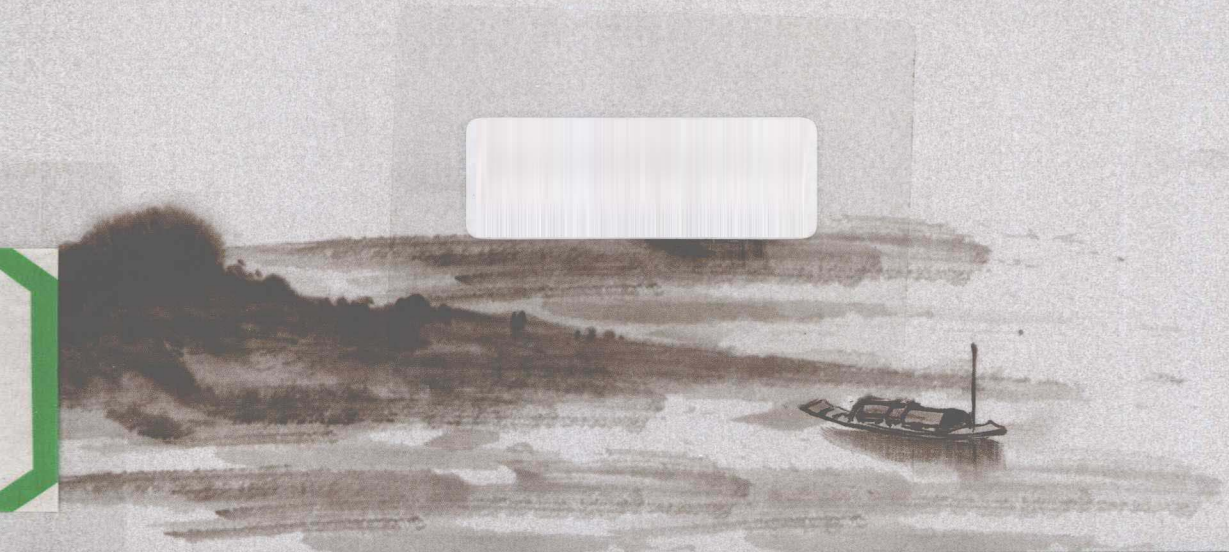


旅游文化与管理系列丛书

LÜYOUZHE XINGFU YANJIU

旅游者幸福研究

亢 雄 著



科学出版社

旅游文化与管理系列丛书

旅游者幸福研究

亢 雄 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是“旅游文化与管理系列丛书”中的一本，也是国内第一部系统论述并进行实证研究的关于旅游幸福的论著。本书主要从伦理学和心理学来界定旅游幸福并测度旅游幸福感，同时涉及哲学、旅游学、社会学等学科，是幸福学在旅游学中的应用，也是对旅游学的拓展。在研究方法上，采用了应用文献法、归纳法、深度访谈法、调查法及数理方法等对旅游者幸福这一问题进行了理论构建和实证分析。

本书可供高等院校旅游专业师生、旅游科研人员、政府决策者、旅游规划设计人员、旅游行业管理人员和旅游景区高层管理人员参考和阅读。

图书在版编目(CIP)数据

旅游者幸福研究 / 亢雄著. —北京: 科学出版社, 2014.2

(旅游文化与管理系列丛书)

ISBN 978-7-03-039679-2

I. ①旅… II. 亢… III. ①旅游心理学—研究 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 018970 号

责任编辑: 韩卫军 / 责任校对: 陈 靖

责任印制: 余少力 / 封面设计: 墨创文化

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

四川煤田地地质制图印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2014年3月第 一 版 开本: 720×1000 B5

2014年3月第一次印刷 印张: 11 1/2

字数: 240千字

定价: 60.00元

前言

幸福一直以来就是先哲圣人苦苦思索的问题，也是芸芸众生萦绕为之追求的生活目标。于是，“幸福是什么”以及由此衍生的“人如何才能幸福”成为人类共有的、历久弥新的重大问题。近年来，随着生活质量的提升以及对民生问题的关注，幸福这一古老的话题成为了诸多领域探讨的“热点”之一。2010年“两会”期间，温家宝总理提出：“我们所做的一切都是要让人民生活得更加幸福、更有尊严，让社会更加公正、更加和谐。”这表明，在具备一定物质条件的基础上，幸福、尊严以及需要的满足等精神问题受到国家层面的再度重视。这也要求作为产业的旅游除了关注经济效益以外，要着眼于如何更好地协调经济效益、社会效益与生态效益之间的关系，以及如何在产业发展的同时关注旅游者的自身发展，促进产业与人的和谐发展。那么，从旅游者的视角做进一步的追问，旅游能否成为通向幸福彼岸的途径之一？

也是在近些年，一些地方为了促进和发展旅游业，提出了“幸福旅游线路”、“幸福生活天天游”，乃至将旅游业打造为“幸福产业”等口号。那么，这些是为了宣传而提出的噱头，还是关注民生问题的实际行为呢？随之而来的问题是，怎么样的旅游才是幸福的，如何才能让旅游者感到幸福？此类问题不仅是业界需要清楚明了的，也是需要在理论上进行研究的。显然，旅游业政策制定的出发点，旅游管理者的着眼点，旅游业的最终落脚点——必须要落在旅游者的身心愉悦、生活质量提高等方面。

随着历史的发展与社会的进步，在人们可支配收入与闲暇不断增长的前提下，作为休闲方式之一的旅游已经成为衡量一个社会文明程度的重要指标和考察个体生活质量的重要尺度。从生活层面看，旅游是人的一种生活方式，但是又高于纯粹的日常生活，是人的一种特殊的生活方式，这种生活方式的目的在于发展人和成为人。从旅游的层面看，旅游不是简单的行走，也不是单纯的时间消耗，而是在时空转换的过程中对于人生价值的思考与自我的人文关怀，是人在这一特殊活动中审美意识的觉醒与人性的返璞归真。

进而言之，旅游是旅游者的一种生活，生活的目的在于追求可能的幸福，因而旅游是一种追求幸福的可能生活。旅游是体验，然而一切旅游最终都是为了体验，却没有回答体验又是为了什么。人们热衷于旅游，但是旅游究竟带给人们什么。作为个体活动的旅游通过旅游怡情悦性，并且将旅游纳入美好生活之中，是为了幸福并且可能实现幸福。沿着这样一个基本假设，笔者考察国内

外对于旅游幸福的相关研究以及游乐思想,并且从研究的需要出发廓清幸福的迷思,对旅游进行反思,得出旅游幸福的概念就是旅游者在旅游活动过程中的主体生存状态,包括主体需求的满足,参与并沉浸于活动之中,活动具有一定的价值与意义。随后对旅游幸福的获得性机制进行心理、伦理和生理层面的发生学考察,认定三种机制的耦合是旅游幸福的生发基础,三者相互关联、相互促进。而主体情感的形成还有赖于客体之于主体的价值所在,即旅游幸福的价值在于乐生、康体、伦理、审美、文化和教育。幸福是主体对于客体的反应和感受,因此进一步考察旅游者活动要素以及幸福要素,并得出旅游幸福的要素在于旅游者知足满意、积极乐生、旅游观念、身心健康、审美伦理、文化体验、寓教于乐等方面。

旅游与幸福的合理性与相关性决定了从旅游幸福到幸福旅游的可能性。但是幸福的亲身性决定了幸福的旅游不会触手可及,从旅游的幸福到幸福的旅游需要旅游者去寻觅、追求,最终获致。幸福旅游需要旅游者确立正确的幸福观,遵循一定的消费伦理,把幸福旅游作为生活境界去追求,并且能够感受幸福、分享幸福以及创造幸福。据此,从时间维度来考虑旅游者的参与和活动,旅游者的行为贯穿于旅游前、旅游中和旅游后,与之对应的是旅游期望、旅游体验与旅游反馈;从伦理维度对旅游者活动进行审视,旅游活动之于旅游者的“价值与意义”包括乐生、健康、文化、审美、伦理、求知等。

以满意、积极情感与价值意义作为因变量,构建旅游幸福的概念模型。从概念模型出发,设计旅游者幸福感调查问卷,对旅西(西安市)的国内外游客展开抽样调查,样本量 1192,问卷数据在信度、效度上表现良好。通过 SPSS 17.0 进行数据分析,根据相关的国内外游客的调查数据分别对旅游者幸福感问卷相关变量间的定量关系进行探索与分析,并对比分析国内外游客的主要异同点。在此基础上应用 AMOS 7.0,通过结构方程模型进行旅游幸福概念模型的检验,所形成的结构方程模型与概念模型基本一致,各项指标非常接近或达到结构方程构建的要求,证明了旅游幸福感的客观性、旅游幸福的实践性以及旅游幸福感测度的科学性。

然而,目前国内外鲜见对于旅游幸福这一问题做专门研究的著作,本书只是在这一领域的尝试性探索。由于笔者的学识有限,所取得的研究成果难免存在一些问题抑或是自说自话的一家之言。若有不妥之处,请各位专家指正。

目 录

第1章 引言	1
1.1 选题缘起	1
1.2 研究背景	4
1.3 文献评述	7
1.3.1 历史溯源	7
1.3.2 国内检视	11
1.3.3 国外管窥	12
1.4 研究思路与价值	15
1.4.1 研究思路	15
1.4.2 研究价值	16
1.5 研究内容	18
第2章 幸福的迷思与旅游的反思	20
2.1 幸福的学科考察	20
2.1.1 伦理学视域对于幸福的追问——人生定向的殊异	20
2.1.2 经济学视域对于幸福的关照——对象关注的转向	21
2.1.3 心理学视域对于幸福的揭示——心理研究的平衡	23
2.1.4 旅游学视域对于幸福的关涉——旅游质量的提升	24
2.2 幸福的迷思	25
2.2.1 幸福理论与追求幸福的脱节	26
2.2.2 物质幸福与精神幸福的冲突	27
2.2.3 个体幸福和社会幸福的矛盾	28
2.2.4 主观感受与客观存在的纷争	30
2.2.5 定性与定量研究方法的殊异	31
2.3 旅游的反思	32
2.3.1 文化视角下的旅游——文化认同	32
2.3.2 伦理视角下的旅游——伦理建构	35
2.3.3 心理视角下的旅游——心理补偿	38
2.3.4 消费视角下的旅游——生活质量	39
2.3.5 生活视角下的旅游——生活幸福	41
2.4 旅游幸福的概念界定	43

2.4.1	本书的幸福定义	43
2.4.2	什么是旅游幸福	44
2.4.3	旅游幸福的内涵	47
第3章	旅游幸福的价值及旅游与幸福的关系	49
3.1	旅游幸福的价值	49
3.1.1	旅游的乐生价值	50
3.1.2	旅游的康体价值	51
3.1.3	旅游的伦理价值	53
3.1.4	旅游的审美价值	54
3.1.5	旅游的文化价值	55
3.1.6	旅游的教育价值	57
3.2	旅游与幸福的关系	58
3.2.1	旅游与幸福之可能性	58
3.2.2	旅游与幸福之内在性	62
3.2.3	旅游与幸福之关联性	65
第4章	旅游幸福的要素与获得性机制	69
4.1	旅游幸福的要素	69
4.1.1	旅游六要素的溯源	69
4.1.2	旅游六要素的不足	70
4.1.3	旅游要素的再认识	71
4.2	旅游幸福的要素	72
4.2.1	中国文化背景下的幸福要素	72
4.2.2	西方文化背景下的幸福要素	74
4.2.3	积极心理学视野下的幸福要素	76
4.2.4	整合视野下的幸福要素	76
4.2.5	旅游幸福的要素	78
4.3	旅游幸福的获得性机制	81
4.3.1	旅游幸福发生的心理机制	82
4.3.2	旅游幸福发生的伦理机制	89
4.3.3	旅游幸福发生的生理机制	92
第5章	旅游幸福感问卷编制与概况	98
5.1	旅游幸福感问卷编制	98
5.1.1	旅游幸福感概念模型形成	98
5.1.2	旅游幸福感测量研究提出	99
5.1.3	旅游幸福感测量构建依据	104
5.1.4	旅游幸福感测量构建思路	105
5.1.5	旅游幸福感问卷基本框架	106
5.2	样本获取概况	106

5.2.1	样本获取	106
5.2.2	样本概况	107
5.3	不同群组旅游者幸福感比较	111
5.3.1	旅游幸福感与日常生活幸福感对比分析	111
5.3.2	不同群组旅游者旅游幸福感的对比分析	115
第6章	旅游幸福感因子分析	129
6.1	旅游者“知足满意”探索性因子分析	129
6.1.1	数据有效性检验	129
6.1.2	国内旅游者知足满意与旅游幸福感的关系	130
6.1.3	外国旅游者知足满意与旅游幸福感的关系	132
6.2	旅游者“积极情感”探索性因子分析	135
6.2.1	数据有效性检验	135
6.2.2	旅游者“积极情感”探索性因子评价得分及其差异	136
6.3	旅游者“价值意义”探索性因子分析	138
6.3.1	数据有效性检验	138
6.3.2	旅游者“价值意义”探索性因子评价得分及其差异	140
6.4	旅游者幸福感结构方程分析	143
6.4.1	国内旅游者旅游幸福感总体分析	143
6.4.2	外国旅游者旅游幸福感总体分析	148
6.4.3	国内外旅游者旅游幸福感变量关系的主要异同点	153
第7章	结论与展望	154
7.1	研究结论	154
7.1.1	旅游幸福的客观性	154
7.1.2	旅游幸福的实践性	155
7.1.3	旅游幸福感测度的科学性	155
7.2	创新之处	156
7.3	研究展望	157
7.4	研究不足	158
参考文献		160
附录		167
后记		175

第1章 引言

1.1 选题缘起

1978年以来,我国在政治、经济、文化等领域发生了深刻的变化,变化程度之深、领域之广、速度之快令人始料不及。旅游,尤其是中国现代旅游业不仅见证了这一变化,同时其自身也在不断地发生变化,最为显著的变化就是旅游人数成倍增长,旅游业蓬勃发展(图 1-1)。然而变化是相对的,不变是绝对的。变化的是经济社会发展水平,不变的是人们对于空间移动的需求;变化的是因生活水平提高,旅游频率的增加以及旅游者阶层的演进,不变的是人在旅游中对于自然、历史、文化的欣赏、尊崇与体验;变化的是旅游观念以及旅游方式和交通工具的选择,不变的是满足远方情结与转换日常生活环境的需求;变化的是吃、住、行、游、购、娱之于旅游者的满足程度,不变的是人们对于美好生活的永恒追求……正如杰弗瑞·戈比(2000a)所言:“我们很难想象人类历史上人们对于以寻求快乐为目的的长途旅行的态度已经发生了多大的变化。”在变与不变之间,有三个问题贯穿始终,那就是:何为旅游,旅游为何,旅游的终极目标又是什么?

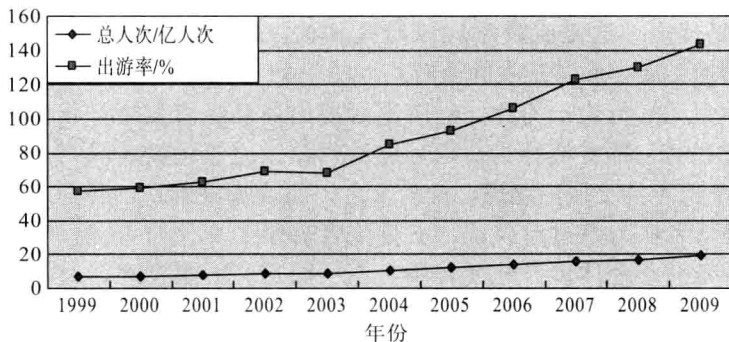


图 1-1 1999~2009 年国内旅游总人次及出游率发展趋势图

资料来源:1999~2009《中国旅游统计年鉴》

提出这样的问题似乎颇不合时宜,因为对这类问题的论述与研究可谓俯拾皆是、汗牛充栋。但是,看似简单的三个问题却有着深刻的哲学意蕴,同时也

是理解旅游,解释为什么人们对于旅游乐此不疲,必然要面对的现实而又真切的问题。

首先,何为旅游?一千个人眼中有一千个哈姆雷特,由此可以演绎出对于何为旅游这一看似简单问题的多种不同理解。故而,发轫于19世纪40年代的“现代旅游”直至今日尚未有一个让大家取得共识的定义(其中包括概念性定义和描述性定义)。有人求教于古人,所谓“旅者,客羁之名也”(《周易》),“游,不系也”(《庄子·外物》)。有人持商品经济发展产物之说,显然是侧重于认定旅游业形成于现代社会并且肯定旅游业对于现代社会发展的积极作用;有人秉承文化理念称旅游为文化活动,目的是给旅游塑造或者找寻属于旅游的灵魂;有人从心理学出发得出体验说,为的是从人的内心世界解释旅游的动机与目的;有人从美学视角认为旅游是一种审美活动,揭示了旅游的本质是一种求真、求善、求美的行为。如同旅游产业发展的现状一样,当下人们对于旅游的认识也呈现一派“繁荣”景象。这种所谓的“繁荣”一是缘于不同研究者从自身的学科背景出发的“自说自话”,进而用不同的视角解读旅游活动和旅游现象;二是彰显了旅游研究的百家争鸣之态,归根结底是因为作为“学科”的旅游学尚没有形成一个能够使人们达成共识的规范,还有待于进一步完善;三是凸显了“旅游”这一问题本身所具有的复杂性和多元性,毕竟旅游终归是人的活动,是关涉社会、经济、文化乃至心理的活动。但殊途同归,旅游是人的休闲活动之一,因此可以从旅游者生活的视角出发,认定旅游是旅游者的生活,一种追求幸福的可能生活。

其次,旅游为何?当我们说去旅游、在旅途的时候,可能只是一种生活行为,一种生活方式,但是当提及为什么旅游这样的问题,就不仅仅是行为,而是涉及哲学和心理学层面的问题。要回答这一问题,就要解释旅游(而非旅游业)的目的是什么,这是旅游学应该研究和关注的核心,也是对旅游本质的解读。因为归根结底,旅游是人的旅游,人的活动具有其“自成目的性”,亦即是理性与感性驱动的行为。为此,经济论者提出商品经济发展产物说的论断,即旅游是旅游者的一种交换行为,因为旅游对象物之于旅游者具有某种“使用价值”;社会学论者持交往论之说,换言之,即认为旅游是一种异于日常生活的交往;人类学者认为是过渡仪式;文化论者着眼于文化与审美;心理学论者则认为是旅游者的心理体验。凡此种种,不一而足。不难发现,对于旅游的认识在一定程度上混淆了目的和手段,模糊了本质与功能。当下,对于旅游本质的认识基本上殊途同归,亦即达成一种倾向性的共识意见,认为旅游的本质是体验。然而一切旅游最终都是为了体验,却没有回答体验又是为了什么。可以肯定的是,旅游是人的体验活动,其出发点和最终归宿都是指向人的,从人存在的精神维度和生活价值来看,体验和感受必然与幸福相联系。因而旅游对人的幸福担负有不可推卸的使命和不可替代的责任。进而言之,旅游的本质是人追

求幸福的一种活动,这种幸福源于人在旅游活动过程中的体验。所以,“各种统计表明了旅游业在世界范围内的迅速发展”,个中原因在于“付出大量时间和金钱用于旅游的庞大人口数字进一步说明,我们乐于旅游”(费雷德·波塞尔曼,2003)。

第三,旅游的最终目的是什么?关于旅游目的,似乎有一个误区,那就是把旅游的动机等同于旅游的目的。事实上动机不同于目的,首先从逻辑判断看,因动机才有行为、行动与过程,因行动与过程才有结果,而结果如何则是目的能否达成的基本事实判断标准;其次从认识的角度看,动机决不能混同于目的,例如即便把死亡作为一种目的,这一目的的达成也有着不同的动机,也许是厌世后的一种轻生,也许是一种无知的莽撞,也许是为了某种理想和主义的献身之举。事实上,幸福是一种目的,而且是生活的终极目的。荀子说“人不能无乐”,但是达至幸福的途径则千差万别。有人以“三十亩地一头牛、老婆孩子热炕头”为幸福;有人以“久旱逢甘霖、他乡遇故知、洞房花烛夜、金榜题名时”为幸福;有人以“锦衣玉食、娇妻美妾”为幸福;有人以“驰骋赛场、扬名立万”为幸福……那么旅游是否可以触及幸福,成为达至幸福的途径,与生活的最终目的相契合呢?

陈继儒云:“山水之游,可释我忧。”当把这种较为感性的认知上升为一种理性思考的时候,就会发现,当人类的劳动时间主要用于满足基本生活需求时,幸福的实现往往较多地或更直接地与可支配的基本生活资料及其获取方式相联系。随着用于基本生活需要的劳动时间减少,幸福作为外在生活条件的生活境遇,逐渐展开为满足广义社会需要(包括文化、精神方面需要)的多样手段(杨国荣,2009)。西方先哲苏格拉底曾经提出道德哲学中最为核心的一个命题——人应该如何生活?包括他本人以及柏拉图、亚里士多德都不约而同地声称人应该过一种有德性的生活、善的生活,亦即幸福的生活。既然旅游是一种生活,包含着物质生活和精神生活,内蕴着心理生活和文化生活,那么这种生活与其他生活在本质上一样的,都是“幸福生活”。

总而言之,旅游的发展是社会经济文化发展的产物。同时,社会经济文化的发展促成了现代旅游的形成与发展。因此,旅游具有多重属性,在研究旅游时既要关注旅游作为社会现象的基本属性,同时还要关注支撑旅游社会现象背后的经济基础与文化背景。然而,旅游研究中对于旅游产业发展、旅游城市发展、旅游目的地发展之类的研究较多。但比较而言,对于旅游者发展的研究关涉较少。个中原因在于:首先,随着旅游业的蓬勃发展,旅游人数成倍增长,作为业态的旅游业的外部经济效益以及对于区域经济发展的拉动作用日益增强,至少在统计数字上表现为不断地增长。在GDP指标的牵引下,对旅游业进行产业研究不仅具有现实意义,同时也是把旅游学跻身“显学”的必然路径选择。其次,在论及旅游之时有一种倾向,那就是以“旅游业”代替“旅游”和“旅

游者”，将“旅游者”淹没在呈现出一片欣欣向荣之势的“旅游业”之中，因此还缺少对于旅游者足够的研究。即便是研究旅游者，较多地是将旅游者视同为消费者，固然旅游具有消费属性，但是一味地侧重研究作为消费者的旅游者之决策行为、购买动机、线路选择、支付能力、目的地偏好等，终究没有回答旅游者为什么要选择旅游。然而旅游是人的活动、人的行为，因此旅游要回归人本和人性。所以，有必要提出这样的问题：作为产业的旅游，如何真切地以人为本，并且真正给予充分的人文关怀；作为事业的旅游，如何彰显自身的闲暇特征，并纳入民生的范畴之中；作为个体活动的旅游，如何通过旅游愉悦身心，且将旅游融入美好生活之中。

1.2 研究背景

第一，生活质量从满足物质需要到满足精神需要的提升。

“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往”。似乎人生的目的在于“利”，因此坚守人性本善的孟子讥讽杨朱“拔一毛而利天下，不为也”。固然，没有一定的经济条件作为支撑，甚至于不能维持正常的生活，遑论生活质量。但是，一种好的生活标准或者说一种真正好的生活并不仅仅表现为经济利益与物质的占有与充裕。物质条件只是人生存的基础，而不是人生活之目的。物质条件也只是生活质量提高的保障，而不是生活质量本身。若果然如此，便不会有所谓的“伊斯特林悖论”（Easterlin Paradox）^①以及“快乐鸿沟”^②之类的困顿。从生活角度看，对于旅游似乎可以做以下三个方面的理解：其一，旅游是一种生活，是日常生活的有益补充；其二，旅游是一种审美生活，是求真、求善、求美的身心体验活动；其三，旅游是快乐的生活，是一种提升生活质量的行为。所以，Richards(1999)认为在发达国家，越来越多的度假旅游及越来越高的旅游频率明证了旅游是生活质量的基本要素。从发生学的角度看，旅游是一种优质的精神生活享受：首先旅游是建立在一定闲暇基础之上的消遣，是时间意义上的自由；其次是建立在一定物质基础之上的消费，其本身就是生活质量提高的表现；再者是一种日常生活满足基础上新的需求。日常生活难免会诱发“审美疲劳”以及因审美疲劳而导致的“快乐适应”，也因日常生活的程式化、规律化而诱发人追求新变化、满足新需要的旅游行为，于是在生活质量整体水

① 又称之为“幸福—收入之谜”或者“幸福悖论”。1974年，理查德·伊斯特林(Richard Easterlin)在“Does economic growth improve the human lot?”一文中提出，现代经济学建构在“财富的增加促使福利或幸福的增加”这样一个假设之上，通过研究发现，在一个国家里通常富人比穷人所报告的幸福程度要高，但是在国际间进行比较却发现，穷国与富国之间的幸福程度几乎一样。

② 澳大利亚著名华人经济学家黄有光针对东南亚地区经济增长然而民众快乐不足这一现象所提出的概念。

平提升的基础上,作为主要的休闲方式的旅游蓬勃发展。从旅游者的视角出发,旅游者出游最根本的动因是为了补偿某种心理匮乏,变换生活环境,而正好可以在一定程度上弥补规律化生活的不足,并在旅游体验过程中感受到精神的愉悦,从而旅游需求与活动周而复始。所以说“或许一个人旅游的最大愿望就是使自己得到愉悦感。旅游的独特性在于它可以使一个人的愿望达到登峰造极的程度”(麦金托什,1985)。

而旅游之于精神生活的“效用”似乎是不证自明的,因为旅游是对于日常生活的补偿或者“溢出”,尽管在本质上仍然属于人的生活,但属于满足较高层次需求的生活,本身内蕴着对于幸福的追求。因此可以说,通过旅游获致幸福不仅是事实判断而且也是价值判断。旅游幸福的事实判断基于旅游本身是一种怡情悦性的审美体验活动,通过旅游人们不是满足于一种笼统的“旅游需求”,而是满足一种精神上的追求,通过体验自然、人文之美而“沉浸”于一种无比愉悦的精神境界之中,即“所有游客都在某种程度上渴望深度介入社会与文化——这才是一个基本的旅行动机”(瓦伦·史密斯,2008)。而旅游幸福的价值判断在于,旅游不是单纯的肌体的空间位移,不是简单的一段闲暇的虚度,更不是单纯的物质消费,而是心理空间的扩张,是闲暇的利用以及精神消费与物质消费的融合。所以,旅游的意义在于追求一种美好的生活,以及通过这一美好生活的经历提升生活质量,甚至于体悟人生的意义。

第二,旅游从关注发展到关照民生的转向。

近年来,一些地方为了促进和发展旅游业,提出了“幸福旅游线路”、“幸福生活天天游”,乃至将旅游业打造为“幸福产业”等话语。那么,这些是为了宣传而提出的噱头、拉动内需的举措还是关注民生问题的实际行为呢。随之而来的问题是,怎么样的旅游才是幸福的,如何才能让旅游者幸福?此类问题不仅是业界需要清楚明了的,也是需要在理论上进行研究的。2010年“两会”期间,温家宝总理明确提出:“我们所做的一切都是要让人民生活得更加幸福、更有尊严,让社会更加公正、更加和谐。”^①这表明,在具备一定物质条件的基础上,幸福、尊严以及需要的满足等精神问题受到国家层面的再度重视,这也要求作为产业的旅游除了关注经济效益以外,要着眼于如何更好地协调经济效益、社会效益与生态效益之间的关系,以及如何在产业发展的同时,关注旅游者的自身发展,促进产业与人的和谐发展。显然,旅游业政策制定的出发点,旅游管理者的着眼点,旅游业的最终落脚点——必须也必然要落在旅游者的身心愉悦,生活质量提高等方面。所以说,2009年国务院出台的《关于加快发展旅游

^① 对此,2010年3月,中国心理学会、中科院心理研究所、北京大学、北京师范大学和《心理科学进展》编辑部联合主办的“为了中国人民的幸福和尊重——心理学解读与建议”研讨会,表明了心理学界对于幸福与民生问题的关切。

业的意见》将旅游业定位为推动社会进步和提高人民生活质量的民生产业。《旅游学刊》于2010年7~9期连续刊发了一系列以“旅游与民生”为主题的笔谈文章,实质上传达了旅游学界对于旅游与民生问题的关注。

换言之,产业乃至社会的发展归根结底是为了人的发展。旅游业在具有产业属性的同时,兼具事业性质,正如《中国旅游业改革开放30年发展报告》提及,“旅游业是综合性事业,除了经济功能、社会功能外,还具有促进精神文明,建设生态文明,保护传统文化,追求真、善、美,实现社会全面和谐、人民幸福、人的全面发展的深层次功能”。该报告还认为“旅游业发展的目的是满足人民群众日益增长的旅游消费需求,促进人的全面进步与发展”。这不仅是中国旅游业三十年发展的经验总结,也是旅游回归本源的必然,因为即便是在市场经济尚未建立的以往历史时期,旅游作为一种生活方式已然存在,并且长盛不衰,只不过在以往的历史时期,因多种因素制约没有形成现代意义上的旅游业而已。中国改革开放的三十年,是中国旅游业快速发展的三十年,旅游业不仅见证了突飞猛进的这一历史时期,同时也以自身的勃勃生机受到业界、政府乃至民众的广泛关注。众所周知,中国现代旅游业发展之初是以发展入境游为重点的,这和当时的国家社会经济发展水平较低有关,也是对旅游业“出口创汇”能力的重视。但是经过三十年,中国旅游业发展局面从“一枝独秀”到“三足鼎立”,居民可支配收入和闲暇大幅度地增加,国内游与入境游孰重孰轻就需要重新考量。事实表明尽管受到自然灾害和突发事件的影响,假日里国内游的“井喷”现象仍表现出国民的旅游需求日益旺盛,旅游消费能力与日俱增,因此,切实地调整旅游发展战略是必要之举。如何调整?必须正视的一个现实是,国内游所创造的旅游收入是整体旅游收入的百分之七十。作为可以满足人们高层次需求之一的旅游,国内巨大的现实和潜在需求决定了国内游的基础和重点地位(亢雄,2009a)。所以2008年以来,部分省区提出实施国民休闲(旅游)计划,不仅是拉动内需的手段,更是将旅游和休闲作为一种非经济福利的尝试,也是把旅游作为切入点关涉民生的有益尝试。

第三,旅游研究中从满意度到幸福感的探索。

随着体验经济和广义消费在人们生活中的不断介入,陈惠雄(2008)提出:“近年来,快乐(hedonic, happiness)理念还发展到营销、旅游、休闲产业等多个方面。”诚如斯言,“幸福感”的介入,是对旅游满意度这一研究领域的承继和自身研究领域的拓展。尤其是20世纪末以来,积极心理学作为一种新的心理学思潮逐渐成为一种“显学”,随着相关研究取得长足发展,积极心理学的主要研究内容之一——主观幸福感(subjective well-being)着重探究人的积极情感体验的特征及产生机制(任俊,2006),对不同领域都有所冲击。受理论演进的影响和实践发展的诉求,主观幸福感逐渐被引入了旅游研究之中。尽管与政治、教育、社会等领域的研究相比,旅游研究中的主观幸福感似乎还处于“边缘”

位置,但是仍有一些研究者关注这一问题,并致力于拓展旅游研究的视野以及扩展主观幸福感研究的领域。正如 Pearce(2009)认为,积极心理学主题的选择和测评用于旅游学科的研究,对旅游科研者深入广泛积极的学术界中以及对其整合和良性运转有着重要作用。

众所周知,旅游满意度是旅游研究中一个重要的研究领域。但是,旅游服务满意度调查或者旅游满意度测评,是以提高服务水平和服务质量为目的,大致上是以旅游活动中旅游者对服务水平的满意程度为基本的评判标准,来测度消费者对于购买旅游这一商品的满意程度。因此,旅游满意度的研究和实践是管理者的视角而不是旅游者的视角,是对消费感受的评价而不是消费者的心理表达。旅游满意度调查的内容基本上是围绕旅游活动六要素展开,然而简单地从经验判断即可知道:在六要素中,吃住行只是满足旅游者最基本的需要,或者说是一种维持生命和旅游活动正常展开的必要,对于旅游的满意度是必要条件,但不是充分条件。而游购娱中的游以及娱才是旅游的核心内容,才是真正有别于日常生活的活动,才是能够达致旅游者某种期望和目的的关键。简单的事实是,幸福离不开满足,但是幸福同时是品质,“是因其自身而值得欲求的、合德性的实现活动”。换言之,旅游满意度部分关注的是旅游者在旅游这一“参与性”活动中的“积极情感”,而没有涉及旅游之于人的“价值意义”,只是事实判断而并未触及价值考量。因此,Kozak(2001)提出了将服务质量作为衡量旅游者满意度重要尺度的质疑,原因在于旅游服务满意度缺乏对旅游本质的途径解释以及对旅游者情感维度满意度的解释。Veenhoven(2000)认为,满意度一般表现在以下两方面:第一,强调人对某一特定产品或服务的评价,即所谓的“游客满意度”;第二,它多运用在生活内在质量方面,是人对其生活满足程度的感知。在这个意义上,旅游满意度的研究准确地讲是“游客满意度”,而作为生活的旅游之“内在质量”尚需要进一步的探究,其中“旅游幸福”就是一种有益的、必要的尝试。

1.3 文献评述

1.3.1 历史溯源

追根溯源,中国古代对于“游”与“乐”尽管没有较为系统的理论,但仍有不少精辟的言说,虽只言片语但发人深省。

儒家提倡“安贫乐道”的“孔颜乐处”,更追求“道不拒闲”的“曾点气象”。对于后者,既有“仁者乐山,智者乐水”的“比德”说,还有“莫春者,

春服既成，冠者五六人，童子六七人，浴乎沂，风乎舞雩，咏而归”^①的理想。当孔子及其弟子周游列国，不管是政治理念的推广还是治国理想的“营销”，不仅是追求自身的幸福，而且颇有张扬并希冀实践后世的功利主义所倡言的“最大多数人最大幸福”之韵味。但是，当政治理想幻化之后，“曾点之乐”式的生活状态才是最为理想的生活境界，因为此乐是心灵和谐之乐。不过此种游乐不可避免地受儒家伦理思想的约束，那就是“父母在，不远游，游必有方”。换言之，在方式上孔子主张的是“近游”以及“群游”，近游是避免长途跋涉、避免游子天涯而导致的天伦之乐的缺失，群游则是一种分享快乐的思想，显然是深受农耕经济与宗族观念的影响。儒家的后继者大都延续了这一理念，总结了先秦儒家教育实践的《学记》中表达了“藏、修、息、游”这样的一种思想，其基本的主张是内外皆修、劳逸结合的生活态度，并以此造就完满发展的理想人格。在这里，“游”尽管与现代意义上的“旅游”不是完全吻合，但明确指的是一种时间上的闲暇乃至精神上的自由。

老子云：“驰骋畋猎，令人心发狂。”^②这句话其实是承认畋猎活动可以使人获得身体上愉悦的体验，只不过要适可而止，同时要注重心理的安逸，颇有点过犹不及的意味。庄子的文笔与其思想一样，恣肆汪洋，天马行空。在其作品中，他将不为生乐，不为死忧的生死观融入自然观之中，表达和追求一种“与天地齐一”的“天游”境界。这种境界是以身在“此世”而精神却在“彼世”的态度，寻求自然而然、返璞归真和无拘无束的“逍遥游”，其目的在于通过逍遥游，达致天人合一的逍遥之乐。道家的另一位代表人物列子与其老师壶丘子的一段对话，则能更好地表达道家的游乐思想。“初，子列子好游。壶丘子曰：‘御寇好游，游何所好？’列子曰：‘游之乐所玩无故。人之游也，观其所见；我之游也，观之所变。游乎游乎！未有能辨其游者。’壶丘子曰：‘御寇之游固与人同欤，而曰固与人异欤？凡所见，亦恒见其变。玩彼物之无故，不知我亦无故。务外游，不知务内观。外游者，求备于物，游之不至也。’于是列子终身不出，自以为不知游。”在壶丘子看来，“务内观”而不是“务外游”，“游之不至”的心游才是至高境界，所以壶丘子说：“游其至矣乎！游其至矣乎！”用现代人的眼光来打量，列子也算得上是“知游”之人，可谓超凡脱俗了，但用壶丘子和庄子的标准来考量，列子仍未达到逍遥之游，原因就在于“有待”，而真正的“逍遥游”是“无待”之“游”。“无待”之“游”即是不为物累、超凡脱俗的“自由”之境，是一种超脱于世俗生活的乐趣。

释家教义在中国的传播，贯穿着的是白马驮经，西天取经，僧人孤身远游之精神。表象上看，“苦行”是佛家行游的基本形式，因此穷和尚“欲之南海”

① 《论语·先进》

② 《道德经·道经》

则“一瓶一钵足矣”，正所谓“一钵千家饭，孤僧万里游”。实质上，释家认为人生一切皆苦，通过宗教教义和戒律拒斥此岸的世俗生活，构建了彼岸世界，因而提倡通过此世之苦的修行，换取彼世的幸福，由此就不难理解释家四海云游以苦为乐了。不过晋宋间的居士宗炳更接近常人，他的所为与所识则可以在某种程度上诠释佛家的游乐观。宗炳是一个虔诚的佛教徒，朝廷曾多次征其入朝做官，却屡被谢绝，其以出世之态做入世之事。“好山水，爱远游，西陟荆巫，南登衡岳，因而结宇衡山，欲怀尚平之志。有疾，还江陵，叹曰：‘老疾俱至，名山恐难遍睹，唯当澄怀观道，卧以游之。’凡所游履，皆图之于室，谓人曰：‘抚琴动操，欲令众山皆响。’”宗炳的游在形式上近乎现代的“虚拟旅游”，或者说就是虚拟旅游的肇始也不为过。表象上，宗炳是典型的“卧游”；而在实质上，宗炳的游已然超脱了“卧游”，摆脱了外界和身体的缚系，是为心游。且在游的世界里，找寻到生命的价值和生活的意义。

当然，儒释道之“游”与现代旅游有一定的差别，现代旅游在于游景，而儒释道最初的“游”更侧重于“游世”与“游心”。儒释道各自对于游的态度虽不尽相同，但其实质是通过游来构建一种意义世界：儒家安土重迁，重安畏客，彰显“不知生，焉知死”的入世精神；道家以安命、体道为至乐源泉，以出世的态度追求天人合一之道；释家则四海漂泊，孤身远游，以苦为乐。

如果说，儒释道对待旅游的态度是比较感性的，同时也是追求某种至高的境界的话，诸子百家中的另一家——法家，对于旅游的态度则尤为谨慎，甚至于理性得过了头，尽管如此，法家还是在一定程度上肯定了旅游之乐。《韩非子·十过》中记载了这样一个故事：奚谓离内远游？昔者齐景公游于海而乐之，号令诸大夫曰：“言归者死。”颜涿聚曰：“君游海而乐之，奈臣有图国者何？君虽乐之，将安得？”齐景公曰：“寡人布令曰‘言归者死’，今子犯寡人之令。”援戈将击之。颜涿聚曰：“昔桀杀关龙逢而纣杀王子比干，今君虽杀臣之身以三之可也。臣言为国，非为身也。”延颈而前曰：“君击之矣！”君乃释戈趣驾而归。至三日，而闻国人有谋不内齐景公者矣。齐景公所以遂有齐国者，颜涿聚之力也。故曰：离内远游，则危身之道也齐景公^①。由此可见，法家首先承认旅游对于个体有“乐”之功能，但同时认为旅游有亡国之患。言下之意，旅游（离内远游）是不足取的，至少对于统治者而言是这样，因此，似乎可以将法家的旅游态度理解为“不游”或者是禁欲主义。显然，对于“游之乐”则是一个典型的反证。

魏晋以降，随着山水意识的强化以及审美意识的觉醒，江南山水之美与名士玄远隐逸之企正好相契合，玩味玄理、欣赏自然、超越尘念三位一体的体验

^① 《韩非子·十过》