

文章编号:1003-2398(2013)02-0125-06

地方理论在城市休闲中的应用

韩光明,黄安民

(华侨大学 旅游学院,泉州 362021)

EXPLORATION OF APPLYING PLACE THEORY TO URBAN-BASED LEISURE STUDY

HAN Guang-ming, HUANG An-min

(College of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou 362021, China)

Abstract: Place Theory thinks that the emotional connection between human beings and the earth makes place a meaningful space. With the rapid growth of domestic city residents' leisure demand and activities, cities for leisure has become the trend of the development of modern city, and scholars pay more and more attention on the research on urban-based leisure. However, exploration of the relationship between leisure subject (people who take urban-based leisure activities) and city as "people and place" is still in the initial stage with theory, empirical research results in a less. Place, is a space full of meaning, a city developing for leisure is such a meaningful "place". The perception, experience, cognition and attitude of residents and visitors towards cities are the "software" consisted of urban-based leisure activities. These four aspects should be considered and analyzed in evaluating the leisure function of a city, the possibility of truly meeting residents and visitors' leisure demands and the future of becoming a real "leisure city". Place Theory, especially in humanism and phenomenological philosophy foundation, emphasizes on the subjective feeling of the place. Therefore, the place theory is helpful for making up insufficient consideration of subjective feeling in traditional sociology field by using it in the social analysis of space, and it should be the tools and objects in space research of urban-based leisure in social analysis. Based on related researches home and abroad and the research methodology of micro-cognitive theory of humanism, taking the views of Place Theory, this article firstly explains the relationship between urban-based leisure activities and place identity, place meaning and the sense of place attachment, puts forward the model and brief examples of place attachment in urban-based leisure, and then analyses the application of place theory in the necessity of the research on urban-based leisure. It also discusses the relationship of residents and visitors towards urban-based leisure activities cognition and place attachment, and finally constructs urban-based leisure activities index system which is based on Place Theory. It aims at providing related research in the field of leisure with an elementary theoretical framework.

Key words: Place Theory; place meaning; place attachment; urban-based leisure

提 要: 地方理论认为, 人与地之间的情感连接, 使地方成为一个充满意义的空间。以休闲为导向发展的城市正是一个这样的充满意义的空间。在国内外相关研究的基础上, 从人本主义的微观认知方法论角度, 以地方理论为基本研究视角, 阐释了城市休闲与地方性、地方意义、地方依恋感的联系, 探讨了休闲主体与城市之间的“人与地”关系, 提出了城市休闲的地

方依恋研究框架, 分析了地方观应用于城市休闲研究的必要性, 最后构建了城市休闲的地方观研究概念框架。以期为休闲领域的理论和实践提供一个新的研究视角。

关键词: 地方理论; 地方性; 地方依恋; 城市休闲

中图分类号: F590.3 **文献标识码:** A

基金项目: 教育部人文社会科学研究项目(12YJA790049), 华侨大学科研启动费项目(07BS408)

作者简介: 韩光明(1976—), 男, 山东潍坊人, 讲师, 主要研究方向为旅游规划与管理、休闲产业。E-mail: hangm@hqu.edu.cn。

收稿日期: 2011-12-29; 修订日期: 2012-07-25

近几年来,我国学者从不同视角和层面对城市休闲进行了探讨、研究。杨晓俊、王兴中(2005)较早探讨了居民消费行为与城市休闲、娱乐场所的空间关系^[1];郑胜华(2005)提出了城市休闲发展的整合理论模型^[2];随后,郑胜华和刘嘉龙(2006)构建了城市休闲发展评估指标体系^[3];李跃军、孙虎(2007)探讨了休闲项目对城市休闲适宜性的影响和价值^[4];魏小安、李莹(2007)在《城市休闲与休闲城市》一文中较为全面地探讨了城市休闲的功能、意义、影响因素等并提出了休闲城市的定义和城市休闲体系的构建^[5];杨振之、周坤(2008)亦撰文《也谈休闲城市与城市休闲》,在前者研究基础上,进一步探讨休闲城市的衡量标准及一个城市如何建设自己的休闲体系等问题^[6];郭旭等(2008)探讨了休闲经济与城市休闲空间的互动影响,提出了城市休闲空间的综合性与集中化、体验性与人性化、健康性与生态化以及文化性与特殊化的发展趋势^[7];赵守谅和陈婷婷(2010)分析了目前我国城市休闲方式存在的户外休闲活动所占比重较低、与社区疏远、休闲获取方式过度货币化等现象,并针对这些问题从城市规划层面提出相应对策^[8];赵辉等对苏州、武汉、上海等六个典型城市休闲能耗进行了调研和分析^[9];吕宁和张会新(2011)对城市休闲和城市休闲系统的概念进行了界定,并指出了我国城市休闲发展中存在的对人休闲需要的忽视、城市休闲功能的系统建设研究缺失、对城市休闲缺乏操作性指导等问题^[10];顾宋华(2011)在其硕士毕业论文中,首次从“人—地”相互作用的角度,以杭州环西湖休闲街区为例对休闲者的地方感进行了研究^[11]。

以上相关的研究表明,随着国内城市居民对休闲需求和活动的增长,城市休闲研究已经受到了学者们的重视,相关研究涉及到哲学、社会学、人文地理学、城市规划学、旅游等多学科领域。然而,作为“人与地”的休闲主体与城市之间的关系探讨尚处于初始阶段,相关理论、实证研究成果较少。随着国外空间研究的“社会—文化”转型及对人本主义思潮理解的影响^[12],我国城市休闲研究也应朝着“人本化”的方向发展,城市休闲的研究应逐步从对休闲设施、休闲产品、休闲服务、休闲制度等“硬件”的关注转向城市休闲主体身上。地方,是一个充满意义的空间,以休闲为导向发展的城市无疑是这样一个充满意义的“地方”。城市休闲主体对城市的感知、体验、认知和态度是构成城市休闲的“软件”,一个城市能否成为真正意义上的“休闲城市”,必须剖析城市作为“地方”的主体性和休闲主体的感知、体验、态度及它们之间的关系。本研究试图从人本主义的微观认知方法论角度,以地方理论为基本研究视角,探讨休闲主体与城市之间的“人与地”关系,构建城市休闲的地方观研究概念框架。本研究的“城市休闲”包括城市休闲主体出于休闲的目的,在闲暇时间内从事的所有休闲行为、活动和方式。

1 地方理论的基本概念和内涵

20世纪70年代,由于受到现象学、存在主义等哲学思潮的影响,人文地理学蓬勃发展^[13]。自20世纪70年代华裔地理学家段义孚重新将“地方(place)”引入人文地理学研究以后^[14],地方(place)成了当时人文主义地理学家和实证

主义地理学家不同哲学取向的重要概念。20世纪80年代,对地方概念的兴趣在人文主义地理学以外增长^[15]。与地方相关的概念,包括地方感(sense of place)^[16]、地方依恋(place attachment,也译作地方依附)^[17]、地方认同(place identity)^[18]、地方依赖(place dependence)^[18]等一起组成了地方理论(place theory)。迄今为止,从概念的建立、理论的构建、指标体系的建立以及运用于人地关系的大量实证表明,以人文主义地理学和环境心理学为代表的西方学术界基于地方理论已经形成了相对完善的研究体系。总体而言,地方理论是从人的感觉、心理、社会文化、伦理和道德的角度来认识人与地方的关系的理论^[19]。在这一理论引入我国的时候,出现了不同的表达方式:有的将“place”译为地方,有的翻译成“场所”。前者主要存在于地理学研究中,后者存在于景观学、建筑学、城市规划等相关研究^[20]。

1.1 地方与地方性、地方意义

段义孚认为,人在“地方”居住或经常性地接触“地方”,就会对地方产生各种强烈和持久的情感反应^[21],地方是“在世界活动的人的反映,通过人的活动,空间被赋予意义。地方是人类生活的基础,在提供所有人类生活背景的同时,给予个人或集体以安全感或身份感。^[22]”一个地方之所以能够成为历史上著名的旅游景点,不仅是因为它长期存在于一个相同的地方,还在于这个地方包含了各种事件的累积,这些累积被记载在历史书、纪念碑、节庆、遗址遗迹、旅游项目或旅游产品当中,从而成为人们延续历史传统的一部分^[21]。

地方性是一个地方不同于其他地方的特性。瑞夫(Relph)认为任何一个地方都有客观物质、功能以及意义三重属性,地方性就体现在这三重属性中^[23]。其中,地方意义是人们赋予地方的象征意义、思想感受、态度和价值等,是地方的主观属性。不同的人赋予地方不同的意义,地方意义是复杂多样的甚至是相互冲突的^[19]。

1.2 地方感与地方依恋

地方感是人文主义地理学研究较为深入的领域。地方感以人类地方体验的主观性为基础,其内涵包括了地方本身固有的特征与个性(地方性),以及人对于地方依附的情感与认同^[24],简言之,地方感可以概括为一种满足人们基本需要的普遍的情感联系^[14]。对于能够使人产生强烈的感情体验的地方,人们往往有强烈的依恋感,而这种情感上的依恋又逐渐成为了“家”这一概念形成过程中最为关键的元素^[25]。这样的地方有着不同的空间尺度,可以是某个房间、家、社区、城市,乃至区域与国家都可以成为地方感所依附的空间单元^[24]。构建模型和设计量表是地方感研究的重要手段与方法^[26],多年来,不同学科背景的研究者都探讨过地方感的维度:波特(Bott, 2000)在莱弗(Relph, 1976)、斯蒂尔(Steele, 1981)、朱伯(Zube, 1982)、格林(Greene, 1996)、林奇(Lynch)等人研究成果的基础上研制出一个用于测量人工环境地方感的测量表,该测量表由自然环境因子、文化环境因子、情感因子和功能因子等4个方面构成^[27];Pretty(2003)则把地方感分为地方依恋、社区感和地方依赖三个维度^[28]。朱竑、刘博(2011)在多年来西方学者关于

地方理论研究的基础上,对地方感、地方依恋等概念进行辨析和研究,认为地方感是一个包容性概念,是指人们对于特定地方的情感依附和认同,主要包括地方依恋和地方认同2个维度,其核心内涵体现出社会文化建构的过程,并始终处于不断变化与发展的过程中^[29]。

地方依恋(place attachment)最早来自环境心理学研究,用来描述人与地方之间的情感连接,随着各学科对相关理论不断完善和实践,一般认为,地方依恋与人文地理学中的地方感在核心内涵上基本等同^[29],区别在于,地方感强调地方,相关研究多应用于人与地方关系的探讨,地方依恋则强调人对于地方积极的感情依附,侧重人的心理过程,相关的研究多以实践进行定量分析。威廉斯等(Williams et al., 1989)提出的“地方依恋”的概念、由地方认同(place identity)与地方依赖(place dependence)两个维度构成的地方依恋理论框架^[18]得到其他学者在相关理论方面的应用、拓展和实践。然而,尽管学术界围绕着地方依恋的概念、维度、影响因素、实践应用等方面进行了大量的研究,目前对地方依恋并没有形成统一的定义,常用的定义认为,地方依恋指人与特定地方之间建立起的情感联系,以表达人们倾向于留在这个地方、并感到舒适和安全的心理状态^[30]。地方依恋感是人本主义的微观认知方法论中探讨人地关系的重要理论,着重研究人与空间(地点)的关系与联系程度^[31]。

2 地方理论应用于城市休闲研究的必要性

2.1 地方理论应用于城市休闲研究是休闲内涵本质要求的体现

休闲是指在非劳动及非工作时间内以各种“玩”的方式得到身心的调节放松,达到生命保健、体能恢复、身心愉悦的目的一种业余生活^[32]。从休闲的内涵出发,城市休闲本质上是居民为了满足休闲目的的“一种业余生活”,涉及到人们日常生活中细微的行为方式和细腻的精神感情层面,体现出较强的主观感受;从休闲的主体看,城市人口构成的复杂性、群体和个人层面上不同的影响因素、行为特征使得城市休闲呈现不同的特征;从休闲实现的载体看,城市休闲是发生在一定“场所”和“空间”范围下的活动,对应着城市内部的场所、空间环境;从休闲的地域特征看,地方性是不同城市休闲特征的形成因素。以上四个方面表明,城市休闲属于“人—地”关系探讨的范畴,应用地方理论,从人本主义的微观认知方法论角度对其进行空间的社会分析是“休闲”内涵本质的要求。

2.2 地方理论为休闲领域的研究开辟新思路

“人类行为与环境的关系”是西方国家30多年来社会地理学“社会—文化”转型的核心理念,分析区域为微观的社会因素构建的微观(观)区(域)位(结构),所探讨的内容聚焦在城市内部社会(空间)研究方面^[12]。近年来,国内社会经济的快速发展和人们消费方式日益丰富化、多元化使城市休闲已成为城市品质、城市特征的体现,人们的休闲心理、休闲行为、休闲城市建设等方面越来越受到各界的重视。城市休闲是人类行为和环境关系的体现,具有人作为休闲主体的主观性和地方的主体性。地方理论,尤其是在人文

主义与现象学的哲学基础下,强调人对于所处地方的主观感受,因此,在空间的社会分析里,借取地方理论具有弥补传统社会学对于人的主观感受考虑不足的作用^[33],应成为城市休闲研究中空间社会分析的工具和对象。将地方理论应用于城市休闲研究,将为休闲领域在心理、行为、地方性等层面打开新的思路,拓展更广阔的研究空间。

3 地方理论应用于城市休闲的思维视角

人对地方的独特情感,在日常生活中真切而细腻地影响着人们的行为,同样也影响着城市休闲。“城市休闲”,城市即“地”,“休闲”主体为人,城市休闲是人与城市空间的一种相互作用和联系,属于人与地之间关系的范畴。

3.1 地方的主体性与城市休闲

3.1.1 地方的主体性:地方性、地方意义与城市休闲

对于人文主义地理学者而言,地方不仅仅只是一个客体,它是某个主观的客体。当它被某一个主体视为一个有意义或感觉价值的中心时,当它具有一个客体感情的附着时,地方就出现了^[34]。地方的主体性通过地方性和地方意义体现出来。地方性是一个地方不同于其他地方的特征和个性,独特的地理区位、自然地貌、气候特征、物产饮食、民俗文化、历史遗迹、风土人情、生活习惯等一起营造出不同城市的地方性。

每个城市都是一个有意义的“地方”,独特的地方意义使一个地方成为一个旅游地^[19],同样,独特的地方意义赋予不同的城市有别于其他城市的休闲特征。而城市休闲主体对该城市的感知和印象,就是一种人们赋予该城市的地方意义,它可以来自不同的人物的回忆、体验或想象。如泉州人对南音弹唱休闲方式的爱好不仅仅是因为它动听,更因为土生土长的泉州人从小就在街头巷尾中受这种古老艺术的熏陶,坊间自发定时相聚弹唱成为当地人代代相传的休闲方式,培育了具有浓郁地方特色的休闲氛围和地方意义。因此,具有“地方”主体性的城市拥有着独一无二的“地方性”休闲特征,它身上附着城市休闲主体对它的感情和意义,当地历史文化的沉淀和生活习俗的传承在休闲方式中的体现就是城市休闲“地方主体性”的一种表达。

3.1.2 变迁中的地方意义与城市休闲

“一个地方的人的行动、思想、感受以及人们赋予该地的意义与价值,总是不停地变为这个地方的一部分,地方意义在不断变迁之中”^[34]。国外研究表明,在互联网等媒体快速发展的今天,网民自主创造内容(UGC)——“由消费者通过博客、讨论区,论坛,用户组和其他社交媒体平台等公开发布的内容”比以往任何时候都更有力地影响着人们对城市形象的感知和旅游目的地选择^[35],由城市居民或游客传播的口碑(WOM)信息^[36]和网民自主创造内容(UGC)^[37]成为当今人们对一个城市感知的最重要影响因素之一。2011年中国休闲城市的评比过程中,“城市休闲指数”的数据来源很大一部分来自于网络用户的评价和用户对城市的主动搜索量^[38],可见,休闲主体对城市的感知和体验已经成为城市地方意义的一部分,成为城市休闲性的一种表征。同时,因

地方性而生成的城市形象口号、城市名片、城市旅游促销广告可以认为是当地政府部门或休闲业者赋予该城市的地方意义。因此,研究一个城市如何把城市的地方性构建成休闲主体心目中的地方意义,成为地方理论在城市休闲应用的一个方向。

此外,研究城市吸引休闲主体的地方性及休闲主体赋予城市的地方意义,可以了解休闲主体的休闲偏好,可以寻找出不同个体赋予的地方意义之间的差异或冲突,从迎合他们的休闲偏好和减少差异或冲突两个层面获得休闲主体对城市休闲发展的支持,从而更好地进行休闲城市的规划、建设和进行城市休闲形象的传播。

3.2 城市休闲的主体与地方依恋

3.2.1 城市休闲主体的明晰

城市因为人的密集聚居而成为了“城市”,人和城市之间丰富的情感联系形成了充满意义的城市空间。(以人为本的)城市空间社会(行为)论认为:居民“理解”城市空间对自身的“意义”,是人在生活活动过程中对城市内部空间相互作用形成的重要的认知因果关系^[12]。城市居民的构成很大程度上决定了城市休闲主体的构成,城市居民的一切休闲行为、休闲活动都属于“人”与城市空间之间相互作用的范畴。尽管城市的人群是丰富的,有的是祖祖辈辈一直生活在这里的原住居民,有的只是在人生的某个阶段生活在这里的人群,也有的只是停留在这里小段时间的外来游客等等,同时,某种程度上,旅游可以认为是“异地的休闲”。然而,从城市的“地方性”视角,本研究认为城市休闲主体应该为占城市人口主体的城市居民,包括土生土长的原住居民和在该城市定居的外来人口,因为只有“当地人”才能创造出地方的主体性。不可否认的是,游客传播的口碑(WOM)信息和网民自主创造内容(UGC)有助于地方意义的变迁。

3.2.2 城市休闲的主体与地方依恋

戈德比和罗宾逊(Godbey, G., & Robinson, 1997)指出,人们会把日常生活的种种痕迹带到休闲中去^[39],休闲的内容和形式丰富多样,城市各类休闲场所是其得以实现的空间载体。从休闲需求的产生、休闲方式的选择、休闲活动的进行到休闲习惯、休闲偏好的产生,人与城市之间有着密不可分“人—地”关系,整个过程是人与城市之间地方依恋感建立的过程,同时这种地方依恋感反之又影响着人们的城市休闲行为。Scannell 和 Gifford (2010)在对以往文献整合的基础上,提出地方依恋的三维框架概念,其中包括人、心理过程和地方。第一个维度指的是作为行动者的人,其影响因素分别位于群体层面和个体层面,如文化、历史,个体经历等;第二个维度是心理过程,影响因素包括情感(幸福感、爱等)、认知(记忆、图式等)和行为(重建等)三大方面;第三个维度是依恋的对象,影响因素包括地方特征(社会象征、自然环境、建筑特点等)等^[40,41]。基于此,构建出城市休闲主体与城市之间的地方依恋产生、相互影响的过程的研究框架(图1,表1)。

3.2.3 地方依恋用于城市休闲的认知构成与等级评价

哈米特和史特华(Hammit & Stewart, 1996)认为旅游地地方依恋感的认知构成与游客和地方相互作用的情感联系是分不开的,按照旅游者与旅游地相互联系的紧密程度及身份特性的不同,形成地方依恋的不同的认知层面^[42],这些认知层面呈金字塔层次结构,从弱到强依次为地方熟悉感(place Familiarity)、地方归属感(place belonginess)、地方认同感(Place Identity)、地方依赖感(Place Dependence)和地方根深蒂固感(Place Rootedness),通过问卷可以测量出相应的地方依恋感等级。在哈米特等人的研究基础上,可把地方依恋感的等级构成用于分析、评价城市居民休闲行为的影响和表

表 1 城市休闲的地方依恋研究框架及举例
Tab.1 Examples and Model of Place Attachment in Urban-based Leisure

维度	层面	影响因素	城市休闲方式(或形成过程)举例
人(休闲主体)	群体	文化、历史、民族、风俗、生活习惯等	庙会、地方性节庆(如泼水节、三月三节、那达慕大会等)、广场舞、民间曲艺赏弹等
	个体	性别、年龄、职业、收入、性格、个体经历等	年轻人的时尚休闲方式(电玩、泡吧、滑旱冰等),老年人的康体休闲方式(太极拳、散步、下象棋等),女性偏好逛街、香薰、美食体验、有氧运动等
城市休闲的地方依恋过程	认知	记忆、感知、体验、图式等	对休闲空间的感知、体验,构建、促进或遏制“人”的需求动机,如环境优美、设施良好的休闲场所引起休闲的兴致,在某个场所有过不愉快的回忆会遏制休闲动机的产生
	情感	陌生感、熟悉感、喜爱感、幸福感、依恋感等	对场所由陌生到熟悉、由喜爱到依恋及幸福感生成的过程。如香山红叶、西湖烟雨、江南雨巷、水乡小桥等因为优美动人的文学词赋、诗画使得它们对于休闲者具有特别的情感和意境
	行为	涉入、重建等	对地方的依恋感越深,越倾向于在同一地方进行休闲活动,形成习惯,把深厚的记忆、感情、意义融入到休闲行为中,如在每天在固定的公园进行晨练、每年在同一处郊野进行踏青、在同一个棋牌室下棋等等
依恋的对象(地)	地方特征(地方性)	自然环境、社会环境、历史文化、城市景观、建筑特点、风土人情等	独特的地方性和地方意义形成该城市独有的休闲特征,让当地人引以为豪并融入更深的感情。如果当地的地方性不管因何原因而改变,会引起当地休闲特征的改变

征,释义如表2。

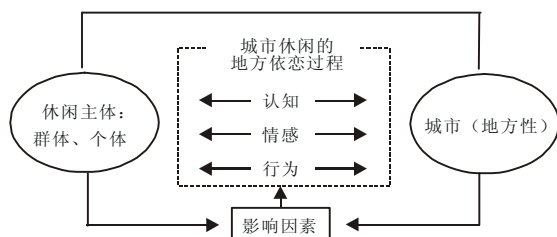


图1 城市休闲的地方依恋研究框架

Fig.1 Model of Place Attachment in Urban-based Leisure

4 城市休闲的地方观研究概念框架

如前所述,城市是一个充满意义的空间,作为城市休闲主体的居民与城市之间的人地关系,包括地方性、地方意义、地方依恋感等一起影响着城市休闲,构建出城市休闲的地方观研究概念框架(图2):①每个城市独特的地理区位、自然地貌、气候特征、物产饮食、民俗文化、历史遗迹、风土人情、生活习惯等一起营造出不同城市的地方性,城市居民对该城市的感知和印象成为他们赋予该城市的地方意义,同时,城市居民和外来游客将这些感知和印象通过网民自主创造内容(UGC)、口碑(WOM)信息等把城市的形象进行

自觉或不自觉的传播,这些传播成为城市休闲功能、休闲氛围的一种表征,地方意义处以不断的变迁中;②从休闲需求的产生、休闲方式的选择、休闲活动的进行到休闲习惯、休闲偏好的产生,整个过程是人与城市之间地方依恋感建立的过程,同时这种地方依恋感反之又影响着人们的城市休闲行为;③按照城市居民与城市空间相互联系的紧密程度及身份特性的不同,形成地方依恋的不同的认知层面。

5 结语

以人为本的城市休闲,是现代城市发展的方向。人本主义的微观认知方法论和以人地关系研究对象的地方理论,可以弥补国内休闲研究在休闲行为和心理研究方面的薄弱环节,为休闲领域的研究开辟新思路。但是,休闲涵义之复杂,地方理论之丰富,国内外学术界将地方理论引入休闲领域的研究时间还不长,两者的结合在理论和实践上尚有许多空白有待深入研究。本文对城市休闲的地方观研究概念框架的建构,还有待于后续的实证研究来论证,地方理论应用于休闲领域的价值还有更广阔的空间。

参考文献

[1] 杨晓俊,王兴中.居民消费行为与城市休闲、娱乐场所的空间关系

表2 地方依恋感应用于城市休闲的等级评价

Tab.2 Gradient Layer of Place Attachment in Urban-based Leisure Activities

地方依恋感的构成	对城市休闲行为的影响和表征
地方熟悉感	生活在这个城市,熟悉这个城市,对这个城市的各类休闲场所的位置、情况都了如指掌
地方归属感	热爱这个城市,这个城市是我的家,累了能随意在这个地方找到休闲的场所、方式,能找到一起休闲的朋友
地方认同感	这个城市对我意义重大,这个城市已经成为我生命中的一部分,我为自己生活在这个城市而满意,这里的休闲场所、休闲设施能满足我的需求
地方依赖感	已经习惯了这座城市的一切,没有其他地方能这样让我有这样放松、随意的感觉,已经习惯了自己在这里的一切休闲场所、设施、方式和一起休闲的亲人朋友
地方根深蒂固感	这里是我唯一渴望进行休闲放松的地方,除了这里我几乎不想去其他地方进行休闲活动,去外地回来后会觉得哪里都比不上这里,这里才是最能让自己得到休闲的地方。这里能让自己如此眷恋

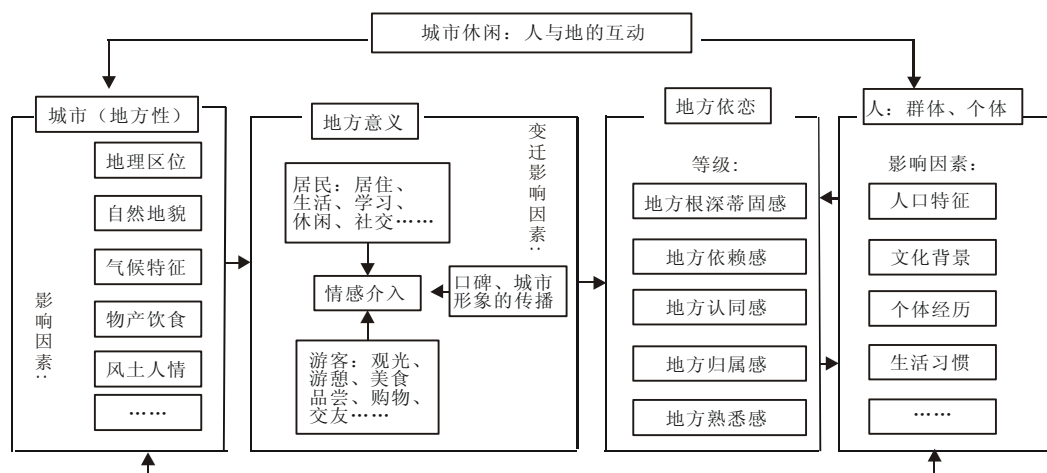


图2 城市休闲的地方观研究概念框架图

Fig.2 Place Conceptual Framework of Graph of Urban-based Leisure

- [J].西北大学学报,2005,35(6):55-58.
- [2] 郑胜华.基于整合理论的城市休闲发展研究[J].经济地理,2005,25(2):228-231,251.
- [3] 郑胜华,刘嘉龙.城市休闲发展评估指标体系研究[J].自然辩证法研究,2006,22(3):96-101.
- [4] 李跃军,孙虎.休闲项目对城市休闲适宜性的价值评价[J].社会科学家,2007,(2):119-121.
- [5] 魏小安,李莹.城市休闲与城市[J].旅游学刊,2007,22(10):71-76.
- [6] 杨振之,周坤.也谈城市休闲与城市[J].旅游学刊,2008,23(12):51-57.
- [7] 郭旭,郭恩章,陈咏.论休闲经济与城市休闲空间的发展[J].城市规划,2008(12):79-86.
- [8] 赵守琼,陈婷婷.城市休闲方式的若干现象及规划面临的挑战[J].城市规划,2010(7):23-27.
- [9] 赵辉,张声远,杨秀,等.中国六个典型城市休闲能耗的调研与分析[J].城市发展研究,2011(1):43-52.
- [10] 吕宁,张会新.城市休闲与休闲产业研究评述[J].商业时代,2011(13):111-112.
- [11] 顾宋华.休闲者的地方感——以环西湖休闲街区为例[D].杭州:浙江大学,2011.
- [12] 王兴中,等.中国城市生活空间结构研究[M].北京:社会出版社,2004:3-23.
- [13] 宁梅.当代西方理论界对“地方”理论的建构[J].贵州社会科学,2011(9):119-122.
- [14] Tuan Y F. Topophilia: A Study of Environmental Perception[M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1974:1-89.
- [15] Johnston R J, Derek Gregory, Geraldine Pratt, et al.. The Dictionary of Human Geography (4th ed.) [M]. Oxford: Blackwell, 2000: 582-584.
- [16] Phil Hubbard, Brendan Bartley, Rob Kitchin. Thinking Geographically: Space, Theory and Contemporary Human Geography[M]. London & New York: Continuum, 2002:57-97.
- [17] Williams D R, Roggenbuck J W. Measuring place attachment: some preliminary results. Paper presented at the NRPA Symposium[J]. Leisure Research, 1989,13(2): 30-32.
- [18] Williams D R, Patterson M E, Roggenbuck J W. Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place[J]. Leisure Sciences, 1992,14(4):29-46.
- [19] 陈蕴真.浅议地方理论在旅游研究中的应用[J].桂林旅游高等专科学校学报,2007,18(3):453-456.
- [20] 俞孔坚.追求场所性:景观设计的几个途径及比较研究[J].建筑学报,2002(2):43-48.
- [21] Tuan Y F. Rootedness and sense of place[J]. Land scape. 1980,24(2): 3-8.
- [22] Tuan Y F. Space and Place[M]. London: Edward Arnold, 1977: 32-123.
- [23] Relph E. Place and Placelessness[M]. London: Pion, 1976:35-40.
- [24] Eyles J. Senses of Place[M]. London: Pion, 1985:1-82.
- [25] Tuan Y F. Space and Place: the Perspective of Experience[M]. Minneapolis, MN: Minnesota University Press, 1977:3-19.
- [26] 唐文跃.地方感研究进展及研究框架[J].旅游学刊,2007,22(11):70-77.
- [27] Bott S E. The development of psychometric scales to measure sense of place[D]. Colorado State University, 2000.
- [28] Pretty G H, Chipuer H M, Bramston P. Sense of place amongst adolescents and adults in two rural Australian towns: the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity [J]. Journal of Environmental Psychology, 2003,23(3):273-287.
- [29] 朱竑,刘博.地方感、地方依恋与地方认同等概念的辨析及研究启示[J].华南师范大学学报(自然科学版),2011(1):1-8.
- [30] Hidalgo M C, Hernandez B. Place attachment: conceptual and empirical questions[J]. Journal of Environmental Psychology, 2001,21(3):273-281.
- [31] 李九全,王立.基于地方依附感原理的景区旅游竞争力探析[J].人文地理,2008,23(4):79-83,111.
- [32] 马惠娣.人类文化思想史中的休闲[J].自然辩证法研究,2003,19(1):55-65.
- [33] 张中华,张沛,王兴中.地方理论应用于社区研究的思考[J].地理科学,2009,29(1):141-146.
- [34] Pred A. Place as historical contingent process: structuration and the time geography of becoming places[J]. Annals of the Association of American Geographers, 1984,74(2):279-297.
- [35] Cetinkaya A S. Information and communication technologies in tourism 2008[J]. Tourism Management, 2010,31(1):150-151.
- [36] Simpson P, Siguan J. Destination word of mouth: the role of traveler type, residents, and identity salience[J]. Journal of Travel Research, 2008,47(2):167-182.
- [37] Ning Chen, Larry Dwyer. The construction of place citizenship behaviour: from a resident perspective [EB/OL]. (2010-11-23). <http://anzmac2010.org/proceedings/pdf/anzmac10Final00225.pdf>.
- [38] 网易旅游.2011 十佳休闲城市出炉 网友最爱青岛 [EB/OL]. (2011-10-29). <http://travel.163.com/11/1029/16/7H102BIL00064JCU.html>.
- [39] Godbey G, Robinson J. The increasing prospects for leisure [J]. Parks & Recreation, 1997,32(6):74-83.
- [40] 庄春萍,张建新.地方认同:环境心理学视角下的分析[J].心理科学进展,2011,19(9):1387-1396.
- [41] Scannell L, Gifford R. Defining place attachment: a tripartite organizing framework [J]. Journal of Environmental Psychology, 2010,30(1):1-10.
- [42] 张中华,文静,李瑾.国外旅游地感知意象研究的地方观解构[J].旅游学刊,2008,23(3):43-49.

责任编辑 赵永宏