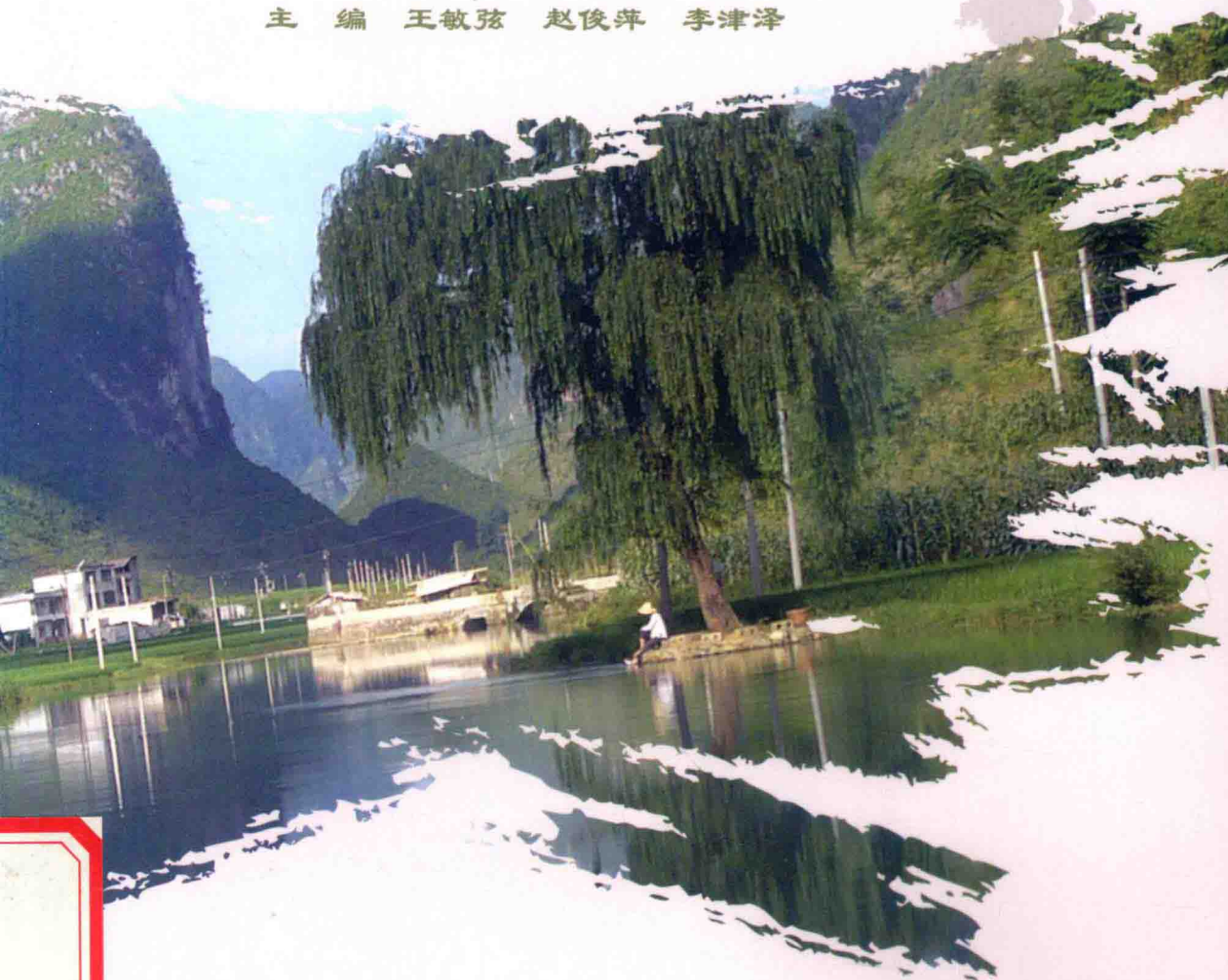


旅游学概论

主 编 王敏弦 赵俊萍 李津泽



 上海财经大学出版社
SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

学大位博新主·道主·融主新制重·李俊彦·赵俊萍·王敏弦·李津泽

出版年：2018.1

ISBN 978-7-2043-3732-7

张勇 李俊彦 王敏弦 赵俊萍 李津泽

IV. D529

号570571第 (5105) 字科图通910新中图本编团中

旅游学概论

主 编 王敏弦 赵俊萍 李津泽

副主编 王敏弦 赵俊萍 李津泽

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》

旅游业是国民经济的重要支柱产业之一。随着人民生活水平的提高，旅游已成为人们日常生活中不可或缺的一部分。旅游业的发展不仅促进了经济的增长，也丰富了人们的精神生活。本书旨在为旅游专业的学生提供系统的理论知识，帮助他们了解旅游业的现状和发展趋势。本书由王敏弦、赵俊萍、李津泽主编，内容涵盖了旅游学的基本概念、旅游市场、旅游企业、旅游政策等方面。本书可作为旅游专业及相关专业的教材，也可供从事旅游工作的从业人员参考。



上海财经大学出版社

SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/王敏弦, 赵俊萍, 李津泽主编. —上海: 上海财经大学出版社, 2018.1

ISBN 978-7-5642-2735-7/F.2735

I. ①旅… II. ①王… ②赵… ③李… III. ①旅游学概论
IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第172072号

旅游学概论

□ 责任编辑 施春杰 主

□ 封面设计 众拓新创

LǚYÓUXUÉ GAILUN

旅游学概论

王敏弦 赵俊萍 李津泽 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市中山北一路369号 邮编 200083)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

三河市金轩印务有限公司

2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

787mm×1092mm 1/16 12 印张 290千字

定价: 58.00元

前言

前言

2013年5月

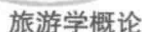
随着社会的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强，旅游业对城市经济的拉动性、社会就业的带动力、以及对文化与环境的促进作用日益显现。《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出，旅游业将成为我国国民经济的战略性支柱，这就对旅游业技术与管理人才的培养和建设提出了更高的要求。提高旅游业从业人员的素质，为旅游业培养具有良好职业素质和人文素养，掌握较强的专业技能，能在旅游企业如旅行社、旅游饭店、旅游景区等一线岗位从事接待、服务和管理等工作的高素质技术技能人才成为旅游教育的任务和使命。

《旅游学概论》一书，主要针对从事旅游业的广大工作者。全书以旅游活动领域的主体、客体、中介为主线，从分析人类旅游产生的条件入手，以旅游者如何产生、旅游市场的发展、旅游业的发展和保障、旅游影响等要素为重点作了系统的阐述。

本书是在新世纪旅游业蓬勃发展之际编写的，是集体心血的结晶。它与其他同类教材的不同之处在于：（1）采用了最新的数据进行分析；（2）借鉴了更多的旅游学方面的成果；（3）本书的基本框架做了探索性的尝试，具有一定的创新点；（4）本书是主编在旅游企业一线挂职锻炼教学教改的直接成果。

本书最大的特色在于力求以方便学习者学习为己任。每一章都安排了本章导读、核心概念、学习目标、本章小结、小贴示、推荐书目、自测题及参考答案等，并注意了各章节内容在全书中的地位、逻辑关系和侧重点。

编写过程中，我们借用和引述了国内外许多学者大量的研究成果和观点，在此表示诚



2017 年 5 月

目录

第一章 旅游概述	1
第一节 旅游的释意	1
第二节 旅游的本质和属性	4
第三节 现代旅游的内涵	8
第四节 旅游与相关的学科	13
第二章 旅游的古往今来	19
第一节 古代的旅游及其特点	19
第二节 近代的旅游及其特点	23
第三节 现代旅游的兴起	26
第四节 中国旅游走过的路	32
第三章 旅游者是什么样的人	43
第一节 旅游者首先是有“闲钱”的人	43
第二节 旅游者还是有“闲时”的人	45
第三节 旅游者再是“有追求”的人	47
第四节 旅游者的类型与消费特点	52
第四章 丰富多样的旅游资源	58
第一节 旅游资源的含义	58
第二节 旅游资源的开发与保护	63
第三节 旅游地及旅游线路	67



第五章 旅游业是旅游活动的媒介	76
第一节 旅游业的特点	76
第二节 旅游饭店	79
第三节 旅行社业	84
第四节 旅游交通	87
第六章 旅游市场是旅游活动的产物	94
第一节 旅游市场的形成与发展	94
第二节 旅游市场的划分	96
第三节 国际旅游市场格局及其演变	98
第四节 中国旅游市场的分布	100
第七章 旅游业的经济影响	113
第一节 旅游经济活动规律的内涵	113
第二节 旅游经济的积极影响	116
第三节 旅游经济的消极影响	120
第八章 旅游的社会文化影响——旅游是影响社会文明的“双刃剑”	126
第一节 旅游对社会文化的积极影响	127
第二节 旅游对社会文化的消极影响	131
第三节 正确认识旅游的社会文化影响	135
第四节 相关案例分析	138
第九章 旅游业实现的保障——旅游组织与旅游产业政策	145
第一节 旅游组织	145
第二节 旅游产业政策	154
第三节 相关案例分析	158
第十章 旅游业的发展途径和趋势	166
第一节 旅游业的发展途径	167
第二节 旅游业的发展趋势	170
第三节 旅游业的可持续发展	177
参考文献	185

第一章 旅游概述

第五版类人（一）



本章导读

旅游是人类发展到一定阶段产生的一种现象，是人类实践、认识活动的一部分，是人类了解世界的积极手段和进行跨文化交往、促进不同价值观沟通的有效途径，也是生活在现实社会中的人们进行休闲度假，寻求人身自由、精神上的解放、特定需要的满足——身心愉悦的重要方式。从世界范围看，旅游学的研究开始于近代社会，相对于比较成熟的学科而言，属于十分年轻的学科。旅游学的研究进程告诉我们，旅游学是一门富有生命力的新兴学科，是一个具有广泛社会应用背景的研究领域。



核心概念

迁徙 旅行 旅游 旅游学 交叉学科



学习目标

通过对本章的学习，学会从历史唯物主义角度观察人类旅行和旅游活动的发展，认识人类旅行活动和旅游活动是社会经济发展的产物并随着社会经济的发展而发展这一最基本的旅游活动发展规律。同时，通过对旅游学研究对象和任务的学习，掌握旅游学的学科性质和旅游学的理论体系。

第一节 旅游的释意

一、最初的旅和游

“旅”在中国上古时期即已出现，有多种含义：有的指商人，有的指宾馆，有的指旅客。如唐代孔颖达《周易正义》释“旅”字云：“旅者，客寄之名，羁旅之称，失其本居而寄他方，谓之旅。”此处之旅，指的就是旅居异乡的旅客，也就是我们今天常说的旅游者。“游”即邀游，是游览的意思。中国古代的旅游活动常是用“游”来概括的。如《楚辞·远游》：“悲时俗之迫阨兮，愿轻举而远游。”“游”又引申为出游、嬉游。这里所说的“出游”，就是出门旅游的意思。

由于最初的“旅”、“游”尚未成为社会大多数成员的一种普及的生活方式,尚未成为一种普遍的社会现象,因此古人所谓的“旅游”,与我们今天所理解的旅游有一定的区别,它仅反映了上层社会中少数人出行和游览的一种活动方式,对旅游的认知也仅停留在感性认识的阶段,尚未能对这一社会现象作理论上的归纳。

从早期的生产和社会活动中,我们可以认识到最初的“旅”、“游”与现代旅游的区别:

(一) 人类的迁徙

在原始社会时期,人类脱离了动物界,这时期农业生产方式还未发明,人类在一段非常漫长的岁月里一直过着流动性的生活。人们以松散的团伙组织,依靠采集、渔获、狩猎等集体劳动共同分享劳动产品而延续生命。由于大自然中的植物生长都有明显的季节性,各类动物的行踪和聚散活动区域也随着季节的变更而发生变化。在这种情况下,早期人类只有顺应自然条件和季节变化的规律进行采集和狩猎活动,根本没有能力也没有自主意识去对大自然进行人为的控制。因此,当一个地方的自然资源用完了,就迁移到另一个地方继续采集或狩猎,形成一种流动性的生存方式。可见,采猎生产活动的最大特征就是“季节性的迁移和集散”。这就是早期人类为生存需要而进行的迁徙活动,这种迁徙活动构成了早期人类生产与生活不可或缺的内容。这一时期人类还不存在有意识的自愿外出旅行。

早期人类的远途迁徙有的是受到诸如气候变化、自然灾害以及战争等因素的驱使,但主要的还是由狩猎这种生存方式所固有的流动性特点决定的。这种条件下的迁徙是人类为了生存而被迫进行的艰苦卓绝的活动。所以,原始社会时期,人类客观上没有外出旅行的物质经济条件,主观上也没有外出旅行的愿望。这种远古时期的人类迁徙有别于现在的旅游。

(二) 旅行活动的萌芽

人类早期经历了三次社会大分工:畜牧业和农业的分离标志着第一次社会大分工的开始;到了第二次社会大分工,部落间的产品交换已经产生;而所谓的第三次社会大分工,即是商业从农、牧、手工业中分离出来。可以说,人类旅游活动的历史开始于三次社会大分工之后。首先,三次社会大分工使人类从流动性生活走向定居化,标志着人类智慧的进步、理性思维的提高。其次,由于物质资料生产方式的改进,促使社会生产力水平提高和剩余劳动产品增多,人们的时间得到了一定程度的解放。最后,随着社会分工越来越细,从事不同性质劳动的人们根据自身需要,进行劳动及其产品的交换,互补有无。许多产品的生产目的已不是单纯为了自己消费,而是为了交换。故而,商业随之应运而生,这成为人类旅行观念产生的社会基础和条件,也是促使人们产生自觉的旅行活动的萌芽。

(三) 商人开创了旅行的通路

随着商业的产生和商人的出现,商品交换关系发展到了一个崭新的阶段。它不同于早期的以物易物,而是以商人为中介的发达的商品流通形式。因此,为了推销商品,不断扩大购销渠道,占领更多市场,商人们就必须及时掌握各地的产销信息,并外出进行产品交换和长途贩运活动。于是,具有明确功利目的的经商旅行活动应运而生。在商业利益驱动下,商人们已“游走于他们所知道的世界”。所以,就整个世界而言,是商人开创了旅行的



先河。在经商活动中,商人们自是免不了要结识官宦、士林、政要,接触百姓人家,这实质上就是一种广泛的社会交往活动。同时,通过社会交往获得人际沟通 and 关系的和谐,不仅仅是经商之道,而且能够给人一种精神上、心理上的愉悦感受。这一切都反映了经商行已具有了现代意义的旅游气息和某种内涵。

二、旅游的各种定义

(一) 交往定义

1927年,德国的蒙根·罗德对旅游的定义:“旅游从狭义的理解是那些暂时离开自己的居住地,为了满足生活和文化的需要,或各种各样的愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往活动。”注意:这个定义强调的是,旅游是一种社会交往活动。

(二) 国际上普遍接受的国际定义

1942年,瑞士学者汉沃克尔和克拉普夫对旅游的定义:“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象及关系的总和。这些人不会永久居留,并且不从事赚钱的活动。”注意:这个定义强调的是,旅游活动中必将产生经济关系和社会关系,即强调了旅游的综合性内涵。由于这个定义于70年代为“旅游科学专家国际联合会(AIEST)”所采用,因此称为“艾斯特(AIEST)定义”。

(三) 目的定义

20世纪50年代,奥地利维也纳经济大学旅游研究所对旅游的定义:“旅游可以理解为是暂时在异地的人的空余时间的活动,主要是出于修养;其次是出于受教育、扩大知识和交际的原因的旅行;再次是参加这样或那样的组织活动,以及改变有关的关系和作用。”注意:这个定义强调的是,旅游的基本目的是消遣和增长知识。

(四) 流动定义

1974年,英国的伯卡特和梅特列克对旅游的定义:“旅游是人们离开他们平时居住和工作的地方,短期暂时前往一个旅游目的地并逗留在该地的各种活动。”注意:这个定义强调了旅游的本质特征,即异地性和暂时性。

(五) 时间定义

1979年,美国通用大西洋有限公司的马丁·普雷博士在中国讲学时对旅游的定义:“旅游是为了消遣而进行的旅行,在某一个国家逗留的时间至少超过24小时。”注意:这个定义强调的是,各个国家在进行国际旅游者统计时的统计标准之一,即逗留的时间。

(六) 相互关系定义

1980年,美国密歇根大学的伯特·麦金托什和夏西肯特·格波特对旅游的定义:“旅游可以定义为在吸引和接待旅游者及其访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道政府及东道地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。”注意:这个定义强调的是旅

游引发的各种现象和关系,即旅游的综合性。

(七) 生活方式定义

我国经济学家于光远 1985 年对旅游的定义:“旅游是现代社会中居民的一种短期性的特殊生活方式,这种生活方式的特点是:异地性、业余性和享受性。”注意:这个定义强调的是,旅游是一种生活方式,并且指出了旅游的一些主要特点,即异地性、业余性、享受性。

第二节 旅游的本质和属性

一、旅游的本质

(一) 旅游是一种审美活动,是综合性的审美实践

旅游在本质上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程。追求美好的生活环境和生活经历是人的天性,同时也是人类社会发展到一定阶段所不可缺少的重要需求。人,作为一种复杂的审美主体,在生理条件、社会环境与文化氛围的相互制约和影响下,会产生各种各样的需求。其中,审美需求在各种需求中属于高层次,并始终贯穿交织在各层需求之中。就总体和长远发展来说,随着旅游成为人们生活中越来越重要的部分,人们的审美活动必然会以旅游的形式出现,这是因为:

(1) 旅游是一项综合性的审美活动。它集自然美、生活美、艺术美为一体,熔文物、古迹、建筑、雕刻、绘画、书法、音乐、戏剧、风情、美食等于一炉,除了能够最大限度地满足人们的审美需求之外,还能满足人们生理、精神等方面的需求与欲望。

(2) 随着科学技术的发展、人们生活水平的提高、可支配收入和闲暇时间的增多,旅游这种高级消费形式不断深入人心,日益成为人们生活方式的一个重要组成部分,从而大大刺激和强化了人们的旅游审美活动。

(二) 旅游是人类一种积极而健康的社会交往活动

任何一个人都不能与世隔绝而独立生存,社会交往是人类历史发展的必然现象,也是人类生活中一种最基本的社会活动。人们之间的交往是多类别、多渠道的。从大的方面着眼,有国与国、党派与党派之间的政治交往;从小的方面着眼,有工作和学习上的固定交往,也有友谊和爱慕中的自由交往,还有邻居、亲属间的交往。旅游因具有这些交往中的特点,所以是一种积极而健康的交往活动。同时,旅游所体现出的交往活动又具有它自身的特点。即从形式上看,这种交往是一种短暂的、平等的、在异地进行的且以感情沟通和物质交易为主的行为,并在隔离、示意、互动、互助和竞争等行为的影响中反映出不同的发展程度。

(三) 旅游是人类生活的需要和高层次的消费活动

人到底有多少种需要,迄今为止心理学家们也难以取得一致的看法。人本主义心理学



家马斯洛在其著名的需要层次理论中,提出人有五个层次的需要,即生理需要、安全需要、爱的需要、受尊重的需要和自我实现的需要。上述五个需要是逐级上升的,只有在较低层次的需要满足后,才会向上一层次的需要发展。旅游需要是人的总体需要的一个组成部分,当人们在满足日常的衣、食、住、行等需要之后,便自然而然地追求更高层次的享受,产生旅游的需要。在旅游活动中,人们受尊重的需要和自我实现的需要都可以得到体现。

同时,旅游也是一种高层次的消费活动。旅游者为了达到审美和享乐的目的,需要占用非劳动的闲暇时间,动用自己的劳动积蓄,到异地旅游并购买旅游产品。旅游活动过程中的吃、住、行、游、购、娱的支出远远超出了日常生活的消费,所以它是一种高层次的消费活动。

二、旅游的属性

(一) 审美性

旅游,是人们生活中必不可少的“综合性审美活动”。人们通过对旅游景观的观赏,能获得知识、增添乐趣、陶冶情操,得到启迪和美的享受。这种令人向往和追求的审美活动主要是体验旅游景观所蕴涵的生态美。

旅游如同西方古典浪漫音乐,能唤醒人们心中的家园感,让人们诗意地栖居于自然的怀抱;旅游能消解人与自然的对抗性以及社会化带来的异化成分,使人适情顺性、逍遥自在;在旅游活动中,审美主客体异质同构(审美活动的基础是事物与人的同构),情景交融,使人性得以升华;在审美效应上,旅游是超越现实人生的预演,并营造出为现实人生输送精神动力的稳定心态。因此,旅游的审美本质就是和谐。人与环境相契相合的回归性文化走向将使旅游的和谐美得到充分的显现。

旅游作为一种短期性的闲暇生活方式,从本质上说,是一种集自然美、艺术美、社会美之大成的综合性审美活动。通过旅游获得精神上的审美愉悦和满足,是所有旅游者的共同追求,也是旅游的本质所在。一般而言,所谓审美,指的就是审美主体对客体内容与形式价值(如美丑)的感知、观察、审视和品评,是人对美的事物的一种带有情感的认识。具体而言,旅游审美活动有以下几个特点:

1. 历史性

旅游审美属于历史的范畴,是随着历史变迁而不断发展的一种人类活动。人类的审美活动发展具有历史性。人类早期的旅游活动,由于人类无法通过掌握自然规律来控制自然力,因而拜倒在大自然的脚下,通过对某些具有象征意义的自然景观和人文景观的朝拜以获得上苍的佑护,这在一定程度上满足了当时人们的情感需求。随着历史发展,旅游审美的目的开始向求学求知倾斜,从马可·波罗的中国之行到郑和下西洋,从哥伦布发现新大陆到徐霞客的考察旅游,旅游审美的知识性和功利性不断增加。18世纪中叶,卢梭、歌德、海涅等人掀起“回归大自然”的热潮,旅游者开始真正自觉地进行自然观光旅游。20世纪后,旅游者更多地渴望亲身参与,甚至以征服者的身份出现在自然界,希望通过亲身体验来克服和净化自身的渺小和平庸,以提高自身的精神境界,获得由衷的喜悦。

个体的审美活动也具有历史性。在最初的审美中,由于个人审美能力的限制,往往是

匆匆忙忙,赶来赶去,到各地名胜走马看花,浮光掠影地看个大概,选个景点赶快摄影留念,赶任务式地疲于奔命,满足于“曾到此一游,留个纪念,可以此生无憾矣”!后来,随着个人阅历的丰富和人生体验的增加,旅游者要求尽可能提高旅游审美文化的质量,充分发掘旅游的审美内涵和文化意蕴,让自己在旅游中玩得更开心、更惬意、更有意义、更有收获,这些都得益于自身审美修养和能力的不断提高。正所谓“涉浅水者得鱼虾,潜深水者得蛟龙”,有不同审美能力的人,可以从美景的色、形、音得到悦耳悦目的愉快,也可以从美景的深层内容得到愉情愉意的享受,还可以从美景的“象外之象”、“味外之旨”得到畅神畅志的精神提升。

2. 休闲性

这是旅游审美活动溶解于美的体现。休闲不是空白,不是抬头看天,不思不想,无感无情,也不只是睡觉。要休闲得快乐舒畅,要休闲得丰富充实,要休闲得高尚而不低俗,就要有所讲究。人的生活中,不但该有金戈铁马、艰苦奋斗,而且也该有泛舟湖上,徜徉于山水胜景之间,寻趣于茶余饭后、花前月下。旅游是人类特有的一种有审美内涵和文化意蕴的活动。孔子说:“志于道,据于德,依于仁,游于艺。”(《论语·述而》)朱熹诠释:“游者,玩物适情之谓。”(《论语集注》)王夫之说:“若艺,则与道相表里。”(《读四书大全说》)孔子还说:“知者乐水,仁者乐山。”这说明对山水之乐,可以体现仁知;知者仁者不仅喜欢仁礼,而且也喜欢山水。《论语》载:孔子叫弟子“各言其志”,有弟子说“暮春者,春服既成,冠者五六人,童子六七人,浴乎沂,风乎舞雩,咏而归”。孔子表示赞赏,就因为其在追求成功的同时仍应有优游(悠闲)的生活态度。有了这种态度,在事功斗争中就可以优游不迫,在生活中就可以去除急功近利的束缚。毛泽东在其诗词中写道:“万里长江横渡,极目楚天舒。不管风吹浪打,胜似闲庭信步,今日得宽裕。子在川上曰:逝者如斯夫!”(《水调歌头·游泳》)这种优游的生活态度与对待风浪斗争和闲庭优游是统一的。也就是说,人们有了闲心和闲趣,才能从容畅游,超越贫贱富贵的计较,到达怡然自乐的境界。休闲有不同的趣味,我们提倡的是:休闲有雅趣,生活有品位。

3. 选择性

选择性是人的主观性的深刻体现。旅游是有意识的人的主观活动,审美主体可以有选择地进行审美:一是对旅游景点的选择;二是对旅游时机的选择;三是对审美中介的选择;四是对审美对象的选择。

从美学角度讲,人有两种冲动:一种是物质冲动,另一种是理性冲动。理想状态的美,是两种冲动各自保持着自己的张力并起作用的美。由于人实际所处的状态不同和旅游资源的相异性,旅游审美也会产生两种作用:一种是使人趋于紧张的作用,一种是使人趋于松弛的作用。当人处于紧张状态时,一般会选择使人趋于松弛状态的旅游地,如到海滨度假地晒晒太阳、泡泡海水,或到深山老林幽静的环境里避避暑。这种形式的旅游活动可以使人放松,使人与自然达到和谐。当人处于松弛状态的时候,可能会选择一些富有刺激和挑战性的旅游项目,如登山、探险、漂流等。这种需要毅力、意志,成功后会引发“人定胜天”的豪情壮志的旅游形式,使人打破松弛状态,恢复振奋。可见,通过不同形式的旅游活动,旅游审美可以调整人的紧张或松弛的状态,帮助人成为一个完整的个体。因此,从旅游审美角度看,旅游景观可分为和谐性美的旅游景观和振奋性美的旅游景观。



(二) 社会性

旅游是一种社会性的行业,涉及工商、交通、公安、文化、金融以及卫生防疫等多个部门。在“吃、住、行、游、购、娱”的旅游六要素中,旅游部门只能管到其中的一个半,即“游”的全部和“住”的一半(意为只能管到星级宾馆)。

旅游是加强物质文明建设和促进经济发展的重要途径,这是毋庸置疑的。近现代旅游业属于新生的第三产业。近代旅游业是由产业革命造就并产生条件的。1845年,英国人托马斯·库克(Thomas Cook)首创了人类第一家旅行社,为人们提供有组织的旅游服务。从此,旅游业进入近代时期,旅游由以往个人的消费活动向商品化方向发展。1945年第二次世界大战结束以后,旅游业进入了现代时期。这个时期,随着世界经济、科技和文化的恢复与迅猛发展,随着人们物质生活和文化生活水平的提高,随着世界朝着和平民主方向前进,旅游业突飞猛进,在内容、形式、规模和性质上都发生了重大的变化:在内容上,旅游成了人民大众的社会活动,而且以审美为共同目的、行为的倾向更为明显;在形式上,大型客机、新型车船等现代化旅游交通工具使旅行速度大大加快,使旅行更加安全、方便和舒适,使游客能够在短时间内进行远距离旅游;在规模上,旅游人数大幅度增加,旅游范围扩大到全球;在性质上,旅游业成了经济领域的一个重要支柱产业。

旅游既是一种社会经济现象,又是一种社会文化现象。它必然随着社会经济和文化的发展而在内容和形式上发生变化,是人们了解社会和自然、丰富自我的、一种非定居性的活动方式。

(三) 生态性

旅游活动的生态意义主要体现在对旅游资源和生态环境的合理保护上,这将是实现生态环境和旅游环境永续发展的根本动力。

(1) 旅游活动促进人们对旅游资源进行合理开发和保护。世界上一切旅游资源的合理开发与保护,主要目的是为了适应旅游的需要。旅游成了旅游资源合理开发与保护的动因。许多旅游资源,既是人类精神财富的积累,又是人类物质财富的积累。旅游的经济收入促进旅游文化设施的建设。这里讲的旅游文化设施,主要指作为旅游中介的旅行社、旅游交通和旅游饭店等设施,以及为游客提供娱乐服务的场所(歌舞厅、剧院等),它们也都属于社会的物质文明。正是因为适应了旅游的需求,国内外众多的旅游文化设施才得以飞速地朝着现代化的方向发展,成为人类社会的一笔巨大物质财富,并为旅游提供日益周到的服务。

(2) 旅游经济的发展有助于发挥地区优势,促进地区经济发展,而经济水平的上升将会直接提升本地区生态保护的水准。有些地区比较贫困,但是旅游资源丰富,如武陵源国家森林公园所在的湘西地区便是如此。这样的地区,通过兴办旅游业,不仅直接从国内外游客那里获得了经济收入,而且可以根据旅游业的要求因地制宜地发展多种经营。尤其是通过旅游交通运输的创办和发展,可以使本地区的经济走出封闭状态。

(3) 旅游活动中深刻的体验,使旅游者经受强烈的心灵震撼,从而校正和产生环保理念和环保意识。产生环保意识的游客会以宽厚之心对待自然,尽量以较小的消耗来改善自身的生活条件,从而实现“天人合一”的和谐。来自旅游体验中的环保意识会让游客在现

实生活中外化为实际的环保活动,即具体的环境保护实践。

(四) 哲学性

从哲学角度讲,旅游是一项健康有益的人类活动,对人的全面发展有着直接促进作用:一是陶冶人的情操,二是丰富人的知识,三是锻炼人的身体。“人的全面发展的基本内涵是:人作为社会主体,其社会实践活动、社会关系、各种需要、能力、素质等动态的、自由的、充分的、全面的、不断发展的过程,是人类不懈追求的可持续发展过程。”人的全面发展的主要意思是指人的各种潜能素质的充分发展、人的个性的丰富完整、人的本质力量的充分显现等。人的发展是一个不断地由片面到全面的过程。

旅游活动就是体现、丰富、发展和完善自由生命的活动,大致分为休养休闲旅游、疗养保健旅游、观光游览旅游、新婚蜜月旅游、科学考察旅游、文化旅游、访问旅游、风情旅游等类别,这些活动无一不是以自由生命活力为轴心,在广阔的思维空间里的运动、旋转和展开,使自由生命得以完善、发展和推进。从理论上讲,审美活动的本质就在于体现和发展自由生命,这是旅游活动哲学意义的理论本源。

旅游活动具有其他活动所不可替代的综合性。旅游活动促进人的生理和心理、理性和感性、体力和智力、意志和情感、伦理道德和先天本能、灵魂和肉体等因素的相互作用、相互促进、同步升华,是自由生命的综合性的体现和全面肯定。旅游审美活动空间广阔,沿线而游,顺路而行,自然美、社会美、艺术美,石刻、字画、建筑、音乐、舞蹈,优美、崇高、悲剧、喜剧,一一闪过身边,扑入眼帘,灌注心田,兼纳众美,从而使旅游审美活动中贯穿着色、声、形、味等方面的悦耳、悦目、悦心、悦神的全面的美的享受。

(五) 政治性

旅游是促进内外文化交流和各国人民友好往来的重要途径。人类要进步,很重要的一条途径是进行文化交流,相互取长补短。世界要和平,很重要的一条途径也是进行文化交流,达到相互了解。旅游活动是一种“民间外交”,是达到文化交流的一条具体途径或一把钥匙。旅游活动具有群众性,即游客一般以平民身份出现,游客与接待国人民之间、游客与游客之间的往来不受外交礼节和规格的约束,行动比较自由,有利于广交朋友,相互获得在外交场合难以得到的理解和友谊。旅游还具有广泛性,即游客包括不同国家、不同地区、不同民族、不同种族、不同阶层、不同文化、不同信仰、不同职业、不同年龄等层次,这就有利于广泛地交流各种不同的见解,获得丰富的知识。各国、各民族、各地区的人们,从相互隔绝到相互交往,从固守自己的文明到相互吸取文明精华,这固然是社会生产力的发展使然,但又总是与旅游活动密切相联。

第三节 现代旅游的内涵

现代旅游,是指第二次世界大战以后特别是20世纪60年代以来迅速普及于世界各地的社会化大众旅游。第二次世界大战以后,各国都致力于依靠本国的经济建设来医治战争所带来的创伤。世界总体来说是太平的,发展处于主导地位,生产力水平和社会文明程度都有惊人的发展,人民生活水平普遍提高,这为旅游活动的发展提供了必要的前提。现代



旅游以迅猛的速度发展起来,呈现出一些突出的特点。

一、现代旅游的特点

(一) 综合性

现代旅游的综合性可以从不同的方面进行剖析:

(1) 旅游是一项复杂的综合活动,它包括吃、住、行、游、购、娱等多项内容。人们在旅游活动中不仅仅是走马观花的游览,更多的是要去体验旅游地新奇的人文环境,品尝当地风味美食,购买具有特色的土特产品。这一系列的活动都不是一个单一的旅游部门能完成的,需要不同部门的支撑。例如,旅馆业要为游客提供舒适的休息环境,交通运输业要为游客提供方便的运输工具等。旅游把餐饮、卫生、建筑、文教、交通、农林等各个部门紧密地联系起来。相应地,旅游发展了,这些部门也就跟着发展了。

(2) 旅游活动由不同的旅游项目组成,它的类型也具有综合性。现代旅游类型按地理区域划分,有国际旅游和国内旅游;按组织形式划分,有团体旅游、散客旅游、包价旅游、自助旅游等;按旅游方式划分,有航空旅游、铁路旅游、汽车旅游、海上巡游等;按活动内容划分,有文化旅游、人种旅游、观光旅游、疗养旅游、探险旅游等;按费用来源划分,有自费旅游、公费旅游、社会旅游等。

(二) 大众性

由于战后经济的发展、教育的发达,个人收入、文化素养普遍提高,从而使旅游成为一种群众性的活动,即形成了“大众旅游”的形式。所谓“大众旅游”,是指其参加者的范围已经扩展到普通劳动大众。旅游不再是有产阶级的特权,普通工薪阶层、劳动大众乃至没有收入的家庭妇女、儿童、学生都加入了旅游的行列。大众旅游的另外一层含义是,现代旅游开始形成以有组织的团体包价旅游为代表的规范化旅游模式。旅游者是在旅行社的组织和安排下,借助各种由旅游企业提供的产品和服务,按照预定的时间、路线和活动内容,有计划地完成全程旅游活动。即使旅游者是非团体的散客,也是通过部分地购买和利用旅游企业的产品和服务来完成自己的旅游计划。这是因为战后旅行社和其他各种旅游企业如雨后春笋般地产生和发展起来,而经过一个世纪的经验积累,新旧旅游企业的业务和服务质量都已走向正规化和规范化,通过购买旅行社和其他旅游企业的产品和服务来完成自己的旅游计划,不仅方便、可靠,而且能够达到比完全依靠自己来完成旅游计划更好的效果。所以,在现代社会中,参加旅行社的团体包价旅游的规范化旅游形式,已经成为最普遍的旅游形式。

(三) 社会性

旅游已不再是个人的事情,它已成为各国政府大力支持和促进的社会活动。世界旅游组织 1980 年发表的《马尼拉宣言》中指出,旅游也是人类的社会基本需要之一,从而把旅游活动在理论上提升到是人的生存和发展的基本需要,而不仅仅是人们自由随意的外出或休闲。这一倡议促发了各国政府和社会组织对旅游活动的大力支持。此后,各国政府都不同程度地采取了措施,保证旅游同其他各项社会基本需要协调发展,使旅游度假真正成为

人人享有的权利。但是,即使在经济发达的国家中,也并非所有的家庭都有条件外出旅游度假。在这些国家中,毕竟还有相当数量的家庭,其经济收入之低,无论其怎样节省都不可能挤出可用于旅游度假的开支。对这类贫困家庭,一些国家则采取通过由国家、地方政府、工作单位、工会或户主所属的其他组织团体提供资助或补助的办法,组织外出旅游度假。这便是所谓的“社会旅游”(social tourism)。此外,在国民出国旅游问题上,很多国家都逐渐放宽了限制。

(四) 普及性

现代旅游正向着多样化的趋势发展。以往,人类的旅游活动是以商务旅游为主,消遣旅游和以教育为目的的修学旅游为辅。如今,随着科学技术的突飞猛进和生活方式、工作方式的变化,越来越多的人开始关注自己的生活内容和生活质量,旅游的需求日趋多种多样。人们已由商务旅游为主的传统旅游,逐渐转向度假型的休闲旅游。特别在一些较发达的国家和地区,随着生产自动化程度越来越高,劳动时间得到持续的缩短,这就给人们的度假旅游在时间上给出了保证,从而使参加这些活动的人越来越多。同时,特种旅游,诸如绿色旅游、生态旅游、工业旅游、农业旅游、森林旅游、知识旅游、修学旅游、探险旅游、寻根旅游等也发展起来,这样每个人都能找到适合自己的旅游项目,使旅游得到了更好的普及。

(五) 世界性

旅游不同于小商品生产行业,从它产生时起就是一个跨地域的、带有世界性的活动。旅游者进行的旅游活动首先是在居住地周围展开的。随着旅游经验的丰富,当周边地区的风土人情已不能满足他的审美需求,才逐渐出现了出省游、出国游。20世纪50年代后期,喷气式飞机的问世和超音速飞机的诞生促进了世界旅游的发展,它使世界的时空距离大为缩小,花不多费用和较少时间就可去那些以前可望而不可即的地方,使得出国旅游、洲际和环球旅游不再是一种梦想。世界各地的旅游业是紧密联系的,旅游不是一个国家或地区所发生的独立现象。特别是出境旅游项目,客源国和目的国之间相互合作才能使旅游者完成旅游活动。在旅游合作的过程中,两国的文化交流也同时开展起来,这就进一步加强了旅游的世界性合作。

二、旅游学研究的对象和任务

旅游学作为一门新兴的学科要有自己独立的科学体系,就需要确定其研究对象。我们已经了解到,人类认识旅游学最早是从经济范围开始着手的,但当旅游活动发展到一定范围后,旅游的影响就会大大超越经济范围,比如对文化和政治的影响。再如,旅游者到旅游目的地国家进行游览,他所带来的不同文化氛围会感染目的地国家的人们。人类已经走出了对旅游的单纯经济研究,而把旅游看作是一种综合的现象。

旅游学的研究对象为旅游主体、旅游客体和旅游媒介物及三者之间的关系。

(一) 旅游主体

旅游主体主要是指进行旅游活动的旅游者。旅游活动的原始状态是人对自然美景的追