

基于内容分析的我国公益旅游发展研究

——以多背一公斤为例*

宗圆圆

(闽江学院 旅游系,福州 350108)

摘要:有组织的公益旅游活动在我国兴起和发展已经有近6年的历史。通过对相关“多背一公斤”网络文本进行内容分析,总结我国公益旅游发展的50个高频词汇,并归为公益旅游动机、公益旅游体验、公益旅游社区反应、公益旅游组织和公益旅游宏观影响五大类目,较为全面地归纳出我国公益旅游的现状和发展特征。

关键词:公益旅游动机;公益旅游影响;公益旅游体验;内容分析法;志工旅游者

中图分类号:F590.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2012)04-0033-07

一、引言

公益旅游(voluntourism)将志工服务行为(volunteering)与旅游活动相结合,成为欧美社会较为流行的旅游形式。公益旅游源自于早期西方宗教布道朝圣旅行。现代意义上的西方公益旅游也有自己独特的发展背景。西方教育体制中提倡间隔年(the gap year)旅游体验教育,旨在让年轻人体验人生、反思自我、培养跨文化适应能力和交际能力,同时也能学习与未来发展相关的软技能以增强个人发展和履历竞争力^[1]。很多公益组织、高校教育机构和商业化旅游公司纷纷抓住公益旅游这一新兴市场,推出生态旅游、社区文化旅游和海外义工旅行等多种公益旅游项目。面临越来越多的商业化运作之后,一些公益旅游项目不再显现活动内容简单的、条件艰苦的表征。公益旅游在个人提升、社区发展和跨文化方面的影响得到西方学界的广泛关注。在中国台湾和香港地

区,公益旅游常被称为“志工旅行”或“义工旅行”。很多港台志工旅游者采用自助结伴形式到中国大陆、印度、马来西亚、柬埔寨等亚洲欠发达国家和地区开展带有海外志工服务性质的旅游活动。在我国,公益旅游仍属于一种初步发展的旅游形式,其大部分属于背包客与自驾游者在NGO组织号召下,借助虚拟网络论坛结识驴友进行公益旅游的活动。最典型的、规模和影响力最大的公益旅游组织是2004年成立的“多背一公斤”(www.1kg.org),其活动理念是“爱自然,更爱孩子”,提倡在旅游过程中给沿途欠发达地区的学校和孩子送去己力所能及的帮助。借助西方公益旅游研究的相关理论,本研究选择有关“多背一公斤”公益旅游网络游记、发帖和计划作为内容分析文本,借助ROST Wordparser分析公益旅游动机、体验、影响和组织的特征,尝试勾勒我国公益旅游的发展现状,并为日后其发展提供相关参考

* [收稿日期]2011-11-02

[基金项目]福建省教育厅社科项目(JBS10151)

[作者简介]宗圆圆(1983—),女,湖北武汉人;闽江学院旅游系讲师,武汉大学经济与管理学院旅游管理硕士,主要从事旅游经济学、旅游英语研究。

建议。

二、研究方法与研究设计

(一) 研究方法

内容分析法(content analysis)的定义和理解颇多。Stempel 认为内容分析法对我们常用的非正式性事物正式化并且系统化,从内容观察法中得到结论。Berelson 则指出内容分析法是客观系统并量化地描述显性的传播内容的一种研究方法。最广泛接受的是克林格定义“内容分析法是一种研究方法,用一种系统的、客观的、量化的方式对传播内容作出分析”^[2]。不过内容分析法一方面需要聚焦于显性内容,同时也需要阐述内容与内容背后的抽象理论概念和揭示文本中隐含的信息,其基本操作是将非量化、与研究主题有关和有价值的媒介信息进行量化处理,分解出有效信息并加以分析。最早应用于二战军事情报研究的内容分析法如今广泛融入新闻传媒学、图书情报学、社会学、政治学、管理学等跨学科研究之中,成为能够较为科学描述客观事实、提供研究预测的有效工具,而且更多的内容分析软件能够提高内容分析的准确度,越来越多学者开始将这种研究方法投入各自研究领域。

(二) 研究设计

根据西方公益旅游研究领域成果和以往的文獻综述研究,将内容分析类目设定为:(1)公益旅游动机,(2)公益旅游体验,(3)公益旅游组织,(4)公益旅游社区反映,(5)公益旅游宏观影响。在样本抽取和文本处理方面,我国公益旅游开展主要依托网络虚拟社区,其旅游活动的经过大部分记录在旅后游记、日志和发帖讨论方面。除了台湾“背包客栈”有一些关于海外志工旅游的召集帖子之外,很少有分享国内公益旅游体验的内容。因此选择开创我国公益旅游的 NGO 组织——多背一公斤官网上的个人日志、发帖(共计 88 篇,302 957 字)作为内容研究的初步样本,发布时间段为 2006—2011 年。然后对样本中的图片全部删除,以保留完好的文本内容。如果出现同一公益旅游项目的不同系列游记,则将其归并。最后按类目对文本进行简单合并分类整理,并保存为 TXT 文本进行 ROST 词频分析处理。

三、研究结果

通过对错误分词的剔除,ROST 生成词汇频率统计表,再过滤掉与研究无关的词汇和单字后,生成词汇频度表。最后按照词汇出现的频率由高到低选取与研究主题有关的 50 个高频词语(详见表 1)。这些关键高频词语可以归纳入五个类目中,描述我国公益旅游发展的基本特征。按出现频率由大到小顺序,公益旅游动机类目依次包括志愿者、公益、交流、旅游、朋友、徒步、简单,公益旅游体验类目依次包括孩子、学校、工作、乡村、灾区、喜欢、感动、有意义、心灵、代课教师、互动、满足、沿途景区,公益旅游社区反应类目依次包括分享、高兴、收获、热情、羞涩、感谢、痛苦,公益旅游组织类目依次包括多背一公斤、图书室、安猪、参与、方式、管理、物资(资源)、团队、计划、企业、创新、草根、需求、义卖,公益旅游宏观影响依次包括希望、人生、贫困、机会、平等、理解、幸福、责任、信心。

表 1 文本样本中的 50 个高频词

序号	高频词	频率(%)	序号	高频词	频率(%)
1	孩子(儿童)	0.194	26	心灵	0.013
2	学校(小学)	0.188	27	贫困	0.013
3	志愿者	0.088	28	机会	0.012
4	公益(行善、慈善)	0.086	29	平等(公平)	0.012
5	多背一公斤(1 kg)	0.073	30	代课教师	0.012
6	工作	0.069	31	高兴	0.012
7	图书室(图书)	0.058	32	互动	0.011
8	乡村(农村)	0.033	33	满足	0.010
9	希望	0.033	34	收获	0.010
10	灾区	0.031	35	理解	0.010
11	交流(沟通)	0.030	36	幸福	0.009
12	安猪	0.030	37	热情	0.009
13	旅游(旅行)	0.030	38	羞涩	0.008
14	参与(参加)	0.030	39	企业	0.007
15	朋友	0.029	40	责任	0.007
16	分享	0.027	41	感谢	0.007

续表					
序号	高频词	频率(%)	序号	高频词	频率(%)
17	方式(模式)	0.026	42	徒步	0.006
18	管理	0.026	43	信心	0.006
19	人生	0.026	44	痛苦	0.005
20	喜欢	0.025	45	创新	0.004
21	物资(资源)	0.024	46	草根	0.004
22	团队	0.023	47	需求	0.003
23	计划	0.023	48	义卖	0.002
24	感动	0.016	49	沿途景区	0.001
25	有意义	0.014	50	简单(单纯)	0.001

(一)公益旅游动机分析

“志愿者”“公益行善”“交流”“旅游”“朋友”“徒步”“简单”构成了公益旅游多种动机的交织。这一点与 Wearing、Sin 等学者的观点一致。最为代表性的一个讨论帖是“为了行走而行善 or 为了行善而行走”。下面很多驴友跟帖中表达了三种动机:“旅游为主,公益其次”“公益为主,旅游其次”和“既行善,又行走,只要自己开心就行”。由于公益旅游本身是一种将利他主义的志工服务融入旅游活动的旅游形式。因此往往在不同情境之下体现出不同动机,但最终客观结果仍然外显为利他动机。根据词频分析,多背一公斤组织的公益旅游主要具有公益行善、志愿服务的动机(详见图1)。其次很多志工旅游者认为“交流”——旅游过程中与社区孩子的交流、“朋友”——建立和加强与团队成员的伙伴关系也是重要的旅游社交动机。“徒步”一方面说明面临可进入性较差的旅游目的地社区只能采用这样的交通方式,另一方面也说明志工旅游者多半是背包客,他们将公益行动与徒步背包这样的旅游形式相结合,一边行走,一边行善,体现出背包旅行动机与公益旅游动机的重叠。而这种两种旅游动机的重叠再次证实了 Natalie Ooi 和 Jennifer H. Liang 所探索的公益旅游中背包旅游兴趣,明确背包旅游与公益旅游两种形式的动机交汇之处,为开发自助背包旅游市场和公益旅游的共同市场的营销和发展提供参考^[3]。最后“简单”(单纯)这类词语也少量出现在志工旅游者游记中。他们表

示自己参加公益旅游是为了追求一种简单的或者单纯的旅游体验,没有太多复杂的商业化享乐动机和追求道德声誉和公益绩效的功利动机,只想简简单单的去旅行,在没有外界干扰或压力的情况下,单纯的体验和做公益。这也给予今后我国公益旅游项目设计和旅游派遣组织商业化趋势重要的启示。如果公益旅游包含太多的商业化感官娱乐、舒适的服务条件、较高的旅游报价和媒体炒作,必定会破坏志工旅游者的参与积极性和努力寻求简单体验的需求。公益旅游作为一种较为特殊的旅游形式,其开发过程必须考虑以上志工旅游者的动机和需求。

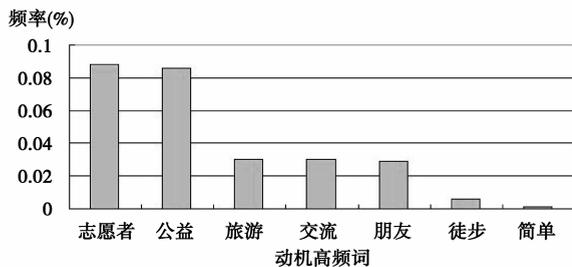


图1 公益旅游动机分析

(二)公益旅游体验分析

公益旅游体验包括两个层次:一是公益旅游过程中为人所感知和体验到的内容;二是公益旅游体验的情绪内容表达。“孩子”“学校”“工作”“乡村”“灾区”“代课教师”“沿途景区”构成了国内公益旅游的体验内容,而“喜欢”“感动”“有意义”“心灵”“互动”“满足”构成了国内公益旅游体验的情绪表达(详见图2)。“孩子”“学校”“乡村”“代课教师”这些代表着志工旅游者在旅途中关注着乡村教育和孩子的成长。“和孩子在一起玩很开心,他们笑得很纯真、朴实”“喜欢孩子在学校的琅琅读书声,让我感到一种未来的希望和怀念自己的童年”之类日志中流露的体验体现了志工旅游者喜欢看孩子,与孩子亲近,进而被孩子的真挚情感和在艰苦条件下努力向上所感动,觉得貌似艰苦的公益旅游是有意义的旅程。“喜欢”“感动”和“有意义”这些词语使用频率较高,表达了志工旅游者浅层次的情绪体验。这种感动绝不是单方面的无情感的物质捐赠之后就迅速淡去。“心灵”“互动”和“满足”三种深层次情感体验借助物质捐赠,产生于和孩子心灵上的交流,不仅仅是志工旅游者单方面去了解和关爱孩子,让

孩子认识外面的世界,孩子们在旅游之后也给志工旅游者互相书信来往,这种互动情感一直延续到日后志工旅游者重游,直到双方积累感情,获得最终的满足。除了直接关注孩子,志工旅游者往往通过乡村教师来了解孩子的真实想法,并且需要教师帮助提供旅游便利条件,这样乡村教师成为志工旅游者与孩子接触的中介媒体。乡村教育的历史主要构成群体——代课教师也成为志工旅游者的重要体验对象之一。除了“孩子”话题之外代课教师贫苦的生活近况和对乡村教育的奉献精神,出现在游记、日志中最多。例如“代课教师的悲情谢幕”这样跟踪回访帖子充分体现出志工旅游者心灵上的震撼以及长期的互动情感的延续。值得关注的是,从网络文本发布的时间上看,在2008汶川大地震、2010玉树大地震、2011年云南大旱等特殊时间段,较多体验主要与志工旅游

者前往灾区提供救援服务工作有关,体验主题具有一定的现实意义。“工作”成为高频词汇,是因为志工旅游者将公益旅游需要的学校回访、重游、灾区重建等体验内容描述为一种有意义的“工作”体验,而非休闲体验。正如 Maguire 指出现代消费社会强调人的生产力,个人有义务感到自己一定要有生产力,即使在休闲之中。义务在个人可以接受、适宜的情况下,个人才产生某种休闲活动的依恋和期望^[4]。虽然多背一公斤成员表述的公益旅游体验内容大部分与乡村教育、灾区重建有关,但也在游记中穿插着一些沿途景区游览、乡村民族文化和田间美景的记录,并且一些如“雪糕”(周国强,香港1kg团队同城管理员)等志工旅游者会在游记结尾提供相应的参考游览路线和游玩费用说明。这些使公益旅游体验达到公益行动与休闲旅游活动的统一。

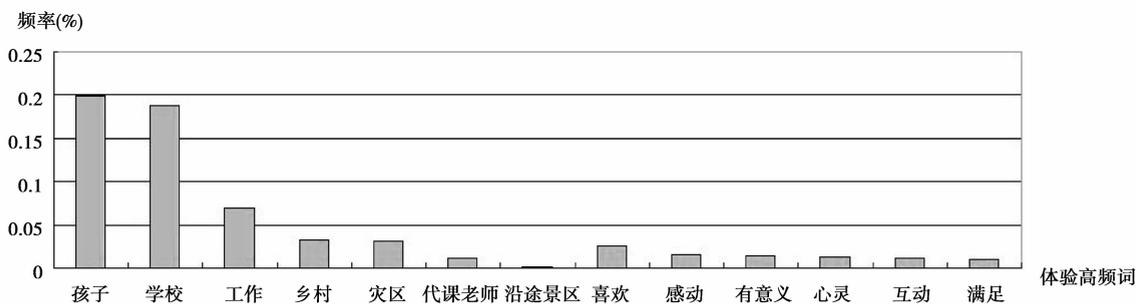


图2 公益旅游体验分析

(三) 公益旅游社区反应分析

旅游社区居民对旅游者行为通常产生正面和负面的反应。“分享”“高兴”“热情”这些正面词语高频使用,说明公益旅游社区对待志工旅游者持有积极欢迎态度。很多游记中提到乡村社区村长、校长和老师听说志工旅游者的来意,很高兴,纷纷提前迎接、带路,并安排在各自家中食宿,主动介绍当地情况,在态度和行为上愿意与志工旅游者分享社区资源。“收获”“感谢”这两个词语描述出社区居民对公益旅游行为效果的正面评价和对此表示的感恩之情。“收获”不单指孩子们获得物质上的帮助,更多是获得外界知识的输入、精神上的快乐和心灵上的关爱。不少孩子在志工旅游者的支教和游戏中获得了城市生活和英文等知识。社区教师认为留守孩子们的收获不在于物质的给予,更多需要志工旅游者让他们感到生活是快乐的,自己得到了别人重视和关爱的,至于多

学点知识并不能让他们感到有多大收获。因此社区居民感到志工旅游者让孩子们获得成长的收获才是他们最需要的。日志中提到“感谢”的方式一方面是志工旅游走后孩子们书信表达,另一方面是孩子寄送自己的成绩单、绘画作品以及社区居民对图书室等捐赠设施的完好看护和管理之类的行为表达。而“羞涩”“痛苦”则是较少使用的负面词语,但公益旅游行为对社区的不良影响依然存在。“羞涩”是一些孩子面对陌生的志工旅游者的第一反应,并且在参加志工旅游者设计的游戏项目中也会有所表现。因为乡村欠发达社区缺乏接触外界的机会,因此孩子们由于传统的保守性对陌生事情和人表现一种本真的自我保护性。例如游记提及的少儿青春期教育游戏中,志工旅游者为了让孩子克服“男女授受不亲”的传统观念而让他们男女牵手合作完成游戏,结果由于许多孩子普遍很羞涩而没有较好完成。“痛

苦”是社区反应中最少使用的词语。但是在诸如“捐助者与受助者的心态”“冷眼看支教”“关于慈善的理解”“叔叔、阿姨,我们不希望你们来支教”等讨论帖子提及从受众角度来看待公益旅游给社区带来的文化冲击和孩子们的内心痛苦。一方面物质的捐赠往往会让接收方处于不平等的地位,感到自尊受到伤害,对比城市与农村的巨大差异承受命运的沉重与痛苦。另一方面孩子们希望能

够达到志工旅游者的期望而参与自己不擅长的教育活动,随后由于没法完成而感到失落和痛苦。因此志工旅游者设计的学习交流项目是否能够考虑到社区孩子的真正需求,是否破坏社区固有的文化传统,是否会强化双方不平等的关系,这些敏感问题都是志工旅游者与公益旅游社区之间合作与冲突的体现。但从词频排列看,与社区的合作分享关系是主要表征(详见图3)。

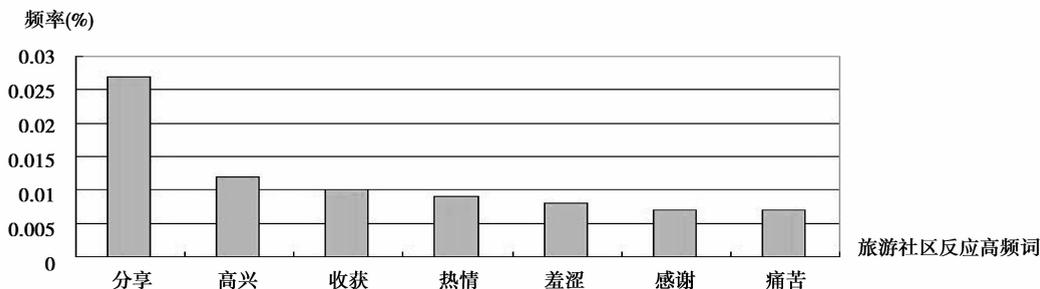


图3 公益旅游社区反应分析

(四) 公益旅游组织分析

公益旅游组织构建涉及组织的身份性质、领导权、参与、运行方式、对外合作、变革等方面。“多背一公斤”“图书室”“安猪”“参与”“方式”“管理”“物资”(资源)“团队”“计划”“企业”“创新”“草根”“需求”“义卖”这14个高频词占全部高频词的28%,说明公益旅游组织将是未来公益旅游研究的新兴研究领域。其中“多背一公斤”“图书室”和“安猪”出现频率较高,代表着组织的身份、项目和领导权威是公益旅游组织构成的基本要素(详见图4)。“多背一公斤”是志工旅游者认同的组织,很多队员用“1KGer”来显示身份,表明对组织的归属感,同时最高的词频率也显示该组织的规模、公众影响力和成员认同感。“图书室”是支教型旅游活动中公益意愿的载体,通过企业赞助而建立的 coface 图书室、twinbooks 图书捐赠公益计划等频繁出现在游记、讨论帖中。“安猪”多次在驴友的游记和跟帖中提及,说明公益旅游组织中领导权威和社会企业家精神的重要性。“参与”“方式”“管理”“团队”“计划”“需求”依次表明公益旅游组织提倡广泛参与,人人做公益,在乎思考公益旅游开展的方式和如何努力发现、协调旅游者和社区的需求,管理方式较为扁平化,推崇区域性团队活动,并要求提交有效的旅游攻略计划。“物资”“义卖”两个词语概括了

“多背一公斤”的物质资源相对缺乏以及依靠成员开展义卖活动来提供财力支持。一些如“暖暖”“秀秀”“雪糕”等网络社区同城主管和活动精英分子也借助义卖活动跨区域来联络组织感情,其活动记录和游记也展示这些组织成员联谊、跨区域旅游和义卖主题。“企业”“创新”这类词语使用次数虽然靠后,但却预示着公益旅游组织开展需要借助和旅游相关的服务企业合作,动用和整合社会资源和创意,参照社会企业的运作模式才能有所突破。例如香港1KG团队主管“雪糕”发帖统计与多背一公斤合作的企业组织;诸如志工旅游者在旅游社区推广宝洁公司舒肤佳赞助的“教孩子洗手”卫生教育项目。“草根”使用频率靠后,对比笔者以往语言访谈研究,“多背一公斤”的草根组织性质开始转变,NGO组织的社会企业运作促使其公信力得以提升、组织的合法性逐渐为社会政治利益体承认。但国内公益旅游组织的草根性依然依托广大普通旅游者发挥其草根民众的社会行动力。

(五) 公益旅游宏观影响分析

公益旅游宏观影响涉及社会体制变迁、社会阶层分化、经济发展、城乡二元文化融合、社会运动和文化反思等重大方面。“希望”“人生”“贫困”“机会”“平等”词频在0.012%~0.0329%之间,反映出我国公益旅游在未来的“希望”和现实

的“贫困”之间的关联作用(详见图 5)。其一,最重要的宏观影响是给社区孩子带来更多人生的希望,让孩子以积极的态度面对目前的生活,并且给予他们一个梦想。这也是我国公益旅游发展的愿景。其次由于我国区域经济文化发展不平衡,很多志工旅游者往往在旅游过后反思“贫困”的根源,他们没有像西方志工旅游者那样将社区贫困原因归结于个人不努力和上天宿命安排,而是从社会体制层次解释贫困是因为社区没有机会接触到外面的世界,或是由于国家体制和政策的倾向导致^[5,6]。因此解决贫困问题关键是“平等”——社会公平、机会均等。其二,对于客源地社会而言,“理解”指的是公益旅游培育了志工旅游者理解现实的能力,一些志工旅游者在日志中提到公益旅游改变了自己以前的狭隘社会观,自己对社会各个阶层生活状态和社会现象有了更深刻的理解判断能力。这种能力也是西方学者 McGhee 提倡公益旅游产生社会行动主义(social activism)的

基础^[7]。另外在许多日志中提到了旅后对“幸福”的认知变化。旅游者的幸福观折射出对消费主义城市文化的反思,抑或是在城乡二元差距对比之后所产生的知足和宽容。其三,“责任”和“信心”两个词较少使用,暗含着公益旅游依然被 1KGer 们视为是一种“有限责任”旅游活动,客观上,我国志工旅游者对自己的社会行动能力、社会网络关系的掌握和社会资源发掘利用方面有所欠缺,经验主义的旅游项目尝试让一些志工旅游者感到信心不足。例如“雪糕”和“堂堂橘子皮”对福建乡村较为富裕,公益旅游临时改变捐赠计划感到虚惊一场,开展过程中仍处于小心翼翼的探索。此外融入旅游中的志工服务不应该成为具有压力的“责任”。公益尽力而为,究竟多大程度能够取代完成政府责任,启发社会公民意识,这些深层次宏观社会影响在“多背一公斤”组织的旅游活动中相对弱化。

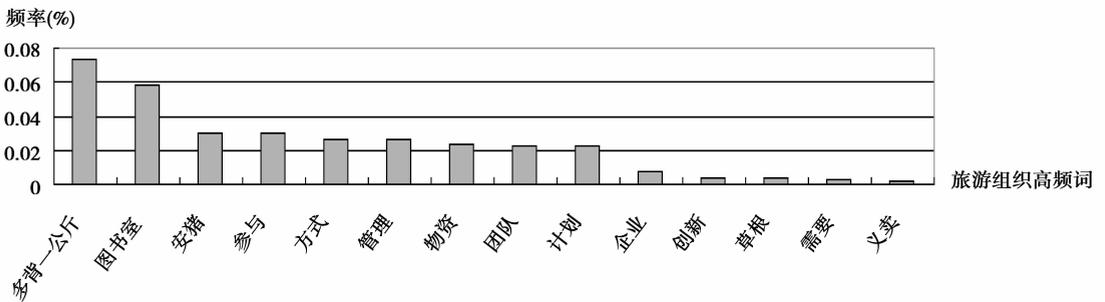


图 4 公益旅游组织分析

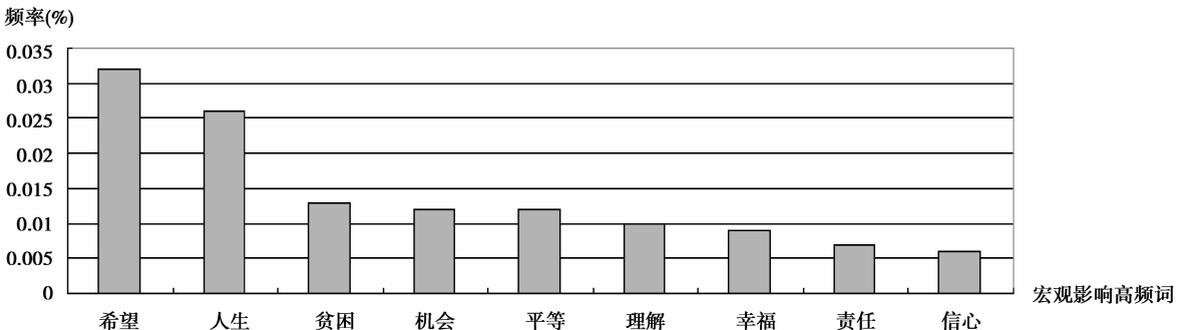


图 5 公益旅游宏观影响分析

四、总结

西方公益旅游研究领域集中在旅游动机、旅游体验、旅游者与社区关系、旅游组织和跨文化影响研究。对比西方研究成果,通过 ROST Word-

parser 对我国“多背一公斤”公益旅游活动进行内容分析。在旅游动机方面,公益行善、社交比背包旅游休闲动机更明显。在体验方面,其内容包括乡村教育和救灾两大主题,情绪表达以浅层次单

向的“喜欢”“感动”“有意义”为主,逐渐深入到深层次双向的“互动”“心灵”“满足”,其体验一直延续到旅后回访,情感不断深化。在社区反应方面,透过志工旅游者的描述,绝大部分表现出合作分享的欢迎态度,但仍隐含着社区与旅游者不平等地位给孩子带来的“痛苦”的负面影响和文化冲击。在公益旅游组织和合作方面,志工旅游者对 NGO 组织的认可和归属感、组织权威和活动精英的领导、社会企业的运作、成员之间的协作参与、与企业合作等构成了目前公益旅游组织行为的基本特征。在宏观影响方面,其主要表现是对二元经济体制下贫困问题的解释、对社区社会文化的反思、志工旅游者旅游之后的幸福观和社会观的变化以及由此产生的社会行动力。当然公益旅游发挥的有限“责任”作用和定位也应得到客观的评价。

由于多背一公斤网站近期出现故障,相当一部分驴友日志和发帖永久性遗失,加之很多志工旅游者由于时间有限,对旅游过程的记录往往采用图文并茂的形式,甚至大量应用照片加之几句简练文字解说,旨在让他人从视觉上解读其中的情绪和体验,因此使网络文本样本抽样范围有限。但是这些大量的旅游图片却为今后的公益旅游内容分析提供另一种研究思路和媒体样本。

[参考文献]

- [1] Carlos M P. Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world; conceiving global connections beyond aid [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2010(18):861-878.
- [2] 丹尼尔·里夫,斯蒂文·赖斯,弗雷德里克·G·菲克. 内容分析法——媒介信息化研究技巧[M]. 北京:清华大学出版社,2010:1-22.
- [3] Natalie O, Jennifer H L. Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2010(18):191-206.
- [4] Maguire J S. Leisure and the obligation of self-Work: an examination of the fitness field [J]. *Leisure Studies*, 2008, 27(1):59-75.
- [5] H Stoddart C M. Rogerson, Volunteer tourism: the case of Habitat for Humanity South Africa2 [J]. *GeoJournal*. 2004, 60(3):311-318.
- [6] Mowforth M, Munt I. *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World* [M]. London: Routledge, 1998.
- [7] Nancy G M, Garla A S. Social change, discourse and volunteer tourism [J]. *Annual of Tourism Research*, 2005, 32(3):760-779.

(责任编辑:夏东,朱德东)

Study on China's Voluntourism Development Based on Content Analysis

——Taking 1KG Website as an Example

ZONG Yuan-yuan

(Tourism Department, Minjiang University, Fuzhou 350108, China)

Abstract: Organized voluntourism activities have been launched and developed for almost six years in China. By content analysis of internet texts of 1KG website, fifty high-frequency words on domestic voluntourism development have been summarized and categorized into the main five items such as voluntourism motives, experiences, host community response, voluntourism organization and macroscopic impacts. These words are paraphrased and comprehensively epitomized one by one so that the status quo and features of domestic voluntourism of China are relatively overall generalized.

Key words: voluntourism motive; voluntourism impacts; voluntourism experience; content analysis; voluntourist