

# 国外旅游研究知识体系演变与共现\*

余构雄

(华南理工大学经济与贸易学院,广东 广州 510006)

**内容提要:**既有文献有少量以关键词为研究对象来探讨国内旅游研究相关信息,然而鲜见对国外旅游研究知识体系的研究。本文以国外旅游学术刊物影响因子及引用率排名最前的《Annals of Tourism Research》和《Tourism Management》1986—2015年载文的书写关键词为研究对象,采用文献计量法及内容分析法,历时性与共时性交替贯穿于研究中,通过可视化软件“引文空间分析”进行数据统计分析,藉此演绎国外旅游研究知识体系。研究结果显示:(1)旅游研究知识体系演变呈现宽泛—收缩,其本质是旅游研究知识体系的演变脉络逐渐清晰,其演变呈现“稳中有变”“稳优于变”及“热点不再—热点演进—热点连贯”的特点;(2)构建了由旅游研究主要内容、旅游研究地理区域和旅游研究方法组成的国外旅游研究知识体系共现框架。最后,较为细致地探讨国内外旅游业及旅游研究发展历程、旅游研究主要内容、旅游研究地理区域、旅游研究方法的异同,以期为深化国内旅游研究提供借鉴与启示。

**关键词:**旅游研究;知识体系;演变;共现;引文空间

**中图分类号:**F59 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2016)11—0159—15

## 一、引言

学术期刊在学术研究中发挥重要的作用(Xiao & Smith,2006; Tribe & Xiao,2011),不时监视重要学术刊物的进展是为了了解该领域的知识前沿(Van Doren & Heit,1973),针对期刊的相关研究被认为是其所研究领域的主要展示(Van Doren等,1994)。Weiner(2001)认为,学术期刊有三项基本功能,首要且最重要的是学术知识的生产、交流和传播,其次是对研究和学术成果划分等级,以便组织分配研究资金,最后是为个人的任职和晋升提供依据;Hall(2005)指出,学术期刊可以从三个层次反映学术努力的发展,即元层次的学术领域,中层次的期刊和机构,微层次的个人。在旅游研究中,直接以学术期刊相关信息为研究对象,深入探讨旅游研究知识体系演变或共现,可分为宏观——期刊本身、中观——期刊载文、微观——载文关键词或主

题词三个层次。宏观的期刊本身研究方面,Cheng等(2011)回顾了59个与旅游相关的国际期刊的发展,多数期刊创刊于20世纪80年代以后,致力于从期刊本身回溯旅游知识发展的历史,认为期刊的演变体现了旅游研究逐步走向成熟与高级化;中观的期刊载文研究方面,Xiao & Smith(2006)采用内容分析,研究了2000—2004年刊发在《Annals of Tourism Research》(以下简称《ATR》)、《Tourism Management》(以下简称《TM》)和《Journal of Travel Research》(以下简称《JTR》)案例研究的文章,目的是审视案例研究法被研究人员应用于旅游研究的情况。Page(2009)在回顾旅行医学研究进展时,系统收集发表在国际医学期刊——《The Lancet》上的旅行医学文献,以此回顾旅行医学的历史;Hall & Page(2009)梳理了1998—2007年发表在知名地理期刊上旅游方面的文章,回顾过去十年里地理学对旅游研究发展的贡献;Benckendorff & Zehrer(2013)

收稿日期:2016-04-25

\* 基金项目:国家自然科学基金“强调质性微观尺度分析的事件空间理论与节事空间的实证研究”(41571132);国家旅游局万名旅游英才计划“珠三角城市群展览业竞合模式及发展路径研究”(WMYC20151033)。

作者简介:(1985-),男,广东饶平人,博士研究生,研究领域是节事旅游与会展管理,E-mail:81386182@qq.com。

使用网络分析方法研究了1996—2010年间刊载在《ATR》《TM》和《JTR》的载文情况,识别出旅游研究开创性的学者及相关有影响力的成果。微观的载文关键词或主题词研究方面,Swain等(1998)、Xiao & Smith(2006)、Tribe & Xiao(2011)等均对《ATR》期刊不同发展阶段的主题词进行分析,进而梳理不同阶段旅游相关领域的知识进展;Benckendorff(2009)采用引文社会网络分析《ATR》和《TM》中研究澳大利亚和新西兰旅游研究的热点领域,收集到1994—2007年发表于两个期刊的论文334篇共1057个不同的关键词,将两个期刊词频加总大于或等于10的关键词确定为最常见的关键词,共16个,对比关键词在1994—2000年和2001—2007年的变化趋势,呈现关键词的社会网络关系;Wu等(2012)以近期发表在《ATR》《TM》《JTR》的2504篇文章的5534个关键词为研究对象,提取200个核心关键词和10个基因词,分析旅游研究的热点领域与研究进展;Hunt等(2014)使用词云技术,研究顶级旅游期刊在1982年、1992年、2002年和2012年的标题和关键词,通过比较期刊不同年份的文章标题、每个期刊最近几年的标题、同一年份同一期刊出现的标题和关键词,生成旅游研究视觉趋势分析,进而跟踪旅游领域理论研究的历史发展。

布拉德福文献离散规律表明,某一特定学科的论文大部分集中在少数的专业核心期刊内,少量论文散布于大量的其他相关期刊中(Bradford, 1985)。本文在期刊的选择上,选取《ATR》《TM》两大刊物,主要原因是,一方面,有30年以上历史的纯旅游类国际SSCI期刊不多见(其他刊物载文风格偏向于休闲类、接待业类刊物)(Cheng等, 2011),且这两个刊物在众多国际旅游学术刊物中影响因子及引用率一直排前二(McKercher等, 2006; Benckendorff, 2009);另一方面,两个期刊各自定位及整体载文各有特色,《ATR》注重理论研究,《TM》重视应用研究(Tribe & Xiao, 2011),将两个期刊各阶段载文进行合并能更为综合反映国外(主要指西方)旅游研究热点。因此,本文采用文献计量法及内容分析法,以《ATR》《TM》1986—

2015年刊载文章的作者关键词(下称关键词)为研究对象,以10年为一阶段,对比1986—1995年、1996—2005年和2006—2015年旅游研究知识体系的演变,最终共现1986—2015年的旅游研究知识体系框架。

## 二、研究方法数据来源

### 1. 研究方法

信息可视化是指利用计算机实现对抽象数据的交互式可视表示,来增强人们对这些抽象信息的认知(Bederson & Shneiderman, 2003)。本文采用的CiteSpace可视化工具,是由美国德雷塞尔大学的华人学者陈超美教授应用Java计算机编程语言研发而成,该软件主要用于计量和分析科学文献数据的信息可视化,能够对特定数据库中的文献数据进行作者关键词的共现分析、标题的特征词共现分析、作者合作分析、文献共被引分析等(Chen, 2006)。目前,已有研究将CiteSpace应用于:研究《Data and Knowledge Engineering》(1985—2007年)期刊载文的关键词的共现分析、标题的特征词共现分析等(Chen等, 2008);在电子科研、社会化媒体、生态资产/价值观、热集成技术、专业胜任力、纳米生物药物技术等不同领域均得到应用(Mustafee等, 2013; Zhang等, 2015; Lin等, 2015; Morar & Agachi, 2010; Guerrero & Rosa, 2013; Chen & Guan, 2011)。本文通过CiteSpace对期刊载文关键词进行分析,能够直观地识别旅游研究知识体系的演变路径及共现。

### 2. 数据来源

对1986—2015年间《ATR》《TM》刊载的文献逐年逐卷逐期逐篇进行查阅并收集文献的标题、关键词和摘要,剔除研究简报和报告、评论、观点、讨论、会议报告外,同时,剔除专刊和研究短文,包括《ATR》19卷第1期宗教旅游、21卷第2期南极洲旅游、22卷第2期性别旅游、23卷第2期的遗产旅游;《TM》第8卷第2期、10卷第3期的研究短文。《ATR》共得到载文1336篇,《TM》1860篇,各阶段具体载文量如表1所示。

表 1 《ATR》《TM》各阶段载文量

期刊	阶段		
	1986—1995 年	1996—2005 年	2006—2015 年
《ATR》	298	443	595
《TM》	132	480	1248
总计	430	923	1843

注:《TM》1990 年 11 卷第 1 期—1994 年 15 卷第 2 期载文均没有关键词,故 1986—1995 年仅统计 132 篇

资源来源:本文整理

### 三、研究结果

#### 1. 旅游研究知识体系演变

通过 CiteSpace 将所下载文章格式全部进行格式转化,预运行后,分析所呈现的高频关键词中易出现语义相同的关键词,将这些关键词在原始关键词中进行合并,以最大限度地改善软件无法对语义和语用理解进行辨别的缺陷,提高研究的科学性。如将结构方程模型 Structural equation model、Structural equation modeling、SEMS 合并为 SEM,生态旅游 Eco-tourism 合为 Ecotourism,中国 PR China 合为 China,韩国 South Korea 合为 Korea,酒店 hotel 合为 hotels 等。研究对象分别为《ATR》《TM》1986—1995 年 430 篇载文的关键词,1996—2005 年 923 篇载文的关键词,2006—2015 年 1843 篇载文的关键词,将相应数据导入 CiteSpace,进行相关参数设置,界面中时区分别对应上述时间段,时间跨度均为 1 年,节点类型选择“Keyword”,数据抽取为 25,选择最小生成树进行网络修剪,其他选项保持不变。依次运行,分别得到相应的基于关键词所呈现的各阶段旅游研究知识图谱(如图 1、图 2、图 3 所示)。综合考虑图 1、图 2 和图 3 所呈现的关键节点的分布状况,将三个阶段词频排名前 30 的关键词定义为高频关键词,所定义的高频关键词能涵盖各阶段绝大部分的关键节点,这表明,对高频关键词的划分是有依据的,若有排名相同的词频则一并提取,所以,排名前 30 的关键词个数可能不等于 30 个(事实上,三个阶段的高频关键词数分别为 31、32、31 个,如表 2 所示)。

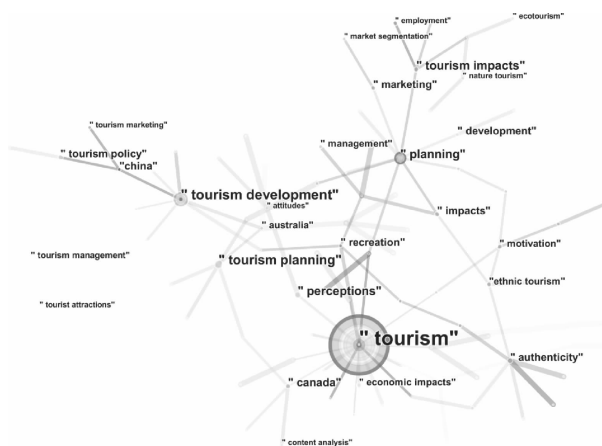


图 1 1986—1995 年旅游研究知识图谱

资源来源:CiteSpace 整理分析结果

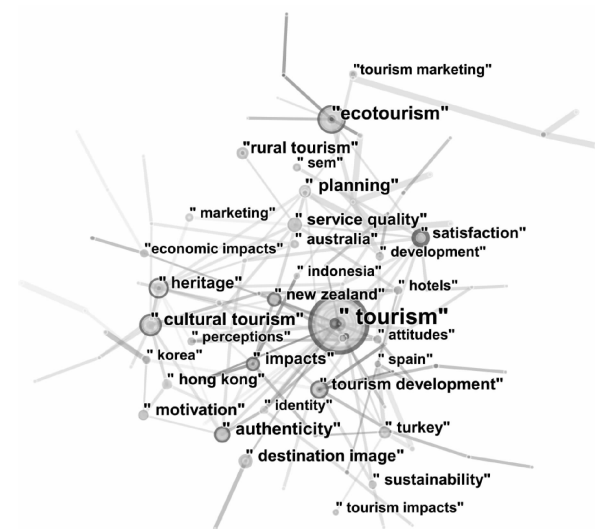


图 2 1996—2005 年旅游研究知识图谱

资源来源:CiteSpace 整理分析结果

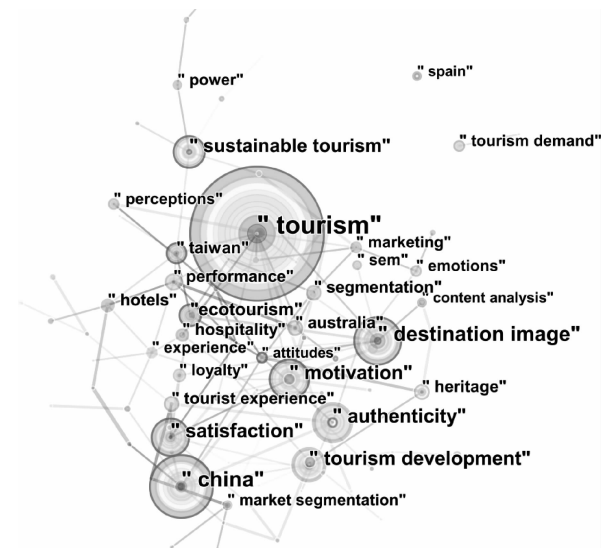


图 3 2006—2015 年旅游研究知识图谱

资源来源:CiteSpace 整理分析结果

表2 各阶段的高频关键词

1986—1995年 高频关键词	词频(占 篇比%)	1996—2005年 高频关键词	词频(占 篇比%)	2006—2015年 高频关键词	词频(占 篇比%)
Tourism	61(14.19)	Tourism	52(5.63)	Tourism	118(6.40)
Tourism development	18(4.19)	Ecotourism	25(2.71)	China	59(3.20)
Tourism planning	13(3.02)	Cultural tourism	22(2.38)	Destination image	44(2.39)
Planning	12(2.79)	Planning	19(2.06)	Motivation	39(2.12)
Perceptions	11(2.56)	Authenticity	19(2.06)	Authenticity	38(2.06)
Tourism impacts	10(2.33)	Heritage	18(1.95)	Satisfaction	37(2.01)
Canada	9(2.09)	Tourism development	17(1.84)	Tourism development	35(1.90)
Authenticity	8(1.86)	Destination image	17(1.84)	Sustainable tourism	30(1.63)
Marketing	8(1.86)	Service Quality	17(1.84)	Ecotourism	26(1.41)
Development	8(1.86)	Motivation	15(1.63)	Segmentation	22(1.19)
International tourism	7(1.63)	Impacts	15(1.63)	Hotels	22(1.19)
Impacts	7(1.63)	Rural tourism	15(1.63)	Taiwan	22(1.19)
China	7(1.63)	Satisfaction	14(1.52)	Performance	21(1.14)
Recreation	7(1.63)	Turkey	14(1.52)	Tourist experience	21(1.14)
Tourism policy	7(1.63)	New Zealand	14(1.52)	Australia	20(1.09)
Motivation	6(1.40)	Australia	14(1.52)	Hospitality	20(1.09)
Ethnic tourism	6(1.40)	Sustainability	13(1.41)	Heritage	20(1.09)
Australia	6(1.40)	Hong Kong	13(1.41)	Tourism demand	17(0.92)
Management	6(1.40)	Identity	12(1.30)	Perceptions	17(0.92)
Economic impacts	6(1.40)	Sustainable tourism	12(1.30)	Emotions	16(0.87)
Tourism management	5(1.16)	Economic impacts	12(1.30)	Power	16(0.87)
Developing countries	5(1.16)	Development	12(1.30)	Marketing	16(0.87)
Ecotourism	4(0.93)	Tourism marketing	11(1.19)	Loyalty	16(0.87)
Employment	4(0.93)	Hotels	11(1.19)	Market segmentation	15(0.81)
Market segmentation	4(0.93)	Spain	11(1.19)	Experience	15(0.81)
Tourist attractions	4(0.93)	Marketing	11(1.19)	SEM	15(0.81)
Nature tourism	4(0.93)	Korea	11(1.19)	Hotel industry	15(0.81)
Content analysis	4(0.93)	Attitudes	11(1.19)	Spain	14(0.76)
Attitudes	4(0.93)	Tourism impacts	10(1.08)	Customer satisfaction	14(0.76)
Tourism marketing	4(0.93)	SEM	10(1.08)	Content analysis	14(0.76)
Economic development	4(0.93)	Perceptions	10(1.08)	Attitudes	14(0.76)
		Indonesia	10(1.08)		

注:实际上,由最小生成树网络修剪后,三个阶段在知识图谱所呈现的不同关键词数分别为197个、137个、129个,表2仅显示关键节点的高频关键词

资料来源:CiteSpace 整理分析结果

综合表2、图1、图2、图3,三个阶段的旅游研究知识体系演变体现在以下两个层面:

(1)旅游研究知识体系的演变呈现宽泛—收缩。借由“最小生成树”来简化网络,其内在原理是剪切网络中的大部分较不重要的节点关联,只保留最重要的节点关联,最大程度上将原网络简化为一个最小值网络(Chen & Morris, 2003)。由此所呈现的图1共有节点197个,连线118条,密度0.0061;图2共有节点137个,连线146条,密度0.0157;图3共有节点129个,连线131条,密度0.0159。第一阶段,点多线少密度低,表明关键词较分散,有较多关键词分散在核心节点体系(最小值网络体系)的四周。该结论一方面可从31个高频关键词(如表2所示)中,多达五个高频关键词即 International tourism、Developing countries、Economic development、Tourism management 和 Tourist attractions 未能呈现在核心节点体系内(如图1所示)来印证;另一方面,直观从图1的“树状分叉”较明显亦可得知。第二阶段和第三阶段,皆为点少线多密度高,两个阶段在这方面的特点一致性较强,表明关键词较集中,有较多关键词集中在核心节点体系中。第二阶段的32个高频关键词,仅 Sustainable tourism 未能呈现在核心节点体系内(如图2所示);第三阶段的31个高频关键词, Tourism demand、Hotel industry、Spain、Customer satisfaction 共四个高频关键词未能呈现在核心节点体系内(如图3所示);后两个阶段高频关键词呈现在核心节点体系均比第一阶段效果较好。此外,从图2与图3的“树状交叉”较明显亦可得知。对比而言,三个阶段的点线密度变化呈现点多线少密度低向点少线多密度高演变,三个阶段的直观图形变化呈现“树状分叉”向“树状交叉”演变,其本质是旅游研究知识体系的演变脉络逐渐清晰,研究领域在第二阶段和第三阶段逐步收缩。

(2)旅游研究知识体系的演变呈现“稳中有变”“稳优于变”及“热点不再—热点演进—热点连贯”的特点。“稳中有变”的“稳”主要指旅游研究知识体系在三个阶段及连续阶段间有一定的稳定性,“变”主要指各阶段及跨阶段研究热点有一定的变化性。从表2可知,有九个高频关键词贯穿于三个阶段,分别是 Tourism、Tourism development、Perceptions、Authenticity、Marketing、Motivation、Australia、Ecotourism、Attitudes。贯穿于1986—1995年和

1996—2005年的高频关键词有六个,分别是 Planning、Tourism impacts、Development、Impacts、Economic impacts、Tourism marketing;贯穿于1996—2005年和2006—2015年的高频关键词有七个,分别是 Heritage、Destination image、Satisfaction、Sustainable tourism、Hotels、Spain、SEM;横跨1986—1995年和2006—2015年的高频关键词有三个,分别是 China、Market segmentation、Content analysis。对比可知,其阶段间旅游研究知识体系的连续性是跨越性的两倍或以上(9:3或6:3或7:3),整体连续性优于阶段间连续性(9:6或9:7)。此外,高频关键词仅出现在单一阶段的情况是,第一阶段有13个,第二阶段有10个,第三阶段有12个,单一率分别为41.94%(13/31)、31.25%(10/32)、38.71%(12/31),各个阶段的连续率均比单一率高。三个阶段各自的13个、10个、12个单一高频关键词,表明以10年为周期的旅游研究热点变化(热点不再);第一阶段、第二阶段的六个高频关键词与第二阶段、第三阶段的七个高频关键词,表明以10年为周期的旅游研究热点演进;贯穿三个阶段的九个高频关键词则是近30年旅游研究的最稳定热点(热点连贯)。

## 2. 旅游研究知识体系共现

将上述1986—1995年、1996—2005年、2006—2015年三个阶段的数据合并为一整体,即以1986—2015年3196篇载文的关键词为研究对象。通过上文对CiteSpace相关参数的设置,运行“Keyword”(关键词)节点,得到基于关键词所呈现的旅游研究知识图谱(如图4所示)。考虑图4所呈现的关键

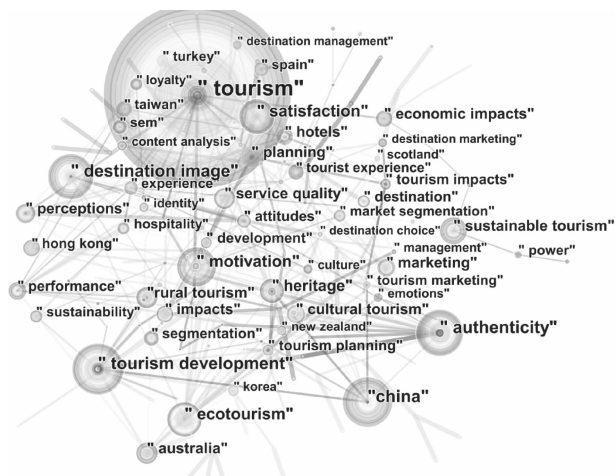


图4 1986—2015年旅游研究知识图谱

资料来源:CiteSpace整理分析结果

节点的分布状况,将词频排名前 50 的关键词定义为高频关键词,所定义的高频关键词能涵盖绝大部分的关键节点(仅 Tourism demand、Sustainable development 和 Hotel industry 共三个高频关键词未能

呈现在图 4 中),这表明,对高频关键词的划分是有依据的,若有排名相同的词频则一并提取,所以,排名前 50 的高频关键词个数可能不等于 50 个(实际上,所提取的高频关键词数为 54 个,如表 3 所示)。

表 3 1986—2015 年的高频关键词

1986—2015 年 高频关键词	词频(占 篇比%)	1986—2015 年 高频关键词	词频(占 篇比%)	1986—2015 年 高频关键词	词频(占 篇比%)
Tourism	231(7.23)	Impacts	34(1.06)	Tourism marketing	24(0.75)
Tourism development	70(2.19)	Economic impacts	34(1.06)	Experience	24(0.75)
China	70(2.19)	Performance	31(0.97)	Power	23(0.72)
Authenticity	65(2.03)	Development	31(0.97)	Identity	22(0.69)
Destination image	62(1.94)	Segmentation	30(0.94)	Culture	22(0.69)
Motivation	60(1.88)	Attitudes	29(0.91)	Management	22(0.69)
Satisfaction	56(1.75)	Tourism impacts	29(0.91)	Tourism demand	22(0.69)
Ecotourism	55(1.72)	Tourism planning	28(0.88)	Korea	22(0.69)
Heritage	41(1.28)	Destination	28(0.88)	New Zealand	20(0.63)
Planning	40(1.25)	Spain	27(0.84)	Emotions	19(0.59)
Sustainable tourism	40(1.25)	Hong Kong	27(0.84)	Scotland	19(0.59)
Australia	40(1.25)	Sustainability	27(0.84)	Content analysis	19(0.59)
Rural tourism	38(1.19)	Tourist experience	27(0.84)	Loyalty	19(0.59)
Service Quality	38(1.19)	Hospitality	26(0.81)	Sustainable development	17(0.53)
Perceptions	38(1.19)	Taiwan	25(0.78)	Hotel industry	17(0.53)
Cultural tourism	37(1.16)	Market segmentation	25(0.78)	Destination management	17(0.53)
Marketing	35(1.10)	SEM	25(0.78)	Destination choice	17(0.53)
Hotels	34(1.06)	Turkey	24(0.75)	Destination marketing	17(0.53)

注:实际上,由最小生成树网络修剪后,知识图谱所呈现的不同关键词数共 360 个,表 3 仅显示关键节点的高频关键词资源来源:CiteSpace 整理分析结果

在旅游研究中,少数有代表性的文献通过载文关键词或主题词的内容分析,以此构建旅游研究知识领域(框架),如 Xiao & Smith(2006)将《ATR》30 年累积的主题索引按每五年共分六个时期,通过主题词研究各时期知识体系演变,进一步将其归纳为“方法和理论建构”“发展和影响”的两个元目录;Ballantyne 等(2009)对 12 个主要国际旅游刊物 1994—2004 刊载的 2868 篇文章的内容进行分类,划分为 21 个主题领域,其中,排前四的主题包括旅游者/游客研究(旅游

者/游客行为、偏好和观点),旅游规划(旅游发展、策略和预测),目的地(目的地形象、管理和发展),市场营销(市场营销、细分和促销);Tribe & Xiao(2011)对《ATR》第 36 卷和 37 卷共 81 篇文章的主题词进行分析,提炼出旅游研究反思和知识生产,发展、影响和社区,真实性和旅游者体验,目的地和吸引物,文化、遗产和文化转变等九个分部;Dredge & Jamal(2015)对 Scopus 数据库 1980—2014 年的关键词进行检索,分别将研究旅游政策和旅游规划方面文章的关键词聚为九

类与八类。本文借鉴上述文献的分类思想,结合图4、表3的54个高频关键词,深入分析这些高频关键词的内在联系,充分考虑旅游研究知识体系的内在机理,结合这些词所在载文的研究内

容,构建国外旅游研究知识体系共现框架(如图5所示)。可以从以下几个层面深化对1986—2015年国外旅游研究知识体系共现框架的理解。

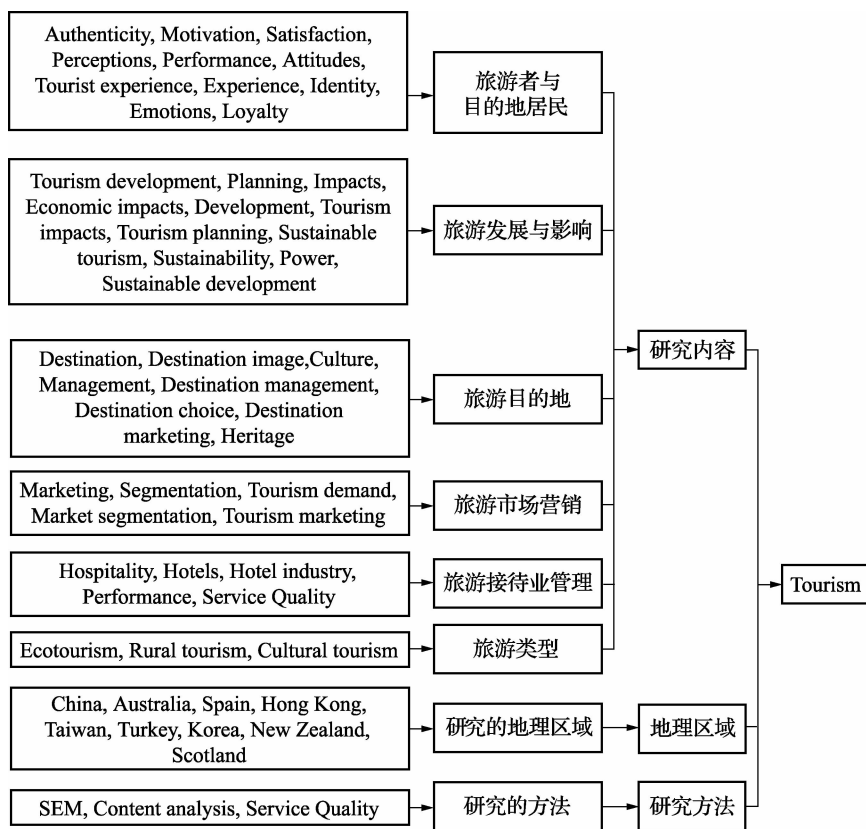


图5 国外旅游研究知识体系共现框架

资源来源:CiteSpace 整理分析结果

(1)“Tourism”单独为一个关键词,其词频高达231次,远高于其他高频关键词,置于图5的最右侧,是所有箭头的最终指向。不难理解,旅游研究知识体系的形成、演变与共现都围绕旅游来展开或由旅游所引起的各种现象及关系。表3的54个高频关键词,有两个词即“Service Quality”与“Performance”在图5的共现框架中各出现两次,分属不同类别,其内在原因是这两个英文词在国外旅游研究中均具有较为明显的双层含义。具体而言,“Service Quality”第一层的意思是“服务质量”,最早以关键词出现在1994年,《ATR》及《TM》均在同一年出现,《ATR》的载文使用多元回归模型研究服务质量对游客重复选择住宿公司的影响(Richard & Sundaram, 1994),《TM》的载文则探讨澳大利亚接待业中的员工服务质量理念受哪些因素的影响

(Ross, 1994),有26篇文献属于该层意思,其中直接研究住宿接待业有14篇,航空接待业有三篇,旅行社接待业有一篇,因此,将该词归到旅游接待业管理。另一层的意思是“服务质量模型”,涉及12篇文献,主要是在全面质量管理理论(TQM)视角下的服务质量评价模型,有时将其缩写为SERVQUAL模型,主要用于测评被研究人员对于评价对象的感知质量和服务质量,其实质是一个研究工具,因此,将该词归到研究的方法。“Performance”第一层的意思是“表演”,1991年在《ATR》的载文首次以关键词出现,探讨第三世界文化是作为西方幻想的一面镜子,旅游者自我和本土自我在旅游体验中的转变,旅游者的欲望真实地反映在表演上(Bruner, 1991),有13篇文献属于该层意思,该词主要结合“真实性”及“舞台”展开研究,正如Harwood & EI-

Manstrly(2012)在《表演性转向旅游》一文中指出,将旅游隐喻为表演的一种形式,旅游者体验的实践和过程体现了表演。因此,将该词归到旅游者。另一层的意思是“绩效”,涉及18篇文献,其中直接研究住宿接待业有七篇,航空接待业有一篇,旅行社接待业有一篇,因此,将该词归到旅游接待业管理。

(2)国外旅游研究主要内容包括旅游者与目的地居民、旅游发展与影响、旅游目的地、旅游市场营销、旅游接待业管理和旅游类型。旅游者与目的地居民,是国外旅游研究的热点领域。Bimonte(2008)指出:“旅游是两类人群的对接,一类是更好的已知且稳定的人群(居民),另一类是事前不知道和可变的人群(旅游者)。”旅游研究的着眼点是围绕旅游所引起的各种现象及关系,而现象和关系主要是由旅游者所引起。正因旅游者事前的不知与可变,且是旅游现象和关系的施引者,对旅游者的相关研究显得尤为重要与复杂。图5的旅游者与目的地居民研究中,绝大多数的高频关键词主要体现为对旅游者的研究,表2贯穿三个阶段的八个高频关键词(剔除了Tourism,因其作为一个整体研究领域)中,主要针对旅游者研究就有四个:Authenticity、Motivation、Perceptions、Attitudes,该领域的研究可谓旅游研究中的热点之一,特别是“Authenticity”与“Tourist experience”或“Experience”的相关研究方面是持续的“热中之热”。Shepherd(2015)指出,“真实性”在旅游研究中是持续争论的话题,虽然有些学者认为早在十几年前这一概念已有归属,然而“真实性”仍在继续吸引旅游研究者的兴趣。社会学对待旅游与现代性之间的关系,一直聚焦于“真实性”的概念上,自从MacCannell在20世纪70年代(分别是1973年和1976年)将该词引入旅游的学术话语,论证了有关围绕旅游者的旅游吸引物的“舞台真实”(Cohen & Cohen,2012)。第一阶段对“真实性”的研究重点在于MacCannell的“舞台真实”,人为的文化产品越来越多地“上演”和“装饰”给旅游者,以便看起来是“真实”的(Cohen,1998),该阶段的“真实性”主要是与“商品化”对应的;第二阶段和第三阶段话语转向阐述“真实性”的多重含义,主要体现在对旅游者体验的真实性分为三种类型,即客观性真实、建构性真实和存在性真实(Wang,1999),建议从关注真实性的话语向验证过程的转变(Cohen & Cohen,2012)。在研究旅游者与目的地居民领域的11

个高频关键词中,相比之下,以“Perceptions”或“Attitudes”为关键词的载文亦有一定数量研究目的地居民,以“Perceptions”为关键词的38篇文献中,研究目的地居民的有11篇,仅次于研究旅游者的15篇,余下的涉及研究移民者、酒店经理、滨海管理者、电视观众、会议规划者和多重利益相关者(居民与旅游者、接待业员工与管理者、居民与旅游者和投资者)。以Attitudes”为关键词的29篇文献中,研究目的地居民的有12篇,仅次于研究旅游者的13篇,其他的主要研究旅游研究人员、居民与旅游者和投资者、个人和社会等。

旅游发展与旅游影响,是国外旅游研究的另一热点领域,亦是一对紧密关联的词,旅游的开发与发展必然带来旅游影响,旅游影响积累到一定程度又促使重新思考旅游的发展。三个经典的旅游理论对两者之间关系作了深刻解剖:Doxey(1976)的愤怒指数理论,随着旅游的发展,旅游地居民对游客的认识和态度会经历愉快、冷淡、愤怒和反抗;Bulter(1980)的旅游地生命周期理论,旅游的发展使旅游地的演化经历了探索、参与、发展、巩固、停滞、衰落或复苏阶段;Dogan(1989)的旅游发展对居民生活和空间影响经历五种文化战略,即抵抗、逃避现实、保持边界、复兴和接受。“Tourism development”贯穿三个阶段,且词频高达70个,仅次于旅游,有较多文献从“Planning”或“Tourism planning”视角展开探索,主要目标是实现“Sustainable tourism”或“Sustainable development”。直接体现旅游影响的有三个高频关键词:Impacts、Tourism impacts、Economic impacts。从各自所在载文研究的主要内容来看,可以分为专项研究和综合研究。专项研究最集中体现在旅游的经济影响,直接反映在高频关键词“Economic impacts”。此外,对另两个高频关键词所在载文主要内容进一步分析可知,“Impacts”中直接研究经济影响的有六篇,“Tourism impacts”有三篇,其他还涉及研究就业影响、心理影响等。值得注意的是,三个词均贯穿于1986—1995年和1996—2005年,然而均未能排列在2006—2015年的高频关键词中。从这个角度来看,表明该领域研究热度减退。造成该现象,特别是经济影响成为早期研究热点的重要原因之一在于:早期西方主要国家将旅游视为一种经济现象,发展旅游意味着带来收入、外汇储备和就业机会(Xiao等,2013)。综



合研究的旅游影响主要立足于旅游目的地居民感知,从多维视角主要是四个维度,即社会、文化、经济和环境(生态)影响,透过居民感知旅游的综合影响,“Impacts”中直接研究四维度影响的有两篇,“Tourism impacts”有六篇。

旅游目的地,未见高频关键词贯穿三个阶段,呈现在两个阶段的亦只有“Destination image”,直接以目的地开头的词共有五个,从其词义及内在逻辑(主要是经营方视角)是目的地(Destination)——目的地形象(Destination image)——目的地选择(Destination choice)——目的地营销(Destination marketing)——目的地管理(Destination management)。在该链条中,服务供应的是旅游相关企业,服务需求的对象主要是旅游者,而目的地具有何种形象是旅游者选择出游地的重要依据,对其形象的塑造与营销是旅游企业的主要任务。Zhang等(2014)通过元分析探讨目的地形象与旅游者忠诚之间的关联,研究认为,对旅游者选择旅游目的地的影响由大到小分别是目的地的整体形象、认知形象和情感形象,该结论对目的地营销和目的地管理均有一定的实际参考意义。余下的三个高频关键词载文的主要内容在目的地文化传承与发展、遗产地的开发保护与管理等有较多的研究。旅游市场营销,其中“Marketing”贯穿三个阶段,“Tourism marketing”贯穿于1986—1995年和1996—2005年,“Market segmentation”横跨1986—1995年和2006—2015年,从其词义及内在逻辑(主要是经营方视角)是旅游需求(Tourism demand)——市场细分或细分(Market segmentation或Segmentation)——旅游市场营销或市场营销(Tourism marketing或Marketing),从现代市场营销战略的核心——STP战略(市场细分、目标市场选择、市场定位)来看,明确旅游需求并勾勒细分市场的轮廓,是旅游市场营销的战略的基础。

旅游接待业管理,主要体现在“Hotels”和“Hotel industry”“Hotels”贯穿于1996—2005年和2006—2015年,而上文已指出“Performance”和“Service Quality”各自有一层的意思分别为“绩效”和“服务质量”,其研究对象主要针对旅游接待业。从上文统计的各自所在载文的研究内容来看,集中在酒店业研究,其次是航空业和旅行社业。具体而言,如研究酒店业的战略集团在酒店业内与酒店业间的绩效差异,其他消费者所提供的在线评论或电

子口碑如何影响旅游者选择酒店进而影响酒店的经营绩效,对连锁酒店的生态竞争优势和经营绩效之间的关联测评等(Claver-Cortes等,2006; Nieto等,2014; Leonidou等,2015)。通过验证性因子分析对乡村旅游发展中的乡村住宿业服务质量进行评估及如何提升服务质量,基于网络分析法探讨温泉酒店中的服务质量五个维度模型如何影响顾客对服务质量的预期感知,通过结构方程模型考察对酒店员工的培训与员工服务质量的提升之间的关系等(Albacete-Saez等,2007; Hsieh等,2008; Dhar, 2015)。旅游类型,“Ecotourism”贯穿于三个阶段,其词频达55次,而“Rural tourism”和“Cultural tourism”在54个高频关键词中排名相对靠前,均在16位以内,这三个高频关键词特别是前两个主要反映的是与“城市旅游”相对的一种旅游类型,尤其注重旅游的生态性、自然性及可持续性,充分体现在同一篇文献中与这些词共同呈现的关键词主要有“Conservation”“Natural areas”“Sustainable tourism”等。如Tran & Walter(2014)认为,以社区为基础的生态旅游可视为可持续发展的一种形式,有利于提升当地的生活水平、环境的保护和文化的传承,通过以越南北部生态旅游项目为例,揭示妇女在参与当地社区生态旅游发展过程中所面临的机遇与挑战。乡村旅游作为旅游者寻找精神体验的一种重要方式,对乡村的保护、生计来源、可持续发展等方面起着重要的作用(Sharpley & Jepson, 2011; Nyau-pane & Poudel, 2012)。

(3)国外旅游研究的地理区域主要包括中国、澳大利亚、西班牙、中国香港、中国台湾、土耳其、韩国、新西兰和苏格兰。其中,澳大利亚一直是持续研究热点,“Australia”贯穿三个阶段,而“China”横跨1986—1995年和2006—2015年,其词频高达70次,排位第二(与“Tourism development”并列),主要体现在第三阶段(该阶段词频达59次,仅次于“Tourism”),且“Hong Kong”与“Taiwan”均属“China”的一个区域,可见,对中国的相关研究是近期的研究热点。上述结果与Xiao等(2006, 2013)通过研究《ATR》主题词所展示的旅游研究知识体系的主要特点之一“根据研究所聚焦的区域/国家,对北美研究的统治地位逐步让位于对欧洲、亚洲、澳大利亚和新西兰”整体是一致的。但值得探讨的问题是,对北美研究的主要国家是美国,但为何美国

(USA、United States、America) 未能位列高频关键词? 通过回溯关键词“China”所在载文及以美国为研究区域的载文,以及 Citespace 所提取的所有关键词(主要指知识图谱没呈现的非高频关键词)的分析可知,研究中国的具体旅游吸引物,如非高频关键词“胡同”“西双版纳”“甬直古镇”等,多数在关键词上也出现“China”。此外,以“Hong Kong”和“Taiwan”为关键词的部分载文亦同时出现“China”。而研究美国的具体旅游吸引物,如非高频关键词“Hawaii”“Casino”(赌场,多数文献是研究美国的拉斯维加斯)、“Florida”等,却未在关键词上同时出现“USA”“United States”“America”。

(4) 国外旅游研究的方法,“SEM”贯穿于 1996—2005 年和 2006—2015 年,“Content analysis”横跨 1986—1995 年和 2006—2015 年。从词义及词所依托的原理来看,结构方程模型主要是对资料收集、分析的方式方法,属于量化方法角度,内容分析则归属双重角度,单从该词无法直接辨别,进一步

回溯“Content analysis”所在的 19 篇载文,出现“Semiotics”“Qualitative data”“Qualitative interview”“Interpretive semiotics”“Representation”这些倾向质性方法的关键词,而从载文所运用的研究手法来看,多数倾向质性研究。为进一步较为深入了解旅游研究的主要理论与方法,本文分析图 4 知识图谱的所有关键词(共 360 个,见上文表 3 所注),提取词义能直接代表某一研究理论或方法的关键词(如表 4 所示)。可知,对旅游研究所涉及的主要学科有哲学、人类学、社会学、心理学、经济学、管理学、跨学科;主要理论有社会交换理论、服务质量理论、投入—产出理论(IOA)、表征理论、扎根理论、行动者网络理论、归因理论、需求分析理论、成本收益理论等;主要方法有内容分析、引文分析等;对资料收集及分析的主要方式方法有结构方程模型、重要性—绩效分析(IPA)、聚类分析、因子分析、组合分析、面板数据分析、层次分析法(AHP)、方差分析、主成分分析、自回归移动平均分析、典型相关分析等。

表 4 直接代表研究理论或方法的关键词

阶段	关键词
1986—2015 年	SEM ▼、Content analysis ◆、Service Quality ★◆6、IPA ▼、Social exchange theory ★◆3、Cluster analysis ▼、IOA ★◆5、representation ★◆4、Grounded theory ★◆13、Factor analysis ▼、Ethnography ★23、Conjoint analysis ▼、Network analysis ▼、Panel data ▼、Benefit-cost analysis ★◆5、Computable general equilibrium ★◆5、Data envelopment analysis ▼、Actor-network theory ★◆3、AHP ▼、Semiotics ★1、Anova ▼、Demand analysis ★◆5、Path dependence ▼、Citation analysis ◆、Principal components analysis ▼、Delphi ▼、Attribution theory ★◆46、Mythology ★7、Anthropology ★2、Paradigm ★◆7、Arima models ▼、Canonical correlation analysis ▼、Catastrophe models ▼、Contribution analysis ★◆5、Applied anthropology ★2、Archaeology ★2

注:★为旅游研究方法论,右边的数字为该方法论的起源学科或主要隶属学科,两个数字一起表示涉及两个学科,1 哲学,2 人类学,3 社会学,4 心理学,5 经济学,6 管理学,7 跨学科;◆为研究方法;▼为资料收集、分析的方式方法;★◆表示介于两者,理解为方法论下的某一理论或理论体系,右边数字表示该理论的起源学科或主要隶属学科,数字含义如上

资源来源:CiteSpace 整理分析结果

#### 四、结论启示与讨论

##### 1. 结论

本文在研究视角上,以近 30 年来《ATR》和《TM》载文的书写关键词为研究对象,籍此演绎国外旅游研究知识体系;在研究方法上,历时性与共时性交替贯穿于研究中,采用文献计量法及内容分析法,呈现旅游研究知识体系演变及共现;在研究内容上,致力于从整体上宏观上回应 Tribe & Xiao (2011)“旅游研究取得了什么?”的问题。总体而

言,研究发现:

(1) 旅游研究知识体系演变方面:通过对比旅游研究三个阶段的知识图谱节点、连线、密度、树状等,呈现点多线少密度低向点少线多密度高演变、呈现“树状分叉”向“树状交叉”演变,可知其演变呈现从宽泛到收缩,其本质是旅游研究知识体系的演变脉络逐渐清晰,研究领域在第二阶段和第三阶段逐步收缩。正如 Xiao & Smith (2005、2006) 声称:“对旅游的研究发展为一个更紧凑的结构。”对比旅游研究三个阶段高频关键词数量及词义的变化,旅

游研究知识体系呈现整体连续性优于阶段间连续性、阶段间连续性优于跨越间连续性、各阶段的连续率高于单一率,可知其演变呈现“稳中有变”“稳优于变”及“热点不再—热点演进—热点连贯”的特点。

(2)旅游研究知识体系共现方面:基于30年的高频关键词及知识图谱的关键节点,构建了国外旅游研究知识体系共现框架,包括由旅游者与目的地居民、旅游发展与影响、旅游目的地、旅游市场营销、旅游接待业管理、旅游类型所构成的旅游研究主要内容,旅游研究的地理区域和旅游研究的方法。

## 2. 启示

(1)从旅游业及旅游研究发展历程来看,中国的旅游研究始于1978年的改革开放之后,早期注重旅游的创汇创收,关注旅游所产生的经济效应,相应的研究以满足旅游发展过程中所产生的问题为主,应用性研究较为突出。2000年后,逐渐有一小部分学者转向旅游研究的理论建设,真正意义的理论研究始于最近几年(Bao等,2014)。而国外(特别是欧洲)早期对旅游研究的关注始于第二次世界大战之后,将旅游发展视为重建战后经济发展的重要手段,旅游意味着金钱、外汇储备、增加就业等,对旅游的研究集中于经济视角。进入20世纪70年代,国外学者逐渐认识到旅游不仅带来经济效应,还产生社会效应、环境效应、文化效应等,对旅游的研究呈现多学科视角(Xiao等,2013)。而创刊于1973年11月的纯旅游国际学术刊物——《ATR》,可视国外进入旅游的理论研究的重要标志。对比而言,一方面,中国旅游发展与旅游研究与国外旅游发展与旅游研究有较为明显的一致性,早期均视旅游为经济现象,注重经济效应研究,后期逐步呈现多学科视角对旅游进行研究;另一方面,相比国外,中国旅游发展与旅游研究在时间上有较明显的滞后,这体现在旅游业发展方面,中国1978年的改革开放后VS国外的第二次世界大战后,旅游研究理论建设方面,中国的2000年后VS国外的1973年后。

(2)从旅游研究的主要内容来看,吴必虎等(2001)对《旅游学刊》1986—1999年的全部载文进行研究,认为该时期国内旅游研究的重点领域是旅游目的地,包括旅游目的地的吸引物子系统、服务

子系统和设施子系统,对游客市场特别是旅游者的相关研究较为薄弱;紧接着,董晓莉等(2011)以《旅游学刊》2000—2010年载文的书写关键词为研究对象,基于关键词的频次及语义,提取出该时期国内旅游研究的八个基因词,分别是旅游、研究、分析、旅游者、市场、发展、酒店、感知,由此构建国内旅游研究的知识网络,作为国内旅游研究的热点领域。此外,Bao等(2014)对《旅游学刊》1986—2011年共5977篇载文进行主题归类,分为22个研究领域,其中,篇数/占比排名前五的是经济问题(795/13.3%)、旅游者研究(793/13.3%)、旅游影响(500/8.4%)、文化旅游(487/8.1%)、旅游目的地(429/7.2%)。对比可知,无论国内外,旅游者、旅游发展与影响、旅游目的地均为热点研究领域,在整体研究领域方面较为一致,但在具体的细分主题研究方面有一定的差异性。国外对旅游者的研究较为聚焦于“真实性”“旅游动机”“旅游体验”,而国内较为侧重“旅游者体验”“旅游者满意度”与“旅游者行为”研究。国外对旅游发展与影响除关注旅游的“经济影响”外,尤其重视旅游的“可持续发展”方面的相关研究,事实上,“经济影响”作为一个高频关键词仅出现在第一阶段、第二阶段,未能出现在2006—2015年,侧面亦反映出对该主题的相关研究热度逐步减弱,而“旅游发展”作为一个高频关键词贯穿于三个阶段,且词频仅次于“旅游”;然而国内对旅游“经济问题”的相关研究一直是较为持续的研究热点。国外对旅游目的地的研究主要立足经营方视角,较为热衷于“目的地形象”的研究;而国内较为关注旅游目的地的吸引物子系统。

(3)从旅游研究的地理区域来看,国内有13个核心关键词体现旅游研究的地理区域,其词频由高到低分别为“中国”“国外”“长三角”“珠三角”“上海”“西安”“澳门”“广州”“浙江”“香港”“苏州”“杭州”“九寨沟”(董晓莉等,2011)。从尺度在空间上的量度来看,主要反映国内对地理区域的研究偏重大、中尺度的研究,小尺度尤其是微尺度的研究相对不足。对比而言,国外旅游研究的地理区域,研究中国的高频关键词有“China”“Hong Kong”“Taiwan”,进一步回溯这三个高频关键词所在的载文,发现与其共现的关键词较多体现的是小微尺度的研究,如九寨沟生物保护圈(Jiuzhaigou biosphere reserve)、朱家角镇(Zhu Jia Jiao)、湿地公园(Wet-

land parks)、芙蓉镇(Hibiscus Town)、世界遗产地(World Heritage Sites)、胡同(Hutong)、国家森林公园(National forest parks)、锦田(Kam Tin)、瓦屋山自然保护区(Tawushan Nature Reserve)、角直古镇(Luzhi)等。侧面反映出国内旅游研究偏宏大叙事,微细精致研究不足。

(4)从旅游研究的主要方法论/方法来看,早期国内旅游研究方法以传统的定性方法为主,现代的定性方法所占的比例极小,以描述性研究为主。2005年以后,定量分析的文章逐步增加,但定量研究仍处于初级阶段,与国外有一定的差距(张宏梅、陆林,2004;依绍华,2011)。体现国内旅游研究方法的核心关键词主要有“IPA”“AHP”“因子分析法”“实证分析”“文献分析”“内容分析”“统计分析”“比较分析”,涉及的相关学科为旅游心理学、旅游地理与规划、旅游经济学、旅游营销及工商管理、旅游社会学与人类学等(董晓莉等,2011)。对比可知,国外旅游研究方法呈现丰富化与复合化,定性与定量在各阶段的交融相对突出,涉及的相关学科以社会学、人类学和经济学尤为明显。此外,在跨学科研究方面亦有较好的表现。

### 3. 讨论

首先,本文基于《ATR》和《TM》载文的书写关键词展开研究,从该视角下所收集的资料、采取的分析、呈现的结果、得出的结论,对旅游研究有一定的知识贡献。同时,研究的局限性也显而易见,正

如 Xiao & Smith(2006)对《ATR》单期刊主题词的分析所指出:“单期刊的分析限制了研究结果的普遍适用性,期刊载文的关键词和主题词也不总是完全反映文章的内容。”事实上,在人类研究发展史上,特别是对人文社会科学领域的研究,科学结论都是在一定条件下的结论,基本上不存在真正意义的“全面”研究,所研究的现象也难以实现真正意义的“穷尽性”。从这个角度来讲,在任何一篇文章甚至任何一项课题研究追求面面俱到的做法本身就是不“科学”的。其次,本文研究的指导思想是“以小见大,以大见小”的辩证哲学思想,本文的整体立论是“以小见大”,通过载文的关键词这一“小”呈现旅游研究知识体系这一“大”,正如《易经·系辞传》说:“乾以易知,坤以简能。易则易知,简则易从。”古往今来,众多易学研究者对其一层的解释可归纳为“大道至简”,用“易简”原则推演“大道运行”。本文在对所呈现出来的国外旅游研究知识体系的分析主要是“以大见小”,特别是对国外旅游研究知识体系共现框架所进行的分析,以共现框架这一“大”来阐释内容、区域、方法这一“小”。最后,对高频关键词的分类所构建的国外旅游研究知识体系共现框架,划分的界限不是绝对的,其依据主要是知识体系的内在机理、词的内在联系及词所在载文的研究内容,有些词(知识)是交叉与融合的,正如人文社会科学的不同范式是交叉与融合的,有别于自然科学不同范式的对立与互斥。

### 参考文献:

- [1] Albacete-Saez C A., Fuentes-Fuentes M M., Llorens-Montes F J. Service Quality Measurement in Rural Accommodation[J]. Annals of Tourism Research, 2007, 34, (1): 45 - 65.
- [2] Ballantyne R., Packer J., Axelsen M. Trends in Tourism Research [J]. Annals of Tourism Research, 2009, 36, (1): 149 - 152.
- [3] Bao J G., Chen G H., Ma L. Tourism Research in China: Insights from Insiders [J]. Annals of Tourism Research, 2014, 45, (1): 167 - 181.
- [4] Bederson B., Shneiderman B. The Craft of Information Visualization; Readings and Reflections [M]. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2003.
- [5] Benckendorff P. Themes and Trends in Australian and New Zealand Tourism Research: A Social Network Analysis of Citations in Two Leading Journals (1994—2007) [J]. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2009, 16, (1): 1 - 15.
- [6] Benckendorff P., Zehrer A. A network Analysis of Tourism Research [J]. Annals of Tourism Research, 2013, 43, (7): 121 - 149.
- [7] Bimonte S. The “Tragedy of Tourism Resources” as the Outcome of a Strategic Game: A New Analytical Framework [J]. Ecological Economics, 2008, (67): 457 - 464.
- [8] Bradford S C. Sources of Information on Specific Subjects [J]. Journal of Information Science, 1985, (10): 176 - 180.

- [9] Bruner E M. Transformation of Self in Tourism[J]. *Annals of Tourism Research*,1991,18,(2):238-250.
- [10] Butler R. The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution, Implications for the Management of Resources[J]. *Canadian Geographers*,1980,(24):5-12.
- [11] Chen C M. CiteSpace II; Detecting and Visualizing Emerging Trends and Transient Patterns in Scientific Literature[J]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*,2006,57,(3):359-377.
- [12] Chen C. ,Morris S. Visualizing Evolving Networks; Minimum Spanning Trees Versus Pathfinder Networks[M]. *Proceedings of IEEE Symposium on Information Visualization*, Washington:IEEE Computer Society Press,2003.
- [13] Chen C M. ,Song Il-Yeal. ,Yuan X J. ,et al. The Thematic and Citation Landscape of Data and Knowledge Engineering, (1985—2007)[J]. *Data & Knowledge Engineering*,2008,67,(2):234-259.
- [14] Chen K H. ,Guan J C. A Bibliometric Investigation of Research Performance in Emerging Nanobiopharmaceuticals[J]. *Journal of Informetrics*,2011,5,(2):233-247.
- [15] Cheng C K. ,Li X. ,Petrick J F. ,et al. An Examination of Tourism Journal Development[J]. *Tourism Management*,2011,32,(1):53-61.
- [16] Claver-Cortes E. ,Molina-Azorin J F. ,Pereira-Moliner J. Strategic Groups in the Hospitality Industry: Intergroup and Intra-group Performance Differences in Alicante, Spain[J]. *Tourism Management*,2006,27,(6):1101-1116.
- [17] Cohen E. Authenticity and Commoditization in Tourism[J]. *Annals of Tourism Research*,1998,15,(3):371-386.
- [18] Cohen E. ,Cohen S A. Authentication; Hot and Cool[J]. *Annals of Tourism Research*,2012,39,(3):1295-1314.
- [19] Dogan H Z. Forms of Adjustment; Sociocultural Impacts of Tourism [J]. *Annals of Tourism Research*,1989,16,(1):216-236.
- [20] Dhar R L. Service Quality and the Training of Employees; The Mediating Role of Organizational Commitment[J]. *Tourism Management*,2015,(46):419-430.
- [21] Doxey G V. A Causation Theory of Visitor-resident Irritants; Methodology and Research Inferences[C]. *Proceedings of the Travel Research Association 6 th Annual Conference*, San Diego, California,1975.
- [22] Dredge D. ,Jamal T. Progress in Tourism Planning and Policy; A Post-structural Perspective on Knowledge Production[J]. *Tourism Management*,2015,(51):285-297.
- [23] Guerrero D. ,Rosa G L. Scientific Domain Analysis Professional Competences[J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*,2013,(92):369-372.
- [24] Hall C M. Systems of Surveillance and Control; Commentary on “An Analysis of Institutional Contributors to Three Major Academic Tourism Journals; 1992—2001” [J]. *Tourism Management*,2005,26,(5):653-656.
- [25] Hall C M. ,Page S J. Progress in Tourism Management; From the Geography of Tourism to Geographies of Tourism-A Review [J]. *Tourism Management*,2009,30,(1):149-157.
- [26] Harwood S A. ,EI-Manstry D. The Performativity Turn in Tourism[M]. *University of Edinburgh Business School Working Paper Series*. University of Edinburgh Business School,2012.
- [27] Hsieh L F. ,Lin L H. ,Lin Y Y. A Service Quality Measurement Architecture for Hot Spring Hotels in Taiwan[J]. *Tourism Management*,2008,29,(3):429-438.
- [28] Hunt C A. ,Gao J. ,Xue L. A Visual Analysis of Trends in the Titles and Keywords of Top-ranked Tourism Journals[J]. *Current Issues in Tourism*,2014,17,(10):849-855.
- [29] Leonidou L C. ,Leonidou C N. ,Fotiadis T A. ,et al. Dynamic Capabilities Driving an Eco-based Advantage and Performance in Global Hotel Chains; The Moderating Effect of International Strategy[J]. *Tourism Management*,2015,(50):268-280.
- [30] Lin Z. ,Wu C Z. ,Hong W. Visualization Analysis of Ecological Assets/Values Research by Knowledge Mapping[J]. *Acta Ecologica Sinica*,2015,35,(5):142-154.
- [31] McKercher B. ,Law R. ,Lam T. Rating Tourism and Hospitality Journals [J]. *Tourism Management*,2006,27,(6):1235-1252.
- [32] Morar M. ,Agachi P S. Review; Important Contributions in Development and Improvement of the Heat Integration Techniques

[J]. Computers and Chemical Engineering, 2010, 34, (8) :1171 – 1179.

[33] Mustafee N. , Bessis N. , Taylor S J E. , et al. Exploring the E-science Knowledge Base through Co-citation Analysis[J]. Procedia Computer Science, 2013, (19) :586 – 593.

[34] Nieto J. , Hernández-Maestro R M. , Muñoz-Gallego P A. Marketing Decisions, Customer Reviews, and Business Performance: The Use of the Toprural Website by Spanish Rural Lodging Establishments[J]. Tourism Management, 2014, (45) :115 – 123.

[35] Nyaupane G P. , Poudel S. Application of Appreciative Inquiry in Tourism Research in Rural Communities [J]. Tourism Management, 2012, 33, (4) :978 – 987.

[36] Page S J. Current Issue in Tourism: The Evolution of Travel Medicine Research: A New Research Agenda for Tourism? [J]. Tourism Management, 2009, 30, (2) :149 – 157.

[37] Richard M D. , Sundaram D S. A Model of Lodging Repeat Choice Intentions [J]. Annals of Tourism Research, 1994, 21, (4) :745 – 755.

[38] Ross G. F. Service Quality Ideals Among Hospitality Industry Employees [J]. Tourism Management, 1994, 15, (4) :273 – 280.

[39] Sharpley R. , Jepson D. Rural Tourism: A Spiritual Experience? [J]. Annals of Tourism Research, 2011, 38, (1) :52 – 71.

[40] Shepherd R K. Why Heidegger Did Not Travel: Existential Angst, Authenticity, and Tourist Experiences [J]. Annals of Tourism Research, 2015, (52) :60 – 71.

[41] Swain M. , Brent M. , Long, V. Annals and Tourism Evolving: Indexing 25 Years of Publication [J]. Annals of Tourism Research, 1998, 25, (suppl) :991 – 1014.

[42] Tribe J. , Xiao H G. Developments in Tourism Social Science [J]. Annals of Tourism Research, 2011, 38, (1) :7 – 26.

[43] Tran L. , Walter P. Ecotourism, Gender and Development in Northern Vietnam [J]. Annals of Tourism Research, 2014, 44, (1) :116 – 130.

[44] Van Doren C S. , Heit M. Where it's at: A Content Analysis and Appraisal of the Journal of Leisure Research [J]. Journal of Leisure Research, 1973, 5, (1) :67 – 73.

[45] Van Doren C. S. , Koh Y. K. , McCahill, A. Tourism Research: a State-of-the-art Citation Analysis (1971—1990) [A]. In A. V. Seaton (Ed. ), Tourism: The state of the art [C]. Chichester: John Wiley & Sons, 1994.

[46] Wang N. Rethinking Authenticity in Tourism Experience [J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26, (2) :349 – 370.

[47] Weiner G. The Academic Journal: Has it a Future? [J]. Education Policy Analysis Archives, 2001, 9, (9) :1 – 19.

[48] Wu B H. , Xiao H G. , Dong X L, et al. Tourism Knowledge Domains: A Keyword Analysis [J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2012, 17, (4) :355 – 380.

[49] Xiao H G. , Smith S L J. The Making of Tourism Research: Insights from a Social Sciences Journal [J]. Annals of Tourism Research, 2006, 33, (2) :490 – 507.

[50] Xiao H G. , Smith S L J. Case Studies in Tourism Research: A State-of-the-art Analysis [J]. Tourism Management, 2006, 27, (5) :738 – 749.

[51] Xiao H G. , Jafari J. , Cloke P. , et al. Annals: 40-40 Vision [J]. Annals of Tourism Research, 2013, 40, (1) :352 – 385.

[52] Zhang H. , Fu X X. , Cai L P. , et al. Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta-analysis [J]. Tourism Management, 2014, 40, (2) :213 – 223.

[53] Zhang X. , Wang W G. , de Pablos P O. , et al. Mapping Development of Social Media Research through Different Disciplines: Collaborative Learning in Management and Computer Science [J]. Computers in Human Behavior, 2015, 51, (Part B) :1142 – 1153.

[54] 董晓莉, 吴必虎, 钟栋娜. 基于《旅游学刊》关键词分析的中国旅游研究知识体系解析 [J]. 北京: 旅游学刊, 2011, (8).

[55] 吴必虎, 宋治清, 邓利华. 中国旅游研究 14 年——《旅游学刊》反映的学术态势 [J]. 北京: 旅游学刊, 2001, (1).

[56] 依绍华. 旅游学科研究进展及当前研究热点领域 [J]. 北京: 旅游学刊, 2011, (5).

[57] 张宏梅, 陆林. 国内旅游研究方法的初步分析 [J]. 北京: 旅游学刊, 2004, (3).

## The Evolution and Co-occurrence of the Foreign Tourism Research Knowledge System

YU Gou-xiong

(School of Economics and Commerce, South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong, 510006, China)

**Abstract:** researching the keywords and co-occurrence words in the academic papers to deduct discipline hotspots, frontier issues and knowledge system is common practices of academic research in recent years. It has been used in various research disciplines, especially in the fields of information science, communication science and library science. It has Also made fruitful achievements. There are a few studies on the subject of keywords about domestic tourism related information, but little research on the foreign knowledge system evolution and construction.

The article sets the keywords in the 《Annals of Tourism Research》(《ATR》) and 《Tourism Management》(《TM》) as the research object from 1986 to 2015, and employs the bibliometric visualization software Citespace for statistical analysis. Combining content analysis, this article compared the evolution of tourism research knowledge system from 1986 to 1995, 1996 to 2005 and 2006 to 2015, and eventually co-occurrence the tourism research knowledge system from 1986 to 2015, taking this to deduct the foreign tourism research knowledge system. The results show: (1) Through the comparative research on the knowledge map nodes, links, density, arborescence in the three tourism research stages, we can know that the evolution is from broad to shrink; its essence is the evolution of the tourism research knowledge system is gradually clear; the research fields in the second and the third stage are gradually shrink. Tourism research knowledge system evolution presents “hotspots no longer-evolution of hotspots - hotspots coherence” characteristics, and the 13, 10, 12 single high frequency keywords in the three stages indicate the tourism research hotspots changes in a period of 10 years (hotspots no longer). The six high frequency keywords of the first and second stages and the seven high-frequency keywords of the second and third stages indicate the tourism research hotspot evolution in a period of 10 years; the nine high frequency keywords running through the three stages are the tourism research hotspots in the past 30-year (hotspots coherence).

(2) Based on the 30 years high-frequency keywords and knowledge map key nodes, We in-depth analyse the inner link of these high frequency keywords, fully consider the internal mechanism of the tourism research knowledge system, combining with the research content of published articles of these words, to construct the tourism research knowledge system co-occurrence framework, including the main research contents of tourists and destination residents, tourism development and investment, tourism destination, tourism marketing, tourism and hospitality management, tourism types, tourism research geography region and tourism research methods.

At last, the article discusses the results presented by the selection of research objects, research methods and the research in detail. First of all, based on the keywords in the published articles of 《ATR》 and 《TM》, the collected data, the adopted analysis, the presented results and the final conclusions under this perspective have certain knowledge contribution to tourism research. Secondly, the guiding ideology of the research is the dialectical philosophy thinking of “from the point one can see the plane, from the plane one can see the point”, through the “point”—keywords in the published articles to present the “plane”—tourism research knowledge system, and the analysis of the presented tourism research knowledge is mainly “from the plane one can see the point”, especially the analysis on the co-occurrence framework of knowledge system tourism research, use the “plane”—co-occurrence framework to explain the “points”—content, region, methods. Finally, the co-occurrence framework of tourism research knowledge system constructed by the classification of high frequency keywords, the divisions are not absolute, the bases are mainly the inner mechanism of the knowledge system, the inner connection of the words and the research contents of the articles, some words (knowledge) are crossing and integrating, just like the different paradigms of humanities and social science are crossing and integrating, are different from the opposition and mutual exclusion of the different paradigms of natural science.

**Key Words:** tourism research; knowledge system; evolution; co-occurrence; CiteSpace

(责任编辑:鲁言)