

虚拟旅游产生的社会学原因分析与思考

■ 吴光锡 厦门大学管理学院

中图分类号: C91

文献标识: A

文章编号: 1006-7833(2009) 01-141-02

摘要 目前,随着电脑技术的发展,虚拟旅游在不断深化且越来越受到社会大众的欢迎。本文主要侧重于互联网上虚拟旅游现象,阐述其产生的社会文化原因,并提出笔者对于当今虚拟旅游现象的若干社会学意义上的思考。

关键词 虚拟旅游 现实旅游 社会原因 现象思考

一、虚拟旅游现象

在进行论文写作之前,笔者通过百度搜索引擎查找“虚拟旅游”一词,找到相关网页约 213,000 篇。数量之多足以说明当今虚拟旅游现象发展的快速以及丰富。

美国专门从事民众与互联网研究机构 Pew Internet American life 日前发表的一份调查报告结果显示,在当前美国所有的互联网用户当中,45%的成年美国网民曾在网上有过虚拟旅游的经历。

尽管大多数网络活动都是年轻人的天下,但年龄稍大些的用户更喜欢参加虚拟旅游活动。他们旅游的目的地包括博物馆、大学校园、公园等。据 Pew Internet and American Life Project 称,52%的年龄在 40-49 岁之间的互联网用户参与了虚拟旅游活动,年龄在 40-49 岁之间的互联网用户中的这一比例为 37%。城市和受教育程度较高的互联网用户也更喜欢参加虚拟旅游。虚拟旅游包括照片、视频或 360 度相机,许多拥有高速连接的用户可以很好地享受虚拟旅游带来的乐趣。Pew Internet and American Life Project 的主管雷尼称,调查表明高速连接在日益增长,虚拟旅游网站也在不断地改进。

虚拟旅游是新兴的文化创意产业,是现代旅游产业链中重要的一环。以目前最著名的虚拟世界——一个被称为“第二生命”的网站(www.seconddlife.com)为例,这个虚拟世界是由位于旧金山的林登实验室于 2003 年开发的,目前已经吸引了 460 万个会员。网络游客在登陆这个网站之后可以下载相关的软件和程序,然后注册,并设计好自己在网络上的化身,这样就可以在该网站提供的拥有 1000 多个景点的虚拟世界中旅游,很多景点都非常漂亮,你可以在那里尽情冲浪,在夏威夷看日落,到埃及去参加舞会,再到都柏林购物。

二、虚拟旅游的涵义

上文所提及的网上旅游现象是一种虚拟旅游的现象。相比与现实世界的旅游,虚拟旅游有狭义和广义之分,狭义的虚拟旅游是指通过互联网或其他设备在虚拟三维景观中漫游和虚拟景观的浏览;广义的虚拟旅游是从与现实旅游相对的角度,不仅指在三维虚拟景观中漫游、与旅游景观要素交互,还包括通过虚拟社区平台与其他参与者交互,借助旅游电子商务购买旅游纪念品等,在虚拟世界中获取现实世界旅游体验。本文所论述的相关虚拟旅

游的内容主要为狭义概念的虚拟旅游。

三、虚拟旅游产生的社会文化原因

1. 现实旅游需求的不尽满足及存在的缺陷

旅游的两个先决条件便是要有闲暇的时间和充足的金钱。当然,旅游者自身及其周遭环境也是影响因素。因此,一次旅游的成行往往要受到各种社会、文化、经济的宏观和微观条件如个人可自由支配收入、闲暇时间、身体状况、文化自信、工作性质以及空间距离、旅游地的安全状况、汇率、旅游地文化社会环境等因素的影响。因此,尽管旅游早已被现代人所接受,旅游对于每天重复相同工作、走同样步调的现代人来说是相当迷人和富有吸引力,但并不是每一个人都能满足现代旅游那么多“苛刻”的条件而使“逃避”日常生活世界的愿望和梦想能够实现。

另一方面,现代化的大众旅游有时并不能给异常疲惫的现代人带来任何的轻松休闲的感受。其一,正如韦伯对理性的铁笼的批判,揭示了现代社会合理化过程的非人性。在里兹尔看来,休闲本来是对日常事物过度合理化的逃避,然而,现在,这些逃避的途径也被合理化了,成为了现代资本的附庸。团队旅游最能说明休闲和旅游的合理化。因为,团队旅游按照合理化、可计算性和高效率的原则,让人们以一种受严格控制的方式在旅行途中高效地看到一系列的景点,像麦当劳快餐店的经营方式:“快吃,快走”,吃完就走,麦当劳化的旅游方针是:“快看,快走”,看完就走。随团出游的人们被旅游巴士高效地从一个景点运到另一个景点,人们发现自己处在一个巨大的传输带上,不能确定自己耳闻目睹的东西,人们跟着导游穿行在各个景点之间,按照分配给每个景点的时间和既定的路线一路游览下去,一切都是可计算、按部就班的。游客是走马观花,不能充分体验到旅游的自由性、自主性,完全没了休闲的感觉。其二,在更多的情况下,旅途中的旅游者其实一点也不轻松,旅游者要经历各种折磨,如机场长时间排队的等候、旅游地的拥挤、航班的延误、长途奔波之苦以及旅途和旅游地可能出现的各种危险、旅游者与旅游供给者或旅游地居民产生的摩擦等,当旅游者最终抵达旅游景点时,旅途的劳累以及情绪的低落使旅游者不再有心去享受和体验旅游的美好和异地风情,美好的旅游成为一个艰苦奔波的行程,旅游中完成的是经历而不是体验。

因此,伴随计算机网络技术的发展而出现的虚拟旅游不仅使更多的繁忙劳累的现代人得以旅游,而且能更轻松自在的旅游,能克服旅途中的各种困苦以使游客全身心地投入到异地风情的体验中,而身心得以调节并获得美好难忘的享受。

2. 现代虚拟旅游提供的旅游优势条件

现代条件下,真正意义上的旅游同休闲具有同等的社会意义

和功能,起到社会整合的作用——使疲惫的现代人获得恢复和休养生息的机会,不同的是相对休闲——看电视、玩游戏、做运动等是在居家中完成的,旅游则是在异地的环境中完成休闲活动,自然异地性和异地环境也为休闲添加了其另外的色彩。而虚拟旅游则是介于居家休闲和旅游之间的休闲愉悦活动,它不仅能使主体获得比其他形式的居家休闲如看电视、打扑克等更好的沉浸性和愉悦感,还可使主体体验到异地旅游的快乐。更重要的是它能弥补旅游的异地性、高消费性带来的不足,使更多地人享受到旅游的愉悦,给人们休闲旅游带来一场新的革命。

首先,虚拟旅游具有较强的自主性和交互性。虚拟旅游能够使旅游者摆脱跟团旅游及大众旅游的麦当劳化现象、避免由于疲于奔波而完全失去旅游休闲的自由性、自主性和创造性的乐趣,虚拟旅游者完全可以做到“我选择我喜欢”,在众多的旅游线路、旅游目的地中选择符合自身兴趣的,在目的地随意停留而不必在导游的指挥下从一个点赶往下一点,同时虚拟旅游者还可以采用多种交互手段与虚拟旅游中的物体、事件相互作用或交流信息。比如去虚拟园林参观,在欣赏园林的同时,还可以根据自己的癖好来随时修改。可以与其他虚拟主体就旅游生活或旅游感想进行交互,还可以不同符号身份出现在旅游场景及与他人的交互。虚拟旅游中旅游者获得更大的自我认同、自由和自主。

其次,虚拟旅游具有更强的便利性。虚拟旅游者不必再为获得各种通行证而苦恼,因为虚拟旅游不需要护照、签证、机票等传统现实旅游所必需的证件而最多只需注册一个网上ID;旅游者不需要乘坐交通工具在客源地与目的地以及目的地景点间奔波,免除准点乘坐交通工具的担忧及辛劳、旅途的劳累和车船延误而带来的不必要的麻烦;虚拟旅游者在旅游地和旅游景点时符号的在场和现身,因此可以避免旅游地的拥挤以及因拥挤而带给景观欣赏带来的不便,可以不用担心发生事故而危及人身安全及因旅游地的政治风险、文化社会冲突或者因对旅游区自然生态环境造成破坏而不能欣赏到的景观,如去阿富汗、索马里、伊拉克这些国家旅游和自然保护区的核心保护区。

第三,虚拟旅游的超时空性及经济性显著。虚拟旅游能够将过去、现在、未来、微观、宏观、客观、主观以及幻想世界等拥有的物体和发生的事件单独呈现或进行有机组合,并可随时随地提供给旅游者;完成虚拟旅游并不需要现实旅游那样具备完整的时间,工作休息的片刻时间都可以去心仪的旅游地神游一番而有一种心旷神怡感觉。此外,虚拟旅游不需庞大的消费,电脑桌前就可游遍世界,许多因费用而无法进行旅游的人可获得旅游机会,使旅游真正的大众化。

通过虚拟旅游不仅能够避免现实团队旅游的程式化的模式,还能避免现实旅途带给人的各种不适以及因身体状况、收入状况以及文化自信不足、闲暇时间不完整等原因给旅游带来的障碍,使更多的人享受到自由自在的旅游带给人类的乐趣与人性的关怀。

四、对虚拟旅游现象的社会学思考

尽管上文在阐述虚拟旅游产生的社会文化条件时提出了虚拟旅游相对于现实旅游的种种优势,但是,笔者对于虚拟旅游还是存在有不信任的方面。

1. 虚拟旅游并不是严格意义上的旅游活动

首先,异地性是旅游的突出特征之一,而虚拟旅游则没有发

生客观上的空间位移;其次,二者在客体的形态上存在根本的差异,旅游活动中,旅游环境是客观存在的现实环境,而虚拟旅游提供的则是一个虚拟的环境。所以,严格的说,虚拟旅游的参与者也不是真正意义上的旅游者,但他们有成为旅游者的潜力和可能性。

2. 虚拟旅游疏远了人与自然、人与人之间的距离

显然,虚拟旅游会减少人们走出房间、亲近自然的机会。虚拟旅游系统里的自然环境只是真实自然的符号化显现,数字化的自然风情其实并不是自然本身,而是人类创造的技术环境。从事虚拟,旅游空间局限于室内、工具仅仅是电脑网络,在无形中进一步减少了当代人接触大自然的机会,进一步造成人们心里上的空虚。

现实旅游本来起着社会整合的作用,特别是团队旅游、结伴旅游等为人际的交往提供更多的机会如共同克服旅途中的困境、牵手走过险滩甚至是简单的语言交流等,这都能深化彼此的了解,融合人际间的情感,缓解单一个体的孤独感,而虚拟旅游则会疏远人们之间心灵的距离,增加彼此间的陌生感。

3. 虚拟旅游体验的庸俗化和肤浅化

在虚拟旅游中,旅游体验完全庸俗化了。旅游者茶余饭后坐在电脑桌前就可轻易便捷地浏览异地景观和异地风情,现实旅游体验的丰富性对虚拟旅游者来说,只化为异地风情的体验,没了一个过程,而只有结果,旅游的深度消失而平面化了,现实旅游的乐趣、旅途中的感受和心境在虚拟旅游中成为奢望,虚拟旅游俨然就是在消费文化快餐,现实旅游的神圣性、仪式性与虚拟旅游无缘。旅游往往是一种较高的身份以及生活品味的象征。因此,在很多情况下,虚拟旅游还是一种做作的“旅游”。因为人们甚至是出于炫耀的原因而进行虚拟旅游,将从中获得的旅游信息组合、包装成自己的旅游经历而传播给周遭的人,从而满足自己的虚荣心和光荣感。

虚拟旅游往往是一种“预想”中的旅游。由软体设计者设计出旅游者的游览路线、景区、景点,甚至景物。旅游者只能按部就班,参观游览的也只是已设计的事物。虚拟旅游中,获取旅游地信息的便利性和旅游者符号的出场,使旅游者完全不需担心异地不可知性所预示的潜在的风险,同时也消除因不可知而产生的神秘性及旅游者的心理张力,旅游结果是可预知的,旅游者不再会因新的发现而惊喜,旅游过程变得平淡无奇,旅游只剩下旅游,有经历而没体验。

参考文献:

- [1]余汝艺.虚拟旅游及其发展研究.河南大学.2008.
- [2]江辉仙,林广发.基于因特网的虚拟旅游应用探讨.东南大学学报(哲学社会科学版).2005.7(增刊):216-219.
- [3]何兰萍.大众旅游的社会学批判.社会.2002.10.
- [4]查爱苹.虚拟现实在旅游景区中的应用研究.社会科学家.2005(4):116-119.
- [5]范业正.客观地认识虚拟现实旅游.旅游学刊.2007.22(5):6-7.
- [6]肖洪根.对旅游社会学理论体系研究的认识——兼评国外旅游社会学研究动态(上).旅游学刊.2001.16(6):16-26.
- [7]裘伟廷.虚拟旅游的喜与忧.旅游科学.1999(3):9-13.