

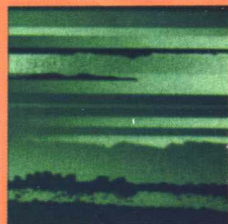
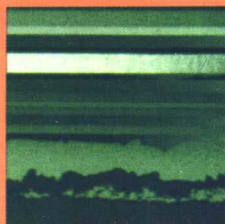
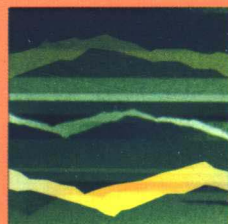


21世纪高等院校旅游专业**引进教材**系列

Cross-Cultural Behaviour in Tourism : Concepts and Analysis

Yvette Reisinger
Lindsay W. Turner

著



旅游跨文化行为研究

朱路平 译



南开大学出版社

21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列

旅游跨文化行为研究

*Cross-Cultural Behaviour in Tourism:
Concepts and Analysis*

Yvette Reisinger 著
Lindsay W. Turner



南开大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游跨文化行为研究 / (澳)赖辛格(Reisinger, Y.),
(澳)托纳(Torner, L. W.)著;朱路平译. —天津:南
开大学出版社, 2005.12 重印

(21 世纪高等院校旅游专业引起教材系列)

ISBN 7-310-02113-4

I. 旅... I. ①赖... ②托... ③朱... II. 旅游—
文化交流—高等学校—教材 N.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 040181 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

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

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2004 年 8 月第 1 版 2005 年 12 月第 2 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 12.375 印张 349 千字

定价:22.00 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

导 论

近些年来，人们对旅游的文化方面一直保持着相当浓厚的兴趣。文化的各种形式与不同层面对旅游规划与开发、管理与营销都具有重要影响。但是遗憾的是，研究文化对旅游之影响的作品大多数都集中于文化的物质形态的表现，如艺术、音乐、建筑或工艺。研究者忽视了民族文化对旅游的更深层次的影响的分析。民族文化中的一些因素，如价值观以及行为的规范或规则，对于旅游者的行为，他们的度假期望、体验、满意度以及由此而产生的重复访问都具有重要影响。

文化差异的审视对旅游业之所以特别重要，其原因是多方面的。首先，在过去的 10 年中，旅游业已经历了一个不断全球化的过程。文化多样性问题及其与旅游的关系已引起人们相当程度的关注。旅游被认为仅仅局限于西方人的时代已经一去不复返，而当代旅游以及日益增强的移动性则使人们面临在文化上各不相同的社会。因此，在国际商业环境中运作的旅游业的代表，为成功赢得其市场份额，就必须懂得民族文化对消费者的影响。许多人到国外的旅游目的地去访问，就是为了要体验不同的生活方式、传统与习俗。而作为一个服务行业，旅游业使来自于不同民族的人们相聚在一起，他们之间相互交往的质量对其度假期望值及其对访问地的感受是有影响的。

然而遗憾的是，我们仍然无法方便地获得关于国际旅游者与目的地东道主之间在文化差异上的本质的信息。我们需要对跨民族的文化差异进行分析并探索它们对旅游者行为之影响的旅游学文献。这些文献有助于确定在不同国家当中的旅游者、当地旅游产品提供者以及决策者之间的文化差异。这对于更为准确与有效的营销及管理策略的制定也是有利的。

某些研究者及旅游从业人员似乎没有认识到文化差异对旅游者的度假体验、满意度以及由此而产生的重复访问所具有的重要意义。人



们普遍认为，旅游者的度假满意度是由物质与生理的需求所决定的，并来源于经营上的购买动机，比如对某一产品的购买以及服务水平的获得。而事实上，吸引并满足特定市场的能力往往依赖于心理需求，并且也是高度依赖于心理上的购买动机的，比如对所购产品的文化及心理上的诠释。

国际旅游度假的一个重要内容是与当地东道主——那些与旅游业发生联系的人，如酒店、餐馆的经营者，商店服务员，海关官员，导游以及许多其他为旅游者提供服务的人员——之间的交往。这些人对旅游者形成访问地的知觉会起到极大的作用。因此，对旅游者与东道主之间人际交往的质量发生影响的文化差异，是可以极大地增强旅游者的度假期望值与满意度的。

庞大的亚洲旅游市场将是未来国际旅游业的目标市场。因此，在文化上具有多样性的旅游者乃是本书所关注的中心。本书的基本主题是，在文化上不同的旅游者的度假满意度及其重复访问，是由他们与具有不同文化背景的东道主之间的人际交往体验的质量来决定的。

综上所述，人们也许会觉得，要对当前及未来的国际旅游业需求作出最为有效与恰当的反应，就需要撰写一部研究性的著作。它应当以旅游行为中的跨文化差异为核心，并从论述当前及未来跨文化旅游者的大量新旧文献中寻求证明。

本书的目的

本书有如下主要目的：

1. 对涉及旅游中跨文化行为概念的文献进行回顾；
2. 界定并论述东西方民族文化的主要差异及其对旅游者与东道主的社会行为的影响；
3. 揭示文化差异是如何对旅游者的度假感受及其满意度发生影响的；

4. 提供跨文化分析的基本定量方法;
5. 通过与欧洲、美国及澳大利亚文化的比较, 提供关于亚洲五大文化(印度尼西亚、日本、韩国、中国、泰国)的深入分析。

本书的主要读者

本书为大学的学者、学生、研究人员以及涉足于旅游业全部领域的旅游从业人员提供了研究资料与文本。本书对需要全面了解在某种文化语境中论述旅游的现有文献的学者与学生是有用的。作为一种资料的简洁资源, 与参考书目结合在一起, 本书将有助于他们从事更为深入的研究工作。

本书也可以用作旅游学课程及研讨班的教材。从教材的角度来看, 本书强化了一系列的重要概念, 并且为学生提供了相互关联的社会文化旅游问题的整合性观点。对于与旅游者行为、旅游的文化与社会影响、旅游营销、旅游分析、旅游管理以及跨文化交流相关的课程而言, 本书则是最为恰切的。本书最适合于大学旅游管理专业三年级的学生以及研修硕士课程的学生。

旅游从业人员构成本书的另一读者群, 尤其是那些需要直接面对具有不同文化背景的旅游者并与他们发生交往与交流的旅游业管理人员。本书提供了关于文化的基本概念的详细信息, 并对亚洲、欧洲、澳大利亚与美国之间最为突出的文化差异进行了分析。这一信息对提高管理与交流的技巧是非常重要的。

本书的结构与内容

由于论述社会交往与文化的文献是多种多样的, 因此在文献综述中识别出一些有待进一步分析的重要概念就不会令人感到惊讶了。这



旅游跨文化行为研究

些概念在本书的不同章节中有专门的论述。在撰写中，每一章都会将读者引导到其他相关的章节。

作者已经在概念的各复杂方面分析中尽可能吸取了最新的研究进展，由于研究主题的持久性以及文献的多样性，因此某些发现尽管可能是最新的，但仍未吸收到本书中来。

出版说明

旅游业作为一种朝阳产业，在世界各国越来越受到重视。中国是一个旅游资源大国，虽然旅游业起步较晚，但经过二十多年的发展，现已呈现兴旺发达的局面，与世界接轨的进程正逐步加快。

旅游业的发展，离不开旅游教育和对旅游市场规律的研究与探索。我们要开创有中国特色的旅游发展道路，既要立足于中国的实际，又要借鉴外国的先进经验。目前，研究国际先进旅游管理理念与模式，“拿来”为我所用，是旅游业对旅游教育和旅游学科建设提出的迫切要求。因此，极需一批与国内需求切合度高、反映国际旅游最新管理理念和模式的国外旅游教材，服务于我国旅游教学和学科建设。

南开大学出版社是国内出版旅游教材最早的出版单位之一。围绕国家教育部确定的旅游专业主干课程体系，我社历经十余年开发并出版了本科和专科教材以及相配套的教辅用书，经过一段时间的使用得到了国内院校师生的广泛认可。另外，我社还出版了一批促进国内旅游研究的学术著作，在国内享有较高声誉。为进一步提高我社旅游教材的品牌效应和满足国内读者的需求，我们对国内设有旅游专业的二十所高等院校进行了旅游课程及旅游教材市场调查，通过一些专家学者和业内人士的甄选和论证，从 John Wiley & Sons、BH、CABI 等国外著名出版公司引进了一批在国际上处于前沿地位的旅游专业教材和著作。引进后，我们组织国内教学科研一线的专家和学者担纲翻译了这套“21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列”。

该套教材涵盖了旅游学科的各个分支，如旅游服务质量管理、城市旅游管理、旅游跨文化行为研究等，以较新的视角系统而全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又



及时的指导。该套教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作旅游专业教师和业内人士的参考用书。我们热切期望广大读者对这套丛书提出意见和建议。

南开大学出版社

2003 年 10 月

专业人士对本书的评价

“该书包含了1 000多条独特的引文,是旅游跨文化行为研究文献的一个详尽的理论总结,具有很高的价值,因为作者广泛而深入地收集了读者所期望以及不太熟悉的学术刊物和参考书籍。对学者而言,读这本书的机会不容错过。”

Arch Woodside, 博士
美国波士顿学院营销学教授

“该书对旅游管理学专业的高年级本科生和研究生来说,是一部优秀的必读文本。它揭示了东道主社会的民族规范和价值及其对旅游者行为的影响,以及最终对旅游满意度的影响。”

Jerome F. Agrusa, 博士
美国夏威夷大学旅游管理学教授

“这部以扎实的文献功底为基础的著作,为全球旅游中跨文化关系提供了更好理解的文献,作出了宝贵的贡献。”

Mike Robinson, 博士
英国 Sheffield Hallam 大学旅游与文化变迁中心教授和主任
《旅游与文化变迁》主编

“本书与众不同,对理解旅游中的文化差异作出了重要贡献。跨文化行为的应用性取向使本书对两类服务提供者(公共与私营部门的服务提供者)都具有吸引力。它从概念和经验两种立场出发对跨文化行为所作的研究,为学者以及业界人士都提供了重要的信息。”

Muzaffer Uysal, 博士
美国弗吉尼亚理工学院及州立大学旅游研究教授,《旅游分析:一



部跨学科学术刊物》联合主编

“《旅游跨文化行为研究》关于不同民族之间的文化差异及其对东道主—旅游者行为的影响的理解是一项重要贡献。……瑞辛格与特纳在这个复杂而又多维度的领域所作的研究，对后来的研究者将是非常宝贵的。”

Charles R. Goeldner, 博士

美国科罗拉多大学 Boulder 分校营销与旅游名誉教授，《旅游研究
学刊》主编

“对于每一位旅游学专业的学生、研究生以及与不同民族的旅游者有交往的从业人员而言，这部内容全面、资料翔实、撰写精当的著作是一部必读的文本。”

Abraham Pizam, 博士

美国中佛罗里达大学 Rosen 接待业管理学院教授与院长

“这是对现有旅游文献令人鼓舞的补充。这本资料翔实的著作作为广泛存在于旅游交流背景之中的跨文化问题和跨文化关系提供了深入的分析。作者应因他们的及时贡献而受到称赞。”

Kaye Chon, 教授, 博士

香港理工大学酒店与旅游管理学院院长

“这是一部及时的著作，对旅游跨文化行为问题提供了精辟的见解。作者提供了一系列非常有意义的论题，对学生关于跨文化问题的理解以及研究这些问题的方法提供了指导。瑞辛格与特纳都因为他们在这一领域的研究而受到尊重，这部书则是更进一步体现了他们对于更好地理解跨文化问题所作出的贡献。”

Beverley Sparks, 博士

澳大利亚 Griffith 大学旅游与酒店管理国际学院院长、酒店管理教授

“这部开创性的著作作为全球化的新世界中跨文化主—宾行为提供了一个新的重要的视角。……它是旅游教育者、旅游营销者和管理者的必读著作。”

Valene L. Smith, 博士
美国加利福尼亚州立大学教授

“终于来啦！一本论述旅游究竟是什么——跨文化行为的著作。瑞辛格与特纳对旅游行为中的重要问题以及主要概念的测量提出了深入的探讨。这本著作是一个独特的研究成果，应该要求所有涉足于国际旅游业的人士阅读。”

Frederic Diamache, 博士
法国 Ceram Sophia Antipolis 管理与技术研究生院旅游管理中心教授，市场营销主任

“瑞辛格与特纳的著作对旅游和文化差异之间的关系提供了一个很好的概述。作者为读者组织了一系列有益的提问并且提供了广泛的支持性资源，将会受到教师与学生的欢迎。”

Brian King, 博士
澳大利亚维多利亚大学接待业、旅游与营销学院教授、院长，《旅游、文化与社区》联合主编



前言

当前社会上存在的一种广泛而又迫切的需要，是要提高那些在旅游业工作的人们理解并鉴赏文化差异的能力，以及将这种理解转化为有效的交流与互动、恰当的管理与营销策略的能力。同样存在着的另一种需要，是要强化学生与大学教师在旅游背景中运用科学的研究方法对文化差异进行测量与分析的能力。

在对别国相对短暂的访问期间，体现于食品、音乐、工艺品或社会行为之中的某些文化差异是明显而易于识别的。但另一些文化差异，如血缘体制、社会组织以及许多日常生活的实践却是深深地隐藏于文化之中的，它们需要完全沉浸于该文化之中，需要与当地人保持长期的社会接触与经常性适应才能被充分认识。但是并没有多少预期的旅游者愿意完全沉浸于某一不同的文化之中，他们甚至没有要理解其他文化的欲望，同样也没有多少东道主社会愿意适应旅游者的需要（Cultural conflicts in tourism: inevitability and inequality. In Robinson, M. and Boniface, P. (eds), *Tourism and Cultural Conflicts*, London: CABI Publishing）。许多深层的文化差异在旅游中既没有实际相关性，也没有被强调。吸引大多数旅游者的只是表层文化的差异性而已。这些东西通常都经过包装而在旅游者短暂逗留期间呈现给他们，这是一种不需要他们去学习和理解的外国文化（Robinson, 1999）。

文化体验既可能是令人满意或富有回报的，也可能是令人不愉快而产生紧张感甚至冲突的。对国际旅游的需求越大，跨文化接触的机会就越多，文化冲突的可能性也越大。减少这种可能的文化冲突对旅游者的满意度及其重复访问至为关键。因此，我们就有必要学习并理解文化差异对旅游行为的影响。

本书对理解跨文化背景中的旅游行为是一项及时的贡献。它的重要特色在于，它代表了对文化差异之于旅游行为的影响这一领域中的

文献成果所作的一种理论综合，而不是对具体成果的评估。许多证据表明，跨文化差异确实是存在的，并且可以被观察、记录、测量以及用统计学方法来检验。测量文化差异的复杂的分析技术的获得，能够使人们对这些差异进行比较，并有助于实质性的理论检验。然而遗憾的是，恰当的方法论途径还没有在旅游、营销与管理的研究中被广泛采用与理解。本书的目的就是要解决某些与文化差异的分析相关的方法论问题，对如何使这种研究能够令人满意地开展起来提供某种阐释，并展示实质性理论是如何被检验的。

本书侧重于定量研究方法，这涉及数量上的而不是性质上的数据的采集与分析。这样做的目的是要展示如何运用科学的研究方法来鉴别文化的差异性与相似性，如何来肯定或否定关于其存在的先验假设，如何来逻辑地阐述经验证据，从而得出关于可能导致决策问题解决的确立一般规律的推断与结论。通过这种方法，人们的发现才可以被归纳与复制。科学方法在应用性旅游研究中的运用既确保了收集事实的客观性，也允许对创新性的定性观念进行检验。

本书的写作基于这样一种假设，即许多读者由于定量统计的复杂性以及不友好的介绍性手册而并不使用定量方法。我们预料，在对文化差异进行分析的情境中，读者会乐于接受科学研究中更为复杂的经验方法的详细预备。为实现这一目的，我们以一种编排有序、结构合理、便于理解的方式将材料呈现出来，而同时又不损害主要研究领域的完整性以及统计学方法的准确性。

本书主要是一本研究性参考书，是为那些为其当前所面临的独特问题而寻求相关信息的旅游教育者、学生与业界人士而撰写的。除本书以外，关于假设检验（Hypothesis Testing）、详细的术语表（Glossary）以及读者可能感兴趣的相关材料的全面书目列表，还可以在下列网址上找到：www.bh.com/companions/0750656689。

尽管大量的关于旅游的研究是用德语、法语和西班牙语描述的，但本书所提供的文献则大部分都以英语国家的出版物为基础。我们希望读者能发现本书是既有趣而又实用的。

序

近年来，人们对文化旅游的兴趣日益高涨，文化旅游正成为旅游业中一个重要而又持续增长的部分。然而，尽管文化旅游具有全球意义上的重要性，但旅游研究者却尚未对该领域进行过认真的探索。他们最早只是通过对参加到诸如博物馆、节庆活动、交易会、展览会、戏剧、音乐会、舞蹈演出等等文化吸引物的旅游者人数的测算来进行文化旅游研究，对这些活动的参加人数、开销、人口统计学特征及其经济效益进行报道。

然而，在当今的全球化环境中，我们必须对文化影响的全部形式与维度进行审视，因为它们对旅游政策、规划、开发、管理和营销都具有重要影响。一个国家是通过大量的文化因素来向访问者展示自己的，这些因素可以是娱乐、食品、饮料、工作、服饰、建筑、手工艺品、媒体、历史、语言、宗教、教育、传统、幽默、艺术、音乐、舞蹈、热情好客，以及民族生活方式的全部其他特征。

民族文化的众多方面对旅游所产生的更深层影响之所以值得研究，是因为对许多国家而言，旅游已经成为促进文化联系、国际合作以及经济稳定的一种重要手段。旅游不仅增长知识与增进理解，而且由于提供了某种令人愉快而舒适的经验，它还在国际旅游者当中建立起一种有利的形象，而这样的经验对旅游者的重复访问则是非常重要的。简言之，旅游需要不同文化之间的相互理解与相互欣赏。

成功的旅游所需要的并不仅仅是良好的交通、酒店以及度假设施。它是依赖于热情好客的精神而繁荣的——即那种与购买物品和服务的旅游者分享的传统生活方式以及在他们当中树立起良好形象的独特的民族风情。

今天，随着全球化的继续，不同的文化越来越多地交汇在一起。亚洲旅游市场是目前国际出境旅游的主要客源，这些具有不同文化背



旅游跨文化行为研究

景的来访者是增长最为迅速的市场。

迄今为止，很少有学者对具有不同文化背景的访问者以及民族文化特色的作用进行过研究。旅游研究文献中似乎缺失了跨文化意识以及对文化差异的敏感性。因此，瑞辛格（Y. Reisinger）与特纳（L. W. Turner）所撰写的这部《旅游跨文化行为研究》，对理解不同民族之间的文化差异以及东道主—旅游者行为的文化影响作出了重要贡献。该书对那些有利于旅游发展的文化要素的概念、定义以及度量提出了真知灼见，梳理了错综复杂的文化行为角色，并且详细解释了可用于跨文化行为分析的统计学工具。

这部著作对于图书馆、制定旅游公共政策的政府官员、文化旅游专家、旅游业管理人员、旅游营销人员、旅游学者以及其他对此问题感兴趣的人都是有用的。对于将来的研究者而言，瑞辛格和特纳关于这一复杂而又多维度的主题所做的工作将是极有价值的。

查尔斯·R. 哥德纳

Charles R. Goeldner

营销与旅游学荣誉教授

《旅游研究学刊》编辑

目 录

导论	/1
本书的目的	/2
本书的主要读者	/3
本书的结构与内容	/3
第一部分 旅游跨文化行为的概念	/1
第1章 文化	/5
引言	/6
概念与定义	/6
文化的目的	/15
文化的特征	/16
亚文化	/17
文化差异	/19
文化维度	/25
文化间互动的模型	/31
理解行为中跨文化差异的重要性	/34
旅游跨文化研究	/34
文化与旅游营销管理	/36
小结	/37
思考题	/37
推荐书目	/38
第2章 社会交往	/39
引言	/40
概念与定义	/40
交往假设	/44
旅游者—东道主交往的决定性因素	/49

