

· 女性与社会发展研究 ·

互联网对青年女性旅游行为的影响

——基于河南省的调查分析

蒋美华 李兴珍

(郑州大学 河南 郑州 450001)

摘要: 在网络时代,互联网对青年女性旅游行为既有重要的正面影响,也有不容忽视的负面影响。互联网对青年女性旅游行为的正面影响主要有:互联网信息获取平台的搭建为其理性旅游提供了可能;互联网信息选择的多样化开辟了其理性旅游的新路径;互联网旅游平台的人际互动拓展了其人际交往的领域;互联网先进技术的支持应用带动了旅游现代功能的顺利实现。互联网对青年女性旅游行为的负面影响主要有:互联网带来的旅游安全隐患问题;互联网带来的旅游信任危机问题等。为此,需要进一步强化互联网对青年女性旅游行为的正面影响,以促进女性旅游与互联网发展的良性互动,提升包括青年女性旅游者在内的全体旅游者的旅游生活质量。

关键词: 互联网;青年女性;旅游;影响

中图分类号: C913.68

文献标识码: A

文章编号: 1008-6838(2017)04-0022-07

互联网的快速发展,正逐步形塑着一个全新的数字化、信息化、网络化的社会空间。截至2015年末,我国网民数量达到6.88亿人,互联网的普及率为50.3%,高于2014年同期的47.9%,截至2016年末,我国网民数量达到7.31亿人,与2015年相比增长了6.25%^①。随着女性网民数量的快速增长和大众生活水平的逐步提升,女性旅游行为在互联网的影响下正在进行新的建构。有别于传统社会女性“足不出户”、远离社会、远离旅游休闲的生活处境,网络时代的女性尤其是青年女性正在数字化时代的裹挟下,在倡扬女性平等发展的时代机遇的

推动下,建构着全新的旅游行为方式。

一、相关概念的界定及调查样本的情况

(一) 相关概念的界定

1. 互联网。互联网(Internet),又可以称为因特网、英特网,或者网际网络。互联网始于1969年美国的阿帕网,是网络与网络之间所串连成的庞大网络。这种将计算机网络互相联接在一起的方法可称作“网络互联”,在这个基础上发展出的覆盖全世界的全球性互联网络称为互联网,即互相连接在一起的网络结构^②。目前,随着互联网使用人数的不断增加,我国开始进入了“互联网+”的时代。

收稿日期: 2017-05-04

基金项目: 河南省社科规划项目“网络时代女性旅游生活方式的建构”(项目编号: 2015BSH011); 河南省高校科技创新人才支持计划项目“转型期河南省女性福利获得的社会空间研究”

作者简介: 蒋美华(1971—),女,郑州大学公共管理学院教授,博士,主要从事社会性别与社会发展研究;李兴珍(1990—),女,郑州市荥阳乔楼镇人民政府工作人员。

2. 青年女性。本文是在对河南省进行调查的基础上展开研究的,在此“青年女性”是指“河南省青年女性”,即当前户口所在地为河南省行政区域内的年龄在18~40岁之间的女性群体。

3. 旅游行为。旅游行为是指旅游者在旅游过程中的行为,包括旅游前、旅游中以及旅游后的行为。在本研究中,将旅游行为分为旅游前信息搜索行为、旅游决策行为等;旅游中的消费行为、交际行为等;旅游后的安全体验、满意程度等。本文主要从这几个维度出发来探讨互联网对河南省青年女性旅游行为的影响。

(二) 调查样本的情况

本文主要通过自填问卷法和结构式访谈法对河南省的青年男女进行调查,调查对象涵盖了来自郑州、洛阳、开封等河南省不同地区的青年男女。在此需要说明的是,调查将男性青年也包括了进去,主要是为了在社会性别视角下进行性别的比较研究。本次调查共收到有效样本442份。

1. 调查样本的基本情况。调查样本的基本情况如下:从性别情况来看,女性居多,占64.7%;从年龄情况来看,被调查者中18~25岁的超过半数,占58.8%,其次是26~29岁的,所占比例为20.1%;从文化水平来看,本科生居多,所占比例为36.7%,其次为大专,所占比例为36.4%,研究生及以上者占21.3%;从婚姻状况来看,未婚人数几乎为已婚人数的3倍;从户口情况来看,农村户口占56.3%;从职业情况来看,在校学生占54.5%,其次是事业单位及企业单位员工,分别占13.6%、10.6%;从收入情况来看,由于被调查者中在校学生居多,所以49.5%的被调查者收入在1000元以下,7.5%的被调查者的

收入在1000~2000元,12.7%的被调查者收入在2000~3000元,1.6%的被调查者收入在3000~4000元,6.8%的被调查者的收入在4000~5000元,9.7%的被调查者的收入在5000~10000元;被调查者的网龄均值为4.7年,其中5年以上者占59.4%,3~5年的占20.2%,每天上网时间2~4小时的占38.9%,1小时以内的占6.3%。

2. 被调查者的旅游情况。被调查者的旅游情况基本如下:从旅游频率来看,26.2%的被调查者表示几乎不出门,57.7%的被调查者旅游频率为每年3次以内,11.5%的被调查者旅游频率为每年3~5次,2.5%的被调查者旅游频率为每年5~10次,2.0%的被调查者旅游频率为每年10次以上;从日程选择来看,大部分被调查者选择5日以内出游;从人均年花费来看,花费在3000元以下的占75%;从出游方式来看,2/3的人选择自助旅游;从旅伴和目的来看,一般是选择与父母(27.6%)、朋友(25.8%)和伴侣(21.1%)一起旅游;在旅游目的方面,放松休闲、开拓眼界是主要目的。

调查样本的基本情况和旅游情况为下面进行更深入的分析奠定了良好的基础。

二、互联网对青年女性旅游行为的影响——定量分析

有鉴于互联网时代对大众旅游生活方式的影响,本文提出了基本假设:其一,性别和互联网对大众旅游行为的影响存在显著相关性;其二,互联网和河南省青年女性旅游行为存在显著相关性。定量分析进一步验证了所提出的研究假设。

(一) 定量分析:互联网对不同性别被调查者旅游行为的影响

表1 互联网对不同性别被调查者旅游行为的影响

纬度	具体变量	Sig. 值
对互联网旅游的关注度与性别	手机上是否有旅游类应用软件* 性别	.030
	微博、微信是否关注与旅游相关的自媒体信息* 性别	.033
	是否留意网络上他人发布的旅游信息* 性别	.022

续表

纬度	具体变量	Sig. 值
对互联网旅游信息的态度与性别	旅游前是否会在网络上搜索旅游信息* 性别	.765
	在哪类网站搜寻旅游信息* 性别	.263
	网络提供的旅游信息可信度* 性别	.910
	出游前查询的网上推荐的旅游信息与自己经历的旅游感受的相差程度* 性别	.018
互联网旅游中的分享行为与性别	是否曾将自己的旅游体会在网络上分享* 性别	.642
	会首选哪种渠道分享旅游经历* 性别	.685
	为何将自己的旅游体验上传网络* 性别	.024
互联网旅游中的交友行为与性别	是否加入网络旅游群组* 性别	.019
	通过什么渠道了解到网络旅游群组* 性别	.201
	是否与网络旅游群组中的个人或者群体出游* 性别	.000
	是否与网络旅游群组中的个人形成亲密关系* 性别	.200
互联网旅游中的安全问题与性别	所在网络群组所组织的旅游是否购买保险* 性别	.298
	是否觉得与网络群组中的人一起旅游安全* 性别	.606
	在利用网络进行旅游准备时, 是否有过被骗金钱的经历* 性别	.003
	涉及到金钱被骗问题时, 是如何解决的* 性别	.030

由表1可以看出, 在性别与互联网旅游关注度的相关性检验中, 性别与手机上是否存在与旅游相关的应用软件, 以及是否关注与旅游相关的自媒体信息和是否留意他人发布的信息的 sig 值均小于 0.05, 因此存在显著的相关性; 在性别与对互联网旅游信息的态度的相关性检验中, 性别变量与信息满意度不存在显著相关性; 在性别与互联网旅游中分享行为的相关性检验中, 性别与分享旅游信息目的之间存在显著相关性; 在性别与互联网旅游中的交友行为的相关性检验中, 性别与是否加入旅游类网络群组、是否与群组出游的 Sig 值分别为 0.019 和 0.000, 均小于显著水平 0.05, 因此呈显著相关关系; 在性别与互联网旅游中安全问题的相互性检验中, 性别与是否存在经济被骗问题以及如何处理此类问题, 存在相关性。

(二) 定量分析: 互联网对青年女性旅游行为不同维度的影响

调查数据显示, 互联网对青年女性旅游行为

不同维度有不同的影响, 具体如下。

1. 互联网对青年女性出游方式和安全性的影响。具体见表2。

表2 互联网对青年女性出游方式和安全性的影响

	偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
旅游的频率	10.948	6	1.825	3.459	.003
行程时间	6.004	6	1.001	2.148	.049
您觉得与网络群组中的人一起旅游安全吗	3.168	6	.528	2.494	.023

由表2可见, 互联网对青年女性出游的频率、日程的选择、对旅游类网络群组出游安全性等影响显著。这说明网络使用程度越深, 越经常出游, 越容易选择较长的出游时间, 越觉得与网络群组的人一起出游不安全。

2. 互联网对青年女性旅游信息利用的影响。具体可见表3、表4。

表 3 互联网对青年女性旅游信息利用的影响(1)

		偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
您认为 在您选择旅游时 网络上信息的影响程度是怎样的	组间	5.887	6	0.889	1.658	.000
	组内	160.428	245	.525		

由表 3 可见 ,网络的使用程度与网络对青年女性旅游行为的影响程度呈负相关 ,表明网络使用程度越深的青年女性 ,在旅游中越容易被网络信息所影响。

表 4 互联网对青年女性旅游信息利用的影响(2)

	偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
改变行程	110.985	6	18.935	2.601	.023
查询信息	23.011	6	3.698	.523	.873

表 4 是对被调查者是否会根据网络信息而改变行程及信息查询情况的测量 ,结果表明 ,网络使用程度对因为信息而改变行程的行为有显著影响 ,互联网使用程度越深的青年女性越容易根据网上提供的旅游信息而改变原计划。

3. 互联网对青年女性旅游中交际行为的影响。结果见表 5。

表 5 互联网对青年女性旅游中交际行为的影响

	偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
您在生活中是否留意网络上他人发布的旅游信息	3.343	6	.557	2.287	.036
您是基于何种目的将自己的旅游体验上传到网络上的	63.272	7	9.039	2.266	.029

由表 5 可见 ,互联网使用程度对是否留意别人分享的旅游信息与是否上传旅游信息有显著影响。互联网使用程度越深入的青年女性 ,越关注别人在网上发布的旅游信息。

4. 互联网对青年女性旅游消费行为的影响。结果见表 6 表 7。

表 6 互联网对青年女性旅游消费行为的影响(1)

		偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
您平均每年在旅游上花费多少	组间	53.367	6	8.894	5.074	.000
	组内	443.537	253	1.753		
	总计	496.904	259			

表 6 显示了互联网使用程度对青年女性旅游消费行为的影响情况。从中可见 ,互联网使用程度对于旅游花费有显著影响 ,互联网使用程度越深的青年女性在旅游中的平均花费越多。

表 7 互联网对青年女性旅游消费行为的影响(2)

		偏差平方和	自由度	偏差均方值	F	Sig.
网上支付情况 = E2.1 + E2.2 + E2.3 + E2.4 + E2.5 + E2.6 + E2.7	组间	116.754	6	19.459	2.190	.047
网络旅游产品的正品印象 = E4.1 + E4.2 + E4.3 + E4.4	组间	36.283	6	6.047	2.345	.032
	组内	611.275	237	2.579		
	总计	647.557	243			

表7反映了互联网使用程度与青年女性旅游消费行为的关系。互联网使用程度与网上支付和网上旅游产品的正面评价呈显著相关关系。随着青年女性互联网使用的深入,越来越多的女性对网络旅游产品表示好感,并愿意在线支付网络旅游类产品。

三、互联网对青年女性旅游行为的影响:正面影响与负面影响

网络时代,女性旅游生活方式建构取得了新的进展,但也面临着新的挑战。互联网对青年女性的旅游行为既有正面影响,也有不容忽视的负面影响。

(一) 互联网对青年女性旅游行为的正面影响

调研显示,互联网对青年女性旅游行为的正面影响主要如下:

1. 互联网信息获取平台的搭建为其理性旅游提供了可能。互联网的发展和普及为旅游生活带来了全新的面貌,为包括青年女性在内的旅游者进行理性旅游提供了可能。其一,旅游网络信息的丰富性。政府官网、专业旅游网站以及景区官网等将旅游信息进行分门别类的归纳,为旅游者选择旅游目的地提供了方便。特别是目前出现的旅游网,如携程、驴妈妈等,使得网络旅游产品具有多样化、方便、价格透明等特征,使旅游者在选择旅游产品时可以进行充分的比较,进而有助于其作出理性的选择。其二,旅游网络信息搜索的便捷性。互联网最大的特点就是不受时空限制,使一切信息都可以尽在人们的掌握之中,从而使旅游者通过网络可全面地了解相关信息资源。

2. 互联网信息选择的多样化开辟了青年女性旅游者理性旅游的新路径。其一,被调查的青年女性旅游者大多数会比较关注网络上其他人发布的旅游信息,这些信息会在一定程度上对女性旅游者形成外界刺激,进而激发其旅游动力,有助于提升青年女性旅游者的生活质量。其次,互联网可以为人们提供多样化的信息资源,这可

以确保青年女性在旅游行为操控过程中更加具有主动性、针对性。在旅游过程中,青年女性旅游者可根据互联网的信息而对旅游目的地、具体风景区、旅游路线、出游方式、交通方式、酒店等进行及时关注和改变,从而成就更为科学合理的旅游行为。

3. 互联网旅游平台的人际互动拓展了人际交往的领域。互联网平台上,旅游类的旅游群组为青年女性提供了交际交往的全新平台,青年女性可以在此发布旅游信息,书写旅游体验,从而可加强相互之间的互动,并拓展旅游信息资源。在互联网平台上,在与他人的交往活动中,青年女性旅游者可以接触到拥有不同人生态度和生活方式的人群,促使其重新审视自己的生活方式和生活态度,为更好地适应社会和时代发展的要求构建充实的人生。

4. 互联网先进技术的支持应用带动了旅游现代功能的顺利实现。其一,各种旅游信息在互联网上进行交汇融合,旅游者可以从中选择最佳旅游行为。其二,在线支持和在线产品等的出现彰显了旅游现代化带来的便捷性。各种在线支付方式的出现,使得旅游者的支付行为更加便利;各种在线旅游产品的出现,为青年女性旅游者进行旅游产品的选择和消费提供了便捷的途径;多样化在线地图的出现,使得青年女性旅游者可以更全面地掌握旅游路线,进而了解旅游环境,从而为青年女性旅游者在旅游过程中增强安全感。

(二) 互联网对青年女性旅游行为的负面影响

调查显示,互联网对青年女性旅游行为的负面影响主要如下:

1. 互联网带来的旅游安全隐患问题。互联网带来的旅游安全隐患问题主要包括:人身安全问题、财产安全问题、信息安全问题等。第一,人身安全隐患。随着互联网的出现和不断发展,旅游网络群组作为一种新的群组方式开始出现并得到发展。旅游网络群组是由一群热爱旅游的

人士自发形成的,他们会不定期地举办旅游活动。本次调查显示,被调查者中有约1/3的人加入过旅游网络群组,有大约1/7的旅游者参与过旅游网络群组组织的旅游活动。对于青年女性来说,参加此类旅游活动,在人身安全方面存在着较大的隐患。第二,财产安全隐患。随着近年来在线支付方式的普及,其越来越被包括青年旅游者在内的旅游大众所接受。本次调查显示,约1/5的被调查者在进行互联网旅游支付时,有过金钱被不法分子以不同方式骗取的经历。第三,信息安全隐患。在网上购买旅游产品时,往往需要旅游者填写个人真实信息,包括姓名、身份证号等。由于部分旅游者对自己信息安全的警惕性不够,加之部分旅游网站对旅游者的信息保密工作做得不到位,还存在泄露旅游消费者信息的现象,这不仅容易引起旅游者个人信息遭到泄露和窃取,还会引发财务的无故损失。

2. 互联网带来的旅游的信任危机问题。本次调研显示,3.4%的被调查者认为互联网上所提供的旅游信息非常可靠;3.0%的被调查者对于网络群组内的成员很信任;15.9%的被调查者认为他们所到达的实际旅游目的地与网络所提供的信息基本没有差别。同时,也有1/3的被调查者认为互联网上所提供的旅游信息不可靠;80%的被调查者认为实际景区与网络所提供的旅游信息存在很大差别;96%的被调查者对于网络群组内的成员表示不信任,认为网络群组不安全。以上调研数据充分说明,青年女性在旅游行为中对于互联网信息的信任度较低。互联网带来的旅游信任危机问题需要引起有关部门的关注。

四、强化互联网对青年女性旅游行为正面影响的相关对策建议

由上述可见,“互联网+”旅游的发展模式改变了以往传统的旅游模式,为包括青年女性旅游者在内的全体旅游者带来了全新的旅游休闲方式,但是我们也同时看到了互联网带给青年女性旅游者的双重影响。为此,需要进一步强化互联

网对青年女性旅游行为的正面影响,消除互联网给青年女性旅游者带来的负面影响。笔者认为,应从以下几方面进行努力。

(一) 增强女性安全意识,规范女性的网络行为

互联网时代为旅游带来了新的平台和新的体验。作为青年女性旅游者,为了更有效地提升互联网的使用效度和使用安全度,尤其需要不断提升自身的网络素养,增强网络使用的安全意识,并不断规范自我的网络行为。具体来说,互联网时代,需要青年女性自觉地提升自身的文化水平和使用互联网的技能,为提高自己的旅游休闲生活质量提供便利。在此过程中,青年女性旅游者尤其应该加强安全防范意识,对于网络群组中的陌生人保持警惕,对于网络支付中的问题更要理性对待,防范风险的出现。在此过程中,青年女性旅游者应从自身做起,在网络旅游平台发布和交流真实的旅游信息的过程中,严格规范自己的网络行为,为营造健康有序的网络旅游环境作出积极的贡献。

(二) 加强旅游信息监管工作,搭建“绿色”互联网平台

调查发现,人们对于网络上旅游信息的真实程度大多持怀疑态度,普遍认为网络上的旅游信息可信度不高。为此,亟需加强旅游信息监管工作,搭建“绿色”互联网平台。加强旅游信息监管工作重在保证网络信息的真实性,增强人们对网络信息的认可程度。同时,要加大对包括网络旅游诈骗在内的一系列网络诈骗行为的监管、惩治力度,净化网络旅游空间。

(三) 加强旅游景区建设,优化景区网络运用环境

从前述互联网对青年女性旅游者带来的负面影响可以看到,加强旅游景区建设、优化旅游场域环境已是势在必行。为此,旅游景区应充分利用互联网平台,进行真实信息的传播和推广。可以通过建立微信和微博的景区官方公众号等多渠道地进行旅游信息的宣传,以提高青

年女性对于旅游景区的认知度。同时,还要积极宣传旅游相关安全知识,提高旅游者的安全意识,尽可能地避免互联网旅游带来的负面问题。此外,旅游景区还应进一步完善相关公共设施建设,放置标识牌和标识语,积极提醒游客旅游注意事项,同时增加安全巡视人员,进而把线上安全宣传与线下安全防护有机地结合起来,进一步增强互联网对青年女性旅游行为的正面影响。

(四) 强化网络多元系统的治理,营造健康有序的旅游社会环境

互联网时代,要营造健康合理的旅游社会环境,需要强化网络多元系统的治理。

要整顿目前网络信息环境的无序状态,需要政府、社会等多元主体的共同参与,同时也需要

社会各界媒体的大力监督。只有多管齐下,多元共治,才能营造出健康有序的旅游社会环境。也只有这样,才能充分发挥互联网对青年女性旅游行为的正面影响,促进女性旅游与互联网发展的良性互动,进而提升包括青年女性旅游者在内的全体旅游者的旅游生活质量。

注释:

- ① 参见中国互联网络信息中心: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201601/t20160122_53271.htm。
- ② 参见互联网_百度百科: http://baike.baidu.com/link?url=Bmzx3zhvMmm_xwYQCTI61IpRzSp-1FenvTiNzu-QmitJr3K8xre3HN24Rd0b3HhHqGXV7M3jk9C14q0i0-6P5QeMdbfP6e-joYtCpCe79_3。

The Influence of Internet on Young Women's Travelling Behavior: On the Investigation and Analysis of Situation in Henan Province

JIANG Mei-hua ,LI Xing-zhen

(Zhengzhou University , Zhengzhou 450001 , China)

Abstract: In the Internet era , Internet has not only positive impact on young women's travelling behavior , but also obvious negative impact. The main positive impact includes possibility of rational tourist choice provided by the Internet information platform , new path of rational tourism brought about by information choice on Internet; expanding of interpersonal relationship made possible by the interactive Internet platform , and the realization of modern functions of tourism caused by the application of modern Internet technology. The negative effects of the Internet on young women's travelling behavior are: the security risks and the crisis of trust brought about by the Internet. Therefore , we need to strengthen the positive impact on travelling behaviors of young women , promote the positive interaction between women's tourism and the development of the Internet , and enhance the quality of life of all tourists , including young female tourists.

Key words: Internet; young women; tourism; influence

(责任编辑 鲁玉玲)