

反思生态旅游中自然的社会建构

崔庆明 徐红罡

(中山大学旅游学院 广东珠海 519082)

摘要: 自然科学一般被视为生态旅游中管理自然环境的一块基石。社会建构论挑战科学知识的主导地位,认为环境管理还应考虑不同社会文化对自然的建构。本研究对某景区“猴子蹬石砸死游客事件”的网络评论作内容分析,并实地调研该景区,以探索国人对自然意外的文化建构。研究发现人们主要从5个方面评论此事件:对死者表示同情和哀悼;感慨死亡方式的荒诞和人生无常;联想到相关企业品牌;将猴建构为孙悟空、金丝猴和罪犯;对事件的解释和质疑,主要有天命论、阴谋论、品牌竞争论和质疑景区管理等4种观点。天命论将事件发生的原因归为天意,虽契合了我国传统的自然天命观念,但本研究认为对自然的这种社会建构,延续了前现代社会对自然的赋魅,无益于对实践问题的管理。

关键词: 野生动物旅游;猴;社会建构;科学知识;天命;赋魅

[中图分类号] F59

Doi: 10.12054/lydk.bisu.119

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-3238 (2019) 04-0015-15

引言

野生动物旅游是生态旅游的重要分支。已有研究认识到旅游活动会给动物带来负面影响,如改变动物习性和种群数量、导致动物死亡等(Reynolds & Braithwaite, 2001; Orams, 2002)。如何减少旅游对生态环境和动物的影响,是研究者主要关注的问题之一(高科, 2011; 丛丽、吴必虎、李炯华,

[收稿日期] 2018-07-19; [修订日期] 2019-06-17

[基金项目] 本研究受广东省自然科学基金博士科研启动项目(项目编号:2018A030310252)和中央高校基本科研业务费项目(项目编号:18zxt42)资助。

[作者简介] 崔庆明(1988—),男,江苏盐城人,博士,中山大学旅游学院特聘副研究员,研究方向:野生动物旅游、生态旅游、旅游社会理论、可持续发展。

E-mail: cuiqm7@mail.sysu.edu.cn

徐红罡(1967—),女,云南昆明人,博士,中山大学旅游学院教授,研究方向:系统动力学、流动性、可持续旅游、出境旅游。

[引用格式] 崔庆明,徐红罡.反思生态旅游中自然的社会建构[J].旅游导刊,2019(4): 15~29.

2012)。相比之下,野生动物对游客产生的影响,如对游客的伤害,却常被忽视(Li, Yang & He, et al., 2012),管理旅游活动中动物给游客带来的危险,与管理游客活动给动物带来的影响同样重要。

有学者认为应该以自然科学作为基本原则来管理游客与动物的关系(Fennell & Ebert, 2004; Rodger & Moore, 2004)。例如,2001年一个小孩在澳大利亚弗雷泽岛上被两只澳洲野狗攻击死亡,随后有31只野狗被管理方射杀。管理条例认为在生物习性方面,野狗丧失了本该对人类的惧怕,它们出现在人类活动区域并攻击人类是非自然的,因此这些野狗应该被消灭(Burns & Howard, 2003; Hytten & Burns, 2007)。类似的管理策略强调自然科学原则的重要性。

但是,自然并不只是自然科学研究的对象,还是社会文化的建构对象。Burr(2003)认为:“我们理解世界的方式以及使用的类别和概念,往往具有历史和文化的特殊性。”对自然的社会文化建构,不一定与科学对自然的定义一致(Demeritt, 2002)。因此,一些学者认为对生态环境的管理也需要考虑社会对自然的建构(Hytten, 2009)。生态旅游活动中对野生动物的管理首先建立在对动物的了解之上,但人们对动物的了解往往不纯粹是客观的、明晰的科学知识,而是日常生活中的社会文化观念(崔庆明、徐红罡, 2012; Cui, Xu & Wall, 2012)。

但已有的生态旅游研究较少反思自然的社会建构给环境管理带来的弊端。2016年某景区^①发生了一起“疑似猴子蹬石砸死游客事件”,引起广泛的社会评论。这提供了一个检视我国民众对自然的文化观念的契机。本文通过分析有关这起事件的网络评论,着重探讨如下问题:该事件反映了国人具有何种自然观念;此自然观念是否是传统文化的延续;传统的自然观念是否能够有效指导生态旅游景区的管理。在此基础上本文试图反思生态旅游研究的社会建构视角。

一、旅游研究中对自然和动物的社会建构

作为一种学术研究取向,社会建构主义的基本特征为:(1)对理所当然的知识持批判态度;(2)强调历史和文化的特殊性;(3)强调知识是由社会过程维系的;(4)主张将知识与社会行动结合起来(Burr, 2003)。社会建构主义认为任何形式的知识都具有社会和历史的相对性,没有一种知识比其他的要

^① 笔者对该景区作了匿名化处理。

绝对地好。伯格和卢克曼认为学者重视对理论知识包括科学知识的研究,却忽视日常生活知识的重要性(Berger & Luckmann, 1991)。在日常生活中,人们直接依凭的往往是常识而非科学知识,“理论思想、‘观念’或世界观都不是社会中最关键的部分”(Berger & Luckmann, 1991)。

在社会建构视角下,自然不单是一个物质的、客观的世界,不是在那里等着科学知识去忠实反映的某种东西(Proctor, 1998),它和社会文化历史紧密相连(朱竑、尹铎, 2017)。人们对自然的认识随着社会形态和历史情境的不同会发生改变,因此,没有纯粹单一的自然,有的是多重自然(Macnaghten & Urry, 1995)。

通过研究人们关于自然和动物的社会观念可以发现,科学知识在指导生态旅游管理方面的主导地位受到挑战。Kellert(1985)认为大部分针对濒危物种的管理方法只注重生物评估和技术性解决办法,对社会和观念的影响因素考虑不够。Akama(1996)认为肯尼亚国家公园的成立以西方环境价值观为基础,与肯尼亚当地的价值观念无关。该公园依靠国际组织和资金进行管理,游客以付得起昂贵费用的国外游客为主,而本地人却被排除在外,很多非洲本地的孩子并没有亲眼见过本地的大型野生动物。按照科学原则,肯尼亚国家公园的自然原真性得以保存,但却无法解决自然资源使用的不公平问题(Cohen, 2002)。

在科学视角下,野生动物的价值具有普遍性,应该超越国家或区域的界限。但在现实中,不同国家的人对同一种动物的价值认可却存在差异(Cohen, 2010)。其实野生动物的科学价值本身也并非客观恒定的,与人的观念有极大关系(Notzke, 2016)。如澳大利亚南极洲部门最初雇用了一批野生动物学者,他们认为研究旅游对野生动物的影响很重要,但2004年后这个部门雇用了一批新的科学家之后,认为研究污水、矿产、核问题、石油泄漏问题比研究旅游影响重要得多(Rodger, Moore & Newsome, 2009),即科学家群体发生改变后,对动物的重要性认定也随之发生改变。

在社会建构论者看来,科学知识并不能够完美地解决野生动物的管理问题。科学知识本身是科学家对世界的一种理性认识(Schütz, 1962),人们在对待野生动物时往往采用生活中的常识而非科学知识。虽然通过教育,科学知识也可能成为常识,但在很多时候这两者并不一致。因此,在具有普遍性的科学知识之外,还需要回到具体地方的社会文化语境当中,将不同地方人们对野生动物的建构纳入生态旅游管理中。

生态旅游这一概念本身也被认为是西方建构的产物(Cater, 2006)。我国传统上对于自然有着迥异于现代西方的认知(Buckley, Cater & Zhong, et al.,

2008; Xu, Ding & Packer, 2008)。Ye 和 Xue (2008) 认为西方的生态观是天人相分, 而我国的生态观是天人合一。这种本体差异使得我国生态游客的旅游体验有其文化复杂性和特殊性, 他们并不会将自然当作一个客观的他者去认识和学习, 而习惯以审美的方式去欣赏自然 (Xu, Cui & Ballantyne, et al., 2013)。这种对自然的凝视方式深受我国传统文化的影响, 包括哲学、历史、宗教、文学、艺术等 (Li, 2008; Sofield & Li, 2011)。在欣赏自然时我国游客有“重人”的传统 (喻学才, 2012), 即喜欢在纯粹自然中加入文化的内容。因此, Petersen (1995) 认为中国游客去自然景区更像是去历史、文化、政治中心朝圣。Xu 等人认为对中国生态旅游的研究也需要考虑中国人对自然独特的文化建构 (Xu, Cui & Sofield, et al., 2014)。

但近现代我国社会经历了巨大的变化: 一方面, 西学东渐使得我国受到西方思想的影响; 另一方面, 对国人传统文化的教育和训练也不及历史上那么全面和系统。因此, 游客对自然的体验也发生了变迁。已有研究发现我国游客自然观的代际差异 (Gao, Zhang & Huang, 2018) 和社会阶层差异 (Cui, Liao & Xu, 2017)。传统自然观在当代社会的延续性和指导解决旅游管理领域问题的有效性还值得进一步探讨和检验。

二、研究方法

2016 年 4 月某景区发生一起落石伤人事件, 一名游客被山上掉落的石头砸中头部后死亡。国内主要的网络媒体如财经网、澎湃网、腾讯新闻、凤凰网等都对此事进行了报道。第一轮报道的内容多是通告落石由猴子造成, 砸中某知名企业的退休管理人员致其死亡; 几天后的第二轮报道中, 景区作出官方回应, 认为没有直接证据证明落石由猴子引起。^② 大量网民对此事件表达了观点。

本研究采用定性内容分析法对网民评价内容进行分析, 以了解人们是如何建构此事件的。社会建构论是定性内容分析的重要研究取向之一, 聚焦于探讨个体对事实的理解是如何通过人际互动或语言建构而成的 (Krippendorff, 2004)。

为进一步了解事实真相, 笔者于 2016 年 6 月 30 日至 7 月 3 日赴事发景区进行了为期 4 天的实地调研, 对该景区的猕猴区以及事件发生地进行了考察, 并访谈了景区管理局的 1 位管理人员和 2 位工作人员, 详细了解事件的起因、过程和最终处理方式。

^② 出于景区匿名化考虑, 文中不提供相关网址信息, 如有需要请联系笔者。

1. 数据获取

收集数据的第一步为选择分析单元（Krippendorff, 2004），即网民对媒体报道的每条评论。第二步为抽样（Krippendorff, 2004）。经过对多个媒体报道的比较,选择财经网微博下的评论作为样本,有关该事件报道的评论数为484条,该样本的优势在于样本量适合分析,同时样本边界清晰。抽样方法对于总体来说属于方便抽样,在总体规模特别大且随机样本难以获取时,方便抽样是可选的合理方法（Etikan, Musa & Alkassim, 2016）。对于定性研究,Patton（2002）认为“没有任何规则决定定性研究的样本量”,一切取决于研究者研究什么问题以及想要证明什么,但信息量饱和依然是决定样本量是否足够的一个评判标准（Fusch & Ness, 2015）。在数据分析过程中,编码到第200条左右时信息量就基本饱和,直到编码步骤的最后也没有新的类别出现,因此,笔者认为财经网微博的评论信息量是饱和的。

2. 数据分析

在对网民的评论进行编码之前,先总体浏览所有评论,形成总体印象后再进行逐条编码。网络评论往往较短,因此评论针对的对象通常只有一个,所表达的意图通常也较为单一。剔除一些意图不明的评论,如只有一个表情的评论、只写省略号的评论以及其他无法作出编码的无效评论,最后得到有效评论327条。根据评论对象和评论意图对评论进行编码分类。编码中发现评论对象有3个——猴子、企业和受害者,还有较多的评论针对的是事件的过程（包括前因后果）和死亡方式本身,以上构成了5个类别。在各个类别之下还有不同的子类别,如将猴子建构为孙悟空、金丝猴等（见图1）。图1中百分比数值为每一类评论数量占总量的比例。在阐述研究发现时,对网民微博名进行了匿名化处理,分别给予一个编号,对评论中出现的表情符号,以文字描述替代。

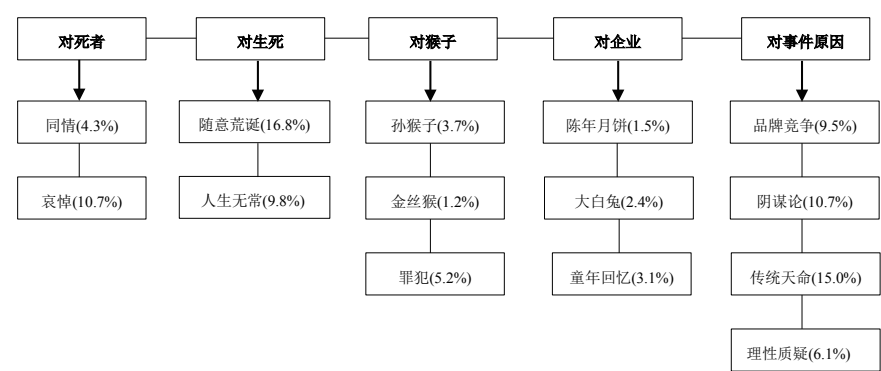


图1 落石事件网络评价内容分析的结果
Fig. 1 The results of content analysis of social media comments of the accident

三、落石事件网络评论的内容分析结果

网络评论的内容主要可以分为 5 个类别：对死者的同情和哀悼，对企业的联想，对猴子的建构，对生死的感慨，以及对事件的解释。

1. 对死者的同情和哀悼

被石头砸中的游客最终不治而亡，很多网民表达了对死者的同情和哀悼。对死者的同情和哀悼是两种略有区别的表达方式。与惋惜和同情相关的评论所用的词语包括“可怜”“悲剧”“不幸”等。如“这么不幸啊！”（C32），“这是我见过的现实中最悲伤的故事了”（C29）。而哀悼则是另外一种意义，最常出现表示哀悼的符号是双手合十的“祈福”和“蜡烛”，与这两个符号结合使用的语言评论有“一路走好”“愿逝者安息”等。

2. 对生死的感慨

被猴子蹬掉的石头砸中而身亡，这样一种不同寻常的死亡方式首先引起了人们对死亡本身的感慨。对于这种死亡方式，有些人觉得过于随意与草率，如“这走得也太简单随意了”（C38）；也有些人觉得离奇、与众不同，如“这种往生法如果是真的，也太超现实主义了”（C92）。甚至，这种死亡方式在一些人眼里具有荒诞性如“我实在是应该笑，毕竟这是一件令人遗憾的事情，不过真的没忍住……”（C123）。如评论中所指出的，死亡本身是一件非常悲哀的事情，但是这种死亡方式具有某种幽默性，即使幽默在这种场合下是不应该的，这也体现出这一非正常死亡方式的荒诞性。也正是因为这种死亡方式的突然、离奇性，让一些网民感慨“人生无常”（C141），所以人更应该珍惜当下，“及时行乐”（C129）、“用力活”（C131）。

3. 对企业的联想

因为死者身份是某知名企业的退休管理人员，所以人们很容易联想到所熟悉的出自该企业的产品——大白兔奶糖。大白兔奶糖承载着国人的集体记忆。自 1959 年上市之后，大白兔奶糖就与国人的日常生活息息相关，伴随着几代人的成长。因此，这次事件又引发了很多人的回忆，如“大白兔啊，我的童年”（C15）；“大白兔是小时候最美好的回忆”（C14）。这种回忆又常常与同情结合在一起，如“走好……感谢大白兔”（C68），既表达哀悼之情，又表达了对企业的感谢。

除了正面积极的回忆之外，人们还联想到与该企业相关的负面信息。如 C23 问：“（这个企业）是不是原来闹得很凶，卖月饼的馅是冻了几年的那个？”

很多网民都想到了与该企业有关的“陈年月饼事件”。虽然“陈年月饼事件”与死者所在公司无关，也有网民在评论里对此作了澄清，但是大部分网民并不想去弄清楚真相，而是根据自己的模糊印象作出联想和评论。

4. 对猴子的建构

还有网民在评论中经常性地将猴子建构为孙悟空，如 C316 直截了当地说“孙猴子”，《西游记》电视剧中主题曲的歌词“刚翻过了几座山，又越过了几条河，嘿嘿”也在评论中出现。这些评论将猴子建构为孙悟空，深受中国文化的影响。

正如很多网民从死者的身份联想到大白兔奶糖一样，也有很多网民将猴子建构为金丝猴，将事件发生的原因臆造为生产金丝猴奶糖与大白兔奶糖的企业之间的竞争。这是受品牌文化影响的另一种建构。

除了涉及影视文化和企业品牌文化两个方面的建构之外，对猴子评论最多的是直接将猴子视作罪犯，如“把猴子逮起来审问！”（C295），“猴子该被怎么处理，负刑事责任吗？”（C196）。还有的干脆直接说把猴子抓回来坐牢或者判刑。总之，此类评论将猴子当作像人一样的罪犯，认为猴子需要担负法律责任。

5. 对事件的解释

评论中最多的的是对事件发生原因的解释和对事件的质疑，大约可分为4种论调。其一延续了之前对企业的联想和对猴子的建构，将这两方面与事件结合起来，认为受害者的死亡是由于金丝猴与大白兔两个品牌的商业竞争导致的，如“大白兔奶糖和金丝猴奶糖的商业竞争演变成了暴力！”（C227）。但没有人真的会认为事件中的猴子与金丝猴企业有关系，这只是社交媒体上的一种段子文化而已。

其二是网络中常见的另外一种论调——阴谋论。这种论调体现了普通民众对网络信息的普遍不信任，他们总认为事实并非如此，总有某种不可告人的真相隐藏在表面的通告之后，特别是发生了这样并不常见的事件，如“总觉得背后有阴谋”（C260）。还有人觉得事件发生的原因是人的疏忽，却把责任推给猴子，如“没人觉得这是阴谋么……为什么不能是人砸的……推给猴子……”（C261）。这导致很多网民更加倾向于不信任通告。

其三认为受害者的死亡与命理相关。“一代英杰啊，还是天命难违”（C200）是这一评论中的典型。事件中的巧合让人们想到不可捉摸的、带有神秘主义色彩的命理观，如“除了命，还能有什么解释？？？”（C190）“有时候不信命不行啊，命运面前，人真的太渺小了，生死就在一瞬间。躲也躲不掉。是所谓，

该死活不了，生命是幻觉”（C178）。

其四是一些相对理性的声音，这些评论相对于前面3种论调属于少数，主要包括：质疑事实本身，怀疑景区管理方是否调查清楚此事确是由猴子造成；质疑景区是否存在安全管理方面的问题；认为景区应该担负起责任，对当事人给予赔偿。相对于前面带有调侃意味的段子式归因、带有普遍不信任的阴谋论归因和带有神秘主义色彩的命运归因，这些声音相对理性，但属于少数。

段子式归因和阴谋论归因对于本文探讨国人的自然观念价值不大，命运归因在一定程度上能够反映国人传统的自然观念；对于事实本身的质疑，因为缺乏调查，是一种有限的理性评论，离建立在调查和思辨基础之上的理性分析还相去甚远。因此，下文将主要对我国传统的天命观进行社会建构式的分析，试图找到传统自然观念在当今社会的延续，并反思其局限性。

四、猴子背后的天命观：一种社会建构分析及其反思

1. 猴子背后的传统天命观

一只猴子蹬掉一块石头砸中一名游客，被人们称为天意或者天命。这到底意味着什么，反映了何种自然观念？

我国传统的“自然”概念并不等同于西方的“nature”概念（沟口雄三，2006）。17世纪以后，西方的“nature”往往是作名词使用，指这个世界上非人为改造的物质世界部分，诸如自然规律、自然现象、自然环境等（Williams，2014），是客观化的概念。要认识自然现象、掌握自然规律需要运用科学理性地去分析才能够实现。而传统上我国对“自然”这个词往往作形容词用，是“用来形容‘万物’‘百姓’存在的一种方式”（池田知久，2006）。“nature”是在很晚期的时候才由日本人翻译为“自然”，而后我国采用了这种译法，在此之前我国的自然与西方的“nature”并无对应关系。所以，用“自然”来指非人为的客观物质世界并不是国人的习惯用法。在日常生活的交谈中，诸多自然现象如刮风下雨、日晒夜露，国人习惯用另外的词——“天”来形容，如天下雨、天很晒。“天”往往对应着现代作为实体的“自然”。在此事件中，猴子蹬掉石头是自然界里发生的现象，不是人为干涉的结果，因此这在“天”的指代范围之内，所以网民多提“天”，而不提自然。用“自然”来形容自然现象是充满学究气的表达方式，普通人在日常生活中很少这样使用。

人们将这个意外视为天意或者天命，反映了一种命运性的“天”的观念。根据沟口雄三（2012）的研究，中国古代的“天”的观念具有多种含义，如自

然运行的天, 主宰、根源的天, 生成调和的天, 道德理法的天。“猴子事件”里的天命观是将天视为某种主宰和根源, 是超越人为的自然秩序, 是非人为的那一部分。传统天命观下, 君臣关系、人的寿夭、贫富和福祸都是由天命所定(沟口雄三, 2012)。天具有自己的运行规则, 人也在天的运行规则的影响和控制之下。很多网民评论说“生死有命, 富贵在天”, 表达的恰恰是这一天命观念。就像管理人员感慨“当时在场那么多游客, 为什么偏偏砸中这一个”(M01), 言下之意, 对于这名游客这似乎是注定的命运, 天只是假手于猴来行使自己的意志。

可以看出, 无论是关于“天”的表达方式还是“天命”的观念, 国人依然延续传统。天命观念肇始于周朝(Zhao, 2009), 但至今依然在无形中影响着国人的日常观念。

2. 自然天命观对景区管理的潜在影响及反思

天命观念中, 自然被认为具有其自身的运行规则, 这种规则是自然而然的, 不是人为可干涉的; 对于人来说, 只有顺应天命, 即顺应起主宰作用的法则, 而非去控制它。根据天命观念, 很多人因认为猴子蹬石是无法改变的天意, 就不加质疑地接受了此意外事件, 只有少部分人质疑景区的管理方法。在笔者实地调研期间, 此事件的后续影响已经平息。据工作人员(S01)透露, 景区管理方着重做的工作是安抚死者家属, 并作出赔偿, 但没有进一步追究事件的起因, 也没有采取管理措施预防类似事件的再次发生。所以, 当人们认为这种意外是天命, 其实就是认为这种自然意外是无法“管理”的, 也就不会采取进一步措施去避免类似的意外。

与西方类似事件的处理方式相比, 可以更加明显地看出自然天命观对景区管理产生的影响。美国黄石国家公园的野狼会向游客讨要食物, 并不惧怕游客, 动物学家首先试图引导这些野狼重新依靠本能去捕食, 而不是向人类乞讨, 其中有两只狼一直无法回归本能, 最后被杀(音乐水果, 2016)。这就是管理自然的科学逻辑, 即野生动物有其自然的行为规律, 比如应该远离人群, 依靠自己捕食, 一旦动物违反这种自然规律, 那么人类可以采取调控。

自然科学认为自然具有内在的运行规律, 这种运行规律是客观存在的、可知的、可研究得到的。一旦研究得出这种规律, 就能够利用这种规律, 从而很好地管理自然。

自然天命观则是传统社会对自然的一种“赋魅”(enchantment of nature), 即赋予自然某种不可知的神秘力量。韦伯(1998)认为对世界“祛魅”意味着, “从原则上说, 再也没有什么神秘莫测、无法计算的力量在起作用,

人们可以通过计算掌握一切”，这是理性化的过程。西方现代性的形成就是一个逐渐祛魅的过程。而对自然的社会建构，有可能将前现代社会建构的自然之“魅”带入现代社会之中，将事物发生的因果关系导向神秘主义，即不可知且不可控。在生态旅游中，这种建构带来的潜在影响是管理不作为。这也是自然的社会建构论的潜在问题。

如果以“祛魅”和理性的态度去分析这一事件，可以发现这个偶然事件背后的必然性。事件发生地并非猕猴通常所在区域，而是在另外一个分景区。事发当时受害人坐着休息，不料被山上掉下的石头砸中。据受访管理者（M01）介绍，景区曾与中科院合作勘探景区内的落石区域，事发区域为非落石区，岩层结构比较稳定，以前也没有发生过落石现象。据此推断，自然落石的概率不大，而猴子蹬掉石头的可能性极大。这也是为什么在第一次报道中说落石由猴子造成。但是后续公安部门介入调查，发现找不到直接证据能够证明落石由猴子造成，只有几个游客说好像上面有猴子经过，但这不能作为明确证据，所以在第二次报道中说没有直接证据证明猴子引起落石。最终管理者的基本推断是落石极有可能是由猴子造成的。但是，管理者依然受静止思维方式影响，没有考虑旅游发展和环境变化带来的新的潜在影响。

因为旅游发展，游客介入猕猴的自然生境的时间很长，因此出现习惯化现象（Knight, 2010），野生猴子开始习惯人的存在。多数游客有喂食野生动物的喜好（Orams, 2002），猴子知道从游客那里可以得到食物。工作人员透露，在冬季森林中食物缺乏时，有些猴子主动向游客讨要甚至抢夺食物（S02）。在争抢过程中难免会出现伤到游客的情况，为了避免这种伤害的发生，景区主动向猴子投食以减少游客与猴子的直接接触，但是这种人工投食极有可能引致猴群数量的增长。这继而扩大了猴子活动区域与游客活动区域重叠的可能性，也就增加了猴子伤害到游客的可能性。旅游发展带来了猴子的两个改变：一是习惯人的存在，二是因为食物充足数量暴增。如果不是习惯人类的存在，猴子应该会主动远离人类，如果不是因为猴群数量暴增，猴子出现在游客活动区域的概率也会减少，所以旅游发展过程中景区对猴子的管理出现了问题。因此，当提倡在生态旅游中考虑文化建构时（Hyttén, 2009），也须重视科学调研的重要作用。

针对景区猴群数量超出生态承载力的问题，可以借鉴日本的“猴灾”管理方式（张鹏、渡边邦夫，2009）：一是对猴群实行节育，控制猴群数量增长；二是就地杀掉一些猴子；三是将猴群异地迁移到其他地方去。每种方法都存在一些实践上的难度：节育会产生大量的成本；就地杀猴与我国现行法律相悖，也会面临道德困境；异地迁移可能会造成物种入侵的问题。

五、结论

“猴子蹬石砸死游客事件”提供了一个契机去了解国人如何看待野生动物引起的意外。对网络媒体上的评论作内容分析后发现,人们主要从5个方面对此事件进行评论:第一,对死者表示同情和哀悼;第二,感慨这种死亡方式太过随意荒诞,并认为人生无常,要珍惜当下生活;第三,网民还会联想到相关企业的产品大白兔奶糖,以及自己与大白兔奶糖的往事回忆;第四,网民对猴子进行建构,将猴子建构为孙悟空、金丝猴和罪犯;第五,对事件原因进行了解释,主要有传统天命论、阴谋论、品牌竞争论和质疑管理论。

以上评论中,只有第五方面的评论与人的自然观念密切相关,而关于事件原因的解释中只有传统论可以当作严肃分析的对象。传统论中,网民将事件发生的原因归为天意或者天命。天命是一种传统命运观念,认为天是主宰,有自己的运行规则,主宰着世界万物包括人类。人只能够顺应天命,而无法控制天,即无法控制管理自然。所以,猴子蹬掉石头砸中受害者,被认为不是一种人为干涉下发生的事件,是“天”按其内在规律决定的关于受害游客的一种命运。人类本身只能接受这种“冥冥之中”的命运安排,猴子作为自然的一部分,只是行使天命的中介物而已。在此观念下,事件发生原因走向了神秘主义和不可知论,景区也不必去追究原因并制定措施去避免此类意外。

这不同于自然科学中的自然观念,在自然科学中,自然现象及其背后的自然规律是可以通过理性研究来认识的,一旦认清这种规律之后,自然就可加以控制。通过自然科学作理性分析发现,景区猴子对人类的习惯以及猴群数量暴增可能会导致类似事件的再次发生,因此景区管理方应该控制景区猴子的数量以及它们与人类亲密接触的程度。

自然天命观是国人对自然的一种传统的文化建构,当今依然有着影响力。这种自然观念依旧延续传统社会对自然的赋魅,赋予自然不可知的神秘力量,这无益于实践问题的解决和预防。学者在研究我国生态旅游,提倡关注我国特殊的人与自然关系和对自然的文化建构时,也需要采取理性态度进行科学调研,并将科学知识运用于生态旅游管理之中。

本研究具有如下局限性:第一,对网络样本群体的人口统计信息缺乏了解,该群体并不具备总体代表性,因此研究结论的普适性还需要进一步研究;第二,忽视对旅游景区利益相关者的访谈,特别是缺乏对游客的实地访谈,对游客如何看待此事件缺乏了解,自然天命观对游客影响力的普遍性如何,还需要进一步验证。

（致谢：感谢中山大学联合国世界旅游组织旅游可持续发展观测点管理与监测中心、中山大学旅游学院梁增贤副教授、海南大学旅游学院孟凯博士对笔者调研的协助，感谢调研景区管理人员和工作人员对调研的支持。）

参考文献：

- [1] Akama J S. Western environmental values and nature-based tourism in Kenya [J] . *Tourism Management*, 1996, 17 (8) : 567~574.
- [2] Berger P L, Luckmann T. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* [M] . Middlesex : Penguin, 1991 : 26.
- [3] Buckley R, Cater C, Zhong L S, et al. SHENGTAI LUYOU : Cross-cultural comparison in ecotourism [J] . *Annals of Tourism Research*, 2008, 35 (4) : 945~968.
- [4] Burns G L, Howard P. When wildlife tourism goes wrong : A case study of stakeholder and management issues regarding Dingoes on Fraser Island, Australia [J] . *Tourism Management*, 2003, 24 (6) : 699~712.
- [5] Burr V. *Social Constructionism* [M] . 2nd ed. New York : Routledge, 2003 : 2~4.
- [6] Cater E. Ecotourism as a western construct [J] . *Journal of Ecotourism*, 2006, 5 (1-2) : 23~39.
- [7] Cohen E. Authenticity, equity and sustainability in tourism [J] . *Journal of Sustainable Tourism*, 2002, 10 (4) : 267~276.
- [8] Cohen E. Panda and elephant—contesting animal icons in Thai tourism [J] . *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2010, 8 (3) : 154~171.
- [9] Cui Q M, Liao X H, Xu H G. Tourist experience of nature in contemporary China : A cultural divergence approach [J] . *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2017, 15 (3) : 248~264.
- [10] Cui Q M, Xu H G, Wall G. A cultural perspective on wildlife tourism in China [J] . *Tourism Recreation Research*, 2012, 37 (1) : 27~36.
- [11] Demeritt D. What is the ‘social construction of nature’ ? A typology and sympathetic critique [J] . *Progress in Human Geography*, 2002, 26 (6) : 767~790.
- [12] Etikan I, Musa S A, Alkassim R S. Comparison of convenience sampling and purposive sampling [J] . *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 2016, 5 (1) : 1~4.
- [13] Fennell D, Ebert K. Tourism and the precautionary principle [J] . *Journal of Sustainable Tourism*, 2004, 12 (6) : 461~479.
- [14] Fusch P I, Ness L R. Are we there yet? Data saturation in qualitative research [J] . *Qualitative Report*, 2015, 20 (9) : 1408~1416.
- [15] Gao J, Zhang C Z, Huang Z J. Chinese tourists’ views of nature and natural landscape interpretation : A generational perspective [J] . *Journal of Sustainable Tourism*, 2018,

- 26 (4) : 668~684.
- [16] Hytten K F. Dingo dualisms : Exploring the ambiguous identity of Australian dingoes [J] . *Australian Zoologist*, 2009, 35 (1) : 18~27.
- [17] Hytten K F, Burns G L. Deconstructing dingo management on Fraser Island, Queensland : The significance of social constructionism for effective wildlife management [J] . *Australasian Journal of Environmental Management*, 2007, 14 (1) : 48~62.
- [18] Kellert S R. Social and perceptual factors in endangered species management [J] . *The Journal of Wildlife Management*, 1985, 49 (2) : 528~536.
- [19] Knight J. The ready-to-view wild monkey : The convenience principle in Japanese wildlife tourism [J] . *Annals of Tourism Research*, 2010, 37 (3) : 732~744.
- [20] Krippendorff K. *Content Analysis : An Introduction to Its Methodology* [M] . 2nd ed. Thousand Oaks : SAGE, 2004.
- [21] Li F M S. Culture as a major determinant in tourism development of China [J] . *Current Issues in Tourism*, 2008, 11 (6) : 492~513.
- [22] Li J N, Yang D M, He L, et al. Psychological, physiological and behavioural responses of tourists to interactions with rhesus macaques at Zhangjiajie, China [J] . *Journal of Ecotourism*, 2012, 11 (3) : 202~206.
- [23] Macnaghten P, Urry J. Towards a sociology of nature [J] . *Sociology*, 1995, 29 (2) : 203~220.
- [24] Notzke C. Wild horse-based tourism as wildlife tourism : The wild horse as the other [J] . *Current Issues in Tourism*, 2016, 19 (12) : 1235~1259.
- [25] Orams M B. Feeding wildlife as a tourism attraction : A review of issues and impacts [J] . *Tourism Management*, 2002, 23 (3) : 281~293.
- [26] Patton M Q. *Qualitative Research & Evaluation Methods* [M] . 3rd ed. Thousand Oaks : SAGE, 2002 : 244.
- [27] Petersen Y Y. The Chinese landscape as a tourist attraction : Image and reality [M] //Lew A A, Yu L. *Tourism in China : Geographical, Political, and Economic Perspectives*. Boulder, CO : Westview Press, 1995 : 141~157.
- [28] Proctor J D. The social construction of nature : Relativist accusations, pragmatist and critical realist responses [J] . *Annals of the Association of American Geographers*, 1998, 88 (3) : 352~376.
- [29] Reynolds P C, Braithwaite D. Towards a conceptual framework for wildlife tourism [J] . *Tourism Management*, 2001, 22 (1) : 31~42.
- [30] Rodger K, Moore S A. Bringing science to wildlife tourism : The influence of managers' and scientists' perceptions [J] . *Journal of Ecotourism*, 2004, 3 (1) : 1~19.
- [31] Rodger K, Moore S A, Newsome D. Wildlife tourism, science and actor network

- theory [J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36 (4): 645~666.
- [32] Schütz A. *Collected papers I: The problem of social reality* [M]. The Hague: Martinus Nijhoff, 1962: 3~6.
- [33] Sofield T, Li S. Tourism governance and sustainable national development in China: A macro-level synthesis [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011, 19 (4~5): 501~534.
- [34] Williams R. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* [M]. New York: Oxford University Press, 2014.
- [35] Xu H G, Cui Q M, Ballantyne R, et al. Effective environmental interpretation at Chinese natural attractions: The need for an aesthetic approach [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2013, 21 (1): 117~133.
- [36] Xu H G, Cui Q M, Sofield T, et al. Attaining harmony: Understanding the relationship between ecotourism and protected areas in China [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2014, 22 (8): 1131~1150.
- [37] Xu H G, Ding P Y, Packer J. Tourism research in China: Understanding the unique cultural contexts and complexities [J]. *Current Issues in Tourism*, 2008, 11 (6): 473~491.
- [38] Ye W, Xue X M. The differences in ecotourism between China and the West [J]. *Current Issues in Tourism*, 2008, 11 (6): 567~586.
- [39] Zhao D X. The mandate of heaven and performance legitimation in historical and contemporary China [J]. *American Behavioral Scientist*, 2009, 53 (3): 416~433.
- [40] 池田知久. 中国思想史中“自然”的诞生 [M] // 沟口雄三, 小岛毅. 中国的思维世界. 孙歌, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 10~45.
- [41] 丛丽, 吴必虎, 李炯华. 国外野生动物旅游研究综述 [J]. 旅游学刊, 2012, 27 (5): 57~65.
- [42] 崔庆明, 徐红罡. 野象的迷思: 野象谷人一象冲突的社会建构分析 [J]. 旅游学刊, 2012, 27 (5): 49~56.
- [43] 高科. 国外野生动物旅游研究综述 [J]. 旅游科学, 2011, 25 (6): 75~92.
- [44] 沟口雄三. 《中国的思维世界》题解 [M] // 沟口雄三, 小岛毅. 中国的思维世界. 孙歌, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 3~9.
- [45] 沟口雄三. 中国的思想 [M]. 赵士林, 译. 北京: 中国财富出版社, 2012.
- [46] 韦伯. 学术与政治 [M]. 冯克利, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1998: 29.
- [47] 音乐水果. 人类 vs. 动物 孰轻孰重? [N]. 北京青年报, 2016-06-15.
- [48] 喻学才. 旅游文化研究 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2012.
- [49] 张鹏, 渡边邦夫. 日本‘猴灾’的形成与管理策略的研究进展——对中国的启迪 [J]. 兽类学报, 2009, 29 (1): 86~95.
- [50] 朱竑, 尹铎. 自然的社会建构: 西方人文地理学对自然的再认识 [J]. 地理科学, 2017, 37 (11): 1609~1616.

Rethinking the Social Construction of Nature in Ecotourism Research

CUI Qingming / XU Honggang

(School of Tourism Management, Sun Yat-sen University, Zhuhai 519082, China)

Abstract: Scientific knowledge is usually regarded as the basis for the management of natural environment and wildlife in ecotourism. However, recently social construction approach challenges the domination of natural science. This study aims at examining the effectiveness of social construction paradigm in ecotourism management, through conducting a content analysis of social media comments on an accident caused by a monkey in a Chinese ecotourism area, and exploring how Chinese people socially and culturally construct and response to the natural accident. The results show that people commented the accident from five aspects. First, the public expressed their compassion and mourning to the deceased. Second, people thought that the death was casual and absurd, life was full of uncertainty and we should cherish the present life. Third, people commented much on the deceased tourists' company, which is a famous sugar brand with many Chinese people's childhood memory. Fourth, people constructed the monkey as Monkey King, Golden Monkey (another famous sugar brand in China) and criminal. Fifth, people also expressed their explanation about the accident: caused by the mandate of heaven; caused by company competition; caused in conspiracy theory; and questioning the management. This study only seriously considers the comments about the mandate of heaven, in which, the accident was believed to happen under the mandate of heaven. This explanation is consistent with Chinese traditional construction of nature as "heaven". The heaven is believed as the dominance of nature and human. It has its own rules and orders to arrange people's entire life, which cannot be fully known by human, and thus cannot be changed or controlled by human beings. Therefore, most of people including the managers accepted the accident and did not explore further about the accident reasons. This construction inherits the enchantment of nature from pre-modern society, which attributes the causality to some supernatural power. In this case, social construction of nature does not benefit to effective ecotourism management.

Keywords: wildlife tourism; monkey; social construction; scientific knowledge; the mandate of heaven; enchantment