

女性旅游参与的主体性建构研究

白 奕

内蒙古师范大学旅游学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2025年2月12日; 录用日期: 2025年3月5日; 发布日期: 2025年3月17日

摘 要

本文聚焦于女性旅游参与的主体性建构, 考察女性在旅游参与中的自我认同、自主选择、主动创造等主体性建构的具体表现, 分析归纳女性旅游参与的主体性建构方面呈现的特征、存在的现实困境及破解困境的对策, 以促进女性在旅游发展中更充分地实现主体性建构, 提升其在旅游活动中的地位与作用, 推动旅游的可持续发展, 丰富女性发展研究的理论与实践体系。

关键词

旅游参与, 主体性建构

Research on the Subjectivity Construction of Women's Participation in Tourism

Yi Bai

Tourism College of Inner Mongolian Normal University, Hohhot Inner Mongolia

Received: Feb. 12th, 2025; accepted: Mar. 5th, 2025; published: Mar. 17th, 2025

Abstract

This article focuses on the subjectivity construction of women's participation in tourism, examining the specific manifestations of women's self-identity, autonomous choice, and active creation in tourism participation. It analyzes and summarizes the characteristics, practical difficulties, and countermeasures of women's subjectivity construction in tourism participation, in order to promote women's full realization of subjectivity construction in tourism development, enhance their status and role in tourism activities, promote sustainable development of tourism, and enrich the theoretical and practical system of women's development research.

Keywords

Tourism Participation, Subjective Construction



1. 引言

在全球旅游产业迅猛扩张的当下，旅游活动早已不是单纯的经济行为，更是推动社会文化变迁、促进个体发展的重要力量。在此情境中，女性旅游参与的主体性建构成为旅游研究领域备受瞩目的课题。同时，女性已成为旅游发展中的主体力量，据世界旅游组织 2019 年发布的《全球女性参与旅游业报告》，旅游行业女性从业者占比达到 54% [1]。越来越多的旅游目的地女性通过旅游参与充分发挥能动作用，实现主体发展。深入挖掘女性旅游参与的主体性建构，有助于丰富女性旅游参与与性别平等相关研究、探讨推动旅游地女性发展的方式和路径，以期丰富女性主体性建构研究为促进旅游地发展提供女性视角。

2. 女性主体性建构

主体性是人在与他人交互过程中表现出的自发行动力。这种主动性具体体现在主体对客体的影响方面，如影响性质、效果、影响范围(影响范围的大小和持续时间等)，其内涵包含了人的自主性、自我驱动性、选择性和创新性[2]。女性的主体性源于主体性的发展。这种主体性，也就是她们对自己的才能和能力的认可，她们展示了自己作为主要能力的各种才能，她们主动地要求在社会身份、生活习惯、知识技术、人格形成、精神健康等多个领域持续进步和优化，这是女性在真实的社会生活中表现出的积极性和自觉性[3]。女性主体性建构有三个维度：1、知识与技能：女性通过学习和实践，不断提升自身的知识和技能水平，从而获得更多的社会资源和机会。2、社会地位：女性在社会中的地位是其主体性建构的重要体现，包括职业地位、经济地位和政治地位等。3、人格塑造：女性主体性建构还包括对自身性格、价值观和生活方式的塑造，形成独立、自主和具有引领力的个体。女性主体性建构是一个复杂而深刻的过程，它涉及女性在多个领域中的自主性和能动性的建立和发展，通过女性主体性建构，女性可以更好地认识自己、实现自己的价值，并在社会中发挥更加积极和重要的作用。

3. 研究方法

3.1. 文献分析法

文献分析法是正式开展研究工作的前提和基础，即通过阅读梳理与研究主题紧密相关的文献成果，把握已有研究现状，明确自身开展研究的落脚点，将拟研究的现实问题学理化。本研究通过阅读大量国内外关于旅游参与对目的地女性居民的影响、主体性和女性主体性建构等方面的研究成果，为本研究的研究开展提供必要参考。

3.2. 深度访谈法

深度访谈即围绕研究主题与被调查者进行较深入的面对面访问交流，有利于获取被调查者无法直接通过问卷调查反映出来的信息。本研究将采取半结构式访谈的方式，制定访谈提纲以便做参考提示，但也不完全限制访谈的具体问题和内容，同研究对象进行深入访谈，建立良好关系，了解掌握研究所需的主要资料，访谈过程以录音、笔记等形式记录，以便后期整理成文。

3.3. 参与式观察法

参与式观察法即调查者融入被调查者的真实生活环境中，与他们产生互动交流，恰当地参与被调查

者的活动，以更好地观察被调查者生活状态和行为表现。本研究在调研时，将在进行深度访谈时结合参与式观察法，对当地旅游发展现状、女性居民参与旅游的基本情况与生活工作状态、女性居民旅游从业者同游客交流互动的行为等进行观察，以获得更真实生动的相关资料。

3.4. 扎根理论法

扎根理论由美国社会学家 Glaser 及 Strauss 于 1967 年提出，是一种质性研究方法，以理论建构为宗旨，以编码方式分析资料反映特定现象的核心概念，并通过比较分类建立概念间的联系，自下而上建立理论[4]。扎根理论运用质性分析软件 Nvivo 对所收集的文献资料进行全面细致地编码分析。编码分为开放性编码、主轴性编码和选择性编码三个环节，逐渐对原始资料进行概念化、范畴化和理论化。扎根理论可以避免预设性理论模式或经验观念对结论的限制。常被运用于探索性研究。由于女性主体性与自我认同、价值意识等相关，其建构过程相对内隐，适宜使用扎根理论从原始资料中构建理论。

4. 女性旅游参与的主体性建构特征

4.1. 角色转换与身份认同

在角色转换方面，传统上女性多承担家庭内部的生育、家务和农牧业生产等角色，在旅游发展的契机下，许多女性转变为文化传承者与展演者。同时，部分女性还涉足旅游经营领域，变身旅游服务者和创业者，经营民宿、餐饮或销售特色纪念品，从单纯的家庭照料者转变为经济活动参与者，拓展了生活空间和社交圈子，其经济收入成为家庭重要经济来源，提升了在家庭决策中的地位和社区事务中的影响力，家庭角色与社会角色得到极大丰富和拓展。

从身份认同来看，随着参与旅游程度加深，女性的自我认知发生显著改变，对自我身份的认同更为强烈且多元。一方面，她们因外界游客对地方文化的欣赏与好奇，意识到自身文化独特性和价值，强化了对所属群体的归属感，更积极主动地学习和传承地方文化精髓，以地方文化代表者身份为豪；另一方面，作为旅游从业者，在现代旅游市场对接过程中，接触新观念、新技术，她们在保留地方文化内核基础上接纳先进的理念，形成兼具传统与现代意识的新身份认知。

4.2. 群体差异与分层现象

从年龄层面看，年轻女性往往对新事物接受度高，更易投身于新兴旅游项目，如地方文化创意体验活动的策划与实施，凭借活力与现代知识技能，成为旅游创新发展的推动者；而年长女性则更多凭借深厚的传统民族文化底蕴，在传统民俗展示、手工艺传承等方面发挥不可替代作用，她们更倾向于参与稳定、成熟的旅游项目，是地方文化根基性传承的主力，不同年龄群体在旅游参与中的角色与贡献形成差异分层，共同丰富旅游文化内涵，但在获取旅游发展红利上，年轻女性可能因掌握新技术、新观念在经济收益和个人发展机会上相对更具优势。

教育程度也是造成群体差异的关键因素。高学历女性在旅游参与中更具主动性与前瞻性，能够利用所学知识进行旅游产品的深度开发与精准营销，低学历女性则主要集中在基础旅游服务岗位，如客房整理、餐饮服务等体力劳动密集型工作，或从事简单的手工艺品制作售卖，她们在旅游收益分配和职业晋升空间上处于相对劣势，参与决策和管理的机会较少，这种因教育背景不同导致的在旅游经济链条中的分层，深刻影响着女性旅游参与的主体性建构路径和效果。

4.3. 文化传承与创新主体

从文化传承维度来看，女性凭借其在家庭和社区生活中的独特地位，自幼浸润于地方文化传统之中，

熟练掌握着诸如传统手工艺、民族歌舞、民俗节庆仪式等非物质文化技艺 and 知识，她们是地方文化的天然载体。在旅游情境下，女性通过向游客展示手工艺品的制作过程，如精美的刺绣、独特的编织等，使古老的技艺在 market 需求的刺激下得以延续传承，避免了因现代工业化冲击而濒临失传的命运；在文化表演中，她们身着绚丽的民族服饰，跳起欢快的传统舞蹈，唱起悠扬的古老歌谣，将地方文化的精髓原汁原味地呈现给游客，让文化在代际传递的基础上，拓宽了传承的广度，融入到旅游文化的大舞台中，成为文化传承的稳定根基与鲜活力量，使文化基因在旅游活动中得以保存和延续，其文化传承主体地位不言而喻。

在文化创新层面，女性展现出强烈的主体意识与创造能力。一方面，她们依据游客的审美偏好和 market 消费趋势，对传统手工艺品进行改良创新，在图案设计上融入现代时尚元素，在产品功能上结合现代生活需求，使其兼具艺术价值与实用价值，另一方面，在旅游服务与体验设计中，女性积极参与策划文化深度体验项目，打破了以往文化展示的单一性和静态性，创造出更具吸引力和感染力的旅游文化产品，更使地方文化在与现代旅游的碰撞交融中实现创造性转化与创新性发展，凸显出女性在文化创新领域的主体性作用。

5. 女性旅游参与的主体性建构困境

5.1. 传统性别角色的束缚

传统性别角色观念往往历经数代传承，根深蒂固，女性被刻板地定位为家庭照料者，承担家务劳动、养育子女和照顾老人等职责，这使得她们的活动范围长期局限于家庭内部空间。例如在一些少数民族的传统习俗里，女性需花费大量时间精力准备家庭饮食，这些家务琐事被视为女性天经地义的任务，严重限制了她们参与旅游活动的时间和机会，从根本上制约了女性在旅游发展中主体性的发挥。

5.2. 资源获取的不平等

经济资源获取不足：传统经济模式下，地方产业往往集中在男性主导的农业、畜牧业或手工艺领域，女性缺乏独立的经济来源和积累。教育与培训资源匮乏：教育资源分配不均使得女性受教育程度普遍低于男性，女性因早期教育缺失而受限，难以凭借专业技能深入参与旅游行业核心业务，进而影响其在旅游发展中的主体地位和自主发展能力。

5.3. 旅游决策参与度低

家庭层面决策受限：在传统家庭结构中，男性往往被视为家庭事务的主要决策者，女性的意见和建议常被忽视。当涉及旅游相关决策时，男性的意愿通常起主导作用。她们可能因需承担家务、照顾老人孩子等家庭责任，而被迫放弃自己对旅游的期待和参与机会，导致在家庭旅游决策中处于被动从属地位，无法将自身需求和偏好融入旅游决策过程，极大削弱了其在旅游活动中的主体性体现。

社区旅游发展决策边缘性：在社区整体旅游发展规划与决策过程中，女性同样处于边缘地带。社区旅游项目的开发方向、旅游设施建设、旅游活动策划等重大决策通常由男性长辈、社区领导等男性群体主导，他们在社区公共事务中具有权威性和话语权。女性由于长期被排除在社区决策核心圈之外，缺乏参与正式决策会议和表达观点的渠道与机会。

5.4. 文化知识的局限

教育程度短板制约：传统观念倾向于让女性承担家庭责任而非专注学业，导致女性受教育水平普遍偏低。这使其在面对旅游行业时，难以理解旅游市场的运作机制、旅游服务的规范标准以及旅游产品的

开发策略，限制了她们在旅游接待服务中的表现，只能从事简单、低技能的体力劳动，难以涉足高附加值的旅游业务环节，从而阻碍了其在旅游经济活动中的主体性提升。

文化传承与转化障碍：尽管女性是文化传承的重要载体，熟悉传统技艺、民俗仪式等文化精髓，但缺乏将这些文化元素进行系统整理、深度挖掘以及创新性转化的知识能力。在旅游开发中，无法运用文化研究、市场营销等知识将地方文化转化为具有吸引力的旅游产品和体验项目，这导致她们在文化旅游产业中处于被动的文化输出角色，无法主动掌控文化资源的旅游开发利用，进而影响其在旅游文化领域的主体性构建，难以凭借地方文化优势在旅游发展中获得更多的经济回报和社会认可。

6. 女性旅游参与的主体性建构困境破解对策

6.1. 创造女性的自我发展机会

教育与培训赋能：开展针对性的旅游知识和技能培训项目，如导游讲解技巧、旅游服务礼仪、文化与旅游融合等课程，提升女性专业素养，使其有能力胜任更多旅游岗位。同时，加强文化教育普及，提升女性受教育水平，打破因知识局限导致的发展瓶颈，增强自信心和自我认知，激发她们主动参与旅游发展的意愿。

经济扶持与创业引导：设立专项扶持资金，为有创业意向的女性提供小额贷款、创业补贴等，降低创业门槛，助力其投身旅游相关产业。此外，组织创业指导与交流活动，邀请成功女性企业家分享经验，为女性提供创业思路、经营管理方法等实用信息，帮助她们在旅游经济领域实现从无到有的突破，以经济独立推动自我发展。

6.2. 发挥女性文化传承作用

文化价值重识与赋权：通过社区宣传、文化讲座等形式，让社区居民重新认识女性在文化传承中的核心地位与价值，改变传统观念中对女性文化角色的忽视。同时，赋予女性在文化传承事务中的决策权，如成立由女性主导的文化传承小组，参与制定文化传承计划和旅游文化展示方案，让她们在文化传承与旅游结合的过程中有更多话语权，增强其在旅游发展中的主体意识和责任感。

文化技艺传承与创新转化：组织专业人士对女性的传统技艺进行记录、整理和传承培训，确保文化技艺后继有人，如传统的编织工艺。在此基础上，引导女性结合现代旅游市场需求进行创新，开发出既蕴含深厚民族文化底蕴又符合当代游客审美和实用需求的旅游产品，使其文化传承成果在旅游市场中得到经济回报，从而激励更多女性积极投身文化传承与旅游开发实践。

6.3. 提升女性的文化自信与自我认同

文化教育与宣传：在社区开展文化教育活动，深入挖掘和整理本民族文化精髓，将其纳入社区教育课程体系，让女性系统学习地方历史、传统技艺、民俗风情等知识，使其深刻认识到自身是地方文化的重要传承者和守护者。同时，利用社区宣传栏、文化活动等多种形式展示女性在地方文化传承中的贡献和独特价值，例如举办“女性文化风采展”，呈现女性的传统手工艺作品、歌舞表演照片等，增强女性的文化自豪感和自我认同感，使其意识到自身文化在旅游发展中的吸引力和潜力，从而更积极主动地参与到旅游活动中，以文化传承者的身份展现主体性。

参与式文化旅游体验：设计一系列以女性为主角的参与式文化旅游体验项目，使女性在教学互动过程中感受到游客的认可和尊重，认识到自身文化技能的经济价值和社会价值。此外，鼓励女性参与旅游文化创意活动，将文化元素与现代旅游产品相结合，如开发具有地方特色的文创纪念品等，并给予她们展示和销售的平台。通过这些方式，让女性在实践中看到自己的能力和创意转化为实际成果，提升自我

效能感，进一步强化文化自信和自我认同。

6.4. 加强女性旅游精英引领示范

搭建展示平台与宣传推广：组织各类地方文化旅游活动，让这些女性精英成为主角充分展示她们的才华和能力。同时，利用社交媒体、地方电视台、社区广播等多种渠道对她们进行宣传报道，分享她们的成功故事、成长经历和专业见解，让更多社区女性了解她们的奋斗历程和所取得的成就，从而激发其他女性对旅游参与的向往和信心，以精英为榜样，主动寻求在旅游行业中的发展机会，逐步改变传统观念对女性的束缚，促进女性在旅游参与中的主体性建构。

建立交流合作机制：定期组织女性旅游精英与其他社区女性进行交流互动活动，如开展经验分享会、专题研讨会、技能培训工作坊等。在这些活动中，女性旅游精英可以传授自己在旅游经营、服务、文化传承与创新等方面的经验和技巧，解答其他女性在旅游参与过程中遇到的问题和困惑，鼓励她们勇敢尝试、积极创新。通过这种面对面的交流合作，能够形成紧密的社区女性旅游发展网络，在精英的带动下，不断提升女性整体的旅游参与度和主体性意识，共同推动地方及社区旅游产业朝着更加繁荣、多元、高质量的方向发展，让更多女性在旅游发展中实现自我价值和成长。

7. 结语

本文通过深入剖析女性在旅游发展中的参与实践，提炼分析了女性主体性建构呈现出的特征和现实困境以及破解方法。研究发现：女性旅游参与主体性建构具有角色转换与身份认同、群体差异与分层现象、文化传承与创新主体三个特征。然而，女性旅游参与主体性的充分实现仍面临诸多挑战，如传统性别角色的束缚、资源获取的不平等、旅游决策参与度低、文化知识的局限。未来，需要政府、旅游企业、社会组织及社区居民共同努力，通过创造女性的自我发展机会、发挥女性文化传承作用、提升女性的文化自信与自我认同、加强女性旅游精英引领示范来进一步提升女性在旅游发展中的主体地位。使其能够更加自信、自主地参与旅游活动，共享旅游发展成果，实现个人与社区的协同发展，为地区旅游业的高质量发展注入源源不断的活力与动力。

参考文献

- [1] World Tourism Organization (2019) Global Report on Women in Tourism. 2nd Edition. UNWTO. <https://www.unwto.org/publication/global-report-women-tourism-2-edition>
- [2] 廖青. 当代中国女性主体性建构研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2017.
- [3] 赵小华. 女性主体性: 对马克思主义妇女观的一种新解读[J]. 妇女研究论丛, 2004(4): 10-15+60.
- [4] 李志刚. 扎根理论方法在科学研究中的运用分析[J]. 东方论坛, 2007(4): 90-94.