

doi:10.3969/j.issn.1001-4616.2019.01.019

基于乡村性感知的游客环境责任行为影响机制研究

——以南京市江宁区为例

孔艺丹,黄子璇,陶卓民,刘 琪

(南京师范大学地理科学学院,江苏 南京 210023)

[摘要] 以刺激-情感-行为理论为基础,从乡村性感知的角度出发构建了游客环境责任行为影响机制模型.利用南京市江宁区游客的问卷调查数据,通过结构方程模型方法,实证检验了乡村性感知、地方依恋及环境责任态度对环境责任行为的影响.研究发现:(1)乡村性感知可分为社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知和乡村景观感知 5 个维度;环境责任行为可分为遵守型环境责任行为和主动型环境责任行为 2 个维度;(2)乡村景观感知与乡村文化感知不仅直接影响遵守型环境责任行为,且通过地方依恋、环境责任态度的中介作用实现,而社区参与感知和农业经济感知仅通过地方依恋、环境责任态度间接影响遵守型环境责任行为;(3)乡村景观感知是乡村性感知各要素中驱动游客主动型环境责任行为的最重要因素.

[关键词] 环境责任行为,乡村性感知,地方依恋,环境责任态度,南京市江宁区

[中图分类号]F323.22 [文献标志码]A [文章编号]1001-4616(2019)01-0124-08

Study on the Influence Mechanism of Tourists' Environmentally Responsible Behavior Based on Perception of Rurality

—A Case Study of Jiangning District of Nanjing City

Kong Yidan, Huang Zixuan, Tao Zhuomin, Liu Qi

(School of Geography, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: Based on the theory of stimulus-organism-response, the paper establishes a model of the influence mechanism of tourists' environmentally responsible behavior from the perspective of perception of rurality. Using the survey data of tourists in Jiangning District of Nanjing City, the structural equation modeling method was adopted to empirically test the impact of perception of rurality, place attachment and environmentally responsible attitude on environmentally responsible behavior. The results are shown as follows: Firstly, there are five dimensions of perception of rurality, including perception of community participation, perception of regional condition, perception of rural culture, perception of agricultural economy and perception of rural landscape. Environmentally responsible behavior includes two dimensions: low effort environmentally responsible behavior and high effort environmentally responsible behavior. Secondly, rural landscape perception and rural culture perception are antecedents of low effort environmentally responsible behavior while partially mediating the effect of place attachment and environmentally responsible attitude. Community participation perception and agricultural economy perception only indirectly affect low effort environmentally responsible behavior through place attachment and environmentally responsible attitude. Lastly, rural landscape perception is the most important factor that drives tourists' high effort environmentally responsible behavior among the factors of rurality.

Key words: environmentally responsible behavior, perception of rurality, place attachment, environmentally responsible attitude, Jiangning District of Nanjing City

自 19 世纪中期以来,乡村旅游从单纯的度假旅游已发展成为体验乡村生活、品味乡村文化的重要方式,近年来已成为许多地区和国家新的经济增长点^[1]. 2017 年国内乡村旅游目的地的游客接待量突破了

收稿日期:2018-04-16.

基金项目:国家自然科学基金(41571139)、江苏省高校优势学科建设工程资助项目(164320H116).

通讯联系人:陶卓民,教授,博士生导师,研究方向:乡村旅游与旅游地理. E-mail:09059@njnu.edu.cn

28 亿人次,营业收入超过 7 400 亿元,乡村旅游逐渐成为中国旅游业的主流业态和乡村地域可持续发展的重要举措。乡村旅游地游客作为推动乡村旅游发展的关键要素,一直是国内外学者研究的重点^[2]。其旅游活动对乡村旅游地的经济、社会、环境产生双重影响:既能增加就业机会^[3]、提高社区知名度^[1]等,也可能导致生态环境恶化^[4]、犯罪率增加^[3]等。消极影响往往随着全球乡村旅游地游客人数持续、快速地增长而愈发显著。从旅游业可持续发展的理念出发,一些学者提出通过实施游客环境责任行为来减少其旅游活动对乡村环境造成的负面影响^[5-7],进而实现旅游地可持续发展。目前,国内外对游客环境责任行为研究主要涉及风景名胜区、滨海度假区、世界遗产地、国家公园等类型的旅游目的地。但对乡村旅游目的地中的游客环境责任行为的探索尚不多见。近年来,随着“乡愁”、“乡村振兴”等新理念的提出,乡村感知、乡村意象等一系列社会化研究将成为乡村旅游研究的热点^[8]。乡村性感知作为驱动游客行为的关键前置变量,以往相关研究偏重于游客的满意度、忠诚度等方面^[9],还未对其环境责任行为及其影响机制进行探索。乡村旅游地游客的环境责任行为很大程度上影响了目的地的环境质量。因此,开展游客乡村性感知与其环境责任行为的关系研究具有较强的学术价值与实践意义。

环境责任行为的形成机理是上述研究的重点,而探讨其形成机理的关键在于建立环境责任行为分析框架。从现有文献看,主要基于计划行为理论(TPB)与理性行为理论(TRA)的拓展模型,识别了地方依恋、环境责任态度对环境责任行为的影响关系。但由于环境责任行为本身存在不同维度,导致地方依恋、环境责任态度与环境责任行为间的复杂关系未能得到充分的验证。针对游客环境责任行为高度情境化特征^[10],环境心理学家 Mehrabian 提出了刺激-情感-行为(Stimulus-Organism-Response, S-O-R)理论,并用以分析游客环境责任行为形成机理,更好地反映游客活动的特殊性,更贴近其环境责任行为实际^[11]。因此,本文以刺激-情感-行为理论(S-O-R)作为基础分析框架,构建乡村性感知为前因变量、地方依恋和环境责任态度为中介变量、环境责任行为为结果变量的整合模型,并通过实证分析对模型进行验证。

1 研究假设与模型构建

1.1 研究假设

1.1.1 乡村性

乡村性是描述乡村旅游活动对象及活动区域特征的重要概念^[12]。关于乡村性的影响维度,目前学术界对其划分尚未达成共识,但大多涉及乡村景观、乡村文化、社区参与等因素^[9,13-14]。在借鉴前人成果的基础上,结合本研究的具体情况,本文将乡村性感知概括为社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知和乡村景观感知 5 个维度。地方(特质)是依恋产生的基础,乡村性作为乡村旅游地区区别于其他旅游地的固有特征和核心吸引力,是研究乡村旅游地游客地方依恋的出发点之一。相关研究发现:旅游地的个性与吸引力对地方依恋均有显著正向影响^[5,15]。基于此,为了揭示乡村性感知各要素对地方依恋的具体影响效应,本研究提出以下假设:

H1a-H1e:社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知、乡村景观感知分别对地方依恋存在显著的正向影响。

乡村性作为游客对乡村环境深层次的感知结构,对游客环境责任态度具有深刻的影响。以往研究表明,游客对旅游地的感知会极大影响其环境保护态度。如唐文跃研究发现,游客对自然风景的感知评价是影响其环境保护态度的主要因素^[16]。苏勤研究发现,地方感对游客遗产保护态度有显著正向影响,且在旅游地吸引力对游客遗产保护行为影响中起中介作用^[17]。基于此,本研究提出以下假设:

H2a-H2e:社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知、乡村景观感知分别对环境责任态度存在显著的正向影响;

H3:地方依恋对环境责任态度存在显著的正向影响。

乡村性作为乡村旅游地的显性特征,有利于强化游客的地方性感知,形成具有持久性的旅游吸引力。同时,感受乡村性被认为是旅游者到访乡村旅游地的主要动机和核心体验^[18]。对乡村性具有显著感知的游客,往往会产生较高的评价和满意度,从而做出有利于乡村旅游地可持续发展的行为。因此,具有充分乡村性的目的地环境是促成游客积极环境责任行为产生的重要因素。基于此,本文提出以下假设:

H4a-H4e:社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知、乡村景观感知分别对遵守型

环境责任行为存在显著的正向影响;

H4f-H4j:社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知、乡村景观感知分别对主动型环境责任行为存在显著的正向影响。

1.1.2 地方依恋

地方依恋是指人与地方之间的精神纽带^[19]。近年来,关于环境责任行为驱动因素的探讨上,学者们正从个体动机演变到情感影响分析。地方依恋正迎合这一趋势成为环境责任行为形成机制的研究热点,并在旅游情境中被广泛证实^[19-20]。Cheng 等对澎湖岛旅游区的研究表明,游客地方依恋显著正向影响其环境责任行为^[5]。基于此,本文提出以下假设:

H5a:地方依恋对遵守型环境责任行为存在显著的正向影响;

H5b:地方依恋对主动型环境责任行为存在显著的正向影响。

1.1.3 环境责任态度

环境责任态度是指个体对环境或生态持有普遍的看法、态度。环境责任态度是环境责任行为最为关键的前置变量^[21]。很多学者研究发现,环境责任态度显著影响个体环境责任行为。Kil 等探讨环境责任态度与娱乐动机、环境责任行为之间的关系,发现环境责任行为是环境责任态度的结果^[6]。基于此,本文提出以下假设:

H6a:环境责任态度对遵守型环境责任行为存在显著的正向影响;

H6b:环境责任态度对主动型环境责任行为存在显著的正向影响。

1.1.4 环境责任行为

环境责任行为是个体为了避免或解决环境问题而采取的一种基于个人价值观和责任感的可持续发展行为^[22]。Ramkissoon 等人根据实施环境行为中所付出的个人努力、资源消耗的多寡将环境责任行为划分为遵守型环境责任行为和主动型环境责任行为两个维度^[19-20,23]。前者是指,个体规避不环保及危害因素从事乡村旅游活动的行为。后者是指,个体不仅约束自己的行为,且主动参与乡村旅游地环保管理与环保氛围的营造。关于环境责任行为的两个维度之间的关系,罗文斌等人的研究结果表明自我约束行为和环境保护进行行为之间存在显著的正向影响^[24]。基于此,本文提出以下假设:

H7:遵守型环境责任行为对主动型环境责任行为存在显著的正向影响。

1.2 模型构建

结合以上的理论基础和研究假设,运用刺激-情感-行为(S-O-R)理论模型进行理论推演,本研究构建了“乡村性感知-地方依恋-环境责任态度-环境责任行为”的理论模型(图 1)。

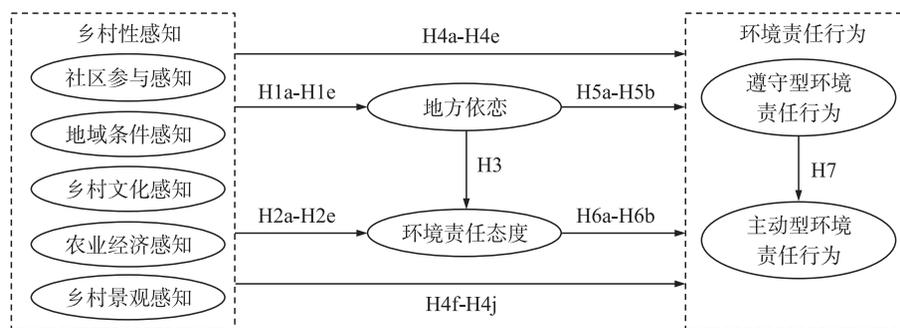


图 1 研究理论模型

Fig. 1 Research theoretical model

2 研究设计

2.1 问卷设计

问卷内容共由两部分组成,第一部分由乡村性感知、地方依恋、环境责任态度和环境责任行为 4 个测量量表组成。其中,乡村性感知由 13 个与乡村环境相关问题组成,参考了冯淑华等人的研究^[9,14];地方依恋的 5 个问项参考了 Ramkissoon 等人的研究^[19,25];环境责任态度的 3 个问项借鉴唐文跃等人的研究^[17,26];环境责任行为的 6 个问项参考 Chiu 等人的研究^[7,27]。以上测量量表均采用 Likert5 级量表形

式.在数据处理时,对乡村性感知量表中反向题项(这里的商业氛围较浓)进行了反向赋值,即在数据处理时将“1”录入为“5”.第二部分是样本的人口统计特征,包括性别、年龄、职业、文化程度、月收入5个题项.

2.2 数据收集

本研究采用随机抽样法获取数据,问卷发放地点为江苏省南京市江宁区.江宁区是全国休闲农业与乡村旅游示范区,2014年,江宁区的“金花村”全年接待游客780万人次,实现旅游收入13亿元.经过多年的发展,江宁区已是一个发展成熟的乡村旅游地,将其作为研究对象具有较高的代表性与典型性.调查对象主要是到访石塘人家、世凹桃源、黄龙岷和大塘金的游客,这4个地点的游客相对较多.本次调查时间为2017年4~7月,共发放问卷800份,回收问卷762份.对样本进行无效筛选,得到有效样本706份,有效率为92.7%.样本的人口统计特征:男性376名,占53.3%,女性330名,占46.7%;年龄结构以26~45岁的中青年为主体,共380人,占53.8%;职业以文教科技人员、企事业管理人员、学生为主,分别占19.7%、18.1%、15.4%;具有大专及以上学历共428人,占60.6%;月收入在2001~5000元有471人,占66.7%.

3 结果分析

3.1 量表的信度与效度检验

各潜变量的克隆巴哈系数值在0.568~0.924之间(见表1),均大于0.5的标准,除“乡村景观感知”这一项组合信度(CR)0.578,略低于0.6标准外,其余变量均符合要求,说明量表具有良好信度.

在效度检验方面,本研究测量题项的主体借鉴于成熟量表,并经过专家审核,因此具有较高的内容效度.对于建构效度,则通过标准化因子载荷及对应P值和平均提取方差予以检验.由表1可知,各潜变量的测量指标的标准化因子载荷值在0.552~0.925之间,均大于0.5,且达到0.001的显著性水平,平均提取方差(AVE)除“乡村景观感知”这一项0.411,略低于0.5标准外,其余变量均符合要求,表明量表具有良好的建构效度.

表1 验证性因子分析

Table 1 The result of confirmatory factor analysis

量表	测量指标	标准化因子载荷	AVE	CR	Cronbach's α	
乡村性感知	社区参与感知	旅游相关企业以当地居民经营为主	0.675	0.632	0.836	0.827
		这里以当地居民提供旅游服务为主	0.812			
		购买的旅游商品以当地厂家生产为主	0.884			
地域条件感知	该地离市区较远	0.728	0.604	0.752	0.750	
	相对城市而言,该地的居民数量较少	0.823				
乡村文化感知	这里保留了当地乡村生活方式	0.842	0.686	0.867	0.866	
	这里的节庆活动具有当地特色	0.768				
	这里能感受到真实的乡村文化氛围	0.871				
农业经济感知	这里的林/农业用地面积较大	0.806	0.502	0.749	0.739	
	这里的商业氛围较浓*	0.709				
	这里农业生产氛围浓	0.594				
乡村景观感知	保留了良好的田园生态环境	0.719	0.411	0.578	0.568	
	建筑保留了当地的乡村风格	0.552				
地方依恋	这里的配套设施比其他旅游地更能满足我的需求	0.723	0.618	0.890	0.888	
	这里给我的休闲旅游体验,其他旅游地不可替代	0.770				
	相比其他旅游地,我更喜欢呆在这个地方放松游览	0.851				
	我非常认同当地所塑造的旅游形象	0.794				
环境责任态度	我很留恋这里	0.786	0.589	0.809	0.803	
	我认为应该加强保护乡村的原貌	0.821				
	我认为应该加强游客的环境保护教育与管理力度	0.834				
环境责任行为	我认为应提高游客对乡村旅游地生态价值的认识	0.630	0.760	0.923	0.924	
	遵守型环境责任行为	0.861				
	我会妥善处理旅行中的垃圾	0.897				
	我会遵守当地的环境准则	0.925				
主动型环境责任行为	我有责任保护当地生态环境	0.925	0.731	0.844	0.841	
	我会爱护当地旅游资源	0.799				
	我会尝试说服亲朋好友采取对环境有利的行为	0.799				
	看到他人在破坏这里的环境时,我会报告给有关负责单位	0.908				

注:*为反向赋值题项.

3.2 结构模型

3.2.1 结构模型拟合优度检验

结构模型的拟合指数结果为: $\chi^2/df=3.910$, $RMR=0.037$, $RMSEA=0.064$, $GFI=0.899$, $CFI=0.931$, $TLI=0.916$, $NFI=0.910$, $IFI=0.931$, 均达到适配度要求水平, 说明结构模型整体拟合度良好.

3.2.2 假设检验

采用极大似然法进行参数估计, Amos 输出研究假设检验结果如表 2 所示. H1a、H1c、H1d、H1e、H2a、H2e、H3、H4c、H4e、H4j、H5b、H6a、H6b 及 H7 等 14 个研究假设得到支持, 其余 12 个研究假设均被拒绝.

表 2 假设检验结果

Table 2 Hypothesis testing outcomes

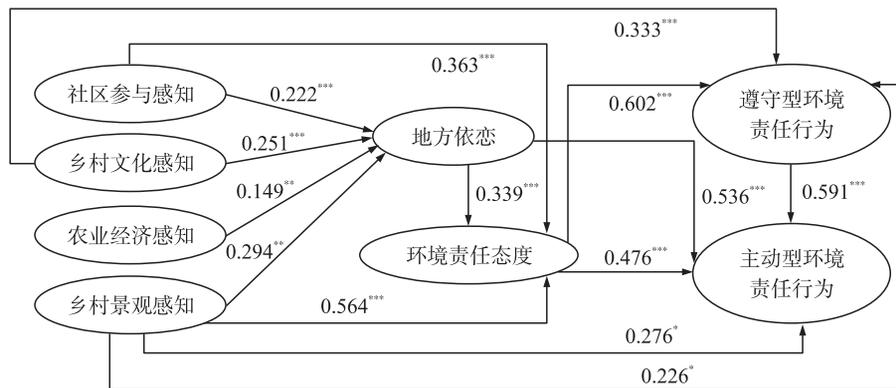
假设路径	路径系数	P 值	结论
H1a:社区参与感知→地方依恋	0.235	0.001 ***	支持
H1b:地域条件感知→地方依恋	0.022	0.769	拒绝
H1c:乡村文化感知→地方依恋	0.222	0.000 ***	支持
H1d:农业经济感知→地方依恋	0.207	0.000 ***	支持
H1e:乡村景观感知→地方依恋	0.221	0.009 **	支持
H2a:社区参与感知→环境责任态度	0.409	0.000 ***	支持
H2b:地域条件感知→环境责任态度	-0.058	0.532	拒绝
H2c:乡村文化感知→环境责任态度	0.017	0.816	拒绝
H2d:农业经济感知→环境责任态度	0.077	0.310	拒绝
H2e:乡村景观感知→环境责任态度	0.535	0.000 ***	支持
H3:地方依恋→环境责任态度	0.319	0.000 ***	支持
H4a:社区参与感知→遵守型环境责任行为	0.100	0.168	拒绝
H4b:地域条件感知→遵守型环境责任行为	0.049	0.462	拒绝
H4c:乡村文化感知→遵守型环境责任行为	0.335	0.009 **	支持
H4d:农业经济感知→遵守型环境责任行为	-0.051	0.340	拒绝
H4e:乡村景观感知→遵守型环境责任行为	0.213	0.022 *	支持
H4f:社区参与感知→主动型环境责任行为	0.061	0.508	拒绝
H4g:地域条件感知→主动型环境责任行为	0.086	0.312	拒绝
H4h:乡村文化感知→主动型环境责任行为	0.124	0.083	拒绝
H4i:农业经济感知→主动型环境责任行为	-1.116	0.094	拒绝
H4j:乡村景观感知→主动型环境责任行为	0.339	0.007 **	支持
H5a:地方依恋→遵守型环境责任行为	0.041	0.431	拒绝
H5b:地方依恋→主动型环境责任行为	0.536	0.000 ***	支持
H6a:环境责任态度→遵守型环境责任行为	0.665	0.000 ***	支持
H6b:环境责任态度→主动型环境责任行为	0.496	0.000 ***	支持
H7:遵守型环境责任行为→主动型环境责任行为	0.594	0.000 ***	支持

注:***、**和*分别表示P在0.001、0.01和0.05的水平上显著.

3.2.3 结构模型修正

为了使模型更加简洁和科学,考虑将不显著的路径连线删除(其中地域条件感知变量的所有路径连线都不显著,因此该变量被删除),对结构模型进行修正处理.对于地域条件感知的所有路径连线都不显著导致与其相关的各个假设都没有得到验证.原因可能在于,首先乡村旅游地客源以城市居民为主,其往往对地域条件感知的敏感性不足,并没有觉得市区与乡村旅游目的地存在较远距离及较市区而言乡村人数较少;其次城市居民前往乡村旅游目的地,更加注重旅游过程中原真性与独特性的体验,而对旅游地地域属性的关注度降低,特别是像江宁区这样的乡村休闲旅游地,旅游者尤其看重的是对田园风光和独特的乡村文化的感受,导致地域条件感知对地方依恋、环境责任态度与环境责任行为的影响削弱.

修正模型的拟合优度指数结果为 $\chi^2/df=4.035$, $RMR=0.039$, $RMSEA=0.066$, $GFI=0.876$, $CFI=0.924$, $TLI=0.914$, $NFI=0.901$, $IFI=0.924$. 与结构模型相比,修正模型更加简约合理且同样具有较好的拟合优度.修正模型输出结果整理归纳,如图 2 所示.



***、**和*分别表示 P 在0.001、0.01和0.05的水平上显著。

图2 修正理论模型

Fig. 2 Modified theory model

3.3 变量间影响效应分析

根据修正后的模型,我们得到了表3变量影响效应分析结果。

3.3.1 乡村性感知对环境责任行为的影响

在影响游客遵守型环境责任行为的乡村性感知各潜变量中,乡村文化感知和乡村景观感知对遵守型环境责任行为既产生直接影响,也通过地方依恋、环境责任态度产生间接影响,总效应分别为0.384和0.626。而社区参与感知和农业经济感知仅通过上述两中介变量对遵守型环境责任行为产生间接影响效应,分别为0.264和0.030。在影响游客主动型环境责任行为的乡村性感知各潜变量中,乡村景观感知的总效应最大(0.749),其中,直接效应(0.276)小于间接效应(0.473)。而社区参与感知、乡村文化感知和农业经济感知仅通过地方依恋、环境责任态度和遵守型环境责任行为对主动型环境责任行为产生间接影响效应,分别为0.327、0.176和0.104。事实上,尽管乡村性感知存在5个维度,但对产生环境责任行为而言,主要是乡村景观感知与乡村文化感知。可见,积极乡村景观感知和乡村文化感知是激发游客积极环境责任行为的重要推手。因此,在乡村旅游地的规划与管理过程中,应充分重视乡村景观与乡村文化的传承。具体而言,首先,乡村景观的维护与修缮应最大程度保持其原有风貌;其次,加强对乡村民俗、节庆等文化要素的有效挖掘,并将其渗透到日常生产与生活中,促进乡村文化传承;游客通过了解并体验到乡村景观与文化的原真性,进而强化游客对其感知,激发游客环境责任行为。

3.3.2 地方依恋对环境责任行为的影响

在地方依恋对环境责任行为两维度的影响关系中,地方依恋对主动型环境责任行为产生的总效应为0.697,直接效应(0.536)大于间接效应(0.161),而对遵守型环境责任行为仅通过环境责任态度产生间接影响,直接影响不显著,这与以往研究的结果不一致^[19,27]。究其原因:首先,游客环境责任行为本身是一个高度情境化变量^[10],由于受到乡村旅游地情境影响而导致本文与以往研究结果的不一致。其次,由于遵守型环境责任行为受限条件较少,而地方依恋水平较高的游客,往往只需要通过强化环境责任态度就能产生遵守型环境责任行为。同时,本文也证实了地方依恋越高的游客往往会表现出越积极的环境责任行为。因此,乡村旅游地管理者应全面培育游客对乡村旅游地的地方依恋。具体而言,乡村旅游地应将更多精力投入到当地品牌化建设中,让游客切身体会到乡村旅游地自身独特的吸引力,从而有效提升游客的地方依恋水平,使其表现出更多的环境责任行为。

3.3.3 环境责任态度对环境责任行为的影响

在环境责任态度对环境责任行为两维度的影响关系中,环境责任态度对主动型环境责任行为的总效应为0.763,直接效应(0.476)大于间接效应(0.287),而对遵守型环境责任行为的直接效应为0.602。可见,游客环境责任态度的建立是产生环境责任行为的关键因素。因此,为了强化游客环境责任态度,乡村旅游地管理者应主抓“乡村性感知+地方依恋”与“环境教育+生态价值认知”这两条主线。具体而言,一方面应通过有所侧重地完善多维乡村性内涵,全面培育游客对乡村旅游地的情感依恋等措施,来潜移默化地影响游客环境责任态度;另一方面应通过加强游客环境教育,来提升游客对乡村旅游地的生态价值的认知,固

化其对他人、对目的地发展具有不可推卸的环境责任. 此外, 乡村旅游地管理者应通过多种方式实施环境保护的奖励措施, 让游客认识到环境保护与自身利益息息相关, 从而推进游客遵守型到主动型环境责任行为的转化, 提升游客环境责任行为的层次, 从而实现游客对环境保护的最大作用.

表 3 变量影响效应分析表

Table 3 Impact effect analysis of variables

路径	标准化路径系数		
	直接效应	间接效应	总效应
社区参与感知→遵守型环境责任行为	无	0.264	0.264
乡村文化感知→遵守型环境责任行为	0.333	0.051	0.384
农业经济感知→遵守型环境责任行为	无	0.030	0.030
乡村景观感知→遵守型环境责任行为	0.226	0.400	0.626
社区参与感知→主动型环境责任行为	无	0.327	0.327
乡村文化感知→主动型环境责任行为	无	0.176	0.176
农业经济感知→主动型环境责任行为	无	0.104	0.104
乡村景观感知→主动型环境责任行为	0.276	0.473	0.749
地方依恋→遵守型环境责任行为	无	0.204	0.204
地方依恋→主动型环境责任行为	0.536	0.161	0.697
环境责任态度→遵守型环境责任行为	0.602	无	0.602
环境责任态度→主动型环境责任行为	0.476	0.287	0.763
遵守型环境责任行为→主动型环境责任行为	0.591	无	0.591

注:总效应=直接效应+间接效应.

4 结语

本研究以南京市江宁区乡村旅游地为例, 以刺激-情感-行为理论为基础, 从乡村性感知的角度出发, 构建了乡村性、地方依恋和环境责任态度对环境责任行为的影响关系模型. 研究结果较好地验证了理论模型. 主要结论如下:

(1) 验证性因子分析得到乡村性感知包括社区参与感知、地域条件感知、乡村文化感知、农业经济感知、乡村景观感知 5 个维度; 游客地方依恋和环境责任态度各 1 个维度构成; 游客环境责任行为由遵守型环境责任行为和主动型环境责任行为 2 个维度构成.

(2) 社区参与感知与农业经济感知对遵守型环境责任行为直接影响不显著, 而是通过地方依恋、环境责任态度产生间接影响. 相比之下, 乡村景观感知和乡村文化感知不仅直接影响遵守型环境责任行为, 且通过地方依恋和环境责任态度产生间接影响.

(3) 乡村景观感知不仅直接影响主动型环境责任行为, 且通过地方依恋、环境责任态度和遵守型环境责任行为的中介作用实现, 而乡村文化感知、社区参与感知和农业经济感知仅通过上述 3 个中介变量间接影响主动型环境责任行为. 可见, 乡村景观感知是乡村性感知各要素中驱动游客主动型环境责任行为的最重要因素.

本文尚且存在诸多不足: 首先, 问卷获取的数据属于截面数据, 在一定程度上可能会影响研究的准确性. 未来可采取跟踪调查, 收集纵列数据进行实证分析; 其次, 本文只选取南京市江宁区 4 个乡村旅游地进行问卷调查, 今后可选取更为分散的样本, 进一步提高研究结论的推广性与普适性; 再次, 当前学术界乡村性量表仍不成熟, 本文借鉴相关研究成果并根据目的地情境进行适当修正, 通过验证性因子分析得到 5 个维度, 但在今后的研究中仍需对量表进行开发与验证; 最后, 在建构乡村性感知、地方依恋、环境责任态度和环境责任行为的影响机制模型时, 为了保证模型的简练与清晰, 并未考虑景区环境政策、便利性条件等环境责任行为的外部情景因素, 未来可将情景因素纳入模型, 研究基于乡村性感知的更为综合的影响机制模型.

[参考文献]

[1] 陈佳, 张丽琼, 杨新军, 等. 乡村旅游开发对农户生计和社区旅游效应的影响: 旅游开发模式视角的案例实证[J]. 地理研究, 2017, 36(9): 1709-1724.

- [2] 张圆刚,余向洋,程静静,等. 基于 TPB 和 TSR 模型构建的乡村旅游者行为意向研究[J]. 地理研究,2017,36(9):1725-1741.
- [3] 贾衍菊,王德刚. 社区居民旅游影响感知和态度的动态变化[J]. 旅游学刊,2015,30(5):65-73.
- [4] 杜宗斌,苏勤,姜辽. 乡村旅游地居民社区归属感模型构建及应用:以浙江安吉为例[J]. 旅游学刊,2013,28(6):65-74.
- [5] CHENG T M, WU H C, HUANG L M. The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan[J]. Journal of sustainable tourism, 2013, 21(8):1166-1187.
- [6] KIL N, HOLLAND S M, STEIN T V. Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors[J]. Journal of outdoor recreation and tourism, 2014, 7/8:16-25.
- [7] CHIU Y T H, LEE W I, CHEN T H. Environmentally responsible behavior in ecotourism: antecedents and implications[J]. Tourism management, 2014, 40:321-329.
- [8] 李红波,张小林. 乡村性研究综述与展望[J]. 人文地理,2015,30(1):16-20,142.
- [9] 魏鸿雁,陶卓民,潘坤友. 基于乡村性感知的乡村旅游地游客忠诚度研究:以南京石塘人家为例[J]. 农业技术经济, 2014(3):108-116.
- [10] GIFFORD R, NILSSON A. Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: a review[J]. International journal of psychology, 2014, 49(3):141-157.
- [11] MEHRABIAN A, RUSSELL J A. An approach to environmental psychology[M]. Cambridge, MA, USA: The MIT Press, 1974: 30-66.
- [12] 汪惠萍,章锦河,王玉玲. 乡村旅游的乡村性研究[J]. 中国农学通报,2011,27(29):301-305.
- [13] CLOKE P, EDWARDS G. Rurality in England and Wales 1981: a replication of the 1971 index[J]. Regional studies, 1986, 20(4):289-306.
- [14] 冯淑华,沙润. 乡村旅游的乡村性测评模型:以江西婺源为例[J]. 地理研究,2007,26(3):616-624.
- [15] 杨雪娇. 旅游地个性、场所依恋与游客忠诚的关系研究[D]. 大连:东北财经大学,2011.
- [16] 唐文跃. 九寨沟旅游者地方感对资源保护态度的影响[J]. 长江流域资源与环境,2011,20(5):574-578.
- [17] 苏勤,钱树伟. 世界遗产地旅游者地方感影响关系及机理分析:以苏州古典园林为例[J]. 地理学报,2012,67(8): 1137-1148.
- [18] 张春花,卢松,魏军. 中国城市居民乡村旅游动机研究:以上海、南京为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2007, 18(5):703-706.
- [19] 贾衍菊,林德荣. 旅游者环境责任行为:驱动因素与影响机理:基于地方理论的视角[J]. 中国人口·资源与环境, 2015,25(7):161-169.
- [20] 万基财,张捷,卢韶婧,等. 九寨沟地方特质与旅游者地方依恋和环保行为倾向的关系[J]. 地理科学进展,2014, 33(3):411-421.
- [21] 余晓婷,吴小根,张玉玲,等. 游客环境责任行为驱动因素研究:以台湾为例[J]. 旅游学刊,2015,30(7):49-59.
- [22] HINES J M, HUNGERFORD H R, TOMERA A N. Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: a meta-analysis[J]. The journal of environmental education, 1987, 18(2):1-8.
- [23] RAMKISSOON H, WEILER B, SMITH L D G. Place attachment and pro-environmental behaviour in national parks: the development of a conceptual framework[J]. Journal of sustainable tourism, 2012, 20(2):257-276.
- [24] 罗文斌,张小花,钟诚,等. 城市自然景区游客环境责任行为影响因素研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2017,27(5): 161-169.
- [25] RAMKISSOON H, SMITH L D G, WEILER B. Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: a structural equation modelling approach[J]. Tourism management, 2013, 36: 552-566.
- [26] 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.
- [27] 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.