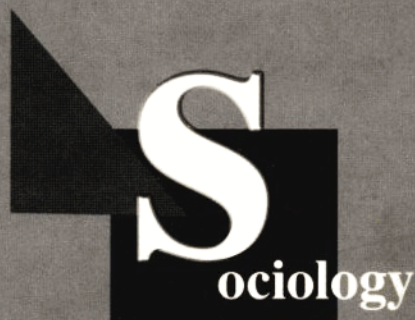


旅游社会学

郑本法 曾敏 著



甘肃人民出版社

目 录

第一章 旅游社会学概述(代绪论)	(1)
第一节 旅游的社会学解释	(2)
第二节 旅游社会学学科的产生	(5)
第三节 旅游社会学的研究对象	(9)
第二章 社会变迁与旅游活动	(14)
第一节 原始社会人类的迁徙	(14)
第二节 人类旅行需求的产生	(17)
第三节 西方封建社会旅行的发展	(21)
第四节 中国封建社会旅行的条件	(24)
第五节 中国封建社会旅游的种类	(28)
第六节 近代旅游的起始	(40)
第七节 现代旅游的成因	(44)
第八节 现代的旅游活动	(51)
第三章 社会文化与旅游活动	(59)
第一节 社会文化的基本概念	(59)
第二节 旅游活动的文化功能	(67)
第三节 旅游活动的文化需求	(71)
第四节 社会文化的不同质点	(79)
第五节 异质文化与旅游动机	(85)
第六节 本土文化与异质文化	(96)

第四章 礼俗禁忌与旅游活动	(101)
第一节 中国部分少数民族的礼俗禁忌	(101)
第二节 香港、澳门和台湾省的礼俗禁忌	(115)
第三节 亚太地区部分国家的礼俗禁忌	(119)
第四节 欧洲地区部分国家的礼俗禁忌	(132)
第五节 美国和加拿大两国的礼俗禁忌	(143)
第五章 社会交往与旅游活动	(148)
第一节 社会交往中的情境定义	(148)
第二节 社会交往中的人际吸引	(151)
第三节 社会交往中的心理动机	(157)
第四节 旅游活动中的社会交往	(161)
第六章 旅游活动的主体:旅游者	(175)
第一节 旅游者形成的时间前提	(175)
第二节 旅游者形成的经济条件	(189)
第三节 旅游者的其它客观成因	(192)
第四节 旅游者形成的主观因素	(195)
第五节 旅游者的分类标准	(205)
第六节 旅游者的一般分类	(220)
第七节 旅游者的特殊分类	(227)
第七章 旅游活动的客体:旅游资源	(238)
第一节 旅游资源的含义和分类	(238)
第二节 旅游资源的特点和功能	(253)
第三节 旅游资源评价因素分析	(262)
第四节 旅游资源的开发和保护	(273)
第五节 世界著名旅游资源	(286)

第六节	中国著名旅游资源	(308)
第八章	旅游活动的媒体:旅游业	(341)
第一节	旅游业的科学含义	(341)
第二节	旅游业的构成要素	(346)
第三节	旅游业的基本特点	(354)
第四节	旅游服务及其设施	(359)
第五节	旅游业的社会功能	(370)
第六节	旅游业的弊病治理	(381)
后 记		(393)

第一章 旅游社会学概述(代绪论)

第二次世界大战结束之后,特别是 20 世纪 50 年代以来,新科学技术在全世界范围内勃然兴起,促进了社会生产力的迅猛发展。由此,不仅引起了传统产业结构的重组,而且带来了人们生活方式的更新。旅游活动的急剧增加,旅游产业的日益发达,就是人们生活方式变化中最为显著的社会现象之一。

世界旅游与观光理事会(WTTC)在 1992 年年度报告中郑重宣布,旅游业已经超过石油、汽车等产业的发展,居于世界各大产业的首位。据世界旅游组织统计,全世界 1999 年国际旅游者达 7.56 亿人次,国际旅游收入达 4550 亿美元,分别是 1950 年的 29.9 倍和 216.7 倍。

中国大陆的旅游产业起步虽迟,但自 1978 年以来发展速度惊人。1999 年中国大陆接待入境旅游者 7279.56 万人次,旅游创汇 140.99 亿美元,分别是 1978 年的 40.2 倍和 53.6 倍。中国大陆已经成为亚洲最主要的旅游目的地,1999 年接待入境过夜旅游者 2704.7 万人次,名列世界第 5 位;旅游创汇从 1978 年名列世界第 41 位跃居世界第 7 位。与此同时,中国大陆境内旅游异军突起,达到了相当的产业规模和档次。1999 年,境内旅游者 7.19 亿人次,总花费 2831.92 亿元人民币(约合 341 亿美元);加上接待入境旅游创汇,中国大陆旅游业总产出达 482 亿美元。这是中国旅游业走向成熟的重要标志,表明中国已经傲然屹立于世界旅游大国之林。

据世界旅游组织估计,到 20 世纪末,全世界旅游者将达 30 亿人次。其中,国际旅游者将达 10 亿人次,国际旅游收入将达 20000 亿美元;到 2020 年,中国将成为世界第 4 大旅游客源国和头号旅游目的地。

旅游发展的速度之迅猛,旅游消费数额之巨大,旅游产业前景之光明,致使许多学科都参与对这一社会现象的科学研究,旅游社会学就是其中之一。

第一节 旅游的社会学解释

正确理解旅游的科学含义,对旅游实践活动的开展和旅游科学研究的深入具有重要意义。然而,由于研究者的视角不同,仁者见仁,智者见智,众说纷纭,莫衷一是。比较有代表性的有:

其一,旅游是指人们用自己的经济手段,为了娱乐、保健、休息、文化活动或其它类似理由而自愿外出旅行。(墨西哥旅游部)

其二,旅游是指包括人们为了休闲、商务和其它目的,离开他们惯常的环境,到某些地方去以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。(世界旅游组织)

其三,旅游是指出于休养、受教育、扩大知识和交往、参加组织活动、改变有关的关系和作用等目的而暂时到异地的人的空余时间活动。(奥地利维也纳经济大学旅游研究所)

其四,旅游是指非定居的旅游和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留,并且不从事赚钱活动。(瑞士学者汉泽克尔和克拉普合著《普通旅游学纲要》)

其五,以悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教、体育)或业务、家庭、出使、开会为目的到一个国家访问,停留超过 24 小时的

短期旅行,谓之旅游。(联合国官方机构国际联合会)

其六,旅游是指那些暂时离开自己的住地,为了满足各种各样的愿望和需求而作为经济和文化商品消费者逗留在异地的人的交往。(德国学者蒙根·罗特《国家科学词典》)

其七,旅游是一种体育活动的手段和文化休息的良好内容,它有游览、参观、行军等形式,可以是步行的,也可以利用各种交通工具。它能增长知识,扩大眼界,锻炼身体。(中国上海辞书出版社1979年出版的《辞海》)

其八,旅游是人们为了寻求文化差异所进行的一种暂时性文化空间跨越的行动和过程,以及由此引起的社会行为、关系和影响的总和。(中国学者唐友波等《旅游文化的发展》)

其九,旅游是现代社会中居民的一种短期的特殊生活方式,这种生活方式的特点是异地性、业余性和享受性。(中国学者于光远《掌握旅游的基本特征,明确旅游的基本任务》)

其十,旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象,是人们离开常住地达24小时以上的、以寻求娱乐消遣为主要目的的旅行和暂时停留而引起的一切现象和关系的总和。(中国学者王洪滨主编《旅游概论》)

如果说以上是所谓学术式的说法,那么,对旅游还有如下一些解释:旅游就是出去玩,这是大白话式的解释;旅游就是感知自然,这是哲学式的解释;旅游就是游览、观赏性的审美活动,是人们精神生活的一部分,这是美学式的解释;旅游=旅+游,这是数学式的解释;旅游就是花钱买享受,这是经济学式的解释;旅游就是丰富见闻,愉悦身心,增添乐趣,这是心理学式的解释;旅游就是在晨雾弥漫、朝阳初升之时,踏上远行的大道,去寻觅那梦幻般的日子,这是文学式的解释;如此等等,不一而足。

上述说法,各有侧重:有的强调用自己的经济手段和为着自己的各种需求而外出旅游,但却忽视了现实生活中大量存在着的公

费旅游;有的强调旅游活动的消遣性,但却忽视了以追新猎奇、求乐求知、求健求美为目的的旅游活动的广泛性;有的虽然强调了旅游活动的广泛性,但却忽视了旅游活动与经商谋利的相关性;有的强调旅游者在外必须至少停留 24 小时,但却忽视了边境旅游是旅游活动的一种重要形式;有的强调旅游是人与人的交往活动,但却忽视了人与物(自然景观或人文资源)的互动在旅游活动中的重要作用;有的强调旅游就是感知自然,但却忽视了旅游更是了解社会;有的强调旅游是人们精神生活的组成部分,但却忽视了物质生活也是旅游活动的重要组成部分;有的强调旅游就是旅行,但却忽视了旅和游在旅游活动中具有不同的社会功能;有的强调旅游需要经济条件,但却忽视了闲暇时间也是旅游活动的必备前提;有的强调异质文化对旅游者的吸引,但却忽视了旅游者本土文化在旅游活动中的应有地位;有的强调旅游是现代社会中居民的一种特殊的生活方式,但却忽视了古代社会中人类的旅游活动对现代社会生活方式的有益启迪。

尽管中外学者对旅游一词有着不同的解释,但有几点却是可以肯定的,即:旅游生活具有异地性,它不同于人们平常在居住地的生活方式;旅游时间具有短期性,它不同于人们长久地改变定居地或长住地;旅游活动具有业余性,人们的闲暇时间是旅游活动必不可少的客观前提;旅游消费具有高档性,人们可供自己随意支配的经济收入是旅游消费的重要条件之一;旅游目的具有广泛性,追新猎奇、求乐求知、求健求美是旅游的一般目的;旅游需求具有综合性,它要求旅居地和旅游企业为之提供交通通讯、住宿餐饮、参观游览、文化娱乐、购物纪念等系列服务及相应设施。

诚然,旅游的上述性质和特点也不是绝对的。就拿旅游活动的业余性来说,它只是对一般旅游者来说的,而对那些公务旅游者和以旅游为业的专职旅行家来说,显然就不合适。然而,作为旅游的一般性质和特点,这样概括还是可以的。

社会学把旅游视为一种社会现象或文化行为。从社会学的视角观察旅游,其含义为:

旅游是人类社会成员的一种特殊的生活方式;是人们以自己的闲暇时间和可随意支配的经济收入作条件,为达到追新猎奇、求乐求知、求健求美等目的而暂时(连续不超过1年)离开自己的定居地或长住地(连续居住1年以上),到异国他乡去的一种社会现象或文化行为;使旅游者得到一定程度的物质享受和精神满足,是其核心和实质。

第二节 旅游社会学学科的产生

旅游活动是项非常古老的社会现象。中外史籍上都有关于旅游活动的记述。在古代中国就有以秦始皇、汉武帝为代表的帝王巡游,以张骞、郑和为代表的官吏宦游,以经商谋利为目的的买卖商游,以酈道元、徐霞客为代表的士人漫游,以法显、玄奘、鉴真为代表的僧人云游,以及丰富多彩、千姿百态的节庆会游等多种实例。然而,由于交通、通讯等条件的限制,特别是大多数社会成员日常生活的贫困,在古代,旅游活动只能是少数人的事,对旅游的科学的研究也是不可能的。

近代旅游业的产生有着深刻的社会背景。从18世纪后半期到19世纪前半期,随着陆路交通和海上交通的进一步开辟,出现了大规模的、有明确目标的旅游活动。特别是产业革命的兴起,推动了经济活动的发展;商业旅行的空前活跃,导致了人们的频繁交往。汽车的问世和蒸汽火车的投入运行,为人们的空间跨越提供了便利。以横穿大西洋、太平洋的邮船为标志,开辟了洲际旅游活动的新局面。1838年“伟大的西方”号客轮横渡大西洋,把68名旅

客从纽约运至英格兰,缩短了欧美之间的时间距离。有组织的旅游活动和承办旅游活动的专业机构就是在这种条件下形成的。1841年英国牧师托马斯·库克开创了团体包乘列车的旅游业务。1845年,他又开设了包括行、游、住、吃在内的旅行社,并首次组团游览了瑞士。托马斯·库克旅行社的成立是近代旅游业诞生的标志。

第一次世界大战结束后,为了改变经济衰败的局面,争取外汇,振兴国家,许多学者和政府官员都竭力主张兴办国际旅游业务,许多国家都相继成立旅游机构。到1936~1937年间,国际旅游活动和旅游产业的发展达到了第二次世界大战前的最高峰。旅游实践的发展需要旅游理论的指导,旅游实践的发展也为旅游理论的产生奠定了必要的基础。随着旅游活动的扩大和旅游产业的兴起,对旅游的科学研究的也就成了势在必行的事。

对旅游的科学研究的起始于欧洲大陆和北美洲。1899~1931年间,意大利的D·波狄奥、A·尼采伏洛、R·贝尼尼和马里奥,美国的维耐斯,捷克斯洛伐克的P·斯姆特尼,奥地利的斯特拉德涅尔,首批发表了这方面的论著。其中,D·波狄奥发表的《关于在意大利的外国人的流动及其消耗费用》的论文和马里奥出版的《旅游经济》讲义,都是从经济的角度研究旅游活动的。1933年英国人F·W·奥格威尔出版的《旅游活动》,是用数学统计方法研究旅游活动的一次尝试,并从经济学的角度给“旅游者”下了定义。而1935年德国人格吕克斯曼发表的《一般旅游论》,1942年瑞士人汉泽克尔和克拉普合著出版的《普通旅游纲要》,既从经济学又从社会学的角度对旅游进行了科学研究。虽然这一时期旅游在国民经济和社会生活中的作用还未充分显示,对旅游的科学研究的还是探索性的,但它毕竟是旅游科学研究的起始,为旅游科学研究的深入,特别是为旅游社会学的研究提供了有益的启迪。

作为群体性而又规范化的旅游活动,是第二次世界大战结束

之后逐步形成和发展起来的。战后,世界政治局势长期处于相对稳定状态,国际上的经济、技术交流和政治、文化互访日益频繁;这就为旅游活动的急剧增加和旅游产业的兴旺发达,为旅游科学研究的深入开展创造了良好的条件。1969年美国迈克尔·彼得斯的《国际旅游业》,1974年英国伯卡特的《旅游业的过去、现在和未来》和美国巴特勒的《旅游业发展的社会结构》,1977年美国瓦伦·史密斯的《主人与客人》,1978年日本土井厚的《旅游业入门》,1980年美国唐纳德·伦得伯格和1984年美国朱卓任分别出版的《旅游业》,都从各自不同的角度论述了现代旅游活动的特点和旅游产业的性质。1978年美国凯泽·赫尔伯的《旅游规划与发展》,新西兰道格拉斯和皮斯的《旅游开发》、朱卓任的《度假地开发与管理》,1981年美国商业部经济发展局的《通过发展旅游业创造经济增长与就业》的报告,1983年亚太经社理事会政府间旅游发展会议文件《旅游工程建设中优先次序的确定》和《通过标准分析促进旅游工程建设与实施》,较为集中地探讨了旅游发展规划和旅游资源开发问题。1955年意大利特伊西的《旅游及旅游收入的经济理论》,1964年美国约翰·福尔斯特的《旅游业的社会学效果》,耶路撒冷科恩·埃里克1972年的《从社会学角度看国际旅游业》和1973年的《游牧部落所受的影响:流浪性旅游的概念笔记》,1978年南斯拉夫马思科维奇的《旅游经济学》、英国布勒恩·阿切尔的《发展中国家的旅游业:某些经济考虑》、《旅游增殖:目前研究水平》,1974年澳大利亚工业局的《澳大利亚旅游业的经济意义》,1983年亚太经社理事会政府间旅游发展会议文件《亚太经社理事会地区旅游业的经济作用研究回顾》和《旅游经济作用分析:方法论》,进一步展示了旅游产业的经济效益和社会效益。

上述对旅游的科学研究成果几乎都与旅游社会学有着密切关系。其中,《旅游业的社会学效果》、《从社会学角度看国际旅游业》、《游牧部落所受的影响:流浪性旅游的概念笔记》、《旅游业发

展的社会结构》等则完全是旅游社会学性质的论文。1977年,美国密执安大学商学院学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特合著出版的《旅游学》一书,把“旅游社会学”作为其中第三章的内容专门进行了论述,对旅游社会学学科的形成和发展具有重要意义。在这一章里,他们论述了旅游对个人、家庭和整个社会的影响,并把耶路撒冷学者科恩·埃里克的论文《从社会学角度看国际旅游业》附在本章之后,引人入胜,值得研读。国际旅游组织前总裁、英国旅游协会前主席约翰·G·布里奇斯评价说:“《旅游学》是一本权威性和综合性的阐述旅游业的教科书……它概括了人类活动中的许多方面。从最早期的旅游活动的兴起,到当今人类酷爱旅游,以及人类不断追求未开发的新天地。”这一评价,当然也是对作者研究旅游社会学的赞美。

同国外学者相比,中国学者对旅游的科学研究起步较迟,对旅游的社会学研究起步更迟。然而,以1978年为标志,中国社会的发展进入了一个崭新的历史时期。随着改革开放方针的逐步实施和中国旅游产业的蓬勃兴起,一大批以旅游为研究对象的学术论著纷纷发表,一大群研究旅游的边缘交叉学科相继面世。这学科群包括旅游学、旅游经济学、旅游社会学、旅游心理学、旅游民俗学、旅游文化学、旅游生态学、旅游历史学、旅游地理学、旅游语言学、旅游市场学、旅游管理学、旅游统计学、旅游教育学、旅游美学、旅游公共关系学、旅游政策法规学等等。其中,旅游社会学参与对旅游的科学研究是1979年社会学在中国重建之后的事。当时,中国学者在大量翻译介绍国外社会学的同时,更注重将社会学的理论运用于中国社会的实际,以适应中国社会现代化建设和中国人才培养的急需。在这种情况下,出现了许多社会学的分支,旅游社会学便是其中之一。1988年陆立德、郑本法合著,人民出版社出版的《旅游与社会》就是这方面的一次尝试。

第三节 旅游社会学的研究对象

在《旅游与社会》中，作者指出：

对旅游的社会学研究毕竟刚刚开始，旅游社会学作为一门完整而严谨的学科体系尚需逐步建立；截至目前甚至还没见到给旅游社会学下个科学的定义，更不明确旅游社会学研究什么范围。这种情况不仅不应该妨碍对旅游的社会学研究，相反，它是一种动力，鼓舞人们加强对旅游的社会学研究，以便适应于时代的需求，使旅游业的发展与社会的发展同步进行。

既然旅游社会学是在旅游业的兴旺发达和社会的发展变化互相作用的过程中产生的，那么，研究旅游与社会的相互关系就应该是旅游社会学的历史使命。从这点出发，可以把旅游社会学看作是运用社会学的理论、知识和技能，研究旅游与社会相互关系的社会学的一门分支学科。它的研究范围大体包括：社会变迁与旅游；社会文化与旅游；社会交往与旅游；闲暇时间与旅游；社会人口与旅游；社会群体与旅游；旅游对社会的影响；旅游社区建设与旅游体制改革；等等。

我们对上述基本观点至今依然认同，但对其中有些说法稍做修改补充。如果说，当时对旅游的社会学研究是“刚刚开始”，那么，今天应当说对旅游的社会学研究已经经历了 10 多年的努力；如果说，当时旅游社会学作为一门完整而严谨的学科体系“尚需逐步建立”，那么，今天应当说旅游社会学正在逐步形成一门完整而严谨的学科体系；如果说当时“还没见到给旅游社会学下个科学的定义，更不明确旅游社会学研究什么范围”，那么，今天应当说正是

12年前面世的《旅游与社会》首次给旅游社会学下过定义,并初步明确了它的研究对象范围。当然,在今天看来把旅游社会学的研究对象概括为旅游与社会的相互关系,没能概括出旅游社会学的本质,显得非常幼稚。然而,从幼稚到老成,是所有新兴学科发展的必然规律。旅游社会学也是如此。当时《旅游与社会》的作者所以没有把书名定为《旅游社会学》,正是基于对旅游社会学这一新兴学科发展规律的认识。即使这本书定名为《旅游社会学》,也不能说我们对旅游的社会学研究已经尽善尽美,其作用最多是抛砖引玉。如果将来有一部比本书更为完美的同一主题的书问世,那么,我们将感到无比欣慰。根据我们的研究,旅游社会学的定义可概括为:

旅游社会学是从旅游整体出发,运用社会学的理论、观点和方法,广泛研究旅游现象、旅游关系、旅游行为及其变化规律的社会学的一门分支学科。

旅游社会学的这一概念有如下一些含义:

首先,旅游整体是指旅游活动的整体。旅游活动的整体是由旅游者——旅游活动的主体、旅游资源——旅游活动的客体、旅游产业——旅游活动的媒体等三大基本要素构成的一个相互联系、相互依存、相互制约的有机整体。旅游社会学“从旅游整体出发”,就是从旅游活动这个有机整体出发,既把旅游整体看作是由旅游活动的三大基本要素构成的有机整体,又把每个基本要素看作旅游整体的有机组成部分。

其次,社会学的理论、观点和方法是指理论社会学的研究成果。旅游社会学“运用社会学的理论、观点和方法”,表明了旅游社会学的学科性质:它是社会学,而不是别的学科;它是应用社会学,而不是理论社会学;它是运用理论社会学的研究成果研究旅游活动的社会学的一门分支。

第三,旅游社会学的这一概念不仅明确了旅游社会学的出发

点和学科性质,而且也明确了旅游社会学的研究对象,即“旅游现象、旅游关系、旅游行为及其变化规律”。

旅游现象是一种社会现象。这种社会现象,随着社会的发展而产生,又随着社会的发展而发展。因此,旅游社会学研究旅游现象,就要研究旅游活动与社会变迁的关系。按照时空特点,社会变迁分为过去社会、现代社会和未来社会,旅游活动也是如此。诚然,对过去的研究,是历史学的事;对未来的预测,是未来学的事;旅游社会学则是研究现代旅游现象的。然而,旅游社会学不能割断历史。现代旅游是由古代旅游、近代旅游发展而来的,它还将是未来社会现象之一。因此,为了弄清现代旅游,必须追溯历史;为了研究现代社会的进步和旅游活动的发展,必须对未来给予适当展示。现代社会最显著的特点之一,是经济社会和科学技术的迅速发展,交通客运和通讯手段的日臻完善,大大缩短了人类的空间距离,全世界正在变成一个“地球村”。现代社会的这一特点造就了现代旅游活动,现代旅游活动也强化了现代社会的这一特点。旅游社会学研究社会变迁与旅游活动,就是要研究经济社会的发展、科学技术的进步、政治制度的变革、国际环境的变化与旅游活动之间的相互作用、影响及其变化规律,以便协调旅游行为与社会其它行为之间的关系,确立旅游活动在社会生活中的地位。

旅游关系是一种社会关系。这种社会关系可从宏观和微观两个方面来分析。

从宏观方面说,旅游活动与旅游客源国(客源地)、旅游接待国(接待地)经济社会的发展状况有着密切的关系。其中,旅游客源国(客源地)的经济社会发展状况决定着该国(该地)居民的经济社会生活水平达到何种程度,从而具有多大能力对外出旅游予以支持,旅游接待国(接待地)的经济社会发展状况决定着该国(该地)能对旅游产业的发展提供多少人力、物力和财力,从而使之具有多大规模、何等档次的旅游接待能力。不仅如此,旅游客源国(客源

地)与旅游接待国(接待地)之间的政治关系是否友好、社会交往是否频繁、空间距离是否遥远,都与旅游活动有着密切关系。

从微观方面看,就旅游活动主体——旅游者的形成而言,与其闲暇时间的长短、可随意支配的经济收入的多少、精力是否充沛、旅游动机是否具备有密切关系;就旅游活动客体——旅游资源而言,既有开发与利用之间的关系,又有开发、利用与保护之间的关系,还有自然旅游资源与人文旅游资源之间的关系,以及旅游资源与旅游者、旅游资源与旅游产业之间的关系;就旅游活动媒体——旅游产业而言,既有旅行社业、旅游饭店业、交通客运业各自内部以及它们相互之间的关系,又有旅游产业与旅游资源、旅游产业与旅游者之间的关系,还有旅游产业与其相关产业的关系;就人际关系而言,既有旅游者相互之间的关系,又有外来旅游者与旅居地居民之间的关系,还有旅游者与旅游从业者之间、旅游从业者相互之间的关系。旅游社会学研究社会交往与旅游活动,主要研究旅游者与旅游从业者、旅游从业者相互之间的人际关系,以便纯正心理动机,强化人际吸引,在旅游活动中实现完美的社会交往,建立良好的人际关系。

旅游行为是一种文化行为。这种文化行为既表现为旅游者的消费需求行为,又表现为旅游业的供给行为。从旅游者的消费需求方面说,对异质文化的向往是旅游者到异国他乡旅行游览的主要动机;旅游者通过行、游、住、吃、购、娱等文化经历,享受文化乐趣。从旅游业的供给方面说,旅游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,通过对旅游服务产品的生产供给,满足旅游需求的。而旅游服务产品的生产供给行为,无论是交通客运服务、旅行游览服务、住宿餐饮服务,还是购物服务和娱乐服务,无不表现为文化行为。这些文化行为既需要社会文化的全方位支持,更需要旅游从业者具有较高的文化素质,以便根据旅游者的人口结构(主要涉及人口的年龄、性别、职业的构成)、文化层次、宗教信

仰、礼俗禁忌等特点,正确把握和处理旅游者本土文化与异质文化的关系,使旅游者行得安全,游得愉快,住得舒适,吃得可口,购得合意,娱得开心;使旅游业获得较好的经济、社会、生态效益。从旅游活动的文化功能说,旅游行为可以开阔人的视野,促进社会变革;增进社会交往,密切人际关系;推动科技发展,加速文明进程;陶冶人的情操,激发创作热情;丰富人的知识,提高文化素质等等。旅游社会学把社会文化与旅游活动作为自己的研究课题,既从旅游者消费需求方面研究旅游行为,又从旅游业生产供给方面研究旅游行为,还从旅游活动的文化功能方面研究旅游行为,以便明确旅游活动的文化性质,提高旅游活动的文化层次。

从1978年起,中国旅游产业迅速发展,至今不过22年的历史;对旅游的社会学研究在中国起步更迟。然而,幅员的辽阔,山河的秀美,历史的悠久,文化的绚丽,民族的众多,风光的旖旎,是中国发展旅游产业的资源优势;改革开放方针的贯彻实施,又不断地为中国旅游产业提供着发展机遇,使之开始走向成熟,进入世界旅游大国之林。随着旅游产业的发展和旅游的社会学研究的深入,旅游社会学学科体系的逐步建立和日臻完善也是顺理成章的。

旅游社会学作为一门新兴学科,我们暂不追求其学科体系如何之全,但却力求其基本观点一定要新。希望这本书所论述的基本观点能引起有关专家和学术界同仁的兴趣,无论是赞成、认同,或者是批评、建议,我们都将是欢迎的。这是因为,旅游社会学应在对旅游的科学研究中发挥应有的作用,取得应有的地位;与此同时,旅游社会学的自身发展也需要得到多方面的关心、爱护和支持。本书写作的初衷即在于此。