

基于 NVivo 软件的互联网旅游文本的质性研究^{*}

——以贵州黔东南肇兴的旅游者文本为例

王佳果¹, 王尧²

(1. 桂林工学院 旅游学院, 广西 桂林 541004; 2. 云南大学 商旅学院, 云南 昆明 650091)

[摘 要] 现有的国内研究对互联网上的旅游者文本关注很少, 也缺乏对质性研究的重视。运用质性分析软件 NVivo 7.0 对一个典型的民族旅游目的地的旅游者在互联网上传播的旅游者文本进行质性分析研究。研究通过搜索引擎选取最具代表性的 15 篇文本, 通过 NVivo 对其进行信息编码, 最终筛选得到 3 个概念范畴的议题。研究发现, 旅游者对该目的地的总体感知倾向于正面评价; 旅游者的旅游体验质量总体较高, 但对旅游服务设施抱怨明显。此外, 从人类学角度探讨了“想象”、“现代性”和“传统”的议题。研究认为对互联网旅游者文本的分析有助于旅游体验和满意度的研究, 并试探性地分析认为民族旅游地居民在旅游发展中缺乏足够的话语权, 并以此解释旅游者“想象”破灭的抱怨。

[关键词] 民族旅游; NVivo; 质性研究; 互联网

[中图分类号] F592

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-3784(2009)01-0030-05

一、研究背景及对象

互联网作为一种新式信息传媒, 在日常生活中的影响越来越大, 不少研究者也开始关注这一新兴事物。国内一些研究者开始运用符号学、传播学、社会学等方法就互联网与作为一种社会文化现象的旅游现象汇合所产生的新现象进行探讨, 并对其深层所隐含的社会文化意义进行分析^[1-4]。

互联网与传统媒体的重要区别在于信息传播速度的快速性和信息反馈的互动性。旅游目的地和旅游企业越来越重视互联网在旅游市场营销中的作用, 互联网中开始充斥大量的以旅游门户网站、旅游广告为代表的商业化旅游信息。与此同时, 旅游者以旅游信息交流、体验情感互动等为目的在网络虚拟社区、博客等发布各种各样的旅游信息。

本文选取肇兴进行质性研究主要基于以下几点考虑。首先, 肇兴侗族是一个典型的民族旅游地。肇兴侗寨位于贵州省黔东南州黎平县境内南部, 是贵州省重点保护和建设的民族村寨之一, 是全国首批民族民间文化保护区和国家重点风景名胜区, 有“千家侗寨”和“侗乡第一寨”之美誉。其次, 本文作者曾分别于

2008年4月和12月对肇兴进行实地调查, 其中第二次田野调查进行了深入的居民、开发商、政府三方的访谈和问卷调查。最后, 互联网上有关肇兴的旅游者文本非常多, 其传播影响很大, 这些文本作者大多是来自东部的城市精英旅游者, 观点极富个性主见。本研究的最初思路也正是得益于上述因素的碰撞交织而生。

二、研究方法与技术

(一) 关于质性研究和质性分析软件 NVivo

质性研究 (qualitative research) 又称质的研究、质化研究。质性研究强调对研究对象进行后实证和经验主义的考察分析, 从批判立场对研究对象进行“解释性理解”^[5]。质性研究被认为是“以研究者本人作为研究工具, 在自然情景下采用多种资料收集方法, 对社会现象进行整体性探究, 主要使用归纳法分析资料 and 形成理论, 通过与研究对象互动对其行为和意义建构获得解释性理解的一种活动”^[6]。质性研究的分类繁多, 根据研究策略可分为 6 种类型: 现象学、民族志、扎根理论、常人方法学、话语分析法、参与性观察、质的生态学等^[5]。

* [收稿日期] 2008-12-21

[作者简介] 王佳果 (1983-), 男, 河南南阳人, 桂林工学院旅游学院 2007 级硕士研究生, 主要研究方向为旅游人类学和旅游研究方法; 王尧 (1985-), 女, 四川达州人, 云南大学商旅学院 2006 级硕士研究生, 主要研究方向为民族旅游。

目前国内旅游研究界对定量研究关注较多,而对质性研究方法关注较少,研究成果不多。对计算机辅助质性分析软件的关注则更少,虽然已经有人对国外旅游研究中质性分析软件的运用做了一定介绍^[7],但尚未见国内旅游研究者运用到研究中。事实上,作为社会学领域的重要研究方法,质性研究在社会学中的引进和关注同样也很少,有研究者指出质性分析软件的引进和研究在国内基本为空白^[8]。

作为国际上最主流的质性分析工具,NVivo由澳洲QSR公司推出,同大多数质性分析软件一样,其分析运行的方法论框架基础是扎根理论。NVivo最大的优势在于其强大的编码(code)功能,此外还有Set Query Link Model等功能。对于需要处理大量原始资料的质性研究而言,辅助软件的运用可以大大缩短研究周期,有助于研究者在浩瀚的文字和纸片中快速筛选信息和有效思考。国内已有研究者在运用该软件进行相关研究,多集中在医学、社会学、心理学等领域。本文所采用的是7.0版本,可支持DOC、TXT等格式文本文档以及图片。

(二)基于NVivo的研究分析技术

研究主要包括3个阶段和步骤:1.利用互联网搜集相关资料;2.文件转换格式并导入NVivo,利用软件对资料进行编码整理;3.分析得出结论。

1. 关于资料的收集

传统上质性研究的数据一般来源于田野笔记、访谈和二手资料等,本研究尝试把在互联网上搜集的旅游者信息文本作为质性分析的资料数据。这些资料具有很强的代表性和真实性。首先,通过百度搜索引擎根据点击率生成的网页排序所选取的最靠前的15篇游记性质的文本作为分析对象是最有代表性的。其次,这些游记性质的旅游者信息文本是旅游者基于真实现场的旅游体验之后的有感而发,多发表于Blog和bbs上,是真实性情的流露和表达,能代表当事人的真实态度,具有一般的问卷调查和访谈所难以达到的真实效果。

2. 资料导入和编码整理过程

准备工作是把收集的资料整理好,将网页资料转成符合NVivo的文本格式,没有图片的文本资料多转成TXT,有图片的转成DOC格式以保证图片信息不丢失。然后运行软件并新建NVivo的新任务(Project),运行后在软件界面中可以看到导航栏

(Navigation)中的Sources、Nodes、Sets、Queries、Models等项,其中最重要的是编码(Nodes)和查询(Queries),NVivo的分析过程主要是基于编码—检索的扎根理论框架,这两项功能对于此类的质性研究是最常用的。

将文档导入NVivo的Sources中之后就开始最重要的编码工作。斯特劳斯(Strauss)根据编码的3个阶段将编码分为3种类型:开放式编码(open coding)、轴心式编码(axial coding)和选择式编码(selective coding)^[7]。在NVivo中,编码主要被归为两种:自由节点(free nodes)、树状节点(tree nodes)。在研究的伊始,通过反复的通读熟悉资料,在这个过程中能逐渐发现重现次数多的某类概念范畴的信息点。在最初的研究当中,笔者发现有关旅游体验、色彩、怀旧等范畴的信息点非常的多,就有意识地尝试对这些信息点进行标注和编码,并尝试将自由节点归类到特定的树状节点下,每个树状节点(相当于一个概念范畴或问题)下包括众多的自由节点(相关信息点)。这是一个反复且枯燥的过程,但也是一个充满乐趣不断发现问题的过程,在这个过程中,还可以同时利用NVivo的备忘录(Memos)来及时记录自己的研究灵感,利用强大的查询(Queries)来搜索相关节点(nodes)或信息词汇并随时快速批量编码。需要指出的是编码固然方便快捷,但容易产生大量无效节点,随着研究的深入,深层的和更重要的问题被发现,前期所构建的一些节点将成为“垃圾”节点,这些将被抛弃不用。在本研究当中,笔者经过对节点的筛选最终构建了3个树状节点,即3个概念范畴的议题(见下文)。

3. 基于查询和资料管理的思考分析过程

作为质性研究的辅助工具,NVivo并不能代替人的思考,但其强大的查询和资料管理能力可以辅助研究者快速检索和管理信息资料以提高研究者的思考效率和创造性。在NVivo中,双击任何节点便可将所有相关信息以汇总形式出现,这样的好处是可以将一个编码的所有原始材料集中在一起,从而方便研究者对一个问题进行思考分析,在本研究中,之所以能对松散繁多的“想象”、“现代性”和“传统”等文本信息进行分析思考就得益于此功能。此外,NVivo还能对编码信息进行一定的定量统计,如统计信息点在相关文本中的比例和数量。如在本研究中,就利用此功能

对旅游体验信息进行了统计分析。

三、互联网上民族旅游信息之旅游者文本的质性分析

(一) 有关对旅游地总体感知的分析

对肇兴的总体感受,有 11 篇文章 31 处出现了相关信息。旅游者用以描述自己对肇兴总体感受的词语包括:不错、遗憾、古老的、美丽而神秘、浓浓的山村气息、平凡而平淡、大失所望、世外桃源、安静、未苏醒、阳光、温暖、平和、时间一直被凝结、恍若生活在几个世纪以前。这些词语绝大多数为正面体验,在旅游者的体验印象中,肇兴呈现出一幅古老、宁静田园生活的场景。需要注意的是本文中出现的 3 处“失望”所产生的原因大都和过度夸大的宣传有关,如“跟网络上宣传最美的六大古镇有很大的区别,心中不免大失所望”。

(二) 有关旅游体验的分析

出现最多的信息点是描述各种旅游体验的词语(详见下表 1)

表 1 旅游体验的编码信息分析

体验的心理感受	出现频数	信息点举例
兴奋感 满足感 (旅游体验大于旅游期望)	27	沉醉、感动、久久不愿离去、幸运、令人沉醉、物我两忘、莫名的幸福、太美妙、奇妙、流连忘返、醉
镇定感 满足感 (旅游体验等于旅游期望)	10	安静、平凡而平淡、些许的惆怅、些许的安详
失望感 挫败感 (旅游体验小于旅游期望)	13	些许遗憾、大失所望、说不出的失望、有点审美疲劳、反感、很多遗憾

注:根据谢彦君《基础旅游学》图表 5-4 旅游体验与旅游期望的关系,有较大改动。

总体上,旅游者的体验趋向大于旅游期望,很多旅游者达到了较高的旅游体验质量。但有 3 个文本流露出的旅游挫败感很强烈,其中一位旅游者对艰难的路程的负面印象很深刻,长篇累牍地描述自己作为女性独自在深夜包车从洛香到肇兴路途中所承受的心理压力:对道路安全的担忧、对陌生人的恐惧、对周围环境的强烈陌生感。另一位旅游者则在一篇短文中猛烈地对肇兴进行了攻击,在这篇题为《让人失望的肇兴》的文章中,作者先是指责媒体的夸大宣传,然后带

着强烈的厌恶之情描写了自己所看到的一个肮脏、过度商业化的肇兴,在文章结束作者试图分析自己失望的原因是虚假不实的宣传还是开发的过度抑或当地居民过度强烈的赚钱欲望,并自我解嘲地说:“也许我们境界不高看不出肇兴的美吧!”

值得注意的是,在辅助完成旅游体验的几个旅游活动要素中,有关对旅游中“行”的感受,旅游者都普遍抱怨通往肇兴交通的糟糕程度,有文本用高达 13.7% 的篇幅在描写可怕的旅程。一共有 7 篇文章 25 处出现了相关信息,描述的词汇有颠簸、窄、弯、尘土飞扬、频繁的转车、太差、沙尘、黄沙漫天、充满烂泥等。恶劣的路况致使很多旅游者产生了严重的负面体验:欲哭无泪、心里的压力越发重了、感觉随时要晕过去、煎熬等。所有文本中没有出现一处称赞道路交通的词语,道路的状况是旅游者负面体验最为集中的方面。

有关对旅游中“吃”的感受,有 7 篇文章 15 处出现相关信息,其中有 2 处的描写为负面体验,一处抱怨饭店太少,另一处则猛烈攻击当地饭菜难吃,并细致地描写自己为此感到上当受骗进而报复了店老板:在该店有外国客人进来用餐但却无法与不懂英文的老板交流时,作者“心痛我的饭钱,不想帮那个老板”。这里的负面描写占据了该篇文章 23.07% 的篇幅,结合上文的相关分析,可以看出:旅游者可能会出于心理宣泄目的对自己遭遇的负面体验尤其是自认为不公正的遭遇进行凸显性地、重点地甚至是“夸张”地描写,这种负面信息对旅游地的形象冲击很大。

(三) 有关“想象”、“现代性”和“传统”的分析

大量的文本信息表现出以来自东区发达地区的精英群体为代表的旅游者对西部民族旅游地充满了“想象”,这些“想象”使旅游者因现实旅游中所面对的旅游地社会文化发展变迁而导致旅游者体验感受充满了复杂性和矛盾性,而这往往和旅游者对“现代性”和“传统”的体验感受交织在一起。这类旅游者“自我抒情式”的描述文本非常之多,几乎所有的文章中都有类似的描述,在此仅对代表性信息点进行分析。

“商业化严重……或许是旅游过度开发毁了这原本纯朴美丽村寨,或许是当地人穷怕了,一心想抓住这最后的救命稻草。”

文本本身充满了“人格分裂”,文本作者既鄙夷当地人对物质的追求,却又自私地从自己的审美取向出发而不愿当地旅游开发,不愿当地发展,永远保留在

所谓的原始和淳朴状态。

“那个加拿大的老外就认为像肇兴这样的地方才是真正的中国,他就喜欢这样的地方,希望不会变的很商业化。可是这很矛盾的,要发展必须和外界沟通,难免商业化,哎,偶都迷糊了。”

旅游者互动所产生的该议题本身的困惑,如果说文中加拿大旅游者那段在来华国际旅游者中具有代表性的话充满着想象色彩的“东方主义”^[9],后者的困惑则表现出 Louisa Schein所说的中国内部的“内部东方主义”^[10],这种对内部“他者”的想象是产生民族旅游的重要动因,然而在旅游中却也充满着困惑,这种困惑是直接的:既然我来旅游,肯定会变化,既然要发展,肯定会商业化。“那我到底该不该来?当地该不该发展?”这是文本作者的潜台词。

“总体感觉不好。可能因为是淡季,修缮期,到处都在大兴土木,挖得乱七八糟……也许是人们都有了钱之后就想着盖房子,亦或想盖更大的房子赚更多的钱。”

我们不能苛求所有的民族旅游者都能像人类学家那样能从社区的立场为异民族和出于弱势的一方去思考问题,旅游者作为消费机器本质上是利己的,这种仅仅为了自己的旅游感官享受而不能正视当地人发展的言语在旅游者中并不少见。

“但来的人多了并不是好事……而在肇兴的街上让我感觉很反感。卖民族饰品的小店,店主显然带有商人的那种惟利是图……态度很不友好。最令我反感的还不是这个,是在街上点缀着几个不伦不类的类似酒吧、迪吧之类的东西,它们矗立在那里让我觉得很不舒服我想它一定不是当地人开的。”

在这段话中,旅游者对他者的想象表现的尤为明显,他们所想象的肇兴应该是宁静的、淳朴的小山村——不同于自己的生活环境,而非热闹的商业化的城镇——自己日常的生活环境,当想象面对现实受到威胁和破灭,文本作者仍没有放弃自己的想象:“它们矗立在那里让我觉得很不舒服我想它一定不是当地人开的。”那个想象的肇兴仍然存在,现实的一切和肇兴本地人无关,和“现实的”肇兴无关。这一点,正如 Andrew Stathern和 Pamela Stewart所描述的那样,作为“解释动物”的人,“想象力作为一种解释事件的能力和倾向,是任何社会生活的前提”^[11]。

“走进那里,似乎能看见过去的我们,似乎演绎着我们的逝去时光,似乎时间一直被凝结!……我放下

行李……立刻,我似乎回到过去——我的童年就是这个样子……在肇兴,我已经忘了还生活在这个互联网年代。”

文本的作者无意识地筛选那些能触发自己回忆神经的场景拟构了自己曾经的时代和生活场景,肇兴对他而言即意味着过去,自己的过去,肇兴是一个让他能从现代性的生活场景中回到过去传统生活场景的“舞台”。

“无不感受到侗人对变化的期盼。……在外打工的青年,纷纷回归经商,他们带回了外面世界的纷纷扰扰。进来旅游的老内和老外们,不仅带走了这里的宁静,也带来了外面的花招。肇兴,这份凝住的时光还会停留多久?……我们城市的生活……变化。黔东南的人们却依然……希望那里的所有都不变。然而,我们有什么理由让那里不改变?当我们公平地看待生活在这个地球上的每一个人,我们凭什么让侗家人只能睡在阴暗的木屋里!……我们应该让那里的人们和我们一起享受时代的变迁和进步……他们为了历史而存留的生活,理应得到我们资助。”

文本作者充满了对其旅游对象——当地居民的人文关怀。但作者也是困惑和矛盾的,虽然认为当地居民也有变的权利——和自身一样,有对物质追求的权利,他们为“我们”保留了“我们”失去的过去,他们理应得到因“我们”的帮助(通过旅游)而发展,但更希望“那些人,那些物确实应该保留”(隐含意思指当地不发展),作者同样也意识到了这一切可能会“细细流走”(因为现实的肇兴已经在变,也挡不住)这一切本身都是矛盾的,实际上也折射了正处于激烈现代化近程中的人们普遍的一种对自身现代性的迷茫和对传统的留恋的一种矛盾心态。

四、结论

基于以上分析,本研究的研究价值及发现问题主要集中在以下两个方面:

首先,通过分析,可以了解旅游者的旅游体验质量,对评估其旅游满意度具有重要意义。旅游体验是旅游者活动的主体内容,其满意程度决定了旅游的质量感知水平^[12]。旅游者在民族旅游地经过现场体验后进行文本创作时,会把旅游体验作为重要内容进行描述。同被动的问卷调查分析相比,本分析更贴近旅游者真实的感知结果。

就此次研究的个案来看,旅游者总体上对肇兴的旅游体验趋向于肯定,但旅游者的抱怨暴露出其基础

服务设施特别是道路条件太差 这是制约旅游者获得高质量旅游体验和高满意度的最重要因素。

此外还发现,旅游者在制造文本时倾向于聚焦描绘造成其旅游体验中的不满意事件,致使文本信息在进一步的扩散传播过程中给其他旅游者造成期望挫伤,可能影响其旅游决策。其次,民族旅游作为国内旅游的一种重要形式,以东部的、城市的、汉族的、经济发达地区的精英阶层的民族旅游者充满着对西部少数民族作为“他者”的想象,对传统民族社区在旅游发展中有关“现代性”和“传统”的问题充满困惑,这也影响到其旅游体验。笔者认为造成这种现象的重要原因在于(这一议题内涵相当丰富,在此仅就其“作为一种

参考文献:

[1] 谢彦君,鲍燕敏.旅游网站的符号及其功能分析[J].旅游科学,2007,21(05):46-51.
[2] 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(08):48-54.
[3] 朱峰,吕镇.国内游客对饭店服务质量评论的文本分析——以e龙网的网友评论为例[J].旅游学刊,2006,21(5):86-90.
[4] 李拉扬,李宁.旅游目的地门户网站中女性形象的探析[J].桂林旅游高等专科学校学报,2006,17(5):615-617.
[5] 约瑟夫·A·马克思威尔.质的研究设计:一种互动的取向[M].陈向明,译.重庆:重庆大学出版社,2007.
[6] 陈向明.质的研究方法与社会科学研究[M].北京:教育科学出版社,2000.

旅游现象而分析旅游”进行简单分析):

西部民族旅游的发展属于政府拉动型的发展,政府以及开发商(因政府招商而来)把持着对其所属民族旅游地旅游形象进行塑造的话语权并且旅游者接受了这种信息。在这个环节,当地人缺乏对自己文化进行正确、真实的解释、宣传的话语权。

旅游者在旅游体验过程中缺乏与当地居民互动,不能正确理解其民族文化,更不能正视和理解其发展权。究其原因是旅游者与当地居民跨文化交流互动地位的不平等(当地居民只是其“静止”、“被动”的文化欣赏对象)状态有关,这一环节中当地居民的旅游话语权再一次缺失。

[7] 盖尔·詹宁斯.旅游研究方法[M].谢彦君,陈丽,译.北京:旅游教育出版社,2007.
[8] 夏传玲.计算机辅助的定性分析方法[J].社会学研究,2007,(05):148-163.
[9] 爱德华·W.萨义德.东方学[M].王根宇,译.北京:生活·读书·新知三联书店,1999:85-86.
[10] 路易莎·沙因.中国的社会性别和内部东方主义[A].马元曦.社会性别与发展译文集[C].北京:生活·读书·新知三联书店,2000:98-121.
[11] 安德鲁·斯特拉森,帕梅拉·斯图瓦德.人类学的四个讲座[M].梁永佳,阿嘎佐诗,译.北京:中国人民大学出版社,2005:30.
[12] 谢彦君.基础旅游学[M].北京:中国旅游出版社,2004:204.

A Qualitative Research on Internet Tourist Text with NVivo —— A Case Study on Zhaoxing in Southeast Guizhou

WANG Jia-guo¹, WANG Yao²

(1.College of Tourism, Guilin University of Technology, Guilin 541004,China;

2. Business and Tourism Management School, Yunnan University, Kunming 650091,China)

Abstract Previous tourism researches in China paid little attention to tourist texts on the Internet and qualitative research. This paper attempts to use NVivo 7.0 to make a qualitative analysis on Internet tourist texts about Zhaoxing Dong Village in Guizhou Province, a typical ethnic tourist destination. Firstly, the author uses search engines to collect all tourist texts about Zhaoxing and selects 15 most representative ones, then codes the 15 texts by Nvivo and finally gets three conceptual category items after screening. The research finds that tourists' overall perception of this tourist destination is inclined to be positive; and the quality of their tourism experience is higher except much complaint of tourism service facilities. Moreover, from the anthropological perspective, the paper discusses three items, "image", "modernity" and "tradition". The research shows that analysis of online tourist texts helps to study tourism experience and satisfaction, and local community lacks enough power in their tourism development, which can explain why some tourists express their disappointment in the Internet.

Key words ethnic tourism; NVivo; qualitative research; the Internet

[责任编辑:吕观盛]