

“十二五”规划大学教材



# 旅游学

主编◎左成吏 副主编◎佟 欣

旅游具有重要的文化维度，  
可以满足一种社会心理需求。  
旅游已经成为人们不可或缺的一种生活方式了。



云南出版集团公司  
云南科技出版社

# 旅 游 学

主 编 左成吏  
副主编 佟 欣

云南出版集团公司  
云南科技出版社  
• 昆明 •

**图书在版编目 (CIP) 数据**

旅游学 / 左成吏主编. —昆明: 云南科技出版社,

2013.8

ISBN 978 - 7 - 5416 - 7385 - 6

I. ①旅… II. ①左… III. ①旅游学—教材

IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 183662 号

责任编辑: 王 韬 王建明 叶佳林

责任校对: 叶水金

责任印制: 翟 苑

封面设计: 魔弹文化

云南出版集团公司

云南科技出版社出版发行

(昆明市环城西路 609 号云南新闻出版大楼 邮政编码: 650034)

三河市新新艺印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 11.5 字数: 245 千字

2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

定价: 26.00 元

## 前 言

《旅游学》是全国报导游员资格考试的必考科目，是国内多所院校开设的旅游管理、酒店管理等专业的核心主干课程。

本书依据高职、高专财经类各专业教学计划及教育部颁发的关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案》(试行)，贯彻和落实教育部 16 号文件精神，适应当前职业教育改革对实用教材的需要编写。主要内容包括：第一章旅游的基本知识，第二章旅游的本质、属性及特征，第三章旅游的产生及科学概念，第四章旅游的发展历程及时代特征，第五章旅游者，第六章旅游资源，第七章旅游业的基本构成，第八章旅游产品，第九章旅游市场，第十章旅游组织，第十一章旅游与旅游业的影响及发展前景。旅游概述、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游的影响、旅游组织和旅游的可持续发展共 11 章内容组成。

本书借鉴近年导游员资格考试内容，以及国内外有关教材的写作优点和思路，采用案例导入问题，围绕基本理论阐述具体实务操作技巧，使内容通俗易懂，增强教材的可读性和实用性。构建了以学习要点、导入案例、小资料、各章小结、复习思考题、案例分析和实训练习为内容的复合型教材模式，以适应教师精讲、学生参与、师生互动、提高技能的新型教学理念和教学方法。

本书主编为左成吏（贵州广播电视大学，贵州职业技术学院）佟欣 其中左成吏编写第一至七章节，佟欣编写八至十一章节。

本书适用于旅游管理、酒店管理等专业四年制应用本科和二、三年制高职学生，还可作为自学和其他人员参考。

本书编写过程中参考了大量相关领域的文献，已列示于书后的参考文献部分，但仍可能有遗漏。在此谨向以标注和未标注的参考文献的作者们表示诚挚的谢意和由衷的歉意！

编 者

# 目 录

|                           |      |
|---------------------------|------|
| 第一章 旅游的基本知识.....          | (1)  |
| 第一节 旅游和旅游业的基本知识.....      | (1)  |
| 第二节 旅游学的基本知识.....         | (2)  |
| 第二章 旅游的本质、属性及特征.....      | (8)  |
| 第一节 旅游的本质.....            | (8)  |
| 第二节 旅游的属性 .....           | (12) |
| 第三节 旅游的基本特征及类型 .....      | (17) |
| 第三章 旅游的产生及科学概念 .....      | (22) |
| 第一节 旅游产生的物质基础和客观条件 .....  | (22) |
| 第二节 旅游的基本概念及定义 .....      | (26) |
| 第四章 旅游的发展历程及时代特征 .....    | (30) |
| 第一节 世界旅游的发展及时代特征 .....    | (30) |
| 第二节 我国旅游历史的发展 .....       | (36) |
| 第五章 旅游者 .....             | (44) |
| 第一节 旅游者的概念 .....          | (44) |
| 第二节 实现个人旅游需求的客观条件 .....   | (48) |
| 第三节 旅游者产生的主观条件 .....      | (51) |
| 第四节 旅游者的类型及其需求特点 .....    | (59) |
| 第六章 旅游资源 .....            | (62) |
| 第一节 旅游资源的概念与分类 .....      | (62) |
| 第二节 旅游资源开发 .....          | (68) |
| 第三节 旅游资源保护 .....          | (72) |
| 第七章 旅游业的基本构成 .....        | (79) |
| 第一节 旅行社的基本知识 .....        | (79) |
| 第二节 旅游交通的基本知识 .....       | (84) |
| 第三节 旅游饭店的基本知识 .....       | (90) |
| 第八章 旅游产品 .....            | (94) |
| 第一节 旅游产品概述 .....          | (94) |
| 第二节 旅游产品的生命周期及其影响因素 ..... | (99) |

|      |                           |       |
|------|---------------------------|-------|
| 第三节  | 旅游产品的开发·····              | (102) |
| 第四节  | 旅游商品·····                 | (105) |
| 第九章  | 旅游市场·····                 | (108) |
| 第一节  | 旅游市场的概念·····              | (108) |
| 第二节  | 旅游市场的细分·····              | (110) |
| 第三节  | 国际旅游市场·····               | (115) |
| 第四节  | 我国入境旅游、国内旅游与出境旅游市场·····   | (122) |
| 第十章  | 旅游组织·····                 | (129) |
| 第一节  | 政府对旅游发展的管理·····           | (129) |
| 第二节  | 国家旅游组织·····               | (132) |
| 第三节  | 我国政府旅游管理机构·····           | (134) |
| 第四节  | 国际旅游组织·····               | (139) |
| 第十一章 | 旅游与旅游业的影响及发展前景·····       | (146) |
| 第一节  | 旅游业在国民经济和社会发展中的地位和作用····· | (146) |
| 第二节  | 旅游与旅游业对文化教育的作用·····       | (152) |
| 第三节  | 旅游与旅游业对社会的影响·····         | (154) |
| 第四节  | 旅游与旅游业对自然环境的影响与作用·····    | (156) |
| 第五节  | 旅游与旅游业的发展前景·····          | (158) |
| 参考文献 | ·····                     | (174) |

## 第一章 | 旅游的基本知识

### 章

### 述

旅游是一种愉快而美好的活动,是人类社会生活的一项重要内容。随着社会生产力的发展,科学技术的创新及其在生产中的广泛应用,旅游已经成为一种全民性的现象,成了人类生活的基本需求和高层次的消费活动。旅游也成为一种积极而健康的社会交往活动,一种人们的审美活动和综合性的审美实践。

### 学习目标

1. 了解旅游和旅游业的知识,并且区别旅游和旅游业两个不同的概念。
2. 掌握什么是旅游学。
3. 理解并掌握旅游概论的研究对象、内容及方法。

## 第一节 旅游和旅游业的基本知识

### 一、近代旅游

现代的旅游实践和对旅游历史的考察证明,自古至今的旅游活动都不可能离开社会的供给。至近代,由于旅游需求的扩大和社会供给条件的发展,导致旅游业的产生,这正标志着社会对旅游供给专门化的形成。因此,从旅游供给方来说,自英国人托马斯·库克于 19 世纪 40 年代开创旅游业先河到现在,也只是一百多年的历史,而旅游业发展速度之快、规模之大、影响之广,却居世界各行业前列。进入 21 世纪以来,发达国家和一些发展中国家的旅游业均发展到一定规模。全世界的国际、国内旅游总收入已超过老牌的石油、汽车、钢铁工业,一跃成为世界第一大产业。目前,旅游业的发展已被认定为全球经济的推动力量,并对世界经济结构产生了重大影响。旅游业已同石油、汽车工业一起成为国际贸易的三大支柱。

### 二、经济学角度看旅游

从经济学的观点看,旅游活动必须建立在“可随意支配的收入”之上。而从人类生活需求的层次看,旅游是人们在满足日常的衣、食、住、行等基本生活需要后,追求更高层次的物质上和精神上享受的一种社会现象,所以,大众性的旅游活动必须有强大的社会经济基础做后盾。世界各国经济迅速发展、国民财富增加、带薪假期普遍推广,为人们外出旅

游创造了必备的经济条件和闲暇时间。由于交通运输业、通讯业的飞速发展,先进的交通工具和通讯设备的不断更新,让世界的空间距离相对缩小,从而大大地缩短了旅行和信息传递的时间,使跨国旅游和远渡重洋的洲际旅游活动成为可能,大规模的大众性旅游活动才能顺利开展。工业文明带来的至今持久不衰的旅游热,不仅说明人类的旅游活动是社会、经济、文化发展到一定阶段的必然产物,而且也是对欧美发达国家现代国际旅游活动之所以能率先兴起并占绝对优势的最好注脚。

## 知识库

旅游作为人类的一种生活方式和一种社会文化现象已经有相当悠久的历史。但是,在生产水平低下、经济不发达、交通闭塞的漫长岁月里,旅游被看成是一种奢侈的享乐活动,只有帝王将相、富贾巨商、达官贵人、文人学士等少数权贵和富有人士才有条件享受。当然,旅游的天地也受到很大的局限。旅游活动发展成为社会的一种普遍现象并迅速风靡全球,是在近代才开始形成的。进入“大众旅游”(Mass Tourism)时代则是在第二次世界大战结束后几十年间的事。据世界旅游组织(WTO)统计,1950年全世界的国际旅游人数为2 530万人次,国际旅游者的花费(即国际旅游收入)为21亿美元。经过50年的发展,到2000年,国际旅游人数已近7亿人次,国际旅游花费达4 758亿美元。从1950年到2000年,国际旅游人次增长近28倍,国际旅游花费增长了近227倍。在此期间,世界各国的国内旅游总人数是国际旅游总人数的8~9倍。这个比例已呈现出一定的规律性。

## 第二节 旅游学的基本知识

### 一、旅游学相关概念

旅游学的产生有其曲折的孕育过程,其中包括对旅游实践经验的积累,认识的深化,理性的升华。

#### 1. 各国旅游的共通处

通过对现代旅游的考察发现,世界各国的现代旅游活动以及为旅游活动提供服务的旅游业都存在着许多无国界的共通之处。

- 旅游是一种综合性的社会活动,与之相对应的旅游业必然是一项综合性的产业。由于旅游活动和旅游业的发展必须与自然、社会的方方面面发生联系,因而必然涉及社会科学、自然科学和思维科学的领域,具有跨行业、跨国界、跨地区、跨学科的特点。

- 尽管世界各国的社会制度、历史条件、经济基础、地理环境、民俗风情等诸多方面存在着较大的差异,但在旅游的需求、运行的条件和手段或旅游业发展模式上都有许多相通之处,因而可以相互借鉴。

- 异质文化(如东西方文化)以及同一种文化(如中国文化)属下的各具特色的区域性亚文化(诸如城市文化、乡村文化、特区文化、少数民族文化等)是最具吸引力的旅游资源,

是各国(地区)发展国际、国内旅游业具有较高品位和恒稳价值的资源基础。

## 2. 不同角度的旅游学

随着旅游的普遍开展和对旅游研究的逐步深化,人们对旅游的认识也在不断地加深,越来越清楚地看到不但旅游现象复杂多变,而且由旅游活动的综合性所决定的旅游业营运模式也具有高度的开放性和交叉性的特征。整个旅游活动系统不但涉及经济和文化,而且渗透着哲学、宗教以及科学技术,乃至政治、法律、伦理等方面。所以,单从某一个方面来观察旅游现象或研究旅游问题,都会有一定的局限性或片面性,都不能圆满地回答诸如“旅游指什么”以及“是什么力量驱使人们不惜费时费钱费力去旅游”等有关问题。也就是说,从不同的角度和用不同的研究方法对同一个旅游现象问题的研究都可能得出不同的结论。因此,观察和研究旅游问题必须在宏观上着眼,从整体化、系统化分析入手,将旅游作为一种社会综合现象来考察和研究,并且借鉴与旅游相关学科的成熟理论和研究方法,才能更有效、更科学地来诠释旅游现象中的种种问题,构建包括社会科学、自然科学技术,乃至哲学、宗教等各类学科相互渗透而自成一格的旅游科学理论体系。

## 3. 旅游学的研究对象、内容和方法

纵观旅游从萌芽、产生到不断变化和发展的历程,可以看出旅游是人类文化意识作用和经济条件成熟而选择的一种生活方式;对异域的自然的和文化的探索精神以及对异地情调的向往和获得身心愉悦感受、体验的欲望,是驱使人们外出旅游的主要动力;旅游活动可以促使人类超越血缘、地域、种族和不同意识形态的界限,而走到一起进行跨文化交流,促进不同价值观的了解和融合。因此,旅游是一个世界性概念。

上述观点,正是认识旅游本质、旅游学的学科性质和界定旅游学的研究对象及内容,即构建旅游学理论体系框架的重要依据。

## 4. 旅游学

旅游学是一门以全球为整体,研究人类旅游的产生、基础、结构、性质和运行手段及其发展变化规律的综合性基础理论学科。

(1)旅游学定义中的“全球性”旨在标志着旅游是一个世界性的概念。虽然东西方文化存在着质的差异,各国、各民族也有其独特的文化底蕴,但是,揭开旅游表层的形式,透过种种不同的现象来看旅游的本质,不外乎是寻求人身的自由感、精神上的解放感以及某些特定需要的满足感。旅游所具有的这种内在的特殊品质,正是全人类所追求的。

(2)旅游学是一门基础理论学科 其主要研究对象、内容是对旅游最本质问题和最具基础意义的研究,所以,是整个旅游科学理论体系中最核心的部分。它对旅游科学体系中其他部分诸如宏观理论研究和微观应用理论研究具有规范性的指导意义。

(3)旅游学是一门综合性学科 在对旅游现象中种种问题的诠释时,必须联系和借助与旅游相关学科的有关理论和方法,进行跨学科的研究。所以,旅游学的研究内容必然要融合相关学科或其他有关学科的内容。

# 二、旅游概论的相关知识

## 1. 旅游概论主要的研究内容

加拿大学者斯蒂芬·史密斯(Stephen Smith)在其非常著名的著作《旅游分析手册》

(Tourism Analysis—A Hand Book,此书由南开大学旅游系翻译出版时,将书名更改为《旅游决策与分析方法》,中国旅游出版社,1991)中对现代旅游的研究内容做了精彩的描述:

(1)旅游作为一种社会行为 毫无疑问,旅游带来利益,但并非十全十美,旅游不是一个绝对的理想产业,利益和代价并不成比例。发展旅游会产生什么社会效应呢?

- 下面列举出旅游带来的利益:可以提供技能型和非技能型就业机会;产生所需外汇供应;增加国民生产总值、增加收入、有助于经济多元化;可通过地方产品和资源来发展;加强遗产与传统的保护,打破语言、种族、阶级、政治、宗教和社会文化的障碍,促进国际间的和平与交流,促进全球一体化。

- 下面又可以列举出旅游让社会付出代价的一面:形成对资源的过度需求;自然物理环境恶化;导致污染、犯罪、赌博、卖淫发生率提高;传统文化的异化和消失;经济和政治的脆弱性增强;文化、宗教、艺术的商业化。社会学将用人文方法研究社会、社会机构和社会关系,旅行将怎样深深影响他们的个人和家庭及社会关系。

(2)旅游作为一种个人经历 旅游是人们所进行的并时常从中感到乐趣的一种活动,旅游者会产生不同的心理,会有不同的身心感受,会获得不同的满足感,会有不同的行为。

- 人为什么要旅游?为什么一些人旅行,而另一些人不旅行?旅游需要是怎样形成的,动机是什么?怎样解释这种行为?

- 从旅游中考察存在于人类常规经历之外人类内在心理和行为,预测旅游决策,心理学家、行为学家将有用武之地,这些理论会使得人类的未来行为的方向和预测成为可能。

- 旅游者的旅游期望是什么,如何实现,旅游将给旅游者带来什么?由于人们的行为和方式不同,旅行的原因也不同,就有必要运用心理学的方法解释和预测旅游行为、确定设计和促销旅游产品。

(3)旅游作为一种地理现象 从客源地到旅游目的地的旅行是旅游的一个固有的区别特征。地理学研究有助于确认和分析旅游功能区域的存在,也可将其进而作为划分或评价某个旅游协作组织的地理覆盖范围的基础。预测客源地和旅游目的地之间的旅游流量同样是地理研究的一个重要领域。对旅游区域、度假区和旅游走廊进行形态学分析,对于旅游规划也很重要。

(4)对旅游的经济学研究 许多地区对于本地旅游企业的发展特别感兴趣,不仅因为这个行业具有从其他地区吸引货币收入的潜力,而且旅游业也可成为保护当地重要遗址、节庆活动和文化活动的积极力量。但是,不幸的是,成功地吸引旅游者来欣赏和维持当地重要特色的同时,也成了破坏这种特色的因素。成千上万的游客每天到达永久居住人口可能只有几千人的地区,可能会很快将原先吸引旅游者的那些真正特性淹没掉。作为一种社区财源的旅游业的前途在于对旅游业可能产生的收益和可能要付出的代价。

(5)旅游作为一种行业 旅游业并不是许许多多各不相干的企业,而是一个政策性很强的行业。更准确地说,广义的旅游业是若干相关行业的集合体,包括交通、餐饮、住宿服务、各种旅游吸引物、活动项目,以及零售经营活动等。

旅游业的一个重要特点是具有劳动密集性。一定的收入水平在旅游业中所维持的就业机会要远比同样收入水平在其他行业中所维持的就业机会多得多。

(6)旅游作为一种商业活动 这方面研究包括行业结构和管理效率的提高,应付该行业固有的风险和不确定性的各种策略。旅游业对于外部力量来说是特别脆弱的。如果国家存在政局不稳定和恐怖主义等问题,会阻碍旅游者到该国的旅行,也会为可替代该国的旅游目的国带来意想不到的收益。流行病、气候问题、自然灾害、货币汇率变化、新的税收立法规定或出入境手续的变化,都可能很快使互相竞争的各个旅游目的国相对吸引力发生戏剧性变化。旅游经营者通常依赖个人的经验和与其他经营商的联系来了解、预计和应付这些问题。只有当他们具有获得专业文献、参加专题讨论会或接触有关咨询人(不论民间的还是政府的)的途径时,才有可能使其应付问题的机制得以改善。旅游经营商所面临的问题是,不仅需要进行实用性旅游研究,而且需要进一步开展基础性学术研究。

旅游业也是地区间和国际间现金流动的重要来源。各级政府也应关注旅游业的社会和环境效应。各级政府都应该鼓励旅游业的发展,因为它能够带来新的财富和创造新的就业机会。如果想达到收益增到最大而问题减到最少的目的,各级政府在制定各项政策时,以实际研究为基础,会使旅游业发挥更大的作用。

## 2. 旅游概论主要的研究对象

中外旅游学者对旅游学的研究对象是什么有着不同的认识。

(1)南开大学国际商学院旅游管理系林南枝的观点 旅游学是研究旅游最一般的规律的科学,是旅游活动之综合概括,包括了旅游史、旅游业、旅游文化、旅游经济等。

(2)湖北大学马勇的观点 旅游学是研究旅游者、旅游管理者、旅游资源、旅游设施的基本特征与相互之间的关联及其运行规律的科学。

(3)南开大学国际商学院旅游管理系李天元的观点 旅游学是研究旅游者、旅游业以及双方活动对旅游接待地区社会文化、经济、环境之影响的科学。

上述种种观点都从不同方面深化了人们对旅游活动本质的认识,都有其合理积极的内容,但对旅游学的内涵没有形成共识。

(4)本书的观点 我们比较倾向于东北财经大学谢彦君在《基础旅游学》(中国旅游出版社,1999)中的观点,旅游学要以旅游现象的基本矛盾为核心,研究其发生的基础、原因、性质、形态和结构特征,探究其运动规律及其形成的复杂影响因素。

显然,旅游现象的这种基本矛盾存在于旅游活动之中,所以旅游学要以研究旅游活动所展示的矛盾为研究对象,这里的旅游活动包括旅游者的活动和旅游产业的活动,这两种活动恰好构成了旅游现象基本矛盾的两个方面,并由此衍生出旅游期望与旅游感受、旅游动机与旅游体验、旅游供给与旅游需求、旅游容量与旅游流量等一系列的矛盾形式和矛盾运动。这些矛盾所展示的丰富多彩、立体的旅游现象构成了旅游学科综合性的研究领域。

因此,旅游学的研究对象是旅游活动的内在矛盾,旅游学的任务就是要通过研究来认识这种矛盾的性质及其发生原因、形态结构、运动规律和它所产生的各种外部影响。

## 小锦囊

旅游概论是旅游学的概括论述。它的理论体系和旅游学是一脉相承的。从世界范围看,旅游学研究开始于现代社会,相对于其他比较成熟的学科,属于十分年轻的

学科,所以,对旅游学的研究对象、学科性质、研究方法、学科体系等基础理论问题还有很多争议。旅游学研究在历时不过一个世纪的发展历程中,取得了许多可喜的成果,不论在研究内容的认定和研究方法的运用,还是在研究内容的组合或理论与概念的构架上,都逐渐从单纯发展到丰富,浅薄发展到深刻,从旅游现象的描述到旅游内涵的探索,尽管到今天不能说已经成熟,但旅游学可以说已成为一门富有生命力的新兴学科。

### 三、如何学习旅游概论

#### 1. 打好理论基础

旅游活动是综合的社会经济现象,它的产生和发展与社会经济发展有着极其密切的联系,我们必须运用马克思主义的历史唯物论观点,从社会的经济关系出发,考察旅游的发展过程,分析旅游学各范畴的内在矛盾,透过复杂的旅游现象把握其发展的规律性。旅游学和其他科学一样,也有其特定的基本范畴、规律和原理,只有认真研读课本,深刻领会基本范畴和基本原理,才能把握旅游学的科学体系。

《旅游概论》是中等职业院校旅游专业学生的基础理论课之一,它所阐明的基本范畴、基本原理和观点,对中职学生端正专业思想,学习各门专业课程都是大有好处的。

#### 2. 理论联系实际

旅游学是一门实践性、应用性很强的科学,只有理论,没有从事旅游业实践活动的能力是不行的。一定要将学到的理论反复应用于实践,用实践中得来的经验,丰富和充实书本理论,才能深刻领会并且运用理论。利用一切机会,到旅游活动的实践中去,认识和理解旅游活动的实际情况,从中找出规律性的东西;到旅游业各部门去实习,掌握旅游管理和服务的技能和方法,成为一个真正懂得旅游的人。

#### 3. 从我国国情出发

旅游学是研究旅游活动的产生、发展和一般规律的一门学科。各个国家无论属于何种社会制度和社会经济形态,都有其共同性,这是旅游学研究的出发点。然而,由于各个国家的历史条件不同,现实的社会状况、意识形态和风俗习惯也不尽相同,发展旅游业的道路和措施也不会完全一样。我们要研究和建立中国旅游学,就必须联系我国国情和旅游业发展的具体情况,而不能生拉硬套外国旅游学的理论,这是我国研究旅游学的立足点。

- 联系我国实际,开展旅游学的研究,必须坚持社会主义道路,必须走具有中国特色的发展旅游业的道路。社会主义制度是我国的最本质的社会特点,在我国发展旅游业,就是要发展社会主义经济,不反映这个最本质的特点,我国旅游学的研究就会偏离正确的方向。

- 以马克思主义为指导,联系我国旅游业的实际来研究旅游学,并非不要学习外国的旅游学的经验。吸收和借鉴外国旅游学研究的积极成果,学习外国发展旅游业的成功经验,对我国旅游学的研究和旅游业的发展会是很有益处的。

### 小锦囊

旅游学是近几年来伴随着我国旅游业的发展而兴起的一门新学科,正处于不断形成和发展之中。即使是在旅游业发达的西方国家,旅游学作为一门独立的学科在学术领域中也尚未得到完全的确立,它的知识领域仍在不断扩大,学科体系在变化中发展。因此,它不像其他成熟而古老的学科,有一套现成的学习方法可供借鉴。但是,正因为它是新兴的,所以也就有更大的创造余地。我们学习旅游概论,目的是了解旅游理论和实践两方面的一些基本问题,结合我国旅游业发展的实际情况,总结我国旅游业的经验,为发展我国的旅游业服务。

### 每章一练

1. 什么是旅游和旅游学?
2. 旅游概论的主要研究对象是什么? 研究内容是什么?
3. 简述为什么说旅游业是国际贸易的三大支柱。
4. 如何学习《旅游概论》这门课?

## 第二章 | 旅游的本质、属性及特征

### 本章概述

人们之所以要外出旅游,是因为旅游能够解决人们一些需要解决的问题。旅游拓展了人们的生活领域,拉开了人们与日常生活环境的空间距离和心理距离,从而获得在常住地所没有的精神愉快的感受和体验。旅游是一种综合性的社会活动和文化性的消费形式。

#### 学习目标

1. 理解并掌握旅游的本质。
2. 旅游的基本属性有哪些。
3. 旅游有哪些特征和类型。

### 第一节 旅游的本质

#### 一、旅游是一种积极健康的社交活动

##### 1. 旅游所具有的交往形式的特点

人的交往途径是多向性的,多渠道的。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,有国与国、党与党之间的政治交往,社团企业之间的业务交往,也有邻居、亲属的交往。我们日常生活的机关、企业、学校和其他机构,比较注重有组织有领导的、便于管理的中心化交往模式,其特点是便于集中和统一,传递信息快捷而准确。但群体成员之间缺乏直接沟通和横向联系,限制多、功利性强。所以人们又经常采用全通道化交往模式以弥补前者的不足,自发地开创交往渠道,主动而自由地与任何人交往,每个人都可以成为交往的中心人物。旅游具有这两种交往形式的优点,是一种积极而健康的交往形式。它可以自由选择交往对象,走向社会最大空间,不受地域、种族、年龄和性别的限制。在旅游中,自然界的美景和丰富的社会场景,开阔了人们的胸襟,调动了人际交往的主动性;大方、自然、融洽、畅所欲言的轻松而愉快的气氛,容易使人抛弃某些固有的偏见,沟通彼此的思想感情,产生别的交往形式所达不到的积极效果。

## 知识库

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。它体现了人所共有的心理需求。就社会而言,没有人的交往就不能称其为社会;就人类而言,正是通过交往而结成人群,才具有了改造自然、改造社会的力量。两千多年前,希腊哲学家亚里士多德曾说,“任何一个人都不能与世隔绝而独立生存”;中国先秦时代的思想家荀子也说过,“人生不能无群”,“人,力不若牛,走不若马,而牛马为用何也?曰,人能群,彼不能群也。”

人类通过交往可以达到思想、观点和感情的相互交流,目的是达到沟通、协调和建立一定的人际关系。如果说,在自然经济的社会中,缺乏广泛交往的政治生活和经济生活还显示不出其缺陷的话,那么到了现代社会,生产力和科学技术的迅速发展,新的信息像潮水般涌现,人们迫切需要及时了解和掌握它们,自然会越来越重视社会交往的作用。生活水平的提高,生产方式的变革,人们要求有更多的闲暇时间从事社交活动,以陶冶性情,增长见识,结交新友。

### 2. 旅游体现出的交往

旅游所体现出来的交往,从形式和特点上看,是一种短暂的、平等的、在异地进行的,并以感情沟通和物质交易为主的行为,并在隔离、浅交、互动、示意、互助和竞争等行为的影响中,反映出强弱不同的发展程度。所以旅游接待地的人们如何能在与旅游者短暂的交往中发展同旅游者的友谊,是吸引游客、拓展旅游市场的关键。一般而言,旅游交往的理想形式是“旅游者——朋友模式”。要达到这种高级的交往境界,关键在于旅游者是否能够真正融于旅游地的文化之中,成为当地文化的受益者。这就要求旅游地的文化内容,在精神和物质方面具有较高的水平,能够真正产生美的效应;在接待旅游者时,理解、尊重和热爱他们;这样才能消除他们在交往中的心理障碍,加深旅游角色的参与程度,使其体验和模仿当地文化的精华,从而发挥出交往的积极效应。

## 知识库

在19世纪上半叶之前,旅游只是少数特权阶层和富有者的享乐活动。中国的传统看法是,旅游是王公贵族和文人墨客的风雅韵事;而在西方,古代旅行也只局限于外交、经商和宗教朝圣等。到了近代,旅游也只不过是资产阶级游山玩水的休闲活动。因此,有人把旅游看做是单纯的吃喝玩乐、游山玩水,是不无其社会历史根源的。

但是,到了现代社会,旅游活动的主体发生了变化,人民成为旅游活动的主要参与者,所以旅游活动的本质和社会意义与过去就有了根本的不同。

从旅游活动的发展过程来看,旅游是一种复杂的社会现象,其审美和娱乐的核心本质构成了旅游者的追求目的。现代旅游者是以追求愉快和美好为目的而去参加旅游活动的。尽管受客观因素的影响,旅游者在旅游过程中,有时会表现出一些与其旅游目的相矛盾的行为,如消费攀高、藐视当地文化、道德弱化等,但这并不影响其目的

的实现。换句话说,一个旅游者到异国他乡去旅游,是带着追求审美、消闲和享乐等目的出发的,当其到达旅游目的地后,或多或少地会遇到自然、经济、社会、文化等差异因素的影响,并给他旅游的目的带来强化或弱化的作用,但在旅游结束后,大多数旅游者通常会觉得,他们已经达到了审美和欢愉的目的。

从历史发展的眼光来看,旅游的本质是由旅游的目的决定的,这种目的在旅游过程中起着支配旅游活动的主导作用,并受不同旅游形式的影响而产生出不同的旅游行为。因此,旅游者的行为特征是由旅游的目的特征决定的,旅游的目的特征是产生并决定旅游其他特征的前提。

## 二、旅游是一种综合性的审美实践

### 1. 审美是旅游的本质属性

旅游在根本上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程,是人类社会发展到一定阶段时生活中不可缺少的活动。所以,就构成现代旅游主要组成部分的休闲旅游而言,它在综合实践的全过程中,可体现出一种以审美为突出特征的本质属性。人在物质需求之外,之所以要追求美,是因为审美活动是人类生活的基本内容之一,审美享受是人生活中最有价值的财富之一。而在旅游的整个过程中,又充满了为人们所津津乐道的自然美、生活美、艺术美等多种美的成分,人们可通过欣赏和享受美的东西,而达到欢娱和自由的目的,提高生活的品质和自身的修养。

### 2. 旅游审美活动的内容

旅游审美活动的内容是丰富多彩的,不仅有秀丽的自然景观,而且还有文物古迹、园林建筑、戏剧、舞蹈、音乐、雕塑、绘画、风俗习惯等人文景观。它集自然美、生活美、艺术美之大成,融优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇于一体,能够满足旅游者不同层次的各种审美需求。因此旅游审美性的逻辑特征,决定了旅游本身是一项综合的、层次丰富的、具有活力的和具有发展潜力的综合性的审美活动。

### 3. 旅游者的审美要求

旅游者的审美要求产生于生理和心理上的快感需求,从而体现在旅游中的吃、住、行、游、购、娱等六大要素之间。一些人以品尝美味佳肴为乐,一些人追求舒适的美,还有一些人乐于游山玩水。即使旅游者根本不以审美为初衷,但各种美的因素始终贯穿于旅游的整个过程,并影响着旅游者能否参加旅游的抉择。事实上,由于旅游社会化的实现,旅游者纯粹的生理审美要求已经与心理审美要求逐渐地融为一体,因为现代旅游活动是一种高度社会化的行为,在其实现过程中必然要受到种种社会审美意识的影响,人们对社会美的追求通常超过对物质所能带来的直接快感,所以那些纯粹以追求生理快感为目的的人,很难达到精神享受的高级层次,是无法体验到旅游的真正乐趣的。

### 4. 旅游主体与客体的关系

人们在追求愉快和美好意识的支配下,产生了旅游的行为、形式和各种丰富多彩的活动。这些带有审美、休闲、娱乐目的性的活动,是旅游主体在审美意识的支配下与旅游客体之间建立的一种关系,并以审美活动的形式表现出来的。旅游的审美本质是独立存在的,但是仍然会受到旅游主、客体变化的影响,当社会生产力和人们的文化价值观念提高

后,旅游主体的社会化和旅游客体的产业化会日益发展和完善,这时旅游便会成为火爆的旅游业中的最核心的成分,其审美的属性也就显得格外的突出。正是由于社会、经济、文化水平的不断提高,认为旅游是社会活动、经济活动和文化活动的见解也在不断发展,但这些认识并没有弱化旅游的本质属性——审美性,而是以旅游社会属性的形式,进一步强化了人们对旅游审美性的追求,即社会文明程度越高,旅游主体和旅游客体的发展就越快,人们对旅游审美性的要求也就越高。这就说明,旅游的审美性,是决定旅游自身价值的最关键因素。

#### 5. 旅游的属性表面方面

旅游所具有的审美、娱乐和休闲属性主要表现在旅游目的、时空调节和活动结构等方面。

(1)旅游的目的 主要是为了实现审美、娱乐和休闲,不同于日常生活中的维持生存需要的生理活动和责任性很强的外出公差活动,与出于社交目的而进行的应景往来也有区别。在旅游中所体现的休闲,是自然的、新奇的、随意的、完美的和轻松愉快的,这和日常的生活和工作相比,多的是欢快,少的是压力和责任。

(2)时空调节 旅游的审美、娱乐和休闲性还体现在时间和空间的支配方面。人们在一般的工作和生活中总要受到时间和空间的限制,因而闲暇时间和空间的占有就显得十分的宝贵。旅游活动则能够在时间和空间上给旅游者留下充分的余地,使其感受到时间上的闲暇和空间上的广阔。在自由时间的支配上,旅游是要求完美的,即旅游者不仅要有消费的能力,而且又要有较充裕的时间,这样才能摆脱生活和工作所带来的精神压力,去到更广阔的空间中,享受审美和娱乐的情趣。所以,文明程度较高的社会在不断减少工作时间的同时,也还在尽力增加社会成员的带薪假期。这样,人们便可提高参加旅游的兴趣,而更好地体验美的生活了。从空间的发展角度分析,由于人们总是在限定的区域内工作和生活,因此必然会产生一种封闭感和厌倦感,而旅游活动则能够打破这种封闭和厌倦,给旅游者提供追求新奇、拓展眼光的机会。

(3)活动结构 从旅游的活动结构上看,旅游的休闲性主要体现在多功能娱乐的集中体现方面。在日常的社会生活中,人们在工作之余,也会有休息和休闲的时间,参加诸如观光、游览、体育健身、听音乐、看电影、下饭馆、访友等活动。旅游活动的休闲就是把这些休闲活动的精华集中起来,再次展现在旅游者的面前,使其在较短的时间内充分体验到休闲的欢娱性。

### 三、旅游是一种高层次的消费活动

#### 1. 旅游是一种高层次的需求活动,并正在发展成为人们生活中的一种重要需求

人在与客观环境的相互作用过程中,在积极的生产活动和社会活动中,会产生多种多样的需求。不仅有着为延续和发展自己生命所必需的物质需求,而且有着发展智力、审美、道德等方面的精神需求。而随着社会生产力的日益发展,人们对物质需求和精神需求的层次也不断地提高。按照马斯洛的需求层次论的解释,人的需求可分为:生理需求、安全需求、社交需求、受尊重需求和自我实现的需求。上述需求的五个层次是逐级上升的,当低一级的需求获得相对满足以后,追求高一级的需求就成为继续奋进的动力。我们可