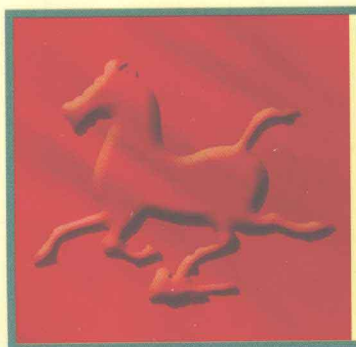


新旅游 新思想



王起静·著



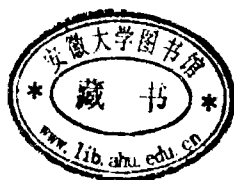
事件影响研究

南开大学出版社

新旅游·新思想系列丛书

事件影响研究

王起静 著



南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

事件影响研究 / 王起静著. — 天津:南开大学出版社,
2012.12

(新旅游·新思想系列丛书)

ISBN 978-7-310-04085-8

I. ①事… II. ①王… III. ①文娱活动—研究
IV. ①G241.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 285053 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 10.875 印张 203 千字

定价:25.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

事件(event)已成为旅游业中重要的激励因素,在城市乃至国家发展的过程中扮演着重要的角色,具有重要的经济、社会、文化、旅游、环境、政治影响。从历史学家 Boorstin 1961 年第一次关注为公众和政府举办的人为事件(pseudo events)这一现象开始,到目前为止已经有 40 年的时间。Getz (2008)在《旅游管理》(*Tourism Management*)期刊上发表了题为“事件旅游:概念、演变和研究”的重要论文,并对事件相关文献进行了全面系统的综述。研究指出二十世纪六七十年代,事件还不是休闲、旅游和娱乐研究领域中的独立部分,从八十年代开始,事件开始成为理论和实践普遍关心的话题。九十年代以后,一些著作和期刊相继出版和发行,以及为准备 2000 年澳大利亚悉尼奥运会开始的大量研究项目,极大地促进了事件研究的发展。世纪之交举办的很多庆祝活动也促进了事件的繁荣并提升了其旅游价值,在这期间,有很多有价值的论文出现。从研究内容来看,事件的主要研究内容包括五个方面:体验和意义、事前行为和决策、事件策划和管理、模式和过程、影响研究。本书则是关于“事件影响”的专题研究。从事件研究的历史来看,事件影响研究在事件研究中占有重要地位。而在事件影响研究中,经济影响一直是最被学者广泛关注的话题。虽然事件经济影响不是事件文献中最早被研究的问题,但却是第一个被完整研究的主题。随着研究的不断深入,事件影响研究也逐渐开始关注社会、旅游、环境等方面的影响。

从理论和实践来看,一直没有关于“事件”和众多事件形态普遍认可的概念。本书用“事件”统称会议、展览、节庆、体育赛事、娱乐活动等众多事件形态。事件是短时发生的、一系列活动项目的总和;同时事件也是其发生时间内环境、设施、管理和人员的独特组合。事件不仅包括会议和展览等商务事件,也包括文化庆祝、艺术娱乐、教育科技、体育竞技等事件,还包括政治和国家事件以及私人活动。本书以“事件影响”为研究对象,在对“事件和事件研究”做一般介绍的基础上,重点从经济影响、社会文化影响、目的地形象影响、环境影响四个方面全面系统的论述事件影响研究的主要内容、主要方法、主要结论和重要案例,最后研究了居民对事件感知和支持度问题。当然,除了以上影响之外,事件还有很多其他影响,如心理影响、政治影响等,但由于目前事件

研究很少涉及其他方面的影响,所以本书以经济影响、社会文化影响、目的地形象影响、环境影响四方面的影响为主要内容。

本书的主要目的是为事件影响研究提供评估框架,内容主要以事件各种影响的概念、理论基础、研究内容、研究方法、影响评价刻度、研究结论比较等方面为主,而不是局限于某一个特定案例的研究结论。虽然研究人员就上面这些问题做了很多努力和探索,但至今也没有形成统一的普遍可接受的分析范式。目前几乎没有全面介绍事件影响研究的书籍,今后事件影响研究应该加强事件影响的理论基础研究,在继续关注以上这些问题的基础之上,从多方面、多角度探讨事件的影响。

本书受“北京市属高等学校人才强教计划资助项目”资助。本书在写作过程中得到北京第二外国语学院会展研究中心的大力支持,会展研究中心的很多研究人员都为本书的写作提出了很多宝贵的建议和意见。感谢南开大学出版社彭海英老师大力支持和帮助。

王起静

2012年8月20日于玉渊潭公园

目 录

第一章 绪论	1
第一节 事件的概念界定	1
第二节 事件研究脉络和范围	6
第三节 事件影响研究内容	15
第四节 本书的内容框架	20
第二章 事件经济影响研究	27
第一节 事件经济影响的概念和来源	27
第二节 事件经济影响评估框架	30
第三节 直接经济影响测算	35
第四节 经济影响测算模型	42
第五节 案例分析——2008年北京奥运会经济影响分析	51
第六节 总结	54
第三章 事件社会与文化影响	62
第一节 事件社会文化影响研究的概念和内容	62
第二节 社会影响研究模型和评估框架	69
第三节 社会文化影响评价指标	74
第四节 总结	79
第四章 事件对目的地形象影响	83
第一节 旅游目的地形象和事件营销	83
第二节 事件目的地形象塑造的影响因素	89
第三节 事件目的地形象影响的研究方法	93
第四节 总结	95
第五章 事件环境影响	97
第一节 事件环境影响研究的意义和内容	97
第二节 事件环境影响研究方法	101
第三节 案例分析——足协杯总决赛	104
第四节 总结	106

第六章 居民对事件感知及支持度研究	109
第一节 居民对事件感知研究	109
第二节 居民对事件支持度及其影响因素	115
第三节 案例分析——2008 年北京奥运会居民支持度影响因素研究	119
第四节 总结	126
参考文献	129

第一章 绪论

【内容摘要】

本书是关于“事件影响”的专题研究，研究对象包括会议、展览、节庆、体育赛事、娱乐活动等众多事件形态。从理论和实践来看，一直没有关于“事件”和众多事件形态普遍认可的概念。本书首先对会议、展览、节庆、事件的概念做界定，其次以盖茨（Getz）在2008年和2010年对“事件旅游”和“节庆”的文献综述为依据，从时间、事件类型和内容三个方面介绍事件研究的大概脉络，然后介绍了事件影响研究在事件研究中的地位，并介绍了事件影响研究的内容。本章最后简单介绍了本书的内容框架。

第一节 事件的概念界定

本书是关于“事件影响”的专题研究，研究对象包括会议、展览、节庆、体育赛事、娱乐活动等众多事件形态。从理论和实践来看，至今一直没有关于“事件”和众多事件形态普遍认可的概念。本书用“事件”统称会议、展览、节庆、体育赛事、娱乐活动等众多事件形态。在此，先对事件及各种事件形态做一简单概念界定。

一、会议

从表象来看，会议是人们怀着各自相同或不同的目的，围绕一个共同的主题，进行信息交流或聚会、商讨的活动。但至今理论上还没有关于“会议”的权威定义，不同的人从不同的角度对会议做了初步解释。孙中山（2011）在《民权初步》^①中指出：凡研究事理而为之解决，一人谓之独思，二人谓之对话，三人以上而循有一定规则者，则谓之会议。沈燕云、吕秋霞（2001）认为，凡

^①《民权初步》是孙中山《建国方略》三书之一。孙中山为了要实现民权主义，特别重视议事法则，1917年《民权初步》成书，原名《会议通则》。1953年5月，中华国内政部以孙中山先生的《民权初步》为蓝本，颁布“试行会议规范”，1965年7月，正式颁布现行的《会议规范》。依据内政部的解释，会议规范既不是命令，也不是准则或规则，而仅是一种“规范”，因此会议规范并不当然是议事之准则。

一群人在特定的时间、地点聚集，来研商或进行某特定的活动均称之为会议。杨冠群（1998）指出，会议是一些人有组织、有领导地为了某种目的而进行讨论和商议的集会，它有别于三言两语的交换意见，有别于天南海北的漫谈，有别于街头巷尾的议论，更有别于消极的聚众闹事。申金玉（1999）指出，会议是人们通过不同方式聚集起来，讨论、协议、沟通和商定事情的一种社会活动形式。会议是人类社会生活的重要组成部分，对协调社会关系和促进人类发展有重大作用。肖庆国、武少源（2004）指出，会议是指三个以上的人们为了研究问题、交流信息、获取知识、统一思想等目的而在特定的时间聚集在特定的地点、按照一定的规则所进行的发言、讲解、讨论、商议等行为，从而集思广益、达成一定结论的活动。

国际会议是最重要、最有影响的会议，目前国际上对国际会议认定的权威组织有：国际会议和大会协会（International Congress and Convention Association, ICCA）、国际协会联盟（Union of International Association, UIA）和国际会议中心协会（The International Association of Congress Centres, AIPC），这三个组织对国际会议的界定有所不同。ICCA 对国际会议界定的标准有三个：第一，至少有 50 个参加者；第二，定期组织举行的会议（不包括一次性会议）；第三，必须在至少 3 个国家举行。UIA 对国际会议界定的标准有四个：第一，至少有 300 个参加者；第二，国外参加者至少占总量的 40%；第三，参加会议的国家至少有 5 个；第四，最短会期为 3 天。AIPC 对国际会议界定的标准有五个：第一，固定性会议；第二，至少 5 个国家参加且在各国轮流举行；第三，会期 1 天以上；第四，与会人数至少在 50 人以上；第五，外国与会人数占 25% 以上。

二、展览

在实际应用中，展览名称相当繁杂。英语国家中，有 exhibition, exposition, show, fair 等等。在英文中 fair 是传统形式的展览会，也就是集市与庙会。Fair 的特点是“泛”，有商人也有消费者，有农产品也有工业品。集市和庙会发展到近代，分支出了贸易性质的、专业的展览，被称作 exhibition（展览会）。Exhibition 是被最广泛使用的展览名称，通常作为各种形式的展览会的总称。Exposition 起源于法国，是法文的展览会。在近代史上，法国政府第一个举办了以展示、宣传国家工业实力的展览会。由于这种展览会不做贸易，主要是为了宣传，“exposition”便有了“宣传性质的展览会”的含义。由于其他国家也纷纷举办宣传性质的展览会，并由于法语对世界一些地区的影响，以及国际博览会联盟（Union des Foires Internationales, UFI）和国际展览局（Bureau International des Expositions, BIE）这两大世界展览会组织的总部均在法国，因

此,除了在法语国家,在北美等英语地区“exposition”也被广泛地使用。“Show”在英文中的原意是展示,但在美国、加拿大等国家,“show”已替代“exhibition”。在这些国家中,贸易展览会大多称作“show”,而宣传展览会被称作“exhibition”。在中文里,展览的名称有博览会、展览会、展览、展销会、博览展销会、看样定货会、展览交流会、交易会、贸易洽谈会、展示会、展评会、样品陈列、庙会、集市、墟、场等等。目前,关于“展览”并没有被广泛认可的定义。

《简明不列颠百科全书》对展览(会)的定义是:为鼓舞公众兴趣、促进生产、发展贸易,或者为了说明一种或多种生产活动的进展和成就,将艺术品、科学成果或工业制品进行有组织的展览。《美国大百科全书》则把展览(会)定义为:一种具有一定规模,定期在固定场所里举办的,来自不同地区有组织的商人聚会。从系统的角度看,现代展览是由若干相互联系的要素有机构成的一个系统,在这个展览系统中存在着五大基本要素:一是展览会的主体,即展览会的服务对象——参展厂商;二是展览会的经营部门或机构,即专业行业协会和展览公司;三是展览会的客体,即展览会的展示场所——展览馆或展览中心;四是展览市场,即参展厂商获取信息和宣传企业形象的渠道;五是参观展览的观众,即最终的用户和消费者。不同主体对展览理解的重点是各不相同的。对展览主办者来说,展览就是按照社会需求,通过物品(展品)在一定时间、空间条件下的直观展示来传递和交流信息,使观者做出购销决定、进行投资决策,或者从中学习、受到教育的社会服务活动;对参展商而言,他们主要是通过物品的展示,吸引观众,与观众进行交流,以实现交易或教育的目的;对观众来讲,他们主要是通过展览所透过的各种信息,实现购买或接受教育的目的。

王起静(2007)指出,展览的本质是一种具有“平台”性质的产品,是一种典型的双边市场,具备双边市场的一般性质和运作规律。展览会的消费主体有两类:一类是参展商;一类是观众。双边市场是具有某种网络外部性的市场,展览平台与一般的双边市场所不同的是,其网络外部性表现为:展览平台上的一方的效用不仅取决于相同客户群体的消费状况,而且取决于相异但又相容、处于市场另一方客户群体的消费状况;同时展览平台上的一方的效用不仅取决于双边消费者的数量,还取决于双边消费者的质量。也就是说,在展览这个特殊的双边市场中,消费者在做是否参加展览的决策时,同边消费者和另一边消费者的数量和质量都将作为参展决策的影响参数。

三、节庆

Pieper(1965)认为只有宗教仪式和庆典可以被称作“节庆”,而“节庆”这个词经常被误用和商业化。Falassi(1987)从文化人类学角度对节庆的定义

是“以特殊庆祝形式为标志的宗教的或非宗教的庆祝时间”，节庆可以庆祝社区价值、思想、特性和连续性。Falassi（1987）坚持认为节庆的社会功能与社区对其意识形态（如社会一致性、历史连续性、自然遗风）重要价值的认识有关。本质上，节庆可被视为某地区成功吸引游客的文化资源。南澳大利亚旅游局（1997）提供了一个比较全面的节庆概念：节庆就是当地社区希望与众人分享，并且由公众参与的某种庆祝活动。节庆活动应该尽可能使参与人数最大化，节庆体验应与日常生活体验有所不同或比日常生活体验范围更广，尽管节庆的举办通常希望获得经济收益。Goldblatt（1997）认为节庆的关键特征在于其是由公众免费参与的社会性集会，节庆是有很多媒体参与的社区集会活动。Jago & Shaw（1998）认为节庆可以是为消费者提供日常生活之外的休闲和社交机会的一次性或非经常发生的事件。Arcodia & Robb（2000）认为节庆带有举办地社区宗教或历史庆典的印记，并与文化传统相竞争的活动。Getz（1991）解释节庆可被视为服务和产品的复杂组合。Wicks & Fesenmaier（1993）把节庆视为一种服务产品，并通过衡量期望服务水平和实际服务水平之间的差异来检测服务质量。Getz（2005）把节庆定义为“主题性的公共庆典”。但关于“节庆”并没有普遍可接受的定义。

四、事件（活动）

Getz（1997）认为，事件（event）是短时发生的（transient）、一系列活动项目（activity program）的总和；同时事件也是其发生时间内环境/设施（setting）、管理（management）和人员（people）的独特组合。Getz（2005）对事件做了详细的分类，见图 1-1。

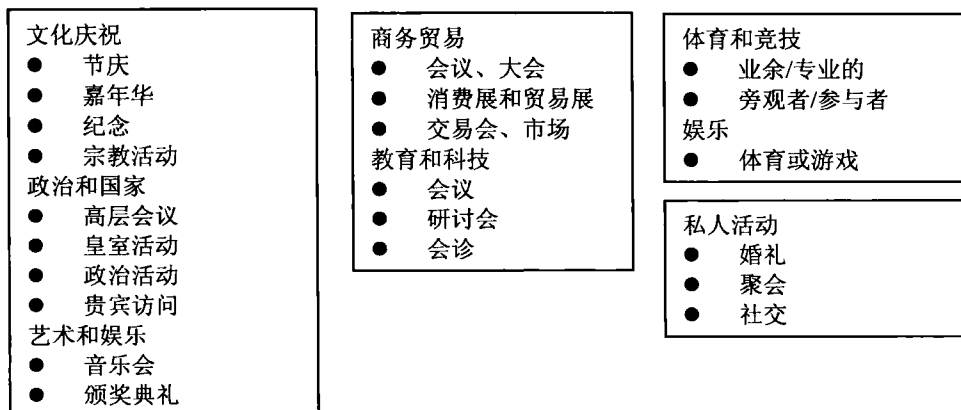


图 1-1 计划事件的分类（Getz，2005）

事件按规模、影响程度、媒体关注度等可以分为小型事件、中型事件、大型事件、巨型事件。Ritchie (1984) 提出了大型事件的定义 (mega-event): 从长远或短期目的出发, 一次性或重复举办的、延续时间较短, 主要目的在于加强外界对于旅游目的地的认同, 增加其吸引力, 提高其经济收入的事件活动。要使大型事件获得成功, 主要依赖其独特性、地位、具有创造公共兴趣并吸引人们注意的时代意义。Vanhove & Witt (1987) 强调大型事件必须能够吸引世界范围的游客。Hall (1992) 的定义是: 大型事件 (如世博会、世界杯或奥运会) 以国际旅游市场为目标市场, 而从观众人数、目标市场、公共财政数额、政治影响、电视覆盖率、设施建造、经济影响和举办地社会影响等方面来衡量规模巨大的事件。Hall (1997) 对这一定义作了进一步的补充, 他提出, 这些大型事件的举办需要公共资金投入和 (或者) 公共支持, 以建立硬件设施建设和 (或者) 目的地形象再塑的机制。Getz (1997) 提出大型事件的定义是: 事件的容量应超过 100 万观众, 资本成本至少为 5 亿美元, 并且其声誉应是一个“必看的”事件, 从规模和重要性来看, 大型事件是指能为东道主创造极高水平的旅游、媒体报道、声望或经济影响的事件。Getz (2005) 把事件分为本地区事件 (周期性和一次性)、地区性事件 (周期性和一次性)、周期性巨型活动、偶尔巨型事件 (见图 1-2)。

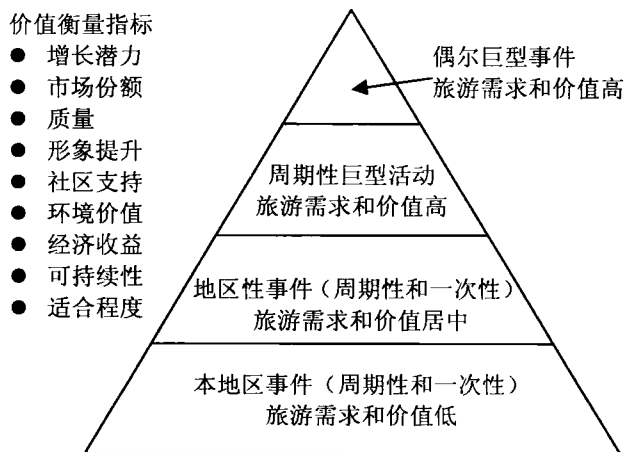


图 1-2 事件的分类和影响 (Getz, 2005)

在我国理论和实践中, 很多时候也把 event 翻译成活动, 把 mega-event 称为大型活动。

第二节 事件研究脉络和范围

Getz (2008) 在《旅游管理》(*Tourism Management*) 杂志上发表了题为“事件旅游: 概念、演变和研究”的重要论文, 对事件旅游(event tourism) 文献进行了全面的回顾。从时间、事件类型和内容等方面清晰梳理了事件研究的脉络和研究范围。研究指出, 二十世纪六七十年代, 事件还不是休闲、旅游和娱乐研究领域中的独立部分, 从八十年代开始, 事件旅游开始成为理论和实践普遍关心的话题。另外, Getz (2010) 对节事(festival) 也做了全面的回顾。本节结合两篇文章对事件和节庆的研究综述, 对事件研究做一简单介绍, 使读者能对事件研究脉络和研究范围以及“事件影响研究”在整个事件研究中的地位有基本了解。

一、事件研究脉络

1. 20 世纪 70 年代及以前

Formica (1998) 研究表明, 在 20 世纪 70 年代公开发表的事件管理或事件旅游的文章非常少, 他在《旅游研究纪事》(*Annals of Tourism Research, ATR*) 和《旅游研究杂志》(*Journal of Travel Research, JTR*) 中只找到 4 篇文章。在二十世纪六七十年代, 事件并没有被认为是休闲、旅游和娱乐领域中一个独立的分支。历史学家 Boorstin (1961) 第一次关注了为公众和政府举办的人为事件(pseudo events) 这一现象。人们关注节庆事件主要是把其看做是人文的、社会的和活动的, 如 Greenwood (1972) 从人类学的角度研究了巴斯克人(Basque) 的节日, 并认为旅游对原真性文化庆典有负面影响。事件的原真性、社会文化影响和旅游对事件的影响是主要话题。Ritchie & Beliveau 于 1974 年在《旅游研究杂志》(*JTR*) 上发表了第一篇关于事件旅游的文章, 研究了大型事件如何反向影响旅游季节性需求。早期公开发表的大部分研究主要是集中于事件经济影响评估方面, 如 Della, Bitta, Loudon, Booth & Weeks (1977) 关于高帆船赛(Tall Ships event) 的研究, 还有 1979 年 Vaughan 在爱丁堡的研究。

2. 20 世纪 80 年代

事件在 80 年代成为一个重要的研究问题, 其中有两篇文章非常重要: 一是 Gartner & Holecsek (1983) 对于旅游产业博览会经济影响研究; 二是 Ritchie (1984) 研究了大型事件的影响, 这篇文章是该领域中的经典文章, 至今仍被广泛引用, 具有重要影响。Burns, Hatch & Mules (1986) 以及 Burns & Mules

(1989)对澳大利亚阿德莱德(Adelaide)一级方程式汽车赛(Grand Prix)的影响做了综合评价。Hall(1989)撰文研究大型旅游事件的定义,并提出应该对事件的社会和文化影响给予更多的关注。80年代后期还有一项关于加拿大首都地区节庆观众和经济影响的研究(Coopers & Lybrand Consulting Group, 1989)。

3. 20世纪90年代

1990年,Goldblatt出版了著作《特殊事件:庆典的艺术和科学》(*Special Events: The Art and Science of Celebration*),随后Getz在1991年出版了著作《节庆、特殊事件和旅游》(*Festivals, Special Events and Tourism*),Hall在1992年出版了著作《大型旅游事件》(*Hallmark Tourist Events*)。

1993年,杂志《事件管理》(*Event Management*)创刊发行(最初名为《节庆管理和事件旅游》(*Festival Management and Event Tourism*)),其中的很多文章推动了事件研究和理论的发展。Uysal, Gahan & Martin(1993)在该杂志上有一篇经久不衰的论文,讲述人们为什么参加节庆和活动。这个杂志上早期还有两篇很重要的文章:一篇是Bos(1994)研究了大型事件对旅游需求所产生的重要影响;另一篇是Crompton and McKay(1994)关于事件经济影响的研究。1999年,《会议和事件旅游杂志》(*The Journal of Convention and Event Tourism*)创刊(最初名为《会议和展览管理杂志》(*The Journal of Convention and Exhibition Management*)),该杂志最开始主要包括事件管理方面的研究,后来调整为包括旅游题目。另外,《体育和旅游杂志》(*The Journal of Sport and Tourism*)也在1993年创刊。

另外,澳大利亚为准备2000年悉尼奥运会开始了大量的研究项目,促进了事件研究的发展。

4. 2000年以来

世纪之交举办的很多庆祝活动促进了事件的繁荣,并提升了其旅游价值。在这期间,有很多有价值的论文出现,如Dwyer, Mellor, Mistillis & Mules(2000a, 2000b)对“事件影响评估”技术方法的研究和发展水平的评论,澳大利亚“可持续旅游研究中心”不断发布影响研究模型(Jago & Dwyer, 2006)。在此之前,大部分的影响研究都关注经济层面,虽然社会和文化影响研究最早可以追溯到1972年Greenwood关于事件的人类学研究,还有Ritchie(1984)提供的概念概述,以及Cunneen & Lynch(1988)对社会学的研究等等,但总体来说2000年以前对事件影响研究并不系统。应该说最近这十多年对事件影响的研究更加系统和全面了,这些研究后来在更理论化的背景下做了检验,包括:Delamere(2001)以及Delamere, Wankel & Hinch(2001)关于“居民对事件

社会影响感知衡量刻度”研究; Fredline & Faulkner (1998, 2002a, 2002b) 以及 Xiao & Smith (2004) 的居民对事件影响感知的研究; Fredline, Jago & Deery (2003) 和 Fredline (2006) 对事件社会影响刻度的发展。

二、不同类型事件研究

1. 商务事件

商务事件主要包括会议、大会、展览(包括贸易展和消费展),在很长一段时间商务事件已经成为受关注的对象,很多城市都拥有重要的会议和展览设施及一些争取活动举办的组织。Weber & Chon (2002)在其著作《会议旅游:国际研究和产业视野》一书中研究了会议观光局。Weber & Ladkin (2004)探讨了会议趋势,包括政府部门对奖励旅游(MICE)经济影响的重视。最近关于商务事件的两篇研究包括 Yoo & Weber (2005)对会议旅游的研究和 Lee & Back (2005)对会议管理的研究。外部动机研究在该领域研究中占有很大比重,而且商务旅游和休闲旅游动机通常混合在一起,Davidson (2003)研究了二者的关系,这种混合动机现象需要更一般的事件旅游理论。

2. 体育事件

Rooney (1988)从地理学角度把大型体育事件作为旅游吸引物来研究,是对体育事件较早的研究。20世纪90年代开始,体育事件成为一个重要的研究课题,并从2000年开始快速发展。Gratton and Kokolakis (1997)认为在英国体育活动已经成为许多城市创造收入的主要来源。八九十年代,美国城市重视体育、娱乐活动和旅游,并将其作为城市收入的来源(Sports Business Market Research Inc., 2000)。Rozin (2000)以印第安纳波利斯(美国印第安纳州首府)为经典案例描述了体育事件如何影响城市。Carlsen and Taylor (2003)评论了曼彻斯特联邦比赛在提高城市形象、通过体育和商业发展促进城市重建、通过文化和教育项目创造社会遗产方面起到的作用。Gibson (1998)做了第一个体育旅游研究文献的评估。Weed (2006)回顾了从2000~2004年的文献。

3. 节庆和其他文化庆典

文化庆典,包括节庆、嘉年华、宗教活动、文化娱乐(主要是音乐会和戏剧),通常被归纳为文化旅游(Richards, 1996, 2007; McKercher & du Cros, 2002)。节庆通常在地区营销、城市发展、旅游和社会交换等背景下研究(Picard & Robinson, 2006)。美国旅游行业协会(Travel Industry Association of America)和史密斯尼耳杂志(*Smithsonian Magazine*) (2003)做的一个重要研究涉及了文化历史旅游,把文化事件作为吸引物和活动来研究。一些学者把节庆作为市场营销工具研究(Mayfield & Crompton, 1995; Tomljenovic & Weber, 2004;

Mehmetoglu & Ellingsen, 2005)。艺术节往往忽略旅游需求和消费者需求以及商业性,但也有相关方面的研究,如 Prentice and Andersen (2003)评估了爱丁堡的节庆,并研究了其在形象创造和旅游需求创造方面所起的作用,再如 Carlsen & Getz (2006)提供了战略性策划方法以提高某一地区性节庆的旅游需求。

4. 奥运会、世博会和其他大型活动

研究者对奥运会给予了极大的关注。奥运会的巨大规模、历史和经济的重要性、媒体对奥运会的关注都使奥运会成为热点话题。奥运会相关文献众多,包括经济成本和影响(Cicarelli & Kowarsky, 1973; Glos, 2005; Kasimati, 2003; Taylor & Gratton, 1988)、奥运会旅游市场(Pyo, Cook & Howell, 1988)、旅游和城市重建(Hughes, 1993)、奥运会旅游影响(Kang & Perdue, 1994; Teigland, 1996; Faulkner et al., 2000)、旅游市场和奥运会(Leibold & van Zyl, 1994)。其他题目包括奥运会申办、政治和城市提升(Hiller, 2000a)、奥运会遗产(Ritchie, 2000)、居民感知(Ritchie & Smith, 1991; Mihalik, 2001)、赞助和奥运会遗产(Brown, 2002)及奥运会商业力量(O'Brien, 2006)。Waitt (2004)对奥运会做了批判性的评价,Toohey and Veal (2007)从社会科学的视角研究了奥运会。奥运会无疑是研究的热点问题,远远多于对世博会和国际体育锦标赛的研究。

Roche (2000, 2006)在全球化背景下研究了奥运会和大型事件, Hiller (2000b)从城市社会学的角度研究大型事件, Carlsen & Taylor (2003)研究了大型事件和城市重建。还有些学者研究了世界博览会和旅游关系,如 Mendell, MacBeth & Solomon (1983), Dungan (1984), Lee (1987), Hatten (1987), Dimanche (1996), de Groote (2005)。

三、事件研究的知识框架

事件的主要研究内容包括五个方面:体验和意义、事前行为和决策、事件策划和管理、模式和过程、影响研究(见图1-3)。

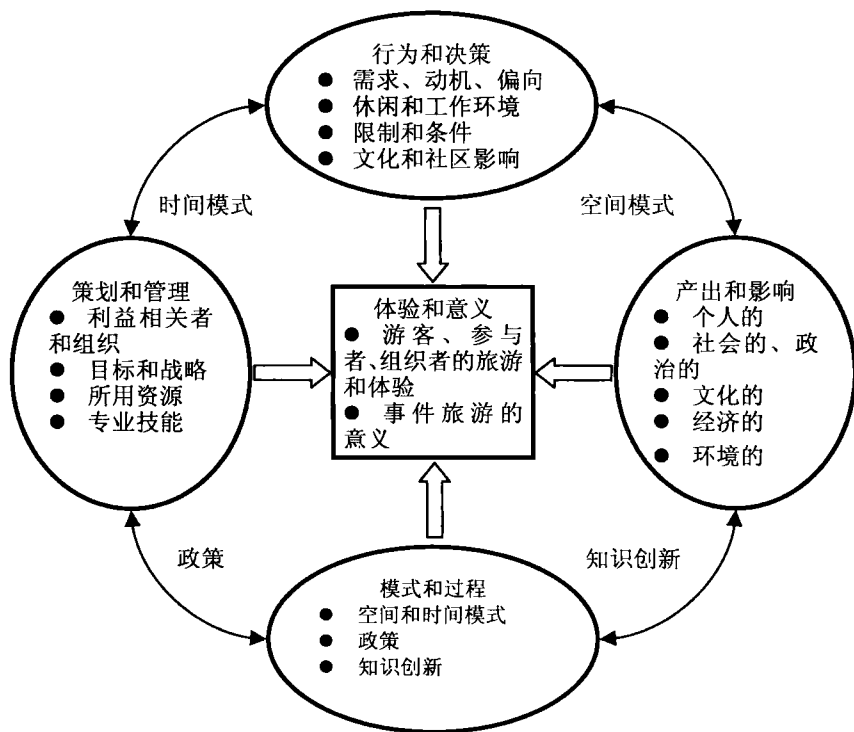


图 1-3 事件旅游的知识体系和框架 (Getz, 2008)

1. 体验和意义

事件体验和事件旅游体验总体来说没有引起足够关注，同时，对事件意义的研究也较少。对这些问题的研究需要借用心理学和人类学的理论和方法。体验应该从三个相连的维度来定义和研究：人们做什么或者说人们的行为（意动维度）、人们的情感、心情或态度（情感维度）和认知（意识、感知、理解）。需要通过真实的生活体验从需求、动机、态度、期望角度全面地理解事件旅游体验。

关于事件艺术“原真性”的讨论，尤其是旅游使事件商业化并破坏艺术原真性的问题，很多研究认为很多事件是出于商业和开发原因而举办的 (Picard & Robinson, 2006a; Ray, McCain, Davis & Melin, 2006; Xie, 2003, 2004)。然而，也有相反的观点认为旅游帮助保存传统。虽然传统的消费者研究与该问题相关，但还需要通过人类学方法对体验领域做更深入的研究，如通过参与者观察 (Getz, O'Neill & Carlsen, 2001)、现象学 (Chen, 2006)、使用在休闲研究中用的经验样本 (Hektner & Csikszentmihalyi, 2002; Larson & Csikszentmihalyi,