

阿尔卑斯山的暮光

蓬勃发展的旅游胜地和无人问津的山谷：欧洲中心的一片巨大的文化景观是如何消失的。

对于欧洲的大多数人来说，阿尔卑斯山呈现出一种完全不同的风景：这里盛夏飘雪，冰川逢暖不融，悬崖峭壁遍布山谷。这是因为阿尔卑斯山类属高山，类似山脉仅存于欧洲的最边缘地带，例如冰岛、斯堪的纳维亚北部和高加索地区。

穿越或游览阿尔卑斯山的人通常将其视为自然景观，认为只有在旅游观光区才有人为的改变。在这些区域，阿尔卑斯山正在被改造成为历史学家莱斯利·斯蒂芬（Leslie Stephen）在 1871 年所说的“欧洲的游乐场”（playground of Europe）。而在这些区域之外，阿尔卑斯山是原始的大自然。

然而，这一主流观点并非正确：公元前 6000 年，人类开始步入农耕时代，细碎化的垦荒使幽暗的森林山脉变成了开放地区，在这里，自然和文化景观于方寸间错落交织，阿尔卑斯山由此受到了极大的改变。为了维护农耕地区的生态稳定，阿尔卑斯山区的居民开发出多种精巧的耕作方式，可以在不造成破坏的情况下利用阿尔卑斯山的经济价值。这座原本不适合人类生存的高山就这样变成了人类的栖居地，这里的经济和文化形态在整个欧洲是独一无二的。

所以，阿尔卑斯山既不是荒野，也不是游乐场，而是一片古

老的、分散的人类生存空间。但不了解阿尔卑斯山的人会将这里开阔的、公园般的景观误认为是自然风光。

在传统经济背景下，阿尔卑斯山曾经在几千年中一直是一个相对独立但又始终与欧洲紧密相连的重要地区。这一点随着工业革命而发生了改变：新的、高度技术化和极致分工的经济形式使阿尔卑斯山处于不利地位，只有那些交通便利的山谷今天还能够参与发展，而真正的深山地带则逐渐丧失了经济价值。

如今，在无数的侧谷中，居民数量锐减，就业岗位寥寥无几。农业严重衰退，从前耕地的一半已经变成了灌木丛或林地，当地的森林植被正在以较快的速度重新占据这片土地。而那些仍然生活在这里的人们则常常不得不长途跋涉去主山谷上班。

唯有一个行业逆势而行，提升了周边区域的经济价值：随着工业社会的发展，人类历史上首次出现了旅游业，而阿尔卑斯山从一开始就在其中扮演了重要角色。早在 1914 年，阿尔卑斯山就已经有了足足一百个旅游中心，但直到 1955 年，大众旅游才蓬勃发展起来。如今，旅游业已经覆盖了阿尔卑斯山三分之二的区镇。

然而，20 世纪 90 年代初以来，阿尔卑斯山的旅游业趋于停滞。随着众多新兴旅游中心的出现，长途旅行价格的降低，阿尔卑斯山的夏天也失去了吸引力。尽管如此，山区铁路、滑雪缆车和酒店仍在继续建造，竞争日益激烈。在过去的 15 年中，这场恶性竞争从未停歇，许多中小型企业被挤出了市场。目前，在阿

尔卑斯山的 6000 个区镇中，有 300 个旅游观光区还在继续扩张其市场地位——旅游业带动周边地区经济腾飞的时代结束了。

对于阿尔卑斯山来说，现代化发展意味着过去分散的文化景观正在以两种方式消失：要么经济活动完全停止，这片区域重新被森林覆盖；要么阿尔卑斯山被人们用现代化方式加以利用，但这会让通了铁路和公路的山谷呈现出千篇一律的城市化景象，旅游核心区域也变成了毫无特色的城市休闲区。这两种方式都导致阿尔卑斯山正在失去其特有的经济和文化形式。

这种变化不仅发生在阿尔卑斯山，也发生在整个欧洲：在那些中等山脉、盆地、北德低地或北海和波罗的海沿岸地区，原本截然不同、各具特色的经济和文化形式自工业革命以来正在消失殆尽，取而代之的是森林的蔓延和城市化，正如在阿尔卑斯山所发生的一样。就这样，曾经存在于欧洲大陆的一大财富，即小区域多样化的生态圈正在消失。

这意味着，无论在阿尔卑斯山还是在欧洲大陆，有三样东西正在消失：首先，生态的多样性及碎片化特征正在减弱，因为欧洲的森林物种在丰富性上不如传统的文化景观。其次，经济活动越来越集中于城市地区而退出周边地区，这导致远离中心的分散区域普遍贬值。第三，人们与其所塑造的环境之间的联系正在消失。无论是在农村还是在城市，这种“家园感”的丧失削弱了人们对自身生活环境的责任感。

出于这些原因，我们没有理由让阿尔卑斯山变成一片荒野。

相反，阿尔卑斯山应该重新被视为一个分散型的生活和经济空间，那里的自然资源应得到利用而不是被破坏。

要实现这一目标，就不能允许旅游观光区进一步扩建。应禁止新建缆车和滑雪索道，并对环境造成的破坏予以修复。在经济方面，产品和服务的设计必须更突出地方特色。此外，应该让所有分散的、专注于优质地方产品的企业合作共建区域价值链，从而为其经济活动（如农业、手工业、商业、旅游业）提供支持。

今天阿尔卑斯山地区的居民已经不能仅靠当地资源为生，需要山外的企业来此安家。但必须确保这两种经济形式不会像现在这样互相竞争，而是互相促进。通过这种方式，阿尔卑斯山将作为一个分散的生活和经济空间得以发展，不会破坏环境，也不会与外界隔绝。