

具身视角下沉浸式旅游 演艺体验质量评价研究

吕 宁 孙梦田 李 奇

观点与创新:

- 构建沉浸式旅游演艺体验质量评价体系,分析各维度具体内涵
- 游客在产品感知中收获心流体验与意义体验,演艺节奏发挥催化剂作用
- 以动觉为主导的躯体觉体验更易激发游客的主观能动性
- 体验情境包括旅游氛围情境、行为情境和社交情境

【摘 要】近年来沉浸式旅游演艺发展势如燎原,相关学术研究却较为滞后,与现实发展不相匹配。除此之外,以互动性和参与性为特点的沉浸式旅游演艺,其具身性是影响游客在地体验的最重要因素,它的具体维度也需进一步探究。因此,本研究以具身理论为指导,通过游客身体、感知和情境因素构建沉浸式旅游演艺体验质量评价;以网络评价为分析文本,利用内容分析法和 IPA 分析法,对沉浸式旅游演艺进行综合评价。研究发现:游客对旅游体验质量较为满意;游客对具身参与和体验情境维度的评价较好,而对产品感知和服务感知的评价处于一般水平;IPA 分析结果显示演艺内容要素处于重点改进区。本研究拓展了旅游体验质量的研究视角,丰富了具身体验的研究情境,并为沉浸式旅游演艺的品质升级和竞争力提升提出了建议。

【关键词】具身理论;旅游体验质量;沉浸式旅游演艺;内容分析法;IPA 分析法

【作者简介】吕宁(1980-),女,陕西宝鸡人,北京第二外国语学院旅游科学学院,北京旅游发展研究基地,博士,教授,硕士研究生导师,研究方向为旅游经济、休闲经济与新业态,电子信箱:18227047@qq.com;孙梦田(1999-),女,山东泰安人,北京第二外国语学院旅游科学学院,北京旅游发展研究基地,硕士研究生,研究方向为旅游经济、休闲经济;李奇(2000-),男,福建南平人,北京第二外国语学院旅游科学学院,北京旅游发展研究基地,硕士研究生,研究方向为旅游经济、休闲经济(北京 100024)。

【原文出处】《旅游导刊》(京),2024.2.25~46

【基金项目】北京社会科学基金决策咨询重点项目“北京文化和旅游融合市场主体能力体系建设研究”(项目编号:21JCB034)。

引言

旅游演艺作为文化和旅游融合发展的典型代表,有利于丰富目的地文化内涵,打造城市新名片,为旅游消费注入新活力。旅游演艺在迭代升级中不断创新表演模式和观演方式,形成了镜框式、实景类及沉浸式演出 3 个层次,三者递进式发展中相互融合。沉浸式旅游演艺根源于英国的浸没式戏剧(immersive theatre),主要有 3 个特点:第一,演出和观赏过程具备空间流动性,根据剧情需要实现表演场所的转换,演员以流水线形式演出,游客行进式观看;第二,游客深度参与演出,作为“表演者”与演员交互共同推动剧情发展;第三,演出无主舞台或固定观演区(毕剑,2019)。现阶段我国沉浸式演艺作品存在口碑不一、市场认可度较低、内容空洞等问题(施思、黄晓波、张梦,2021)。有学者指出,旅游体验

质量对于游客忠诚度、推荐意愿及旅游地可持续发展具有重要影响(Murphy,1995)。如何提高游客体验质量是体验经济时代下的焦点议题,建立科学的旅游体验质量评价体系对于沉浸式旅游演艺的可持续发展具有重要意义。

旅游体验直观体现游客现时的、在场的忘我状态,表现为游客个体的情感积累,对游客累计情感价值的核算是体验质量评价的难点(孙小龙、林璧属、郜捷,2018)。对此,国外学者多借鉴服务营销领域的成熟模型,以畅爽理论、期望感知绩效差异理论来指导游客体验质量评价(Grönroos,1984;Fornell,Johnson & Anderson,et al.,1996);国内学者谢彦君提出“挑战-技能”模型,该模型将个体所拥有的技能水平与旅游活动挑战水平所达到的平衡状态界定为“一般满足线”,可以作为衡量旅游体验质量相对状

态的参考依据(谢彦君、吴凯,2000)。综上,现有文献对体验质量的测量多强调心理感受,或以满意度作为测量出口,而忽略了身体的重要作用。身体不仅是心智发生的场所,还是人类体验的中心,身体将个体与外部世界进行联结,是旅游体验赖以产生的媒介和旅游世界的定位场所(樊友猛、谢彦君,2019)。沉浸式旅游演艺强调主客间的互动性与参与感,强化了身体在空间中发挥的作用,其具身因素更需要被关注(徐祖莺,2020)。目前学界对具身理论在沉浸式旅游演艺中的应用作出了一些有益探索,内容指向具身体验对游客行为意向的影响以及各体验维度之间的时间线性关系,但对游客体验质量产生重要影响的产品、服务及旅游情境等因素的具体内涵尚不明晰,尤其与身体有关的具身性因素的具体维度需进一步探究。同时,单案例研究对象具有一定模式、类型和适用度的局限性,在理论提炼和实践指导方面有待深化。基于此,本文以旅游体验研究中的具身理论框架为指导,从多维度构建沉浸式旅游演艺体验质量评价体系,将在线旅游网站中多个演艺项目的网络评论作为数据来源,通过内容分析法提取产品、服务等各维度的体验要素,对沉浸式演艺作品进行综合评价,尝试拓展旅游体验质量的研究视角,丰富具身体验的研究情境,并为沉浸式旅游演艺的品质升级和竞争力提升提出建议。

一、理论基础与文献综述

具身理论是在“身心二元论”的理解困境背景下逐渐兴起的,其哲学渊源是德国哲学家海德格尔所提出的“存在论”和法国哲学家梅洛-庞蒂所提出的“身体-主体论”(叶浩生,2011)。该理论将人类心智、身体及情境都考虑在内,即“心”根植于“身”,人的心智受到身体的生物条件的限制作用,身体与环境的互动总是发生在外部情境,心智不能和身体与物理、社会环境间的互动方式相分离,三者认知与存在的循环过程中形成一个不可分割的系统(李恒威,2010)。具身理论重新定义了“身心”关系,强调“身心一体”,指出身体对人类心智的形成具有本质性影响(Palmquist,2010),身体的位置、姿势、神经以及感官系统等生理属性是人类“体验”形成的基础条件(Gibbs, Costa Lima & Francozo,2004),这为打开身体与体验的互动关系黑箱提供了全新的理论参考,创新了旅游体验的理论研究视角。

具身理论涉及多个学科范畴,在心理学、教育学等领域都有应用。20世纪90年代,芬兰学者 Veijola 和 Jokinen (1994) 开始关注旅游研究中的具身性特征,批判了旅游研究中身体的缺席并提出“情境性的注释”(situation exegesis),而游客的身体(body)及具

身性(embodiment)日益为国内外旅游学界所关注。国际学者对于“身体”在旅游中发挥作用的研究主要集中在两个方面。其一主要关注生理性身体,包括多感官体验和躯体运动觉体验。例如,海边度假的游客获得愉悦感的重要来源之一是动手建造沙堡的触觉表演(Obrador - Pons,2009);对身体位置和姿势感知的本体感觉、对身体移动的肌肉动觉体验以及多感官知觉一起构成了旅游舞台化中的“身体-空间”维度的基础(Chronis,2015);Yin、Huang 和 Wang (2023)将具身参与作为难忘旅游体验的前提,发现身心参与对认知和情感有积极影响,且游客互动在其中发挥重要的调节作用。其二主要关注社会性身体,研究对象聚焦于视障游客、老年游客等群体,分析“残障”“性别”“年龄”等身体特征的差异对旅游体验产生的影响(Pritchard, Morgan & Ateljjevic, et al.,2007;Small,Darcy & Packer,2012)。我国相关研究起步较晚,主要采用质性研究方法,以具身理论为指导,聚焦于不同类型旅游体验的生成模型,包括徒步旅游、工业旅游以及西藏旅游情感体验实现路径和具身旅游体验的方式(谢彦君、樊友猛,2017;谢彦君、胡迎春、王丹平,2018;马天、谢彦君,2020)。通过回顾文献可以发现,具身体验的研究内容从旅游体验中最基本的视觉特性,发展到重视多感官体验,再到回归身体的主体性。研究对象上既包括健康游客,也注意到身体存在障碍的游客。身体的参与度和本体感觉都会影响游客的体验质量,但目前这些具身性因素在研究中受重视程度不足,身体的整体性及其与情境的互动关系成为后续研究旅游体验的关键。

目前学界关于沉浸式旅游演艺的研究仍处于理论探索阶段。国内学者一方面从供给侧角度梳理沉浸式旅游演艺现状、未来趋势及发展思路,并对产品质量的提升提出政策建议(鞠小琦,2022;赵春莲、柳红波,2022);另一方面聚焦在需求侧,关注游客沉浸体验的生成与影响因素(孟凡,2020;金丽娇,2023)。国外学者一般用“immersive performing art”来表示沉浸式旅游演艺,认为互动是沉浸式旅游演艺区别于传统演艺的关键,考察了游客体验的影响因素,包括环境氛围、叙事方法以及亲密互动等方面(Carlson,2012;Howson - Griffiths,2020)。研究方法上,国内外都主要使用文本分析法、访谈以及问卷调查,研究内容上涉及游客体验与产品质量提升,关注身体主动参与的积极作用。目前学界对沉浸式旅游演艺的内涵建构与发展特征并未形成共识,与之有关的研究问题也并不深入,对实践难以产生指导作用。

部分学者将具身理论应用到旅游演艺情境中,对其体验特性进行分析并探讨对游客口碑、满意度等

行为意向的影响(施思、黄晓波、张梦,2021;Wu,Zhang & Shi,2022);还有学者运用定性研究方法建立沉浸式旅游演艺游客体验模型,按照线性时间顺序对各体验维度之间的联系进行分析(徐祖莺,2020)。因此本研究以具身理论为指导,分析游客体验共有特性,为其他沉浸式旅游演艺的未来发展提供借鉴。

二、沉浸式旅游演艺体验质量评价

1. 研究数据

沉浸式旅游演艺强调互动性与参与感,是具身理论的最佳适用场景。本研究参照毕剑等学者(毕剑、贾苏萍、周成,2022)对沉浸式旅游演艺内涵的定义,选取我国《又见平遥》等10项具有代表性的演艺项目作为沉浸式演艺的样本。样本根据场景体验分为主打剧情和主打科技两大类,前者以剧情为基础、以沉浸式戏剧为代表,如《成都偷心》《再回延安》等,后者注重新媒体技术的应用、强调身体体验,如《狐妖小红娘》《江清月近人》等,既涵盖了驻场、观演互动以及行进式等特点,又包含室内外等不同的空间类型,兼具普适性与特殊性。

调查内容基于网络文本。由于网络文本内容丰富,能够真实反映游客个人情感与游览感受,网络文本研究已成为研究旅游体验的重要手段(郎朗,2018)。本文选取携程旅行、美团网及马蜂窝网等在线旅游平台网站为数据来源,以“演艺名称”或“演艺名称+游记”作为关键词进行检索,选取2019年1月1日至2021年12月31日的评论数据,同时人工

对疑似虚假或内容欠缺的存疑文本进行处理,全程遵循以下原则:(1)删除缺乏情感的线路行程安排、演艺内容概括介绍类宣传文本;(2)删除不包含实际体验过程只进行讴歌赞美的文本;(3)合并重复或相似度高的游记及评论;(4)尽量保留游玩过程记录完整、游客对目的地评价真实的文本。通过两位研究人员(旅游管理专业硕士研究生)对文本进行处理,共获得有效评论1329条180538字。

2. 指标体系

吴俊等学者通过总结具身理论的哲学基础、基本思想以及该理论在旅游领域的应用成果,提出了旅游体验研究的具身理论框架,指出游客的身体、感知以及情境都会对其行为产生影响,且三者与游客体验之间相互作用,处于一个反馈动态性的复杂系统中(吴俊、唐代剑,2018)。

本文以旅游具身研究框架为基础,结合旅游演艺体验质量,进一步将感知因素分为产品感知和服务感知(赵慧,2019),最终选取产品感知、服务感知、具身参与、体验情境4个维度作为沉浸式旅游演艺体验质量评价的一级指标。将网络游记及评论作为数据来源进行文本分析,从两位研究人员逐篇阅读筛选后的文本,提取游客的旅游体验质量要素进行解读和分类,独立完成编码后进行讨论协商,提取出15个影响因子,归为上述4个维度,并以此为基础,最终建立包括4个一级指标、15个二级指标的沉浸式旅游演艺体验质量评价指标体系(见表1)。

表1 沉浸式旅游演艺体验质量评价指标体系

维度	指标	指标解释
产品感知	演艺节奏	对表演整体节奏把控、场景衔接、转场体验的感知
	演艺内容	对故事情节、文化元素、地方元素的感知
	演艺团队	对演艺人员专业素养及获得的审美体验等方面的感知
	演艺形式	对舞台设计、走动式观看的观影方式、新颖的表演方式等方面的感知
服务感知	服务设施	观演座位等为食住行购娱等方面提供便利的相关配套设施
	服务引导	进退场管理以及观演过程中对场景和空间的引导等服务
	购票服务	对购票便利性的感知
	员工服务	对员工服务态度、服务是否周到的感知
具身参与	代入感	游客观看演艺获得身临其境体验的程度
	感官体验	通过对视觉、听觉、触觉、嗅觉等方面感知获得的体验
	观演互动	通过与演员互动所获得的体验
	身体感	对身体移动以及状态的感知,包括疲惫感、放松感、新奇感等方面
体验情境	同游者氛围	对同伴或同场观众行为、数量的感知,比如秩序感、热闹等方面
	物理情境	对于装修风格、道具设施、周边环境等方面的感知
	意境氛围	对人文氛围、体现演艺特色的氛围感的感知

3. 研究方法

(1) 内容分析法

内容分析法是一种将文本等定性内容进行客观、定量描述的研究方法(Krippendorff,1980)。两位研究人员分别根据编码内容的语义、情感及态度倾向对游客文本进行评分(P值),最高分为5分,最低分为1分,如得分出现差异则由第三位研究人员进行判定,量化依据见表2(刘海朦、胡静、贾焱焱等,2021)。基于此,利用熵值法对各指标进行客观赋权(王富喜、毛爱华、李赫龙等,2013),在确定指标权重和指标赋值的基础上,采用线性加权函数法对每个样本的旅游体验质量(Y_i)进行评价,评价结果取值范围为1~5分,其计算公式为:

$$Y_i = \sum_{j=1}^{15} X_{ij} * W_j$$

式中, Y_i 为沉浸式旅游演艺*i*的旅游体验质量, W_j 为二级指标 X_{ij} 的权重, X_{ij} 为第*i*个演艺项目第*j*个指标的绩效(肖妮、黄悦、刘继生,2019)。

表2 沉浸式旅游演艺体验要素量化依据

量化依据	分值
文中有“非常/很/挺/太”等程度副词同时包含积极情绪的词语	5
文中有“比较/还”等程度副词同时包含积极情绪的词语	4
文中没有明显情感态度,对旅游体验进行客观描述	3
文中有“比较/有点”等程度副词同时包含消极情绪的词语	2
文中有“非常/很/挺/太”等程度副词同时包含消极情绪的词语	1

(2) IPA 分析

IPA分析法(Importance Performance Analysis)也叫“重要性-绩效表现”分析法,即对影响游客体验各要素的重要性感知与实际表现程度进行综合评价,以此确定优势和劣势要素,通过形象直观的数据为经营者提供相应的决策和建议(李永乐、陈霏、华桂宏,2021)。以重要性为X轴,实际表现程度为Y轴,二者均值作切割点划分为4个区域,重要性指标I体现游客对要素的关注程度,以旅游体验要素出现的频率来衡量,即 $In = (\text{文本中要素}n\text{出现的频次} / \text{文本总量}) \times 100\%$,表现性指标P为游客对各要素的评分。

三、数据分析及结果

1. 旅游体验质量得分分析

国内部分沉浸式旅游演艺活动各维度的旅游体

验质量得分如表3所示。参照李克特量表的形式将旅游体验质量划分为A(4.001~5.000分)、B(3.001~4.000分)、C(2.001~3.000分)、D(1.001~2.000分)、E(0~1.000分)5个等级,分别对应“非常满意”“比较满意”“一般”“比较不满意”“非常不满意”。总体来看,均值为3.377,等级为B,旅游体验质量为比较满意,说明目前沉浸式旅游演艺总体水平尚可。其中,等级为A(非常满意)的演艺项目有0个,等级为B(比较满意)的有8个,等级为C(一般)的有2个,没有等级为D(比较不满意)和E(非常不满意)的演艺项目。

沉浸式旅游演艺体验质量研究框架如第78页图1所示。产品感知是游客对旅游演艺进行识别和区分的关键(焦世泰,2013)。一方面,游客通过对演艺团队和演艺形式等情境的感知获得心流体验,即失去自我意识的心理状态;另一方面,游客将演艺内容与自身进行联结形成意义体验,是一种有意识的自我思考,如对地方文化的认知与对人性的反思,演艺节奏在二者之间发挥催化剂的作用。意义体验超越特定时刻的暂时沉浸,相比心流体验能带来持续的满足感(施思、黄晓波、张梦,2021)。产品感知维度得分为3.498,在4个维度中位居第三,说明旅游演艺产品需进一步改进和完善。从具体指标来看,演艺团队和演艺形式得分较高,游客从中获得了良好的心流体验,能够暂时忘记压力,专注演艺本身;演艺节奏在所有指标中得分最低,游客在走动式观看过程中频繁转换新的场景,匆忙的赶场体验限制了其促进意义体验生成的催化作用;演艺内容得分略低于均值,意义体验欠佳,对于故事内涵的挖掘、地方元素和文化元素的运用仍有待改善,难以使游客产生共鸣,未能有效激发个体自我意识从而与自身形成联结而带来持久满足感。

服务感知能够反映旅游演艺的接待水平,是保障游客开展旅游活动的基础(刘好强,2014),包括提供便利的服务设施、转场时的服务引导、购票服务以及员工服务等指标。其中,良好的服务引导能够减轻游客的迷茫感,便捷的服务设施可以缓解游客疲惫感,有利于游客全身心地投入到旅游演艺中,促进其沉浸体验的生成。服务感知各维度均值得分为3.097,在4个维度中得分最低,说明演艺项目为游客提供的各项服务处于一般水平。具体来看,服务引导得分偏低,主要由于游客在转场过程中并未获得良好的指引而产生迷茫感,其余3个指标也都低于均值,由此可知演艺项目需要在观演座位等基础设施、取票便利性、员工培训等方面进行改善。

表 3 国内部分沉浸式旅游演艺活动各维度体验质量得分

维度 (权重)	评价指标 (权重)	国内部分沉浸式旅游演艺活动										各指标 均值	各维度 均值
		成都偷心 (31 条)	狐妖 小红娘 (33 条)	江清 月近人 (48 条)	梦入避 暑山庄 (112 条)	滕王宴乐 (54 条)	寻梦 龙虎山 (102 条)	又见平遥 (366 条)	再回延安 (33 条)	知音号 (266 条)	只有河南 (284 条)		
产品感知 (0.2377)	演艺节奏 (0.1099)	3.333	2.000	3.667	2.333	1.400	2.000	1.667	4.000	1.750	2.000	2.415	3.498
	演艺内容 (0.0473)	3.273	4.125	3.909	4.320	2.000	2.857	3.415	4.000	2.848	3.928	3.468	
	演艺团队 (0.0408)	4.000	4.000	4.667	5.000	3.000	4.833	4.130	5.000	4.727	4.714	4.407	
	演艺形式 (0.0397)	3.375	3.710	4.083	4.286	2.750	3.727	3.954	3.670	3.650	3.800	3.701	
服务感知 (0.2462)	服务设施 (0.0610)	4.250	3.083	3.000	4.000	2.000	2.500	3.083	3.000	2.833	4.114	3.186	3.097
	服务引导 (0.0494)	3.000	3.000	3.750	3.000	2.000	2.875	1.500	3.000	2.321	2.909	2.736	
	购票服务 (0.0662)	3.000	3.000	3.000	5.000	1.000	3.421	2.842	5.000	2.174	1.600	3.004	
	员工服务 (0.0696)	1.500	3.000	5.000	5.000	1.000	4.500	2.200	5.000	2.857	4.564	3.462	
具身参与 (0.2921)	代入感 (0.0865)	3.875	4.143	4.211	4.333	4.500	4.444	4.186	4.000	3.848	4.643	4.218	3.803
	感官体验 (0.0459)	3.571	4.412	4.188	4.611	2.933	4.489	3.542	4.250	3.900	4.188	4.008	
	观演互动 (0.0809)	4.143	3.667	3.625	4.667	4.250	3.000	3.958	4.000	3.000	4.500	3.881	
	身体感 (0.0788)	3.150	2.500	4.222	3.000	2.857	4.200	2.227	3.000	3.118	2.750	3.102	
体验情境 (0.2238)	同游者氛围 (0.1057)	2.667	3.000	3.200	3.000	2.000	1.857	1.929	3.000	2.862	2.000	2.551	3.530
	物理情境 (0.0414)	4.000	4.385	4.333	4.417	3.000	4.333	3.714	3.667	3.955	4.419	4.022	
	意境氛围 (0.0767)	3.750	4.500	4.000	5.000	3.000	4.200	4.250	3.000	4.290	4.167	4.016	
综合体验质量得分		3.346	3.367	3.862	3.990	2.495	3.396	2.978	3.789	3.091	3.455	均值	3.377

具身参与是游客经由自我身体与旅游世界发生交互从而获得存在意义的过程(樊友猛,2020),包括观演互动和身体感构成的躯体觉体验、多感官体验以及代入感。多感官体验中,除了视觉体验外,游客还会通过聆听主题曲,感受微风拂面,从而获得来自听觉和触觉的多感官刺激。多感官体验是以视觉为

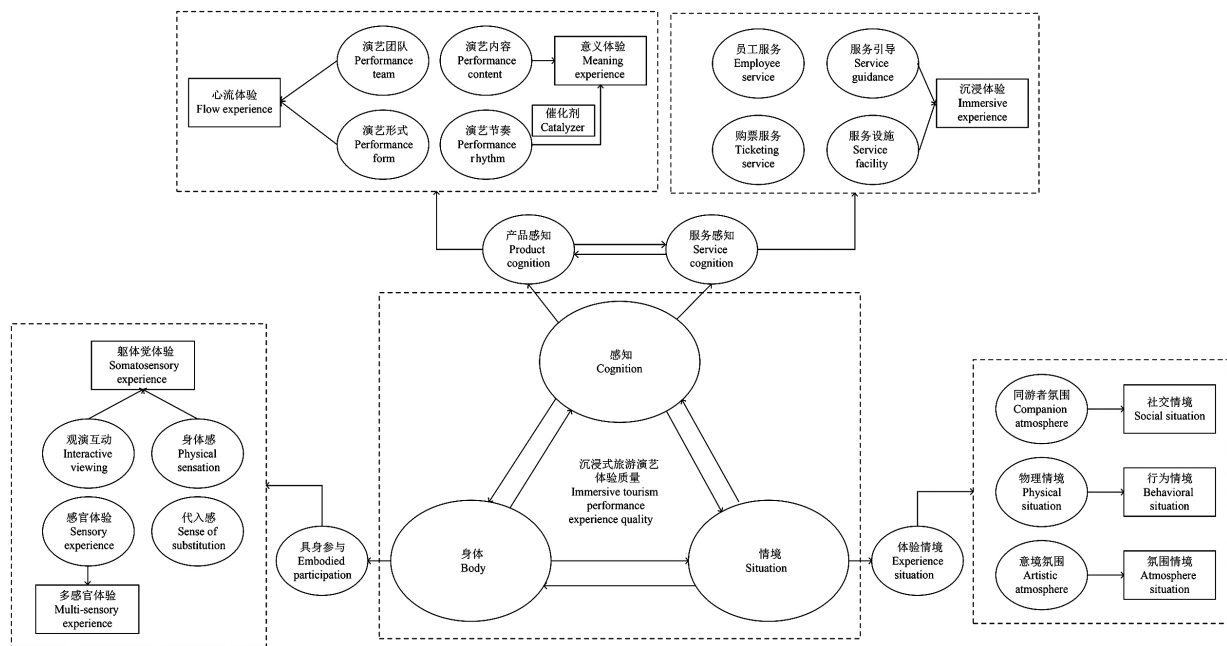


图1 沉浸式旅游演艺体验质量研究框架

主导被动使用身体,而躯体觉则是以动觉为主导主动使用身体,后者更容易激发游客的主观能动性,使游客获得更为深刻的体验。观看过程中,游客逐渐融入表演情境中,成为其中一部分,从而产生“身”临其境的代入感。具身参与得分为3.803,在4个维度中最高,说明游客在观看演艺过程中能够充分调动身体的参与。从各指标来看,代入感得分较高,说明游客能够全身心投入到演艺中,达到畅爽的忘我状态,获得如同“穿越般”身临其境的感觉;感官体验表现优于观演互动要素,说明游客在观看演艺过程中以被动参与为主,需要优化互动环节来促使游客主动使用身体;身体感的得分低于均值,说明游客在观看过程中身体的状态感受不佳,沉浸式旅游的观演模式更加强调身体的参与,相较于其他演艺会产生前所未有的新鲜感,但随着时间流逝,如果游客过度使用身体,先前获得的新奇感就会逐渐转为疲惫感和劳累感。

认知依附于情境存在,游客用身体以合适的方式与旅游情境进行互动,从而构建旅游认知与旅游意义(贾慧敏,张运来,2022),因此,必须在具体情境之中研究游客体验的生成。谢彦君(2005)将旅游情境划分为旅游氛围情境和旅游行为情境,前者主要是游客的主观映照或反射,后者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。本文结合沉浸式旅游演艺场景的特殊性在此基础上进行了拓展,将体验情境归纳为外部客观存在的真实物理环境、内部主观精神反射形成的氛围环境以

及作为社会成员所处的社交环境,即物理情境、意境氛围和同游者氛围。体验情境各维度均值得分是3.530,在4个维度中排名第二,说明游客对沉浸式旅游演艺体验情境要素的感知较为良好。从指标层来看,物理情境和意境氛围得分较高,是游客能够正向感知的要素;同游者氛围得分最低,说明游客对周围观众的感知较差,在场观众数量过多、缺乏秩序等问题影响了游客的观看效果,是制约游客体验质量提高的主要原因。

2. 旅游体验质量评价的IPA分析

对所有旅游演艺项目的旅游体验要素进行IPA分析,结果如图2所示。第Ⅰ象限包括演艺团队、演艺形式、代入感、感官体验、物理情境5个要素,即游客对这些要素的关注程度较高,且旅游体验的满意程度也较高,说明从整体来看,旅游演艺项目能够通过其新颖的演艺形式、专业的演出团队和真实的环境布局,让游客获得良好的感官体验与“身临其境”的感觉,这也是沉浸式演艺项目区别于其他产品的重要特性,在后续发展中应继续保持。

处于第Ⅱ象限的是游客关注程度较低但满意程度较高的要素,有观演互动和意境氛围两个,说明游客虽然对这两方面的感知程度较低,但认可度较高,提高互动参与和打造意境氛围是未来值得挖掘开发的宣传“卖点”。

落在第Ⅲ象限的要素最多,包括演艺节奏、服务设施、服务引导、购票服务、员工服务、身体感、同游者氛围7个方面,游客不仅对这些要素的关注程度较

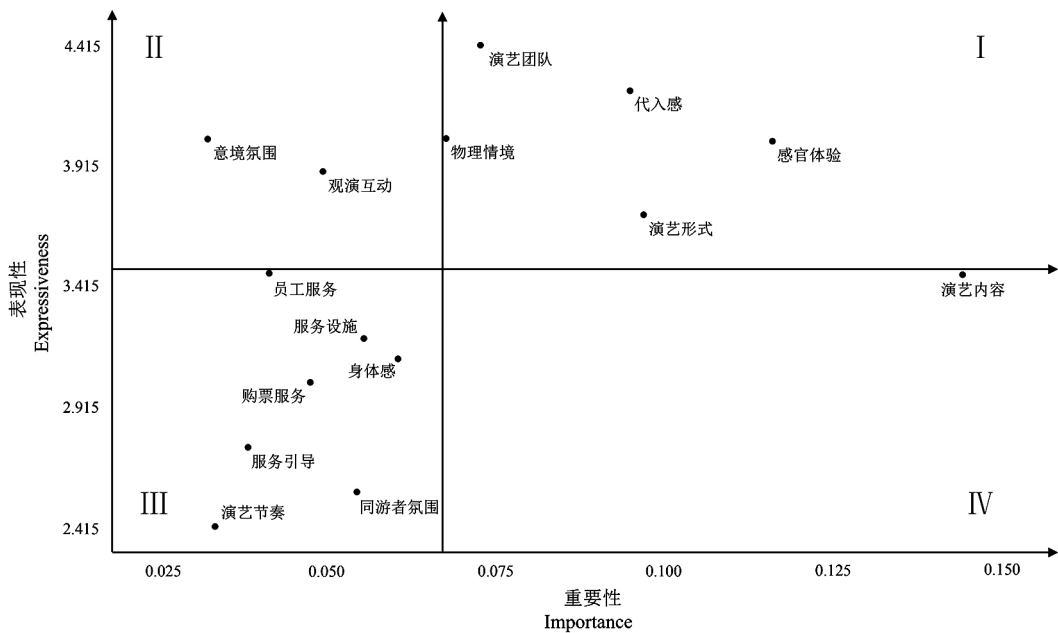


图2 旅游体验要素 IPA 分析结果

低且评价也较低,是旅游演艺项目未来有待改善的方面。演艺节奏要素得分较低主要体现在演艺节奏安排过快,游客在参与中往往产生匆忙的赶场体验;游客对服务感知维度4个要素均作出较为负面的评价,说明当前旅游演艺项目对于游客服务的重视程度偏低,表现为一种“重形式,轻服务”的开发导向,轻视了服务维度对游客体验产生的影响,从而导致了游客对于园区服务评价普遍偏低的情况;身体感要素得分较低主要是由于沉浸式演艺项目强调身体的互动与参与,长时间行进式的观演模式易使游客产生疲倦感;同游者氛围评分较低则是游客过多所导致的。

第IV象限部分是演艺项目需要重点改进的部分,包含了游客认为较为重要但体验满意度较低的要素,仅有演艺内容一个方面。具体看来,演艺内容具有最高的关注度,说明虽然演艺的形式更加多样化,但“好的内容”依然是游客进行评判的首要标准。内容要素的满意度评分低于平均分,表明当前旅游演艺项目的内容仍有待改进,具体体现在对地方元素或文化元素的挖掘不足、气氛渲染过分煽情、存在不符合当代价值观念的元素等,亟须演艺项目团队采取措施进行优化。

总体来说,目前国内旅游演艺项目体验的表现较为良好,体验要素满意度得分均值达到3.478分(各体验要素实际得分的均值),整体处于中等以上的水平。其中,具身参与维度作为沉浸式旅游演艺项目的核心维度,其各项指标都取得了较高的评分,“代入感”和“感官体验”两项指标评分更是达到了4

分以上,凸显了“沉浸式”带给游客的独特体验。但在所有要素中,超过一半要素的满意评分都低于平均水平,这说明国内旅游演艺项目仍有较大的提升空间。未来,存在较大短板的服务质量和具有高关注度的演出内容将成为其提质升级的主攻方向,需要对此作出改进,以推动沉浸式旅游演艺的可持续发展。

四、研究结论与展望

1. 研究结论

本文以具身理论为指导构建沉浸式旅游演艺体验质量评价体系,选择“又见平遥”等10项演艺项目2019年至2021年的网络评论作为数据来源,利用内容分析法、IPA分析等研究方法对沉浸式旅游演艺的体验质量进行综合评价,得出以下结论:

(1) 本文从产品感知、服务感知、具身参与、体验情境4个维度构建沉浸式旅游演艺体验质量评价体系,尤其注重“身体”因素在旅游体验中发挥的作用,从而对沉浸式旅游演艺体验质量进行精准、全面地测度。(2) 演艺总体评价等级为B,旅游体验质量还是比较满意,游客对具身参与和体验情境维度的评价较高,而对产品感知和服务感知的评价处于一般水平。(3) 对4个维度进行分析发现:产品感知中,从演艺形式、演艺团队中产生心流体验,对演艺内容感知获得意义体验,演艺节奏发挥催化剂的作用,游客心流体验良好而意义体验不足;服务感知包括便利的服务设施、转场时提供的服务引导、购票服务以及员工服务等方面,4个指标评分都较低,说明演艺项目为游客提供的各项服务并不理想;具身参与包含

主动使用身体的躯体觉体验、被动使用身体的多感官体验和代入感,游客普遍能获得如同“穿越般”身临其境的感觉,但在观看演艺过程中仍以被动参与为主,且存在过度使用身体的情况,身体的状态感受不佳;体验情境包含外部客观存在的真实物理环境、内部主观精神反射形成的氛围环境以及作为社会成员所处的社交环境,其中游客对周围观众的感知较差,是制约游客体验质量提高的主要原因。(4) IPA分析结果显示,演艺团队、代入感和感官体验等要素是当前演艺产品的优势所在,需要在后续继续保持;演艺节奏、同游者氛围、服务引导等要素落入机会区,应当进一步开发和改进;演艺内容因素落入重点改进区,亟须演艺项目团队采取措施进行优化。

2. 理论贡献

本研究基于吴俊(2018)提出的旅游者具身体验研究框架,对产品感知、服务感知、具身参与和体验情境4个维度的具体内涵进行系统分析,能够更好地衡量沉浸式旅游演艺中游客体验质量,深化了具身理论在沉浸式旅游演艺中的应用。以往研究中对游客体验质量产生重要影响的产品、服务及旅游情境等因素的具体内涵尚不明晰,尤其与身体有关的具身性因素的具体维度需进一步探究。本研究在具身视角下构建体验质量评价体系,采用定量的方法对其进行客观评价,并对体验质量各维度进行深入分析,充实了现有文献对于沉浸式旅游演艺体验的研究。具体表现为4个方面:第一,结合旅游演艺内涵将感知细化为产品感知与服务感知,游客在产品感知中会产生心流体验与意义体验,意义体验的生成能带来更为持久的满足感,与施思、黄晓波和张梦(2021)的研究相比,本研究将演艺节奏纳入考量并明确了其在意义体验生成中的催化作用,另外良好的服务感知有利于缓解身体状态,促进沉浸体验的生成;第二,与谢彦君和樊友猛(2017)、刘海朦、胡静、贾垚焱等(2021)的研究相比,本研究将沉浸式旅游演艺研究情境下的具身参与归纳为以视觉为主导被动使用身体的多感官体验和以动觉为主导主动使用身体的躯体觉体验,后者更容易激发游客的主观能动性,揭示了身体参与对旅游体验质量产生影响的内在机理;第三,与谢彦君(2005)、贾慧敏和张运来(2022)的研究相比,本研究对体验情境的内涵进行了延伸,在旅游氛围情境和行为情境基础上增加了社交情境要素,既拓展了人与情境的互动关系,又补充与丰富了体验情境的研究视角。本研究为评价沉浸式旅游演艺的体验质量提供了全新的分析框架,有利于指导沉浸式旅游演艺的发展实践。

3. 研究建议

沉浸式旅游演艺发展时间较短,仍存在许多不足,本研究以具身理论为指导构建沉浸式演艺体验质量评价体系,对我国“又见平遥”等10项具有代表性的演艺项目进行综合评价分析,并提出以下建议:(1)融合文化记忆,深化沉浸体验,打造具有中国本土特色的IP。游客心流体验良好而意义体验不足,经营者应聚焦当地文化进行创造性转化与创新性发展,突出地方旅游资源的独特性,进一步挖掘旅游演艺产品的地方元素与文化内涵,同时把握当下年轻群体的时代需求,让游客沉浸在剧情中的同时形成共鸣,收获意义体验;把控演艺节奏,优化转场衔接体验,使剧情整体张弛有度;打造本土特色IP,延长产业链,进行规模化和品牌化发展,形成差异化竞争力。(2)优化基础服务设施,提供多维度服务引导。目前旅游演艺发展中存在“重形式,轻服务”的开发导向,演艺项目为游客提供的各项服务并不理想,应当进一步开发和改进,比如在演艺开始前为游客提供解说服务,展现作品内涵,设置清晰的导视系统,演艺进行中提供人工引导的同时设置导览标识,减少游客的迷茫感与困惑感。(3)加强身体互动,提供个性化、差异化体验。游客在观看演艺过程中仍以被动参与为主,而积极主动参与更容易激发游客的主观能动性,因此经营者应当给予演员和游客自由发挥的空间,如游客可自行选择故事线进行角色扮演,提高观演互动频率,促进游客主动参与,实现主客交融;同时,合理安排时间,行进式观看与剧场观看相结合,缓解游客长时间走动带来的疲惫感。(4)促进人与情景交融,增强观看效果。游客体验情境包括氛围情境、行为情境和社交情境,环境设置应与演艺主题元素有机融合,通过环境氛围营造还原故事真实场景促进游客沉浸其中,让演出真实立体地包围游客;此外,同游者氛围感知较差是制约游客体验质量提高的主要原因,应当通过价格差异机制等方式实现工作日与节假日的分流,合理控制观众数量,同时安排工作人员维持观演秩序,为游客创造良好的感知环境。

4. 研究不足与展望

沉浸式旅游演艺作为体验经济时代下的新兴产物,目前国内可供研究的样本数量较少,本文仅对10个演艺项目进行综合评价,在统计学意义上具有一定的局限性,未来可在沉浸式旅游演艺逐步发展的基础上扩大样本容量以提高体验质量评价的准确性及合理性。此外,本文使用内容分析法进行打分时难免受到研究者的主观影响,未来可通过大样本量化实证分析来对体验质量评价体系进行检验和完善。

参考文献:

- [1] Carlson M. Immersive theatre and the reception process [J]. *Forum Modernes Theater*, 2012, 27(1-2): 17~25.
- [2] Chronis A. Moving bodies and the staging of the tourist experience [J]. *Annals of Tourism Research*, 2015(55): 124~140.
- [3] Fornell C, Johnson M D, Anderson E W, et al. The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings [J]. *Journal of Marketing*, 1996, 60(4): 7~18.
- [4] Gibbs R W, Costa Lima P L, Francozo E. Metaphor is grounded in embodied experience [J]. *Journal of Pragmatics*, 2004, 36(7): 1189~1210.
- [5] Grönroos C. A service quality model and its marketing implications [J]. *European Journal of Marketing*, 1984, 18(4): 36~44.
- [6] Howson - Griffiths T. Locating sensory labyrinth theatre within immersive theatres' history [J]. *Studies in Theatre and Performance*, 2020, 40(2): 190~205.
- [7] Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* [M]. Beverly Hills: Sage Publications, 1980.
- [8] Murphy P E. Guest editor's introduction: Quality management in urban tourism: Balancing business and environment [J]. *Tourism Management*, 1995, 16(5): 345~346.
- [9] Obrador - Pons P. Building castles in the sand: Repositioning touch on the beach [J]. *The Senses and Society*, 2009, 4(2): 195~210.
- [10] Palmquist S R. Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to western thought [J]. *Journal of Scientific Exploration*, 2010, 24(2): 323~327.
- [11] Pritchard A, Morgan N, Ateljevic I, et al. *Tourism and Gender: Embodiment, Sensuality and Experience* [M]. Wallingford, Oxon: CABI, 2007: 105~123.
- [12] Small J, Darcy S, Packer T. The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze [J]. *Tourism Management*, 2012, 33(4): 941~950.
- [13] Veijola S, Jokinen E. The body in tourism [J]. *Theory, Culture & Society*, 1994, 11(3): 125~151.
- [14] Wu X J, Zhang M, Shi S. Understanding customers' interactive experience in immersive performing art: A narrative transportation perspective [J]. *Nankai Business Review International*, 2022. doi:10.1108/nbri-03-2022-0031.
- [15] Yin Z, Huang A, Wang J. Memorable tourism experiences' formation mechanism in cultural creative tourism: From the perspective of embodied cognition [J]. *Sustainability*, 2023(15): 4055.
- [16] 毕剑. 旅游演艺: 概念辨析、类别梳理与关系模型 [J]. 邵阳学院学报(社会科学版), 2019, 18(1): 61~68.
- [17] 毕剑, 贾苏萍, 周成. 沉浸式旅游演艺: 内涵、特征及发展动力 [J]. 许昌学院学报, 2022, 41(4): 109~115.
- [18] 樊友猛. 旅游具身体验研究进展与展望 [J]. 旅游科学, 2020, 34(1): 1~19.
- [19] 樊友猛, 谢彦君. 旅游体验研究的具身范式 [J]. 旅游学刊, 2019, 34(11): 17~28.
- [20] 贾慧敏, 张运来. 虚拟旅游产品体验中游客幸福感的生成机制研究——基于具身体验视角 [J]. 旅游科学, 2022, 36(3): 17~35.
- [21] 焦世泰. 基于因子分析的民族文化旅游演艺产品游客感知评价体系研究——以“印象刘三姐”实景演出为例 [J]. 人文地理, 2013, 28(1): 150~154.
- [22] 金丽娇. 沉浸式旅游演艺受众体验生成机制研究——以《又见平遥》为例 [J]. 南京开放大学学报, 2023(1): 67~73.
- [23] 鞠小琦. 文旅融合背景下武汉沉浸式旅游演艺产品质量提升路径探究 [J]. 武汉职业技术学院学报, 2022, 21(3): 103~108.
- [24] 郎朗. “地方”理论视角下的网络游记研究——以北京三里屯游记分析为例 [J]. 旅游学刊, 2018, 33(9): 49~57.
- [25] 李恒威. 认知主体的本性——简述《具身心智: 认知科学和人类经验》 [J]. 哲学分析, 2010, 1(4): 176~182.
- [26] 李永乐, 陈霏, 华桂宏. 基于网络文本的大运河历史文化街区旅游体验研究——以清名桥历史文化街区为例 [J]. 南京社会科学, 2021(2): 157~165.
- [27] 刘海朦, 胡静, 贾焱焱, 等. 具身视角下历史文化街区旅游体验质量研究——以江汉路及中山大道历史文化街区为例 [J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2021, 55(1): 128~136.
- [28] 刘好强. 旅游演艺产品质量测量量表开发的实证研究 [J]. 旅游科学, 2014, 28(1): 22~30.
- [29] 马天, 谢彦君. 梦想的远方: 西藏具身旅游体验研究 [J]. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2020, 41(3): 120~127.
- [30] 孟凡. 沉浸式旅游演艺中游客人流体验构成及影响因素——以《又见平遥》为例 [D]. 西安: 西安外国语大学, 2020.
- [31] 施思, 黄晓波, 张梦. 沉浸其中就可以了吗? ——沉浸体验和意义体验对旅游演艺游客满意度影响研究 [J]. 旅游学刊, 2021, 36(9): 46~59.
- [32] 孙小龙, 林璧属, 郝捷. 旅游体验质量评价述评: 研究进展、要素解读与展望 [J]. 人文地理, 2018, 33(1): 143~151.
- [33] 王富喜, 毛爱华, 李赫龙, 等. 基于熵值法的山东省城镇化质量测度及空间差异分析 [J]. 地理科学, 2013, 33(11): 1323~1329.
- [34] 吴俊, 唐代剑. 旅游体验研究的新视角: 具身理论 [J]. 旅游学刊, 2018, 33(1): 118~125.
- [35] 肖妮, 黄悦, 刘继生. 中国本土主题公园旅游体验质量评价及空间分异特征研究 [J]. 地理科学, 2019, 39(6): 978~986.
- [36] 谢彦君. 旅游体验的情境模型: 旅游场 [J]. 财经问题研究, 2005(12): 64~69.
- [37] 谢彦君, 樊友猛. 身体视角下的旅游体验——基于徒步游记与访谈的扎根理论分析 [J]. 人文地理, 2017, 32(4): 129~137.
- [38] 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): 129~137.

1 ~ 16.

[39] 谢彦君, 吴凯. 期望与感受: 旅游体验质量的交互模型[J]. 旅游科学, 2000, 14(2): 1 ~ 4.

[40] 徐祖莺. 沉浸式旅游演艺游客体验研究——以武汉市“知音号”为例[D]. 武汉: 华中师范大学, 2020.

[41] 叶浩生. 有关具身认知思潮的理论心理学思考[J].

心理学报, 2011, 43(5): 589 ~ 598.

[42] 赵春莲, 柳红波. 文旅融合下沉浸式旅游演艺产品质量提升研究——以《又见敦煌》为例[J]. 北方经贸, 2022(9): 155 ~ 160.

[43] 赵慧. 旅游演艺游客感知及影响研究——以《又见平遥》为例[D]. 太原: 山西大学, 2019.

Experience Quality Evaluation of Immersive Tourism Performance from the Perspective of Embodiment

Lv Ning Sun Mengtian Li Qi

Highlights:

- Constructing an immersive tourism performance experience quality evaluation system and analyzing the specific connotations of each dimension.
- Tourists acquire flow experiences and meaningful experiences in their perception of the product, with the performance rhythm plays a catalytic role.
- Sensory experiences dominated by kinesthetic sensations are more likely to stimulate tourists' subjective initiative.
- The experiential situation includes the tourism ambiance situation, behavioral situation, and social situation.

Abstract: The rapid proliferation of immersive tourism performance has outpaced academic research, which has created a disparity between development in practice and scholarly investigations. Notably, characterized by interactivity and participation, immersive tourism performance hinges primarily on visitors' embodied experiences within the local context, and further exploration of specific dimensions of immersive tourism performance is warranted. Guided by embodiment theory, we construct an experience quality evaluation of such performance based on tourists' body, cognition, and situational factors. We further adopt content analysis and interpretative phenomenological analysis (IPA) to comprehensively evaluate immersive tourism performance, considering network evaluation as the analytic text. Our study derives the following findings: (1) The experience quality evaluation system of immersive tourism performance is constructed from four dimensions, with particular emphasis on the role of "body" factors in tourism experience, to accurately and comprehensively measure the quality of immersive tourism performance experience. (2) The quality of tourism experience is relatively satisfactory. Tourists have a good evaluation of embodied participation and experience situational dimensions, while the evaluation of product cognition and service cognition is at a general level. (3) Tourists obtain flow and meaning experiences in product cognition, and the generation of meaning experience can bring more lasting satisfaction, while performance rhythm plays a catalytic role. The service cognition indicators are rated low, which suggests that the various services provided by immersive tourism performance to tourists are not ideal. Physical participation includes the multi-sensory experience of using the body passively, with vision as the dominant factor, and the somato-sensory experience of using the body actively, with kinesthetics as the dominant factor. The latter facilitates easier stimulation of tourists to exert their subjective initiative; it extends the experience situation and adds social situation elements based on previous research. (4) IPA reveals that the performance team, sense of substitution, sensory experience, and other elements are its advantages, which must be maintained in the future. The performance rhythm, atmosphere of fellow tourists, service guidance, and other elements fall into the opportunity area, which should be further developed and improved. The performance content factors fall into the key improvement area, and the immersive tourism performance project must take effective measures immediately. The study broadens the research perspective of tourism experience quality, enriches embodied experience research context, and presents recommendations for upgrading the quality and competitiveness of immersive tourism performance.

Key words: embodied theory; tourism experience quality; immersive tourism performance; content analysis; IPA