

旅游环境契合度、地方依恋与旅游者亲环境行为

——以武陵源世界遗产地为例

程文谦 王兆峰 陈勤昌¹

(湖南师范大学 旅游学院, 湖南 长沙 410000)

【摘要】: 旅游者的亲环境行为对于旅游地环境保护和可持续发展意义重大, 旅游环境契合度与地方依恋对旅游者亲环境行为有重要影响。基于旅游环境契合度理论, 以世界遗产地武陵源为数据调研地, 通过对正在或曾在武陵源旅游的一千余名游客的问卷调查, 用 AMOS 结构方程模型进行多层次假设检验以及中介效应检验, 以廓清旅游环境契合度对旅游者亲环境行为的影响机制。研究表明: 旅游旅游环境契合度对旅游者亲环境行为的直接影响不显著, 旅游环境契合度正向影响地方依恋, 地方依恋也对亲环境行为有着正向影响, 地方依恋在旅游者-环境契合度与亲环境行为之间起着中介作用。据此给遗产地景区提出管理建议, 引导旅游者的亲环境行为, 促进世界遗产地的环境可持续发展。

【关键词】: 旅游环境契合度 地方依恋 亲环境行为

【中图分类号】: F59 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1004-8227 (2021) 08-1879-11

旅游目的地环境问题的根源在于旅游者与目的地之间的冲突^[1], 部分旅游者不负责任的环境行为会对当地生态环境带来诸多不良影响, 如乱扔垃圾、采摘花草、捕杀珍惜动物等。也有学者指出, 旅游者在旅游过程中是存在自发的亲环境行为及意愿的^[2], 他们会妥善处理在旅游活动中产生的废弃物, 自觉遵守旅游目的地环境行为准则, 甚至会积极劝导其他旅游者的环境失责行为。

世界自然遗产地作为重要的旅游目的地, 其生态环境的保护是首要任务。但随着自然遗产地旅游发展和游客量的增加, 旅游活动对遗产地环境的影响愈加显著。旅游者亲环境行为受到敬畏情绪^[3]、生态旅游涉入^[4]、旅游目的地依恋^[5]、生态伦理^[6]等诸多因素影响, 其中, 地方依恋作为情感地理学的重要组成部分^[7], 为剖析旅游者环境行为提供独特分析视角。当前, 随着旅游供给侧改革的进行, 旅游消费结构呈现优化升级的趋势, 旅游者消费水平提高, 正在从被动的旅游服务消费者转变为积极主动的旅游休闲的体验者, 旅游者与世界遗产地景区的旅游环境契合变得十分重要。

现有研究对于旅游环境契合度的理论研究颇少, 对于旅游环境契合度与地方依恋及环境行为的作用关系及机制的研究更为鲜见, 本研究以世界遗产地武陵源为案例地, 探析旅游者的旅游环境契合度 (Recreationist-EnvironmentFit)、地方依恋 (Palace Attachment) 与亲环境行为 (Pro-environmental Behavior) 之间的作用关系, 以期增进旅游者与遗产地的人地关系契合程度、引导旅游者亲环境行为、指导世界遗产地景区建设运营提供有效参考。

¹作者简介: 程文谦 (1992~), 男, 硕士研究生, 主要研究方向为区域旅游经济. E-mail: 1226361003@qq.com

王兆峰 E-mail: jd-wzf@126.com

基金项目: 国家自然科学基金 (41261032, 41461032)

1 文献回顾

1.1 旅游环境契合度

“契合度”一词最早出现于心理学、行为组织科学领域,强调个人与组织环境之间的契合程度,继而被社会学、管理学等领域广泛采纳^[8],深受社会心理学和人力资源管理研究的关注^[9]。环境契合度被解释为行为个体与依附环境在供需上存在互利共生,以达成稳定平衡局面,即个体具备与所在环境相适配、以及与环境系统存在内在一致性^[10]。伴随着旅游业的纵深发展,Tsaur等率先将环境契合度理论引伸至游憩环境研究,并构造“补偿性契合度(Supplementary Fit)”、“要求-能力契合度(Requirement-abilities Fit)”、以及“需要-供给契合度(Need-supplies Fit)”,对旅游者与旅游环境契合度加以概念化和技术化处理,以有效阐释旅游者与所从属休闲环境之间的互动关系,即游憩者-游憩环境契合度(Recreationist-Environment Fit)^[11, 12]。旅游者在享受旅游带来愉悦的同时,又需兼顾旅游目的地生态系统的协调,实现旅游环境供给与个体需求的平衡,以达成个人与环境双赢的局面。其中,依赖旅游地获得心流感受^[13]休闲效益^[14],侧重于游客核心主体地位而淡化了旅游环境系统具备的特殊属性,造成对旅游者与旅游环境系统相容性关系的刻画深度稍显不足。

随着大众旅游的深化,拥有独特森林资源、优美生态环境、丰富动植物资源、悠久历史文化的区域往往成为休闲旅游的优选之地^[15, 16],世界遗产地作为独具特色的旅游资源,尤其受到旅游者青睐。由于其特殊角色,因而同时受到政府部门和市场经营者的重视,因而在建设方面有着无与伦比的优势,如环境设施。环境管理等方面会有更多地投入,因而旅游者-环境契合度较之一般旅游景区更高。世界遗产地作为重要的环境系统及旅游者休闲游憩目的地,对于旅游者环境契合度理论的研究具有良好的理论移植性和适用性,基于上述认识,旅游环境契合度理论对于探析旅游者与世界自然遗产地景区之间具有较好相容性。因此,本研究依托环境契合度理论,参照蔡沛文^[17]、刘妍^[18]对旅游环境契合度的界定标准,即环境的资源、功能等条件符合旅游者需求的程度,以及个人拥有的知识、经验和专业能力与度假环境的相符程度;并对上述学者研究量表内容进行改进,将环境资源、社交机会、环境功能、环境设施、知识技巧、经营管理作为潜变量,以精准测度旅游者相容性特征。

1.2 地方依恋

关于地方依恋(Place Attachment)的研究开始于 20 世纪 80 年代末,用于描绘环境心理学中人们对特殊环境的“Homesickness(乡愁)”,如基于游客乡愁转化为地方依恋对满意度影响的研究^[19]。随着地方依恋理论的形成和发展,其在旅游地理学中得以延伸,并被认为是积极的人地关系而被应用^[20, 21]。Cuba 等^[22]认为地方依恋是个体与特殊场所的重要连结,即地方感是环境与情境互动产生的反应,因个人记忆和内在情感频繁互动关联,进而与场域资源的功能性及归属感产生依恋态度和行为。地方依恋的本质是探究人与地之间的情感关联,即心理上的“恋地情节”^[23],简而言之就是个体对惯常环境或非惯常环境的认同与归属感^[24]。Williams 开创性地将地方依恋划分为地方认同和地方依赖两个维度,使得地方依恋的量化研究得以取得进展^[25]。

Williams 的二维结构模型将地方依恋划分为地方依赖与地方认同两个维度,地方依赖是指某一特定地方对于个体的某种特殊活动是必需的,对某地区的自然环境、社会文化环境等有特殊情感需要;地方认同则更加注重个体内心情感慰藉,是由感受、态度、价值等结合而成的一种情感投入,以达到对某场所的情感依附与归属感^[25, 26]。地方依恋的划分维度也有很多其他研究,如 Bricker^[27]认为地方依恋由地方认同、地方依赖以及生活方式 3 维组成;而 Kyle 等^[28]强调了社会联系对于依恋环境的重要作用,因而在地方认同和地方依赖基础上加入社会联系一维;Scannel 等^[29]则以人、地方以及心理过程为基本构面。国内学者黄向等^[30]创新性地以广州白云山游客地方依恋为研究对象,将地方依恋划分为环境景观、休闲、人际社交与设施服务 4 维度;杨昀等^[31]将地方依恋分为经济依赖与情感认同,分析阳朔西街的原住民与外来经营者对于阳朔旅游环境的地方依恋。

旅游者与世界遗产地的关系是旅游过程中产生的短暂的人地关系,在旅游期间对遗产地所产生的的地方认同和地方依恋对旅游者行为有着重要的导向作用,结合祁潇潇等^[3]、余及斌^[4]和贾衍菊等^[5]的研究,决定采用地方依恋这一较为成熟的变量作为

中介。考虑到科学性和普适性原则,采用应用较为广泛的 Williams 研究框架,将旅游者地方依恋划分为地方依赖和地方认同 2 个研究构面。

1.3 亲环境行为

亲环境行为是指社会个体在日常生活中所表现出来的对环境产生积极作用、并与环境直接相关的环境友好行为^[32,33]。在不同的文献中亲环境行为又称为“环境行为”^[34]、“具有环境意义的行为”^[35]、“环境责任行为”^[2,36]、“环境友好行为”^[37]等。国外环境心理学、环境社会学对环境责任行为的研究集中在测量、细分及形成机制方面^[36,38]。从研究路径来考察,亲环境行为经历了“理性路径—情感路径—理性路径+情感路径”的演变过程。在理性路径方面,如 Ajzen 等^[39]先后提出了理性行为理论(Theory of Reasoned Action, TRA)及“计划行为理论”(Theory of Planned Behavior, TPB);国内的张环宙等^[40]引入亲社会行为研究领域的“规范激活模型”,构建了旅游者生态行为的驱动模型。唐文跃等^[41]和贾衍菊等^[5]的研究均表明游客的地方依恋情感对于亲环境行为(态度)有正向的促进作用。宗阳等^[42]研究发现自然拟人化和自然共情能够显著正向影响亲环境行为。此外,游客在旅游的过程中对过程的主观感受,即游客感知会直接影响旅游决策^[43]。亲环境行为作为一种积极的环境行为决策会受到诸多游客感知的正向影响。已被证实对游客亲环境行为有直接或间接影响的游客感知有游客环境教育感知^[44]、地方特征感知^[45]、行为效能感知^[46]。

在维度选择方面,Smith-Sebasto 等^[47]以及 Halpenny^[48]为测量游客亲环境行为分别开发了一套量表。赵宗金等针对中国游客的特点对这两个量表进行了整合修订。修订后的量表包含一般环境行为和具体环境行为 2 个维度即一般环境行为和具体环境行为,且显示出良好的信度(0.80)^[49]。

2 研究假设与研究设计

2.1 研究假设

2.1.1 旅游环境契合度对地方依恋的影响

旅游环境契合度反映的是旅游环境是否适合旅游者进行旅游活动。作为消费者的旅游者往往需要优良的旅游体验,好的体验离不开舒适的旅游环境,当旅游环境适合旅游者进行旅游活动,对旅游者的旅游体验值得提升起到正向作用时,旅游者会对目的地环境呈现认同及依赖心理,进而形成地方依恋。世界自然遗产地作为自然资源旅游的典范,对于和谐的人地关系的要求更加高,为维持人地双向动态平衡状态,需唤起对旅游地客主关系重新认定和思考。这成为理清旅游环境契合度与地方依恋网络关系的关键节点,也是遗产地可持续发展并保有优美环境条件的重点。旅游者离开惯常居住地,在伴随着物理空间变迁的同时,其与惯常居住地所熟悉的社会网络在空间上发生脱离甚至割裂,其如何在旅游环境中完成自我身份转换、客主关系重构、社区意识认同,将深刻影响旅游者的地方情感感知强度。而异质文化、价值观念、思维方式等则是隐形的,因此把握旅游环境契合度成为辨识场所依恋的重要步骤。此外,旅游者与目的地互动频率、感情强度、亲密程度、经济互惠的交互关系增强,将明显提升对旅游环境的认同度及依赖感,深刻影响着旅游质量、旅游者环境行为趋向以及旅游地环境后续健康发展^[50]。因此,研究假设:

H1: 旅游环境契合度会正向影响地方依恋

2.1.2 旅游环境契合度对亲环境行为的影响

环境资源、环境设施、环境功能是旅游环境契合度的基础性构面,好的旅游环境契合度离不开好的环境资源、环境设施以及环境功能的直接影响,进而对于亲环境行为产生重要影响,尤其是对旅游者一般环境行为产生积极的引导作用,旅游者在旅

游活动中的环境行为会因为优良的环境资源和环境功能的有效发挥而激发。社交机会以及旅游目的地经营管理会对旅游者亲环境行为中具体环境行为产生影响。景区不定期的公共活动有利于扩大旅游者与当地社区以及旅游者内部之间的接触面,从而增加旅游者具体环境行为的频次;景区管理服务人员的正确环境价值观,适当适时的引导更是激发旅游者具体环境行为的有效途径。基于此,本研究提出假设:

H2: 旅游环境契合度会正向影响亲环境行为

2.1.3 地方依恋对亲环境行为的影响

Vaske 等进行了更进一步的研究,他们采用 Williams 的二维划分量表,以青少为对象进行了研究,不仅证实了地方依恋对于亲环境行为具有正向的促进作用,而且在地方依恋内部,地方依赖正向影响地方认同,地方认同在地方依赖和亲环境行为之间起到中介调节作用^[51]。国内的唐文跃等^[62]较早对地方依恋与亲环境行为态度进行了实证研究,他以西递、宏村和南屏的当地居民为对象,研究发现地方依恋对于资源保护态度具有显著的正向影响;在游客的地方依恋与亲环境行为研究方面,赵宗金等^[49]研究发现沙滩旅游的游客的地方依恋情感对其亲环境行为有正向的促进作用。贾衍菊等^[5]在对厦门岛游客进行的研究,同样印证了地方依恋对游客环境负责任行为具有显著正向的影响。

为验证遗产地旅游者的地方依恋与亲环境行为之间的关系,以及对三者关系的分析,本研究提出以下假设:

H3: 地方依恋正向影响亲环境行为

H4: 旅游环境契合度通过地方依恋正向影响旅游者亲环境行为(H4)

根据上述假设,本研究构建世界自然遗产地旅游者旅游环境契合度、地方依恋与亲环境行为之间的概念模型,如图1所示。

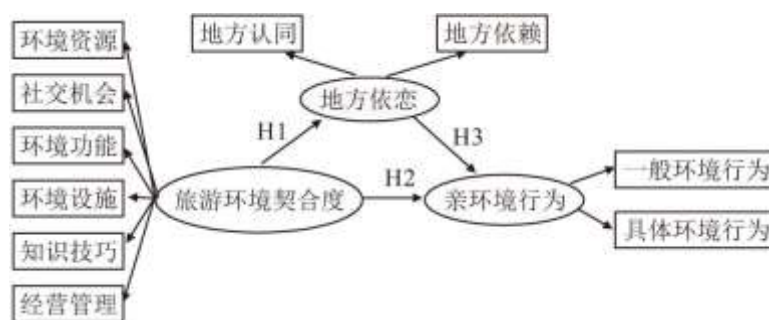


图1 概念模型

2.2 研究设计与分析

2.2.1 研究区概况及选取

世界自然遗产地武陵源位于湖南省西北部,由张家界国家森林公园、索溪峪自然保护区、天子山自然保护区和杨家界景区组成,核心景区面积 264km²,是中国首批世界自然遗产和国家重点风景名胜区^[53],像大多数世界遗产地一样,作为世界自然遗产的武陵源是国内较为热门的旅游目的地,接待游客数量庞大,去年,该区接待游客 2635 万人次、实现了旅游总收入 374 亿元^[54],因而环境保护的压力也十分巨大,早在 1998 年 9 月,武陵源风景名胜区因为旅游开发中的过度城市化、商业化倾向以及田园山

水风光遭到破坏而被联合国教科文组织亮出“黄牌”警告^[56],因而作为研究旅游者环境契合度与旅游者环境行为的研究案例地具有相当代表性。

2.2.2 问卷设计与变量选取

在查阅文献和定性分析的基础上，结合专家咨询确定了初步的测量指标，然后进行小规模预调查，结合实际情况对测量指标做进一步的修订和完善，形成正式的调查问卷。

问卷分为两大部分，问卷的第一部分是人口统计特征，主要包括受访对象的性别、年龄、婚姻状况、文化程度、职业类型、家庭月收入、旅游经验、旅游同伴与抵达交通方式等。此外，本研究梳理、吸纳相关研究成果，对变量构成进行甄选，并采用Likert5级量表为量测尺度，从“非常同意”到“非常不同意”进行衡量，由低到高依次赋值5~1分。第二部分由旅游环境契合度、地方依恋、亲环境行为3个变量构成。其中，旅游环境契合度量表借鉴蔡沛文^[17]、刘妍^[18]的研究成果，最终形成了环境资源、社交机会、环境功能、环境设施、知识技能、环境管理共计6个潜变量12个测量题项。地方依恋量表采用Williams^[25,26]的研究成果，参考贾衍菊等^[5]、范钧^[56]结合案例地稍加修订，构成包括地方认同和地方依赖2个构面6个观测题项。前者真实反映度假群体参与休闲活动时的行为特征，后者反映参与康养活动的内在心理历程。亲环境行为量表采用赵宗金等^[49]修订后的量表，构成包括一般环境行为和具体环境行为一共7个题项进行问卷调研。

2.2.3 数据获取

为检验调查问卷质量，按照规范化程序展开预调研。于2018年8月在武陵源国家风景名胜区进行调研，受访对象为大众旅游者。其中，共发放研究问卷110份，获取有效问卷98份。通过探索性分析与信度检验，剔除信度、效度不合格题项：环境资源中“武陵源的地形适合我从事旅游活动”，“武陵源环境的天气状况(如气温、风向等),适合我从事旅游活动”，环境功能中“在武陵源旅游时，能让我感到满足”等，并兼顾专家意见与案例地现实状况，在环境资源维度中增加“武陵源旅游环境资源让我收获很棒的体验”，整合环境功能中“在武陵源旅游时，能达到我感到满足的旅游体验”等内容，以确保最终问卷材料的科学性、适宜性。

2019年5月，本研究于世界自然遗产地武陵源风景名胜区正式调研，5月1日至28日实地发放问卷633份，回收505份，其中张家界国家森林公园288份、索溪峪自然保护区113份、天子山自然保护区87份、杨家界景区17份，回收率79%,5月1日至31日网络回收问卷共967份，在剔除无效问卷后，总共获取有效问卷1292份，问卷总回收率为92%,有效问卷率达87.8%。

3 结果与分析

3.1 受访样本描述性统计

武陵源风景区旅游者样本特征显示(详见表1),在性别结构上，男女比例相对均衡，女性比例占53.25%;在年龄结构上，受访主体多介于18~49岁之间，其总量的73.07%;婚姻状况以已婚人士居多，占比56.66%;在教育程度上，本科(含大专)学历为50.15%;职业类型中，企业单位职工占比略大，占总人数的36.22%;月收入在3001~5000元区间居多，占受访人群占47.37%;旅游时长方面，居住3~5d占比偏多，为52.32%;旅游同伴多以家人/亲戚以及朋友/同学为主，分别占比29.10%和31.89%。

表1 受访样本基本信息

变项	内容	频数	百分比(%)
----	----	----	--------

性别	男	604	46.75
	女	688	53.25
年龄	18 以下	38	2.94
	18~34 岁	416	32.10
	35~49 岁	528	40.87
	50~64 岁	263	20.36
	65 岁以上	47	3.64
婚姻状况	未婚	516	39.93
	已婚	732	56.66
	其他	44	3.41
受教育程度	小学及以下	132	10.22
	中学(含中专)	416	32.20
	大学(含大专)	648	50.15
	研究生及以上	96	7.43
职业类型	机关工作人员	128	9.91
	事业单位职员	256	19.81
	企业单位职工	468	36.22%
职业类型	企业主/工商户	167	12.92
	自由职业者	92	7.12
	其他	181	14.00
月均收入	<1000	48	3.71
	1001~3000	128	9.91
	3001~5000	612	47.37
	5001~8000	340	26.32
	>8001	164	12.70
度假时长	1~2d	128	9.90
	3~5d	676	52.32
	6~8d	348	26.93

	8d 以上	140	10.84
旅游同伴	独自一人	56	4.33
	家人/亲戚	376	29.10
	朋友/同学	412	31.89
	旅行社团友	448	34.67%

3.2 验证性因素分析

本研究依循相关研究成果将各项指标进行一阶性验证性因子分析^[57]。逐次对旅游者旅游环境契合度、地方依恋与亲环境行为为一阶性验证性因子分析(表 2)。结果显示,旅游者旅游环境契合度($\chi^2=453.64$, $df=136$, $RMSEA=0.64$, $NNFI=0.92$, $CFI=0.95$, $GFI=0.91$)、地方依恋($\chi^2=151.03$, $df=32$, $RMSEA=0.09$, $NNFI=0.93$, $CFI=0.98$, $GFI=0.95$)与亲环境行为($\chi^2=879.25$, $df=201$, $RMSEA=0.08$, $NNFI=0.94$, $CFI=0.97$, $GFI=0.86$)之各项指标均满足适配条件。其中,各项测量指标的标准化因子负荷量均高于 0.5,且 t 值均达到显著水平($p<0.05$),这说明研究模型各大构面与其组成的指标间具有良好的聚合效度^[58],旅游者旅游环境契合度、地方依恋与亲环境行为各次构面的平均变异抽取量(Average Variances Extracted, AVE)均达到 0.5 以上,表明上述概念具有收敛效度^[59]。

与此同时,旅游者旅游环境契合度 6 个次构面、地方依恋 2 个次构面及亲环境行为 2 个次构面的组合信度(Composite Reliability, CR)均达到 0.6 以上,说明潜在构面及其各项指标具有良好的信度(参见表 2)。此外,在区别效度部分,参照 Hatcher^[60]的研究成果,各潜在变量间的置信区间不包含 1 的数值时(相关系数±标准误差×1.96),表明各潜在变量间具备区别效度,反映出旅游环境契合度、地方依恋(0.65~0.81)、旅游环境契合度与亲环境行为(0.54~0.67)、地方依恋与亲环境行为(0.57~0.68)之置信区间不包含 1,说明上述 3 个构面间也具备区别效度(参见表 3)。

3.3 结构模型分析

在 AMOS23.0 软件验证性因子分析的基础上,依照前述旅游环境契合度、地方依恋、与亲环境行为的测量模式分析结果, $\chi^2/df=1.453$ (配适标准值<3.000, $RMSEA=0.065$ (配适标准值<0.080, $AGFI=0.873$ (配适标准值≈0.900), $NFI=0.970$ (配适标准值>0.900), $CFI=0.945$ (配适标准值>0.900), $GFI=0.937$ (配适标准值>0.900)。各项拟合指数实际值在建议值范围内,已达到相应参数的适配标准,可见,研究模型整体表现良好。

表 2 验证性因子分析

变量	问项	均值	因子载荷	t 值	组合信度	平均方差抽取量
环境资源	武陵源的旅游资源条件适合我从事旅游活动	4.02	0.78	20.37	0.81	0.63
	武陵源旅游环境资源让我收获很棒的体验	3.90	0.83	22.73		
社交机会	在武陵源旅游的时候,我乐意与其他参与者分享旅游活动的经验	3.61	0.68	18.99	0.90	0.61

	在武陵源旅游的时候,我可以结识其他旅游者并学习交流	3.97	0.85	18.23		
环境功能	在武陵源旅游时,能帮我消除压力	4.12	0.76	15	0.79	0.58
	在武陵源旅游时,能达到我感到满足的旅游体验	4.78	0.81	17.76		
环境设施	武陵源环境提供的公共及活动设施(如:缆绳、步道)符合我的愿望	3.80	0.77	21.81	0.83	0.54
	武陵源环境提供的人员服务(如:活动安排),符合我的愿望	3.87	0.69	20.72		
知识技巧	我的技能、知识符合武陵源环境要求	4.53	0.88	16.84	0.69	0.64
	我的经验、装备符合武陵源旅游环境要求	3.98	0.79	17.81		
经营管理	我认同武陵源管理者对于环境管理的做法(游客管理等)	4.14	0.73	21.98	0.81	0.52
	当使用武陵源设施时,我感觉与管理者具有相似的价值观念	4.02	0.62	20.18	0.74	
地方依赖	相比其他地方,我更喜欢武陵源的自然环境	3.91	0.82	18.28	0.79	0.65
	相比其他地方,武陵源更能满足我旅游体验的需求	3.76	0.75	17.89		
	武陵源给了我其他地方没有的满足感	3.99	0.68	19.48		
地方认同	武陵源对我来说非常特别	4.06	0.86	17.76	0.85	0.62
	我对武陵源有很强烈的认同感	4.23	0.74	19.41		
	我很喜欢在武陵源游玩,不想离开	4.12	0.72	17.7		
一般环境行为	会尝试学习如何解决这里的环保问题	3.79	0.67	19.73	0.76	0.59
	将阅读有关武陵源环境的报道、广告和书籍	3.63	0.80	20.04		
	会和其他人讨论这里的环境问题	3.63	0.78	21.23		
具体环境行为	会尝试说服同伴采取积极的行为保护这里的自然环境	3.52	0.83	19.45	0.82	0.56
	看到有人破坏这里的环境,会向工作人员反映	3.67	0.76	16.93		
	看到乱丢垃圾、随意刻画攀登、乱踩乱摘的行为会上前制止	3.98	0.71	18.58		
	景区游览过程中看到垃圾会主动捡起放进垃圾桶	4.09	0.81	19.41		

表 3 研究模式区别效度

相关变量	相关系数	标准差	置信区间
旅游环境契合度&地方依恋	0.69	0.03	0.65~0.81
旅游环境契合度&亲环境行为	0.57	0.02	0.54~0.67
地方依恋&亲环境行为	0.58	0.02	0.57~0.68

运用结构方程式探索旅游环境契合度、地方依恋与亲环境行为之间的关系。依次将潜变量与观测变量导入设定的假设模型，继而运行 AMOS23.0 工具获取研究模型的拟合指数、路径系数以及 t 检验值，最后分别从绝对适配度、增值适配度和简约适配度 3 方面考虑适配效果。结果显示，旅游者旅游环境契合度显著正向影响亲环境行为，但 p 值未通过显著性水平检验 ($\gamma_{21}=0.43$, $t=2.35$, $p>0.1$)，因此，研究假设 H2 不成立。旅游者旅游环境契合度显著正向影响地方依恋 ($\gamma_{11}=0.69$, $t=6.76$, $p<0.05$)；地方依恋也显著影响旅游者的亲环境行为 ($\beta_{21}=0.48$, $t=1.23$, $p<0.05$)。因此，上述假设 H1 与假设 H3 成立。此外，据研究变量间的间接效果而言，受访对象的旅游环境契合度通过地方依恋对亲环境行为的间接影响也达到了显著水平 ($\gamma_{11}\beta_{21}=0.363$)，假设 H4 经验证也成立。

研究表明：世界自然遗产地旅游者旅游环境契合度对旅游者亲环境行为的直接影响不显著。究其原因，武陵源作为世界遗产地景区，商业化运营方面十分成功，但是在环境教育、景区服务方面与国外其他成熟的自然遗产地仍然存在一定差距，旅游者作为外来者在地方依恋情感养成之初，自觉的亲环境行为有限，更多地需要景区加以教育和引导。另外由于受访群体的受教育程度存在差异，受教育程度不高的旅游者对于旅游环境契合度的感知能力较弱，因而也会对受访群体的亲环境行为存在影响。

世界自然遗产地旅游者旅游环境契合度正向影响地方依恋，其路径系数为 0.69；地方依恋也对亲环境行为有着较大影响，影响路径系数为 0.48。与此同时，通过检验中介路径发现，地方依恋在旅游环境契合度与亲环境行为之间起着中介作用。研究结果表明，当旅游者与环境互动关系由个人与环境相容性过渡为情感联结，地方依恋将随着旅游环境契合程度的升高而增强；同时，旅游者地方依恋显著激发旅游者亲环境行为表现。此外，旅游者与非惯常居住空间的情感归属感增强，将进一步发挥旅游者人地关系交互作用，从而整体提升旅游的环境效益，实现旅游可持续发展。

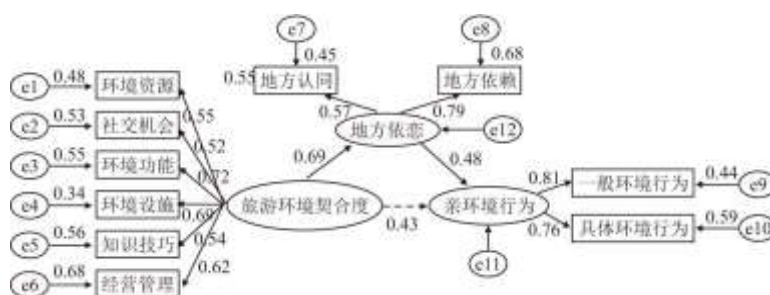


图 2 结构方程路径检验结果

4 结论与讨论

本研究基于旅游环境契合度理论，以世界自然遗产地湖南武陵源风景区旅游者作为调研样本，并构建其旅游环境契合度、地方依恋与亲环境行为之间的假设模型，实证检验探析对旅游者亲环境行为的影响程度。主要研究结论如下：

世界自然遗产地旅游者旅游环境契合度对旅游者亲环境行为的直接影响不显著。世界自然遗产地旅游者旅游环境契合度正

向影响地方依恋，其路径系数为 0.69，研究验证了曹胜雄等^[13]和刘妍^[18]的有关旅游环境契合度会对旅游者情感或心理上的影响，并将这种情感的宽度进一步拓展了，全面揭示了旅游环境契合度对地方依恋这一变量的重要影响，弥补了现有亲环境行为研究对客体即旅游环境的忽视这一局限；地方依恋也对亲环境行为有着较大影响，影响路径系数为 0.48，这一结果进一步验证了祁潇潇等^[3]、余及斌^[4]和贾衍菊等^[5]关于地方依恋与亲环境行为或环境责任行为的研究，同时细化了地方认同及地方依赖对亲环境行为的影响，为世界遗产地管理者引导旅游者亲环境行为提供了新的思路；通过检验中介路径发现，地方依恋在旅游环境契合度与亲环境行为之间起着中介作用，地方依恋将随着旅游环境契合程度的升高而增强，旅游者地方依恋显著影响旅游者亲环境行为，这一结果加固了地方依恋作为旅游者行为研究中重要中介变量的地位，同时为旅游环境契合度与旅游者亲环境行为两个变量之间搭起了有效桥梁，为今后亲环境行为研究提供了有一可靠变量，同时，对于世界遗产地管理者而言，强化旅游环境契合度也是保护旅游环境的重要可选项。

世界自然遗产地景区在规划和建设当中，管理者应针对游憩环境设计适宜的旅游体验活动，在后续定期策划内容丰富的公共活动，营造旅游者内部之间以及与当地社区的联谊机会，以满足旅游者在异乡的社交需求，从而实现旅游者与案例地旅游环境资源的高度契合。旅游经营者可对旅游群体进行调研，掌握其知识技能与旅游经验和景区的匹配程度，针对回馈内容合理改善旅游服务设施等旅游环境构成要素。在景区解说系统建设中增加环境教育的内容，借此引导旅游者的亲环境行为。地方依恋有助于提高旅游者旅游环境契合度的感知强度以及能有效激发旅游者亲环境行为。管理经营者应因地制宜利用遗产地景区既有的旅游吸引物，有效满足多种客群类型需求，进而提升其对依赖程度，让世界遗产地的优越环境面貌深刻感染旅游者，促使其产生地方依恋情节，产生“口碑效应”，能够更好的推广世界遗产地。地方依恋是旅游者增进生态环境保护的重要因素，进一步唤起旅游过程的亲环境行为，激发游客对旅游地情感联结强度的动机，有利于凸显旅游地生态附加价值，同时也将提升案例地生态环境可持续发展的能力，最终实现旅游的可持续发展。

本研究为探究世界自然遗产地旅游环境行为之间的关系，证实了旅游环境契合度通过地方依恋这一中介变量对旅游者亲环境行为产生积极影响，对现有的亲环境行为的诱导因素研究是一个重要补充，另外也是对旅游环境契合度这一研究领域的丰富。同时研究还存在诸多不足之处：第一，本研究仅聚焦于武陵源风景区，后续研究应围绕不同类型世界自然遗产地展开调研，以重复验证方式确认指标题项和研究假设的适宜度和准确性；第二，本研究数据收集期间选在旅游旺季，而不同时段所进行的旅游行为可能存在差异，或将影响旅游者环境契合程度与地方依恋等题项数据真实性，因此，后续研究可以考虑在不同时段发放调查问卷，以确保研究结果的科学性和准确性。

参考文献:

[1]STEG L,VLEK C.Encouraging pro-environmental behavior:An integrative review and research agenda[J].Journal of Environmental Psychology, 2009, 29(3):309-317.

[2]MOELLER T,DOLNICAR S,LEISCH F.The sustainability-profitability trade off in tourism:Can it be overcome?[J].Journal of Sustainable Tourism, 2011, 19(2):155-169.

[3]祁潇潇,赵亮,胡迎春.敬畏情绪对旅游者实施环境责任行为的影响——以地方依恋为中介[J].旅游学刊, 2018, 33(11):110-121.

[4]余及斌.生态旅游涉入、地方依恋与环境负责任行为关系研究[D].浙江大学, 2015.

[5]贾衍菊,孙凤芝,刘瑞.旅游目的地依恋与游客环境保护行为影响关系研究[J].中国人口·资源与环境, 2018, 28(12):159-167.

-
- [6]李杨.生态伦理与森林旅游者旅游文明行为意向关系研究[D].中南林业科技大学,2018.
- [7]唐文跃.城市居民游憩地方依恋特征分析——以南京夫子庙为例[J].地理科学,2011(10):1202-1207.
- [8]KRISTOF-BROWN,ZIMMERMAN,JOHNSON.Consequences of individuals' fit at work:A meta-analysis of person-job, person-organization, person group, and person-supervisor fit[J].Personnel Psychology,2005,58(2),281-342.
- [9]蔡树萍,施秀苇,张婉平,等.个人-组织契合度与护士工作热情的相关性研究[J].医院管理论坛,2017,34(10):55-57,19.
- [10]DAI YOU-DE.Do you want LOHAS?From the viewpoint of recreationist-environment fit and place attachment [J].Journal of Outdoor Recreation Study,2016,30(2):57-89.
- [11]TSAUR S H,LIANG Y W,WENG S C,et al.Conceptualization and measurement of recreationist-environment fit[J].Journal of Leisure Research,2012,44(1),110-130.
- [12]TSAUR S H,LIANG Y W,WENG S C.Recreationist-environment fit and place attachment[J].Journal of Environmental Psychology,2014,40(12):421-429.
- [13]曹胜雄,古璧慎.游憩者-游憩环境契合度、情境涉入与心流的关系研究[J].体育学报,2015,48(2):205-220.
- [14]CHANG C C,LEE C J.The relationships of lohasians' leisure involvement and leisure benefit[J].Journal of Sport and Recreation Management,2010,7(2):111-131.
- [15]何伟军,杨淼,袁亮,等.基于熵值法的武陵山片区生态经济发展状况评价[J].生态科学,2016,35(2):143-149.
- [16]王磊,田大江,陶慧,等.银川国家湿地公园生态旅游发展模式研究[J].生态科学,2016,35(3):153-160.
- [17]蔡沛文.旅游者与旅游环境契合度的概念化与量表的发展的研究[D].中国台湾高雄:高雄餐旅学院,2006.
- [18]刘妍.基于环境契合度理论的旅游者重游意愿研究[D].陕西师范大学,2017.
- [19]马雄波.游客乡愁对乡村旅游满意度与忠诚度的影响研究[D].中南财经政法大学,2017.
- [20]黄向,保继刚,Wall Geoffrey.场所依赖(place attachment):一种游憩行为现象的研究框架[J].旅游学刊,2006,21(9):19-24.
- [21]杨昀.地方依恋的国内外研究进展述评[J].中山大学研究生学刊(自然科学.医学版),2011,32(2):26-37.
- [22]CUBA L,HUMMON D M.A place to call home:Identification with dwelling,community, and region[J].The Sociological Quarterly,1993,34(1):111-131.
- [23]陶伟,陈慧灵,蔡水清.岭南传统民俗节庆重构对居民地方依恋的影响——以广州珠村乞巧节为例[J].地理学报,2014,69(4):553-565.

-
- [24]王舒媛,白凯.西安回坊旅游劳工移民的地方依恋与幸福感[J].旅游学刊,2017,32(10):12-27.
- [25]WILLIAMS D R,PATTERSON M E,ROGGENBUCK J W,et al.Beyond the commodity metaphor:Examining emotional and symbolic attachment to place[J].Leisure Sciences,1992,14 (1):29-46.
- [26]WILLIAMS D R,VASKE J J.The measurement of place attachment:Validity and generalizability of a psychometric approach.Forest Science,2003,49(6),830-840.
- [27]BRICKER K S,KERSTETTER D L.Level of specialization and attachment:An exploratory study of Whitewater recreationists[J].Leisure Studies,2002,22:233-257.
- [28]KYLE G,GRAEFE A,MANNING R.Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings[J].Environment and Behavior,2005,37(2):153-177.
- [29]SCANNELL L,GIFFORD R.Defining place attachment:A tripartite organizing framework[J].Journal of Environmental Psychology,2010,30:1-10.
- [30]黄向,杨文彩.基于验证性因素分析的旅游地地方依恋结构解析——以广州白云山为例[J].人文地理,2014,29(2):144-149.
- [31]杨昀,保继刚.旅游社区外来经营者地方依恋的特征分析——以阳朔西街为例[J].人文地理,2012,27(6):81-86.
- [32]刘辉.环境友好行为:基于分类基础上的几点思考[J].黑河学刊,2005,118(4):123-125.
- [33]STERN R C.New environmental theories:Toward a coherent theory of environmentally significant behavior[J].Journal of Social Issues,2000,56(3):407-424.
- [34]彭晓玲.自然遗产地游客环境态度与行为分析——以湖南武陵源风景名胜区为例 [J].中南林业科技大学学报,2010,30(7):166-171.
- [35]STERN P C.New environmental theories:Toward a coherent theory of environmentally significant behavior[J].Journal of Social Issues,2000,56(3):407-424.
- [36]董丽丽.地方依附感与环境负责任行为的关系研究[D].中国海洋大学硕士学位论文,2013.
- [37]夏赞才,陈双兰.生态游客感知价值对环境友好行为意向的影响研究 [J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2015,9(1):27-32,77.
- [38]洪学婷,张宏梅.国外环境责任行为研究进展及对中国的启示[J].地理科学进展,2016,35(12):1459-1471.
- [39]AJZEN I,FISHBEIN M.Attitudinal and normative variables as predictors of specific behavior[J].Journal of Personality and Social Psychology,No.27.

-
- [40]张环宙,李秋成,吴茂英.自然旅游地游客生态行为内生驱动机制实证研究——以张家界景区和西溪湿地为例[J].经济地理,2016,36(12):204-210.
- [41]唐文跃,龚晶晶,童巧珍,等.国家公园建设背景下庐山社区管治模式研究——基于居民地方依恋的视角[J].地域研究与开发,2018,37(6):104-109,133.
- [42]宗阳,王广新.自然拟人化与大学生亲环境行为的关系:自然共情的中介作用[J].心理技术与应用,2017,5(11):654-664.
- [43]张晓凤.旅游风险感知与旅游行为决策关系研究[D].河南工业大学,2017.
- [44]李文明,殷程强,唐文跃,等.观鸟旅游游客地方依恋与亲环境行为——以自然共情与环境教育感知为中介变量[J].经济地理,2019,39(1):215-224.
- [45]张玉玲,张虹鸥,杨龙,等.南岭地方特征对游客环境责任行为的影响研究——基于不同经济群体的比较分析[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2017,11(5):63-69.
- [46]李秋成,周玲强.感知行为效能对旅游者环保行为决策的影响[J].浙江大学学报(理学版),2015,42(4):459-465.
- [47]SMITH-SEBASTO N J,D' COSTA A.Designing a likert-type scale to predict environmentally responsible behavior in undergraduate students:A multistep process[J].Journal of Environmental Education,1995,27(1):14-20.
- [48]HALPENNY E A.Environmental behaviour,place attachment and park visitation:A case study of visitors to point pelee national park[D].Unpublished doctoral dissertation,University of Waterloo,Ontario,Canada,2006.
- [49]赵宗金,董丽丽,王小芳.地方依附感与环境行为的关系研究——基于沙滩旅游人群的调查 [J].社会学评论,2013,1(3):76-85.
- [50]WU S J.The leisure benefit and well-being of LOHAS leisure activities.Unpublished master' s thesis[J].Department of Tourism Management,Nanhua University,Chiayi.2009.
- [51]VASKE J J,KOBRIN K C.Place attachment and environmentally responsible behavior[J].Journal of Environmental Education,2001,32(4):16-21.
- [52]唐文跃,张捷,罗浩,等.古村落居民地方依恋与资源保护态度的关系——以西递、宏村、南屏为例[J].旅游学刊,2008,23(10):87-92.
- [53]向延平,向昌国,陈友莲.生态位理论在张家界市主要旅游景区评价中的应用[J].应用生态学报,2010,21(5):1315-1320.
- [54]田育才.武陵源去年接待游客数、旅游总收入同比分别增长 15%、23%[N].湖南日报,2020-01-21.(10).
- [55]王凯,王丛丛,席建超,等.上海-长沙-张家界旅游互动关系研究[J].热带地理,2010,30(6):674-680.

-
- [56]范钧, 邱宏亮, 吴雪飞. 旅游地意象、地方依恋与旅游者环境责任行为——以浙江省旅游度假区为例[J]. 旅游学刊, 2014, 29(1):55-66.
- [57]WYNVEEN C J, KYLE G T, SUTTON S G. Natural area visitors' place meaning and place attachment ascribed to a marine setting[J]. Journal of Environmental Psychology, 2012, 32(4), 287-296.
- [58]ANDERSON J C, GERBING D. W Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach[J]. Psychological Bulletin, 1988, 103(3):411-423.
- [59]BAGOZZI R P, YI Y. On the evaluation of structural equation models[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1998, 16(1):74-94.
- [60]HATCHER L. A step-by-step approach to using the SAS system for factor analysis and structural equation modeling[M]. Cary, 1994, NC: SAS Publishing.