

引用格式: 张建荣, 赵振斌, 张天然. 基于“场论”的游客不文明行为表达——以八达岭长城刻画为例[J]. 资源科学, 2017, 39(7): 1291-1302. [Zhang J R, Zhao Z B, Zhang T R. Tourist behavior and expression based on field theory: graffiti on the badaling section of Great Wall of China[J]. *Resources Science*, 2017, 39(7): 1291-1302.] DOI: 10.18402/resci.2017.07.07

基于“场论”的游客不文明行为表达 ——以八达岭长城刻画为例

张建荣^{1,2}, 赵振斌¹, 张天然¹

(1. 陕西师范大学地理科学与旅游学院, 西安 710119; 2. 山西大学商务学院管理学院, 太原 030031)

摘要: 勒温“场论”指出人的行为是个体要素与其周围环境相互作用形成心理场的结果。游客在长城上刻画这种典型的不文明行为, 也必然与个体要素和环境要素有着深层次的联系。立足“刻画是一种表达”的观点, 研究发现: 当个体需求与环境要素之间存在不和谐, 游客对长城意义的认知并不完整时, 便产生了刻画意义超越保护意义的心理场, 从而依存情感原则以不文明行为呈现于公众面前, 所以“心理场”意义失衡是不文明行为产生的根本动力系统。深入探究游客的表达诉求和旅游环境, 发挥游客个体要素能动性和环境对个体的正向影响力, 构筑参与型组织管理形态使不文明行为得到消解, 必将为开发和保护旅游景观资源提供新途径。

关键词: 场论; 游客; 不文明行为; 刻画; 表达; 心理场; 长城

DOI: 10.18402/resci.2017.07.07

1 引言

游客不文明行为往往对景观资源、环境、其他游客, 甚至自身造成不良影响或无法挽回的损失, 是旅游资源开发与保护中无法绕开的话题, 近年来更是一直备受关注^[1]。20世纪80年代, Pearce、Malcolm Crick等主要从社会心理学和经济学角度探讨了旅游不文明行为的维度和产生的原因^[2,3]; 随后, Lepak等、王敬武、Dolnicar、余建辉等依成本收益理论指出游客不文明行为涉及到利益权衡^[4-7]; Douglas、Gustafson依据迪尔凯姆的行为失范认知与控制管理理论分析指出内在准则更加重要^[8,9]; Wang、王寿鹏等、Sandve、孙九霞从人类社会学角度探讨不文明旅游行为背后的情感与道德伦理发展以及规范和负责任旅游教育等^[10-13]。

无论从哪一个理论视角或层次对游客不文明行为进行分析, 都涉及到勒温“场论”中行为内在主观和外在环境客观的双重特征^[14]。勒温援引爱因斯

坦对物理学“场”的定义, 指出人的行为发生于个体与其周围环境相互作用形成的心理场中。勒温用公式 $B=f(P,E)$ 表示个人与其环境的交互关系, 其中 $B(Behavior)$ 指行为; $P(Person)$ 指个体要素; $E(Environment)$ 指环境要素; $f(function)$ 是函数。 P 包含了需要、欲望、意图等内部刺激, E 是外在自然和社会构成的环境, $P-E$ 相互作用形成“心理场”, 它不仅包括知觉到的环境, 还与认知到的意义有密切关系, 在此基础上最终引发正向或负向行为。勒温以“心理场”来探究一个人为什么在某个时间和空间之内, 表现出一种特殊的行为, 以及这一行为反映了什么样的个体和环境, 并遵循了格式塔心理学的原则, 即重视整体互动情境, 强调其中任何一部分的变化都必将引起其他部分的变化, 都必然与整体有关。勒温还将“场论”思想延伸而提出群体动力, 指出在群体中, 只要有别人在场或有别人曾经在场, 一个人的思想行为就同他单独一个人时有所

收稿日期: 2016-10-17; 修订日期: 2017-05-04

基金项目: 国家自然科学基金项目(41571174); 国家旅游局研究型人才培养项目(WMYC20151065)。

作者简介: 张建荣, 女, 山西定襄人, 博士生, 研究方向为旅游开发与规划。E-mail: 4568118@qq.com

通讯作者: 赵振斌, E-mail: zhaozhib@snnu.edu.cn

不同^[15]。“场论”不管在创立之时,还是在当代都有着举足轻重的地位,被当成一种分析和处理问题的方法^[16],毫无疑问,“场论”也可以被用来探讨游客不文明行为。从勒温“场论”来分析,游客行为受自身以及所处客观环境的影响,反映了游客的需要、情感、态度、价值观等,也反映了游客所处的社会文化环境、景区管理环境和客观刺激情景因素等^[17]。国内很多学者已经就旅游不文明行为产生的原因进行了非常丰富的阐述,有的更倾向于个体自我,有的更倾向于外在环境,在自我与环境形成的心理场中得到呈现(图1)。

游客“刻画”是众多旅游地普遍存在的一种不文明现象,更是一种古老的行为,古罗马的废墟、中美洲的玛雅遗址、元谋人与山顶洞人时期的岩洞内都可以看到刻画的痕迹。但目前专门针对游客刻画的研究还不多,主要有学者李宏等将刻画归为一种旅游不文明行为,与其他不文明旅游现象产生的原因有共性,并指出游客刻画有积极和消极两方面的意义,刻画能够记录资料并派生历史价值,但是也会破坏文物且形成游览视觉污染^[30];Imuris Valle等明确提到刻画是一种“表达(Expression)”,与个体身份标签和价值观有一定的联系^[31];Toby A 基于社会秩序价值来定义刻画,也指出刻画和行为失范有联系,涉及公民价值的表达^[32];高舜礼提到景区刻画一方面是个人的小节不检点,另一方面是游客或国民素质问题^[33];Haworth等及Megler等都对城市刻画进

行时空分析,而且都提到刻画行为中的破窗理论^[34,35]。Meglera等还应用了地理信息志愿者参与的方法,进行空间密度分布、人口特征等分析,从客观环境角度预测哪些地方更容易被刻画^[35];石强等通过对张家界国家森林公园树木刻画现象的研究,立足客观环境提出在游道两侧种植一些树皮较粗糙的树木,在树干基部竖立一些围栏增加游客与树木之间的距离^[36];晋秀龙等从芜湖赭山风景区植物上的刻画时间和空间分布特征来解释行为对环境的影响^[37]。

虽然众多学者在研究旅游不文明行为或游客刻画之时,都不同程度地具有勒温“场论”的内涵特征,但是,还很少明确以勒温“场论”作为基础线索,使得游客行为中的个体及其周围环境变量没有得到“心理场”的检视。本文以勒温的“场论”为理论基础,选取非常典型的长城刻画为研究对象,结合游客不文明行为和刻画相关研究成果,了解刻画本身所表现出的表达欲望^[38]和公共空间的私人表达等特殊性质^[39],通过刻画所呈现的内容和时空特点,探寻游客不文明行为背后所反映的个体需求和其外在环境,力求能够使旅游不文明行为“场论”中的影响要素更加具体化、丰富化,从而分析在长城上刻画这一负向行为产生的“心理场”。由此思考游客行为特征,对探讨文物景观资源开发与保护途径,以及相关理论延伸和实际应用都有一定的积极意义,以期为例地旅游资源保护提供参考,也期望能在梳理旅游价值观^[40]、规范旅游行为秩序以及创新旅

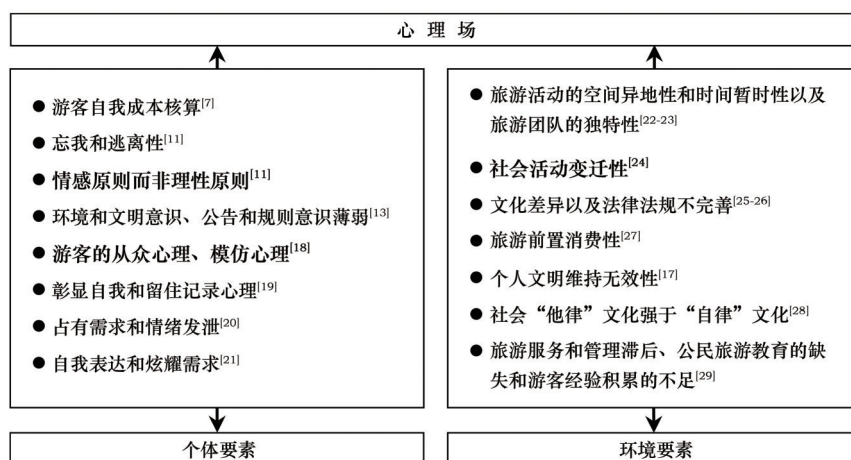


图1 旅游不文明行为研究中“心理场”的体现

Figure 1 The embodiment of “psychological filed” in the research of tourists uncivilized behavior

2017年7月

游产品、有效开发旅游资源、优化景区经营管理等方面提供新的分析视角。

2 研究过程和结果

2.1 研究过程

八达岭长城是万里长城的组成部分,是第一批国家级文物保护单位,是“国家5A级风景区”、“全国文明风景旅游区示范点”、“世界文化遗产地”,它拥有如此盛誉的光环,却仍然无法阻挡那些随意刻画的游客,一直遭遇着严重的“毁容”,已经引起很多媒体和相关单位的高度重视。城墙上刻痕累累,甚至有人在“保护文物、请勿刻画”的警示牌上胡写乱画,这些现象难免引人痛心与深思。2015年10月20日和24日,调研小组一行6人分别选取八达岭长城主要游览区北1号楼至北12号楼,南1号楼至南7号楼(见图2),对所有能够得着的有刻画的地方进行拍摄,共获得4120张照片,最终整理其中可用或可识别的照片共3291张。首先对所有拍摄的照片按照所处楼号位置进行录入处理,但凡能辨识的刻画内容,全部以文字或符号编码录入Excel中,在录入的首列标明照片编号,内容有独特之处用红

色凸显,刻画工具或痕迹明显不同于其他的也在其中标注说明,不可识别的内容用问号进行了替代。初次录入数据完成之后,进行数据二次调整处理,为了后期统计一致便利,将没有标出省份但能确定省份的地名加注了省份标识,对以两位数作为年份记录的数据,统一修正成四位数的年份标识。

然后,应用Picdata在线词云分析系统进行词频统计,能够直观呈现长城所刻画的文字内容数量。将不同楼号的Excel数据分别导入NVivo软件中,利用NVivo11的查询统计功能,首先进行时间和地域的查询,并将最终结果按照楼号位置再导入Excel中,利用Excel的统计图表功能,直观列出相关数据。最后梳理游客刻画的内容、时间、空间位置和形式,立足勒温“场论”观点,结合“刻画即是一种表达”^[29-33]的论述,分别从个体要素与环境要素两个方面深化勒温“场论”公式 $B=f(P,E)$ 中的 P 和 E 的具体指代,探讨长城刻画这样的不文明行为出自什么样的需求、欲望或意图?个体要素与环境要素产生了怎样的相互作用?形成什么样的“心理场”导致了在长城上刻画的负向行为?



图2 八达岭长城城楼分布

Figure 2 The location of gate towers in Badaling Greatwall

注:此图根据百度旅游中的地图整理。

2.2 研究结果

2.2.1 刻画内容

从录入内容和词云统计可以看出(如图3,字体越大表示词出现的频率越高),刻画内容中主要有地名、姓名、“到此一游”、“妈妈”、“留念”等,出现最高的地名频次的是河南、山东、四川等。还有些内容虽然出现频次不高,但很有代表性,如表示来自哪个单位的“某某部队”、“北京大学”、“澳门濠江中学”、“重庆毡厂”、“魔鬼劲舞团”等;还有“某某登长城”、“某某到此一游”的记录,表达爱情的桃心或语句如“我爱你”、“I Love You”、“情定长城”、“百年好合”、“永远在一起”等;“不到长城非好汉”、“万里长城万里长”“人生苦短-山高水长”、其他诗词的抒发;表达思念的如“爷爷,我们怀念你”、“登长城忆亲人”;有的刻画中还明确指出了“一家”、“团队”、“夫妻”或“兄弟”等;还有的留下qq号码交友,用手印脚印以及其他不易辨识的符号进行的表达。

2.2.2 刻画内容的时空特征

不少刻画中标出了刻画的年月时间,截至调研日2015年10月24日,2015年的刻画标记已经达到63次,比2014年的44次和2013年的31次都要高。但1960年之前的很少或已经不容易辨认,为此,从1960年算起,就能够辨识并标有具体年份的刻画内容来看,20世纪70年代的刻画最多,其次是2000年左右(图4)。其中南1-4楼和北1-4楼之间的70年代刻画最为严重,而2000年之后,北8-12楼的刻画

最为严重(图5)。

从能辨识的刻画统计可以发现,标识为山东、河南、四川、山西、河北等地方的次数最多(图6)。从数据录入的过程来看,还有明确写出的老挝、缅甸地名,此外,还有韩文、英文、俄文、泰文等,一定程度上代表了地方符号,尤其是韩文,出现的次数达到了98次。

刻画内容中的时空都有一定的集聚性,都集中在南1-4楼和北1-4楼,关于刻画行为本身的时间演变趋势、刻画内容中的刻画者所属行政区域分布,以及刻画行为在不同城楼的外显状态,将会在后面表达的环境与变迁中做更深层次探讨。

2.2.3 刻画的位置与形式

(1)位置。刻画位置以城墙墙面和墙顶为主,大部分位于身体胳膊容易够得着的位置,但是也有部分专门刻画在外墙或一般难以够及的高处,还

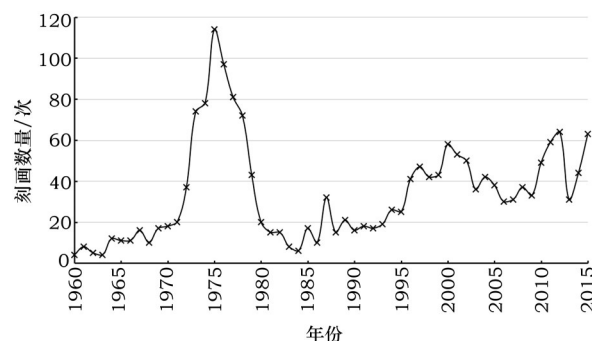


图4 可识别年份的刻画数量

Figure 4 Frequencies of graffiti with identifiable years



图3 刻画内容的词云

Figure 3 Word cloud of graffiti contents

2017年7月

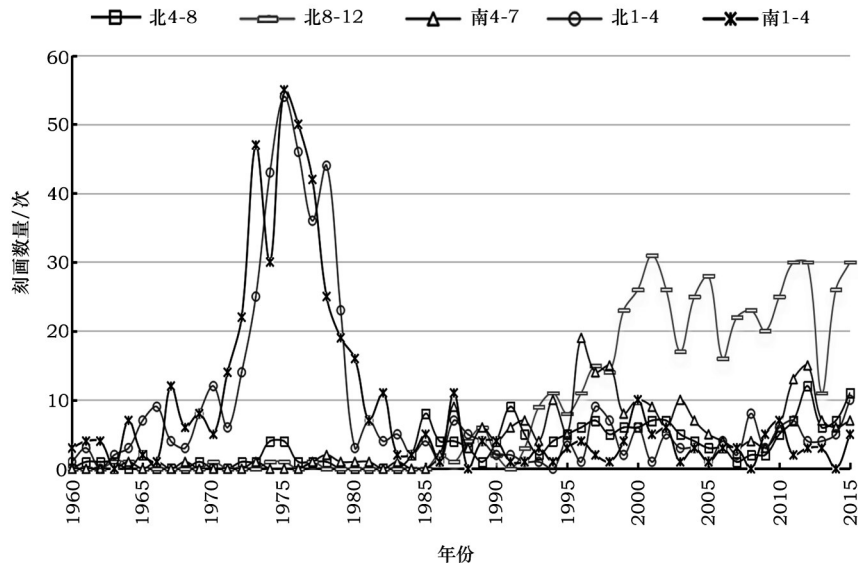


图5 不同城楼段可识别年份的刻画数量

Figure 5 Frequencies of graffiti with identifiable years in different gate tower sections

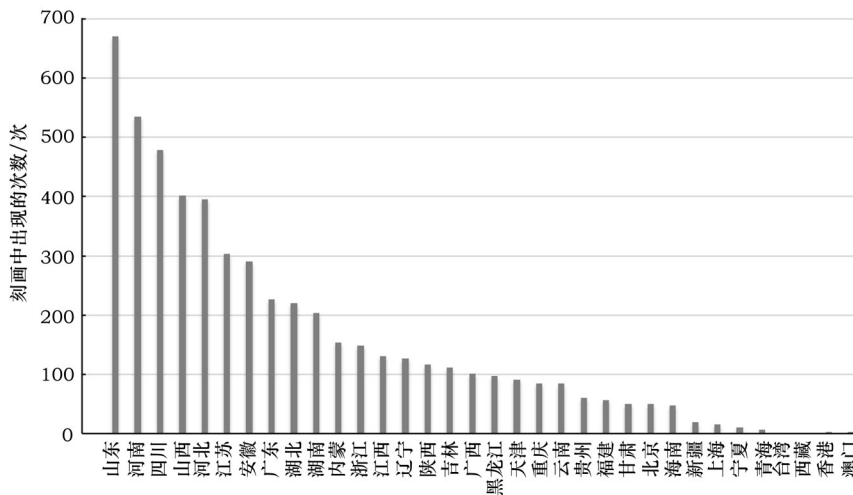


图6 相关省市在刻画中出现的次数

Figure 6 Frequencies of related provinces and cities in graffiti

有的直接刻在地上。刻画基本都是方便书写的次序,从左到右,先写来自哪里再写名字最后写日期,表现一种基本的书写习惯。虽然《长城保护条例》自2006年12月1日起实施并强调长城上刻画将被判违法,但依然还有人就在“保护文物、请勿刻画”的警示牌上乱写乱刻(图7)。

(2)形式。早期的刻画相对较深,后期一些不再是刻写,而是用颜料笔涂写,刻画的工具在逐渐发生变化。此外从刻画形式和内容可以看出,在相

邻的位置,形式和内容上具有一致性。要么都是“名字+时间”的形式,要么会都是“地方+名字+时间”,刻有“某某夫妇”的地方也往往出现其他“夫妇”。此外,还有些人会在长城上连续刻画,同样的名字和笔法,会在不同的位置出现,重叠刻画现象更是比比皆是(图7)。

3 结果分析

3.1 游客的表达——“场论”之个体要素

一般认为,刻画缘起于人类充斥于内心的各式



图7 部分刻画的位置与形式

Figure 7 The position and form of partial graffiti

各样的、有意识或无意识的表达欲望^[41]。人类本身就具有通过符号刻画进行文化宣示的特性和内在需求^[18],不仅中华民族有,其他民族也有,所以在长城上也出现了不同国家和民族的刻画。刻画内容中主要强调我是谁?来自哪里?何时来过?有什么情绪或心境?用名字和时间、空间来定位自己,甚至在长城不同的位置连续刻画自己的名字,这种人类感觉万事万物的先验框架是基本宇宙观的显现^[42],也说明了人类的符号表达主题中最突出的是跟他们生命有直接联系和意义的事物^[18],也是人类试图拥有“现在”而通达永恒的身份象征证据性留存^[43],进而也是个体期望持续占有的表达。游客刻画的行为和内容从一定程度上昭示了这样一次旅游是什么样的,获得什么样的感受与体验,旅游活动如何对游客产生影响,产生了什么样的影响,不得不说“刻画”是旅游过程中产生的表达行为。“饥者歌其食,劳者歌其事”,人们在通过一番努力登上长城之时,些许忘我和忘乎环境的自我认可从心底油然而生,便以不同的刻画方式表达出来。由刻画内容的分析可以看出,游客不文明行为包含了复杂的个体主观要素,但表达是其中不容忽略的重要部分,表达既是一种需要,也是欲望和意图,包含于勒温“场论”的个体要素中,因此,可以很明确地说,“场论”公式 $B=f(P,E)$ 中的 P 在一定程度上可以用“表达”作为具体的指代。如果用“表达”(Expresssion)的英文开头两字母“EX”来表示的话,公式 $B=f(P,E)$ 即可以转化为公式 $B=f(EX,E)$ 。而且,从研究内容中可以看出,表达的内涵层次多样,

涉及个体自我身份、所处时空、生命与生活态度^[44]、情感情绪和自我认可,也就是说 EX 可以用函数 $EX=f(\text{身份、时空、态度、情感、情绪、自我})$ 进行表示。但是,无论个体游客当时的内心深处想要表达什么,以在文物上刻画这样不当的方式展现,最终必然形成个体与环境交互作用的不和谐。

3.2 表达的环境与变迁——“场论”之环境要素

游客刻画与特定的环境存在联系^[45]。从刻画的严重程度来看,尤以南一楼至南四楼为甚,也正说明勒温“场论”中物理环境(南1-4楼紧邻入口处)和社会环境(南1-4楼开放相对更早)共同形塑着刻画行为的外显状态。此外,在容易够得着便于书写的位置和在不容易被其他人企及的位置则相对刻画密集,择便利之位置进行刻画,符合人自身活动范围所处的空间结构形态,是自我特征(人的手臂书写所能够及的范围)和人文环境特征(不容易被其他人够及)相互影响的结果。刻与写虽然都是刻画的形成,但是刻与写需要不同的工具,工具多来自随身携带物件。有没有工具来实施刻画行为,要刻画成什么样子,不仅仅有文字书写的演变,更有随身携带物件(刻画工具)的更新。从研究数据中可以发现,近些年来,深痕迹的硬物刻画相对变少,而逐渐出现了白板笔等独特的书写工具;此外,表达的内容也随时代发展产生新的特征,QQ号码与心形表达符号映入视觉,情感表达更直白,还出现了中英文混合的现象,并且有韩文、俄文等外国文字,某种意义上昭示着景区的国际化程度,以及社会环境和社会价值观(文化环境)的演变。

长城刻画在一定程度上还反映了景区发展变化和其他外在环境,是勒温“场论”中环境要素的验证^[15]。1971年,八达岭长城成立旅游管理处,1972年1月,登八达岭长城开始收费,美国和日本领导人于同年分别登上长城,1981年成立八达岭特区办事处,逐渐加强对长城的保护和管理,2000年前后,长城游客量呈现级数增长。从目前统计来看,长城刻画的年份集中在20世纪70年代和2000年以后,这与长城的开放化发展、保护管理政策以及游客数量变化具有一致性,刻画内容中的地方又与省份人口基数、长城近地缘具有相对一致性,但是否完全受此影响不得确定。这些也正说明了刻画式表达乃

2017年7月

是一种以空间的形式表现出来的时空统一体,发生在特定的情境空间中,并且有着一定的时间脉络和时代规范^[29],从之前对刻画行为的无视或无言的包容,到长城开始设立“保护文物、请勿刻画”的警示牌,景区管理环境已经发生很大的变化。由表达的环境和变迁分析可以看出,勒温“场论” $B=f(P,E)$ 中的 E 是函数 f (物理环境、社会环境、文化环境、景区管理环境)的合集。

3.3 表达的群体互动——“场论”之群体动力

长城上的刻画是过去某一时刻所真真实实留下的痕迹,记录着文字与标记,更记录着游客群体行为。在相邻位置或同一片区的刻画内容与形式有一致性,无不透露着大众行为的从众与模仿,从而引发“破窗效应”(一面墙,如果出现一些涂鸦没有被清洗掉,很快的,墙上就布满了乱七八糟、不堪入目的东西;一条人行道有些许纸屑,不久后就会有更多垃圾,最终人们会视若理所当然地将垃圾顺手丢弃在地上)和“马太效应”(环境中的不良现象如果被放任存在,会诱使人们仿效,甚至变本加厉,好的愈好,坏的愈坏)行为,前人刻画则后人刻画,他人刻画则自我刻画,使刻画的形成和加剧变为一种群体互动行为,“场论”引申的群体动力在此得到印证。此外,长城在群体表达的需求情境中,成为一个公共场所和空间沟通交流的平台,游客除了在此表达自我之外,还表达自己对某人某物的情感,甚至赋予其社交化功能,如写下“爷爷,我们思念你”、“虹,我爱你”,还有人刻下自己的QQ号码征友。群体刻画的痕迹着染多重形式、内容和不同民族的文字,具有刻画场所的公共性和刻画行为的集体性,但长城作为公共空间被群体刻画互动所占用时,又必然受空间范围和个体识别的限制,为此,有的游客选择在别人刻画过的地方重叠刻画,尤其在开放较早且游客较多的区域,重叠刻画相当突出,一方面是因为旧有刻画在逐步风化淡去,另一方面是游客选择在缝隙处或在旧有刻画痕迹不太明显的地方添加自己的新内容,在空间受限的刻画平台上与群体有条件共存。还有的将自己的留言以特殊的符号或刻画形式凸显出来,表明个人在视觉识别占有方面的心态,更有游客在自己的刻画四周画上边框,以标记出或暗示占有的范围,圈定公众空

间的私密表达,在公共领域求得私人的占领和归属(刻上自己的名字本身也是一种占有),通过一定的排斥性与他人区别开来。由以上现象可分析出,游客刻画行为的群体性与个体性是共存的,既有个体与群体疏离的一面,随自己所愿选择刻画位置和内容形式,也有对群体行为的认同接纳或致跟从效仿。于是 EX 函数还应纳入占有、被识别(自我的一种)和群体互动,成为 $EX=f(\text{身份、时空、态度、情感、情绪、自我、占有、互动})$,与此同时,刻画的不文明行为具有个体与群体的重叠性,个体有群体互动的需求,群体行为既是个体行为的集合,又反过来影响个体行为,此时,群体行为结果转化成勒温“场论”中的环境要素,函数 $E=f(\text{物理环境、社会环境、文化环境、景区管理环境、群体行为})$ 不仅仅解释了群体动力下行为与环境之间的相互作用,还表明行为结果与环境之间能够形成一种转换。

3.4 表达的响应与对象——“场论”之行为特征

游客的刻画日积月累沉淀出一种符号形态视觉文化,甚至被迫纳入长城景观的构成内容,承载着不同人群的观点与主张^[46],既有对给定情境或之前表达内容的回应^[47],也有固定接收者或鸣示某人的指向^[48]。比如,刻画内容“好汉张三游长城”是对毛主席诗词“不到长城非好汉”表达的回应,还明示这种修辞指向自我。表达的形式有语言符号,也有图画符号,除了自我炫耀类,还有指向他人或双重对象指向的如“娟,爱你一万年”,“伟♥丽,爱情永恒”,用时间意义来响应历史悠久、宏伟壮观的长城景观,由此而知,表达涵盖着对象响应的需求,而且互动也不局限于群体互动,还包括与另外一物或人或事的互动,与亲人的互动或与长城这一地方的互动,为了和群体互动相区分,就以对象响应作为概括,则 $EX=f(\text{身份、时空、态度、情感、情绪、自我、占有、互动、响应})$,加入了响应的内容,且互动自身的内涵也更加丰富。另一方面,游客曾经的行为结果成为今日的情境环境,则环境要素的函数可进一步表示为: $E=f(\text{物理环境、社会环境、文化环境、景区管理环境、群体行为、过去行为})$ 是前面所提及“行为与环境转化”的又一次映衬,也是行为历时性和共时性的体现,过去的行为充当着现在行为的环境要素,过去行为又与现在行为共同构成行为结果。

3.5 表达的情景空间意义——“场论”之心理场

在相对制高点北8楼的刻画非常密集,这在一定程度上反映了人在制高点时候有占领空间和彰显自我的特质^[45],也正营造了勒温“场论”中环境要素(比较高的地方)和个人要素(占领、彰显自我)相互作用形成的心理场(高处刻画更能彰显自我和占领空间),从而导致在长城不同位置的刻画行为差异,也即是说明 $B=f(EX,E)$ 中的 EX 与 E 相互作用,但是在二者的函数因子并不完全作用的情况下会出现特定的心理场,当 $EX=f(\text{自我、占有})$,而 $E=f(\text{物理环境})$,最终的结果之一就是在高低不同的位置会有不一样的刻画疏密程度。

游客表达是在特定的情景下的话语,且语言的呈现又要通过特定的媒介^[49]。游客在其他小景点或意义价值不大的地方并不刻画,也显示出长城在人们心目中的意义,长城的伟大和坚固,让人们希望和它一起伟大留存,是这个地方和环境的特殊性引发了内心的感情或情绪,也便是包含在大多数行为表现之下的事实,即游客相关情感的表达与所在环境的规范和特点保持一致^[49]。长城的砖墙因它的特殊历史价值、文化意义以及空间位置,便被游客当作表达的集合体和媒介。正如MacCannell在其经典著作《The Tourist》(1976)中提到的,游客表达的平台是根据其特殊的位置与结构而赋予其意义的情景空间,并且具有时间上的延续性,空间上的连接性和情境中的意义性^[50]。所以,当在长城城墙上刻画所具有的意义已经超出了刻画内容本身所传达的意义,以及游客主观上对文物价值认知不足时,就甚至出现有人毫无规则意识和价值责任感地在“保护文物、请勿刻画”的警示牌上刻画。而就目前的相关报道来看,对刻画行为提出谴责之外,长城也没有严格到真实惩罚的地步,可见游客乃至社会对刻画行为处于怎样的意识层次。由以上分析得知,游客对长城独特意义的认知不完整,意识到它的宏伟壮观与人的连接性,却不曾深刻思考长城需要保护的文物特性,长城的多层面意义在心理场中处于不平衡状态,意义失衡便导致负向行为的产生^[15]。

4 结论与讨论

4.1 研究结论

“表达”是人类固有的^[51],当然也是游客内在的

需求,是勒温“场论”中的个体要素,是不文明行为产生的动因之一。“场论”公式 $B=f(P,E)$ 可以转化为公式 $B=f(EX,E)$ ，“ EX ”指“表达”(Expresssion), E 仍然指Environment。游客在旅游活动中不断寻找表达的方式与空间,满足其自我彰显、身份炫耀、时空占有、情绪发泄、情感抒发、留念记录等需求,在这一过程中体现了群体互动、对象响应、从众心理和模仿效法。因此,表达有许多模式与组合存在,形成所谓的多模态表达^[52],依据研究内容和结果,表达的多模态可概括为:身份(我是谁)、时空(何时、来自哪里、在哪里)、态度(对生命和生活的态度)、情感、情绪、自我(自我彰显、自我认可)、占有、互动(群体互动、社会交往)、对象响应,“表达”的函数可表示为: $EX=f(\text{身份、时空、态度、情感、情绪、自我、占有、互动、响应})$,说明促使不文明行为产生的游客表达,不仅具有群体表达的普遍延展性,还有个体表达的独特纵深性。

游客不文明行为受众多环境因素影响,而且在一定条件下,群体行为和过去行为还会转换成环境要素,既有过去行为对现在行为影响的历时性,也有过去行为与现在行为共同构成刻画结果的共时性,“环境”函数可以表示为: $E=f(\text{物理环境、社会环境、文化环境、景区管理环境、群体行为、过去行为})$,这也说明“表达”的个体要素和环境要素并不单独存在,而是交织发生相互作用。个体要素和环境要素中的某一项都不完全引发不文明行为,就如旅游活动的空间改变或者旅游消费的特点都不足以成为引致不文明行为的根本原因,有些旅游空间和旅游消费反而会提升游客的责任感和文明意识。在旅游空间,游客的行为在很大程度上依从情感原则而不是理性原则^[10],但情感并不是随性而发,它的产生取决于人的认知^[53],人们对环境意义的认知又会影响到心理场的形成^[15]。当游客认为在长城上刻画的意义远超出保护长城的意义之时,便出现了心理场的失衡,偏重于如何在旅游空间表达而忽略了能不能在此表达,从而导致负向的不文明行为。只有当刻画和保护二者意义平衡时,刻画行为才可能得到消减,而只有对长城保护意义的认知超越了刻画意义之时,才有望转向正向行为。

总而言之,不文明行为的产生遵循勒温“场论”

2017年7月

规律,是个体要素和环境要素综合作用的结果,且“心理场”意义的失衡是不文明行为产生的根本动力系统。因此,对游客不文明行为的探究需要立足“心理场”的产生,不仅关注游客个体要素和游客知觉到的环境,还需更进一步分析游客对环境意义的认知,在多维度的要素关系中寻求对于长城认知意义的均衡与正向扭转,才能在实践中更好地解决问题。

4.2 讨论

长城刻画虽然被很多人定为不文明行为,但是长城乃是国家文物保护单位,在长城上刻画还牵扯违法的实质,是否需要从违法的角度审视,是有待深入明晰的一个主旨。无论如何,阻断刻画行为是关键所在,然而,完全禁止刻画比较困难^[34],在旅游失范调整过程中,个体要素会占据主导地位^[54],游客若是没有意识到资源的重要性,甚至不知晓资源是文物或作为文物景观资源的意义所在,还谈何文明保护。但是一个人即使有文明旅游的意识 and 意愿,却在不同的环境下或文明行为为不便利的条件下,也不会再遵守^[55],而且,游客的情感比意识对旅游行为的影响更重要^[56],那么在文物景观资源管理中,就需要特别注重情感的作用,可以通过改变刻画的位置和形式满足表达需求^[34]。为此,旅游地可以结合现代科学技术为游客提供可替代或更优化的表达场所与空间(如电子刻画平台),创新游客表达的方式途径(如应用面部识别技术,作为登长城的留念),并有效利用游客表达形成景观和延续(如可以选取有意思的表达作为展示,在电子刻画平台寻找朋友和亲人曾经的留念),进而提升长城景观价值和作为表达平台的意义。

其次,还要充分发挥环境对个体的正向影响力。以公众的谴责、正式的条例、严格的政策条款、甚至失范惩罚方式为基础,展开标准化、紧密监督化的过程管理和结果控制管理,做好引导、解释和惩罚说明,在示范效应中利用从众心理,结合不文明旅游行为曝光平台,避免破窗效应和马太效应的产生。更重要的是采用相应制度化的旅游伦理教育,通过景区引导、导游宣传、公益广告、社会普法(另外一项调研中发现众多游客对长城是否是文物,破坏文物是否违法,是否应该受到处罚等认知

非常模糊)等多方面改变人的意义认知,将“长城是文物——保护文物的意义”提升到与“在长城上刻画的意义”相均衡的地位,不仅将游客看做被管理者,更要将游客纳入到管理者的体系中,增强游客融入感、责任感和自我约束性^[57],达到“心理场”的改变和正向发展,才能扭转像“保护文物,请勿刻画”标识牌一样无力且禁而不止的局面,才能发挥游客的个体要素能动性,在保护文物和游客服务两个方面都迈出强劲的一步,这也正是勒温参与型组织管理理念之意旨。

致谢:感谢数位匿名审稿专家在论文修改过程中给予的非常有建设性的意见,感谢编辑多次及时且耐心的沟通,感谢冒着严寒共同参与数据采集的褚玉杰、陈诚、任佩瑶、黄越、孟令敏。谢谢你们,所有为此论文最终发表而付出艰辛和努力的同仁们。

参考文献(References):

- [1] 林德荣,刘卫梅. 旅游不文明行为归因分析[J]. 旅游学刊, 2016, 31(8): 8-10. [Lin D R, Liu W M. Attribution analysis of tourists uncivilized behavior[J]. *Tourism Tribune*, 2016, 31(8): 8-10.]
- [2] Pearce P L. Psychological studies of tourist behaviour and experience[J]. *Australian Journal of Psychology*, 1987, 39(2): 173-182.
- [3] Crick M. Representations of international tourism in the social sciences: Sun, sex, sights, savings, and servility[J]. *Annual review of Anthropology*, 2003, 18: 307-344.
- [4] Lepak D P, Snell S A. Examining the human resource architecture: The relationships among human capital, employment, and human resource configurations[J]. *Journal of Management*, 2002, 28(4): 517-543.
- [5] 王敬武. 旅游需要理论的创新与发展[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2004, 19(2): 80-85. [Wang J W. The innovation and development of tourist need theory[J]. *Journal of Beijing Technology & Business University (Social Science)*, 2004, 19(2): 80-85.]
- [6] Dolnicar S, Leisch F. An investigation of tourists' patterns of obligation to protect the environment[J]. *Journal of Travel Research*, 2008, 46(4): 381-391.
- [7] 余建辉,张健华. 基于经济学视角的中国游客不文明行为探因[J]. 华东经济管理, 2009, 23(10): 121-124. [Yu J H, Zhang J H.

- The causes exploring about uncivilized behavior of Chinese tourists from the perspective of economics[J]. *East China Economic Management*, 2009, 23(10): 121-124.]
- [8] Douglas A, Lubbe B A. Identifying value conflicts between stakeholders in corporate travel management by applying the soft value management model: a survey in South Africa[J]. *Tourism Management*, 2006, 27(6): 1130-1140.
- [9] Gustafson P. Control and commitment in corporate travel management[J]. *Research in Transportation Business & Management*, 2013, 9: 21-28.
- [10] Wang N. Rethinking authenticity in tourism experience[J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(2): 349-370.
- [11] 王寿鹏, 高天好. 基于伦理维度的旅游研究综述[J]. 旅游学刊, 2011, 26(4): 20-25. [Wang S P, Gao T H. A review about tourism studies based on the dimension of ethics[J]. *Tourism Tribune*, 2011, 26(4): 20-25.]
- [12] Sandve A, Marnburg E, Qgaard T. The ethical dimension of tourism certification programs[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2014, 36: 73-80.
- [13] 孙九霞. 旅游发展与公民教育的交互作用[J]. 旅游学刊, 2015, 30(10): 16-17. [Sun J X. The interaction between tourism development and civic education[J]. *Tourism Tribune*, 2015, 30(10): 16-17.]
- [14] 刘椰滨. 社会主义和谐社会视域下国内旅游者道德弱化问题研究[D]. 重庆: 重庆师范大学, 2011. [Liu Y B. A Study on the Demoralization of Domestic Tourists in the Perspective of Socialist Harmonious Society[D]. Chongqing: Chongqing Normal University, 2011.]
- [15] 库尔特·勒温(著). 高觉敷(译). 拓扑心理学原理[M]. 北京: 商务印书馆, 2005. [Lewin K (Write). Gao J F (Translate). *Principles of Topological Psychology*[M]. Beijing: The Commercial Press, 2005.]
- [16] 刘宏宇. 勒温的社会心理学理论评述[J]. 社会心理科学, 1998, (1): 57-61. [Liu H Y. A review of Lewin's theory of social psychology[J]. *Science of Social Psychology*, 1998, (1): 57-61.]
- [17] 李敬. 国内游客不文明行为研究述评[J]. 管理科学, 2012, 25(5): 80-85. [Li J. A review of researches on uncivilized behavior of domestic tourists[J]. *Journal of Management*, 2012, 25(5): 80-85.]
- [18] 郑杨, 郑先芳, 朱莎. 基于游客认知的文明旅游传播路径研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2015, 37(7): 26-33. [Zheng Y, Zheng X, Zhu S. On the communication of civilized travel based on tourists' cognition[J]. *Journal of Beijing International Studies University*, 2015, 37(7): 26-33.]
- [19] 常直杨. 中国游客不文明行为分类及宣传教育研究[J]. 商业经济, 2016, (11): 30-31. [Chang Z. Classification of uncivilized behavior of Chinese tourists and the publicity and education[J]. *Business Economy*, 2016, (11): 30-31.]
- [20] 李萌, 何春萍. 游客不文明旅游行为初探[J]. 北京第二外国语学院学报, 2002, 10(1): 26-28. [Li M, He C P. A preliminary study on tourist uncivilized behavior[J]. *Journal of Beijing International Studies University*, 2002, 10(1): 26-28.]
- [21] 王海龙. 视觉人类学[M]. 上海: 上海文艺出版总社, 2001. [Wang H L. *Visual Anthropology*[M]. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing House, 2001.]
- [22] 李涛, 陈芸. 我国游客不文明行为及其管理[J]. 经济管理, 2015, (11): 113-123. [Li T, Chen Y. A research of the Chinese deviant tourist behavior and management[J]. *Economic Management*, 2015, (11): 113-123.]
- [23] 郭鲁芳, 张素. 中国公民出境旅游文明与软实力提升研究[J]. 旅游学刊, 2008, 23(12): 18-22. [Guo L F, Zhang S. A study on outbound tourism ethics of Chinese citizens and "soft power" upgrade[J]. *Tourism Tribune*, 2008, 23(12): 18-22.]
- [24] 王寿鹏. 文化视角下的旅游者不文明行为分析[N]. 中国旅游报, 2011-03-23(11). [Wang S P. An Analysis of the Uncivilized Behavior of Tourists from the Perspective of Culture[N]. *China Tourism News*, 2011-03-23(11).]
- [25] 魏小安, 李劲松. 对国人旅游行为与文明旅游的深层次思考[N]. 中国旅游报, 2006-10-18(13). [Wei X A, Li J S. A Deep Reflection on Chinese Tourists' Behavior and Civilized Tourism[N]. *China Tourism News*, 2006-10-18(13).]
- [26] 昌晶亮, 余洪. 旅游法对游客不文明行为全方位制约探讨[J]. 求索, 2013, (12): 219-220. [Chang J L, Yu H. A study on the comprehensive control of tourists' uncivilized behavior[J]. *Seeker*, 2013, (12): 219-220.]
- [27] 胡华. 中国游客不文明行为归类及归因研究[J]. 生态经济, 2014, 30(7): 116-118. [Hu H. A study on the classification and attribution of Chinese tourists' uncivilized behavior[J]. *Ecological Economy*, 2014, 30(7): 116-118.]
- [28] 邱宏亮. 道德规范与旅游者文明旅游行为意愿-基于TPB的扩展模型[J]. 浙江社会科学, 2016, (3): 96-103. [Qiu H L. Study on the relationship between moral norm and tourists' civilization tourism behavioral intention: an extended theory of planned behavior model[J]. *Zhejiang Social Sciences*, 2016, (3): 96-103.]
- [29] 林育彬. 从勒温“场论”审视景区游客社会公德不文明行为[J]. 辽宁行政学院学报, 2010, 12(8): 155-156. [Lin Y B. A study on the behavior of tourists' social morality from the perspective of Lewin's field theory[J]. *Journal of Liaoning Administration College*, 2010, 12(8): 155-156.]
- [30] 李宏, 赵冰. 游客“涂鸦”及其意义探讨[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2007, 28(2): 81-83. [Li H, Zhao B. Studies on graffiti and its meanings[J]. *Journal of Capital Normal University*, 2007, 28(2): 81-83.]

2017年7月

- [31] Valle I, Weiss E. Participation in the figured world of graffiti[J]. *Teaching and Teacher Education*, 2010, 26(1): 128-135.
- [32] Eyck T A T. Justifying graffiti: Redefining societal codes through orders of worth[J]. *Social Science Journal*, 2016, 53(2): 218-225
- [33] 高舜礼. 景区涂鸦堵与疏[N]. 中国旅游报, 2012-07-23(02). [Gao S L. Blocking and Sparse about Graffiti in Scenic Spots [N]. China Tourism News, 2012-07-23(02).]
- [34] Haworth B, Bruce E, Iveson K. Spatio-temporal analysis of graffiti occurrence in an inner-city urban environment[J]. *Applied Geography*, 2013, 38(1): 53-63.
- [35] Megler V, Banis D, Chang H. Spatial analysis of graffiti in San Francisco[J]. *Applied Geography*, 2014, 54(95): 63-73.
- [36] Shi Q, Li C G, Deng J Y. Assessment of impacts of visitors' activities on vegetation in Zhangjiajie National Forest Park[J]. *Journal of Forestry Research*, 2002, 13(2): 137-140.
- [37] 晋秀龙, 陆林, 巩劫, 等. 芜湖赭山风景区植物游憩刻画研究[J]. 安徽师范大学学报(自然科学版), 2008, 31(4): 386-390. [Jin X L, Lu L, Gong J, et al. Research on the recreational depiction on plants in Zheshan Scenic Area, Wuhu City[J]. *Journal of Anhui Normal University(Natural Science)*, 2008, 31(4): 386-390.]
- [38] 刘家延. 有意味的涂鸦: 对一种视觉形式的解读[D]. 南京: 南京艺术学院, 2011. [Liu J Y. The Means of Graffiti: Interpretation of a visual form[D]. Nanjing: Nanjing Arts University, 2011.]
- [39] 吕虹. “涂鸦”: 公共空间的私人表达[D]. 北京: 北京大学, 2008. [Lv H. Graffiti: Private Expression in Public Space[D]. Beijing: Peking University, 2008.]
- [40] 王寿鹏, 旷婷玥. 从旅游者不文明行为到旅游者道德行为失范-旅游者道德行为连续体模型的构建[J]. 旅游研究, 2011, 3(2): 56-61. [Wang S P, Kuang T Y. From the tourists' uncivilized behavior to tourists' anomie of moral behavior-the construction of tourists' moral behavior continuum model[J]. *Tourism Research*, 2011, 3(2): 56-61.]
- [41] 尼古拉斯·米尔佐夫(著). 倪伟(译). 视觉文化导论[M]. 苏州: 江苏人民出版社, 2006. [Mirzoeff N(Write). Ni W(Translate). An Introduction to Visual Culture[M]. Suzhou: Jiangsu People's Publishing House, 2006.]
- [42] Erjavec A. The pictorial turn[J]. *Nordic Journal of Aesthetics*, 2003, 15: 27-28.
- [43] 龙迪勇. 图像叙事: 空间的时间化[J]. 江西社会科学, 2007, (9): 39-53. [Long D Y. Image narration: space of time[J]. *Jiangxi Social Sciences*, 2007, (9): 39-53.]
- [44] 宁晓萌. 表达与存在: 梅洛-庞蒂现象学研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013. [Ning X M. Expression and Existence: Study of Merleau-Ponty's Phenomenology[M]. Beijing: Peking University Press, 2013.]
- [45] Macdonald N. Making a World of Difference: The Personal Benefits of Subcultural Membership[M]. London: Palgrave Macmillan UK, 2001.
- [46] Edensor T. Tourists at the Taj: Performance and meaning at a symbolic site[J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(1): 239-241.
- [47] Bakhtin M M, Emerson C, Holquist M, et al. Speech genres and other late essays[J]. *South Central Review*, 1986, 5(1): 115-115.
- [48] Kennedy G A. On rhetoric: A theory of civic discourse[J]. *Classical World*, 2006, 13(1): 273-276.
- [49] Hitchcock M. The language of tourism: A sociolinguistic perspective. by Graham M. S. Dann[J]. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 1998, 4(3): 562-563.
- [50] Maccannell D. The ego factor in tourism[J]. *Journal of Consumer Research*, 2002, 29(1): 146-151.
- [51] 樊友猛, 谢彦君. 具身欲求与身体失范: 旅游不文明现象的一种理论解释[J]. 旅游学刊, 2016, 31(8): 4-6. [Fan Y M, Xie Y J. The body desire and body anomie: a theoretical explanation of tourism uncivilized phenomenon[J]. *Tourism Tribune*, 2016, 31(8): 4-6.]
- [52] Jewitt C, Kress G. Multimodal Literacy [M]. New York: Peter Lang, 2003.
- [53] 李晋涛. 情感守恒假说及其认知意义[D]. 太原: 山西大学, 2007. [Li J T. The Hypothesis of Emotion Conservation and Its Cognitive Significance[D]. Taiyuan: Shanxi University, 2007.]
- [54] Dolnicar S, Leisch F. An investigation of tourists' patterns of obligation to protect the environment[J]. *Journal of Travel Research*, 2008, 46(4): 381-391.
- [55] Pearce P L. Tourist Behaviour and the Contemporary World[M]. Bristol: Channel View Publications, 2011.
- [56] 邱宏亮, 吴雪飞, 李镇华, 等. 文明旅游意识对文明旅游行为意向的影响-基于国内游客与出境游客的比较分析[A]. 中国旅游研究院. 2014中国旅游科学年会论文集[C]. 北京: 中国旅游研究院, 2014. [Qiu H L, Wu X F, Li Z H, et al. Impacts of Civilization Tourism Awareness on Civilization Tourism Behavioral Intention: A Comparative Study of Domestic Tourists and Outbound Tourists[A]. China Tourism Academy. Symposium of 2014 Chinese Tourism Science Annual Conference[C]. Beijing: China Tourism Academy, 2014.]
- [57] Wisner K L, Gelenberg A J, Leonard H, et al. Pharmacologic treatment of depression during pregnancy[J]. *Jama*, 1999, 282(13): 1264-1269.

Tourist behavior and expression based on field theory : graffiti on the badaling section of Great Wall of China

ZHANG Jianrong^{1,2}, ZHAO Zhenbin¹, ZHANG Tianran¹

(1. School of Geography and Tourism, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, China;

2. The Faculty of Management, Business College of Shanxi University, Taiyuan 030031, China)

Abstract: Under Lewin's Field Theory, behavior is the result of interactions between individuals and the environment, forming the psychological field. Carving and writing on the Great Wall of China is a typically uncivilized behavior and a hot issue in tourism research. Here, we took 4120 photos of tourist graffiti on the Great Wall of China to discuss this behavior. The behavior and content of graffiti on the Great Wall reflects changes in tourism activity, social interaction and consciousness; it also represents the inner demands of tourists. In the course of travel activities, the Great Wall is given a unique function as expression of space, carrying a variety of emotions, expression behavior, situational space utilization, group interaction and inclusion or exclusion, as well as rhetoric in response to many characteristics. Based on the viewpoint that graffiti is a kind of expression, we found that the psychological field with the meaning of graffiti beyond protection is produced when there is disharmony between individual needs and environmental factors, and tourist ' cognition about the meaning of the Great Wall is not complete. Therefore, uncivilized behavior is shown in public with emotional principles and unbalanced meaning of Field Theory acts as the fundamental driving force. Uncivilized behavior will be digested by researching the express demands and tourism environment of tourists to form participatory management and play a positive influence with individual initiatives and the environment; ultimately it will provide a new way for the development and protection of precious tourism landscape resources.

Key words: field theory; tourists; uncivilized behavior; graffiti; expression; psychological field; Great Wall