

引用格式:王浩,李立华,雷若然.川藏线自行车骑乘者感知获益概念模型研究——基于 AQAL 理论视角[J].山地学报,2021,39(3):378-388.

WANG Hao, LI Lihua, LEI Ruoran. Perceived benefits of cycling to the Sichuan-Tibet line, China: a conceptual model based on AQAL theory [J]. Mountain Research, 2021, 39(3):378-388.

川藏线自行车骑乘者感知获益概念模型研究 ——基于 AQAL 理论视角

王浩^{1,2},李立华^{1*},雷若然^{1,2}

(1. 中国科学院、水利部成都山地灾害与环境研究所 山区发展研究中心,成都 610041;2. 中国科学院大学,北京 100049)

摘要:川藏线自行车骑乘是一项艰辛耗时的旅行活动,近年来却始终为广大骑乘者所热衷,骑乘者的动机、体验在既有研究中多有探讨,但骑乘者深层次的获益感知仍缺乏系统剖析。为探析骑乘者的感知获益特征与规律,文中基于 AQAL 模型四象限框架,利用爬虫程序采集 47 篇 318 川藏线自行车骑乘网络游记,结合扎根理论和文本分析方法对骑乘者感知获益展开概念模型构建、感知元素提炼与维度关系评价。结果发现:(1)骑乘者感知获益概念模型包含身体获益、心理获益、文化获益和社会获益 4 个维度及 13 个子范畴;(2)骑乘者感知获益元素共聚类为 4 类,“坚持”“骑友”“信仰”“身体”是骑乘者感知印象最为深刻的 4 大元素,元素与维度呈现一体两面关系;(3)感知获益以个人化、内生性、四元共生性为典型特征,且无论是内在/外在视角还是个体/群体视角下,心理感知获益均较突出,“感受”与 4 大元素两两共线后构成稳定的“钻石”状语义网络结构。研究初步界定了骑乘者感知获益概念,提取出身体获益和文化获益两个新的非物质感知维度,可对旅游感知研究提供思路启示和可能创见。

关键词:感知获益;概念模型;整合理论;骑乘者;川藏线

中图分类号: F590

文献标志码: A

近年来,318 国道川藏线以其绝美壮丽的自然景观和多元神秘的民族文化,吸引了众多自行车骑乘者前往^[1]。同时,川藏线也是一条著名的高风险旅游线路,骑乘者自成都出发,骑行耗时约 26~30 d,常历经逆风、暴雨、冰雹等恶劣天气及滑坡、泥石流、崩塌等地质灾害,加之高寒缺氧、交通事故频发等多种威胁,沿途中等危险以上里程达到总里程的 71.7%^[2]。漫长艰辛的旅程给予自行车骑乘者极大的身心折磨和精神享受^[3]。有研究表明,川藏线骑乘等远距离骑乘活动不仅可带来视觉享受与感官愉悦,还可扩展视野阅历、培养环保意识^[4]、增加人

际互动^[5],并且与朝圣、背包客等其他道路旅行类似,其能够充分激发骑乘者对道路、身体、情感及环境等方面的强烈共鸣与深度感知^[6],有助于其获得主观幸福感^[7]、自我认同与地方认同^[8]、“自我存在”意义^[9]等多重效益,甚至被骑乘者称之为人生的“过渡仪式”^[8]。因此,系统剖析骑乘者深层感知获益,并构建感知获益概念框架,对洞察远距离骑乘者的个体绩效以及探索旅游的深层价值具有重要意义。

旅游感知获益一般指旅游者对旅游非物质获益的认知评价^[10]。回顾已有文献,既有研究多将旅游者感知获益作为感知价值的前因或中介变量,引入

收稿日期(Received date):2021-01-11;改回日期(Accepted date):2021-05-17

基金项目(Foundation item):国家自然科学基金(41071091)。[National Natural Science Foundation of China (41071091)]

作者简介(Biography):王浩(1994-),男,湖北襄阳人,硕士研究生,主要研究方向:山地旅游与山区发展。[WANG Hao(1994-), male, born in Xiangyang, Hubei province, M. Sc. candidate, research on mountain tourism and mountain development] E-mail:Whaoucas@163.com

* 通讯作者(Corresponding author):李立华(1964-),男,湖北应城人,博士,教授,主要研究方向:山地旅游与山区发展。[LI Lihua(1964-), male, born in Yingcheng, Hubei province, Ph. D., professor, research on mountain tourism and mountain development] E-mail:Lilh@imde.ac.cn

结构方程模型对相关变量间的关系进行定量检验^[10-13],较少考虑感知获益(偏重精神、意义及文化等非物质层面的价值,与价格、属性及功能等物质实用价值相对)与感知价值(感知成本与感知获益相较后得出总体评价)乃至感知收益(常与感知风险对应,更多地发生在经济收益层面)等概念间混淆问题,也缺乏运用含有大量骑乘者真实感知信息的丰富网络游记^①,进行骑乘者感知获益质性分析的尝试;同时,除张安民归纳过旅游地居民的经济、社会文化和环境3种侧重物质层面的感知获益类型外^[14],鲜有研究对旅游者感知获益的概念、非物质获益维度等进行系统理论建构。而脱胎于整合心理学(Integral Psychology)的AQAL理论(AQAL为All Quadrants, All Levels的简称),运用“四象限”框架解释宇宙存在的思维方式严谨而深刻,也启发我们需重新考量作为意识重要功能的感知问题^[15],即旅游者感知可能存在其他非物质获益的事实。

鉴于此,本研究首先对AQAL理论进行简介,同时以47篇川藏线骑乘者网络游记为数据材料,运用扎根方法初步构建骑乘者感知获益概念模型;再采用文本分析方法识别出感知获益维度具体元素;最后尝试运用AQAL理论对骑乘者感知获益语义网络进行解读,厘清感知获益各维度间关系,以期进一步夯实感知获益研究的理论基础,为旅游者感知研究提供可能的创见。

1 AQAL理论概述

基于全观视域和整合之道解释和分析宇宙空间、人类社会存在是整合心理学关注的核心议题^[15]。在整合理论框架下,威尔伯借用“全子”(Holons)来表征既是整体也作为部分的宇宙任一存在^[16],又利用内在/外在和个体/群体两个维度构成的自我与意识、文化与价值观、社会系统与环境、大脑与机体“四象限,九层级”AQAL模型(图1)来解释“全子”。其中,“大脑与机体”是个体外在(它)的物理存在、运动、行为等,“自我与意识”则代表个体内在(我)的思维、心理、观念等^[15];“文化与价值

观”代表群体内在(我们)共同拥有的价值观、意义和道德准则等,也被称作“文化象限”;而所有的文化要素则扎根于“社会系统与环境”中,构成群体外在(它的)有形的、制度化的社会形式^[16]。此外,每个象限之内都有着不同的发展层次,象限内的各个层次之间符合“包含并超越”的原则:上层具有下层的所有内容,并且具有自己层面更深刻复杂的内容,且随着层级的升高,复杂度也逐渐增加^[15]。威尔伯还提出,每个“全子”是否“健康”主要看各个象限层级的适配情况,如果适配,就是健康的并且可以向更高的层次超越^[17]。此外,四大象限具有“四元共生性”,呈现相互决定、相互作用的关系,如社会制度往往会对人的文化价值观产生巨大影响,而文化价值观又会限制个体思想,这种个体思想又会在大脑身体系统中留下烙印^[18]。

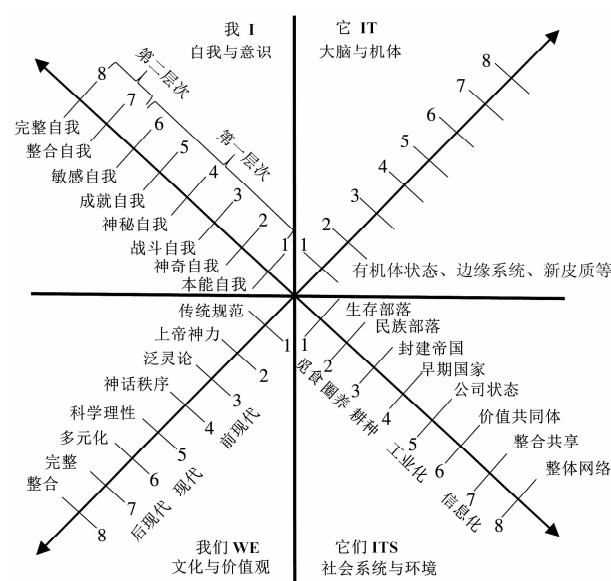


图1 AQAL理论四象限模型^[20]

Fig. 1 The four-quadrant theoretical model of AQAL^[20]

AQAL理论目前被广泛运用于医学、商业管理、生态学等多个学科并取得多项成果^[19]。同时,也被广泛运用于健康医疗和生活实践中,形成了整合式营养、整合式伦理、整合式养育、整合式关系、整合式沟通等多种健康实践方法。AQAL理论用最基本的整合模式揭示出经验碎片形成整体认知的机理,已

① 笔者以“川藏线+骑行”作为主题关键词,分别在百度贴吧(骑行西藏吧、川藏线骑行吧等)、骑行圈(www.qixingquan.com)、马蜂窝、磨房网(www.doyouhike.net)等骑行游记发布平台进行游记检索后发现,截至2020年9月27日,共检索到相关游记5654篇(其中,百度贴吧5132篇、骑行圈165篇、马蜂窝157篇、磨房网200篇)。此外,仅“骑行西藏吧”,关注人数已达199501人,累计发帖达432469条。

成为探索人类认知方式的重要方法论^[20]。值得一提的是,威尔伯在《生活就像练习》中重点提及露营、度假、远足等其他与自然交流的方法也是重要的整合式生活练习方法,认为深度放松、玩耍以及在大自然中度过的自由时光可带来观念改变、辅助决策、重新“充电”等诸多益处^[21]。由此,川藏线骑乘作为骑乘者与身体、心理、地方文化、沿线他者互动实践的方式,较符合整合式生活练习的实际旨意,可理解为 AQAL 理论所蕴含的整合思维的一种具体实践,因而运用 AQAL 理论解析骑乘者的感知获益将具备一定的解释力和有效性。

2 研究设计

2.1 数据来源

研究利用马蜂窝、骑行圈、骑行川藏吧等网络平台,以“318”“川藏线”“骑行”等主题词进行游记检索,再运用 PHP 语言编写网络爬虫程序,对主题相关游记的出发时间、地点、出行天数等游记信息进行爬取并进行人工筛选:一是剔除带有宣传性质的广告、旅游攻略、纯图片博文等无分析意义的游记,二是以“字数 2000 以上,发布时间为 2017—2019 年,浏览量在 1000 次且点赞数为 100 以上”为筛选标准进行游记质量控制。截至 2020 年 6 月 30 日,共获取高质量游记 47 篇,共计 255162 字,保存为 txt 格式文件。

2.2 研究方法

第一,扎根理论分析。对游记文本进行反复阅读、比较,依次进行开放式编码、轴向编码和选择性编码,最终形成编码结果,对旅游者感知获益维度进行归纳总结,初步构建旅游者感知获益概念模型;第

二,文本分析。分析借助 ROST CM6 软件,该软件集成中英文分词、词频统计、社会网络语义分析等多项功能,可对文本内容进行深度挖掘,已广泛用于目的地形象感知^[22]、游客感知^[23]、景区意象评价^[24]等多个旅游研究领域。文章主要运用其中文分词功能对高频关键词进行整理,并对游记文本进行语义网络分析,以方便厘清各维度间的关系特征。

3 感知获益维度的扎根分析及模型构建

3.1 开放式编码

根据扎根理论的操作原理,首先需对游记文本进行开放式编码,为确保编码科学性,笔者采取对游记文本逐句进行特征词提取的方式形成初始代码。开放式编码共历经三轮,首轮编码对 30 篇游记进行分析,共形成 562 个初级代码,鉴于特征词提取所挑选的代码存在较多相似,第二轮编码对首轮编码结果合并整理,共归纳出 481 个代码,最后一轮对剩下的 15 篇游记进行编码以检验现有编码饱和性,最终共得到有效编码 447 个。其中,两轮编码相同代码为 384 个,内部一致性为 86%,满足 Miles 提出的内部一致性需大于 80% 的编码要求^[25],最后就以上代码做进一步提炼,形成 13 个初始范畴,实际提取过程如表 1 所示。

3.2 轴向编码

轴向编码是对开放式编码后形成的初始范畴进一步聚类^[32]。按照轴向编码要求,研究者需就尚无联系的各独立范畴进行语义、类属等的划分,以提炼出更大的范畴类别。本研究对比网络文本资料,将 13 个初始范畴展开反复比较,最终归纳出 4 大主范畴,并列出初始编码次数,结果详见表 2。

表 1 开放式编码举例

Tab. 1 Examples of open coding

原始语句示例	代码	初始范畴
身体比以前强壮多了,回来后养成了每周骑行的习惯	身体、强壮	身体素质
骑行带给我的改变是由内而外透出的自信,这种自信是毋庸置疑的	改变、自信	自我效能感
回头的代价不小,回头就是一无所获,前进才是希望	回头、前进	价值观教育
视野更开阔了吧,心胸更广大了,更会包容他人	视野、包容	视野阅历
那些信众“磕长头”的场景真的令人心生敬佩	磕长头、敬佩	文化敬畏
整个人心态发生了很大变化,以前感受不到这么多生活的乐趣	心态、乐趣	愉悦感

表 2 轴心式编码形成的主范畴及其关系

Tab. 2 Main categories and relations formed by the axial coding

主范畴	初始范畴	编码次数	范畴含义
身体感知获益	身体素质	24	骑乘者身体机能的增强,如:睡眠质量、心肺功能、肌体耐力等方面的提升以及疾病罹患次数的减少等
	身体意识	19	骑乘者身体意识提升,表现为更加了解身体感受、悦纳身体以及规律作息、锻炼增多等有益健康的活动增多
心理感知获益	自我认同	51	骑乘者自我认同、自我肯定等自我价值感知显著增强
	愉悦感	42	骑乘者情绪水平提升,可感受到更多愉悦
	成就感	37	骑乘者因自己的旅游经历而感到愉快和成功
	自我效能感	31	骑乘者对自己各方面能力充满信心
	意志独立性	23	骑乘者意志不易受他人的影响,坚定自己的想法和行为
文化感知获益	文化认同	18	骑乘者领略到川藏线沿线文化底蕴,产生对西藏少数民族文化的依恋、肯定等情感
	文化敬畏	23	骑乘者感受到藏传佛教文化等少数民族文化的神秘与神圣对心灵的洗涤,产生对其文化的敬畏感
	价值观教育	15	骑乘者接受到同伴坚持不懈、勇往直前等正向价值观的洗礼,获得的一种积极文化教育效益
社会感知获益	视野阅历	26	骑乘者在个人知识、视野阅历等方面的提升
	人际关系	29	骑乘者学会与家人、亲人、朋友或陌生人融洽相处
	社会责任感	24	骑乘者产生遵从社会规范、积极履行环保义务等社会责任
合计		362	

3.3 选择性编码

选择性编码是扎根理论分析中获得核心范畴的关键性步骤,该过程主要将轴向编码所得主范畴进行逻辑脉络的梳理,从而确定最高层次的核心范畴。依此原则,本研究在该阶段初步梳理得到核心范畴为川藏线骑乘者感知获益。由此可构建以川藏线骑乘者感知获益为核心范畴,身体感知获益、心理感知获益、文化感知获益以及社会感知获益为主范畴的骑乘者感知获益模型(图 2)。骑乘者感知获益模型为四象限结构,“骑乘者”作为感知主体位于四象限核心位置,两种视角(内在/外在与个体/群体)将骑乘者感知获益划分为四个象限,构成模型主框架。由此,川藏线自行车骑乘者感知获益即可被认为是骑乘者对旅游活动所产生的身体、心理、文化及社会 4 方面个体非物质效益的感知和评价。

具体而言,身体感知获益指骑乘者获得的身体机能方面的效益,以及身体感受能力、健康观念等方面的精进与完善。身体感知在旅游者感知中最为直

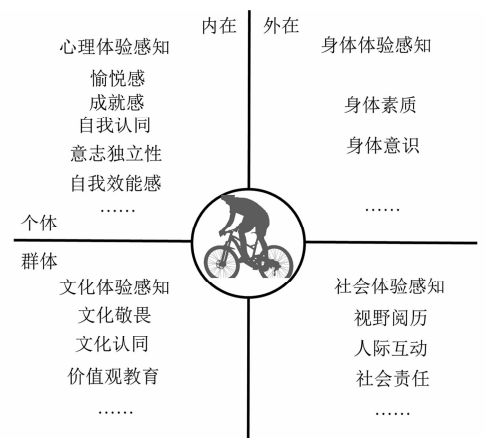


图 2 骑乘者感知获益概念模型

Fig. 2 Conceptual model of cyclists' perceived benefits

观和明显,在沿途恶劣的骑行条件下,骑行者需同时调动多个感官,踩踏、握把、锁向、呼吸调整等多个动作同时进行,这使得旅游者习惯关注身体体验,并由关注自己的感官舒适、动作节奏、运动频率,逐渐上升至对身体意识及生命健康等更加宏观层面的感知。

心理感知获益,指骑乘者在自我与意识方面的成长与发展,包括愉悦感、成就感、自我效能感、意志独立性 5 个子范畴。骑乘者在旅游之后,身体痛苦记忆往往快速磨灭,而骑行过程中的人车合一、时间与疲惫感消失等酣畅淋漓的愉悦体验却历久弥新。骑乘者大多认为骑乘体验是自我沉淀的重要方法,其在时空转换中获得心理疗愈,更有甚者将骑乘川藏线视为人生的“分水岭”和“过渡仪式”,认为通过苦难历练与自我反省,可寻找到自我认同和自我价值,自我认同感和成就感等方面明显提升。

文化感知获益,指骑乘者获得的文化与价值观方面的精神增益,如文化认同、文化敬畏、价值观教育等。在骑乘活动中,骑乘者受到藏区少数民族厚重神秘的佛教文化和朝圣行为感染而产生文化认同和文化敬畏,同时团队结伴骑行过程中队友间互帮互助,彼此也可获得价值观关照与团队精神教育。

社会感知获益,指骑乘者通过与旅游社会系统与环境的接触,获得视野、人际关系、亲社会行为理念等方面的促进和提升,包括视野阅历、人际关系、社会责任感等子范畴,这是由于骑乘者多习惯结伴而行,在艰苦的骑乘环境下互帮互助,可感受到团队的归属感与友谊的可贵,且在沿途陌生人的鼓励和认同中,可强化其对于社会的情感依恋与对家人和朋友乃至社会的心理依附。

值得注意的是,受环境复杂性及自身感知能力等因素影响,人的感知往往并不纯粹,即 4 类感知获益范畴间并没有明显界限,而是具备共生性特征,一种感知的出现往往伴随其他感知的产生。这可从旅游者游记表述中窥知一二,如有游记提到“骑车爬山已经成为每天的必修课,每次登顶前都会经历体力的透支,但最让我记忆深刻的就是最后几公里的畅快体验,那是一种完全感觉不到累的状态,浑身轻松,心里说不出的满足,一直延续到登顶,感觉山好像就是我,山在一点点长高,这时总是忍不住拍很多照片,好想和朋友们分享我的快乐,真的太享受、太幸福了。”^②

4 骑乘者感知获益维度元素提炼

认知理论认为,人们在感知事物时会不自觉地

寻找一个或几个关注点,而忽略没有吸引力的其他元素^[26]。因此,骑乘者着墨较多的内容往往代表着其感知获益的关键元素。运用 ROST CM6 整理出频次排名前 100 的游记高频词,剔除“他的”“怎么”等无关无意义的词汇,合并“自信”“信心”等相近词,此外,“川藏线”“川藏”等目的地背景词频次虽高,但无法笼统归属到各获益主范畴中,故也做删除处理,最终归纳出骑乘者感知获益高频词共计 82 个,对其进一步聚类可得到骑乘者感知获益高频词聚类(表 3)。

从表 3 可见,骑乘者感知获益高频关键词共可聚类为 5 类,分别为感知行为、身体感知、心理感知、文化感知与社会感知。其中,感知行为与上述模型中的核心范畴川藏线骑乘者感知获益相对应,主要以“感受”“享受”等感知活动与“规则”“生命”“未来”“无限”等感知对象为代表,这些高度抽象词凸显出骑乘者感知内容具有主题多元、层次深刻的特征,但感知行为并不作为单独的一类感知存在,仅表示感知活动发生的状态,故骑乘者感知获益元素共可聚类为 4 类,各词汇的词频反映出骑乘者对感知获益要素的深刻度。整体来看,“坚持”“骑友”“信仰”“身体”等词词频较高,均为 200 次左右;4 大感知主范畴所涵盖的总词频及词量呈现心理感知(2574,41.54%)>社会感知(1415,22.83%)>文化感知(870,14.04%)>身体感知(612,9.88%)”特征;从个体/群体视角而言,骑乘者的个体感知获益(包括“心理感知”“身体感知”,二者总词频和百分比为 3189 和 51.41%)的深刻度远高于群体感知获益(包括“文化感知”“社会感知”,二者总词频和百分比为 2285 和 36.87%);从内在/外在视角看,则呈现内在感知获益(包括“心理感知”“文化感知”,二者总词频和百分比 3444 和 55.58%)高于外在感知获益(包括“身体感知”“社会感知”,二者总词频和百分比为 2027 和 32.71%)的特点。

从感知获益的具体元素来看,心理感知获益方面,以“坚持”一词词频最为突出,高达 281 次之多,其与“开心”“自我认识”“不怕挑战”等高频词共同勾勒出旅游者的积极心理面貌,这与川藏线恶劣的自然环境与艰苦的骑行条件不无关系,大多数骑乘者在克服重重骑乘障碍归来后,获得心灵成长与蜕

② 资料来源:“放肆青春,勇敢逐梦——318 川藏线之行”游记, <http://360.mafengwo.cn/travels/info.hp?id=2019207>, 2019-09-27.

表 3 骑乘者感知获益高频词聚类表

Tab.3 High – frequency clustering of cyclists’ perceived benefits

感知类别	高频词类别		高频词(频次/次)
	频次/次	占比/%	
身体感知	612	9.88	身体(285);锻炼(164);灵活(54);保重(33);戒烟(29);结实(28);睡得香(19)。 坚持(281);成就感(121);自信(121);开心(96);自我认识(95);期待(94);我可以(94); 心胸开阔(91);不怕挑战(90);包容(90);看淡(89);磨炼(87);干劲儿(86);自在(85); 认同(85);不惧(82);独立(80);成长(69);设立目标(66);相信(65);意志力(62);成功 (60);能够(60);坚强(59);自己做(59);不放弃(55);厉害(54);做到(54);畅快(49); 实现(49);渺小(46)。
心理感知	2574	41.54	信仰(195);天葬(89);寺庙(83);少数民族(85);佛教(77);磕长头(65);团队(44);敬畏 (39);藏民(36);经幡(34);热情(34);信念(33);仪式(31);团建(25)。 骑友(244);视野(106);友谊(86);关心(71);珍惜(69);阅历(63);保护自然(62);和谐 (62);纯净(54);环境(54);责任(52);同伴(46);分享(46);当地人(45);陌生人(44); 游客(43);志同道合(39);感动(38);帮助(37);机会(32);亲近自然(33);见识(30);合 群(30);一起(29)。
文化感知	870	14.04	感受(309);未来(96);规则(89);自然(87);享受(77);生命(68)。
社会感知	1415	22.83	
感知行为	726	11.72	

变;社会感知获益层面,旅游者更为关注的是“视野”“骑友”两个要素,川藏线无数自然美景与独特人文风情交织,并与骑乘者一起“流动”,为骑乘者带来难忘的视觉饕餮体验;同时,出于安全等因素考虑,多数骑友选择结伴而行,在旅途中建立的深厚友谊,也在特定时空作用下被放大,成为骑乘者的记忆珍藏;文化感知和身体感知获益层面,二者在总词频及词量上均较小,文化感知方面以“信仰”一词词频最高,这是因为西藏地区具有 1800 多年前的藏传佛教历史,孕育出浓郁的藏传佛教文化,每年大量信众沿川藏线,以“磕长头”方式前往拉萨朝圣践行自己的信仰,骑乘者受此启发,也往往将坚持骑行至拉萨视为心灵的“朝圣”之旅;身体感知方面的词量最少,但“身体”一词的词频却高达 285 次,骑行者以身体驱动车轮,流动速度和节奏由自己自由掌控,使得旅游者对身体释放的疼痛等感知信号格外敏感。

由此可见,感知获益元素是骑乘者感知获益话语中“重点”,体现为骑乘者游记中多次反复提及的文本“碎片”——高频词,这些元素表征出骑乘者感知获益 4 种类型的内涵和意义,也是感知获益模型中的 13 个子范畴的所指与延伸,而 4 种类型或者说 4 个主范畴则是这些元素词的高度凝练和概括,故感知获益要素常出现在以文本为表征的话语体系之中,是骑乘者感知获益模型的“正面”,易被人们分

类和察觉,而 4 个维度则多潜藏在“背面”,隐形地划分和规定着骑乘者的感知获益要素,二者可理解为一体两面关系。

5 感知获益维度间的关系

为直观了解骑乘者的感知获益各维度元素间的语义关系,可运用 ROST CM6 绘制骑乘者感知获益整体评价语义网络图(图 3)。图中节点大小代表该词在语义网络中的中心度,频次、中心度越高,该词节点也越大。可以发现,“感受”一词代表着旅游者的感知行为与活动状态,成为该语义网络的主中心;“身体”“坚持”“骑友”“信仰”分别代表旅游者的身体、心理、社会、文化 4 个感知维度,成为较突出的次中心。此外,在 4 个次中心中,个体/内在象限的交集——心理感知获益的“坚持”这一节点也较为突出。根据 AQAL 理论,外在认知(包括身体感知、社会感知)被认为是通过客观经验可以被看到的“表层”单元,而内在认知(包括心理感知与文化感知)则必须通过深层次的交流才可被解析^[26]。藉由网络文本,笔者发现骑乘者在心理感知方面较为突出,骑乘者的感知获益呈现明显的个人化、内生性特点,即骑乘者透过网络文本表达出的是内在深层认知,是其通过骑行“自我修炼”、不断自我对话后产生的

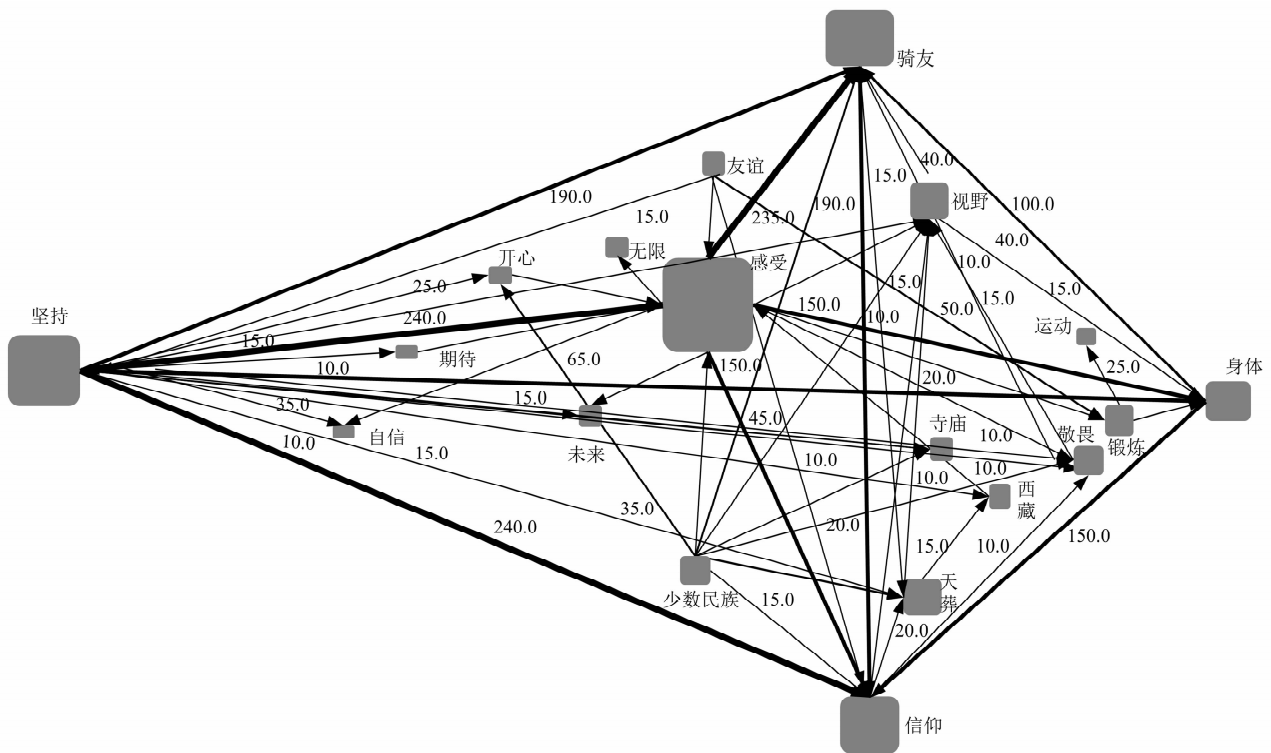


图 3 骑乘者感知获益高频词语义网络
Fig. 3 High-frequency semantic network of cyclists' perceived benefits

精神独白,而不仅仅是对骑乘境遇、感官刺激的浅层表征。

同时,各高频词还通过连线展现出彼此的语义关系,连线数值代表二者关联度大小,数值越大、连线越粗,两者间联系也越强。整体而言,该语义网络以“感受”为中心呈稳定的“钻石”状结构分布,“感受”(代表感知行为)与“身体”(代表身体感知)、“坚持”(代表心理感知)、“骑友”(代表社会感知)、“信仰”(代表文化感知)两两共线后形成感知获益钻石状结构的多个切面。其中,联系最为紧密的是“坚持—感受”(相关度为 240),这是因为川藏线骑行行程长达 2100 km、全程耗时长达 20 d 以上,对旅游者身体和意志力的考验较大,心态上的坚持成为完成骑乘的关键;此外,“感受—骑友”(相关度为 235)、“信仰—骑友”(相关度为 190)等元素间的相关度也较高,表明骑乘者身体、心理、社会、文化四大感知维度作为旅游者感知获益的代表性感知范畴,维度间的四元共生性特征明显。这与前述列举的游记内容相一致:骑乘者熟练地踩踏、转向、爬升至山顶,挑战与技能匹配时的身体会感到非常轻松自在,心理上易出现高峰体验(狂喜、激动、时间感消失

等深度愉悦体验),在这种愉悦的情绪体验中,对地方的一山一水、一草一木也将更加悦纳和依恋,也更愿意积极地去结交同伴好友,共同分享登顶的成功与喜悦。正如 AQAL 理论认为,每一个个体感知均具有身体的、心理的、文化的和社会的四种特性,它们相互作用、相互决定,每个象限既是其他象限的原因,又是其他象限的结果,威尔伯将其形容为“一个象限受伤,四个象限全都会“出血”^[16]。

6 结论与讨论

6.1 结论

借鉴 AQAL 理论四象限框架,结合游记文本数据,本研究创新提出骑乘者感知获益概念模型,既是对 AQAL 理论效度和普适性的再次检验,也填补了旅游者感知获益研究的部分理论空白。实践证明,该理论在划分旅游者感知获益维度方面具有天然的契合性:

(1)骑乘者感知获益概念模型由 4 类感知获益 13 个子范畴构成。基于内在/外在、个体/群体两种视角可划分出身体感知获益、心理感知获益、文化感

知获益和社会感知获益 4 种类别,其中身体感知获益包括身体素质等 2 个子范畴;心理感知获益包括愉悦感等 5 个子范畴;文化感知获益包括文化认同等 3 个子范畴;社会感知获益则包括视野阅历等 3 个子范畴。

(2)骑乘者感知获益元素与感知获益维度呈现一体两面关系。高频词聚类下的心理感知、社会感知、文化感知和身体感知 4 类元素,分别与感知获益模型的 4 个维度对应,并以感知获益模型为“体”,二者构成该模型的“两面”,且这些元素分别可能受骑行环境、人际互动、地方文化、具身体验等因素影响。

(3)骑乘者的感知获益以个人化、内生性、四元共生性为典型特征。心理获益(以“坚持”为代表)不仅代表“个体”视角,还处于“内在”象限,集成了二者的突出特征;同时,扎根理论与文本分析结果均表明,骑乘者的四维度感知获益具有共生性特征,突出体现为“感受”与“身体”“坚持”“骑友”“信仰”两两共线后构成稳定的钻石状语义网络。

6.2 讨论

川藏线骑乘者的骑行实践是对 AQAL 理论的重要实践,是威尔伯提出的整合式生活的重要练习方法,骑乘者在感受自然魅力的同时,身心得以放松,对地方、生活、他人的认知和对社会的态度得到改观,其获益主要可归纳为身体、心理、文化、社会 4 种类型的非物质感知获益。这与张安民识别出的旅游目的地居民感知获益以“经济、环境等物质感知维度为主”相区别^[14],可能与旅游者与目的地居民的角色差异及停留时长有关,旅游者一般并不以赚取经济收益为目的,且停留目的地的时间较短。同时,本研究部分呼应了黄杰等人提出的旅游者体验价值感知具备知觉性、情感性、社会性与精神性 4 大维度^[27]的结论,在一定程度上凸显出旅游者对于非物质感知获益的重视。本文的创新之处在于:一方面清晰界定了旅游者感知获益及其具体类型,认为感知获益是较感知价值乃至感知收益等概念更能代表旅游非物质绩效的旅游概念;另一方面,研究识别出旅游者文化感知获益和身体感知获益两种新的感知类别,这可能与川藏线沿线浓郁的民族文化氛围及骑行运动具备强烈具身性等因素有关,同时本文还对感知获益概念模型展开验证并给出 AQAL 视角的解释,从而更系统地旅游者感知研究寻找到契合

的分析框架与理论依据。

需要指出的是,骑乘者感知获益概念模型的四个象限并非“封闭”空间,各维度的“主次”关系有待进一步探究。本研究所建立的概念框架在四个象限中均留有“余地”(在图 1 中用省略号表示),用来表征尚未识别出的各维度子范畴。同时,AQAL 理论认为,认知的 4 个象限为“平行”关系,并不存在主次之分^[19],因此,各维度节点大小与上述元素词频可能仅反映出骑乘者对各感知维度印象深刻程度,各维度是否存在主次之分还有待运用其他旅游案例和更丰富的样本材料做进一步探究。

本文的不足之处在于仅对骑乘者的感知获益维度进行初步划分,整合理论认为意识除象限分类外,还存在层次、路线、状态、类型 4 个构面的差异^[16],未来研究可从这些方面进一步深化。此外,网络文本数据仅能反映部分表达意愿较强烈的骑乘者的感知获益情况,无法凸显未撰写游记的骑乘者感知,后续研究可采取参与式观察、问卷等方法对骑乘者感知获益的维度、影响因素、作用机制、评价方法等内容加以量化实证。

参考文献 (References)

- [1] 胡传东,李露苗,罗尚焜. 基于网络游记内容分析的风景道骑行体验研究——以 318 国道川藏线为例[J]. 旅游学刊,2015,30(11):99-110. [HU Chuandong, LI Lumiao, LUO Shangkun. Cycling tourists' experience of scenic byways based on content analysis of travel blogs: A case study of the Sichuan-Tibet section of national highway 318 [J]. Tourism Tribune, 2015, 30(11): 99-110] DOI: 10.3969/j.issn.1002-5006.2015.11.014
- [2] 石飞,刘峰贵,李春花,等. 基于旅游安全的川藏公路沿线自然灾害危险性分析[J]. 干旱区资源与环境,2014,28(7):121-126. [SHI Fei, LIU Fenggui, LI Chunhua, et al. Analysis of the natural disaster harm along the Sichuan-Tibet highway based on travel security [J]. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2014, 28(7): 121-126] DOI: 10.13448/j.cnki.jalre.2014.07.013
- [3] 苗凤祥. 自由的出走——自行车爱好者骑行西藏行为研究[J]. 长春理工大学学报(社会科学版),2011,24(1):35-37. [MIAO Fengxiang. Pilgrimage on wheels: The research about bicycle enthusiasts riding to Tibet [J]. Journal of Changchun University of Science and Technology (Social Science Edition), 2011, 24(1): 35-37]
- [4] 王汝辉,潘笑宇,李雪霖,等. 城市近郊自行车旅游对骑行者的影响研究——以成都龙泉山为例[J]. 四川师范大学学报(社会科学版),2016,43(4):74-79. [WANG Ruhui, PAN Xiaoyu, LI

- Xuelin, et al. The influence of suburban bicycle tourism on the rider: With Longquan Mountain in Chengdu as an example [J]. Journal of Sichuan Normal University (Social Sciences Edition), 2016, **43**(4): 74 – 79] DOI: 10.13734/j.cnki.1000 – 5315.2016.04.010
- [5] 邓冰,陈玲玲,张翮. 国外自行车旅游研究综述[J]. 旅游学刊, 2015, **30**(3): 116 – 126. [DENG Bing, CHEN Lingling, ZHANG Xuan. A literature review on overseas bicycle tourism research [J]. Tourism Tribune, 2015, **30**(3): 116 – 126] DOI: 10.3969/j.issn.1002 – 5006.2015.03.012
- [6] 王学基,孙九霞,黄秀波. 中介、身体与情感:川藏公路旅行中的流动性体验[J]. 地理科学, 2019, **39**(11): 1780 – 1786. [WANG Xueji, SUN Jiuxia, HUANG Xiubo. Mediation, body and emotion: Mobility experiences in road travel on Sichuan – Tibet Highway [J]. Scientia Geographica Sinica, 2019, **39**(11): 1780 – 1786] DOI: 10.13249/j.cnki.sgs.2019.11.012
- [7] 王华,马志新. 川藏线骑行者旅游动机与主观幸福感关系研究——旅游满意度的中介作用[J]. 旅游科学, 2020, **34**(6): 53 – 65. [WANG Hua, MA Zhixin. A study on tourist motivation of cycling tourism on the Sichuan – Tibet line and its impact on the cyclers' happiness: The mediating effect of tourist satisfaction [J]. Tourism Science, 2020, **34**(6): 53 – 65] DOI: 10.16323/j.cnki.lykx.2020.06.005
- [8] 王浩,李立华,卓曼他,等. 川藏线自行车骑乘者的价值追寻研究——基于“手段 – 目的链”模型[J]. 干旱区资源与环境, 2021, **35**(3): 202 – 208. [WANG Hao, LI Lihua, MANTA Zhuo, et al. Psychological values of cycling to the Sichuan – Tibet line: A hierarchical analysis based on Means-end Chain Model [J]. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2021, **35**(3): 202 – 208] DOI: 10.13448/j.cnki.jalre.2021.090
- [9] 王汝辉,马志新. 客观本真与存在本真的互动:川藏线骑行旅游研究[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2020, **47**(6): 64 – 73. [WANG Ruhui, MA Zhixin. Interaction between objective authenticity and existential authenticity: On cycling tour along Sichuan – Tibet line [J]. Journal of Sichuan Normal university (Social Sciences Edition), 2020, **47**(6): 64 – 73] DOI: 10.13734/j.cnki.1000 – 5315.2020.06.008
- [10] KIL N, HOLLAND S M, STEIN T V, et al. Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2012, **20**(4): 603 – 626. DOI: 10.1080/09669582.2011.610508
- [11] HAN H, HWANG J. Multi-dimensions of the perceived benefits in a medical hotel and their roles in international travelers' decision-making process [J]. International Journal of Hospitality Management, 2013, **35**: 100 – 108. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.05.011
- [12] 郭安禧,张一飞,郭英之,等. 旅游者感知价值维度对重游意向的影响机制——基于团队旅游者的视角[J]. 世界地理研究, 2019, **28**(1): 197 – 207. [GUO Anxi, ZHANG Yifei, GUO Yingzhi, et al. The influence mechanism of tourists' perceived value dimensions on revisit intention: Based on the perspective of team tourists [J]. World Regional Studies, 2019, **28**(1): 197 – 207] DOI: 10.3969/j.issn.1004 – 9479.2017278
- [13] 程绍文,张捷,徐菲菲,等. 自然旅游地社区居民旅游发展期望与旅游影响感知对其旅游态度的影响——对中国九寨沟和英国 NF 国家公园的比较研究[J]. 地理研究, 2010, **29**(12): 2179 – 2188. [CHENG Shaowen, ZHANG Jie, XU Feifei, et al. Effect of residents' tourism development expectation and tourism impacts perception on their attitude towards tourism in natural tourist destination: A comparative study between China's Jiuzhaigou and the UK's New Forest National Parks [J]. Geographical Research, 2010, **29**(12): 2179 – 2188] DOI: 10.11821/yj2010120007
- [14] 张安民. 特色小镇旅游获益感知对居民参与的影响——基于政治信任的调节效应[J]. 湖北农业科学, 2019, **58**(13): 184 – 189. [ZHANG Anmin. Impact of tourism benefit perception on residents participation in characteristic town: Moderating effect of political trust [J]. Hubei Agricultural Sciences, 2019, **58**(13): 184 – 189] DOI: 10.14088/j.cnki.issn0439 – 8114.2019.13.040
- [15] 徐卓,彭凯平. 全观视野和自我超越——整合心理学理论和实践综述[J]. 心理咨询理论与实践, 2020, **2**(6): 325 – 341. [XU Zhuo, PENG Kaiping. Integral horizon & personal transcendence: The conceptual framework and clinical/life practice of integral psychology [J]. Psychological Counseling Theory and Practice, 2020, **2**(6): 325 – 341] DOI: 10.35534/tpcc.0206025
- [16] 肯·威尔伯. 万物简史[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2006: 121 – 122. [WILBER K. A brief history of everything [M]. Beijing: China Renmin University Press, 2006: 121 – 122]
- [17] 肯·威尔伯. 整合心理学——人类意识进化全景图[M]. 合肥:安徽文艺出版社, 2015: 76 – 78. [WILBER K. Integral psychology: Panorama of the evolution of human consciousness [M]. Hefei: Anhui Literature and Art Publishing House, 2015: 76 – 78]
- [18] 肯·威尔伯. 性、生态、灵性[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2009: 14 – 19. [WILBER K. Sex, ecology, spirituality [M]. Beijing: China Renmin University Press, 2009: 14 – 19]
- [19] 肯·威尔伯. 全观的视野:肯·威尔伯整合方法指导[M]. 北京:同心出版社, 2013: 262 – 295. [WILBER K. The integral vision: Ken Wilber's integrated method guide [M]. Beijing: Tongxin Publishing House, 2013: 262 – 295]
- [20] ESBJÖRN-HARGEN S. An overview of integral theory: An all-inclusive framework for the 21st century [G]//ESBJÖRN-HARGEN S. Integral theory in action. New York: Sunny Press, 2010: 33 – 61.
- [21] 肯·威尔伯. 生活就像练习:肯·威尔伯整合实践之道[M]. 北京:同心出版社, 2013: 82 – 92. [WILBER K. Integral life

- practice: Ken Wilber's integrated practice [M]. Beijing: Tongxin Publishing House, 2013:82-92]
- [22] 刘超,胡梦晴,林文敏,等. 山岳型景区旅游形象感知研究:基于2014-2016年黄山网络游记分析[J]. 山地学报,2017,35(4):566-571. [LIU Chao, HU Mengqing, LIN Wenmin, et al. Tourism destination image perception of mountain resorts: A comprehensive survey of the Huangshan web travel notes for 2014-2016 [J]. Mountain Research, 2017,35(4): 566-571] DOI: 10.16089/j.cnki.1008-2786.000254
- [23] 何月美,邹永广,莫耀柒. 中国游客赴马来西亚的安全感知研究——基于网络文本分析[J]. 世界地理研究,2019,28(6):200-210. [HE Yuemei, ZOU Yongguang, MO Yaoqi. Safety perception of Chinese outbound tourists in Malaysia: Based on web text analysis [J]. World Regional Studies, 2019,28(6):200-210] DOI: 10.3969/j.issn.1004-9479.2019.06.2018213
- [24] 蔡礼彬,罗威. 基于扎根理论与文本分析的海洋旅游目的地意象研究——以夏威夷为例[J]. 世界地理研究,2019,28(4):201-210. [CAI Libin, LUO Wei. Study on image of marine tourism destination based on grounded theory and text analysis: A case of Hawaii [J]. World Regional Studies, 2019,28(4):201-210] DOI: 10.3969/j.issn.1004-9479.2019.04.2018120
- [25] 靳代平,王新新,姚鹏. 品牌粉丝因何而狂热? ——基于内部人视角的扎根研究[J]. 管理世界,2016(9):102-119. [JIN Daiping, WANG Xinxin, Yao Peng. Why are brand fans so enthusiastic? —a rooted research based on the perspective of insiders [J]. Management World, 2016(9):102-119] DOI: 10.19744/j.cnki.11-1235/f.2016.09.009
- [26] 金帅岐,李贺,沈旺,等. 用户健康信息搜寻行为的影响因素研究——基于社会认知理论三元交互模型[J]. 情报科学,2020,38(6):53-61+75. [JIN Shuaiqi, LI He, SHEN Wang, et al. Influencing factors of user health information search behavior: Based on ternary interaction model of social cognitive theory [J]. Information Science, 2020,38(6):53-61+75] DOI: 10.13833/j.issn.1007-7634.2020.06.008
- [27] 黄杰,马继,谢霞,等. 旅游者体验价值感知的维度判别与模型研究——基于新疆游客网络文本的内容分析[J]. 消费经济,2017,33(2):85-91. [HUANG Jie, MA Ji, XIE Xia, et al. The dimensions discrimination and model study of tourists' experience value perception [J]. Consumer Economics, 2017,33(2):85-91]

Perceived Benefits of Cycling to the Sichuan – Tibet Line, China: A Conceptual Model Based on AQUAL Theory

WANG Hao^{1,2}, LI Lihua^{1*}, LEI Ruoran^{1,2}

(1. Research Center for Mountain Development, Institute of Mountain Hazards and Environment, Chinese Academy of Sciences, Chengdu 610041, China; 2. University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China)

Abstract: Cycling on the Sichuan – Tibet line is an arduous and time-consuming travel activity. Nonetheless, it has always been a passion for many cyclists in recent years. The motivation and experience of cyclists have been discussed in existing studies, but there is still a lack of systematic analysis of cyclists' deep-rooted perceived benefits of cycling. Therefore, in this study, we explored the perceptions of cyclists intending to or have already cycled on the Sichuan – Tibet line. Based on the four-quadrant framework of the AQUAL model, we collected 47 travel blogs of cyclists by a crawler program written in PHP and analyzed them using grounded theory and text analysis methods to construct a conceptual model, identify the perceptual elements, and differentiate the dimensional relationship of cyclists' perceived benefits of cycling. The results show that: (1) Four dimensions were obtained, that were, physical benefits, psychological benefits, cultural benefits, and social benefits, which were subdivided into 13 categories and reflected the complexity of cyclists' perceptions. (2) In the minds of cyclists, elements of cyclists' perceived benefits are clustered into 4 categories. Elements and dimensions showed the relationship between two sides of the same coin, and among all keywords, "persistence" "cycling-teammate" "belief" and "body" were the most common, which were also representative of four benefits that riders had perceived before embarking on the vacation. (3) Perceived benefits presented the structural characteristics of

personalization, endogeneity, and symbiosis. Moreover, regardless of the internal/external perspective or the individual/group perspective, psychological benefits were more prominent. In addition, “feeling” and the aforementioned four major perceived benefits were collinear, which played the role of building up a stable semantic network, like a “diamond.” Thus, the concept of cyclists’ perceived benefits was preliminarily defined and two new non-material perception dimensions of psychological benefits and cultural benefits were extracted in this research, which could be of great significance for the construction of a theoretical foundation for understanding cyclists’ thinking path and other possible insights in the research of tourists’ perceptions.

Key words: perceived benefits; conceptual model; integral theory; cyclists; Sichuan – Tibet line