构建“多元化”的教材模式,突出开放性。

为达到这些要求,教材中设计穿插了“知识链接”等栏目,除第一章之外,其他每一章均增加了教、学、做合一的“实训拓展”。这些栏目为理论实践一体化教学提供了蓝本,改变了原来“知识教学=能力教学”的状况,把理论教学与实训拓展相结合、理论指导与社会实践相结合、理论拓展与职业能力相结合,从而使学生在做中学、学中做,教、学、做合一,化文化为素养,化知识为行动。这不仅可以促进知行合一,而且还可实现知识传授、素质养成、能力培养的一体化。

本教材依据专业培养目标,围绕旅游职业岗位知识、能力、素质需求,以人文素养和职业能力的培养为核心,重构和序化教材内容。依据旅游职业岗位能力发展要求,教材内容序化为两个模块、十个专题内容和九个实训项目。两个模块是:基础文化模块和实践教学模块(课堂实践训练、课外实践训练、社会实践训练);十个专题内容是:旅游文化概述、旅游历史文化、旅游聚落文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游饮食文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游文学及旅游艺术;九个实训项目是:中国历史文化知识及基本精神、分析地域对聚落产生的影响、中国古建筑的类型与代表性建筑及其文化内涵、品鉴中国古典园林的构园造景艺术、中国酒文化、佛教戒定慧与人生的思考、中国民俗风貌及其文化内涵、编写《地区旅游文学简明手册》和中国古代艺术,力图在技能培养中渗透文化,进而提高学生的人文素养。

我们以校企合作为龙头,与行业企业合作深度开发教材资源,先后与山西省旅游局、山西省旅游培训中心、山西商务国际旅行社、山西现代国际旅游有限公司、山西榆次

常家庄园旅游股份有限公司、山西榆次后沟古村落景区共同开发了本教材,并由本课程团队成员与企业人士共同编写。

为了扩大学生的文化视野,培养学生的人文素养,作者为本教材配备了视频资源库,制作了配套电子课件,并主持和参与了山西省精品课程旅游文化的建设(网址:<http://www.tylyzyxy.com:8085/main/login.htm>)。这些电子资源为情景化教学和学生实训提供了坚实的技术支撑,体现了教材资源的多样性、丰富性和开放性。学生可随时通过视频影像教学资料,拓展专业知识,弥补教学课时不足的问题。

本书由王玉任主编,魏莉霞、李晋娜任副主编,具体分工如下:第一章、第六章由王玉(太原旅游职业学院)编写,第二章由张燕娟(山西旅游职业学院)编写,第三章由许萍编写,第四章、第五章由魏莉霞(太原旅游职业学院)编写,第七章、第九章由李晋娜(太原旅游职业学院、山西榆次后沟古村落景区导游部经理)编写,第八章由陈黎(太原大学)编写,第十章由张琰(太原大学)编写。全书由王玉统稿,并进行了修改、补充和审阅。

在本书的编写过程中,山西商务国际旅行社总经理、董事长贺志勇先生和山西旅游职业学院旅游系常永翔主任在百忙之中给予了大力支持和帮助,在此表示深深的感谢。此外,本书还参考了大量书籍和网上资料,在此,向所有被引用到的书籍和资料的作者表示最真诚的感谢!

由于本书编者的经验和水平有限,书中不足之处在所难免,敬请专家与广大读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 旅游文化概述	1
第一节 旅游文化的含义与发展	1
第二节 旅游文化的内容和构成	5
第三节 旅游文化的特征和功能	6
第四节 旅游文化与旅游业	8
第二章 旅游历史文化	12
第一节 中国历史文化概述	12
第二节 中国历史的文化积淀及贡献	19
第三章 旅游聚落文化	37
第一节 聚落文化概述	37
第二节 中国历史文化名城	41
第三节 中国特色古村落	48
第四节 中国特色城镇聚落	52
第四章 旅游建筑文化	59
第一节 中国古代建筑概述	59
第二节 异彩纷呈的中国古典建筑	66
第三节 中国古典建筑文化欣赏	80
第四节 中国近现代建筑欣赏	88
第五章 旅游园林文化	94
第一节 中国古典园林概述	94
第二节 中国古典园林的构园、构景艺术	97
第三节 明清皇家园林欣赏	101
第四节 著名江南私家园林欣赏	105
第六章 旅游饮食文化	114
第一节 中国饮食文化概述	114
第二节 中国菜系文化	116

第三节 中国酒文化	123
第四节 中国茶文化	127
第七章 旅游宗教文化	136
第一节 宗教文化概述	136
第二节 佛教	139
第三节 道教	146
第四节 伊斯兰教	151
第五节 基督教	156
第八章 旅游民俗文化	162
第一节 中国民俗文化概述	162
第二节 汉民族民俗	164
第三节 中国少数民族民俗	170
第九章 旅游文学	188
第一节 中国旅游文学概述	188
第二节 旅游诗词曲欣赏	192
第三节 游记欣赏	195
第四节 名胜楹联欣赏	198
第五节 民歌欣赏	202
第十章 旅游艺术	209
第一节 旅游艺术概述	209
第二节 中国古代书法	213
第三节 中国古代绘画	219
第四节 中国古代雕塑	226
第五节 中国古代戏曲	229
参考文献	235

第一章 旅游文化概述

◎ 学习目标

1. 了解旅游文化的含义与发展;
2. 理解旅游文化的内容和构成;
3. 掌握旅游文化的特征和功能;
4. 认识旅游文化在旅游业发展中的地位和作用。

第一节 旅游文化的含义与发展

旅游业已成为一个具有很高文化品位和综合经济效益的产业,被认为是当今世界上经济增长最快的产业。旅游作为一种自由、主动、积极的文化活动,是一种高层次的精神享受。旅游是传递文化的过程,文化则是旅游业的灵魂。旅游文化是一种全新的文化形态,揭示了旅游活动是一种文化活动的本质,它是研究旅游文化活动现象、本质及规律的一门学科。

一、旅游文化的含义

旅游文化是一个较广义的概念。一般认为,旅游文化应包含“旅游”和“文化”两个领域,以及由其按不同方式组合的边缘领域。由于学者对旅游与文化有着多种多样的概念与定义,这两个因素的组合方式同样相当多,所以,目前学界对旅游文化的定义还未获得统一的共识。

1. 旅游文化概念的溯源

由于学者们对旅游文化的认识和表达存在着很大的差异,因此他们对旅游文化的基本概念的探讨从未间断。而这些论述,基本上又都是从基本定义的角度进行研究的。

西方的旅游文化研究始于 20 世纪 70 年代的《旅游研究年报》,这是西方第一本有意识地以旅游文化现象为主要研究对象的旅游刊物。在西方的旅游文化研究中,旅游文化多指旅游过程中主客“碰撞”而产生的各种文化现象。

20 世纪 80 年代以来,我国学者开始重视旅游文化的研究,1984 年出版的《中国大百科全书·人文地理学》首次将“旅游文化”作为专业词条收入该书。目前我国关于旅游文化的定义主要有以下三种:

- (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的总和。
- (2) 旅游文化指的是旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和。
- (3) 旅游文化是旅游主体、旅游客体、旅游介体相互作用所产生的物质和精神成果,旅游

三要素中任何一项都不能单独构成或形成旅游文化。

可见,国内对旅游文化的定义分歧比较大。本书更倾向于第三种观点。

2. 旅游文化的概念

如果采用大而化之的方法,我们大致可以这样描述旅游文化:旅游文化是人类文化的组成部分,是人们在旅游活动中,为了享受和发展,以旅游者为主体,以旅游资源为依靠,以旅游业为纽带,以旅游群体生活和心理互动为形式创造出的旅游环境、旅游方式、旅游习俗的总和。

众所周知,旅游文化既有物质方面的内容,也有精神方面的内容,还包括制度和行为方面的内容。它是应旅游需求而产生,为旅游活动所创造,由旅游活动来实现的;它是贯穿于吃、住、行、游、购、娱等旅游活动的全过程,并随着旅游活动而形成的物质财富和精神财富。物质财富主要有旅游的服饰、建筑、餐饮、商品、交通、卫生、通信、游乐、信息及其有关的设施等;精神财富主要有旅游的文学、艺术、科学、教育、习俗、道德、政策、法规等。但从根本上讲,旅游文化是人类在旅游活动过程中衍生出来的价值观、态度、信念及意义系统。

知识链接 1-1

旅游文化与文化旅游

“旅游文化”和“文化旅游”是旅游领域内两个难解难分的易混概念,两者既有着密切联系,又各有侧重点。前者侧重的是旅游客体文化的实际形态,而后者侧重的则是旅游业经营主体从文化的视角深度开发旅游资源的创造性行为。

旅游与文化是密不可分的,文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。旅游经济发展的最高境界乃是与文化的交融。不论是游览人文景观,还是亲近自然景观,都离不开文化。旅游活动从本质上讲是一种文化活动。文化体现在人们的社会实践活动的方式之中,体现在人类所创造的物质产品和精神产品中。旅游作为当今世界最广泛、最大众的交流方式,必然是展示文化、传播文化、推动文化的重要载体。

二、旅游文化的发展

旅游文化的发展历程,就是人类物质文明与精神文明的创造过程,也是旅游主体的人格塑造过程。因而,不了解旅游文化的历史演变轨迹,就无法洞察其深厚的底蕴,从而也就无法全面、具体地进行旅游活动的文化审视。

从时间发展上来看,旅游文化先后经历了三个发展阶段:一是19世纪之前的古代旅游文化,二是19世纪至第二次世界大战前的近代旅游文化,三是第二次世界大战后产生的现代旅游文化。

(一) 古代旅游文化

古代旅游文化内涵深邃而广博。孔子曰:“知者乐水,仁者乐山。”老子云:“譬道之在天下,犹川谷之于江海。”佛家云:“青青翠竹皆是法身,郁郁黄花无非般若。”儒释道三家都在自然山水中投射和寄托了自己的文化理想。中国的风景名胜大多积淀着历朝历代的文化传统,“山以贤称,境缘人胜”,“山水藉文章以显,文章亦凭山水以传”。兰亭遇王羲之,永州山水遇柳宗元,黄州赤壁遇苏轼,岳阳楼遇范仲淹,滕王阁遇王勃,才成为声名赫赫、使游客流

连忘返的旅游胜地。而《兰亭集序》、《永州八记》、《赤壁赋》、《岳阳楼记》、《滕王阁序》等千古名篇,则是使这些景观具有鲜明特色和竞争垄断性的重要因素所在。

古代旅游文化活动的丰富,与中国古代旅游主体的多样性、多层次性有关。在古代,受交通条件的限制和传统思想观念的影响,观光式的旅游活动并不多见,而带有政治、军事、外交、宗教和学术考察性质的旅行活动却较为常见。帝王巡游、高僧云游、文人漫游、使节出访、航海旅行、百姓节庆出游等,成为古代旅行的常见形式。这些旅游活动不仅丰富了古代旅游文化的内涵,增添了旅游文化的魅力,而且促进了人与自然、社会的交往联系,丰富了精神创造的审美和情感维度。

1. 帝王巡游

帝王巡游是集视察官吏、暗访民情、观赏风景于一体的职务旅行活动。我国最早有记载的帝王旅行家是西周的周穆王。《左传》记载:“穆王欲肆其心,周行天下,将皆必有车辙马迹。”在《史记·五帝本纪》中还有关于黄帝、颡项、虞舜、夏禹的巡猎传说的记载。史书中记载的还有秦始皇五次出游;汉武帝巡游全国名山;隋炀帝乘坐龙舟沿京杭大运河南下江都,北至涿郡;清朝乾隆皇帝游江南;等等。帝王所到之处给后世留下大量的史话和古迹,流传到今天成为宝贵的旅游资源。

2. 高僧云游

古代以求法、朝觐为目的的宗教活动颇为盛行。由于佛教宗派庞杂,教义分歧,为探明教理,解决争端,僧人纷纷西行求取真经。东晋法显出游到达天竺(今印度),把旅途见闻写成《佛国记》,此书成为世界上最古老的游记;唐代僧人旅行家玄奘曾到今印度一带讲经求佛,回国后写成了《大唐西域记》,记述了所游历的 138 国的风土人情、地理文化等情况;唐代僧人鉴真六渡日本传佛出游等。

3. 文人漫游

古代的文人学者、隐士大夫,包括一些思想家、文学家、地理学家、旅行家为了探寻某方面的学术文化和实现人生志向,通过寻访游历、寄情于山水来实现对人生目标的追求,这些文人在漫游过程中所创造的山水画、山水诗及散文游记,丰富了我国的文艺宝库。

西汉历史学家司马迁足迹遍布西汉版图疆域,撰写了名著《史记》;唐宋时期漫游文人的游记甚多,苏轼的《石钟山记》、柳宗元的《小石潭记》、欧阳修的《醉翁亭记》等都是著名的游记;学术考察旅游著作有北魏郦道元的《水经注》,明朝医学家李时珍的《本草纲目》;明代旅行家徐霞客遍游全国名山大川,考察 16 个省区,著有《徐霞客游记》,他被世人称为“千古奇人”,他的书则被称为“千古奇书”;明清时期顾炎武遍游华北、西北考察达 20 年,写成《天下郡国利病书》和《肇域志》两部地理名著。

4. 使节出访

春秋时外交游说活动很频繁。汉武帝时张骞两次出使西域,到达今伊朗、印度一带,了解了西域风俗、山川、地理等,促进了中外商业交流,开辟了著名的“丝绸之路”。以后历代随经济、交通的发展,商务、外交旅游日渐增多。

5. 航海旅行

秦汉时期我国与日本、朝鲜、越南和印度就有海上往来。东汉末年,康泰和朱应就从海

路出使过南洋各国,撰写了《扶南传》(已失传),记述了南洋的景物。明代郑和七次下西洋,历经 30 个国家和地区,他亲自绘制的《郑和航海图》,成为我国第一部海洋地理图册,郑和也因此成为我国历史上涉程最远、历时最长的航海家。旅行记有郑和的随员马欢著的《瀛涯胜览》、费信著的《星槎胜览》和巩珍著的《西洋番国志》等。

6. 百姓节庆出游

据史书记载,殷商西周时就有民间出游活动,主要是观社、观猎、观乐、观祭祀等,后来,各代民间旅游观光规模不断扩大。作为农业国家,中国古代游乐活动的时间安排大多与气候节庆有关,如春节团圆、元宵灯会、清明游春、中秋赏月和重阳登高等,游乐主题以古代农业社会敬重神道、祈求丰年、追求“人和”为特点。

(二) 近代旅游文化

鸦片战争以后,中国步入近代社会,旅游方面的变化特别明显。这一时期,文官仕游、商业旅游有了新的发展,革命旅游也随之兴起。且休闲性旅游萎缩而劳作性旅游高扬,商业旅游、革命旅游的冒险性与探索性进一步改变了传统旅游的“稳健内敛”之风。

西方列强的入侵打乱了中国封建社会的秩序,使之沦为半殖民地半封建社会,隋唐以来的文官仕游在传统形式上又有了新的发展。清政府在列强的侵略下,认识到学习西方的重要性,开始派官员出国考察以图改革,同时派留学生前往欧洲学习各类科学技术,力图振兴。

由于外国资本的侵入以及中国自发的洋务运动的兴起,中国自给自足的自然经济瓦解,商品经济的因素注入中国传统经济,商业旅游有了突破性发展,上海、广州、青岛、天津等重要的商业都市开始崛起。

进入近代社会以来,封建礼教在西方文化的冲击下风雨飘摇,而修身、齐家、治国、平天下的人生理想在乱世更为人们所尊崇并身体力行,进而引发了以孙中山、黄兴、宋教仁、李大钊、瞿秋白、周恩来、邓小平等为代表的革命先驱者外游各国寻救国之途、内游各地宣传并组织革命,这一切催生了独具特色的革命旅游。

(三) 现代旅游文化

新中国成立后,中国的旅游活动借安定团结的社会环境而得以恢复和发展。首先是劳作性旅游的恢复。在计划经济体制下,社会生产被分割而局限于一地,广大民众极少旅游。但是一些公务人员在计划体制的配置下游历各地进行考察,形成了庞大的劳作性旅游。其次是休闲性旅游的恢复。由于国力的逐渐强盛,各地建立起了大量的旅游园区、疗养院,设旅游局等行政部门专事旅游开发与管理。

改革开放后,中国旅游进入发展期,即大众性商业旅游蓬勃发展。对外开放的国策一方面把大众性商业旅游推向世界,另一方面带来了方兴未艾的留学大潮。中国学子以民族昌盛为己任,辞亲别友,漂洋过海,学习国外先进的科学技术,成为当代中国最动人的乐章,从而使劳作性旅游从以公务人员的仕游为主转向以大众的商业、求学旅游为主。

这个时期的旅游文化内涵有了质的发展:劳作性旅游充满了不确定性,体现的不再是传统的观物修身、稳健内敛,而是求真逐利、探索冒险;休闲性旅游则旨在骋怀放情,以利身心之愉。

第二节 旅游文化的内容和构成

旅游文化是旅游地极具吸引力和感染力的一种旅游资源,是旅游地在漫长历史发展过程中的一种特殊文化积淀,是旅游业发展的灵魂。旅游文化不是旅游和文化的简单相加,也不是各种文化的大杂烩,而是旅游者在旅游活动中,其原有的思想观念、思维方式、人文素养、审美情趣、心理特征等自身因素与目的地的异质文化因素的相互碰撞与结合,是一种全新的文化形态。

一、旅游文化的内容

旅游文化的内涵十分丰富,外延也相当宽泛。

从结构体系来说,旅游文化包括最外层的物质文化,如建筑、园林、器物、工具、饮食、服饰等,这些都是有形的,是能被人的感知器官感受到的物质形态。

旅游文化的中间层次包括制度文化和行为文化两个方面。旅游制度文化是旅游者和旅游经营者处理个人与他人、个体与群体之间关系的产物,包括旅游活动参与者应遵守的法律、规章以及职业道德等约束机制,它是旅游行为的定型化、程序化、道德化,主要由政府、集团、机构等运用强制手段制定和实施。旅游行为文化,则主要是指旅游者和旅游经营者在旅游活动中的约定俗成的习惯定势行为,如礼俗、礼仪、民风、民俗、行为举止和服务方式等。它实际上是旅游者或旅游经营者个体的自发性行为,是其内在的价值观念、审美情趣、思维方式等因素在其行动中的表现。

旅游文化的核心层是精神文化或叫心态文化,它是旅游活动参与者的文化及其在观念形态上的表现,包括社会心理和社会意识形态,由价值观念、审美追求、道德情感、思维方式等因素构成。

物质文化、制度文化、行为文化、精神文化这四者之间的关系是由客体到主体的紧密相连、不可或缺的关系。物质文化是旅游文化的外在显现或外在的物化,能够直接为人所感知,但也易于被人模仿和创造。精神文化是旅游文化的核心,必须有意识地外化于物态,才能为人所感知,为人所了解,从而使自己的观念、追求、情趣、情感等引起他人的共鸣。因此,物态文化和精神文化互为表里地对立统一于整个旅游活动中。而制度文化和行为文化则是由物态到心态的中间性过渡环节,具有承上启下的不可替代的作用。制度文化是保证服务质量,提高旅游层次,促进旅游业健康发展的必不可少的因素,具有保证方向和指南的意义。而行为文化对于提高旅游业的经营管理水平、保证服务质量、增强竞争力等方面也是不可缺少的。

二、旅游文化的构成

旅游文化既涉及历史、地理、民族宗教、饮食服务、园林建筑、民俗娱乐与自然景观等旅游客体文化领域;又涉及旅游者自身文化素质、兴趣爱好、行为方式、思想信仰等文化主体领域;更涉及旅游业的服务文化、商品文化、管理文化、导游文化、政策法规等旅游介体文化。^①

^① 林永匡. 弘扬优秀文化,强化阵地意识[N]. 中国旅游报,2000-01-17.

因此,旅游文化的构成具有三方面的内容,即旅游主体、旅游客体、旅游介体。

1. 旅游主体文化

旅游主体文化,即旅游者文化。包括旅游者的旅游审美体验、旅游求知体验、旅游交往体验、旅游情感体验。这些体验文化是旅游者在旅游活动中创造的,属于旅游文化。

2. 旅游客体文化

旅游客体文化,即旅游资源文化。学术界按旅游资源的成因或其属性分类,将旅游资源分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。前者是指由地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素所构成的、吸引人们前往进行旅游活动的天然景观,具有明显的天赋性质;后者内容广泛、类型多样,包括各种历史古迹、古今建筑、民族风俗、饮食服饰、文学艺术等,是人类活动的艺术结晶和文化成就。也有的将其分为三类,除上述两大类型外,还有复合型旅游资源。

3. 旅游介体文化

旅游介体文化,即旅游业文化。旅游业有广义和狭义之分。广义旅游业是指与旅游有关的一切企业、事业、行政部门,狭义旅游业仅指其中的旅游企业。旅游业活动包括对内管理活动和对外服务、开发、宣传、调控等活动,由此形成对内的管理文化和对外的旅游服务文化、景观开发文化、旅游宣传文化、旅游规范文化等文化现象。旅游业对外服务、开发、宣传、规范等文化以旅游为基础,文化指向主要是旅游者。直接介入旅游者的旅游活动,属于旅游文化范畴。对内管理文化不属于旅游文化范畴。

第三节 旅游文化的特征和功能

旅游行为的综合性、时间空间的延展性、景观意态的趣味性、旅游内容的丰富性,以及满足游客文化需求多样化的客观规定性,促使旅游业必须具有适合自身发展需要的文化形态,这就是旅游文化。旅游文化的特征与功能,与一般文化的特征与功能有着密切的联系。

一、旅游文化的特征

旅游文化的特征,以一般文化的特征为基础,具有一般文化的共性,主要表现为地域性、民族性、承袭性、交融性等特征。

1. 地域性

旅游文化的地域性特征主要是指文化的地域差异性。它的形成主要有两种因素:自然环境和社会环境。在我国古代就有“五里不同风,十里不同俗”的说法,在不同自然条件下,人们的生活的结构、范围和对象等方面都会有所不同,以至形成带有强烈地域特点的文化形式。形成这种地域性文化的社会环境的因素之一就是民族环境,民族分布的地域性又是文化地域性形成的原因之一。正是这种文化的地域性、民族性构成了旅游资源的魅力,从而促进了国际旅游的发展。

2. 民族性

世界上有许许多多的民族,它们都有自己的文化传统,正是这种独特的文化传统,使一

个民族与其他民族区别开来。陈独秀在《东西民族根本思想之差异》一文中透彻地指出：“西洋民族以战争为本位，东洋民族以安息为本位。西洋民族以个人为本位，东洋民族以家庭为本位。西洋民族以法治为本位，东洋民族以感情为本位。”每个民族都生活在特定的环境中，不同的环境造就了不同的生产、生活方式，形成了不同的语言、文字、艺术、道德、风俗习惯，构成了不同的民族文化，从而构成了发展民族旅游的潜力之所在。

3. 承袭性

旅游文化的承袭性特征，即文化的继承性。一种文化一旦形成，便会在特定群体中代代相传。人们从前人那里不仅继承了有形的物质遗产，还承袭了传统的价值观念、思维习惯、情感模式和行为规范。文化的承袭性使文化具有相当的稳定性。文化经过潜移默化的内化过程，沉淀于显意识和潜意识底层，由此得以保存流传下来，从而积累了深厚的历史文化资源。

4. 交融性

旅游文化的交融性特征是指不同文化系统之间的冲突、交流和融合。历史上，中原定居农业文化与北方游牧民族文化的交融不断发生。汉、唐、明是中原地区与西域及其以远地区文化交流的繁荣时期，尤以唐朝为盛。唐朝时的绘画、歌舞、服饰、器具大多带有西域文化的风尚。少数民族乐器传入内地，并且沿用至今。唐时，胡舞龟兹曲风靡长安，形成了“洛阳家家学胡乐”的情景。

中国文化不仅在内部各族之间的相互融汇、相互渗透中得到发展，而且在与外部世界的接触中，先后受到了中亚游牧文化、波斯文化、印度佛教文化、阿拉伯文化以及欧洲文化的影响。文化交流促进了洲际、国际、族际间的文化认知，并以此为基础进行新的文化创造，使整个文化机体保持旺盛的生命力，同时还给后人留下数量巨大、价值极高的文化遗存。

二、旅游文化的功能

现代旅游本质上是一种高层次的精神需求和审美享受，是旅游者对文化的诉求。独特的旅游文化是旅游目的地吸引力的源泉，它推动着国际文化的交流。欣赏有形的旅游文化是旅游者了解异国文化，促进国际交流的重要内容。旅游文化作为文化的一个子系统，除了具有文化的一般功能外，其自身还有特殊的功能。

1. 审美教化功能

游览秀丽的自然景色、凭吊历史文物古迹、领略异地的风土人情、品味异乡的饮食文化，可以增加旅游者各个方面的知识、扩大旅游者的视野，提高其审美水平。因此，旅游文化具有增长人们的文化知识、提高人们的文化层次和文化修养的教化功能。

在几千年的文化积淀中，大多数自然景观中已经包含了伦理道德意义，旅游者在欣赏自然美景的同时也必然会感受到附加其上的道德内容。如畅游黄河、攀登长城时，除了感受惊涛拍岸的壮阔水势和“不到长城非好汉”的万丈豪情外，更主要的是被黄河和长城的象征意义所感染和激励，热爱祖国的思想感情油然而生，由此提升了思想境界。

2. 商业经济功能

旅游文化的商业经济功能具体表现在促进消费和增加收入两方面。一方面，旅游文化对消费的促进作用，首先体现在旅游媒介中，旅游者在旅游活动中的文化需求和审美情趣得

到满足后必然会强化消费欲望,从而实现消费行为。而旅游者的消费行为,使旅游业的收入有所保证。另一方面,旅游资源中的文化开发,同样会促使旅游消费的增加。

3. 文化交流功能

旅游文化具有文化交流功能,文化交流可以增强旅游地国家人民的爱国主义情感和民族自豪感,加强各国人民的相互了解、友好往来,促进民族文化的保护和发展,维持社会的繁荣与稳定。旅游文化还可以帮助旅游者通过各种途径的接触,交流思想感情,消除由于长期隔绝而造成的偏见和误解,有力地促进各国之间的文化交流。

第四节 旅游文化与旅游业

随着现代社会的飞速发展,文化旅游正成为一种备受青睐、生机盎然的旅游形式。例如,山东的“一山”、“一水”、“一圣人”,把文化融合在旅游产业中,极大地促进了旅游业的发展,而旅游业的发展又促进了文化业的提升。重庆的红岩文化,使歌乐山的旅游业上升到前所未有的高度,以前的小山现在成了旅游胜地。由此可见,文化因素对现代旅游活动的影响将会更加深刻和深远。所以,要加快中国旅游业的发展,提高其国际竞争力,就必须高度重视旅游文化建设。旅游文化在旅游业发展中的地位和作用主要体现在以下几个方面:

一、旅游文化将成为扩展国际竞争力的现代旅游现象

旅游者的旅游行为是一种文化消费行为,其外出旅游的动机和目的在于获得精神上的享受和心理上的满足;而旅游经营者要达到盈利的目的就必须提供一种能满足旅游者文化享受的旅游产品。文化因素渗透在现代旅游活动的各个方面,无论是自然旅游资源还是人文旅游资源,要激发起旅游者的旅游动机,就必须具有魅力无穷、独具特色的民族和地域文化内涵,满足人们对科学、史学、文学、艺术和社会学等方面的不同需求。因此,旅游的文化本质特征必然要求在发展旅游业的过程中优先发展旅游文化。

同时,在旅游业国际竞争中,文化旅游将成为旅游者青睐的旅游方式。旅游者通过旅游,不仅可以领略独特的风景,更重要的是了解旅游目的地的风土人情以及独特的文化环境。未来,旅游业与文化产业的结合开发将成为旅游业发展的重要方向。因此,在竞争激烈的 21 世纪,应该把我国五千年的文明史和各民族的特色挖掘出来,用独特的文化特色来吸引八方来客,以此在世界旅游市场中取胜。

二、旅游文化蕴藏着巨大的经济潜能

一个国家的旅游业若缺少了自己本民族传统文化的底蕴,便失去了特色,不但不能反映出本民族独有的精神内涵,也失去了强大的吸引力。实践表明,凡是旅游业发达的国家,大都以旅游文化取胜。例如,奥地利的旅游,几乎都与施特劳斯等音乐大师紧密关联;巴黎街道的命名,每每蕴涵着法兰西民族的历史掌故。因此,旅游业是一个国家、一个民族以其独特的文化招徕旅客以赚取外汇的文化经济。同时,发展旅游文化可以提供大量的就业岗位,带动建筑、商业、交通、文化的发展。可以说,旅游文化蕴藏着巨大的经济潜能。

为此,世界上许多旅游业发达的国家先后实行了“文化经济”新战略。美国洛杉矶文化

旅游负责人罗伯特·巴雷说:“文化旅游大概是美国增长速度最快的旅游项目。因为各个城市发展文化旅游可以获得相当可观的收入。”韩国也积极采取多种措施大力发展其文化旅游业,欲将其培育成 21 世纪的国家战略产业。

三、旅游文化是提高从业人员的素质和企业管理水平的关键

旅游文化的体现,依靠旅游业的管理者及其从业人员文化素质的优劣、经营管理水平的高低,其直接影响到旅游者能否获得良好的审美享受和精神愉悦感,直接关系到旅游资源能否得到合理的开发和利用,进而影响到旅游业的发展。

未来的旅游业的竞争主要是旅游文化方面的竞争,人们对旅游资源、旅游服务的需求更趋向于文化性强、科技水平高、富于参与性的项目,因此,旅游业管理者和从业人员的文化素质和经营管理水平必须达到更高的层次,才能适应时代的要求,与国际接轨,使我国的旅游业立于不败之地。

四、旅游文化是一个国家旅游业保持自身特色的决定性因素

民族的东西是独特的,文化的流传是久远的。在旅游活动中,旅游者物质方面的需求是较低级的需求,易于满足,而精神文化方面的需求,是一种高级而复杂的需求,很难得到满足。旅游企业若不能满足旅游者精神文化的需要,便失去了存在的价值。同时,由于文化具有地域性、民族性、传承性等特点,往往为一个国家和地区所独有,很难模仿和复制。因此,在竞争中就减少了可比性,具有垄断的地位,易形成强有力的竞争能力,也易创造出自己的特色和品牌效应。品牌是旅游业竞争中的一股无形的力量,更是促使旅游业走上可持续发展道路的一种宝贵的文化资源。因此,旅游文化是一个国家在发展旅游业的过程中保持自身民族特色的决定性因素。

我国是具有五千年发展历史的文明古国,是世界上旅行游览活动兴起最早的国家之一。当代中国的旅游业是对具有悠久历史传统的中国旅游的继承和发展,在现代物质文明和精神文明的基础上,我们必须充分利用自然资源、人文资源,大力弘扬中国传统文化,让世界了解中国,充分展示出中国传统文化的精华。例如,故宫、颐和园、秦始皇兵马俑、孔庙、北京的四合院和北京胡同等,都是传统文化的载体和窗口,吸引着海内外的游客。

国内旅游者通过游览名山大川、历史遗迹,领略辉煌灿烂的文化,可以激发爱国主义情感,增强民族的自信心和自豪感。例如,近年来“重走万里长征路”、“红色旅游”等一些具有文化特色的旅游项目的开发,深受国内游客的欢迎。发展旅游文化可以进一步增强各国人民的友好往来和友谊,增进彼此间的了解,缩小彼此间的差异。

总之,因为旅游文化是旅游业不可缺少的文化底蕴和灵魂,是旅游业保持特色、提高国际竞争力的关键,所以,旅游业要获得较大的发展,必须高度重视旅游文化建设,深入挖掘旅游文化的内涵,营造旅游文化氛围,建立一套具有当地鲜明特色的旅游文化体系,从而为旅游业的发展提供服务和指南。

知识链接 1-2

仁者乐山,智者乐水

“仁者乐山,智者乐水”出自《论语·雍也篇》“子曰:‘知者乐水,仁者乐山;知者动,仁者

静;知者乐,仁者寿’”。孔子认为,人和自然是一体的,山和水的特点也反映在人的素质之中。在千变万化的大自然中,山是稳定的,可信赖的,它始终矗立不变,包容万物,是最可靠的支持;水则是多变的,具有不同的面貌,它没有像山那样固定、执著的形象,它柔和而又锋利,可以为善,也可以为恶,难于追随,深不可测,不可逾越。聪明人和水一样随机应变,常常能够明察事物的发展,而不固守一成不变的某种标准或规则,因此能破除愚昧和困危,取得成功;即便不能成功,也能随遇而安,寻求另外的发展,所以,他们总是活跃的、乐观的。仁爱之人则和山一样平静,一样稳定,不为外在的事物所动摇,他们以爱待人、待物,像群山一样向万物张开双臂,站得高,看得远,宽容仁厚,不役于物,也不伤于物,不忧不惧,所以能够长寿。

◎ 思考与练习

一、填空题

1. 旅游文化先后经历了三个发展阶段:一是19世纪之前的_____旅游文化;二是19世纪至第二次世界大战前的_____旅游文化;三是第二次世界大战后产生的_____旅游文化。
2. 旅游文化的特征,以一般文化的特征为基础,具有一般文化的共性,主要表现为地域性、____、____、交融性特征。
3. 旅游文化的功能有_____功能、_____功能、文化交流功能。
4. 旅游活动的重要目的就是感受美,而美就蕴藏在旅游文化的客体——旅游文化_____之中。
5. 旅游文化在旅游业发展中的地位 and 作用体现在成为扩展_____的现代旅游现象,蕴藏着巨大的_____,是提高从业人员的素质并提高_____的关键,是一个国家旅游业保持自身特色的决定性因素。

二、选择题

1. 旅游文化的结构要素不正确的是()。
A. 物质文化 B. 礼俗文化 C. 行为文化 D. 精神文化
2. 不属于对外文化交流的使者的是()。
A. 张骞 B. 郑和 C. 鉴真 D. 郦道元
3. 不属于旅游客体文化的是()。
A. 旅游服饰文化 B. 旅游饮食文化
C. 旅游服务文化 D. 旅游民俗文化
4. 在中国古代,“文化”一词是指()。
A. 物质文明 B. 精神文明 C. 文德教化 D. 文学艺术

三、复习思考题

1. 什么是旅游文化? 它的构成要素有哪些?
2. 旅游文化具有哪些特征和功能?
3. 旅游文化在旅游业发展中的作用有哪些?
4. 人们常说:“民族的东西是独特的,文化的流传是久远的。”旅游文化是一个国家的旅游业保持自身特色的决定性因素。请就中国旅游文化的可持续发展问题提出几点建议。

案例分析

丽江古镇的旅游文化

驰名国内外的云南丽江古镇,保存了 19 世纪末 20 世纪初奇特的传统建筑风格和古老的纳西族东巴文化。1997 年 12 月,丽江古镇被正式列入世界教科文组织的世界文化遗产保护地名单。可是,随着丽江记入《世界遗产名录》后,云南各级政府都大张旗鼓,大力发展丽江旅游业。数月之内,旅游人数迅猛增长。一开始,当地的纳西族对旅游业所带来的新财源似乎是欢迎的,纷纷办起了小餐馆、小客栈,摆摊设点卖起了自制的工艺品。可是时隔不久,纳西人逐渐迁出古镇,将房子租给外地人经营。据学者在丽江的考察,如今,丽江古镇有的街上 60% 以上的商铺是外地人居住经营;其中,外地人所经营的商品,60% 属于玉器和木雕品,其余店铺所卖商品则是游客在云南其他旅游地见到的千篇一律的旅游纪念品。这样的状况,大大改变了丽江古镇的原貌和其特有的纳西族风貌,丽江纳西族东巴文化这一重要的人类文化遗产正面临着消失的危机。

根据上述案例请分析:

如何正确处理民族文化的继承与现代旅游业的发展问题?