

体育旅游认识上的“杂”、“乱”、“泛”现象及其原因分析

赵志荣

(洛阳师范学院 体育学院, 河南 洛阳 471022)

摘要: 对当前体育旅游认识上存在的诸多现象及其原因进行分析。我国对体育旅游的定位过“杂”,对体育旅游的分类过“乱”,对体育旅游项目的归属过“泛”现象较为突出。产生以上现象的主要原因是认识上的感性化明显及缺乏探究精神。

关键词: 体育社会学; 体育旅游概念; 体育旅游项目

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2011)04-0060-03

“Diversified”, “disordered” and “inundated” phenomena in the understanding of sports tourism and analysis of their causes

ZHAO Zhi-rong

(School of Physical Education, Luoyang Normal University, Luoyang 471022, China)

Abstract: The author analyzed a number of phenomena existing currently in the understanding of sports tourism, and revealed the following findings: in China, the orientation of sports tourism is too “diversified”; the classification of sport tourism is too “disordered”; the attribution of sports tourism events is too “inundated”. Main causes for the occurrence of the said phenomena are obviously sentimental understanding and lacking in the spirit of exploration.

Key words: sport sociology; concept of sports tourism; project of sports tourism

什么是体育旅游?如何定位?在众多的旅游活动和体育活动中哪些属于体育旅游?如何分类?当前,对体育旅游的认识存在“杂”、“乱”、“泛”现象。这些问题若得不到及时解决,将严重影响体育旅游业的可持续发展。

1 体育旅游认识中“杂”、“乱”、“泛”现象

1.1 体育旅游认识之“杂”

对体育旅游认识之“杂”,一是表现在对体育旅游的定位有较大的随意性,如有人认为体育旅游是一种特殊的文化现象^[1];有人认为体育旅游的性质既是一种经济事业,又是一种文化事业,属于经济-文化事业^[2];还有人认为体育旅游是人们一种健康的生活方式等。二是表现在体育旅游项目命名杂。如“滑雪”,除“滑雪”外,还有“高山滑雪”、“跳台滑雪”^[3]、“某某滑雪场”^[4]等多种表述;如“马拉松”,有的称为“马拉松”,^[5]有的是“马拉松旅游线路”,还有的是“某某地马拉松赛”等。

1.2 体育旅游认识之“乱”

对体育旅游认识之“乱”主要体现在2个方面:一是指分类混乱,缺乏一致性依据,表现出分类逻辑不够清晰,更缺乏系统性。不同的研究者对体育旅游的分类有所不同,有的将其划分为2种:参与性、观赏性^[6];有的划分为3种:运动型、观赏型、兼备型^[7];有的划分为5种:休闲体育旅游、健身体育旅游、体育观战旅游、刺激体育旅游、竞技体育旅游^[8];还有的划分为8种:休闲娱乐游、惊奇探险游、赛事观摩游、项目培训游、产品商务游、民间传统游、活动参与游、健身度假游^[9]等。目前研究者从不同的视角持有不同的观点,尚未形成统一的分类方式。

二是指概念上的任意置换。例如“体育旅游业”与“体育旅游”不分。如《我国体育旅游发展前景初探》^[4]一文中,有一个小标题是“我国体育旅游的发展前景”,但行文中的表述却成了“我国有丰富的旅游资源,为发展体育旅游业提供了优良的自然条件。”接着又列举了我国部分省市的特色旅游资源,并表述为“这

些都进一步拓展了人们的旅游视野，为体育旅游提供了广阔的发展前景。”以上标题和行文中的从“体育旅游”到“体育旅游业”再到“体育旅游”，存在不统一的表述。

又如“体育旅游产品”与“体育旅游项目”置换现象。体育旅游产品与体育旅游项目究竟是什么关系？是“=”是“≈”还是“≠”？就漂流、攀岩、登山而言，为什么一些研究称之为“体育旅游产品”，而有些研究称之为“体育旅游项目”？

体育旅游项目与体育旅游资源也出现区分不清现象，有时候谈论的是体育旅游项目却反复在行文中表述的是体育旅游资源；有些讲的是体育旅游资源，却表述的是体育旅游项目。如“吉林北大湖滑雪场、松花湖滑雪场；山东潍坊风筝节；贵州国际皮划艇漂流赛；北京十渡风景区名胜区建立的中国第一家蹦极跳台等”，这些“场、节、赛、台”等究竟应该是资源还是项目？目前的研究中大都归类到体育旅游项目之中。

1.3 体育旅游认识之“泛”

对体育旅游认识之“泛”表现在4个方面：

一是指概念的界定不一，很多研究者都是从个人对体育旅游内涵的解读进行界定，存在较大的差异性，有的认为体育旅游是指人们在余暇时间为达到返璞归真、释放压力、寻求刺激、冒险、健身等多种目的于户外所进行的各种身体活动方式^[10]；有的认为体育旅游是借助多种多样的体育活动，发挥体育的诸多功能，使旅游者在旅游中从事各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流活动^[11]；有的认为体育旅游是我国旅游业的一个组成部分，它是以体育资源和一定的体育设施为条件，以旅游商品的形式，为旅游者在旅行游玩过程中提供各种服务的一种经济活动^[12]；有的认为体育旅游是为了满足和适应旅游者的各种体育需求，借助多种多样的体育活动，并充分发挥其诸种功能，使旅游者的身心得到和谐发展，从而达到促进物质文明和精神文明，丰富社会文化生活的目的的一种社会活动^[13]。以上举例的几种体育旅游概念的最终定位为身体活动方式、交流活动、经济活动和社会活动等。

二是指体育旅游项目归属，外延过大，超越了其本质属性。甚至出现凡是与体育有关的旅游活动都归纳到了体育旅游项目之中。体育旅游项目的外延过大，边界不清问题，严重制约着人们对体育旅游的正确认识。体育旅游作为旅游的一种特殊形式或专项旅游，它必定有与其它旅游形式的最本质区别所在。如有人将“参观著名大学校园”也列为体育旅游项目，实在有些牵强。

三是把体育旅游项目与体育项目相混淆，反映出将体育旅游概念扩大化现象。将武术、游泳、台球、足球、网球、柔道、跆拳道等纳入体育旅游项目，实际上是研究者无形中把体育旅游项目范围扩大了。如果任何体育项目都可以被称作为体育旅游项目的话，体育旅游与体育还会有本质的区别吗？其实，人们平日所参加的体育项目并非都是体育旅游项目，体育旅游项目必须首先具备旅游的特征。

四是把旅游景点景区开展的附加性体育活动也当作体育旅游。至于在普通旅游中所表现出来的一些体育健身行为只能视为旅游过程中的一次健身活动，它具有两重性，是一种偶然性的参与，有的并非专门奔体育而去的专项旅游。如旅游景点景区有附加的荡秋千设备，游客可以旅游之余荡荡秋千；有的还有保龄球场，利用旅游之余打打保龄球等。这些算不上体育旅游。

2 产生“杂”、“乱”、“泛”现象的原因

对体育旅游的认识存在较为明显的“杂”、“乱”、“泛”现象，究其原因，可以归结为如下几个方面：

1) 认识上的感性化。

盲人摸象的故事大家都很熟悉，其结果是摸着什么就认为象是什么模样。其实，某种意义上来说，人们对体育旅游的认识也存在跟着感觉走的现象。也就是说人们对体育旅游的认识目前还主要停留在感性阶段，把凡是与体育有点联系的旅游都称为体育旅游，以及凡是与旅游有点联系的体育也都称为体育旅游，这种认识实际上是不客观的。

2) 认识上的主观性。

在《体育旅游的开发与大众体育消费》^[14]一文中有这样一种认识：“体育旅游的发展，不仅带动体育相关产业的消费，而且能够带动整个社会经济的发展。”这种认识缺乏科学的理论依据和支撑，是不太切合实际的一种定位。如果说“体育旅游的发展能够带动体育相关产业的消费”，本身就应该加上一个限定词，即在“体育相关产业”前面加上“部分”，这样才显得更加客观些。而对于能带动“整个社会经济的发展”就显得言过其实了。况且，作为一种新兴的产业，判断它能够带动“整个社会经济的发展”显得过于主观。

3) 认识上探究性缺乏。

目前人们对体育旅游缺乏深入探究精神。如对体育旅游的分类，有的不加思索地套用了旅游的分类方式，如将体育旅游分为以“自然景观为主的风景区体育旅游”和“以人文景观为主的风景区体育文化旅游”。即便是加上“体育”二字也并非客观的分类方式。另

外,在分类研究中出现的“××型”与“××性”分类混用现象,都是缺乏探究精神的表现。

对体育旅游的认识总体上出现有杂、乱、泛现象,这些现象的出现,不但反映出过于感性化的认识现象突出,尚未上升到理性认识的高度,而且,有时表现出过于主观,就研究者而言,缺乏一种深入探究的精神^[15]。基于此,体育旅游的研究以及体育旅游理论体系的建立还有待进一步加强。

参考文献:

- [1] 韩鲁安. 社会体育专业增设体育旅游专业方向的必要性和可行性[J]. 天津体育学院学报, 1999, 14(1): 40-42.
- [2] 曹缔训. 体育旅游初探[J]. 武汉体育学院学报, 1992, 28(1): 6-9.
- [3] 夏洪海. 打造冰雪:谈黑龙江省体育旅游产品的开发[J]. 冰雪运动, 2000(4): 82-84.
- [4] 黄燕飞. 我国体育旅游发展前景初探[J]. 体育文史, 2001(2): 18-19.
- [5] 张鲲. 关于我国开展体育旅游的市场分析[J]. 北京体育大学学报, 2003, 26(5): 607-609.
- [6] 黄贵. 初论我国体育旅游的发展策略[J]. 湖北体育科技, 2001(3): 8-9.
- [7] 刘杰. 论体育旅游[J]. 哈尔滨体育学院学报, 1991(1): 23-26.
- [8] 杨吉春. 论体育旅游的市场特征[J]. 广州体育学院学报, 2003, 23(3): 15-17.
- [9] 宗体. 体育旅游燃气新渴望[J]. 体育博览, 2004(8): 38-39.
- [10] 孟凡运. 南京东郊风景区体育休闲、娱乐、旅游产业的开发前景与构想[J]. 南京体育学院学报, 1999, 13(3): 20-23.
- [11] 狄彩萍. 对体育旅游理论的初步探讨[J]. 河北体育学院学报, 2002, 16(4): 6-7, 35.
- [12] 张金桥. 关于体育旅游的若干思考[J]. 辽宁体育科技, 2004(5): 14-15.
- [13] 陈瑜. 体验经济与体育旅游的新发展[J]. 辽宁师范大学学报:自然科学版, 2004, 27(4): 488-490.
- [14] 朱国军. 体育旅游的开发与大体育消费[J]. 焦作师范高等专科学校学报, 2001, 17(3): 19-20.
- [15] 于素梅. 探索体育旅游的可持续发展[N]. 经济日报, 2010-07-19.

