



旅游体验研究

一种现象学的视角

谢彦君 著

南开大学出版社

旅游体验研究

一种现象学的视角

谢彦君 著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

旅游体验研究：一种现象学的视角 / 谢彦君著. —天津：南开大学出版社，2005.12

ISBN 7-310-02475-3

I. 旅... I. 谢... III. 旅游—研究 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 140040 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

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 8.875 印张 219 千字

定价：23.00 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



谢彦君 辽宁岫岩人，现为东北财经大学旅游与酒店管理学院教授，博士，《旅游教育学报》(Journal of Teaching in Travel & Tourism) 中国编委，《旅游科学》编委。曾于1993年和2002年先后留学英国和美国，并在美国《旅游研究纪事》(Annals of Tourism Research)、印度《旅游与休闲研究学报》(Journal of Tourism & Recreation Research)、中国《旅游学刊》等刊物发表大量学术论文，出版有《基础旅游学》等学术专著。目前主要从事旅游基础理论研究，具体研究方向为旅游学研究方法、旅游体验研究和旅游社会文化效应研究。

内容摘要

20 世纪的后 30 年，在西方旅游学术界，旅游体验研究开始逐渐成为旅游理论研究的重要领域之一，中国的旅游学术界在最近两年也逐渐呈现出对这一领域愈益关注的势头。本书就是在这样一种背景下展开的一次初步的理论尝试的结果。

国外目前的旅游体验研究，主要分散在对旅游体验的某些侧面进行的，对旅游体验的整体性、展开式的研究还很不够。本书的研究，企图在构建旅游体验研究基本的理论框架的基础上，展开对各种相关现象的考察，探讨一些基本的问题。概括地说，本书的基本架构是：

首先，我们探讨了旅游体验研究的现象学基点：旅游现象世界的建构问题。本着从旅游体验的角度出发，我们将旅游现象从日常生活世界中剥离出来，从而构建了一个相对独立、可以对其展开旅游研究的领域——旅游世界以及构成旅游世界的各种体验情境范畴。

其次，我们为了理解旅游行为的意义，展开了对旅游内驱力的研究。在这种研究过程中，我们所采取的方法或所坚持的特色，是力求对传统的相关研究进行梳理。通过构建一个旅游行为的动力学模型，我们解决了长期以来旅游动机研究领域在概念范畴上的混乱，实现了对各种理论的适当归类 and 定位。我

们的基本结论是：旅游的根本内驱力是匮乏补偿和自我实现；旅游的需要是对愉悦的追求；旅游动机是旅游需要的工具性实现，因此，它也是结构性的、具有指向性的；旅游行为是实现旅游需要的具体方式或手段，因此是极其多样化的。

再次，我们进一步讨论了旅游愉悦的形成过程。根据我们的研究，旅游愉悦的获得是一个十分复杂的心理过程和社会过程，这种愉悦既体现在情感范畴，也体现在认知范畴。因此，旅游愉悦是对人的情感和精神的三重回报。在探讨旅游体验的愉悦形式时，分类学上的努力最终使我们获得了一个得以在概念上审视旅游体验结构的机会。换言之，这一部分的研究结果，形成了对旅游体验目的和方式的更加精致化的知识。

再下一部分，我们探讨了影响旅游体验质量的三个主要的、备受争议的范畴：舞台化、本真性和商品化。在探讨这几个问题时，我们借助于拟剧理论，拓展了对旅游体验的认识空间和深度。由于将整个旅游体验过程置放到一个剧场模型当中，对旅游者体验行为的认识就非常自然地梳理出来了。

最后，旅游体验的质量，实际上是旅游体验的根本性问题。如果仅有旅游体验的过程而无法达到旅游体验的高质量，旅游者的心理感受就会扭曲于愉悦度这个感受难度的负感体验一端。这对于旅游体验产品的生产者和消费者来说，都是非常不利的事情。所以，旅游体验质量问题将旅游体验的所有理论和实践问题又重新予以整合，使我们原来出于认识旅游体验性质的目的而进行的分析，重新被旅游体验质量这个范畴的整体感给予综合，在最高和最终层次上回归到旅游体验研究在方法论上的现象学使命。

本书在形成研究结论的过程中，一贯地是以体现现象学方法为原则的。

ABSTRACT

Over the last 30 years of the 20th century, the study of the tourist experience has become an important field for tourism research among Western academics. In China, this topic has only claimed scholarly attention quite recently, although this new trend has a promising future in making tourist experience the key concept in the study of tourism. This book explores some basics of the tourist experience, trying to go beyond previous efforts that dealt with it.

The book is organized along the following parameters:

1. Discussion of the phenomenological foundations of the tourist experience, probing the different theoretical approaches to it. Through this theoretical effort, we go beyond to construct a model of the tourism world as a counterpart of the life world or life-space. In this way, the tourism world appears as an ensemble of tourist situations, tourist fields, tourist settings, etc. that play a decisive role in the conceptualization of tourism for tourist experience studies.

2. The study goes on to analyze the pyramid of motives in tourism behavior. In this way, a comprehensive and hierarchical

model of tourist motivations follows, trying to critically re-position the best known paradigms in the literature. The established model reaches some important conclusions pertaining to the intrinsic motives of tourism behavior, tourist needs, and tourist motivations.

3. Additionally, the pleasure mechanism concomitant with the tourist experience is probed. This structure is a complicated emotional and cognitive process that rewards tourists with some "tourist pleasure" in an emotional and intellectual sense. The author, starting from the new structure of experiences for the tourist, can thus study it in depth contributing to the growth of knowledge in this academic field.

4. Especially, the book focuses on three conceptions that have elicited much attention in tourism studies: staged performances of tourist experiences; authenticity as a motive for tourists; and commoditization of cultural goods and services. Our starting point in this area is a consideration of Goffman's dramaturgic theory, that helped to conform and enrich our views of this three fields.

5. Last, but not least, the book turns its attention to the quality of tourist experiences. This line of analysis is basic to consistently analyze and synthesize it. The quest for quality in tourism experiences is a key goal for both the tourists and the suppliers of experiential products. Once again, we will see that the tourist experience should be the kernel of our research.

In the way, what started as a theoretical approach to the phenomenology of tourist experiences finally reaches the land of practical research and conclusions.

前 言

在整个旅游学研究领域，如今正洋溢着一种充满朝气和热情的氛围。这不仅体现在国内外都有一个庞大的学术队伍在这个领域积极探索，辛勤耕耘，也体现在旅游学研究就其所涉及的知识范围而言是任何一个领域性的学科都无法比拟地宽广。在旅游学术界，已经汇集了来自经济学、管理学、社会学、地理学、规划学等领域的诸多专家和学者，他们各自的研究都在为旅游学大厦的构建添砖加瓦。这些工作使我们得以看到在旅游学各分支学科领域，已经逐渐积累起来了一批相当有深度的研究成果，这使得国外学者所提出的旅游学研究开始步入学科独立阶段的判断，开始能够逐渐让人接受，也让旅游学术界的同仁稍有欣慰之感。

可是，就是这样一种学术繁荣的背后，很多人也不得不承认，旅游学研究大多是在做“保护带”（库恩）的构建工作，而没有深入到或者捕捉到旅游学研究的“硬核”。不管是旅游经济学、旅游社会学、旅游生态学、旅游地理学还是旅游规划学，都是在从旅游的效应的视角彼此独立地、外在地审视旅游现象。这种审视的结果，导致了旅游学研究依然处于“多学科”研究状态，而没能进入到经过整合与超越的“跨学科”阶段。

究其原因，还是在于，我们对旅游现象的“硬核”的关注不够，理解不正确，判断不准确。因此，时至今日，不管是在国内还是在海外，我们都很难自信地说，旅游学这座理论大厦已经被赫然矗立起来。确实没有！

在我个人的旅游学研究经历中，我逐渐地体会到，旅游现象的硬核是旅游体验。根据我的判断，在纷繁复杂的旅游现象当中，比如在旅游产业领域，在旅游教育过程当中，在旅游者出行和返回的这个周期里边，如果我们抽掉了旅游体验这个范畴，就立刻会发现，一切都没有了目的、意义、根据和可能。有些原本依附于旅游现象的一些其他现象（如餐馆的经营、道路的修建）将失去其旅游的意义；有些原本被我们赋予旅游价值（它们给我们以旅游的愉悦）的存在（如一些自然和人文景观）将在旅游这个“意义”上土崩瓦解，回归到它们各自的原初形态或原始意义；同样，以往一些我们为旅游者而专门营造出来的景观景点（如各种主题公园），将因没有游客而经营难以为继，而这类东西在未来的任何创制或仿制也就再也没有必要；至于旅游者，如果没有旅游体验，那他为什么要出行呢？如果出行仅仅是为了商务、奔丧、会议、赛事，那他这段与时空流转相伴随的生活，怎么算得上旅游呢？

因此，我很坚定地认为，旅游体验是旅游现象的硬核。于是，旅游体验研究便构成了旅游学研究的最根本的、最基础的、最具有衍生能力的一个对象领域。旅游体验研究，将具有推动旅游学科独立的使命。

这便是我几年来从事旅游体验研究的动力所在。这也是这本《旅游体验研究》能够出笼的原因。

这篇作品是在我的博士学位论文的基础上修改而成的。旅游体验这个选题，从我1999年接触这个题目，到2002年确定为博士论文选题，这期间经历了比较漫长的对这一论题进行理

解和把握的过程，甚至直到今天，自己也还依然感觉到，对有关问题的梳理和把握，还不能十分自信。所以，在很大程度上，这个工作只能算是开了一个头，而且这个头开得也不充分。如果说旅游体验研究是一座冰山的话，现在的工作只能算作一角。勉强说它可以算作一个阶段性的成果，那是因为它毕竟出笼了。

为此，我似乎也可以为之略微感到一点创作后的欣快。我愿意将这份欣快感首先与我的导师卢昌崇先生分享，正是由于他的学术洞察力和敏感性，才使我得以确立这样一个可以毕生为之奋斗的选题，也正是由于他不时地对我的博士论文写作方向的匡正、研究方法上的指引甚至论文表达上的点拨，才使得我获得了许多超出论文之外的裨益。因此，如果我的论文能给我一点快乐，我就希望这一点快乐也同时归于卢老师，并感谢他多年来对我的拳拳期望和谆谆教诲。

我也想借此一角之地表达我对南开大学出版社孙淑兰编审的敬意和谢意。在我的印象中，她的敬业精神，她对旅游事业的热爱，使我感受到了一个编辑工作者的品格。

当然，要感谢的人还很多，包括我的家人、我的学生和我的一些同事。在这份不起眼的稿子里，留有他们汗水和心血的痕迹。这里需要特别提到的是美国 Drexel 大学接待管理系主任 Julio Aramberry 教授，他不仅在我留学美国期间为我提供了科学研究方面的各种便利，而且还引领我进入了不少我此前十分陌生的领域，并使我对有些问题的观点也更加明晰。目前他正在我们学院作访问教授，担当着本科生和研究生的教学工作。我们日常的交流也对本书中的很多观点的完善起到了很好的作用。

不过，本书在写作过程中，尽管总是期望有所创新，但也许正是由于这种努力，可能会暴露很多漏洞、缺欠、甚至谬误。

4 旅游体验研究

在本书所涉及的诸多问题上，我都感觉还远没有做到系统和完整。因此，笔者非常期盼读者能不吝赐教，以便使旅游体验的理论研究能够在一条正确的轨道上逐步前进。

谢彦君

2005年冬月于灵水湖畔

目 录

前言	1
第一章 导 言	1
一、为什么进行“旅游体验研究”？	1
二、为什么用“现象学视角”？	6
三、本文所关注的几个基本问题	11
(一) 旅游体验研究框架问题	11
(二) 旅游体验研究内容问题	13
(三) 旅游体验研究方法问题	15
第二章 现象世界的旅游体验：基本范畴的建构	16
一、生活世界中的自然态度与主体间性	21
二、逸出并独立于生活世界的旅游世界	29
三、格式塔心理学与旅游场	41
四、作为旅游世界硬核的旅游体验	60
第三章 旅游体验的动机与行为	73
一、人类行为的原动力：从精神分析理论到人本主义心理学	74
二、旅游：一种回应人类休闲本性的生存方式	88

2 旅游体验研究

三、旅游愉悦: 逃逸与追求的统一	96
四、一个用于解释旅游行为动力结构的理论模型	99
五、新框架下传统旅游行为动力研究成果的归位	105
(一) 旅游内驱力研究	107
(二) 旅游需要研究	110
(三) 旅游动机研究	116
第四章 旅游体验中的情感放飞与精神救赎	122
一、旅游体验中的快乐原则	124
(一) 旅游体验的情感模型	125
(二) 旅游体验中的审美愉悦	137
(三) 旅游体验中的世俗愉悦	145
二、结构张力之下的补偿性旅游体验	149
(一) 机能补偿体验	149
(二) 关系补偿体验	152
(三) 环境补偿体验	154
三、寻找精神家园的遁世性旅游体验	157
四、行路等于读书: 认知性旅游体验	159
五、具有另类色彩的极端旅游体验	161
六、旅游体验的实现路径	170
(一) 旅游观赏	170
(二) 旅游交往	173
(三) 旅游模仿	177
(四) 旅游中的游戏	179
第五章 旅游体验中的舞台化、本真性和商品化	188
一、旅游体验的舞台化模型	189
(一) 旅游体验的空间凭借	193
(二) 旅游表演的要素构成	207

(三) 旅游表演的方式·····	216
二、旅游体验中的本真性问题·····	221
三、旅游体验过程引起的文化商品化·····	230
第六章 旅游体验的质量·····	234
一、旅游体验质量的巅峰状态·····	234
二、旅游体验质量的测量：愉悦度或满意度·····	239
三、旅游体验质量的不可分析性：现象学 方法的回归·····	253
参考文献·····	258

图表目录

图 2-1	生活世界与旅游世界及其关系·····	20
图 2-2	心理场与物理场：视错觉的例证·····	48
图 2-3	旅游氛围情境：旅游世界·····	58
图 2-4	旅游行为情境：旅游场·····	59
图 3-1	弗洛伊德的人格结构·····	78
图 3-2	马斯洛的需要层次·····	86
图 3-3	旅游动机相关范畴之间的关系： 旅游行为的动力学模型·····	102
图 3-4	艾泽欧—阿荷拉的模型·····	110
图 3-5	皮尔斯的旅游需要层次模型·····	113
图 4-1	体验王国·····	123
图 4-2	旅游者情感体验模型·····	129
图 4-3	影响情感愉悦程度的诸因素·····	131
图 4-4	旅游者心理状态与其需要的景观状态 之间的关系·····	155
图 4-5	旅游交往发生的情境模型·····	175
图 5-1	旅游表演的剧场模型·····	193
图 5-2	格雷伯恩的神圣游程·····	225

2 旅游体验研究

- 图 6-1 旅游体验转换模型·····241
- 图 6-2 旅游期望与旅游体验满足之间的关系·····245
- 图 6-3 旅游体验的“挑战—技能”模型·····251
- 图 6-4 旅游体验的“挑战—技能”改进模型·····251
-
- 表 3-1 金井省吾的旅游动机分类·····119
- 表 6-1 造成正感体验和负感体验的四种因素举例·····243