



全国高职高专教育精品规划教材



旅游学概论

主编◎刘荣



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

全国高职高专教育精品规划教材

旅游学概论

主 编 刘 荣
副主编 吴良勇 叶 鹏
殷艳苓 齐建军

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书以旅游活动规律为主线,以旅游业从业人员应具备的旅游基础知识为出发点,阐述了旅游现象及旅游业发展的基本理论。主要内容有旅游的性质和特征、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游产品和旅游市场、旅游组织与政策法规等。本书既重视旅游学科内容的系统性与实用性,又突出了旅游学本身的时代性和开放性,吸收了国内外最新研究成果,加入了较多的常识和案例介绍,增强了教材的实用性。本书适合普通高校及高职高专院校旅游类专业使用,也可作为旅游行业人员培训和职业资格考试教材。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/刘荣主编. —北京:北京交通大学出版社,2007.5

(全国高职高专教育精品规划教材)

ISBN 978-7-81123-019-2

I. 旅… II. 刘… III. 旅游-高等学校:技术学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第067657号

责任编辑:郇桂英

出版发行:北京交通大学出版社

电话:010-51686414

北京市海淀区高粱桥斜街44号

邮编:100044

印刷者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印张:11.5 字数:270千字

版 次:2007年5月第1版 2007年5月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-019-2/F·232

印 数:1~3 000册 定价:20.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监局反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

全国高职高专教育精品 规划教材丛书编委会

主 任：曹 殊

副主任：朱光东（天津冶金职业技术学院）

何建乐（绍兴越秀外国语学院）

文晓璋（绵阳职业技术学院）

梅松华（丽水职业技术学院）

王 立（内蒙古建筑职业技术学院）

文振华（湖南现代物流职业技术学院）

叶深南（肇庆科技职业技术学院）

陈锡畴（郑州旅游职业学院）

王志平（河南经贸职业学院）

张子泉（潍坊科技职业学院）

王法能（西安外事学院）

邱曙熙（厦门华天涉外职业技术学院）

逯 侃（步长集团 陕西国际商贸职业学院）

委 员：黄盛兰（石家庄职业技术学院）

张小菊（石家庄职业技术学院）

邢金龙（太原大学）

孟益民（湖南现代物流职业技术学院）

周务农（湖南现代物流职业技术学院）

周新焕（郑州旅游职业学院）

成光琳（河南经贸职业学院）

高庆新（河南经贸职业学院）

李玉香（天津冶金职业技术学院）

邵淑华（山东德州科技职业学院）

宋立远（广东轻工职业技术学院）

孙法义（潍坊科技职业学院）

刘爱青（山东德州科技职业学院）

颜 海（武汉生物工程学院）

出版说明



高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，其根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基础知识和职业技能，因此与其对应的教材也必须有自己的体系和特点。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教育改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全国范围内组织并成立了“全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员所在单位皆为教学改革成效较大、办学实力强、办学特色鲜明的高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证精品规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“全国高职高专教育精品规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师和专家。此外，“教材编审委员会”还组织各专业的专家，教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

此次精品规划教材按照教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”而编写。此次规划教材按照突出应用性、针对性和实践性的原则编写，并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到。基础理论以应用为目的，以必需、够用为尺度；尽量体现新知识和新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们真心希望全国从事高职高专教育的院校能够积极参加到“教材研究与编审委员会”中来，推荐有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践的意见和建议，及时反馈给我们，以便对出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有精品规划教材由全国重点大学出版社——北京交通大学出版社出版，适应于各类高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级技术学院使用。

全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会

2007年5月

总 序

历史的年轮已经跨入了公元 2007 年,我国高等教育的规模已经是世界之最,2005 年毛入学率达到 21%,属于高等教育大众化教育的阶段。与此相对应的是促进了高等教育举办者和对人才培养的多样化。我国从 1999 年高校扩大招生规模以来,经过了 8 年的摸索和积累,当我们回头看时,发现在我国高等教育取得了可喜进步的同时,在毕业生就业方面,部分高职高专院校的毕业生依然稍显不足。近几年来,与本科毕业生相比较,就业率落后将近 20 个百分点,不得不引起我们的思考与重视。

是什么导致高职高专院校的学生就业陷入困境?是什么破坏了高职高专院校的人才培养机制?是哪些因素使得社会给高职高专学生贴上了“压缩饼干”的标签?经过认真分析、比较,我们看到各个高职高专院校培养出来的毕业生水平参差不齐,能力飘忽不定,究其根源,不合理的课程设置、落后的教材建设、低效的教学方法可以说是造成上述状况的主导因素。在这种情况下,办学缺乏特色,毕业生缺少专长,就业率自然要落后于本科院校。

新设高职类型的院校是一种新型的专科教育模式,高职高专院校培养的人才应当是应用型、操作型人才,是高级蓝领。新型的教育模式需要我们改变原有的教育模式和教育方法,改变没有相应的专用教材和相应的新型师资力量的现状。

为了使高职院校的办学有特色、毕业生有专长,需要建立“以就业为导向”的新型人才培养模式。为了达到这样的目标,我们提出“以就业为导向,要从教材差异化开始”的改革思路,打破高职高专院校使用教材的统一性,根据各高职高专院校专业和生源的差异性,因材施教。从高职高专教学最基本的基础课程,到各个专业的专业课程,着重编写出实用、适用高职高专不同类型人才培养的教材,同时根据院校所在地经济条件的不同和学生兴趣的差异,编写出形式活泼、授课方式灵活、引领社会需求的教材。

培养的差异性是高等教育进入大众化教育阶段的客观规律,也是高等教育发展与社会发展相适应的必然结果。也只有使在校学生接受差异性的教育,才能充分调动学生浓厚的学习兴趣,才能保证不同层次的学生掌握不同的技能专长,避免毕业生被用人单位打上“批量产品”的标签。只有高等学校培养有差异性,毕业生才能够有特色,才会在就业市场具有竞争力,才会使高职高专的就业率大幅提高。

北京交通大学出版社出版的这套高职高专教材,是在教育部“十一五规划教材”所倡导的“创新独特”四字方针下产生的。教材本身融入了很多较新的理念,出现了一批独具匠心

的教材，其中，扬州环境资源职业技术学院的李德才教授所编写的《分层数学》，教材立意很新，独具一格，提出以生源的质量决定教授数学课程的层次和级别。还有无锡南洋职业技术学院的杨鑫教授编写的一套《经营学概论》系列教材，将管理学、经济学等不同学科知识融为一体，具有很强的实用性。

此套系列教材是由长期工作在第一线、具有丰富教学经验的老师编写的，具有很好的指导作用，达到了我们所提倡的“以就业为导向培养高职高专学生”和因材施教的目标要求。

教育部全国高等学校学生信息咨询与就业指导中心择业指导处处长
中国高等教育学会毕业生就业指导分会秘书长
曹 殊 研究员

前

言

旅游学概论是旅游各专业中的一门专业基础课,是旅游学的入门学科。同社会科学中其他学科一样,它以旅游发展的实践为基础,从整理和了解旅游现象中分析并总结旅游发展的逻辑性和合理性,从而发现其规律。旅游是世界范围的社会现象,我国发展旅游业的历史短,因而我们有必要了解和吸收世界各国在发展旅游方面的经验和教训。旅游活动和发展的基本规律是不以国界而改变的,只有认清这一点,才能真正根据我国国情发展我国的旅游业,使我国旅游业跻身于世界先进行列。

本课程以旅游这一社会文化现象的产生与发展为脉络,分析了旅游活动的构成与特征。从旅游活动主体——旅游者、客体——旅游资源和媒体——旅游业三者之间关系入手,探讨旅游活动的基本规律。从旅游活动的表层现象——旅游经济影响入手,深入分析旅游活动的内涵即旅游的社会文化和环境影响。系统阐述了旅游基本理论和旅游基础知识,以帮助学生了解旅游和正确认识旅游,了解旅游及旅游业的发展趋势。主要包括七章:第一章,旅游与旅游学;第二章,旅游的产生与发展;第三章,旅游者;第四章,旅游资源;第五章,旅游业;第六章,旅游市场;第七章,旅游组织与旅游产业政策。七个章节相对独立。每个章节都按照知识的内在联系分为若干教学模块(以“节”为单位)。每一个教学模块都包含有对于学习的具体教学内容中重点知识的提示。

本课程的教学以课堂讲授为主要教学手段,强调客观现象概述与原理论述相结合,注重对现象原理的揭示和理解;理论和实际相结合,强调知识和理论在旅游经营和管理工作中的实际意义。

本书的编写工作由河北旅游职业学院的刘荣、齐建军,钟山职业技术学院吴良勇,黑龙江生物科技职业学院殷艳苓,武汉生物工程学院叶鹏完成,并得到了单位领导和各位同仁的鼎力支持和帮助,作者在此表示诚挚的感谢。

当然,鉴于本书作者的学术视野和学术能力,书中难免有错误和不足之处,恳请读者和使用者批评指正。

作 者

2007年5月

目 录

第一章 旅游与旅游学	(1)
第一节 旅游的概念	(1)
一、旅游概念的各种说法	(1)
二、对旅游定义的进一步探讨	(3)
第二节 旅游的本质与特征	(4)
一、旅游的本质	(4)
二、旅游的基本属性	(5)
三、旅游活动的特点	(6)
第三节 旅游的构成与类型	(10)
一、旅游的构成要素与旅游系统	(10)
二、旅游的类型	(11)
第四节 旅游学研究的对象与内容	(14)
一、旅游学的研究对象	(14)
二、旅游学的研究内容	(15)
三、旅游学的学科性质和学科体系	(17)
本章小结	(19)
思考题	(19)
第二章 旅游的产生与发展	(20)
第一节 古代旅游	(20)
一、旅游的产生	(20)
二、封建社会时期旅行的发展	(23)
三、封建社会旅行发展的特点	(26)
第二节 近代旅游	(26)
一、近代旅游的诞生	(26)
二、近代旅游的特点	(31)
第三节 现代旅游	(31)
一、现代旅游发展的背景及原因	(31)
二、中国现代旅游的发展	(33)
三、现代旅游发展的特点和发展趋势	(36)
本章小结	(38)

思考题	(39)
第三章 旅游者	(40)
第一节 旅游者的概念	(40)
一、国际旅游者	(41)
二、国内旅游者	(43)
三、我国对旅游者的界定	(44)
第二节 旅游者形成的客观条件	(47)
一、收入水平	(47)
二、闲暇时间	(49)
三、其他影响因素	(51)
第三节 实现旅游活动的主观条件	(52)
一、旅游需要	(52)
二、旅游动机	(54)
第四节 旅游者的类型及其需求特点	(58)
一、旅游者类型的划分	(58)
二、不同类型旅游者的需求特点	(58)
本章小结	(61)
思考题	(61)
第四章 旅游资源	(62)
第一节 旅游资源的概念及特点	(62)
一、旅游资源的概念	(62)
二、旅游资源的特点	(65)
第二节 旅游资源的分类	(67)
一、按旅游资源的基本属性分类	(67)
二、按旅游资源的开发状态分类	(68)
三、根据旅游资源管理级别分类	(68)
四、根据旅游资源的性状分类	(70)
第三节 旅游资源的开发	(72)
一、旅游资源的调查	(72)
二、旅游资源的评价	(76)
三、旅游资源的开发	(79)
第四节 旅游资源保护	(83)
一、旅游资源遭到破坏的原因	(83)
二、旅游资源的保护措施	(85)
本章小结	(87)

思考题	(87)
第五章 旅游业	(88)
第一节 旅游业概述	(88)
一、旅游业的涵义	(88)
二、旅游业的性质	(89)
三、旅游业的特点	(90)
第二节 旅行社业	(92)
一、旅行社的产生与发展	(92)
二、旅行社的性质	(92)
三、旅行社设立的基本条件	(93)
四、旅行社的类型	(95)
五、旅行社在旅游业中的地位和作用	(95)
第三节 旅游饭店	(99)
一、饭店的概念	(99)
二、饭店在旅游业中的作用	(100)
三、饭店业的发展	(100)
四、饭店的类型与等级	(103)
第四节 旅游交通	(107)
一、旅游交通的概念	(107)
二、旅游交通的特点	(107)
三、旅游交通在现代旅游活动中的地位和作用	(108)
四、旅游交通的类型	(108)
五、旅游业对交通的要求及调节	(111)
第五节 旅游娱乐业	(113)
一、旅游娱乐的概念	(113)
二、旅游娱乐的作用	(113)
三、娱乐设施的种类	(114)
四、娱乐游览设施的建设	(115)
第六节 旅游产品	(116)
一、旅游产品的概念和特点	(117)
二、旅游购物的作用	(118)
三、旅游产品的开发	(119)
本章小结	(120)
思考题	(120)
第六章 旅游市场	(122)
第一节 旅游市场的涵义及其分类	(122)

一、旅游市场的概念	(122)
二、旅游市场的特点	(123)
三、旅游市场的作用	(124)
第二节 旅游客源划分及其各细分旅游市场发展趋势	(125)
一、旅游市场划分方法	(125)
二、国际旅游客源市场的分布特点与格局	(126)
三、国际旅游客流的规律与发展趋势	(128)
第三节 我国的旅游客源市场	(130)
一、我国出入境国际旅游市场的基本特点与发展趋势	(130)
二、我国国内旅游市场基本特点与发展趋势	(135)
本章小结	(139)
思考题	(139)
第七章 旅游组织与旅游产业政策	(141)
第一节 政府对旅游发展的干预	(141)
一、国家政府支持发展旅游和旅游业的动机	(141)
二、政府干预旅游发展的重要性	(143)
三、政府干预旅游发展的手段	(144)
第二节 国家旅游组织	(146)
一、国家旅游组织及其设立形式	(146)
二、各国国家旅游组织的差异原因	(147)
三、国家旅游组织的职能	(148)
第三节 我国的旅游组织	(148)
一、旅游行政组织	(148)
二、旅游行业组织	(151)
三、旅游教育与学术组织	(152)
第四节 国际旅游组织	(152)
一、国际旅游组织的现状	(152)
二、同我国有关的国际旅游组织	(154)
第五节 旅游法规与政策	(158)
一、国务院法规及政策	(158)
二、国家旅游局规章及规范性文件	(166)
三、旅游行业国家标准和行业标准	(167)
四、地方性法规及条例	(167)
本章小结	(169)
思考题	(170)
参考文献	(171)

第一章

旅游与旅游学

教学目的

通过本章的学习，学生在掌握了旅游的基本概念、旅游的本质、旅游的特征、旅游的基本属性、旅游活动的构成和类型的基础上，让学生基本把握旅游世界和旅游学科体系的基本知识。

教学重点

旅游的基本概念、旅游的基本属性和旅游活动的构成要素。

第一节 旅游的概念

一、旅游概念的各种说法

什么是旅游？这是旅游学研究中首先要回答的基本概念问题。对这一概念的明确界定和共识不仅是旅游研究的需要，而且也是旅游研究形成科学的根本基础。然而由于种种原因，人们对旅游的概念认识仍然存在混淆和分歧。无论是汉语中的旅游，还是英语中的旅游（tourism），在使用中都存在一词多义的情况。我们来看下面的一组对话：

对话 1

甲：你是做什么工作的？

乙：我在旅行社从事旅游工作。

对话 2

甲：你假期都到哪旅游了？

乙：我和几个朋友到黄山旅游去了。



对话 3

甲：你现在学的是什么专业呀？

乙：我学的是旅游类的专业。

以上三组对话中，分别使用了旅游一词。根据对话的过程或内容，我们都会明白旅游一词的内涵。第一组指的是旅游行业或旅游业；第二组指的是旅游活动；第三组指的是旅游专业或旅游学术。

(一) 词典中对旅游的解释

旅游一词最早出现在 1811 年出版的《牛津词典》中，将其解释为离家远行，又回到家里，在此期间参观游览一个或几个地方。这种定义只是旅游表面层次现象的描述。

1927 年，在德国以蒙根·罗特为代表出版的《国家科学词典中》将旅游定义为：狭义的理解是那些离开自己的住地，为了满足生活或文化的需求，或个人各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。

1981 年，我国商务印书馆出版的《现代汉语词典》中对旅游的解释是：旅行游览。

(二) 旅游学者及研究机构和旅游组织对旅游的定义

不仅各种词典对旅游的解释不同，长期以来，国内外的许多学者及有关研究机构和国际组织对旅游定义的界定也多种多样。其中较有代表性的有以下几种。

(1) 瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于 1942 年在其合著的《普通旅游学纲要》中提出，后来在 20 世纪 70 年代又被“旅游科学专家国际联合会”所采用的“艾斯特”定义：旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。

艾斯特定义中，用“非定居者”强调了旅游活动的异地性，用“不会导致长期定居”强调了旅游活动的暂时性，“不从事任何赚钱的活动”则强调了旅游活动的非就业性，而“现象和关系的总和”强调了旅游活动的综合性。此定义从消遣性旅游的研究角度，较好地把握了旅游的本质属性，因而在世界各地的旅游学界都有很大的影响。

(2) 美国参议院领导的一个研究结构认为：旅游是人们出于日常上班工作以外的任何原因，离开其居家所在的地区，到某个或某些地方旅行的行动和活动。

本定义中，“日常上班工作以外的任何原因”强调了旅游活动的业余性，这种业余性兼容了日常工作以外的赚钱活动；“旅行的行动和活动”则强调了旅游活动的综合性。同时这个定义还强调了消遣型旅游的特征，而没有排斥商务性旅游。

(3) 1972 年，英国萨里大学的伯克特和梅特利克认为：旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动，是人们离开自己平时居住地和工作的地方，短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。

(4) 英国旅游局前执行主任里考瑞什认为：旅游是人的运动，是市场的运动而非一项产

业的运动,总之,是流动人口对接待地区及其居民的影响。

(5) 1980年,美国密执安大学的罗伯特·麦金托什在《旅游学一要素、实践、基本原理》一书中指出:旅游是由游客、旅游企业、东道主政府和东道主地区在吸引和接待旅游及其游客的过程中产生的现象与关系之和。

(6) 联合国的“官方旅行机构国际联合会”认为:旅游是指到一个国家访问,停留超过24小时的短期旅客,其旅游目的属于下列两项之一:①悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动);②业务、出差、会议等。

这里强调了旅游活动的暂时性、异地性和消遣性,同时也强调了公务旅游、商务旅游和探亲访友等。“停留超过24小时”主要是出于方便统计和技术性需要,存在不尽合理的地方,排斥了当日往返的旅游活动。

(7) 1991年,世界旅游组织在加拿大的渥太华召开的国际旅行与旅游统计大会上将旅游定义为:旅游是指人们为了消遣、商业和其他目的离开通常环境去往他处并在那里逗留连续不超过一年的活动。

定义中“通常环境”主要是指排除在居住地以内的旅行、在住所与工作场所之间频繁或长期的旅行、定期的社区旅行。“逗留连续不超过一年”则为了排除长久的移民活动。本定义也强调了异地性、暂时性、非就业性,但更倾向于技术性需要,主要为调查与统计的可操作性。

二、对旅游定义的进一步探讨

对旅游定义的关注具有学术和实践两方面的意义,首先旅游的研究需要有一个标准的定义以建立研究对象的参数;其次,没有同一标准的定义,对旅游经济活动的研究或研究旅游对地方、国家和全球经济影响的度量就缺乏统一的口径。上述各种定义从各个不同的研究角度出发,强调了旅游作为一种社会现象的某些基本特征,每一种阐述都有其优点和不足之处,综合以上不同表述,我们可以看到人们至少在以下四个方面达成了共识:

第一,旅游活动的异地性,旅游的前提是要离开常住地到目的地的空间位移;

第二,旅游活动的暂时性,强调时间过程上的暂时性,不导致长期居住;

第三,旅游活动的非就业性,目的上不得从事任何赚钱的活动,是处理自己的业余时间的方式;

第四,旅游活动的综合性,它不仅包括旅游者活动,而且涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。

根据上述分析,在借鉴已有的“艾斯特”定义的基础上,我们将旅游定义如下:旅游是人们出于移民和就业任职的其他任何原因离开自己的常住地的旅行和逗留以及由此引起的现象和关系的总和。



第二节 旅游的本质与特征

一、旅游的本质

关于旅游活动的本质特性,由于研究的角度不同,因而各自得出的结论也不同。又由于旅游活动在现代商品社会极易显出的经济意义,许多人倾向于从经济的角度去解答这个问题。但是,旅游作为一项经济活动是19世纪以后的事,而在这之前,非经济性的旅游现象早已出现,再者,若非首先在旅游活动中已经存在了旅游主体与旅游客体的一种特定关系,旅游作为一项经济活动就会失去依托,因此,尽管经济性是现代旅游的突出特性,但它不可能成为旅游的本质特性。笔者倾向于北京旅游学院陈刚在《旅游学刊》(1992年第4期)《论旅游的审美本质》一文和冯乃康先生在《中国旅游文学论稿》中的观点,旅游是旅游主体在审美意识的支配下的一种自发行为,这种行为在个人意愿和兴趣的影响下受个人支付能力及其他能力的制约,但旅游的基本出发点、整个过程和最终效应都是以获得精神享受为指向,旅游是靠经济支撑的精神活动,这种精神活动是靠美感享受而获得的,旅游是综合性审美实践。

如何理解旅游的审美本质?人类的旅游活动不是基于人的本能,而是人类社会实践活动的产物。有人认为人的旅游欲望是天生的、本能的,这是不正确的。诚然动物也有大规模的迁徙活动,候鸟可以飞行几千里觅食、过冬,鱼也可以游很远的路程产卵,但这都不能等同于人类的旅游活动。因为动物的迁徙活动都不是由意识支配的,它们在这种活动中也不可能体验到人在旅游活动中获得的满足感和愉悦感。原始人的生活中也不存在旅游这种社会现象,他们逐水草而居,时常迁徙。当一个地方水草枯竭之后,就要踏上陌生的旅途,去寻找一个水草丰美的地方。因而,这种时空运动常常是被迫的,是出于某种谋生目的的。

随着人类社会实践的不断发展,人类征服自然的能力不断增强,人类对自然的认识日益深入,于是,人类把大自然变为征服和改造的对象,从压抑中解脱出来,不断增强实践的力量。人类在与自然斗争中的每一次胜利,都标志着人与单纯依附于自然的动物界的距离又增大了一步,标志着人类日益成为理想化的人,人类面对自然不再感到恐怖和战怵,而是时刻联想到人类征服和改造自然的勇气、力量和智慧。因而,自然成了人的本质力量的象征和显现,人类在自然中到处都能感受到人的力量的伟大和人性的光辉,到处都能发现绚丽灿烂的美,这样,旅行与游览就不再是人类痛苦和恐惧的事情,人类在这种活动所体验到的是自信、充实、舒畅、愉悦、自豪等情感,这种情感正是一种审美情感。这种活动及其所产生的体验在人类的实践中反复发生,使体验不断深化,终于积淀为现代人类的旅游情感。因而,旅游感受不是一种单纯的生理快感,而是在人类实践中出现的社会性情感,它蕴蓄着丰富的社会内容。

旅游最初依附于人类的其他社会实践活动之中,比如宗教、外交、贸易等,这些活动的直接目的都不是为了旅游,而是有具体的功利性的。但是这些活动又不可避免地带有一定的



旅游色彩,在某瞬间能够使人摆脱公务,产生一种愉悦的感受。比如站在泰山之巅俯视翻腾的云海,或者在沙漠之中目睹壮美的黄昏,这些景象常常具有一种震撼人心的力量,它能完全地占据人的心灵,使人一刹那间沉醉于这种美的境界之中。这种感觉如此强烈,以至人们希望能不断地从实践活动中获得这种精神上的满足,于是,一种专门用来满足人类这种需要的新型的社会活动便逐渐地从其他社会实践活动中分化出来。当人类社会发展到一定的历史阶段,旅游终于从人类的生产实践活动中脱离出来而成为独立的以审美为本质的活动。随着生产力水平的不断提高,物质财富的丰富,闲暇时间的增多,经济条件的改善,旅游获得了充足的发展动力,最终成为现代的综合性的社会活动。

旅游审美活动与人类其他类型的审美活动不同。在其他类型的审美活动中,审美对象一般是比较确定的,比如艾青的一首诗,罗丹的一座雕塑,人们在这些审美活动中获得的审美感受也都是比较纯粹的,但在旅游审美活动中,确定的审美对象消失了,人们面对的是多姿多彩的审美化的生活,从踏上旅途开始,甚至旅行前的计划和期望带来的快乐可以理解成审美活动已经开始,一直延续到旅游结束的一种与日常生活不同的新鲜充实的感受,当旅行结束时仍回味无穷。这种审美化的生活包括艺术美、自然美以及社会美等各种审美形态。而欣赏者从中获得的审美感受也是多种多样的,因而,旅游审美活动是一种综合性的审美活动。现代旅游与历史上的旅游现象的重要区别就在于旅游业这一媒介的出现。但这一媒介并未改变旅游审美活动的本质。在人类的其他实践活动之中,组成旅游业的各种因素,比如交通、食宿等,仅仅具有日常生活的实用性。但是在旅游审美活动中,这些因素完全超出了这种实用意义,而具有了审美价值,旅游者成为旅游审美活动的主体,而与之对应的旅游审美客体就是旅游业与旅游对象相互作用共同构成的一种特殊环境,我们把这种环境称为旅游审美环境。我们需要研究如何运用审美规律,创造出一个独具魅力的旅游审美环境,以便充分满足旅游者的审美需求,保证旅游审美活动的实现。

因此,旅游是综合性的审美实践活动。旅游者在旅游活动中欣赏的是一种审美化的生活,旅游快感的获得是通过美的体验实现的。

二、旅游的基本属性

1. 消费属性

在现代旅游活动中,旅游者要实现各项旅游活动、享受旅游产品和服务,必须向旅游企业支付一定的货币,即旅游者与旅游企业之间是一种经济交换关系。旅游活动,在其全过程中不向社会也不为旅游者个人创造任何外在的可供消费的资料,相反却吞噬着旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果,即使在比较极端的情况下,例如一个人流连山水,陶醉于大自然(而非人化)的美的恩赐,或不花钱旅游(奖励旅游等),他也是在消磨本可以用于创造财富的生产时间。所以,旅游无疑是消费活动,而不是生产活动。

2. 休闲属性

休闲和劳动,是人类生活不可缺少的对应的两个方面,旅游的休闲属性可以从以下三个