

文化地理学研究方法及学科影响 *

周尚意

(北京师范大学地理学与遥感科学学院 北京 100875)

摘要 文化地理学是人文地理学的一个分支学科,经过近 90 年的发展,逐步形成了稳定的学科研究框架及研究方法。本文基于对新旧文化地理学的教科书、经典著作、代表性文章的初步归纳,梳理出了有关文化地理学的 4 个方面内容:第一,文化地理学的核心概念为“文化区”和“地方”;第二,围绕核心概念,文化地理学的研究框架可分为两部分:文化区和地方的形成机制研究以及文化区和地方的尺度间转换研究;第三,针对形成机制和尺度转换的研究,文化地理学分别有不同的研究方法论;第四,文化地理学核心概念可以为其他人文地理学分支提供学术支撑。

关键词 文化地理学,核心概念,研究框架,研究方法

DOI: 10.3969/j.issn.1000-3045.2011.04.008



中国科学院



周尚意教授

1 文化地理学的核心概念

1.1 文化区

区域是地理学的核心概念,文化区则是文化地理学的核心概念,文化区或地域文化历来是区域地理的重要研究

内容之一。1920 年代,文化地理学在美国加利福尼亚伯克利大学诞生。自此地域文化成为文化地理学的研究内容。文化地理学之父索尔(Carl O. Sauer)从景观入手,分析文化

区的特征和范围^[1]。地域文化以文化区(cultural region)的概念形式列为文化地理学研究的 5 大主题之一。在传统文化地理学中,文化区被划分为形式文化区(formal region)、机能文化区(functional region)和乡土文化区(vernacular region)。这些文化区已明显不同于区域地理中的“地域”。例如汉语区为形式文化区,它覆盖了很多传统的地域文化区;再如岭南文化区或美国迪克西(Dixie)文化区作为乡土文化区,比人类学研究的乡土文化单元要大得多。近年来,中国文化地理学者也开展了对文化区的研究^[2]。

1.2 地方

上个世纪后期,地方(place)成为文化地理学的又一核心概念。地方的概念由来已久,许多人文社会学科均采用。但是到了 1970—1980 年代,地理学在使用这个概念

* 本研究得到科技部创新方法工作项目“地理学方法研究”(2007FY140800)资助
收稿日期 2011 年 6 月 22 日

时逐渐采用段义孚和雷尔夫 (E. Relph) 等人文主义地理学家给出的专门定义^[3,4]。所谓“地方”是相对“空间”的一个概念,前者是人们赋予意义的,后者是没有意义的^[5]。一个以欧几里得距离度量出来的空间,被人们赋予功能、情感的意义之后,就成为了地方。尽管英、美经济地理学家也使用“地方”这个概念,但是英美学术界基本上认同此概念为文化地理学的核心概念^[6]。文化地理学认为,一个地区长期积累的文化,以及人们对这些长期积累的文化认同,就使得该地区具有了地方性。经济地理学认为,一个地区与外界建立功能联系时,它所具有的其他地方所不具备的内在条件就是地方性。这两种地方性的定义虽然不同,但是其本质相同,即为一个地方所具有的特殊性。1980 年代国际地理学界出现了新文化地理学 (new cultural geography)^[7], 新文化地理学从研究方法和理论上对传统文化地理学进行改革。地方的概念成为新文化地理学研究地域文化或文化区的核心概念。这个概念的提出直指文化区的本质——区域是人们认识空间的产物,是主观建构的结果,因此由区域建构主体赋予意义后的区域就是“地方”。

2 文化地理学研究框架

无论是传统文化地理学,还是新文化地理学,其研究框架均围绕着核心概念建立 (图 1)。

2.1 传统文化地理学研究框架

自 1920—1970 年代,文化地理学逐渐形成 5 大研究主题:文化生态学、文化源地、文化扩散、文化区和文化景观。文化生态学讨论文化区是否由自然区决定;文化源地主题涉及文化最早出现在什么地方;文化扩散主题涉及文化自源地通过何种形式扩散到其他地方;文化区主题涉及文化扩散后形成的各种类型区域的组织形式;文化景观是研

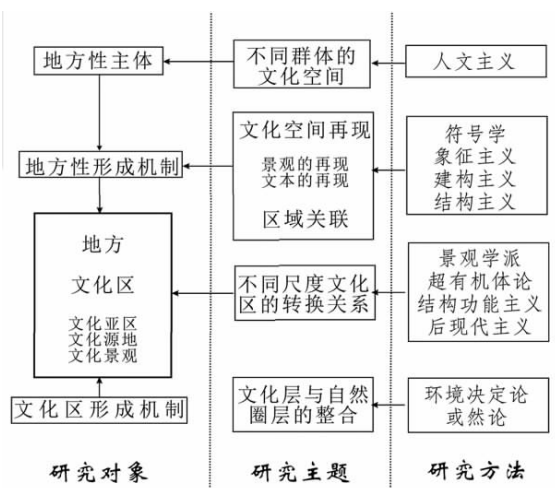


图 1 整合的文化地理学研究框架

究上述主题的切入点或观察对象。

2.2 整合的文化地理学研究框架

新文化地理学的出现,以若干里程碑式的代表性著作作为标志。例如两位新文化地理学领军人物杰克逊 (P. Jackson) 和科斯科夫 (D. Cosgrove) 的著作《意义的地图》^[8]、《景观图解》^[9]。这些著作虽有振聋发聩的新观点,但是均没有呈现一个完整的文化地理学框架。图 1 是本研究对新旧文化地理学研究框架的梳理和整合。

3 文化地理学研究方法论

3.1 研究文化区或地方形成机制方法论

3.1.1 必然论的研究方法

19 世纪后期和 20 世纪初地理环境决定论的出现,使得地域文化的研究开始脱离地志学的传统,转而探讨文化现象的地理原因^[10]。这是地理学在科学界整体追求因果判断大背景下的重要发展。该理论指导下的地方形成机制研究是从自然地理环境中寻找地方形成的机制。其逻辑是,由于不同的地方有不同的自然条件,因此造就了不同的社会文化。在大尺度的区域内,自然环境的确实影响着人类的活动,但自然环境决定论无法解释同样自然环境下不同社会文化的形成机制,美国学科思想史学者皮特 (R. Peet) 总

结了这种必然论的特点和形成原因^[10]。

另外一种地方形成机制的决定论是结构主义的分析方法。1970—1980 年代,结构主义,尤其是马克思主义结构主义认为,经济基础决定上层建筑,即相同经济基础的地区,其文化也必然有共同性。新马克思主义常以“积累”和阶级关系作为经济空间形成的决定因素,以此为基础推导出区域社会文化。然而当西方资本主义进入到后现代和后福特主义阶段时,多样化的区域文化使得这种必然论的形成机制理论在分析上显现出弱点,因此结构主义开始调整为非绝对决定论的结构化理论。

3.1.2 或然论的研究方法

“或然论”或“可能论”(probabilism)是法国的地理学家维达尔·白兰士(Paul Vidal de la Blache)提出的一种人地关系论。他认为自然环境为人类活动提供一定范围的可能性,而人类在创造居住地时,按照自己的需要、愿望和能力来利用这种可能性。该观点在白吕纳 1910 年发表的《人地学原理》^[11]一书中得到进一步发挥。索尔在退休后也将主要精力放在文化生态学上,伯克利学派的许多学者开始研究人与环境的关系。尽管索尔认为农业景观是在自然景观之上的人类创造,但是他也是一个或然论者^[12]。

这种或然论在区域文化特征形成机制的探索中,又发展为历史现实主义。即不同的“地方体制”在不同地方发展、演化。有些历史时刻(historical moment)会在地方性形成过程中改变区域的发展轨迹。而很多地区都具备这种孕育历史时刻的条件,何时发生则具有一定的偶然性。正如美国地理学家斯科特(A. Scott)指出的,全球社会网络关系中,地方的特殊性是每个地方的独特历史和地方文化经济塑造的^[13]。

3.1.3 空间再现^①和意义赋予的人文主义分析方法

除了自然因素外,许多人文因素也是文化区的形成因素。以住宅建筑形式文化区为例,不同的自然环境可能形成类似的住宅建筑形式;但是在相同的自然环境下,也有很多不同的住宅形式,造成差异的原因可能是人们的审美情趣,或者社会关系等。邓肯(J. S. Duncan)和莱(D. Ley)合编了一本关于载体和景观表征地方性的论文集《地方、文化与再现》^[14],书中“重新估价住宅”一章的作者指出,每个学者所划分的住宅文化区,或每个普通人划分的文化区都有自己的依据,因此由人来划定的文化区已不再是“客观”的,它已经是一种人们将文化区或地方“表征”出来的区域形式。住宅是一种文化景观,按照科斯格罗夫的观点,研究这类景观,不仅要关注其形式功能的变化,更应关注景观对观察者的文化含义及其变化^[15]。文化景观可以视为一系列符号,这些符号的文化意义是我们确定景观价值的依据。景观还可以是某个社群的精神象征物,是人们社群认同的对象。因此符号学、象征主义成为研究文化区或地方形成原因的分析工具。而这两种分析方法的立足点是人文主义的。

3.2 文化区尺度转换研究方法论

文化区覆盖的地域有大有小,地理学家为了区别不同尺度的文化区,采用了一系列概念,主要有:(1)文化大区(cultural realm),如东亚文化大区;(2)文化世界(cultural world),如阿拉伯世界;(3)文化圈(cultural sphere),如盎格鲁文化圈(Anglosphere)。但是在文化区和地方的概念被应用于现实分析时,常常涉及不同尺度文化区之间的空间套嵌关系,例如国家文化与地方文化的关系,但此问题一直悬而未决。当文化区被不

① Presentation 也译为“表征”

断分解后,世界被日益划分为碎小的文化区。虽然对碎小的文化区描述不断逼近真实,但是地理学区域认知的综合长处丢失了。因此,细碎化的小文化区与大文化区的整合关系又进入研究和探讨的层面。一些新文化地理学研究学者批判传统地理学静止空间的观点,那么在文化区变化过程中各个尺度文化区的整合也是他们致力研究的问题。将不同尺度文化区的整合有不同的方法,本文介绍其中的几种转换方法。

3.2.1 文化景观分析——索尔的区域尺度转换方法

索尔对文化区的研究与同时期哈特向(R. Hartshorne)对区域的研究有所不同。哈特向持区域整体论的观点,而索尔的研究中很少讨论各个要素之间的整合关系。索尔指出,地理学的研究内容为区域知识(areal knowledge),而区域知识等同于景观分布学(landscapes or chorology)^[1]。索尔最擅长的是依据景观形态来确定区域,例如他研究不同类型的谷仓分布,从而将相同形态谷仓分布的地区确定为一个文化区。其研究方法实际上是经验主义的方法。索尔拒绝实证主义,他依据历史材料和考古事实中的景观进行分析,因此后人总结到,索尔采用的是“文化历史学”研究方法^[16]。索尔认为,从一类景观在不同时期的分布变化上可以看出,大的文化区是由小的文化区扩散而来的。

3.2.2 超有机体理论——泽林斯基的尺度转换方法

1980年代文化超有机体(Super-organism)理论在英美地理学界兴起^[17],最早见于美国著名人类学家克罗伯(A.L. Kroeber)1917年在《美国人类学家》杂志上发表《超有机体》一文。他提出“文化超有机体论”(cultural super-organism),认为文化呈现为“超有机体现象”,并批评了把社会和文化视为有机体的说法^[18]。克罗伯研究了美国

土著部落,发现部落群体内部共享的文化不是先天存在(有机体遗传)的,而是“超有机体”的^[19]。美国著名人类学家怀特(L. White)将该理论具体化。英国实证主义哲学家斯宾塞(H. Spencer)是一位用因果分析方法进行研究的学者,但他发现因果分析有时也不能解释某些文化现象的出现,故转用超有机体理论进行解释。

索尔与众弟子在地理学中承袭了“文化超有机体”的理论。该理论将人类的文化作为一个整体,而不将之分解为一个独立个体的行动。我们对文化的解释应是整体层面上的,而非个体层面上的。而将超有机体理论运用于不同尺度文化区转换的典型示例,是美国地理学家泽林斯基(W. Zelinsky)所著的《美国文化地理》^[20]。他在该书中分析了美国各个地方的文化,不同区域的文化分别属于不同族裔、不同阶层,因此有着非常不同的文化起源和文化特征。这些彼此迥异的小区域文化如何组成美国文化?泽林斯基认为,美国文化是一个超有机体,它不同于每个小区域的文化,是一个不依赖于任何小区域文化而产生的大区域的文化。

3.2.3 结构功能主义方法——施坚雅的中心边缘理论

结构功能主义(structural functionalism)是现代西方社会学中的一个理论流派。它认为社会是具有一定结构或组织化手段的系统,社会的各组成部分以有序的方式相互关联,并对社会整体发挥着必要的功能。该理论与地理学的结合形成了结构功能主义地理学,1980—1990年代英美许多地理学家属于该学派,但多为经济地理学家。他们用结构功能主义的视角解释了不同经济区域之间的关系,乃至城市内部的空间结构。他们认为一个区域的特性也是由区域在整体中的结构地位决定的。而用此方法研究文化区的地理学者尚不多。

美国人类学家施坚雅(G. Skinner)与地理学有密切的联系,他借鉴德国地理科学家克里斯塔勒(W. Christaller)的中心地理论,提出了中心边缘理论。该理论认为,每个小区域都在大区域中具有自己的角色或功能,其中一个小区域的中心城镇作为区域自组织中心,统治着所有的小区域,它就是大区域的中心,它所在小区域与其他小区域被划归为“中心”和“边缘”。他以中国为例,划分了中心地与地区系统两个层面,官僚政治主要集中于中心地,而地区系统则集中了非正式政治和亚文化群^[21]。施氏的贡献在于将原属地理学的空间概念引入历史学的考察中,为历史学开辟了广阔的新天地。

3.2.4 后现代主义的镶拼图法——索加的第三空间

1980年代,英美地理学家受后现代社会理论的影响,开始考虑地理理论中的“地方”和社会理论中的“空间”。南加利福尼亚大学地理教授迪尔(M.J. Dear)发表了许多后现代主义理论与地理学之关系的论述,如“后现代的挑战:重新建构人文地理学”^[22]等。按照迪尔等后现代主义地理学家的观点,不应存在宏大的文化区分析理论。如果没有理论,是否存在一个具体的分析方法?后现代或后结构主义的地理学如何分析文化区?从目前他们的研究成果看,后现代主义地理学的确没有一个标准的方法,也许没有标准的方法正是后现代主义理论的主张。

迪尔发表了很多论述后现代地理学的理论文章,而加利福尼亚洛杉矶大学的地理学家索加^②(Ed. Soja)则做了深入的个案分析。索加在1980年代也发表了许多理论论述,但进入1990年代,他开始发表个案分析的论文和专著。《第三空间:去往洛杉矶以及

其他真实与想象地方的旅程》就是其中的一部^[23]。索加在该书中以洛杉矶为例,说明洛杉矶这个“大文化区”由许许多多的“小文化区”组成,这些小文化区如同碎片镶拼成洛杉矶整个文化版图。在这些碎片之间既不存在结构的功能联系,也不存在一种普遍适用的阐释理论。这些文化碎片不仅是物理的空间,也是想象意义的精神空间,是具有边缘性、差异性、开放性、批判性的空间。当然该书更多地不是分析空间尺度转换,而是说明介乎于物理空间与意义空间之间的空间是文化地理学要研究的第三空间。

4 文化地理学对其他人文地理学分支的影响

当文化地理学与其他人文地理学分支交叉时,“地方”就为其他人文地理学分支提供了分析的基础。本文介绍其中三个结合点。

4.1 地方性与经济地理学的“文化转向”和“制度转向”

经济地理学在上个世纪末出现了“文化转向”(cultural turn)和“制度转向”(institutional turn)。这两个转向强调,在分析经济活动的空间过程时,须将文化和制度作为重要的影响因素。英国学者杰索普(B. Jessop)指出,经济地理学中的“制度转向”有三个不同的层次:第一个层次是“主题式”的转向,把制度作为研究的对象;第二个层次是“方法论”上的转向,把制度作为经济行动因果分析的自变量,而不是因果分析的约束条件;第三个层次是“本体论”上的转向,认为经济活动地域或地方的制度和文化的不是可以从一个规律中推导出来的,因此需要针对不同的地区或地方进行分析,这种唯一性就是“地方性”。因此文化地理学研究一个地方的社会结构、经济结构、政治规则、程序与

② 也译为索亚、索雅、苏贾

惯习的独特性和不可移动性,则可为新经济地理学提供分析的基础^[24]。

在这个转向过程中,新经济地理学强调“根植”(embedded 也译为“嵌入”)。斯科特(A. Scott)、摩根(K. Morgan)等人都强调研究工业企业如何镶嵌在地方自发性协会中,通过与厂商间的协调,合作建立“地方伙伴主义”(local associationalism),创造区域性“认同”、制度性合作的机制以及知识/生产的协力网络^[25,26]。库克(P. Cooke)和摩根认为,在全球生产、竞争和政治秩序的新结构中,地方的企业网络、贸易协会、工会、市民团体等等扮演着重要角色^[27],只有了解这些地方的贸易协会、商会、研究中心等等组织,才能更好地镶嵌入地方,其中重要的是对区域尺度的敏感,判断出最适合的地方范围。文化地理学家发现了这种学术结合点,经济地理学家也同样意识到要由文化地理学家为其研究提供地方知识。以现今文化地理学与经济地理学结合最紧密的创意产业集群研究为例,许多中国学者也强调了地方制度文化对创意产业的影响,尤其是对创意产业集群的影响。

4.2 地方性与城市地理学、旅游地理学中的地方营销

地方营销是一个在国家营销、区域营销和城市营销概念下面的概念簇,可以对应英文 place branding, destination branding, place marketing, place promotion。1993 年科特勒(P. Kotler)首次提出了地方营销(place marketing)的概念^[28],2002 年安霍尔特(S. Anholt)在此基础上提出了地方标签(place branding)^[29]。相对于前者,后者与文化地理学的联系更为密切,因为标签本身就是一个文化符号,它的意义必然是与地方性紧密联系在一起。在经济全球化的背景下,不同城市、不同乡村、不同区域要以自己的个性吸引投资和游客,就需要挖掘地方性。挖掘

地方性的基本方法就是区域比较,这正是地理学的方法。地方性是区域发展的文化力或文化软实力,文化通过充当城市的商标招牌从而促进城市的经济发展,地方的文化资本成为地方吸引资本流重要影响因素。地方营销的过程实际上也是生产文化符号的过程。

运用地方性开展城市或旅游地营销的个案很多。芬兰学者于 2002—2003 年比较了赫尔辛基、斯德哥尔摩、哥本哈根和芝加哥 4 个城市的营销方法,从中找出若干关键性的城市营销要素。结果显示,北欧城市与美国城市的地方营销方式有差异,但是城市文化都是地方性中的关键要素^[30]。新加坡文化地理学家探讨了上海、香港、新加坡 3 个城市的政府加强文化符号建设使其成为全球城市的策略,该研究认为,这 3 个全球化的城市需要积累文化资本,创造新的城市文化空间(如大剧院、博物馆、图书馆等)是策略之一。希腊地理学家分析了希腊乡村景观的意义,并发现在全球化的浪潮下,地方景观不再是与其他区域无联系的,而是与其他地方的景观相互作用的,并在意义和功能上不断地调整,从而保持着每个地方的特点。抓住这些变化,方能实现地方营销。

4.3 地方性与公众参与式城市规划

目前许多发达国家均重视公众参与城市规划。规划师和政府管理者并不能完全知道城市每个街区、每个社区的地方特点,为了能使城市规划体现“以人为本”,就需要了解每个街区或社区的“地方性”,而当地的人对所在地方有较为深入的了解,因此公众参与式规划(public participation planning)成为一个趋势。英国学者制定了公众参与城市规划的制度框架,强调规划需要公众评估,评估的目的是让公众参与,让公众发出自己的“声音”,从而发挥公众为当地政府建言献策的潜力。该框架以社会阶层为规划利益目标群,调查阶层集体行动的具体情况、不同阶

层与城市管治实践之间的关系、规划界使用的话语形成和话语权使用、城市规划是否嵌入地方的基础文化和习惯等方面。有学者以该框架评估了英国纽卡斯尔市的城市规划流程,研究结果发现市议会的代表们有能力发出“地方的声音”,因为议会中的“地区委员会”对城市各个地方有较多的了解^[31]。

由于缺少对城市每个地方的地方性的了解,现阶段一些城市规划方案缺乏对城市历史文化遗产价值的认识,从而使得许多有价值的街区和建筑在城市更新中遭到破坏,造成城市特有风貌的消失,城市的文脉被切断等问题,制约了城市的进一步发展。澳大利亚《巴拉宪章》(The Burra Charter)指出,遗产保护的目的在于维持“地方”的文化重要性,也强调维持一种地方感,因为具有文化重要性的“地方”,既是历史纪录,也是国家认同和经验的有形表现。因此,有公众参与的城市历史文化遗产保护才能真正保护城市各处的地方性。

主要参考文献

- 1 Sauer C O. The Morphology of Landscape. University of California Publications in Geography. 1925. Also in Agnew, J. et al. Human Geography: An Essential Anthology. Oxford: Blackwell, 1996.
- 2 宋长青 冷疏影. 国家自然科学基金资助下的中国人文地理学发展. 地理学报. 2004, 59(增刊): 80-10.
- 3 Tuan Y-F. Humanistic Geography. Annals of the Association of American Geographers. 1976, 66(2): 266-276.
- 4 Relph E. Place and placelessness. London: Pion. 1976.
- 5 Gregory D, Johnston R, Pratt G et al. The Dictionary Human Geography(5th). West Sussex (UK): Wiley-Blackwell, 2009:539.
- 6 Massey D. Power-geometry and a progressive sense of place. In J. Bird, B. Curtis, T. Putnam, G. Robertson and L. Tickner (ed). Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change. London: Routledge, 1993: 60-70.
- 7 Anderson K, Mona Domosh, Steve Pile et al. Handbook of Cultural Geography. London: Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2003.
- 8 Jackson P. Maps of Meaning: An Introduction to Cultural Geography. London: Routledge, 1989.
- 9 Cosgrove D, Daniels S. The Iconography of Landscape. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- 10 Peet R. Modern Geographical Thoughts. London: Blackwell, 1998.
- 11 Vidal de la Blache, P. edited by Emmanuel de Martonne, translated from the French by Millicent Todd Bingham, PH. D. Principles of Human Geography. New York: H. Holt and company, 1926.
- 12 James P E, Martin G. All Possible Worlds: A History of Geographical Ideas. New York: John Wiley & Sons, 1981: 321-324.
- 13 Scott A. The Cultural Economy of Cities. London: Sage, 2000.
- 14 Duncan J S, Ley D. Place, Culture, Representation. London: Routledge, 1993.
- 15 Cosgrove D. Social Formation and Symbolic Landscape. London: Croom Helm (2nd edn: Madison, WI: University of Wisconsin Press), 1984 (1998).
- 16 Solot M. Carl Sauer and Cultural Evolution. Annals of the Association of American Geographers. 1986, 76(4): 508-520.
- 17 Duncan J S. The Superorganic in American Cultural Geography. Annals of the Association of American Geographers, 1980, 70(2): 181-198.
- 18 Kroeber A L. The Superorganic. American Anthropologist, 1917, 19(2): 163-213.
- 19 Kroeber A L. Handbook of the Indians of

- California . Smithsonian Institution. Bureau of American Ethnology, Bulletin 78 ,1925.
- 20 Zelinsky W. The Cultural Geography of the United States. Englewood (Cliffs, N.J) :Prentice-Hall, 1973.
- 21 施坚雅著 王旭等译. 中国封建社会晚期城市研究. 长春 :吉林教育出版社,1991.
- 22 Dear M J. The Postmodern Challenge: Reconstructing Human Geography. Transactions of the Institute of British Geographers ,1988 ,13: 262-274.
- 23 Soja E W. Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-And-Imagined Places. Oxford: Blackwell, 1996.
- 24 Jessop, B. Institutional returns and the strategic-relational approach . Environment and Planning A, 33: 1 213-1 235.
- 25 Morgan K. The learning region: Institutions, innovation and regional renewal. Regional Studies, 1997, 31(5) :491-503.
- 26 Scott R. Institutions and Organizations. Thousand Oaks (California) :Sage, 2001.
- 27 Cooke P, Morgan K. The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- 28 Kotler P, Haider D H, Rein I. Marketing Places. New York: Free Press, 1993.
- 29 Morgan N, Annette Pritchard and Roger Pride (ed.).Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Oxford(UK) :Butterworth Heinemann ,2002.
- 30 Rainisto S K. Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe And The United States. Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business. Doctoral Dissertation. April, 2003.
- 31 Coaffee J. 'My Voice: My Place': Tracking Transformations in Urban Governance. Urban Study ,2003, 40(10) :1 979-1 999.

On the Research Framework and Methodologies of Cultural Geography

Zhou Shangyi

(College of Geography and Remote Sensing, Beijing Normal University 100875 Beijing)

Abstract Cultural geography rose in 1920s .It is a branch of human geography. Cultural geography has developed its research framework and methodologies during its history of recent 90 years. Based on the textbooks, classics and representative articles, this paper has sorted out the following four topics. Firstly, the key concepts of the cultural geography are "cultural region" and "place"; Secondly, the research framework of cultural geography could be divided into two themes around the core concepts, which are formation mechanism research of cultural region or place and transformation research between scales of cultural region or place; Thirdly, different research methodologies relate to different research aims of cultural geography; Fourthly, the key concepts of cultural geography can provide academic support for other branches of human geography in some fields.

Keywords cultural geography ,key concepts, research framework ,research methods

周尚意 北京师范大学地理与遥感学院教授，博士生导师，城市与区域规划研究所所长。兼任中国地理学会常务理事和人文地理学专业委员会副主任。主要研究领域为人文地理学和文化地理学。已出版学术著作 10 余部，发表学术论文 100 余篇。E-mail:twizsy@163.com