

Research  
on Tourism Experience

# 旅游体验研究

## ——走向实证科学

谢彦君 等·著

Toward Empirical Science

中国旅游出版社



Research  
on Tourism Experience

# 旅游体验研究

## ——走向实证科学

谢彦君 等·著

Toward Empirical Science

中国旅游出版社

责任编辑：王建华 杨沛武

装帧设计：谭雄军

责任印制：冯冬青

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

旅游体验研究：走向实证科学/谢彦君等著. - 北京：中国旅游出版社，2010.1

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3844 - 4

I. 旅… II. 谢… III. 旅游 - 研究 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 197466 号

---

**书 名：**旅游体验研究——走向实证科学

---

**作 者：**谢彦君等

**出版发行：**中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: [cttp@cna.gov.cn](mailto:cttp@cna.gov.cn)

发行部电话：010 - 85166507 85166517

**排 版：**北京中文天地文化艺术有限公司

**经 销：**全国各地新华书店

**印 刷：**北京大兴新魏印刷厂

**版 次：**2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

**开 本：**720 毫米 × 970 毫米 1/16

**印 张：**24.5

**印 数：**1 - 3000 册

**字 数：**422 千

**定 价：**42.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3844 - 4

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

# 目 录

|                               |         |
|-------------------------------|---------|
| 绪论：旅游体验研究的意义、方法与方向 .....      | ( 1 )   |
| 第一章 旅游体验过程中的符号解读 .....        | ( 17 )  |
| 第一节 旅游的符号学研究 .....            | ( 17 )  |
| 第二节 旅游世界中的符号 .....            | ( 30 )  |
| 第三节 旅游体验活动方式中的符号解读 .....      | ( 47 )  |
| 第四节 旅游符号的解读效果 .....           | ( 58 )  |
| 第二章 旅游体验质量的测量方法 .....         | ( 72 )  |
| 第一节 旅游体验质量测量的理论模型 .....       | ( 72 )  |
| 第二节 旅游体验质量测量的定量方法 .....       | ( 84 )  |
| 第三节 旅游体验质量测量的质性方法 .....       | ( 102 ) |
| 第四节 旅游体验质量测量方法的特点及其发展趋势 ..... | ( 111 ) |
| 第三章 群体规模对旅游体验质量的影响 .....      | ( 119 ) |
| 第一节 问题与假设 .....               | ( 119 ) |
| 第二节 资料收集 .....                | ( 124 ) |
| 第三节 资料分析 .....                | ( 127 ) |
| 第四节 研究结论 .....                | ( 149 ) |
| 第四章 导游员话语模式对旅游体验质量的影响 .....   | ( 152 ) |
| 第一节 问题与假设 .....               | ( 152 ) |
| 第二节 资料收集 .....                | ( 158 ) |
| 第三节 资料分析 .....                | ( 162 ) |

|      |                              |       |
|------|------------------------------|-------|
| 第四节  | 研究结论 .....                   | (191) |
| 第五章  | 东西方游客对中国文化景观的符号认知差异 .....    | (197) |
| 第一节  | 问题与假设 .....                  | (197) |
| 第二节  | 资料收集 .....                   | (204) |
| 第三节  | 资料分析 .....                   | (208) |
| 第四节  | 研究结论 .....                   | (237) |
| 第六章  | 外国游客对中国京剧的旅游体验 .....         | (242) |
| 第一节  | 问题与假设 .....                  | (242) |
| 第二节  | 资料收集 .....                   | (249) |
| 第三节  | 资料分析 .....                   | (252) |
| 第四节  | 研究结论 .....                   | (279) |
| 第七章  | 游客与宗教信徒对宗教旅游情境中的符号认知差异 ..... | (285) |
| 第一节  | 问题与假设 .....                  | (285) |
| 第二节  | 资料收集 .....                   | (293) |
| 第三节  | 资料分析 .....                   | (298) |
| 第四节  | 研究结论 .....                   | (326) |
| 第八章  | 东北乡村旅游体验情境中符号性元素的识别 .....    | (331) |
| 第一节  | 问题与假设 .....                  | (331) |
| 第二节  | 资料收集 .....                   | (339) |
| 第三节  | 资料分析 .....                   | (344) |
| 第四节  | 研究结论 .....                   | (369) |
| 参考文献 | .....                        | (373) |
| 后 记  | .....                        | (389) |

# 绪论：旅游体验研究的意义、方法与方向

## 一、旅游体验研究的意义

笔者把旅游体验纳入到旅游学研究视野，还是1995年的事情。当笔者在构思《基础旅游学》（该书初版印行于1999年）的内容框架之时，由于对传统教科书所包含的旅游核心组分缺位的反思，促成了旅游体验这部分内容得以登堂入室，被纳入到旅游学研究的范畴，并赋予其独特而重要的地位。就这个举动的意义而言，笔者一直不认为它是一个创举，而仅仅是一个回归，是一个企图给旅游研究一个说得过去的理由的一次尝试。

如今，10多年过去了，旅游体验已然成了一个热门的研究领域，甚至它在旅游研究中的核心地位也逐渐被人们接受。这是令人欣喜的一件事情。试想，即使到了2002年，在中国知网上还仅仅只有笔者的一篇发表在《旅游科学》上的文章是关于旅游体验的（这是笔者于当年在美国留学期间的一次检索结果。如果此结论有误，也许是由于当时该数据库收录的文献较少的缘故），到如今，已经有上千篇专文探讨旅游体验的问题，其发展速度之快，怎能不令人感到欣快！

旅游体验之所以能得到学术界如此热烈的关注，笔者并不认为这是社会发展到了体验经济时代所带给我们小小的旅游学术界的一次意外的恩惠。倘若真的这样认为，那么，我们还依然没有寻到自己的根，没有回到自己的家，没有擦亮我们看世界的那双独特的眼睛。体验经济时代会使旅游体验成为其中的典型的体验形式之一，体验经济时代还可以为旅游体验研究准备很多像模像样的多学科相关研究成果供我们借鉴、应用，但仅仅从外部体验经济时

代大环境的角度去看待旅游体验问题，那注定依然是不能解决我们的学科问题的。说得更清楚一点就是，独特而独立的旅游学科的构建，不应该来自外部的理由，而在于发自内在的认识：是旅游现象的体验性质，使得旅游体验研究成为旅游学的一个显性研究领域。

基于这样的认识，多年来，笔者一直把旅游体验看做是旅游研究的核心领域，是纷繁复杂的旅游现象的万变之源，而对旅游体验现象的科学研究成果将能够统御所有旅游知识从而促成旅游知识共同体的形成。这样看待旅游体验，相当于把旅游体验看做是旅游现象的内核或共核。这种企图为旅游知识共同体寻找一个可以依赖的“内核”、“共核”或“基点”的思想，明显地带有一元论的意味，按照笔者的理解，这可能是促成旅游研究走向科学实证的重要理念。建立在这一理念基础上的旅游研究，将旅游现象理解为有规律、可预测的因果关系，由此成为科学研究的对象。举个例子来说，在中国文化的源头之一老子哲学那里，就把世界看做“道”的统一，即所谓“道生一，一生二，二生三，三生万物”，于是，万物的终极都以“道”为依归，或者以“道”的特性为特性。这一哲学方法不仅在弗洛伊德的精神分析理论那里被翻版，认为人类行为都源自“力比多”的作用，而且在现代宇宙学的大爆炸理论中也得以变相地体现出来：宇宙产生于一个“奇点”。由此可以得出一个结论：自然与社会都是成体系的，而这个体系也是有根源的，存在着某种一致性，因此，对自然和社会现象的研究及其知识的组成也应该是成体系的、有根源的、一致的。这一点，对旅游研究、旅游学科的构建来说，自然不会例外。

对于旅游体验研究的这一学科贡献价值，笔者在2005年出版的《旅游体验研究——一种现象学的视角》一书中曾做过这样的说明：

首先，笔者认为，旅游体验研究可以作为旅游学基础理论研究的硬核。目前旅游学研究的迫切使命是要为它找到一个可以使其自立的理论内核，用这个内核来统御整个旅游学术研究，整合旅游学科关系，推动旅游学科建设。直到今天，这种努力不仅在国内没有达成目的，在国外也没有。笔者曾经在文章中表达过这样的观点：国外旅游学术成果在旅游学各个分支领域的积累已经相当丰富，而问题是，目前还没有一个集大成者，能寻找到最恰当的视角，将这些分隔的知识加以整合，因此，国外的旅游学科体系也照样没有建立起来。我国旅游教育30多年来所遭遇的连我们自己都不敢面对的教育质量低下的问题，在很大程度上可以溯源于学科体系上的不自立、不成熟。国内学者对此都有认识，大家也都在孜孜以求地寻找这个突破口。笔者个人认为，

在目前阶段，旅游体验研究可以作为旅游学研究的主体部分，经过大家的努力，使其成为旅游学术研究中的显学，从而起到统领旅游学科体系的作用。它之所以能扮演这个角色，理由还在于几个方面。

其次，旅游体验研究是最能够体现旅游学作为一个跨学科的体系架构的研究视角。在旅游学术界内部，现在已经很少有人会否认，旅游学是一门跨学科。按照皮亚杰的说法，跨学科具有学科超越特征，是在一种有效的视角统辖之下的学科有机整合，它不能容忍学科之间处在一盘散沙的状态，甚至也不满足于那种多学科研究的被动学科关联方式。所以，在学科融合、分解如此频繁和常见的今天，要想对一些学科进行整合，没有一个恰当的、有效的研究视角，恐怕很难做到。长期以来旅游学研究就处在多学科（包括地理学、文化学、经济学、心理学、管理学、环境科学、生态学、伦理学、人类学和美学等）各自为政的研究状态之下，没有一个视角能够统领各个学科，而一旦这些学科呈现各自为政的局面，旅游学科内部的科学沟通就成问题，更不用说在整个科学界会造成旅游学研究的小儿科局面。说旅游体验具备这种视角的潜质，是因为，尽管旅游体验已经变成一个相当纯粹的范畴，但它依然是旅游学传统各学科借以表现的重要学术平台，因为很显然，不仅从旅游体验外部关联来看，对它的研究不是单一学科所能胜任，就是从其内部来看，也有各个学科施展的空间。这样，旅游体验这个单纯范畴似乎具备了两种品质：其单纯性使其可以作为一个理论的硬核，其丰富性以及可拓展性又赋予它可以作为统御一个跨学科的视角的潜质。它的地位，由此而一点点彰显出来。

再次，从旅游的理论研究的角度，笔者感到旅游体验研究是一个富矿，有广泛探索的空间，有可以深入发掘的魅力。通过对旅游体验的初步研究，笔者感受到了它所拥有的巨大空间。对它的研究，使我们有机会动用一些非常成熟的学科的知识，来深入地、独特地探讨旅游现象。这是一个可以容纳一大批人来共同投身去做的领域。

最后，就目前我国旅游学研究状况来看，笔者认为展开旅游体验研究可能是快速解决旅游研究理论空洞化的最有效途径。在一定程度上，我们不能否认一个事实，最起码在我国旅游教育领域，旅游学研究是一个没有理论的领域。笔者感觉，由于它自身的资质使然，旅游体验研究或许可以成为解决这个问题的最快速有效的途径。

上述结论可以用一个图例来加以总结，借以说明旅游体验作为一个知识共同体的内核所具有的知识衍生能力和理论拓展能力（见图1）。

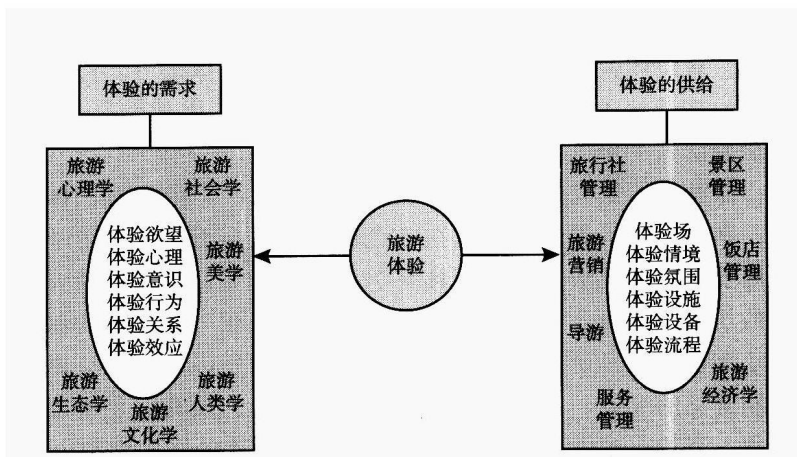


图1 旅游体验的知识衍生能力和理论拓展能力

旅游体验研究所具有的这些十分重要的意义，目前正通过中国旅游学术界的广泛关注、积极投入和深入钻研以及大量成果等多种现实全方位地体现出来。毋庸置疑，这一态势还会持续下去，直到相关的科学研究达到其预想的目标或者被证实其方向的彻底荒谬为止。这两个相互对立的结果，无论哪一个最终呈现出来，都是科学研究的自然结果，是知识积累的自然途径，不足为怪。

## 二、旅游体验研究的方法

不过，在实现上述意义的过程中，还有一个工具性的问题必须加以考虑，那就是，旅游体验研究也存在方法论的问题。

在这个问题上，笔者想提出两点看法：关于旅游体验本质的认识方法，以及关于旅游体验质量的测量方法。

在面对旅游体验展开科学研究伊始，我们就面临要回答的第一个问题：什么是旅游？旅游的本质是什么？这是一个重要的问题，尤其是，当旅游学术界多年来因受到旅游的技术性定义的牵制甚至蛊惑而本末倒置地认识旅游的本质的时候，对旅游的本质的认识，就更加是一个重要的问题——我们不能在开拓旅游体验这样一个新领域的初始阶段就重犯以往那种影响至深的方法论错误。

当我们接受了旅游是人生的一个片段这一事实的时候，就等于我们接受

了旅游是一种高度复杂的现象这一命题，就等于接受了与旅游相关的知识可能存在着高度变异性的假定。旅游学研究的历史也确实证明了这个结论：介入旅游研究的学科，如今已经涉及方方面面，任何一种与人生、与人类、与人类活动的对象有关的学科（这等于说，恐怕涉及所有的学科，差别仅仅在于关联的直接程度不同而已），都可能插足于旅游研究，为这个领域贡献独特的认识视角、研究方法和科学命题。

然而，如果我们满足于当前的这种各个学科随意插足、各取所需的局面，我们就永远不能形成属于“旅游”自身的一个独立的知识共同体。进一步而言，如果把有关一种事物的科学研究的知识积累过程划分成某种学科类型的话，当前的旅游研究恐怕还处于多学科研究的阶段，并没有达到跨学科状态。沿着史密斯对旅游的多元属性的描述，我们可以用图2来说明旅游研究当前所呈现的多学科研究状况的性质及其影响。

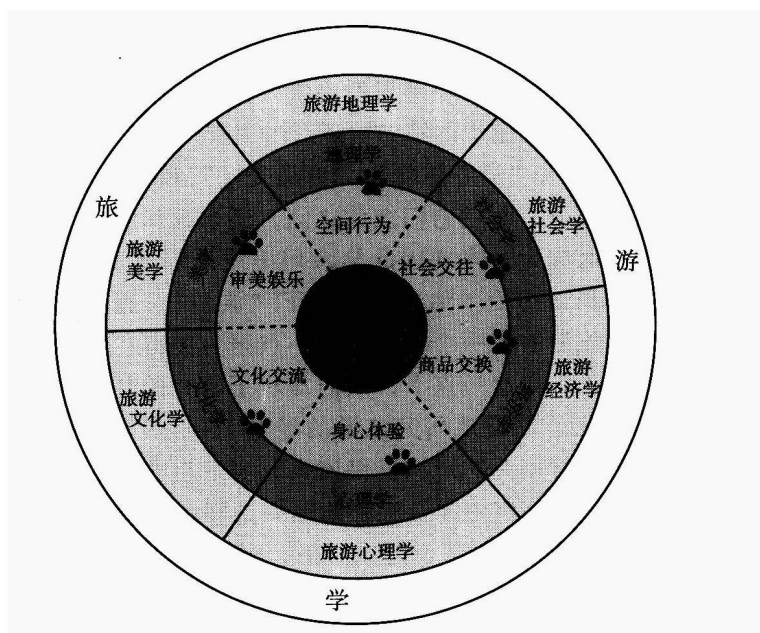


图2 旅游学与相关学科的关系（逆转前）

在这图2中，所能解读出来的思想或认识是值得我们深思的。首先，旅游现象的复杂性是多学科介入旅游研究的前提。旅游作为人类社会生活的一

个阶段，这一性质决定了旅游在内容上的多样性和复杂性。可以说，旅游是这样一种事物，举凡人类日常生活的各种活动、条件、过程和内容，都会在一个新的时空框架中重新发生，差别仅仅在于它改换了面孔，更新了意义，还可能提升了品质或层级（谢彦君，2005）。

其次，当前多学科研究旅游的结果或贡献，在于为各个介入学科丰富自身的研究领域、拓展自身的研究视野、补充自身的研究内容提供了一种新的可能性。通过对旅游现象的研究，有关学科将自身的知识延伸到人类社会生活的全过程、全景观当中，不再留有明显的缺漏——在有旅游（指具备了相当规模的旅游，通常是近代意义上的旅游）而没有任何关于旅游的研究的历史时期，社会科学研究等于遗漏了对这种现象的关注和探讨，因此，有关人类社会生活的总体知识就其类型而言当然是不全面的。比如，当心理学研究完全忽略了人在旅途当中的心理规律和行为倾向，那么，它等于忽略了当今人类社会生活的一个极其重要的方面。

然而，旅游的复杂性事实上并非如我们在图2中所明确表现出来的那样：这种复杂性能够以分析的方法轻易识别出来并供相关学科各取所需加以独立的研究。不是这样的！在图中的第二层环形当中所列举的“空间行为”、“审美娱乐”、“文化交流”、“身心体验”、“商品交换”和“社会交往”，不仅是旅游众多内容的一部分，而且它们彼此之间，还永远纠结在一起，以某种独特的方式相互作用而成为一体（因此笔者用虚线来隔离这些内容）。是它们的“总合”（并非局部的简单加总）构成了“旅游”，而不是它们以独立的面貌和品质构成了旅游的某一个方面。这一点至为关键，同时也制造了旅游研究的最大困难。正是在这一点上，人们却步于研究的复杂性和关联性，从而退而求其次，满足于割裂地研究旅游的经济、社会、心理、文化、地理、审美等方面，满足于将相关的知识仅仅用来充实各自学科的原有知识体。这种局面，造成了这些学科当中涉及旅游的知识是彼此断裂的（在图中用了如同墙壁的黑线来加以表示），甚至是对立的，也造成了本属于旅游学的各分支学科的架构和方法并不是由旅游学来加以规定、指导或限制，反倒是对各个介入学科的简单“戴帽”和“移植”。这种错位的影响是严重的。因为，一方面，旅游各分支学科因丧失了“旅游”的统辖而变得分崩离析、互不說話；另一方面，也使得“旅游学”本身作为一个知识共同体而存在这一理性诉求变成了难以实现的梦想。各个分支学科在研究旅游这一现象时，其基点是多少有些自私的攫取，却毫无构建旅游知识共同体的自觉，因此也不能对

旅游学知识给予令人满意的反哺。

在图2中，还反映了一个事实，那就是，在旅游研究的历史过程以及当前状态中，暴露了一种学科介入程度、顺序和地位上的颠倒。换言之，最先对旅游予以学术关注的，以及至今还处于显著状态的学科，是各种介入性的学科，以及在此基础上经过“戴帽”而形成的分支学科，而不是旅游学科自身。这虽然是历史的自然甚至必然，是知识成长的通常路径，但反观中国目前特殊庞大的旅游高等教育规模，就不能不让人感觉终止这种现象并引导其做科学的转向的必要性和迫切性。

笔者认为，在目前阶段，已经到了自觉地用“旅游学”的视角来审视旅游的本质和内容并构建旅游学科体系的时候了。这不仅因为旅游相关研究的成果已经积累到了可以让我们思考构建独立的知识共同体的程度，而且，就旅游这一现象本身的性质而言，只有这样，才能协调相关知识，摆脱当前旅游知识依附于各个介入学科的尴尬局面。如果这个想法有一定道理，那么，图2所反映的旅游学科与相关介入学科在旅游研究这一点上所形成的关系就需要逆转（见图3<sup>①</sup>）。这样，针对旅游现象的研究，最切近、最直接的学科，是旅游学，而不是传统上的介入学科（它们应处于最外围的层面）。而且，旅游学在研究复杂的旅游现象时，不会将这些现象断然分析为不同的方面。即使有时需要做必要的分析，也不会忘记这种分析的统一的基点以及它最终要实现的综合的目标。正是这“统一的基点”和“综合的目标”，才是指导所有旅游分支学科自身研究基点和理论体系的根本。由此所形成的各个分支学科，既能打破现有分支学科的壁垒和隔膜，共享旅游的某个统一的“内核”（或称“共核”），还能坚持各分支学科的独立的研究对象和研究策略，形成自身的研究特色和研究领域。如果能做到这一点，旅游学科的确立也许就指日可待了。不过，达到这一点绝非易事，我们不能抱有任何不切实际的希望，只能脚踏实地地做出不懈的努力，任何急功近利的学术投机都将使这一目标离我们渐行渐远。

然而，促使旅游现象发生的根源在哪里呢？维持旅游知识共同体的根本一致性的“共核”是什么呢？换言之，决定旅游现象诸多特征的本质规定性是什么呢？

<sup>①</sup> 图2和图3包含着笔者对旅游学科各种关系的诸多理解，将二者加以对照，可以看出这种理解的特点。

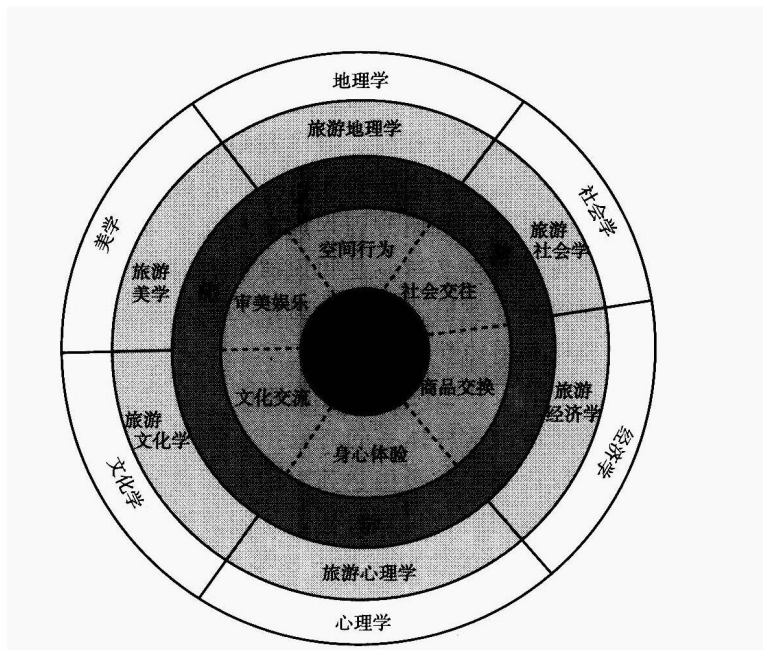


图3 旅游学与相关学科的关系（逆转后）

当前，旅游学术界在认识旅游的本质这一问题上所采用的方法和路径是多种多样的，因此对旅游知识共同体的内容构成也就各执己见<sup>①</sup>，其结论自然也就五花八门。在这种情况下，旅游研究不仅难以积累一些可以向学生传授的“万变不离其宗”的道理，而且还因为各种相关、相近范畴（如所谓的商务旅游、会议旅游、宗教旅游以及探亲访友旅游等）的相互纠缠而始终无法找到相关知识的共同基础——因此也就难以形成一个知识共同体（学科）。

针对如何认识旅游本质这一问题，笔者曾做过这样的实验：请5个刚入校的大学生描述他们的一次旅游活动。下面是被实验者的描述实录：

学生A的描述：初中时，与全班同学一起离开沈阳，坐火车到大

<sup>①</sup> 据中国旅游协会旅游教育分会提供的数据，全国高等院校所有专业的教材种类共计有15万种左右，而旅游专业的教材有1.2万种之多。这一信息恐怕未必意味着旅游专业的教材开发比其他专业更为繁荣，而是比其他专业混乱。一个有趣的现象是，在旅游专业当中流行的不同版本的教材当中的不同表述，可以被宽容地认定为“观点不同”，这与一些成熟学科的学术认知大相径庭。

连，在火车上一路很[开心]，到大连后，看到很多很[美丽]的[景观]。

学生B的描述：高考之后，我就和几个高中同学[去了]丽江。这是我第一次出远门。丽江的夜晚实在太[迷人]了。我们还去了玉龙雪山。在广州没有看过雪，在那里看到了，很[激动]。

学生C的描述：来大连之后，[去过]旅顺，看过一些很有文化的[景观]、博物馆，[印象]特别深刻的是木乃伊。

学生D的描述：小时候有一次跟着父母，从成都[去了]苏州、杭州、上海，一直在逛街、走路、看电视，觉得很[好玩]。

学生E的描述：假期跟父母从大连[去了]呼伦贝尔。草原是我[第一次]见到，太[辽阔]了。还喝了酒，我第一次[喝白酒]。

尽管从科学研究的角度来说，这个实验的样本似乎很小，而且，就我们所涉及的研究问题（旅游的本质）来说，样本的结构也很单纯（都是学生），但一个事实已经从这个实验中浮现出来：在所有的人的描述中，都直接或间接地涉及一些旅游所共有的事实。这些事实如果用关键词加以概括，足以凸显出旅游的共性的东西：体验（美好的印象和愉悦的感受）、异地（总是到离开常住地的地方）、余暇（不占用工作或学习的时间，是一种暂时的行为）。<sup>①</sup>

所以，通过这个实验，不难得出这样的结论：旅游是人们利用余暇在异地获得的一次休闲体验<sup>②</sup>。换言之，旅游的本质就是一种体验，而余暇和异地将这种体验与其他体验分离出来，赋予其独有的特征。旅游的本质规定性由此形成，旅游知识共同体（从旅游学到其下属的各个分支学科）的基点也应该建立在这一本质的基础上。

上述探寻旅游本质的方法，属于现象学的方法。这种方法在探讨意识、心理、体验、行为以及行为相关项的本质时，被认为是最恰当的方法。这种

<sup>①</sup> 笔者相信，即使把样本的容量扩大，并且包含更多种类的人员，也会得出类似的结论——但一个要点必须明确：不要包含学过当前的旅游专业知识的学生或学者！——这是现象学的精髓。

<sup>②</sup> 这是笔者对以往自己所给出的旅游的定义的一个改进，同时也意味着笔者在认识相关问题方面的一些变化。

方法的两个主要特征是：

首先，它主张“面向事实本身”，要“直观本质”，要从“经验事实的一般性向本质一般性还原”。在认识旅游的本质的过程中，只有旅游者的内在体验才能概括旅游现象的本质，而不是由旅游现象的外部影响或建立在任何预设前提基础上的逻辑推论（当前某些流行的观点还可能违背逻辑）来决定旅游的本质。

其次，它强调方法上的“悬搁”，试图“普遍地质疑”，将任何先在的即使是科学的观念加以暂时的搁置（胡塞尔称为“加括号”），只有这样，才能做到本质直观。

在我们的实验中，那些没有受过“旅游专业教育”的学生，都毫无困难地通过他们自己的描述向我们呈现了一个个符合通常意义的“旅游”的情景。但是，虽然笔者没有做这样一个实验，但凭自己多年接触的旅游学者的经验，就发现了一个有趣的现象：当这些旅游学者在界定旅游的含义以及进行旅游研究时，往往会将纯商务旅行、纯宗教旅行、纯探亲访友旅行等纳入到旅游的范畴。这种做法从研究一个地区的旅行接待设施（如酒店、餐馆）的供给量的角度（这通常是政府部门和产业部门的角度）看无可厚非，但若从旅游知识共同体的构建的角度看，就有明显的不适当的地方了。如果从方法论的角度寻找原因的话，显然，在对待旅游的本质这个问题上，他们没有做必要的知识悬搁——没有放弃权威人士对旅游的界定，因此也就不能完全回到旅游现象的事实本身。

上述讨论可以归结为这样一个结论：在研究旅游体验这个问题上，如果从旅游体验构成了旅游的本质规定性的话，那么，旅游体验研究，在哲学方法论层次上，就可能主要依赖于现象学的方法。尤其是在探讨旅游者在旅游世界所经历的体验的性质、意义以及价值等领域，现象学的方法可能更加适合。

然而，有一个不容置疑的事实会提醒我们，在利用现象学方法研究旅游体验时能够和应该走多远的问题。在旅游体验的语境当中，科学研究的对象最终总要走向两个问题域：作为旅游者的体验需求的问题和作为满足旅游者体验需求的体验品供给问题。也许在前一个问题上，鉴于心理问题的复杂性和人（非动物）性，现象学有其更大的适用空间。但是，在探讨旅游体验的供给问题时，不可避免地要走向分析哲学，走向将体验技术化、操作化甚至具形化的方向。也就是说，旅游者的体验诉求会落实到具体的物质层面，由各种有形的元素、情境或氛围予以体现。这一结论，既会促成实证科学在旅

游体验需求（需要）研究领域的生根发芽，也会直接推动旅游体验产品供给的经验性研究。正是在这个意义上，旅游体验研究注定要从现象学哲学层面走向实证科学层面，简言之，可以作为科学研究的对象来加以讨论、研究。

从这一点来说，本书是《旅游体验研究——一种现象学的视角》的姊妹篇，是该书的一个理论延伸和应用进展。就研究的方法而言，本书大量采用的是实证研究的方法，其意图在于积累起有关旅游世界当中旅游体验的诸多细节范畴的经验性知识。尽管其中有些方法还显得稚嫩，尽管有些研究的材料还缺乏足够的支撑力度，尽管这些成果的结论有的还不够显著，但本书在研究方法上所做的探索，体现了一个突出的心愿，那就是向人们展示旅游体验研究在方法上的多元性和深刻性。

### 三、旅游体验研究的方向

把旅游体验看做是旅游现象的核心，把旅游现象看做是旅游体验所引发的人类生活世界当中生活方式变化以及由此带来的生存内容的充实与提高，这一命题使得旅游体验研究的内容被极大地丰富了，同时也使得对旅游体验进行研究的途径和方向有了众多的可能性。

现在，我们可以在思考顺序上很自然地从事旅游体验本身走向多学科介入旅游体验研究的境界，而不是相反，抱定固有学科的视角来审视旅游体验及其衍生现象。这种顺序上的转向，可以培养学科自觉，同时也深化研究程度，并宽容地展开各个方向的旅游体验研究。

首先，旅游体验是一个心理现象、情感现象、精神现象。在这一方向或层面，旅游体验研究会走向旅游心理学范畴，并最终实现对旅游心理的深刻认识。依照笔者的信念，当旅游作为一种休闲现象，是出于愉悦的目的，而且是暂时地离开了常住地而展开的对新奇的快乐的追求，这一根本点将决定旅游者的心理不同于其日常生活中的心理。这种变化是旅游的魅力，是旅游现象独立存在的理由。旅游心理学的研究如果不能抓住这一核心点，就无法构建自己的独立体系，甚至对普通心理学的贡献也谈不上。因此，一旦我们把旅游体验这一范畴提高到旅游世界中的最重要范畴之一的地位，那么，旅游心理学研究的重要性就会被提高到新的历史起点予以重视。目前，国内就旅游心理所展开的深入、严肃而系统的研究几乎是没有任何的，这使得大学教育中的旅游心理学教科书中的知识成了无本之木。

其次，旅游体验的一个最重要的内容、一个最显著的独特现象、一个最缺乏解释的领域，是旅游符号学的问题。旅游体验这种心理、情感和精神现象，其最终的反映维度是那个能称量快乐程度的天平，而其实现的过程以及其中的多数手段，都与旅游世界中存在的、被构建的和被解读的符号有关。这不仅是因为符号是文化系统的重要表征，不仅因为符号是社会成员沟通交流的重要工具，而且，还因为符号本身构成了旅游世界的魅力源泉，是旅游者本能的“凝视”所在。符号的这一质性特征，使它在旅游体验研究当中成为重要的研究对象，这显然不足为奇。但是，到目前为止，关于旅游符号学的研究，在国内近乎空白。我们在徜徉于传统的旅游学分支学科的构建的努力当中，似乎没有感受到，旅游学学科体系构建的可能性，不仅来自于对传统分支学科的努力探究，还来自对新兴的旅游学分支学科的探索和构建上。我个人认为，旅游符号学的构建，将改变旅游学的学科面貌，将挤出一些本不属于旅游学范畴的分支学科在旅游学科体系当中的滞留状态。

再次，作为旅游体验的原因并结果的一个方面，旅游世界中的社会关系是日益重要的值得予以学术关注的社会关系。为此，从微观社会学的角度展开的旅游社会互动行为的研究，定将深化旅游学研究的水平。在这方面，旅游者的角色扮演、旅游者与目的地居民的社会互动、旅游者个体行为的社会影响等，都将因为研究视角的变化而获得新的更加系统的阐释。甚至旅游目的地社区的社会和文化演化过程，也将被纳入到旅游体验的视角下进行审视，从中发现这种演化的动力学原理。

还有，就旅游的经济问题而言，当忽略了对旅游体验的本质关注时，就将使旅游经济学丧失了独立身分，成为经济学的整脚的傀儡。在笔者看来，普通经济学主要是以日常消费品交易的经济品性作为研究对象的。从旅游的角度看，这种日常消费品的一个根本性的经济特征是其生产与消费的时空可分离性：此地生产，彼地消费；此时生产，彼时消费。解决这种消费品在生产与消费上的时空矛盾的手段是仓储和运输。恰恰与此相反，纯粹意义上的旅游消费品的生产与消费在时空上是不可分离的，而弥合生产者与消费者的时空矛盾的手段，是对消费者实施运输和“储存”。这种建立在“旅游体验”基点上并体现为“旅行费用”经济特征的经济问题，必须用新的视角、新的理论体系来加以诠释，而这一点才是旅游经济学的命脉。

就旅游体验研究方向问题来说，除了上面从分支学科内容的角度略备几个方面之外，还想就研究策略谈点看法。这里所说的研究策略，是一种研究