

高等教育旅游类专业系列教材

旅游社会学 概论

主 编 田应华 刘军林 陈国生
副主编 陆利军 李 琪 欧阳琳

配有电子
教学资料

中国物资出版社

高等教育旅游类专业系列教材

旅游社会学概论

主 编 田应华 刘军林 陈国生
副主编 陆利军 李 琪 欧阳琳
参 编 白瑞芬 于婷婷 肖肃萍 赵晓军

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游社会学概论/田应华, 刘军林, 陈国生主编. —北京: 中国物资出版社, 2011. 6
(高等教育旅游类专业系列教材)

ISBN 978-7-5047-3857-8

I. ①旅… II. ①田…②刘…③陈… III. ①旅游社会学—高等学校—教材
IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 080059 号

策划编辑 张利敏

责任编辑 张利敏

责任印制 何崇杭

责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路1885区20楼

邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部)

010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部)

010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978-7-5047-3857-8/F·1538

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 11.5

版 次 2011 年 6 月第 1 版

字 数 245 千字

印 次 2011 年 6 月第 1 次印刷

印 数 0001—2000 册

定 价 25.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前言

作为现代社会中的一种独特社会现象，旅游已经逐渐渗透到了人们的日常生活。在现代社会当中，旅游不仅成为了人们放松、休闲、寻求快乐的手段，而且成为最重要的公民权利之一。面对当前独特的社会背景，也只有将旅游置入现代性的研究视角中，才能充分、恰当地解释人们的旅游行为。

旅游社会学的一个重要视角和方法就是把旅游同现代性联系起来加以考察。《旅游社会学概论》便是以旅游与现代性的关系作为核心问题，通过对两者之间关系的探索与阐述来揭示旅游现象的社会学意义，从而提出从社会学角度研究旅游的必要性和重要性。作为《旅游社会学概论》的重要观点之一，我们认为，“旅游”归根结底是一种文化现象，这也是人类学涉足旅游的基本前提，惟其如此，见仁见智的文化解释才风起云涌。乍看之下，纳尔逊·格雷本教授的旅游人类学研究涉猎甚广，仔细分析后，我们不难看出，对旅游现象之象征意义的终极探询，才是其研究的主旋律，以其对人生礼仪的阐述为例，书中将旅游视为人生礼仪的世俗象征便是为了解读旅游本质或深层的旅游动机。

在前人相关研究成果的支撑下，《旅游社会学概论》也尝试以上述方式来表述自己的研究成果。

在写法上，本书编者力求做到所引用的观点，都能标明出处。那么，通过阅读《旅游社会学概论》，读者可以了解每个观点的原始出处，从而了解各种理论的发展进程及来龙去脉。本书共分九章，其中衡阳财经工业职业技术学院欧阳琳负责第一章的编写，长江师范学院刘军林负责第二章的编写，湖南工学院李琪负责第三章的编写，湖南工学院赵晓军负责第四章的编写，长江师范学院于婷婷负责第五章的编写，湖南工学院陆利军负责第六章的编写，长江师范学院田应华负责第七章的编写，湖南工学院肖肃萍负责第八章的编写，长江师范学院白瑞芬负责第九章的编写，全书框架设计和统稿由陈国生负责。

本书还配有电子教学资料，能够为老师授课和学生学习提供诸多便利，请登录中国物资出版社网站（<http://www.clph.cn>）进行下载。

编者

2011年6月

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 旅游社会学内涵及研究概况	(1)
一、社会学视野下的旅游	(2)
二、旅游社会学的内涵与学科定位	(3)
三、旅游社会学的发展阶段	(4)
四、旅游社会学的理论流派	(5)
第二节 旅游社会学的研究对象和性质	(10)
一、旅游社会学研究的对象	(10)
二、旅游社会学研究的内容	(11)
三、旅游社会学的理论基点	(12)
四、旅游社会学的方法视角	(13)
复习思考题	(16)
第二章 旅游活动与现代社会	(17)
第一节 旅游与现代性	(17)
一、现代性背景下的旅游	(17)
二、旅游与现代性的内在联系	(18)
三、旅游与现代性联系的内在动因	(20)
第二节 旅游交往中的社会影响	(21)
一、旅游交往的内涵	(22)
二、旅游交往的模式	(23)
三、旅游交往中的文化冲突	(25)
四、旅游交往中的经济影响	(27)
五、旅游交往中的社会影响	(27)
第三节 遗产旅游消费与遗产保护	(29)
一、遗产旅游消费	(29)
二、遗产旅游体验	(32)
三、遗产的开发、保护和管理	(34)



复习思考题	(36)
第三章 旅游者	(37)
第一节 旅游者类型与特征	(37)
一、旅游者的内涵	(37)
二、旅游主体的类型	(40)
三、旅游者的特征描述	(41)
第二节 旅游者的动机	(43)
一、旅游动机理论	(43)
二、旅游动机形成过程理论	(45)
三、旅游动机的多源性	(46)
四、旅游动机的经验研究	(47)
第三节 旅游者角色分类	(48)
一、旅游者角色扮演	(48)
二、旅游者角色特点	(50)
三、旅游者角色冲突	(51)
四、旅游者的角色类型	(52)
第四节 特殊旅游形式者——背包客	(53)
一、背包旅游的内涵	(53)
二、背包旅游的类型及特征	(53)
三、背包旅游对旅游接待地的影响	(57)
复习思考题	(59)
第四章 旅游消费行为	(60)
第一节 旅游消费决策	(60)
一、旅游决策过程的影响因素表	(60)
二、旅游决策过程影响因素的分类	(63)
三、旅游决策过程分析	(64)
四、旅游偏好对旅游决策的影响	(66)
第二节 旅游消费态度	(68)
一、旅游态度的特征	(68)
二、旅游态度的影响因素	(69)
三、旅游态度对消费行为的影响	(72)
四、影响旅游态度的方法	(72)

第三节 旅游消费行为研究	(74)
一、旅游消费的构成	(74)
二、旅游消费的成本分析	(74)
三、旅游消费中的非理性行为	(75)
第四节 旅游者的市场分割	(76)
一、市场细分的经典标准	(77)
二、女性旅游消费细分市场	(79)
复习思考题	(82)
 第五章 旅游体验中的本真性	(83)
第一节 现代旅游中本真性问题的缘起	(83)
第二节 旅游研究中的本真性	(87)
一、本真性的内涵	(87)
二、本真性研究流派	(88)
第三节 “本真性”研究的启示与应用	(93)
一、旅游体验质量的多维度性	(93)
二、民俗旅游本真性判定的多重标准	(97)
三、好客旅游的生命周期与好客旅游开发	(100)
复习思考题	(103)
 第六章 旅游吸引物	(104)
第一节 旅游吸引物的概念及内涵	(104)
一、旅游吸引物的概念、内涵	(104)
二、旅游吸引物的分类	(108)
三、旅游吸引物的属性和价值	(108)
第二节 旅游吸引物的社会建构	(110)
一、社会学视角下的旅游吸引物	(110)
二、旅游吸引物的社会建构	(110)
三、社会变迁与旅游吸引物	(113)
复习思考题	(114)
 第七章 博物馆与文化旅游	(115)
第一节 旅游的物质象征	(116)
一、旅游的物化载体	(116)



二、旅游物化载体的作用	(116)
第二节 旅游与非物质文化遗产	(117)
一、非物质文化遗产对旅游的作用	(117)
二、旅游对非物质文化遗产的影响	(118)
三、旅游与非物质文化遗产关系的处理	(119)
第三节 一种认同的诉求：旅游与博物馆	(119)
一、旅游的文化需求	(119)
二、博物馆与物质、非物质文化	(120)
三、旅游与博物馆	(124)
复习思考题	(125)
 第八章 旅游现象中的性别问题	(126)
第一节 社会学的性别理论	(126)
一、社会性别研究的状况	(126)
二、社会性别研究理论	(128)
第二节 旅游现象性别差异研究	(130)
一、基于性别差异的旅游者研究	(131)
二、女性旅游者安全感知研究	(132)
三、女性旅游者购物行为研究	(134)
四、女性市场潜力研究	(135)
五、女性的浪漫旅游研究	(136)
第三节 性别化的旅游者	(137)
一、女性旅游消费的社会条件	(137)
二、女性旅游消费的动机	(139)
三、女性消费决策	(140)
四、女性消费行为特征	(143)
第四节 旅游现象中的性别地位	(144)
一、独生子女与性别平等	(144)
二、女性旅游就业与性别不平等	(146)
复习思考题	(147)
 第九章 旅游的社会文化影响	(148)
第一节 旅游对目的地的社会文化影响	(148)
一、旅游对目的地社会文化影响的理论流派	(148)

二、旅游对目的地文化的社会影响	(152)
第二节 旅游与身份认同	(155)
一、旅游与身份认同	(155)
二、旅游与社会排斥	(156)
第三节 旅游增权与目的地可持续发展	(158)
一、旅游增权的概念	(159)
二、旅游增权产生的背景及原因	(160)
三、旅游增权对目的地可持续发展的作用	(162)
复习思考题	(166)
参考文献	(167)



第一章 绪 论



本章导读

旅游社会学是旅游学的分支还是社会学的分支呢?

在旅游社会学者看来,旅游活动不只是个人或群体的行为,它还是一种社会现象。现代旅游活动随着现代社会的产生而出现,又随着现代社会的发展而发展。旅游社会学研究旅游现象,主要研究因旅游活动而引起的社会变迁及其互动关系。

旅游社会学的发展经历了第二次世界大战以前的起源时期、第二次世界大战以后的过渡时期、20世纪七八十年代的形成和发展时期以及20世纪90年代以后的系统经验研究时期4个发展阶段;形成了7个理论流派,即旅游社会学研究的发展演进观、新迪尔凯姆学说、冲突批评理论、功能学派、韦伯主义学说、形式主义现象学和民族方法学派、符号互动主义等。在此基础上奠定了旅游社会学理论发展的基础。

社会学者对旅游的学科归类划分通常用三种方式。第一种是把旅游归并到休闲社会学中,作为休闲的一个特殊种类。这种划分抓住了旅游的闲暇和享乐特征,却忽略了旅游的流动性和异地性;第二种是把旅游合并到迁移社会学,把旅游看做季节性的休闲迁移,这种划分强调了旅游的流动性和空间上的位移,不利于凸显旅游的非功利性、寻乐性和享受性;第三种是把旅游社会学当做一门单独的学科,既强调旅游的旅行和流动性质,又突出旅游的闲暇性、享乐性和游戏性,从而把旅游中“游乐”和“旅行”的双重属性统一起来,这种学科归类划分成为研究旅游社会影响的主流。目前,旅游社会学已逐渐从休闲和迁移社会学中分离出来,成为一门独立的社会学分支,也成为旅游学研究旅游对社会、文化等影响的一门重要的交叉学科。

第一节 旅游社会学内涵及研究概况

旅游是现代社会最显著的特点之一,它既是现代社会的行为也是现代社会的现象;它既凝结着社会宏观关系,又展现着社会微观关系;它既是一种经济行为也是一种文化行为。在经济社会和科学技术迅速发展的今天,交通客运和通信手段的日臻完备,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他行为之间的关系，确立旅游活动在社会生活中的地位。

一、社会学视野下的旅游

（一）旅游活动是一种社会现象

从整体上看，旅游活动不只是个人或群体的行为，它还是一种社会现象。现代旅游活动随着现代社会的产生而出现，又随着现代社会的发展而发展。旅游社会学研究旅游现象，主要研究因旅游活动而引起的社会变迁及其互动关系。旅游社会学不能割断历史，无法深入探究古代旅游对社会变迁的影响，也无法深入预测并研究未来旅游活动对社会变迁的影响，旅游社会学主要研究现代旅游现象。虽然过去和未来不是旅游社会学研究的研究对象，但为了弄清现代旅游的缘起则必须追溯历史；为了研究旅游发展与现代社会进步的关系，必须关注旅游现象如何影响人类的未来。

（二）旅游活动是一种社会关系

现代旅游活动是一种有组织的行为，在以旅游资源和娱乐为主导的旅游产品开发中，得到交通、餐饮、住宿、通信等其他产业的配合，以及在旅游地政府政策的支持，形成并建立在经济关系基础之上的一种社会关系。旅游社会关系可从宏观和微观两个方面来分析。

1. 宏观方面

旅游客源国和旅游接待国经济社会的发展状况有着密切的关系。旅游客源国的经济社会发展状况，决定着该国居民的经济社会生活水平达到何种程度，具有多大能力对外出旅游予以支持；旅游接待国的经济社会发展状况，决定着该国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，旅游客源国与旅游接待国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。

2. 微观方面

首先，从旅游活动主体形成条件看。潜在旅游者拥有闲暇时间的长短、可随意支配的经济收入的多少、精力是否充沛、旅游动机是否具备等因素关系到他能否转变成现实旅游者。

其次，从旅游活动客体开发利用关系看。旅游资源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。

再次，从旅游活动媒介之间的关系看。旅游产业既有旅行社业、旅游饭店业、交



通客运业各自内部和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。

最后,从旅游交往关系看。旅游人际关系既包括旅游者相互之间的关系,包括外来旅游者与旅居地居民之间的关系,还包括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。

(三) 旅游活动是一种文化行为

这种文化行为,既表现为旅游者的消费需求行为,又表现为旅游业的生产供给行为。

1. 从旅游者的消费需求方面看

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,通过行、游、住、吃、购、娱等文化经历,使自己享受到异质文化的乐趣。

2. 从旅游业的生产供给方面看

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。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、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、环境效益。

3. 从旅游活动的文化功能看

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。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。

二、旅游社会学的内涵与学科定位

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一门社会学分支学科。这一概念有如下含义:

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、旅游资源、旅游产业三大基本旅游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,既把旅游整体看做由三大基本旅游要素构成的有机整体,又把每个基本旅游要素看做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。运用社会学的理论、观点和方法,明晰旅游社会学的学科性质:第一,旅游社会学是社会学的边缘和交叉学科;第二,旅游社会学是应用性社会学,而不是理论性社会学;第三,旅游社会学是运用理论社会学研究成果来研究旅游活动的社会学的一个分支。

最后,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”。

三、旅游社会学的发展阶段

(一) 早期的起源阶段

第二次世界大战以前,社会学者并不重视旅游的社会学研究,但仍然有学者投身该领域,旅游的社会学研究发端于20世纪30年代,德国社会学家 Von Wiese 从社会学的角度对旅游事件的影响研究开始;1933年英国人 Ogilvie 撰写旅游者的流动研究则是该领域第一部专题文献;在此基础上,英国学者 Norval 对旅游业进行了大尺度的调查研究;1935年,柏林大学 Glucksmann 教授在《旅游总论》把旅游活动定义为“在旅居地短时间旅居的人与当地人之间各种关系的总和”,认为“研究旅游现象是研究一个旅游活动的基础、发生的原因、运行的手段及其对社会的影响等问题、范围非常广泛的领域,需要从不同学科去研究而不仅仅是从经济学角度考察”,从而将旅游的研究范围拓展到社会科学和社会学的范畴。

(二) 过渡时期

第二次世界大战以后,随着“大众旅游”的兴起,形成了旅游产业,其巨大的经济、社会、文化影响和带来的一系列社会、文化问题逐渐引起社会学家的兴趣和关注。以布尔斯廷(Boorstin)为代表的批评派认为旅游是时代弊端的重要征兆,认为过去寻求“真实经历”的真正的旅游者已经消失的同时,蔑视经历和欣赏假事件的肤浅的现代大众旅游者;以福斯特(Forster)为代表的另一派则试图从经验主义出发,毫无偏见地研究旅游现象,开始了旅游社会学研究领域的最先的经验主义研究,努涅斯(Nunez)对墨西哥一个乡村的研究也属此领域的开拓性成果。它所倡导的经验主义研究和实际形成的学术争论精神,对20世纪70年代及其后的研究有极其深远的影响。

(三) 形成和发展时期

20世纪七八十年代不少学者把研究的兴趣和注意力集中在理论层面的学科基础研究上,从而直接地促进了旅游社会学的学科发展。伴随着社会学及旅游学与其他学科



的交叉结合,旅游社会学作为社会学的一个分支在20世纪70年代开始出现。其中,科恩(Cohen)对国际旅游现象的类型学研究和麦格素尔(Mac Cannell)对旅游的设施及其反映出来的“真实”与“舞台真实”的首次理论综合,使得旅游研究成为社会学研究中的一个专门领域而非奇怪的边缘性话题。在上述学者艰苦卓绝的努力之下,旅游社会学开始奠定其学科地位。随后,自20世纪70年代中期开始,旅游社会学研究取得了重要进展,出现了丰硕的系列研究成果,其中,科恩、麦格素尔、特纳与艾施等在20世纪70年代和80年代发表的著作,因影响深远,被后来者奉为本领域研究的经典。例如,科恩概括了旅游研究进程中的8种重要的概念性理论取向,提出了旅游社会学研究的4个主要领域,即旅游社会学研究的4个主要内容,包括:①旅游者;②旅游者与当地居民的关系;③旅游系统的结构与功能;④旅游的后果即旅游影响。

(四) 系统经验研究时期

进入20世纪90年代以后,由于旅游在西方“后工业化”社会中的作用日益突出,加入旅游社会学阵营的专业社会学者也逐渐增加,旅游社会学的文献数量在这一时期也有很大幅度的增加。

四、旅游社会学的理论流派

在旅游社会学领域,并无统一的视角,而是多流派并存,社会学家对旅游现象从多角度进行了探讨。

(一) 旅游社会学研究的发展演进观

旅游社会学研究的发展演进观(Evolutionary Perspective)是社会科学研究者按照一系列两极化的变量统一体,通过对不同时代的旅游现象及其发展形式的比较和对照分析,从而得出的一种旅游现象发展演进的思想。在旅游社会学的研究中,它具体表现为以下几种类型的思想。

1. “观光的起源”

该学说从人类认识世界的感觉器官在观光和旅游现象中的作用等角度,借助史学的方法和观点,分析研究从文艺复兴时代盛行的“宫廷贵族大学游”向“大众旅游”转换发展的一种旅游社会发展学说。在方法论上,它体现为史学和社会学的交叉和融合,旨在解决旅游社会现象的起源和发展演变等本质问题。

2. 产业的演进

旅游由社会现象逐步向产业化、机构化转变,即“旅行家”向“旅游者”以及“旅行”向“旅游”过渡和转变的时候,针对旅游行为中“原有淳朴的丧失”、产业化带来的“旅游现象的异化”以及“旅游发展目标和动机的蜕变”等现象所进行的研究。

3. 消费的行为

这类研究把旅游经历与现代消费文化中的其他消费经历加以比较,并阐释两者间



的相似性,也是旅游社会学研究中一种流行的发展演变观点。这类研究认为,无论是旅游经历中的“逃避主义”,还是“真、求知、求乐”的行为动机,都是一种可购买的消费经历。这种可购买性随即演变成为一种旅游经历的商品化假设。作为旅游发展的延伸,“商品化概念”甚至包括了“好客感受”“文化经历”等因素。

4. 发展的平台

从旅游学术研究的发展历程出发,Jafari 提出了“关于对旅游现象理论认识的4个发展平台”的观点。即20世纪60年代的倡议发展平台、70年代的谨慎发展平台、80年代的调整发展平台以及90年代以来的知识经济和可持续发展平台。这也是旅游社会学研究中广为援引的一种发展演变观点。

(二) 新迪尔凯姆学说

迪尔凯姆的社会学理论体系中,有3个重要的观点,即反常态、神圣以及集中表现,被运用来解释复杂的旅游社会现象,并在现当代的旅游社会学研究中形成了所谓的“新迪尔凯姆学说”(New-Durkheimian Perspective)。

1. 反常态

反常态是指社会生活目标与实现目标的手段脱节之后,给社会群体和社会个体带来的精神颓废、行为失常、缺乏生活目标,甚至道德败坏等异常状态。在旅游现象中,反常行为与客源地社会的“无意义”和社会异化现象有关。要全面了解旅游者在旅游过程中的反常现象,就必须对旅游者参与旅游前的个人经历和所处的社会环境进行深入的考察。

旅游作为一种暂时性的休闲活动,使人们摆脱日复一日、机械乏味的固定生活模式,“逃离”传统主流社会的义务约束以及责任重负,投入到一种全新的文化环境中。执反常态观点的旅游社会学理论认为,要释义旅游者的动机和行为,应该辨析现代旅游中的“逃避者”和“反叛者”这两种社会角色。在常住地原有的道貌岸然、循规蹈矩、彬彬有礼等理性的伪装,被嫖娼、赌博、犯罪等放荡不拘的行为所取代。在“顾客至上、最大限度地满足顾客需求”的经营理念中,表现出很大的荒诞性和破坏性。

2. 神圣

旅游社会学的研究把人的生活过程分为“神圣”和“世俗”两部分,认为“世俗世界”以单调和乏味为特征,表现为“机械的分工”和“刻板的严守准则”;而“神圣世界”则呈现出一种“充满活力”(animation)的全新景象。“神圣”是对“反常”的约束,是社会秩序的力量来源。“神圣”表现为一系列的“社会仪式”,而旅游是社会个体生活中的一种“仪式”(ritual)。

旅游社会学的研究中,把“旅游视为一种仪式”的观点,为系统解释旅游这一复杂的社会现象找到了一条可以摸索的线索。该研究认为,“旅游”是“现代社会个体追求真实的象征”。旅游的“神圣”在于到异文化的世界中追求“彼时彼地”的真实,现



代社会被象征化为“一系列各具差异的旅游景观符号”。“观光”是旅游者“走向景观并在其中寻找现代生活连续性”的一种仪式过程。Turner 认为,旅游的全过程可以分为离开常住地进入旅游状态、超越情绪阈限融入旅游环境、返回常住地重新投入日常生活三个阶段。在这个过程中,随着角色转变过程的强弱,旅游者经历了“心理状态”和“精神状态”的起伏过程。执“神圣历程”的观点的学者,把旅游社会学的研究引向对个体人性本质的考察,即对人的社会化过程以及由此产生的求新求异审美需求的考察。

3. 集中表现

“集中表现”,有景观系统的集中表现和游人聚集的集中表现两个方面的含义。在对景观吸引系统的解说中,MacCannell 认为,景观系统的差异和集中表现是“泛旅游时代”社会差异的一种形式、在日益趋同的旅游经历中形成一种集体的力量,克服了因空间地域差异以及个性差异而造成的隔阂。景区景点在游览的神圣化过程中形成一系列相互关联的“景观符号系统”,进而形成供旅游者“聚集”的中心。MacCannell 对旅游景观的符号学释义,把游客聚集的“旅游中心”平行于居民生活聚集的“商业中心”“都市中心”“购物中心”等空间群聚形式来加以展开论述。他的景观符号系统涉及寺庙、雕像、历史人物、古建筑、文化遗址以及“泛迪士尼化和博物馆化”的人造景观系统。这种景观系统“集中表现”的符号学释义,是旅游社会学研究的一种重要思路和途径。

(三) 冲突批评理论

冲突批评理论 (Conflict-Critical Perspective) 是旅游社会学对现代旅游中两极化发展趋势的批判性审视。这些两极化表现包括以下几个方面的内容。

1. 产业运作与旅游体验的潜在紧张关系

即高度常规化或非人格化的旅游产业发展与旅游期望或旅游经历质量的矛盾冲突。Britton 则认为,旅游者的旅游需求不过是现代旅游工业基于现代生活条件的改善而对人的欲望加以操纵、诱惑或控制的产物,现代旅游中的这对矛盾成为社会学批判的焦点。

2. 商业性好客现象

好客的本真性与“商业化了的好客工业”之间的矛盾与冲突,在机构化了的旅游产业发展中,主人与客人的社会关系已完全演化成为一种经济交换和利益驱动关系,进而形成旅游者追求本真性的旅游好客体验与被商品化、理性和非人格化的“伪好客”之间的矛盾。

3. 区域发展的依赖性

从深层结构更加宏观地审视国家间或区域间的旅游发展状况时,冲突批评理论的焦点表现为旅游发展中的依赖性,即旅游发展系统中,目的地国对客源国的依赖。随着全球化趋势的加剧以及旅游发展的日益机构化和国际化,世界旅游发展格局中的这



种发展范式问题越来越引起理论界的重视。Turner 和 Ash 提出过“中心对边缘的控制理论”，即以发达国家为中心的国际化旅游输出系统对以发展中国家为边缘的旅游接待系统的控制。在旅游社会学的研究中，这种依赖性的矛盾冲突曾进一步发展为“旅游帝国主义”和“旅游新殖民主义”的观点。

（四）功能学派

功能学派（Functionalist Perspective）从系统运作的角度，把旅游现象视为由众多子系统构成的一个社会大系统，并重点着眼于各个子系统间的相互依赖关系及其对促进旅游大系统运作的作用。

这方面的研究也表现出多学科交叉的特点。例如，在对需求和动机的心理学研究中，Pearce 以主题公园游客游览经历为研究背景，提出了旅游生涯阶梯模型，阐述了游客的身心放松需求、追求刺激需求、社会交往需求、自尊与发展需求、成就需求等。此外，功能学派的另一主题是期望与满意的关系研究，包含旅游者个体的主观意向以及旅游各子系统间的功能和运作两方面的内容。如功能主义者试图从旅游者对旅游的期望值与旅游目的地的现实之间寻求两者之间的统计差异，分析解释旅游者的个体主观意向，揭示旅游系统的运作规律，进而对旅游系统结构及驱动系统的因素作出理论解释。

（五）韦伯主义学说

韦伯主义（Weberian Perspective）的旅游社会学思想认为，对旅游意义和旅游动机的全面理解来源于对旅游现象内核的认识。这种认识是解释目的地选择行为和旅游社会文化影响的关键。Dann 对旅游动机研究在方法论上的困惑作了两点解释。首先，社会研究方法中的各种调研手段均未能准确收集关于旅游动机方面的真实数据；其次，旅游者本人也无法确切回答“自己为什么外出旅游”这一关乎旅游目的和动机的问题。在应用于旅游现象的研究中，生活、工作与休闲的原理，对旅游现象中的诸多对立关系提供了有力的理论解释。

另有一些研究者应用韦伯的“工作原理”，希望找出旅游调查研究的新方法或新途径，以便更好地分析旅游者。他们认为用韦伯工作原理进行分析，不仅能够区别在旅游中工作的人和旅游中寻找乐趣的人，而且还能够区别“现代”人与“后现代”人对旅游的不同态度。

（六）形式主义、现象学和民族方法学派

形式主义、现象学和民族方法学派（Formalism, Phenomenology and Ethnomethodology）在旅游社会学研究中的共性，表现为对个体在社会中追求生活内在意义的强调。例如，Cohen 提出“熟悉与陌生”的概念，是旅游社会学研究中一种重要的二元极化同一体思想。形式主义、现象学和民族方法学派在理论和方法上给旅游社会学的研究开辟了新的思路和视角。Simmel 对社会个体和社会群体行为的“人口数量决定因