



国际游客对中国目的地旅游凝视偏好研究 ——以Flickr照片为例

山东大学 董玉洁 王素洁

目录

一、概述

二、相关概念

三、摄影照片与凝视

四、研究方法

五、凝视偏好及原因

六、总结与讨论



一、概述

- 旅游凝视研究现状：
热、侧重理论、少视觉资料
- 理论：
后殖民主义 & 东方主义
- 研究方法：定性内容分析法
内容、符号、话语
- 研究结果：
偏好明显

二、相关概念

旅游凝视

厄里：游客在旅游过程中的社会模式化的，并且通过社会学习形成的观看的方式。

游客凝视

旅游凝视偏好

偏好：消费者按主观意愿对可供选择的商品组合的排列。
旅游者对旅游凝视对象的主观选择。

东方主义

东方不是真正现实中的东方，而是以西方为中心投射出的产物。（他者）
殖民主义意识形态 刻板印象

后殖民主义

相对于非西方的第三世界或东方（他者），西方的思想文化以及价值传统中，有强烈的民族优越感。
政治 思想



三、摄影照片与凝视

照片是秘密的秘密，照片告诉你的越多，你知道的就越少。

——女摄影师·黛娜



游客在拍摄的瞬间，已经对被拍摄的对象赋予了主观的意义，而并不只是对被拍摄对象简单真实的表现，**照片**是对看到的世界的主观解释。



有研究表明，旅游者照片具有**相似性**，选择目的地极具特色的事物，将目的地塑造成与自身截然不同的“他者”的形象。（东方、后殖民）



摄影是旅游凝视有形化和具体化的途径，融入了旅游者的主观因素，而照片的**相似性**直接反映了旅游者旅游凝视的**偏好**。



四、研究方法



(一) 数据来源及数据收集



(二) 数据分类及编码





（一）数据来源及数据收集

Flickr网站样本数据1-12月分布情况

月份	1-2月	3-5月	6-8月	9-10月	11-12月	合计
照片数量	1027	4480	2893	13348	1587	23335
样本数量	13	58	37	172	20	300

（二）数据分类及编码

定性内容分析法是对文本内容进行主观解释的一种定量与定性相结合的研究方法，是将内容分析与定性分析相结合，再融入定性分析的方法，不仅进行统计分析，而且研究现实社会的分类、主题和模式。

1988年，阿尔博斯和詹姆斯提出用于分析旅游图片的内容、符号、话语三步分析法。往往根据后殖民主义理论框架，基于照片所拍摄对象的基本特征，比如：基本情况（性别、年龄、种族等）、服饰情况（现代服饰、古代服饰、少数民族服饰等）等方面；被拍摄的建筑/景观的特征（地点、存在的时间、现存情况等）等方面。



本文数据分类

原则：基于后殖民主义理论框架，根据数据特征，选择合适数据分类方式。

本研究中，研究者在分类之前从300张样本照片中随机查看了50张，然后在之前的分类方法基础上，根据所看的50张照片的内容将照片内容主要分为**人物和景物(包括建筑)**两大类，对以**人物**为主要拍摄对象的照片，将其所拍摄的当地人与游客分开讨论，分别根据其**年龄、服饰及所做的事情、所处的环境**进行分组；对以**景物**为主要拍摄对象的照片，又分为**自然景观、人文景观或者二者兼有**，然后讨论其各自特征（时间、现存状况等）。

五、凝视偏好及原因

(一) 西方人眼中的东方

(二) 国际游客在华旅游照片内容统计结果

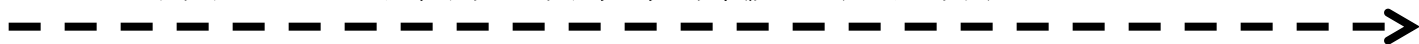
(三) 国际游客对中国旅游凝视偏好



（一）西方人眼中的东方



根据东方主义理论，西方世界认为由于文化与种族上的本质差异，西方和东方（他者）是截然不同的，东方世界具有神秘、感性、残暴、狡猾、落后、专制、不开化等特点，西方描述里的东方世界往往会被丑化和弱化。



在西方人眼中，一方面，东方世界是异族，他们经济落后、思想腐朽、懒惰愚昧、停滞不前，而与此同时，又因为东方自古以来便带有的神秘色彩而令人向往。



（二）国际游客在华旅游照片内容统计结果

根据对300张国际游客在华期间旅游照片内容的统计，在300张照片中，有108张照片的主要拍摄对象为人物，而剩余的192张则以景物为拍摄对象。在108张人物照片中，以当地人为主要拍摄对象的照片共有95张，约占88%，而以游客的照片则只有13张，仅占12%。192张景物照片则主要分为三大类，第一类是自然景观，共55张，占景物照片的29%，第二类是古建筑有88张，占景物照片的46%，第三类是与中国人民生活息息相关的社会景观，拍摄地点又分了城市和农村，共有50张，占景物照片的25%。

(三) 国际游客对中国旅游凝视偏好

1. 国际游客人物照片内容分析



旅游目的地居民
为国际游客旅游
凝视的主要对象
之一

108张人物照片
中当地人的照片
共有95张，约占
88%



无直接互动的影像、“观察者”的位置，明显的体现出“他者”思想。

游客为拍摄对象的照片只有13张，仅占12%



东方社会经济
社会落后的刻板印象

95张当地人，
成人、老人
88张 衣着老
旧、神态疲惫



“神秘”和
“异域风情”
的东方国度

除之前所述，
宗教13张，
少数民族服饰
8张

（三）国际游客对中国旅游凝视偏好

2.国际游客景物照片内容分析

自然风光瑰丽，历史
悠久而充满神秘

192张照片中，古建
筑和自然景观共142
张，占到75%



忽视中国城市的繁荣
与进步

26张城市照片中，仅
有7张的拍摄中国现代
城市中的现代建筑等



侧重凝视中国贫穷落
后的一面

24张农村照片，23张
体现的是中国社会落
后的一面



六、总结与讨论

结论

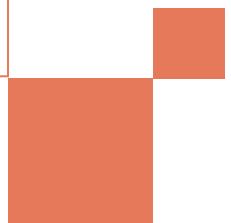
国际游客对中国旅游目的地旅游凝视偏好明显，且受东方主义与后殖民主义思想影响，其照片内容与中国现状不符。

中国国际旅游 形象建设

- 1.政府：国际交流
- 2.国家旅游局：
国际宣传
- 3.旅行社：
旅游产品设计
- 4.导游：
注意沟通内容

研究局限与展望

- 1.数据：拍摄者
- 2.理论：
仅运用核心理论，
可深入研究
- 3.仅针对中国，
并未选择更多
“东方国家，日
后可扩大研究
范围



Q&A



Thanks