



# 旅游演艺沉浸体验的影响因素 与形成机制

——基于《只有河南·戏剧幻城》的扎根分析

李万莲 陈晓钱 王良举

**摘要:**旅游演艺是文旅融合发展的重要载体,沉浸体验是评价旅游演艺开发质量的重要因素。本文以《只有河南·戏剧幻城》为案例,对游客沉浸体验进行扎根分析。研究发现,旅游演艺特质和游客认同是影响游客沉浸体验形成的主要因素;游客沉浸体验包括感官沉浸、情感沉浸和思维沉浸三个维度;旅游演艺特质是影响游客认同和游客沉浸体验的基础,且游客认同在旅游演艺特质与游客沉浸体验之间起中介作用,促进了游客沉浸体验的形成。

**关键词:**旅游演艺;沉浸体验;游客认同;扎根理论

**DOI:** 10.13734/j.cnki.1000-5315.2023.0411

**收稿日期:**2022-10-28

**基金项目:**本文系安徽省哲学社会科学规划项目“全域旅游发展利益共享机制及实现路径研究”(AHSKF2018D13)、安徽财经大学研究生科研创新基金项目“旅游演艺项目游客沉浸体验的影响因素及其形成机制研究”(ACYC2021138)的研究成果。

**作者简介:**李万莲,女,安徽淮南人,生态学博士,安徽财经大学工商管理学院教授、硕士生导师,研究方向为旅游目的地开发与管, E-mail: liwanlian2003@163.com;

陈晓钱,女,安徽合肥人,安徽财经大学工商管理学院硕士研究生;

王良举,男,安徽合肥人,经济学博士,安徽财经大学工商管理学院教授、硕士生导师。

旅游演艺是基于旅游产业与文化产业、演出产业及其他产业深度融合的大背景,以旅游者为主要观众,以地域文化为主要表现内容,在旅游城市、旅游景区内或其附近选址推出的、能对当地旅游业发展带来积极影响的中型及大型演出活动<sup>①</sup>。在以“沉浸传播”、“体验经济”为标识的第三媒介时代,旅游演艺借助虚拟现实、增强现实、扩展现实等技术,通过场景感营造、故事线构建、互动活动设计等,将游客带入其中,为他们创造难以忘却的沉浸体验。数据显示,从 2013 年到 2019 年,旅游演艺节目台数由 187 台增加到 340 台,其中,2019 年旅游演艺票房高达 68.02 亿元<sup>②</sup>,成为旅游经济的重要支撑力量。即使是在新冠疫情期间,旅游市场受到不利影响的情况下,旅游演艺项目的投资热度依然居高不下。然而,伴随旅游演艺项目的井喷式增长,投资盲目跟风、营收无力,产品同质化、游客体验感不足等问题也层出不穷,导致多数旅游演艺项目经营惨淡、效益不佳,以失败告终。面对旅游演艺巨大的市场潜力和旺盛的市场需求,如何彰显自身特色获得游客认同?如何让游客沉浸其中提升体验质量?亟待开展专门研究,为这些问题的解决提供一些研究支持。有鉴于此,本研究基于沉浸体验理论与游客认同理论,在线搜集多源文本资料,运用扎根理论开展逐级编码,提

①毕剑《基于空间视角的我国旅游演艺发展研究》,辽宁师范大学 2016 年博士学位论文,第 36 页。

②道略文旅产业研究院《旅游演艺市场遭受疫情冲击,上游制作方竟实现逆势增长?》,中国旅游新闻网,2021 年 3 月 4 日发布,2022 年 10 月 28 日访问, [http://www.ctnews.com.cn/fyly/content/2021-03/04/content\\_98939.html](http://www.ctnews.com.cn/fyly/content/2021-03/04/content_98939.html)。

炼影响游客沉浸体验形成的主要因素,并探究其形成的理论机制。本研究在理论方面有助于阐释旅游演艺游客沉浸体验的形成机制,丰富旅游领域沉浸体验的研究成果;实践方面有望为目的地旅游演艺项目的创新开发及运营管理优化提供思路与视角。

## 一 文献综述

### (一) 旅游演艺

学术界早在 20 世纪 70 年代就开始了对于旅游演艺表演的关注,MacCannell 最早从原真性的角度,提出了旅游演艺是经过改造的产物,其呈现的内容存在一定的非真实性<sup>①</sup>。毕剑认为,旅游演艺在对地域文化进行艺术加工的同时也在重构,这种新文化是一种美好的“真实”<sup>②</sup>。在项目开发与运营方面,创演团队的号召力、演艺内容的文化性和创新性、舞台的观赏性与互动性被认为是旅游演艺产品可持续发展的原动力。叶志良提出,围绕民族认同、国家认同和社会认同来进行内容开发,才可以创造出具有中国特色的旅游演艺作品<sup>③</sup>。随着旅游演艺项目数量的增加,学者们多从动机、感知与满意度等视角,结合具体案例地开展旅游演艺游客体验的相关实证研究,且学界已经认识到演艺项目中游客沉浸体验对其满意度评价的重要性<sup>④</sup>,但仍缺乏相关理论分析与研究以明确游客沉浸体验的形成机制。

### (二) 沉浸体验

沉浸体验是由美国心理学家 Csikszentmihalyi 提出的概念,在不同的研究领域也被翻译为“心流体验”、“畅爽体验”等,它是指人们全身心投入一项活动时的整体感觉,发生在知觉(感官)和心理(情感)两个层面。Csikszentmihalyi 概括了九个维度作为沉浸状态的特征,分别是挑战和技能平衡、行动和意识的融合、明确的目标、即时反馈、全神贯注、控制感、自我意识的丧失、时间扭曲和内在动机<sup>⑤</sup>。但部分学者认为,在不同的体验环境下,上述九个维度并非都是必要的<sup>⑥</sup>。可见,在沉浸体验的概念维度层面,不同学者的观点尚未达成一致。

国内外有关游客沉浸体验的研究成果主要聚焦于影响因素和结果两个方面。沉浸体验的影响因素研究可分为旅游者自身因素和旅游活动特质两大类。旅游者自身因素方面,外向型人格的个体更容易经历沉浸体验,个人经验在户外冒险旅游活动中也会正向影响游客沉浸体验的发生<sup>⑦</sup>,且旅游者对旅游活动的兴趣是支持沉浸体验获得的关键性因素。此外,旅游者的文化背景也是影响沉浸发生的一个重要因素。旅游活动方面,身临其境和临场感的塑造会促使游客产生沉浸<sup>⑧</sup>,地方性景观以及地域文化元素会让游客对景点文化产生认同,并令其感到快乐而沉浸其中,高度参与以及良好的群体互动会让沉浸发生的可能性更大<sup>⑨</sup>。沉浸体验结果研究包括满意度、口碑与推荐、忠诚及重游等。

### (三) 游客认同

认同是个人或群体在感情上、心理上趋同的过程。以暂时性、异地性和流动性为特征的旅游活动,涉及到众多的“他者”,与“他者”及“他者”的地方、文化、行为等进行接触、交流、互动,进而产生认同或排斥心理,会对游客体验产生深刻影响<sup>⑩</sup>。因此,游客认同也成为了旅游体验研究的一个重要视角。在旅游过程中,游

① Dean MacCannell, “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings,” *American Journal of Sociology* 79, no. 3 (November 1973): 597.

② 毕剑《美好抑或悲哀:旅游演艺的文化真实性研究》,《西北民族大学学报(哲学社会科学版)》2020年第2期,第144页。

③ 叶志良《中国旅游演艺的国家形象建构与传播》,《文化艺术研究》2020年第3期,第11—16页。

④ 施思、黄晓波、张梦《沉浸其中就可以了?——沉浸体验和意义体验对旅游演艺游客满意度影响研究》,《旅游学刊》2021年第9期,第53页。

⑤ Mihaly Csikszentmihalyi, “Play and Intrinsic Rewards,” *Journal of Humanistic Psychology* 15, no. 3 (Summer 1975): 41-63.

⑥ Yun Jung Lee, Sejin Ha, Zachary Johnson, “Antecedents and Consequences of Flow State in E-Commerce,” *Journal of Consumer Marketing* 36, no. 2 (February 2019): 266.

⑦ Gill Pomfret, “Mountaineering Adventure Tourists: a Conceptual Framework for Research,” *Tourism management* 27, no. 1 (February 2006): 115.

⑧ 姚延波、贾广美《社交媒体旅游分享对潜在旅游者冲动性旅游意愿的影响研究:基于临场感视角》,《南开管理评论》2021年第3期,第72页。

⑨ 曹花蕊、杨铠《旅游消费中游客流畅体验的结构与影响机制》,《消费经济》2013年第4期,第75页。

⑩ 余向洋等《旅游视域下的认同研究——基于文献综述的视角》,《人文地理》2015年第2期,第16页。

客在目的地所感知到的景观质量、地域文化、历史记忆<sup>①</sup>等因素都能够激发游客生成各种形式的认同,包括国家认同、文化认同、地方认同、自我认同等。同时,游客认同会带来积极效应:一方面,能够唤醒游客自身的积极情绪,如愉悦感、幸福感、自豪感等;另一方面,会正向影响游客的旅游体验,驱动游客的重游倾向<sup>②</sup>,有助于旅游目的地可持续发展。

综上所述,不同研究情境下沉浸体验的维度及影响因素各不相同,且目前旅游领域内沉浸体验的研究对象多以户外探险、休闲运动为主,而观赏旅游演艺项目的展演类属于文化旅游体验,相对于休闲运动更具有历史文化性及艺术性的特征,其游客沉浸体验的形成机制尚未得到充分研究,有待结合市场表现好的旅游演艺项目开展游客沉浸体验的影响因素及其形成机制的理论与实证研究。

## 二 研究设计

### (一)案例选取与概况

2021年底,位于河南省郑州市的《只有河南·戏剧幻城》凭借引领式的艺术价值获评全国首批 SIT 超级沉浸旅游项目。本研究选取《只有河南·戏剧幻城》为案例地,主要是基于以下两个方面的考量。一是《只有河南·戏剧幻城》立足中原文化底蕴,借助“声光电”等数字化技术,利用21个剧场近700分钟的剧目表演,让观众以行进式的观剧方式深度融入项目场景,有利于形成沉浸体验,故该项目在开展旅游演艺游客沉浸体验研究方面具有良好的代表性。二是该项目的创作导演王潮歌女士作为中国文旅演艺界的先行者和实践者,其主导创作的旅游演艺项目在业内享有很高的知名度和美誉度,《只有》<sup>③</sup>系列在国内其他旅游目的地亦有在演项目,项目创意开发与运营管理经验推广性较强。

### (二)研究方法

扎根理论是由美国学者 Glaser 等提出的一种自下往上建立实质理论的质性研究方法,常被用于探索和归纳某一现象的影响因素。该方法是直接从实际观察出发,对质性数据进行开放式编码、主轴编码和选择性编码,通过对原始资料的概括与归纳,研究不同概念之间的逻辑关系,寻找反映事物本质的核心概念,进而根据核心概念以及不同概念之间的逻辑关系来构建相应的系统理论,最终通过饱和度检验来认证所构建的理论模型。鉴于旅游演艺沉浸体验目前国内外尚没有成熟的测量量表和理论模型,因此,本文采用扎根理论方法对旅游演艺项目游客沉浸体验的影响因素与形成机制进行探索性研究。

### (三)数据收集及处理

本研究利用 Python 软件从携程旅行网和美团网抓取关于《只有河南·戏剧幻城》的游客在线点评作为分析资料,主要是基于这两大网站关于《只有河南·戏剧幻城》的在线点评数量达到了一定规模,能获得比较充足的原始数据,为后续分析提供了重要保障。具体步骤如下:(1)按照时间顺序,抓取2021年6月6日至2022年8月31日的全部评论数据,共计4271条;(2)鉴别评论的亲历性,剔除具有广告宣传倾向的评论;(3)剔除有重复或抄袭痕迹的评论;(4)剔除与游客沉浸体验无关的评论。经过反复阅读与慎重筛选,最终得到887条有效评论<sup>④</sup>。从筛选后的评论数据中随机选取80%的数据,借助 Nvivo 11plus 软件的编码功能,遵循扎根理论研究方法展开研究,对数据依次进行开放式编码、主轴式编码、选择式编码,进而根据概念之间的逻辑关系构建沉浸体验的形成机制理论模型,剩余20%的数据用于理论饱和度检验。

为了提高研究的客观性与完备性,在开放式编码阶段,研究团队成员先独立对原始资料进行分析,接着再进行会议讨论,得到初始概念和范畴。在主轴式编码阶段,不断进行初始范畴和主范畴的比较,当存在争议时会再回到资料中继续完善。在选择式编码阶段,找出尽可能完整且重要的核心范畴及其与其他主范畴之间的联系,进而生成理论模型,并确保所有分析结论在研究团队内部形成一致意见。与此同时,在央视网、人民网、新华网等官方网络平台收集《只有河南·戏剧幻城》的相关评论报道以及哔哩哔哩网站中该项目的

①赵志峰、孙国东、李志伟《红色旅游社会效应研究——基于认同视角的探讨》,《四川师范大学学报(社会科学版)》2016年第1期,第64页。

②丁风芹等《中国传统古村镇游客重游意愿的影响因素及作用机理研究——以周庄为例》,《人文地理》2015年第6期,第151页。

③《只有》系列是王潮歌导演继《印象》系列(《印象刘三姐》等)、《又见》系列(《又见敦煌》等)之后又一崭新旅游演艺系列作品。目前国内在演的《只有》系列作品还有四川乐山的《只有峨眉山》以及江苏盐城的《只有爱·戏剧幻城》。

④来自携程和美团的有效评论分别为428条和459条,分别以“*Ai*”和“*Bi*”的形式进行标识,其中“*i*”代表该评论在有效评论中的排序。



导演与多位嘉宾的访谈视频资料,用于三角验证。

### 三 扎根理论分析

#### (一)开放式编码

开放式编码是将原始资料逐步概念化和范畴化的过程<sup>①</sup>。编码的程序为贴标签—概念化—范畴化三个步骤。为了确保编码结果的可靠性与有效性,一方面,编码过程中尽量使用资料的原始内容作为标签,并以此为基础发掘初始概念;另一方面,编码过程反复多次进行,不断与前次编码结果进行比较,从而形成一致的意见与结果。本文最终在剔除出现频次小于5以及合并意义重复的概念后,根据研究主题和概念之间的语义逻辑联系,提炼出21个初始范畴。部分开放式编码结果示例如下(见表1)。

表1 开放式编码示例

| 原始资料 <sup>②</sup>                      | 概念化     | 初始范畴 |
|--|---------|------|
| A27 停车场很大,而且都是免费的,即使玩得再久也不用担心。         | 停车场免费   | 接待设施 |
| A147 工作人员很热情,有不懂的都热心回答。                | 态度热情    | 工作人员 |
| B47 剧场有些混乱,插队的、乱站挡着别人的,极其影响观剧。         | 剧场秩序乱   | 剧场管理 |
| B2 进门就是绿油油的麦田,还有园区内黄色的建筑设计,凸显了河南的地域特色。 | 特色景观营造  | 场景布置 |
| A311 整个剧场设计为李家村村落样式以及周遭荒原环境。           | 临场感     | 舞台设计 |
| A4 我坐在第一排,演员代入感太强了!                    | 观剧位置    | 观看视角 |
| A2 遇到熊孩子的熊家长给孩子一直大声放手机上的动画片,彻底破坏气氛。    | 观众不文明行为 | 群体氛围 |
| A76 没台词的时候也继续着表演而不是呆呆坐着,观众看着完全不会出戏。    | 敬业投入    | 表演人员 |
| A2 被“老师”选中,被扔粉笔,被要求念诗,真的好爽。            | 互动性     | 表演形式 |
| B9 真真做到河南文化输出,一个字,绝!                   | 文化活化    | 文化底蕴 |

#### (二)主轴式编码

主轴式编码旨在对开放式编码所得初始范畴进一步归纳和重排,采用类聚分析在不同初始范畴之间建立联系,并发展主范畴,使研究结果更加具有指向性和理论性。通过进一步分析21个初始范畴之间的相互关系和逻辑顺序,结合已有相关研究成果,本研究归纳出演艺服务、演艺空间、演艺表演、演艺内容等10个主范畴,各主范畴及其对应的初始范畴如表2所示。

#### (三)选择式编码

选择式编码是理论构建的过程,主要任务是提炼核心范畴并利用“故事线”来分析核心范畴与其他范畴的逻辑关系。通过对本研究的主范畴及原始资料反复对比与思考,发现主轴式编码得到的所有主范畴均代表不同的特征,缺少任何一项都无法概括原始资料的所有内容。最终本研究将“旅游演艺游客沉浸体验的影响因素与形成机制”作为核心范畴。围绕核心范畴,故事线可概括为:旅游演艺特质和游客认同是影响旅游演艺游客沉浸体验的主要因素。其中,旅游演艺特质是情境客观因素,涵盖演艺服务、演艺空间、演艺表演、演艺内容四个主范畴。作为体验对象,它是游客沉浸体验生成的基础前提。游客认同是个体主观因素,涵盖景观认同、身份认同、文化认同三个主范畴,旅游演艺特质除了直接作用于沉浸体验之外,还会刺激游客认同,游客认同进一步促进沉浸体验生成。

#### (四)理论饱和度和信效度检验

理论饱和度检验是决定是否停止样本采集的一个标准,用于验证模型合理性,当资料无法产生新范畴的时候,说明模型处于饱和状态。本研究运用保留的20%评论文本数据进行理论饱和度检验。检验结果表明本文的数据资料并未重复出现新的范畴与关系,说明本研究采集的样本符合要求,所构建的理论模型已达到饱和状态。

①陈向明《质的研究方法与社会科学研究》,教育科学出版社2000年版,第330页。

②表格里列示的网页评论摘自网页上网友的真实评论语句,本文未做文字修改。

筛选后的游客在线评论信息可被视为具有独立意义的文本内容,是游客真实体验的表达,具有良好的内在信度<sup>①</sup>。同时,本研究资料收集对象覆盖广泛,不仅涉及游客本人的游后评论,还采用权威媒体的官方报道以及导演与多位嘉宾的访谈资料进行三角互证,各个渠道的信息相互补充和检验,有效提高了研究效度。

表2 主轴式编码结果

| 类别     | 主范畴  | 初始范畴               | 范畴内涵                     |
|--------|------|--------------------|--------------------------|
| 旅游演艺特质 | 演艺服务 | 接待设施               | 景区的接待设施满足游客的基本需求         |
|        |      | 工作人员               | 景区的工作人员服务热情周到            |
|        |      | 剧场管理               | 剧场的管理井然有序                |
|        | 演艺空间 | 场景布置               | 场景布置蕴含地域元素,既有情怀又有惊喜      |
|        |      | 舞台设计               | 舞美灯光音效的运用                |
|        |      | 观看视角               | 观众可以清晰地看到舞台表演            |
|        |      | 群体氛围               | 在场其他观众的行为会影响观众的状态        |
|        | 演艺表演 | 表演人员               | 表演人员敬业投入且演技很棒            |
|        |      | 表演形式               | 以互动的形式让观众参与进来            |
|        |      | 趣味艺术               | 表演既有趣味能够让观众感兴趣,又有艺术鉴赏的美感 |
|        | 演艺内容 | 文化底蕴               | 演艺的内容深入挖掘地域特色历史文化        |
|        |      | 剧情编排               | 各个剧场剧情紧密关联,又各有特色         |
|        |      | 主题性                | 演艺的内容始终围绕景区特定的主题         |
| 思想内涵   |      | 演艺的内容会引起观众对现实生活的深思 |                          |
| 游客认同   | 景观认同 | 景观优美               | 游客认同景区的景观很美、拍照好看         |
|        | 身份认同 | 身份确认               | 游客认同自身的社会身份              |
|        | 文化认同 | 地域文化               | 游客对地域的物质文化、精神文化产生认同      |
| 沉浸体验   | 感官沉浸 | 视听震撼               | 游客在多维感官上受到震撼             |
|        | 情感沉浸 | 情感共鸣               | 表演让游客产生共鸣并流露真情           |
|        |      | 骄傲自豪               | 景区内文化符号的象征让游客感到骄傲自豪      |
|        | 思维沉浸 | 反思自省               | 游客深层次地对自我及人生等产生进一步认识     |

#### 四 研究结果分析

##### (一)影响因素

##### 1. 旅游演艺特质

旅游演艺特质(演艺服务、演艺空间、演艺表演和演艺内容)是游客生成沉浸体验的基础前提。其中,演艺服务为旅游演艺项目的开展提供了基本保障,让游客可以全身心投入剧目观赏中,具体服务包括接待设施、工作人员和剧场管理三个维度。演艺空间营造了旅游环境中不同惯常的特殊氛围,使得观众与场景融为一体,产生身临其境的感觉<sup>②</sup>,具体包括场景布置、舞台设计、观看视角和群体氛围四个维度,它是游客形成感官沉浸的关键因素。演艺表演是游客在旅游演艺类目的地的主要欣赏对象<sup>③</sup>,具体包括表演人员、表演形式和趣味艺术三个维度。表演人员用精湛的演技,借助互动等形式,将观众带入情境。演艺表演是游客形成情感沉浸的关键因素。演艺内容是旅游演艺产品的灵魂,具体包括历史文化、剧情编排、主题性和思想内涵

<sup>①</sup>Zheng Xiang et al., "A Comparative Analysis of Major Online Review Platforms: Implications for Social Media Analytics in Hospitality and Tourism," *Tourism Management* 58, (February 2017): 55.

<sup>②</sup>吴帆、马晨骋《沉浸体验式戏剧的场景传播模式研究》,《现代传播》2021年第6期,第107页。

<sup>③</sup>Charles C. Lim, Lawrence J. Bendle, "Arts Tourism in Seoul: Tourist-Orientated Performing Arts as a Sustainable Niche Market," *Journal of Sustainable Tourism* 20, no.5 (June 2012): 676.

四个维度。有吸引力的内容才能让游客前往观赏,有内涵的故事才可以让游客引发深思。演艺内容是游客形成思维沉浸的关键因素。

## 2. 游客认同

旅游演艺项目的展演过程获得游客认同(景观认同、身份认同和文化认同)会促进游客生成沉浸体验。游客在猎奇新景观、凝视异文化时,会通过感知和理解所遇见的人、事、物等,生成各种形式的认同。其中,景观认同普遍被定义为“主体察觉到景观的独特性”。从审美的角度来看,游客在接收到景观的独特美学信息时,会快速调动多维感官进行感知并形成浅层次的感官沉浸<sup>①</sup>。从符号表征的角度来看,游客在解读具有地域文化特色的景观符号意义时,会唤醒历史文化记忆进而生成情感沉浸和思维沉浸。身份认同是指个人在集体中对自我身份的确定。旅游演艺通过塑造特定的文化景观和环境氛围,会强化游客对自我文化身份的确认<sup>②</sup>,进一步产生民族自豪感和文化自信心。文化认同指的是游客对目的地所展示的文化价值的理解和认可。旅游演艺通过叙事化的表演形式来拉近游客与历史事件、民族文化的距离和联系<sup>③</sup>,并在由文化符号系统组成的特定场域里,引导游客主动探索中华民族历史和优秀传统文化,进而激发游客对中华文化价值观的深度思考。

### (二) 形成机制分析

旅游演艺特质和游客认同是影响游客沉浸体验的主要因素,具体可归纳为旅游演艺特质对游客沉浸体验的基础支撑作用以及游客认同对游客沉浸体验的中介促进作用。

#### 1. 旅游演艺特质对游客沉浸体验的基础支撑作用

旅游演艺是旅游目的地在特定的空间中为游客提供的文化观赏、参与和体验的展演活动<sup>④</sup>,其自身特质决定了旅游吸引力,也是游客产生沉浸体验的重要前提。具体来说,其一,面面俱到的服务让游客在陌生的环境下放松自我,专注体验内容。例如,“全程都有景区引导人员帮忙指路,态度特别好”(A17)。其二,精美的空间设计让游客在感官上产生刺激,印象深刻。例如,“回家的路上脑海里回忆的还是当天的剧情和场景”(A205)。其三,专业的表演将游客带入情境与演员共情。例如,“果然是沉浸式的体验,演员就在我面前,没麦没音响,声情并茂”(A80)。其四,幻城深入挖掘河南的历史文化,在叙述故事的过程中延伸故事的思想内涵,让游客在有所闻后有所想。例如,“在里面我看到了1942年的河南,体会到当时年代的艰苦与不容易,更加珍惜今天的生活”(A201)。

#### 2. 游客认同对游客沉浸体验的中介促进作用

在旅游体验的研究中,学者多倾向于从“主体性”出发构建理论,而游客认同恰恰是表征“主体性”的一个基本维度<sup>⑤</sup>,二者具有紧密的关联性。在本研究中,旅游演艺特质会刺激游客认同,而游客认同会进一步促进游客沉浸体验的形成。具体来说,其一,幻城借助独特的地域元素进行景观布置,打开游客的审美阈限并使其产生认同。例如,“建筑真的有着独特的美感,天气晴好,随手一拍就是大片”(A126)。游客的景观认同会进一步促进沉浸体验的生成。例如,“给我的感受是建筑外观仿佛看到3600年前的商代故城,三百多米的夯土墙,用古老高明的筑墙工艺,很是震撼”(A52)。其二,幻城里的建筑细节(如“地名墙”)、故事情节(如“饥荒”)等所承载的族群记忆,能够使游客切实感受到集体归属感,刺激其产生身份认同。例如,“走进园区大门感到特别的震撼,映入眼帘的麦田,让我想到了自己的家乡商丘”(A51)。游客的身份认同会进一步促进沉浸体验的生成。例如,“看了火车站剧场和李家村剧场,感受到了身为河南人的骄傲,感动得哭得稀里哗啦”(A117)。其三,幻城的故事从夏商贯穿至今,引导游客在尽是河南意象的空间里探索河南这片土地的文化精神,创造并巩固文化认同。例如,“看到这片麦田,就知道为什么河南人爱吃面,这是刻在骨子里的基因”(A106)。游客的文化认同会进一步促进沉浸体验的生成。例如,“准确地说是一个艺术文化的欣赏地,会让

① 吴恒、何文俊《因何而美:旅游审美体验的溯源与机制》,《旅游学刊》2022年第1期,第100页。

② 傅才武《论文化和旅游融合的内在逻辑》,《武汉大学学报(哲学社会科学版)》2020年第2期,第97页。

③ 徐翠蓉、赵玉宗《文旅融合:建构旅游者国家认同的新路径》,《旅游学刊》2020年第11期,第12页。

④ 光映炯《认识“旅游展演”:基于“行为—文化—场域”的阐释路径》,《广西民族研究》2017年第5期,第117页。

⑤ 陈才、卢昌崇《认同:旅游体验研究的新视角》,《旅游学刊》2011年第3期,第37页。



我有一些精神上的不同感触”(A16)。

### (三)沉浸体验

借鉴已有沉浸体验的研究成果,考虑到旅游演艺传播文化的独特性<sup>①</sup>,本文在对原始资料编码分析的基础上,将旅游演艺游客沉浸体验解构为感官沉浸、情感沉浸和思维沉浸3个维度。具体而言,感官在旅游体验过程中起着至关重要的触发作用,它是旅游体验过程中的第一物质通道<sup>②</sup>,强烈的感官体验会进入长期记忆系统,促使游客形成难忘的回忆。在旅游演艺项目展演情境中,当游客浸入旅游演艺项目的剧情脉络时,会产生身临其境的感觉,并对演艺描述的故事场景产生近乎真实的心理表象,随着剧情脉络的发展体验到强烈的情感反应。当表演结束后,游客通过认同表演艺术中的情感与价值,获得深刻的触动与感染,并对现实生活中的自我进行思考反省,从而收获更深层次的思维沉浸体验。

## 五 研究结论与启示

### (一)主要结论

本文遵循扎根理论的研究范式,探索性地分析构建了旅游演艺游客沉浸体验形成机制概念的理论模型,主要结论如下。

第一,旅游演艺游客沉浸体验包括感官沉浸、情感沉浸和思维沉浸三个维度。旅游演艺借助景观设计以及数字技术的应用,形成感官刺激;并利用互动式的表演模糊表演区和观赏区之间的界线,拉近心理距离,让游客浸入旅游演艺中的故事和人物角色,产生高度共鸣和深度共情;随着演艺表演的推进,游客会对故事内容进行自我理解和分析,由此引发基于故事内涵的思维沉浸体验。过往学界和业界对沉浸体验的理解大多是基于感官刺激和情感投入,相对忽视了游客对旅游演艺产品文化内涵的理解和对自我的反思。本文基于评论资料和三级编码将其凝练为“思维沉浸”,这一维度的提出进一步揭示了游客沉浸体验的内涵,为开展游客沉浸体验研究提供了新视角和新思路。

第二,旅游演艺特质(演艺服务、演艺空间、演艺表演和演艺内容)和游客认同(景观认同、身份认同和文化认同)是影响游客沉浸体验的主要因素。其中,旅游演艺特质是情境客观因素,游客认同是个人主观因素。已有研究表明,体验景观是影响游客沉浸体验的重要因素,包括物理环境、体验产品、服务人员和其他游客等,这与本文得出的“旅游演艺特质”维度的主要内涵相似。除此之外,本文还认为游客认同会影响沉浸体验的生成,这主要是因为认同能够唤醒积极情绪让游客更容易沉浸其中。对于游客认同的分析,充实了现有文献对文化旅游类产品中游客沉浸体验的形成机理研究。

第三,旅游演艺特质是游客沉浸体验的基础前提,游客认同是游客沉浸体验的重要驱动力。旅游演艺以主题叙事为方式,以沉浸式视听为效果,提供给游客直接的感官体验、间接的情感体验和内省的思维体验。此外,在不同于日常环境的场域下,旅游演艺以其独特的文化符号、丰富的文化内涵、多样的文化形式、深刻的人文情怀,让游客对目的地以及自我身份产生感知和认同,进而从浅层次的视听感受升华为深层次的心灵触动和反思自省,推动其形成难忘的沉浸体验。

### (二)实践启示

基于上述研究结论,本文对目的地旅游演艺项目的开发与管理提出以下四点建议。

第一,精心布设场景空间,营造沉浸氛围。重视剧场看台的设计,合理安排场地梯度和座位布局,尽可能优化游客的观看视角,并对不同观看效果的席位设定合理的差价。同时,加强游客管理,及时制止不文明行为,避免影响同场其他游客的体验。

第二,创新表演形式,促进游客参与。体验经济时代,游客追求“共创性体验”,其核心就是游客参与。旅游演艺还需利用全新科技与创意进行深度融合,培育出更多的新业态和新模式。

第三,凝练特色文化,激发游客认同。文化旅游是以文化过程或文化性作为旅游吸引物,旅游演艺应深

<sup>①</sup>张朝枝、朱敏敏《文化和旅游融合:多层次关系内涵、挑战与践行路径》,《旅游学刊》2020年第3期,第63页。

<sup>②</sup>Dora Agapito, Patricia Valle, Júlio Mendes, "The Sensory Dimension of Tourist Experiences: Capturing Meaningful Sensory-Informed Themes in Southwest Portugal," *Tourism Management* 42, (June 2014): 225.

入挖掘地域特色文化元素并适当融入创新元素,在传承和发展传统文化的基础上满足现代游客求新求异的需求,进而刺激游客认同带来高质量的体验。

第四,提高服务质量,优化现场管理。如,增加景区内的智能化设施以提高旅游便利性;定期进行员工培训,提升与游客互动的技能;推行门票预约制度,通过移动设备在线显示游客的密集分布情况以实施分流来避免拥堵,进而提高游客舒适度。

### (三)不足与展望

本研究尚存在以下不足之处,未来需进一步完善与补充。第一,本研究是对单一案例进行探索性研究,尚未采用多案例进行验证与补充,考虑到研究结论的普适性,未来可拓展到多案例研究,进一步深化理论贡献。第二,基于网络文本的扎根研究虽然有助于发现新的理论,但在信效度等方面仍需完善,后续将对各个范畴进一步概念化和操作化,可考虑利用现场问卷调查等方法,经由实证数据检验以便进一步探索旅游演艺游客沉浸体验的影响因素及形成机制。

## Factors and Mechanisms of Immersive Experience in Tourism Performing Arts: A Grounded Analysis of *Unique Henan: Land of Dramas*

Li Wanlian, Chen Xiaoqian, Wang Liangju

College of Business Administration, Anhui University of Finance & Economics, Bengbu, Anhui 233000, China

**Abstract:** Tourism performing arts are an essential carrier of the integrated development of culture and tourism. Immersive experience is an important factor in evaluating the quality of tourism performing arts development. Using the case of *Unique Henan: Land of Dramas*, this study conducts a ground analysis of tourists' immersive experience. The results show that the characteristics of tourism performing arts and tourists' identification are the main factors affecting the formation of immersive experience. Tourists' immersive experience comprises three dimensions: sensory immersion, emotional immersion, and cognitive immersion. The characteristics of tourism performing arts serve as the foundation for tourists' identification and immersive experience. Tourists' identification plays a mediating role between the characteristics of tourism performing arts and tourists' immersive experience, promoting the formation of immersive experience.

**Key words:** tourism performing arts; immersive experience; tourists' identification; grounded theory

[责任编辑:钟秋波]