

基於穿越視角的旅遊發展觀

周 廣 鵬

(東北財經大學旅遊與酒店管理學院,大連)

摘 要:旅遊研究經歷了多次研究視角的轉換,從經濟的視角轉向社會文化的視角,又轉向體驗的視角。這種轉化體現了旅遊研究從僅僅關注外部經濟效應逐漸聚焦於旅遊者內在需要的歷程。在體驗視角需要進一步細化和深化的背景下,筆者依據對客觀事實和社會現象的觀察和思考,提出從穿越的視角重新審視旅遊的本質的觀點。通過對旅遊動機的深入分析和旅遊業的現實供給分析可以看出,旅遊本質上具有穿越屬性。相比於無法實現的物理穿越和居家神遊而言,由於旅遊具有身臨其境和多感官體驗的特性,旅遊成為現實的穿越替代方式。穿越視角的提出具有一定的理論價值和現實價值,基於穿越的視角看待旅遊業發展,可以為旅遊企業的市場定位、行銷宣傳和景區規劃方面提供具體的指導和借鑒。

關鍵詞:旅遊體驗;旅遊;穿越

中圖分類號:F590

Tourism Development Concept through Time Travel Perspective

Zhou Guangpeng

(Dongbei University of Finance & Economics, School of Tourism and Hotel Management, Dalian)

Abstract: Tourism research has experienced many perspective changes, from economic to social-cultural, and then to experiential perspectives. This change reflects the process of tourism research focus from external economic effects to tourists' internal needs. To further refine and deepen the experiential perspective, the author, based on the observation and contemplation of objective facts

作者簡介:周廣鵬,東北財經大學旅遊與酒店管理學院講師,酒店管理教研室主任。

and social phenomena, suggested re-examining the tourism ontology. An in-depth analysis of tourist motivation and the supply and demand of the industry indicated its ontological attribute of crossing different perspectives. Compared with the impossible physical penetration and strolling at home, tourism has become an alternative way of time travel because of its immersive and multi-sensory experience. It has certain theoretical and practical value to suggest the perspective of time travel, which can provide guidance and lessons for enterprises in market positioning, promotion and scenic area planning.

Key words: travel experience; travel; time travel

1 穿越視角的緣起

1.1 體驗視角深化和細化的需要

旅遊研究經歷了多次研究視角的轉換，從經濟的視角轉向社會文化的視角，又轉向兼顧旅遊的外部效應和旅遊者內在需求的綜合視角。進入新世紀以來，聚焦於旅遊者的內在需求的體驗視角逐漸佔據了主流地位。

從宏觀的角度將旅遊看作一種行業，關注其外部經濟和社會效應無可厚非，但真正推動旅遊業蓬勃發展的原動力只能是源於旅遊者內心的需要。僅僅關注旅遊現象的外部特徵和外部效應，不聚焦於旅遊者的內在需求，不回答旅遊者為什麼旅遊這個核心問題，就永遠無法觸及旅遊的本質。筆者也完全認可體驗視角研究旅遊發展是十分恰當和必要的。然而，正所謂，“無體驗，不生活”，人類的生命歷程當中所有的行為都是為了體驗或者本身就是一種體驗，從這個角度來看，將旅遊的目的或本質定義為體驗好像也太過寬泛。謝彥君（2010）和徐菊鳳（2011）等學者都使用異地性、暫時性和休閒性對旅遊體驗進行了嚴格的界定。強調

旅遊的休閒屬性是為了將旅遊與商務旅行等職業行為加以區分；異地性和暫時性這兩個時空範疇的界定將旅遊與其他日常休閒活動進行區分。但是這種界定還不能完全回答旅遊體驗與日常生活體驗有什麼不同和特點。因而，體驗視角需要進一步細化和深化，需要在體驗視角的統攝之下，從旅遊現象的本質出發拓展出一些新的視角來審視旅遊。

1.2 滿足人類穿越需求的需要

1.2.1 人類的穿越情結

“穿越”動機往往處於人類的潛意識之中，穿越需求也並不屬於人類的基本需求，人們的穿越動機和需求卻總是潛在地存在著，有時會投射到其外部行為上，從而使這種動機得到間接和局部的滿足。人類的穿越情結，可以從創作者對穿越題材的鍾愛，以及大眾對穿越文學影視作品的癡迷上體現出來。

“前不見古人，後不見來者。念天地之悠悠，獨愴然而涕下。”這首膾炙人口的千古名句是陳子昂登上幽州臺時觸景生情而作，表達了作者哀傷自己只能活在現世，無法穿越古今的無奈。亦如白居易在《長恨歌》中的哀歎：“上窮碧落下黃泉，兩處茫茫

皆不見!”中國古典文學中,對於時空穿越類作品有一個專門的稱謂——“仙鄉淹留”。這種“仙鄉淹留”類型的故事中,往往會出現“誤入仙境”的故事情節,其結果往往是仙界一日,人間百年(李永平,2011)。仙鄉淹留類型的故事總體上是一種在時間流逝方向上加速前進,進而穿越到未來的故事。丁乃通(2008)和鍾敬文(2010)的相關研究都表明仙鄉淹留類型的故事除中國小說和民間傳說以外,也見於其他國家的各類文學作品,是一種世界範圍內普遍存在的民間觀念。

直至當代,穿越題材的文學作品依然廣受歡迎。中國最大的文學閱讀平臺起點中文網在2016年的統計結果顯示,閱讀量前20位的作品中有8部是穿越題材的小說。如今最火爆的網路小說之一——《臨高啟明》從2009年11月至今,持續佔據起點中文網強力推薦榜首頁將近9年時間。這本網路小說描述了500名現代人穿越到明朝時期的海南臨高縣的精彩故事,截至2018年7月31日其字數已經達到了驚人的718.86萬字,且依然沒有完結。“時空穿越”題材的影片已經成為現代電影的一個主要類型(蔡衛和遊飛,2004)。耳熟能詳的相關影視作品不勝枚舉,穿越題材的受歡迎程度可見一斑。

穿越題材廣受歡迎的一個根本原因,是人類在內心深處有強烈的穿越動機和需要,文學影視作品在一定程度上能夠緩解這種無法真正滿足的需要。人類先天具備的某些基因資訊以及集體無意識深刻影響了文學創作,穿越題材的文學作品也一定反映了人類的某種基因和心理情結。這一心理情

結就是擺脫時空束縛,實現時空穿越。

1.2.2 由虛漸實的穿越供給

穿越文學作品和影視作品的蓬勃發展不僅印證了人類普遍存在的穿越情結,也在一定程度上,至少在精神層面滿足了人類的穿越需求。但這個看不見、摸不著,只能靠精神想像的虛擬世界也給人們帶來了些許遺憾。穿越影視作品相比於文學作品而言,顯然可以更加直觀地滿足人們的視覺和聽覺需求,解決了“看不見”、“聽不到”的缺憾,但“摸不著”的問題依然存在。人類顯然不會坐視這種缺憾,現實生活中,人們對復古和懷舊現實載體的追求日益強烈。以重溫歷史和回憶童年為主題餐廳的興盛就是一個現實的回應,從90年代流行的知青飯店以及現在廣受歡迎的外婆家餐廳、媽媽的味道餐廳等,都可以說明這一點。

不僅特色餐廳在打“穿越”的賣點,旅館經營者也意識到了這一點。位於舊上海法租界內的一家名叫“時間膠囊”的民宿憑藉優越的地理位置以及獨特的室內裝潢,吸引了不少房客。

人類穿越情結的表現形式經歷了從想像、神話傳說、穿越小說到穿越影視作品的過程,這個過程不僅僅是表現形式的變化,對穿越的哲學思考、穿越故事情節處理等方面都日漸走向細化和具身化。生活於資訊爆炸的現代社會中,人們已經不再可能沉浸於單一情節、單純形式的仙鄉淹留的“迷思”當中,單純的聽聞享受不足以滿足其多感官體驗的慾望。

廣義的旅遊業是包含食、住、行、遊、購、娛六要素的綜合性行業,這些要素顯然與文學、影視、音樂和建築密切相關;餐廳和旅館

本身就是廣義旅遊業的組成部分。按此推理,旅遊業理所應當地應該在滿足人類穿越需求方面有自己的一席之地。歷史地看,穿越需求正在從早期的虛擬或幻想逐漸形化為物質實體或確切的時空存在,從而為人們的具身造訪和體驗提供了機會。換言之,從文學作品到影視劇再到建築實體以及主題化的運營空間,穿越的隱性需求逐漸外化為一種顯性需要。於是,它與旅遊的關聯便由此產生了。

2 旅遊的穿越屬性

作為旅遊活動外部特徵的“異地性”和“暫時性”是互相影響、不可分割的,它們歸根結底是時間問題和空間問題,這一點與穿越具有內在的一致性。謝彥君(2015)認為,“探尋旅遊現象的本質屬性離不開對旅遊目的的研究”。要探尋旅遊的穿越屬性的存在與否,就需要從旅遊動機入手。

2.1 旅遊動機中的穿越傾向

2.1.1 遁世與懷舊

克朗普頓(1979)識別出七種動機,其中第一種就是“逃避所感知的世俗環境”。格雷所提出的所謂“漫遊癖”(wanderlust)和“戀物癖”(sunlust)(謝彥君,1999),包含了強烈的融入未知世界的張力。艾澤歐-阿荷拉則提出了與之接近的“逃逸因數”和“逐求因數”旅遊動機二分法,逃逸相當於漫遊,逐求相當於戀物(謝彥君,1999)。漫遊和逃逸都具有“逃避”或者“遁世”的意味。正如郭少棠(2005)所說:“當代社會中的個體都有遊移現世空間的心理渴望。”這類旅遊動機事實上都暗含了穿越的意味。

日本學者田中喜一(1950)將格利斯曼的四類動機細分為十一種,其中提到了“思鄉心”這一動機;克朗普頓識別出七種動機中的第五種是“懷舊”;日本心理學家今井省吾認為現代人的旅遊動機包括對“未來的嚮往”(謝彥君,1999),這類表述中的穿越動機已經十分明顯了。

需要說明的是,“懷舊”的時空範圍得到了極大的拓展,不再局限於個體生活和經歷的時空。Stem 從文化的層面將懷舊劃分為歷史懷舊和個人懷舊兩種(趙靜蓉,2009)。歷史懷舊是借用歷史事件及人物來興發浪漫情懷,個體認為過去好於現在,為了逃避現在的生活而渴望回到過去。“歷史懷舊”這個概念的提出,極大地擴充和豐富了“懷舊”的內涵,不再將懷舊的時間跨度和水平局限於個體生存時間的長短,從而賦予懷舊以更為廣闊的含義,使懷舊從個體水平擴展至集體水平,並延伸至歷史的深處。這種擴展使懷舊和穿越到過去具有了幾乎相同的內涵。

2.1.2 尋求“差異”的穿越

謝彥君(1990)認為旅遊的動機可以歸結為對差異的追求,並進一步指出:“旅遊實質上是一種矛盾現象,是人類矛盾心理的突出產物,從古代的吟游詩人到現代的旅遊者,不管是流連於山川秀色,還是沉迷於古老文化,都是在尋求與其個人當時處境相悖的某種補償。誘發旅遊行為的根本因素是個人心理狀態與其所處的自然及社會環境之間存在的差異。這種內化的矛盾就是推動旅遊活動發生的第一動力。”人類面臨的最大的匱乏就是對時光流逝的無奈,時空差異也遠比地域差異更加強烈,穿越古今

也一定是旅遊動機的一部分。

謝彥君在探討旅遊者的心理需要與不同類型的旅遊景觀之間對應關係時曾提出一個模型,如圖 1 所示。

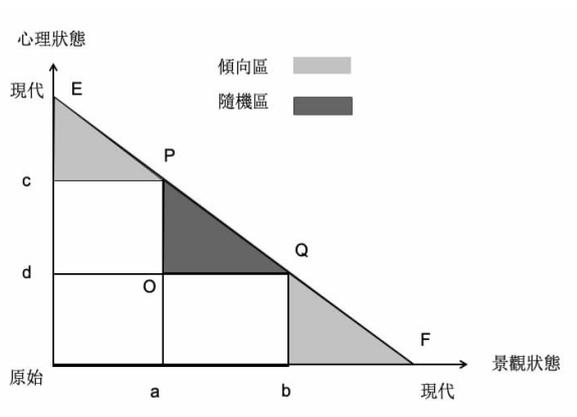


圖 1 旅遊者心理狀態與景觀狀態對應關係模型圖

資料來源:謝彥君.論旅遊的現代化與原始化.旅遊學刊,1990(4).

模型顯示,旅遊景觀狀態和旅遊者心理狀態之間存在某種“負相關”關係。旅遊者的心理狀態越接近原始狀態則越傾向於偏愛現代特徵明顯的旅遊景觀,反之,旅遊者的心理狀態越接近現代狀態則越傾向於偏愛原始狀態的旅遊景觀。作者稱這兩個區域為“傾向區”(圖中 EcP 和 QbF 區域)。介於這兩個區域之間的 OPQ 區域稱為“隨機區”,這個區域的景觀偏好並不明顯,這個區域中的旅遊者的具體旅遊行為更多地受到其他因素的影響,通常也會體現出對原始和現代兩個極端類型旅遊景觀的偏愛。這一模型極具穿越意味,對原始狀態的嚮往,可以理解為回到過去的嚮往,對現代狀態的渴望也就是對未來的渴望。

總體來說,旅遊者在選擇目的地、以及形成旅遊期望的過程中,獲得穿越體驗往往不是主要動機,甚至完全是一種潛在的動機。由於環境的提示或激發作用,才使得這

些潛在的動機被喚起,最終旅遊者以意外驚喜的形式獲得了穿越感。但在針對特殊目的地的時候也有例外。這種情形多見於旅遊目的地具有強烈而明顯的穿越特徵時。例如,朝鮮作為一個特殊的旅遊目的地,對於中國旅遊者有著某種穿越的意義,可以讓遊客切身體驗到逝去時代的某些特徵。旅遊者在選擇這類目的地的時候,其主要動機就是體驗一次穿越之旅。如果要用一個連續譜的兩極來代表一次旅行所含有的穿越成分,那麼,去朝鮮旅遊是最能體現穿越動機的一端,另一端是個別完全不具備穿越動機的旅遊活動,更多的旅遊活動則位於二者之間,或多或少的、明顯或潛在的具有穿越動機。

2.2 現實中的穿越供給

很多旅遊景區和企業推出的旅遊產品並沒有將“穿越”作為題材和賣點,但嗅覺敏銳的新聞記者在新聞報導時卻有意無意地使用了“穿越”的表述。例如,2006年6月《中山日報》記者閆瑩瑩和曾淑花在報導香山文化遺產旅遊時,稱其為“穿越時空的一日遊”;2014年3月《中國資訊報》記者李麗媛將皖北旅遊開發的亮點表述為“穿越時空的隋唐盛世”。這些現象說明,儘管業界沒有意識到旅遊產品的穿越屬性,但新聞工作者憑藉其敏銳的職業直覺從中提煉出了“穿越”這個主題。儘管旅遊學術界對於穿越幾無關注,但旅遊業界也有部分企業和景區注意到了“穿越”題材的獨特吸引力,推出了相關主題的旅遊產品。在景區大型演出劇碼中突出“穿越”主題,如“麗江千古情”、“夢回大唐”等。

還有一種更為常見的情況就是供給方和宣傳者都沒有強調穿越主題,但是旅遊者在旅遊過程中體驗到了穿越的感覺。年輕的遊記作家晨曦歷時7年,遊歷了50個國家、200個城市,2016年,作者把旅遊過程中創作的70個遊記結集出版,取名《曦遊記》,在書中有這樣一段精彩的敘述:

“旅行是一門大綜合,它讓我親自接觸世界的每一種可能,也讓我可以不同的角色扮演中更深切地理解生活,去回首過去,融匯現在,貫通未來。”(晨曦,2016)

在《羅素談人的理性》第二十一章“不同的快樂理想”開篇就是這樣的敘述:

“大家都知道威爾斯寫過一本幻想小說《時間機器》。在這本小說中,機器的主人在時間上能做過去和未來的旅行,能讓他看見自己過去和未來是怎樣的。然而人們卻常常想不到在今天通過周遊世界也能獲得威爾斯設想的許多好處。一個到過紐約和芝加哥的歐洲人等於看見了未來,因為如果歐洲度過了經濟危機,它將要走向的未來大概就是現在紐約和芝加哥的樣子。另一方面,當這個歐洲人來到亞洲,他看見的就是過去,在印度能看見中世紀的情形。”(羅素,2016)

羅素將“旅遊”和“時間機器”等同起來,通過旅遊,人類可以實現向過去和未來兩個方向的穿越。無論旅行到哪裏我們看見的也是當下的芝加哥、現在的印度,羅素所說的情形顯然也並非真正的穿越,而是現實的旅遊。

3 旅遊是現實的穿越替代方式

到目前為止,人類所擁有的最好的“時

間機器”就是我們的大腦。人類利用大腦的想像功能暢遊寰宇,此之謂“神遊”。龔鵬程(2001)認為,“所謂神遊,是指一種特殊的旅遊情況,旅遊者形體不動,並不展開遊覽行動,卻宣稱在其內心去遊歷過了”。

通過“神遊”的定義可以發現,神遊含義中有兩個要點,第一個要點是“神遊”過程中遊者的身體不動,動的是精神,可理解為一種身體不進行空間移動的“精神旅遊”;第二個要點是神遊會給人一種“身臨其境”的主觀感覺,但這只是一種虛擬感覺,需要個體的主動宣稱。由此可見,神遊不過是沒有時空突破、不需要物質實體支撐的虛擬旅遊而已,它雖不是旅遊,但卻具備“旅遊的精神”。

當代的最佳穿越替代方式,恐非旅遊莫屬。旅遊在獲得穿越體驗方面具有自身的特點和優勢。

3.1 身臨其境

旅遊通過真實的空間移動到達“異地”,進入“現場”,這在外在表現上和單純的神遊具有根本性區別,對旅遊者的內在體驗也具有積極意義。

李白《經下邳圯橋懷張子房》中有云:“我來圯橋上,懷古欽英風。”明代的劉基在《紹興崇福寺記》中寫道:“因登其皆山之樓,眺於群山,悠然而懷古焉。”兩位詩人的懷古之情都是由於移動到圯橋之上、登上樓宇之後油然而生,可見旅遊由於“異地性”的基本特徵帶來的空間移動對於穿越體驗的生成有特殊意義。

美國著名盲人女作家海倫·凱勒在其代表作《假如給我三天光明》第十六節“世

界博覽會”有這樣的敘述：

“我們是在3月份去尼亞加拉的。站立在瀑布邊的高崖上，只覺得空氣顫動，大地震抖，此時此地的心情非筆墨所能形容。”

一個極富感性的作家都無法用語言來形容她進入現場時的感受，可見進入現場是任何其他方式都無法替代的。對於一個存在視覺和聽覺障礙的旅遊者依然可以獲得愉悅的旅遊體驗，可以感知到周圍的特殊氛圍，這也是得益於進場。

和不進行空間移動的神遊相比，旅遊可以使旅遊者真實的進入“現場”。而且，那些富含“歷史”和“文化”時間烙印的場所，絕大多數都已經被開發為旅遊景區，對於喚起旅遊者的穿越動機，滿足旅遊者的穿越需求都具有積極的意義。

3.2 多感官體驗

旅遊者的“全身心進場”帶來的一個好處就是通過多感官形成整體性的旅遊體驗。可以說多感官體驗即是旅遊者進場的目的，也是進場的結果。由於旅遊是真實的空間移動，旅遊者真實地進入一個與日常生活不同的環境當中，因此，其體驗必然是具身的，可看、可聽、可聞、可觸摸、可品味，當然也可以想像。當這些感知的物件帶給感知主體以超越於其個人日常生活經驗的閾限時，感知主體便能獲得穿越的精神體驗。

遊記作家孤獨川陵(2013)在《最美的年華在旅行》中有這樣的描述：

“爬上高地，穿過一條狹窄的小巷，古堡便出現在眼前。我邁開腿，用雙腳感受著那凹凸不平的石板路；我低下身，品嚐著路邊老式飲水器裏流淌出來的泉水；我抬起

頭，仰望著古堡上生滿鐵銹的十字架；我伸出手，輕叩著被歲月雕琢得異常光滑的木門……在這短短的幾分鐘內，這簡直是穿越時空的漫步。我仿佛被帶到了幾百年前的歐洲小鎮——老安道爾絕對是個能讓你陶醉其中的地方。”

作者通過攀爬、觀看、觸碰和品嚐達到了通感，獲得了很好的穿越體驗。

相反，如果不能多感官攝入，僅僅依靠單一感官，即使是人最重要的視覺也可能導致人缺乏臨場感，即使你真的到了那個地方。例如，加拿大學者謝弗(Raymond Murray Schafer, 1977)在其著作《世界的旋律》(*The Tuning of the World*)一書中也這樣的描寫：

“我記得有一次坐火車經過洛磯山脈。坐在圓頂透明的觀覽車廂裏，聽著從公共擴音系統裏傳出膚淺煽情的背景音樂，我不禁想到：我不過是在欣賞一部關於洛磯山脈的旅遊觀光影片——我根本沒有‘來到’這裏。”

可見僅僅只有進場或者多感官體驗其中之一都很難獲得強烈的體驗，只有二者兼備才是最佳方式。旅遊就是這樣一種全身心在場的具身體驗。

旅遊者具有穿越體驗的旺盛需求，旅遊企業自然會將目光投向現實世界的穿越供給，這些現象也顯示了穿越視角研究旅遊的必要性。

4 提出穿越視角的意義

4.1 理論意義

穿越視角的提出是來自對客觀事實和社會現象的觀察和思考，從穿越的視角重新

審視旅遊及旅遊體驗的本質,具有一定的創新性。按照這個新的視角審視旅遊體驗,可能獲得更為深刻的知識,並將旅遊體驗研究從原有的僅限於管理學、心理學等少數的學科邊界拓展至更為寬廣的領域。

歷來的旅遊體驗研究,基本上就是就體驗談體驗,旅遊體驗研究的知識細化和深化還沒有充分展開,其中也缺乏獨特的理論範疇來作為支撐和引導。穿越視角的提出,為旅遊體驗研究開拓出一片新的研究領域,拓展了旅遊穿越體驗研究的範圍。在穿越的視角下,大量前所未有的研究課題都將進入旅遊研究的視野,對於洞察旅遊體驗的本質有積極意義。

最後,就旅遊穿越體驗領域自身而言,它是一個未曾得到應有的學術關注的領域。在這一領域展開系統研究,可能會開拓一個有價值的研究領域,增進旅遊體驗研究問題域的廣度和深度,對豐富旅遊學科的內容有一定的探索價值。

4.2 現實意義

4.2.1 指導旅遊發展實踐

通過前文的分析,可以看出,人類具有強烈的穿越需求。當大眾旅遊時代到來之際,旅遊活動也可以在一定程度上滿足人類的穿越需求,成為穿越體驗更為現實的替代方式。部分旅遊業經營者已經有意無意的在提供相關的穿越供給,相關的遊記研究也顯示旅遊者在旅遊過程中獲得了穿越體驗

(周廣鵬,2018),相應的旅遊研究顯然不能長期的缺位。基於穿越視角對旅遊現象展開系統而深入的研究,將旅遊景觀的穿越特徵進行更為清晰和具體的描述;開發出針對旅遊者的穿越體驗的維度和穿越感的測量。這些研究方向勢必對於提升旅遊者的體驗品質、景區的規劃設計和情境營造提供幫助,可以為旅遊產業發展實踐提供理論指導。

4.2.2 提高遊客旅遊體驗品質

人類穿越情結的表現形式經歷了從想像、神話傳說、穿越小說到穿越影視作品的過程,這個過程不僅僅是表現形式的變化,也反映出了人對穿越需求滿足的要求日漸走向細化和具身化。旅遊可以為遊客提供身臨其境的多感官體驗,這些特色可以提供更好的穿越體驗。

而且穿越體驗是一種旅遊活動中的“激勵因素”^④,由於穿越動機具有潛在性,旅遊者在旅遊活動中獲得穿越體驗的期望並不明顯,甚至自己都完全意識不到。據此,可以設想在旅遊活動中沒有獲得穿越體驗,旅遊者並不會有不滿的情緒。相反,在適當的旅遊情境中,由於旅遊的具身性特點,旅遊者穿越動機被喚起和穿越體驗的獲得變得相對容易起來,而這種不在計劃內的“突襲”而來的穿越體驗對於旅遊者而言自然屬於意外驚喜。一般情況下,在旅遊活動中沒有獲得穿越感並不會讓旅遊者感到不

^④ “激勵因素”是諸如晉升、意外的獎金等可以給員工帶來滿意的那些因素,激勵因素缺失並不會令員工不滿,僅僅是沒有滿意而已,要想讓員工滿意就需要在激勵因素上做文章;“保健因素”則是指工作安全、按時發工資等因素,這些因素特點是不能給員工帶來滿意,但是保健因素做不好將會導致員工的不滿。參見:弗雷德裏克·赫茲伯格. 赫茲伯格的雙因素理論. 北京:中國人民大學出版社,2009.

快,但是如果在旅遊活動中獲得了穿越體驗,遊客會視之為一種意外收穫,進而提升整個旅遊體驗的品質。

前文在分析旅遊活動中的穿越動機時提到了一種特指性的穿越動機,例如到朝鮮旅遊和一些其他由強烈的懷舊動機驅動的旅遊活動不在此列。在這種特殊的旅遊活動中,穿越成為主要動機,則穿越體驗就變成了“保健因素”,按照雙因素理論的原理,一旦不能很好的滿足,會極大地降低遊客體驗品質,事實上還是為提高遊客體驗品質提供了理論依據。

5 基於穿越視角對產業實踐的幾點建議

5.1 因地制宜的產品定位

不同類型的旅遊景區所具有的穿越特質在程度和類型上存在差異,從穿越視角採取的定位策略也不盡相同。穿越特質非常突出的景區應該突出基於穿越感的產品定位;幾乎沒有穿越特質的景區可以從其他視角下定位自己的產品;介於二者之間的景區可以根據具體情況將穿越體驗的營造定位於“激勵因素”或“保健因素”。

產品定位的差異也直接影響著企業宣傳策略,將穿越特質作為主要賣點的景區,穿越體驗成為遊客出遊的主要動機和旅遊體驗的“保健因素”時,旅遊經營者要重點宣傳景區的穿越屬性;具有一定的穿越特質,但是其主要賣點的景區在宣傳時可以不宜宣傳穿越屬性,有利於作為“激勵因素”的穿越體驗給遊客帶來驚喜。

基於穿越視角可以從旅遊產品具有歷

史感、未來感和永恆感來進行旅遊景觀分類,不同地區、城市和區域的旅遊景區可以根據自身特點選擇這些穿越感的亞類進行市場定位。一般而言,歷史文化景區、博物館等更適合營造歷史感;科技館、科幻主題公園和現代都市適合營造未來感;沒有人類加工痕跡的自然風景區可以考慮永恆感的營造。需要說明的是,很多自然風光為主的景區即使沒有人類加工痕跡,由於歷史記載、文學作品的描寫,也可能帶來歷史感;類似沙漠無人區那樣完全不具備任何時代特徵的景區適合營造永恆感,同時也具有營造未來和過去雙向穿越體驗的可能。

5.2 重視整體穿越氛圍情境的營造

高品質穿越感的營造具有整體性、系統性的要求,並非單一某個載體所傳達的資訊就可以達到,因此,它要求的是整體的氛圍感。

旅遊景區規劃的核心無疑是核心景觀,產品定位也必然是主要依據核心景觀來確定的。核心景觀如果不具備時代特徵,無論周邊的氛圍因素做的再好也不會喚起穿越感的產生。這就要求核心景觀儘量保持其“原汁原味”的時代特徵。

穿越氛圍情境的營造不僅要求核心景觀的原汁原味,其他周邊要素也需要和核心景觀保存一種整體協調,這一點對於氛圍的營造十分重要。這些周邊的氛圍因素不是營造穿越感的核心因素,卻可以破壞穿越感的喚起和保持。由於旅遊體驗具有多感官的性質,感官類別的增加,使得旅遊者在觀賞景觀、聆聽背景音樂、品嚐美食、入住酒店、乘坐特色交通工具以及與他人互動的過

程中穿越體驗都可以得到喚起,這種體驗可能會貫穿在旅遊過程的始終,呈現出貫穿性的特點。同時,破壞穿越感的干擾因素同樣彌漫在旅遊氛圍情境當中,不合時宜的景觀、外界的噪音、自身攜帶的現代化設備等等,這些因素可以把瞬間喚起的穿越體驗也以瞬間出戲的方式消退。時代特徵載體包括:建築、交通工具、地域性美食、活化的生活情景和符合場景特點的聲音景觀。就像龍迪勇(2008)所說的那樣:“一個逝去時代的精神風貌總是潛藏在那些空間性的建築、古物或圖像中,正因為如此,這些空間性物件對於再現往昔的歷史時才顯得格外的重要。”

參 考 文 獻

- [1] Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.
- [2] 伯特蘭 威廉 羅素. 羅素論人的理性. 石磊, 編譯. 北京: 中國商業出版社, 2016: 153-153.
- [3] 蔡 衛, 遊 飛. 美國電影研究. 北京: 廣播電視出版社, 2004.
- [4] 晨 曦. 曦遊記: 換一套生活劇本, 演一場旅行電影. 長沙: 湖南人民出版社, 2016.
- [5] 丁乃通. 中國民間故事類型索引. 武漢: 華中師範大學出版社, 2008.
- [6] 孤獨川陵. 最美的年華在旅行. 北京: 北京聯合出版社, 2013.
- [7] 龔鵬程. 游的精神文化史論. 石家莊: 河北教育出版社, 2001: 177-177.
- [8] 郭少棠. 旅行: 跨文化想像. 北京: 北京大學出版社, 2005.
- [9] 龍迪勇. 空間敘事學. 博士論文. 上海: 上海師範大學, 2008.
- [10] 李永平. 一個跨學科研究的嘗試——“仙鄉淹留”故事範型的再探討//“跨文化與跨學科的對話”學術研討會暨中國“外國文化與比較詩學研究會”第三屆研討會. 西安: 陝西師範大學, 2011: 163-171.
- [11] 田中喜一. 觀光事業論. 東京: 觀光事業研究會, 1950.
- [12] 徐菊鳳. 關於旅遊學科基本概念的共識性問題——兼與若干學者商榷//2011 旅遊學刊中國旅遊研究年會會議論文集. 北京: 北京聯合大學, 2011: 454-471.
- [13] 謝彥君. 旅遊的本質及其認識方法——從學科自覺的角度看. *旅遊學刊*, 2010, 25(1) : 26-31.
- [14] 謝彥君. 基礎旅遊學. 北京: 商務印書館, 2015.
- [15] 謝彥君. 基礎旅遊學. 北京: 中國旅遊出版社, 1999.
- [16] 謝彥君. 論旅遊的現代化與原始化. *旅遊學刊*, 1990(4): 49-51.
- [17] 周廣鵬. 旅遊世界的穿越體驗研究. 大連: 東北財經大學, 2018.
- [18] 趙靜蓉. 懷舊: 永恆的文化鄉愁. 北京: 商務印書館, 2009: 78-78.
- [19] 鍾敬文. 鐘敬文民俗學論集. 合肥: 安徽教育出版社, 2010.