第一图书网, tushu007.com

<<旅游凝视>>

图书基本信息

书名：<<旅游凝视>>

13位ISBN编号：9787310028580

10位ISBN编号：7310028589

出版时间：2008-4

出版时间：南开大学出版社

作者：刘丹萍

页数：300

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

观看先于语言，正是观看确立了我们在周围世界的位置。
照相机、摄影技术的出现，全面改变了人类观看与被观看的方式，使观看与被观看的行为固化和物化，并带有了公共性和社会性。
显然，摄影不是一个简单的机器操作，照片更多的是一个主动的意指行为的产物。
　摄影是现代旅行文化中最有意义的组成部分。
当今中国，摄影文化消费异常活跃，照相机镜头对准的地方往往逐渐演变为旅游地。
我国西部某些自然景观与人文景观保存完好的地方常常是摄影爱好者追捧的对象，一批新兴旅游地因此孕育而生，云南省红河州元阳哈尼梯田就是一个典型案例。
　20世纪90年代中后期，西方人文地理学界发生了一个重大理论事件——“文化转向”（cultural turn），其核心之一就是将文化研究和社会理论纳入人文地理学的分析体系中，强调关注社会文化和政治过程对空间与地方的塑造。
　巴特勒（R．W．Bulter）提出的“旅游地生命周期”理论是目前旅游研究领域为数不多的几个成熟理论之一，但围绕该理论进行的已有研究多是针对某一成熟旅游地（如发展期、巩固期和停滞期）而言的，很少有学者关注旅游地演进的初期阶段。
更确切地说，很少有人针对“为什么一个地方会发生旅游现象”、“一个普通的地方如何逐步发展成为旅游地”等问题进行研究。
客观事实是：在旅游地发育初期阶段，外来游客与东道主之间的文化与经济背景常常是反差最大的。
作为我国目前最引人注目的由摄影地发育而来的新兴旅游地——元阳哈尼梯田，其所代表的传统农耕文化，与摄影游客所拥有的现代工业文化之间，就形成了强烈对比，这种反差如何表现、如何解决，都将给旅游地今后的发展带来深刻影响。

<<旅游凝视>>

书籍目录

第一章 导论 1.1 研究背景 1.1.1 西方现代人文地理学的“ 文化转向 ”：一个理论背景 1.1.2 社会转型期中的西部旅游开发：一个现实背景 1.1.3 摄影、旅游与元阳梯田：一个应有的学术关照 1.2 问题的提出与研究样地 1.2.1 研究问题 1.2.2 研究样地概况 1.3 本书结构第二章 主体·权力·旅游消费：“ 凝视 ”理论的谱系 2.1 拉康的主体理论 2.2 福柯的知识一权力之说 2.2.1 精神诊疗学的“ 道德式 ”凝视 2.2.2 临床医生的“ 认知式 ”凝视 2.2.3 现代社会的“ 全景敞式主义 ” 2.2.4 福柯“ 凝视 ”理论的基本要义 2.3 厄里的“ 旅游凝视 ”理论 2.3.1 旅游凝视的性质与分类 2.3.2 摄影是旅游凝视的有形化 2.3.3 旅游凝视与消费地方 2.3.4 “ 旅游凝视 ”理论：后现代地理学的空间批判 2.3.5 “ 旅游凝视 ”理论的应用、修正和拓展 2.4 旅游、摄影与图象表征 2.4.1 文献来源与选择标准 2.4.2 评述思路与方法 2.4.3 摄影与图片是旅游地形成和发展的强有力媒介 2.4.4 旅游营销文本中的权力意义 2.4.5 照相机作用下的旅游者与当地人 2.4.6 西方学界关于摄影与旅游之研究工作的评价 2.5 旅游消费：拉康、福柯到厄里 2.6 旅游地演进过程 2.6.1 国外相关研究 2.6.2 国内相关研究 2.6.3 旅游地演进过程研究的评价第三章 基本概念、研究设计与数据收集 3.1 基本概念 3.1.1 旅游地与元阳梯田旅游地 3.1.2 旅游地的发育与元阳梯田旅游地的发育 3.1.3 旅游者的凝视与摄影 3.1.4 表征与图像表征 3.2 研究设计 3.2.1 研究方法 3.2.2 论证思路与分析框架 3.3 调查开展与数据分析 3.3.1 调查工作 3.3.2 样本分布情况 3.3.3 二手资料情况第四章 元阳梯田旅游地发育现状概述 4.1 客源市场初步形成 4.2 旅游淡旺季日益明显 4.3 旅游空间正在构建 4.4 游客类型趋于丰富 4.5 旅游地形象开始建立 4.6 当地人开始参与旅游业 4.7 旅游经济效益逐年增加 4.8 外来资本注入 4.9 小结第五章 旅游者的凝视与元阳梯田旅游地的发育 5.1 元阳梯田的图像表征内容 5.1.1 唯美梯田 5.1.2 现代人的“ 返璞 ¨ 隋结 5.1.3 “ 我们 ”与“ 他们 ” 5.2 旅游者的行为特征 5.2.1 影响旅游者行为特征的文化背景 5.2.2 旅游者的行为特征 5.3 旅游者凝视的文化作用力 5.3.1 文化作用力的外在表现 5.3.2 文化作用力的内在本质 5.4 旅游者凝视的经济作用力 5.4.1 旅游者凝视的经济作用力的外在表现 5.4.2 一个案例 5.4.3 旅游者凝视的经济作用力的本质 5.5 小结第六章 当地人与元阳梯田旅游地的发育 6.1 当地人的基本生活状态 6.1.1 梯田是哈尼人生存之本 6.1.2 贫困是梯田景区农户的最大问题 6.1.3 外出务工是当地人的选择之一 6.2 旅游者凝视下的当地人 6.2.1 躲避、抵触与索求赏酬 6.2.2 展示与表演 6.2.3 当地人对“ 唯美梯田 ”式表征的态度 6.2.4 箐口村案例 6.3 旅游业早期参与者分析 6.3.1 旅游业早期参与者的形成原因 6.3.2 早期参与者的行为特征 6.4 小结第七章 政府与元阳梯田旅游地的发育 7.1 政府介入旅游开发的方式 7.1.1 方式一：旅游规划、基础设施建设与制度完善 7.1.2 方式二：招商引资 7.1.3 方式三：旅游产品开发与市场营销 7.1.4 方式四：红河哈尼梯田世界文化遗产申报 7.2 政府的旅游经营与管理模式 7.2.1 模式一：箐口村案例 7.2.2 模式二：北京云星宇交通工程有限公司案例 7.3 小结第八章 元阳梯田旅游地发育过程的解释 8.1 解释 8.1.1 元阳梯田旅游地的历时态发育 8.1.2 元阳梯田旅游地的共时态发育 8.1.3 元阳梯田旅游地发育过程中的精神与文化动因 8.2 讨论 8.2.1 讨论一：元阳梯田顺利发展成为一个旅游地的可能性 8.2.2 讨论二：梯田农耕文化保持其内在活力的可能性第九章 表征、权力与发展：旅游地作为“ 地方 ” 9.1 表征、话语与主体一自我认同 9.2 旅游地一空间的再现与生产 9.3 第三空间——元阳秩序的形成附录一：元阳梯田旅游地游客问卷附录二：海外游客问卷附录三：关于元阳县旅游发展战略的若干建议参考文献后记

章节摘录

第一章　导论　1.1　研究背景　1.1.3　摄影、旅游与元阳梯田：一个应有的学术关照　人文地理学理论的文化转向提示我们应该重视对地理现象的文化研究，转型期的西部旅游地开发面临经济和文化的双重考验。
一个与西部旅游、现代审美和文化消费都密切相关的大众文化形式——摄影就理应成为有价值的研究主题。
原因有三：　其一，摄影已成为大众文化消费的重要组成部分。
目前，中国是世界上最大的照相机生产国和消费国，每年有700万台照相机产品在中国市场上被消化，全国每年用于摄影消费的总额也已达到100亿人民币之多。
摄影，这个曾经一度只属于少数艺术家“把玩”的高雅活动已成为当代中国居民，特别是城市居民的日常休闲娱乐活动。
　其二，旅游与摄影根本就是一对“孪生兄弟”。
在这场国民“玩摄影”的热潮中，无论是从大众传媒，还是人际交流，甚或网络传播内容来看，“外出采风”、“体验生活”、“摄影发烧友”、“中国公认最美丽的地方”、“最谋杀菲林的地方”等话语都与“探险”、“徒步”、“自驾车旅游”、“背包客’，等字眼紧密地联系在一起，“黄金周摄影团”、“最佳旅游摄影路线”等更是旅游地最好的营销用语，这一切都表明“色友”（摄友）与“驴友”（旅友）俨然就是当今大众消费文化中最引人注目的“联姻”之一。
在发烧友走南闯北的挖掘下，中甸、稻城、帕米尔高原、丹巴、珠穆朗玛峰、喀纳斯湖、黔东南苗寨等一系列大西部的旖旎风光和绚烂文化都纷纷被挖掘出来（蒋坚等，2004）。
但凡照相机镜头“攫取”过的秘境和胜景，那些喜欢探险、追求个性消费和时尚的所谓先锋游客也会很快跟进，一个新兴旅游地也随之开始发育。

编辑推荐

本研究采用英国学者约翰·厄里（John Urry）于1990年提出的“旅游凝视”（tourist gaze）这一概念作为理论分析工具，以摄影这一“旅游凝视”的有形化表现作为研究进路（approach），以图像表征（摄影照片）为研究重点，综合应用了地理学、社会学、人类学、传播学以及文化研究等领域的研究方法和理论，从共时态的（synchronic）和历时态的（diachronic）研究视角，从元阳梯田旅游地的现有发展态势中分离出旅游者的凝视、当地人以及政府三个核心要素，分别阐述这三者在元阳梯田旅游地发育过程中的角色扮演和相互作用，并从中抽象出审美文化、消费文化对旅游地建构的作用。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com