

游客的凝视（第三版）



[游客的凝视（第三版）](#) [下载链接1](#)

著者:约翰·厄里

出版者:上海世纪出版股份有限公司

出版时间:2016-4-1

装帧:平装

isbn:9787543224698

旅游在我看来是一件愉快、轻松的休闲活动，而本书的特点就在于从社会学的角度来审视旅游、游客行为以及东道主国的应对对世界造成的影响，包括度假地的发展变化、全球经济的变化、行业发展、多媒体发展、建筑风格的发展、摄影技术的进步以及原油、气候等环境问题。当然，这些因素也反过来影响了旅游行为本身，于是就有了旅游作为一种社会行为的历史发展。作者并不认同过度简化旅游行为的做法，认为旅游行为不是单纯的视觉经验，因此本书不是解释人为何旅行，而是侧重社会学论述，探讨旅游本身以及游客行为与凝视对象互相之间的影响。因此，本书可以让读者从一个新的角度来看待旅游行为和游客，学术性较强。

作者介绍:

约翰·厄里，获剑桥大学社会学博士学位，此后于兰开斯特大学任教，曾任该校社会学系主任、社会科学院院长和研究部部长，以及英国皇家艺术协会研究员、社会科学研究院院士、科学评估计划社会学小组成员及主席。目前担任兰开斯大学流动现象研究中心主任。

目录: 序

第二版序

第三版序

第1章理论

第2章大众旅游

第3章经济

第4章在游客凝视下工作

第5章变迁的旅游文化

第6章地方、建筑和设计

第7章视觉与摄影

第8章表演

第9章风险与未来

参考文献

· · · · · (收起)

[游客的凝视（第三版）](#) [下载链接1](#)

标签

社会学

旅游

人类学

文化社会学

旅游社会学

社会

凝视

约翰-厄里

评论

补/西方文艺复兴之前，风景只能在绘画中充当背景，放在主要人物的背后，起衬托或象征作用，人的主要任务还是突出主体，挣扎着从自然中独立出来。文艺复兴之后，风景画才开始兴起了，说明西方人从这时开始重新审视大自然，山川草木有了新的意义。人学会了把自然框起来，进行选择、解读和修改，这才制造出了风景。

作者的去世使得本书停在了3.0的版本上，在旧版之上更新了许多内容，更为辩证地去思考凝视的理论意涵，旅游研究的经典之作。丰富有趣，政治、经济、文化、建筑、设计、摄影、表演、风险等内容皆有涉及，几位理论家译名错误。

在现代旅游业的大环境中，游客对特定景观的凝视，是被社会化地建构出来的。游客对于非凡体验的期待和幻想，是推动这种建构的核心要素 |

旅游业要不断生产和维持凝视的对象才能得到发展，于是便发展出一系列标志性的符号，通过这些符号，来创造和满足游客的幻想和期待。人文景观的消费，往往都挣脱不开这张符号的大网。自然虽提供了山川河流、草木和鸟兽，但人开始有风景意识，再进一步把风景纳入现代旅游凝视的范畴，这是社会发展和观念变迁的结果

近来玩刺客信条深感屏幕大、显卡好

开放世界游戏基本替代并超越旅游体验本身…用福柯和鲍德里亚来讲旅游业

阐释了现代旅游业本身的荒诞之处 符号交换+风情建构 对人文、对自然、对博物馆类奢侈品

想象的风景，符号化的体验，当代的生活，乃是抽象思维的过剩。旅游是朝圣，这个观点好。当代的体验就是一场宗教的日常化。

如若知晓旅途中看到的都是幻象，都是构建，都是投射，那为什么还要出门旅行？我想了一下，应该是知道“虚幻”的确信感，让我游得超脱，而在日常生活中，我们往往认为一切都是真实的，于是什么都抓太紧。断断续续终于彻底看完的一本书，很多启发。作者最后某种程度上反旅游反流动，确实如若是迪拜或如今很多中国景点的营造方式，虚假筑梦式的非理性消费式狂欢，应该也high不了多久吧。#201924

所谓“浪漫凝视”，赞扬的就是那种“适合放在图像里的美”。我们说的“风景如画”也是这个意思，画本来是再现，但再现已经超过了真实。在全世界范围内，人们大量购买风光照片、明信片等等，用这种办法来消费和想象旅游景点。很多时候，人们是先看到了图画，之后才去到那个相应的地方，这样一来，自然景观反而变成了那张图的复本。这种凝视，意味着游客欣赏美景时，必然会被卷入文本、影像的世界里。游客所凝视的，与其说是自然风光，不如说是各种广告和大众媒体上常见的，那种理想化了的情景。就算无法亲眼见识自然界的美景，人们还是能够感受它，在心中看到它。有时候游客去了，发现实景并不如想象的那般美好，但最终盘踞在他们脑海中的依旧是那些完美再现的画面，仿佛那是自己亲眼目睹的一切。

dd

旅游=符号搜集，在于幻想和营造氛围，很棒的思路。

在旅游研究领域，约翰·厄里（John Urry）1990年出版著作《游客凝视》，“游客凝视”就已成为旅游人类学研究的一个重要理论分析工具。厄里认为自己的理论借鉴了不少福柯有关临床医学凝视、全景监视方面的研究。所不同的是，“现代社会的发展很少基于个体的监视和标准化，而更多将旅游观光的民主化和地点的奇观化视为基础。”旅游凝视是同现代性相联系的、社会地组织和系统化的观察世界的方式，通过游客对旅游符号的收集和消费而得以构建，是现代社会与文化实践培训和建构的产物（socially organized and systematized）。

旅游就是为了满足自己想象的体验，符号大于风景，影像大于现实。

读完后像一盆冷水浇在自己发热的脑子里，清醒极了

得到APP每天听本书分享：第一，在现代旅游业的大环境中，游客对特定景观的凝视，是被社会化地建构出来的。游客对于非凡体验的期待和幻想，是推动这种建构的核心要素。第二，旅游业要不断生产和维持凝视的对象才能得到发展，于是便发展出一系列标志性的符号，通过这些符号，来创造和满足游客的幻想和期待。人文景观的消费，往往都挣脱不开这张符号的大网。自然虽提供了山川河流、草木和鸟兽，但人开始有风景意识，再进一步把风景纳入现代旅游凝视的范畴，这是社会发展和观念变迁的结果。第三，旅游经济和旅游文化已经离不开摄影，游客越来越多地通过照片去凝视景观，并且将拍照片和收集照片看作旅游的一大目的，影像在上，现实的重要性反而退居其次了。

极其琐碎的阅读体验，很不愉快。一开始抛出了凝视这个概念，但又没有系统性地把凝视应用到旅游活动中，导致后面的章节不需要凝视这个概念也可以自洽。名过其实了。还有翻译实在太差，建议译者先去学几年中文。

这本书啃得我脑仁疼。我得仔细琢磨琢磨疫情结束后还有没有必要去看沙漠。如果我去，我到底看的是什么？

得到39，身份的困惑固化，追求更多新鲜的体验。期待和幻想，是现代消费主义的两大要素。摄影对旅游的影响部分很深刻。任何大面积的流行都可能颠覆行业甚至其他行业。

我们的旅游是被套路的是被植入潜意识里的主观意识

注意，其实这本书与“旅游经济”关系更大一些。

最后提出的解决方案有些粗糙武断。

已听得到读书，很厉害的一本书。游客是现代社会的产物，你对旅游的期待和体验是被建构出来的。鲍德里亚：我们消费的东西，充其量是一堆符号罢了。人类通过交换符号

价值来建构社会认同，但却是用一种奇观的精神接受它。

[游客的凝视（第三版）](#) [下载链接1](#)

书评

最近几年，中国似乎进入了旅行的爆发期，似乎每个人都把“环游世界”作为自己的终极梦想，是特别牛逼闪闪的一件事儿，各类旅行者上电视、出书层出不穷，畅谈旅行如何涤荡自己的心灵，这些书一开始还想看看，后来实在厌烦了。
好吧，那我就研究一下你们为什么旅行吧。 1、旅行...

在旅行中看什麼書？這是每次出發前一個重要的儀式。於我，一些想讀又未讀的小說通常是首選，反常的是今次跟我啟程與回程的都不是小說，而是兩本關於旅行的書。李展鵬的《旅程瞬間》與John Urry的《觀光客的凝視》當然不是吃喝指南或喪玩攻略，用另一本書的名字來形容是「愈旅行...

旅游体现着人们对另一种生活的理想化向往，比头脑中的想象更进一步的，是它以具体行动体现出来了。渐渐地这种行动多起来，尤其在发达国家社会中下层将旅游也当作消费的必要选项后，旅游产业发展成熟就成为了可以想见的结果。
这本书是作者多年研究的成果。根据书中频...

该书第一版是1990年出版的，这个译本是在2000年版的基础上翻译的，作者在00年版中作了一些修订，增加了最后一个chapter，关于全球化下的旅游市场，并回应了之前的一些批评。杨慧老师所写的译序，基本上概括了这本书的主体内容，若是不需要仔细分析旅游市场状况的话，光看译序就...

Tourism Gaze 3.0

游客的凝视，这个旅游业近三十年里最重要的关键术语之一让我花了很长时间去理解，今天它被我接纳了，也做了基于当前中西部旅游之我见的诠释，还构思出支持“游客的凝视”理论3.0版本的几个案例。
从一本书可以从人类学、政治学、社会学、经济学、环境保护主义...

第一性原理(人=猴)：一切都关涉性，只有性关涉权力。名品包包：表演欲望
语言工具：炫耀/亲密/性 消费社会：鲍德里亚。符号价值：想象的共同体
照片：荡妇的属性(专业的商业摄影是制造消费欲望的一大利器，专业摄影师懂得运用一些技术，把照片拍得讲究、好看、有吸引力。商业...

1.期待和幻想，正是现代消费主义的两大要素。

人类花钱消费不全然是因为物质上的需求，人们真正向往的是亲身体验自己幻想中的场景。正因为这种令人心驰神往的完美体验在现实生活中极少发生，人们在每一次幻灭之后，就更期待产品和服务能推陈出新，提供新鲜感。当代消费主义的核心...

旅行是一场朝圣，人们跳脱出原本的时空，在他人的日常生活场景中追寻真实，以获得一种心灵的升华。徐霞客说：

江清月皎，水天一空，觉此时万虑俱净，一身与村落人烟俱溶，彻成水晶一块，直是肤里无间，渣滓不留，满前皆飞跃也。他栖身于山水间，于潮起潮落，于熙来攘往，于...

[游客的凝视（第三版）](#) [下载链接1](#)