

【研究动态】

应用扎根理论的旅游研究：严谨性与学术贡献

——以国内外旅游管理类重要期刊学术论文为例

汪秀琼 列永莲 吴小节

【摘要】扎根理论作为旅游管理研究理论建构的重要方法,其严谨性与学术贡献之间的关系评估问题被学术界忽略。基于此,本文构建了一个包含扎根理论的严谨性和学术贡献两个方面的评估框架,利用结构性文献回顾,对国内外顶级期刊上共136篇旅游管理中使用了扎根理论的研究进行了评估。研究发现:第一,目前旅游管理研究领域扎根理论方法使用存在研究程序不规范、理论贡献不显著等问题。第二,应用扎根理论的严谨性能够提高研究的学术贡献,其中,严谨性正向影响研究理论形式和理论贡献,负向影响研究的影响力水平。

【关键词】旅游管理;扎根理论;严谨性;学术贡献;文献回顾

【作者简介】汪秀琼(1983-),女,湖北崇阳人,博士,华南理工大学旅游管理系副教授,硕士生导师,主要研究方向为旅游管理;列永莲(1996-),女,广东茂名人,华南理工大学旅游管理系2018级硕士研究生,主要研究方向为旅游管理(广州 510006);吴小节(通讯作者)(1980-),男,安徽安庆人,博士,广东工业大学管理学院副院长,教授,博士生导师,主要研究方向为企业管理(广州 510520)。

【原文出处】《旅游论坛》(桂林),2020.5.81~99

【基金项目】国家社会科学基金(20BGL032);国家自然科学基金(71402055,71872053);教育部人文社科项目(18YJAZH085,18YJAZH099);广东省自然科学基金项目(2019A1515011944);中央高校基本科研业务费专项资金项目(XYMS201907)。

0 引言

旅游管理研究应当对旅游学科发展做出学术贡献。《“十三五”旅游业发展规划》对当前形势做出了“黄金发展期、结构调整期和矛盾凸显期”的基本判断。新时代发展中国旅游业所面临的新矛盾、新问题、新现象,特别是关于“旅游发展为什么?旅游发展依靠什么?如何保持旅游业的可持续发展?”等一系列重大现实问题的系统回答,都亟须系统发展旅游理论^{[1][11]}。同时,目前旅游理论研究处于前范式阶段^{[2][7]},在研究路径上表现出明显的多学科渗透特点^{[3][23]},未形成自己的研究范式与概念体系^{[4][16]}。因此,无论是从指导实践还是成为独立学科的要求来说,旅游管理研究必须要有更多更高层次的理论产出^{[5][25]}

和学术贡献。

但实际上,在旅游管理学术繁荣的背后却存在着理论建构乏力的问题^{[1][13]}。近年来,中国旅游管理学术界中借鉴其他学科理论视角研究旅游现象的文献大规模增长,初步形成了经验研究^[6]。但有理论建树的文献不多^{[7][5]},大量研究止步于描述旅游现象“是什么”(what)、根据主观分析给出建议的层次,无法解释“怎么样”(how)和“为什么”(why)的问题,难以满足知识储备和生产的需要,并未做出高层次的学术贡献。不同于管理学、社会学等发展成熟的学科,旅游学还处于一个不断积累、广泛吸收的阶段^{[8][10]},基础理论领域有分量的系统研究成果还不够多^{[1][13]},研究规范方面的不足导致研究成果之间难以比较、评估和

交流^[97]。可见,方法论的缺失制约着旅游管理研究的发展,保继刚教授认为,研究规范的建立是旅游研究要取得进步的重要前提,如果不转换研究观念,重视学术规范,那么未来除了在研究数量上有所增长,旅游管理研究或难取得长足的进步^[97]。

高层次的学术贡献需求和理论建构乏力的现实之间的矛盾,要求旅游管理学者不断探索理论建构的有效方法。在旅游管理研究的早期,提出构念和发展理论的时候要使用归纳法,定性研究是必要并合适的研究工具^[10658]。而在西方主流学界采用的诸多定性研究方法中,扎根理论解决了传统定性研究工具严谨性不足、过程不透明、研究结论带有主观性等问题,被认为是社会学五大传统研究方法中比较适于进行理论建构的科学方法^[111338]。因此,这一研究方法也得到了越来越多旅游研究者的关注^[12]。国外学者已经利用扎根理论在多个领域开展研究并取得成果,近十年来国内学者日益将扎根理论引进心理学、社会学等多个学科领域^[13]。如今,扎根理论也广泛应用于旅游管理研究中,如旅游保险发展影响因素研究^[14]、外国游客感知视角的我国入境旅游不足^[15]、文学旅游的审美消费^[16]、在线旅游服务提供者的顾客需求知识^[17]等。

然而,就笔者所知,旅游学者所从事的扎根理论研究,存在三个问题需要厘清:(1)从研究过程看,方法规范性是扎根理论的一大特点,但一些研究在使用该方法时却出现了研究过程不严谨、过程描述不清晰、操作的可复制性不强等问题^[181275]。(2)从研究成果看,扎根理论的目标是发展理论,但许多研究并没有达成这个目标,这种现象值得反思,前期不够严谨的操作过程与后期理论建构的失败是否存在联系?(3)许多扎根理论研究者都声称其所从事的研究做出了重要的学术贡献,但实际上这些研究成果却甚少得到学界的关注。随着扎根理论研究数量的不断增长,其实际的理论贡献和学术影响力如何并不明确,旅游管理扎根理论研究是否会和管理研究一样陷入文章数量多而影响力不足的矛盾当中^[19129-130]?总之,这些问题的解决,一个重要的前提是亟须对扎根理论研究的严谨性与学术贡献之间的关系进行评估。

就旅游管理扎根理论研究而言,这一问题是被

忽视的。目前国内对扎根理论研究的梳理较多地聚焦在公共管理领域,旅游管理领域缺乏对扎根理论研究的梳理,仅有的一些文献综述关注的焦点十分有限,缺乏明确的选择和评判标准,难以把握扎根理论的使用情况。就笔者所知,目前旅游管理研究领域仅发现两篇简单梳理扎根理论研究的的文章,它们只关注我国旅游管理扎根理论研究的主题分布和不足之处。在国外,对扎根理论研究状况的梳理,主要在医护研究领域,针对旅游管理领域的梳理同样较少。比如,马托奇(Matteucci)在解读旅游研究中的扎根理论时,仅对旅游研究中不同扎根理论流派的使用情况进行了描述性的分析。斯汤夫(Stumpf)则关注扎根理论研究的理论成果,而且聚焦于一个更加细致的研究领域——可持续旅游。

基于此,本研究将采用更为严谨的结构化文献回顾方法(Structured Literature Review, SLR),综合国内外具有代表性的顶级旅游期刊,建立一个全面的明确的框架对扎根理论研究的规范性和学术贡献进行评估,探讨旅游管理扎根理论研究中的程序严谨性和学术贡献的关系,在此基础上,简要提出对今后国内旅游管理学术研究的启示。

1 分析框架

1.1 扎根理论概述与应用程序

扎根理论是1967年由格拉斯和斯特劳斯(Glaser & Strauss)提出的一种质性研究方法,其主要宗旨是基于数据资料层层分析发展理论,尤其适用于对微观的和以行动为导向的社会互动过程的探索^[20-22]。具体来说,这是一种由下而上发展中层理论的研究方法,即根据系统收集的资料抽象出能够反映社会现象的核心构念,寻找构念间的关系从而建构相关的社会理论^[23]。

根据现有的研究方法文献,扎根理论存在着3个主要流派。由于流派间存在差异和学者的选择偏好,扎根理论方法在旅游管理研究领域并没有形成统一的操作范式。维舍(Wiesche)糅合扎根理论的三大学派总结出9大程序,即先验理论的作用(role of prior theory)、开放性编码、主轴编码、选择性编码、理论编码、典范模型、备忘录、理论抽样、不断比较^[24688]。鉴于“理论饱和”是扎根理论研究中的一个关键步骤

以及许多中国学者都使用了“故事线”这一辅助识别核心范畴的工具,本文在维舍的基础上添加了理论饱和以及故事线两个程序。

维舍基于数据的角度将9大程序分为数据采集和数据分析两大功用,以先验理论的作用和理论抽样指导数据收集^{[24]688},其余程序则负责数据分析。本文则基于各程序在研究过程中所扮演的角色将11个程序分成三个程序组,即核心程序、编码程序和辅助程序(见图1)。

(1)核心程序包括理论抽样、不断比较和理论饱和;

(2)编码程序包括开放性编码、主轴编码、选择性编码和理论编码;

(3)辅助程序则包括先验理论的作用、典范模型、备忘录和故事线;其中先验理论指导着初始数据的收集,典范模型在主轴编码中起着重要作用,备忘录整理和故事线都是帮助选择性编码的工具。

同时,参考维舍等的做法,本文将使用了两个及以上核心程序和任意编码程序视为对扎根理论方法的全部运用。本文认为全部运用了扎根理论方法的研究比其他部分运用扎根理论方法的研究更能掌握扎根理论方法的核心要义,操作过程更为严谨。

1.2 学术贡献的评估标准

这一部分主要通过考量旅游管理中应用了扎根理论的研究其理论成果表现形式、对发展旅游管理理论的贡献程度和理论成果的影响力来评判其学术贡献。

首先,根据维舍等人的做法,将理论成果的表现形式分为深度描述(rich description)、模型(model)和理论(theory)。深度描述是对所观察到的现象进行并不抽象的叙述,这并不意味着不好的结果,因为描述同样可以揭露那些令人激动、能够指引未来研究和理论化方向的经验模式,那些重要但未曾探索过的现象经过描述之后可以促进理论的发展^{[24]687, [25]1350}。模型是一系列抽象变量的定义以及它们之间的关系,但是缺少对这种关系的解释说明^{[24]687}。理论的内容则更加丰富,包括现象的描述、变量的定义、变量间的关系和对关系的说明以及理论适用的边界^{[24]687}。一个强大的理论(strong theory)能够解释潜在的现象以便理解特定事件发生和不发生的原因^{[26]378}。

其次,科尔奎特(Colquitt)等提出从理论构建和理论检验这两个维度定量评估实证研究的理论贡献^[27]。其中,理论检验维度更适合定量研究^[28],而扎根理论的主要目的是开发中层理论,理论构建维度基本适用于扎根理论研究。因此本文借鉴科尔奎特

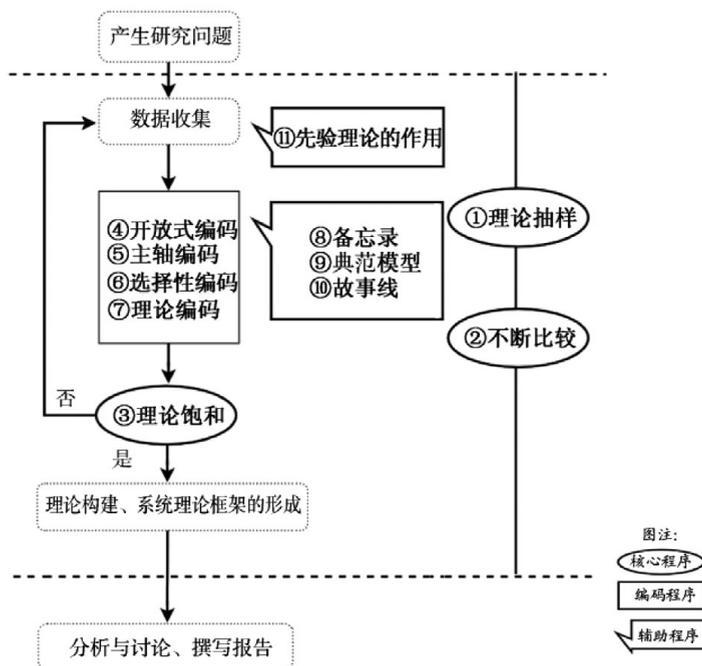


图1 扎根理论方法操作程序

(Colquitt)等的研究成果,根据应用了扎根理论的旅游管理研究的理论构建程度将其理论贡献划分为五个层次,从低到高分别是:

(1)对以往解释过的效应重复检验。无论是研究者试图如出一辙地复制现有研究做法,或基于原有研究提出一个避免模仿、更为严格的检验,这些研究都并没有给出新的概念,也没有提出原创性的关系。

(2)考察早期构建的理论的影响。与重复性研究一样,这些研究并未为现有的理论思想添砖加瓦,但却开辟了理论驱动型研究的重要新途径。它们更多的是对已经提出的命题进行检验,只有如此,该理论才会更有望成为未来研究的焦点。

(3)在现有的关系或过程中引入新的中介(作用机制)或调节变量(情境因素)。

(4)对先前尚未研究过的关系或过程进行探讨。

(5)引入新的构念,或是显著重构了现有构念^{[27][153]}。

最后,对于一个研究的影响力,本文则使用被引数来测量。这是因为被引频次可以客观地反映研究成果被运用和重视的程度,及其在学术交流中的作用和地位,是文献计量学中测量一项研究学术影响力的关键指标^{[29][41]}。为了避免发表年份对被引数的影响以及与经典议题、热门议题比较,本文仅统计CSSCI期刊上与样本文献同议题且同年发表的非扎根理论文章的篇均被引数。在此基础上,本文不仅对比了扎根理论研究和同议题同年非扎根文章的影响力高低情况,更具体考虑了扎根理论研究的影响力在多大程度上高于或低于同议题同年非扎根文章的平均水平。在这个过程中,考虑到被引数差值作为一个绝对数值会受到期刊的影响因子和发表年份的影响,难以跨期刊和年份进行比较,因此本文考虑通过将绝对数转化为相对数的方法来了解总体情况。本文通过将样本文献被引数与同议题同年非扎根文章篇均被引数之间的差值和同议题同年非扎根文章篇均被引数进行对比,得到一个相对数值,将这个数值命名为影响力指数,具体的计算公式如下:

影响力指数=

$$\frac{\text{样本文献被引数} - \text{同议题同年非扎根文章篇均被引数}}{\text{同议题同年非扎根文章篇均被引数}}$$

如此一来,扎根理论研究的影响力与同议题同

年非扎根文章平均水平的高低就一目了然了,甚至还可以通过影响力指数的数值大小来判断扎根理论研究的影响力在多大程度上高于或低于同议题同年非扎根文章平均水平。在计算出的结果中,若影响力指数大于0则表明该文章的影响力水平高于同议题同年非扎根文章的平均影响力水平;若影响力指数等于0,则与平均水平持平;若结果小于0,则表示该文章影响力水平低于平均水平。

2 研究设计

为了提高文献回顾的科学性和有效性,本文采用阿格斯蒂尼和诺赛拉(Agostini & Nosella)和丹尼斯(Danese)等描述的结构化文献回顾方法^[30-31]。作为一种严谨透明的文献分析工具,SLR方法日益获得了学者们的注意和认可,在不同研究主题的文献回顾中被运用^{[31][58]}。相较其他传统的非结构性文献回顾方法,SLR主要在两个方面存在优势:其一,文献回顾过程可复制性强、规范、透明,能够减少文献回顾过程中的主观偏差和失误,确保研究成果的客观性和有效性;其二,SLR可以对特定领域的现有研究进行整合,为实践者和学术研究者提供该领域现有的知识体系^{[31][58]}。本文认为SLR方法更符合本文的研究目的,由此选择SLR作为本文文献回顾的方法,并根据特菲尔德(Tranfield)等和丹尼斯等提出的SLR步骤来开展本文的研究^[31-32]。研究设计过程如下页图2所示。

2.1 确定研究问题

本研究主要探索的问题是旅游管理中扎根理论研究的程序使用严谨性及其学术贡献之间存在着何种关系。本文的主要目的是通过系统评估国内外旅游管理领域应用了扎根理论的研究,识别和明晰该方法在旅游管理领域的应用现状,发现现有研究的不足,并为该领域未来的研究方向提供建议和参考。

2.2 构建研究框架

如上所述,本文的目的是探讨旅游管理研究中的程序严谨性和学术贡献的关系,因此本研究构建了一个评估扎根理论使用规范性的框架,主要从程序规范性以及学术贡献两个方面分析样本文献。

2.3 选择研究范围和样本收集

在国内期刊的选择上,本文主要选择CSSCI收录的旅游类期刊作为国内文献期刊来源(即《旅游学

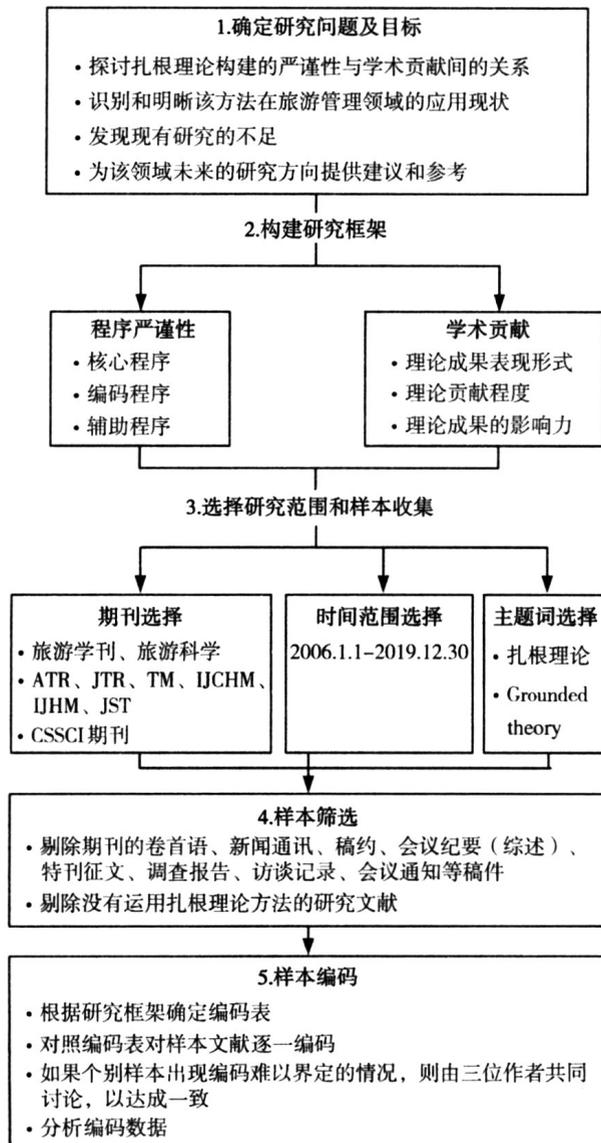


图2 研究设计过程

刊》和《旅游科学》),这是因为CSSCI收录期刊能较好地代表目前旅游管理研究的最高水平。在国外期刊选择上,本文主要根据SSCI收录期刊以及ABS期刊目录,从中选择了ABS期刊3星级以上的SSCI期刊作为标准,最后得到Annals of Tourism Research、Journal of Travel Research、Tourism Management、International Journal of Contemporary Hospitality Management、International Journal of Hospitality Management、Journal of Sustainable Tourism等6种海外期刊作为来源期刊。此外,由于旅游管理和管理学存在交叉,一些管理类期刊上也会发表旅游管理文章,本文还纳入了CSSCI期刊

中发表的与旅游管理相关的扎根理论研究作为样本。

由于选定的《旅游学刊》和《旅游科学》最早刊登扎根理论研究文章的时间均是2007年,为了更好地进行国内外对比,本文将遴选文献的时间范围固定于2006年1月1日-2019年12月30日,以便掌握十余年旅游管理扎根理论研究最新的发展情况。

收集样本时主要依靠关键词搜索。在中国学术期刊网络出版总库(CNKI)和Web of Science期刊数据库的专业检索模式下,以“扎根理论”或“grounded theory”作为关键词,对8种期刊逐一检索;此外,使用“旅游”和“扎根理论”作为关键词,对CSSCI期刊进行检索。

2.4 样本筛选

文献检索获得的样本文献,仍可能存在不符合研究目的文献。因此,需对初始样本仔细地人工筛选。具体的筛选标准为:第一,剔除期刊的卷首语、新闻通讯、稿约、会议纪要(综述)、特刊征文、调查报告、访谈记录、会议通知等稿件;第二,剔除没有运用扎根理论方法的研究文献。首先,根据标题和摘要剔除非学术研究文献样本和非扎根理论研究的文章;如果仅靠标题和文献不能判断的话,则通读文献正文的研究设计部分来判断是否保留。最后得到了136篇文献作为研究样本(见表1)。由表1可知,旅游管理中的扎根理论研究数量基本上呈旋转上升的趋势,到2019年已达22篇,可见扎根理论研究方法正在受到学术界越来越多的关注。

2.5 样本编码

根据本文的研究框架确定编码表。编码表主要包括三个部分:文献基本信息、程序严谨性和学术贡献。程序严谨性方面主要对样本文献使用了何种扎根理论操作程序进行编码,学术贡献方面主要对样本文献研究成果的理论形式、理论贡献层次、被引数、同议题同年非扎根文章篇均被引数进行编码记

录。其中,对样本研究成果的理论形式进行打分,发展了深度描述打1分,模型打2分,理论打3分;理论贡献层次也按照前文确定的5个级别从低到高分别打1~5分。此外,还对样本的基本信息例如发表期刊、发表年份、作者、研究问题、主要结论等逐一编码。如果个别样本出现编码难以界定的情况,则由三位作者共同讨论,以达成一致。最后,分析编码数据。

3 研究结果

3.1 描述性统计

3.1.1 程序严谨性

在136篇样本文献中,10篇(7.35%)使用了经典的扎根理论,87篇(63.97%)使用了程序化扎根理论,22篇(16.18%)使用了建构主义扎根理论,余下的17篇文章(12.5%)并未提及或是无法判断所使用的扎根理论流派。程序化扎根理论的使用率达到一半以上,可见其在旅游管理领域扎根理论研究者中的影响力,这得益于斯特劳斯和科宾(Corbin)对程序的详细定义,大大提高了研究的操作性和明确性,大部分的中国研究者都较为偏爱这一学派的扎根理论方法。

表2统计了样本文献中各个程序的使用情况,三个核心程序即理论抽样、不断比较和理论饱和的使

表1 最终样本分布

期刊名称	合计	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
旅游科学	11	0	0	0	1	0	1	1	4	1	0	1	1	1
旅游学刊	36	1	0	1	1	2	3	2	3	5	5	2	6	5
ATR	13	0	1	0	0	3	1	2	1	1	2	1	1	0
IJCHM	6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	2	1
IJHM	11	0	0	2	1	1	0	2	1	0	1	0	1	1
JST	9	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	0	1	2
JTR	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
TM	9	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	2	1
CSSCI	41	0	0	0	0	0	0	1	5	4	6	10	4	11
合计	136	2	1	3	4	8	7	8	16	12	17	17	19	22

注:ATR为Annals of Tourism Research的缩写,IJCHM为International Journal of Contemporary Hospitality Management的缩写,IJHM为International Journal of Hospitality Management的缩写,JST为Journal of Sustainable Tourism的缩写,JTR为Journal of Travel Research的缩写,TM为Tourism Management的缩写,CSSCI指除《旅游学刊》和《旅游科学》外其余CSSCI期刊。

表2 各程序的使用情况

程序	核心程序			编码程序				辅助程序			
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
数量	40	46	56	119	99	101	21	16	25	22	106
占比/%	29.4	33.8	41.2	87.5	72.8	74.3	15.4	11.8	18.4	16.2	78

注:表中序号与图1所示的操作程序对应。

用率逐渐升高,分别为29.4%、33.8%和41.2%,但相对于编码程序最高87.5%的使用率来说,处于不被重视的地位。而开放性编码(87.5%)、主轴编码(72.8%)、选择性编码(74.3%)能有如此高的使用率,与程序化扎根理论的普及不无关系。辅助程序(备忘录、典范模型、故事线)的使用率则偏低,但先验理论的运用率达到了78%。这是因为初始阶段数据收集需要先验理论的指导,否则研究将无从开展,陷入一筹莫展的状态。

如果将使用了两个及以上核心程序和任意编码程序视为对扎根理论方法的全部运用,只使用了一个或未使用核心程序和未使用编码程序则视为对扎根理论的部分运用,那么在本次研究中共有45篇文章(33.09%)全部运用了扎根理论方法,其余2/3的文章均未表现出对扎根理论核心程序的足够重视。相对于程序化扎根理论编码程序70%以上的运用率,核心程序使用率和全部运用率处于偏低的状态。一系列数字表明,虽然扎根理论方法得到旅游管理研究界越来越多的重视,但是研究者们更侧重于对编码程序的规范使用,而忽略了扎根理论方法的核心本质。

3.1.2 理论形式

在136篇样本文献中,只有38篇(27.94%)发展了理论,57篇(41.91%)文章对研究对象进行了深度描述,39篇(28.68%)文章发展了模型,余下的2篇文章(1.47%)各构建了一个测评量表。由此可见,旅游管理研究领域能够发展出理论的扎根理论研究并不多,一些研究发现了变量间关系而未挖掘出背后的作用机制,也有一些研究其目标定位于某个问题

的因素识别,错过了建立理论的机会。

3.1.3 理论贡献

本研究主要从发展“新”理论的角度考量样本文献研究结果的理论贡献程度,在136篇样本文献中,只有1篇进行了有益的重复研究,使用了更先进的研究方法——扎根理论;5篇文献在评价扎根理论研究后发现研究结果与先前理论保持一致;95篇在现有理论的基础上添加了新的内容,其中75篇都是在原有研究的基础上利用新情境或新视角做出理论贡献;40篇研究了尚未探寻的关系或过程,例如虚拟社区“结伴旅行”^[33]、打工度假旅游者身份认同^[34]等;5篇构建了新构念,例如幻影目的地^[35]等。

3.1.4 影响力

由图3可知,扎根理论研究的影响力密集围绕在平均水平上下,78篇文章的影响力指数值都在-1到1的范围内。将近一半研究(59篇)的影响力低于平均水平,31篇研究略高于平均水平,39篇研究的影响力高于平均水平一倍以上,其中更有4篇文章的影响力指数大于6。这些数字表明,大部分扎根理论研究都具有较好的影响力表现,甚至一些样本的极高影响力水平应能使旅游研究者感到欣慰,但是仍有较大的进步空间。

3.1.5 主要研究内容

张敏等以4876篇文献为数据样本,在对国际旅游学科知识体系的研究主题和研究趋势分析的基础上全面梳理了国际旅游学科研究领域的知识体系框架。该框架提出了旅游研究的6个分支,分别是旅游主体、旅游主体行为、旅游目的地、旅游市场与环境、旅游效应和旅游文献综述^[36]。本文根据该框架梳理

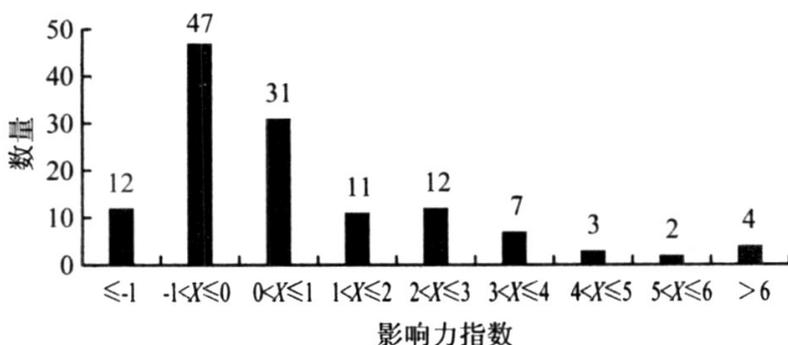


图3 扎根理论研究的影响力分布

注:7篇样本的同议题同年非扎根文章均被引数为0,无法计算影响力指数,本文未将其纳入影响力分布统计。

了样本文献研究内容(见表3),除上述五大研究分支(不包括综述研究)外,本文发现还存在旅游供给方这一研究分支,其研究对象主要是旅游企业和旅游工作者。

王璐和高鹏提出了扎根理论在管理学中理论建构的两种情境:一种是对过去的事件按照发生时间进行排序和分析,探讨各种事件的发展阶段以及不同事件之间的因果关系的纵向理论建构;另一种是探讨未完全明确或未得到广泛认同的概念的内涵与外延的横向理论建构,适用于考察以往研究存在争议或者没有研究先例的特定问题^{[117]12-13}。贾哲敏在此基础上提出了适合应用扎根理论的四类问题:因素识别类、解读过程类、不易掌握的问题和对新生事物的探索^[118],本文在分析编码时发现旅游管理中运用扎根理论的研究问题恰好能够对应这四类问题。

因素识别类。上述几大研究分支中都存在着大量与因素识别有关的议题。例如何月美等研究了中国游客赴马来西亚的安全感知问题,发现影响游客安全感知的因素从高到低依次为管理因素、个人因素、环境因素、设备因素^[41]。姚丽芬等通过对访谈数据进行扎根分析后发现,游客特征、游客环境态度、游客对景区的情感、游客习惯、社会因素、促进性条件等因素对游客环保行为起着主导作用^[55]。高静等在旅游者一目的地品牌关系研究中发现,形成旅游者一目的地品牌关系的主要因素有消费情境、目的地认知形象、目的地个性和旅游者感知价值^[61]。

过程解读类。这是纵向理论建构中相对深入的研究类型,往往与事物如何形成、转变或影响其他事物的路径和机制相关。例如邹永广等将“驴友”旅游的整个过程作为主线,深入剖析了“驴友”在旅游各

表3 研究内容梳理

分支	主要研究内容
旅游者	游客感知,包括对幸福感 ^[37] 、旅游“非营利”理念 ^[38] 、风力农场 ^[39] 、遗产旅游地 ^[40] 、旅游安全 ^[41] 、风险 ^[42] 的感知以及负面感知 ^[43,15]
	旅游动机,例如银发旅游动机 ^[44] 、草根博客对旅游者出游意愿的影响 ^[45]
	身份认同,例如成为背包客 ^[46] 和有机农场自愿工作者的意义 ^[47] 、打工度假旅游者的流动性实践及身份认同建构 ^[48]
旅游者行为	旅游前,例如收集和在线信息 ^[48-49] 、虚拟社区“结伴旅行” ^[33] 、购买旅游保险 ^[44] 、如何收拾行囊 ^[50]
	旅游时,包括身体的使用形式 ^[51] 、目的地餐饮消费 ^[52] 、女性非商业化性行为 ^[53] 、环保行为 ^[54-55] 、不文明行为 ^[56] 、顾客间互动 ^[57] 、主客交往 ^[58] 、冒险行为 ^[59] 、唤醒负面体验及其策略性行为 ^[60]
目的地	目的地品牌,如旅游者-目的地品牌关系 ^[61] 、品牌资产结构维度 ^[62]
	目的地形象 ^[63] ,包括目的地意象 ^[64] 、旅游形象视频 ^[65] 、网络舆情对旅游地形象传播影响 ^[66] 、目的地形象认知过程 ^[67]
	目的地建设,如旅游城市化 ^[68] 、旅游业与演艺业融合路径 ^[69] 、精益服务模式 ^[70]
	目的地居民 ^[71] ,如原住民研究 ^[72] 、民族社区旅游精英 ^[73]
市场与环境	市场营销,包括政府旅游公共营销 ^[3] 、负面报道 ^[74] 、节事吸引力 ^[75] 、故事营销 ^[76] 、旅游口号 ^[77]
	市场开发,如大尺度旅游线路设计 ^[78] 、老城区旅游开发 ^[79]
	政策环境,如旅游政策制定 ^[35] 、可持续性旅游政策 ^[80] 、游客性健康教育 ^[81] 、精准帮扶 ^[82] 、乡村旅游 ^[83-84]
	社会文化环境,如俱乐部文化与仪式化行为 ^[85] 、企业社会责任 ^[86] 、企业诚信 ^[87]
	产业环境,如旅游市场秩序 ^[88]
	旅游可持续发展 ^[89] ,包括酒店生态创新 ^[90] 、生态管理 ^[91]
旅游效应	旅游评价,如旅游交易网站消费者评价 ^[92] 、满意度评价 ^[93] 、影响因素研究 ^[94]
	旅游体验,如提升幸福感 ^[95] 、真实性 ^[96] 、难忘的旅游经历 ^[97] 、具身体验 ^[98] 、情感体验 ^[99]
	宏观效应,如严重自然灾害后灾害景区对非灾害景区波及效应 ^[100] 、旅游杠杆策略的影响 ^[101]
其他	旅游企业,如企业顾客需求知识 ^[17] 、企业成长路径 ^[102] 、展览企业部门协作 ^[103] 、劳资冲突 ^[104] 、酒店蓝海战略 ^[105] 、企业投资 ^[106]
	旅游工作者,如旅行社经理人工作倦怠 ^[107] 、服务员工作经验与表演 ^[108] 、工作生活质量 ^[109] 、工作场所趣味性 ^[110] 、女性客房服务员对五星级酒店操作运营等级结构的认知 ^[111] 、年经酒店经理人离职原因和过程 ^[112] 、情感劳动 ^[113] 、酒店员工对不良管理者的评价 ^[114]
	旅游概念,如旅游的本质 ^[115] 、慢旅行 ^[116]

个阶段的安全事故的形成机理^[119]。罗秋菊等对我国民营会展企业的实地调研发现,该公司的成长路径为“先收后放,柔道运势”,不同发展阶段其成长影响因素不尽相同^[102]。

不易掌握的问题。对于情况盘根错节、研究对象接触难度大或具有争议性、数据搜集困难、所涉因素或关系过多的问题,通过扎根理论进行“步步扎根”可能是最为合适的做法^{[118]92}。如张朝枝等所探讨的“旅游是什么”,作为旅游学最基础问题被讨论已久,学术界仍然没有形成共识,作者通过扎根分析后提出,旅游的核心构成是时间、空间与体验,旅游的本质动机包括放松、体验、猎奇、享乐、社交与审美^[115]。又如旅游目的地品牌资产结构维度这一问题,已有学者借鉴阿卡尔(Aaker)和克勒(Keller)的品牌资产理论展开了探索性研究,但所得结论难以统一,因此苑炳慧等借助扎根理论,确定了旅游目的地品牌资产结构的6个维度^[62]。

新生事物的探索。一系列新生事物和现象在日新月异的社会发展中被催生,为旅游管理提供了新的研究机遇。例如“慢旅行”(Slow Travel)作为一个日益流行的概念,描述了一种不同于当代主流旅游的度假方式,但几乎没有人试图以任何具体的方式对其进行定义,而被广泛地描述为非航空旅行,因此卡姆斯通(Lumsdon)等利用程序化扎根理论,提出了慢旅行的操作定义,并提出了一个初步的概念框架^[116]。而随着互联网的不断发展,旅游管理领域出现了越来越多与此相关的研究议题,比如酒店通过闪购网站分销客房的优缺点和绩效衡量^[120]、旅游虚拟社区“结伴旅行”^[133]、顾客如何感知和使用在线评论^[48]等。

3.2 严谨性与学术贡献

3.2.1 严谨性与理论形式

瓦尔德-沃尔夫威茨(Wald-Wolfowitz)游程检验和莫赛斯(Moses)极端反应的非参数检验均表明,全部运用和部分运用扎根理论方法的研究在其理论形式得分上存在显著差异($P=0.000$)。由图4可知,随着程序使用数量的增加,理论形式平均得分有所提高,表明在扎根理论操作程序的应用越严谨,越可能得出高层次的理论形式。

运用SPSS 22进行的简单回归分析也表明,对扎根理论的全部运用相对于部分运用能够使理论形式得分提高0.253分($P=0.106$),程序使用总数的每单位增长平均会使每篇论文的理论形式得分提高0.099分($P=0.013$)。其中,编码程序使用数量对理论形式得分具有显著影响($\beta=0.215, P=0.004$),而核心程序使用数量对理论形式得分的影响并未得到证实($P=0.173$)。但实际上,理论抽样、不断比较等核心程序指导着扎根研究的全过程,相对编码程序而言更为隐秘,如果研究者不在文章中特意声明遵循了理论抽样、不断比较、理论饱和的准则,编码者就难以捕获真实的核心程序使用情况,导致数据失真;而大部分研究者都乐于使用编码阶段演示研究是如何推进的,因此本文在捕捉编码程序使用情况时也会更准确,回归结果更容易显著。

3.2.2 严谨性与理论贡献

独立样本T检验表明,全部运用和部分运用扎根理论方法的研究在其理论贡献得分上存在显著差异($P=0.011$);进一步的简单回归分析表明,对扎根理论的全部运用相对于部分运用能够使每篇论文的理论

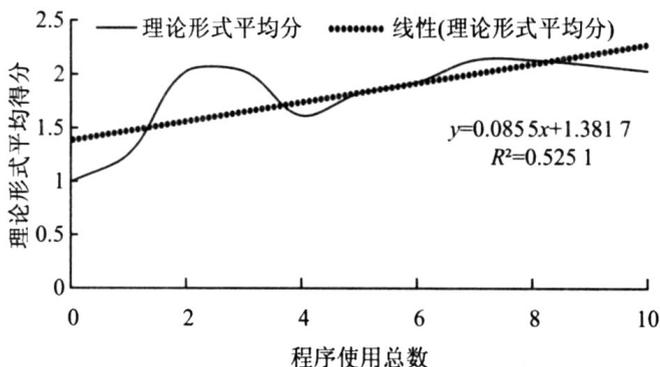


图4 严谨性与理论形式

论贡献得分提高0.202分($P=0.071$)。如图5所示,程序使用总数和理论贡献平均分之间存在倒U形关系,但程序使用总数、核心程序使用数和编码程序使用数对理论贡献得分的线性回归和曲线估计系数均不显著。以上数据表明,对扎根理论的全部运用有助于提高理论贡献,而不是单纯地增加操作程序。

但实际上,研究成果的理论贡献程度可能也会受到研究目的和研究者的理论敏感性的影响。如果学者在研究开始之前就已经确定其研究目的是对前人已经研究过但存在争议的问题进行整合研究,或者填补目前理论体系中存在的某些GAP,那么通常其对于旅游管理理论发展的贡献一般处于第一到第三个层次;而想要达到更高层次的理论贡献,则需要研究者本身具备坚实的理论知识基础和高度的理论敏感性。

3.2.3 严谨性与影响力

独立样本T检验表明,全部运用和部分运用扎根理论方法的研究在其影响力得分上存在显著差异($P=0.083$);但从简单回归分析的结果来看,是否全部

运用、程序使用总数、核心程序使用数量和编码程序使用数量对影响力指数的影响均未达到显著水平。考虑到期刊影响因子、作者影响力、已发表时长等可能对影响力指数产生的影响,为此本文进一步收集了样本的期刊影响因子、第一作者发文量等数据(见图6)。在对以上变量进行控制之后,是否全部运用扎根理论对影响力指数的影响达到了显著水平($P=0.061$),结果却表明,对扎根理论的全部运用相对于部分运用使每篇论文的影响力指数降低0.903,与程序使用总数和平均影响力所呈现的负向线性关系一致。随着扎根理论研究严谨性的逐步加强,但研究的影响力却相对下降,扎根理论方法相对于其他研究方法的优势难以凸显,这一现象值得引起学术界的注意和反思。

3.2.4 严谨性与学术贡献

本文提出通过理论形式、理论贡献和学术影响力三个方面衡量学术贡献,为了得到综合的学术贡献值,需要确定三个指标各自的权重。常见的指标赋值方法有德尔菲法、层次分析法、极差最大化法、

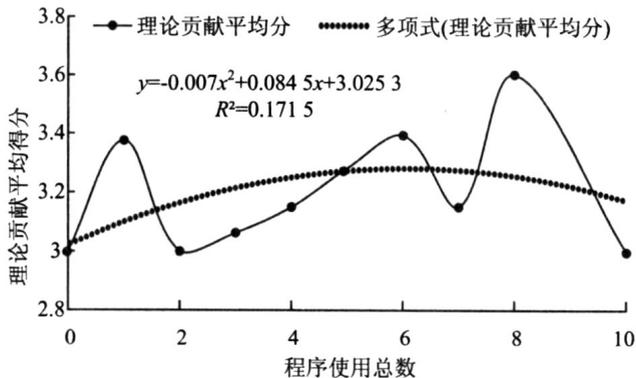


图5 严谨性与理论贡献

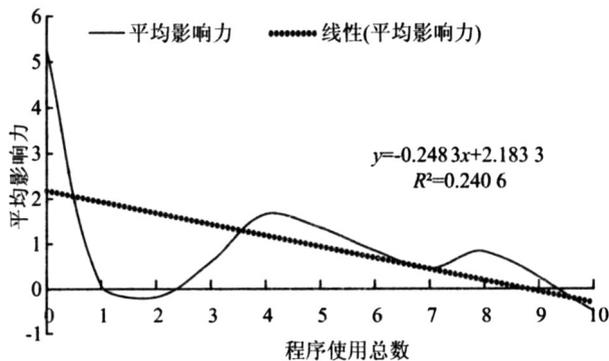


图6 严谨性与学术影响力

均方差法、主成分分析法和熵权法等,其中常用的主成分分析法有着严格的条件限制,在进行KMO检验和巴特勒特(Bartlett)球度检验后发现本文并不适用主成分分析法,而由于学术影响力指标存在负值,在求熵值的过程中无法取对数,本文也不适用熵权法。根据王爱平等的研究成果,伴随着指标个数的减少,上述方法对评价指标的区分度显示出明显的一致性^[12]。因此本文选择较为熟悉的均方差法为指标赋值,从而计算出学术贡献值,具体公式如下,其中, Y 表示学术贡献, X_1 表示理论形式, X_2 表示理论贡献, X_3 表示学术影响力。

$$Y=0.61X_1+0.22X_2+0.17X_3$$

如图7所示,程序使用总数和平均学术贡献存在着微弱的线性关系。同时,全部运用扎根理论的研究其平均学术贡献(2.06)也略高于部分运用扎根理论的研究(1.98)。简单线性回归发现,程序使用总数的增加能够在一定程度上提高学术贡献($\beta=0.067$, $P=0.047$)。本文进一步发现,当只部分运用扎根理论时,增加程序使用总数能够稍微提高学术贡献($\beta=0.086$, $P=0.098$),而当全部运用扎根理论后,回归则无法显著,意味着程序使用总数的增加对于学术贡献的提高并无帮助($P=0.604$)。这可能表明,在未完全把握扎根理论核心本质前,增加编码程序和辅助工具的使用,能够使研究看起来更规范,而获得学术贡献水平的略微提高;但当研究者能够全部运用扎根理论时,增加程序使用数量的意义就不那么大了,关键在于对方法论本质的理解。

4 结论与反思

4.1 结论

本研究使用了结构性文献回顾方法分析了旅游

管理研究领域对扎根理论方法的应用现状,具体以国内外136篇学术论文为分析样本,通过编码和统计描述,探讨了扎根理论构建的严谨性与学术贡献间的关系。本研究的主要结论如下:

(1)旅游管理扎根理论研究的严谨性总体不足,同时旅游管理研究领域能够发展出理论的扎根理论研究并不多,一些研究发现了变量间关系而未挖掘出背后的作用机制,也有一些研究其目标定位于某个问题的因素识别,错过了建立理论的机会。从发展“新”理论的角度考量样本文献研究结果的理论贡献程度可以发现,在原有研究的基础上利用新情境和新视角做出理论贡献的完善型研究占据主导地位。在影响力方面,扎根理论研究的影响力集中分布在平均水平上下。

(2)应用扎根理论的严谨性能够提高研究的学术贡献,其中,严谨性正向影响研究理论形式和理论贡献,负向影响研究的影响力水平。对扎根理论的全部运用相对于部分运用能够使理论形式得分提高0.253分($P=0.106$),理论贡献得分提高0.202分($P=0.071$),影响力指数降低1.01($P=0.041$)。

4.2 学术贡献

本研究的学术贡献主要有三:

其一,利用结构性文献回顾的方法厘清了旅游管理研究中扎根理论方法使用的现状。扎根理论已经在旅游管理研究领域得到了越来越多的关注,但是目前仍然缺乏对这一领域扎根理论研究的系统梳理。本研究利用结构性文献回顾的方法,从程序规范性和学术贡献两个方面对国内外旅游管理顶级期刊的扎根理论研究进行了系统全面的梳理和总结,厘清了目前旅游管理研究中扎根理论方法使用的现

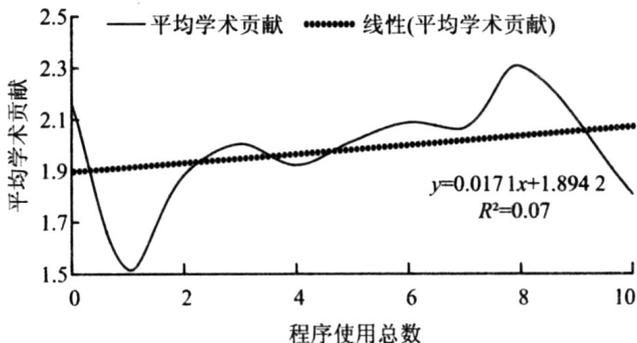


图7 严谨性与学术贡献

状,帮助学者更好地认识自己的扎根理论研究处于何种水平。

其二,发现了目前扎根理论方法使用的不足之处。本研究通过对样本文献的系统分析,指出了目前旅游管理研究领域扎根理论方法使用存在着程序不规范性、理论贡献不显著等问题,相当于为今后的扎根理论研究提供了一个注意事项列表,提醒着研究者们在这类问题上不断改进、不断提高,有助于提高旅游管理领域扎根理论研究的质量和水平。

其三,提醒学者开展学术研究时把握好学术严谨性和理论创新性的分寸。在顶级期刊上发表文章应当是学术研究的成果展示而不是目的,学术研究需要的是“精致的创新”。学者应当拥有更广阔的视野和格局,研究选题的大与小并不重要,重要的是选题的意义和价值,研究小问题要能推动实践,研究大问题则要立足于推动学科发展。

4.3 反思

经过十余年的发展,扎根理论方法进入了更多旅游管理研究者的视野,越来越多扎根理论研究在重要期刊上得到发表,与此同时,扎根理论方法的严谨性也越来越得到重视。理论上,在扎根理论文章数量的增长、严谨性的加强以及学术发表竞争激烈导致的严格筛选的共同作用下,扎根理论研究在创新性、学术贡献和影响力等方面应当有所建树。但事实是,尽管学者们井然有序地进行着严谨的学术研究,却鲜见高质量、高影响力的创新研究,旅游研究在理论体系构建方面的进展极其缓慢,引起学者关注的依然是那些正在完善当中的理论。

首先,本文所说的严谨性,也就是学术规范,本质上是为更好地开展学术研究、推动学科发展而服务的。学术严谨规范很重要,但不能让思想性的反思让位于纯技术化的研究,更不能让学术严谨成为学术研究的紧箍咒。如果一个研究采用了国际主流的甚至先进的研究方法,操作也足够严谨规范,但却研究无意义的问题,其实就是单纯的炫技,并无价值。在精致的包装下却是没有价值的庸俗选题,是一种“精致的平庸”。

其次,研究者热衷于理论完善的研究,一方面是由当前学术环境造成的。目前,在旅游管理情境下

应用、完善现有管理理论的研究策略更容易得到学术共同体的认同,学者既可以通过这一策略与主流学者展开科学的对话,又比较容易在权威期刊上发表论文^{[122][102]}。曹祖毅的实证研究也表明,当学者选择这一策略而不选择其他构建理论或拓展理论的策略时,文章的平均被引频次会相对高于总体平均值,这表明,学术共同体对新构建的理论或模型的认可程度较低^[122]。

另一方面,学术研究很大程度上受到研究者所面临的客观限制和学术视野的影响。全球许多国家的大学和研究人员的越来越多地受各国政府为评估学术研究成果而引入的各种评估体系的制约。这些评估体系中的一个关键指标是在指定的期刊列表里的高级别期刊上发表的文章数量。使用这样的期刊列表会鼓励研究者集中精力在特定期刊上发表文章,而不是试图通过识别和挑战假设来开发更多的原创知识。另外,学者渴望成功,寄希望于在顶级期刊上发表文章来彰显自身的成功。关于“发表或消亡”的观点也要求学者们定期发表文章,最好是在顶级期刊上,因为这有助于提高学校的学术排名以及研究者的地位^{[109][129]}。“形而上者谓之道,形而下者谓之器。”从“道”(上)、“形”(中)、“器”(下)3个层次看,旅游研究主要停留在“器”的层次,即技术(工具)层次,表现出较强的工具性与功利性^[116]。对许多旅游管理研究者甚至管理学者来说,严格的学术制度安排使得学者们更为“急功近利”:他们几乎不可能像中国旅游管理研究先行者申葆嘉先生一样,花几年、十几年时间去撰写一本有意义的著作,真正推动学科发展的研究。时至今日,在顶级期刊上发表文章多少成为学者追求成功或者应对考核的一种工具,选择在现有理论的基础上修修补补无疑是较为简单有效的做法。

正如《文化纵横》2018年第5期编辑手记《社会科学本土化是一个日益紧迫的大问题》中所言:“从更广阔的背景来看,这里也凸显了一个更为重要的问题,亟须学术界反思:自20世纪80年代改革开放思想解放运动以来,中国学术界百家争鸣、百花齐放,西方思潮来势汹汹,为嗣后的经济社会改革奠定了思想基础。进入20世纪90年代,科学化、专业化、规范化演变为学术口号,学院体系开始将80年

代的启蒙的躁动纳入其科学化建设之中。中国高等院校批量化引进西方科学、方法和标准,大学殿堂日益高大上,学术门槛不断升高,学术话语权日益傲视经济社会现实生活,长此以往,社会科学凸现与现实生活脱轨的教条化、八股化倾向。”^{[123]10} 具体而言:

(1)中国社会科学的知识储备与生产能力显然不足以应对高速变化的经济社会实践和日新月异的新技术革命,既不能很好地解释现实生活,更难以从理论上指导现实生活。

(2)在西方学术规范大量进驻中国学院体系后,专业化、学科化态势更加明显,导致了新的教条主义盛行,以西方问题为问题,以西方方法为方法,以西方标准为标准,与中国本土的社会进程背道而驰。

(3)社会科学知识生产的西方化,脱离了与中国特色社会主义的独立自主发展道路,不断为建设新中国谋新道路的社会现实生活被学术研究置若罔闻,学者们闭门造车,一味重复着西方的概念体系,在长期的学科化、专业化的知识生产后,批量生产出一批批从观念和教条出发、谴责与批判现实的“知识愤青”,学术发展成为现实生活的严重桎梏。

当今世界和中国形势风云变幻,而中国社会科学在与日渐颓势的西方意识形态的竞争中也未见强势,反而左右逡巡、前后失据,几乎丧失了话语权。

总体而言,对于旅游管理研究甚至管理学研究而言,需要的是“精致的创新”。研究者不能只会“纸上谈兵”,除了遵守国际主流的学术规范,还要研究重要问题。精致的创新,首先是创新,其次才是精致。学者要有全球视野和全学科格局,不局限于研究自己所看见的“一亩三分地”;要博学多闻,研究小问题要能推动实践,研究大问题则要立足于推动学科发展。

4.4 研究局限及今后研究方向

本文还存在一些不足,这也是未来需要改进和完善的 directions:(1)在影响力的测量上,所使用的方法较为简单粗糙,今后的研究中可以将文章的学术影响力和社会影响力都纳入考虑,选用更为科学严谨的论文影响力评价指标。(2)本文编码均基于样本文献的文字描述,实际上,理论抽样、不断比较等核心程序指导着扎根研究的全过程,相对编码程序而言更为隐秘,如果研究者不在文章中特意声明遵循

了理论抽样、不断比较、理论饱和的准则,编码者就难以捕获真实的核心程序使用情况。今后研究若有条件可与样本文献的作者取得联系,更详细地询问研究过程和扎根理论运用情况。

参考文献:

- [1]戴斌,周晓歌,夏少颜.论当代旅游发展理论的构建:理念、框架与要点[J].旅游学刊,2012,27(3):11-17.
- [2]马波.中国旅游理论研究的现实问题[J].旅游学刊,2017,32(11):6-8.
- [3]谢彦君,李拉扬.旅游学的逻辑:在有关旅游学科问题的纷纭争论背后[J].旅游学刊,2013,28(1):21-29.
- [4]任唤麟.旅游发展新阶段旅游研究面临的问题与任务[J].旅游学刊,2015,30(12):14-17.
- [5]宋子千.以多学科研究的充分发展促进旅游学科成长[J].旅游学刊,2014,29(3):22-30.
- [6]张凌云.理论的贫困:旅游学术研究的“规范”与“创新”[J].旅游学刊,2014,29(1):12-13.
- [7]徐菊凤.重新审视旅游研究的理论与实践关系[J].旅游学刊,2017,32(12):14-16.
- [8]保继刚.中西方视角谈旅游研究与理论建构[J].旅游学刊,2014,29(2):9-11.
- [9]保继刚.研究规范——中国旅游学术研究的基本前提[J].旅游学刊,2005(3):7.
- [10]贾旭东,谭新辉.经典扎根理论及其精神对中国管理研究的现实价值[J].管理学报,2010,7(5):656-665.
- [11]贾旭东,衡量.基于“扎根精神”的中国本土管理理论构建范式初探[J].管理学报,2016,13(3):336-346.
- [12]MATTEUCCI X, GNOTH J. Elaborating on grounded theory in tourism research[J]. Annals of tourism research, 2017, 65: 49-59.
- [13]宋慧林,蒋依依,王元地.政府旅游公共营销的实现机制和路径选择——基于扎根理论的一个探索性研究[J].旅游学刊,2015,30(1):22-31.
- [14]朱劲松.基于扎根理论的中国旅游保险发展影响因素研究[J].旅游学刊,2010,25(1):38-41.
- [15]高军,马耀峰,吴必虎.外国游客感知视角的我国入境旅游不足之处:基于扎根理论研究范式的分析[J].旅游科学,2010,24(5):49-55.
- [16]姜辽,徐红罡.文学旅游的审美消费:以水泊梁山为例[J].旅游学刊,2017,32(5):71-79.
- [17]谢礼珊,关新华.在线旅游服务提供者顾客需求知识的探索性研究——基于在线旅游服务提供者和顾客的调查[J].旅游科学,2013,27(3):1-17.
- [18]范培华,高丽,侯明君.扎根理论在中国本土管理研究中的运用现状与展望[J].管理学报,2017,14(9):1274-1282.
- [19]ALVESSON M, SANDBERG J. Has management studies

lost its way? Ideas for more imaginative and innovative research [J]. *Journal of management studies*, 2013, 50(1): 128-152.

[20]GLASER B, STRAUSS A L. The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research[J]. *Nursing research*, 1968, 17(4): 377-380.

[21]陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. *教育研究与实验*, 1999(4): 58-63, 73.

[22]韩正彪, 周鹏. 扎根理论质性研究方法在情报学研究中的应用[J]. *情报理论与实践*, 2011, 34(5): 19-23.

[23]陈向明. 扎根理论在中国教育研究中的运用探索[J]. *北京大学教育评论*, 2015, 13(1): 2-15, 188.

[24]WIESCHE M, JURISCH M C, YETTON P W, et al. Grounded theory methodology in information systems research[J]. *MIS quarterly*, 2017, 41(3): 685-701.

[25]HAMBRICK D C. The field of management's devotion to theory: Too much of a good thing?[J]. *The academy of management journal*, 2007, 50(6): 1346-1352.

[26]SUTTON R I, Staw B M. What theory is not[J]. *Administrative science quarterly*, 1995, 40(3): 371-384.

[27]COLQUITT J A, ZAPATA-PHELAN C P, 张杨, 等. 管理研究中理论构建与理论检验水平的变化趋势: 基于《美国管理学会学报》50年历程的分析[J]. *管理世界*, 2011(6): 152-164.

[28]毛基业, 苏芳. 案例研究的理论贡献——中国企业案例与质性研究论坛(2015)综述[J]. *管理世界*, 2016(2): 128-132.

[29]赵蓉英, 魏绪秋. 中美图书情报学领域国际学术论文影响力比较——基于被引频次和使用次数[J]. *情报理论与实践*, 2018, 41(1): 139-145.

[30]AGOSTINI L, NOSELLA A. Interorganizational relationships in marketing: A critical review and research agenda[J]. *International journal of management reviews*, 2017, 19(2): 131-150.

[31]DANESE P, MANFÈV, ROMANO P. A Systematic literature review on recent lean research: State-of-the-art and future directions[J]. *International journal of management reviews*, 2018, 20(2): 579-605.

[32]TRANFIELD D, DENYER D, SMART P. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review[J]. *British journal of management*, 2003, 14(3): 207-222.

[33]苗学玲, 保继刚. “众乐乐”: 旅游虚拟社区“结伴旅行”之质性研究[J]. *旅游学刊*, 2007, 22(8): 48-54.

[34]韦俊峰, 明庆忠. 打工度假旅游者的流动性实践及身份认同建构——厦门马克客栈案例[J]. *旅游学刊*, 2019, 34(10): 127-136.

[35]GAO B W, ZHANG H, DECOSTA P L E. Phantasmal destination: A post-modernist perspective[J]. *Annals of tourism research*, 2012, 39(1): 197-220.

[36]张敏, 李胡蓉, 阳小水. 国际旅游知识体系研究: 主题、

趋势和框架——基于11本国际权威期刊2005-2014年的样本分析[J]. *旅游学刊*, 2017, 32(8): 104-115.

[37]张天问, 吴明远. 基于扎根理论旅游幸福感构成——以互联网旅游博客文本为例[J]. *旅游学刊*, 2014, 29(10): 51-60.

[38]熊伟, 胡洋. 旅游者对旅游“非营利”理念的感知研究——基于扎根理论[J]. *旅游科学*, 2012, 26(2): 67-76.

[39]LIU D, UPCHURCH R S, CURTIS C, et al. Chinese domestic tourist perceptions of wind farms experiences[J]. *Journal of sustainable tourism*, 2016, 24(11): 1569-1583.

[40]白丹, 马耀峰, 刘军胜. 基于扎根理论的世界遗产旅游地游客感知评价研究——以秦始皇陵兵马俑景区为例[J]. *干旱区资源与环境*, 2016, 30(6): 198-203.

[41]何月美, 邹永广, 莫耀荣. 中国游客赴马来西亚的安全感知研究——基于网络文本分析[J]. *世界地理研究*, 2019, 28(6): 200-210.

[42]YANG E C L, KHOO-LATTIMORE C, ARCODIA C. Power and empowerment: How Asian solo female travellers perceive and negotiate risks[J]. *Tourism management*, 2018, 68(1): 32-45.

[43]王丽娜, 李华. 入境旅游者对中国旅游目的地形象的负面感知研究[J]. *世界地理研究*, 2019, 28(6): 189-199.

[44]HSU C H C, CAI L A, Wong K K F. A model of senior tourism motivations: Anecdotes from Beijing and Shanghai[J]. *Tourism management*, 2007, 28(5): 1262-1273.

[45]王洁洁. 草根博客对旅游者出游意愿的影响——基于扎根理论的质性分析[J]. *消费经济*, 2014, 30(1): 46-50.

[46]ZHANG J, TUCKER H, MORRISON A M, et al. Becoming a backpacker in China: A grounded theory approach to identity construction of backpackers[J]. *Annals of tourism research*, 2017, 64(1): 114-125.

[47]DEVILLE A, WEARING S, MCDONALD M. WWOOFing in Australia: Ideas and lessons for a decommodified sustainability tourism[J]. *Journal of sustainable tourism*, 2016, 24(1): 91-113.

[48]PAPATHANASSIS A, KNOLLE F. Exploring the adoption and processing of online holiday reviews: A grounded theory approach[J]. *Tourism management*, 2011, 32(2): 215-224.

[49]HO C I, LIN M H, CHEN H M. Web users' behavioural patterns of tourism information search: From online to offline[J]. *Tourism management*, 2012, 33(6): 1468-1482.

[50]HYDE K F, OLESEN K. Packing for touristic performances[J]. *Annals of tourism research*, 2011, 38(3): 900-919.

[51]MATTEUCCI X. Forms of body usage in tourists' experiences of flamenco[J]. *Annals of tourism research*, 2014, 46: 29-43.

[52]KIM Y G, EVES A, SCARLES C. Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach [J]. *International journal of hospitality management*, 2009, 28(3): 423-431.

[53]BERDYCHEVSKY L, PORIA Y, URIELY N. Hospitality accommodations and women's consensual sex[J]. *International*

journal of hospitality management, 2013, 34: 169-171.

[54]邱宏亮,周国忠.旅游者环境责任行为:概念化、测量及有效性[J].浙江社会科学,2017(12):88-98.

[55]姚丽芬,龙如银.基于扎根理论的游客环保行为影响因素研究[J].重庆大学学报(社会科学版),2017,23(1):17-25.

[56]廖维俊,何有世.非惯常环境旅游者不文明行为是如何形成的?——基于相对剥夺理论视角的扎根研究[J].干旱区资源与环境,2018,32(6):194-201.

[57]闫静,李树民.基于扎根理论的顾客间互动影响因素研究——以团队游客为例[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2015,45(6):131-136.

[58]张丽.基于小众群体的旅游地主客交往理论新探索[J].地域研究与开发,2017,36(6):82-86.

[59]YANG E C L, KHOO-LATTIMORE C, ARCODIA C. Constructing space and self through risk taking: A case of Asian solo female travelers[J]. Journal of travel research, 2018, 57(2): 260-272.

[60]杜青龙,贺晓庆,何波.旅游负面体验唤醒机制及游客策略性行为研究——基于进藏游客的扎根分析[J].西藏大学学报(社会科学版),2019,34(2):178-185.

[61]高静,焦勇兵.基于多案例扎根分析的旅游者一目的地品牌关系研究[J].旅游科学,2014,28(5):54-67.

[62]苑炳慧,辜应康.基于顾客的旅游目的地品牌资产结构维度——扎根理论的探索性研究[J].旅游学刊,2015,30(11):87-98.

[63]张焱,刘进平,张锐.基于扎根理论的城市形象定位与塑造研究:以重庆市为例[J].旅游学刊,2009,24(9):53-60.

[64]郑荣娟,白凯,马耀峰.基于扎根理论的美籍游客中国意象研究[J].旅游科学,2014,28(4):52-64.

[65]程德年,周永博,魏向东.微电影与宣传片:旅游形象视频表征内容分析与结构研究[J].旅游学刊,2015,30(10):109-121.

[66]付业勤,曹娜.基于扎根理论量表开发的网络舆情对旅游地形象传播研究[J].统计与决策,2016(20):65-68.

[67]王君怡,吴晋峰,王阿敏.旅游目的地形象认知过程——基于扎根理论的探索性研究[J].人文地理,2018,33(6):152-160.

[68]陆林,韩娅,黄剑锋,等.基于扎根理论的杭州市梅家坞旅游城市化特征与机制[J].自然资源学报,2017,32(11):1905-1918.

[69]关旭,陶婷芳,陈丽英.我国大型城市旅游业与演艺业融合路径及选择机制——企业层面的扎根研究[J].经济管理,2018,40(1):22-37.

[70]白长虹,刘欢.旅游目的地精益服务模式:概念与路径——基于扎根理论的多案例探索性研究[J].南开管理评论,2019,22(3):137-147.

[71]李海娥,熊元斌.旅游地居民对“旅游民生”理念的感知研究——基于扎根理论[J].理论月刊,2014(11):130-134.

[72]王汝辉,吴涛,樊琦.基于扎根理论的三圣花乡旅游景

区原住民生存感知研究[J].旅游学刊,2014,29(7):31-38.

[73]褚玉杰,赵振斌,张丽.民族社区妇女旅游精英角色:基于性别特质的演绎[J].旅游学刊,2016,31(1):37-48.

[74]谢礼珊,高腾.经济型连锁酒店负面报道类型研究——基于十大经济型连锁酒店的内容分析[J].旅游科学,2017,31(4):1-14.

[75]杨洋,李吉鑫,崔子杰,等.节事吸引力感知维度研究[J].旅游学刊,2019,34(6):85-95.

[76]许基南,余可发.基于扎根理论旅游景区故事营销理论建构研究[J].当代财经,2014(10):77-85.

[77]曹李梅,曲颖.旅游口号的内源性—外源性设计模式构建——基于扎根理论的探索性研究[J].地域研究与开发,2019,38(2):97-101.

[78]朱镇,黄秋云.大尺度旅游线路的设计质量评价体系与检验:以欧洲出境观光旅游为例[J].旅游学刊,2019,34(1):23-33.

[79]王亚欣,李泽锋,史博鑫,等.扎根理论范式下社区居民对喀什老城区旅游开发的感知研究[J].青海民族研究,2017,28(3):122-126.

[80]STUMPF T S, SWANGER N. Tourism involvement-conformance theory: A grounded theory concerning the latent consequences of sustainable tourism policy shifts[J]. Journal of sustainable tourism, 2015, 23(4): 618-637.

[81]BERDYCHEVSKY L. Sexual health education for young tourists[J]. Tourism management, 2017, 62: 189-195.

[82]王超.精准帮扶与社会治理路径研究——基于贵州肇兴侗寨旅游产业帮扶的扎根分析[J].中国农业大学学报(社会科学版),2017,34(5):70-78.

[83]韦欣仪,毛道维,钟会荟.基于扎根理论的乡村旅游从业妇女生存感知研究——以三都水族板告村为例[J].贵州社会科学,2016(1):158-162.

[84]XU Z, SUN B. Influential mechanism of farmers' sense of relative deprivation in the sustainable development of rural tourism[J]. Journal of sustainable tourism, 2020, 28(1): 110-128.

[85]GOULDING C, SHANKAR A. Club culture, neotribalism and ritualised behaviour[J]. Annals of tourism research, 2011, 38(4): 1435-1453.

[86]胡兵,李婷,文彤.上市旅游企业社会责任的结构维度与模型构建——基于扎根理论的探索性研究[J].旅游学刊,2018,33(10):31-40.

[87]姚延波,张丹,何蕾.旅游企业诚信概念及其结构维度——基于扎根理论的探索性研究[J].南开管理评论,2014,17(1):113-122.

[88]姚延波,刘亦雪.旅游市场秩序概念模型与运行机理:基于扎根理论的探索性研究[J].旅游学刊,2019,34(5):62-75.

[89]JOHNSTON C S. Towards a theory of sustainability, sustainable development and sustainable tourism: Beijing's hutong neighbourhoods and sustainable tourism[J]. Journal of sustainable tourism, 2014, 22(2): 195-213.

- [90]王雅君,刘静艳,覃方铭.酒店生态创新:驱动因素及作用机制——基于扎根理论的探索性研究[J].旅游学刊,2018,33(8):96-107.
- [91]王婉飞,吴建兴,吴茂英.乡村旅游发展中地方政府生态管理的驱动因素研究[J].旅游学刊,2018,33(8):37-47.
- [92]吕洋洋,白凯.旅游交易网站消费者评价维度研究——以携程网为例[J].旅游科学,2014,28(2):49-60.
- [93]“游客满意度指数”课题组,戴斌,李仲广,等.游客满意度测评体系的构建及实证研究[J].旅游学刊,2012,27(7):74-80.
- [94]吕三玉,郑钟强,李咪咪,等.酒店前厅服务质量影响因素研究[J].旅游学刊,2014,29(10):69-76.
- [95]龙江智,王苏.深度休闲与主观幸福感——基于中国老年群体的本土化研究[J].旅游学刊,2013,28(2):77-85.
- [96]焦彦,臧德霞.现代性与真实性的结合:入境游客对旅游配套设施的体验研究[J].旅游学刊,2015,30(10):28-36.
- [97]TUNG V W S, RITCHIE J R B. Exploring the essence of memorable tourism experiences[J]. Annals of tourism research, 2011, 38(4): 1367-1386.
- [98]谢彦君,胡迎春,王丹平.工业旅游具身体验模型:具身障碍、障碍移除和具身实现[J].旅游科学,2018,32(4):1-16.
- [99]屈小爽.基于网络文本的旅游者情感体验构建理路——以杭州西湖为例[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版),2017,44(4):74-78.
- [100]吴家灿,李蔚.严重自然灾害后灾害景区对非灾害景区波及效应研究——以汶川大地震后四川境内的景区为例[J].旅游学刊,2013,28(3):12-20.
- [101]KELLY D M, FAIRLEY S. What about the event? How do tourism leveraging strategies affect small-scale events?[J]. Tourism management, 2018, 64: 335-345.
- [102]罗秋菊,陈可耀.基于扎根理论的民营会展企业成长路径研究——以广州光亚展览公司为例[J].旅游学刊,2011,26(7):71-79.
- [103]王晓敏,戴光全.权力、责任及利益视角下展览企业部门协作分析——以深圳会展中心为例[J].旅游学刊,2016,31(9):113-123.
- [104]翁钢民,李慧盈.旅游企业劳资冲突的发生机制与治理策略研究[J].旅游学刊,2016,31(3):62-69.
- [105]YANG J. Identifying the attributes of blue ocean strategies in hospitality[J]. International Journal of contemporary hospitality management, 2012, 24(5): 701-720.
- [106]Guillet B D, Zhang H Q, Gao B W. Interpreting the mind of multinational hotel investors: Future trends and implications in China[J]. International journal of hospitality management, 2011, 30(2): 222-232.
- [107]李志飞,陈琴.旅行社经理人工作倦怠的影响因素研究[J].旅游学刊,2012,27(6):92-100.
- [108]KENSBOCK S, JENNINGS G, BAILEY J, et al. Per- forming: Hotel room attendants' employment experiences[J]. Annals of tourism research, 2016, 56: 112-127.
- [109]KANDASAMY I, ANCHERI S. Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative study[J]. International journal of hospitality management, 2009, 28(3): 328-337.
- [110]CHAN S C H. Does workplace fun matter? Developing a useable typology of workplace fun in a qualitative study[J]. International journal of hospitality management, 2010, 29(4): 720-728.
- [111]KENSBOCK S, JENNINGS G, BAILEY J, et al. 'The lowest rung': Women room attendants' perceptions of five star hotels' operational hierarchies[J]. International journal of hospitality management, 2013, 35: 360-368.
- [112]MCGINLEY S, O' NEILL J, DAMASKE S, et al. A grounded theory approach to developing a career change model in hospitality[J]. International journal of hospitality management, 2014, 38: 89-98.
- [113]MCGINLEY S, WEI W. Emotional labor's impact on hoteliers outside the workplace[J]. International journal of contemporary hospitality management, 2018, 30(9): 2965-2983.
- [114]HIGHT S K, GAJJAR T, OKUMUS F. Managers from "Hell" in the hospitality industry: How do hospitality employees profile bad managers?[J]. International journal of hospitality management, 2019, 77: 97-107.
- [115]张朝枝,屈册.旅游是什么——基于社会大众视角的反思[J].旅游科学,2015,29(1):1-10.
- [116]LUMSDON L M, MCGRATH P. Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach[J]. Journal of sustainable tourism, 2011, 19(3): 265-279.
- [117]王璐,高鹏.扎根理论及其在管理学研究中的应用问题探讨[J].外国经济与管理,2010,32(12):10-18.
- [118]贾哲敏.扎根理论在公共管理研究中的应用、方法与实践[J].中国行政管理,2015(3):90-95.
- [119]邹永广,林炜铃,郑向敏.“驴友”旅游安全事故成因机理研究——基于扎根理论范式的质性分析[J].旅游科学,2014,28(3):76-86.
- [120]BEREZINA K, SEMRAD K J, STEPCHENKOVA S, et al. The managerial flash sales dash: Is there advantage or disadvantage at the finish line?[J]. International journal of hospitality management, 2016, 54: 12-24.
- [121]王爱平,周焱,李枋燕,等.指标权重方法比较研究——以湄潭县基本农田划定为例[J].贵州大学学报(自然科学版),2015,32(2):135-140.
- [122]曹祖毅,谭力文,贾慧英,等.中国管理研究道路选择:康庄大道,羊肠小道,还是求真之道?——基于2009~2014年中文管理学期刊的实证研究与反思[J].管理世界,2017(3):159-169.
- [123]《文化纵横》编辑部.社会科学本土化是一个日益紧迫的大问题[J].文化纵横,2018(5):10.