

宗教旅游异化论析

高科

(长春师范学院 历史学院, 长春 130032)

摘要:我国宗教旅游发展极为迅速,但同时也存在较为严重的旅游异化问题。研究发现,我国宗教旅游异化现象突出表现在旅游开发行为异化、宗教文化商品化和庸俗化、封建迷信泛滥以及旅游者消费行为异化等方面,严重阻碍了我国宗教旅游的可持续发展。宗教旅游异化根源于旅游趋利性与宗教文化出世性的固有矛盾以及宗教文化世俗化、实用主义的宗教观与旅游发展观的推动,同时还受到旅游开发与管理模式、旅游者消费行为的影响。我国宗教旅游可持续发展必须坚持科学的旅游发展观,加强政府监管、游客教育和社区参与,并构建宗教旅游发展的利益相关者利益协调机制。

关键词:宗教旅游;异化;宗教世俗化;文化商品化;可持续发展

中图分类号:F592.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2012)02-0050-06

“异化”一词源于拉丁语“alienation”,是一个哲学概念,其本意指人的产物(包括宗教、意识形态、国家、商品等等)对人而言发生了背离,即摆脱了人的控制,成为与人相对立的、相敌对的、格格不入的异己的独立力量^[1]。黑格尔和马克思都曾从不同角度对异化进行过阐释,其本质都是指人的产物(客体)违背人(主体)的主观愿望和目的的变异^[1-2]。田勇和祝顺保将异化理论引入旅游研究领域,用以批判旅游发展中“偏离了旅游业的产业属性及发展初衷”的现象^[3]。曹诗图从哲学角度对旅游异化进行了研究,认为旅游异化是人们在通过旅游活动实现自己真正价值的过程中,旅游反而以一种异己的敌对力量或负价值作用,给人们自身带来危害^[4]。随着我国旅游业的发展,异化现象在旅游的各个领域不断显现。近年来,研究者们已经开始关注国内生态旅游^[5-7]、乡村旅游^[8]、民族文化旅游^[9]以及旅游消费行为^[10-11]中存在的异化现象。

宗教旅游异化是指宗教旅游的政策制订者、开发经营者、旅游者等利益相关主体的行为所导致的

宗教旅游发展偏离旅游的本质和发展规律,致使宗教旅游发展不可持续的过程及结果。20世纪90年代起,我国宗教旅游发展迅速,形成了一股全国性的“宗教旅游热”^[12]。然而,当我们检视宗教旅游发展历程时却发现,在我国宗教旅游迅速发展的同时,盲目的宗教旅游开发,宗教文化庸俗化、商品化,旅游者迷信消费等异化现象十分突出,严重阻碍了我国宗教旅游的可持续发展。鉴于国内还未有学者对该问题进行专门研究,笔者试图对宗教旅游异化的表现、原因等基本问题进行初步分析,以期对国内宗教旅游的发展和相关研究提供一定的启示和参考。

一 宗教旅游异化的表现

(一) 宗教旅游开发行为异化

原真性(authenticity)和完整性(integrity)是国际公认的遗产保护原则,是联合国教科文组织审查世界文化遗产的首要原则^[13],也是文化旅游开发中必须恪守的基本原则。然而,国内部分宗教旅游开发却严重违背了文化遗产旅游开发的原真性和完整性原则。出于经济利益的驱使,一些地方政府和开

收稿日期:2011-08-15

作者简介:高科(1983—),男,四川眉山人,长春师范学院历史学院助教,研究方向为旅游管理和文化旅游。

发商在没有进行历史考证的情况下,盲目地恢复、重建或新建寺庙、宫观、佛塔,塑造佛像、神像等宗教建筑。更有甚者,有些开发商竟然在非宗教活动区域凭空“就地取材”,新建各种佛塔、道观、寺庙等伪宗教建筑,漠视宗教文化本身的历史延续性,从根本上违背了文化遗产资源的原真性。其次,有些宗教旅游景区过度兴建现代化旅游服务设施,破坏了宗教景区的宗教文化氛围,文化环境的原真性和完整性遭到破坏。例如,从20世纪80年代初开始,浙江普陀山这一“海天佛国”圣地已经变成了拥有“食、住、行、游、购、娱”一条龙服务的综合性旅游城市。昔日“见屋皆寺庵,逢人尽僧尼”的宗教文化气氛已经被今天喧嚣的商业气息所取代,普陀山作为宗教文化圣地的形象受到了严重损害^[4]。

另外,一些地方的宗教旅游开发过多迎合游客的低级趣味和封建思想,忽视对神圣宗教文化内涵的挖掘。一些开发商为了吸引游客,打着“抢救文物”、“挖掘传统文化”等幌子,修建“神宫”、“鬼都”。这种行为虽然满足了游客“求新求异”的心理需求,可以在短时期内获得可观的经济收益,但客观上却为封建迷信推波助澜,付出了巨大的社会成本。例如,曾经闻名遐迩的丰都“鬼国神宫”试图以中国的“鬼文化”为卖点,宣扬鬼神、生死轮回等封建思想,在社会上产生了极坏的影响。

(二)宗教文化过度商品化

根据迈肯内尔(MaCannel)的“舞台真实”(staged authenticity)理论,文化作为吸引物极易在旅游发展过程中被商品化(commercialization)^[14],进而引发一些不利于文化保护和传承的文化失真问题。宗教旅游本质上属于文化旅游的一种,因此也不得不面对由于旅游发展而导致的宗教文化商品化问题。宗教文化作为一种特殊的文化旅游资源,在旅游开发中不断地被挖掘、包装或直接生产成旅游产品,出现了较为严重的商品化问题。黄秀琳指出,目前我国宗教旅游开发和经营中普遍存在宗教文化圣地旅游运营的现代化、宗教文化旅游表述中的俗化与伪化、宗教旅游产品的有价展示等宗教文化商品化现象^[15]。更为严重的是,原来被认为是神圣的不许被俗人观看的宗教祭典和仪式现在已经被包装成一种商品;原来已经定制化的神圣宗教活动沦为一种付费表演供游人欣赏。这些带有浓厚趋利色彩的行为与宗教文化的“出世性”是格格不入的,宗教

文化的商品化加剧了宗教文化的世俗化进程。

(三)宗教旅游中的封建迷信泛滥

虽然宗教与迷信有着本质的区别,但其外在展示形式却多有相似之处。形形色色的迷信活动大多身披宗教旅游活动的外衣,具有很强的隐蔽性和欺骗性,普通人难以区分。旅游经营者为了获取经济利益,在营销过程中常常添加一些迷信消费,由于消费者对宗教文化的不甚了解(部分游客甚至本来就迷信),容易上当受骗。目前在一些宗教景区(点)中存在通过宣扬封建迷信、诈骗等手段获取经济利益的营销行为,大致可分为三种类型:一是以带有浓厚迷信色彩的民间鬼怪传说作为题材,建造神怪塑像、龙宫鬼殿来吸引旅游者;二是部分旅游工作者(如导游)在旅游解说过程中,有意或无意地宣扬封建迷信活动,误导旅游者;三是不法分子利用封建迷信进行诈骗活动非法敛财,其中通过看手相、算命、抽签、烧高香等形式诈骗游客钱财的现象尤为普遍^[16]。宗教旅游中的封建迷信活动泛滥会导致旅游者误读宗教文化,影响宗教文化的正常传播。

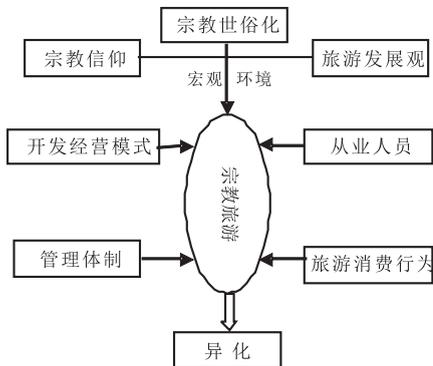
(四)宗教旅游者消费行为异化

一些学者研究发现,游客在旅游过程中的身份、情感、需求、心理预期等方面都存在较为严重的异化现象,并导致破坏资源环境、消费攀高、行为趋从、体验异化等诸多问题^[10-11]。目前国内的宗教旅游消费活动中也广泛存在这些异化现象。柯林斯-克雷纳和克里欧特(Collins-Kreiner & Kliot)对宗教旅游者的研究发现,旅游者动机的“世俗—神圣”(Secular—Sacred)程度不同,其旅游消费行为也有很大不同^[17]。在我国大众宗教旅游发展的背景下,我国目前的宗教旅游者大多倾向于“世俗”型动机,他们缺乏对神圣宗教的敬畏之心,其消费行为也多表现出世俗化特征。即使是那些具有宗教信仰的宗教朝觐者,也有不少是出于寻求神灵保佑、祈求钱财或好运等世俗的功利性动机,因而在旅游过程中也不乏“见神就拜”、“破财免灾”、“请神”等消费行为。因此,在宗教旅游活动中,旅游者的消费除了存在上述一般的旅游消费异化现象外,宗教旅游者在旅游过程中的迷信消费、伪宗教文化消费也比较突出。

二 宗教旅游异化驱动机制分析

从系统论的角度看,机制就是系统运行的机理和规则,一般用来描述系统运行的原因、组成要素之间的相互作用过程与方式,以及系统及其组成要素

运行的规律与法则^[18]。宗教旅游异化的驱动机制就是导致宗教旅游异化的各要素之间的互动程序,其依赖宏观和微观驱动力的共同作用。宗教文化世俗化、实用主义的宗教信仰、旅游发展观等是宗教旅游异化的宏观因素,对宗教旅游异化起深层次的、隐性的促进作用;而旅游经营商及从业人员对宗教旅游的开发及经营模式、相关部门的管理体制、旅游者消费心理及行为等是宗教旅游异化的微观因素,对宗教旅游异化起直接的推动作用。宗教旅游异化是宏观和微观因素共同作用的结果(见图1)。



(一)宏观因素分析

早期的宗教旅游,确切地说应该是宗教旅行(religious travel)或者朝圣(pilgrimage),多是以宗教朝拜为目的的苦行僧式的旅行,和目前大众观光的宗教文化旅游有本质上的区别。宗教是对现实世俗生活的背离,本质上是一种出世文化,和世俗趋利的大众旅游文化是大相径庭的。因此,从这个意义上讲,宗教旅游就是两种截然不同、互相排斥的文化哲学的矛盾结合体,宗教文化出世性与旅游趋利性成为宗教旅游异化的发生学根源。此外,在当今社会经济环境下,宗教文化世俗化、实用主义的宗教信仰以及功利的旅游发展观也从深层次上导致了宗教旅游的异化。

1. 宗教文化世俗化。宗教追求的是从现实世俗生活中解脱,是一种出世文化。以佛教为例,佛教作为一种宗教文化,对世俗人生价值观持贬斥与否定态度,其根本的文化价值取向是涅槃寂静,体现了宗教价值观的出世特征。然而,在当今社会经济大环境下,世俗的商品经济活动和价值观念不断侵入宗教组织内部,宗教建筑、仪式逐渐被开发成一种商品,而其传统功能却不断弱化。宗教团体也开始利用宗教活动场所兴办各类经济实体,开展商品经济

活动,教职人员戒律松弛,乐于接受世俗的生活方式^[19]。宗教世俗化过程要求宗教不断地去适应社会进步,关注人们的世俗生活,积极参与现实世界建设,较之以往会更热衷于物质利益的追求^[20]。随着资本和权力的介入,宗教文化加快了从“神圣”到“世俗”的转变过程,并迎合了“民族—国家”语境下现代化建设的诉求。因此,原本是一方“净土”的宗教地变成了财源滚滚的旅游景区,神圣的“出世”文化逐渐受制于世俗的“入世”文化,在“经济优先”的权力话语下,神圣的宗教文化就可能迫于大众旅游的压力而被商品化、庸俗化、异化。

2. 实用主义的宗教信仰。普通民众(潜在和现实的旅游者)功利化的宗教信仰传统容易滋生实用主义的宗教旅游。人们进行宗教旅游的目的,并非是为了体验宗教“出世”文化的境界,从而看淡世俗的功名利禄、摒弃物欲的羁绊、脱离红尘俗事的烦恼、提升自己的精神境界,而是通过祈福、祭拜、捐赠香火等手段,或希望发大财、升大官、娶娇妻、早生贵子等等,具有明显的物质化功利目的。以迎合这种功利主义宗教信仰而开发的宗教旅游产品多半是缺失宗教文化内涵的。同时,这种功利化的宗教信仰观容易导致旅游者消费行为的异化,给旅游经营者以错误的开发导向,还容易被不法分子所利用。

3. 功利的旅游发展观。旅游既具有经济属性又具有文化属性,但从目前我国宗教旅游的发展现状看,宗教旅游的经济属性尽显无余,文化属性却未得到很好的彰显。片面、功利的旅游发展观是宗教旅游异化的行业背景,其推动作用更为直接、显著。“文化搭台,经济唱戏”的旅游发展一元价值观以及“旅游业是无烟工业”的环境观长期流行于旅游界和某些政策决策者之中,至今仍在一定程度上主导着旅游开发。在这些片面、功利的旅游发展观指导下,开发宗教旅游的核心目的就是获取经济效益,宗教文化作为上层建筑中意识形态领域的社会文化作用被明显贬低,失去了应有的地位和尊严,宗教文化的社会价值在旅游开发中被漠视。

(二)微观因素分析

1. 宗教旅游发展模式。目前,我国宗教旅游发展依赖政府、企业和旅游者主导的三角利益互动发展模式,即旅游企业追求经济利益的最大化,政府追求目的地社区的全面发展,很大程度上仍是追求经济效益,旅游者希望获得满意的旅游体验,对旅游供

给起引导作用。然而,在这种发展模式下,宗教旅游的发展只被纳入到经济效益的单一视野中,其他利益相关者事实上被边缘化或者被漠视,直接导致他们的利益诉求无法得到保障。然而,由于政府与旅游企业之间为契约关系,彼此之间缺乏有效的约束机制,在共同经济利益的背景下,政府相关管理部门(人员)与经营者有可能进行经济媾和,结成利益同盟,导致权利寻租现象,同时旅游企业的自利行为难以受到严格约束,难免将景区作为单纯的营利工具,不顾及其他利益相关者的权益,一味迎合或误导消费者而将宗教文化商品化、庸俗化,甚至通过搞封建迷信、诈骗等不法手段达到目的,对宗教文化、自然和社会环境极易造成严重破坏^[21]。

2. 宗教旅游管理模式。在现行管理体制下,我国有的宗教景区的归口管理单位是国家(地方)的宗教管理机构,有的又是归建设部门或者其他管理机构管理。因此,在我国的宗教旅游管理上广泛存在着“一个媳妇几个婆”的现象,出于利益考虑,容易政出多门,管理混乱,无法统一规划、管理。在宗教景区的经营机制方面,我国有些宗教景区完全实行市场化,采用公司管理制度;有的由政府设立专门的管理机构单独管理;有的是“政府+企业”的双重管理模式;还有些是宗教团体自主管理。管理体制的混乱致使旅游活动中的异化现象不能及时得到遏制,甚至在某种程度上还加剧了宗教旅游的异化。

3. 从业人员素质。宗教文化博大精深,自成体系,普通人难以理解其精髓。宗教旅游产品的规划、设计缺乏宗教文化知识,经营人员对宗教的理解缺乏深度,因此难以提供具有深刻文化内涵的高质量宗教文化产品,而只能提供一些吸引眼球的展示型观光产品。导游员和景点解说员的整体文化素质偏低,对具体宗教景点的理解和解说都缺乏深度,难以诠释宗教旅游景点的文化内涵,他(她)们带给旅游者的往往只是程式化的简单描述。不仅如此,在经济利益的驱使下,有些从业人员甚至与不法分子勾结,通过宣扬迷信和诈骗来获取钱财。

4. 旅游消费者心理与行为。一般来讲,神圣动机型旅游者倾向于体验本真的宗教文化,对宗教旅游产品的文化内涵要求较高;而世俗动机型旅游者不过是追求一种“大饱眼福”、“到此一游”的符号消费,其消费行为更容易异化。中国社会的宗教信仰具有“理性的宗教徒少,功利的有神论者多”的特征,

即中国人的宗教信仰动机大多都是现实、功利性的,当他们有求于神,需要神灵保佑时,才会去宗教场所祈祷、参拜^[22]。因此,大多数的宗教信徒进行宗教旅游的目的就是为了看庙看神、烧香拜佛、祈求保佑,而不是体验宗教文化的博大精深,寻求高层次的精神享受。大多数世俗动机型的旅游者对本真的宗教文化知之甚少,他们在宗教旅游活动中,经常出现不尊重宗教人士和宗教仪式、不理解宗教文化、迷信消费、有意无意地破坏文物和环境等行为。这种消费心理和行为导致我国宗教旅游者在消费的动机、消费决策和旅游花费等方面表现出异化,旅游需求的异化又进一步导致了满足需求的行为或供给行为的异化,形成一种恶性循环。

三 宗教旅游可持续发展对策

(一) 树立科学的旅游发展观,走可持续发展的旅游发展之路

科学的发展观即是“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续发展观,促进社会和人的全面发展”的发展理念。从旅游发展的角度看,科学的旅游发展观必须坚持以人为本,树立全面、协调、可持续发展观,从而促进旅游业的持续、健康、和谐发展^[23]。宗教旅游的发展必须以科学的旅游发展观为指导,摒弃“文化搭台,经济唱戏”、“发展唯一,经济至尊”等一元价值观和“旅游业是无烟工业”等旅游环境观,树立“经济发展,社会和谐,文化繁荣,环境保护”的四维旅游发展观,走真正的可持续发展之路。具体来讲,即宗教旅游的发展不应过分凸显其经济属性,而应挖掘中国博大精深的宗教文化为国人的精神需求服务,保持宗教文化的本真性及其所在环境的完整性,并满足目的地社区的社会、经济、文化、环境发展的需要。

(二) 健全法律规章制度,强化政府监管职能

政府相关部门应加强对宗教旅游的监管,从宗教与旅游全面、协调、可持续发展的角度来协调和解决宗教发展过程中的种种矛盾和问题。首先,必须制订与宗教旅游可持续发展相适应的管理办法和规章制度,把宗教旅游资源开发、宗教文化的保护与传承及生态环境的保护与优化纳入法制化轨道。如2009年,国家旅游局出台《关于进一步规范宗教旅游场所燃香活动的意见》,对我国宗教景区出现的生态环境破坏、旅游安全事故以及强拉或诱导游客和信教群众花高价烧高香等问题进行规范和管理。其

次,加强对宗教旅游活动中违法违规行为的打击和治理,尤其是对那些对国家、社会以及宗教旅游活动具有严重危害性的行为,如利用宗教搞颠覆、破坏的行为,利用宗教旅游进行封建迷信活动、欺诈游客的行为等。

(三)加强游客教育,规范旅游者行为

学者的研究表明,由于旅游活动的异地性和暂时性,旅游者在旅游中容易表现出消费攀高、道德感弱化、文化干涉和物质摄取等行为特征^[24]。首先,通过宣传提升旅游者对宗教文化内涵的认知,促使其正确认识和尊重宗教文化。强化对旅游者的伦理教育和环境教育,提升其自我行为约束能力。其次,旅游景区应该完善和强化旅游解说系统,通过宣传手册、专业导游讲解等手段加强对旅游者的教育,规范和提高旅游者的行为和素质。同时,还应加强对宗教旅游从业人员的相关培训,使其了解和掌握宗教旅游方面的知识和相关准则以及宗教旅游的服务技巧,这是宗教旅游地开发和管理成功的重要因素,也是防止宗教旅游服务异化的重要途径。

(四)强化社区参与,重视宗教人士的文化诉求

社区参与理论(Community Participation Theory)由澳大利亚学者墨菲(Murphy, P. E)于1985年提出。他认为,正确的旅游规划方法必须是社区主导(community-driven)或是基于社区(community-based)的规划^[25]。目的地社区是宗教文化的拥有者,社区参与宗教旅游一方面要求获取宗教旅游发展的收益,包括经济收益(社区能够感知最为强烈的收益)、心理收益(如归属感)、文化收益(如文化认同)等;另一方面也要求保护目的地的宗教文化的原

真性及其环境的完整性。研究者的研究结论也表明,宗教旅游地的居民对宗教旅游的发展十分关心,社区归属感或社区感情与居民对旅游发展的态度关系密切^[26]。因此,应该让宗教旅游地的居民全面参与到宗教旅游业的开发决策、经营管理、宗教文化和环境保护、旅游收益分配中;鼓励本地资本投资;优先雇佣本地居民参与就业;实行宗教旅游开发过程中的政策优惠;社区作为开发主体在旅游开发过程中具有决策权等等。需要特别指出的是,宗教人士(包括宗教设施的使用者以及相关的宗教人士)在社区参与宗教文化保护中应发挥更大的作用。因为,相对于“世俗”的大众旅游者和开发者,“神圣”的宗教人士更能坚持的本真(authentic)的宗教文化,合乎他们意愿的宗教文化旅游开发,可将宗教文化异化的程度降到最低。

(五)构建利益协调机制,实现利益共生

我国宗教旅游的利益相关者主要包括宗教旅游者、旅游企业、政府主管部门、目的地社区、行业协会、相关宗教人士、学术界和专家、新闻媒体等。作为不同的目标载体,宗教旅游的利益相关者在旅游发展过程中有着多样化的旅游动机和利益诉求,他们在旅游活动中扮演着不同的角色,行为方式也不相同。如果各个利益主体的利益配置不平衡,各方利益得不到满足,进而发生利益冲突,容易造成宗教旅游的异化。因此,在宗教旅游的开发过程中,应当坚持宗教文化保护和宗教旅游可持续发展为基本原则,寻求一种能够保证不同利益主体职权发挥和利益诉求实现的长效、合理的利益协调机制,是应对宗教旅游的最佳途径。

致谢:本文中的一些观点受到东北师范大学历史文化学院周巩固教授和武汉科技大学管理学院曹诗图教授的启发,在此致以诚挚的谢意!

参考文献:

- [1]尹继佐. 国外学者对于异化理论的研究[J]. 学术月刊, 1981, (1): 37-41.
- [2]景崇. 国外对黑格尔异化理论研究的评介[J]. 学术月刊, 1982, (7): 8-12.
- [3]田勇, 祝顺保. 对旅游异化现象的思考[C]//方志远, 王健, 等. 旅游文化探讨. 北京: 经济管理出版社, 2005.
- [4]曹诗图. 旅游哲学引论[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008.
- [5]俞益武, 徐莲卿, 李文明. 国内生态旅游的异化与纠正[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2008, 2(2): 51-53.
- [6]唐静. 生态旅游经济异化的生态反思[J]. 中国人口·资源与环境, 2009, 19(1): 94-98.
- [7]王谊. 生态旅游“非生态”异化现象与生态管治体系的构建[J]. 电子科技大学学报(社科版), 2010, 12(2): 11-16.
- [8]喻丹. 贵州乡村旅游的喧嚣与寂寞——以镇山村为例看贵州乡村旅游的异化消费[J]. 当代贵州, 2009, (19): 30-31.
- [9]窦开龙. 神圣帷幕的跌落: 民族旅游与民族宗教文化的世俗化变迁——以甘南拉卜楞为个案[J]. 宁夏大学学报(人文社会

科学版),2009,31(6):102-105.

- [10]王静,马耀峰.我国旅游消费的异化与和谐[J].地域研究与开发,2008,27(5):64-67.
- [11]刘红梅.论旅游消费的异化及其防范——基于消费主体的视角[J].消费经济,2008,24(3):53-55.
- [12]曹绘巍.剖析我国的“宗教旅游热”[J].海南大学学报(人文社会科学版),2003,21(2):219-223.
- [13]阮仪三,林林.文化遗产保护的原真性原则[J].同济大学学报(社会科学版),2003,14(2):1-5.
- [14]Macannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* [M]. New York: Schocken, 1976.
- [15]黄秀琳.旅游表述语境下的中国宗教文化商品化解析[J].世界宗教研究,2011,(1):7-12.
- [16]桓占伟.我国佛教旅游文化开发的问题和误区[J].沧桑,2009,(4):148-150.
- [17]Collins-Kreiner N, Kliot N. Pilgrimage Tourism in the Holy Land: the Behavioral Characteristics of Christian Pilgrims [J]. *Geo Journal*, 2000, 50(1): 55-67.
- [18]颜醒华,俞舒君.旅游企业产业集群的形成发展机制与管理对策[J].北京第二外国语学院学报,2006,(1):61-66.
- [19]马晓军.宗教世俗化的表现及其社会意义[J].前沿,2009,(3):79-82.
- [20]闫天灵,张树青.试论宗教的世俗化及其发生机制问题[J].西北民族学院学报(哲学社会科学版),1996,(3):71-76.
- [21]高科.我国宗教旅游利益相关者及其协调机制初探[J].广西民族研究,2010,(3):184-190.
- [22]吴俊.论宗教信仰与宗教行为的分离——以“中国汉民族宗教体验调查”为例[J].世界宗教研究,2008,(4):118-127.
- [23]曹诗图,阚如良,刘晗.对科学的旅游发展观的哲学思考[J].三峡大学学报(人文社会科学版),2006,(6):84-87.
- [24]谢彦君.基础旅游学[M].北京:中国旅游出版社,2004.
- [25]Murphy P. *Tourism: A Community Approach* [M]. New York: Methuen, 1985.
- [26]潘立军,刘喜梅.宗教旅游地居民旅游感知影响因素研究——以南岳为例[J].安徽农业科学,2009,37(32):16038-16041, 16057.

An Analysis of the Dissimilation of Religious Tourism

GAO Ke

(College of History, Changchun Normal University, Changchun, Jilin 130032, China)

Abstract: The religious tourism develops quite rapidly in China. Yet it has still many serious problems of dissimilation. Research shows that problems mostly lie in the dissimilation of tourism development, commodification and degeneration of religious culture, the flood of feudal superstition and the dissimilation of consuming behavior of tourists. All those hinder the sustainable development of religious tourism of China. The dissimilation of religious tourism has its root in various factors including, the profit-seeking of tourism, the inherent contradiction of Religion of being secular, secularization of religion and culture, pragmatic religious practice, the motivation of tourism development, development and management of tourism, and the consuming behavior of tourists. The sustainable development of religious tourism in China should insist the scientific outlook of development, enhance the government's supervision, the education of tourists and encourage the participation of local community. In that way can a coordinate mechanism of profits among the related parties of religious tourism.

Key words: religious tourism; dissimilation; secularization of religion; commodification culture; sustainable development

[责任编辑:刘萍萍]