

旅游凝视:反思与重构

李拉扬

(东北财经大学旅游与酒店管理学院,辽宁大连116025)

[摘要]由于研究者对凝视的简单采借,导致旅游凝视经常被直接理解为旅游者的视觉体验或等同于福柯的权力理论。对于一个外来概念或理论,经过学术共同体成员的批判性思考,终将发展成旅游的内生化语言乃是旅游知识毋庸置疑的理论自觉过程,因此反思旅游凝视的重要性就日益凸显且无法回避。在回顾厄里的《旅游凝视》原作以及梳理相关文献的基础上,结合这一概念和理论所受的批评以及研究转向,认为厄里在非寻常架构下阐述的凝视应该还包括注意这一内涵,并强调旅游凝视的价值在于其是“旅游体验”的实现途径而非目的,从而明晰旅游凝视在旅游理论体系中的应有之义。

[关键词]旅游凝视;注意;非寻常;旅游体验

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2015)02-0118-09

Doi:10.3969/j.issn-1002-5006.2015.02.013

旅游凝视(tourist gaze,国内有译为游客凝视^[1])是英国社会学家约翰·厄里(John Urry)1990年出版的同名著作中的核心概念。自提出以来,旅游凝视迅速成为旅游研究的一个重要理论范畴和跨学科研究课题,社会学、人类学、美学等学科以及视觉文化(visual culture)等领域的现有研究成果,顺理成章地运用并渗透到这一共同主题中。厄里本人宣称“《旅游凝视》讨论的是当代的凝视”^[2],并在2002年和2011年两次更新再版《旅游凝视》(*The Tourist Gaze*),但迄今为止,旅游凝视仍然是一个高度模糊、众说纷纭的概念。从表面来看,这个选题似乎

已经得到过于密集的研究,然而对于一般读者而言,《旅游凝视》一书“看上去只是把一系列文章组合在一起”^[3],从中很难直截了当地领会到旅游凝视的真正内涵,完全一头雾水和存有误解的专业研究者也绝非少数。

在旅游知识形成过程中,一个外来概念或理论经过前期的简单采借后,必须由旅游学术共同体对其进行批判性反思和逻辑推导,才有可能质变为旅游学科自身的内生性语言。这一理论自觉过程,毋庸置疑也是解决旅游理论空洞化的唯一途径。而这一进程中,如果仍然不负责任、不加以分析地使用单一或原始语境中的凝视而无视其自身的逻辑可能,这种概念使用上的片面或泛化显然会在根本上削弱对旅游行为与现象本身的理解和把握,必然会走向捉襟见肘的解释困境直至淘汰。因此,尽管旅游知识的规模和沉淀深度还无法与其他社会科学一较长短,但重新思考和建构旅游凝视的重要性和自觉性已日益凸显且无法回避,最终目的是明确旅游凝视能否成为旅游概念体系中举足轻重、不可或缺的部分,其关键在于我们能否正确界定旅游凝视的真实本质,或摆脱既有的片面认识而挖掘出新内涵,能否进一步回答“旅游何以可能”这一基本命题,从而赋予旅游凝视合法性。

1 旅游凝视的本义及其嬗变

凝视(gaze)经常也被翻译为“注视”“盯视”,一般指长时间、全神贯注的看,旅游凝视常被某些研究者等同于观光也正因此词源之义。但是,凝视一词的语义远比人们预想的要复杂得多,在不同的使用者那里,尤其是在梅洛-庞蒂(Merleau-Ponty)、拉康(Jacques Lacan)和福柯(Michel Foucault)等后现代哲学家的理论著述中,其隐喻所指迥然不同。在梅洛-庞蒂看来,主体的凝视之外,总有一个普遍的、无所不在的他者在他处看着我,拉康称之为“凝视的前存在”。在此基础上,拉康提出“可见世界中

[基金项目]本研究受国家留学基金委“国家建设高水平大学公派研究生项目”(201408210139)和中国旅游研究院优奖计划“旅游者的城市:一项旅游体验研究”共同资助。[This study was supported by grants from the China Scholarship Council (to LI Layang)(No. 201408210139) and Scholarship Project of China Tourism Academy (to LI Layang).]

[收稿日期]2013-09-22; **[修订日期]**2013-12-09

[作者简介]李拉扬(1984—),男,安徽桐城人,博士生研究生,研究方向为旅游体验基础理论,E-mail: lilayang@qq.com。

决定着的东西,在最深刻的层面上,是外部的凝视”^[4]。与这种将凝视内化为主体存在论的思路大相径庭,福柯在微观权力论中全盘否定了主体。为了解释权力与日常实践的关系,福柯将其学术视阈投向精神病人、监狱、学校以及文学言辞领域,认为权力依赖于这些专门机构生产的高度对象化知识,并最终描述了一种无处不在的权力压制与驯服的社会运作方式,凝视仅是其中一个典型的权力技术手段。可见,在不同的研究语境中凝视的理论立场和意识形态大相径庭,它的实际内涵受各路开创者及其拥趸们的研究目标和理论主张所决定。

厄里将福柯的“医学凝视”(medical gaze)引入旅游研究,在其细碎的注解中,他首先强调旅游凝视是“社会组织化和系统化的”^[5-6]。换句话说,厄里笔下的旅游凝视,从生发之时,已然不是福柯所谓的强制性权力手段,而是同法国社会学家涂尔干(Emile Durkheim,又名迪尔凯姆)提出的与法律、道德相同的一种“社会事实”(social facts)。直到2011年的《旅游凝视》第三版,厄里在英国艺术批评家约翰·伯格(John Berger)的观看之道(ways of seeing)一词基础上,才明确提出旅游凝视是“社会模式化的和通过社会学习到的观看之道”^[6]。但在实际隐喻操作中,厄里一开始并没有着重观看,而一直强调观看的社会性质。厄里认为“凝视涉及的是社会建构的观看或‘视觉体制’(scopic regimes)中的‘话语决定’(discursive determinations)”^[6],纵观全书也可以发现,旅游凝视的核心命题更接近于“大众旅游由社会建构”这一符合时代背景的表述。例如,厄里认为浪漫主义(romanticism)思潮运动促进和鼓励了人们开始欣赏自然风光^[6];海滨度假胜地的变化则是“社会基调”(social tone)以及文化资本(cultural capital)相互竞争的结果^[6];而“后现代旅游的发展转变了旅游凝视被生产和消费的过程”^[6]等。在厄里看来,“旅游凝视这一概念并非用来解释特定的某些人为什么有动机去旅游。相反,我们强调各种凝视系统性和规范化的本质,而每种凝视都取决于社会话语和实践,以及营造一个场所或环境的必要‘外观’所需的建造、设计以及修复这些方面。这些凝视暗示了凝视者与被凝视者都处在一个动态的、系统的社会物质关系中。”^[6]

在旅游者同样是“社会人”这一假设下,厄里对于服务接待业、遗产旅游以及博物馆等的论述也继续在充实旅游凝视的理论框架,将旅游凝视紧紧地与社会话语(social discourse)、社会基调、社会阶层、

社会影响和社会变迁等社会学的基本概念联系在一起,以求建构出一套类似于旅游社会学的无所不包的宏大叙事(grand narrative)。事实上,2001年在接受《旅游者研究》(Tourist Studies)杂志主编富兰克林(Franklin)的访谈时,厄里也提到其初衷是寄希望于旅游凝视可以成为旅游研究中放之四海而皆准的一般性理论(general theory)^[2]。在开篇首页,《旅游凝视》一书也已被厄里定位在“是关于愉悦,关于假期、旅游和旅行,关于人们如何以及为何短期内离开他们正常工作和居住地的”^[6],厄里希望能通过旅游凝视解释“旅游何以可能”的基本原理和规律,其本义上的观看之道也自然被厄里普及到“旅游之道”上。这种社会学思维并不偶然,麦坎内尔(MacCannell)在其经典著作《旅游者:休闲阶层新论》(The Tourist: A New Theory of the Leisure Class)中也指出,“旅游者和吸引物之间的实际交流行为,与集体行动产生的社会形象或观念相比,远没有那么重要”^[7]。换言之,一旦意识到厄里的社会学宏大叙事情结而并非凝视的初始内涵,就可以发现旅游凝视并非“国人通常所说的以饱眼福为目的的文化猎奇式‘旅游观光’或‘观光型旅游’活动”^[8],《旅游凝视》一书也不应该被误解为泛泛而谈的旅游变迁史,厄里的旅游凝视理论也不等同于狭义的权力理论。

然而,学术界普遍存在着一种对原始语义的生搬硬套和拿来主义的浮躁风气,导致旅游凝视的主流研究或迷恋于将其理解为一元或多元主体的视觉体验,或者倾心于对这一概念被福柯赋予的权力关系的探讨,并且这两种倾向在具体的研究者身上一直不同程度地交错混合在一起。一部分研究者认为凝视即“观看”,因而借用文学批评与视觉文化中的相关理论与方法,分析影视^[9]、杂志^[10]、门户网站^[11]、照片^[12-13]等围绕着旅游者“眼睛”构建的影像文本,但简单性描述和重复性实证研究多于理论建构;视觉的主客体互动也启发了一些学者将旅游凝视从单向度发展出逆向凝视(reverse gaze)^[13]和双向凝视(mutual gaze)^[14],从旅游者单一主体延伸至其他多元主体,包括当地人凝视(local gaze)^[14]和游客间凝视(intratourist gaze)^[15],吴茂英在此基础上又进一步提出专家凝视与隐性凝视,以图构成“旅游凝视系统”^[16]。与此同时,一部分研究者将旅游凝视直接还原到福柯的权力/抵抗(power/resistance)二元论上,热衷于通过此认识论路径来探讨旅游凝视中存在着男性凝视^[17-18],以及如后毛泽东时代的凝视(post-Mao

gaze)之类的后殖民凝视^[19],国内学者基本上也喜好采用这一路径来分析中国的本土化旅游凝视^[20-21]。

2 旅游凝视的困境及“转向”

宏大理论的一般性和普遍性挑战决定了旅游凝视必须“囊括那些确认和反映了多数研究立场、做法与观点的各种世界观、文化差异以及研究实践”^[22-23]。厄里选择了将旅游作为宽泛的社会范畴中的一个部分,试图由此总结出旅游活动的规律,这种宏观抽象的依赖路径,直接导致旅游凝视被众多研究论题所接纳(1996—2010年,在*Annals of Tourism Research*、*Journal of Travel Research*和*Tourism Management*上共被引用185次,平均每年被引用13.2次,单个著作引用率排名第一^[24]),但完全忽视旅游的特殊本质而以社会作为逻辑起点的解释不免有隔靴搔痒、不切实际之感,其被接纳的真相是旅游凝视经常只是作为众多文献中一个无足轻重的概念被轻描淡写和一带而过;或在实际指代中,旅游凝视被无限泛化到旅游这一“元概念”上,凝视被使用者有意或无意地省略。例如,认为旅游凝视带来文化复兴^[25]、造成地方文化商品化^[26]、族群文化的移植^[27],或在当地居民社区中培育出新的自觉意识^[28]的观点,其实与旅游社会文化效应的既有研究结果是雷同的,理论创新高度值得商榷。

通览旅游知识发展史不难发现,包括厄里在内的众多学者们一直在探寻“旅游是什么”这一根本问题,对于旅游的本质做出种种猜想、推断与回答,例如麦坎内尔的“本真性”(authenticity)、格雷本(Graburn)的“神圣旅程”(sacred journey)、科恩(Cohen)的“中心”(centres)以及“愉悦”(pleasure)等。而现阶段,对于这个“元命题”的回答更多地是通过旅游学术共同体对于既有概念和理论的反思与革命,从而获得更一般性、更科学的隐喻。就旅游凝视理论而言,“将个别的中产阶级的旅游体验错误地理解为收集地方,并在这个基础上普遍化旅游体验”^[29],这种过分强调社会建构符号以供旅游者凝视的论断,隐匿了旅游行动者本身并消灭了他们的主体性(subjectivity),因此当戈夫曼(Goffman)的拟剧理论(dramaturgical theory)涉入时,旅游研究中出现了一种表演转向(performance turn),这种思潮认为“凝视隐喻太被动,从而不能囊括所有旅游体验”,主张“旅游表演兼容了身体活跃参与的观点,涵盖了生理的、智力的、认知的活动以及凝视,是更

好的隐喻路径”^[30]。但是,表演理论的宏大叙事企图同样存在着解释上的缺陷,因为“在正常的社会生活圈(包括职业圈、家庭圈、亲友圈等)中,每个人则按照活动圈内特有的规则(法律、伦理、道德、习惯)中规中矩地呈现各自的面孔和人格”^[31],而不同的是,旅游世界中的社会关系往往是非正式的,“剧本”(社会期望)与“角色”(社会期望)的模糊使得旅游表演被无限泛化,缺乏互动与观众时的表演还不如体验这一范畴来得贴切。

当厄里在《旅游凝视》一书前半部分欣喜于构建宏大叙事的可能时,似乎察觉到自己遗漏了凝视,因而在后几章开始强调视觉并认为视觉感官的地位高于其他感官,竭力希望在凝视与表演、视觉与身体之间建立起一种经得住推敲的从视觉延展到其他感官的逻辑关系。尤其在第三版的《旅游凝视》中,厄里不仅提出旅游凝视是一种观看之道,更强调视觉是组织性感觉(organising sense),可以“组织其他感官的位置、角色和作用”^[6]。可是,就视觉的重要性而言,厄里赋予视觉以组织性,已然否定了人类认知结构中整体性、系统性以及具身性(embodiment)的知觉能力。不否认,视觉是人类探索外在世界的最重要感官之一,尤其当今消费社会中图像信息的过度生产与传播决定了视觉的优先与至上,但旅游这一行为恰恰解放和放大了日常生活中被遗忘和禁锢的其他感官,视觉体验成为旅游者体验的一部分或一种途径,甚至在某些旅游情境中被其他感官信息所取代,因而单一感官的理论假设受到了越来越多的批评和质疑,研究者开始追问旅游者的具身性行为(embodied behavior),从单一感官(视觉中心)转向了身体或多感官(multisensory)研究。

“身体并非仅仅是我们看到、触摸到、闻到等体验的对象。相反,身体是体验的根源,使我们能观看、触摸和闻。”^[32]换言之,旅游体验必然通过“多样的肉体 and 感官的实践活动”^[29],而不只是视觉和(社会)话语。即使视力障碍的旅游者,仍可以“通过一些感官来了解旅游情境,尤其是听觉和触觉”^[33]。而就一般个体而言,当旅游者在海边,“想把脚或身子埋在沙子里和去水里的欲望就可以理解为意义具身化——感应,触摸,流动——而且可能也无法形容”^[34],庞斯(Pons)还进而探讨了触觉在海边太阳浴和堆沙堡这类活动中的作用和意义^[35];针对美食与旅游的一系列研究也证明味觉在旅游体验中是不可分割的^[36-38];维特和达菲(Waitt & Duffy)的研究涉

及的是音乐节参与者的凝听体验^[39];安德鲁斯(Andrews)认为“旅游者感觉到的比看到的重要”^[40],并且特别强调嗅觉在旅游体验中的作用;即使“睡眠”,也被认为与其他身体活动一样,“最终可以为重构旅游者行动(agency)铺平道路”^[41]。

综上所述,厄里试图建构的宏大叙事已然从凝视转向了内涵更丰富全面的表演以及体验等隐喻,视觉中心显然“阻止它成为旅游社会学研究的一个基础范式”^[42],而直接或间接地被具身理论所批判和取代。然而,概念上的片面建构、假设上的逻辑缺陷以及抽象概括的不足并不意味着旅游凝视是落后或应被淘汰的,相反,厄里作为一个结构主义者或决定论者,将社会话语支配下的视觉作为旅游者和旅游吸引物之间的中枢与途径,其见解不乏真知灼见,而笔者对于旅游凝视的重构正是建立在对这一理论的合理成分和科学论述基础上,吸收借鉴已有的社会建构论,并且创造性地转化厄里对非寻常(extraordinary)的假设以及对旅游凝视类型的划分。

3 关注或注意:基于文本的内涵重构

要理解旅游凝视,除了放弃厄里失败的宏大叙事愿景,还要摆脱狭隘的视觉范畴和权力视角。首先,厄里拿社会建构主义来解释旅游现象,考察旅游话语在一定历史跨度上的变迁,这使得旅游凝视在某种意义上不过是一种理论范式在旅游研究中的应用;其次,观看的方式多种多样,凝视如果是一种“看”,按照这一逻辑,走马观花(travel glance)^[43]或其他类型的“看”也应逐一被研究,其他如凝听、“凝思”的概念也会无所畏惧地出现,而这明显是荒谬和多余的;第三,一味坚持凝视蕴含着无处不在的权力,熟悉社会科学研究方法的理论工作者不难理解,这也只是福柯微观权力说作为一种视角或认识论的引入(“更多具有方法论的色彩”^[44]),不足以囊括所有经验事实和理论可能,例如主客的“平等对话”^[45]。那么,究竟凝视在旅游语境中应该是什么?

厄里在建构其理论时指出:“旅游凝视针对的是自然风光和城市景观将它们与日常体验区别开来的特点。这些方面被凝视,是因为在某种意义上它们被视作非寻常的。”^[6]他罗列出五类非寻常之物:故宫与埃菲尔铁塔式的“独一无二之物”;典型美式高楼大厦的“特殊符号”;博物馆中“熟悉之物的陌生之处”;不发达国家这种“非惯常情境”中的“日常社会生活”;以及月球岩石标本一类的“象征

着另一个非寻常之物的特殊符号”^[6]。厄里用这五类非寻常的建构来解释“旅游吸引物”(tourist attraction),而麦坎内尔也提出一个异曲同工的社会建构主义概念——“景观神圣化”(sight sacralization)。“如果去欧洲,就‘必须看’巴黎;如果去巴黎,就‘必须看’巴黎圣母院、埃菲尔铁塔、卢浮宫;如果去卢浮宫,就‘必须看’维纳斯,当然还有蒙娜丽莎。”^[46]在旅游社会学家看来,“旅游”是对非寻常或“神圣”之物的凝视,并且是社会建构的,集体认同的,不以某个旅游者意志而转移的。

随着学者们逐渐认识到非寻常不只是旅游吸引物的特性,也存在于旅游活动本身以及其他构成要素的各层面,旅游瞬间(tourist moment)^[47]与非惯常环境(unusual environment)^[48-49]等强调旅游非寻常情境的概念出现;同时,非寻常的心理层面的研究也正方兴未艾,简森(Jansson)就此提出“旅游感”(sense of tourism)^[50]。对于非寻常的认识从客观属性逐渐延伸扩展到主观意识,标志着理论研究上获得的适度突破。同时,茅斯也提出“凝视并不一定是视觉中心,也不像某些人所说的只考虑景观,它也取决于心理知觉”^[14];彭兆荣将旅游凝视界定为“以一种非常独特的心态、方式和眼光去看待旅游活动中的事物”^[51],朱煜杰在其发表于《旅游学刊》的笔谈中也采用了这一表述^[52],但笔者认为不能盲目乐观,旅游凝视到底客观抑或主观的研究仍然属于空白。

尽管旅游凝视必然“隐藏于旅游体验过程中”^[53],但这一概念绝不等于旅游体验或旅游者的视觉体验,其最大价值是点明了旅游者感知、选择或建构非寻常的这一行为,并在一定程度上揭示了旅游目的地与旅游吸引物如何吸引旅游者。旅游者在旅游过程中会遭遇(encounter)大量的零碎的外在刺激和主动搜索,却只有部分信息能成为旅游者的体验源,不管吸引或选择是来自主动或被动,这显然标志着旅游者的心智力量都存在一种对特定对象的选择和集中的过程,而这正是关注(focus)与注意(attention)的基本内涵,也是笔者认为旅游凝视的应有之义。换句话说,旅游凝视的核心是“凝”而非“视”。凝视在旅游语境中的内涵不排除“权力之眼”“男性的目光”,也包括深情的注视、憎厌的鄙视、害羞的偷窥等等;不仅仅是观看的瞬间,也来自“听到”“闻到”“尝到”“碰到”“感觉到”的体验。它囊括了视觉或身体,主动或被动,个人或集体,优越或自卑,自制或放纵……但落脚点仍然是旅游者在

这个阈限(liminal)中对于他者的关注或注意。值得指出的是,这种认识并非笔者孤行己见,厉新建也直接点明“凝视是一种关注,旅游凝视是一种旅游过程中的关注行为”^[54]。同时我们还应该意识到,关注一词明显缺乏学术界定,而注意则已是一个跨学科研究范畴。

将凝视解读出注意,得益于注意存在于我们的日常生活语境中,为我们所熟悉。旅游过程中多感官的互动,旅游情境中物境与心境的整合都表明注意这一特殊过程的存在,进而旅游凝视从一种宏大叙事或权力理论转变成旅游理论研究者 and 实践工作者都可以意识到的清晰可见、可觉的行动(act)。心理学家霍梅尔(Hommel)指出注意这个概念“直接关系到人之所以为人,因为它总是表达我们个体的需要、意愿、偏好和兴趣”^[55]。黄建成(Ooi Can-Seng)开创性地论述了注意对于旅游业的重要性,并提出,“即使社会背景相同的旅游者,又怎会用同样的方式注意(notice)和欣赏(旅游)产品呢?”^[56]虽然他并未涉及注意与凝视的关系,但这一句反诘也正说明了旅游凝视的碎片化。厄里早期仅将旅游凝视主要区分为两种类型:浪漫凝视(romantic gaze)和集体凝视(collective gaze)。他认为前一种凝视是“孤独且隐秘的,是与凝视对象的一种个人的半精神层面的关系”;而集体凝视则意味着“这个地方非去不可”^[5]。在后续研究的基础上,厄里和拉尔森(Larsen)将旅游凝视的类型延展到走马观花式的观众凝视(spectatorial gaze),如穆斯林对于麦加圣地的虔诚凝视(reverential gaze)、具有文化表征解释力的人类学凝视(anthropological gaze)、减少足迹的环境凝视(environmental gaze)、影视等媒体诱导的媒体化凝视(mediatized gaze)以及与个体旅游者对应的家庭凝视(family gaze)^[6]。尽管这些划分类型并未满足类型学的穷尽互斥原则,但悬搁厄里的社会建构主义视角可以发现,这些分类也正印证了旅游研究中关于旅游者“人口统计特征”“欲望”“需要”“动机”“感知”“偏好”“态度”以及“跨文化”“意义”的分析框架,进一步表明了旅游者关注或注意这一行为的存在。

4 旅游凝视的意义和价值重构

要解释旅游凝视的“为什么”,从非寻常到“独特”这种同义词的转换并不能达到进一步解释和改良的效果,解释这一问题的理论基础必然不能脱离

“旅游是什么”这一基本命题的诸多回答。国内学者早已提出“愉悦性的休闲体验是旅游的内核”^[31],但厄里也指出,“对社会科学家来说,要从理论上搞清楚‘乐趣、愉悦和娱乐’已被证实是个艰巨任务”^[6]。而且,“好玩”的心理诉求,并不代表旅游者一定会获得愉悦体验,其中的干扰因素复杂多变且无法预计。在如此知识背景下,旅游凝视的理论意义和现实价值就突出地表现为其可以作为旅游体验的中枢环节和实现途径,在理论和实践中以旅游凝视为切入点,能够帮助我们弄清楚旅游体验的形成和影响因素。

首先,将旅游凝视澄清为注意,重构了旅游者的主观能动性(agency)。彭兆荣提出旅游凝视中“包含大量主-客观因素,它们或可视、或遮蔽,或生理、或心理,或可感的存在、或不可感的存在等因素相互交织”^[44]。理查兹和威尔逊(Richards & Wilson)在探讨旅游者的创意体验时也提到,“旅游者注意(attention)的焦点从外在的文化对象向内转移,走向自我(the self)”^[57]。从这一层面上甚至可以说,王宁将存在主义本真性(existential authenticity)区分为个人本真性(intra-personal authenticity)和人际本真性(inter-personal authenticity)^[58]以及麦坎内尔赋予“第二次凝视”(the second gaze)以旅游者“主体性”,认为“第二次凝视能够识别出界定旅游凝视的错误”,从而完成对旅游凝视的超越^[59]的思路逻辑都可以理解为凝视的主观能动性维度已经被认识到。同时,随着旅游不再局限于特权阶层而流行于大众,旅游本身越来越去异域化(de-exoticized)^[60],旅游者的体验不可能永远源于旅游对象明显的可凝视符号特征,而需要旅游者不断主动地去建构,这就要求在旅游者的知觉、想象、期望、欲望和情感中产生一种主动的凝视“意向”(intention)来改进和提高自己的旅游体验。

当我们开始出游的时候,我们的意念或态度也开始不同寻常地处在某种张力之下,从而变得更加敏感、热情、积极而投入,同时,我们也仿佛在思想上带上了一副旅游眼镜,移情地关注着我们平时并不留意的一些东西。比如,刚刚上路,我们就发现,今天所路过的那条平时天天要经过的街道(包括屋宇、行道树、来往的行人)以及照耀着这街道的阳光或月色,竟然有了新的意味和色彩——我们任由目光在车窗外漂移,竟然发现了一些平时熟视无睹的事物^[61]。

可见,旅游凝视具有异化功能,旅游者通过凝

视,才能获得体验。这种异化实质上是“赋义行动”本身,韦伯(Weber)在其提出的社会行动理论中指出行为应以意义来规约和界定,而旅游凝视承担了为旅游者谋求愉悦体验提供对象或客体的使命。这种思路使得“旅游吸引物”的内涵和外延都将得到深化和改革。麦坎内尔将“旅游吸引物”界定为“旅游者、景观和标志物之间的一种经验关系”^[7],强调的仍然是标志物;而雷珀(Leiper)直接拒绝旅游吸引物的拉力因素(pull factors)或所谓的机制”,提出旅游者直接受动机推动(push)去参观或关注某个景点、风景、对象或事件^[62]。虽然凝视背后的动机和需要仍需明晰,但也由此可言,只有意识到旅游凝视的注意成分,才能进一步去判断旅游体验的意义,传统意义上的旅游凝视才能解决“物我两执”之苦,其研究边界才能得以重廓。

其次,旅游凝视的选择与整合功能,帮助旅游体验得以实现。早在1890年,美国心理学家和哲学家威廉·詹姆士(William James)就已指出,“兴趣必须有选择,否则体验就完全乱七八糟”^[63]。不同于心理学在注意研究上的神经科学基础,旅游研究者不仅缺乏相应的训练和实践,也尚未深刻意识到注意对于旅游者获得旅游体验的重要性。事实上,忽视了注意这一客观事实,即便在与旅游凝视非常密切的摄影研究领域,“旅游研究也没有产生足够的知识去解释旅游者为何以及如何对摄影乐此不疲”^[12]。近年来,在旅游广告营销研究领域,由于“目的地广告产生心理效应的关键心理机制仍然不明”,学术界也开始出现通过测量潜在旅游者的心率来研究注意这一认知过程^[64]。显然,旅游凝视中的注意更是一个跨学科多维度的具有丰富内涵的概念。随着注意进入旅游研究,心理学领域中的“刺激-反应”(stimulus-reaction)、“选择性注意”(selective attention),神经生物学领域上的唤起(arousal)、眼动(eye move),管理学领域的调控型关注(regulatory focus),经济学领域中的注意力经济(attention economy),社会学领域的品味(taste)、惯习(habitus)等等概念与理论,与既有的社会建构论和权力论一起,在旅游凝视这一框架下重新整合,从而解决旅游体验的理论疑问和实践难题。

有学者认为旅游更接近于一种安排或秩序方式(a way of ordering)^[65],将人类与非人(non-humans)、文件、文本、实体设备、建筑以及其他等等组合在一起;这种组合在一起形成的“旅游景观”(tourismscapes)^[66](它是一个异质混杂的旅游空间,

其中包括“‘自然的’和‘人文的’物体,如酒店、餐馆以及娱乐设施的人类活动痕迹,满足旅游凝视的其他资源”^[67])。但如果没有意识到旅游凝视的存在,这个体验系统不外乎一锅“东北乱炖”。虽然旅游者不可能凝视到所有资源、空间、技术、景观,但旅游者可以“通过借助一些经典的审美手法:构图、距离、孤立以及强调某些感觉,牺牲另外的感觉,表现寓意以及使用转喻”^[68],将凝视到的其他旅游者、当地人和景观等行动者(actor)都纳入一个凝视与被凝视彼此交织的关系网络中,进而建构出旅游者自己的旅游体验。需要强调的是,这种选择注意对象以及选择方式的研究势必需要继续深入,才能最终解释旅游凝视对旅游体验的实现功能。

5 总结

对于旅游凝视的理解和认识仍然存在着极大的差异甚至是尖锐的分歧,却不能阻止其开辟了一条连厄里都没有意识到的宽广道路。一方面,跨学科拼凑者(bricoleur)“将社会理论、认识论、理论解释的当代发展成果综合起来”^[69];另一方面,旅游本身的特殊性也为凝视这一概念“补充自身的内容提供了一种新的可能性”^[70]。我们承认,旅游中的“概念几乎都不特属于旅游研究,它们都是在别处产生的,只是被情境化或延伸到了一个旅游的维度”^[71],旅游凝视的产生和演进同样“并不是在真空中进行的”^[72],但一直忽视旅游的特殊本质必然会导致旅游凝视的理论创新和发展进入瓶颈,旅游凝视会逐渐变得“陈旧而老生常谈,重复且死气沉沉”^[73],其应有之义将付诸阙如,甚至面临“历史的终结”。因此,本研究试图在不同的批评思潮中去思考和反思旅游凝视的新内涵,并从注意入手来试图提供一种新的解释框架,从而为进一步研究提供新的可能性。

当旅游学科“正处于从多学科经过交叉学科向跨学科过渡的阶段”^[72]时,“重要的不是学者们对某一个别定义的坚持或对某些概念在旅游世界中角色的理解,而是进化中的新术语的角色应当被理解为话语锚点(anchor),学术对话可以围绕着这个锚点展开”^[74]。尽管本文局限于在对旅游凝视反思基础上提出注意,且没有细致划分这一内涵的具体构成,并不意味着我们无视这些细节的存在,而是坚持一般形式上的勾勒,从而避免由于引入复杂的、具体的内容分析而对这一框架的改变。笔者相信,

赋予旅游凝视以注意的内涵,随着相关研究的探寻和明确,旅游研究中围绕着基本命题以及相关研究的诸多疑问和争论也必将更为清晰。或者说,解决了注意这一研究空白,才能继续讨论旅游凝视的合法性和有效性,才能去充实和完善旅游体验的理论架构,从而进一步解释“旅游何以可能”这一基本命题。

参考文献(References)

[1] Urry J; Yang Hui et al. Trans. *The Tourist Gaze* [M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2009. [尤颂里; 杨慧等译. 游客凝视[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009.]

[2] Franklin A. The tourist gaze and beyond [J]. *Tourist Studies*, 2001, 1(2): 115-131.

[3] Crouch D. Book review: The tourist gaze 3.0 [J]. *Tourist Studies*, 2011, 11(3): 291-293.

[4] Lacan J. *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis: The Seminar of Jacques Lacan Book XI* [M]. New York: Norton. 1978. 106.

[5] Urry J. *The Tourist Gaze (the 2nd Edition)* [M]. London: Stage, 2002. 1; 43.

[6] Urry J, Larsen J. *The Tourist Gaze 3.0* [M]. SAGE Publications Limited, 2011. 1-3; 8; 16-17; 20; 36; 48; 115; 195.

[7] MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* [M]. University of California Press. 1976. 14; 41.

[8] Li Tianyuan, Zhang Lingyun, Shen Xuerui. The Chinese equivalences of selected terms used in international tourism studies: Issues and solutions [J]. *Tourism Science*, 2012, 26(5): 1-8. [李天元, 张凌云, 沈雪瑞. 国际旅游文献中若干术语的汉译表述: 问题与探讨[J]. 旅游科学, 2012, 26(5): 1-8.]

[9] Law L, Bunnell T, Ong C E. The beach, the gaze and film tourism [J]. *Tourist Studies*, 2007, 7(2): 141-164.

[10] Aramberri J, Liang C. The Chinese gaze: Imaging Europe in travel magazines [J]. *Journal of China Tourism Research*, 2012, 8(3): 284-301.

[11] Li Layang, Li Ning. Study on women's images in portal sites of the tourism destinations [J]. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2006, 17(5): 615-617. [李拉扬, 李宁. 旅游目的地门户网站中女性形象的探析[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2006, 17(5): 615-617.]

[12] Haldrup M, Larsen J. The family gaze [J]. *Tourist Studies*, 2003, 3(1): 23-46.

[13] Gillespie A. Tourist photography and the reverse gaze [J]. *Ethos*, 2006, 34(3): 343-366.

[14] Maoz D. The mutual gaze [J]. *Annals of Tourism Research*, 2006, 33(1): 221-239.

[15] Holloway D, Green L, Holloway D. The intratourist gaze: Grey Nomads and 'other tourists' [J]. *Tourist Studies*, 2011, 11(3): 235-252.

[16] Wu Maoying. Tourism gaze: A review and prospect [J]. *Tourism Tribune*, 2012, 27(3): 107-108. [吴茂英. 旅游凝视: 评述与展望[J]. 旅游学刊, 2012, 27(3): 107-108.]

[17] Pritchard A, Morgan N J. Privileging the male gaze: Gendered tourism landscapes [J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(4): 884-905.

[18] Wearing B, Wearing S. Refocussing the tourist experience: The flaneur and the chorister [J]. *Leisure Studies*, 1996, 15(4): 229-243.

[19] Ong C E, du Cros H. The post-Mao gazes: Chinese backpackers in Macau [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(2): 735-754.

[20] Liu Danping. Tourist gaze: From Foucault to Urry [J]. *Tourism Tribune*, 2007, 22(6): 91-95. [刘丹萍. 旅游凝视: 从福柯到厄里[J]. 旅游学刊, 2007, 22(6): 91-95.]

[21] Liu Danping. *Tourist Gaze: An Indigenous Chinese Study* [M]. Tianjin: Nankai University Press, 2008. [刘丹萍. 旅游凝视: 中国本土研究[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008.]

[22] Pritchard A, Morgan N. De-centring tourism's intellectual universe, or traversing the dialogue between change and tradition [A]. //: Ateljevic I, Pritchard A, Morgan N. (ed.). *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies* [C]. Oxford: Elsevier, 2007. 11-28.

[23] Ren C, Pritchard A, Morgan N. Constructing tourism research: A critical inquiry [J]. *Annals of Tourism Research*, 2010, 37(4): 885-904.

[24] Benckendorff P, Zehrer A. A network analysis of tourism research [J]. *Annals of Tourism Research*, 2013, 43: 121-149.

[25] Bruner E M. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel* [M]. University of Chicago Press, 2005. 119.

[26] Philip J, Mercer D. Commodification of Buddhism in contemporary Burma [J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(1): 21-54.

[27] Sun Jiuxia. The cultural transplantation of the ethnic groups in the perspective of 'Tourist Gaze' [J]. *Thinking*, 2009, 35(4): 37-42. [孙九霞. 族群文化的移植: “旅游者凝视”视角下的解读[J]. 思想战线, 2009, 35(4): 37-42.]

[28] Tilley C. *Metaphor and Material Culture* [M]. Oxford: Blackwell, 1999. 95.

[29] Pons P O. Being-on-Holiday: Tourist dwelling, bodies and place [J]. *Tourist Studies*, 2003, 3(1): 47-66.

[30] Edensor T. Mundane mobilities, performances and spaces of tourism [J]. *Social & Cultural Geography*, 2007, 8(2): 199-215.

[31] Xie Yanjun. *Tourism Studies (the 3rd Edition)* [M]. Beijing: China Tourism Press, 2011. 56; 285. [谢彦君. 基础旅游学(第三版)[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2011. 56; 285.]

[32] Gallagher S, Zahavi D. *The Phenomenological Mind* [M]. Routledge, 2012. 135.

[33] Small J, Darcy S, Packer T. The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze [J]. *Tourism Management*, 2012, 33(4): 941-950.

[34] Game A. *Undoing the Social: Towards a Deconstructive Sociology* [M]. Milton Keynes: Open University Press. 1991. 177.

[35] Pons P O. Building castles in the sand: Repositioning touch on the beach [J]. *The Senses and Society*, 2009, 4(2): 195-210.

[36] Richards G. Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption [J]. *Tourism and gastronomy*, 2002 (11): 2-20.

[37] Everett S. Beyond the visual gaze? The pursuit of an embodied experience through food tourism [J]. *Tourist Studies*, 2008, 8(3): 337-358.

[38] Dann G, Berg Nordstrand K. Promoting wellbeing via multisensory tourism [A]. //: Sheldon P. & Bushell R. (ed.). *Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place* [C]. New York: Cognizant Communication Corporation, 2009. 125-137.

- [39] Waitt G, Duffy M. Listening and tourism studies [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 37(2): 457-477.
- [40] Andrews H. Feeling at home: Embodying Britishness in a Spanish charter tourist resort [J]. *Tourist Studies*, 2005, 5(3): 247-266.
- [41] Valtonen A, Veijola S. *Sleep in tourism* [J]. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(1): 175-192.
- [42] Cohen E, Cohen S A. Current sociological theories and issues in tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(4): 2177-2202.
- [43] Larsen J. Tourism mobilities and the travel glance: Experiences of being on the move [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2001, 1(2): 80-98.
- [44] Peng Zhaorong. "Mutual-gaze structure" in the landscape of modern tourism [J]. *Social Sciences in Guangdong*, 2012,(5): 189-197.[彭兆荣. 现代旅游景观中的“互视结构”[J]. 广东社会科学, 2012,(5): 189-197.]
- [45] Hu Haixia. Gazing or dialogue: Rethinking about the theory of tourists' gaze [J]. *Tourism Tribune*, 2010, (10): 72-76. [胡海霞. 凝视, 还是对话?——对游客凝视理论的反思[J]. 旅游学刊, 2010, (10): 72-76.]
- [46] MacCannell D. Zhang Xiaoping, et al. Trans. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* [M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2008. 45. [MacCannell D. 张晓萍等译. 旅游者: 休闲阶层新论 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008. 45.]
- [47] Cary S H. The tourist moment [J]. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31(1): 61-77.
- [48] Zhang Lingyun. A study on consumers' behavior and phenomenon under unusual environment [J]. *Tourism Tribune*, 2008, 23(10): 12-16.[张凌云. 旅游学研究的新框架: 对非惯常环境下消费者行为和现象的研究[J]. 旅游学刊, 2008, 23(10): 12-16.]
- [49] Zhang Lingyun. Unusual environment: The core concept of tourism research-A new framework for tourism research [J]. *Tourism Tribune*, 2009, (7): 12-17.[张凌云. 非惯常环境: 旅游核心概念的再研究——建构旅游学研究框架的一种尝试[J]. 旅游学刊, 2009,(7): 12-17.]
- [50] Jansson A. A sense of tourism: New media and the dialectic of encapsulation/decapsulation [J]. *Tourist Studies*, 2007, 7(1): 5-24.
- [51] Peng Zhaorong. *Anthropology of Tourism* [M]. Beijing: Ethnic Publishing House. 2012. 172. [彭兆荣. 旅游人类学[M].北京: 民族出版社. 2012. 172.]
- [52] Zhu Yujie. The multiple gaze in tourism: From static to mobile [J]. *Tourism Tribune*, 2012,27(11):20-21.[朱煜杰. 旅游中的多重凝视: 从静止到游动[J]. 旅游学刊, 2012,27(11):20-21.]
- [53] Perkins H C, & Thorns D C. Gazing or performing? Reflections on Urry's tourist gaze in the context of contemporary experience in the antipodes [J]. *International Sociology*, 2001. 16(2): 185-204.
- [54] Li Xinjian. Culture tourism, tourist gaze and others [J]. *Tourism Tribune*, 2013, 28(11): 8-10. [厉新建. 文化旅游、旅游凝视及其他[J]. 旅游学刊, 2013, 28(11): 8-10.]
- [55] Hommel B. Grounding attention in action control: The intentional control of selection [A]. //: Bruya B. (Ed.). *Effortless Attention: A New Perspective in the Cognitive Science of Attention & Action*[C]. Cambridge: MIT Press. 2010. 121-140.
- [56] Can-Seng Ooi. A theory of tourism experiences: The management of attention [A]. //: Tom O'Dell, Peter B. (Ed.). *Experiencescapes: Tourism, Culture, and Economy*[C]. Copenhagen Business School Press DK, 2005. 51-68.
- [57] Richards G, Wilson J. Developing creativity in tourist experience: A solution to the serial reproduction of culture [J]. *Tourism Management*, 2006, 27(6):1209-1223.
- [58] Ning W. Rethinking authenticity in tourism experience [J]. *Annals of tourism research*, 1999, 26(2): 349-370.
- [59] MacCannell D. Tourist agency [J]. *Tourist studies*, 2001, 1(1): 23-37.
- [60] Larsen J. De-exoticizing tourist travel: Everyday life and sociality on the move [J]. *Leisure Studies*, 2008, 27(1): 21-34.
- [61] Xie Yanjun. *Study on Tourist Experience: A Perspective from Phenomenology* [M]. Tianjin: Nankai University Press, 2005.16-17. [谢彦君. 旅游体验研究——一种现象学的视角[M]. 天津: 南开大学出版社, 2005.16-17.]
- [62] Leiper N. Tourist attraction systems [J]. *Annals of Tourism Research*, 1990, 17(3): 367-384.
- [63] James W. *The Principles of Psychology (Vol.1)* [M]. New York: Halt. 1890. 402.
- [64] Kim Sung-Bum, Kim Dae-Young, Paul B. Tourist mental-imagery processing: Attention and arousal [J]. *Annals of Tourism Research*, 2014, 45: 63-76.
- [65] Franklin A. Tourism as an ordering: Towards a new ontology of tourism [J]. *Tourist Studies*, 2004, 4(3): 277-301.
- [66] Van der Duim R. Tourismscapes: An actor-network perspective [J]. *Annals of Tourism Research*, 2007, 34(4): 961-976.
- [67] Van der Duim R, Ren C, Jóhannesson G T. Ordering, materiality and multiplicity: Enacting ANT in Tourism [J]. *Tourist Studies*. 2013, 13(1): 3-20.
- [68] Adler J. Travel as performed art [J]. *American Journal of Sociology*, 1989, 94(6): 1366-1391.
- [69] Kincheloe J L. Describing the bricolage: Conceptualizing a new rigor in qualitative research [J]. *Qualitative Inquiry*, 2001, 7(6): 679-692.
- [70] Xie Yanjun. On the essence of tourism and its way of cognition: Viewing from the perspective of the discipline itself [J]. *Tourism Tribune*, 2010,(1): 26-31. [谢彦君. 旅游的本质及其认识方法——从学科自觉的角度看[J]. 旅游学刊, 2010, (1): 26-31.]
- [71] Tribe J. The indiscipline of tourism [J]. *Annals of tourism research*, 1997, 24(3): 638-657.
- [72] Xie Yanjun, Li Layang. The logic undergoing the different points of view related to tourism discipline [J]. *Tourism Tribune*, 2013, 28(1): 21-29.[谢彦君, 李拉扬. 旅游学的逻辑: 在有关旅游学科问题的纷纭争论背后 [J]. 旅游学刊, 2013, 28(1): 21-29.]
- [73] Franklin A, Crang M. The trouble with tourism and travel theory? [J]. *Tourist Studies*, 2001, 1(1): 5-22.
- [74] Belhassen Y, Caton K. Advancing understandings: A linguistic approach to tourism epistemology [J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(2): 335-352.

Tourist Gaze: Rethinking and Reconstructing

LI Layang

(School of Tourism and Hotel Management, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

Abstract: John Urry has been one of the most important and consistent contributors to tourism studies over the past two decades. His book (*The Tourist Gaze*) has been widely considered as one of the best general theoretical accounts of tourism. In his book he developed the classic notion — ‘tourist gaze’, a notion inspired by the works on ‘gaze’ by Michel Foucault. However, some researchers have adopted the vaguely defined concept of ‘gaze’ and linked tourism directly to visual experience - to seeing or sightseeing- and neglected the other senses in tourists’ experience. Other researchers have equated ‘tourist gaze’ to the micro- power theory of Foucault. As a result, tourism researchers have not adequately explored the depth of the Urry’s notion and some misunderstanding and confusion exist.

There is no doubt that what may first appear as an alien concept or theory may eventually develop into a central theory of tourism by critical thinking and empirical demonstration by the large academic community. This ‘theoretical self-consciousness’ process of generating tourism knowledge reinforces the importance of rethinking the ‘tourist gaze’. Based on a review of Urry’s original work on ‘tourist gaze’ and subsequent literature, this article argues that Urry’s initial purpose in *The Tourist Gaze* was to construct a ‘general theory’ of tourism, a sort of sociology of tourism and to provide a totally different notion with a way of seeing or ‘eye of power’.

After that, this paper explores the theoretical dilemma created by Urry’s appeal to a ‘general theory’ and the inappropriate metaphor of ‘Gaze’. Then the author reviews the emerging theory and finds numerous criticisms of this notion and subsequent reformulations of tourism including those based on ‘performance theory’ and ‘embodiment theory’ which logically extend from various criticisms of Urry’s concept of ‘Gaze’. In order to extend the meaning of ‘Gaze’ to be multisensory and include notions of performance and embodiment, this paper starts from Urry’s ‘extraordinary’ explanation of the object of ‘tourist gaze’, which reduces ‘extraordinary’ to the objective existence and abandons the tourists’ agency. I argue that there are, in fact, many tourist attractions that have both an objective ‘extraordinary’ character and a subjective ‘extraordinary’ possibility. In this paper I redefine ‘tourist gaze’ in light of the subjective agency. I suggest ‘attention’ should be used as a new interpretation and a new starting point to understand ‘tourist gaze’ by examining the embodied and multi-sensuous nature, as well as, the objective and subjective nature of the ‘tourist gaze’. In addition, the meaning of ‘tourist gaze’ should be enlivened and enriched by studies in the fields of psychology, biology, aesthetics, semiology, sociology, anthropology, visual culture, etc.

In the end, this paper argues that ‘tourist gaze’ can be regarded as a way to achieve ‘tourist experience’ by integrating, alienating, highlighting and making sense of the object of ‘gaze’. Thus, the essence of ‘tourist gaze’ can be clearly defined and understood in the theoretical system of tourism studies.

Keywords: tourist gaze; attention; extraordinary; tourist experience

[责任编辑: 刘 鲁; 责任校对: 吴巧红]