

# 旅游者自我概念的时空演变 ——典型网络游记的个案研究

黄清燕<sup>1</sup>, 白凯<sup>1,2\*</sup>

(1. 陕西师范大学旅游与环境学院, 西安 710119; 2. 陕西省旅游信息化工程实验室, 西安 710119)

**摘要:**以典型网络游记为研究内容与对象,采用个案研究方法,通过初步理论建构,发现旅游者自我概念时空展演过程主要包括以下三个基本特征:①从时间维度而言,旅游者自我概念是一个动态变化且又循环往复的过程,随着旅游时空的流动/转换,呈现出现实自我“困顿—认同—悦己”;理想自我“渴求—自由—满足”;社会自我“疏离—纯真—责任”历时性变化。且旅游者自我概念历时演变过程并非永恒不变,它会随着旅游者下一次的出游进一步重构,也会经由旅游经历的积累不断更新替代。②从空间维度而言,旅游者经历了“生活世界、旅游世界、生活世界”的循环,旅游者自我概念经历了“生活世界(自我诊断)—旅游世界(自我反思)—生活世界(自我重构)”演变历程。③旅游是一种非物化的、流变的时空过程与体验,人们的旅游动机并非恪守于以往对象化的体验,同时也追求旅游流动过程中产生于旅游主体之上的时空意义,凸显为自我发现、自我反思、自我认同与自我重构的主体认知过程。

**关键词:**自我概念;自我形象;旅行与旅游;网络游记;个案研究

## 1 引言

我是谁?我对自己感觉如何?我们总是在自身行为案例中来寻找能够描述自己的一般特征。确实,正如我们拥有关于他人的知识,同样也拥有关于自己的知识,即自我概念(self-concept)。自我概念是个体对自身一切的知觉、了解和感受的总和(Sirgy, 1982)。每个人都会逐步形成关于自身的看法,如是丑是美、是胖是瘦、是能力一般还是能力出众等。

1990s末以来,学者们开始关注到旅游者自我概念在旅游行为中的作用机制。Todd(1997)通过实证研究指出自我概念不同会产生不同的旅游动机和旅游情感体验;她在后期的研究中进一步指明,旅游者自我概念有助于更好地理解旅游者情感体验和旅游体验诉求,从而为市场细分打下基础

(Todd, 2001)。有关的研究还认为自我概念可应用到旅游购前行为,影响旅游兴趣和是否出游甚至旅游体验满意度(Litvin et al, 2002)。但是,目前对旅游者自我概念阶段性作用机制的探究多属割裂式,“流动性的社会”建构,促使地理学从关注空间的横向扩展和动态演化,到从时空结构的改变探讨空间流动及其对个体或者社会产生的意义(孙九霞等, 2016),并且,时空行为是地理学家、社会学家、城市规划学者长期以来关注的热点(关美宝等, 2013)。那么伴随旅游时空的错位,旅游活动对旅游者主体会产生怎样的构建?

基于此,本文使用建构主义方法论的研究思路,选择典型的网络游记,以旅游者自我概念为理论切入点,尝试通过个案分析,重点在于阐释旅游者在旅游流动过程中不同阶段(旅游前、旅游中、旅

收稿日期:2016-11;修订日期:2017-01。

**基金项目:**国家自然科学基金项目(41271157, 41671144);陕西省社会科学基金项目(13Q046);陕西高校人文社会科学青年英才支持计划(HSSTP) [Foundation: National Natural Science Foundation of China, No.41271157, No.41671144; Social Science Foundation of Shaanxi Province, No.13Q046; Humanities and Social Science Talent Plan in Shaanxi Province (HSSTP)]。

**作者简介:**黄清燕(1992-),女,陕西安康人,硕士生,主要从事旅游地理与旅游者行为研究,E-mail: 18706864244@163.com。

**通讯作者:**白凯(1974-),男,陕西西安人,教授,博导,主要从事旅游市场开发与旅游者行为研究,E-mail: bkshaanxi@163.com。

**引用格式:**黄清燕,白凯. 2017. 旅游者自我概念的时空演变:典型网络游记的个案研究[J]. 地理科学进展, 36(5): 644-654. [Huang Q Y, Bai K. 2017. Tourist self-concept in time and space: A case study on typical online travel notes[J]. Progress in Geography, 36(5): 644-654.]. DOI: 10.18306/dlkxjz.2017.05.012

游后)自我概念的纵向演变机制,为深入理解旅游行为的主体意义提供一个可供选择的理论视角。以期研究结论能在一定程度上推动和补充国内外旅游者自我研究的丰度和广度,为旅游者行为引导与规范提供理论与实践参考。

## 2 理论基础

### 2.1 自我概念

自我概念是由“自我”发展而来的心理学概念,其构成与影响曾被不同学科背景的学者从多个角度加以探索和分析。美国心理学家詹姆斯(James)在其开创性的“自我心理”研究著作《心理学原理》中提到,自我概念是由纯粹的自我和经验的自我构成的个人自我意识,这里的自我包括物质我(the material me)、社会我(the social me)和精神我(the spirit me),这三种自我存在阶层差异(James, 1890)。精神分析学派代表人物弗洛伊德(Freud)则认为,自我的类型包括“本我”(id)、“自我”(ego)和“超我”(superego)三个部分。

与上述两位学者不同,社会心理学家 Cooley (1902)认为自我是通过人际关系建立的。这说明,社会心理学派强调自我概念形成的后天养成与学习。而存在现象学派代表人物罗杰斯(Rogers)则更强调自身在自我概念形成过程中的突出作用,他认为自我概念是个人自我知觉的组织系统和看待自身的方式,其主张以自我概念为中心,强调个人对现实的主观感受,着重个人的意识(Rogers, 1951);其在后续的研究中把自我区分为真实自我(the actual self)和理想自我(the ideal self)两类(Rogers, 1959)。

综合而言,自我概念被自我心理学派视为被知觉的客体,并认为自我概念有层次之别;而精神分析学派将自我概念视为人格的一部分;社会心理学认为自我概念始于自我与他人之别,经过后天养成和学习而来;存在现象学派则认为自我概念是个体与环境互动的结果,其发展过程是动态的,且具有稳定性和组织性。虽然不同学科关于自我概念的构成因素和形成过程有所差异,但总体上认为自我概念是个体对自我多维度的系统认知和自我知觉,也可以理解为对自我整体观念和感觉的总和。

### 2.2 旅游者自我概念

20世纪60年代,自我概念被引入消费者研究

领域,成为解释消费者互动行为的重要变量。例如, Burns(1982)提出自我概念具有三重心理作用:保持内在一致性、决定个人对经验怎样解释和决定人们的期望。Chon(1992)将自我概念的心理结构——自我一致性应用到旅游研究领域,阐释了旅游者自我概念/旅游地一致性高低与满意度之间的关系。旅游研究领域对自我概念的真正关注是在2000年以后。典型成果为 Sirgy 等(2000)发表的“目的地形象、自我一致性和旅游行为:一个整合模型”一文,文中将旅游者自我概念划分为真实自我、理想自我、社会自我和理想社会自我四个维度。此后,许多国际旅游学术期刊(包括 Annals of Tourism Research、Tourism Management、Journal of Travel Research)都相继发表了相关研究文章,一些博士、硕士学位论文也将此作为研究的主题。

针对自我一致性与产品形象的关系问题, Litvin 等(2002)回应了 Sirgy 的观点,认为自我概念理论中的自我形象—产品形象的一致性模式同样可以应用到购前行为,即自我形象的一致性会影响到旅游兴趣和是否出游。受此研究启发,刘力等(2015)在其研究中探究了旅游者自我一致性对旅游者决策行为的影响机制,提出旅游者自我概念包含个人自我、社会自我、群体自我三种类型。

另外,还有学者从不同的角度试图解构旅游与旅游者自我概念之间的密切关联。如,刘丹萍等(2006)通过研究旅游者的摄影行为,说明了旅游者拍摄照片的目的是为了完成“自我叙述”(self-narrative)与“自我认同”(self-identity);马丽卿(2005)则提出自我转换和自我提升的目标在于自我塑造,而旅游为自我塑造提供了条件。

总体上,旅游研究领域偏向于将自我概念视为一种旅游者自我认同的固化结果,并将其作为目的地等旅游产品的营销工具,而对旅游者自我概念的建构以及演变缺乏关注。学者们虽已经关注到旅游与旅游者自我概念存有互动关系,但对于伴随旅游者的时空转换,身处于不同的情境下,旅游者自我概念会呈现怎样历时变化和共时建构尚未涉猎,这也是本文意欲探究的所在。

## 3 方法与资料

### 3.1 方法选择

旅游活动从发生到结束需要一定的周期,这一

过程中会有旅游者自我概念的系列变化,因此研究观察应反映旅游行为中旅游者自我概念的纵向发展机制,并在此基础上建立旅游者自我概念“过程理论”。进一步,对所研究的问题,从方法学的角度考虑,解答过程主要是探究旅游者自我概念“怎样”和“为什么”的发生和发展过程,数据与分析需要基于现实状况的描述。而且就分析目的而言,解答过程应具有相对性,并面向意识与行为解读的构建。同时,分析过程存在着潜在的多重含义(Haslam et al, 2014)。最后,从研究的应用来看,分析主要是针对解释一些社会关注的现象。基于以上考虑,本文采用个案定性分析的方法。

个案研究(case study),又称案例研究或个案研究法,是对真实情况的一种描述。“个案”通常被文字所书写,而其所描述的状况会刺激阅读者的思考,使其认清事实真相如何,问题何在,以及如何处理(Andrews, 1953)。个案研究注重研究对象及内容分析的深度与精密的研究过程(Yin, 1994),其设计逻辑包括以下几个方面:①个案研究是一种实证研究,是在真实背景下,研究当时的现象,特别是在现象与背景界限不清的时候;②有关个案研究的探索,在处理技术上关注特殊的情境;③个案研究得益于事先发展的研究命题,以此引导资料的收集与分析。根据 Creswell(2013)的建议,个案研究过程中案例搜集的多少,应取决于个案在整个研究过程中所扮演的角色,倘若研究者所感兴趣的是个案本身所呈现出来的特质,且最终结果在于呈现出个案的全貌以供参考或参照,则可称之为本质性的个案研究(intrinsic case study);但倘若研究的过程中,研究者所深感兴趣的是某特殊或特定之议题,个案仅提供作为深入研究此议题的辅佐例证,焦点在于议题或事件而不在个案本身,则可称之为工具性的个案研究(instrumental case study),即个案选取数量在于研究需要,其作用只是辅助进行议题或事件探讨的工具。

### 3.2 资料选取

如前文所述,本文致力于观察旅游者自我概念伴随旅游行为时空转换纵向发展机制。旅游行为是为一种社会现象,远比一般的自然现象更为复杂,有更大的随机性,但也有一定的因果关系与规律(彭玉生, 2011)。按照 Burawoy 对社会科学研究类型的界定,其主要划分为实证科学与反思性研究两种(引自王富伟, 2012)。本文主要用的是反思性科学模式的典型研究方法——个案研究之深描。

网络游记作者的写作完全是出于他们自由意志选择的主动讲述,相对较少受到其他因素的诱导,也就使他们的表达相对更加真实;在内容呈现上,由于他们呈现的游记多是以第一人称进行叙事,记叙故事具有完整性,多数的感悟都较私人化,因而是相对真实可信的。典型的网络游记是较好的个案深叙分析材料,可以通过个体的生活经历再现被研究者的经验和他所理解的世界,用个体生活故事来凸显“叙述”的意义和“叙述性的自我认同”(冯健等, 2017),为此,我们确定以网络游记和个案研究作为研究资料和分析方法。

本文命题初始阶段,仅为作者对旅游与自我这一互动关系的关注与兴趣,作者对其并不持有清晰的理论建构目标,因此持续对蚂蜂窝社区上被选作封面的游记进行了网络参与式观察。最终选定了用户名为“山峰不会写游记”(后文中简称X君,已取得作者授权)的系列游记,该用户蚂蜂窝的使用年限久远,8篇被蚂蜂窝列为宝藏和蜂首游记(蜂首和宝藏意指蚂蜂窝全站最精华游记)。目前等级已达45级,且建立了个人订阅号。自2010年8月2日发表第一篇游记后,持续6年,共发表36篇游记,2篇随笔,单篇阅读量高达17万人次,累计阅读量1210608,游记记载的足迹包含269处,去过92个城市(图1)。正如游记主页留言“最喜欢看山峰的游记了,觉得山峰的游记才是真正的游记,其实我不喜欢那些游记,有一大堆的旅游攻略,淹没了游记的真正本质。喜欢山峰的游记,更多的就是文字,让人回味,得到很多。”(节选自某网友的评论)。该个案所叙述的游记内容以自我视界为中心、多以远离喧嚣逃离现实、追寻朴素、遇见自己、思考人生、怀

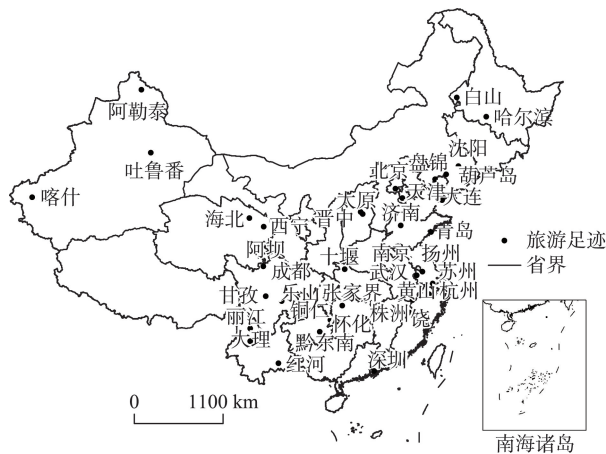


图1 研究个案的旅游足迹示意图  
Fig.1 Tourism trace of the studied cases



旧情怀、回归本真为游记主线,不同于其他攻略性文字或者流程化、图片为主的游记,无攻略,无费用,无路线,更没有温馨小贴士,属于游记里的“三无”产品,由此选择的游记个案既符合个案研究求同类比的原则,也符合个案研究对象求异典型性的原则。

研究资料的时间限定为2010年8月-2016年9月,其中的36篇游记对旅游经历进行了充分描述,资料的描述深度没有前提预设,只是游记用户(X君)清晰回忆和记录自身每次旅游的完整过程和形成的自我感悟,其游记名称以“LY+发表时间的年月日”呈现。

4 结果分析

X君的36篇游记中,有19篇游记的开篇是以“默认段落”、“写在前面”阐释游记写作与选择出游的缘由;每篇游记都记叙了游中的所思所感;有20篇游记以“写在最后”“最后藏在心里的话”表达旅游带给他的收获。诚如他在游记中所言“游记于我是记载旅途中的点滴,是在日常忙碌工作中给自己一种回忆的力量,回忆旅游带给我的震撼、深刻、感悟、真诚和反省”。这些游记完整地向我们展现每一次旅游前、中、后的旅游者自我认知历程,解读X君的游记,我们发现他的自我概念主要包含以下三种类型:实际自我、理想自我、社会自我。

4.1 游前:生活世界中的自我概念呈现

X君旅游前深陷都市生活的压抑与藩篱之中,

在游记YJ160606中写道“生活在都市之中,习惯奔走、习惯各种赶……在快节奏都市里喘息”,都市社会充斥着各种“快”的现代状态使人的异化不断加剧,触发了X君逃避速度的渴求,因此旅游成了他最理想选择。X君在游记YJ15125、游记YJ160514中提及雾霾带给他的“没生气”、“混沌不堪”、“厌倦”,以及游记YJ141225写到“无法融入”、“格格不入”,在游记YJ151012渴求“与陌生人友善地微笑,换一种和这个世界打交道的方式,去重新学习爱”,都隐含着主体对于现实生活的不适应,真切地希望在自己所生活空间之外找到可以“舒缓解脱”的“缓慢空间”,藉以逃避和远离(表1)。

纵观X君游前的自我概念表述,其主要表征为实际自我的束缚、社会自我的疏离,理想自我的想象和寻求。其所裹挟的生活环境中,噪音、污染、高压、快节奏已经成为生活的重负,于是逃离成为X君的内心渴望与需求。逃离实际自我的枷锁、日常生活的烦恼、压力、紧张以及单调重复的步调;寻求理想中自我,情感的愉悦和精神的慰藉;摆脱社会自我在人际关系中的格格不入和难以融入。

总而言之,游前生活世界里的自我概念为自我内心失衡的诊断和识别,历经自我诊断,激发了X君“逃离”的内心需要,这种逃离并非是为一种消极避世(钱俊希等,2015);反之,暂时的逃离与寻求是为了使精神和身体得到一种彻底的放松与休息,也是个体通过旅游流动,对自身体能、智能进行充实和更新的重要方式。游记YJ160606中提到的“换一种活法”,便是要通过旅游来实现实际自我的暂

表1 旅游开始之前的自我概念呈现

Tab.1 Pre-visit self-concept

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ160606	生活在都市之中,每天被生活牵着走,习惯着奔走,习惯着各种赶,赶地铁、赶打卡、赶着去车站、赶着在路边买煎饼果子和豆浆,我们似乎忘记生活本来的节奏。每天穿行于城市之间,却来不及眺望日月与星辰,我们在快节奏的现代都市里喘息,却忘了如何安静的呼吸,我们似乎习惯了每天低头玩手机,却忘记了抬头看一看头顶的那片天空。	赶、忘记生活本来节奏、都市里喘息、忘记了抬头
YJ151225	真的倦了,我厌倦这座冰冷还笼罩着层层雾霾的城市;像一个看不到蓝天的笼子,罩在了头顶,遮蔽了双眼,我觉得浑身血液都凝固了,没了生气,我到底在干什么,我不知道,脑子里混沌不堪。	倦了、厌倦雾霾、遮蔽双眼、血液凝固、没了生气、混沌不堪
YJ160514	每天早上,手机都会准时收到一条信息:今天北京的空气质量指数为xxx,属于不健康,建议减少户外活动,请关好门窗。15分钟后,我打开门,一头扎进这个漫天雾霾的城市。现实,又是那么地残酷,有那么多的事情等着我们去做,我们只有被动地去接受,如果不感到厌烦那就是万幸了,就是偶尔遇到一些好心情,也会被一些人和事冲淡的。	被动接受、厌烦、冲淡
YJ141225	曾几何时,自己喜欢这种虚幻,喜欢流连于色彩斑斓的夜幕里,追寻一份自以为是自由的快感。可是现在面对喧嚣和沸腾,却感觉无法融入,甚至是格格不入,或许是越长越大越孤单,或许是倦了。	无法融入、格格不入
YJ151012	旅行之于我,就是让梦想照进现实的一种可能,我们必须适时地让自己走出去,与陌生人友善地微笑,换一种和这个世界打交道的方式,去重新学习爱。	走出去、友善的微笑

别,以“在旅行中整理生活”的态度来整理对自我的认识。其他游记中提及的“发呆”、“放空”等也不外此意,即所谓的在旅游中暂时脱离现实的角色扮演,跳出“此山中”,带来自我心境的跨越(龙江智等, 2010)。

4.2 游中: 旅游世界中的自我概念呈现

“不识庐山真面目,只缘身在此山中。”个体的自我认知,往往要跳出惯常世界去“远观”。高速运转的现实世界,这种冷静远观的机会并不多,而旅游为人们提供了这样一种时空际遇。正如席慕容所言:“旅行的意义在于脱离日常生活的轨迹,在于撤除界限,在于放松自我,在于融入他乡,在于嬉游中的观察与反省”(舒国治, 1997)。这里,席慕容指出了旅行的一项深层意义,即通过嬉游中的观察与反省来认识自己。旅游作为“自我”与“他者”相遇的过程,“他者”与“自我”的界限被撤除,旅游者除了对外在“他者”中进行观察,也会对内在“自我”中进行认识与反省。

4.2.1 实际自我的认同感

X君有21篇游记都提到“来去之间,我一直是真正的我”、“相信自己的选择”来肯定自己未被异化所浸染,依然保持自己的本真。诚如其在游记YJ140818中提到“茶卡盐湖途中,忽然想明白了关乎选择的问题。选择永远是对的,面对选择唯一要做的就是不优柔寡断、不盲从不怀疑,相信自己”(表2)。在行走中不断反思自我,明确自我的本真以及不盲从的特质,相信自己的选择,建构起对自我的认同。对于X君而言,游记一方面是完成“旅途叙述”,另一方面也透过旅途所见、所思表达“自我认同”。

旅游本身往往被旅游者想象成可以积累一些重塑自我与代表自我的经验(Desforges, 2000)。如蔡文杰(2001)在《反思旅行:一个旅人的反思与告解》一书中所言:“向未知的世界去探索,时至今日,旅行跟国家社会的关联愈来愈少,跟自己(自我)探索自己的成份却愈来愈大!”放弃自己已经熟悉的生活制度、语言秩序,而将自己放置在一个全然的陌生环境中,这样的自我探险,就是现在的旅行。旅游场域中,沿途的风景、他者与活动,各种人、事、物都成为映照自我的镜子,旅游者借助这些小镜子观察自我,反思自我,从而实现自我认同。X君游记中表现出的为人处事、不盲从、坚信自己选择、坚持本真等,是作者的内在精神意识,也是对实际自我的认知状态,都表达出作者的现实自我认同。

4.2.2 理想自我的自由感

X君在游记YJ151225表述飞机起飞,火车开动,可将所有的喧嚣、所有的面具和伪装都通通抛开,甚至在北京、沈阳、漠河、北极村、哈尔滨、雪乡、雾凇岛挥霍着在路上的时光,肆意欢笑、无拘无束、自由放荡(表3)。回归旅游开始的缘起,正是对城市快节奏的抵制,对于紧张、压力的一种反对与释放。旅游中的自由归根就是要寻求一种现实自我与理想自我的平衡,以无约束和正确速度达到一种最理想的状态,诚如X君在游记YJ160606中表达的“至少在绵州的日子里,我内心平静而丰盈。因为这样一座城市,他们把日子过到的精致慵懒。对我而言,或许这就是是一种最理想的状态吧”(表3)。

理想自我意指自我希望如何看待自己,旅游活动中的理想自我,一方面是旅游者想要成为什么样的人,另一方面包括了旅游者想要的生活方式或状

表2 旅游活动中的反思实际自我  
Tab.2 On-site actual self reflection

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ151225	没人能让所有人满意,所以让自己和你中意的人满意就可以了。你所判定的一切,也许就是你自己内心的投影。人生就是一个不断接纳和抛弃的过程,就是一段迎接冷眼嘲笑孤独前行的旅途。KO不了你的,也许让你更OK;没让你倒下的,也许让你更强大。我也将尽我所能,向在乎我的人创造各种东西,绝不向厌恶我的人解释这是个什么东西。	让所有人满意、迎接冷眼嘲笑、孤独前行
YJ140818	想起旅途中的一件小事。从茶卡盐湖出来奔向黑马河,途径橡皮山口,海拔4451米。途中接了一个电话,一个好友问我关于考博还是晋升的选择问题,思考良久。绕着盘山道,也想起这次行程我们原本计划的是绕青海湖自驾,但是最后却只选择了南沿,阴差阳错。想到这里,忽然想明白了关乎选择的问题。选择永远是对的,面对选择唯一要做的就是不优柔寡断、不盲从不怀疑,相信自己。只有面对选择,左顾右盼、犹豫甚至猜疑,又或者开始懊悔自己曾经的选择,才是大错特错。	选择、不盲从、相信自己
YJ160606	心的力量再次澎湃,如同有宗教意义般,带着对生命本能的敬仰,做了最原本应该做的自己,恨不得要为重拾自我而感动得泪流满面。这一刻,不管其他人是否理解,不管其他人如何评论,我们再次确认了自我的选择,我们还需要一直一直在路上,而这本身就是一种信仰。	做最原本应该做的自己、重拾自我、确认自我选择

表3 旅游活动中理想自我的自由感  
Tab.3 On-site ideal self's sense of freedom

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ151225	飞机一路向西,火车又一路向北。在一个白天一个昼夜之后。把所有的城市都甩在身后,把所有的喧嚣、所有的面具和伪装都通通抛开。背影中看不到灯火通明,看不到流光斑,看不到灯红酒绿。	喧嚣、面具、伪装抛开
YJ140302	北京,沈阳,漠河,北极村,哈尔滨,雪乡,雾凇岛都留下了我们或浅或深的脚印。一段长长的旅行,一段在一起共同度过的日子,在一起挥霍着在路上的时光,在一起肆意的欢笑,就这样无拘无束,自由的放荡。	最真实、最朴素、无拘无束、自由放荡
YJ160606	其实,人生最重要的能力是什么?我想是随时保持内心的平静。对于此我一直是欠缺的。但是至少在绵州的日子里,我内心平静而丰盈。因为这样一座城市,他们把日子精致得,过到慵懒。对我而言,或许这就是是一种最理想的状态吧。	平静、精致、慵懒

态,其关键为“自由”。旅游好比一个隔离带,将生活世界里的关系隔绝在外,使得人们没有任何的牵挂并忘却日常生活,融入一种理想的生活状态。概而言之,由于处于旅游过程中的人们不被日常生活节奏所控制,反而可以像当地人一样把日子过到慵懒,因此获得自由,而这种自由正是自我概念里所渴求和希冀的“理想自我”。

4.2.3 社会自我的本真性

旅游启程前,X君认为难以融入现实人际关系网络,而通过旅游,自身脱嵌于原来的社会关系网络,介入一种陌生的社会关系中,彼此的不熟悉促使交往关系得以回归本真。在游记YJ160901中明确表述旅途中与游客之间的交往“不问过去,只在意是否喜欢一样的东西,是否有同样的价值观,毫不费力地相互理解和最自然愉悦”(表4)。彼此的不熟悉,不涉及日常生活或工作上的交叉,因此也就不存在任何利益上的冲突。这种不具功利性的交往能让旅游者体验到人际的简单、纯真和志同道合,映照了现实中社会自我的疏远淡漠。

这种人际交往的纯真对于X君而言,不止是他与其他游客之间的人际互动,还有与当地居民之间

友好交互。这种交往互动不是虚情假意,不是演戏,而是具有一定的真实性或本真性。如其在绵州旅行过程中遇到的陌生居民好客热情,从中体会到了久违的温暖(表4)。身处异地旅途的旅游者,其所经历的主客交互虽不如家人之间那么自然,但毕竟是一种真实的礼貌和好客,一种通过东道主和客人共同构建的互动本真性(王宁,2007)。这种互动促使旅游者避开城市人际关系的淡漠,发现社会自我的本真,是旅游者人际交往的一种弥补和心灵的修复。

4.3 游后:回归生活世界的自我概念呈现

从“家乡”到“异乡”再回归“家乡”,从“惯常”到“非惯常”再回归“惯常”的过程中,不断的背离和回归,诚如英国人类学家Turner(1969)提出的仪式程序结构“阈限前—阈限(threshold)—阈限后”,旅游也可看作为这样一个仪式过渡过程,从阈限前的背离、阈限的体验到阈限后的回归,这也就意味着旅游的意义并非简单的休闲、娱乐,却像人生一样,历经仪式过程,实现人生的升华,自我的转换。经由旅游的洗礼、旅游记忆的回放,自我将发生多方面的变化,如X君多篇游记中的例子:从“混沌不堪”

表4 旅游活动中社会自我的本真性  
Tab.4 On-site social self authenticity

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ160901	在路上,不问那个人的过去,不问他的职业、他父母的职业、他有多少钱,更没有扯淡的房子和车子,只在意是不是喜欢的东西一样,是不是有一样的价值观和人生观,带来的是毫不费力地相互理解和最自然的愉悦。短短几日,我们从陌生到相识,从拘谨到互损,那些点点滴滴都印在了脑海里不会抹去。阳光下你对我憨然一笑,恍惚回到童年,城市下的我们难得的相遇,遇到你们真的很好。	不问过去、价值观、人生观、毫不费力地互相理解、最自然的愉悦
YJ160606	在寨子里无拘无束的逛,路上偶遇一位和蔼可亲、长相颇似李雪健的老大爷,笑容满面的离着好远便向我招手,把我迎进了家门,还给我倒了杯茶,他还很热情地带我去参观他用来雕刻的手工作坊。	无拘无束、和蔼可亲、笑容满面、热情



到“以自己的方式过好一生”、从“没了生气”到“莫悲观”、从“被动接受”到“听从自己内心的呼唤”、从“脆弱”到“无畏”、从“追逐”到“放下”等(表5)。这些例子明显可以看出X君自我概念的重构。

4.3.1 实际自我——取悦自己

前文提到自我在现实生活被各种规矩、要求、制度所束缚,在快节奏生活中“赶”,促使旅游者寻求慢节奏悠闲的理想状态,旅游体验感知到的慢节奏在日常生活中延续演变成“慢生活”理念。慢生活的“慢”并非速度上的慢,而是一种轻松和谐的意境,一种人生的升华,以回归本源,尊重自然,通过认知自然来享受生活,达到人与自然融为一体的目的。X君在多次旅游出发前都提及被生活牵着走,忘记了生活该有的节奏,结束扬州的旅途,他在游记YJ150518写到:“每个人都有自己的生活,我们需要的是把自己的生活过的更好,满足于心、愉悦于行就够了。”以及游记YJ141025中“做一个简单的人,平和而执着,谦虚而无畏。”(表5)。这里的叙述可以看出,旅途给X君一种高智、随性、细致、从容应对生活的方式,都表达着“做自己”的洒脱状态。

4.3.2 理想自我——精神追求

X君通过旅游投身大自然,置身山水泉石间,所有的功名利禄、得失毁誉、尘虑俗念,一扫而空。透过旅游摆脱了世缘尘网的束缚,解除人生烦恼和痛苦,寻求到自由和快乐,荡涤心灵,这种经由荡涤的心灵升华为精神追求上的满足,表征着主体自我完善的进程。正如X君在游记YJ160901所言:“所有的追逐与得到,都是为了最终的放下。我们每个人都在这条路上,一路跌跌撞撞的前行着。一路

上,或冷眼,或嘲笑,或轻视,或打压,别怕。勿忘初心,扛得住,世界就是你的。”(表5)旅游为X君找到了自己的精神家园,找到了自己的灵魂和信仰,建构了精神追求满足。

4.3.3 社会自我——责任意识

旅游者以一个暂时的社会身份离开自己所熟悉的生活环境,他可能会倾向于摆脱日常伦理道德规范的束缚,道德约束力弱化,呈现出层出不穷的不文明行为。然而在旅游过程中,旅游者出于维护自身面子需要而减少不当行为,从而塑造自己在他人心目中的正面形象(张翠娟等, 2015),在X君游记反思中我们发现了自我概念中的道德伦理感。X君在游记YJ160514中回忆黔东南遗产旅游地旅游过程,反思“原真性”与“商业化”的二元关系时,更多的是站在他者角度,表现出对当地居民物质需要的理解,而不是一味的物质摄取,呈现出社会自我的责任意识(表6)。这一反思展现了旅游者伦理,并非是脱离惯常之后道德与物质摄取脱离,而是形成自我约束力量和社会责任感。

5 结论与讨论

5.1 结论

本文以X君的网络游记为资料来源,采用个案研究,探讨了X君旅游前、中、后,从日常生活世界到旅游场域最终回归日常的纵向行为过程中自我概念时空展演,得到如下结论:

(1) 从时间维度而言,旅游者自我概念呈现了“游前、游中、游后”的历时性递进和三种自我类别

表5 旅游结束后的自我概念呈现  
Tab.5 Post-visit self-concept

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ150518	每个人都有自己的生活,我们需要的是把自己的生活过的更好,满足于心、愉悦于行就够了。多去走走,去世界看看,感受人生百态,就会越来越明白,生活是自己的,是内心的一种情绪,是处变不惊,是越来越宽容,是等到风景都看透,我会陪你看地老天荒的淡然。	满足于心、愉悦于行、处变不惊、宽容、看透、淡然
YJ141025	坐上回程的飞机,即将离开藏地那一刻。透过有些模糊的舷窗,远眺机场不远处连绵的雪山,我与西藏的第一次亲密接触,就此到了该挥挥手道别的时候。对于人生,只要知道自己追求的是什么,要放弃的是什么就够了。起飞的这一刻,关上手机、闭上双眼,我清楚地知道:人生最大的自由就是不再在乎别人对你的评价。有时,需要的就是走出熙熙攘攘的人群,呼吸一口新鲜空气,听从自己内心的呼唤,回归生命的本源。我凝望远方,作揖告别:此生,做一个简单的人,平和而执着,谦虚而无畏。	知道自己追求、不再在乎、听从内心、回归生命本源、不再担心、不再畏惧未知、都会安好、简单的人、平和执着、谦虚无畏
YJ160901	所有的追逐与得到,都是为了最终的放下。我们每个人都在这条路上,一路跌跌撞撞的前行着。一路上,或冷眼,或嘲笑,或轻视,或打压,别怕。勿忘初心,扛得住,世界就是你的。	放下、勿忘初心

表6 旅游者社会自我的责任意识  
Tab.6 Social self's sense of responsibility

游记来源	游记片段举例	自我概念
YJ160514	当我们企图保留这份古老时,却没有为这种保留支付足够的成本。我们希望那里的人不变,我们希望那里的生活不变,也希望那里的所有都不变。然而,有什么理由让那里不改变?我曾经以为,当我走进山里,人家热情地免费给我们一切才是淳朴!我曾经以为,人家无私才是真实。我从没有好好想一想,我和他们!诚然,历史地看,那些人,那些物确实应该保留。只是,我们应该为这种保留付出更多,不仅是精神还有物质。我们应该让那里的人们和我们一起享受时代的变迁和进步。当我们每天坐在自己的车里,在暖风或冷风制造如春天的室内,不能忘记为了我们保留历史而失去这些的人们。他们为了时代而存留的物质,应该得到我们补偿;他们为了历史而存留的生活,理应得到我们资助。	原真性、物质付出

共时互存,并随着再次出游呈现动态循环特性。具体而言,旅游者自我概念展现了实际自我、理想自我、社会自我的历时性变化,实际自我“困顿—认同—悦己”;理想自我“渴求—自由—满足”;社会自我“疏离—纯真—责任”,同时我们发现每一阶段都有“实际自我、理想自我、社会自我”三维度共存。学者 Turner(1969)提出的旅游仪式过程(ritual process of tourism)理论,将旅游的全过程划分为离开常住地进入旅游状态、超越情绪阈限融入旅游环境、返回常住地重新投入日常生活三个阶段。旅游者在旅游前意识到自我的需要和动机所在,能在旅程中通过自我反思建构对自我的认同、享受理想自我的自由状态以及社会交往的本真,察觉自己在旅游前后的差异,这种经历恰如一场“仪式”,经过旅游后的人们已或多或少地发生了变化,呈现出来的是生活理念、精神追求、责任意识等方面的改变。旅游者通过旅游建构的自我概念并非永恒不变,它会随着下一次的出游进一步的重构,也会经由旅游经历的积累不断更新替代。基于本文内容分析,结合以往研究理论,提出旅游者自我概念动态循环模型(图2)。

(2) 从空间维度而言,旅游者经历了“生活世界、旅游世界、生活世界”的循环,旅游世界总是生活世界的一种暂时隔离,先是离开它,然后再回归;在这个背离和回归的过程中,旅游者形成了自我概念。游前阶段的生活世界里,旅游者自我概念对生

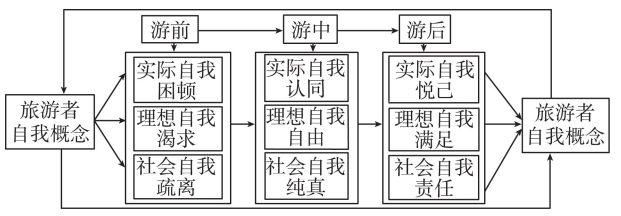


图2 旅游者自我概念时间动态循环模型  
Fig.2 A model of tourist self-concept dynamic cycle

活压力、理想追逐、人际关系等存在问题的认识,延伸出旅游自我概念的认知诊断;脱离生活世界进入旅游世界的游中阶段依托“非惯常”环境形成体验与诊断的对话,也是旅游者“心理状态”和“精神状态”的个体观察与自我反思;游后回归生活世界展现的则是旅游体验对于自我概念重构的意义功能,可概括为“生活世界(自我诊断)—旅游世界(自我反思)—生活世界(自我重构)”(图3)。

(3) 旅游是一种非物化的、流变的过程与体验,人们的旅游动机并非恪守于以往对象化的体验,同时也追求旅游流动过程中产生于旅游主体之上的意义,这一意义凸显为自我发现、自我反思、自我认同与自我重构的主体认知过程。旅游者通过旅游缓解现代生活的异化、程式化和无意义感,重新寻找主体存在的意义,寻找 Heidegger 笔下“在世存有”(being-in-the-world)的状态(Heidegger, 1996)。

现象学代表人物胡塞尔把体验当作绵延存在的体验流,“每一现实的体验都必然是一种持续的体验;而且它随此绵延存于一种无限的绵延连续体中”,旅游由于自身的完整性而成为一种“经验”给人留下深刻印象。在这个完整的体验流中旅游者凭借感觉器官对外界产生纯粹形式方面的体验,建构自我的知觉体验、对外界和自我内心做出浅层解

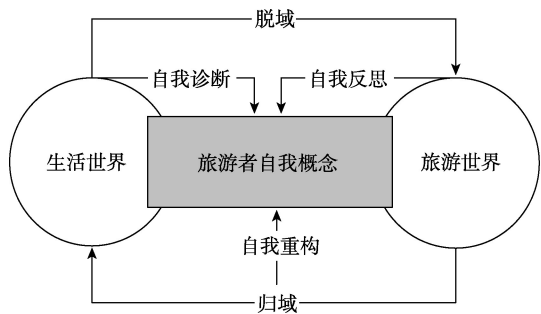


图3 旅游者自我概念空间演变模型  
Fig.3 A model of tourist self-concept with the change of space



读,形成自我的初步发现;随着旅游者主体意识对于事物的深层次思考,此时意识力求透过形式去把握它背后蕴含的信息以及相对于主体的意义,形成自我的深刻反思。在知觉体验与意义体验基础上,被事物所感动、刺激、兴奋等,产生深层次的精神愉悦、爱、恨等情绪,实现旅游情境中的情感跨越,对比反思现实世界自我的原则、处事等,以及不再把外界的满意当作衡量自我的标准,而是以“不忘初心”“自我满意”架构成自我的认同感,在旅游体验结束后,思想的转变促使自我得以重构。

## 5.2 理论探讨

旅游者自我概念是一个十分重要且又极其复杂的问题,它不仅涉及旅游者的主观意识形态,也涉及旅游者自我概念与旅游行为的交互作用机制。“全球化”语境下,“他语”弥漫日常,如果不能不断地认识“自我”,将使得自我陷入现实情形的困顿中,逐渐丧失自我话语权。旅游活动提供认识自我、观察自我的时空选择,对于旅游者主体而言,自我概念的建构意义非凡,对于学者而言,将研究视角投入旅游者主体,是深入理解旅游者行为、促进旅游产业发展的根基。

(1) 本文对自我概念理论进行梳理,以X君的游记为对象,探究了旅游者自我概念的历时性递进特征,即旅游者自我概念“自我诊断”、“自我反思”、“自我重构”纵向演变机制,具体解构为:现实自我“困顿—认同—悦己”;理想自我“渴求—自由—满足”;社会自我“疏离—纯真—责任”。同时,还发现在旅游者自我概念历时性递进的过程还包含共时维度的构念,呈现出每阶段“实际自我、理想自我、社会自我”三种自我共存。旅游者自我概念因而可归纳为历时性递进与共时性共存的集合,肯定了以往研究自我概念的多样性,同时凝练出旅游者自我概念同一时空下的多维构建,深化了自我概念与旅游者行为的理论研究。此外,该发现可为旅游体验提供开拓新的研究视角,随着时空转换,旅游体验演化为旅游者自我认识和精神世界的一部分。

(2) 本文的理论建构回归了旅游者主体本身,旅游者作为旅游活动的主体,理应成为学术研究的焦点。加拿大学者Harrison(2003)在其著作《Being a tourist: Finding meaning in pleasure travel》试图以旅游热衷者为研究对象,致力于回答“为什么他们热爱旅游,旅游对他们而言到底意味着什么”这个

终极问题。本文以个案游记回归到旅游对旅游者主体的观察,发现了旅游者自我概念与旅游活动的互动关系。每一次旅游活动,都与自身现存状态、理想渴望、人际关系密切关联,正是对自我概念的匮乏认知激发了旅游动机,成就了旅游活动的开展;每次旅游经历的时空转换,对于旅游者自我而言都是一次心灵洗涤,传递出“关己”的重生之意,收获自我完善的能力,在认识万事万物之前,更为重要的是认识自己。旅游者自我概念与旅游互动关系的建立,才能更为清晰地说明旅游动机与旅游活动的深层结构关系,这样才能从基础上建立旅游行为理论的整体框架,从而达到旅游研究对其他学科,特别是营销学与心理学的知识溢出与贡献。

## 5.3 实践启示

本文揭示了旅游与旅游者自我概念互动机制,研究结论对旅游消费者及旅游企业的管理实践有一定的借鉴意义。

(1) 本文发现,旅游者自我概念的建构,尤其是社会自我的历时性变化,可发现旅游会使旅游者做宽容大度、善良、关心他人的人,这样的变化会使得社会更加和谐,人与人之间减少隔膜,增进信任和理解,整个社会也会更加温暖。当然这不是部分旅游者就能做到的,需要全体社会成员的努力和整个社会大环境的进步,进行自我概念重构的旅游者往往会成为社会变化的领路人。无论是政府管理部门还是企业机构,都应该足够重视旅游的这一积极作用,有效建立包括公众休假、旅游鼓励、旅游营销等在内的制度保障体系,同时追踪旅游带给旅游者的变化,发挥其积极示范效应,形成良好社会风气。

(2) 本文对旅游企业营销具有直接的借鉴和启示意义。通过人口统计特征、旅游者需求和动机进行市场细分极为普遍,但基于旅游者自我概念进行市场细分尚属少见。本文发现旅游者自我概念主要包含:实际自我、理想自我、社会自我三种维度。基于自我概念进行市场划分,有利于旅游企业更好地了解游客“要什么”以及“为什么”,也可为企业差异化营销指明方向,更有效地发挥营销的导向作用。旅游者的“实际自我”关注自身身心、自我与工作、自我与环境的平衡;“理想自我”重视时空的无拘束性和自由感;“社会自我”追求非功利性、亲密人际关系。

旅游企业应根据不同类别旅游者游前自我诊断侧重点的不同进行旅游产品“匹配”营销。例如,

对于侧重追求“实际自我”的旅游者,旅游企业可以主打“找自己之旅”,找回童年、找回乡愁、找回青春等;对于侧重渴望“理想自我”的旅游者,主攻“反向生活”,与旅游者工作节奏、生活状态等形成反差化的异质生活形态;对于侧重寻求“社会自我”的旅游者,旅游企业的营销可以以“在异乡迷路”等主题吸引旅游者,让旅游者在无手机状态下进行随心所欲的行走,与身旁的旅人、当地人友好交往,收获简单温暖的情谊。总之,旅游企业应以解构旅游者现实世界的三类自我概念为基点,洞悉各类旅游者的情感诉求和心理需要。以各细分市场主体自我概念解构的侧重点进行旅游产品定位、设计及营销策略的再创新,将旅游产品消费及旅游者自我概念转化相统一,最终达到实现旅游企业主体经济效益和旅游者自我概念升华的共赢,推动二元主体异质性目标的良性循环。

作为个案研究,囿于研究方法本身的局限性,对样本的选择带来一定的限制性。此外,本文的研究是探索性的,所建构的旅游者自我概念维度是否符合客观实际,还需要量表开发等定量研究进行验证。在研究方法的选用上,进一步研究需要兼采质性与量化研究的方式,以个人乃至旅游团体为资料收集的单位,重视长期性资料的收集,力求掌握部分也掌握整体。对于研究资料的诠释,可通过不同资料的相互比对,形成多重观点的解释;也可通过团队游客的聚合观点,对自我概念做出解释。

## 参考文献(References)

- 蔡文杰. 2001. 反思旅行: 一个旅人的反省與告解[M]. 台北: 生智文化. [Cai W J. 2001. Reflections on travelling: A traveler's reflection and confession[M]. Taipei, China: Sheng-chih Book]
- 冯健, 叶竹. 2017. 基于个体生命历程视角的苏南城镇化路径转变与市民化进程[J]. 地理科学进展, 36(2): 137-150. [Feng J, Ye Z. 2017. Urban transformation and the progress of citizenization in Southern Jiangsu based on the perspective of life course[J]. Progress in Geography, 36(2): 137-150.]
- 关美宝, 郭文伯, 柴彦威. 2013. 人类移动性与健康研究中的时间问题[J]. 地理科学进展, 2(9): 1344-1351. [Kuan M B, Guo W B, Chai Y W. Temporally integrated human mobility and health research[J]. Progress in Geography, 2(9): 1344-1351.]
- 刘丹萍, 保继刚. 2006. 窥视欲、影像记忆与自我认同: 西方学界关于旅游者摄影行为研究之透视[J]. 旅游学刊, 21(4): 88-93. [Liu D P, Bao J G. 2006. Voyeuristic desire, portrait memory and self-identity: Remark on the research works by foreign scholars about tourists' photographic behaviors[J]. Tourism Tribune, 21(4): 88-93.]
- 刘力, 陈浩. 2015. 自我一致性对旅游者决策行为的影响: 理论基础与研究模型[J]. 旅游学刊, 30(6): 57-71. [Liu L, Chen H. 2015. The impact of self-congruity on tourists' decision-making behavior: Theoretical underpinnings and research model[J]. Tourism Tribune, 30(6): 57-71.]
- 龙江智, 卢昌崇. 2010. 从生活世界到旅游世界: 心境的跨越[J]. 旅游学刊, 25(6): 25-31. [Long J Z, Lu C C. 2010. From life-world to tourism-world: Across the state of mind [J]. Tourism Tribune, 25(6): 25-31.]
- 马丽卿. 2005. 旅游心理机制的文化学剖析[J]. 学海, (4): 122-126. [Ma L Q. 2005. Lvyou xinli jizhi de wenhuaxue pouxi[J]. Academia Bimestrie, (4): 122-126.]
- 彭玉生. 2011. 社会科学中的因果分析[J]. 社会学研究, 26(3): 1-32. [Peng Y S. 2011. Causal analyses in social sciences[J]. Sociological Studies, 26(3): 1-32.]
- 钱俊希, 杨槿, 朱竑. 2015. 现代性语境下地方性与身份认同的建构: 以拉萨“藏漂”群体为例[J]. 地理学报, 70(8): 1281-1295. [Qian J X, Yang J, Zhu H. 2015. The construction of placeness and identity in the context of China's emerging modernity: A case study of Han Chinese "drifters" in Lhasa, Tibet[J]. Acta Geographica Sinica, 70(8): 1281-1295.]
- 舒国治. 1997. 国境在远方: 第一届华航旅行文学奖精选作品[M]. 台北: 元尊文化. [Shu G Z. 1997. Guojing zai yu-anfang: Diyijie Huahang lvxing wenxuejiang jingxuan zuopin[M]. Taipei, China: Yuanzun Culture.]
- 孙九霞, 周尚意, 王宁, 等. 2016. 跨学科聚焦的新领域: 流动的时间、空间与社会[J]. 地理研究, 35(10): 1801-1818. [Sun J X, Zhou S Y, Wang N, et al. 2016. Mobility in geographical research: Time, space and society[J]. Geographical Research, 35(10): 1801-1818.]
- 王富伟. 2012. 个案研究的意义和限度: 基于知识的增长[J]. 社会学研究, (5): 161-183. [Wang F W. 2012. The significance and limitation of case study: Based on the perspective of knowledge growth[J]. Sociological Studies, (5): 161-183.]
- 王宁. 2007. 旅游中的互动本真性: 好客旅游研究[J]. 广西民族大学学报: 哲学社会科学版, 29(6): 18-24. [Wang N. 2007. Interactive authenticity in tourism: A case study on hospitality tourism[J]. Journal of Guangxi University for Nationalities: Philosophy and Social Science Edition, 29(6): 18-24.]
- 张翠娟, 白凯. 2015. 面子需要对旅游者不当行为的影响研究[J]. 旅游学刊, 30(12): 55-65. [Zhang C J, Bai K. 2015. A study on the effect of face need on tourist inappropriate

- behavior[J]. *Tourism Tribune*, 30(12): 55-65.]
- Andrews K R. 1953. The case method of teaching human relations and administration: An interim statement[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burns R B. 1982. Self-concept development and education [M]. London, UK: Holt, Rinehart and Winston.
- Chon K S. 1992. Self-image/destination image congruity[J]. *Annals of Tourism Research*, 19(2): 360-363.
- Cooley C H. 1902. The looking-glass self[M]. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Creswell J W. 2013. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions[M]. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Desforges L. 2000. Traveling the world: Identity and travel biography[J]. *Annals of Tourism Research*, 27(4): 926-945.
- Harrison J. 2003. Being a tourist: Finding meaning in pleasure travel[M]. Vancouver, Canada: The University of British Columbia Press.
- Haslam S A, McGarty C. 2014. Research methods and statistics in psychology[M]. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Heidegger M. 1996. Being and time: A translation of Sein und Zeit[M]. Stambaugh J, Trans.. Albany, NY: State University of New York Press.
- James W. 1890. The principles of psychology[M]. New York, NY: Dover.
- Litvin S W, Goh H K. 2002. Self-image congruity: A valid tourism theory[J]. *Tourism Management*, 23(1): 81-83.
- Rogers C R. 1951. Client-centered therapy: Its current practice, implications, and theory[M]. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Rogers C R. 1959. A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework[M]//Koch S. *Psychology: A study of a science*. Study 1, volume 3: Formulations of the person and the social context. New York, NY: McGraw-Hill: 184-256.
- Sirgy M J. 1982. Self-concept in consumer behavior: A critical review[J]. *Journal of Consumer Research*, 9(3): 287-300.
- Sirgy M J, Su C T. 2000. Destination image, self-congruity, and travel behavior: Toward an integrative model[J]. *Journal of Travel Research*, 38(4): 340-352.
- Todd S. 1997. Self-concept and tourist motivation: An empirical examination of the association between how tourists feel and why they travel[D]. Otago, New Zealand: University of Otago.
- Todd S. 2001. Self-concept: A tourism application[J]. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(2): 184-196.
- Turner V. 1969. The ritual process: Structure and anti-structure [M]. London, UK: Routledge & Kegan Paul.
- Yin R K. 1994. Case study research: Design and methods[M]. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication.

## Tourist self-concept in time and space: A case study on typical online travel notes

HUANG Qingyan<sup>1</sup>, BAI Kai<sup>1,2\*</sup>

(1. Tourism and Environment College, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, China;

2. Shaanxi Tourism Information Engineering Laboratory, Xi'an 710119, China)

**Abstract:** Through a case study of typical online travel notes, this research found that the vertical development of tourists' self-concept has three essential features. First, in the temporal dimension, tourists' self-concept is a dynamic and cyclic process. As time goes on, tourists' self-concept experiences diachronic changes of the actual self, ideal self, and social self. Changes include that the actual self goes through "weariness-identity-appreciation"; ideal self goes through "eagerness-freedom-satisfaction"; and social self goes through "alienation-authenticity-responsibility." This process is dynamic, and will be replaced by new experiences. Second, when the spatial dimension is concerned, the tourists experience the change of life-world and tourism-world, tourists' self-concept experiences "life-world self-diagnosis-tourism-world self-reflection-life-world self-reconstruction. Last but not the least, travel is a non-material and transforming process. Instead of visiting material objects, tourists also involve in subject's cognitive process, including self-discovery, self-reflection, self-identity, and self-reconstruction.

**Key words:** self-concept; self-image; travel and tour; online travel notes; case study