

论旅游文化

——文化人类学视野

赵红梅

(云南师范大学旅游与地理科学学院, 云南 昆明 650500)

[摘要]目前,国内旅游文化研究已进入了瓶颈阶段。尽管有近40部与旅游文化相关的著作和教材以及大量学术论文,但人们在各种意义上使用“旅游文化”这一词汇,旅游文化的内涵与外延仍模糊不定。文章在追溯国内外旅游文化研究成果的基础上,从文化的发生层面来界定和框限旅游文化,并在内涵、特性、功能层面对旅游文化与一般文化进行比较分析,进而指出未来的旅游文化研究可以运用文化人类学传统民族志方法来获取第一手资料。同时,文章旨在反思国内旅游文化研究的概念误区,并尝试以文化人类学视角来廓清旅游文化的外延,将旅游文化视为文化生产与再生产的结果,为旅游文化内涵的明确化、具体化做抛砖引玉的前期思考。

[关键词]旅游文化;文化人类学;再建构

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2014)01-0016-011

Doi:10.3969/j.issn.1002-5006.2014.01.002

2012年初,谢彦君发表《旅游文化及其相关范畴、命题的理论透视》一文,批判地评述了国内35部“旅游文化学”教材或著作的内容结构,指出学术界苦心经营的“旅游文化”学科到头来仍在“文化旅游资源”领域里徘徊^[1]。从某种意义上讲,国内旅游文化学是建构在教材和论文之上的,几乎每年都有新著或新论问世。例如2012年有两部新版本

[基金项目]本研究受国家社会科学基金“旅游文化与族群认同——基于丽江旅游的人类学考察”(09XMZ058)和教育部高等学校特色专业建设项目(TS2380)资助。[This study was supported by grants from the National Social Science Foundation of China (to ZHAO Hongmei) (No. 09XMZ058) and the Ministry of Education of China (to LI Wei) (No. TS2380).]

[收稿日期]2012-09-12; **[修订日期]**2013-06-26

[作者简介]赵红梅(1974-),女,重庆人,博士,副教授,研究方向为人类学与旅游文化, E-mail: hongmeizhaoy@163.com.

的旅游文化学教材面世:其一是沈祖祥的《旅游文化学》,主张将旅游文化视为一种独立的、已经形成的文化现象来分析,虽然跨学科地借鉴了组织学、发生学和历史学理论,但其内容偏重历史,结构依然是“三体说”的旧套^[2];其二是谢春山的《旅游文化学》,开辟地从旅游文化的主体观、环境观、时间观、区域观、效应观、实践观来组织全书,在很大程度上呈现出旅游文化的不同面相,但该书架构的一大缺陷在于旅游文化内涵的模糊化^[3]。谢彦君认为,教科书的知识是来自足够数量的专著的积累,而专著的积累又离不开更多数量的探索性学术论文的积累^[4]。探索性研究体现在诸多方面,例如概念的更替、观点的创新、理论的建构或方法的引介等。就旅游文化研究来看,若无跨学科视野的襄助,单从旅游学的角度窥探旅游文化现象,难免误读旅游文化,奢谈探索性研究。文化人类学是一门以文化研究为旨趣的学科,它关注文化的多样性,有相当成熟的理论积淀和案例研究,对旅游文化研究有参照和启示价值。鉴于此,本文尝试在回溯国内外既往旅游文化研究之基础上,建构文化人类学视野下的旅游文化观,并大致勾勒旅游文化的外延。

旅游文化研究述评

国内研究述评

在CNKI输入主题词“旅游文化”得到的搜索结果显示,从1986年到2013年4月9日止,共有相关论文2313篇,其中,1986~1989年17篇;1990~1999年277篇;2000~2009年1261篇;2010~2012年751篇;2013年7篇。撇开2013年不计,仅从数量上看,1986~2012年的26年间,旅游文化研究呈飞速递增之势。这种状态令人困惑胜于可喜,因为我们不清楚到底是缘自旅游文化研究的必要性,还是旅游文化研究的低门槛。为此,本文从中挑选出与旅游文化直接相关的文章约250篇,逐一阅读,以

摸索其研究的规律或特征。

20世纪80年代是旅游文化研究的启蒙阶段,文章17篇,其中还有几篇是报刊文章或著作节选。多数文章以界定或框限旅游文化为旨归,例如俞慈韵(1986)、晏亚仙(1987)、陈辽(1987)、魏小安(1987)、喻学才(1987)、窦石(1988)等,但最早对旅游文化下定义的是《中国大百科全书·人文地理学》(1984)。今天看来,这些旅游文化定义的外延太过宽泛,与其他文化类型存在广面的叠合,在某种意义上是为后续研究埋下暗礁,导致研究者与旅游文化本质一再失之交臂。20世纪80年代亦见证了国内一种新研究取向的兴起,即旅游文化史的研究。1987年10月,首届“全国山水旅游文学讨论会”在安徽九华山召开,会议收到专著5部,论文37篇,主要探讨中国山水旅游文学与中国文化的关系^[5]。其中,喻学才的《山以贤称,境缘人胜——中国旅游文化的重人传统》是典型的对旅游文化历史的追溯^[6]。会议无疑激发了旅游学界对中国历史上旅游文化的集体热情,此后在故纸堆里翻寻古人旅游态度、价值观、旅游行为、旅游文学、旅游名人等的研究虽谈不上洋洋大观,但亦绵延不息。

20世纪90年代至2013年的研究难以分年代考察,因为旅游文化概念的悬而未决导致了研究的迂回曲折,事实上,直至最近一两年仍有人在20世纪80年代的定义中踟躇不前。换言之,这20余年的研究存在大量重复与雷同,稍微有些创辟的论文一发表而从者甚众,欲从罗织繁复的论文里找出某种观点或说法的原创实非易事,因为不注明出处者甚多;另一方面,相当数量的论文属于乘兴而作,未全面研读之前的研究成果,因此往往是在“雨伞发明之后再发明雨伞”。这属于学术伦理问题,并非仅见于旅游文化研究,但这种状况却同时成为旅游文化研究滞步不前的原因和结果之一。不过,从1990年至今,旅游文化研究仍显现出四种重要的倾向。其一,旅游文化概念的持续探讨,包括旅游文化的属性、特征、主体的论证以及旅游文化、历史文化、文化旅游与旅游资源文化之间的辨析。其二,旅游文化学发凡之研究,数量不多,内容以呼吁、论证为主,但与之相呼应的是旅游文化学教材与著作的次第问世,这些论著在一定程度上强化了旅游文化学学科确立的紧迫性和重要性,但亦凸显和加剧了旅游文化内涵的模糊性和混乱性,最终导致旅游文化概念与旅游文化学的研究对象无法吻合的尴尬局面。其三,旅游文化开发之研究。诸如此类的文章

在数量上几乎成为主流,因为严重混淆旅游文化、文化旅游资源与文化旅游的概念,这些研究迟早会被打上“末流”的标签。其四,旅游文化研究的综述。国内旅游文化研究最不乏综述类文章,从1984年至今27年不下15篇之数,显见地,“研究的研究”胜于“研究”。其中,晏鲤波等(2007)所总结的旅游文化定义的“总和论”、“碰撞论”、“交际论”与“收缩论”^[7]颇能反映众说纷纭的研究现状。

概观之,国内旅游文化研究近20多年来仍在旅游文化概念上打转,甚至连旅游文化学的研究对象都还未达成共识。毛桃青曾呼吁“旅游文化应有自己的学科地位”^[8],而今看来,有何地位可言?旅游文化研究之所以走了一段长长的弯路,根源在于对旅游文化的误读。于光远先生的那句话“旅游不仅是一种经济生活,而且也是一种文化生活,旅游业不仅是一种经济事业,而且也是一种文化事业”^[9]从一开始就被误用,老先生提醒世人不要忽略旅游现象的文化属性,但显然追随者将旅游的文化属性与旅游文化划了等号。此后一发不可收,文化旅游被认为集旅游文化属性之大成,而旅游文化往往被视为重要的旅游吸引物,致使文化旅游资源或产品成为旅游文化的载体,进而被当作旅游文化本身。这种状况导致两个彼此关联的认知误区:其一,文化旅游资源的开发就是旅游文化的开发,开发的对象与结果均为旅游文化,旅游文化既是旅游资源,亦是旅游程度的表征;其二,文化旅游的相对成功促成旅游规划或开发中近乎偏执的“文化崇拜”,举凡旅游吸引物都应被输入、创造或添加文化属性,如此方显吸引力。因此,有大量文章在探讨如何开发旅游文化或评价某地的旅游文化如何,实质上却是对文化旅游资源、产品现状或潜力的论证。姑且不论文化旅游资源、产品是否隶属旅游文化范畴,该研究倾向非但使旅游文化狭隘化和静态化,且完全逃避了对旅游文化的主体——人的研究。尽管学界对旅游文化的认识日渐清晰,但作为一个相对严肃的学科术语,其理论认知与实践运用是脱节的。

出于论证的需要,本文在繁杂的论文丛中筚路蓝缕,找出我们能共享某些观点、思路的研究,一是为表明本文的立场,二是为彰显一些笔者所认为的真知灼见。其实,早在20世纪90年代,就有研究者发出不同的声音。1990年,“首届中国旅游文化学术研讨会”收到论文25篇,关于旅游文化定义的“总和论”与“碰撞论”在此次会议出台,多数与会者认同旅游文化具有综合性、地域性与继承性的特征,

会议最有价值部分在于旅游文化的具体内容,有三种看法:1)旅游文化是与旅游三要素(主体、客体、媒体)相关的内容;2)由三要素“碰撞”所产生的“文化质”来确定旅游文化的内容;3)旅游文化由表层结构与深层结构组成,前者指旅游景观或设施,后者指复杂的旅游者心理^[10]。三种看法都是旅游文化认知的基础,其中第二种极有借鉴价值,但鲜有人重视。唐友波等(1991)从文化学视野分析了旅游现象,指出旅游行为与旅游过程给“三体”带来了文化上的影响,形成了新的文化因素^[11]。郑本法(1992)在《旅游文化刍议》一文中从社会学角度来解读旅游文化并圈定其内容,内容有待商榷,但其观点值得珍视,即旅游文化与一般文化的共性在于它们都是由人们创造出来的普遍存在的人为现象;旅游文化是与旅游活动相关的社会文化,但与旅游活动相关的社会文化却不一定都是旅游文化^[12]。肖洪根(1994)在反思20世纪90年代的三个旅游文化定义的基础上再次提出“碰撞说”,该定义更强调旅游文化的动态性,或者说在场性(on-site);肖还拆解了贾法里(Jafari, 1987)的旅游者模式图,从旅游前、旅途中、旅游中与旅游后四个时空环节谈论旅游文化存在的可能性^[13]。贾祥春(1997)指出旅游文化并非旅游和文化的简单相加,而是一种全新而独立的文化形态^[14]。王德刚(1999)强调旅游活动是旅游文化产生的前提^[15],这一认识提纲挈领,最低限度起到了阻止将旅游文化视为单纯的静态存在或作为发展目标的作用。上述文章的共同点在于都认同旅游文化的创造性,这使得旅游文化的外延悄然收缩,一些其他文化类型被排除于无形。但真正以驳斥姿态直面这一事实的是沙向军(1997),沙反诘道:是不是卷入旅游活动的文化形态都属于旅游文化呢?他使用排除法勾勒了旅游文化形态的组成,他不认为民族文化、宗教文化、生活文化、山水建筑文化等属于旅游文化的范畴,例如宗教文化的原生文化特征就远强于旅游文化特征^[16]。这些观点犹如涓涓细流,流淌在20世纪90年代,但在21世纪却险些断流。21世纪13年间相关研究论文达2000余篇,但承续上述研究轨迹者凤毛麟角,有些研究者明确同意旅游文化区别于文化旅游资源,但具体论证时依然捋不清楚。事实上,有些范畴的研究可以暂告一段落,比如旅游文化研究的综述可以止于恒占伟(2007)或晏鲤波、庄兴成(2007);旅游文化与文化旅游的比较研究早该止于徐菊凤(2005);旅游文化的开发研究若去掉“旅游”二字会更妥当些。同时,

旅游文化外延与内涵的研究应该持续下去,或者说应以谢春山、邹本涛(2008)的《旅游介入文化研究》一文为起点展开讨论^[17]。“旅游介入文化”这一概念在很大程度上解决了旅游文化的多主体性问题。该二人又在《旅游文化新论》(2009)中将旅游文化的结构分为旅游体验文化与旅游介入文化^[18],基本上将旅游文化控制在“被创造文化”的范畴内。

此外,尽管多学科介入一直是被鼓励的做法,但少有人尝试。20世纪90年代以来,有唐友波等(1991)、李世众(1997)、王立(1997)等从文化学、人类学视角来剖析过旅游文化,这种尝试值得嘉许,但影响不大。例如王立(1997)借用文化人类学的文化因子、文化丛、文化圈与文化区概念来整合所谓的旅游文化内容,而实际上只不过是对人文旅游资源的文化人类学分类而已^[19]。21世纪伊始,一些人类学者加入进来,杨慧等主编的《旅游、人类学与中国社会》挑选了几篇国内人类学者的论文,表露出人类学对旅游文化的研究旨趣,例如张展鸿的《旅游人类学与古迹保存》,段颖、杨慧的《权力边缘的曼春满——旅游作为现代性与民族意识的个案研究》,彭兆荣的《体验差异:民族志旅游与人类学知识》;白莲《历史记与民族旅游——满族身份重新建构的个案研究》,瞿明安的《族群认同与文化适应——云南民族村村民的实证研究》等^[20]。2004年,人类学者彭兆荣参与到旅游文化的专题探讨之中,他显然更关注大众旅游背景下的旅游文化,认为旅游绝非简单意义的人群流动,而是一种特殊的文化表述、表达与表演范式,它深刻触及到现代社会的内部构造^[21],既包括东道主社会,亦包括客源地社会,该视角充分体现人类学的整体观,将旅游文化置于更宽泛语境之中加以认识。

国外研究述评

国外旅游文化研究体现了申葆嘉所指出的“重应用轻基础”的倾向^[22],其“高度分散,各行其是”的研究作风比国内有过之而无不及。本文在发行范围最广的《旅游研究纪事》(*Annals of Tourism Research*)中以“touristic culture”(旅游文化)为关键词搜索,找到552篇相关论文,除一篇书评和几篇基础研究论文外,其余均是风格各异的案例研究。

就旅游文化的基础性研究来看,《旅游研究纪事》创刊人贾法里是一位开拓者。他的《旅游模式:社会文化面相》(*Tourism Models: The Sociocultural Aspects*)一文有建构旅游知识体系的抱负,明确指出当地人、旅游者与目的地文化会融合而产生一种新

文化^[23],对旅游文化的整合态势简直呼之欲出。对此,英国学者博尼费斯(Boniface)评论道,据贾法里的观点,整个旅游领域似乎都弥漫着旅游文化,这凸显了旅游的整体性,但贾法里所设计的旅游文化却没有将相关社区纳入整体之中考虑。因此,博尼费斯建议旅游文化研究应考虑如下问题:旅游文化是否作为一个整体(entity)存在;旅游文化的功能是易变还是稳定;旅游文化所占据的地位对旅游发展是有益还是有害^[24]。科恩(Cohen)亦做过这方面的尝试,他将一些类型的旅游文化命名为“旅游艺术”,认为这是一片“糊涂的田野”,混杂了民族艺术、商业艺术、纪念品与美术品等要素特征。这些不同类型的和杂交形式的旅游艺术是四种商业化的对象:1)互补型商业化;2)替代型商业化;3)蚕食型商业化;4)复原型商业化^[25]。科恩对商业化的解读说明旅游艺术是动态而适应的,它涉及:主题与设计的调适以更好迎合旅游趣味和期望;旅游产品的标准化;艺术作品的简化;旅游对象的微缩化与放大化;机器制品对传统材料的替代;实用品变成装饰品等^[26]。这些无疑都是旅游文化的内容,但是用旅游艺术替代旅游文化显然以偏概全。还有人置疑旅游文化的存在,弗罗利克(Frohlich)撰文疾呼“有旅游文化这样的东西吗?”他历数旅游给历史遗迹带来的种种物理、环境与文化效应,彻底否定旅游的存在价值,殊不知他所控诉的正是旅游文化的内容^[27]。这反倒提醒学界应警惕对旅游文化的负面情绪,对研究而言,认识一种旅游文化比谩骂指责要明智得多。

就国内学界对旅游文化的模糊认识来看,大量国外的案例研究都应归属于旅游文化的范畴。据此揣测,国外旅游文化研究大都处于“先生孩子,不取名字”的状态,故绝大多数论文有旅游文化之实,而无旅游文化之名。例如:《东道主与游客》所收录的论文中,三分之二都揭示了不同的旅游文化现象,即便是纳什(Nash)那篇《作为一种帝国主义形式的旅游》(Tourism as a Form of Imperialism)檄文,亦揭示出作为强势文化群体的旅游者的行为模式^[28];格雷本(Graburn)的论文集《人类学与旅游时代》里至少有9篇属于旅游文化研究,例如《第四世界的艺术品》、《旅游:神圣的旅程》、《旅游与色情业》、《日本国内旅游的物质象征》等^[29]。旅游的社会学研究亦是如此。以科恩为例,2007年由巫宁等翻译出版的《旅游社会学纵论》收录科恩的18篇论文,其中,《逃离富庶生活的游民:关于漂泊者旅游现象的注释》、《在犹太人—阿拉伯人混居社区中的阿拉伯男

孩与年轻女游客》、《从乌托邦神话变成消费品的太平洋诸岛:天堂的觉醒》等都有典型的旅游文化研究基调^[30]。概观之,这些浩如烟海的案例研究主要聚焦两大方面:其一,东道主对旅游吸引物的生产、再生产与营销研究;其二,不同类型的旅游者行为、体验模式研究。

国外旅游文化基础性研究的集大成者是一部编著——《旅游文化——旅行与理论的转型》(Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory),由罗杰克与厄里(Rojek & Urry)于1997年主编出版。除序言外,该书共收录8篇论文。在序言里,两位编者明确指出当今社会的人群、文化和物(objects)的移动性特征,而旅游与文化之所以必须并置而谈,是出于三个重要原因:其一,社会的文化化(culturalization of society),因为之前泾渭分明的社会与文化领域如今却纵横贯通。其二,文化创新横扫一切樊篱(包括历史和政治的),许多曾被坚守的边界荡然无存。其三,旅游实践自身的文化化趋势以及其对“被旅游”社区的一系列深远影响^[31]。该书的参写者敏锐地捕捉到一些旅游文化现象,包括旅游景观的社会建构、物的流动、麦当劳迪斯尼化与后现代旅游、旅游产品的展演、遗产认同与真实性、旅游与摄影艺术等。其中,《旅游文化》(The Culture of Tourism)一文是点睛之作,作者克雷克(Craik)将旅游文化分为四类:1)旅游产品之文化特性的最大化;2)旅游体验的再规定;3)对旅游之文化效应的注重;4)对旅游企业自身文化变迁的应对^[32]。坦率而言,这类关于旅游文化内容的表述与我们对旅游文化的理解有很大偏差,克雷克随后关于旅游文化的构成的论述亦令人不知所以,归根结底他注重的是旅游文化效应。克雷克认为,旅游文化深受文化旅游的影响和限定,尤其是在后者蓄意要提升吸引物与体验以吸引新旅游人群的时候。他认为要达致这一目标有两条策略可运用:一是为旅游业和旅游者而模塑文化(moulding culture for tourism and tourists);二是为文化而塑造旅游业和旅游者(moulding tourism and tourists for culture)。前者指开发特色旅游产品,意在旅游,例如:1)旅游艺术——对博物馆与画廊的展演、服务和产品的再定位,2)激发旅游者的节日——莎士比亚节、电影节或土著文化节;后者指调适旅游吸引物和潜在目的地以整合或提升文化特色,意在文化,类似于丽江“旅游搭台,文化唱戏”的倡导。尽管克雷克未能明确勾勒旅游文化的轮廓,但他关于“旅游文化、文化旅游与旅游者背景文化

的关系远胜过旅游目的地文化”^[32]的观点却引人深思。

研究结论

纵观旅游文化的研究,国内外学界表现出截然不同的偏好与倾向。国内学界自20世纪80年代以来一直行进在旅游文化本体的认知之路上,旅游文化学教材的纷呈迭出,反而折射出“江湖未能一统”的现状。国内人类学者对旅游文化现象的兴致不过是对国外旅游人类学研究之风的承袭,但就旅游文化学本身的学科构建而言,跨学科的案例研究与其说是一种增益,勿宁说是一种提醒。与中国旅游学界执着于旅游文化学的学科地位不同,早在20世纪60年代,国外学界就一头扎进旅游文化现象的海洋,从不同面相进行基于学科分野的研究,他们识别出文化商品化、文化真实性、游客凝视、旅游族群性、另类旅游行为、人造景观、麦当劳化、均质化等多种旅游文化,并加以实证分析。但国外学者好像并不在乎这些现象是否被冠以旅游文化之名,他们注重现象的文化解释而疏于界定现象本身。两相比较,很难权衡孰优孰劣,但国内高等旅游教育却对旅游文化的认知提出特殊要求,即旅游文化的内涵与外延必须予以界定,旅游文化学才有存在的前提和学科基础。迄今,旅游文化在国内仍是个含糊其辞的高频用语。但在纷繁芜杂的旅游文化研究中,有一股微弱的研究力量一直试图廓清旅游文化的外延,这是一项有意义且有分量的工作,它照亮旅游文化的认知困境,促使研究者借用跨学科的文化观来审视旅游文化,看它究竟是一种怎样的文化。

文化人类学视野下的旅游文化

旅游文化的再界定

之前晏鲤波等将国内学界的旅游文化定义归纳为四类:总和论、碰撞论、交际论与收缩论,而笔者较为倾向碰撞论与收缩论。碰撞论以肖洪根为代表,他认为“旅游文化是以广义的旅游主体为中心,以跨文化交际为媒介,在丰富多样的旅游活动中迸发出来的,形式复杂广泛的各种文化行为表征的总和。”^[13]笔者看重该定义的两点:其一,作者提出“广义的旅游主体”概念,暗示旅游“三体论”值得商榷;其二,作者将旅游文化的产生描述成“迸发”,这个动词隐喻某种创造性,无形中界定了旅游文化的范围。沙向军强调“旅游文化的全部意义在于文化交流,凡是体现交流这个最终和最核心现象和价值的各种内生和外化形态,才是旅游文化”^[16]。晏鲤波等

称沙的定义为收缩论,而事实上它与肖的碰撞论没什么本质区别。两个定义都未忽略旅游文化与文化接触的直接联系,旅游文化之所以产生,根源在于以旅游吸引力为纽带的不同文化群体的集聚。因此,着眼于旅游文化的发生层面,无疑最能阐明旅游文化的性质与内容。此外,陈岗、黄震方在《基于意义及其均衡理论的旅游文化形成与变迁机制研究》一文独辟蹊径,结合符号人类学中“意义”的概念与利益相关者概念,以“意义均衡”理论解释了旅游文化的发生与变迁机制^[33],该文不失为一个大的贡献,启迪我们从意义系统来思考旅游文化。

当代美国新兴人类学家拉斯特(Lassiter)如是界定文化:在人类学意义上,文化是一个共享和协调的意义系统,这一系统是由人们通过阐释经验和产生行为而习得并付诸实践的知识所获知的^[34]。在美国最受欢迎的两本人类学教材里^①,文化被理解为共享与协调的意义系统,人们用它来解释经验,生成行为,以行为反映意义。这些定义关照到文化自身的生产与再生产意涵,凑巧提供了旅游文化的界定思路,使我们免于殚精竭虑之苦。

基于此,笔者认为:在人类学意义上,旅游文化是多元文化主体在相互接触中所形成的自我协调的意义系统,这一系统是由各介入主体围绕旅游活动而创造产生。首先,文化人类学关注文化问题与文化接触,该定义正是从文化接触的切面来思索旅游文化的形成,因此,这是个立足于文化人类学的定义。其次,多元文化主体是广义的旅游主体,包括旅游者在内的一切旅游介入者,通过他们丰富多彩的旅游活动,旅游文化才得以产生。再次,将旅游文化定格在发生或形成阶段,有利于其内涵与外延的框限。最后,界定旅游文化是一个自我协调的意义系统,原因在于多元主体存在的事实,任一主体都可能在文化接触中迸发创造性的旅游活动,从而收获其欲寻求的意义,亦因各取所需的价值张力,使得旅游文化是一个自我协调的意义系统。事实上,“文化”本身即意味社会生活是“被建构的”,并且易变、多样和短暂^[35]。该说法适用于旅游文化,旅游是一种被建构的生活方式,旅游文化是被建构的文化系统,其存在意义一直处于调适的平衡之中。

① 一本是美国人类学家康拉德·菲利普·科塔克的《人类学:人类多样性的探索》(Anthropology: The Exploration of Human Diversity)(第12版)[M]北京:中国人民大学出版社,2012;另一本是威廉·哈维兰的《文化人类学》(Cultural Anthropology)(第10版)[M].上海:上海社会科学院出版社,2006。

将旅游文化的外延控制在发生或创造的层面,表明它是相对独立的文化,自有其独特意涵,不能把其他文化内容随意纳入旅游文化囊中。首先,我们强调旅游文化的内在发生或形成,不包括旅游业所借助或依赖的外部文化形式,如建筑、遗迹、器物等有形文化或如信仰、节庆、音乐等无形文化自有其文化归属和原生文化特征,因此不属于旅游文化。其次,是确认一些存在的旅游文化或许可起到窥斑见豹的效果。例如“舞台真实”、迪斯尼麦当劳化、复古之风、天堂化或旅游行为的模式化等都是在发生或创造的范畴之内,而这些现象则是旅游多元主体在意义系统中合力作用的结果。可见,旅游文化一直处于被生产和再生产的过程之中,不断有新文化元素涌现以标识旅游活动的特殊性。谢春山、邹本涛(2008)提出的旅游体验文化与旅游介入文化很大程度上包揽了发生、创造层面上的旅游文化,但如何细分旅游体验文化则需要进一步的探讨^[17]。

文化人类学的研究对象与旅游文化

20世纪40年代,美国人类学家克拉克洪(Kluckhohn)将人类学作为研究人类相似性和差异性的科学^[36],这一看法得到多数人类学者的推崇,并推导出文化人类学是以文化多样性为对象的人文科学。文化人类学者最为关注“异文化”或“他者”(other),即远方的文化多样性,这使得他们必须借助长时间的田野调查来获取这些以族(ethnic)为边界的文化群体的第一手材料。因此,像印加文化、阿兹特克文化、苗文化、罗姆人(吉普赛人)、努尔人、因纽特人(爱斯基摩人)等都成了人类学研究的经典对象。但文化多样性不只是简单体现在文化的承载和区分单位——族群(ethnic group)身上,它可具体化为如下内容:生计模式、社会组织、婚姻家庭、亲属制度、宗教信仰、艺术、文化变迁等。换言之,文化人类学研究人与自然、人与社会、人与自身之间关系的多种可能性,并做出描述、分析、阐释和解释。故而,文化人类学承诺要在人类所有的复杂性中去理解人类的存在状况,这表明文化人类学本质上是一门在特殊文化中研究一般文化的学科。照字面来看,很难看出旅游文化在文化人类学的研究对象里将跻身何处,因为旅游文化虽为人类所创造,但它与文化人类学的研究对象在概念、性质和功能上既相合又相异。

首先,人类学对于其主要研究对象——文化的定义仍处于见仁见智的状态,几乎每位人类学家都能提出一个“孤芳自赏”的文化概念。1952年,美国

人类学家克鲁伯与克拉克洪(Kroeber & Kluckhohn)合撰《文化:对于观念与定义评论》(Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions)一书,对从1871年至1952年80年间出现的164种文化定义进行回顾和评析,因此克鲁伯认为正是文化人类学家发现了文化。但时至21世纪,我们仍旧一筹莫展于来自不同文化背景与学科领域的200多种文化概念。考虑到比较分析的便利,选用克鲁伯与克拉克洪于1952年提出的文化定义来对照旅游文化。该定义如下:

文化是由外显与内隐的行为模式构成;这种行为模式通过象征符号而获致和传递;文化代表了人类群体的显著成就,包括它们在人造器物中的体现;文化的核心部分是传统观念(即历史地获得和选择的),尤其是它们所带的价值观;文化体系一方面可以看作是活动的产物,另一方面则是进一步活动的决定因素^[37]。

这个定义概括了文化的两种状态:静态与动态;有形与无形。静态指人类群体的显著成就和传统观念,动态指行为模式;有形指人造器物等显著成就,无形指传统观念、价值观、宇宙观以及通过象征符号而获致和传递的行为模式。该定义还通过文化体系与人类活动的辩证关系,暗示了文化的生产性。整个定义表明既定人群与文化内容的隶属关系,说明文化与文化主体彼此界定的特性,从而揭示文化是人类多元生活方式的表征。比对之下,会发现旅游文化的性质与上述定义大致吻合。其一,旅游文化不啻为一种外显与内隐的行为模式,至于它是否通过象征符号而获致和传递还需大量案例研究予以支撑,但厄里已经将旅游人群形容为一支符号大军,在全世界翻找各种标志^[38],这无疑会导致旅游对象的符号化。其二,在某种意义上,旅游文化有可能体现人类群体的成就,例如有形的旅游建筑、主题公园或无形的旅游创意等,但前提是它们产生了积极的旅游效应并与一般文化价值相契合。其三,旅游文化虽算不上一种传统,但它携带丰富的价值观并有可能制造意义感,如格尔兹所言,旅游文化亦是由人自己编织的意义之网^[39],它是一套协调的意义系统,各相关主体可从中寻求价值或意义感。其四,旅游文化是活动的产物,亦是进一步活动的决定因素,活动是关键词,各文化主体之旅游活动的张力使旅游文化得以产生。无论是行为模式、人类成就、意义系统还是所谓活动方面,旅游文化所指涉的内容都比其他类型的具体文化要狭窄得多。

其次,文化人类学的文化具有一些公认的特性:第一,文化是共享的。文化是一套共享的理想、价值和行为准则,共享主体可以是性别群体、年龄群体、特定阶层、族群、民族或国家。第二,文化是习得的。习得途径包括纵向濡化与横向传播。第三,文化是象征的。怀特(White)认为,文化起源于人类获得了使用象征符号的能力,即发明或赋予物品或事件某种意义并相应掌握和欣赏这种意义的能力^[40]。第四,文化是整合的。为发挥功能,文化的各个方面必定合理地整合在一起。比对之下会发现:第一,旅游文化并非严格意义上的共享,一是旅游文化的持有者来自多元文化背景,包括旅游者、当地人、旅游从业者、旅游经营者、旅游开发者等,不像多数文化具有单一的主体;二是无论从地域还是主体上看,共享范围很难划定。假定旅游文化是被共享的,那么是基于旅游方式、动机、行为、供给还是效应被共享?这是值得推敲的问题。第二,旅游文化是否是习得的,须一分为二地看。一方面,郭栩东、傅吉新指出旅游文化是一种传统且必需应时而变^[41],姑且不论作者以旅游文化偷换了旅游行为的概念,先看旅游是不是作为传统而被潜移默化地传承。王淑良梳理了绵延不绝的中国旅游史,从原始的游踪到有迹可寻的游学、宦游、玄游、仙游、巡游、山水田园游或风景名胜游^[42],表明旅游行为由来已久,但这不足以说明中国很早就有大行于民间的大众旅游。在这一点上中国并不比世界诸国更特殊,彭顺生中肯指出:至19世纪中期,广大劳动人民在主观上缺乏对旅行度假的要求和习惯,客观上亦无能力参加旅行活动,因此这一漫长历史时段的旅游活动没有普遍的社会意义^[43]。但一些类似传统的旅游精神流传了下来,在现代旅游者的行为模式上有所反映。因此,20世纪80年代出现的旅游文化史研究有知古鉴今的作用,例如喻学才《中国旅游文化的附会传统研究》一文中的附会传统就属于典型的旅游文化现象^[44],虽然它在现代社会的普及性远胜于古代。另一方面,若从文化接触和传播的角度看,旅游文化存在被采借、整合甚至复制的可能,这是旅游文化中的“多样性的一致化”(unity in diversity)现象,但与继承或习得无甚关系。第三,毫无疑问,旅游文化是象征的,从旅游行为的意义、旅游吸引物的生产与再生产、旅游行为的模式化都可见人类的符号性。简言之,不同类型的介入者都在旅游中制造并收获相应的意义。第四,旅游文化是否具有整合的特性要从两方面来看:其一,旅游文化作为部分,是否整合于客源

地社会与目的地社会;其二,旅游文化作为整体,其构成部分之间是否有机协调存在两种情况:适应的旅游文化与适应不良的旅游文化。据经验事实判断,旅游文化与目的地社会的整合相对困难,而旅游文化本身的整合特性表现在以文化变迁为特征的调适过程里。

最后,在人类学意义上,文化基本上是确保一群人生活持久幸福的维持体系,为达致这一目标,在改变了的条件下它要保持适应,它必须能够变化^[45]。首先,旅游文化的功能要从旅游者与旅游目的地两方面来考量。从旅游者层面来看,旅游文化既是旅游吸引力的表征,亦是适应旅游者偏好的产物,它具有满足旅游审美、追新求异、娱乐、舒适感、逃避等功能;从旅游业层面来看,旅游文化既是旅游世界的边界,亦是旅游业赖以生存的基础,它具有获取社会和经济效益、提升地方感、保护地方或民族文化等功能。譬如“舞台真实”,它既为旅游者展现了目的地社区的特色文化,又在一定程度上拦截了旅游人群对原生文化可能产生的侵扰,从而保护了当地人原有的生活秩序和样态。反之,当旅游文化不能适应旅游需求与旅游供给的变化时,它将产生对旅游者和旅游业而言的负功能。其次,要看旅游文化是否作为一个相对整体在起作用。文化是由它自身创造而成的,人的存在使文化过程的存在成为可能,但文化过程本身的性质和行为是由它自身决定的,它依赖于它自身的原则,并受它自身的规律所支配^[40]。旅游文化是相对于“居住文化”的一个整体,其过程的性质、行为、活动等本应受其自身规律的宰制,但旅游文化自身产生、发展、调适、被接受或被淘汰的过程被供求之间的经济或文化规律所决定。因此,旅游需求随时将旅游文化置于“改变了的条件”之下,旅游文化被要求随时应变。这一潜在规律在很大程度上导致其文化功能的短暂性与脆弱性,结果是无论旅游者或旅游业都不能长期维持对旅游文化的依赖性,因为旅游文化在功能满足上尚未表现出普遍而明显的稳定性,不同旅游文化元素之间的结构还不完善。这一方面表明旅游文化具有稳定不足而应变有余的功能特性,另一方面表明旅游文化并不是作为一个整体在独立起作用,其功能效应被旅游客源地和目的地所深刻影响。

文化人类学的研究方法与旅游文化

文化人类学以民族志(ethnography)研究为标志,民族志作为研究手段指基于田野调查工作的学术范式,田野工作包括:1)选择特定社区;2)进行至

少一年的实地调查;3)能够使用当地的语言;4)先以“文化主体的内部眼界”(主位观点)去看待文化,最终达成对调查对象的客观认识(客位观点)。民族志作为研究成果指的是一种特殊的文本形式,它是田野调查基础之上的文字表述。旅游文化的生产、创造与成型是一个不短的过程,并且在不同旅游目的地有不同表现,因此对旅游文化的识别、认知与阐释最好不要依赖于二手材料,而应该进行实地调查,搜集第一手资料。从这一点来看,旅游文化的未来研究可以建立在田野调查的基础上,但亦不必过分拘泥于规范,譬如至少一年的调查期限就勿需恪守,这是对农业社会的调查要求,一年正好一个生产周期;至于掌握当地语言则须视情况而定,假如是调查民族旅游地区的文化变迁,而当地不通行汉语或找不到合适的翻译时,就需要调查者本人懂得当地语言。

就谢春山、邹本涛对旅游文化本体的分类而言,旅游介入文化主要关涉旅游目的地,尤其民族旅游目的地,类似的固定社区是文化人类学擅长的调查对象,有一套完备的调查步骤、内容和规范,可保证基本的资料搜集。但不同的是,旅游民族志调查更关注文化元素在旅游中的动态呈现,比如设计、再现、创造、表述或表演等,因而参与观察的方法会行之有效,但有难度,涉及经营者、政府主管人员等主体时难度更大。旅游体验文化的对象是旅游者,这些非社区人口是一片“流动的田野”,对于文化人类学研究来说,这样的调查对象很“另类”。格雷本在《旅游民族志》一文中探讨了几种调查方法:1)充当旅游者混在旅游团队或旅游队群中做参与式观察;2)做一个出色的导游,随时观察其反应或行为方式;3)非参与式观察,在旅游者结束旅行后做面谈,探讨旅游体验、照片、纪念品等^[29]。当然,必要时也可辅以问卷调查,以扩大调查面。总体上,民族志方法虽然有信息新颖真实可靠的好处,但运用到旅游文化研究上是有难度的,对文化人类学者如此,对非文化人类学者更是如此。

民族志方法的主位观(emic)与客位观(etic)与其说是方法,勿宁说是学科素养。主位观强调调查中应重视调查对象的想法,客位观强调应重视调查者自身的看法和判断。文化人类学者往往更看重主位观点,因为它是文化持有者自身对文化现象的看法或理解,更值得被尊重。因此在大量民族志文本里,经常有连篇累牍的“当地人如是说……”,这便是文化人类所看重的文化之于文化主体的意义域。

相比之下,客位观运用得更普遍,事实上调查者更容易凌驾于调查对象之上而轻易下结论,这便体现出主位观的重要性和必要性。譬如相似的旅游行为可能是出于不同的文化动机,“驴友群”自我的看法必定不同于局外人的看法。假如我们认定旅游文化是一个意义体系的话,就一定要弄清楚旅游活动对于每一类介入主体的意义所在。

研究结论

综上,旅游文化是文化人类学视角下的一种特殊文化,它是旅游这一特殊生活方式的文化表征,它具有满足人们特殊生活需求的功能,但其功能的实现受客源地和目的地文化的影响很大。旅游文化表明人类存在的复杂性,透过旅游文化,可以再度审视人类的存在状态;而要了解旅游文化发生、形成与演变的规律,可借助文化人类学的民族志研究方法,从主位观的角度去获取关于特定旅游文化现象的第一手资料,如此方可逐渐积累起对旅游文化的客位认知。

总结

对旅游文化的研究,国内外学术界持之以不同路径。国外学界以分析旅游文化现象与案例为主旨,而疏于或未及做理论概括;国内学界反其道而行之,似乎必须在透彻认识旅游文化后方能铺陈到具体的旅游文化现象上来。国内学界这种空中楼阁式的概念或智识建构部分地源自旅游文化化学学科建构的工具性与迫切性,研究者意识到欲使旅游文化化学获得名正言顺的地位,就非得先界定旅游文化才行。“先取名字”固然有先声夺人的功效,但“孩子”迟迟不生,结果只能是集体在“名字”上做文章,反而使学科地位风雨飘摇。客观而言,在国内旅游发展的浩荡之势下,产生了大量有旅游文化之实而无旅游文化之名的研究成果。这正是在企及学科地位的旅游文化化学的困境:一方面,相当数量的论文或无学科归属,或曲意攀附其他学科,而旅游文化化学对之却无整合之力;另一方面,旅游实践中的许多案例未曾在文化视野下考察和解读。这是旅游文化研究的致命之弊,导致旅游文化的本体至今模糊不分明。因此,国外学界的研究方向值得国内借鉴,在大量现象、案例的搜集和分析之基础上,或许旅游文化的内涵会渐渐清晰起来。

旅游文化是一种新兴的、特殊的文化类型,仅在旅游学范畴内予以认知是有局限的,跨学科介入是为必要之举。文化人类学奉文化研究为圭臬,该学

科所积累的关于文化内涵、特性及功能的认知有助于旅游文化的再界定、再解读和再认识。倘若将旅游文化的外延限定在发生(生产或再生产)层面,那么旅游文化和人类学对文化的传统认知是有区隔的,这就要求对旅游文化的内容、共性、功能乃至结构方面做更深层次的探索与总结,方能最终确立旅游文化的本体。但倘若不做类似限定,则旅游文化可能轻易染指其他领域如宗教、建筑、艺术、遗产等而导致其本体的泛化,或是相反,成为其他相应学科瓜分的研究对象。两难之下,笔者仍旧认为前者会有所作为,虽然文化人类学能否有益于旅游文化的认知并不在我们的把握之内,但以田野调查方法为基础的一手资料搜集法应该会对作为整体的旅游文化研究做出些许贡献。

总体上,国内旅游文化研究并不缺少概念的思辨,缺少的是明智的思辨路径和对具体旅游文化现象有意识的攫取、分析和认知。因此笔者谨做抛砖引玉之事宜,不揣鲁莽地再次建构旅游文化的概念,恳请方家批评指正。同时,更亟待国内学界早日从概念思辨的泥沼中拨出,多关注正在发生的旅游文化,从诸多现象中剖析旅游多元主体的行为特征及其意义域,明确旅游文化的内涵,从而为抽象旅游文化的共性、功能与结构奠定认识论基础。

参考文献(References)

[1] Xie Yanjun, Zhou Guangpeng. Theoretical probe into tourism culture, related concepts, and some viewpoints [J]. *Tourism Science*, 2012, (1): 26 - 35. [谢彦君, 周广鹏. 旅游文化及其相关范畴、命题的理论透视[J]. 旅游科学, 2012, (1): 26 - 35.]

[2] Shen Zuxiang. *Culturology of Tourism* [M]. Fuzhou: Fujian People's Publishing House, 2011. 1 - 258. [沈祖祥. 旅游文化学[M]. 福州: 福建人民出版社, 2011. 1 - 258.]

[3] Xie Chunshan. *Culturology of Tourism* [M] Beijing: Higher Education Press, 2012. 1 - 214. [谢春山. 旅游文化学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2012. 1 - 214.]

[4] Xie Yanjun. Issue of teaching materials changes in tourism higher education [J]. *Tourism Tribune*, 2008, (1): 5 - 6. [谢彦君. 中国旅游高等教育中的教材建设问题[J]. 旅游学刊, 2008, (1): 5 - 6.]

[5] Yu Xuecai. Review of the first symposium of Chinese travel literature of mountains and waters. [J]. *Tourism Tribune*, 1987, (3): 64 - 65. [喻学才. 首届全国山水旅游文学讨论会综述[J]. 旅游学刊, 1987, (3): 64 - 65.]

[6] Yu Xuecai. "Mountains known for virtue, place stood for celebrity": the over-estimated human being tradition in Chinese culture of tourism [J]. *Journal of Hubei University*, 1987, (6): 67 - 71. [喻学才. "山以贤称, 境缘人胜"——中国旅游文

化的重人传统[J]. 湖北大学学报, 1987, (6): 67 - 71.]

[7] Yan Libo, Zhuang Xingcheng. The culturology of tourism [J]. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2007, (1): 143 - 146. [晏鲤波, 庄兴成. 旅游文化研究述评[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2007, (1): 143 - 146.]

[8] Mao Taoqing. Tourism culture should have its scientific position [J]. *Tourism Tribune*, 1996, (5): 49 - 51. [毛桃青. 旅游文化应有自己的学科地位[J]. 旅游学刊, 1996, (5): 49 - 51.]

[9] Yu Guangyuan. Tourism and culture [J]. *Outlook Weekly*, 1986, (14): 35 - 36. [于光远. 旅游与文化[J]. 瞭望周刊, 1986, (14): 35 - 36.]

[10] Feng Naikang. Summary of the first symposium of touristic culture in China [J]. *Tourism Tribune*, 1991, (1): 57 - 58. [冯乃康. 首届中国旅游文化研讨会纪要[J]. 旅游学刊, 1991, (1): 57 - 58.]

[11] Tang Youbo, et al. Introduction to tourism science of culture with perspective of culturology [J]. *Journal of Shanghai University*, 1991, (4): 4 - 12. [唐友波, 等. 旅游文化学发凡——一个文化学的视野[J]. 上海大学学报, 1991, (4): 4 - 12.]

[12] Zheng Benfa. On tourist culture [J]. *Gansu Social Science*, 1992, (5): 32 - 35. [郑本法. 旅游文化刍议[J]. 甘肃社会科学, 1992, (5): 32 - 35.]

[13] Xiao Honggen. Comments on researches of touristic culture from home and abroad [J]. *Journal of Huaqiao University (the Philosophy and Social Sciences Edition)*, 1994, (1): 69 - 75. [肖洪根. 国内外旅游文化研究述评[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 1994, (1): 69 - 75.]

[14] Jia Xiangchun. The features of tourist culture as well as its status and functions in tourism [J]. *Journal of Fudan University*, 1997, (3): 83 - 87. [贾祥春. 旅游文化的特点及其在旅游业中的地位和作用[J]. 复旦学报, 1997, (3): 83 - 87.]

[15] Wang Degang. On the concept and connotation of tourist culture [J]. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 1999, (4): 39 - 42. [王德刚. 试论旅游文化的概念和内涵[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 1999, (4): 39 - 42.]

[16] Sha Xiangjun. Re-investigation on touristic culture [J]. *Tourism Tribune*, 1997, (4): 12 - 16. [沙向军. 旅游文化再考察[J]. 旅游学刊, 1997, (4): 12 - 16.]

[17] Xie Chunshan, Zou Bentao. A study on tourism intervention culture [J]. *Tourism Science*, 2008, (4): 73 - 78. [谢春山, 邹本涛. 旅游介入文化研究[J]. 旅游科学, 2008, (4): 73 - 78.]

[18] Zou Bentao, Xie Chunshan. A new viewpoint on the tourism culture [J]. [邹本涛, 谢春山. 旅游文化新论[J]. 北京第二外国语学院学报, 2009, (11): 20 - 24.]

[19] Wang Li. Comments on touristic culture [J]. *Journal of Hulan Normal School*, 1997, (2): 29 - 31. [王立. 旅游文化散论[J]. 呼兰师专学报, 1997, (2): 29 - 31.]

[20] Yang Hui, Chen Zhiming, Zhang Zhanhong. *Tourism, Anthropology and China* [M]. Kunming: Yunnan University Press, 2001. 81 - 240. [杨慧, 陈志明, 张展鸿. 旅游、人类学与中国社会[M]. 昆明: 云南大学出版社, 2001. 81 - 240.]

- [21] Peng Zhaorong. Tourism anthropological studies on “tourism culture” [J]. *Tourism Tribune*, 2004, (6): 20-27. [彭兆荣. 旅游人类学视野中的“旅游文化”[J]. *旅游学刊*, 2004, (6): 20-27.]
- [22] Shen Baojia. On the progress of overseas tourism studies (I) [J]. *Tourism Tribune*, 1996, (1): 62-67. [申葆嘉. 国外旅游研究进展(一)[J]. *旅游学刊*, 1996, (1): 62-67.]
- [23] Jafari J. Tourism models: The sociocultural aspects [J]. *Tourism Management*, 1987, 8(2): 151-159.
- [24] Boniface P. Tourism culture [J]. *Annals of Tourism Research*, 1998, 25(3): 746-749.
- [25] Cohen E. Tourist arts [A]. //: Cooper C, Lockwood A. *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management* [C]. London: Belhaven Press, 1992. 3-31.
- [26] Cohen E. Introduction: Investigating tourist arts [J]. *Annals of Tourism Research*, 1993, 20: 1-8.
- [27] Frohlich M. Is there a tourist culture? [A]. //: Prematilleka P L. *Cultural Tourism; International Scientific Symposium* [C]. Sri Lanka: The Sri Lanka National Committee of ICOMOS. 1993. 66-69.
- [28] Nash D. Tourism as a form of imperialism [A]. //: Smith V; Zhang Xiaoping, He Changyi, et al. trans. *Hosts and Guests: Anthropology of Tourism* [C]. Kunming: Yunnan University Press, 2002. 41-59. [丹尼森·纳什. 作为一种帝国主义形式的旅游[A]. //: 瓦伦·史密斯; 张晓萍, 何昌邑, 等译. 东道主与游客——旅游人类学 [C]. 昆明: 云南大学出版社, 2002. 41-59.]
- [29] Graburn N; Zhao Hongmei, et al. trans. *Anthropology and the Age of Tourism* [M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2009. 31-386; 414-431. [纳尔什·格雷本; 赵红梅, 等译. 人类学与旅游时代 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009. 31-386; 414-431.]
- [30] Cohen E; Wu Ning, Ma Congling, Chen Liping trans. *Contemporary Tourism: Diversity and Change* [M]. Tianjin: Nankai University Press, 2007. 61-79; 275-297. [埃里克·科恩; 巫宁, 马聪玲, 陈立平译. 旅游社会学纵论 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2007. 61-79; 275-297.]
- [31] Rojek C, Urry J. Transformations of travel and theory [A]. //: Rojek C, Urry J. *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory* [C]. London: Routledge, 1997. 1-4.
- [32] Craik J. The culture of tourism [A]. //: Rojek C, Urry J. *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory* [C]. London: Routledge, 1997. 113-136.
- [33] Chen Gang, Huang Zhenfang. The evolution mechanism of tourism culture based on the concept of “Meaning” and Equilibrium Theory [J]. *Reformation & Strategy*, 2009, (6): 132-135. [陈岗, 黄震方. 基于意义及其均衡理论的旅游文化形成与变迁机制研究 [J]. *改革与战略*, 2009, (6): 132-135.]
- [34] Lassiter L; Wang Yuan, Xu Mo trans. *Invitation to Anthropology* [M]. Beijing: Beijing University Press, 2008. 55. [卢克·拉斯特; 王媛, 徐默译. 人类学的邀请 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008. 55.]
- [35] Eagleton T; Fang Jie trans. *The Idea of Culture* [M]. Nanjing: Nanjing University Press, 2003. 6; 17; 146. [特瑞·伊格尔顿; 方杰译. 文化的观念 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2003. 6; 17; 146.]
- [36] Cluckhohn C. *Mirror for Man* [M]. New York: McGraw-Hill, 1959. 5-20.
- [37] Fu Keng. *Culture: Mirror of Human: Introduction of Western Cultural Theories* [M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1990. 12. [傅铿. 文化: 人类的镜子——西方文化理论导引 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1990. 12.]
- [38] Urry J; Yang Hui, et al. trans. *Tourist Gaze* [M]. Guilin: Guangxi Normal University Press. 2009. 5. [约翰·厄里, 杨慧, 等译. 游客凝视 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009. 5.]
- [39] Geertz C. *Interpretation of Culture* [M]. Nanjing: Yilin Press, 2002. 5 [克利福德·格尔兹. 文化的解释 [M]. 南京: 译林出版社, 2002. 5.]
- [40] White L; Cao Jinqing, et al. trans. *Science of Culture* [M]. Jinan: Shandong People's Publishing House, 1988. 33; 325; 326. [莱斯莉·怀特; 曹锦清, 等译. 文化科学 [M]. 济南: 山东人民出版社, 1988. 33; 325; 326.]
- [41] Guo Xudong, Fu Jixin. To comprehend tourist culture as a notion [J]. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2006, 17(4): 389-393. [郭树东, 傅吉新. 基于旅游文化是一种概念的理解 [J]. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2006, 17(4): 389-393.]
- [42] Wang Shuliang. *History of China's Tourism (First Volume)* [M]. Beijing: Tourism Education Press, 2009. 1-340. [王淑良. 中国旅游史(上册) [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2009. 1-340.]
- [43] Peng Shunsheng. *Development History of World Tourism* [M]. Beijing: China Tourism Publishing House, 2006. 14. [彭顺生. 世界旅游发展史 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2006. 14.]
- [44] Yu Xuecai. Research on the tradition of farfetched analogy in China's touristic culture [J]. *Academic Journal of Jinyang*, 1991, (5): 42-47. [喻学才. 中国旅游文化的附会传统研究 [J]. *晋阳学刊*, 1991, (5): 42-47.]
- [45] Haviland W; Qu Tiejing, Zhang Yu trans. *Cultural Anthropology* [M]. Shanghai: Publishing House of Shanghai Academy of Social Sciences, 2006. 36; 53-56. [威廉·哈维兰; 瞿铁鹏, 张钰译. 文化人类学 [M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2006. 36; 53-56.]

On Tourism Culture: With Perspective of Cultural Anthropology

ZHAO Hongmei

(College of Tourism and Geography Sciences, Yunnan Normal University, Kunming 650500, China)

Abstract: The notion of “Tourism Culture” was first proposed by Chinese scholars in the middle of 1980s. Since then, many scholars have discussed the definition of the notion with various new theories. However, without clearly defining the denotation and connotation of the term, these studies have not clearly identified the concept of “Tourism Culture”. In the meantime, many colleges in China have established courses on “Tourism Culture Study” for their students. To support the teaching, there are nearly forty textbooks on “tourism culture studies” used by these colleges. Without clear and standardized definition, these textbooks have diverse interpretations of the terminology and applications of tourism culture. Some text books even confuse “Tourism Culture” with cultural tourism resources, though the two actually have different implications. The study on “Tourism Culture” in China has stayed the same over the years. Recent studies have seldom surpassed those of the 1990s and some related case studies have shown their poverty in obscuring our understanding because of the absurd notion of “Tourism Culture”.

We owe the weakness of “Tourism Culture” studies of China to the lack of interdisciplinary perspectives and enough case studies. We believe that the introduction of a cultural anthropological perspective would help to solve these problems. From an anthropological perspective, we re-define the concept of “Tourism Culture”. Based on the newly-defined conception, we then compare “Tourism Culture” with general culture in content, nature and function we think that “Tourism Culture” can be one of the research objects of cultural anthropology.

More importantly, ethnography as the main method of cultural anthropology gives strong and solid support for studying the cultural phenomena of tourism. Based on observed and measured phenomena and knowledge from participant observation rather than from theoretical discussion, the research method provides firsthand material with evident and valuable information. Many international scholars focus their research on detailed cases studies of touristic areas; they do not spend too much effort on discussing theoretical concepts. Their empirical data provides useful baseline research for developing the study of “Tourism Culture”. This enlightens us on the shift from the theoretical emphasis to the fieldwork-based interpretation, which can be achieved through the means of ethnography. Therefore, the perspective of cultural anthropology can be useful to relieve the embarrassing situation of “Tourism Culture” studies in China.

In sum, “Tourism Culture” is the output of tourism activities. Related research includes various topics such as tourist behaviors, tourist expectation and experience, cultural production and reproduction, and the interactions between hosts and guests. These issues are deeply connected with the topic of cultural change, and even symbolize the degree of tourism development, which deserves further research. In our opinion, along with the support from solid case study research, the study of “Tourism Culture” can thus help the theoretical development and study of “Tourism Culture” in a long run.

Keywords: tourism culture; cultural anthropology; re-construction

[责任编辑:吴巧红;责任校对:魏云洁]