

数字素养对老年旅游者情感体验的影响机制研究

沈忻蕊, 王玲*

东华大学旭日工商管理学院, 上海

收稿日期: 2024年10月22日; 录用日期: 2024年11月7日; 发布日期: 2024年12月18日

摘要

目前我国正处于人口老龄化与社会数字化交叉并行的阶段, 解决数字供给与老年需求之间的矛盾尤为关键。本文运用扎根理论, 基于网络文本和访谈资料对数字素养维度与情感客体构成要素进行归纳, 总结出数字素养对老年旅游者情感体验的影响机制, 对老年旅游者的内在需求有了更为深入的了解。研究结果可以为老年旅游产品的设计优化、目的地营销与管理提供参考建议, 以提升老年旅游者的数字获得感与幸福感。

关键词

数字素养, 老年旅游者, 情感体验, 扎根理论, 影响机制

A Study on the Mechanism of Digital Literacy on the Senior Tourists Emotional Experience

Xinrui Shen, Ling Wang*

Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai

Received: Oct. 22nd, 2024; accepted: Nov. 7th, 2024; published: Dec. 18th, 2024

Abstract

Nowadays, China is in the stage of population aging and social digitalization cross parallel, it is especially crucial to solve the contradiction between digital supply and elderly demand. In this paper, we use grounded theory to summarize the dimensions of digital literacy and the components of emotional object based on network text and interview data, and summarize the mechanism of digital literacy's influence on the emotional experience of senior tourists, so as to have a more in-depth

*通讯作者。

understanding of the intrinsic needs of senior tourists. The results of the study can provide reference suggestions for the design optimization of senior tourism products, destination marketing and management, in order to enhance the sense of digital acquisition and happiness of senior tourists.

Keywords

Digital Literacy, Senior Tourist, Emotional Experience, Grounded Theory, Impact Mechanism

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

目前,我国面临“老年人口数量最多,老龄化速度最快,应对老龄化任务最重”的严峻形势。同时,以移动通信技术为代表的数字科技全面嵌入老年人生活领域。2021年中央网络安全和信息化委员会印发《提升全民数字素养与技能行动纲要》,特别强调老年人等数字弱势群体的数字素养提升的重要意义。截至2023年6月,学生网民中至少掌握一种初级数字技能的比例达98.5%,而60岁及以上网民中至少掌握一种初级数字技能的比例仅为54.6%,说明多数老年网民数字素养较为薄弱¹。

自提出积极应对人口老龄化国家战略以来,老年人的精神文化生活得到社会越来越多的关注,如何让老年旅游更具幸福感成为重要话题[1]。随着60后进入退休阶段,旅游市场迎来了大量有电子产品使用习惯、有深刻旅游需求的新老年人群,老年旅游的需求呈现多元化。而在数字文旅的具体实践中仍存在一定的缺口,老年群体能否无障碍地体验数字文旅产品、享受数字红利,值得进一步探索。

因此,本文聚焦于老年旅游者,探讨数字素养与老年旅游者情感体验之间的关系,希望能够进一步补充相关领域的研究内容。

2. 文献综述

2.1. 数字素养

国外数字素养的研究主要集中在数字素养的概念框架以及评价体系建构等方面。Gilster(1997)首次基于综合视角给出了数字素养的定义,他认为由于信息时代数字技术的快速和持续发展,个人需要使用越来越多的技术、认知和社会技能在数字环境中执行任务和解决问题,这些技能被统称为“数字素养”[2]。伴随技术进步,数字素养的概念与内涵研究随着人们对互联网的深入使用不断丰富。联合国教科文组织(2018)将数字素养描述为使用数字媒体、信息处理和检索所需的一套基本技能,使人们能够参与社交网络,创造和分享知识[3]。

针对老年群体数字素养问题,国内研究主要围绕老年群体数字素养的提升实践展开。吴大伟等(2022)梳理了老年旅游者在与数智技术的交互过程中,在旅游不同阶段产生的跨情境和跨场域的复合信息行为[4]。罗强强(2023)探讨数字素养对老年群体数字获得感的影响,结果表明数字素养对老年群体数字获得感产生正向影响,而不同水平数字素养对数字获得感的具体调节产生不同影响[5]。

总体来看,公民数字素养问题已受到各界的广泛关注,但与国外相对完整和体系化的数字素养测量框架相比,国内相关研究刚起步不久,尚未建立起系统的本土化理论体系,鲜有研究对我国居民尤其是老年的数字素养水平开展评估。而且在研究方法上多以描述性为主,较少运用量化研究方法,因此难以

¹数据来源:中国互联网络信息中心第52次《中国互联网络发展状况统计报告》。

在总体上解释我国不同人群数字素养水平的特征差异。

2.2. 情感体验

国内外情感体验的研究内容主要包括情感体验的维度构成、动态变化与测量以及影响因素等方面。

关于情感体验的维度构成, Hosany 和 Gilbert (2010)认为情感体验呈现出一种多效价、多维的结构特征,按照效价可分为积极和消极情感体验[6]。邹本涛(2010)将情感体验概括为两大类,对他人情感的体验和对自我情感的体验[7]。

关于情感体验的测量,目前应用较为广泛的是 Watson 等(1988)编制的积极和消极情感量表(PANAS)[8],以及 Hosany 等(2010)开发的 DES 量表[6],国外学者在自我报告式的情感测量上倾向于使用修订的目的地情感量表(mDES)。

情感体验的影响因素主要分为内部和外部因素,内部因素主要包含旅游者自身的认知,外部因素主要包含目的地的环境、事物或旅游活动等客观要素。Moal (2017)发现通过旅游者自身的审美认知和价值认知,老年人在旅游过程中产生了三种自我超越的积极情感[9]。高夏丽(2020)研究发现老年人在旅游世界中能够得到角色重塑和情感补偿,通过人际互动和外部环境刺激的来重新获得一种社会认同感和自我价值的认同感[10]。Wang 等(2023)探讨与成年子女的代际互动如何影响老年人的旅游体验和幸福感,得出成年子女对老年游客体验的承认在支持互动中起着重要作用,并增强其幸福感[11]。

综上所述,国内外学者在旅游者情感体验均有显著的研究成果,但国内的情感体验研究起步较晚,与国外较为成熟的研究体系仍有差距。国内对于旅游者情感体验的研究多聚焦在积极情感方面,对特殊旅游形式中更为复杂的情感体验的研究较少,尤其是以老年群体的情感体验研究有待细化。因此,本研究聚焦于老年旅游者的数字素养水平差异与情感体验变化具有较大的理论意义。

3. 研究方法与数据来源

扎根理论是一个自下而上的研究过程,需要从资料中不断进行比较和理论抽样,最终发现、发展和检验理论,是质性研究中最具影响力的研究路径之一[12]。本研究选择扎根理论,经过开放式编码、主轴式编码和选择式编码层层深入剖析,挖掘老年旅游者情感体验的影响因素,揭示研究问题的形成机制。

研究数据包括“网络文本”与“访谈资料”两种。基于网站影响力与信息丰富性两个角度,网络文本选择从蜂窝网与美篇两个主要平台进行收集,以“退休旅游”、“智慧旅游”、“手机使用”等作为主要关键词,搜索了2019年到2024年这一时间段的游记,共搜索到57篇游记。随后经过筛选,最终得到20篇完整详实的相关游记,获得相关资料46,916字。

本研究同样采用了深度访谈的方式来获取资料,于2024年5月实施为期1周的调研。为了满足研究需要,访谈对象确定为拥有智能手机且退休后有旅游经历的老年人。访谈以面对面交流的方式进行,每人访谈时间约为15~30分钟,访谈对象基本资料如表1所示。最终与10位老年旅游者进行了访谈,获得访谈资料26,144字。

Table 1. Basic information of interviewees
表 1. 访谈对象基本信息

编号	性别	年龄	学历	退休前职业
D1	女	60	中专	会计
D2	女	58	中专	会计
D3	女	63	中专	质检员

续表

D4	男	62	本科	事业单位职工
D5	女	64	中专	普通职工
D6	男	70	中专	个体经营户
D7	男	68	中专	国际海员
D8	女	65	本科	事业单位职工
D9	男	66	本科	事业单位管理人员
D10	男	59	初中	普通职工

经过对数据进行筛选和处理后,共形成30份数据,共7.3万余字。保留3篇访谈资料用于理论饱和度检验。

4. 数据编码与模型建构

4.1. 开放式编码

本研究借助软件Nvivo12进行编码。按照扎根理论的步骤,首先对资料进行开放式编码,即对收集的原始资料进行逐句阅读,把复杂无序的句子抽象化和概念化,提炼出具有代表性的范畴和概念。通过对原始资料的对比分析,本研究共形成72个初始概念。初始概念能够直观反映原始数据,但是由于有些概念具有相似性,无法体现逻辑关系,因此需要进行范畴化。在理清初始概念的逻辑和意义后,将相关概念聚拢在同一类属下,并且进行抽象化命名,最终形成了20个范畴,如表2所示。

Table 2. Initial concepts and categories

表2. 初始概念与范畴

范畴化	初始概念
A1 旅游动机	a1 放松身心; a2 增进人际关系; a3 增长见识; a4 充实生活
A2 内在特征	a5 身体条件; a6 心理状态; a7 旅游意愿
A3 外部条件	a8 空闲时间; a9 可支配收入
A4 数字素养	a10 手机功能应用; a11 旅游信息的解读; a12 旅游信息的处理; a13 线上支付; a14 数字安全意识; a15 数字学习意愿
A5 景观要素	a16 自然景观; a17 人文景观
A6 关系要素	a18 主客关系; a19 同伴关系; a20 同行游客关系; a21 服务关系
A7 活动要素	a22 生活必须型活动; a23 参与体验型活动
.....

4.2. 主轴式编码

主轴式编码的主要目的在于,根据范畴的内涵与属性,通过一定的因果关系、类属关系和功能关系等对独立的范畴进行归类,从而发现不同范畴之间潜在关系,并进一步提炼出主范畴。经过编码分析,本研究将20个范畴归纳为5个主范畴,分别是:老年旅游者特征、情感客体要素、信息互动行为、旅游需求评价、情感体验。各主范畴与下位范畴的逻辑关系及范畴内涵如表3所示。

Table 3. Spindle encoding result
表 3. 主轴编码结果

主范畴	范畴化	范畴内涵
AA1 老年旅游者特征	A1 旅游动机; A2 内在特征; A3 外部条件; A4 数字素养	老年旅游者的特征属性由内在特征、外部条件、旅游动机和数字素养组成。
AA2 情感客体要素	A5 景观要素; A6 关系要素; A7 活动要素	情感客体要素是指能引发老年旅游者情感波动的客观存在。
AA3 信息互动行为	A8 信息生产; A9 信息搜索与获取; A10 信息交流与共享; A11 信息处理与协作; A12 信息创作	信息互动是指老年旅游者与数字信息发生交互的过程, 包含信息搜寻、信息处理、信息生产、信息共享等行为。
AA4 旅游需求评价	A13 生理需求; A14 社交需求; A15 工具需求; A16 审美需求; A17 认知需求; A18 自我实现需求	老年旅游者基于不同的旅游需求进行内在评价过程, 并判断其满足程度。
AA5 情感体验	A19 积极情感; A20 消极情感	情感体验是旅游者在旅游全程中对客观事物是否满足自己需要而产生的态度体验。

4.3. 选择式编码

选择式编码是指在理论饱和的基础上, 根据主范畴的基本涵义, 不断进行分析归纳, 进一步挖掘各个范畴之间的关系, 识别出其中存在的典型关系结构, 发展故事线, 串联起各个范畴, 并提炼核心范畴。

前文通过开放式编码和主轴式编码提取出 5 个主范畴。本研究的核心范畴为“数字素养对老年旅游者情感体验的影响机制”, 其中老年旅游者特征与情感客体要素是老年旅游者情感体验的影响因素, 信息互动行为是两者发生持续互动过程中的类别之一, 而情感体验作为互动结果, 由旅游需求评价决定。

以此为基础, 本研究的故事线可以表述为: 在主观的旅游动机、内在特征、数字素养和客观的外部条件影响下, 老年旅游者与涵盖景观要素、关系要素和活动要素的情感客体发生互动, 而基于数字素养五个维度的能力差异, 老年旅游者与客体要素中的数字信息交互的过程会产生不同类别的信息行为, 他们依据生理、社交、工具、审美、认知和自我实现等旅游需求作为主观认知的评价标准, 判断其互动内容是否满足个体需求以及满足程度如何, 进而产生不同维度与强度的情感体验。这一互动结果又重塑着情感的主体与客体, 以旅游者特征和客体要素的形式重新成为影响情感体验的因素, 参与到新的互动过程中, 进而持续发挥作用。

根据上述故事线, 绘制了数字素养对老年旅游者情感体验的影响机制图, 如图 1 所示。

4.4. 理论饱和度检验

通过对访谈样本进行编码, 发现并没有出现新的均未发现新的范畴类属, 也没有发现范畴不符的情况。所以, 可以认为本次研究形成的理论模型在一定程度上是饱和的。

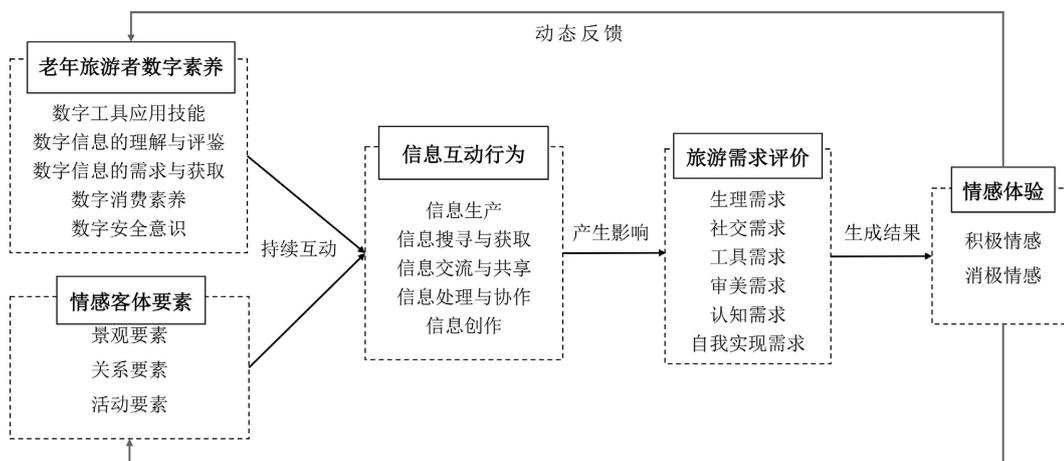


Figure 1. The influence mechanism of digital literacy on the senior tourists emotional experience
图 1. 数字素养对老年旅游者情感体验的影响机制

5. 结论与展望

本文在扎根理论分析的基础上,对研究资料进行开放式编码、主轴式编码和选择性编码,并通过与以往研究不断比较,得出如下结论。

1) 老年旅游者的数字素养涵盖五个维度,分别为数字工具应用技能、数字信息的理解与评鉴、数字信息的需求与获取、数字消费素养与数字安全意识。在不同数字素养水平之间存在显著差异,其中低数字素养的老年人在数字信息的理解与评鉴、数字信息的需求与获取两个维度较为薄弱。

2) 数字信息交互通过旅游需求评价对老年旅游者情感体验产生影响。在完整的旅游过程中,老年旅游者依据生理、社交、工具、审美、认知和自我实现等旅游需求作为主观认知的评价标准,判断其互动内容是否满足个体需求以及满足程度如何,进而产生不同维度与强度的情感体验。

3) 信息互动行为助力老年旅游者实现“老有所享”新模式。老年旅游者通过交流、生产、搜寻、处理、协作、创作等一系列迭代式的信息互动行为,享受旅游情境下的数字红利,促进从“老有所学”到“老有所享”的数字融入。

根据以上研究结果,本文提出以下建议。

1) 提升老年数字素养,亟待社会各界持续关注。政府应完善老年人使用智能服务的政策,设立督查机制,定期评估,同时也可借鉴国际经验,推动老年数字融入。企业应开发老年友好型数字应用程序或平台,做到界面简洁、字体清晰、操作简化,并且可以提供人工直连热线服务,深入满足老年群体的多元数字需求。社区需联合多方力量,通过教学课堂等形式促进老年数字教育,提升社会融入度。家庭层面则应通过“数字反哺”增进代际交流,减轻老年人在网络空间的孤独感。

2) 深挖老年旅游市场,打造多元化与个性化文旅产品。旅游企业应当有针对性地设计老年旅游路线和内容,推出个性化、多元化的定制产品,满足不同的需求,例如为高数字素养的老年人提供自由度更高的单体产品、打卡式旅游攻略和意见领袖营销等形式;为低数字素养的老年人提供兼具舒适度与性价比的一站式服务型产品。

3) 重视老年用户需求,把握数字服务适老化改造提升要点。旅游目的地要做到在基础设施、配套服务等方面优化细节,平衡数字化与人性化之间的比重,在文旅场所可以设立老年咨询点,开辟绿色通道,由工作人员、志愿者等及时为老年人提供数字技术的支持与讲解,旅游景点在数字化改造的同时,也应加强人本关怀,保留线下购票渠道,简化线上预约流程。文旅部门应主动携手老龄委及相关机构,

共同推进旅游适老化产品的政策规划与实施, 充分调研老年旅游者在工具、社交、认知等方面的需求, 促进文旅产业与智慧养老领域的深度融合。

本文尚存在一定的不足之处。首先, 本文的研究方法较为单一, 扎根理论分析可能存在研究者的主观涉入和解读偏差, 后续研究可以引入如情感多样性等定量指标丰富实证研究。其次, 考虑到研究样本存在地区局限性, 本模型与结论的适用性有待商榷。关于旅游互动行为、旅游需求的认知评价与情感体验的关系可以在未来进行进一步的深入探讨。

参考文献

- [1] 汪群龙, 洪琴, 刘春, 等. 中国老年人旅游体验对其幸福感的影响: 代际互动的中介作用[J]. 社会科学家, 2023(4): 46-54, 81.
- [2] Gilster, P. (1997) Digital Literacy. Wiley, 25-48.
- [3] UNESCO (2011) Digital Literacy in Education. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002144/214485e.pdf>
- [4] 吴大伟, 赵宇翔. 银发出游助力老有所乐: 积极老龄化视域下老年人旅游信息行为的探索性研究[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2022, 24(6): 146-158.
- [5] 罗强强, 郑莉娟, 郭文山, 等. “银发族”的数字化生存: 数字素养对老年人数字获得感的影响机制[J]. 图书馆论坛, 2023, 43(5): 130-139.
- [6] Hosany, S. and Gilbert, D. (2009) Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49, 513-526. <https://doi.org/10.1177/0047287509349267>
- [7] 邹本涛. 旅游情感体验的内容分析[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010, 32(9): 21-27.
- [8] 邱林, 郑雪, 王雁飞. 积极情感消极情感量表(PANAS)的修订[J]. 应用心理学, 2008, 14(3): 249-254, 268.
- [9] Moal-Ulvoas, G. (2017) Positive Emotions and Spirituality in Older Travelers. *Annals of Tourism Research*, 66, 151-158. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.020>
- [10] 高夏丽. 老年旅游的发生机制及旅游体验的意义建构——基于活动理论的视角[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2020, 37(3): 116-123.
- [11] Wang, Q., Hung, K. and Liu, C. (2023) Tourist Experience and Well-Being of Chinese Elderly Tourists through Inter-generational Interaction with Their Adult Children. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 57, 18-28. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.08.016>
- [12] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. 教育研究与实验, 1999(4): 58-63, 73.