



高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列



旅游地理学

王艳平 王 捷 宦震丹◎ 编 著



华东师范大学出版社



高等学校经济与管理类教材·旅游管理类系列

旅游地理学

王艳平 王 捷 宦震丹◎编 著



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游地理学/王艳平,王捷,宦震丹编著. —上海:华东师范大学出版社,2016.5

ISBN 978-7-5675-5312-5

I. ①旅… II. ①王…②王…③宦… III. ①旅游地理学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 123153 号

旅游地理学

编 著 王艳平 王 捷 宦震丹

责任编辑 汪 芳

责任校对 王丽平

版式设计 卢晓红

封面设计 俞 越

出版发行 华东师范大学出版社

社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062

网 址 www.ecnupress.com.cn

电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105

客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887

地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口

网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 常熟高专印刷有限公司

开 本 787×1092 16 开

印 张 14

字 数 292 千字

版 次 2016 年 10 月第 1 版

印 次 2016 年 10 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5675-5312-5/F·363

定 价 31.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

自序

划船的感觉

《旅游地理学》以时空观研究旅游现象,犹如划船,把时空当作双桨,旅游便是河流,赶上风平浪静时就以马达作动力,这就是跨时空的供求关系,经济视角是为了让发展的速度更快一些。这个类比提示着旅游地理学更关注船桨与水的作用,虽然也会讨论船上有什么设施与货物,但重点不在船上,而是在船与环境的关系上。故而,在开篇阶段,讨论了相关形势、概念与知识等,其实相当于在船出发前要对水情、天气等有所了解,以及检查有关设备与工具,这是出于对航行安全的系统考虑。

与划船类比不同,有的学问也可类比于挖宝,在船上找什么东西或在陆地上掘坑取宝,那就不是旅游地理学的视角了,但本学科并不排斥找东西态度,也可以吸收这种思维,兼容并蓄是拓展这门课的一个精髓。环境即外,近者为邻。拥有旅游地理学思维观之人多为从本科到硕士一直都在地理学院(系)学习,或许之后又读了旅游方面的博士或博士后。我国著名的旅游地理学家、国际旅游研究院院士保继刚与吴必虎教授就属于这种情况。

划船与挖宝体现出不同学科的风格。旅游地理学以实用价值见长,而有的学科则善于解惑,传道、授业、解惑三者不同,但心理问题也是个哲学问题,一个民族总需要几个人经常仰望天空,每个学科都有自己的使命。假如遇到漩涡,依据旅游地理学思维观,或会得到三个结论:大船不怕小漩涡,小船尽量绕开漩涡,误入时要努力挣扎着出去。而非地理学科会假设漩涡对船有危险,然后论证有还是没有,只能取其中之一。这就是不同学科的差异之处。其实,旅游地理学还会努力深进到工程技术层面,如果无法避开地误入漩涡了,船要尽量保持与水流平行的方向前进,以免发生侧翻,即沿着漩涡的切线方向加大马力,冲出去了也就安全了。

为实现安全到达这一目的,河水流速、河道情形、水下暗礁、港口分布、避碰防撞等,都是船长要考虑的问题,当然也要考虑船上情况,包括给养、能源与供电、防火、船员健康等,航运也是个系统工程。虽然包罗万象,但时空要素或因素总是在发挥着作用,抽象时显现,针对具体问题时就潜在,这就是旅游地理学的学科特色。但任何一门学科总不是为了学科性而成为学科的,纯粹了不仅孤独,也让综合复杂的对象物不是事了,因而相邻学科总会有内容交叉,那时的差异就显而不露了,看得见就看得见,看不见就看不见。隔行如隔山,但隔行不隔理,若进入到哲学层面还都水火不容,那也就正如孔子所说的“道不同”了。然而,我们旅游学者哪个能达到圣人境界呢?故而有关旅游的各门学问,笔者认为都是一个知识的命运共同体,理应相安无事,共存共荣,相互提携,做大做强。

本书由三位作者协力完成,各尽全力:第一作者偏重于整体框架内容;第二作者从实践与应用角度提供素材,撰写相关案例与小资料;第三作者致力

于学术规范工作。尽管尽了最大的努力,但因学识水平与能力有限,也有个人积习原因,书中一定存在这样那样的问题与谬误之处,恳请学界提出批评。

最后,要向华东师范大学出版社的汪女士表示感谢,是她不辞辛苦的联络、鼓励和付出,让作者有了写作信心与动力。成稿后,汪女士进行了严肃认真也十分辛苦的编辑工作。暂且不论本书质量如何,终得出版就足以让作者感到欣慰,付出的是一段长时间,凭借的是尚未泯灭的热情。本书作者的诚实态度是第一位的,本书所写就代表着作者的真实水平。新书总是要拿出来的,被见笑是正常的,这也是无颜请仙代序的原因。三位作者在今后一定会继续努力,勤奋钻研,努力提高个人的知识水平。

编著者

2015. 12. 26

第一章 绪论	1
第一节 旅游地理学研究对象	3
第二节 旅游地理学基本概念	10
第三节 国内外旅游地理学发展简史	14
第二章 旅游地理学知识共同体	25
第一节 旅游地理学与相关学科的关系	27
第二节 地理学基本概念	33
第三节 旅游地理学的前沿研究	37
第四节 旅游地理学的哲学基础与研究方法	44
第三章 旅游资源及其本体形成	51
第一节 旅游资源定义与范畴	53
第二节 旅游资源类型	63
第三节 旅游资源本体形成	70
第四节 旅游资源评价	75
第五节 温泉男汤女汤遗产资源	81
第四章 旅游需求	87
第一节 旅游需求的定义与立场	89
第二节 旅游需求的影响因子	93
第三节 旅游者空间行为	96
第四节 国际度假旅游行为特征	101
第五节 旅游流	105
第六节 大学城的旅游流	111
第五章 旅游供给	117
第一节 旅游供给与旅游产品	119
第二节 区域旅游供给模式	123
第三节 旅游时间供给	130
第四节 旅游景区供给	135
第六章 旅游空间的地理分割	143
第一节 旅游地理学的分论意识	145
第二节 城市旅游地理	148
第三节 乡村旅游地理	155
第四节 荒野旅游地理	159
第五节 海滨旅游地理	162

第七章 新时代下的旅游影响与发展	171
第一节 旅游影响	173
第二节 高速交通下的旅游发展	177
第三节 互联网时代的旅游发展	184
第四节 旅游自拍与宾格我理论	191
第八章 旅游规划与政策	197
第一节 旅游规划	199
第二节 旅游政策	204
第三节 旅游地理学的未来展望	207
参考文献	212
后记：在某种意义上	215

学习目标

- ◆ 掌握旅游地理学的知识生成语境,初步领会时空观内涵
- ◆ 重点理解旅游地理学的基础概念
- ◆ 了解国内外旅游地理学的研究进展

本章导读

在系统、深入地探讨一门学科知识之前,首先要对该研究领域的基本立场进行定位,形成对整体性框架的认识,从学科定位出发,继而明确该学科的认知对象和研究内容。关于对旅游地理学这门学科的定位探讨,是应该从旅游学角度来区别于地理学中的经济地理或人文地理,还是应该从地理学角度来区别于旅游学科中的旅游学、旅游规划学等,也即要理解为什么是“旅游地理学”而非“地理旅游学”,这是本章的重点和难点所在。继而本章讨论了有关旅游地理学的知识基础,既基于地理学知识,同时也采取开放的学习态度,吸纳所有有益于学科发展的域外知识。另外,本章最后还介绍了国内外旅游地理学发展简史,从历史性的角度帮助学习者对旅游地理学这门学科有个宏观的认识,这一方面有助于扩充旅游管理专业基础知识,另一方面则可以为接下来的旅游地理学学习构建一个较为清晰的知识性架构。

第一节 旅游地理学研究对象

一、引言

对于任何一门学科,在开展研究或学习之前,都需要考虑切入这门学科的视角问题。对旅游地理学的传统研究一般有三种切入视角:地理学视角、旅游学视角和产业学视角。以哪种视角切入,和学习者、研究者的知识背景相关。问题导向、兴趣导向、学科导向、形势分析等研究方法,显示了学科研究者的立场。以客观视角来讨论一门学问是大部分学者所提倡的研究态度。其中,务实型学者会以问题导向为切入点,直逼敏感与热点问题;思辨型学者多着眼于现象,欲研究现象背后深藏的机理;而更多的学者则偏向于借助宏观经济形势来讨论学科的重要性。本教材立足问题导向,从地理学的视角切入,以期能够努力地搭建知识体系并对问题有所发现。

(一) 地理知识的重要性

时任美国地理学者协会主席的卡特(S. Carter)曾言,在世界日益全球化且联系更加紧密的今天,地理知识比以往任何时候都显得重要,如果不了解地理和地理学知识,谁能说自己是一个知识渊博的学者?这段话意味着在当今,无论我们相隔多么遥远,地理知识就在我们身边,甚至已经成为我们生活中的重要工具。

地理知识既可从书中获得,也可从互联网中搜索而得,还可通过“行万里路”这一旅游方式获得,这也恰恰体现了地理学知识来源的多样性和便利性特征。旅游地理学是对旅游地理现象的系统性认识,通过对案例的研究,以及对系列现象的累积认识,从而对有关规律与概念进行建构性总结。随着生活水平的提高与旅游业的发展,旅游成为人们生活中必不可少的一项活动,通过旅游获得地理知识的机会越来越多,地理知识也存在于每个人的工作与生活中。

关于旅游地理学在当代社会中是否重要,有三种观点:(1)因学习与工作要求而不得不认为其很重要;(2)基于个人兴趣而自觉地认为其重要;(3)无论从怎样的立场上考虑都不觉得重要。从社会发展角度来看,全球化网络联系已成定势,旅游流动性无处不在,无论是工作需要还是从完美人生角度来讲,旅游地理学必将越来越重要。

(二) 基于旅游学视角

基于旅游学视角,即强调旅游地理学是旅游学科的骨干课程,这一视角适合于开设旅游地理学的地理系,可以让地理学在跨学科交流中有新的发展,而对于已弱化母学科背景的旅游学院则不适合,因为旅游专业更需要一种问题意识而不应限于对“何为旅游”这类常识问题的解答。换言之,当把旅游学科当作跨学科时,可以从旅游学科入手,此时的旅游地理学就是不容小觑的他山之石;而若将旅游学科当作独立学科,就不应该选择这个角度。尽管旅游学界对何为旅游的定义还未能达成共识,但各种观点在大的尺度上可谓大同小异。

不同的学科对“旅游”有各种各样的定义。目前比较有影响力的定义来自于艾斯特(AIEST),艾斯特为国际旅游科学专家协会的法语名称(Association Internationale de Experts Scientifique du Tourisme)。艾斯特认为,旅游即非定居者的旅行和暂时性

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,但并不从事任何赚钱的活动。

显然,将旅游定义为一个人的活动,就涉及心理动机和体验感受,涉及一个人旅游的核心本质,即居民前往异地的审美愉悦现象。而如果将其定义为社会现象,除了指出旅游的人越来越多,可能也会出现几种类型以及产生环境问题。更为重要的是,社会的旅游现象会生成什么,如将旅游放置到未来社会进行思考时,在这种大视野与求新的视角下,旅游就需要被定义为现象与关系的总和。基于个体性的旅游定义很深刻,但缺乏前行意识;而关注社会群体的总和论又很复杂,在内容上属于大系统,似乎只能采取各个击破战术,这容易导致泛泛的方面论进而显得有些肤浅,但它在某些领域却引导着旅游学科的前行,如社会公平与旅游、旅游与互联网的结合等。

不管从哪个角度定义旅游,其中都有关于“旅游者离开家,在路途中的移动,到达后的观赏,从目的地返回家园”的描述。当每个个体都这么做时,不仅值得研究个体的旅游意义,而且个体意义之和也会生成超越个体的新意义,这些经典与新生的内容都属于旅游地理学研究范畴。从超越个体的意义角度上看,那么多的旅游者来到目的地,势必要消耗当地的能源与物质等,产生环境问题,而外部的物质输入是否必要,外来者与当地人该怎样相处等,都是旅游地理学要思考的问题。在这些现象中,时间与空间总是在或隐或现地发挥着作用。

(三) 基于宏观形势

旅游业已成为世界最大的产业。自1978年以来,我国旅游经济增长呈现强劲势头,近年来一直保持10%以上的高增长率。旅游企业营业收入从1991年的270多亿元增长到2014年的6400多亿元。^①许多政府或部门都将旅游业定位于支柱或支柱型产业,我国将增加值在国民经济中占5%以上的行业定义为支柱型产业。根据世界旅游组织(UNWTO)刊物《世界旅游晴雨表》等所载的2013年的相关数据,2014年全球旅游业将增长5%左右,国际游客可达10亿人次。旅游业发展也带动了大量的就业,据推算,旅游业每创造1元收入,可间接创造7元的社会财富,每增加1个就业岗位,可间接带动7个人就业。就全球区域而言,增长速度排名前3位的分别是美洲(8%)、亚太(5%)、欧洲(4%)。从相关数据可知,发展中国家的旅游业发展很快,也说明旅游具有调节收入再分配的功能,让发达地区国民收入的一部分流向不发达地区。

基于旅游业的巨大潜力,旅游业发展直接导致了人、物、财、讯等的流动,这种流动不仅是矢量的,而且是大流量的,涉及跨文化交流的问题。因而,从宏观角度上看,大尺度、大流量的旅游发展,甚至还会产生某种意义上的流动混乱,而其本身就是以地理尺度为背景的,从这一角度也说明了学习旅游地理学的重要性。

二、旅游地理学的定义

(一) 关系论

认为旅游地理学是关于旅游地理现象的学问的观点,最主要也基础性地体现在空

^① 罗浩,颜钰堯,杨畅.中国各省的旅游增长方式“因地制宜”吗[J].旅游学刊,2016(3):43—53.

间分布上,因分布而存有关系,至少是方位上的关系。因而,旅游地理学也被描述为是关于旅游与地理环境之间关系的研究,以及延伸到讨论随环境变化而产生的旅游规律。如果要追溯本门课程的源头,其本身就源自地理学,是以旅游学与地理学为两端的学术资源的精制合成,企图能有所创生与创造。旅游学院开设这门课,重点应从地理视角出发,以地理规律解释旅游,进而发现旅游新规律,在讲授地理知识基础上,以地理学思想诠释旅游现象;而在地理学院开设这门课,重点在旅游上,引进旅游学思想,以旅游现象重审地理学思想,以此来丰富地理学研究内容。

地理学历史悠久,学科队伍庞大,是旅游地理学的母学科。地理学对旅游学科具有较强的指导与借鉴意义,理论上旅游学科也可反馈于地理学研究,丰富地理学尤其是人文地理学与经济地理学的研究,但现实中的旅游学科发展还未十分完善,一时较难实现这种反哺性的贡献。

(二) 交叉学科论

旅游地理学是处于自然地理学、经济地理学和人文地理学之间的综合性分支地理学科。这意味着旅游地理学是一门地理学内部的多学科,研究的是一种之间性(inter-),或曰体间性、关系论(relationship)。显然,这种观点认为旅游地理学应区别于作为老学科的地理学,其应是地理学内部的一个外延性新生,这也与当今的一种观点相对应——旅游学拥有自在核心。旅游现象是自有本质还是受外部影响而成本质,这是一个哲学问题。一旦确定为后者立场,随着外部社会的发展变化,旅游现象将呈现规律性变化,研究重点将体现在规律识别上,这是旅游地理学的价值观;而若立足于前者的立场上去探讨永恒乃至扩大研究范畴的研究也是为了证明永恒,这将成为部分学者的重点关注。有这样一个值得思考的问题:独立学科与多学科会长期并存,还是多学科终有一天会变成独立学科?旅游学或在不久的将来成为一门独立的学科,而如此却失去了作为多学科知识的开放性及研究的灵活性、挑战性、学习性等,这是个态度转变问题,以传统价值观规定新学科发展,确实有值得商榷的地方。

(三) 外部决定论

外部决定论认为,旅游是外来、外部、外在等决定的现象,这种观点更多的是将旅游现象当作一种“物”。这个“外”字有三重含义:一是外部自然与社会环境决定了旅游,好山好水自有观光者,时代差异决定了旅游者规模;二是社会发展决定了旅游,如很多地方都将旅游作为支柱产业,形势造就旅游地理学;三是个人成长过程决定了旅游,人生阶段不同决定了不同的旅游态度。当然,旅游地理学不排斥旅游者纯粹的内心世界,也兼顾审美、体验、放松等身心内部的需求,但当这些现象成为一个群体时就是一个外部力量了。据此,也可认为这门学问是一门关系学,即关注于人类旅行游览同地理环境与社会经济发展的关系。

(四) 理学性质

理学在古代指诸子哲学的兼纳融合形式,融合“儒、释、道”三教即“三位一体”的思想体系,这个“理”具有“理论、理性、天理”等意思,其讨论义理、天命,力求公理。旅游地理学是一门理学,这是与心学、心术、心理相比较的结果。理学在当今尤指自然科学,讲自然与社会存在的物理学道理。基于这一语境,旅游地理学是公认度很高的关于旅游

与地理的道理之学,这个道理努力建立在自然与客观之上,力求讲公理,但学问内容要高于常识。

道理、原理、机理、心理、学术甚至于心术,构成了一个连续谱。连续谱是旅游地理学在当代常被提到的一个概念,是文化转向的结果。由客观到主观,由自然之强到人的意识之强,人们对学问的认识从冲突范式走向了多元化、衍生化与后现代化语境。道理之道,字面上颇有地理味道,道宽于路与径,敞亮可行;而心理之心,某种意义上可谓与个人认识有关,有些个人偏见也混入其中而难以剔除,属于小众认知范畴,也即存在着相应的各种范式。在道理到心术的谱带上,各种学问各取其位,旅游学、旅游心理学等距心较近,而旅游地理学、遗产旅游等距心较远,是路上的学问。

旅游地理学乃地理学的一个分支,但同时也可以作为旅游学科的成员之一,是一门跨界的学问,此时,理论上需要转化为地理旅游学,尽管目前还没有地理旅游学这门学问,这主要是因为旅游学的不成熟。地理旅游即是以行知为目的的出游行为,是一门关于地理的“知而行”或“行而知”的学问。

三、旅游地理学的研究对象

(一) 系统论

旅游地理学的定义提示着研究对象。定义中的对象过于抽象,具体而言,旅游地理学即将旅游者、旅游资源与旅游地等作为实在对象,放在地理时空中去认识它们之间的关系,并找出其中的发展规律。因而,旅游地理学的研究对象具有系统性,即旅游地理现象与环境的关系所对应着的是一个系统。

一旦研究对象被当作一个系统,就存在对多层次、多节点、多子领域即相应结构的考虑,从大到小划分级别可以有:全球旅游、国内旅游、地域旅游、地方旅游,甚至还有村镇旅游等,这就涉及空间尺度问题。从节点或地域类型来看,可以有旅游集散地、客源地、目的地,以及城市旅游、乡村旅游、生态旅游等。

居民离开家而成为旅游者,前往异地并在异地开展各项活动,这些外在可视的属性被认为是旅游地理现象的本质属性,也是旅游地理学区分于其他旅游学科的地方。为此,旅游地理学的研究对象是旅游者移动、在目的地的活动及其与地理环境之间的诸多关系,这些诸多关系组成了一个系统。

旅游地理学的系统论是复杂的,这种复杂不是那种深藏不露的本质复杂,而是众多关系交织在一起的复杂。传统的以“旅游客源地—旅游(通道)—旅游目的地”组成的旅游系统,是最小也是最基本的旅游系统,很多教材都将此绘制成旅游系统结构图。而要考虑诸多的旅游地、通道与目的地同时相互作用时,即将多个基本系统叠加起来成一复数的旅游系统,那这个系统就显得有些复杂了(图 1-1)。旅游地理系统中有很多的现象与问题都是因旅游的流动性带来的,各地都在倡导大力发展旅游,旅游是利大于弊还是弊大于利,其实谁也无法精准地回答,都是基于有限条件的判断:发展旅游,利大于弊。

(二) 学术背景

由于研究者或著书者的学科背景不同,在地理学内部也存在着自然地理、经济地

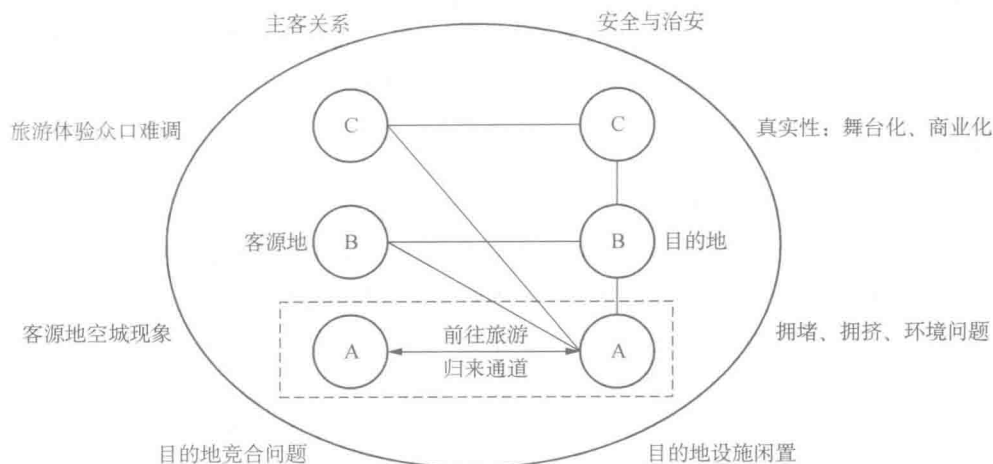


图 1-1

旅游地理学
系统论的
复杂性及
旅游系统

注：虚线内为最
基本的旅游系统
构成

理、综合地理、计量地理与人文地理等分支,因而,每个学者的侧重点有所差异。自然地理出身的学者可能更关心旅游资源,久而久之可能会忽略旅游资源与旅游者的地理关系,由学科的关系论立场走向实体论。经济地理出身的学者多关注城市旅游和产业布局,因而,更关心与资源相关的设施分布状况、旅游交通,对与区位相关的旅游市场问题更感兴趣。人文地理出身的学者自然很关心旅游文化现象,因而更关心偏远地区的少数民族文化及其建筑遗产。而计量地理出身的学者喜欢将统计数据平铺在地理空间上,愿意作随时间变化的回归分析,靠数据的时空变化规律说明问题。每位学者都有更为窄域的兴趣所在,研究达到了一定的深度后,有些地理学专著关注滨海旅游,而有些学者关心温泉旅游,还有些学者在原来兴趣基础上,因个人学术经历的改变而出现了兴趣的演化现象,因此,学术背景的不同会造成旅游地理学研究对象的侧重差异。

(三) 时空观

1. 共同维度

简言之,旅游地理学的研究对象是旅游与环境的关系,是对地理环境与旅游现象相结合的认知。广义上可将时间看作环境的组成部分之一,时间与空间一起发挥作用,因而旅游地理学等同于落实与发展时空观。不同学派各有各的研究侧重点,但在研究基础上却有共同之处,虽然有强弱差别,但以时空观看待旅游现象是旅游地理学家们的共同特征。需要指出的是,由于长期关注旅游现象,尤其是当旅游地理学者加入非地理学的旅游学术队伍中,如没有打下牢固的地理学时空观基础,也很容易被强势的其他学科的学术环境和氛围所异化。

是以时空观认知旅游现象,还是通过旅游现象深入研究时空,客观上存在着两种侧重点不同的学术考虑,后者的研究难度很大,涉及哲学问题。矛盾双方互为因果,条件与对象可以相互转化。从应用角度而言,时空观多作为学科基础,经常被视为隐性因素,而地理环境本身与旅游现象则多作为学问的重点。

时空观经常被视为隐性因素,造成了旅游地理学与旅游学在表象上相类似,如都涉

及旅游资源、旅游者行为、旅游产品等。而从理论和学术意义上看,两者甚至都能涉及哲学层面,但旅游地理学更偏向于自然哲学,认为时间是空间事物的变化,空间乃时间的延展,旅游中及其前后都与时空有关,通过旅游现象来认识时空变化的哲学意义很大。

2. 弱化的情境

即便是在旅游地理学语境下,当研究的空间尺度被缩小,空间范畴较小,时间也比较短暂,尤其对单一的对象物展开凝视式研究时,就很容易忘却最初的时空意识。换言之,站得高且看得长远,旅游地理学时空观不唤自出,但高瞻远瞩往往又易缺少洞悉认识,研究者不易将自己摆进去,意识不到应该将认识主体作客体化处理。在小时空尺度下,如果没有采取凝视式的研究态度,很容易进入结构式分析模式,忽视时间作用,以相互作用为研究线索,以及产生整体大于局部的认识,关注利益冲突的质性分析容易忘了空间距离的作用。

旅游地理学中的“物”与“象”很多,过分关注客体就会抽象不出来,数量多到统一不起来的地步,而过分关注旅游者又会进入到心理学范畴,人心叵测而不解其复杂。唯有跳到旅游与地理之外看旅游与地理,同时还要深入到课题之中,机动灵活地运用立场变化,才能够从繁琐中脱身而又不失人性关怀。

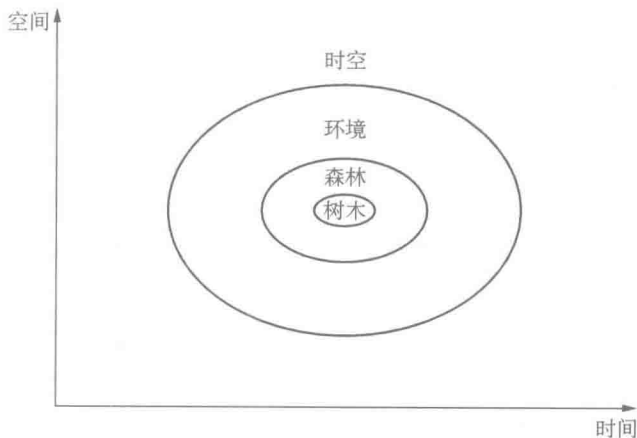
3. 时空意识

本书认为对于旅游地理学的思考模式可以遵从如下模式:(1)大尺度地以时空观认识研究问题;(2)开展中微观尺度上的深入研究,在这一阶段可以采用个人偏好的概念、理论、模式、技术与工具等,最好能带着时空意识进入这一阶段;(3)再回到时空尺度上,可以回到最初的大尺度视野中,也可停留在中微观的阶段,但需要对研究过程及其结果以时空观进行再审视。图1-2即给出了关于时空的尺度变换,当研究的注意力聚焦于树木时,就有可能淡化森林、环境和忘却时空。

陈晓磬提出了旅游地理学的时空观,以空间认知来区别于相近课程,关注旅游资源

图 1-2

旅游地理学时空
的森林—树木
关系



区位,在时空观下看旅游,以旅游看时空,以时空标注旅游者自身等。^①也即,将有时空特点的概念汇总起来,这一集合构成了旅游地理学的核心范畴,而其他概念皆可作为学科的辅助性概念,如旅游需求按照常规理解可能不那么重要,但这种需求沿着时间或空间行走就重要了。旅游季节性,甚至是夜旅游以及旅游的区位性都是旅游地理学的重要概念。

关于旅游地理学时空观,更容易把握的核心是空间展布,空间是可以占据的,也可一目了然地控制在一定的范围,但其对时间的把握就有一定的难度,占有时间比较难,旅游地理学也往往被视为凸显旅游的空间性。关于空间,不仅可以进行质性分析,也可以对其进行尺度变化的研究。如将空间作为一个大的自然概念,将环境、场所作为相对次级的范畴,而且环境与场所的人文性是逐步增强的,空间变成场所其实就是因为提高了人文性。对空间还可以进行包括距离在内的各种测度,如以区位、方位等概念描述存在的位置等(图1-3)。图1-3与图1-2在机理上十分相近,但图1-3只专注于空间,而且涉及的概念更多,理论基础较强,而图1-2更多的是一种比喻。旅游地理学是基于移动的地理学而展开的,移动必然发生在空间里,在生产力不发达阶段,移动作为手段,到达才是目的。但随着社会经济的发展,旅游移动的工具性在下降,工具本身也异化出了目的性,而到达目的地的目的性也同时在下降。移动带来了发现、机遇与移动本身的趣味,在可控范围内,不确定性本身也是现代社会才有的一种希望与期望。

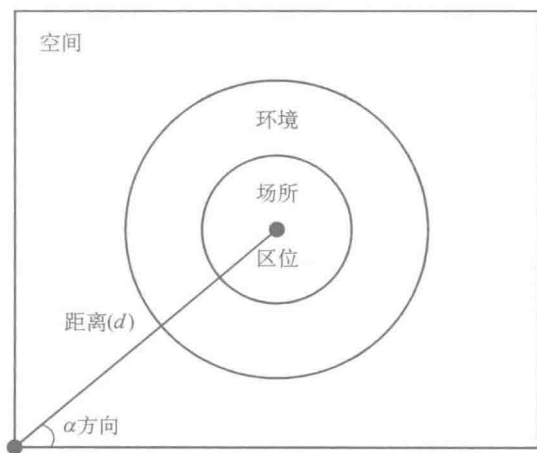


图 1-3

关于空间的
旅游概念

四、旅游地理学的研究任务

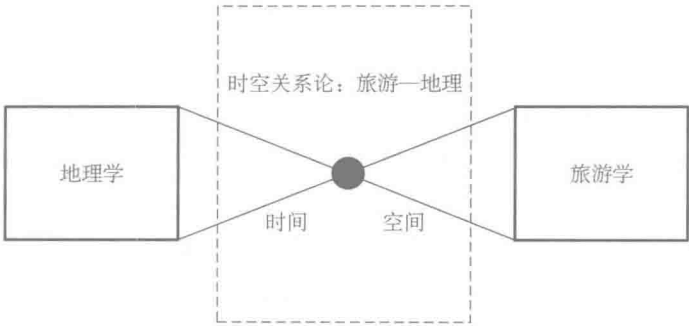
一些专著或教材在论述中,多将内容当作任务,原因在于不清楚是谁下达了任务,因而会以有关的研究内容来当作研究任务。本书认为可以使用使命感来理解研究任务。具体而言,可包括以下几个方面:(1)完成政府和市场赋予旅游地理学家的任务,也就是解决实际问题,为政府愿望和企业要求服务,从市场的供求关系上研究地理的旅游现象。但这也多少会将学者推到进退两难的道德困境中,是坚持自我价值观,还是受制

^① 陈晓馨.基于时空视角的旅游地理学内容研究[J].地理与地理信息科学,2011,27(1):81—84.

于“雇主”思想。(2)坚持独立于功利之外的科学研究态度,包括发现有关旅游地理的概念、规律,以时空观区别于与旅游相关的其他学科,当然可以兼顾心理学、经济学、市场学等领域的知识。旅游地理学在旅游与地理之间做文章,既主也客,既非主也非客,看似处于地理学、旅游学的边缘,而那正是自己的研究领域,其远而不远,可谓中庸之道,极富潜力(图 1-4)。(3)一定程度上放弃价值中立立场,以规范主义价值观为社会弱势群体呼吁权利,研究旅游地理现象中的社会不公问题,如空间恐惧问题、如何改变旅游地理空间上的社会剥夺现象等。(4)在旅游开发与资源保护之间寻求平衡,既要满足居民的旅游需求,又要保护生态环境,不仅要研究平衡点在哪里,关键是还要研究平衡机理,在理念、制度、技术等方面开展研究。

图 1-4

旅游地理学
的学科任务



第二节 旅游地理学基础概念

一、语境差异：基础与基本

基础与基本不同,基本看重事物的本源,基础则意味着平台的建立。可把两者比喻成植树和造楼,以此来区分。树是种子基因生长而成,人类只能对其培土、施肥与浇水等,人类设计不出也造不出种子来,唯有让生物母本与父本合作生产种子,因而人在种树情境中的作用是有限的。而在建设一座楼时,当然要利用重力,但几乎所有过程与环节都是人类的杰作,也即在建楼时人的作用是主导性的,有人只能建一座普通的房子,而有人就能建成重檐的庑殿,现代人还能建设摩天大楼。通过两者的比较,可认为旅游地理学的建设应该像建一座楼,因而基础概念的承重力要大。

从某种语境上讲,基础概念是指旅游地理学范畴内的基础,这个概念不存在于旅游学中,也不存在于地理学中,而是属于旅游地理学自己产生的概念,具有独特性。而基本概念既可以在旅游地理学中,也可以是来自其他学科的概念。基本相当于重要的源头,而源头可以超出旅游地理学范畴,多个源头汇集到一定程度生成了特有的基础概念,才能成就旅游地理学的真正起步。像地理学的地带性、季节性等,旅游经济学的旅游需求与旅游供给等,都可以作为旅游地理学基本概念集合的成员。