



三代同游谁说了算?

——基于计划行为理论中国三代直系家庭的深度访谈

丁娟 杨慧 方荣

摘要:家庭旅游决策是消费者行为研究关注的重要领域。本文对 20 个中国三代直系家庭进行了深度访谈,并基于计划行为理论构建三代直系家庭旅游决策行为的理论框架。研究表明,中国三代直系家庭的旅游决策模式以父代主导,且夫妻共同主导型为主,在旅游决策角色中,父代是发起者、决定者和购买者;在“老一中一青”结构的家庭中,孙代是影响者,祖代是使用者;在“中一青一幼”结构的家庭中,祖代是影响者,孙代是使用者。中国三代直系家庭的旅游决策行为态度、主观规范、感知行为控制共同影响家庭旅游决策行为意向,进而影响家庭旅游决策行为。

关键词:家庭旅游;家庭旅游决策行为;三代直系家庭;计划行为理论

DOI: 10.13734/j.cnki.1000-5315.2024.0404

收稿日期: 2023-03-15

基金项目: 本文系教育部人文社会科学研究项目“人口老龄化背景下我国家庭代际旅游行为研究”(20YJJCZH016)的阶段性研究成果。

作者简介: 丁娟,女,安徽庐江人,安徽大学商学院副教授、硕士生导师,E-mail: Flora_ding@126.com;

杨慧,女,安徽六安人,安徽大学商学院硕士研究生;

方荣,女,安徽六安人,安徽大学商学院硕士研究生。

悠久的家庭同住传统和近现代深刻的社会变迁使得中国家庭代际同住现象普遍存在。按家庭代际层次和代际同住关系可以将中国的家庭结构类型划分为核心家庭(父子两代)、主干家庭(祖孙三代)等。三代直系家庭是主干家庭中的一种家庭类型,指在一个共居关系的家庭中,至少有两代已婚成员的三代家庭结构^①。随着中国生育政策的调整,原有“三口之家”的核心家庭模式将逐渐被打破,家庭规模、家庭结构以及家庭成员的角色将发生巨大的变化,家庭关系变得更为多元和复杂。人口结构、家庭抚育功能的变化以及社会抚幼服务的滞后,致使孙代抚养的压力越来越多地转嫁到祖代身上,因此,组建临时或长期的主干家庭成为一种必要的策略^②。对多期人口普查数据的研究表明,尽管核心家庭已成为主流的家庭模式,但其比重在近些年呈现下降的趋势,而主干家庭的比重略有上升^③。随着旅游逐步深入家庭生活,主干家庭组织三代同游越来越受欢迎。《2018 在线亲子游消费分析》显示,上海、北京、南京等一线城市消费者亲子出游需求旺盛,祖孙三代组合游成为主流^④。

20 世纪中叶,西方家庭现代化理论认为,随着现代化进程的深入,核心家庭会成为最主流的家庭结构,

①李婷、刘涛、刘嘉杰等《三代直系家庭分布影响因素的空间分析——基于 2015 年 1% 人口抽样调查数据》,《人口研究》2020 年第 6 期,第 5 页。

②张帆、吴愈晓《与祖辈同住:当前中国家庭的三代居住安排与青少年的学业表现》,《社会》2020 年第 3 期,第 216 页。

③王跃生《直系家庭户主代位构成和变动分析——以 1982—2010 年中国人口普查数据为基础》,《社会科学》2014 年第 3 期,第 69 页。

④《2018 在线亲子游消费分析:孩子参与决策三代合游成主流》,人民网,2018 年 6 月 1 日发布,2023 年 3 月 10 日访问,<http://travel.people.com.cn/n1/2018/0601/c41570-30028188.html>。

然而中国三代直系家庭的变化趋势与西方家庭现代化理论有一定的差异。现有研究主要集中于核心家庭的旅游决策行为,对中国三代直系家庭的关注较少。因此,本研究从中国三代直系家庭视角探讨家庭旅游决策行为,可以有针对性地解释中国文化背景下的家庭旅游决策行为,对制定有效的家庭旅游市场营销策略具有借鉴意义。此外,计划行为理论常应用于旅游研究领域并加以适当拓展,对决策行为的揭示比理性行为理论更加复杂与深刻。旅游活动涉及诸多要素,旅游者作为行为主体并不能完全掌控这一复杂活动,而且家庭中祖孙三代人的旅游决策行为更为复杂。基于此,本研究以计划行为理论为基础,通过深度访谈数据提炼关键因素,建构中国三代直系家庭的旅游决策行为模型。

一 文献回顾

(一)家庭旅游

随着中国家庭旅游市场从自发成长期逐渐走向培育期,家庭旅游消费市场增长迅速,家庭旅游受到越来越多的关注。虽然国内外学者对家庭旅游还没有明确统一的定义,但从家庭类型和成员构成对家庭旅游进行分类研究的较多。按照家庭类型划分,核心家庭的旅游类型包括伴侣游、亲子游、爸妈游;主干家庭的旅游类型包括祖孙两代出游(隔代游)和祖孙三代出游(大家庭游)。按照成员构成划分,家庭旅游类型包括亲子游、爸妈游、大家庭游、伴侣游等。

现有家庭旅游的相关研究侧重于家庭旅游决策、家庭旅游消费、家庭旅游动机、家庭旅游体验等,以质性研究和定量研究为主。此外,学者们也对家庭旅游的功能和意义也进行了研究,认为家庭旅游的基础功能在于情感联结,促进家庭成员之间的交流互动^①,可以让家庭成员获得较高的亲密感和安全感^②,对家庭互动、关系改进、情感建立、儿童认知等具有促进作用^③。

(二)家庭旅游决策行为

国外学者对家庭旅游决策的研究主要集中在家庭旅游决策阶段(问题识别、信息搜索行为和选择评估、最终决策),家庭成员在决策中的角色和作用(看门人、信息搜索者、影响者、决策者、购买者和使用者)以及家庭旅游决策过程中角色分配的动态性。学者们发现,家庭旅游决策通常是不同家庭成员的共同决策,尽管最终决策者可能是父母,但其决策结果是与其他家庭成员的协商得出的^④。受西方家庭现代化理论的影响,早期的家庭旅游决策行为研究主要关注核心家庭的伴侣游和亲子游且侧重探讨夫妻决策。随着研究的深入,未成年和成年子女在家庭旅游决策中的作用受到了关注^⑤。

由于不同社会文化背景下家庭旅游决策行为具有较大的差异,国外有关家庭旅游决策行为的研究结论不能直接套用于国内家庭旅游决策行为。例如,同样是十几岁的孩子,西方国家的孩子与亚洲国家的孩子在家庭旅游决策中的影响力是不同的,前者对家庭旅游决策的影响相对较大,而后者对家庭旅游决策的影响较小^⑥。与西方文化相比,中国家庭的孩子获得的自主权相对较少,父母对决策拥有更多的控制权,孩子大多数时候是间接参与决策^⑦。此外,中国的家庭结构变化及潜在的文化影响所带来的特殊性也值得关注。中国一直以来都有三代同住的传统且代际交换频繁,中国家庭的老人非常重视通过家庭关系获得安全感和团聚

① Xinran Y. Lehto et al., "Vacation and Family Functioning," *Annals of Tourism Research* 36, no.3 (July 2009): 459-479.

② 白凯、符国群《家庭旅游决策研究的中国化理论视角与分析思路》,《旅游学刊》2011年第12期,第50页。

③ John R. Kelly, Janice R. Kelly, "Multiple Dimensions of Meaning in the Domains of Work, Family, and Leisure," *Journal of Leisure Research* 26, no. 3 (February 1994): 250-274.

④ Fred Bronner, Robert de Hoog, "Agreement and Disagreement in Family Vacation Decision-making," *Tourism Management* 29, no.5 (October 2008): 967-979.

⑤ Wangfei Wang, Liusu Yi, Mao-ying Wu et al., "Examining Chinese Adult Children's Motivations for Traveling with Their Parents," *Tourism Management* 69 (December 2018): 422-433; Bente Heimtun, "Holidays with Aging Parents: Pleasures, Duties and Constraints," *Annals of tourism research* 76 (May 2019): 129-139.

⑥ Dennis R. Howard, Robert Madrigal, "Who Makes the Decision: The Parent or the Child? The Perceived Influence of Parents and Children on the Purchase of Recreation Services," *Journal of Leisure Research* 22, no. 3 (November 1990): 244-258.

⑦ Yi Wang, Mimi Li, "Family Identity Bundles and Holiday Decision Making," *Journal of Travel Research* 60 (June 2021): 486-502.

感,也更愿意听从或依赖子女的决定^①。因此,祖孙三代同游成为中国家庭旅游重要的组成部分,在大多数情况下父代是家庭旅游的决策主导层。

(三)计划行为理论

家庭旅游决策是消费者行为研究关注的重点领域之一。计划行为理论(theory of planned behavior, TPB)常用于预测和解释消费者决策行为的产生,是由美国心理学家 Ajzen 在理性行为理论上发展起来的。该理论提出行为态度、主观规范和感知行为控制三个关键变量,这三个变量通过行为意向的中介作用共同影响实际行为的产生^②。大量实证研究表明,TPB 模型具有良好的解释力,因此国内外学者将该模型应用于旅游决策行为研究,如老年人旅游决策、旅游目的地决策、旅游消费行为意向、家庭旅游行为意向等。三代直系家庭旅游决策是一个复杂的群体决策,每个成员都可能在家庭旅游决策中承担不同的角色并发挥着重要作用,因此研究三代直系家庭旅游决策行为,不仅要考虑旅游决策,还要重视家庭这一关键变量的影响。TPB 模型能通过行为意向预测家庭旅游决策行为的产生并分析影响家庭旅游决策行为的个人和家庭等相关变量,因此本研究运用 TPB 模型来构建中国三代直系家庭旅游决策行为的理论框架。

二 研究设计

(一)研究方法与数据来源

本研究在计划行为理论基础上结合家庭旅游和旅游决策行为的现有研究设计半结构化问题,形成访谈提纲,采用深度访谈法挖掘三代直系家庭旅游决策行为的相关因素;使用 MAXQDA2020 软件把收集到的文本信息进行编码分析,构建三代直系家庭旅游决策行为的理论框架。访谈问题主要针对在家庭旅游决策中的行为态度、主观规范、感知行为控制、旅游决策意向。访谈对象是一起经历过旅游决策行为的三代直系家庭成员。除了面对面访谈之外,由于地理距离、隐私保护等原因,部分受访家庭成员接受了线上、微信、电话访谈,并配合录音。处于幼年的第三代(孙代)和由于身体、工作等原因无法配合完成访谈的第一代(祖代)、第二代(父代)不作单独访谈。

预调研数据收集在 2020 年 1 月 31 日到 2 月 23 日进行,共收集了 8 个家庭(第一批受访家庭)的访谈录音材料(F1—F8)。在预调研结束后,对初步的访谈提纲进行修改完善,寻找第二批受访家庭进行正式访谈。正式调研数据收集在 2021 年 7 月 20 日至 8 月 28 日进行,共收集了 12 个家庭(F9—F20)的访谈记录。将预调研和正式调研相结合,研究小组发现在访谈到十几个家庭之后,鲜有出现差异较大的内容,收集到的访谈信息趋于饱和。遵循理论饱和的原则确定了 20 个家庭中的 47 个受访者^③,并把每个受访者的访谈时间控制在 0.5—1 小时之间。为了提高访谈内容的有效性,在征得被访谈者许可后进行现场录音,访谈结束后及时将音频文件转录成文本资料。对个别乡音很重、吐字不清的录音内容,寻求该录音的受访者将录音内容确认后转录,避免遗漏或错过重要信息,最后收集的访谈记录文本资料共计 266327 字。

(二)范畴提炼和模型建构

本研究使用 MAXQDA2020 软件把随机抽取的 18 个家庭的文本信息进行编码分析。首先在剔除无关概念和提炼重复概念的过程中将初始概念范畴化,形成了 58 个初始概念及对应的 8 个副范畴。随后对副范畴进行主轴编码,通过两两比较和逐步比较,并根据概念层级间的逻辑关系进行归类,得到 4 个主范畴(见表 1)。最后,进行选择性的编码。从主范畴中挖掘核心范畴,并以故事线的形式串起核心主轴,形成现象和脉络条件,构建三代直系家庭旅游决策行为的理论框架。

(三)家庭旅游决策模式与角色分析

中国文化重视家庭义务和家庭关系,家庭成员会尽可能地抑制群体决策冲突,维持和谐的群体关系。随着祖父母寿命的延长,祖孙在一起的时间越来越多,在抚育子代过程中,父代也需要祖代发挥积极的作用,中

^①Wangfei Wang, Liusu Yi, Mao-ying Wu et al., "Examining Chinese Adult Children's Motivations for Traveling with Their Parents," *Tourism Management* 69 (December 2018): 422-433.

^②段文婷、江光荣《计划行为理论述评》,《心理科学进展》2008 年第 2 期,第 315 页。

^③受访者居住地主要为安徽、江苏、山东、重庆、湖北、上海,其家庭旅游目的地为安徽、山东、上海、北京、广东、江苏、浙江、四川、湖北等。

国集体主义文化和代际同住使得三代同游越来越普遍,祖孙三代同游可以让他们一起度过有质量又有趣的时光。以往研究将家庭出游的决策模式分为三种,即丈夫主导型、妻子主导型、夫妻共同主导型^①。通过访谈发现,多数三代直系家庭旅游决策模式为夫妻共同主导型,其次是丈夫主导型,最后是妻子主导型。

表 1 编码过程

原始语句	概念	副范畴	主范畴
意义多着呢,如果我自己能够安排全程的旅行,证明我没有老,思想能跟上新时代,身体也很健康。(F5,李女士母亲)	表达孝道 开阔眼界 证明自己没有老 为孩子树立好榜样	个人意义	行为态度
我想品尝成都的特色美食,而且成都是我喜欢的城市之一,能够和家人一起去我好开心。只要家人在身边就是快乐的,很幸福,满满的安全感。(F18,吴先生女儿)	创造美好回忆 增进理解与包容 增加陪伴与交流时间 家庭氛围更和谐融洽	家庭意义	
父母可能不太关注旅游景点,所以我会提前了解好玩的景点,这样跟父母旅游时可以向他们讲解一下。(F6,戴先生女儿)	协调好时间 明确任务分配 综合分析建议	必要性	主观规范
我平时起得晚,不过父母说出去玩就要尽量去更多的旅游景点,所以我会尽量早睡,跟着大家的旅游节奏挺好的。(F19,潘先生女儿)	满足老人的需求 考虑孩子的偏好 寻找合适的旅游节奏 旅游活动安排有意义	重要性	
爸爸单位会有一些旅游奖励,有时可以带着我们一起。(F1,方先生儿子)	工作奖励 老人身体健康 孩子有寒暑假 家庭经济条件好	促进因素	感知行为控制
我和妻子都是医生,工作很忙,实在没精力来计划旅游的事情。(F7,方先生)	工作忙 时间不协调 旅游消费高 孩子年纪太小	阻碍因素	
出去玩除了带着孩子,也要考虑老公还有他的父母,公婆辛苦大半辈子,带公婆出去玩,我觉得孝顺了,以后就没有什么遗憾。(F12,周女士)	纪念与庆祝 感恩与回报 实现家庭同游的愿望 欣赏祖国各地的风土人情	正向行为意向	行为意向
老人有那种根深蒂固的想法,觉得旅游其实并不是生活的必需品,出去玩太浪费钱了。安排计划的时候,他们会想着为我们省钱,这样子就玩得不怎么开心了。(F4,赵女士)	冲突分歧多 生活习惯差异 约束和限制多 老人节省怕花钱 旅游兴趣点不一样	负向行为意向	

此外,由代际年龄构成可以将中国三代直系家庭分为两类:祖代老年—父代中年—孙代青年(老—中—青)、祖代中年—父代青年—孙代幼年(中—青—幼)^②。再根据消费者购买决策理论,对受访家庭的旅游决策角色进行划分:父代是发起者、决定者和购买者,中年祖代和青年孙代是影响者,老年祖代和幼年孙代是使

^①Roger L. Jenkins, "Family Vacation Decision-Making," *Journal of Travel Research* 16 (April 1978): 2-7.

^②王跃生《三代直系家庭最新变动分析——以 2010 年中国人口普查数据为基础》,《人口研究》2014 年第 1 期,第 52 页。

用者^①。在祖代中年—父代青年—孙代幼年家庭中,由于旅游预算开支主要由父代承担,旅游安排主要由父代规划,而中年祖代能够向下提供较多代际支持,因此父代和中年祖代对家庭旅游的态度较为积极,在家庭旅游决策时发挥的作用也较大;幼年孙代年龄较小,基本不参与家庭旅游决策,只是旅游活动的参与者。因此在“中—青—幼”家庭中,父代是发起者、决定者和购买者,祖代是影响者,孙代是使用者。在祖代老年—父代中年—孙代青年家庭中,父代是旅游预算开支的主要承担者和旅游安排的主要规划者;青年孙代认为旅游是一个学习知识和开阔眼界的机会,愿意积极地提出自己的建议;老年祖代较少参与家庭旅游的商议过程,由父代为老年祖代做更多的考虑。因此在“老—中—青”家庭中,父代是发起者、决定者和购买者,孙代是影响者,祖代是使用者(见表2)。

表2 受访家庭的旅游决策模式与角色

决策模式	受访家庭	代际年龄构成	决策角色			
			祖代	父代	孙代	
父代主导	丈夫主导型	1,6,11,16,19	老—中—青	使用者	决定者、发起者、购买者	影响者
	夫妻共同主导型	2,3,8,10,12,18	老—中—青	使用者	决定者、发起者、购买者	影响者
		4,5,9,13,14,17	中—青—幼	影响者	决定者、发起者、购买者	使用者
	妻子主导型	7,15,20	中—青—幼	影响者	决定者、发起者、购买者	使用者

三 家庭旅游决策行为的模型解释

三代人家庭旅游决策过程需要考虑决策对个人和家庭的意义、其他家庭成员对决策的影响以及决策中存在的促进因素和阻碍因素。为了更清晰地呈现编码分析结果,本研究基于计划行为理论构建出中国三代直系家庭旅游决策行为的理论模型(见图1)。通过模型可以看出,家庭旅游决策行为态度、主观规范和感知行为控制能够影响家庭旅游决策行为意向,进而影响家庭旅游决策行为。

(一)家庭旅游决策行为态度

行为态度指个体对执行某个特定行为喜爱或不喜爱、有利或不利程度的评估或评价^②。家庭旅游决策是一种特殊的群体决策,其行为态度需要从个人和家庭两个角度进行分析。编码结果显示,主范畴行为态度包含个人意义和家庭意义两个副范畴,其中个人意义包含9个概念,家庭意义包含5个概念。

1. 个人意义

家庭旅游可以让家庭中的全部或部分成员暂时离开常住地,置身于曾经向往的地方,在休闲娱乐活动中追寻让人愉悦的身心体验。祖代的家庭旅游决策态度是旅游安排要轻松舒适。“我60岁了,所以要选择一些比较轻松舒适、景色好的地方,空气好,心情也会好,看看各地的风土人情,品尝当地的小吃,反正总归要安排得比较惬意的”(F5,李女士母亲)。另外,老年祖代的回答也反映了他们“不服老”的积极心态,“意义多着呢,如果我自己能够安排全程的旅行,证明我还没有老,思想能跟上新时代,身体也很健康”(F5,李女士母亲)。父代的家庭旅游决策态度是实现身心放松,去更多的地方,看更多新鲜有趣的事物,开阔自己的眼界。“工作压力大,容易失眠,但是做旅游计划时我会有一个愉悦的心情,终于不用待在工作单位了,出去就是一种放松。各地的建筑、美食、美景,这些非常有意思”(F7,方先生)。另外,青年父代在进行家庭旅游决策时十分重视亲身教育,希望在孝顺父母的同时能为子女树立榜样。“和公公婆婆一起旅游过几次,我们的感情更深了,跟自己爸妈一样,以后也没有什么遗憾了。孩子看到我和爸爸对爷爷奶奶很好,给孩子树立了榜样。希望孩子成为一个孝顺、心中有爱的人”(F4,赵女士)。孙代的家庭旅游决策态度是缓解学习压力,获得更多的娱乐时间,增长自己的见识,锻炼自己的胆量,和家人有更多的交流话题。“平时我喜欢呆在家里,但也喜欢旅游,我觉得跟着父母和祖辈一起出去玩,去一些和我居住环境不一样的地方可以放松心情”(F6,戴先生女儿)。“有一次玩漂流,开始我很害怕,但玩的时候又觉得挺开心的”(F3,魏女士女儿)。“做旅游计划时

^①Stephen W. Litvin, Gang Xu, Soo K. Kang, “Spousal Vacation-buying Decision Making Revisited Across Time and Place,” *Journal of Travel Research* 43, no. 2 (November 2004): 193-198.

^②段文婷、江光荣《计划行为理论述评》,《心理科学进展》2008年第2期,第316页。

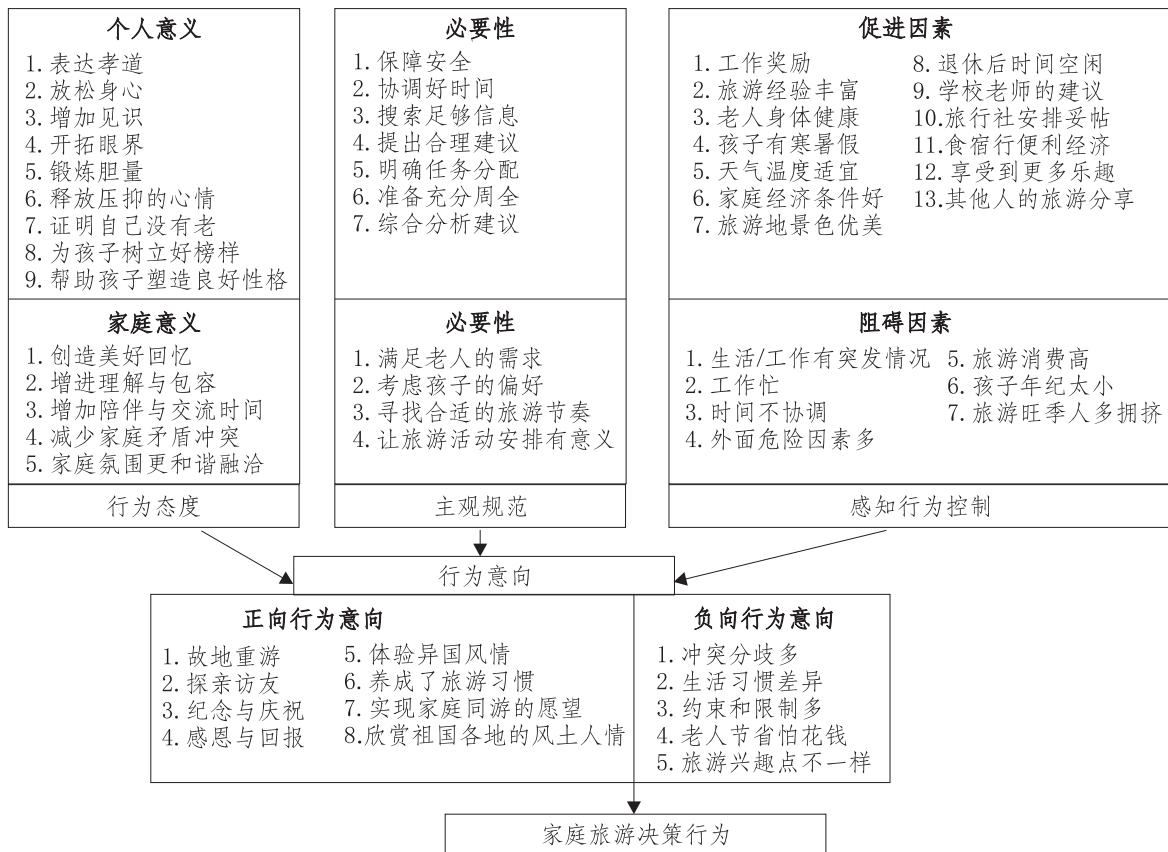


图1 中国三代直系家庭旅游决策行为模型

可以和家人聊聊,他们会跟我讲过去的经历,这样可以少走弯路”(F8,朱先生女儿)。另外,青年孙代的回答体现出他们开始懂得孝道的表达。“感觉爷爷奶奶年纪大了,还没去过远的地方,计划去旅游的时候,就想着一定要带他们去远的地方。算是满足了自己的心愿,有种自豪感”(F14,陶先生女儿)。

2. 家庭意义

中国人非常重视来自家庭的归属感和安全感,在旅游中一家人可以提升亲密感,形成独特的家庭记忆,因此三代人的家庭旅游决策态度主要是为了创造美好回忆。“孩子是生命的延续,和他们一起看祖国的大好河山,这是一种享受,是一件非常有意义的事情,也是留给子女最美好的回忆”(F5,李女士母亲)。“因为记忆有时候会模糊,发到朋友圈里珍藏,即使照片不好看也没有关系,这是一段珍贵的回忆,若干年后翻出来看会很舒服、很开心”(F4,赵女士)。“我们闲暇的时候(比如坐在一起吃饭),可能会回味一下,翻翻照片,回忆一下当时出去玩的心情”(F6,戴先生女儿)。

增强三代人的情感联结构成了父代主导家庭旅游决策的驱动力,而对家人的情感回应则构成了老人、孩子影响家庭旅游决策的驱动力^①。中国家庭的老年祖代、幼年孙代大多是被动地参与与旅行有关的决策,而相对来说,中年祖代和青年孙代更愿意参与家庭旅游决策过程,而且三代人的家庭旅游决策协商过程对增进家人间的理解与包容有着重要的作用。“孩子对我特别孝顺,我和他们开玩笑说,出去玩要把奶奶看好了,别让奶奶走丢了,女儿说会跟好我的,不会丢”(F3,魏女士母亲)。“我把旅途安排得很好,让大家玩开心了,这样以后在生活中我们会更加包容彼此”(F15,张女士)。“平时我不太在意家人的感受,但那次我想去山岳型旅游景区,考虑到外公的身体就没有去”(F1,方先生儿子)。

三代人共同参与家庭旅游决策能够促进家庭成员之间的沟通与交流,增加陪伴家人的时间。“因为出去旅游,不像在家里,你要想得更为细致、周到。出行前的交流可以让我更了解家人”(F2,施女士)。“孩子外

^①符国群、胡家镜、张成虎等《运用扎根理论构建“子代—亲代”家庭旅游过程模型》,《旅游学刊》2021年第2期,第17页。

公要去旅游,我必须跟着去,不然我不放心,也是为了让让他开心”(F1,方先生)。“计划家庭旅游的时候,大家心情非常好,也懂得陪伴和交流的重要”(F8,朱先生女儿)。

三代人家庭旅游决策态度统一会减少家庭矛盾冲突。“儿子儿媳要上班,我在家带孙子,他们说带我去旅游的时候,我真的很开心,生活上的摩擦和冲突也就淡化了”(F7,方先生母亲)。“我们是一家人,偶尔生活中有矛盾是正常的。一起出游会使这种阴霾的氛围降下去”(F4,赵女士)。

此外,三代人在商议旅游活动安排时家庭氛围会更加融洽和谐。“人的情绪是会互相感染的,计划旅游时大家的情绪都非常好,家庭氛围也很融洽”(F2,施女士)。“三代人一起商议的时候会互相迁就,妈妈会带着我们去外婆想去的地方,家庭变得更加和谐”(F3,魏女士女儿)。

(二)家庭旅游决策主观规范

主观规范指个体感知到的执行或不执行某个特定行为的社会压力,反映重要他人或团体对个体行为决策的影响^①。家庭旅游决策需要家庭成员一起商议是否旅游、旅游目的地、出发与返回时间、旅游预算等。在商议过程中,个人决策会受到其他家庭成员的影响,最终商议结果主要围绕着决策的必要性和重要性展开。编码结果显示,主范畴主观规范包含必要性和重要性两个副范畴,其中必要性包含7个概念,重要性包含4个概念。

1.必要性

三代直系家庭是一个复杂的决策单位,每一代的决策都受到其他两代的影响。父代在组织旅游时会更多地考虑保障家人的安全。“三代同游会选择轻松点的娱乐活动,住宿、餐饮等的安全性都要考虑在内”(F2,施女士)。作为中间一代,父代还是连接上下代的桥梁,需要协调好家庭成员的时间。“我提出旅游计划,然后让孩子找时间,看我们的时间能不能协调好”(F5,李女士)。而孙代更注意目的地相关信息的搜集。“父母可能不太关注旅游景点,所以我会提前了解好玩的景点,这样跟父母旅游时可以向他们讲解一下”(F6,戴先生女儿)。在商议过程中家庭成员还要积极表达自己的建议。“出去玩之前会提前一周准备,把自己的想法和意见说出来”(F6,戴先生妻子)。中国家庭的女性一般承担着更多的家庭责任,这体现在旅游前家庭成员意见整理、任务分配和准备上。“一般情况下,行李的整理、孩子的看护都主要由我负责”(F15,张女士)。“出行前会提前做计划,比如订酒店、车票,尽可能安排周全些,这样就不慌不忙了”(F2,施女士)。“每个人都会提一点建议,我会把意见综合一下,分析利弊,最后大家决定”(F15,张女士)。

2.重要性

出于对老年父母的爱和尊重,父代有时会牺牲自己的需求。“上次我们去合肥水上乐园,水上项目价格好贵,女儿自己不玩,让我和孩子去玩,这是我最开心、印象最深的”(F4,赵女士母亲)。在旅游节奏上,父代也会根据老人的作息时间来安排。“要把旅游节奏放慢一点,安排老人合理休息,让他们舒服开心”(F6,戴先生妻子)。然而,在旅游项目的选择上,父代会较多地偏向幼年孙代。“带孩子的话,会去文化馆、历史馆、科技馆之类的”(F5,李女士)。“旅游安排最好有教育意义,能让孩子学到新东西”(F15,张女士)。

(三)家庭旅游决策感知行为控制

感知行为控制指个体对于执行某个特定行为难易程度的感知,反映的是个体对于促进或阻碍执行行为因素的知觉^②。家庭旅游决策是一个复杂、多层次的过程,在决策过程中,家庭成员可以感知到促进和阻碍家庭旅游决策的因素。编码结果显示,主范畴感知行为控制包含促进因素和阻碍因素两个副范畴,其中促进因素包含13个概念,阻碍因素包含7个概念。

1.促进因素

三代直系家庭的旅游决策是一个复杂的过程,许多因素共同影响决策行为,从而促进或抑制最终的决策

①段文婷、江光荣《计划行为理论述评》,《心理科学进展》2008年第2期,第316页。

②Xinran Y. Lehto, Yi-Chin Lin, Yi Chen et al., “Family Vacation Activities and Family Cohesion,” *Journal of Travel & Tourism Marketing* 29 (June 2012):835-850.

结果^①。父代在旅游方面有较多的知识和经验,工作之余偶尔还有带家人出游的福利。“爸爸的旅游经历较丰富,所以计划一般由他提出来。爸爸还会得到一些出游奖励,有时可以带着我们”(F1,方先生儿子)。而不受身体和时间等限制的祖代也更珍惜和孩子们旅游的机会。“考虑到以后年纪越来越大,出行不方便,所以现在能玩就玩。而且我已经退休了,时间比较空闲,也希望孩子能带我出去走走”(F5,李女士母亲)。有假期的父代和孙代也乐意参与到家庭旅游决策中。“女儿是老师,孙子在上幼儿园,所以寒暑假都可以安排出去旅游”(F5,李女士母亲)。

随着人们经济收入和生活质量的提高,有些家庭会选择自驾游或者报旅行团游。“现在条件好了,家里有车,可以安排自驾游,周末在合肥周边玩”(F5,李女士)。“旅游可以报个旅行团,旅行社把我们安排好,非常便利”(F1,方先生)。家庭成员根据食宿行便捷程度和享受到更多乐趣的感知来作出家庭旅游决策。“需要商议的内容都做在一个计划表里,今天去哪里,入住的地方,吃饭的地方便不便捷,离景点远不远,这些都会考虑到”(F5,李女士)。“和家人出去玩,可以享受到很多平常生活里没有的乐趣”(F4,赵女士)。同时,旅游地的天气、温度和景色也影响着家庭旅游决策行为。“气候比较好的时节,我们希望能一起出去玩”(F20,张女士)。“跟父母一起出去的话,更喜欢简单地看风景,比如开春的时候景色比较好,出去玩正合适”(F6,戴先生女儿)。此外,其他人的旅游建议和分享也是家庭旅游决策行为的促进因素,如学校老师的旅游建议、亲戚朋友的旅游分享。“幼儿园老师会有一些教学建议,让我们带孩子去哪些地方玩”(F20,张女士)。“很多亲戚朋友去过新疆,还发了朋友圈分享,感觉景色挺好的,所以就想带家人去”(F1,方先生)。

2. 阻碍因素

家里和工作的突发状况是家庭旅游决策行为的重要阻碍因素。“有时候家里或者工作上临时有事情,就不得不取消旅行计划”(F5,李女士)。而且每一代对家庭旅游决策行为阻碍因素的感知存在着差异。祖代的阻碍因素主要是身体的突发情况。“这段时间母亲觉得身体不舒服,我们原来计划的出游就要取消”(F2,施女士)。父代的阻碍因素相对较多,其中时间、资金是主要的阻碍因素。“我和妻子都是医生,工作很忙,实在没精力来计划旅游的事情”(F7,方先生)。“去年我和妈妈陪奶奶出去玩,爸爸就没有去,因为行程比较贵,资金不够”(F2,施女士女儿)。在做家庭旅游决策时,父代还会担心旅游旺季人多拥挤的问题。“景点的人太多、拥挤得很,买门票、玩项目排队时间太久”(F6,戴先生妻子)。入学后的孙代在家庭旅游决策上也会受到时间限制。“父母要上班,我要上学,父母和我的时间不能协调好”(F1,方先生儿子)。而没有入学的孙代因为年龄太小,没有自主决策和保护自己的能力,出游容易让父母产生更多顾虑。“我确实想过一家三代去迪士尼乐园,等孩子稍微大一点(四五岁的时候)。带小孩的话,在外面害怕他走丢了,有些刺激危险的项目也不能让他玩,害怕出事”(F4,赵女士)。

(四) 家庭旅游决策行为意向

行为意向是指个人对于采取某个特定行为的意愿倾向^②。在通常情况下,行为态度越积极,重要他人或团体的支持越大,感知到的促进因素比阻碍因素强时,正向行为意向就越强,而负向行为意向就越弱。编码结果表明,家庭旅游决策行为意向包含正向行为意向和负向行为意向两个副范畴,其中正向行为意向包含8个概念,负向行为意向包含5个概念,而且这些行为意向大多体现在父代,只有少数体现在祖代和孙代。

1. 正向行为意向

当三代人的旅游决策行为态度越积极,家人对旅游决策的支持越大,且当家庭旅游决策感知行为控制越强时,家庭旅游决策行为意向越大。父代是家庭旅游决策的主导层,他们的正向行为意向所起的作用较大,探亲访友、感恩回报等是父代主要的家庭旅游决策行为意向。“我们有时候会去亲戚家,也顺便旅游了”(F6,戴先生)。“父母在家帮忙带小孩,现在工作安稳了,孩子也长大了,能腾出更多时间,每年我至少带着

^①Marion Karl, Alexander Bauer, W. Brent Ritchie et al., “The Impact of Travel Constraints on Travel Decision-making: A Comparative Approach of Travel Frequencies and Intended travel Participation,” *Journal of Destination Marketing & Management* 18 (December 2020): 1-16.

^②段文婷、江光荣《计划行为理论述评》,《心理科学进展》2008年第2期,第315页。

父母和孩子出去玩一次”(F7,方先生)。中国三代直系家庭的祖代和孙代是家庭旅游决策的影响层,他们的正向行为意向所起的作用是有限的,甚至是不能实现的。“我办好了护照,准备和家人去国外体验异国风情,然而没去成”(F5,李女士母亲)。有些访谈家庭还反映了旅游已经成为一种习惯。“我们家每年要出去玩3—4次,现在已经养成了一种习惯”(F5,李女士母亲)。此外,通过访谈还发现,孙代的正向行为意向比祖代强,实现的概率也较大。“我觉得故地重游挺好,会发现一些之前没有发现的东西”(F3,魏女士女儿)。“考上大学的那个暑假,为了庆祝,我们一家人去北京玩了一趟”(F8,朱先生女儿)。

2. 负向行为意向

父代的访谈回答侧面反映了祖代的负向行为意向较强,这是由代际之间的分歧导致的。“婆婆说夏天逛室外好热,她不喜欢室外,她想去有空调,上厕所、买东西方便的地方。我想带她去草原玩,她觉得草原荒凉没有什么好玩的”(F4,赵女士)。老年祖代的思想较为保守,勤俭节约的习惯在家庭旅游决策上也得到了充分的体现。“计划安排的时候,他们会想着为我们省钱;玩的时候,他们这个不玩那个不玩;他们觉得里面吃的东西太贵,让我们不要买。老人觉得旅游并不是生活的必需品,出去玩太浪费钱了”(F15,张女士)。年轻人的思想较为开放,更喜欢新鲜有趣的事物,在旅游中孙代可能会受到较多的限制和约束,因此孙代的访谈回答体现出负向行为意向。“他们打算七点回酒店休息,但我想继续玩,最后晚上很早就回去了。第二天他们起床早,我却起不来。我也有自己想要去的地方,想要吃的美食。三代人感兴趣的東西不一样,我们不得不迁就着”(F3,魏女士女儿)。

四 信效度检验与理论饱和度检验

(一) 信效度检验

信度检验方面,首先,本研究采用了滚雪球的方式选取访谈对象,选中的第一批访谈对象是与研究团队成员有着直接关系的人员,如家人、同学、朋友等,且彼此互不认识。第一批访谈对象在充分了解本研究的访谈信息之后,推荐满足本研究要求和特征的朋友、家人或同事作为第二批访谈对象。其次,由于本研究是对多代进行访谈,为确保访谈过程顺利,安排研究团队成员访谈与其有直接关系的访谈对象,极大地保证了访谈对象回答的内容与访谈者接收到的信息一致。最后,为保证访谈的客观性,对每个主干家庭中至少两名家庭成员进行访谈,同时对访谈资料进行对比分析验证,提高研究信度。

效度检验采用参与者检验和非参与者检验两种方式。研究者在得到研究结果之后,将编码及结果反馈给访谈对象,从描述效度、解释效度两个方面接受检验。为避免主观臆断,选取2个家庭中的5个访谈对象^①,主要针对访谈对象语言是否曲解、研究节点、研究结论三方面进行检验。另外,邀请研究家庭旅游的教授及研究心理学的教授对本研究的编码过程及结果进行审核。

(二) 理论饱和度检验

数据编码过程中没有新的概念和理论出现,说明该理论已达到理论饱和的状态。本研究从20个家庭随机抽取了18个家庭的访谈记录进行编码分析和理论模型建构,运用另外2个家庭的访谈记录进行理论饱和度检验,结果显示模型中的范畴已经达到饱和,访谈记录中并无新增范畴,模型中主范畴的内部关系和外部影响因素没有出现新的构成因素,因此该模型达到了理论饱和。

五 结论与讨论

(一) 研究结论

由于寿命的延长和家庭代际间移动性的增强,越来越多的祖父母参与到家庭休闲生活中,因此祖孙三代同游成为家庭旅游的重要选择。本研究以中国三代直系家庭为访谈对象,基于计划行为理论构建三代直系家庭旅游决策行为的理论框架,研究结论如下。

其一,中国三代直系家庭的旅游决策模式是父代主导,且夫妻共同主导型居多,父代承担着发起者、决定者和购买者的旅游决策角色。在“老一中一青”家庭中,孙代的旅游决策角色是影响者,而祖代是使用者;在“中一青一幼”家庭中,祖代的旅游决策角色是影响者,而孙代是使用者。家庭旅游决策角色主要受家庭生命

^①老一中一青家庭中的3个访谈对象(F3)、中一青一幼家庭中的2个访谈对象(F4)。

周期、家庭收入与为家庭付出等因素的影响,这一结论符合中国文化背景下家庭旅游的特点。

其二,中国三代直系家庭的旅游决策行为态度、主观规范、感知行为控制共同影响家庭旅游决策行为意向,进而影响家庭旅游决策行为。具体来说,中国三代直系家庭成员的旅游决策行为态度越积极,对家庭旅游决策主导层的支持越大,对家庭旅游决策的促进因素比阻碍因素的感知更强时,家庭旅游决策的正向行为意向就越强,而负向行为意向则越弱。作为决策主导层的父代,其行为意向较大程度地决定了实际家庭旅游决策行为的产生,因此,父代强烈的正向行为意向是三代同游得以实现的关键。

其三,中国三代直系家庭的旅游决策与西方家庭不同。中国三代直系家庭的祖代、父代和孙代之间存在着较为频繁的代际交换和代际互动,越来越多的祖父母想要和子女、孙子女一起度过有质量、有趣的时光,三代人都认为家庭旅游决策行为对个人和家庭有着重要的意义,且每一代成员的旅游决策都是在其他两代成员的影响下作出的。但中国的祖父母参与家庭旅游决策的主动性和积极性相对较低,更愿意听从子女的决定和安排;孙子女的家庭旅游决策更容易受到父代的影响;父代中大部分丈夫是决策主导者,但妻子参与家庭旅游决策的态度通常比丈夫更加积极。

(二)理论贡献和实践启示

中国文化价值观和家庭代际关系具有独特性,现阶段基于中国文化背景下的家庭旅游决策行为研究的理论性和系统性有待加强。本研究拓展了家庭旅游决策行为的研究内容,为家庭旅游行为研究提供了一定的理论参考。同时,本研究具有一定的针对性和现实意义。第一,家庭旅游市场营销要重视父代在家庭旅游决策方面的作用和影响。由于父代在家庭旅游决策中主要考虑自身的放松和解压、对父母的感恩与回报、子女的教育与娱乐,而且父代在决策时主要受到来自于家庭和工作时间方面的限制,因此家庭旅游市场应从健康、孝义、教育的角度开展营销活动,以孙代的旅游偏好和祖代的旅游需求作为旅游产品或服务设计的重点。第二,家庭成员的态度对家庭旅游决策的支持度产生重要的影响。因此,旅游企业需要建设和完善信息服务平台,通过各种媒介平台积极宣传家庭旅游的相关信息,消除人们对于家庭旅游的负面认知,提高人们对家庭旅游的期待和向往。第三,受中国文化价值观的影响,中国家庭的三代人十分重视家庭义务和家庭关系,政府应充分认识到家庭旅游对人民生活幸福感的影响,从而制定和完善相关的政策措施;旅游企业可根据三代人的旅游决策特点以及他们在情感上的不同需求,适当地设计和推出能够增进家庭关系的祖孙三代组合游套餐。

(三)研究局限与未来展望

本研究尚存在三个方面的局限。首先,是研究样本的地域局限性。半数以上的受访家庭来自安徽合肥,虽然资料分析结果具有一定的代表性,但未来研究需要访谈更多来自其他城市且有三代同游经历的中国三代直系家庭加以补充分析。其次,受访家庭的旅游目的地均在国内,未来研究需要增加一些具有国外旅游目的地三代同游经历的中国三代直系家庭。最后,研究方法单一。本研究运用质性研究方法对中国三代直系家庭旅游决策行为进行探索性研究并由此建构理论模型,但未进行大样本数据的量化研究来验证研究结论。未来可以对该模型中的维度和范畴进行概念化,开发测量量表,通过大样本数据实证检验模型确定的各维度间的作用机理,从而深化家庭旅游决策行为的研究。

[责任编辑:钟秋波]