

第一部分

旅游与人类学

一、当代旅游与旅游研究概貌

本书将要进行的旅游讨论和研究，有一个大致的指称范围：时间上，主要指 20 世纪 50 年代以来作为旅游工业的产物。我们相信，任何事情与事物都不会凭空出现，它们总有发生、发展上的历史原因和关联，所以，我们在讨论中也会对与现代旅游存在历史关联的因素或事件作附带的论述。空间上，我们借用旅游行业中的沿袭用语，“国际旅游”与“国内旅游”——从游客的来源分类和旅游目的地范围作一个轮廓的限定。理论上，我们将更多地介绍或者转述西方学者的观点，包括人类学家、社会学家、地理学家和专门从事旅游研究的成果，这主要是因为西方社会的旅游活动和旅游历史（此非指“旅行”）具有较完备的知识谱系。他们在这些研究领域走在我们的前面。因此，我们有必要从理论的高度去借鉴。不过，我们的根本目标是致力我国的现代旅游发展和旅游研究；换言之，通过对世界整体性旅游状况的了解和研究，从中确定中国旅游的情形、状态、地位、前景、所存在的问题、面临的挑战以及我们将如何选择应对的方法，制定“可持续发展”的战略。

旅游本身并非“单一的实体”（a single entity），而是一个类型

(pattern)，它包括了旅游设备和旅游活动以及由此所产生的一方与另一方的互动关系。(Reid, D. 2003: 73) 也就是说，旅游作为一个系统，它自身不仅具有系统特性，而且也与一个更大的系统构成一种“语境”(context)。(Reid, D. 2003: 55) 尤其是当代旅游介乎“发达国家，和“欠发达国家”，即 LDCs (Less Developed Countries) 之间复杂的社会历史关系。所以，我们的研究对象是世界性的旅游现象和旅游活动；特别是广大第三世界国家和地区的旅游趋势以及这些趋势与西方在政治经济、历史文化等方面的关系和比较。这也决定了我们所面对的旅游现象不会只局限于某一个阶级的范围，或以某一种阶级兴趣为主导的旅游活动，而主要集中在具有现代社会消费性质的大众旅游的层面。虽然，我们在本书的叙述中显然会大大超出我们所设定的范围，比如涉及“旅行”(travel) 的历史观念、情趣、事件等，甚至论及到一些专业性很强的概念和定义，诸如“民族志旅游”(ethnographical travel) 以及人类学家眼中的“旅行文化”(traveling culture) 等，但所有这些叙述上“超越”的目的，都在于更好地为我们真正所要研究的对象和范畴建立一个必要的历史文化“语境”，这是学理上的必然要求。

自 20 世纪 50 年代以来，在世界范围内，特别是西方和亚洲地区的旅游活动和旅游产业出现了快速成长的趋势。它一方面表明个人化大规模“群众旅游”(mass tourism) 时代的到来；另一方面是由于经济的巨大影响。同时，它也起到了降低国际间的壁垒，疏导国际间相互关系的作用。(Graburn, 1995: 160) 20 世纪 80 年代以后，旅游更成为世界范围内的一种时尚。旅游以其独有的方式成为世界上最大的一种工业。它已经达到了这样一种情形：即只要你可以阅读到的、可以看到的旅游，也就可以去实现它。它甚至已经成为一种社会指令：每一个人必须到其他一个什么地方，到另一个人的“家里”去花一些钱。(MacCannell, 1999: X) 简言之，不去旅游便属于“过时的”生活方式。

根据一般的定义和理解，现代旅游存在着一个大的背景依托，

这就是现代工业社会。这说明我们必须把现代旅游放在现代工业社会的发展脉络里去考察和认识。从时间上算,就西方发达国家的情况分析,大致延续了半个多世纪。就中国的情况而言,大致只有二十多年,即从改革开放以来所出现的群众性旅游活动。同样,追踪这一条线索,旅游未来发展的形势也与现代工业社会的变化和转型有着密切的关系。或者也可以作这样的判断,从世界范围来看,大规模的群众性旅游本身就是工业化的产物,因为工业化提供了旅游工具上的变革,像早先的火车,它为新型旅游产业的成长提供了发展的市场,也产生出专业阶级、工人阶级,以及群众的旅游。(Butcher, J.2003: 5)与此同时,大规模旅游给世界范围的发展也带来许多问题。正是在这个层面上,最近有学者就提出了“旅游的道德化”概念(the moralisation of tourism), (Butcher, J.2003)试图从生态环境和文化等方面对群众旅游提出更高要求,以期达到对这些问题的解决。当然,这些与旅游相关的问题也可以放在人们更熟悉的“可持续发展”战略,以及社会化变迁的基础上来看待和思考。克里彭朵夫在分析美国近二十年的旅游趋势的演变后称未来的旅游将迎来一个“深刻的变革”。而像中国这样的国家,由于在近一段历史时期才出现现代工业化社会的巨大变革,他认为旅游活动,特别是旅游与环境保护联系在一起的“可持续性”必然要面对严峻考验。(Krippendorf, J.1986-13: 525-531)简而言之,我们不能孤立地看待旅游现象,应该把它置身于社会发展的“语境”中去考察,只有这样,才有助于我们理解旅游这一种独特的社会活动的本质。

建立这样的认识似乎并不困难,可事实上,做好这样的研究却不容易,而且有一些重要的因素迄今为止仍未引起注意和重视,比如对“地方性力量”(regional force)的认识和研究就明显不够。虽然在当代的旅游研究中,“东道主”扮演着旅游行为不可或缺的角色,可惜绝大多数研究都只集中在“东道主”社会外部的、可视的、物化的、政策的、行政的、操作的等方面,鲜见对东道主地方社会的内部动力,包括地方文化系统对突如其来的大规模的群众性旅游的

承受力，小族群社会结构在旅游冲击下受摧残的程度预估，地方民众在心理上接受游客的态度等方面的研究。至于有些民族或族群的神圣性仪式、秘祭、圣物等原先对“外”（外界、外族、外人）禁忌的活动和物品骤然公诸于众，甚至拿到市场上“贱卖”时的感受和感觉，仿佛一个“私密”突然公开时“受害者”的感受。这样的情形也未引起学术界足够的注意。换言之，当代大规模的群众性旅游在形式上就像一种对地方社会的“大举入侵”，有的学者干脆称现代旅游为“帝国主义行为”。（Nash, D. 1977）鉴于此，不少学者呼吁加大对这一方面的研究力度，重视“全球系统”中的“地方系统”在旅游冲击下所造成的伤害。（Brown, F. 1998.6）

可能在一些人的眼里，旅游只是社会生活中的一个短期时间的休闲行为。如果将生活比喻为大海，而旅游之于生活毋宁是大海中的一朵浪花。这对于那些旅游事业刚刚起步的国家、地区和群体而言，或许会产生这样肤浅的认识。事实上，对于西方发达国家和那些经济快速发展的国家、地区和人民来说，旅游在人们生活中所扮演的角色越来越重要。虽然旅游的时间和行为相对人们的日常生活和工作来说，确属“短期的”和“暂时的”，然而，人们对旅游的需要，却无法用时间来衡量。现代人越来越追求差异，希望了解与自己所熟悉的生活不同的东西，吸收“来自差异中的差异”。以巴黎为例，每到较大的节假日，巴黎的当地居民（可以放下工作外出的人们）几乎倾城而出，取而代之的则是来自世界各地游客大量涌入。这就像一个大蓄水池经过一段时间后的“清理”一样，把原来贮存的水全部泄出，又添满了新的水源。这是一个社会化的生产过程，也是人们身心的需要。随着当代世界经济的高速增长，旅游也日益成为生活中的重要内容。面对这样的形势发展和社会变化，人们正在逐渐改变对旅游行为的看法，学术研究也在改变传统的理念。以往有些学科似乎不屑于旅游研究，现在也渐渐加入到研究的行列。旅游人类学正属于这样一种“学术跟进”的新兴学科。学者们已经不再像过去那样，把旅游视为一种通过游客与东道主的“临时性”

接触和交流所表现出来的表面化的、近视的、不能准确认识现实的一种活动和行为；而是把旅游置于促进不同民族和族群的相互理解，平等对待，文化交流等的层面来认识。这样的认识又建筑在对社会和文化的历史深度和广度的传统认知和理性理解的基础之上。

如上所述，旅游不仅成为世界上一个最大的、发展最快的产业，它对全世界的经济、政治、环境、资源、就业、文化交流、管理、全球化等问题都提出了一系列崭新的课题，同时也意味着巨大的挑战。既然现代旅游是现代社会的一种特殊现象，对它的了解和研究将在某种程度上决定着整个国民经济的发展、社会就业机会的增加、人们生活方式的改善、传统文化的多元性的传承、生态环境和生物多样性的保护等，所以，它也很自然地许多学科纳入到自己的研究领域。今天，在西方的大学科系中开设有关旅游的课程，进行相关旅游研究的学科大致包括以下范围，杰夫里为我们描绘了这样的一幅图貌（Jafari, 2001: 34）（按英文字母为序）：

农业(Agriculture)——主要涉及乡村旅游 Rural Tourism)

人类学(Anthropology)——主要研究“游客/东道主”的关系
(Host&Guest Relationship)

商业(Business)——主要涉及酒店投资等 Hotel Investment)

生态学(Ecology)——与自然相关的因素 Design with Nature)

经济学(Economics)——旅游经济学研究 Economics of Tourism)

教育学(Education)——有关旅游教育的问题 Tourism Education)

地理学(Geography)——旅游地理学 Geography of Tourism)

历史学(History)——主要关注与旅游历史相关的问题 (History of Tourism)

酒店管理(Hospitality)——主要涉及酒店管理与服务相关的问题
(Hotel Management)

法律(Law)——主要探讨和研究与旅游相关的法律问题 (Tourism Laws)

休闲与再生 (Leisure & Recreation)——关于休闲与游客再生产的关系 (Recreation Management)

市场交易 (Marketing)——有关旅游市场的交易事宜 (Tourism Marketing)

政治科学 (Political Science)——世界无边界的宏观研究 (World Without Border)

心理学 (Psychology)——主要涉及旅游动机方面的研究 (Tourism Motivation)

宗教学 (Religion)——朝圣旅行以及所涉及的宗教礼仪问题 (Pilgrimage Tourism)

社会学 (Sociology)——旅游社会学 (Sociology of Tourism)

交通 (Transportation)——与旅游交通有关的事务,如航空等 (Air-line Operation)

城市与区域规划 (Urban & Regional Planning)——旅游发展问题 (Tourism Development)

杰夫里的构图非常清楚地勾勒出旅游在各个学科和研究领域的状况。如果以苛刻的态度去检查这样一个学科构制,我们还会发现仍有一些方面的研究未能概括,比如旅游安全、疾病、社会性别、民族认同、媒体等,虽然这些问题都可以放在上面的学科中间去讨论,但是,有些问题足以另开辟一域进行研究,如旅游安全与大众传媒。很显然,这一图貌已经足够反映出现代旅游之与各学科研究态势。

平心而论,我们对旅游发达国家的苛责是肤浅而狂妄的,因为我国对旅游的研究总体上说还停留在“初级阶段”,许多领域可以说还处于空白状态。从目前我国旅游专门研究部门、高等院校中有关旅游院系的教学和研究情况看,虽然在机构的数量上已经达到了 200 家左右(《中国旅游年鉴》,2003: 478-492)但从实际情况和笔者所了解的情况看,还存在着以下弊端:研究领域相对狭窄,重复的机构和研究不少,深度研究不够,研究和教学过分突出

“功利性”，大量“生产低层次产品”且“产品”较为单调，缺乏协调性和整合性研究，资源浪费的情形较为严重，行政权力过分集中等。从学术研究的领域分布情况看，也可以印证上述之不足。比如从我国旅游研究的权威刊物《旅游学刊》自创刊以来的研究知识性的系统分类考察，按照学者们对期刊 14 年来的分类和统计，大致可以分为四个部分：教育文化、资源开发管理、经济研究和管理设计。统计资料显示，我国现阶段的旅游研究所涉及的内容还不够全面，许多重要的领域，如博物馆研究，旅游心理学等研究还远不能满足实践的需要。（吴必虎等，2001-1）旅游人类学以及学科间的整合性研究同样亦属薄弱环节。

毫无疑问，各种学科的方法以及在应用研究中的具体项目也都体现出这些来自各个学科对旅游的独特态度和认识，从而建构出相应的知识体系。比如，人类学对旅游的科学的研究，是为了描述旅游在不同情况下的客观表现，包括通过比较的方法揭示旅游行为的原因和结果。但是，人类学的项目研究不仅限于做这样的研究，它还要从人类学的角度尽可能了解旅游作为社会行为的表现特征，尽最大可能地去理解和分析人类在旅游情境中的行为。（Nash, 2001: 84）把旅游视为社会经济发展和人民生活水平变化中重要的，可作为参考依据的“函数”与“变量”。具体来说，把旅游中的行为者视为在同一语境中所扮演不同角色的行为者，其中包括游客、东道主、旅游中介机构和导游、投资方，包括企业、银行部门等，当然，政府决策部门和管理部门也包括其中。每一个“角色”都占据着旅游这一社会活动空间和“场域”（field）的一个位置，他们以及他们所占据的位置又直接或间接地与社会现实，包括政治经济、历史传统、文化观念、伦理道德、人口素质、自然环境等存在着千丝万缕的联系。人类学家通过对旅游及旅游活动中各种社会角色的观察、了解、分析和解释，去实现研究的目标和目的。

正是由于现代旅游所涵盖的面很宽，不同的学科对旅游进行研究的时候会自然出现相互间的“通缀”。所以，学科间的严格界线

事实上并不非常明确。形成这种状况是由旅游本身所决定的。比如，旅游活动必然要涉及游客与东道主在某一个旅游目的地的接触与交流。“旅游目的地”首先表现为一个具有地理意义的概念，它有方位、空间、经纬度、地理地貌等等。与此同时，这一个确定的地理空间（地图标识）发生了两个基本人群——游客/东道主之间各种各样的交流活动，包括身体的、心理的、文化的、社会的、观念的……因而呈现出一幅“文化风景”（cultural landscape）。地理上的空间实践出现了转移。它并没有回到或者再现同一个地理空间“过去的形象”而是创造一个新的、惟一的東西——包括时间、空间、形象等，成了一个交织着不同因素的“结构”。（Crouch, D. 1999: 4）甚至在具体的研究中还会出现学者身兼多种“学科身份”的状况。比如麦克内尔（MacCannell）和厄里（Urry）两位较有影响的学者，有人称他们为旅游社会学家，有人称他们为旅游人类学家，有人称他们为“旅游地理学家”。（Hanna & Del Casino, 2003: xviii）造成这种状况一方面是由于现代旅游作为一种最具广泛性的社会现象，用“分析式”的“学科樊篱”显然不足以框限之。所以，杰夫里在上面的“学科介绍”充其量只是从知识谱系以及教学分类上作了一个大致的划分，更多的是出于教学上的便利。真正在研究实践中它们之间经常是打通的。典型的情况是立足于某一个学科领域，以某一学科的知识、方法、视野进行“交叉”研究。另一方面也由于从事当代旅游研究的学者本身的知识结构多数属于“跨学科”性质。比如，从麦克内尔的学科背景看，他受过不同学科的训练，包括地理学、社会学和人类学。

二、旅游产业的背景描述

今天，大规模的群众性旅游已经成为一个巨大的产业，并具有

越来越大的发展空间。早在 20 世纪 70 年代，美国的未来学家卡恩就曾经预测：到 20 世纪末，旅游将成为世界上最大的工业产业之一。（Kahn, H. Brown, W. and Martell, L 1976）毋庸置疑，这一预测今天已经成为现实。据统计，从上世纪 1960 年以来，国际旅游人数从 70,000,000 增长到 1993 年的 500,000,000，年均增长 8%。来自旅游的收入从 1960 年的 \$ 6,900,000,000（美元）增长到 1993 年的 \$ 334,000,000,000。世界旅游组织在上世纪 90 年代中期预计，到 2000 年国际游客的数量会达到 750,000,000，旅游收入达到 \$ 720,000,000,000；到 2010 年，旅游人数将超过十个亿（1,000,000,000）。（Grabum, 1995：161-162）

在美国，1998 年的旅游成为第三大零售工业，涉及金额达 1.3 兆美元，提供的工作岗位达七百万个，联邦、州及地方财政税收达八亿七千一百万美元。（Cook, S.1999：90）新近的有关数据似乎有了更大的提升，由旅游产业直接提供就业的人数达到了两千四百万，与旅游相关的产业和活动大约达到了两个亿的数字。预计到 2020 年，用于旅游方面的费用和开支将达到二百万兆美元（US \$ 2 trillion）也就是说，平均每天达到五十亿美元（US \$ 5 billion）。（Butcher, J.2003：6）在我国，虽然于 1964 年 12 月 1 日就成立了旅游局（全称：中国旅游事业管理局），但其主要任务是负责对外联络和宣传。次年，全国接待来华游客为 12877 人。只占 1988 年来华游客的约 1/5000。（韩克华，2003：3）到 1998 年，中国的旅游人数就已达到 6.49 亿人次，旅游收入达 2391 亿人民币（韩克华，2003：15）到 2002 年年底，我国入境接待 9790.83 万人次，同比增长 9.99%（其中：外国人 1343.95 万人次，同比增长 19.71%），旅游外汇收入 203.85 亿美元，同比增长 14.57%；国内旅游接待 8.78 亿人次，同比增长 12.01%；国内旅游收入 3878.36 亿元，同比增长 10.11；旅游业总收入 5566 亿元，同比增长 11.43%。（高舜礼，2003：84）1997 年，我国国内人均旅游花费是 328.1 元，2002 年是 441.8 元（《中国统计年鉴·2003》，2003：342）如单从旅游人数来

看，中国旅游业已成为世界第一大国，但如果以我国人均在旅游上的花费来看，旅游消费还处于低级和低档次。这些枯燥的数字或许不足以说明什么，一般人也很难把一组的数字与世界旅游的发展联系在一起，而且在这些数字当中也存在着一些诸如重复性计算等问题。但是，对于寻常百姓的生活来说，今天如果你要问他们，给你一段时间休息想干什么，绝大多数最直观和最现实的回应是去旅游这种想法和计划如果放到在 40 年前的中国，完全是天方夜谭。20 年前的奢侈想法或者还是“梦想”，今天就成了现实。这足以反映现代旅游的情况。

众所周知，人类的各种旅游和旅行活动古已有之，比如，亚洲在古代就已经出现了朝圣旅行。古代希腊的奥林匹亚体育活动也伴随着大量的旅行。这些带有宗教性的朝拜、祭献等活动都伴随着大规模和长时间的旅行经历，有的时候，这种旅行持续数月，旅程长达数百里。然而，我们所说的现代旅游，即作为一种特殊产业和大规模的社会现象，当从 20 世纪中期算起。它与特定的时代背景与变迁有关，主要表现在工业社会的广泛影响，中产阶级的迅速扩大，便捷安全的信贷系统，相对便宜的喷气式商业交通等条件与作用，使得旅游成为世界范围内的一种产业。（Russell, R. 2003 - 4: 834）据最近的国际旅游组织的材料显示，现在全世界每年参加旅游的游客大约是七亿一千五百万人次，旅游收入达四千一百五十亿美元。（WTO.2003）旅游产业的作用还远非仅仅体现在众多的游客数量以及可观的外汇和经济收入，现代旅游还把一些活动和观念，如探险、教育、休闲、娱乐、放松等带进了现代文明的社会表述范式之中。许多国家，特别是一些第三世界的国家都把旅游视为本国、本民族经济发展的“支柱产业”。

当代社会已经非常普遍地把旅游当成一种产业，也就是所谓的“旅游工业”（tourism industry），它的构成因素以及对它产生作用的商业因素都被考虑进来，特别是“资本”的符号价值——当它成为资本家手中的一个砝码并用于投资和商业运作的时候，就具有超越

国境、地域和民族的性质。同时，当科学技术，比如互联网，数码技术等日益进入社会的各个领域的时候，从某种意义上说，旅游中的“国家和民族的边界与领土”也就不再是必须的考量要素了。（Lanfant, M - F.1980 - 32 - 1: 23）发达的交通系统，酒店设施，移动电话等，使人们在设计和实施旅游规划的时候变得更快、更简单、更容易。越来越多的人拥有小汽车和其他交通工具，使人们可以更加自由地、多选择地、小型化地进行各种旅游活动。在国际化程度日益高速发展过程中，旅游的国家 and 民族的边界“壁垒”就越加淡化。事实上，现代旅游成了一种在国与国的关系事务中的特殊行为。游客在进入另一个国家的“领土范围”时变得更加简便和快速。如果今天的游客想到埃及去看金字塔，想来中国看长城，想去夏威夷休闲，想去巴黎观光……只要你有时间，只要你有钱，这些愿望都很容易实现。

沃伦斯坦早在上世纪 70 年代就提出了著名的“世界体系理论”，为人们展示出了一幅现代化世界的图画。（Wallerstein, 1974）在他看来，这种以资本为基础的社会体系，作为对 16 世纪以前封建社会的一种回应和替代，虽然经历了五百多年的发展，这一系统本身也发生了许多的变化，然而，作为一种价值体系，它的内部结构的基本方面并未变化。按照世界体系理论的基本观点，源自系统内部的力量是资本的经济形式。在这个系统当中，资本家扮演了一个中心的角色，他们通过手中的资本试图最大可能地敛聚资本以扩大再生产。在当代世界，衡量一个民族国家“实力”最重要的指标也是其资本规模以及通过它进行再生产的能力。难怪纳什认为，在当代世界，最大的资本家就是美国，它在世界上占据着核心地位，美国在当今世界体系是所有民族国家中最具有生产能力的国家。（Nash, 2001: 102）当然，这里的生产能力不仅包括了资本的再生产，也包括权力的再生产和各种社会价值再生产的能力和过程。这种资本的“社会核心化”产生了社会“权力中心化”过程。同时，这一过程必然导致与资本的核心角色和超级大国的权力化相对应的

其他领域和广大第三世界“边缘化”的出现和产生。这样，“世界体系理论”出现了一种悖论：一方面是世界经济的一体化，另一方面，是世界力量的多元化。权力一旦产生，便会相应地出现抗拒权力的强大力量。这是一种通则，否则权力就失去了制衡。现代旅游既可以看做是“世界体系”的一种实践和证实，同时又在最大限度上表现、展示其矛盾和悖论的面。它的“最大的悖论”是其“范式”的“失范”。换句话说，如果我们仍然相信“世界体系理论”的鼓吹者和倡导者们的动机充满“善意”的话，至少当今的旅游产业中那只“看不见的手”明摆着被“发达国家”的资本所操控。下面的国际旅游市场所占的份额足以说明这一点（Mowforth & Munt. 2003: 17）：

世界旅游市场前 15 位排名情况表（1999 年）

| 排名 | 国家 | 市场份额（总数%） | 前 15 位总份额 |
|----|---------|-----------|-----------|
| 1 | 美国 | 13.0 | |
| 2 | 德国 | 10.6 | |
| 3 | 英国 | 7.8 | |
| 4 | 日本 | 7.2 | |
| 5 | 法国 | 4.1 | |
| 6 | 意大利 | 3.7 | |
| 7 | 加拿大 | 2.5 | |
| 8 | 荷兰 | 2.5 | |
| 9 | 中国 | 2.4 | |
| 10 | 比利时/卢森堡 | 2.2 | |
| 11 | 奥地利 | 2.2 | |
| 12 | 瑞典 | 1.7 | |
| 13 | 俄罗斯联邦 | 1.6 | |
| 14 | 瑞士 | 1.5 | |
| 15 | 澳大利亚 | 1.3 | |
| | | | 64.3% |

资料来源：世界旅游组织（2001）。

很清楚，在前十五位排名中，除了中国以外，其他都是发达国家。十五个国家却占据了国际旅游市场中 64.3% 的份额。不言而喻，这个“世界体系”就是一个“失衡的”、“不公平的”体系，是一个滋生“权力”与“霸权”的体系。

其实，当代的旅游活动——我们姑且把它放在“旅游工业”的背景下来看待，同样出现了显著的“世界体系”和“反一体化”的双重特征。一方面，我们看到了在旅游工业的生产过程中，到处飘荡着“资本”的阴影：在涉及现代旅游的基本概念和要素里面，资本实现了它们，特别是在提供物资设备及保障方面的至关重要的作用。在交通方面，航空、铁路、公共交通、汽车出租等。在住宿方面，酒店、宾馆、露营设备等。接待方面，大量娱乐项目、游乐场设施、游泳及游船安排等。在旅游中介机构方面，旅行社、宣传广告等无不需要资本的参与和介入。在第三世界的广大地区存在着许多可以开发的旅游资源，可是迄今为止仍少有游客光顾，其中一个主要原因就是缺乏资本的投入。另一方面，世界经济的一体化进程，使人们意识到它可能给人类未来的生产和生活带来“社会价值一体化”的灾难，文化的多元性与多样性在这一过程中面临与生物多样性被破坏一样的危险和厄运。从这一层面看，旅游至少在客观上起到了对不同国家、不同民族、不同文化的了解和认识的作用，它有助于人们提高对文化多元性和多样性保护的觉悟和意识。旅游活动可以使人们产生这样一种认识：即如果随着世界经济的一体化的趋势，文化的多元性与多样性遭受破坏，旅游的基本功能也就丧失大半，因为人们参与旅游的一个主要动机就是要观察、了解和体验不同于游客日常生活的样式和文化差异。

人们通过旅游活动除了可以清晰地看到资本这一“怪物”的面目外，当然还会看到旅游机构所起到的作用。很显然，现代旅游与过去那种带有政治、军事或宗教使命的旅行以及个人冒险性旅行不同，其中之一就是为了保证现代旅游的顺利和高效。为了适应这种要求，各种不同的旅游组织和旅游机构大量出现，它们当中有国际

性的、国家性的和地区性的，也有行政性的、参与性的和研究性的等等。这些不同职能的旅游组织与机构对旅游政策的评估、咨询、决策等都起到了不可或缺的作用。有的学者因此主张要对这些旅游组织和旅游机构进行必要的专门研究，以考察和比较旅游政策的产生、实施以及效果。（Pearce, D.1989: 21 - 22）传统的人类学在对社会进行研究时，历来把社会组织作为最为重要的内容之一，所以，旅游人类学也必然会对与旅游产业相关的组织、机构的机制以及它们的功能进行深入的研究。

三、旅游与游客的定义

为旅游下定义是一件十分困难的事情。这并不是说无法为之下定义，而是由于它涉及的面太宽，很难找到一个公认的、最圆满的、最具概括性的角度。如果我们把旅游当做是一种商业性行业，那么，必然会从商业的角度下定义。如果把旅游看作一种现象学，所下的定义便可能充满现象学的色彩。如果把旅游视为当代社会生活的一种方式，所做的定义肯定自成一体……事实上，我们目前并不缺乏定义，而是缺乏共识的、有公信度的定义。难怪有的学者为此颇为踌躇：“要概括旅游和旅行者是一件困难的事情，也许其中存着某种误导。我们缺乏一个为大家共同接受的定义，部分原因是旅游者的活动太复杂，部分原因是由于在旅游活动中卷入了不同方面的不同利益所致。”（Van Harsseel, 1994: 3）毫无疑问，不同的经济利益、不同的行业、不同的角色、不同的视野是造成对旅游定义上“多元特征”的原因。同理，不同的研究领域、不同的学科在看待旅游现象时也会出现因学科范畴、知识谱系、研究方法上的不同而产生出不同的旅游概念和定义。比如旅游管理、旅游市场营销、旅游地理、旅游社会学、旅游人类学、旅游文化学等不同的学科分

支都会从学科本位出发，对旅游做出这样或那样的概括和定义。

此外，国际学术界在涉及旅行和旅游的一些概念，像“旅游”（tourism）、“旅行”（travel）、“旅行”（tour）、“旅途”（journey）、“旅程”（route）、“行游”（trip）、“航游”（cruise）等时，它们之间是有所差别的。它们有不同的文字来源，有“原义”与“衍生义”的不同而且，这些词汇本身的意义也在不断地发生变化，比如旅行（travel）一词，据考源自于法语 travail，原来经常用来指繁重而艰苦的工作，而现在却经常用来表示“有趣”（fun）。（Smith, 2001: 3）再比如，tour一词来源于拉丁文，原指经过一次外出巡游后回到自己的家。而“度假”（vacation）一词原先来自于一个动词 vacare，意思是把地方腾空、搬空。而 holiday 一词原指“不工作”（Smith, 2001 : 53）。

尽管这些不同的概念和词汇来源各有出典，却都围绕着一个行为和活动：离家到外旅行。所以，即使在西方，这些词汇和概念也时常被混用。但是，在具体的所指行为里面，学者大致还是有一个基本的认知，比如在具体的使用中，“旅行”（travel）和“旅游”（tourism）出现的频率显然最高，二者间的差异是可以被大致确认的：前者偏向于指具有特定空间转换的具体行为和现象，后者则更集中指示在现代社会的旅游行业中的特定活动和行为。总之，用于表示旅游的词汇和概念多种多样：有的偏向于指旅游的方式，有的侧重于指旅行的具体行为，有的则强调旅游的行程，有的具体的指示某种旅行工具和旅游类型……这些不同的词汇意义又交织在一起，加剧了在定义中准确地分清层次和辨析意义的困难。毫无疑问，旅游自然包含着旅行的行为，否则，旅游便无以依附。然而，未必所有的旅行行为都一定是在旅游。比如我们在本书中将要讨论的“旅行文化”，它可以大到人类学家从社会文化的角度去看待和透视人类历史上与“旅行”有关的现象以及人类学家的“田野作业”（fieldwork）。在这些类型的“旅行文化”当中，旅游的因素似乎并不明显。同时，我们也会讨论到“移民”、“难民”和“城市打

工族”，这些类型的人群活动自然脱离不了旅行，却并不以旅游为主要目标和目的。

关于旅游定义，由于不同社会，不同时代背景，不同研究领域，不同解释视角，不同的旅行，旅游经历和经验，都会表现在同一个定义上见仁见智、人言言殊的状况。在此，我们不妨撷取几个不同的旅游定义或对旅游的描述供大家参考：

1. 笔者偏向于将旅游定义为：以生活中剩余的财政计划为前提，以自愿为原则，以休闲或积累不同经验为主要目标，到异地或“异文化”人群中去体验的旅游行为。这里有几个基本要件：a. 有富余的财政支出；b. 自愿；c. 离开日常熟悉的生活环境；d. 休闲和积累经验。

2. 旅游反映出游客对一个非常广泛的和与旅游相关产品的积累需求和消费类型。（Middleton, V. 1998）（笔者评述：很清楚，这样对旅游作描述完全是把旅游当作一种商业活动和商业行为来看待）

3. 旅游包括着许多观念和观点，人们根据观念和观点做出他们外出旅行的决定，包括去哪里，做什么或不做什么，如何对待其他游客……（笔者评述：这样的概括和描述完全是从游客的角度，即从游客的行为、观念和社会价值来看待旅游）

4. 基本上说，旅游是关于地方的经验（tourism is about experience of place）。旅游的“生产”不是旅行者的目的地，而是在旅游目的地所发生的一系列相关性和互动性的事情与事件的经验。（笔者评述：显而易见，这样的定义完全是从游客在旅游过程的经历与经验为出发点）

5. 旅游事实上是多种现象结合在一起促使人们离开他们日常居住的环境，去到一个旅游目的地作暂短的旅行生活，其中包含动力性的、稳定性的和结果性的多种因素……（Burns, 2002: 30 - 31）（笔者评述：这样的定义具有社会现象学的痕迹）

6. 旅行是包含了一系列因素并使人们自愿离开“家”（home）

到一些“异”（other）地去，这种生活或工作居住地的变化是为了获得知识和经验。（Clifford, 1997: 66）（笔者评述：这样的定义显然具有人类学的学科色彩）

7. 旅游是作为一种产业来满足游客的需要，或者是作为科学、艺术和商业的角度以吸引游客造访者，并迎合游客的需要和要求。（McIntosh, R. 1977）（笔者评述：定义具有商业社会学之嫌）

8. 旅游包括三个基本的因素：人——旅游行为的作者，空间——所涉及的物理因素以及时间——游客在旅行和暂时居留过程中所体现在时间上的消费因素。（Wahab, S.1975: 8）（笔者评述：定义带有哲学性的抽象概括）

9. 旅游是人们离开日常工作和生活的地方到某一个目的地所进行的暂时性活动，旅游目的地以及相应条件设备为游客的活动需求创造并提供了保证。（Mathieson & Wall, 1982: 1）（笔者评述：定义明显表现出对物质供应方面的强调，带有经济学和规划学的色彩）

.....

由于我们这里所确认的基本知识背景和学科依据是旅游人类学，所以，我们将侧重检索人类学以及其他一些与人类学有着密切“边界关系”的学科，比如社会学、生态学等对旅游所持的具有学科性特质的观点，即不仅把旅游放在“文化”的大背景下来看待，而且会更注意到旅游活动中“异文化”的实践以及不同文化、族群之间的接触与交往。这比较符合人类学学科对研究对象的基本定位。

通过上面的例子可知，从不同的视野，不同的角度得来的定义不仅相去甚远，而且定义内涵中所包含的基本要素也有很大的差异。其实，即使是在同一个学科领域，比如不同的人类学家也会出现不同的总结。像对旅游因素的总结，有一种类型包含了下列因素：（1）旅行要求；（2）旅游中介；（3）旅游目的地的影响；（4）综合性作用。（Burns, 2002: 25 - 26）另一种类型则包含了如