

# 大众旅游现象的发生学解释

## ——基于社会文化视角的探讨

董培海<sup>1</sup> 赵兴国<sup>1</sup> 李 伟<sup>2</sup>

(1. 保山学院经济管理学院 云南保山 678000;  
2. 云南大学国际学院 云南昆明 650091)

**摘要:** 现代性催生大众旅游, 奠定了旅游学术研究的基础, 对大众旅游现象的深度描述可以为解析旅游现象本质提供有效的支撑。在梳理国内外大众旅游研究相关成果的基础上, 本文从社会文化视角切入, 运用发生学回溯研究方法, 分别从旅游主体(旅游者)、旅游客体(吸引物)和旅游介体(旅游支撑要素)3个核心层面具体阐释大众旅游现象的产生和发展, 并将这3个要素与大众文化、浪漫主义以及现代性背景下所衍生的工作展示、怀旧意识等社会文化的变迁和影响联系在一起, 在还原的过程中寻找推动大众旅游发生、发展的主要因素, 以期进一步深化对大众旅游的理论认识。

**关键词:** 大众旅游; 发生学; 社会文化; 系统

[中图分类号] F59

Doi: 10.12054/lydk.bisu.140

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-3238(2020)04-0013-16

## 引言

对中外旅游现象发生和发展的历史稍加审视, 就可以发现若要将当今的“旅

[收稿日期] 2019-08-29; [修订日期] 2020-06-25

[基金项目] 本研究受云南省地方高校联合专项研究面上项目“连片特困民族地区旅游扶贫绩效评价及其提升机制研究——以怒江大峡谷为例”(项目编号: 2018FH001-100)、云南省哲学社会科学规划项目“大滇西旅游环线建设背景下的旅游品牌塑造研究”(项目编号: QN2019012)资助。

[作者简介] 董培海(1986—), 男, 云南昆明人, 博士研究生, 保山学院副教授, 研究方向: 旅游基础理论、旅游文化。E-mail: dpeih504@sina.com

赵兴国(1985—), 男, 云南保山人, 硕士, 保山学院副教授, 研究方向: 民族旅游、乡村旅游。

李 伟(1964—), 男, 河北石家庄人, 博士, 云南大学教授, 博士生导师, 研究方向: 旅游经济与旅游文化。通讯作者。

[引用格式] 董培海, 赵兴国, 李伟. 大众旅游现象的发生学解释——基于社会文化视角的探讨[J]. 旅游导刊, 2020(4): 13~28. [DONG Peihai, ZHAO Xingguo, LI Wei. A Genetic Explanation of Mass Tourism: A Socio-cultural Perspective[J]. *Tourism and Hospitality Prospects*, 2020(4): 13~28.]

游”与之前诸多旅游形式区别开来，“大众”这一前缀是不可或缺的。旅游尤其是大众旅游，是现代社会才有的现象，它是人类历史上唯一一种规模巨大而又充满和平内涵的跨越文化边界的活动（理查德·沙普利，2016：57）。如果没有现代社会庞大和复杂的“产业”保证着人们成为旅游者，旅游也不可能成为当今社会的一种普及性活动。大众旅游通过产业化和制度化的安排，满足了现代人对美好生活的追求和想象，成为一种全球性的愿景和深刻影响人们生产、生活的重要变量。毫无疑问，大众旅游已经成为旅游研究中一种宏大和值得关注的现象和事实。进入20世纪60、70年代后，旅游成为全球化进程中不可逆的力量之一，构成了一种社会学家们关注的“社会事实”，而学者对大众旅游现象的关注也成了旅游社会学研究获得合理性和合法性的关键。现代性催生了大众旅游，奠定了旅游学科和旅游研究的基础（刘录护、左冰，2017）。然而，分析国外相关研究所积累的成果可以发现，大众旅游研究一直充满着“悲剧”的色彩，以Poon、Buckley等为代表的具有地理学、经济学和环境科学知识背景的学者从宏观产业层面关注大众旅游，并集中探讨了大众旅游带来的旅游活动组织无序化、社区发展不平衡以及环境破坏等消极影响，强调大众旅游亟待被新的旅游形式代替，如替代旅游（alternative tourism）、生态旅游（ecotourism）、软旅游（soft tourism）、负责任旅游（responsible tourism）、志愿者旅游（volunteer tourism）、善行旅游（good tourism）等。以Boorstin、Cohen、Graburn等为代表的社会学和人类学学者则从微观层面剖析大众旅游的局限性，认为大众旅游往往与肤浅、低俗、狂热和无约束相联系。然而，正如Nash（1996）强调的：

“正是鉴于大众旅游涉及的人口数量上的绝对规模优势，研究者们倾向于将大众旅游看作所有旅游形式的模具（as a model for all tourism）。”旅游各相关分支学科的知识谱系构建，也多以大众旅游为前提。与此同时，虽然研究者们都在强调要重新寻找大众旅游的替代形式，却又鲜有学者对大众旅游现象本身进行清晰的研究和探讨（Mustonen，2006）。在国内外相关研究成果中，也有学者关注大众旅游的起源问题。其中，部分学者从现代性语境来解构大众旅游现象的发生和发展（王宁，1999；周宪，2008；胡里奥·阿兰贝里，2014；刘英、隋亚男，2015），然而，受限于现代性分析范式的宏大叙事特征，其以一种固定不变的逻辑、普遍有效的原则来阐释世界，使得这种解构过于宏观，论及大众旅游时学者通常诉诸“逃离”（avoid）、“再造”（recreate）、“好恶交织”等。更多来自经济学、地理学、管理学等旅游研究分支学科的研究者则聚焦于大众旅游的人口特征，对大众旅游的源起往往溯及社会中产阶级壮大、生产力提高、交通技术进步、假日制度改革以及由托马斯·库克推动的产业化因素等（王大悟、

魏小安, 2000; 李天元, 2009)。但是, 人口数量只是大众旅游的表象特征, 过度强调大众旅游的人口特征无疑是简单而粗暴的, 究竟多少或多大规模的人口数量才能称为大众旅游是很难论判的。人口数量本身并不能为大众旅游提供一种衡量和描述的尺度, 更无益于增进对大众旅游现象的认识和研究(董培海、李庆雷、李伟, 2019)。

发生学起源于生命科学, 最早是用来分析胚胎发生、发育的理论。皮亚杰将发生学理论运用于心理学研究之后, 发生学方法被广泛运用到社会科学的研究中。自20世纪80年代皮亚杰《发生认识论理论》被译介以来, 发生学的研究方法在国内历史学(张乃和, 2007)、法学(王海军, 2010)、文化学(朱炳祥, 1999)、哲学(俞吾金, 1986; 张扬, 1988)以及旅游学的研究中被广泛借鉴(白凯, 2007; 刘军胜、马耀峰, 2017)。凡是时空之内存在的事物都涉及发生学的问题(张乃和, 2007)。发生学研究立足于结构分析, 并不满足于“其然”, 而更加强调对“所以然”问题的探讨。通过对构成结构的各要素和条件不同时期的形成及其相互作用过程的关注, 发生学研究以“回溯”的方式实现历史与逻辑的统一。因此, 区别于起源研究的实证主义与经验主义方法, 发生学方法从静态的现象描述转向动态的历史分析, 从注重外在形式要素的研究转向注重整体内容与功能的研究, 从对主客体相互作用的结果研究转向对主客体相互作用的过程研究, 从对事件与现象的历史性研究转向对观念与认识的逻辑性研究。通过探究认识的结构生成把握主客体的相互作用及其内在的本质与规律, 发生学方法解决了起源研究忽略主体性、只注重事件形式而不注重功能的问题(汪晓云, 2005), 能够为深入探讨和揭示大众旅游现象起源和发展特征提供一种有效的视角和支撑。本研究尝试采用发生学方法从社会文化视角切入, 通过综合梳理国内外大众旅游研究的相关成果, 结合旅游系统的结构, 分别从构成大众旅游的旅游主体(旅游者)、旅游客体(吸引物)和旅游介体(旅游支撑要素)3个核心层面来具体阐释大众旅游现象的产生及发展, 以期进一步深化对大众旅游的认识。

### 一、发生学视角下的大众旅游及其源起

在现有的研究成果中, 相较于“旅游”的多义性, 学界对于大众旅游现象有更具体和统一的认识。Boorstin (1962) 是较早关注大众旅游现象的学者之一, 他将大众旅游(the mass)看作旅游部门组织(governed by the agents of tourism)的一种消费形式, 在大众旅游中, 旅游者与景观之间处于一种隔离状

态。沿袭 Boorstin 的思路, Poon (1993) 将大众旅游定义为“是以固定的价格、标准化的服务、大批量销售给大众顾客的包价旅游, 以大众化 (mass)、标准化 (standardized)、包价 (packaged) 为特征”。Poon 关于大众旅游的定义也一直被国内外学界引以为绳墨 (张凌云, 2002; Aniculaese, 2013)。研究者们普遍强调大众旅游现象的特质包括: (1) 人口规模。大众旅游不同于特定阶层享有的旅游形式, 涉及规模庞大的人口 (Nash, 1996; 王兴斌, 2010)。(2) 世俗化的旅游动机。大众旅游以观光、休闲、审美和愉悦为特征, 追求世俗的享受, 区别于因求知、求超越而具有神圣意义的精英旅游 (elite travel) (瓦伦·L. 史密斯, 2002; 胡里奥·阿兰贝里, 2014)。(3) 技术的进步。在具有经济学和地理学学科背景知识的旅游研究者看来, 技术尤其是交通技术的发展为大众旅游发展提供了重要契机 (李天元, 2009)。(4) 组织形式的规模化和产业化。通过打包 (packaged) 和组织 (organized) 的方式, 大众旅游以低廉的价格面向消费者, 因而得以保证规模的不断扩大 (理查德·沙普利, 2016: 106~108)。

相较于大众旅游活动本身, 研究者们对这一现象源起的认识则存在诸多分歧。在时间上, Poon (1993) 认为大众旅游起源于 20 世纪 60 年代到 80 年代, Boissevain (2004) 认为大众旅游起源于 20 世纪 60 年代的工业化国家, 格雷本认为大众旅游起源于第一次世界大战后 (纳尔逊·格雷本, 2009: 83), 理查德·沙普利 (2016: 29) 认为大众旅游出现于 20 世纪晚期, 厄里则认为大众旅游起源于 19 世纪的欧洲 (约翰·厄里, 2009: 25~30), 观点莫衷一是。在形式上, 理查德·沙普利 (2016) 和约翰·厄里 (2009) 认为大众旅游发端于英国的温泉疗养和海滨度假地, 纳尔逊·格雷本 (2009: 335) 认为大众旅游起源于“大游学” (the Grand Tour), 科恩 (2007) 认为大众旅游起源于朝圣 (pilgrim) 行为。

发生学研究的对象是既存的事物, 这些事物已经经历了产生和变化的过程。发生学观点认为事物并不存在绝对的开端与起源, 主张用过程分析的方法去探明事物形成和发展的规律, 在认识事物现有构成要素及其存在与发展的主要条件的基础上, 追溯这些要素和条件的起源与相互作用过程。正如皮亚杰 (1984) 强调的: “不存在没有构造过程的结构, 无论是抽象的构造过程或是发生学的构造过程。”作为一种以分析自然和社会现象的起源和发展过程为基础的研究方法, 发生学溯源研究的前提是对研究对象的结构把握, 只有将认知现象从其初始状态中分离出来, 才能进而探究其过程及趋势 (王海军, 2010)。从 20 世纪 70 年代开始, 伴随着大众旅游的蓬勃发展, 为了深入描述这一现象, 西方学者引入了“系统”的概念, 通过建立旅游系统模型, 搭建旅游研究框架, 并



将其作为全面理解、整体把握旅游的入门钥匙（王家骏，1999）。Gunn 和 Var（2002）最早从结构-功能分析的角度提出了旅游功能系统的概念（functional tourism system），明确指出供给与需求间的匹配关系是实现旅游系统功能的基础。Leiper（1979）将 Gunn 的旅游功能系统投射到地理空间上，抓住旅游者空间移动的特征，将旅游视为客源地与目的地及旅游通道相连的空间系统。以上学者的研究吸引了大批追随者（Mill，1985；吴必虎，1998）。虽然国内外不同学科背景的研究者出于不同研究目的，从不同角度提出了各自的旅游系统模型（李文亮、翁瑾、杨开忠，2005），但是，几乎所有的研究者都强调了旅游者和旅游吸引物这两大要素的核心地位。学者们统一将旅游者视为旅游系统的主体，旅游系统最重要、最根本的功能是满足旅游者的需求，整个旅游系统的存在依赖于旅游需求的存在（Leiper，1979）；而旅游吸引物又构成旅游的核心，没有旅游吸引物实质上就没有旅游（王宁、刘丹萍、马凌，2008：10）。争议主要源于旅游支撑系统（或旅游媒介）本身，不同研究者通常会溯及交通、服务、营销等各个方面。本文沿袭发生学“回溯”的认识方式，化繁为简，将现代大众旅游还原至其初始状态，分别从旅游者、旅游吸引物和旅游支撑系统的角度来考察大众旅游的发生及发展，为大众旅游现象认识的深化提供一种可靠路径。

## 二、旅游者系统的确立与大众旅游

### 1. 重新发现的“人”：大众旅游者主体地位的确立

规模庞大的人口数量特征无疑是现代大众旅游最为显性的一种表达，而现代旅游群体的规模扩张与现代性背景下“人”的主体性地位的确立有千丝万缕的联系。大众旅游作为一种文化现象，其产生和发展是人们看待其居住地以外世界的态度发生根本性转变的结果。文艺复兴和启蒙运动带来了“人”的发现，其在哲学上表征为人的“自我”主体性方式的确立，同时也意味着作为人的主体性的认知对象得以被建构出来。现代性的祛魅改变了中世纪人们固有的以“神”为本的精神面貌，“发现世界和发现人”成为人类活动的旨趣，旅游因而成为人们求知、探险、贸易、殖民和传教的重要方式（王永忠，2004）。正如马克思和恩格斯（1972）指出的：“在文艺复兴时期，差不多没有一个著名的人物不曾做过长途旅行，不会说四五种语言，不在几个专业上放射出光芒。”现代性对人的主体性地位的解放，则进一步激发了人们探索和改变世界的欲望，为大众旅游的发展奠定了思想基础。进入19世纪，伴随着工业革命的深入，现代性在催生了巨大物质财富的同时，也给人们带来了焦虑、孤独、空寂和无家可归，

人被置身于一个充满不确定性的全面异化的机械世界和技术世界中。日常生活世界被切割并被压缩到背景世界之中，内在于生活世界的自在价值和意义世界也随之被埋葬了（衣俊卿，2005）。现代性带来的价值理想的虚无和人生无意义感使得作为主体的人消失了（于尔根·哈贝马斯、马泰·卡林内斯库、汉斯·罗伯特·尧斯等，2006）。在这样的背景下，恰恰是旅游成为人们离开惯常环境到异域寻找精神寄托的“乌托邦冲动”，成为一种现代性焦虑下的精神释放。旅游表现出人类摆脱生存困境、追求自由、回归本真的愿望。日常生活的单调乏味以及时空阈限的狭隘封闭，在束缚人类崇尚身心自由本性的同时，也孕育了旅游的动机，引发了大众旅游的热潮（郭伟峰，2013）。

## 2. 从神圣到世俗：大众旅游者诉求的变化

现代性带来的人本主义的赏酬，不仅激发了人们探索未知世界的欲望和动机，为旅游者在数量上的扩张提供了前所未有的动力，也推动了大众文化的流行。工业化社会技术理性的发展，在使个体自身得到进步的同时，也剔除了个人对艺术作品的冥思苦想，抹平了现实艺术与真实生活之间的距离，使艺术丧失了精神上的超越性而成为大众文化（王青，2013）。这种以技术性、娱乐性、复制性、媚俗性为特征的文化，偏重感性愉悦，不以提供对世界的理性反思为目的，自觉或不自觉地远离精英文化的批判性意蕴，将生产快乐作为主要原则（王一川，2004）。在此背景下，旅游寻求知识、增长阅历的神圣意义不断弱化，而其审美、愉悦、彰显社会身份地位的世俗意义却伴随着现代性的扩张而不断被强化。根本性的变革发生于19世纪尼采宣称的“上帝已死”的时代，以工业技术生产的标准化、复制化、商业化为特征的大众文化成为现代社会不可避免的现象。在19世纪初，源于法语的“travail”一词被“tour”取代，《简明牛津英语词典》于1800年首次发布了“tourist”一词后，“旅游”（tour）开始被用以特指以愉悦或文化为目的的旅行（约翰·特赖布，2016）。风行于16世纪至19世纪欧洲贵族子弟中的“大游学”，在19世纪开始被新兴中产阶层效仿，并融入越来越多的愉悦和彰显身份的世俗动机。历史学家Boorstin敏锐地觉察到这种变化，他指出：大众（the mass）旅游的兴起伴随着旅行艺术的衰落（the lost of travel art），旅行者（traveler）是积极投身工作的人（an active man at work），而旅游者（tourist）则是追求娱乐和观光的人（a person makes a pleasure trip）（Boorstin, 1962: 85~86）。一方面，大众文化对感性欲望的刺激提高了人的生活质量，促使人们从神圣的政治、宗教世界中解放出来；另一方面，大众文化又使人们堕入世俗，以阿多诺、霍克海默等为代表的法兰克福学派的思想家们形象地将其称为“文化工业”，本雅明（1993）将大众文化时代称为“机械

复制的时代”，马泰·卡林内斯库（2002）提出“媚俗艺术是作为中产阶级趣味及其特有的闲暇享乐主义的表现而出现的”。大众文化带来的休闲主义与时尚美学的流行，使快乐哲学和快活主义大行其道，它基本不作思想的深度追究，也不求精神空间的开拓、心灵的触动与顿悟，而是将自身指向个体的身体，强调当下的快感体验和欲望释放。以快乐为支撑的大众文化不再执迷于观念和思想，而是致力于制造一种身体幻象（傅守祥，2006）。人们的旅游审美需求也开始不再超脱，逐步远离静观和无功利特征，趋向以休闲为中心的体验和参与（苏北春，2008）。旅游走向全民化、普及化和生活化，褪下获取知识、陶冶性情、实现价值的神圣外衣，转向放松身心、怀乡念亲，追求欢娱的世俗体验（陶东风，2002）。人们不再追求休闲的深情价值，而是在消费中直接体验世俗情调。休闲成为大众文化之符号消费的一种，越来越多的人参与到旅游象征性消费的符号大军中，通过旅游彰显身份和地位，对于旅游吸引物本身的真实性的追求也越来越多地被存在的真实（*existential authenticity*）和自我的真实（*self-authenticity*）取代。与此同时，消费文化的蓬勃发展使休闲的世俗热情无限膨胀，仿佛一切生活方式都可以披上休闲的外衣而显得温情脉脉（韩丽峰，2007）。旅游愈发趋向与工作和生活相融合，成为一种普及化和常态化的生活方式。任何一个人人都成了潜在的旅游者，而任何一个地方都成了潜在的旅游目的地，旅游成大众生活的一个代名词。

### 三、旅游吸引物系统的建构与大众旅游

旅游源自人们对神圣之物的尊崇与朝拜活动，这种神圣之物就是旅游吸引物（约翰·厄里，2009：6），大众旅游的主要目的就是参观旅游吸引物（王宁、刘丹萍、马凌，2008：51）。要考量大众旅游的发生与发展，就必然要对支撑大众旅游活动的“吸引物”本身进行剖析。回溯整个漫长的人类旅游（行）史可以发现，大众旅游的盛行与旅游吸引物边界的扩张基本上是同步展开的，而这一过程与18世纪浪漫主义运动催生的风景观光以及19世纪以来现代性背景下衍生的工作展示、怀旧意识之间有着千丝万缕的联系。

#### 1. 风景观光与旅游吸引物

在Boorstin（1962）看来，“大众旅游者是那些借助大众媒介的宣传和产业的组织，开展定点的拍照、娱乐、观光和消费的一群人”。观光是对社会差异化举行的一场仪式。观光是一种超越现代完整性的集体抗争，是一种企图克服现代性断裂的方式，是一种将破碎整合为一体的方法（麦肯奈尔，2008：

14~15)。但是,早期的旅游与观光(sightseeing)之间并不存在绝对的关联,旅游(travel)最先被称为一门艺术(as an art),并被精英所实践。风景观光画(picturesque tours)出现的历史最早也只能追溯至18世纪70年代以后的英格兰和苏格兰。Adler(1989)在追溯整个旅游的源起时发现,在16、17世纪以前,观光在旅游中的作用微乎其微,是欧洲社会文化变迁带来的“想象的视觉化”(the visualization of perception)成就了观光旅游的发展,而萌发于18世纪初的浪漫主义运动起到了推波助澜的作用。秉持着对人性的关爱和对感情的推崇,以对理性反思和对文明批判的方式,浪漫主义运动以“回归自然”“古希腊向往”“贵族式的自我放逐”以及追求“无限与永恒的诗歌”等姿态去达成对启蒙进行批判的立场(李正义,2016)。在这种文化思潮的影响下,人们开始诅咒工业文明带来的环境污染和破坏,厌恶城市文明和科学主义带来的庸俗生活,而对大自然的美好和乡村淳朴风俗大加赞扬(蓝仁哲,2003)。各种自然风光成为了旅游者凝视的对象,曾经令人恐惧并视为怪异和丑陋的山岳景观得到了旅游者的青睐(理查德·沙普利,2016:60)。曾被认为险恶的大海,也被看成充满浪漫情怀,而海水浴更是被认为具有疗养和健身的效果。昔日被认为恶魔和盗匪藏身地的森林,也成为充满魅力的吸引物(王宁、刘丹萍、马凌,2008:169~170)。在旅游研究中,旅游社会学者约翰·厄里(2009:201~202)、理查德·沙普利(2016:60~61)、王宁(2008)等也都一致强调了这种文化思潮对于观光旅游的影响。进入19世纪中后期,在现代性的推动下,旅游吸引物在全球范围内急剧扩张,各种自然的、历史的甚至是和工作有关的内容与要素都成为旅游者凝视的对象。

## 2. 工作展示与旅游吸引物

以工业化和城市化为表征的现代性,其最伟大的成就之一就是创造了工作神话(a mythology of work),将劳动转化为文化产品,工作由此被展示,而旅游者则通过参观那些被展示的别人的工作而表明他们正在休闲。麦肯奈尔(2008:61~85)将这一现象称为“被异化的休闲”,工业社会以让工作场所理性化和非文化化(rationalization and deculturalization)为手段,使人被束缚于工作之上,将工作和工作的关系博物馆化(麦肯奈尔,2008:38~39)。职业成为受欢迎的景观,工作变成一种生产审美。工作展示生动地表现了职业的巨大区别,同时又将各阶层的劳动者整合于特定表演场景中。作为旅游者的“工人”借此机会可以俯视同行,甚至那些工作地位更高的人,从而获得道德优越感(moral superiority)(麦肯奈尔,2008:67~68)。在此背景下,“工作成为了最有魅力的景观,即使是在最偏远的地方,旅游者也能超越国界而达成神奇的共识,



他们清晰地知道最重要的吸引物是什么”（麦肯奈尔，2008：45）。于是，在19世纪与20世纪之交大众旅游刚刚兴起的巴黎，最具吸引力的并不是那些奢侈品或巴黎独有的物品，而是现代社会运转不可或缺的工作展示，游客被带领游览下水道、陈尸所、屠宰场、烟草工厂等（麦肯奈尔，2008：61~85）。19世纪后半叶，商店开始像工厂一样组织化，销售成为一种产业的过程，而商店像剧场一样演出。在欧洲，百货商店成为空间常设的博物馆，各大城市竞相举办的博览会成为重要的旅游吸引物（山下晋司，2012：13~14）。

### 3. 怀旧意识与旅游吸引物

现代性催生的生活节奏的加快使得人们的生活压力空前加剧，技术分工带来了工作性质的程式化，大量标准化生产的人造物和机器制品成为人类的重要组成部分。社会和科技的高速发展产生了有史以来规模最大的社会和文化变迁（安东尼·吉登斯，2000）。在此背景下，人们对于现代性带来的精神危机的逃避通过对“非现代”旅游景观的体验而得以实现。那些代表过去的（历史）、自然的（生态）、本真的（民族）、田园牧歌的（乡村）价值被重新发现和确认，并促使人们不断在怀旧中寻找在现代性条件下丧失的意义（董培海、李伟，2013）。在怀旧意识的作用下，各种历史的、民族的、地方的、生态的元素成为对大众旅游者极具号召力的旅游吸引物。旅游吸引物的边界被不断打破和重构，其结果正如麦肯奈尔（2008：2，190）所言：“旅游吸引物是一种无计划的结构种类，现代性成就了这种分类”，“一个地方在多大程度上可以将它的社会、历史和自然因素转化为旅游吸引物似乎没有上限”。旅游吸引物的扩张，为大众旅游现象的发生与繁荣奠定了坚实的基础。

## 四、旅游支撑系统的发展与大众旅游

### 1. 旅游技术的发展与大众旅游

在旅游经济学和旅游地理学等旅游研究的主流分支学科中，学者对大众旅游发展的溯源往往归结于旅游交通技术进步及其带来的人口流动性的增强。1841年库克组织的火车旅行和1959年喷气式飞机的出现带来的交通便捷化和费用的低廉化，被视为现代大众旅游发展的标志性事件。事实上，技术进步对大众旅游的发展还体现为更加深远的社会和文化影响，这一点往往被旅游研究的主流学科忽略。火车和飞机的出现使得人们能移动的距离大幅增长，这些大众运输形式使现代模式的群体旅行蔓延到世界上任何地方，眼光向着更为遥远的地方延伸，能够产生吸引力的事物和现象都被纳入旅游者观光、娱乐的范围，

为旅游吸引物在全球范围内的扩张创造了可能。汽车尤其是私家车的出现使旅游者可以自由选择时间和地点去旅行，而不必拘泥于固定线路和时刻表，它允许人们以小团体的家庭甚至是个人的形式去旅游，赋予了大众旅游空间上的灵活性（纳尔逊·格雷本，2009：337~338）。

媒介传播技术进步带来的影响同样不容小觑，大众旅游兴起的一个重要背景就在于媒体对景观的预先建构和收集（杨慧，2005）。在旅游开始之前，媒体已经完成了对旅游者的规训，规定了他们对景观的期待和满足感，尔后的旅游不过是这一规训的实践而已（周宪，2008）。在大众文化和现代传播技术的影响下，旅游经由媒体宣传转而形成某种公共压力，这种公共压力进而内化为公众关于旅游的种种现代观念，形成旅游对公众的外在诱惑。信息技术的进步使旅游者可以方便地接触到世界上每一个目的地的信息和图像，而媒体对别种文化、其他人群、异域空间的呈现，不管是无意的，还是以特定的电视节目、新闻报道的专题文章出现，都用其密集轰炸之势而使得“神游”成为现实（理查德·沙普利，2016：72~77）。摄影技术的发展更是发挥了推波助澜的作用，通过照相机投出的视线，被摄影对象固化于照片之上，并通过传播产生了无数追随该旅游形象的游客。照片创造了视觉形象的人间乐园（山下晋司，2012：55~59）。一方面，通过拍照，旅游者不仅对景点进行消费，同时参与了旅游景观的再生产，在不同旅游者个性化的筛选过程中，旅游吸引物已不再局限于特定的事物和对象；另一方面，“照片”还赋予了旅游“我曾到过”的意义，使无形的旅游体验可视化。摄影技术和印刷技术强大的复制能力，起到了促进风景名胜旅游大众化的作用，这一媒介赋予人们对没去过的地方有一种想象的被照片所截取的美，推动更多旅游者踏上“翻遍世界寻找美”的征程（山下晋司，2012：36~43），在重塑现代旅游世俗意义的同时，将旅游发展推向了一个更为流行的符号经济时代。

## 2. 旅游活动的制度化与大众旅游

在科恩（2007）看来，大众旅游是被制度化了的（institutionalized），在旅行社和饭店连锁集团的精心安排下，旅游者被打包出售（sold as a package）。因此，要考证大众旅游的源起与发展就不得不溯及其产业化和组织化的特征。一方面，通过产业化的组织，旅游者身处“环境泡”（environmental bubble）中，得以从一个自己熟悉的环境去观察和体验他者的文化和社会。旅游者的一切活动都被事先精心安排好，借助于这种制度化的安排，现代大众旅游得以实现批量生产与复制，从而实现规模扩张，使旅游的大众消费成为可能。通过库克的开创性工作，参与旅游的人数飞速增长，妇女、儿童得以加入旅游大军，那些

原属于富裕阶层和上流社会的旅游方式被其他阶层模仿。另一方面,大众旅游活动的制度化也带来了旅游组织形式的变化,流水线式的福特制推动社会经济由生产定向转为消费定向。以多元、灵活、差异和不确定性为核心的个体伦理开始越来越多地占据公共空间,从追求宏大叙事到关注多元话语差异表达嬗变(盖琪,2014)。人们不再对精神、价值或终极关怀、真理、至善之美的超越价值感兴趣,而沉浸于商品消费中。作为一种重要的逃离手段,旅游的符号价值和消费的象征性意义也被放大。“人们在假日里寻找的不过是一组摄影图片,而这些早已经在旅游公司的旅游宣传手册或电视节目中看过,一旦游客踏上旅程,他就开始亲自搜寻并捕捉那些早已存在的图像,并把它们变成自我的一部分,旅游者成了符号学家,它们阅读景观,从中寻找某种预设好的出自各种旅行和旅游话语的概念或标志”(约翰·厄里,2009:18~21)。在旅游制度化的安排中,一旦条件具备,每个人都可以加入现代旅游的符号大军中,并寻找到专属于自己的体验和文化意义。

当然,对于大众旅游的这种制度化特征,旅游人类学和旅游社会学学者存在批判性观点。日本学者葛野浩昭讽刺说:“现代观光旅行就像是囚犯的活动一样,好比具有同样的机动性和自由的囚犯,在被别人走了千百遍、已经磨出印记的单人牢房里四处行走”(山下晋司,2012:170)。Graburn(1983)将现代大众旅游指责为肤浅行为,认为它是对朝圣行为的倒行逆施。社会学家Horne则将大众旅游描述为一种现代朝圣,游客手中的导游手册就是他们虔诚的祈祷词,真正重要的是人们被告知他们自己正在看些什么,物体的名气成了它的意义,因此,大众旅游也就有了一个仪式性的日程,包括安排了游客应该看什么,甚至有时还规定了这些事物被观看的秩序(王宁、刘丹萍、马凌,2008:160)。

## 结语

自20世纪90年代以来,国内旅游学界对旅游的源起问题进行了大量的学术考察,祭祀说、迁移说、贸易说、市场经济说等各种理论学说各执一词,众说纷纭。然而,站在发生学的立场,任何事情的发生都没有绝对的开端,以事件的发生作为源起,必然导致源起的绝对化,并且无法解释知识结构的生成机制(汪晓云,2005)。旅游从来就不是一种均质的现象,试图以囊括一切的方式来概括旅游的发生与发展终将陷入挂一漏万的误区。如果从更加宽泛的文化活动意义上来审视旅游,可以发现,在不同时期、不同社会和文化背景下,旅

游现象往往呈现出一定的差异性。大众旅游并非无根之木、无源之水，而是历史演变的一种结果。自 20 世纪 70 年代批判范式兴起以来，具有经济学、地理学和管理学知识背景的研究者在溯及大众旅游时往往陷入简单批判和反思陷阱而未能就这种现象本身进行深入洞察，相较而言，具有社会学和人类学背景的研究者虽然做了大量工作，但还是深陷于麦肯奈尔开辟的旅游“现代性”分析范式而不能自拔。

从系统发展的意义来看，了解了一个事物的源起，也就了解了该事物的本质及其趋向（刘英、隋亚男，2015）。讨论大众旅游的发生与发展终不可能脱离现代性的研究语境，然而对大众旅游的讨论也不能完全囿于现代性以“逃离”“再造”和“好恶交织”为特征的宏大叙事。剥开纷繁复杂的大众旅游外衣，旅游者、旅游吸引物和旅游支撑系统是其不可或缺的要害。就三者的关系而言，旅游支撑系统本身仅是为大众旅游的规模扩张提供一种前提和保障，将大众旅游的源起与发展诉诸生产力提高、交通技术进步和假日制度改革等无疑是简单而粗暴的。从更为深层的意义来看，正是现代性推动的社会文化变迁为旅游吸引物的建构提供了无限可能和前所未有的活力，旅游吸引物才是核心所在。但旅游吸引物总是相对于特定“旅游者”而言的，离开旅游者的凝视与体验，任何一种存在均不能称为旅游吸引物。以此来看，旅游者的产生及其需求的变化才是旅游吸引物建构同时也是理解大众旅游的关键，三者环环相扣构成理解大众旅游的“密钥”。

通过发生学理论与方法的引入，本文从旅游者、旅游吸引物和旅游支撑系统的微观视角来探讨大众旅游的发生与发展；将这“三个要素”的考察与大众文化、浪漫主义以及现代性背景下所衍生的工作展示、怀旧意识等社会文化的变迁和影响联系在一起；以条分缕析的方式，在还原的过程中找到推动大众旅游发生、发展的主要因素。相关讨论有益于进一步深化对大众旅游的理论认识。

#### 参考文献：

- [1] Adler J. Origins of sightseeing [J]. *Annals of Tourism Research*, 1989, 16 (1): 7~29.
- [2] Aniculaese O. Leisure traveling for 21st century Americans : Mass tourism as a cultural trap [J]. *Leisure Traveling*, 2013 (2): 30~39.
- [3] Boissevain J, Selwyn T. *Contesting the Foreshore : Tourism, Society, and Politics on the Coast* [M]. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2004.
- [4] Boorstin D. *The Image : A Guide to Pseudo-Events in America* [M]. New York :



- Atheneum, 1962.
- [ 5 ] Graburn N H H. The anthropology of tourism [ J ] . *Annals of Tourism Research*, 1983, 10 ( 1 ) : 9~33.
- [ 6 ] Gunn C A, Var T. *Tourism Planning : Basics, Concepts, Cases* [ M ] . 4th ed. New York : Routledge, 2002.
- [ 7 ] Leiper N. The framework of tourism : Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry [ J ] . *Annals of Tourism Research*, 1979, 6 ( 4 ) : 390~407.
- [ 8 ] Mill R C. Morrison A M. *The Tourism System* [ M ] . Englewood Cliffs, N J : Prentice-Hall, 1985.
- [ 9 ] Mustonen P. Volunteer tourism : Postmodern pilgrimage [ J ] . *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2006, 3 ( 3 ) : 160~177.
- [ 10 ] Nash D. *Anthropology of Tourism* [ M ] . New York : Pergamon, 1996.
- [ 11 ] Poon A. *Tourism, Technology and Competitive Strategies* [ M ] . Wallingford : CABI, 1993.
- [ 12 ] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果 [ M ] . 田禾, 译. 上海 : 译林出版社, 2000.
- [ 13 ] 白凯. 基于发生学的中国入境旅游者行为研究 [ D ] . 西安 : 陕西师范大学, 2007 : 37.
- [ 14 ] 本雅明. 机械复制时代的艺术作品 [ M ] . 王才勇, 译. 杭州 : 浙江摄影出版社, 1993.
- [ 15 ] 董培海, 李庆雷, 李伟. 大众旅游现象研究综述与诠释 [ J ] . 旅游学刊, 2019, 34 ( 6 ) : 135~144.
- [ 16 ] 董培海, 李伟. 旅游、现代性与怀旧——旅游社会学的理论探索 [ J ] . 旅游学刊, 2013, 28 ( 4 ) : 111~120.
- [ 17 ] 傅守祥. 欢乐之诱与悲剧之思——消费时代大众文化的审美之维刍议 [ J ] . 哲学研究, 2006 ( 2 ) : 85~91.
- [ 18 ] 盖琪. 后福特主义时代的话语表达机制 [ J ] . 探索与争鸣, 2014 ( 7 ) : 14~15.
- [ 19 ] 郭伟峰. 旅游现象的文化思考 [ M ] . 北京 : 旅游教育出版社, 2013.
- [ 20 ] 韩丽峰. 论休闲文化的世俗性及其超越 [ J ] . 杭州师范学院学报 ( 社会科学版 ), 2007, 29 ( 2 ) : 80~84.
- [ 21 ] 胡里奥·阿兰贝里. 现代大众旅游 [ M ] . 谢彦君, 译. 北京 : 旅游教育出版社, 2014.
- [ 22 ] 科恩. 旅游社会学纵论 [ M ] . 巫宁, 马聪玲, 陈立平, 译. 天津 : 南开大学出版社, 2007.
- [ 23 ] 蓝仁哲. 浪漫主义·大自然·生态批评 [ J ] . 四川外语学院学报, 2003, 19 ( 5 ) : 3~8.

- [24] 理查德·沙普利. 旅游社会学[M]. 谢彦君, 孙佼佼, 郭英, 译. 北京: 商务印书馆, 2016.
- [25] 李天元. 旅游学概论[M]. 第6版. 天津: 南开大学出版社, 2009.
- [26] 李文亮, 翁瑾, 杨开忠. 旅游系统模型比较研究[J]. 旅游学刊, 2005, 20(2): 20~24.
- [27] 李正义. 浪漫主义: 现代性批判的序曲[J]. 东岳论丛, 2016, 37(7): 33~38.
- [28] 刘军胜, 马耀峰. 基于发生学与系统论的旅游流与目的地供需耦合成长演化与驱动机制研究——以西安市为例[J]. 地理研究, 2017, 36(8): 1583~1600.
- [29] 刘录护, 左冰. 重塑现代性, 开启旅游研究回归范式[J]. 旅游学刊, 2017, 32(6): 38~52.
- [30] 刘英, 隋亚男. 解构“流放”神话: 美国现代主义旅行与大众旅游[J]. 国外社会科学, 2015, 2(5): 95~101.
- [31] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第三卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 1972.
- [32] 马泰·卡林内斯库. 现代性的五副面孔[M]. 顾受彬, 李瑞华, 译. 北京: 商务印书馆, 2002.
- [33] 麦肯奈尔. 旅游者: 休闲阶层新论[M]. 张晓萍, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008.
- [34] 纳尔逊·格雷本. 人类学与旅游时代[M]. 赵红梅, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009.
- [35] 皮亚杰. 结构主义[M]. 倪连生, 王琳, 译. 北京: 商务印书馆, 1984.
- [36] 山下晋司. 旅游文化学[M]. 孙洁, 伍乐平, 译. 昆明: 云南大学出版社, 2012.
- [37] 苏北春. 快乐哲学与休闲体验: 消费时代的旅游审美文化[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2008(4): 136~141.
- [38] 陶东风. 日常生活的审美化与文化研究的兴起——兼论文艺学的学科反思[J]. 浙江社会科学, 2002(1): 165~171.
- [39] 瓦伦·L. 史密斯. 东道主与游客——旅游人类学研究[M]. 张晓萍, 何昌邑, 译. 昆明: 云南大学出版社, 2002.
- [40] 王大悟, 魏小安. 新编旅游经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [41] 王海军. 发生学方法与中国法制史的研究[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2010, 16(6): 64~68.
- [42] 王家骏. 旅游系统模型: 整体理解旅游的钥匙[J]. 无锡教育学院学报, 1999(1): 66~69.
- [43] 王宁. 旅游、现代性与“好恶交织”——旅游社会学的理论探索[J]. 社会学研究, 1999(6): 93~102.

- [44] 王宁, 刘丹萍, 马凌. 旅游社会学 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2008.
- [45] 王青. “大众文化”对文化的解构——法兰克福学派大众文化批判理论新解读 [J]. 齐鲁学刊, 2013 (2): 77~81.
- [46] 王兴斌. 如何看待“大众旅游时代” [N]. 中国旅游报, 2010-08-23 (002).
- [47] 汪晓云. 人文科学发生学: 意义、方法与问题 [N]. 光明日报, 2005-01-11.
- [48] 王一川. 美学教程 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [49] 王永忠. 西方旅游史 [M]. 南京: 东南大学出版社, 2004.
- [50] 吴必虎. 旅游系统: 对旅游活动与旅游科学的一种解释 [J]. 旅游学刊, 1998 (1): 20~24.
- [51] 杨慧. 马康纳 (Nean Mac Cannell) 及其现代旅游理论 [J]. 思想战线, 2005, 31 (1): 97~101.
- [52] 衣俊卿. 现代性与日常生活批判 [M]. 北京: 人民出版社, 2005.
- [53] 于尔根·哈贝马斯, 马泰·卡林内斯库, 汉斯·罗伯特·尧斯, 等. 文化现代性精粹读本 [M]. 周宪, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [54] 俞吾金. 论哲学发生学 [J]. 复旦学报 (社会科学版), 1986 (1): 55~66.
- [55] 约翰·厄里. 游客凝视 [M]. 杨慧, 赵玉中, 王庆玲, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009.
- [56] 约翰·特赖布. 旅游哲学 [M]. 赖坤, 张骁鸣, 李军, 译. 北京: 商务印书馆, 2016.
- [57] 张凌云. 大众的“新旅游”, 还是新的“大众旅游”? 普恩新旅游论批判 [J]. 旅游学刊, 2002, 17 (6): 64~70.
- [58] 张乃和. 发生学方法与历史研究 [J]. 史学集刊, 2007 (5): 43~50.
- [59] 张扬. 发生学方法与中国哲学史研究——读刘文英先生的两部哲学史专著 [J]. 兰州大学学报 (社会科学版), 1988 (3): 49~54.
- [60] 周宪. 现代性与视觉文化中的旅游凝视 [J]. 天津社会科学, 2008 (1): 111~118.
- [61] 朱炳祥. 土家族文化的发生学阐释 [M]. 北京: 中央民族大学出版社, 1999.

## **A Genetic Explanation of Mass Tourism: A Socio-cultural Perspective**

DONG Peihai<sup>1</sup> / ZHAO Xingguo<sup>1</sup> / LI Wei<sup>2</sup>

( 1. School of Economics and Management, Baoshan University, Baoshan 678000, China; 2. International College, Yunnan University, Kunming 650091, China )

**Abstract:** Mass tourism came with modernity, which laid the foundation for tourism studies. An in-depth description of the mass tourism phenomenon can help to better understand the essence of tourism; however, theoretical interrogation of the origin of mass tourism is insufficient. Drawing on relevant studies of mass tourism both at home and abroad, this study offers a genetic explanation of mass tourism by probing into the subject (i.e. tourists) , object (i.e. tourist attractions) and intermediary (i.e. supporting elements) of mass tourism via a socio-cultural perspective. The examination of the three aspects of mass tourism are situated in the context of socio-cultural changes, such as the blurred distinction between work, tourism and nostalgia, and result from the evolution of mass culture, Romanticism and modernity. Accordingly, the major factors triggering the occurrence and development of mass tourism are identified, and highlight the theoretical understanding of mass tourism phenomenon.

**Keywords:** mass tourism; genetic explanation; social culture; system