

旅游体验共睦态：一个情境机制的多维类属分析

谢彦君, 徐 英

(东北财经大学旅游与酒店管理学院, 辽宁 大连 116025)

内容提要:与以往的旅游体验研究不同, 本文将“共睦态”这一源自仪式理论的范畴引入到旅游体验研究中, 使旅游体验的研究对象从传统主流针对个体旅游者体验的抽象研究扩展至对群体旅游者体验的微观社会学层面, 从而为旅游体验研究增加了新的问题域。本文基于情境的相关理论, 以群体旅游者的旅游体验为研究对象, 通过对群体旅游者的访谈获得了相关的文本资料, 并遵循扎根理论的研究方法, 对访谈文本进行编码、归纳, 最终分析出旅游体验共睦态的多维类属。研究发现, 在支撑旅游体验共睦态形成的维度层面, 不仅有空间、时间、人和物这四类基本维度, 而且还在此基础上延伸有多层级的亚维度及其组合。为了探测这些维度或因素的相互关联形式和作用机理, 本文进一步从场域、关系和程式三个核心范畴对旅游体验共睦态形成的情境机制做出进一步分析, 并对旅游体验共睦态这一范畴做了概念性界定, 以期对相关领域的科学研究提供一个基础性概念框架。

关键词: 旅游体验; 旅游场; 共睦态; 情境; 类属分析

中图分类号: F328 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002—5766(2016)08—0149—11

一、引言

旅游体验这一范畴自20世纪末被纳入旅游学研究之后(谢彦君, 1999), 在国内旅游学术界已经逐渐成为一个重要而热门的术语, 由此所带动的相关领域的学术研究成果也日益丰富(魏遐、潘益昕, 2010)。从已有的后续研究文献来看, 与早期的旅游体验研究相比, 其范围和深度都有了显著的突破, 许多研究已经超越了早期研究的基础框架, 进入到旅游体验更为具体而深入的研究层次, 也获得了多样而独特的研究视角。例如, 从旅游体验的主体和客体的不同角度切入, 厉新建(2008)提出了通过主体体验化和支撑主题化的旅游体验塑造途径和改善体验质量的方法, 而张朝枝(2010)则围绕旅游体验的生产与服务供给, 分析了旅游产业价值链的结构与特点, 并据此分析出旅游产业的边界及其划分意义。从体验的相关理论出发, 认同、凝视、符

号互动等相关领域也得到了一定程度的阐发。比如, 陈才(2011)等从认同的角度对旅游体验中的认同成分加以诠释; 吴茂英(2012)在厄里凝视理论的基础上提出了多维度视角的旅游凝视系统; 彭丹(2014)以符号学理论为依据, 提出旅游者的体验是对符号的消费和解读, 并建立了旅游符号系统的建构和解读模型。此外, 马凌、朱竝(2015)等的研究已经触及了“旅游世界”这一基于旅游体验概念而提出的范畴的意义层面。不过, 以往大量的相关研究多从个体旅游者体验的角度出发, 对旅游体验主体的行为特征做一般性或概化的考察, 这种考察的目标是: 一方面, 抽离出一些概括性的范畴进行概推性的研究; 另一方面, 则针对个人体验状况进行验证性的研究。一些针对旅游动机、旅游行为、旅游本真性等问题, 大多属于此种情况。

上述这种以“抽象个人”作为研究起点来探讨旅游体验的种种特征和表现, 通常是建立在某种静

收稿日期: 2016-04-25

作者简介: 谢彦君(1960-), 男, 辽宁岫岩人, 教授, 博士生导师, 研究方向为旅游基础理论、旅游研究方法、旅游体验, E-mail: xieyanjun2002@126.com; 徐英(1981-), 女, 内蒙古巴彦淖尔人, 博士研究生, 研究方向为旅游体验、草原文化旅游, E-mail: 54xuying@126.com。

态假设或隔离假设的前提之下,一般都与微观社会学的理论和格式塔心理学的主张以及情境理论的基本观点在旨趣上有所不同。实际上,在现实当中,这种静态和隔离假设的基础,往往是不真实的或不现实的,因此,这种研究的结论,即使其目标是做一般性的概推,但仍不能涵盖全部旅游体验现象。所有那些发生在情境中并以群体互动为前提的旅游体验现象,往往会打破这种静态和隔离假设,甚至以完全对立的状况——即动态和联系——为条件。因此,旅游体验研究的深化,在方向上必然要兼顾另一面,即对情境中的互动性群体体验的深入研究和阐释。在这一路径上,除了要提出各种具有解释力的理论命题之外,还不得不依赖于一些基本范畴的提出和概念的界定。就其意义而言,任何理论大厦的建立,都离不开作为基础模块的范畴和命题的发展。离开了范畴,就无法建立判断性命题;缺少足够且彼此自洽的命题,就谈不上理论,从而也就无法建构知识体系。本文针对“旅游体验共睦态”这一范畴,力求在旅游体验的理论框架之下,从实证的角度对该范畴进行概念性的剖析,以便使这个范畴在其刚刚进入到旅游体验研究领域时,就能获得一个较为明晰而准确的概念,从而为今后探讨相关的理论命题奠定基础。

汉语中的“共睦态”一词由我国台湾省的余光弘教授从西文中译出,它源于维克多·特纳(2006)《仪式过程:结构与反结构》一书中的拉丁文“*communitas*”(赵红梅,2008)。特纳提出的“*communitas*”现象是在仪式中的阈限阶段出现的。在阈限期内,受礼者彼此之间往往会形成一种同志关系和平等关系,世俗的级别和地位之分消失了,甚至呈现某种被同化的趋势,最终形成一种被其称为反结构的、彼此交融的共同体。特纳强调,共睦态是关系的一种形式,是有具体性、历史性、特异性的个体之间的关系。这些个体并没有接受分配给他们的角色和地位,而是以马丁·布伯的“我和你”的形式,与其他的人进行面对面的交流(Victor Turner, 1969)。此外,共睦态是自发的和即时的,很少能够持续很长的时间。在这里,特纳描述了共睦态的一些特征及其形成机制,但并未给出一个严格的定义,而且这个术语的最初使用也并非针对旅游现象。但正如纳尔什·格雷本(Graburn N,

1983)所指出的,虽然特纳的仪式研究主要局限在宗教仪式,但他提出的概念尤其与旅游相关。后来福斯特(Foster, 1986)的研究即通过对群体旅游者行为的观察,将这种群体性旅游团体描述为一种“临时的社会”和“共睦态”。自此,共睦态这一范畴便被用来考察群体旅游者在旅游活动中的阈限体验。

不过,时至今日,在旅游体验研究领域中有有关共睦态的文献,基本上都没有对共睦态给出明确的定义。在有限的几篇文献中,大都集中于对旅游体验共睦态现象的具体描述或思辨性的观点阐述,而且相关的论题也往往被联系到阈限体验这一主题之上。比如,豪勒威(Holloway, 1981)便指出,旅游组织者是团队互动的催化剂,采用引人注目的才能和演技使团队成员进入到彼此交融的旅游过程中;科恩(Cohen, 1986)认为,旅游者可以被看作是如朝圣之行中具有“阈限”和“共睦态”特点的现代朝圣者;奎洛哥(Quiroga, 1990)认为,在短暂的旅行中,若做到精心安排,协调一致,指挥者是不可或缺的人,其作用表现在鼓励群体互动和开发社会动态性方面;沙皮(Sharpe, 2005)则指出,通过群体性事件和分享性经历,旅游者被投入到一种自发的旅游共睦态中,并体验着平等、共鸣和团结;赫特拉(Petri Hottola, 2004)对跨文化旅游中的文化适应性建构了一个U形模型,以期能在一定程度上解释这一“阈限”或“过渡”期的旅游者的适应心理;特罗尔、冉恩(Trauer, Ryan, 2010)在研究阈限与亲密行为的关系时指出,旅游者在阈限中更容易与其他旅游者或者亲人建立浪漫、亲密关系;科廷(Curtin, 2010)则强调,作为团队旅游中的显著行为,分享可以唤起情感的满足,有助于旅游的成功;安德鲁斯、罗伯特(Andrews, Robert, 2015)在特纳人类学理论研究的基础上,对“阈限”的概念做了进一步探究,并对目前存在的对“阈限”问题的讨论和争议做了更为深入的思考,尤其认为阈限与人类学中关注的体验、旅游、流动、地方与空间密切相关。由此可见,国外学者对旅游体验共睦态的集体关注始于20世纪80年代,但多数仅限于对具体情境中存在的阈限现象的定性描述,这虽能揭示出旅游体验共睦态现象中的个别特征,但仍未对其范畴内涵做出一个完整的系统性解释。

与此同时,国内的一些学者也开始尝试给出对旅游体验共睦态的理解。比如,赵红梅(2008)认为,旅游中的“共睦态”体验首先应该是在旅游者身份被“夷平”的基础上产生的,必须要有特纳所说的反结构特征,旅游者之间的关系处在平等、单纯、谦和甚至忘我的状态中,抛开世俗的偏见、身份、等级与财富,在此基础上,旅游者才可能毫无芥蒂地交流,共享美与愉悦;廖俊、花莲莲(2013)也指出,旅游体验阈限是旅游者在旅游过程中体验到的脱离于社会结构、日常规则等的自由、平等、反结构的交融状态。在一些案例性的研究中,一些学者也论及了阈限体验和共睦态的问题。比如,李应芝(2014)认为,梵净山佛教文化旅游体验中的“共睦态”,是一种具有群体性、逆反性、神圣性和世俗性等特征的情感状态,它对构建和谐、生态、文明的人类社会具有十分重要的意义;马凌(2010)以西双版纳傣族泼水节为例,指出人们参与节庆类活动或事件型旅游的体验与观光型旅游体验存在差异,吸引游客的不是或不仅仅是差异化的旅游景观,而是游客通过参与非日常化的节庆活动,感受与平时所不同的身份角色和行为状态,人们借此可以感受到放松和颠倒日常规范所带来的快乐,也就是阈限体验。这些研究在有关旅游体验共睦态这一范畴尚未形成共识性定义的情况下,其功可谓筚路蓝缕。这些考察已经为洞开旅游体验共睦态的本质属性做出了有益的探索。与此同时,随着文献数量的不断增加,对该范畴的明确界定也成为进一步的科学交流和知识建构的必要步骤。

二、研究方法 with 路径

对一个范畴的概念性内涵采用何种方法加以界定,这在人类历史上是有不同的选择的。例举、思辨、反省和实证的方法,都曾被人们广泛采用过,而哪种方法为最佳,也并没有断然的结论。在现代学术语境中,科学方法占据了主导地位,因此,以经验事实来表征抽象概念的实质,已经成为潮流。然而,在本文所讨论的问题中,其焦点在于回答“什么是”旅游体验共睦态。这个问题的回答,并不像一般解释性、描述性问题的回答那样,可以比较轻松地通过科学实证的手段或路径,最终提供可以比肩于回答“为什么”和“什么样”之类问题的科学答案。

关于“是什么”之类的问题的回答,由于涉及到认识论这一根本性问题,因此,与其说它是一个科学问题,毋宁说它也是一个哲学问题。因此,关于什么是“旅游体验共睦态”这一问题的回答,既要有适当的哲学作为指导,也需要利用适当的科学方法来加以实现。

在对“旅游体验共睦态”做出概念性解释时,实则相当于叩问“什么是旅游体验共睦态”这样一个问题。对此问题的回答,应在本质、属性和特征等层面给出其在内涵与外延上的规定性,而这种本质规定性恰恰最适合以现象学原则为指导。所谓现象学方法,其宗旨是直面所要探讨的事物,实现对事物的本质直观。换言之,如果采用访谈的方法探索一个范畴所关涉的现象的本质,即可直接以所要探求的那个名词或术语作为叩问相关现象本质的门径,并借助于进一步的意识观照来获得答案。例如,类似于旅游、旅游体验或旅游体验共睦态这类术语,皆可通过此类途径直抵现象的本质。为了唤起被访谈者意识层面对该词所关联现象的本质洞察,访谈者就一定要借助于“言说”那个词,这样才能寻求到关于“该词”所代表的事物的本质。因此,现象学的悬置或悬搁,不是指“不提该词”,悬搁是悬搁“前识”、“常识”、“权威见识”(谢中田、孙佼佼,2013)。所以,在探讨什么是“旅游体验共睦态”这一问题时,本文依循的是现象学原则。在实际书面访谈过程中,由于共睦态是个陌生的词汇,需要用其他通俗的、能为普通人理解的词汇加以替代,所以,将访谈问题设计为“请描述一下你曾有过的在旅游过程中与大家一起达到高峰体验(一种大家一起‘嗨’的状态)的经历”,请有过此旅游体验的被访谈者依据这一问题来描述其个人经历。本文认为,对这一问题的反身性回答,实质上也就在现象学的意义上回答了“什么是”旅游体验共睦态这样一个直观本质的问题。通过对其访谈的内容文本进行质性分析,可以捕捉到“旅游体验共睦态”的本质规定性,从而为概念化该范畴确定恰当的内涵和外延。

扎根理论是体现现象学原则和自然主义范式的重要方法(凯西·卡麦兹,2009)。它要求研究者深入到特定情境中,对资料中自然浮现出的属性和类别进行系统的收集,在资料达到饱和状态(即再

继续收集资料已不会再有新的发现)的情况下,依据现有资料分析、概括和发展出影响中心命题的各种条件,再经由不断验证、测试、比较、交互作用,并对类似情境下的经验进行检验,以便进一步修改和发展理论命题(任峥嵘、吴凯,2015)。扎根理论的归纳路径避开对现象先入为主的成见,因此,在给出一个范畴的概念性解释时,可以有助于研究者摆脱既有观点的影响和约束,通过实证的手段形成对现象本质的正确认识。本文在试图展开对“旅游体验共睦态”这一范畴的实证分析时,其研究路径也是基于扎根理论的基本思想。这个分析过程以经验材料为根据,既关注“旅游体验共睦态”的类属结构,同时也力求实现对旅游体验共睦态的完整的情境表达。这二者的结合则是理论推演过程中的“惊险的一跃”;通过对“旅游体验共睦态”这一范畴的系统分析,从而获得关于旅游体验共睦态的基本理论认识。

三、旅游体验共睦态的构成:一个多维类属组合

为了利用归纳法来生成有关“旅游体验共睦态”定义的扎根理论,本文通过网络通信手段向曾

经有过旅游经历的人发出书面访谈请求,最终获得29篇有效的描述性文本材料。本文将反馈回来的这29篇描述文本作为分析单位,通过类属分析来考察该范畴在内涵上的类属组合。通常,以编码途径所进行的类属分析,需要在资料中寻找反复出现的现象以及可以用来解释这些现象的重要符码。在这个过程中,具有相同属性的符码最终会被归入同一类别,由此构成了所研究现象的内在基本类属或下位范畴。本文的分析即是依照这一过程而展开。在具体方法的应用上,则按照三级编码方式:开放式编码、轴心式编码和核心式编码来进行。

通过对访谈文本进行开放式编码,共得出346个有效的符码(如表1所示)。这些符码的形成,并非按照任何设定的前提或标准提取,而是从原始文本中根据是否有实际意指而自然浮现的。也就是说,在开放式编码阶段,除了一些没有明确意义的虚词之外,所有含义明确的词汇,都被选定为具体的符码。表1所列的开放式符码即是这些有明确意指的词汇。从中可见,很多相近甚至相同的符码,在多个文本中重复出现,说明这些符码在此次文本访谈材料中很快达到饱和。

表1 旅游体验共睦态的编码过程

一级编码 (开放式编码)	二级编码 (轴心式编码)	
	亚类属或次亚类属	基本类属
开放式符码	亚类属或次亚类属	基本类属
毕业四年;第二次;去年;最近;2015年5月;那天;学生时代;白天;晚上;2012年3月;早上六点多;那一天;四小时;上午九点;七小时之后;读大学时;那年夏天;午后;毕业;大三的时候;假期;中午;七天	时间[23]	时间维度
地方;锦州;银川;北京;临河;云南;西双版纳;扬州;三亚;泰国;山西;大同;太原;陕南;商洛;王涧河村;天津	地理位置[17]	空间维度
笔架山;沙湖;西部影城;牛首山;小桃源;滑雪场;后海;南锣鼓巷;西单;蓝色港湾;游乐场;冶春茶社;文昌阁;个园;何园;瘦西湖;汪氏小苑;东南街;黄山;郑王庙;玉佛寺;湄南河;华山;九龙壁;华严寺;云冈石窟;应县木塔;晋祠;迎泽湖;平谷大峡谷;农家乐	景区[31]	
海;雪;美食;河水;树木;油菜花;花香;槐花;小溪水;小桥;水渠;小野花;山水;山;小湖;土特产;乡间小路;小吃;手工编织物;当地村民;歌舞;篝火;竹子舞;古运河;早茶;特色汤包;大煮干丝;小雨;水面;牛皮糖与香粉;小龙虾与盐水老鹅;奇松;怪石;云海;温泉;莲花峰;光明顶;天都峰;玉屏峰;迎客松;海鲜大餐;大龙虾;大螃蟹;皮皮虾;佛寺;和尚;神像;玉佛;茅屋;老人;纪念品;泰国人;杏子;瀑布;龙潭;过山车	景观(旅游吸引物)[56]	

一级编码 (开放式编码)	二级编码 (轴心式编码)	
	亚类属或次亚类属	基本类属
开放式符码		
4 个人;10 个人;分成 2 组;6 个人;八人;四组;20 多个人;一行 15 人;团队;三个姑娘;四个兵哥哥;一群人;三十多名同学;两伙搭一伙;六个小伙伴;队友;两三个组合在一起;一堆人	人数[18]	人的维度
同事;同学;家人;情侣;朋友	人际[5]	
选好一个人;教练大喊;边说边用手指;指挥我们;他们又提议组织;一声令下;负责;导游让我们去;有人提议;一位大哥慢吞吞地说;老公成了一群人中的搞笑分子;邀请他们;一个拉,一个推;拉了八人的小队伍;忙前忙后的;还组织着队伍;带头大哥	鼓动者[18]	
六个人一齐跟着;随着节拍;学习人家;共同面对困难;我们忍不住想象;其他人也跟着一起	响应者[6]	
激动;期盼;兴奋;迫不及待;开心;澎湃不已;喜悦;欢乐;欣喜;兴致勃勃;嗨;愉悦;沾沾自喜;畅快;爽;悲喜交加;乐此不疲;恐惧	情绪[18]	
肆无忌惮;享受;出乎意料;心照不宣;意犹未尽;跃跃欲试;尽兴;快感;引人发笑;不过瘾;惊险;太棒了;印象深刻;自在;悠闲;热闹;真实;纯真;恐高;艰难;征服;不服输;实现了;体会;津津有味;好吃;诱人;融为一体;刺激;恍若世外;美妙;很美;来之不易;不可思议,融入;自由	意动[36]	
喜欢;值得;幸福;快乐;亲切;怀念;珍惜;值得回忆;默契;亲密;美好;满怀敬佩;可亲可爱;难以忘怀;感动;舒心;久违	情感[17]	
汗流浹背;精疲力尽;又累又饿;汗水;出汗;直打哆嗦;头晕目眩;两腿无力;尿裤子;体力不支;笑得腮帮子疼;口水	身体反应[12]	
亲近海水;嬉戏;笑;聚会;参加;紧闭双眼;屏住呼吸;换上泳衣;拼命舞动;滑行;开怀大笑;拍照;合影;撒网捕鱼;围堵;推进;打牌;畅聊;收网;吃吃喝喝;追逐;说笑;说;唱;偷;高喊;尖叫;大呼小叫;嗷嗷大喊;穿街走巷;徜徉;比赛;泼水;进攻;反击;厮杀;谩骂;吃住一起	行动 38]	
又蹦又跳;踩;扔;爬;拉;滚;抓;跌倒;爬起;往身上洒;撩拨海水;双手合十;紧紧抓住;笑得前仰后合;洒;喝;坐;划动;攀	动作[19]	
彼此鼓励;帮助;调侃;相互交流;齐心协力;互使眼神;相互望望;相互加了把劲儿;合力冲出;一起;讨论;群起而攻之;被扔下去;分享	互动[14]	
步枪;链梯;泳衣;船;船桨;小艇;捕鱼设备;扑克;吉他;缆车;荡秋千;跷跷板;皮艇;绳子;飞机;滑雪服;车;团队服装	道具[18]	物的维度

注:[]中的数字表示其在访谈文本中出现的符码个数

资料来源: 本文整理

将表 1 的所有符码按其意指的近似性或相同性进行归类, 便可形成 16 个分属不同层级的轴心

符码,它们分别是时间、地理位置、景区、景观(旅游吸引物)、人数、人际、鼓动者、响应者、情绪、意动、情感、身体反应、行动、动作、互动、道具(如表1所示)。很显然,开放式编码所获得的346个符码均为明确的意指单元,而按其含义的近似性进行归类所形成的这16个类属范畴,它们彼此之间还存在着向上归并的可能性,由此便可以对旅游体验共睦态的内涵进行深入阐发。

综合表1的开放式符码和轴心式符码,可以看出,当旅游体验共睦态这一范畴反映在旅游者意识层面之后,一般会产生以下若干层次的类属组合。

1. 时间维度

尽管在文本中出现的涉及时间的符码既少又简单,但显然这是一个根本性的维度。不仅旅游体验过程一定要依赖于时间尺度、性质(诸如余暇等)才得以发生并随之流转变,而且共睦态的形成也总是表现为时间轴上的一种状态。旅游情境中的所有行动、互动,以及人际之间的所有情感体验,都与时间相关联。

2. 空间维度

文本中存在大量与空间相关联的符码,其中包括地理位置、景区、景观(旅游吸引物)。这三个亚类属都依附于空间而存在,但地理位置比起景区尤其是景观来说,它主要是以背景性或氛围性的关联而存在的,而景区和景观(旅游吸引物)才为旅游体验构建出一个具有情境功能的场域。从这个意义上说,景区和景观亚类属是旅游行为情境的主导因素。旅游行为情境的特征,取决于旅游线路上各旅游目的地及其景观的自然、文化特征。这些特征虽然依靠旅游者进行主观的识别和意识的融入,但基本上取决于客观的存在(谢彦君,2005)。从访谈文本中可以看出,在346个开放式符码中,由地理位置、景区和旅游吸引物构成的空间类属所涉及的符码达104个,这表明,旅游者对旅游体验共睦态情境中所包含的空间元素的作用有着高度一致的心理认同。

3. 人的维度

文本资料中自然呈现的第三个维度是关于人

或旅游者的。在这一维度之下,文本材料充分展示了旅游体验共睦态在行为主体层面所具有的丰富性和独特性,这些都是通过多层次、多侧面的亚类属和次亚类属体现出来的,它们使本文对于旅游体验共睦态这一范畴内涵的认识得以深化。不难看出,作为旅游活动的主体成分,旅游者在达成旅游体验共睦态的过程中起着关键的作用,也有着复杂而精彩的表现。通过分析,本文将“人的维度”细化为角色、心理、生理和人际四个亚类属。其中,角色由扮演者和行为两个次亚类属构成,再进而将扮演者细分为鼓动者与响应者,将行为细分为行动、动作和互动;心理亚类属由意动、情绪、情感三个次亚类属构成;生理亚类属主要由身体反应来加以表征;而人际亚类属则由人数和关系两个次亚类属构成,其中,人际包含了同事、同学、家人、情侣和朋友五种基本属于首属群体的人际关系。

在“人的维度”中所包含的诸多亚类属和次亚类属,都从不同层面揭示了旅游体验共睦态的生成条件和机制。例如,鼓动者和响应者在实现共睦态旅游体验的过程中起到了角色扮演的作用。共睦态常常由鼓动者主动发起、率先提议,进而带动大家积极响应,由于能给旅游体验带来“出乎意料”的“惊喜”,从而成为达到阈限体验所需要的角色元素。

在心理层面所离析出的情绪、意动和情感三个次亚类属,由71个原始符码组成,其中,有很多符码在文本中还多次出现。如情绪中的“开心”“激动”“兴奋”,意动中的“快感”“融入”和“享受”,以及情感中的“快乐”“幸福”和“值得”等。被调查者在文本中大量使用了表达其情绪、意动和情感的词,由此可见,旅游体验共睦态更多强调的是一种心理情境,而非物理情境。正如朱卡斯(Zukas N J, 2009)在研究旅游者与作为阈限存在的旅游地之间的联系时发现,处于共睦态阈限体验下的旅游者,不太关注他们所处地区的环境,对他们的行为给环境造成的破坏也不那么关注。当然,旅游体验共睦态的实现,不可能脱离物理情境。在前文所述及的空间维度以及下文将讨论的第四个维度“物的维

度”部分,都充分说明了这一点。

在“行动”这一次亚类属的 38 个符码中,呈现的是旅游者在体验这种“一起嗨”的共睦态时的参与性和互动特征。在文本的相关描述中,旅游体验的整个过程是动态的、融入的和互动的,是双向的而非单向的,是交流的而非内省的。特纳在阐述“共睦态”的本质含义时,也重点强调了人与人之间“相互性、互动性”的人际方式。此外,文本材料中还出现了 12 个符码用以描述游客在共睦态旅游体验过程中的身体反应。但由于身体反应不仅受主体自身的身体素质影响,而且也受制于旅游体验的项目类型,因此,本文不再对此项类属做进一步分析。

4. 物的维度

在二级编码中还呈现出另一类元素的组合,即物的元素。在旅游者通过角色扮演、交流与互动实现共睦态旅游体验的过程中,并非是无条件的。他们往往需要借助于如文本中所提到的“步枪”“船”“捕鱼设备”“跷跷板”等一系列形而下的器具来营造情境氛围,这些器具从而具备了舞台表演的道具功能。此时,道具成为帮助旅游者实现其共睦态旅游体验的有效工具。就道具而言,可以将其分为代表“形而上”的意义道具和代表“形而下”的实物道具。作为“形而上”的道具,在旅游者眼里已不再是道具本身,而是赋予道具以某种意义,把道具作为一个“凝视”的对象去体验。对于“形而下”的道具,它更强调其作为工具的功能性,其含义也很容易被理解。

经过上述的类属分析,不难发现,旅游体验共睦态的形成具有明显的“群体依赖性”特征。这一特征体现了“共睦态”的本质所在,标志着共睦态在旅游体验的情境营造中具有非常重要的意义。

上述针对文本材料所进行的维度提取,构建了旅游体验共睦态在时间、空间、人和物四个维度上的类属,由此形成了对旅游体验共睦态概念化所能达到的最为抽象、概括的要素组合。同时,对文本材料进一步的类属分析,还展示了这一范畴所包含

的更为独特和具体的多维类属。正是这些类属所构成的有机组合,形成了旅游体验共睦态范畴当中充分而必要的意义成分,使本文对旅游体验共睦态的概念具备了事实和逻辑的基础。同时,类属分析的结果也展示了旅游体验共睦态这一范畴在内涵上的丰富性和复杂性。为了更明晰地勾勒其类属的多维性与复合性,可以通过图 1 对旅游体验共睦态这一范畴所关涉的各种要素组合进行多维类属展现。

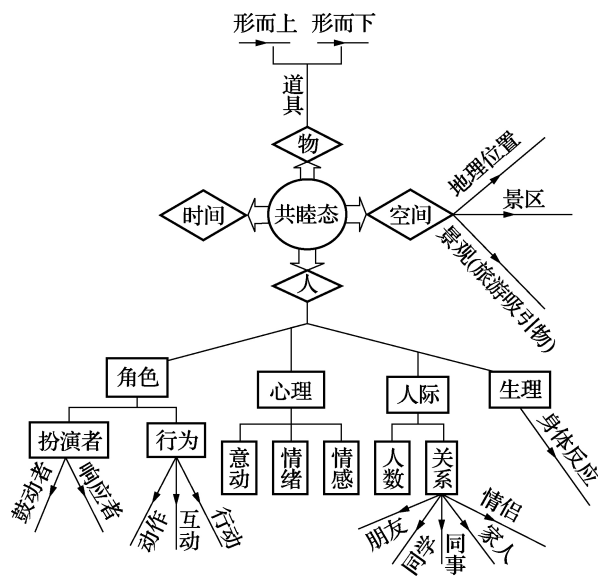


图 1 旅游体验共睦态的要素组合

资料来源:本文绘制

从图 1 中可以看到,影响旅游体验共睦态的因素包括时间、空间、人和物四大要素。事实上,空间和物两大元素构成了旅游场中的物理环境即物理场,而融入人和时间元素的物理场则构成了旅游体验的完整场域,它为旅游体验共睦态的实现提供了一个特定的行为情境。旅游体验共睦态的达成,是在此旅游场中通过人与物的交互作用完成的。不过,必须指出的是,旅游体验共睦态的形成,绝非上述静态维度的简单叠加所能促成,它是一个更为复杂的、活的动力体系。这一点如果针对访谈文本的原始材料做进一步的情境分析,便可以得到证明。所以,在对旅游体验共睦态这一范畴做出概念性解释时,必须兼顾这一点。

四、旅游体验共睦态的生成:一个情境机制

通过对主轴式编码所形成的类属分析结果的进一步归纳,很自然要走向理论的升华过程,即完成选择性编码的过程。正如前文所说,这必然是“惊险的一跃”。经过对二级编码结果的逻辑归纳,以及不断反复地回返至原始文本数据材料,可以清晰地发现,访谈对象在描述其与大家“一起嗨”的旅游体验经历时,总是没有脱离场域、关系和程式这三个要素,因此,这三个更为抽象的维度也构成了解释旅游体验共睦态特征的核心类属。

1. 场域

“场域”或“场”作为界定旅游体验共睦态的首要维度,其含义与以往所使用的旅游场的含义没有什么区别,即用来描述旅游体验所赖以发生的情境与环境条件。当旅游者的行为环境在受到地理环境调节时,以自我为中心的心理场也在活动着,由此形成的是一个由“自我—行为环境—地理环境”等进行动力交互作用的心物场(谢彦君,2005)。只有从日常生活世界中逸出,通过时空转换,来到具有差异性和独特性的旅游世界中,才有可能生成一种特定的场域,最终营造出只有在此特定场域下才有可能形成的旅游情境。旅游体验的共睦态情境便是在这种旅游场域下出现的,而这种场域的生成则是以地理环境的空间变化为前提的。

2. 关系

旅游体验共睦态的达成,离不开“关系”的存在,因为共睦态是一种人际互动和物我交融的状态,而这些都是关系中产生的。换言之,旅游者离不开与他人的互动,旅游者在与他人的互动中建构出各种社会关系,旅游者与他人的社会关系的性质影响着旅游者的体验质量,因此,有关旅游中的“人—人”关系的社会学研究就具有重要的意义(彭青,2013)。在旅游活动中通常会生成多种关系,有些是单一双向的,有些是间接链环式的,有些是复合网络式的,有些是矩阵交织式的,有些则是错综而互嵌式的,其复杂程度不一而足,但影响旅游体验共睦态的关键则是同行旅游者与旅游者之间

的关系,而且,这种关系越直接,就越具力量感。从访谈文本中也可以看出,访谈对象及其同行者基本都包含于同学、同事、家人、情侣和朋友这五种关系维度下,这是一种相熟的亲密关系。从对访谈文本的延伸性分析中,不妨可以做出这样的假设:相熟、亲密的关系比陌生关系更容易进入旅游体验的共睦态。当然,此假设还需要进一步通过实证的研究方法去论证。而且可以想象,在旅游情境中,存在着陌生人之间的互动并达成共睦态的可能性。

3. 程式

在本项研究中,可以看出,“程式”在旅游体验共睦态的形成中也扮演着突出的角色。这不仅体现在旅游体验共睦态可能产生于某些仪式性的体验过程中,而且一些自发、自由的旅游体验过程也往往会依赖某种相对显性的程式或仪式,这使得程式成为调动旅游体验共睦态的工具性元素。从内容上看,可以把“程式”直观地理解为旅游活动中具体的流程与形式,或者是旅游情境中的“一个事件”。在旅游体验的具体情境当中,程式的作用是,它可以使流程中有互动,事件中有参与,在此情况下,人际互动的程式构成了促使旅游体验达到共睦态的必要条件。在旅游体验过程中,有些程式可能是制度化的。也就是说,旅游者在某一旅游景区的体验流程是统一的和既定的,旅游者必须在制度化的程式下去完成其旅游体验,这在某种程度上似乎可能限制共睦态的产生。但即便如此,程式的作用也不可低估。在很多情况下,缺乏程式机制的散漫状态,因无法唤起共鸣机制而妨碍着共睦态的达成。此外,程式还可以是建构性的,建构性程式与制度化程式相比具有明显的主动性、自发性和随意性,但这种建构性程式通常需要一位承担关键角色的鼓动者或带头人去发起或创建“一个事件”,同时,还需要其他旅游者对此“事件”做出积极响应。这种建构性程式往往比制度化程式更容易引发旅游者产生共睦态体验。就这一点而言,作为旅游景区在设计制度化程式的过程中,更应该从旅游者体验的角度出发,以参与、互动、交流为原则,尽可能

使旅游者达到或接近一种群体性最佳体验状态,即旅游体验的共睦态(谢彦君等,2016)。如图2所示:

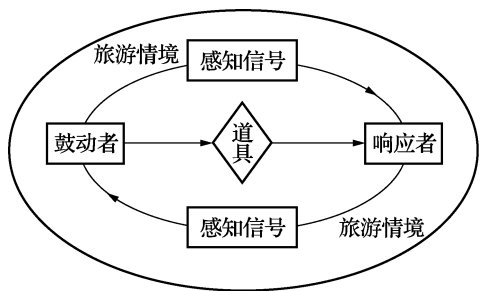


图2 旅游体验共睦态生成的情境机制

资料来源:本文绘制

根据上述分析,可以得出这样的结论:在旅游体验共睦态的形成机理中,鼓动者与响应者的角色互动在其特定的旅游情境下起到了非常关键的作用。如果只有鼓动者单方面发起“一个事件”,而没有响应者的积极回应,那么共睦态也不可能实现。虽然鼓动者预先的组织设计也很重要,因为这在某种程度上有可能决定响应者是否积极回应的问题,但旅游体验共睦态作为一种情境表现,更应该强调其在场的应激互动性。这种体验显然表现为这样的程式化特点:先由鼓动者临时发起,再由响应者现场回应,此二者在互动的过程中或借助于道具,或借助于道具以外的感知信号,最终在旅游情境下形成一种群体性共鸣式的在场高峰体验。

基于以上分析,本文尝试对旅游体验共睦态做如下界定:旅游体验共睦态是旅游者在群体互动的旅游情境中,依循于建构性程式,通过在场的角色扮演而达到的一种共鸣式移情体验状态。这里的移情体验,强调了旅游者被情境所感染的程度。旅游者越是被在场的旅游情境(如滑沙、唱歌、划船比赛)所感染,世俗世界中的阶级、权利、地位、财富和身份等结构化因素的作用就会越小。此时,鼓动者的组织和发起会促成并加快旅游者成员间的彼此交融,最终达到完全融入的忘我境界,共享认同、默契所带来的和谐与共鸣。这也正是旅游体验共睦

态这一范畴的精义所在。

五、总结与启示

旅游体验的共睦态,作为旅游过程中的一种阈限体验,立足于群体,其内涵已经超越了杰克森·特米哈依笔下所提出的体验模式——个人畅爽,从而可能成为更具解释力的理论范畴。虽然其作为一种旅游现象一直存在于不同情境下的旅游体验中,但作为一项研究领域,尽管已引起国内外一些学者的关注和研究,但总体上还仍是一块有待进一步耕耘的处女地。在这方面,国内旅游学术界所关注的视角还未能突破仪式理论的桎梏,相应的问题域也还没有得到足够的拓展。本文运用扎根理论的研究方法,针对旅游体验共睦态的构成要素及生成机制做出的初步描述性解释,不仅仅是想为共睦态旅游体验研究提供一个基础性的概念框架,也希望由这一探讨进而能触及的有关旅游体验共睦态的多维类属与形成机制问题,也能为旅游者和旅游经营者双方就如何获得群体性畅爽体验提供一个相对科学的理论依据。

这一结论的现实意义在于,不管是旅游者还是旅游产品的提供者,为了达到体验的高峰状态,都应该注重群体旅游过程中共睦态体验的达成。作为旅游者一方,只有通过这种群体性互动的方式才有可能达到旅游体验中的“共睦态”。群体旅游者通过对某一旅游吸引物的共同关注,同时借助于某种互动仪式而使其具有了一种彼此关注的认同感和团结感。而作为旅游经营者一方,一方面,要将旅游体验的相关理论应用到产品开发的过程中,摒弃传统的观光型生产理念,将互动、仪式、表演和具身等理念尽可能地融入到旅游产品,尤其是以旅游场的形态存在的旅游体验情境的具体设计中;另一方面,还应特别重视导游以及其他具有媒介角色的人在旅游活动过程中对旅游者所产生的积极引导与调动作用。正如在前文中所言,在旅游体验共睦态的生成情境中,鼓动者扮演了一个近乎于领导者/倡导者的角色,这一角色扮演的成功与否,直接影响到共睦态能否实现。

参考文献:

- [1] Birgit Trauer, Chris Ryan. Destination Image, Romance and Place Experience—an Application of Intimacy Theory in Tourism [J]. *Tourism Management*, 2005, 26, (4): 481–491.
- [2] Cohen E. Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1988, 15, (1): 29–46.
- [3] Curtin S. Managing the Wildlife Tourism Experience; the Importance of Tour Leaders [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2010, 12, (3): 219–236.
- [4] Foster G M. South Seas Cruise; a Case Study of Short-lived Society [J]. *Annals of Tourism Research*, 1986, 13, (2): 251–238.
- [5] Graburn N. the Anthropology of Tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1983, 10, (1): 14.
- [6] Holloway J C. the Guided Tour; a Sociological Approach [J]. *Annals of Tourism Research*, 1981, 8, (3): 377–402.
- [7] Hazel Andrews, Les Roberts. Liminality [M]. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Science*, 2015.
- [8] Petri Hottola. Culture Confusion; Intercultural Adaptation in Tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31, (2): 447–466.
- [9] Quiroga I. Characteristic of Package Tours in Europe [J]. *Annals of Tourism Research*, 1990, 17, (2): 185–207.
- [10] Sharpe E K. Delivering Communitas: Wilderness Adventure and the Making of Community [J]. *Journal of Leisure Research*, 2005, 37, (3): 255–280.
- [11] Victor Turner. *The Ritual Process-structure and Anti-structure* [M]. Aldine Publishing Company, 1969.
- [12] Zukas N J. *Liminal Ecologies: Backpackers, Expatriates and the Production of Kohtao, Thailand* [D]. Michigan State University, 2009.
- [13] 陈才, 卢昌崇. 认同: 旅游体验研究的新视角 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2011, (3).
- [14] 凯西·卡麦兹. 建构扎根理论: 质性研究实践指南 [M]. 边国英译. 重庆大学出版社, 2009.
- [15] 厉新建. 旅游体验研究: 进展与思考 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2008, (6).
- [16] 廖俊, 花莲莲. 国内外阈限研究综述及其对节事阈限研究的启示 [J]. *桂林: 旅游论坛*, 2013, (1).
- [17] 李应芝. 共睦态: 深描梵净山佛教文化旅游体验——旅游人类学视角下宗教文化旅游的深层需要解析 [J]. *铜仁职业技术学院学报(自然科学版)*, 2014, (6).
- [18] 马凌, 朱竝. 旅游研究中建构主义方法论的合法性基础及其方法应用 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2015, (7).
- [19] 马凌. 节庆旅游中的阈限体验: 日常世界与旅游世界——以西双版纳傣族泼水节为例 [J]. *广州: 学术研究*, 2010, (11).
- [20] 彭丹. 旅游符号学的理论述评和研究内容 [J]. *上海: 旅游科学*, 2014, (5).
- [21] 彭青. 旅游体验研究新视角: 旅游者互动的社会关系研究 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2013, (10).
- [22] 任峥嵘, 吴凯. 科普领域的质性分析——MAXQDA 软件应用 [M]. 北京: 中国科学技术出版社, 2015.
- [23] 维克多·特纳. 仪式过程——结构与反结构 [M]. 黄建波, 柳博赟译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [24] 魏遐, 潘益昕. 中国旅游体验研究十年(2000—2009)综述 [J]. *桂林: 旅游论坛*, 2010, (6).
- [25] 吴茂英. 旅游凝视: 评述与展望 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2012, (3).
- [26] 谢彦君. *基础旅游学* [M]. 北京: 中国旅游出版社, 1999.
- [27] 谢彦君. 旅游体验研究——一种现象学的视角 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2005, (2).
- [28] 谢彦君, 徐英. 旅游场中的互动仪式: 旅游体验情感能量的动力学分析. *上海: 旅游科学*, 2016, (1).
- [29] 谢中田, 孙佼佼. 旅游学方法论何来主义之争——与宋子千、张斌等商榷 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2013, (12).
- [30] 张朝枝. 基于旅游体验视角的旅游产业价值链分析 [J]. *北京: 旅游学刊*, 2010, (6).
- [31] 赵红梅. 也谈“communitas”人类学视野下的一种旅游体验 [J]. *昆明: 思想战线*, 2008, (4).

The Communitas of Tourist Experience: A Multi-dimensional Category Analysis of Situational Dynamics

XIE Yan-jun, XU Ying

(School of Tourism & Hotel Management, Dongbei University of Finance & Economics,
Dalian, Liaoning, 116025, China)

Abstract: In the last two decades, tourist Experience has become a more and more popular academic area in tourism research. By reviewing the related literature, the authors find that there are very few literatures related to the explanation of the concept of communitas in tourism experience, both at home and abroad. Most of those literatures on this topic are about the specific description and some view explanations for the communitas phenomenon. Some studies have been devoted to focus on individual experiences rather than on group experience. The aim of this research is different from that of the traditional academic interests. This paper employs the concept of communitas, which is originally a major concept in ritual theory, to develop theoretical model. This effort helps the researcher to change their perspective from individual experience to group experience. Focused on the core concept of communitas in group tourist experience, this research not only adds a new subject to the area of tourism experience studies, but also come to some scientific findings including examining the dimensions which explain mechanism and interactional influence of communitas situation. In this paper, the authors treat tourist groups who ever visited the Inner-Mongolian grassland as the object of research, and use the text of interview as the data of analysis, and raise their points of view in the context of tourism experience situation. The whole process of the research follows the rules and methods of grounded theory, which finally gives some multi-dimensional categories for the communitas in tourism experience. This process includes three steps of coding: open coding, axis coding, and selective coding. The major dimensions discovered in this research are time, space, material, and people, which interact mechanically each other usually in a special field of tourist experience. The findings also include some second level dimensions under the above four major dimensions. For the dimension of material, there are still two more sub-dimensions which relate to conceptual and useful tools. For the dimension of space, there are three sub-dimensions which relate to geographical positions, tourist areas, and scenic landscapes. For the dimension of people, there are four sub-dimensions relate to role, psychology, interpersonal relations, and physiology. When tourists play their roles in the field of experience, two roles emerge as the key factors which lead to communitas: the evokers and the responders. The behaviors observed by the research are practice, actions, and interactions. Concerning the factor of psychology of tourists, there are three sub-factors, intentions, emotions, and affections. The number of people and the interrelationship account for the factor of people. This relationship usually is constructed among friends, families, colleagues, classmates, and lovers. There is no sub-dimension to the dimension of time. This paper gives some detailed explanations to the relationships among those different levels of factors. In this paper, the authors also undertake a further analysis for the situational dynamics of the formation of communitas in tourism experience, which are related to three dimensions as field, relationship and program individually. Based on the model of the three factors or dimensions of tourist experience, the authors insist that tourist field is active and evolutionary, which is keeping changing with the involvement of tourists. The relationship among different stakeholders influences the direction and nature of the changes in tourist field, where the program employed in the field of tourist experience also plays a major role. In addition, the authors define communitas in tourism experience as a type of resonant and transference experience state, which forms in a group interaction situation where tourists follow a constructed program by role-playing at their physical presence. By analyzing and concluding the concept of communitas of tourism experience systematically, the authors argue that the concept of communitas would play a very important role in the research of tourist experience, and hope that the research conducted in this regard may provide a basic conceptual framework for further research in relevant field.

Key Words: tourism experience; tourism field; communitas; situation; category analysis

(责任编辑:文 川)