

户外探险运动爱好者行为模式研究

——以四姑娘山登山爱好者为例

余勇 陈敏¹

(吉首大学 旅游与管理工程学院, 湖南 张家界 427000)

【摘要】: 将探险运动解析为探险动机、风险认知与决策、流畅感、体验价值和游后行为意向 5 个变量, 从结构视角考察变量之间的内在关系。结果表明: 流畅感是建立探险行为模式的基础, 能够解释爱好者的独特感受; 风险认知与决策弱化了探险动机对流畅感的直接影响, 提高了行为的合理性和可行性; 而体验价值作为探险体验的价值评判因素, 并不能有效影响流畅感对游后行为意向的直接作用, 登山探险爱好者一经获取流畅感, 容易失去理性的反复寻求。

【关键词】: 户外探险 行为模式 流畅感 四姑娘山

【中图分类号】: F592.6 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141 (2021) 08-1009-08

国内的户外探险运动首先在我国台湾地区发展起来。“二战”后, 我国台湾地区成立了“台湾山岳会”, 岛内登山、溪降、攀岩、穿越等探险运动逐渐兴起, 并发展成为户外休闲产业。我国大陆地区的户外探险运动虽然起步较晚, 但是发展速度很快。受文化传统和山岳旅游资源开发的影响, 登山活动一直具有良好的群众基础, 被认为是一项由科学探险演变而来, 介于探险与生态旅游之间的新型户外项目, 以环境原始生态、过程刺激惊险、活动技术性强等特点广受欢迎。在过去, 户外探险是为了生存和发展, 而在体验经济时代, 则是为了获取创意空间与感受。虽然探险运动爱好者越来越多, 但是理论研究却相对滞后, 即使在杭州世界休闲博览会之后, 探险运动的专题成果依然缺乏, 这与当前全国逐渐兴盛的户外探险实践是极不相称的。

本文拟以登山探险作为户外探险活动的代表性项目, 选取登山探险的关键变量考察登山爱好者的行为特征, 在文献梳理的基础上建立理论模型, 以四川四姑娘山登山爱好者为案例, 通过实证研究加以验证, 期望为广大爱好者参与登山探险运动提供理论参考。

1 概念界定

1.1 探险运动及其动机

Ewert 与 Hollenhorst 认为, 探险运动是一种与自然环境互动的自发性活动, 自然环境中包含了真实而明显的危险元素, 活动结果受到爱好者与环境的双重影响^[1]。探险运动是在不确定的自然环境下进行的危险性和挑战性活动, 爱好者可通过积累经验、提升技术、完善设备等途径降低危险, 随着探险活动的涉入程度加深, 获得的体验越深刻, 越需要提升自我挑战程度, 以满足新的

¹作者简介: 余勇(1972-), 男, 湖南省慈利人, 副教授, 硕士生导师, 主要研究方向为旅游消费者行为学。

基金项目: 湖南省社会科学成果评审委员会项目(编号:XSP17YBZZ102); 湖南省哲学社会科学基金项目(编号:18JD59); 湖南省教育厅科学研究项目(编号:20C1511)

探险体验需求。由于探险运动在参与过程中有受伤甚至死亡的可能性,因此爱好者可能会经历强烈的心理和生理激发(心理激发包括控制感、专注力的产生,生理激发表现为心率加快、呼吸急促等生理机能现象)。在探险研究中,探险动机一直是人们关注的焦点。探险动机的产生是因应个体内在的刺激与需求,进而产生探险行为。McIntyre、Pigram 在研究探险运动的涉入程度时,将攀岩者的参与动机区分为表彰、创造力、实质环境、控制等 6 大构面^[2];Sung、Morrison、O' Leary 发现绝大多数探险爱好者受到多种原因的驱使,包括新奇体验、自我成长知觉、有趣与刺激、增进环境与文化了解等^[3]。

本文认为,探险运动是指爱好者在自然环境中从事具有冒险性与挑战性的活动,并达成深度体验的运动形态,而探险动机是指爱好者在不确定性的自然环境中与环境互动,寻求刺激、实现自我成长的心理驱动过程。

1.2 风险认知与决策

风险意味着不确定的结果,是人们做出参与决策时的阻碍因素。Priest、Baille 认为,风险认知是指个体在探险环境中主观评价实际风险的认知过程^[4];Sitkin Weingart 将风险认知定义为个体评估情景的风险程度^[5]。从上述概念可以发现,学者们强调风险的主观感受。虽然风险是一种客观存在,但是很多因素影响了个体的风险认知,且遭遇风险具有不确定性,风险后果也因人而异,因此风险认知成为了一种社会性建构。Carpenter、Priest 指出,人们是否参与探险运动取决于知觉到的环境风险和个人胜任能力^[6],在有压力、无法预测的情形中,人们选择参与高风险的活动主要是受到良好的自我效能感的驱使。

基于上述观点,本文认为探险运动的风险认知与决策是指爱好者主观认知情景风险,并将认知结果与个人胜任能力结合起来,进而衡量是否参与探险活动的心理过程。

1.3 流畅感

在早期研究中,Csikszentmihalyi 以挑战与技术之间的平衡来描述流畅体验:当知觉到技术低于挑战时,个体会感到焦虑,并设法学习新技术来平衡这种感觉;当技术高于挑战时,个体会产生乏味感,从而寻求更具挑战性的活动,以消除乏味感^[7]。因此,Csikszentmihalyi 以挑战、技术形成二维结构,将原始模型修正为焦虑、冷漠、流畅、乏味 4 种路径模式^[8]。为了扩大适用情景,Massimini、Carli 在原来区分为高、低二级的挑战与技术之间再添加中间程度,分别是高度挑战与中度技术下的觉醒、低度挑战与中度技术下的松弛、中度挑战与高度技术下的掌控感、中度挑战与低度技术下的担忧,构成流畅体验的 8 种路径模式^[9]。

基于上述成果,本文认为探险运动的流畅感是指爱好者在个人胜任能力与挑战之间达成平衡状态时所发生的一种以快乐、自我超越为核心成分的最佳心理状态。

1.4 体验价值

Joy、Sherry 认为,体验是个体针对某一目标物的亲身经历所产生的领悟和情绪^[10];Holbrook 在外部和内在利益之外增添了“活动”维度,由“被动”和“主动”两个层面构成,被动价值来自于爱好者对目标的理解、评价,主动价值源于消费者与目标间合作互动的增加^[11];Mathwick、Malhotra、Rigdon 将体验价值定义为促使消费者达成消费目标或意图,在消费过程中由互动所引发的对产品或服务的相对偏好程度,并结合 Holbrook 所提出的衡量模式,进一步将体验价值分为投资报酬、服务优越性、美感、趣味性 4 大类^[12]。

基于上述观点,本文认为探险运动的体验价值是指个体根据活动的偏好及互动体验所衍生的参与后效果评价。

1.5 游后行为意向

Smith、Swinyard 认为,行为意向是指个体对态度对象发生明确行为的可能性或倾向性,这一倾向可能引发实际的消费行为^[13];陈帘杆认为,行为意向是指消费者参与体验后对于相关产品或服务可能采取的再购行为、推荐意愿^[14]。对于行为意向的构成,杨旸、张捷、赵宁曦认为旅游者的后续行为包含了重游意愿和口碑两个层面^[15];Oppermann 比较了两种顾客忠诚度研究对新西兰居民出游测评的有效性,认为重游意愿和口碑推荐可以有效预测游客的需求和行为^[16]。

基于以上观点,本文认为探险运动的游后行为意向是指爱好者在活动结束后对于目的地再次造访或向别人推荐的态度倾向。

2 研究假设与理论模型

探险动机与风险认知与决策、流畅感、体验价值、游后行为意向的关系:Zuckerman 将参与动机视为引发户外探险运动的主要推动力量^[17];Csikszentmihalyi 等认为,参与动机对户外探险运动具有激发作用并促使爱好者对情景风险进行评估^[18];赵文祺在体验教育活动爱好者的内在动机、活动投入程度、流畅感之间的关系研究中,发现内在动机与流畅感存在着线性正相关,内在动机越强烈,则流畅感越显著^[19]。目前关于风险认知与决策、流畅感等户外探险运动过程变量之间关系的研究非常少,还没有相关成果显示探险动机能够通过风险认知与决策间接影响流畅感,但是风险认知与决策是爱好者对环境风险和个人胜任能力的权衡,如果活动的风险程度在个人胜任能力之内,那么主观的风险认知与决策将有效提高个人效能感,成为获取流畅感的激励因素。因此,可以认为探险动机能够通过风险认知与决策间接影响流畅感。Devesa、Laguna、Palacio 在西班牙乡村旅游动机与满意体验关联性调查中发现,动机是游客评价旅游地的一个重要判断因素,动机与体验价值之间存在着关联性^[20];林俊升对游憩动机、满意度与重游意愿之间的关联性进行了分析,研究结果显示模型配适度极具解释力,游客的游憩动机显著影响重游意愿^[21]。

基于上述认识,本文提出以下假设:

H₁: 探险动机对风险认知与评估具有显著的正向影响;H₂: 探险动机对流畅感具有显著的正向影响;H₃: 探险动机通过风险认知与评估对流畅感产生间接影响;H₄: 探险动机对体验价值具有显著的正向影响;H₅: 探险动机对游后行为意向具有显著的正向影响;H₆: 探险动机通过价值体验对游后行为意向产生间接影响。

风险认知与决策与流畅感、体验价值的关系:户外探险运动可能产生 5 种探险体验,当胜任能力高而风险较低时,探险体验为“风险与尝试”;当胜任能力略高于风险时,探险体验为“探索”;当胜任能力与风险达成一致时,这种体验为“高峰经验”;当风险超过胜任能力时,可能会发生“意外”;如果风险很高而胜任能力较低时,探险者则将遭遇“悲剧和灾难”^[22]。产生探险动机以后,爱好者需要根据个人胜任能力与风险的交互作用,对个人所面临的风险情景进行评估,以决定参与还是放弃。Sitkin、Weingart 研究发现,探险运动爱好者的危险知觉会影响参与决策,当个体觉得该活动风险较低时,参与的可能性较大^[5]。如果风险评估显示个人能力可以胜任,作为一种自由选择的探险活动,爱好者的感官潜能很容易被激发,建立起来的自信心使爱好者更容易获得流畅感^[23]。Robinson 认为探险运动爱好者评估风险并决定参与后,对流畅感的产生具有显著的正向影响;此外,户外探险运动爱好者会对探险活动的过程及体验价值进行评估,评估结果会受到此前风险认知与决策的显著影响^[24]。

基于上述认识,本文提出以下假设:

H₇: 风险认知与决策对流畅感具有显著的正向影响;H₈: 风险认知与决策对体验价值具有显著的正向影响。

流畅感与体验价值、游后行为意向的关系:Csikszentmihalyi 提出并建立了较为完整的流畅理论,认为流畅感对于爱好者具有显著的正面影响,对爱好者获得自我肯定、自我完善等体验价值有所帮助^[25];Robinson 在研究中发现,当户外探险运动结束后,爱好者会评估参与活动的过程和结果,登山过程中的流畅感对体验价值具有显著的正向影响^[24]。根据 Maslow 的自我实现理论,人总是致力于追求最大程度上的自我完善,流畅感作为特殊活动的核心利益,一经获取,必将引起爱好者重复寻求的意愿,因此,可以认为流畅感对游后行为意向具有积极的影响力。Faullant、Matzler、Füller 以阿尔卑斯山滑雪游客为对象探讨满意体验对重

游意愿的影响,结果显示游客的满意体验程度较高,重游意愿会相对增加,两者之间存在明显的正向影响^[26];Beeho、Prentice 的研究表明,如果游客对其游憩体验感到满意,则会向周围朋友和亲属推荐该旅游目的地,游客体验对消费行为存在着显著的正向影响^[27];Cronin、Brady 与 Hult 认为,良好的服务质量、较高的顾客满意度和知觉价值将促使正向的行为意向产生^[28]。

基于上述观点,本文提出以下假设:

H₀:流畅感对体验价值具有显著的正向影响;H₁₀:流畅感对游后行为意向具有显著的正向影响;H₁₁:流畅感通过体验价值对游后行为意向产生间接影响;H₁₂:体验价值对游后行为意向具有显著的正向影响。

根据以上假设,本文构建了户外探险运动爱好者探险动机、风险认知与决策、流畅感、体验价值、游后行为意向之间的理论模型(图 1)。

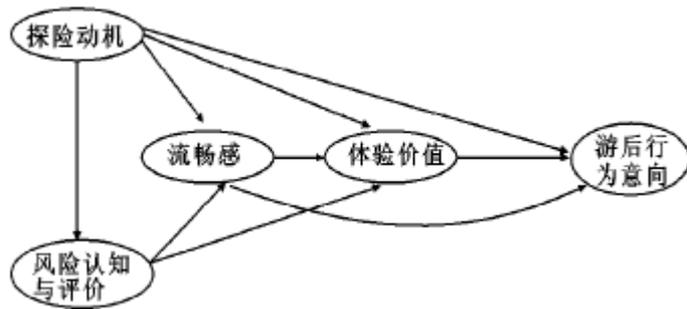


图 1 户外探险运动爱好者行为模式理论模型

3 研究设计

3.1 观测变量选取

本文通过整理文献,归纳了潜变量的测量项目,并结合专家咨询确定初步的测量指标进行了小规模预调查,然后根据实际情况对测量指标做进一步的修订和完善,从而形成正式调查问卷。正式调查问卷分为两部分:第一部分是性别、年龄、职业等基本信息问项,旨在了解户外探险运动爱好者的社会背景;第二部分则由探险动机、风险认知与决策、流畅感、体验价值、游后行为意向等潜变量构成。其中,探险动机量表综合了 Ewert、Priest、Baille 等多位学者的研究成果^[1,4],从身心释放、寻求刺激、自然取向、新奇体验、健康需求、自我发现等 5 个方面来拟定,最终形成了 8 个测量指标;风险认知与决策量表借鉴了 Carpenter、Priest 的观点^[6],从生理、心理、社会、财务等 4 个方面拟定,最终形成了 6 个测量指标;流畅感量表从掌控感、意识融入行动、专注程度、忘我情绪等 4 个方面拟定,同时参照 Jackson、Robert 在 1996 年编制并于 2002 年修订的流畅体验量表^[29],最终形成了 6 个测量指标;体验价值量表从个人利益、社会效益、自我肯定、净化价值观 4 个方面衡量,同时参照 Evert 的研究结论,最终形成了 6 个测量指标^[30];游后行为意向量表借鉴了杨旻的研究结论,从重游意愿、口碑宣传两个方面衡量,最终形成了 2 个测量指标^[15]。

3.2 研究区域及数据采集

鉴于国民的亲山倾向,本文以登山探险为户外探险运动的代表性项目,取样地点选择在四姑娘山。四姑娘山风景区位于四川省阿坝藏族羌族自治州小金县日隆乡境内,属于我国地貌第一阶梯青藏高原东源、第二阶梯四川盆地向高原的过渡地带,面积约 2000km²。景区内 5000m 以上的山峰有 43 座,最著名的有大姑娘山、二姑娘山、三姑娘山、幺姑娘山,海拔分别为 5355m、5454m、

5664m、6250m。其中，幺姑娘山山势俊俏，素有“东方阿尔卑斯”之称，又因与海拔 7556m 的“蜀山之王”贡嘎山遥遥相对，被誉为“蜀山之后”。四姑娘山与成都市相隔 230km，是我国距离大城市最近的雪山型风景名胜区，由于山体峡谷深切、沟壑纵横，峰谷相对高差多在 3000m 以上，国内户外爱好者往往将其视为登山探险、科考揽胜的首选之所，因此也是本文理想的取样地点。本文的调查选择在 2019 年 7、8 月完成，调查地点选择在青年旅社和登山途中休憩点，为了提高样本典型性，发放调查问卷前保持询问。本次调研总共发放问卷 390 份，回收问卷 353 份，有效问卷 314 份，有效率为 80.5%。本文运用 SPSS24.0 对收集到的问卷数据进行了统计分析。

4 数据分析

4.1 样本人口社会学特征分析

如表 1 所示，在有效样本中，男性占 76.8%，女性占 23.2%；年龄构成上以 19—30 岁、31—40 岁两个年龄段为主，分别占样本的 43.6%、35.4%；在职业构成上，学生为第一职业类群，占样本的 22.3%，自由职业者、企事业单位、商务人员、专业技术人员为第二职业类群，分别占样本的 15.9%、15.3%、13.1%、10.8%；收入构成在总体上以中低收入者为主，高收入层次（5 千元以上）所占比例较少，月收入 1 千元以下者占样本的 17.5%；在学历构成上，大专、本科学历的登山者分别占样本的 31.8%、40.4%；样本的婚姻状况表明，已婚者略多，占样本的 51.6%；从户外探险经验上来看，25.8% 的样本属于初次参与户外探险运动，60.2% 的样本曾经有过 2—5 次户外探险经验，只有 14% 的样本参加过 5 次以上户外探险运动。

表 1 样本人口社会学特征分析

基本信息	类型	人数	百分比 (%)	基本信息	类型	人数	百分比 (%)
性别	男	241	76.8	年龄	19 岁以下	4	1.3
	女	73	23.2		19—30 岁	137	43.6
月收入	1000 元以下	55	17.5		31—40 岁	111	35.4
	1001—3000 元	67	21.3		40 岁以上	62	19.7
	3001—4000 元	58	18.5	学历	初中及以下	1	0.3
	4001—5000 元	98	31.2		高中、高职	41	31.1
	5000 元以上	36	11.5		大专	100	31.8
职业	公务员	25	8.0		本科	127	40.4
	企事业单位	48	15.3		硕士及以上	45	14.3
	商务人员	41	13.1	户外冒险经验	初次	81	25.8
	服务人员	15	4.8		2—5 次	189	60.2
	专业技术人员	34	10.8		5 次以下	44	14.0
	学生	70	22.3	婚姻状况	未婚	152	48.4
	自由职业者	50	15.9		已婚	162	51.6

	其他	31	9.9				
--	----	----	-----	--	--	--	--

4.2 样本信度分析

对数据进行可靠性分析,整体量表的克朗巴哈系数为 0.915,探险动机、风险认知与决策、流畅感、体验价值、游后行为意向等潜变量的克朗巴哈系数分别为 0.745、0.728、0.838、0.808、0.693,均高于社会科学研究 0.60 的推荐值,说明测量结果具有较好的测量信度。单项与总和相关系数检验显示,RM₂(为了获得新奇独特的体验)、RM₆(为了远离浮躁的日常琐事)、LB₁(我已经做好了应对不确定性风险的准备)、RP₂(我的登山经验与技能刚好可以应对险峻的环境)、VE₃(此次探险有益于我的个人形象)降低了量表的整体可靠性,删除后可以提高各潜变量的信度,因此予以删除。

4.3 测量模型检验

区别效度检验:本文利用单群组生成限制模型(将每组潜变量的相关系数设定为 1)和未限制模型(自由估计变量的相关系数)两个模型,通过卡方差异性检验比较限制模型是否显著地异于非限制模型,来评估变量的区分效度。检验结果显示,每一组未限制模型的卡方值显著低于限制模型,且在 0.01 的水平上与限制模型呈现显著差异,说明测量模型中 5 个潜变量之间具有良好的区别效度。

收敛效度检验:如表 2 验证性因子分析(CFA)显示,各个潜变量观测指标的因素负荷均接近或在 0.7 以上,大于 0.6 的基准值,测量指标的信度系数较高,潜变量无法解释的变异量数值较小,测量误差也较小。潜变量的建构信度是模型内在质量的判别标准之一。数据显示,各个潜变量的建构信度在 0.8 以上,表明模型的内在质量良好,潜变量的 AVE 值均大于 0.54,说明测量指标被潜变量解释的变异量较大,潜变量具有良好的收敛效度。

表 2 验证性因子分析(CFA)

潜变量	测量指标	因素负荷量	信度系数	测量误差	C. R.	建构信度	AVE
探险动机 (RM)	RM ₁ 为了健康体魄	0.841	0.707	0.293	7.662	0.8904	0.5763
	RM ₃ 为了回归自然,融入环境	0.761	0.579	0.421	6.812		
	RM ₄ 为了发展身体适应能力	0.735	0.540	0.460	6.635		
	RM ₅ 为了获得自信心和成就感	0.719	0.517	0.483	5.544		
	RM ₆ 为了寻求刺激与挑战	0.684 [#]	0.468	0.532	5.366		
	RM ₇ 为了获得完全不同的生活经历	0.804	0.646	0.354	7.154		
风险认知与决策 (LB)	LB ₁ 对于身体伤害和疼痛,我做好了应急措施	0.824	0.679	0.321	7.314	0.8380	0.5648
	LB ₂ 对于风雨等自然风险,我能够承受	0.715	0.511	0.489	6.493		
	LB ₃ 我相信能够克服困难,达到预期目的	0.722	0.521	0.479	5.075		

	LB ₅ 我确信此次探险的获益大于资金投入	0.664*	0.441	0.559	5.439		
	LB ₆ 我认为此次探险的风险在能力范畴之内	0.740	0.548	0.452	6.767		
流畅感 (RP)	RP ₁ 我依靠本能不假思索地应对各种风险	0.807	0.651	0.349	7.602	0.8755	0.5857
	RP ₃ 我攀登最高峰的目标始终很明确	0.781	0.610	0.390	7.127		
	RP ₄ 登山途中, 我无暇顾及个人表现	0.688 [#]	0.473	0.527	5.036		
	RP ₅ 我完全专注于所面临的环境考验	0.834	0.696	0.304	7.218		
	RP ₆ 我感受到付出努力后对挑战的掌控与胜任	0.706	0.498	0.502	6.520		
体验价值 (VE)	VE ₁ 此次探险使我对自我有了新认识	0.754	0.569	0.431	6.863	0.8567	0.5456
	VE ₂ 此次探险使我增强了团队互助的精神	0.711	0.506	0.494	6.231		
	VE ₄ 此次探险增强了我的体适能	0.826	0.682	0.318	7.103		
	VE ₅ 此次探险使我获得了独特的户外体验	0.686 [#]	0.471	0.529	5.978		
	VE ₆ 此次探险培养了我的自豪感、责任心	0.708	0.501	0.499	6.947		
游后行为意向 (BI)	BI ₁ 我有机会还会重登四姑娘山	0.830	0.689	0.311	7.238	0.8013	0.6685
	BI ₂ 我会向亲朋好友推荐攀登四姑娘山	0.805	0.648	0.352	6.854		

4.4 结构模型检验及修正

将潜变量及其测量指标导入理论模型, 运行 Amos 探索探险动机 (RM)、风险认知与决策 (LB)、流畅感 (RP)、体验价值 (VE)、游后行为意向 (BI) 之间的结构关系, 求解拟合指数、路径系数、T 检验值, 从绝对配适度、增值配适度、简约配适度 3 个方面检验模型的配适效果。首先对数据处理结果进行“违反估计”检验, 检视结果显示, 非标准参数估计值中没有出现负的误差方差, 且标准误差较小, 因此可进一步做模型拟合评价。

数据处理结果表明, 观测变量的标准化负荷都较高, 模型的各项拟合指数都达到或接近优秀水平 (具体见表 3 中的模型 A), $\chi^2/df=1.894$, $RMSEA=0.064<0.08$, $RMR=0.048<0.05$, $PGFT=0.513>0.5$, $GFI=0.911>0.900$, $AGFI=0.901>0.900$, $CFI=0.907>0.900$, 但是 NFI、RFI 均小于 0.900, 模型还需进一步修正, 才能达成更好的拟合效果。

为寻求更优模型, 本文根据理论模型的检验结果和 MI 指数对模型 A 进行修正。首先删除 RM₆、RP₄、VE₅ 等 3 个因素负荷低于 0.70 的观测变量, 然后逐步删除没有通过检验的路径, 并根据 MI 指数增减路径。MI 修正指标显示, “ $e_1 \leftrightarrow e_{16}$ ”、“ $e_{16} \leftrightarrow e_{18}$ ”、“ $e_9 \leftrightarrow e_{11}$ ”、“ $e_{14} \leftrightarrow e_{15}$ ”的修正值较高, 表示 RM₁ 与 VE₁、VE₁ 与 VE₄、LB₃ 与 RP₁、RP₅ 与 RP₆ 所测量的指标具有相关特质, 若将其设定为共变关系, 既不违背理论基础, 又可以减少卡方值, 因此在修正模型中逐一释放。修正后的拟合指数见表 3, 路径系数见图 2, 假设检验见表 4。

表 3 模型拟合指数摘要

	χ^2/df	RMR	RMSEA	PGFI	GFI	AGFI	NFI	RFI	CFI
模型 A	1.894	0.048	0.064	0.513	0.911	0.901	0.887	0.891	0.907
模型 B	1.647	0.046	0.058	0.562	0.920	0.911	0.896	0.905	0.916

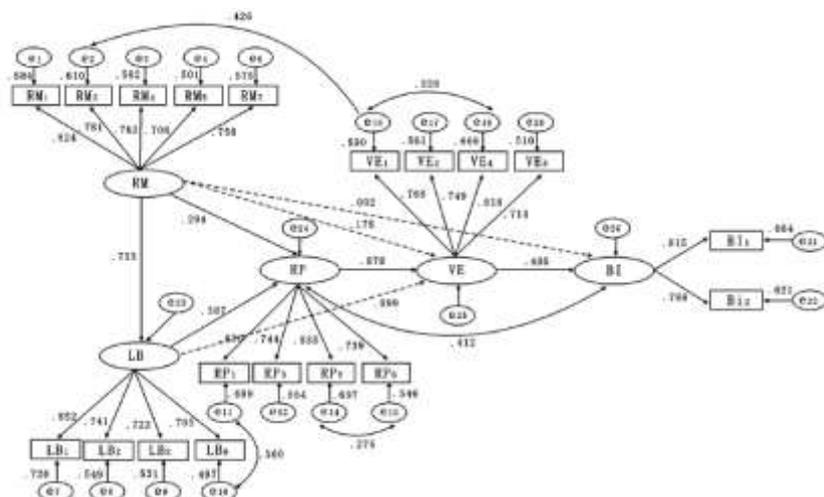


图 2 登山探险运动爱好者行为模式修正模型

表 4 修正模型的评价与假设检定

假设路径	直接效果	间接效果	C. R.	检定结果
假设 1: LB→RM (γ_{11})	0.753	—	6.345	支持
假设 2: RP→RM (γ_{21})	0.294	—	2.151	支持
假设 4: VE→RM (γ_{31})	0.175	—	1.649	不支持
假设 5: BI→RM (γ_{41})	0.002	—	1.257	不支持
假设 7: RP→LB (β_{21})	0.387	—	3.221	支持
假设 8: VE→LB (β_{31})	0.099	—	1.384	不支持
假设 9: VE→RP (β_{32})	0.878	—	6.616	支持
假设 10: BI→RP (β_{42})	0.412	—	3.109	支持
假设 12: BI→VE (β_{43})	0.405	—	3.156	支持
假设 3: RP→LB→RM ($\beta_{21} \gamma_{11}$)	—	0.291	—	支持
假设 6: BI→VE→RM ($\beta_{43} \gamma_{31}$)	—	0.071	—	不支持

假设 11:BI→VE→RP ($\beta_{43} \beta_{32}$)	—	0.356	—	支持
--	---	-------	---	----

5 讨论

在测量模型的构建中, 本文通过对探险动机、风险认知与决策、流畅感、体验价值、游后行为意向 5 个变量的理论梳理, 分别确定了 8、6、6、6、2 共计 28 个测量指标, 经过信度检验、验证性因子分析以后, 共删去了 9 个测量指标, 测量模型得到优化。探险动机保留了 5 个测量指标, RM_1 、 RM_4 与健康需求有关, RM_3 表达了环境意愿, RM_5 、 RM_7 表达了成长与体验的趋向。比较被删除的项目发现, 高海拔登山爱好者的探险动机积极而健康。风险认知与决策的 4 个测量指标集中在身体、心理风险上, 而被删除的项目与财务、社会有关, 显然决策焦点在于身体风险、心理风险, 爱好者不会因为财务、社会因素而轻易涉险。价值体验的测量指标集中在生理 (VE_4)、心理 (VE_1 、 VE_6) 成长和团队互助 (VE_2) 上, 体现个人利益的 VE_3 、 VE_5 被删除后, 拟合效果良好。应该说, 从事登山探险活动的时候, 个人利益并不重要, 在群体中友爱互助并实现生理和心理的成长, 带来最关键的价值体验。

从模型 B 的拟合指数可知, 修正模型 B 的拟合指数有所提高, NFI 非常接近 0.900, 可以认为模型拟合达到了理想的水平。假设检验表明, 探险动机 (RM) 对风险认知与决策 (LB)、流畅感 (RP) 不但具有显著的正向影响 ($\gamma_{11}=0.753$, C. R. =6.345; $\gamma_{21}=0.294$, C. R. =2.151), 而且可以通过风险认知与决策 (LB) 间接影响流畅感 (RP) ($\beta_{21} \gamma_{11}=0.291$), 但是冒险动机 (RM) 对体验价值 (VE)、游后行为意向 (BI) 的直接影响并不显著 ($\gamma_{31}=0.175$, C. R. =1.649; $\gamma_{41}=0.002$, C. R. =1.257), 也不能够通过体验价值 (VE) 对游后行为意向 (BI) 形成影响力 ($\beta_{43} \gamma_{31}=0.071$), 因此验证了假设 1、2、3, 但不支持假设 4、5、6。风险认知与决策 (LB) 对流畅感 (RP) 具有显著的正向影响 ($\beta_{21}=0.387$, C. R. =3.221), 但是对体验价值 (VE) 的直接影响并不显著 ($\beta_{31}=0.099$, C. R. =1.384), 因此验证了假设 7, 但是不支持假设 6。

数据进一步显示, 流畅感 (RP) 对体验价值 (VE)、游后行为意向 (BI) 都具有显著的正向影响 ($\beta_{32}=0.878$, C. R. =6.616; $\beta_{42}=0.412$, C. R. =3.109), 体验价值 (VE) 对游后行为意向 (BI) 具有显著的正向影响 ($\beta_{43}=0.405$, C. R. =3.156), 且流畅感 (RP) 可以通过体验价值 (VE) 对游后行为意向 (BI) 形成间接影响 ($\beta_{43} \beta_{32}=0.356$), 因此假设 9、10、11、12 均得到了验证。

为了区别于一般的户外活动, 本文将流畅感引入户外探险爱好者的行为模型, 并通过实证数据检验了流畅感在模型中的地位和作用。研究表明, 探险动机、风险认知与决策对流畅感具有显著的直接影响, 而流畅感对价值体验、游后行为意向具有显著的直接影响。同时, 探险动机通过风险认知与决策间接影响流畅感, 流畅感通过体验价值间接影响游后行为意向。通过比较假设的检验结果可以发现, 所有变量与流畅感都具有相关性。可以说, 流畅感是建立登山探险行为模式的基础, 它能够解释登山探险运动爱好者的特殊感受, 具有反映户外探险运动核心利益的重要作用。因此, 可以将流畅感视为户外探险行为的关键点, 用以指导户外探险爱好者的参与行为, 或以此描述户外探险爱好者的行为特征。

模型中间接影响的假设被验证, 在第一组间接影响变量中, 风险认知与决策的引入降低了探险动机对流畅感的直接影响, 有效弱化了自变量探险动机与因变量流畅感之间的关系, 带来了明显的间接效果, 提高了探险行为的合理性和可行性, 降低了人们为了追求巅峰体验而盲目探险的可能性。在第二组间接影响变量中, 流畅感对游后行为意向的直接影响没有因为体验价值的引入而减弱。因此, 体验价值不具备中介变量的性质, 并不能有效降低流畅感 (登山探险运动的核心利益) 对游后行为意向的直接影响。

6 结论与建议

6.1 结论

研究显示, 登山探险爱好者的探险动机以健康成长、环境体验为主要成分, 风险认知与决策主要集中在身体风险、心理风险两个层面, 流畅感体现的是因掌控、专注、忘我而产生的超越自我与时空的高峰经验, 体验价值反映了人们重视在友爱互助中实

现生理和心理成长,而游后行为意向是前因变量的综合效应。5个变量之间存在不同程度的直接和间接影响作用,构成了变量间的结构性关系。其中,风险认知与决策综合评价认知结果与个人胜任能力,进而衡量是否参与,牵制了探险动机对后续变量的影响力,是登山探险行为模式的重要变量;而流畅感是登山探险行为模式的核心变量,能够解释爱好者的特殊感受,反映了登山探险的核心利益,可以将其视为行为模式的关键点。综合考察可以发现,登山探险动机激发了爱好者的参与欲望,风险认知与决策可以有效降低冒险动机的膨胀,但人们一旦获取流畅感,容易导致丧失理性的反复寻求,这既是户外探险运动的魅力所在,也是组织者、爱好者必须警惕的地方。

6.2 建议

首先,要开发各类探险项目,有效引导参与行为。在户外运动蓬勃发展的背景下,兼具康体和挑战的登山冒险运动将获得广大爱好者的青睐。在发展初期,广大爱好者对户外探险知之甚少,空有探索热忱,很容易因盲目而发生罹难事故。因此,由政府出台规范、山岳景区监控管理、户外俱乐部具体组织实施,开发各种类型的户外项目,既顺应人们的时代要求,有效释放爱好者的参与热忱,又可以引导爱好者的户外探险行为,减少因盲目、擅闯而发生的意外事故。

其次,要引导爱好者根据个人能力选择户外探险项目。研究结果显示,户外探险爱好者执着追求的核心利益是户外活动中的流畅感,流畅感类似于Maslow所描绘的个人最佳体验的“自我实现的片刻”,即所谓“高峰经验”。流畅感的产生主要取决于个人胜任能力与挑战之间的博弈,当胜任能力高而挑战程度低时,活动乏味无趣,当胜任能力低而挑战程度高时,活动极易导致灾难,只有两者达成平衡时,参与者才能获得令人着迷与沉醉的流畅感。必须承认的是,流畅感在高强度探险活动中更容易获得,但对于大多数户外探险爱好者来说,这不是一个合理的选择。因此,应引导爱好者根据个人能力选择足以胜任的户外项目,慎防陷入高海拔登山的痴迷之中而不能自拔。

第三,要培养科学的户外精神。长期以来,人们对户外探险存在着认识上的误区,以为风险只存在于高海拔户外活动中,其实从事任何一种形式的户外运动都隐含着风险。尤其是低海拔登山,人们的风险意识较低,较少具备甚至是不具备户外运动技能,从而导致罹难事故的发生。近年有关户外山难的报道显示,罹难事故有从高海拔、中青年、专业人士向低海拔、边缘年龄、业余爱好者转移的趋势,且大多由人为因素所导致,共同特点是人们缺乏基本的风险意识。因此,政府、山岳景区、俱乐部应从不同层面加强户外探险运动风险意识宣传,引导广大爱好者培养科学的户外精神,以有效降低罹难事故的发生率。

参考文献:

[1]Ewert A,Hollenhorst S.Testing the Adventure Model:Empirical Support for a Model of Risk Recreation Participation[J].Journal of Leisure Research,1989,21(2):124-139.

[2]McIntyre N,Pigram J.Recreation Specialization Reexamined:The Case of Vehicle-base Campers[J].Leisure Science,1992,14(1):3-15.

[3]Sung H H,Morrison A M,O'Leary J T.Definition of Adventure Travel:Conceptual Framework for Empirical Application From the Provider[J].Journal of Tourism Research,1997,1(2):47-67.

[4]Priest S,Baille R.Justifying the Risk to Others:The Real Razor's Edge[J].Journal of Experience Education,1987,10(1):6-22.

[5]Sitkin S B,Weingart L R.Determinants of Risky Decision-making Behavior:A Test of The Mediating Role of Perceptions and Propensity[J].Academy of Management Journal,1995,38(6):1573-1592.

-
- [6]Carpenter G, Priest S. The AEP and Non-outdoor Leisure Pursuits[J]. Leisure Studies, 1989, 8(1) : 65-75.
- [7]Csikszentmihalyi M. Beyond Boredom and Anxiety[M]. San Francisco: Jossey-Bass. 1975. 72.
- [8]Csikszentmihalyi M, Csikszentmihalyi I. Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness[M]. New York: Cambridge University Press, 1988 : 261.
- [9]Massimini F, Carli M. The Systematic Assessment of Flow in Daily Experience[A]. Csikszentmihalyi M, Csikszentmihalyi I. Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness[C]. New York: Cambridge University Press, 1988 : 266-287.
- [10]Joy A, Sherry J. Speaking of Art as Embodied Imagination: A Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience[J]. Journal of Consumer Research, 2003, 30(2) : 259-282.
- [11]Holbrook M B. The Nature of Customer Value: An Axiology of Service in the Consumption Experience[A]. Roland T R, Richard L O. Service Quality: New Direction in Theory and Practice[C]. Thousand Oaks: Sage publications, 1994 : 21-71.
- [12]Mathwich C, Malhotra N, Rigdon E. Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment[J]. Journal of Retailing, 2001, 77(1) : 39-56.
- [13]Smith R E, Swinyard W R. Information Response Models: An Integrated Approach[J]. Journal of Marketing, 1982, 46(1) : 81-94.
- [14]陈帘予. 体验质量对情绪、价值、体验满意度、承诺及行为意图影响之研究——以台湾现代喜剧演出为例[D]. 新庄市: 辅仁大学管理学研究所, 2004, 89-117.
- [15]杨旸, 张捷, 赵宁曦. 旅游地游客游憩体验与重游意愿作用机制研究——以宜兴为例[J]. 旅游学刊, 2008, 23(5) : 42-48.
- [16]Oppermann M. Tourism Destination Loyalty[J]. Journal of Travel Research, 2000, 39(1) : 78-84.
- [17]Zuckerman M. Sensation Seeking: Beyond the Optimal Level of Arousal[M]. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1979. 157-189.
- [18]Csikszentmihalyi M, Csikszentmihalyi I. Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness[M]. New York: Cambridge University Press, 1988, 261.
- [19]赵文祺. 体验教育活动参与者内在动机、活动投入程度与神驰体验关系的探讨[D]. 彰化: 大叶大学休闲事业管理学系, 2004.
- [20]Devesa M, Laguna M, Palscio A. The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism[J]. Tourism Management, 2010, 31(4) : 547-552.
- [21]林俊升. 不同类型游客的游憩动机与满意度对重游意愿的关联性分析——以度假型休闲农场为例[J]. 户外游憩研

究, 2005, 18(2) : 25-47.

[22]Martin P, Priest S. Understanding the Adventure Experience[J]. Journal of Adventure Education, 1986, 3(1) : 18-21.

[23]Haddock C, Wisheart P. Managing Risks in Outdoor Activities[M]. New Zealand, Wellington:New Zealand Mountain Safety Council, 1993.

[24]Robinson D W. A Descriptive Model of Enduring Risk Recreation Involvement[J]. Journal of Leisure Research, 1992, 24(1) : 52-63.

[25]Csikszentmihalyi M. The Contribution of Flow Psychology of Positive Psychology[A]. Gillham J E. The Science of Optimism and Hope: Research Essays in Honor of Martin P. Seligman[C]. Philadelphia, PA: Templeton Foundation Press, 2000 : 387-395.

[26]Faullant R, Matzler K, Füller J. The Impact of Satisfaction and Image on Loyalty: The Case of Alpine Ski Resorts[J]. Journal of Service Theory & Practice, 2008, 18(2) : 163-178.

[27]Beeho A J, Prentice R C. Conceptualizing the Experiences of Heritage Tourists: A Case Study of New Lanark World Heritage Village[J]. Tourism Management, 1997, 18(2) : 75-87.

[28]Cronin J J, Brady M K, Hult G T. Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavior Intentions in Service Environments[J]. Journal of Retailing, 2000, 76(2) : 193-218.

[29]Jackson S A, Robert C E. Assessing Flow in Physical Activity: The Flow State Scale-2 and Dispositional Flow Scale-2[J]. Journal of Sport and Exercise Psychology, 2002, 24(2) : 133-150.

[30]Ewert A. Research in Outdoor Adventure: Overview and Analysis[J]. The Bradford Paper Annual, 1987, (2) : 15-28.