

对游客行为研究的几点认识

张凌云



《旅游学刊》执行主编



中国旅游研究院学术委员、旅游学术评价研究基地首席专家



中国人大报刊复印资料《旅游管理》执行编委



中国社科院旅游研究中心特约研究员



中国旅游改革发展咨询委员会委员

认识一：是一切旅游现象的起点和基础

- 旅游**动机**→旅游**需求**→旅游**行为**→旅游**活动**→旅游**消费**→旅游**产业**→旅游**经济**→旅游**贸易**（服务贸易）→旅游**社会**（社区）→旅游**文化**（亚文化）→旅游**现象**（一种独特社会现象和人文现象）
- 旅游是源于人自身的基本需要，好逸恶劳，好高骛远，以及好玩、好奇、好胜、贪婪和恐惧这些心理特质是人的本性，这些可以从人类文明早期和人生的婴儿期都可以得到印证
- 旅游动机和旅游需求与社会经济发展水平没有直接关系，我们的祖先对于外部世界的好奇、探求、想象和欲望并不比今天的我们差多少
- 早期由于生产力发展和科学技术水平低下，市场经济尚未建立，不能提供有效供给，出游更多的只是属于极少数人的**冒险行为**，而非**消费行为**

认识二：是人与环境的“复变”函数

- 在数学上以复数（负数的平方根）作为自变量和因变量的函数，称复变函数。这里借用来仅指两者间复杂多变的非线性函数关系
- 游客行为是指在旅游环境中发生的行为总称
- 旅游环境是指从惯常环境→非惯常环境→惯常环境的闭环
- 格式塔（Gestalt）心理学家库尔特·考夫卡（Kurt Koffka, 1935）将环境分为地理环境（geographical environment）和行为环境（behavioural environment）两个部分。地理环境就是现实的环境，行为环境是意想中的环境。行为产生于行为的环境，受行为环境的调节。

惯常环境vs.非惯常环境的讨论

- “惯常环境”（ Usual Environment ）与 “非惯常环境”（ Unusual Environment ）两个相对的概念组。显然，两者的关系是：
- $E = U_sE + U_nE \dots\dots\dots (1)$

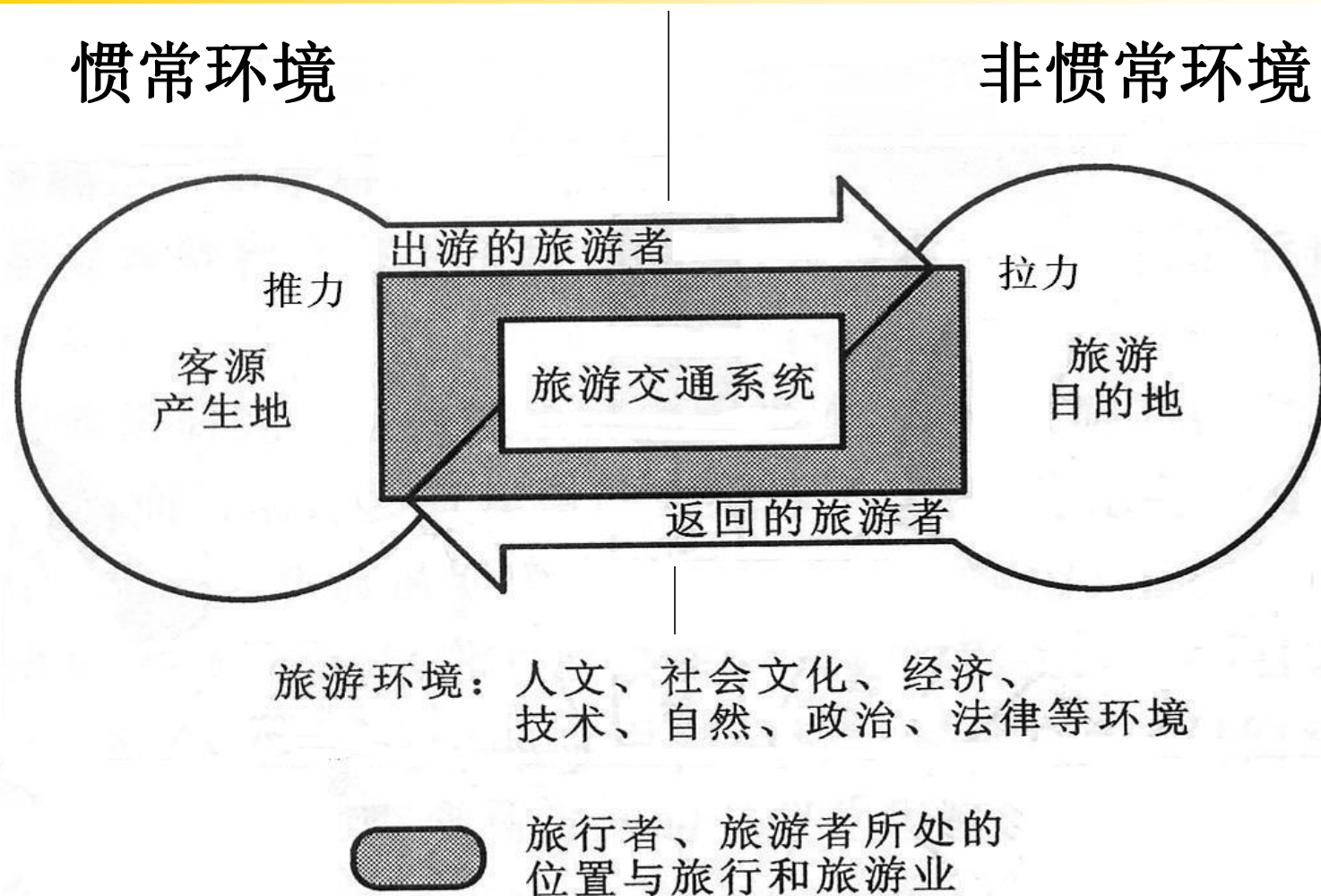
（1）式中，E为人的活动环境（空间）， U_sE 惯常环境， U_nE 是非惯常环境。

- 惯常环境就是一个人的日常工作（或学习）环境、日常居住环境、日常人际交往环境的总和，也即：

$$U_sE = EW + EL + EP \dots\dots\dots (2)$$

（2）式中，EW为日常工作或学习（职场或学校）环境，EL日常居住（社区）环境，EP为日常人际交往环境。

整体旅游系统vs.旅游环境模型



资料来源：尼尔·利珀，1990（略有改动）

认识三：是惯常环境与非惯常环境综合作用的结果

- 惯常环境是一维的、渐进的、线性的、连续的、客观的、收敛的、被动的、被选择的
- 惯常环境的现代化是一个不可逆的历史进程
- 非惯常环境是多维的、突变的、非线性的、不连续的、主观的（甚至是虚幻的）、发散的、主动的、可选择的
- 惯常环境的变迁、转型和进化，会影响到对非惯常环境的评价和塑造
- 在惯常环境里生活是一个人的生活常态，而非惯常环境只是短暂（短期、暂时）的生活体验，因而只是一种必要的补充，或对惯常环境的“异化体验”（怀旧、梦幻、奇特、荒诞、自虐、刺激等）

- 惯常环境的过渡工业化和福特主义倾向，为非惯常环境赋予了“**社会治疗**”功能，犹如**马丁·海德格尔**（Martin Heidegger）所说的为了自由而“**被抛**”，或进入“**澄明之境**”；**赫伯特·马尔库塞**（Herbert Marcuse）认为，现代工业社会（惯常环境）物欲横流，人性压抑，把人异化成“**单向度的人**”（One-dimension），而非惯常环境可以看成是人的短暂逃离，超越现实社会，由“**单向度**”走向“**双向度**”的一个空间载体
- 非惯常环境类似于**米歇尔·福柯**（Michel Foucault）所说的“**另类空间**”，即“**异托邦**”（Heterotopias）、“**他者空间**”（The Other Space）、“**异时间**”（Heterochronies）

认识四：是非惯常环境中的特殊展现

- 菲利普·津巴多（Philip G. Zimbardo）提出的“陌生环境”（类似于非惯常环境）下的“身份匿名化”（anonymilization），易造成人的心理和行为的异化
- 从消费行为看，从众性消费（羊群效应）、场景（情景）性消费、冲动性消费、炫耀性消费（凡勃伦效应）
- 从市场行为看，经济和社会信息的不透明、不对称（包括文化、习俗、禁忌等），信息收集成本高企（尤其是时间成本），消费者维权成本过高，柠檬市场（Lemon Market，George A. Akerlof，1970）盛行（劣币驱除良币），这也是零负团费难以根治的原因之一
- 从社会学上看，弗洛伊德（Sigmund Freud，1923）将人格结构分为：本我（id）、自我（ego）和超我（super-ego）。而只有在非惯常环境中本我（id）可以得到最大程度的释放、满足和呈现

认识五：是引发目的地居民惯常环境变迁的诱因

- 游客的非惯常环境是建立在目的地居民的惯常环境基础上的，两类不同的环境容易引起社会冲突和当地文化的同化、异化和涵化
- 厄里（Urry）借用了米歇尔·福柯的“凝视”的概念，创造了“旅游凝视”（The Tourist Gaze）一词，旅游者（认识主体、凝视主体）和旅游目的地居民（被凝视主体），把被凝视对象“他者化”。并由此建立起“主客关系”暗含着的旅游者（主体，凝视者）的强势和霸权与当地居民（客体，被凝视者）的无力和被动，即主客关系呈现出支配和被支配的非对称关系，一些民族节庆的舞台化（如傣族的泼水节）、宗教场所的世俗化（如职业僧人）

结论与展望

- 环境是人的行为的舞台和背景，所有人的行为都是在其特定的环境下呈现，非惯常环境是游客行为的常态环境，是旅游活动区别于其他活动最显著的本质特征
- 本研究应用逻辑演绎方法，借鉴胡塞尔（Edmund Husserl）“生活世界”（Lebenswelt）概念，通过对“生活世界”的观察、分析、描述，从而制定一种关于“生活世界”的本体论，“生活世界”包括个人的、社会的、感性的和实际的经验
- 另一个研究路径，可以应用归纳演绎方法。大数据技术使得从宏观尺度（大样本）来收集、描述和解释游客行为成为可能
- 旅游学就是研究在非惯常环境下，游客与其在惯常环境下不同的心理、行为，以及由此产生的人地关系（人与环境）、人群关系（主人与客人）等经济社会关系和现象的总和
- 或许对游客行为开展综合性、多学科、跨学科研究，将给旅游学术研究开创出一个新的天地，寻找到旅游学科的应有价值，从而构建起旅游学科的科学体系

A grayscale landscape photograph of misty mountains. The foreground shows dark, silhouetted mountain ridges, while the background consists of layers of lighter, hazy mountain ranges receding into the distance. The sky is filled with soft, horizontal cloud bands. Overlaid on this background is red text.

谢谢诸位的耐心聆听，
敬请指教！

email : 13911207919@163.com