



论旅游资源的定义:一种基于认识论的考察

作者: 曹国新 信息来源: 投稿

摘要: 旅游活动归根结底是一种文化活动, 旅游资源归根结底是一种文化资源。旅游资源的定义可以用认识论的方法来研究, 通过对旅游者和旅游者的观察者旅游认知的研究, 可以将旅游资源定义为: 旅游资源是为旅游活动的文献体系所保育的旅游文化范式建构出来的人们旅游价值观的承载体。

关键词: 旅游; 旅游资源; 认识论

1 旅游资源定义研究存在的问题及本文的意图

谢彦君先生的《基础旅游学》较全面地收集了关于旅游资源定义的现有研究成果(1)。统观之, 似可归纳为三条研究的元路径: (1) 旅游客体的元路径。即在哪里发生了旅游活动, 哪里就是旅游资源。这样做有统计上的科学性, 在实践中有用。但缺少了理论的有机连结, 总是一种欠缺。(2) 旅游介体的元路径。即能为旅游业利用的就是旅游资源。其表述仿佛不错, 却有同义反复之嫌。(3) 旅游主体(2)的元路径。即旅游主体认为有旅游吸引力的就是旅游资源。虽然几乎所有关于旅游资源定义的表述中都提到旅游吸引力, 但对其进行的深入研讨尚嫌薄弱。

旅游吸引力是旅游资源的核心隐喻, 对旅游主体来说, 旅游资源就是旅游吸引力, 它们是一对名异实同的概念, 所以, “旅游资源是什么?” 在旅游主体那里就变成了“旅游吸引力如何成为可能?” 这实质上是由认识论来解答本体论。认识论和本体论相互交织, 合为一体是近代形而上学的一个重要特征, 所以, 由旅游主体的路径, 研讨旅游吸引力如何成为可能, 并进而定义旅游资源, 在方法论上是可行的。而这也正是本文的意图。

2 言说是认识论研究方法的基点

海德格尔认为: “思是应着存在来思。”思作为与存在的呼应, 必然为存在所校准。对存在的思必须行诸语言, 思的言说会不断调整自身以对应存在, 关于存在的言说属于存在本身。海德格尔还强调: “存在是历史的, 持续不断地到达的”。对存在的澄明、表达是思的最根本的, 甚至是唯一的任务, 而存在又不是一劳永逸、固定不变的, 而是历史的到达的, 因此应和着存在的思也要在历史中不断地展开, 没有终止。海德格尔的论述表明了本体论与认识论相互交织的近代哲学转向。在解决意识是如何切中外物客观实在的问题时, 海德格尔提出“领悟存在”, 认为存在是客观到场的, 是各种历史因素错综交织, 机缘巧合的产物, 所以, 应该从人的整个生存背景上来考察; 奎因则提出“设定存在”, 认为存在是人们主要由于语言的原因而作出的主观约定。他把存在完全当成一个语言学的问题来考察。

言说是海德格尔和奎因理论共同的基点。旅游活动有着独立的文献体系, 其言说包括旅游者(以下简称游者)的言说和旅游者的观察者(以下简称居者)的言说, 这两种言说反映游者与居者的辩证关系。游者的侵入在制造居者与游者的相互关系的同时制造了居者与游者本身。游者的主动到场解构了居者的生活场域, 而居者的在场构成了游者的生活场域, 居者和游者的相互关系建构了旅游场域。卞之玲的诗: “你站在桥上看风景, 看风景人在桥上看你。明月装饰了你的窗子, 你装饰了别人的梦。”艺术的言说了旅游场域的建构过程。笔者认为, 由于游者的主动性, 所以, 旅游场域对游者来说更接近“设定存

在”；对居者来说更接近“领悟存在”。

3居者对旅游活动和旅游资源的认识

对居者来说，伦理是其整个生存环境的隐喻。居者对游者的观察就是将游者投射到居者的伦理背景上。游者的不断到场，对居者来说是一件伦理学意义上的事件，居者对旅游活动的言说在伦理学的领域中。从居者的言说中，可以总结出旅游活动具有如下几个相互连接，但仍然可以辨别的特征：

其一，非功利性。在居者的言说中，旅游往往被视作放佚的一种。北宋哲学家张载将旅游活动评价为“骄惰”。“骄”是居者对游者不恤人情、恣性妄为的评价。“惰”是居者对游者生活闲散、无目标压迫的评价。“骄”是“惰”的外相，亦是“惰”的内情，在“骄惰”之中“惰”是核心和行为的生发点。游者的“惰”是居者在自己“劳”的人生伦理背景中投下的映像。“劳”是功利性的，它追求日常生活价值体系中的效益最大化。游者的行为不讲日常效益，故而，北宋哲学家朱熹将旅游活动评价为“内无空寂之诱，外无功利之贪”。旅游活动发生在现实人生的环境中，是社会性的行为，是真实环境中的人生实践，所以，可以抗拒宗教的“空寂之诱”；旅游活动不讲求日常效益，所以，可以放弃日常生活的“功利之贪”。旅游活动的非功利性是在居者的视野中发现的，是旅游活动与日常生活的分野之处，旅游活动对居者的价值都是由这一特征生发出来的。

其二，反伦理性。在《论语·里仁篇第四》中，子曰：“父母在，不远游。游必有方。”父母之伦是伦理的核心，孔子的言说表明在居者的视野里，游者是与伦理相抵牾的。游者脱离自己日常生活中的位置，造成自己在日常生活中的缺位，在伦理中就是伦理责任的缺位。在居者的眼中，旅游活动的背后或明或暗总是蕴含着一种否弃人生的态度，一种对居者兢兢业业的伦理生活的不以为然。旅游活动的反伦理性是居者对旅游活动本质的发现，这一发现引发居者对游者的态度，也引发居者对自己人生的思考。

其三，解构性。游者的进入，成为居者生活的他者，打破了居者生活空间的自有与自享，悍然挑衅居者生活的基本游戏规则，引起居者的遐思。同在《论语·里仁篇第四》中，子曰：“君子怀德，小人怀土。”“君子”与“小人”在孔子的体系中是一组有对立意味的概念。“德”与“土”却是无法建立对立关系的概念，只能理解为一种感性的文化区隔。孔子的言说反映居者对游者生活的向往，包含着一种对“土”即居者生活的解构性的情感。这种情感是传统中国知识分子的一种元情感，是推动传统文化变革和发展的一种持续的精神动力。

游者的到场使旅游活动对居者来说是一种“领悟存在”。居者的生活场域、游者的生活场域和旅游场域其实是三位一体的同一时空。哪里是景观，是由游者用行动告诉给居者的。在居者眼中没有景观，只有游者的旅游行为。在居者一方，居者与游者的区隔是由对游者行为的非功利性、反伦理性和解构性的领悟中产生的，这也就是居者绝不会将一个认真的行商认作旅游者的原因。对居者来说，旅游活动是一种有意味的行为，所谓旅游吸引力就是表达旅游意味的权力。当某个地方与表达旅游意味的行为建立了制度化的联结后那里就成了旅游资源。旅游资源就是旅游者合法地表达旅游意味的场所，是游者向居者表达旅游意味的舞台。居者对旅游生活的向往归根结底是对旅游活动所表达的意味的向往，其外在则表现为对旅游资源的向往。在居者的视域中，表达旅游意味的舞台是旅游资源的所有存在者中处于最高地位、具有最大普遍性的存在者，是旅游资源的居者本体。

4旅游者对旅游活动和旅游资源的认识

对旅游者来说，旅游活动的行为方式是有一定的惯习可供遵循的，这种惯习为其独立的文献体系所保育，是一种高度范式化的文化行为，因而可以看作一种“设定存在”。从旅游者的角度可以总结出旅游活动具有如下几个特征：

其一，认知方法的穿越性。钱穆先生在论旅游时说：“异乡正如家乡，往代正如现代。读书也等如游历，而游历还等如读书。”^[1]旅游认知不是悬空超越的，对旅途异域的认知是建立在对日常“本

土”的认知的基础上的，对当下时空的认知是建立在对历史时空的认知的基础上的，旅游认知穿越旅游者既有的整个人文基础，在共时性与历时性两种心理结构中逻辑展开，它不仅仅是体验还包括将自己的体验对象化的再体验，即由异域体验阅读“本土”体验，同时由“本土”体验阅读异域体验的过程。对当下时空的穿越和对自己主体身份的穿越，使旅游经验得以逐层升华和不断生成，见识的增加直接化为精神建构。所以，可以说在旅游者言说的结构和言说的方式蕴含着在现实中穿越现实、高于现实的精神性。

其二，自我认知的边缘性。日本画家东山魁夷认为：“憧憬和乡愁，离别和归乡——那就是旅游。”[2]旅游者置身于异域环境的包裹中，在异域实际生活着，而对异域世界穿越性的认知方法又使他不能真正溶入异域生活，所以，对异域，旅游者处于“外在旁观”和“设身处地”的边缘状态。而旅游者异域的新经验必然以其人生的旧经验为依托，所以，旅游者异域体验的内核是深刻的“本土”体验，故而，对“本土”，旅游者处于“出离其外”又“暗相系之”的边缘状态。对“本土”和异域都既“出乎其中”又“入乎其内”的双重边缘状态，决定了旅游者观察世界的特殊视角，为旅游者建立起新的语境和人生坐标，人生实践出现了创造性的生动与兴奋。

其三，认知方式的主体性。旅游活动是对外部世界的主动追求，它的内核是实践人对自己的“占有欲、权力欲和创造欲”[7]如何在“自然、自我和他人”⁽⁷⁾中获得满足的理解。旅游者的旅游认知不是被动地决定于外部环境，而是由内在精神去驾驭外部环境。旅游认知中的主体性集中表现在认知的目标性和个体性上。旅游心理学家发现了旅游者的“选择性接触、选择性理解和选择性记忆”。[4]奚又溥在他的《徐霞客游记序》中评价柳宗元，“不过借一山之壑，以自写其胸中块垒奇倔之思，非游之大观也”，批评他人的主体性的同时反映了自己的主体性。主体性是旅游认知的核心，所以，熟语会说：“千万人既有千万山水”。主体性欲求的强弱是旅游者旅游所得的先决条件，主体性强的人旅游所得就多，主体性弱的人旅游所得就少。故而，谢彦君先生说：“旅游者旅游体验的质量恐怕在他还没有走出家门时就可能已经差不多有了结果。”[5]

旅游认知方式的主体性，往往使旅游者对旅游对象带有“应然”的预设，这就造成了旅游人类学家所发现的“旅游文化霸权主义”[6]

其四，认知对象的日常性。从春秋时对山水之美的发现，到魏晋时对田园之美的发现，从道家“大隐于朝（市）”的美学化的市井，到阳明学派的“百姓日用”之美，旅游认知对象的日益日常化是旅游活动发展的大趋势。旅游者的深层欲望并非为追奇寻异，而是对美学化人生的建构，它终极关怀的对象始终就是日常世界，所以，旅游者对旅游文化范式越精通，就越擅长和倾向于在日常对象中获得旅游的真谛。欧阳修在《醉翁亭记》中写到：“人知从太守游而乐，而不知太守之乐其乐也。”“乐”并不仅存于“无人境处”（王安石），“乐”在于认知能力，欧阳修已经自觉他能在同样的对象中认知更多，而最能表达旅游本质的就是在最日常的对象中获得最高的旅游认知。

其五，认知能力的符号性。旅游认知能力并非人天生的本领，而是一种经由学习获得的文化能力。从古到今，人们旅游对象的时尚性变迁和不同文化区域中人们旅游趣味的不同，反映了旅游认知能力建构的过程。一种旅游对象与某种旅游趣味的联结一经建立，这种旅游对象往往就会成为该种旅游趣味的符号。孔子的“智者乐山，仁者乐水”和陶潜的“桃花源”表达了儒家与社会伦理联结的旅游文化符号体系；李白的“五岳寻仙不嫌远”表达了道家与宇宙人生联结的旅游文化符号体系；王维的“雨中花果落，灯下草虫鸣”表达了佛禅与自我心性联结的旅游文化符号体系。所以，旅游者的旅游认知能力是一系列经由学习得来的，对旅游文化符号的理解能力或者说对旅游文化编码的解码能力。

其六，认知行为的实践性。对旅游者来说，旅游活动是其人生过程中的一段插叙，是一种特殊的人生实践，它包含两大要素：（1）是主动改换生活场域的实践；（2）是在新的生活场域中短时间的生活实践；其中包含着一系列对人生状况主动地突破、转换和试练。旅游活动是“思”与“练”的同一体，它既是旅游者运思和实践的过程，同时又是运思和实践的方法。作为一种“独与天地精神往来”的实践的思维方式，旅游活动不是如同传统哲学人性论所说是满足了物质生活需要之后的自由理性的人性，而是现实地在实践中体味人性，具有“自己讲”、“讲自己”的“自己构成自己”的自组织性质。这种自组织性带来

的自由将旅游生活与日常的必然性的生活截然分开，成为一个独立的人生系统。这种独立性使旅游既表示一种生活领域，又表示一种生活方式，同时还表示一种人生境界，内在的包含着，并最典型、最集中地体现着智能生成的特点，其思想演进的特征格外突显，从而在整体上成为人生成长过程中的整体时空感受的重要组成部分，故而，能为人带来心态气质的本质变化。

从上述特征分析中可以发现：

(1) 在居者视野中非功利性的旅游活动，在旅游者的认知中却包含着个人素养、自我实现、社会建构和强烈的社会发展的欲求。它更多地反映了人对日常生活中存在着的困惑、挑战、期望和预测的见解，这些见解因为旅游、因为暂时摆脱了不发达的生产力对人的规定性，而在现实的生存环境中从模糊的情感层面内化到了清晰的生活行为的层面。当然，因个人欲求程度和文化能力的不同，这一内化过程存在着个人化的风格和倾向。旅游活动这种将潜在的欲求和见解在明确的时空中集中激活和释放的特性，使旅游活动表现为一种紧张和匮乏，而这正是旅游活动与其他休闲行为的区别所在，也正是旅游人类学家将旅游活动认定为“一种仪式”⁽⁶⁾的原因。

(2) 旅游活动用一种全新的解读方式来重读世界和人生。它并不是在旧的视野内寻求个别结论的调整和修改，而是清算并重建对世界和人生的解读方式本身。笔者认为，这种解读方式可以称为：综合。综合由上述的六个特征组成，它不同于混合和调和，综合是一种创造性活动，其核心是创立新的一以贯之的人生大原则。旅游者以这一新的大原则统驭对世界和人生的解读，由此产生出生生不息的新理解，人对其对象的“占有欲、权力欲和创造欲”⁽³⁾获得全新方式的满足，因而产生极大的愉悦。

旅游活动建立在一定范围内的公众可以理解和学习的基础上，是由不断实践得来的思想发展而成的一种积淀形式，存在一定的约定和惯习，它使旅游活动成为一种不断演进的文化范式。公众依范式对景观进行理解。公众对景观的意识是由其所处的旅游文化范式界定的。

旅游资源是旅游活动的凭借，但旅游资源本身的有限性与人类思想的无限性是矛盾的。旅游文化范式的基本特征就是强调形式高于功能，强调表征模式高于表征对象，将旅游资源象征化。旅游者相对非旅游者能在对形式与表征模式的注重中，弃置对象的功能和内容，以一种类似圣餐变体论的自我神化提升自己的快感，使自己进入绝对自由。当某个地方进入了旅游文化范式中，与旅游者的自我神化建立了制度化的联结后，那里就成了旅游资源。旅游资源就是旅游者合法地进行自我神化的凭借，是旅游者自我神化的圣餐。在旅游者的视域中，借以自我神化的圣餐是旅游资源的所有存在者中处于最高地位、具有最大普遍性的存在者，是旅游资源的旅游者本体。

5 旅游资源的定义

旅游资源的旅游者本体和旅游者的观察者本体揭示出，旅游活动具有从内向的自我修养、自我发展延伸到外向的自我展示、自我张扬的综合目的。旅游活动的目的性的本源是价值判断，所以，价值观（意识形态）是旅游活动的前提和本质。旅游资源是旅游价值观的载体，旅游资源的价值是在体验异域与反思“本土”的同时想象出来的，它产生于异域体验与“本土”需要这两者间的关系。旅游文化范式建构了人们对旅游资源的价值从理念到形式的理解和认可，人们依自己因对旅游文化范式的学习而获得的旅游文化能力领会和欣赏旅游资源，并依照自己的自然和社会禀赋所确定的价值观不断创建旅游资源的新价值，建构旅游文化范式的新构架。有了对旅游资源本质的上述认识我们便可以理性的把握旅游资源创制和变迁的内在规律，并且预测旅游资源未来的创制和变迁的趋向。

综上所述，我们可以将旅游资源定义为：旅游资源是为旅游活动的文献体系所保育的，旅游文化范式建构出来的，人们旅游价值观的载体。

6 旅游资源的定义对旅游业的启发

(1) 旅游业应从旅游文献体系中发掘开发旅游资源的思路

从旅游文献体系中，我们可以发现同一旅游资源价值的时代变迁。以江西庐山为例：在古地理学中，庐山是中国“龙脉”中“南龙”的末端，与天上的“南斗”对应，是“天地钟灵”之所。山上的一个小岩洞更是“纯阳”之地，引来道家和佛家的反复争夺，故而既叫“仙人洞”又叫“佛手岩”。从古人登临庐山的文献中，我们可以体会到现代人只有在旅游青藏高原、北极、南极之类的地方才有的旅游经验。故而，一部分传统旅游价值观的消失，就是传统山水旅游资源的一部分的消失。旅游业要明白：山水还在，可是一部分旅游资源已经消失了，必须重新创制。

而现代人的旅游文献却表明，由陶潜的《桃花源记》创制的田园旅游资源仿佛依然未变。旅游业要明白：“桃花源”的旅游文化范式中旅游者是零度参与的。在文化古村落中开发商业和“农家乐”，只会摧毁田园旅游资源，将格调最高、积淀千年的文化旅游资源，创制为庸常的旅游资源。

(2) 旅游业可以通过对旅游文化范式的模拟而创制新的旅游资源

一部《北非谍影》创制了卡萨布兰卡旅游资源的核心部分，如果当年编剧将故事安在别的城市，旅游者在卡萨布兰卡还会有同样的旅游经验吗？如果没有《米老鼠和唐老鸭》，会有迪斯尼公园的巨大成功吗？这样的例子可以举出很多。它们在反复地表现旅游资源的本质，旅游业应该领会和把握它。《走出非洲》公映后，大批游客涌入肯尼亚，肯尼亚旅游部门立刻按剧中场景建了一座庄园，并声称就是剧中主角的故居，这可称是一个成功的案例。

旅游资源归根结底是一种文化资源。旅游业创制旅游资源必须模拟旅游资源本身的客观规律，科学地将价值引入某一具有禀赋的物事中，并模拟旅游文化范式的建构方式，将价值固化在物事中。

- 1) 谢彦君. 基础旅游学[M]. 北京：中国旅游出版社，2004年版. 第96~113页.
- 2) 本文的旅游主体指旅游活动的所有参与者，包括旅游者和旅游者的观察者。
 - [1] 钱穆. 中国文学论丛[M]. 北京：三联书店，2002年版. 第239页.
 - [2] 朱希祥. 中西旅游文化审美比较[M]. 上海：华东师范大学出版社，2001年版. 第5页.
 - [7] 罗素[英]，何兆武、肖巍、张文杰译. 论历史[M]. 南宁：广西师范大学出版社，2001. 第22页；第41页
 - [4] 梅奥、贾维斯[美]著；蔡丽伶译. 旅游心理学[M]. 台北：扬智文化. 1990年版. 第49页.
 - [5] 谢彦君. 基础旅游学[M]. 北京：中国旅游出版社，2004年版. 第211页.
 - [6] 周霄. 人类学视野——论旅游的本质及其社会文化影响[J]. 湖北大学学报（哲学社会科学版），2003，（5）：114~116.

作者简介：曹国新（1971年12月生），男，江西南昌人，硕士，江西财经大学旅游学院讲师，江西财经大

转载请刊出本网站名

相关文章

- ❖ 混沌、不确定性与经济学认识论
- ❖ 混合所有制经济的性质界定及其方法
- ❖ 县域经济发展关键在提高执行力
- ❖ 美国赛马业发展经验及对中国的启示
- ❖ 中国经济体制改革的终极目标与实现途径
- ❖ 市场经济的伦理价值及其分析
- ❖ 由平原到蓝海
- ❖ 民营企业发展与“双重结构变迁”

