

距离欲对旅游者目的地选择影响的解释框架

曹晶晶^{1,2}, 章锦河¹, 王昶¹, 孙晋坤¹, 陈敏¹

(1. 南京大学地理与海洋科学学院, 南京 210023; 2. 伊犁师范大学生物与地理科学学院, 伊宁 835000)

摘要: 距离是影响人类各种空间行为的重要因素,也是探索旅游者行为规律的重要变量。然而,现有的旅游者目的地决策模型多将其作为约束条件处理,充分讨论了距离的阻力机制,却忽视了对其引力机制的探索,也因此导致了理论与营销实践层面的不足。本文提出“距离欲”来表述距离的引力作用,基于其审美情感基本属性,将其细分为认知维度、情感维度和旅游动机维度3个维度;根据旅游者旅游审美需求特点,从现代性审美视角切入,将其细分为游戏的距离欲、时尚的距离欲、冒险的距离欲3个层次,并进行了理论阐述。研究进一步指出,距离欲是旅游者对距离意义的解读,距离欲概念的提出为旅游者外出旅游的动机提供了新的解释,旅游者对诗意“远方”的追求,是旅游者基本的审美需求,也是人类超越自我的本质追求,还是高速发展的流动性社会中个体抵御异化的审美救赎。距离欲同时为我们进一步认识旅游的本质提供了新的解读视角,旅游活动带来的距离的审美体验能够参与建构和重塑旅游者的心理结构,在帮助旅游者更好的重返现实世界的同时,还积极的促进旅游者以和谐、宽容、独立的美学境界来重塑现实世界。本文从距离视角切入,进一步证实了旅游活动在旅游者个体、群体乃至全人类生存品质提升过程中所发挥的积极作用。通过对距离欲与其他行为变量的关系的进一步梳理,最终形成了距离与旅游者目的地选择的基本解释框架。对距离欲的深入探索能够为全球化的流动时代下旅游者外出旅游动机分析提供新解释,为旅游本质的解读提供新线索,具有一定的理论意义;同时为进一步提升旅游者目的地选择模型的解释力与预测力提供了可能性,为目的地营销机构针对感知距离的精准营销战略的制定提供新思路,具有一定的实践意义。

关键词: 旅游者目的地选择;感知距离;距离的吸引力;距离欲;距离的意义

DOI: 10.11821/dlxb202004014

1 引言

距离能产生美(吸引力),距离也能产生隔阂(阻力)。距离的“二律背反”是影响人类各种空间行为的重要因素。在旅游者目的地选择行为的相关研究中,距离也被研究者视作构建旅游者空间决策模型、探索旅游者行为规律的重要变量^[1],是旅游者决定是否出游,何处出游以及选择何种线路出游的系列复杂决策的重要依据^[2],对旅游活动起着意义深远的影响^[3]。简化的距离(静态化、数值化的空间物理距离)常被应用于旅游者目的地决策模型中,从汇总层面提供旅游者空间行为的系统信息,然而简化的距离信息反映的是旅游者的空间决策结果,难以被用于作为自变量来解释旅游者为何会做出特定的目的地决策。因此,有学者认为感知距离(Cognitive Distance, CG)反映了旅游者对居住地与旅游目的地之间实际距离信息的认知加工过程和结果^[4],相比较实际距离更加贴近旅

收稿日期: 2018-06-07; 修订日期: 2019-08-31

基金项目: 国家自然科学基金项目(41771147) [Foundation: National Natural Science Foundation of China, No.41771147]

作者简介: 曹晶晶(1987-),女,山东临邑人,博士,讲师,研究方向为旅游规划与管理。E-mail: jingjing_cao@foxmail.com

通讯作者: 章锦河(1970-),男,安徽望江人,教授,博士生导师,研究方向为旅游地理与规划、区域旅游环境影响。

E-mail: zhangjinhe@nju.edu.cn

游者主观加工过程的实际,能够更准确的反映旅游者的决策过程,是直接影响旅游者目的地选择的变量。

但是,感知距离作用于旅游者目的地选择行为的机制是复杂的,被认为是包含摩擦力、吸引力的复杂动力系统^[5]。旅游者在目的地选择过程中,既要面对距离的阻碍(Frictional Effects of Distance),即由于距离而导致旅游者在时间、金钱、体力等方面的花费^[6],又会受到距离的吸引(Catalytic Effects of Distance),即远距离的目的地因能满足旅游者的探新求异、逃离惯常环境的需求而对旅游者产生吸引力^[4]。旅游者目的地选择中距离作用的二律背反得到了实证研究的证实^[5,7],距离与多种因素综合作用,既激励部分旅游者选择离开惯常环境,也同样阻碍一些人选择更遥远的目的地。

现有的旅游者目的地决策模型多将距离作为约束条件处理,在充分考虑阻力的同时却忽略了对其吸引力的考量,不仅无法充分揭示这一动态系统的内在运行规律,而且忽视了在旅游者目的地选择过程中距离可能对旅游者出游意向产生的积极影响,忽视了距离对旅游者出游动机形成可能做出的贡献。全面审视距离作用于旅游者目的地选择的动力机制,能够帮助我们更好的解释和预测旅游者目的地选择行为,这一探索在时空压缩、全球化、个体化、流动性进程日益加快的新时代背景下尤为重要。

2 感知距离与旅游者目的地选择

感知距离在消费者行为学研究领域被率先提出和应用于实践^[8]。在旅游研究中,比较广泛采用的感知距离定义是大尺度空间中,人们对不可视的场所间相对距离的信念^[9],是经过个体主观加工后所形成的对实际距离的心理表征^[10]。由于感知距离能够反映主体对距离信息的主观加工过程与结果,因而广泛应用于个体或群体心理学与行为学的研究之中。针对不同的研究对象形成了不同维度的感知距离研究,不同维度之间存在一定的相关关系与近似的作用机制^[11]。复杂维度中,心理距离被认为是综合维度感知距离的共同结果^[12],空间距离、时间距离、社会距离、文化距离等是常见的延伸出的感知距离的细分维度(图1),而其中空间距离被认为是多维感知距离产生的空间基底^[13],会影响其他维度的判断^[14],因此,此次研究也主要关注空间感知距离。

在感知距离与旅游者行为的探索中,有学者进一步指出,感知距离还是影响旅游者地方性认知^[8]、满意度^[15]、旅游消费决策^[16]、旅游目的地决策^[17]、旅游目的地形象感知^[18]的重要因素。如果没有考虑感知距离,那么针对旅游者目的地决策行为的分析和预测则有可能被误导,也可能是不完整的^[8,10]。

然而,感知距离对旅游者目的地选择影响的研究却面临着一系列理论与实践的困境。首先,距离变量虽然被学者们尝试引入目的地决策模型,但常被视作是旅游者出游限制的影响因素,阻力机制虽得以深入探索,但其可能对旅游者出游意向形成与特定目的地选择的积极作用却被忽视了,距离作用于旅游者目的地选择的规律没有得到全面的揭示;其次,从实践层面来看,正是由于对距离作用机制研究的不足,才导致目的地营销机构

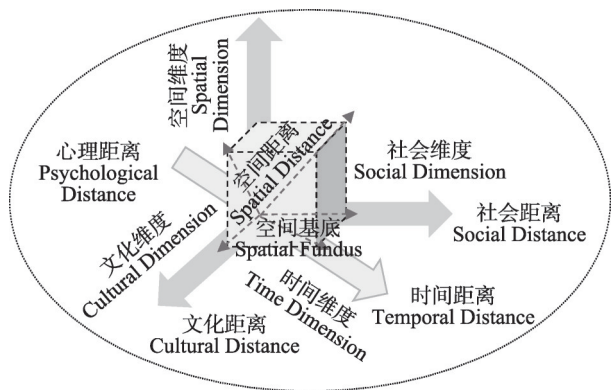


图1 多维度感知距离示意图^[11]

Fig. 1 Multiple dimensions of cognitive distance

针对感知距离的精准营销方面的不足^[8,19], 缺乏系统的理论指导也缺乏相应的实证研究成果以供参考; 再次, 时空压缩的现实背景也对旅游者目的地选择中距离的传统角色提出了挑战^[20], 高速交通工具的发展以及信息与通讯技术 (Information and Communication Technology, ICT) 的变革对旅游者的出游行为产生不同程度的影响, 但是这种影响变化的方式、方向与强度还亟待更深入的探讨。

由此可见, 为了更深入的探索感知距离作用于旅游者目的地选择的规律, 一方面需要对距离作用于旅游者目的地选择的作用机制做更全面的探索, 尤其是对其“引力”机制探索的完善; 另一方面, 除了远—近的感知距离标准探索外, 也迫切需求寻找一个更具可操作性的变量。这一变量不仅应当承载实际空间距离的信息 (物理距离), 还应当能够反映旅游者对距离信息的主观认知 (即感知距离), 不仅如此, 我们还期待这一变量能够反馈旅游者对所认知距离信息的情感评价 (吸引或是阻碍)。这一反映旅游者深层次心理加工水平的变量极有可能会通过与其他行为变量产生交互作用, 更直接的作用于旅游者出游意向, 最终作用于旅游者目的地选择行为。这一探索不仅有助于进一步完善距离作用于旅游者目的地选择的机制研究, 还能够帮助我们更加深刻的理解目的地选择过程中距离之于旅游者的意义, 从而为旅游者目的地选择行为提供新的解释, 开辟新的认识。

3 距离欲 旅游者目的地选择行为的新解释

3.1 距离欲的概念

Bullough在《Physical distance: As a factor in art and an aesthetic principle》提出了美学研究中的“心理距离”的概念, 认为美并没有纯粹的客观性, 如果一味凭借既有的规范、准则去评价美, 会抹杀掉许多美的事实^[21]。由于美的评价存在着显著的个体差异, Bullough认为从心理学视角切入有助于更加深入的探索, 美感源自于审美主体对审美对象所保持的距离 (即心理距离), 这种距离消除了主体对审美客体的实用态度从而使美感有利于形成快感, 使主体收获审美体验。物理距离 (Physical Distance)、时间距离 (Temporal Distance) 是美学研究中特定心理距离的独特形式。若是主客体在心理距离上失距 (Losing Distance), 例如差距 (Under-distancing: 因为功利性的目的而丧失审美体验) 或者超距 (Over-distancing: 因为距离太远, 而导致主客体关系的衰弱, 审美客体不容易被理解和掌握), 都会导致主体无法获得美感。在以差距临界值为下限, 以超距临界值为上限, 这一段阈值以内的心理距离能够引起主体较好的审美体验 (图2)。主体采取距离行动 (即贴近或远离审美客体从而寻求适度距离获取最佳审美体验的行为) 才能获得持续性的美感 (图2中虚线箭头指示了抽象的距离行动的路线)。这一理论为本文研究探索主体采取距离行动的动因, 即寻求适度心理距离——距离欲 (Distance Desire, DD) 的探索提供了可能性与理论基础。

根据 Bullough 的相关理论, 本文提出距离欲的概念, 距离欲就是距离所引起的人们的情感需求及其变化。在旅游者的出游行为研究中, 距离欲是距离所引起的旅游者的情感需求及其变化。有别于一般人类行为的普遍

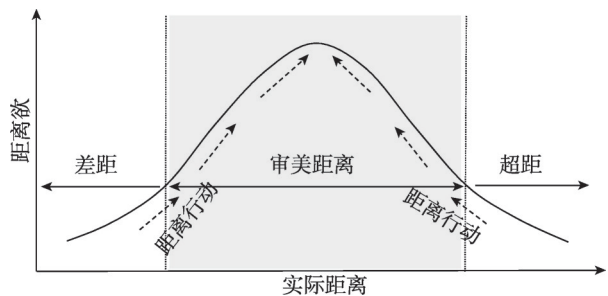


图2 距离欲的研究范畴
Fig. 2 Ranges of distance desire

距离欲, 本文重点探索旅游者目的地选择过程中距离欲, 应当属于审美距离的研究范畴。研究能够带来审美体验的适度心理距离所引起的旅游者的情感需求及其变化(图2中灰色距离欲范围), 即在以差距临界值为下限, 以超距临界值为上限, 这一段阈值以内, 主体为获取最佳的审美体验, 采取特定距离行动, 持续激发和唤醒积极审美情感产生的要求和愿望的总和。

为进一步明晰距离、感知距离与所提出的距离欲的相关概念, 本文对以上3个概念的主体、客体、研究内容、研究目的、研究意义做了进一步梳理与比对(表1)。对比发现, 实际距离描述的是空间位置, 感知距离反映人们对距离远近的感知与判断, 核心是距离的远近; 而距离欲是人们对距离所产生的引力或阻力的感知与判断, 落脚点是距离远近所带来的对未知的向往或逃离。距离欲对于旅游者行为的解释有着最为深刻的理论内涵, 虽然表现为目的地选择过程中旅游者对距离的情感诉求, 但实质上, 距离欲表征的是旅游者对距离意义的个体化理解。距离欲能够反映主体深层次的心理加工过程与结果, 因此与主体决策的关系最为紧密, 内涵也最为深刻, 有助于更深入的探索距离作用于旅游者目的地选择的机制。

表1 距离欲与距离、感知距离的概念辨析

Tab. 1 Differential analysis of the concepts of physical distance, cognitive distance and distance desire

比较内容	距离	感知距离	距离欲
主体	-	旅游者	旅游者
客体	旅游者居住地与旅游目的地	旅游者居住地、旅游目的地	旅游者居住地与旅游目的地的距离
内容	旅游者居住地与旅游目的地空间实际距离	旅游者居住地与旅游目的地的空间实际距离的认知评价	旅游者居住地与旅游目的地空间认知距离的情感评价
目的	客观描述旅游者居住地与旅游目的地的相对位置	旅游者对居住地与旅游目的地的相对位置的空间认知与评价(距离远——近的判断)	旅游者对居住地与旅游目的地相对位置的空间认知的情感评价(距离远近带来的吸引力——阻碍的判断)
意义	① 客观描述空间中客源地与旅游目的地之间的空间关系; ② 探索旅游者行为空间规律的基本变量	① 反映旅游者对居住地与旅游目的地远——近的认知; ② 探索旅游者空间认知规律的基本变量	① 反映旅游者对距离所产生的引力或阻力的情感认知与判断(对距离远近所带来的未知的向往或逃离); ② 直接作用于旅游者目的地选择、用于探索距离作用机制的基本变量; ③ 探索距离对旅游者的意义的基本变量

3.2 距离欲的维度与层级

审美活动也贯穿于旅游者旅游活动的全过程, 是旅游体验的重要组成部分。旅游者对目的地审美价值的评估与审美情感的判断影响着旅游者的目的地选择。为了获得最佳的旅游体验, 旅游者也会采取相应的距离行动, 包括适度心理距离的旅游目的地选择、不同程度的旅游准备工作等。对距离欲的深入探索有助于进一步揭示旅游者采取相应距离行动的根本原因, 也有助于更全面的理解为什么旅游者会做出特定目的地决策。为了更深入的理解这一根本动因, 本文尝试通过维度与层级细分对距离欲内部结构做进一步探析。

3.2.1 距离欲的维度 距离欲是在旅游者在对距离的认知结果基础之上进行的, 因此感知距离应当是距离欲形成的认知维度, 其内容应当包括旅游者对距离远——近的感知。

审美判断的本质是一种情感判断(Emotional Judgment), 审美情感在审美中居于中心地位, 并最终影响主体对对象物的判断与取舍。有学者提出环形模型(Circumplex Model)对情感维度进行细分^[22], 主要是基于Wundt, Woodworth、Schosberg、Feldmanbarret等的情感三维度说(3个主要维度分别是愉快——不愉快、激动——平静、紧张——松弛)及其拓展。还有学者在三维度的基础上, 引入时间维度进行了四维度探析^[23]。本文

认为，距离欲作为一种审美情感与审美态度，实质上是一种对情感体验的要求和愿望，参考情感维度的细分，有助于对距离欲的内部结构开展进一步研究。旅游者对想象中旅游地与出游目的地的符合程度、爱憎、褒贬等情感体验和态度直接影响旅游者的目的地选择。本文参考常用心理学情感研究中的情感三维度说，尝试构建距离欲的情感维度，内容包含愉快——不愉快、激动——平静、紧张——松弛。

此外，旅游活动还有不同于其他人类一般行为的特点，逃离惯常环境是旅游活动的重要组成部分，有关旅游本质的讨论以及后现代性、认同感相关研究成果，也进一步揭示逃离是促使旅游者出游的重要动机^[24]，目标在于寻求与惯常环境及他者适度心理距离的形成与保持^[25-26]。因此，本文认为旅游动机维度也应当引入距离欲的细分维度，主要内容应当包括对旅游者对距离的向往——厌弃。

3.2.2 距离欲的层级 从需求的一般属性来看，距离欲是旅游者基本心理需求的重要组成部分，适用常规旅游者需求层次分析框架。从需求的特殊性来看，由于距离欲与旅游审美需求有着特殊联系，根据其满足审美需求类型、程度的不同，距离欲存在着强度的差异，其层级划分又有可能具有其自身的结构特点。从需求的稳定性来看，由于距离欲一方面反映旅游活动的本质（离开惯常环境且具有审美活动的性质），从旅游者需求层次的整体结构来看必然具有一定的稳定性；另一方面由于其反映旅游者对心理距离的情感需求（情感结构本身具有不稳定性，因而旅游者个体间可能存在较大差异），从距离欲自身的层级结构来看，可能具有个体差异与易变化性，并且具有鲜明的文化与时代烙印。

结合马斯洛心理需求层次分析^[27]，距离欲对应主体的生理距离需要、安全距离需要、社会距离需要、尊重距离需要与自我实现距离需要（图3）。生理层次的需求中，有关距离欲需求的内容可能表现为主体对适度距离的寻求从而求得生存；安全层次的需求中，有关距离欲的需求的内容可能表现为主体对适度距离的寻求从而获得安全保障；社会交往层次的需求中，有关距离欲的需求内容可能表现为主体对适度距离的寻求从而实现情感的维系或是互动；在尊重层次的需求中，有关距离欲的需求内容可能表现为主体对适度距离的寻求来展现社会差别或是寻求身份认同；在自我实现层次的需求中，有关

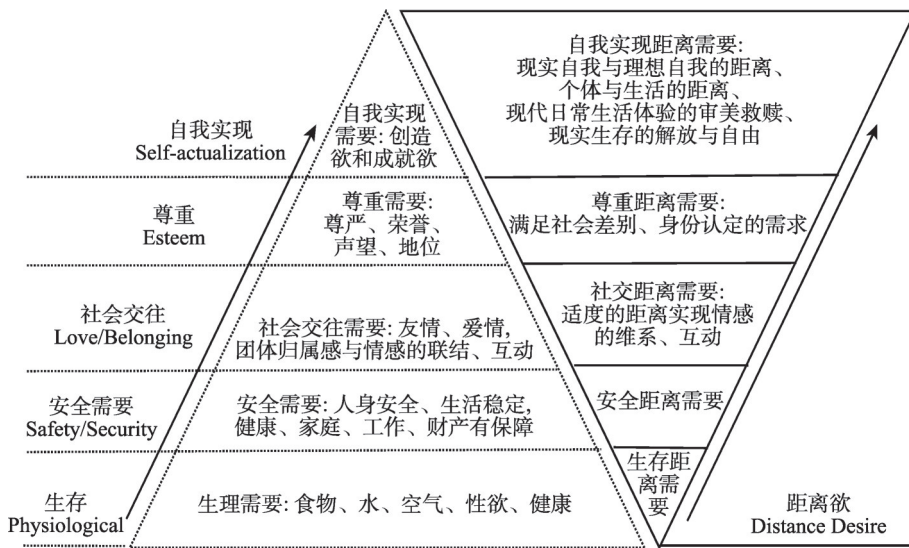


图3 马斯洛心理需求层次理论与对应的距离欲需求层次
Fig. 3 Maslow's pyramid of needs and inverted pyramid of distance desire

距离欲的需求内容可能表现为主体对适度距离的寻求来实现对理想自我的寻求以及对现实生存的解放与自由。

从需求的特殊性来看,距离欲在反映旅游者基本心理需求的同时,更突出反映旅游者的审美需求。这种需求通过创造距离来满足个体对生活的审美、对现实生活的超越、对生活的诗意的发现以及对自我的救赎^[28]。根据其满足旅游审美需求的内容、程度的差异,本文从时代背景出发,结合现代性、美学研究的相关分析,根据距离引起的旅游者情感需求的强度变化,将旅游者目的地选择过程中的距离欲细分为3个层次,即游戏的距离欲、时尚的距离欲和冒险的距离欲。

游戏的距离欲:“游戏”为个体在一定时空中依照自觉接受并完全遵从的规则、围绕一定的目标开展的活动,这一活动进行中伴有紧张、愉悦的感受以及区别于平常生活的意识^[29]。美存在于对游戏的体验过程中,游戏活动也是人日常生活中的审美活动,因为游戏的形式淡化了所有的存在现实^[30],游戏的态度消除了事物的内在功利性,“事物仅仅依靠纯粹的形式而产生作用,完全忽略了生活的真实内容”^[31],帮助个体实现了从现实存在中短暂的逃离。但是,这种距离是有限的,游戏的开始宣告日常生活的中止,游戏的结束也就宣告着日常生活的继续。游戏可以说是对日常生活的一种距离体验,游戏的距离欲是基本层次的审美需求。针对旅游者目的地选择行为而言,这一需求集中体现在旅游者的日常闲暇之中,注重形式的审美游戏既能够帮助旅游者摆脱日常的生活,又能够实现对平淡的日常生活的超越,收获审美化的体验。

时尚的距离欲:“时尚”是对一种特定范式的模仿,是与社会相符欲望的满足^[32]。同时存在着对社会差别(通过模仿他人融入一个社会群体)和身份认定(通过拥有别人没有的新东西来凸显个性与独特)的追求^[33]。从审美视角来看,时尚活动是区分性(与现实拉开距离,进而使生活具有审美意义)与从众性(无距离与反审美)的对立统一。在考虑与现实生活的距离的基础上,时尚的距离欲还必须进一步考虑个体性与超个人的集体性之间的距离,此外,时尚还具有迅速而持久的变化特性^[34],因此,时尚的距离欲还反映对距离的动态平衡性的诉求,属于较复杂、较高层次的审美需求。针对旅游者目的地选择行为而言,这一需求集中体现在旅游者对反映社会差别和身份认同的目的地或旅游方式的选择之中,体现于大众旅游与个性化旅游的互动之中,反映在多样性旅游需求的动态变化之中。时尚的距离欲反映了旅游者通过与众不同的行为模式来对日常生活刻板模式的中断与颠覆的审美需求。

冒险的距离欲:冒险是人类现代性生存中的一种极端体验,是对生存的越境^[35]。人类作为“越境者”一方面在一个边界内,另一方面又能够自觉的意识到的点并且能够超越这个边界性。超越和突破精神生命界限的存在的方式之一就是冒险,就是从生活的连续性中突然消失或离去^[32],包括对生存空间的超越和对连续时间存在的超越,也实现了对现存自我的不断超越。冒险的距离欲消除了日常生活所具有的条件性和制约性,使生命作为整体,并在其强度与广度上为人所感受^[36]。冒险的距离欲追求对物化生活的明确决裂,也反映个体对观察的物化现实的明显拒绝^[28],属于更深层次的审美需求。在旅游者目的地选择中,这一需求在形式上体现为对更遥远、更神秘目的地的渴望,对更陌生环境的向往、对更有挑战性、更为深刻的活动内容的偏好等。常见的表述方法如“一生中必须要去一次……”,或者表现为冒进性的旅游决策(对日常生活连续性的突然中断),如“说走就走的旅行”等,最终体现为旅游者体验需求的升级,实质上则体现旅游者自我超越的本质追求。在稳定的反映人类超越自我的本质追求的同时,这一需求的上升趋势也客观反映着旅游者审美需求的现代转向。

由于距离欲能够满足旅游者基本的心理需求，因此具有稳定的层级结构，但是由于审美需求具有鲜明的时代特征与个性化差异。因此距离欲层级结构也具有一定的变化性，并且在历时性分析、个体性分析、异质群体对比性分析中可能体现出差异化的时代特征与文化性格。由于这一研究的细致开展可能是另一个更加广阔的领域，因此，本文主要聚焦于现代化视域下，群体共性的分析。综合考虑距离欲的概念、维度与层级，本文对距离欲的内部结构做了进一步的整合与梳理，通过图4展现了距离欲的维度与层级的相互关系。

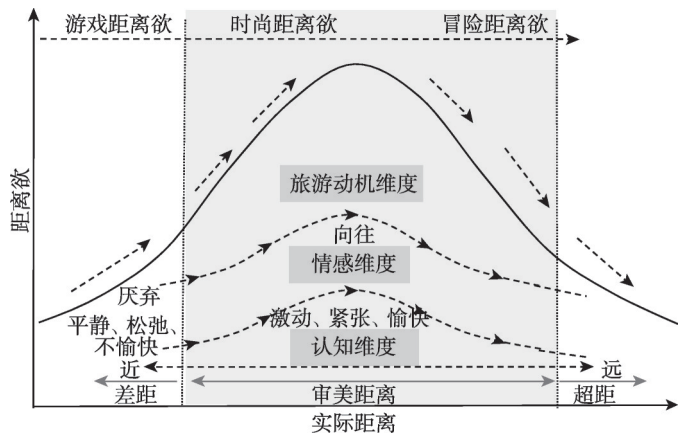


图4 距离欲的维度与层级关系图

Fig. 4 The dimension and hierarchy diagram of distance desire

3.3 距离欲的本质——旅游者诗意的“远方”

通过对距离欲的概念、维度与层级的讨论，可以发现距离欲的直接表现是旅游者对适度的心理距离的情感需求，而实质是人类超越自我的本质追求和抵御异化的审美救赎，既客观反映了旅游审美需求的现代化转向，又为个体应对高速发展的流动性社会提供了应对策略。距离欲为我们回答旅游者为什么要去旅游提供了可能的解释。

旅游者所寻求的“远方”，带给他们的到底是什么？（相同的问题：为什么一定要离开惯常环境才能称之为旅游者？什么才是旅游者的惯常环境？）“远方”（离开惯常环境实质是日常生活连续性的中断）带给旅游者的是一种距离的体验，这种体验让旅游者个体的内在世界重返自身，从而抗拒并超越外在物化的世界（旅游者的惯常环境即连续性的日常生活），而外在的物化世界（包括旅游目的地、旅游过程、旅游者的惯常环境等）由于远离了与旅游者的各种功利性关系，得以在旅游者面前显示其独特个性，成为纯粹的审美对象，并进而作为审美体验进入旅游者的内在世界，成为旅游者内在心理结构的一部分。帮助旅游者带着审美的体验重新审视惯常环境，怀着审美的心态重新投入日常生活，并在与惯常环境中的日常生活的互动中促进和酝酿新的或者更深层次的审美需求的产生。

由此可见，距离欲是旅游者对远方的追求，不仅仅反映旅游者对感知距离的情感加工，更是旅游者对距离意义的解读。旅游者外出旅游，是因为旅游活动带来的距离的审美体验能够满足旅游者对和谐（弥合日常生活所导致的各种区隔和分裂）、宽容（对差异性的尊重与认可）、独立（个性的自由建构）精神境界的追求^[7]，满足旅游者个人身心健康、提升生活品质的根本需求（图5）。图5中的距离欲层级与图4中的距离欲层级并未产生矛盾，图4通过水平轴展示了随着实际距离变化，距离欲的层级可能随之发生的

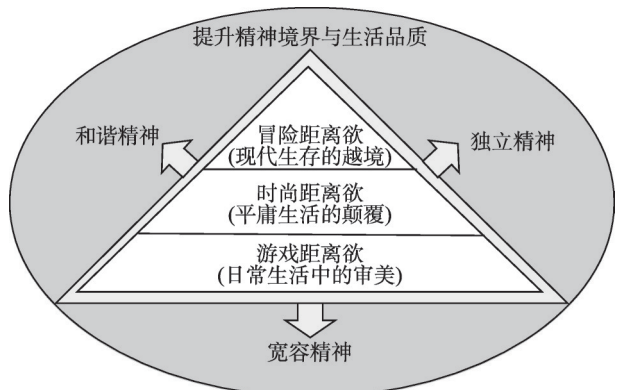


图5 距离的意义

Fig. 5 The essence of distance

变化,而图5的金字塔结构的垂直细分的主要依据是距离欲的强度。

距离欲的核心是一种审美精神,这一精神追求的实现能够帮助旅游者重塑日常生活,实现个体的精神提升,使旅游者通过旅游活动超然于日常生活的琐碎与局限,进入更高的精神境界。距离欲同时为解读旅游的本质提供了新线索,旅游活动带来的距离的审美体验能够满足旅游者对和谐、宽容、独立精神境界的追求,旅游以审美体验的形式参与建构和重塑旅游者的心理结构,从而帮助旅游者更好的重返现实世界,以和谐、宽容、独立的美学境界来重塑现实世界,提升旅游者个体、群体乃至全人类的生存品质。

4 距离欲与旅游者目的地选择的解释框架

为进一步厘清距离欲作用于旅游者目的选择作用机制,本文将从距离信息加工的单—维度以及旅游者目的地选择行为的综合维度,从宏观、微观视角对距离欲与其他行为变量的关系做进一步的理论梳理,以期提供可供参考的解释框架。

4.1 旅游者目的地选择中距离信息的加工

图6反映了从距离维度切入,旅游者目的地选择过程中距离信息的加工过程。实际距离是对旅游者居住地与旅游者目的地绝对空间的表征;基本内容是区位与绝对的空间关系。作用是使旅游活动开展过程中的物质性的对象、事件,过程可以被清晰的被个体化,并得到描述,研究核心是物理层面的边界的探索以及绝对空间关系规律性的变化。

感知距离是对旅游者居住地与旅游者目的相对空间的表征;一方面受到主体认知加工方式(社会、文化、生活经历等)的影响,另一方面受到客观度量标准(物理距离、成本、时间)的影响,是相对的而不是固定不变的;作用是表征旅游者对实际距离信息认知加工过程与结果;研究的核心是对旅游者整体层面认知结果(近——远)的标准的探索,以及旅游者个体层面认知偏差(高估——低估)产生原因的探索。

距离欲是对旅游者居住地与旅游者目的关系性空间的表征;基本内容是对距离的价值与意义的判断;作用是表征旅游者对距离信息的情感加工过程与结果;研究的核心是旅游者共有的稳定的距离价值判断,以及个体化、历时性、有差异的,具有鲜明时代、文化特征的距离意义的探索。

总体看来,实际距离——感知距离——距离欲是宏观到微观的研究视角的转变,也反映了距离信息加工逐渐深化的过程。三者是对旅游者居住地与旅游目的地空间内容不同方式的空间解读,也进一步揭示了三者有各自的适用情景,适用于不同层次、不同内容的旅游者目的地选择行为研究。如实际距离更适用于宏观层面对旅游者空间总体行为规律的探索;感知距离既适用于宏观层面对旅游者总体空间认知规律的探索,又适用于对个体认知差异性的分析;而距离欲除了适用于从宏观层面探索旅游者的稳定性

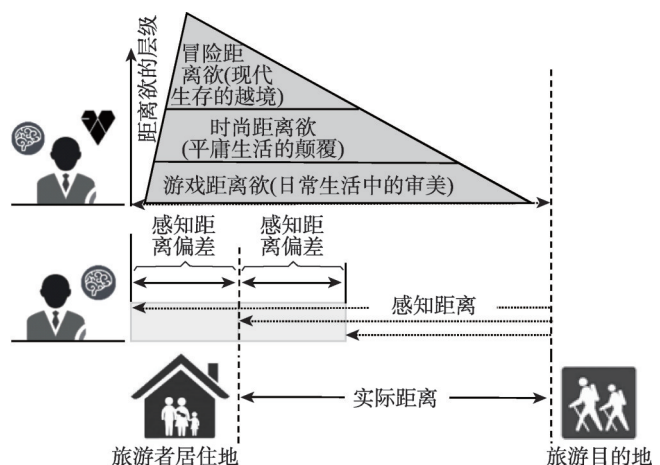


图6 旅游者目的地选择过程中距离信息的加工

Fig. 6 The processing mechanism of distance information in tourists' destination choices

情感需求特征外，作为微观个体深层次心理加工的结果，会更直接的作用于旅游者的意向与行为，适用于作为独立变量，引入距离作用于旅游者目的地选择的机制探索之中。

4.2 距离对旅游者目的地选择影响的宏观解释框架

推拉模型是解释旅游者出游行为的经典理论^[38]，是常用的宏观层面目的地选择行为解释框架，其优势在于以简洁清晰的概念模型，厘清旅游者目的地选择行为的动力机制。其中推力被认为是旅游者个体的内在心理驱动（内在需求），拉力被认为是旅游目的地或吸引物吸引旅游者前来的作用力（外部的吸引力）。

推力因素的分析常常借助于马斯洛需求层次理论（如社会交往、尊重以及自我实现等）以及所研究的旅游行为特点（如观光型、休闲度假型或者如自驾游、徒步型等）进行梳理，拉力因素的主要依据则是旅游地或旅游吸引物的属性，在推、拉因素分析的基础上，还会开展对影响两者交互作用实现的阻力因素的分析。

本文借鉴推拉理论的概念模型，从宏观层面对距离与旅游者目的地选择行为的作用机制进行阐释。在传统的旅游者目的地选择研究中，空间距离被视作是旅游者需要花费时间、精力去克服的阻力（阻力因素）（图7）。有学者认为除此之外，距离还存在着吸引旅游者到访的引力作用的神秘维度^[5]，但尚缺乏系统的理论论述。本文中距离欲概念的提出完善了对这一神秘维度的理论阐释，认为距离欲是对距离引力机制的表征，是从距离维度对已有研究中旅游者出游内驱因素研究的补充和完善。虽然 Bullough 的心理距离不单单指空间距离或时间距离，但是空间距离仍然是复杂维度心理距离产生的根本原因，从另一个角度说，空间距离又是构成心理距离的重要组成部分。适度的心理距离能够满足旅游者的审美需求，是吸引旅游者出游的重要动因（推力因素）。作为心理距离重要组成部分的空间距离，也承载着形成特定心理距离，吸引旅游者到访的引力属性，旅游目的地或旅游吸引物因为能够提供满足旅游者距离欲需求的距离产品而吸引旅游者的到访（拉力因素）。

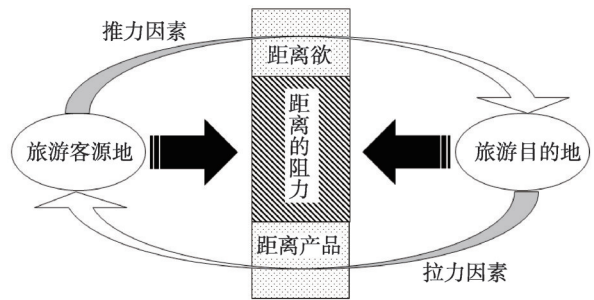


图7 距离与旅游者目的地选择行为的宏观解释框架
Fig. 7 The macroscopic explanation framework of distance dynamics and tourists' destination decisions

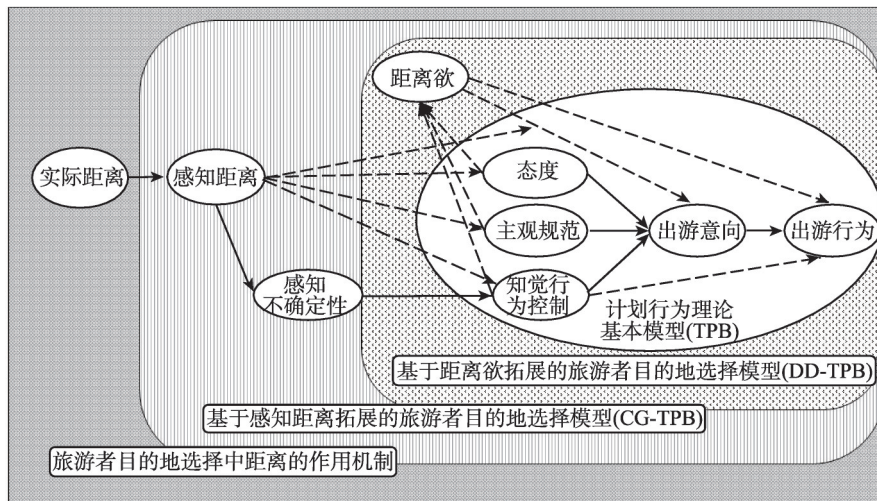
虽然推拉理论能够简明清晰的表述距离作用于旅游者目的地选择行为作用机制，但由于其不分尺度的机理分析无法从微观层面揭示距离的作用机制，也不适用于历时性的过程分析。因此，本文将在宏观框架解释的基础上，进一步探寻旅游者个体层面距离与旅游者目的地选择行为的微观解释框架。

4.3 距离对旅游者目的地选择影响的微观解释框架

在旅游者目的地选择行为研究中，计划行为理论模型（The Theory of Planned Behavior, TPB）是常常被研究者使用的分析模型，因为其非常适用于计划行为的针对性分析，并且能够显著提升对明确定义的人类行为的解释力和预测力^[39]，其理论模型框架尤其适用于从个体（微观）层面开展对旅游者目的地选择行为动态机制的探索^[40-43]。本文将借鉴计划行为理论模型的基本框架，展开对距离与旅游者目的地选择的微观解释框架的讨论。

计划行为的基本理论认为，如果人们相信某些行为能够带来他们想要的结果（态度）、对他们来说重要的参照群体可能会支持他们的行为（主观规范），以及如果他们认为自己拥有参与此类行为的资源、能力和机会（知觉行为控制），那么他们会更愿意执行

这样的行为。这些态度，主观规范和知觉行为控制将影响他们的行为意图，从而影响他们的行为。计划行为理论基本模型（TPB）框架如图8所示。



注：虚线箭头为待验证的理论假设

图8 距离对旅游者目的地选择影响的微观解释框架

Fig. 8 The microscopic explanation framework of distance dynamics and tourists' destination decisions

4.3.1 基于距离欲拓展的旅游者目的地选择模型(DD-TPB) 基于上文对距离欲的理论阐释，本文对距离欲与作用于旅游者目的地选择行为的其他行为变量的关系做了进一步分析，在计划行为理论模型基础之上，尝试构建基于距离欲拓展的旅游者目的地选择模型(图8)。

距离欲与旅游者出游意向：距离欲反映旅游者为了获取最佳的审美体验，采取特定距离行动，持续激发和唤醒积极审美情感产生，选择一定心理距离的旅游目的地的要求和愿望，这一需求的满足能够促使旅游者出游意向的形成。因此距离欲可能会积极促进旅游者出游意向的产生。

距离欲与旅游者出游态度：距离欲反映旅游者对目的地的感知距离的情感评价，适度的感知距离是形成个体对距离信息情感评价的认知基础，所激发的距离欲能够促使旅游者积极情感的产生^[24-26]，是旅游者出游态度的重要组成部分。旅游者积极态度的产生能够促使旅游者做出目的地决策^[40-44]，而距离欲可能在旅游者态度与出游意向的作用过程中起到一定的中介作用。因此旅游者出游态度可能与旅游者距离欲正相关，距离欲有可能是旅游者出游态度作用于出游意向的中介变量。

距离欲与旅游者主观规范：参照群体是个体决策的重要信息来源^[45]，影响旅游者对目的地决策域的认知边界^[46]。旅游者主观规范信念的强度则影响旅游者对目的地情感态度的强度^[40-43]，主观规范信念的组成部分中也可能包含旅游者对参照群体有关距离欲观点的认知与评价，最终影响旅游者的目的地决策。换句话说，距离欲有可能在旅游者主观规范与出游意向之间发挥着中介作用。Bianchi等在对短途与长途旅游者的比较研究中发现，社会理想化自我的概念(Ideal Social Self-concept)能够促使旅游者出游意向的形成，并且比起短途旅游者，其对长途旅游者的影响更为显著，这种对“炫耀感”^[47]的追求，有可能激发旅游者的距离欲，进而促进旅游者出游意向的形成^[48]。因此旅游者主观规范可能与旅游者距离欲正相关，距离欲可能是旅游者主观规范作用于出游意向的中介变量。

距离欲与旅游者知觉行为控制：知觉行为控制反映个体对自己执行某一行为的能力的感知，高水平的知觉行为控制会促使旅游者出游意向水平的提升^[49]。知觉行为控制水平受到主体不确定性感知水平（Perceived Uncertainty）的影响，不确定性感知水平越高，主体的知觉行为控制水平越低，出游意向水平越低^[50]。空间分隔产生的距离而可能带来的旅游者的潜在忧虑，离开了熟悉的安全距离是旅游者不确定性产生的原因之一^[51]，并对旅游者的知觉行为控制水平产生不利影响^[50]。而距离欲包含旅游者对陌生、不熟悉环境的一种探索与追求，这种情感诉求能够有效降低旅游者的潜在忧虑，把这种忧虑转化为一种征服欲，甚至成为情感体验的来源，是理想化自我实现的路径^[48]。因此，较强的知觉行为控制水平有可能影响距离欲的产生，进而促使旅游者积极意向的产生。因此距离欲可能与旅游者知觉行为控制正相关，距离欲也可能是旅游者知觉行为控制作用于出游意向的中介变量。

距离欲与旅游者出游行为：距离欲所凝聚的审美精神可能表现为旅游者对生存的越境^[5]，通过旅游活动从生活的连续性中突然消失或离去^[32]，包括旅游者对生存空间的超越与对连续时间存在的超越。尤其是在时空压缩、流动性加速的当下，人们的精神图景难以匹及转瞬即逝的意向，而时空压缩也总是损害人们应对周边现实的能力^[20]。旅游者在巨大的精神压力下，有可能采取冒进性的旅游决策，直接做出旅游决策，也可以被称之为“说走就走”的旅游方式，因此距离欲也有可能直接促使出游行为的产生。

基于以上论述，本文构建了基于距离欲拓展的旅游者目的地选择模型（DD-TPB）（图8）。

4.3.2 基于感知距离拓展的旅游者目的地选择模型（CG-TPB） 基于上文所述，感知距离对旅游者目的地选择行为的影响包括阻力机制与引力机制，阻力机制已经得到了较为广泛的探讨，感知距离通过产生感知不确定性削弱旅游者知觉行为控制水平，从而降低旅游者出游意向，给旅游者目的地选择行为带来负面影响^[50-51]。

距离欲为感知距离的引力机制的探索提供了思考方向。针对特定的旅游目的地，感知距离可能是距离欲产生的原因之一。但是针对不特定旅游目的地的研究，尤其是对旅游者的实际决策行为而言，本文认为距离欲应当是独立于感知距离的变量，而感知距离则在距离欲与其他行为变量之间起到调节作用。因为距离欲反映旅游者的情感需求特征，是旅游者行为信念的来源，旅游者往往从情感需求出发，再做出目的地的甄选。感知距离通过影响距离欲与其他行为变量之间关系的内容、强度从而发挥重要的调节作用，这一机制更加符合旅游者目的地选择的现实情境。举实例来看，旅游者往往是先有“我想要离开/我想去远方”的情感需求，然后再决定去什么地方，去多远的地方。如果旅游者的距离欲越强烈，那么感知距离越遥远越能够通过满足旅游者的距离欲而提升旅游者出游意向水平，也越能激发旅游者形成积极的出游态度，也越能促使重要参照群体的积极意见为旅游者所采纳，也越能够通过提升旅游者知觉行为控制水平来促使旅游者出游意向的形成，从而做出目的地决策。基于以上论述，本文尝试构建了基于感知距离拓展的旅游者目的地选择模型（CG-TPB）（图8）。

4.4 距离与旅游者目的地选择的解释框架

综合距离信息加工的单一维度、旅游者目的地选择行为的综合维度，宏观、微观视角相结合，本文提出了距离与旅游者目的地选择的基本解释框架（图9）。研究框架从右至左反映的是从距离视角切入，对旅游者目的地选择模型的拓展与完善；从左至右，反映的距离作用于旅游者目的地选择行为的机制，包括距离信息的加工过程及其与其他行为变量的相互作用过程，也包括距离的引力机制与阻力机制的全面解析。

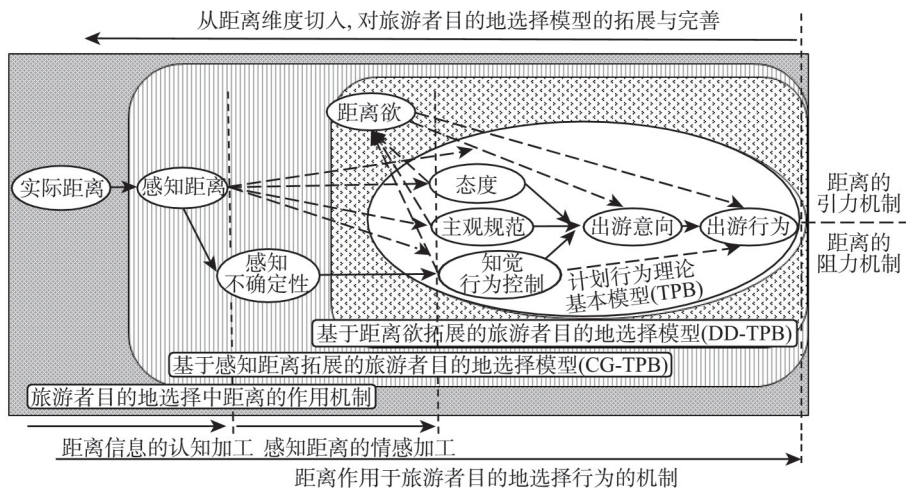


图9 距离与旅游者目的地选择的解释框架

Fig. 9 Interpretation framework of distance and tourists' destination choices

5 距离欲对旅游者目的地选择研究的启示

5.1 距离欲为全球化的流动时代旅游者外出旅游动机分析提供了新解释

在全球化的流动时代,现代化进程中不断加快的流动现象^[24]促使了诸多新兴旅游活动的产生,自驾游、骑行游、徒步等旅游形式无不体现出一个共同的特点,即旅游者不再以某个旅游地点为目的,而将整个流动过程作为旅游目的地,即旅游者逐渐从“凝视”(Tourist Gaze)转变为一种移动的“扫视”(Travel Glance)^[52],这一变化给传统的在途(Travel to Site)、在场(On-site Activity)和返程(Return Travel)三阶段的体验理论带来了挑战。张朝枝等从流动性视角出发提出了在这种“扫视”过程中旅游体验的解构方法,建构了旅游者流动性体验的行为——氛围——情感体验模型,尤其强调在流动性旅游产品开发中情感氛围的营造^[52]。当“旅程”比目的地更重要的时候,旅游者越来越重视在旅游过程中情感体验的获取。一方面,对旅程的重视程度的提升,会直接促使旅游者出游实际空间距离的增加,远途的旅游目的地因为能够提供“距离产品”满足旅游者的“扫视”需求,因而获得旅游者更多的偏爱;另一方面,旅程中距离的审美体验能够满足旅游者对和谐、宽容、独立精神境界的追求,满足旅游者个人身心健康、生活品质提升的根本需求。距离欲既是旅游者基本的情感需求,又能够反映旅游者审美需求的现代化转向;既反映人类超越自我的本质追求,又是在时空压缩的全球化流动时代背景下个体抵御异化的审美救赎。

5.2 距离欲表征旅游者对距离意义的探寻,提供了对旅游本质的解读线索

距离欲是旅游者对距离意义的解读,是旅游者所寻求的诗意远方的表征。这种对诗意见远方的寻求是一种对距离体验的寻求,这种体验让旅游者的个体内在世界重返自身,从而抗拒并超越外在物化的世界。外在的物化世界由于远离了与旅游者的各种功利性关系,得以在旅游者面前显示其独特个性,成为纯粹的审美对象,并进而作为审美体验进入旅游者的内在世界,成为旅游者内在心理结构的一部分。帮助旅游者带着美的旅游体验重新审视惯常环境,怀着美的心态重新投入日常生活,并在与惯常环境中的日常生活的互动中促进和酝酿新的或者更深层次的审美需求的产生,距离的意义在旅游活动中得以被旅游者寻获与实践。

距离欲同时为我们解读旅游的本质提供了新线索。距离欲的核心是一种审美精神,这一精神追求的实现能够帮助旅游者重塑日常生活,实现个体的精神提升,使旅游者通过旅游活动超然于日常生活的琐碎与局限,进入更高的精神境界。旅游活动带来的距离的审美体验能够满足旅游者对和谐(弥合日常生活所导致的各种区隔和分裂)、宽容(对差异性的尊重与认可)、独立(个性的自由建构)精神境界的追求,旅游以审美体验的形式参与建构和重塑旅游者的心理结构,从而帮助旅游者更好的重返现实世界,以和谐、宽容、独立的美学境界来重塑现实世界,提升旅游者个体、群体乃至全人类的生存品质。

5.3 距离欲提供了从微观层面认识旅游者目的地选择的距离衰减规律的新视角

Greer等的研究认为距离衰减(随着旅游者与目的地之间实际距离的增加,旅游者的到访量逐渐减少)的原因是旅游需求的减少与旅游供给的不均衡^[53],为距离衰减提供了宏观层面的理论解释。Mckercher的研究团队进一步指出,从细分市场层面来看,距离衰减实质上反映了细分市场多元化特质的减弱和消失,并引入了有效旅游禁区(Effective Tourism Exclusion Zone, ETEZ)的概念,来阐释距离变化与旅游地产品供给及产品易获取性以及细分市场变化之间的相互关系^[3, 16, 19]。然而从微观层面,尤其是旅游者个体层面来解释这种规律性的变化却存在着一定困难,因为距离是一个包含物理、地理、人文情境、又受多个行为变量综合影响的变量……不具有一个确定性的结构^[3]。而距离欲变量的引入,则能够有效改善这一现状。首先,距离欲能够为我们认识距离衰减定律提供一个基于旅游者个体分析的微观视角,距离欲变量不仅承载着主体对距离信息的认知,还综合反映个体对距离信息的情感取向,是主体对距离信息深层次心理加工的结果。距离欲、旅游者出游意向随着实际距离的增加而发生的规律性变化能够为我们从微观层面探索距离衰减规律提供新的认识。其次,距离欲所表征的距离的引力作用,与时间、金钱、精力成本所表征的距离的阻力作用一起,可以更全面的解释距离衰减的阶段性变化(尤其是到达临界距离之前,到访量没有随着距离的增加而减少,反而增加),提供一个可供参考的连续型变量,来弥补距离衰减过程中总体空间分异、细分市场动向得以刻画的同时,个体阶段性变化研究不足的情况。

5.4 距离欲为距离作用于旅游者目的地选择的动力机制提供了更完善的理论解释

对距离欲这一变量自身结构的探索,包括其理论内涵、维度与层级细分的探索能够为距离内隐效应(Implicit Effects of Distance)^[54]提供情感维度的认识与分析框架,能够应用于探析距离作用机制(Distance Dynamic)的复杂结构。而距离欲的核心价值,在于为距离作用于旅游者目的地选择的二律背反的动力机制提供了可能的理论解释。即在一定的距离范围内,空间距离既是需要旅游者花费时间和精力去克服的阻力因素,又是激发旅游者距离欲的吸引力因素,两者共同构成了旅游者目的地选择中的二律背反,这两股力量的交互作用最终影响着旅游者目的地选择。在阻力机制得以深入探讨的基础上,距离欲的研究能够补充和完善其引力机制的讨论,从而提供更加科学和全面的距离动态机制的分析框架。

5.5 距离欲变量的引入能够进一步完善和提升旅游者目的地选择模型的解释力与预测力

距离欲变量引入旅游者目的地选择模型,能够进一步完善和提升旅游者目的地选择模型的解释力与预测力。距离欲变量的引入,首先是对距离作用机制的完善,也是对目的地选择模型的补充和完善。其次,旅游目的地选择模型在不断的发展过程中,开始修正主客体对立的研究方法,不再单方面侧重对客体旅游目的地吸引力因素的探讨,或是单方面侧重对主体旅游者动机和偏好的探索,逐渐转向于对两者作用机制的更为宽阔的作用场的探索。在这一转型的发展过程中,能够评价两者作用关系的相对指标的选取尤

为关键。距离欲作为旅游者对主客体作用的情感评价,既反映旅游者偏好,又能反映旅游者对主客体相对距离的信念和期待,与旅游目的地决策行为关系最为密切,具有较强的可操作性,是更理想的行为变量选择。

有关距离欲的研究还能够为旅游者目的地选择决策域的理论与实践探索提供有参考价值的边界界定标准与动态评价指标。从距离视角切入,学者们展开了一系列的探索,如Lin等提出了感知距离域(Cognitive Distance Range),将旅游者的决策域细分为心理距离域(Psychological Distance Range)、混合距离域(Hybrid Distance Range)和物理距离域(Physical Distance Range)^[5],Mckercher等提出的有效旅游禁区(ETEZ)^[3, 19, 54]等,并指出不同决策域旅游者行为有着规律性变化的行为特点,对目的地细分客源市场、开展精准营销有重要的启示意义。但是决策域研究也面临着一系列困难,理论困境在于其无法解释旅游者目的地决策的备选域的形成过程(即决策的边界的形成),实践困境则在于其难以使用动态的评价体系来反映备选项逐渐减少的过程。距离欲的深入探索不仅能够为感知距离域和有效旅游禁区提供更好的理论支持,还能够为决策域初始边界的形成提供新思考。一方面,距离欲促成旅游者出游意向的理论分析启示我们,是否能够促成旅游者距离欲的产生,是旅游目的地能否进入潜在目的地知觉域的界定标准之一,旅游者距离欲的程度高低与偏好,影响着旅游者目的地知觉域的边界;另一方面,距离欲的程度高低与偏好,还会成为旅游者进行目的地之间比较的评价标准与决策依据,影响着旅游者在知觉域—初期考虑域—后期考虑域的阶段变化。距离欲为决策域的形成及变化研究提供了实践依据与参考。

5.6 距离欲为针对感知距离的精准营销战略的制定提供了新思路

① 距离欲为目的地的营销实践提供了新的思考,不应当仅仅将距离视作是旅游发展的阻力因素,而应当意识到感知距离也有可能成为旅游目的地的营销对象,距离欲的激活与激发可能是这一营销思维转向中重要的战略方向。② 基于距离欲的市场细分策略能够为目的地进一步实现精准营销提供新途径。距离欲的特征、层次、水平表现能够表征旅游者差异化的出游态度,进而为目的地提供客源市场细分标准与依据,以便目的地营销机构根据细分市场的特点(尤其是对旅游目的地有探索性、刺激性、逃离性等审美需求的旅游者),开展针对距离欲的相关营销,提升精准营销的科学性与有效性。③ 距离欲的相关研究也为目的地宣传信息的组织、渠道选择提供了新内容。目的地是否能够激发旅游者的距离欲以及激发程度的高低,反映了旅游者对目的地距离属性认知与情感评价,也促使距离欲成为了目的地属性的重要组成部分,其也应该成为目的地宣传推广中的重要信息。除了重视口碑信息内容及渠道与推广策略,目的地营销机构还应当意识到,对有关距离欲的分类信息进行深入探索、有目标的传达与推送距离欲相关信息、选择合适的宣传渠道与传播策略都有助于直接或间接促成旅游者出游意向的形成。

6 结论

距离是影响人类各种空间行为的重要因素,也是影响旅游者目的地选择的重要变量。感知距离比起实际距离能够更好的解释旅游者的目的地选择行为。感知距离作用于旅游者目的地选择行为的机制是包含摩擦力、吸引力的复杂动力系统,现有的旅游者目的地决策模型多将距离作为约束条件处理,在充分考虑阻力的同时却忽略了对其吸引力的考量,不仅无法充分揭示这一动态系统的内在运行规律,而且忽视了在旅游者目的地选择过程中距离可能对旅游者出游意向的积极影响,忽视了距离对旅游者出游动机形成可能做出的贡献,也因此导致了感知距离重要性在得到充分肯定的同时,却在理论层面的探

索与实践层面的应用中面临诸多困境。走出困境的关键在于全面审视距离作用于旅游者目的地选择的动力机制,从而更好的解释和预测旅游者目的地选择行为,这一探索在时空压缩、全球化、个体化、流动性进程日益加快的新时代背景下尤为重要。

根据 Bullough 的相关理论,本文提出距离欲的概念,并比较了距离、感知距离、距离欲3个概念的差异。认为实际距离描述的是空间位置,而感知距离反映人们对距离远近的感知与判断,其核心是距离的远近;距离欲是人们对距离所产生的引力或阻力的感知与判断,落脚点是距离远近所带来的对未知的向往或逃离。距离欲因为能够反映主体深层次的心理加工过程与结果,因此与主体决策最为紧密,并且内涵最为深刻,能够帮助我们进一步探索旅游者对距离意义的个体化解读。

本文尝试对距离欲的内部结构做进一步探析。基于距离欲审美情感与审美态度的基本属性,将距离欲细分为认知维度、情感维度、旅游动机维度3个维度。根据旅游者旅游审美需求的层次结构,从现代性审美视域切入,将距离欲细分为游戏的距离欲、时尚的距离欲以及冒险的距离欲3个层级,并做了理论阐述。此外,本文还对其层次结构的稳定性做了探析,认为距离欲一方面属于审美需求的基本范畴,具有稳定的层级结构;另一方面由于审美需求具有鲜明的时代特征与个体化差异,因此距离欲层级的具体表现也具有一定的变化性,并且在历时性分析、个体性分析、差异性群体对比性分析中体现出时代特征与文化性格,并指出这一研究的细致开展可能是另一个更加广阔的研究领域。

通过对距离欲内部结构的讨论,本文进一步指出,距离欲的实质是旅游者对诗意远方的追求,在适度的心理距离的情感需求的背后,是人类基本的审美需求,也是人类超越自我的本质追求,更是高速发展的流动性社会中个体抵御异化的审美救赎,为旅游动机分析提供了新的解释。距离欲是旅游者对距离意义的解读,同时为我们进一步认识旅游活动的本质提供了新的解读视角。旅游活动带来的距离的审美体验能够满足旅游者对和谐、宽容、独立精神境界的追求,旅游以审美体验的形式参与建构和重塑旅游者的心理结构,从而帮助旅游者更好的重返现实世界,以和谐、宽容、独立的美学境界来重塑现实世界,提升旅游者个体、群体乃至全人类的生存品质。

为进一步厘清距离欲作用于旅游者目的选择的作用机制,本文从距离信息加工的单一维度以及旅游者目的地选择行为的综合维度,从宏观、微观视角对距离欲与其他行为变量的关系做进一步的理论梳理,并最终形成了距离对旅游者目的地选择影响的解释框架。

最后,本文认为对距离欲的深入研究,为在全球化的流动时代下旅游者外出旅游动机分析提供了新解释;为我们提供了旅游本质的解读方式,能够帮助我们更好的理解距离之于旅游者的意义;为我们提供了从微观层面认识旅游者目的地选择的距离衰减规律的新视角;为更加全面的认识距离作用于旅游者目的地选择的动力机制提供可能的理论解释;为进一步完善和提升旅游者目的地选择模型的解释力与预测力提供可能性;为目的地营销机构针对感知距离的精准营销战略的制定提供新思路。

参考文献(References)

- [1] Golledge R G, Stimson R J. Spatial Behavior: A Geographic Perspective. New York: Guilford Press, 1997: 27.
- [2] Cadwallader M. Cognitive Distance in Intra-urban Space. Stroudsburg: Dowden, Hutchinson & Ross, 1976: 316-324.
- [3] McKercher B. 2018. The impact of distance on tourism: A tourism geography law. Tourism Geographies, 2018, 3: 1-5.
- [4] Boerwinkel H W J. Management of recreation and tourist behavior at different spatial levels//Ashworth G J, Dietvorst A G J. Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning. Wallingford: CAB International, 1995: 241-263.
- [5] Lin C-H, Morais D B. The spatial clustering effect of destination distribution on cognitive distance estimates and its

- impact on tourists' destination choices. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2008, 25(3/4): 382-397.
- [6] McKercher B, Lew A A. Distance decay and the impact of effective tourism exclusion zones on international travel flows. *Journal of Travel Research*, 2003, 42(2): 159-165.
- [7] Fesenmaier D R, Lieber S R. Outdoor recreation expenditures and the effects of spatial structure. *Leisure Sciences*, 1987, 9(1): 27-40.
- [8] Walmsley D J, Jenkins J M. Cognitive distance: A neglected issue in travel behavior. *Journal of Travel Research*, 1992, 31(1): 24-29.
- [9] Wang Lan, Zhang Jie, Cao Jing, et al. Research on distortion of tourist's cognitive distance in Jiuzhaigou. *Journal of Beijing International Studies University*, 2009, 31(5): 54-59. [王岚, 张捷, 曹靖, 等. 九寨沟旅游者感知距离偏差研究. *北京第二外国语学院学报*, 2009, 31(5): 54-59.]
- [10] Ankamah P K, Crompton J L. Tourism cognitive distance: A set of research propositions. *Annals of Tourism Research*, 1992, 19(2): 323-342.
- [11] Cao Jingjing, Zhang Jinhe, Zhou Jun, et al. How far is "far"? Progress and implications in tourism and cognitive distance research. *Tourism Tribune*, 2018, 33(7): 103-118. [曹晶晶, 章锦河, 周珺, 等. “远方”有多远? 感知距离对旅游目的地选择行为影响的研究进展. *旅游学刊*, 2018, 33(7): 103-118.]
- [12] Trope Y, Liberman N. Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 2010, 117(2): 440-463.
- [13] Zhang J, Geoffrey W, Du J K, et al. The travel patterns and travel distance of tourists to national parks in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1999, 4(2): 27-34.
- [14] Kah J A, Lee C K, Lee S H. Spatial-temporal distances in travel intention-behavior. *Annals of Tourism Research*, 2016 (57): 160-175.
- [15] Zhang Honglei, Zhang Jie, Shi Chunyun, et al. An analysis of the interaction between tourists' cognitive distance and their satisfaction. *Human Geography*, 2011, 26(5): 117-120. [张宏磊, 张捷, 史春云, 等. 感知距离与游客满意度影响关系研究. *人文地理*, 2011, 26(5): 117-120.]
- [16] Xie Zhu, Zhang Jie, Liu Zehua, et al. Cognitive distance and spatial travel behavior of tourist to Chinese national park: Case study of Longhushan, Jiangxi. *Journal of Anhui Normal University (Natural Science)*, 2003, 26(4): 395-400. [解籽, 张捷, 刘泽华, 等. 旅游者入游感知距离与旅游空间行为研究: 以江西省龙虎山为例. *安徽师范大学学报(自然科学版)*, 2003, 26(4): 395-400.]
- [17] Wei Peng, Shi Peiji, Du Ting. Tourists' spatial decision-making process based on space images. *Tourism Tribune*, 2015, 30(9): 43-51. [魏鹏, 石培基, 杜婷. 基于空间意象的旅游者空间决策过程研究. *旅游学刊*, 2015, 30(9): 43-51.]
- [18] Zhang Hongmei, Lu Lin, Zhang Jinhe. The influence of an analysis of the perceived distance on tourism destination image. *Human Geography*, 2006, 21(5): 25-30. [张宏梅, 陆林, 章锦河. 感知距离对旅游目的地之形象影响的分析: 以五大旅游客源城市游客对苏州周庄旅游形象的感知为例. *人文地理*, 2006, 21(5): 25-30.]
- [19] Mckercher B. The implicit effect of distance on tourist behavior: A comparison of short and long haul pleasure tourists to Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2008, 25 (3/4): 367-381.
- [20] Harvey D. *The Ways of the World*. Zhou Daxin, trans. Beijing: CITIC Press Corporation, 2017: 127-154. [大卫·哈维. *世界的逻辑*. 周大昕, 译. 北京: 中信出版集团, 2017: 127-154.]
- [21] Bullough E. Physical distance: As a factor in art and an aesthetic principle. *British Journal of Psychology*, 1912, 5(2): 87-118.
- [22] Feldmanbarrett L, Russell J. The circumplex model of affect. *Journal of Personality & Social Psychology*, 2009, 39(6): 1161-1178.
- [23] Lewis M, Haviland J M. *Handbook of Emotions*. New York: Guilford Press, 1993.
- [24] Sheller M, Urry J. The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 2006, 38(2): 207-226.
- [25] Knudsen D C, Soper A K, Metro-Roland M. Commentary: Gazing, performing and reading: A landscape approach to understanding meaning in tourism theory. *Tourism Geographies*, 2007, 9(3): 227-233.
- [26] Shepherd R J. Why Heidegger did not travel: Existential angst, authenticity, and tourist experiences. *Annals of Tourism Research*, 2015, 52: 60-71.
- [27] Maslow A H. A theory of human motivation. *Psychological Review*, 1943, 50(4), 370-396.
- [28] Yang Xiangrong. *Modernity and Distance: Simmel's Aesthetics in the Context of Cultural Sociology*. Beijing: Social Sciences Academic Press (China), 2009: 124. [杨向荣. *现代性和距离: 文化社会学社会学视域中的齐美尔美学*. 北京: 社会科学文献出版社, 2009: 124.]
- [29] Huizinga J. *Homo ludens: Proeve Eener Bepaling Van Het Spelelement Der Cultuur*. He Daokuan, trans. Guangzhou: Huacheng Publishing House, 2017. [约翰·赫伊津哈. *游戏的人: 文化中游戏成分的研究*. 何道宽, 译. 广州: 花城出版

- 社, 2017.]
- [30] Kant I. *Kants Schriften*. Cao Junfeng, trans. Beijing: Gold Wall Press, 2013: 461-464. [康德. 美, 以及美的反思: 康德美学全集. 曹俊峰, 译. 北京: 金城出版社, 2013: 461-464.]
- [31] Frisby D. The aesthetics of modern life: Simmel's interpretation. *Theory, Culture & Society*, 1991, 8: 73-93.
- [32] Simmel G. *Philosophy of Fashion*. Fei Yong, Wu Yan, trans. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2001. [齐奥尔格·西美尔. 时尚的哲学. 费勇, 吴晏, 译. 北京: 文化艺术出版社, 2001.]
- [33] Nedelmann B, Sellerberg A M, Weinstein D, et al. A blend of contradictions: Georg Simmel in theory and practice. *Contemporary Sociology*, 1994, 23(6): 903.
- [34] Frisby D. *Fragments of Modernity: Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer and Benjamin*. Lu Huilin, Zhou Yi, Li Linyan, trans. Beijing: The Commercial Press, 2013. [戴维·弗里斯. 现代性的碎片: 齐美尔、克拉考尔和本雅明作品中的现代性理论. 卢晖临, 周怡, 李林艳, 译. 北京: 商务印书馆, 2013.]
- [35] Simmel G. *Lebensanschauung*. Diao Chengjun, trans. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 2003. [齐奥尔格·西美尔. 生命直观. 刁承俊, 译. 北京: 三联书店, 2003.]
- [36] Gadamer H G. *Wahrheit and Method*. Hong Handing, trans. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 1999: 88-89. [达默尔. 真理与方法: 哲学诠释学的基本特征(上卷). 洪汉鼎, 译. 上海: 上海译文出版社, 1999: 88-89.]
- [37] Zhou Xian. *What is Aesthetics*. Beijing: Peking University Press, 2015. [周宪. 美学是什么. 北京: 北京大学出版社, 2015.]
- [38] Klenosky D B. The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 2002, 40: 385-395.
- [39] Ajzen, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior//Kuhl J, Beckmann J. *Action Control: From Cognition to Behavior*. New York: Springer-Verlag, 1985: 11-39.
- [40] Lam T, Hsu C H C. Theory of planned behavior: Potential travelers from China. *Journal of Hospitality and Tourism*, 2004, 28(4): 463-482.
- [41] Lam T, Hsu C H C. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 2006, 27(4): 589-599.
- [42] Sparks B A. Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioral intentions. *Tourism Management*, 2007, 28(5): 1180-1192.
- [43] Sparks B A, Pan G W. Chinese outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism Management*, 2009, 30(4): 483-494.
- [44] Chien, G C L, Yen I-Y, Hoang P-Q. Combination of theory of planned behavior and motivation: An exploratory study of potential beach-based resorts in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Tourism*, 2012, 17(5): 489-508.
- [45] Cheng S, Lam T, Hsu C H C. Negative word-of-mouth communication intention: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 2006, 30(1): 95-116.
- [46] Bearden W O, Etzel M J. Reference group influence on product and brand purchase decisions. *Journal of Consumer Research*, 1982, 9(2): 183-194.
- [47] Todd S. Self-concept: A tourism application. *Journal of Consumer Behavior*, 2001, 1(2): 184-196.
- [48] Bianchi C, Milberg S, Cuneo A. Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: The case of Chile. *Tourism Management*, 2017, 59: 312-324.
- [49] Han H, Lee S, Lee C-K. Extending the theory of planned behavior: Visa exemptions and the traveler decision-making process. *Tourism Geographies*, 2011, 13(1): 45-74.
- [50] Quintal V A, Lee J A, Soutar G N. Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 2010, 31(6): 797-805.
- [51] Seabra C, Dolnicar S, Abrantes J L, et al. Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management*, 2013, 36: 502-510.
- [52] Zhang Chaozhi, Zhang Xin. Constructing a mobile travel experience model: Empirical study of cyclists travelling to Tibet. *Geographical Research*, 2017, 36(12): 2332-2342. [张朝枝, 张鑫. 流动性的旅游体验模型建构: 基于骑行入藏者的研究. 地理研究, 2017, 36(12): 2332-2342.]
- [53] Greer T, Wall G. *Recreational hinterlands: A theoretical and empirical analysis*//Wall G. *Recreational Land Use in Southern Ontario* (Department of Geography Publication Series No.14). Waterloo: Waterloo University, 1979.
- [54] McKercher B, Chan A, Lam C. The impact of distance on international tourist movements. *Journal of Travel & Research*, 2008, 38(2): 208-224.

Exploring the essence of distance: A framework of distance desire and tourist destination choice

CAO Jingjing^{1,2}, ZHANG Jinhe¹, WANG Chang¹, SUN Jinkun¹, CHEN Min¹

(1. School of Geography and Ocean Science, Nanjing University, Nanjing 210023, China;

2. School of Biology and Geography, Yili Normal University, Yining 835000, Xinjiang, China)

Abstract: Distance is an important factor influencing all kinds of human spatial behavior and is also a major variable in exploring the laws of human behavior. However, the existing tourist destination decision model treats distance as a constraint condition, comprehensively discussing the frictional effect while ignoring the impacts of the catalytic effect of distance. This has led to a lack of theoretical and marketing practices. This study proposes the concept of distance desire to express the catalytic effect of distance. Based on its basic attribute of aesthetic emotion, the concept is subdivided into three dimensions: the cognitive dimension, the emotional dimension, and the travel motivation dimension. According to the characteristics of tourists' aesthetic demands, distance desire has been divided into three levels from the perspective of the modern aesthetic view, including the distance desire of game, distance desire of fashion and distance desire of adventure. The study further points out that distance desire is a tourist's interpretation of the meaning of distance. The development of distance desire provides a new explanation for tourist's motivation to travel. The pursuit of the poetic "far-away" by tourists is the essential pursuit of human beings to surpass themselves and is also an aesthetic salvation of individual resistance to alienation in a rapidly developing fluid society. Distance desire also provides a new perspective for understanding the essence of tourism. The aesthetic experience of the distance brought by tourism activities can satisfy the tourists' spiritual pursuit of harmony (differentiating the divisions caused by daily life), tolerance (differentiating respect and recognition) and independence (free construction of personality). Tourism is a form of aesthetic experience, during which tourists participate in constructing and reshaping their psychological structure, thus encouraging them to return to the real world and to reshape it within a harmonious, tolerant and independent aesthetic realm, thereby enhancing the quality of life of tourists individually and of humanity as a whole. By further discussing the relationship between distance desire and other behavioral variables, the basic interpretation framework of distance and tourist destination choice is eventually provided in this study. An in-depth study of distance desire can provide new explanations for the analysis of the tourist motivations in the era of globalization, provide new clues for the interpretation of the essence of tourism, provide a new understanding of the law of distance decay in tourist destination choice from a micro-individual perspective, provide possible theoretical explanations for a more comprehensive understanding of the distance dynamics in tourists' destination choices, provide the possibility to further improve and enhance the explanatory power and the predictability of the tourist destination decision model, and provide destination marketing organizations (DMOs) new ideas to develop targeted marketing strategies concerning cognitive distance.

Keywords: tourist destination choice; cognitive distance; catalytic effect of distance; distance desire; essence of distance