

学校编码: 10384

分类号____密级____

学 号: 17820130153742

UDC____

厦 门 大 学

博 士 学 位 论 文

旅游者的个体真实性体验研究

A Research on Experience of the Authenticity of Tourists

刘晶晶

指导教师姓名: 林 德 荣 教 授

专 业 名 称: 旅 游 管 理

论文提交日期: 2017 年 月

论文答辩时间: 2017 年 月

学位授予日期: 2017 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2017年 月 日

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

本人声明该学位论文不存在剽窃、抄袭等学术不端行为,并愿意承担因学术不端行为所带来的一切后果和法律责任。

声明人 (签名):

指导教师 (签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

现代社会的生存异化和对公共精神的一味追求不仅加剧了人们的自我迷失、自我疏离危机，同时也催生和强化着人们对真实自我的渴望。然而，在日常生活的大部分时间内，人们无法完全遵照自己的机体经验自由地行事和自我表达，而暂时远离惯常的工作和社会关系进行异地的休闲活动却是回归真实自我的有效途径之一。正因如此，旅游生活方式越发受到人们的青睐，并且，深层旅游体验的需求规模也不断攀升。在此背景下，认识和营造旅游者的个体真实性体验将对旅游基础理论发展和旅游产业升级具有越发重要的意义。近期的心理学研究尤其强调遵从内在感受、愿望和价值观对个体心理健康的重要性，并就个体真实性问题展开了较为丰富的讨论。而现有旅游研究对真实性议题的探讨主要围绕旅游客体的真实性进行，鲜少对旅游者个体真实性问题进行针对性的系统分析。

那么，旅游活动如何帮助人们回归真实自我？旅游者的个体真实性体验包括哪些具体内涵？旅游者个体真实性体验的影响因素和作用效果如何？为解答上述问题，本研究从人们在日常生活世界中普遍面临的个体真实性困境出发，基于人本主义心理学等相关研究，结合对网络游记的文本分析，指出现代旅游活动对缓解大众旅游者（商务旅游者除外）个体真实性困境的积极意义及其作用路径；其次，基于文献分析，以及对网络游记和访谈资料的文本分析等编制旅游者个体真实性量表，并通过多轮因子分析对旅游者个体真实性的多维度内涵和结构进行探索；最后，基于结构方程模型分析对旅游者个体真实性影响关系的理论模型进行检验。

本研究的主要结论包括以下三个方面：首先，现代旅游活动使得旅游者在新的人地关系中获得自我抽离状态下的体验式自我关注机会，进而通过对他者的观照时的自我回归，自由地自我塑造，以及经验开放和情感能量补给等，缓解生活世界中的真实性困境。第二，旅游者个体真实性包括“自我回归”、“自我发现”和“自发的交融”三个维度。第三，服务者移情性、积极情绪、

自主需求满足等是影响旅游者个体真实性水平的重要因素，同时，旅游者个体真实性体验对旅游者行为意向具有重要的积极影响。

本研究的主要创新有：第一，不同于大部分旅游真实性研究对旅游客体的普遍关注，本研究从旅游者主体视角出发探讨旅游者自身的真实性状态。第二，对旅游者个体真实性进行概念化和操作化，并明确其多维度内涵。第三，对于异地、短期情境下的个体真实性问题探讨，将心理学的真实性问题研究从长期的生活情境拓展到短期的旅游情境。第四，将服务管理视角引入到个体真实性研究，将市场因素纳入到以往非经济关系背景下的真实性问题研究中。

本研究不仅为相关企业营造和提升旅游者个体真实性体验提供了理论依据和途径指导，同时具有多方面的理论贡献。首先，本研究关于旅游活动与个体真实性问题辩证关系的论述为旅游功能和意义认识提供了新的视角；其次，本研究的理论和实证论述阐释和验证了旅游者个体真实性的多维内涵；同时，本研究开发的旅游者个体真实性量表为主体视角的旅游真实性研究扩展提供理论工具；最后，本研究所构建的旅游者个体真实性影响关系模型为相关研究体系的构建奠定了基础。

关键词：旅游者个体真实性；维度结构；影响关系；旅游体验

Abstract

The alienation for existence and the chase of public spirit not only intensifies the crisis of self-losing and self-alienation, but also hastens the longing for authenticity. In most cases, people cannot freely rely on their inner experience and willingness to live. While, to leave the habitual work and social relations and engage in leisure activities in nonlocal setting is a meaningful way to return to the true self. Thus, the life style of tourism is more and more popular, and the scale of needs of in-depth tourism experience keeps increasing. To analyse and produce the experience of authenticity to tourists are significantly meaningful for the development of fundamental tourism theory and the upgrade of tourism industry. The importance of following the inner feeling, willingness and values to mental health is particularly underlined by recent psychological studies, and rich discussions have been conducted on authenticity. While, in the field of tourism, the discussions on authenticity mainly focus on objectives of tourism, and there is an extremely shortage of specific and systematic research on authenticity of tourists.

Therefore, how does tourism help people return to true self? What is the particular connotation of authenticity of tourists? What is the influence factors and effects of the authenticity of tourist? To answer these questions, this study set out from the general authenticity dilemma in daily life. Based on studies of Humanistic Psychology and the analysis of online notes of tourists, this study pointed out the significance of tourism on the authenticity dilemma. Then based on literature analysis and text analysis of online notes and interview of tourists, this study established the scale of authenticity of tourists, and explored the multidimensional connotation and structure of the authenticity of tourists through a sequence of factor analyses. Structural equation model was then used to test the theoretical model of the influence relationships of authenticity of tourists.

This study achieved several main conclusions. Firstly, Modern tourism places people in the new people-place relationship, thus giving people the opportunity of romantic gaze and experiential self-concern, and the dilemma of authenticity is therefore relieved by the ways of self-regression, self-shaping, openness of organismic experience, and the replenishment of emotional energy during tourism.

Secondly, authenticity of tourists is composed by “self-regression”, “self-discover” and “spontaneous communities”. Thirdly, empathy of the service, positive emotion of the tourists, and the fulfilment of the autonomy can significantly increase the authenticity of tourists, and the authenticity of tourists has positive effect on the behaviour intention of the tourists.

Main innovations of this research are: firstly, the perspective of the authenticity of tourists in this study is distinct to the main perspective that focuses on the authenticity of tourism resources or products in the previous studies. Secondly, this study conceptualized and operationalized the authenticity of tourists, and verifies the multi-dimensional construction of the concept. Thirdly, the study of authenticity in the temporary and nonlocal context of tourism can effectively enrich the existing psychological studies of authenticity, which mainly investigate authenticity in the context of long-term relationships in daily life. Fourthly, this study introduced the service management perspective into the study of authenticity, combing the market elements to the traditional authenticity issues that mainly concerned in the non-economic setting.

This study can offer theoretical and practical guidance for the related enterprises to produce and increase the experience of authenticity of tourists, and it also has several theoretical contributions. Firstly, the discussion on the dialectical relationship between tourism and authenticity explores the new perspective to analyse the function and significant of tourism. Secondly, the theoretical and empirical analysis explain and verify the construction of authenticity of tourist. Thirdly, the scale of authenticity of tourists that explored by this study helps extending the related research. Last but not least, the relationship model set up in this study lays the foundation of the future research system.

Keywords: Authenticity of tourists; Structural dimension; Influence relationships; Tourist experience

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
一、现实背景	1
二、理论背景	5
第二节 研究问题与意义	8
一、研究问题	8
二、研究意义	9
第三节 研究框架与内容	9
一、研究框架	9
二、研究内容	10
第四节 研究方法和创新点	11
一、研究方法	11
二、创新点	13
本章小结	14
第二章 理论基础与文献综述	15
第一节 真实性概念	15
一、哲学中的真实存在	15
二、心理学的个体真实性	19
三、旅游领域的客体真实性和主体真实性	23
四、旅游者个体真实性内涵	24
第二节 理论基础	25
一、罗杰斯的人格自我心理学理论.....	25
二、自我决定理论.....	28
第三节 真实性相关研究	31
一、旅游领域客体真实性研究	31
二、旅游领域主体真实性相关研究.....	33

三、个体真实性结构与影响关系研究	40
第四节 研究现状评析	47
一、客体视角真实性问题研究的瓶颈	47
二、主体视角真实性研究的现状和趋势	48
三、旅游情境与个体真实性问题的天然契合	49
本章小结	50
第三章 个体真实性困境及旅游活动的作用	52
第一节 个体真实性困境与旅游需要产生	52
一、真实性困境	52
二、困境缓解与旅游需要	58
第二节 旅游活动对个体真实性回归的积极意义	64
一、旅游情境下真实性困境缓解的体验基础	65
二、内环境真实的主要恢复途径	71
三、外环境真实的主要恢复途径	74
第三节 真实性视角的旅游活动功能再认识	81
本章小结	83
第四章 旅游者个体真实性体验的多维内涵	84
第一节 旅游者个体真实性体验的内涵探索	84
一、旅游者个体真实性量表编制	84
二、量表修正及预调查	91
第二节 旅游者个体真实性的结构	97
一、结构的探索和验证	97
二、多维度内涵分析	101
第三节 旅游者个体真实性的个体差异性分析	112
一、单因素方差分析	112
二、聚类分析	113
本章小结	117
第五章 旅游者个体真实性体验的影响关系	118
第一节 研究模型与假设	118

一、研究模型建构.....	118
二、研究假设.....	121
第二节 问卷设计与预调查.....	128
一、问卷编制.....	128
二、预调查及问卷修改.....	130
第三节 正式调查与假设检验.....	133
一、调查实施及样本描述性分析.....	133
二、信度和效度检验.....	137
三、假设检验.....	139
四、结果与讨论.....	141
本章小结.....	143
第六章 结论与展望.....	144
第一节 研究结论.....	144
一、旅游活动对个体真实性困境缓解具有积极作用.....	144
二、旅游者个体真实性具有多维结构.....	145
三、旅游者个体真实性的影响因素与作用效果.....	146
第二节 理论贡献与实践建议.....	147
一、理论贡献.....	147
二、实践建议.....	149
第三节 研究不足与展望.....	152
一、研究局限.....	152
二、未来研究方向.....	154
参考文献.....	157
附录.....	173
附录一：修正的旅游者个体真实性题项库.....	173
附录二：结构探索预调查问卷.....	175
附录三：影响关系调查问卷-现场发放版.....	178
攻读博士学位期间的主要科研成果.....	180
致 谢.....	181

Contents

Chapter 1 Introduction	1
Section 1 Research Background	1
1.Practical Background	1
2.Theoretical Background	5
Section 2 Research Question and Significance	8
1.Research Question	8
2.Research Significance	8
Section 3 Research Frame and Content	9
1.Research Frame.....	9
2.Research Content	10
Section 4 Research Method and Innovation	11
1.Research Method	11
2.Research Innovation	13
Summary	14
Chapter 2 Theoretical Basis and Literature Review	15
Section 1 Concept of Authenticity	15
1.Authenticity in Philosophy.....	15
2.Authenticity in Psychology	19
3.Objective and Subjective Authenticity in Tourism Studies	23
4.Connotation of Authenticity of Tourists.....	24
Section 2 Theoretical Basis	25
1.Person-Centered Psychology of Rogers	25
2.Self-Determination Theory	29
Section 3 Studies on Authenticity	31
1.Objective Authenticity of Tourism.....	31
2.Subjective Authenticity of Tourists	33
3.Construction and Influence Relationships of Authenticity	40

Section 4 Review of the Literature	47
1. Bottleneck of Objective Authenticity of Tourism	47
2. Features and Trends of Authenticity Studies	48
3. Coincide between Context of Tourism and Authenticity Studies	49
Summary	50
Chapter 3 Dilemma of Authenticity and Significance of Tourism	52
Section 1 Dilemma of Authenticity and Tourism Needs	52
1. Dilemma of Authenticity	52
2. Generation of Tourism Needs	58
Section 2 Significance of Tourism on Dilemma of Authenticity	64
1. Basis of Authenticity Dilemma Recover in Context of Tourism.....	65
2. Recover of Internal Authenticity Dilemma.....	71
3. Recover of External Authenticity Dilemma.....	74
Section 3 Rethinking Function of Tourism in Perspective of Authenticity ..	81
Summary	83
Chapter 4 Multidimensional Authenticity of Tourists.....	84
Section 1 Exploration of Connotation of Authenticity of Tourists.....	84
1. Scaling Authenticity of Tourists	84
2. Scale Modification and Pre-survey	91
Section 2 Structure and Heterogeneity of Authenticity of Tourists	97
1. Exploration and Confirmatory of the Structure	97
2. Multidimensional Connotation of Authenticity of Tourists	101
Section 3 Heterogeneity of Authenticity of Tourists.....	112
1. One-way Analysis of Variance	112
2. Cluster Analysis	113
Summary	117
Chapter 5 Influence Relationships of Authenticity of Tourists	118
Section 1 Framework and Hypotheses.....	118
1. Framework	118
2. Hypotheses	121

Section 2 Questionnaire Design and Pre-survey	128
1.Questionnaire Design	128
2.Pre-survey and Questionnaire Modification	130
Section 3 Survey and Test of the Hypotheses	133
1.Survey and Descriptive Statistics of Sample	133
2.Tests of Reliability and Validity	137
3.Test of Hypotheses	139
4.Conclusion and Discussion	141
Summary	143
Chapter 6 Conclusion and Prospects	144
Section 1 Conclusions	144
1.Tourism is Significant for Relieving Authenticity Dilemma	144
2.Authenticity of Tourists has Multidimensional Connation	145
3.Influence Factors and Results of Authenticity of Tourists.....	146
Section 2 Theoretical Contribution and Application Suggestions.....	147
1.Theoretical Contribution	147
2.Application Suggestions	149
Section 3 Limitations and Prospects	152
1.Limitations	152
2.Future Study	154
References	157
Appendix	173
Appendix 1 Modified Item Pool of Authenticity of Tourists.....	173
Appendix 2 Questioniare of Structure Exploration	175
Appendix 3 Questioniare of Influence Relationships – Version of On-site ...	178
Publications during PhD study	180
Acknowledgement	181

第一章 绪论

第一节 研究背景

一、现实背景

(一) 自我认同危机与日益高涨的逃逸诉求

从前现代社会到现代社会，随着生产力水平的提升，人类活动被越来越深地纳入到社会目标系统（刘科，2012），人类的自我意识也从集体仪式中逐渐分化和独立出来（陈新汉，2011；p，46-49）。而受到传统文化的影响，东方人的自我意识多停留在未分化的“整合化一”状态，并且很容易被外界价值观绑架（邴正，1998；p，100-110）。虽尚未经历高级形态的现代性（张国清，1998；p，1-2），但在全球化、信息化的发展浪潮中，传统社会、现代社会和后现代社会的思想形态在现阶段中国的意识空间中同时存在（林德荣和郭晓琳，2014）。在红色文明、黄色文明和现代文明等种种价值观的相互消解和矛盾关系中，人们陷入价值选择的无所适从和历史性困境（王晓东，2011）。单一和静态的自我认知已经成为历史，自我的多面性和动态性越发明显（Pilarska，2016）。社会的快速变迁使人们对自我的认识、定位及存在意义越来越不清晰，一经建立的身份感随时面临重构。人们的自我认同感处于不断的“建构——模糊/破裂——再建构”过程中，自我概念分化问题也越发明显（Donahue 等，1993；Campbell 等，2003）。

与此同时，在高度发达的工业化或后工业化社会里，成熟的社会机制和经济负担等将人们的生活限定在了狭小的范围，进而引发更多的自我认同问题（马俊杰，2010）。在物质欲望的驱使和社会角色的规制下，人们需要选择性地表达内心愿望、判断等，以适应社会的需要。而对社会角色和社会群体持续性的服从，造成现代社会严重的自我疏离问题。越发加快的生活节奏和越发细化的社会分工，对资本和效率的推崇，以及无孔不入的快餐文化等，正在从工作和生活的各个层面压缩我们的自然天性（胡亚娟，2012）。人们的角色化使

得自我的独特个性被淡化，自我在角色和社会关系中的沉沦，使得个体的自我迷失越发严重（易徽，2002）。个体因其职业化和角色化而怀疑自己的真实身份，怀疑自我价值（张国清，1998；p，16）。而不断加剧的社会流动也使得社会信任和共识被强烈需求，社会认同危机愈发加剧。

Cohen（1988）认为，现代性的异化越严重，人们对本真性的寻找欲望就越强。现代性的人与社会关系同时孕育了现代性中个人的双重趋势——角色理性化趋势与个人意志强化趋势。在自由与秩序的矛盾作用下（郑杭生和杨敏，2010；p，21-22），屈从于社会规范的生存常态与忠于自我的呼声之间的冲突不断，个体在服从社会公共价值体系的同时，也在不断以各种方式补偿和释放真实自我。越来越多的人在日常工作和生活中迷失了自我，也越发渴望通过各种方式调整自己的状态，以“最好的自己”、“理想中的自己”、“真正的自己”应对日常生活中的种种烦恼和压力。华盛顿邮报评选的十大“奢侈品”中，“生命的觉醒和开悟”、“一颗自由、喜悦与充满爱的心”和“清晰而坚定的梦想”位列前三，“享受属于自己的空间和时间”、“身体健康，内心富有”和“任何时候都真正懂你的人”等也位列其中^①。调查表明，关于“做真实的自己”等相关畅销书和网络资源的规模也是快速增长，人们每周会有一到两次较为清晰的关于争取达到真实的经历（Lenton 等，2013a）。与之对应地，“自我放飞”、“（大胆）做自己”等热词受到越发广泛的接受和越发热烈的追捧。社会生活中，挣脱枷锁“做真实的自己”的呼声越来越大。并且，多项研究指出，个性化、自我关注等已经成为八零后、九零后等群体中极具代表性的重要群体文化特征（张高军等，2017）。

可见，在后现代思潮和传统自我意识特征的相互作用下，国人的自我概念在个体主义和集体主义谱系上不断演变，对内在愿望、价值观的重视程度日渐提升，并导致越发凸显的个体真实性困境。看似接近终极问题的“本真性”议题，其实一直都植根于人们心中。而社会生活的不确定性、归属感淡化、权威的不断消逝、身份感的模糊等问题（吴玉君，2006），使得人们试图通过旅游活动为自己提供一个特有的空间。旅游将个体带离其惯常生活地，从而获得重

^① 搜狐·美国华盛顿邮报最近评选出十大奢侈品·
[EB/OL]. <http://mt.sohu.com/20170206/n480003608.shtml>.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库