

村落遗产地社区居民旅游发展态度的影响因素

王纯阳¹, 屈海林²

(1. 五邑大学经济管理学院, 江门 529020; 2. 俄克拉荷马州立大学人文科学学院, 美国 斯蒂尔沃特 74075)

摘要: 构建了社区依恋、社区关注、社区参与、旅游影响感知和社区居民旅游发展态度的结构关系模型, 并以村落遗产地——福建土楼为例, 采用结构方程模型 (SEM) 验证社区居民旅游发展态度的影响因素, 并引入个人获益作为调节变量, 剖析在获益居民和没有获益的居民中, 各种旅游感知对旅游发展态度的影响是否存在显著差异。研究结果表明: ① 经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知均对态度具有显著正向影响, 而经济成本感知对态度具有显著负向影响; ② 社区依恋通过社会文化获益感知和环境获益感知对态度产生间接影响; ③ 社区关注通过经济获益感知和环境获益感知间接影响态度, 并通过经济成本感知间接影响态度; ④ 社区参与通过经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知对态度产生间接正向影响, 并通过经济成本感知对态度产生间接负向影响; ⑤ 经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知对态度的影响对获益居民比没有获益的居民要大, 而经济成本感知、社会文化成本感知与环境成本感知对态度的影响对没有获益的居民比获益居民要大。

关键词: 旅游影响感知; 态度; 社区依恋; 社区关注; 社区参与; 村落遗产地

DOI: 10.11821/dlxh201402011

1 引言

随着旅游市场需求的多元化发展, 传统村落凭借其独特的建筑风貌、重要的历史价值、深厚的文化积淀、特有的古韵氛围越来越受到旅游者的青睐。由于传统村落因其在历史、艺术、科学、生态、民俗等诸多方面都蕴藏着“突出的普遍的价值”而使得村落遗产地正备受瞩目与追逐, 如西递、宏村、福建土楼、开平碉楼与村落等。这些以传统村落为主体的遗产地都进行了不同程度的旅游开发, 产生了良好的经济带动效应和广泛的社会效益, 对缓解农村剩余劳动力就业压力, 优化农业产业结构, 加快农村村容村貌建设具有积极意义^[1]。然而, 伴随着旅游开发进程的加快, 旅游业给村落遗产地带来的经济影响、环境影响、社会文化影响日益明显, 这些影响无论是积极的还是消极的, 都会以一定的方式作用于当地居民, 引起居民相应的心理体验和反应, 形成对旅游的感知, 表现出或支持或反对的态度。村落遗产地作为传统乡村聚落和居住空间的历史遗存, 社区和景区的高度重叠构成了其最为明显的特征, 既是旅游活动发生的主要环节, 又是农村居民的居住区和生活、生产活动区。村落遗产旅游正是依托社区居民的历史社会—生活空间中的聚落景观、民情风俗、生活方式、农耕文化等为核心旅游资源展开的, 而这些资源的保持与维护, 离不开社区居民的主动性, 任何消极和对抗都会导致旅游资源的破坏。如果没有社区居民的参与和支持, 村落遗产地实现可持续旅游发展是不现实的^[2]。

社区居民对旅游发展的态度已成为旅游地理学研究关注的重点。社区居民旅游发展的

收稿日期: 2013-03-27; 修订日期: 2013-07-09

基金项目: 国家自然科学基金项目 (71203162); 教育部人文社会科学研究规划基金项目 (11YJC630201); 旅游业青年专家培养计划课题; 广东省高等学校优秀青年教师培养计划课题; 五邑大学博士科研启动项目 [Foundation: National Natural Science Foundation Project of China, No.71203162; Social Science Foundation Project of Ministry Education, No.11YJC630201; Youth Culture Expert Training for Tourism Industry; Institutions of Higher Education Excellent Youth Teachers Training Project of Guangdong Province; Ph.D Research Project of Wuyi University]

作者简介: 王纯阳 (1979-), 女, 湖南岳阳人, 博士, 副教授, 主要从事村落遗产旅游和旅游市场营销研究。

E-mail: wcywangchunyang@gmail.com

态度与旅游影响感知紧密相关^[3],而旅游影响感知又受到社区依恋^[4]、居住时间^[5]、人口社会统计特征^[6]、个人从旅游发展中获益^[7]、生态中心化态度^[8]等因素的影响。但是从现有研究来看,甚少学者以村落遗产为研究背景,从实证研究的角度系统探讨社区居民旅游发展态度的影响因素;其次,虽然不少学者探究了社区居民旅游感知对态度的影响,但是主要停留在旅游的获益感知(积极影响)和成本感知(消极影响)两个维度,制约了研究结果的适应性;最后,由于社区居民从旅游发展中获益不同,其行为方式也存在差异。学者虽然意识到了个人获益可能影响社区居民的旅游感知与态度^[9],但是至今尚未有研究探讨社区居民的旅游感知与态度的关系是否受到个人获益的影响。因此,本文从经济获益/成本、社会文化获益/成本和环境获益/成本6个方面构建多维旅游影响感知,并以各种旅游影响感知作为中介变量,建立社区依恋、社区关注、社区参与、旅游影响感知和社区居民旅游发展态度的结构关系模型,以村落遗产地—福建土楼为例,实证分析社区居民旅游发展态度的影响因素。此外,通过分析个人获益的调节作用,揭示在获益居民和没有获益居民中,旅游感知对旅游发展态度的影响是否存在差异。

2 文献回顾与研究假设

2.1 旅游影响感知

社区居民旅游影响感知是指社区居民对自身居住空间旅游业发展中的人地关系及其物质环境改变的主观认知。发展旅游业会给旅游地带来各种各样的影响,从总体上有积极或正面影响和消极或负面影响之分。社区居民对旅游的积极或正面影响感知称为获益感知,对消极或负面影响的感知即为成本感知。不论是积极影响还是消极影响,又可以分为经济影响、社会文化影响和环境影响三个方面^[10]。社区居民对旅游发展的所持态度受到旅游感知的影响^[3]。根据社会交换理论,如果当地居民感知到他们可能从旅游交换中获益,而没有遭受到不能容忍的成本,他们将支持当地旅游的发展,因而更高意愿参与旅游交换;反之,如果社区居民感知的成本超过其获益时,他们可能反对旅游发展^[11]。这表明,对潜在获益结果的预期将使社区居民持积极的旅游态度。

近年来,学者们从获益感知和成本感知的角度探讨了旅游影响感知与社区居民对旅游发展态度的关系,倾向于认为,旅游的获益感知对支持态度具有正向影响,而成本感知则对支持态度具有负向影响^[4, 12-14]。具体说来,社区居民通过权衡经济影响、社会文化影响和环境影响的感知来决定他们的态度^[7]。Dyer等^[15]与Gursoy和Rutherford的研究结果均表明,经济获益感知和文化获益感知分别对当地居民支持旅游发展具有显著正向影响^[16]。因此,基于上述研究,提出以下研究假设:H1a:经济获益感知对态度具有显著正向影响;H1b:社会文化获益感知对态度具有显著正向影响;H1c:环境获益感知对态度具有显著正向影响;H1d:经济成本感知对态度具有显著负向影响;H1e:社会文化成本感知对态度具有显著负向影响;H1f:环境成本感知对态度具有显著负向影响。

2.2 社区依恋

地方依恋是西方游憩地理学和环境心理学的研究热点,指人与地方相互作用产生的联结关系。社区依恋是地方依恋的一种类型,指居民的社会参与并融入到社区的程度与方式,反映社区居民的根源和对社区的归属感。社区依恋是一个多面向的心理过程,是一种由情感、认知和行为意向构成的态度构建^[17]。

社区依恋是与旅游影响感知有关,是社区居民持有态度和行为的重要因素^[18-19],然而学者们对社区依恋与旅游影响感知之间的关系却持不同看法。Lankford和Howard^[20]与Gursoy等^[21]的研究结果表明社区依恋与旅游影响感知没有明确的关系;Um和Crompton以居住时间、出生地和遗产作为衡量社区依恋程度的评价标准,证实具有强烈依恋感的社区居民更趋向于负面评价旅游发展带来的影响^[22];相反,其他学者则发现社区依恋对旅游感知具有显著正向影响,认为社区依恋程度越强的居民将正面评价旅游发展影响^[2, 23]。

学者们基于旅游影响的获益感知和成本感知,探讨了社区依恋对社区居民旅游感知的影响。社区依恋与获益感知具有显著正向影响,与成本感知没有显著影响^[4,12-13]。但是也有学者认为,社区依赖程度高的居民易于感知旅游的正面影响与获益,而依恋程度低的居民则趋向于感知旅游的负面影响和所带来的成本^[24]。此外研究还表明,社区依恋与成本感知是一种正相关关系^[23]或负相关关系^[25-26]。社区依恋程度不同,旅游影响感知的具体方面也有显著差异。Jurowski等的实证研究结果表明,依恋感强的社区居民倾向于对旅游发展的经济和社会影响进行正面评价,而对环境影响进行负面评价^[27];Gursoy和Rutherford认为社区依恋正面影响经济获益感知和社会获益感知,而对社会成本感知、文化获益感知和文化成本感知却没有显著影响^[16];Gursoy等发现,社区依恋对社会经济成本感知具有显著负向影响^[28]。因此,基于上述研究,提出以下研究假设:H2a:社区依恋对经济获益感知具有显著正向影响;H2b:社区依恋对社会文化获益感知具有显著正向影响;H2c:社区依恋对环境获益感知具有显著正向影响;H2d:社区依恋对经济成本感知具有显著负向影响;H2e:社区依恋对社会文化成本感知具有显著负向影响;H2f:社区依恋对环境成本感知具有显著负向影响。

2.3 社区关注

社区关注即社区居民对所在社区事务的关注,可能影响其对旅游发展的看法与观点,但是目前从实证分析的角度探讨社区关注与旅游影响感知的关系研究甚少。社区关注程度越高的居民将越易于感知旅游发展带来的各种影响。学者认为,社区关注对旅游发展的正面影响感知具有显著正向作用,对负面影响具有显著负向作用^[12]。但是在旅游影响感知的具体方面,研究结果有所差异。Gursoy和Rutherford认为,社区关注分别对经济获益感知和文化获益感知具有显著影响,但是对社会成本感知和文化成本感知不具有显著影响^[16],而Gursoy等的研究结果却表明,社区关注程度对文化获益感知具有显著的正向影响,对社会成本感知具有显著负向影响^[28]。因此,基于上述研究,提出以下研究假设:H3a:社区关注对经济获益感知具有显著正向影响;H3b:社区关注对社会文化获益感知具有显著正向影响;H3c:社区关注对环境获益感知具有显著正向影响;H3d:社区关注对经济成本感知具有显著负向影响;H3e:社区关注对社会文化成本感知具有显著负向影响;H3f:社区关注对环境成本感知具有显著负向影响。

2.4 社区参与

社区参与已成为旅游规划的一种思想意识,在发达国家早已被认为是减少旅游负面影响并为地方社区创造更为良好环境的重要途径^[29]。社区居民对旅游发展的态度在很大程度上取决于其旅游参与程度,即对旅游业的参与程度越高,获得的旅游收益越多,对待旅游发展的态度就越积极^[30]。社区居民越积极参与旅游发展,才更有助于当地社区实现可持续旅游发展^[31]。社区参与不仅可以将社区旅游与发展当地经济有机结合起来^[32],而且能促进社会责任旅游的发展,给当地社区带来积极的社会影响^[33]。因而,社区居民参与旅游发展过程是实现社区可持续发展的前提^[34]。

1985年,Murphy首次把社区参与的概念引入到旅游研究中,尝试从社区的角度研究旅游。自此学者们从不同视角对社区参与旅游进行了大量探索,并取得了丰富的研究成果,然而关于社区参与对旅游感知的影响研究尚不多见。Nicholas等以圣卢西亚皮通山保护区(Pitons Management Area)为例,探讨了当地居民支持该保护区作为世界遗产地以及可持续旅游发展的影响因素,研究结果表明,社区参与显著影响社区居民的感知^[2]。杜宗斌,苏勤,姜辽通过构建旅游地社区参与—社区归属感结构模型,证实了社区参与对旅游感知具有显著正向影响^[35]。Choi和Murry认为,社区参与对旅游的正面影响感知具有显著负向影响,对负面影响感知具有显著正向影响^[26],而Lee则认为,社区参与对获益感知具有显著正向影响,对成本感知不具有显著影响^[4]。因此,基于上述研究,提出以下假设:H4a:社区参与对经济获益感知具有显著正向影响;H4b:社区参与对社会文化获益感知具有显著正向影响;H4c:社区参与对环境获益感知具有显著正向影响;H4d:社区参与

对经济成本感知具有显著负向影响；H4e：社区参与对社会文化成本感知具有显著负向影响；H4f：社区参与对环境成本感知具有显著负向影响。

2.5 个人获益的调节作用

个人从旅游发展中获益也是影响社区居民旅游感知和态度的重要因素。研究表明，依赖旅游业或者感知到经济上获益很大的居民比其他居民趋向于对旅游的经济影响持更正面的评价，以更积极的态度支持旅游发展^[27]。Haralambopoulos和Pizam将社区居民分为直接依赖旅游业与不直接依赖旅游业两类，直接依赖旅游业的社区居民根据就业机会、个人收入、税收和生活水平等指标，对发展旅游持积极看法^[36]。重视经济发展的居民对旅游发展的态度更积极^[11]，但那些从旅游中获益的居民也可能比其他人更易感知旅游发展的负面影响^[37]。个人获益与旅游的正面影响感知是正向关系，而与旅游的负面影响感知是负向关系^[6-7]。然而Ko和Stewart的研究结果表明，个人获益对正面旅游影感知具有显著正向影响，与负面旅游影响感知不具有显著影响。此外，个人获益对社区居民的旅游发展态度具有正向影响^[6-7, 9]。这也表明，个人从旅游中获益是提升社区居民对旅游发展支持态度的重要因素。居民自身越能从社区发展旅游业中获益，他们可能越积极支持旅游发展。基于上述研究，在获益不同的社区居民中，旅游影响感知对社区居民旅游发展的态度可能存在着差异。因而，提出以下假设：H5a：个人获益调节经济获益感知与态度的关系，而且经济获益感知对态度的影响对获益居民比没有获益的居民大；H5b：个人获益调节社会文化获益感知与态度的关系，而且社会文化获益感知对态度的影响对获益居民比没有获益的居民大；H5c：个人获益调节环境获益感知与态度的关系，而且环境获益感知对态度的影响对获益居民比没有获益的居民大；H5d：个人获益调节经济成本感知与态度的关系，而且经济成本感知对态度的影响对没获益的居民比获益居民大；H5e：个人获益调节社会文化成本感知与态度的关系，而且社会文化成本感知对态度的影响对没获益的居民比获益居民大；H5f：个人获益调节环境成本感知与态度的关系，而且环境成本感知对态度的影响对没获益的居民比获益居民大。

因此，根据上述分析与研究假设，构建概念模型(图1)。

3 研究设计

3.1 案例地概况

福建土楼产生于宋元，成熟于明末、清代和民国时期，是世界上独一无二的山区大型夯土民居建筑，以历史悠久、种类繁多、规模宏大、结构奇巧、功能齐全、内涵丰富著称，具有极高的历史、艺术和科学价值，被誉为“中国传统民居的瑰宝”、“东方古城堡”、“世界建筑奇葩”。2008年7月7日在第32届世界遗产大会上，永定、南靖、华安三县的“六群四楼”，共46座土楼被正式列入《世界遗产名录》，包括永定县的客家土楼(初溪土楼群、洪坑土楼群、高北土楼群及衍香楼、振福楼)、南靖土楼(田螺坑土楼群、河坑土楼群、怀远楼、和贵楼)和华安县的大地土楼群。永定县旅游开发较早，南靖县和华安县较晚，然而，随着申遗的成功，南靖县旅游业发展迅速。永定土楼旅游景区的主要包括初溪村、洪坑村、高北村、新南村、西片村；南靖土楼图楼旅游景区主要包括上板村、曲江村、坎下村、璞下村等；华安土楼旅游区包括大地村。作为村落型的世界遗产地，不仅在历史、艺术、科学、生态、民俗等诸多方面都蕴藏着“突出的普遍的价值”，并且具有明显的旅游社区特征，因此其

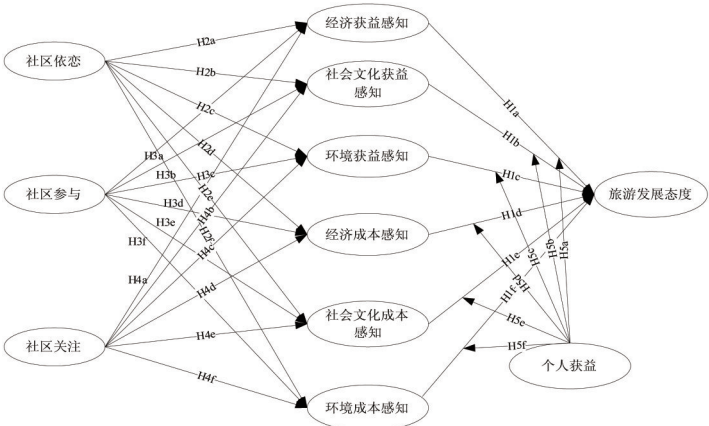


图1 概念模型
Fig. 1 Conceptual model

案例的代表性和典型性强。

3.2 问卷设计

首先,在回顾现有相关文献的基础上,结合村落遗产地的特征和案例地的实际情况,初步设计调查问卷;然后,邀请对案例地有深入研究的3位专家对初步设计的问卷中题项可能产生的歧义、表达的清晰性和合理性提出建议,并对可能遗漏的项目进行补充;最后,抽取30名旅游管理专业的本科生和研究生进行预调查,并根据调查结果进一步完善问卷。最终问卷由7个部分构成,依次为社区依恋、社区关注、社区参与、旅游影响感知、个人获益、社区居民旅游发展态度和人口社会统计特征。

社区依恋的测量参考了Nicholas等^[2]的研究,共包括“与其他地方比较,我更喜欢本村”、“与其他地方比较,我更愿意居住在本村”、“我十分认同本村”、“我对本村有强烈的归属感”、“我对本村有很深的感情”和“本村对我的意义很大”等6道题项。社区关注共包括“关注旅游利益分配”、“关注公共设施建设”、“关注文物和民居的保护”和“关注生活质量的提高”4道题项。社区参与的测量共包括“参与旅游项目经营”、“参与旅游教育培训”、“参与遗产保护”、“参与旅游决策与管理”和“就职于旅游企业”5道题项。旅游影响感知的测量参考了王纯阳和黄福才^[1]与Chen和Chen^[13]的研究,主要包括经济获益感知、社会文化获益感知、环境获益感知与经济成本感知、社会文化成本感知、环境成本感知,共包括28道题项。其中,经济获益感知包括“增加了村民的就业机会”、“提高了村民的经济收入”、“提高了村民的生活水平”、“促进了当地经济的发展”和“提高了地方财政收入”5道题项;社会文化获益感知包括“增进了对文化遗产的了解和认知”、“促进了居民和文物的保护和利用”、“促进了地方文化的发展和繁荣”、“提高了村民对文化遗产保护的意识”、“提高了本地的社会知名度”5道题项;环境获益感知包括“改善了当地的交通状况”、“促进了基础设施的建设”、“促进了卫生状况的改善”、“增进了村民的环保意识”和“改善了居民的居住环境”5道题项;经济成本感知包括“提高了村民的生活成本”、“造成利益分配的不平等”、“引起了居民收入两极分化”和“使房产和地价上涨”4道题项;社会文化成本感知包括“干扰了村民的日常生活,造成不便”、“降低了村民之间的信任程度”、“破坏了村里原有宁静的生活氛围”、“降低了地方安全性”和“当地优良创痛受到不良冲击”5道题项;环境成本感知包括“造成交通拥挤和停车问题”、“加剧了环境的破坏”、“破坏了生态环境”和“造成文物资源的过度利用”4道题项。个人获益的测量参考了KLátková和Vogt^[3]的研究,包括“我从当前旅游发展中获益”、“我将会从旅游进一步发展中获益”和“我明显感受到从旅游发展中获益”3道题项。社区居民旅游发展态度的测量参考了McGehee和Andereck^[6]和卢松等^[38]的研究,共包括“主动支持本村发展旅游业”、“旅游业应在当地经济中占有极为重要地位”、“旅游业是本村未来发展的希望”、“发展旅游业是本村正确的选择”和“相关部门应鼓励和支持旅游发展”5道题项。

以上所有构建的测量指标均采用李克特5分值量表进行评估,1~5分别表示“完全不同意”、“不同意”、“一般”、“同意”和“完全同意”。问卷的最后部分是被调查者的人口统计特征,包括性别、年龄、文化程度、家庭收入、家庭经济来源等。

3.3 数据收集与样本设计

本研究主要采取实地问卷调查与入户访问相结合的方式对案例地的社区居民进行调查。特别对问卷内容理解和填写有困难的居民,则采用代填式问卷调查法,即由调查者根据被访者的回答填写问卷。调查对象是南靖土楼旅游区和永定土楼旅游区的村民。调查时间为2012年11-12月,共发放问卷600份,回收585份,其中有效问卷520份,有效回收率为86.67%。

3.4 数据分析

本文主要采用SPSS17.0和AMOS17.0软件进行分析。首先,对综合测量模型进行验证性因子分析,确定是否有必要作进一步的调整和修改;然后,综合测量模型一旦通过检验,即进行结构方程模型分析,验证上述提出的研究假设,确认概念模型中所有内生变量

与外生变量的因果关系；最后，分析个人获益对各种旅游影响感知与社区居民旅游发展态度之间关系的调节作用。

4 实证分析结果

4.1 验证性因子分析

采用验证性因子分析评价包含所有内生变量和外生变量 (如社区依恋、社区关注、社区参与、旅游影响感知和社区居民旅游发展态度) 的综合测量模型 (overall measurement model)。综合测量模型的评价主要通过各项拟合指数 (如 χ^2/df 、CFI、GFI、NFI、RMSEA)、信度和效度来衡量。验证性因子分析结果表明，旅游影响感知中的“经济获益感知”和“经济成本感知”维度分别有 1 个测量指标”因为标准因子载荷过低而被剔除。此外，从各项拟合指数来看， $\chi^2/df = 2.468$ ，CFI = 0.932，GFI = 0.930，NFI = 0.924，RMSEA = 0.049。一般认为 χ^2/df 小于 3，CFI、GFI、NFI 均大于 0.9，RMSEA 小于 0.08，表示模型拟合程度很高^[39]。因而综合测量模型具有很好的拟合能力 (表 1)。

信度检验通常考察潜在变量的组合信度 (Composite Reliability) 和平均提取方差 (Average Variance Extracted)。一般认为，若组合信度和均提取方差分别大于最小临界值 0.7 和 0.5，表示潜在变量的测量信度达到理想水平^[40]。由表 1 可知，各潜在变量的组合信度在 0.827~0.925 之间，平均提取方差在 0.510~0.755，表明综合测量模型具有很好的信度。

效度检验包括聚合效度和区别效度检验。聚合效度是测量同一潜在变量的不同观测指标彼此间是否聚合或有关联性，主要通过每个观测指标的标准因子载荷的 t 值在一定水平下是否显著来检验^[41]。综合测量模型的验证性因子分析结果表明，测量指标的标准因子载荷 0.615~0.896 之间，并且都在 $p < 0.001$ 的水平上显著，因而认为综合测量模型具有良好的聚合效度。区别效度指潜在变量之间存在的显著差异，通过比较任何两个潜在变量之间相关系数的平方与这两个潜在变量各自平均提取方差的大小，当前者小于后者，则表明各潜在变量间存在足够的区分效度，反之，则区分效度不够^[40]。由表 2 可知，综合测量模型各潜在变量之间相关系数的平方均小于其自身的平均提取方差，因而具有充分的区别效度。由此可见，综合测量模型的信度和效度都能得到保证，无需作进一步修改和调整，可以进行下一步的结构模型分析。

4.2 结构方程模型分析

在验证性因子分析的基础上，将综合测量模型中的潜在变量及其观测变量导入设定的理论模型中进行结构方程模型分析，对上述提出的研究假设进行检验，采用极大似然法对模型进行估计，得到理论模型的各项拟合指数和路径系数值 (表 1)。结构模型整体拟合优

表 1 直接作用的估计结果
Tab. 1 Estimated results for the direct effects

路径	路径系数	t-统计值	路径	路径系数	t-统计值
经济获益感知→态度 ($\beta 1a$)	0.431	7.456***	社区关注→经济获益感知	0.419 ($\beta 3a$)	6.881***
社会文化获益感知→态度 ($\beta 1b$)	0.272	4.155***	社区关注→社会文化获益感知	0.041 ($\beta 3b$)	0.652
环境获益感知→态度 ($\beta 1c$)	0.101	1.990*	社区关注→环境获益感知	0.232 ($\beta 3c$)	3.735***
经济成本感知→态度 ($\beta 1d$)	-0.383	-6.511***	社区关注→经济成本感知	-0.281 ($\beta 3d$)	-4.330***
社会文化成本感知→态度 ($\beta 1e$)	-0.004	-0.087	社区关注→社会文化成本感知	-0.016 ($\beta 3e$)	-0.252
环境成本感知→态度 ($\beta 1f$)	-0.021	-0.380	社区关注→环境成本感知	-0.128 ($\beta 3f$)	-2.608**
社区依恋→经济获益感知 ($\beta 2a$)	0.004	0.095	社区参与→经济获益感知	0.422 ($\beta 4a$)	6.959***
社区依恋→社会文化获益感知 ($\beta 2b$)	0.274	4.000***	社区参与→社会文化获益感知	0.389 ($\beta 4b$)	6.281***
社区依恋→环境获益感知 ($\beta 2c$)	0.301	5.523***	社区参与→环境获益感知	0.132 ($\beta 4c$)	2.239*
社区依恋→经济成本感知 ($\beta 2d$)	-0.009	-0.198	社区参与→经济成本感知	-0.365($\beta 4d$)	-5.910***
社区依恋→社会文化成本感知 ($\beta 2e$)	-0.031	-0.506	社区参与→社会文化成本感知	-0.008 ($\beta 4e$)	-0.175
社区依恋→环境成本感知 ($\beta 2f$)	-0.011	-0.289	社区参与→环境成本感知	-0.027 ($\beta 4f$)	-0.445

注: *** < .001. ** p < .01.* p < .05.

表2 综合测量模型的关系矩阵
Tab. 2 Correlation matrix for the overall measurement model

潜在变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 社区依恋	1									
2. 社区关注	0.512	1								
3. 社区参与	0.493	0.450	1							
4. 经济获益感知	0.560	0.575	0.520	1						
5. 社会文化获益感知	0.460	0.654	0.558	0.370	1					
6. 环境获益感知	0.397	0.640	0.628	0.443	0.347	1				
7. 经济成本感知	-0.412	-0.414	-0.407	-0.332	-0.211	-0.217	1			
8. 社会文化成本感知	-0.442	-0.454	-0.217	-0.282	-0.374	-0.367	0.417	1		
9. 环境成本感知	-0.527	-0.462	-0.344	-0.385	-0.454	-0.375	0.348	0.335	1	
10. 居民旅游发展态度	0.420	0.475	0.495	0.614	0.411	0.401	-0.601	-0.449	-0.302	1
组合信度	0.885	0.867	0.880	0.925	0.850	0.905	0.827	0.838	0.870	0.901
平均提取方差	0.561	0.619	0.596	0.755	0.532	0.655	0.615	0.510	0.510	0.602

度达到理想要求 ($\chi^2/df = 2.885$, $CFI = 0.928$, $GFI = 0.924$, $NFI = 0.918$, $RMSEA = 0.066$)。由表1可知, 经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知均对态度具有显著正向影响 ($\beta_{1a} = 0.431$; $\beta_{1b} = 0.272$; $\beta_{1c} = 0.101$), 而经济成本感知对态度具有显著负向影响 ($\beta_{1d} = -0.383$), 社会文化成本感知和环境成本感知对态度都不具有显著影响 ($\beta_{1e} = -0.004$; $\beta_{1f} = -0.021$)。因而支持假设H1a、H1b、H1c和H1d, 拒绝假设H1e和H1f。

社区依恋对社会文化获益感知和环境获益感知都具有显著正向影响 ($\beta_{2b} = 0.274$; $\beta_{2c} = 0.301$), 对经济获益感知、经济成本感知、社会文化成本感知和环境成本感知都不具有显著影响 ($\beta_{2a} = 0.004$; $\beta_{2d} = -0.009$; $\beta_{2e} = -0.031$; $\beta_{2f} = -0.011$), 因而支持假设H2b和H2c, 拒绝假设H2a、H2d、H2e和H2f。社区关注对经济获益感知和环境获益感知都具有显著正向影响 ($\beta_{3a} = 0.419$; $\beta_{3c} = 0.232$), 对经济成本感知和环境成本感知都具有显著负向影响 ($\beta_{3d} = -0.281$; $\beta_{3f} = -0.128$), 对社会文化获益感知和社会文化成本感知都不具有显著影响 ($\beta_{3b} = 0.041$; $\beta_{3e} = -0.016$), 因而接受假设H3a、H3c、H3d和H3f, 拒绝假设H3b和H3e。社区参与对经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知均具有显著正向影响 ($\beta_{4a} = 0.422$; $\beta_{4b} = 0.389$; $\beta_{4c} = 0.132$), 对经济成本感知具有显著负向影响 ($\beta_{4d} = -0.365$), 对社会文化成本感知和环境成本感知均不具有显著影响 ($\beta_{4e} = -0.008$; $\beta_{4f} = -0.027$), 因而支持假设H4a、H4b、H4c和H4d, 拒绝假设H4e和H4f。

4.3 调节作用分析

为了验证假设H5a、H5b、H5c、H5d、H5e和H5f, 采用多群组分析 (multi-group analysis) 对个人获益的调节作用进行分析。该分析是基于包含所有构建 (如社区依恋、社区关注、社区参与、旅游影响感知和态度) 的概念模型 (图1)。采用中位数法对个人获益量表进行划分, 将整个样本分成两组, 这是学者们常采用的一种方法^[42-43]。这两组社区居民包括: 获益的居民 ($n_1 = 205$) 和没有获益的居民 ($n_2 = 315$)。首先, 估计没有任何参数限制的结构模型, 作为基本模型。然后, 将模型中两组居民的所有回归路径限定为相等, 称为限制模型 (constrained model)。再次, 比较限制模型和基本模型的 χ^2 值, 以此来验证上述假设。如果限制模型的 χ^2 值较基本模型的 χ^2 值在统计上显著增加, 表明两组不同获益居民的模型是有差异的, 即不等值的, 反之, 则是无差异的^[44-45], 即等值的。从研究结果来看, $D\chi^2 = 12.315$, $Ddf = 8$, $p = 0.005$, 显然满足上述有差异或不等值的条件, 因而两组模型的分析理论上是支持的, 可以对两组模型中的具体路径是否等值或存在差异作进一步分析。

为检验个人获益对各种旅游影响感知与态度之间关系的调节作用, 将“部分限制”模型的 χ^2 与基本模型的 χ^2 进行比较。“部分限制”是指将两组社区居民的目标回归路径限定为相等, 每一次限定一条回归路径。如果“部分限制”模型的 χ^2 值较基本模型在显著增加, 表明两组居民在限定的回归路径上存在显著差异^[45]。由表3可知, 相比较基本模型, 各部

表3 个人获益的调节作用检验

Tab. 3 Test for moderating effects of personal benefits

模型	$\Delta\chi^2$	Δdf	模型	$\Delta\chi^2$	Δdf
1. 基本模型			1. 基本模型		
2. 限制路径“经济获益感知→态度”	11.231***	1	5. 限制路径“经济成本感知→态度”	4.439*	1
3. 限制路径“社会文化获益感知→态度”	9.034***	1	6. 限制路径“社会文化成本感知→态度”	10.456***	1
4. 限制路径“环境获益感知→态度”	5.845**	1	7. 限制路径“环境成本感知→态度”	6.276**	1

注: *** < .001. ** p < .01. * p < .05.

分限制模型的 χ^2 值都在统计上显著增加,自由度差值均为1,这说明,个人获益对各种影响感知与社区居民旅游发展态度的关系具有显著的调节作用,即在获益的居民和没有获益的居民中,各种旅游感知对社区居民旅游发展态度的影响存在显著差异。而从表4可以看出,经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知对态度的影响对获益的居民比没有获益的居民要大,而经济成本感知、社会文化成本感知与环境成本感知对态度的影响对没有获益的居民比获益的居民要大,因而支持假设H5a、H5b、H5c、H5d、H5e和H5f。

表4 个人获益调节作用的比较

Tab. 4 Comparison of estimated results for moderating effects of personal benefits

路径	获益的居民		没有获益的居民	
	路径系数	t-统计值	路径系数	t-统计值
经济获益感知→态度	0.514	7.424***	0.040	0.619
社会文化获益感知→态度	0.470	6.300***	0.188	2.605*
环境获益感知→态度	0.243	3.581**	0.021	0.290
经济成本感知→态度	-0.378	-4.585***	-0.411	-5.488***
社会文化成本感知→态度	-0.165	-2.401*	-0.324	-4.186***
环境成本感知→态度	-0.005	-0.135	-0.236	-3.225**

注: *** < .001. ** p < .01. * p < .05.

5 结论与讨论

(1) 经济获益感知、社会文化获益感知、环境获益感知和经济成本感知是社区居民旅游发展态度的直接影响因素。经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知均对社区居民旅游发展态度具有显著正向影响,经济成本感知对态度具有显著负向影响。其中,经济获益感知与经济成本感知的影响最大。这表明,社区居民对经济、社会文化和环境的感知到获益促使他们对当地旅游发展持更积极态度,而如果感知到旅游带来经济上的消极影响,则倾向于对当地旅游发展持反对态度,但是经济利益诉求是决定社区居民旅游发展态度的关键。西方学者在发达国家旅游地的基础上,研究了旅游影响感知与社区居民旅游态度的关系,成果相对较为成熟,但是不能全方位诠释旅游业带来的经济、社会文化和环境方面的积极或消极影响。Gursoy和Rutherford以华盛顿和爱达荷州的居民为例,从经济获益、社会获益、社会成本、文化获益和文化成本五个方面探讨了旅游影响感知对当地居民旅游态度的影响,证实了经济获益感知和文化获益感知影响社区居民旅游发展态度^[16]。而在本文中,除了经济获益感知和社会文化感知,环境获益感知和经济成本感知也是重要影响因素。这一方面是基于社会交换理论资源产权和居民生活受干扰补偿权作用的结果;另一方面也反映了村落遗产地由于其中生生不息的居民而成为一种活的历史,居民在谋求经济利益的同时,逐渐意识到自身所生存生活的物质环境改善的重要性。此外,由于农民在政治上的影响力尤其微弱,使得在旅游收益分配上明显处于弱势地位,不能体现其作为资源所有者的主体地位。这一点也反映了经济成本感知作为村落遗产地社区居民旅游发展态度的极为重要影响因素的必要性,从而构成了与西方国家相关研究的不同之处。

(2) 社区依恋通过社会文化获益感知和环境获益感知对社区居民旅游发展态度产生间接影响。这表明,当地居民对社区的依恋程度越高,则对旅游的社会文化与环境的影响感知就强烈,越有可能支持当地旅游发展。该结论不同于Gursoy和Rutherford^[16]的研究发现,即社区依恋对经济获益感知和社会获益具有显著影响,而对社会成本感知、文化获

益感知和文化成本感知却没有显著影响。这可能由于在理论模型中变量的设置与选择上存在差异性而导致研究结论的不同。基于这点,本研究结论是以往相关研究的补充。

(3) 社区关注通过经济获益感知和环境获益感知间接正向影响态度,并通过经济成本感知间接负向影响态度。这表明,当地居民对社区越关注,越有可能正面评价旅游的经济影响和环境影响,对旅游发展的态度就越积极;当地对社区关注程度越低,越有可能负面评价旅游的经济影响,进而反对当地旅游发展。该结论与以前相关研究^[28]存在一定的差别。这可能是因为在他们的研究模型中没有考虑环境感知和经济成本的作用,而本文将环境获益感知、经济成本感知和环境成本感知纳入了概念模型。从这个角度看,本文的研究结论更深刻地反映了社区关注对社区居民旅游发展态度的作用机制。

(4) 社区参与通过经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知对态度产生间接正向影响,并通过经济成本感知对态度产生间接负向影响。这表明,社区参与程度越高,居民越有可能感知到经济、社会文化和环境的正面影响,从而对旅游发展持更积极的态度;社区参与程度越低,居民越有可能感知到经济的负面影响,则反对旅游发展的可能性越高。在以前相关研究中,已有学者实证研究了社区参与对旅游感知的影响^[2,4,26,35],但是都忽略了社区居民参与旅游对经济、社会文化和环境感知等方面的具体影响。显然,本研究结论是现有相关研究基础上的进一步延伸与深入,能更有效解释社区参与如何通过不同旅游感知影响社区居民对旅游发展的态度。

(5) 本研究首次尝试提出并证实了个人获益对社区居民的旅游影响感知与其旅游发展态度之间关系的调节作用。即揭示了在获益的居民和没有获益的居民中,各种不同旅游感知对社区居民旅游发展态度的影响存在显著差异:对获益居民来说,经济获益感知、社会文化获益感知和环境获益感知对态度的影响更大;而对没有获益的居民而言,经济成本感知、社会文化成本感知与环境成本感知对态度的影响更大。这表明,从旅游发展中获益的居民对经济、社会文化和环境的获益感知越强烈,对当地旅游发展的态度就越积极;而没有从旅游发展中获益的居民对经济、社会文化和环境的负面影响感知越强烈,对当地旅游发展越持反对态度。

本文从村落遗产地社区特征角度构建社区依恋、社区关注、社区参与、社区居民旅游影响感知及旅游发展态度的结构模型,证实了村落遗产地社区居民的旅游态度受到多种因素的影响,包括社区依恋、社区关注、社区参与、经济获益感知、社会文化获益感知、环境获益感知和经济成本感知。这为社区居民旅游发展态度的研究提供了新的视角,丰富了不同类型旅游地社区居民旅游发展态度的理论研究,对社区居民旅游发展态度的作用机制与形成过程有更为清楚地认识,对村落遗产地社区居民的动态管理,制定合理的旅游政策,促进村落遗产地旅游业可持续发展,具有重要现实意义。

参考文献 (References)

- [1] Wang Chunyang, Huang Fucui. From community involvement to community empowerment: A case study of Kaiping watchtower and villages. *Human Geography*, 2013, 28(1): 141-149. [王纯阳, 黄福才. 从“社区参与”走向“社区增权”: 以开平碉楼与村落为例. *人文地理*, 2013, 28(1): 141-149].
- [2] Nicholas L, Thapa B, Ko Y. Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(3): 390-412.
- [3] Látková P, Vogt C A. Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 2012, 51(1): 50-67.
- [4] Lee T H. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 2013, 34(1): 37-46.
- [5] Lankford S. Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 1994, 32(4): 35-43.
- [6] McGehee N, Andereck K. Factors predicting rural resident's support of tourism. *Journal of Travel Research*, 2004, 43(2): 131-140.
- [7] Perdue R, Long P, Allen L. Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 1990, 17(4): 586-599.
- [8] Gursoy D, Chi C G, Dyer P. Local's attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast,

- Australia. *Journal of Travel Research*, 2010, 49(3): 381-394.
- [9] Ko D W, Stewart W P. A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 2002, 23(5): 521-530.
- [10] Chuang S. Residents' attitudes toward rural tourism in Taiwan: A comparative viewpoint. *International Journal of Tourism Research*, 2013, 15(1): 152-170.
- [11] Lindberg K, Johnson R. Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 1997, 24(2): 402-424.
- [12] Gursoy D, Kendall K W. Hosting mega events e modeling locals support. *Annals of Tourism Research*, 2006, 33(3): 603-623.
- [13] Chen C, Chen P. Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 2010, 12(4): 525-545.
- [14] Nunkoo R, Ramkissoon H. Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2011, 35(2): 171-190.
- [15] Dyer P, Gursoy D, Sharma B et al. Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 2007, 28(2): 409-422.
- [16] Gursoy D, Rutherford D G. Host attitudes toward tourism e an improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31(3): 495-516.
- [17] Kyle G, Mowen A J, Tarrant M. Linking place preferences with place meaning: An examination of the relationship between place motivation and place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 2004, 24(4): 439-454.
- [18] Lee T H. How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011, 19(7): 895-915
- [19] Raymond C M, Brown G, Weber D. The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 2010, 30(4): 422-434.
- [20] Lankford S, Howard D. Developing a tourism attitude impact scale. *Annals of Tourism Research*, 1994, 21(1): 121-139.
- [21] Gursoy D, Jurowski C, Uysal M. Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29(1): 79-105.
- [22] Um S, Crompton J L. Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 1987, 26(1): 27-29.
- [23] Deccio C, Baloglu S. Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 2002, 41(1): 46-56.
- [24] McCool S F, Martin S R. Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 1994, 32(3): 29-34.
- [25] Xu Zhenjie, Zhang Jie, Wall G. Research on influence of residents' place attachment on positive attitude to tourism with a mediator of development Expectation: A case of core tourism community in Jiuzhaigou. *Acta Geographica Sinica*, 2009, 64(6): 736-744. [许振晓, 张捷, Wall G. 居民地方感对区域旅游发展支持度影响: 以九寨沟旅游核心社区为例. *地理学报*, 2009, 64(6): 736-744.]
- [26] Choi H C, Murray I. Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2010, 18(4): 575-594.
- [27] Jurowski C, Uysal M, Williams R. A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 1997, 36(2): 3-11.
- [28] Gursoy D, Chi C G, Dyer P. Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of sunshine coast, Australia *Journal of Travel Research*, 2010, 49(3): 381-394
- [29] Wang Y, Wall G. Administrative arrangements and displacement compensation in top-down tourism planning: A case from Hainan Province, China. *Tourism Management*, 2007, 28(1): 70-82.
- [30] Horn C, Simmons D. Community adaptation to tourism: Comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management*, 2002, 23(2): 133-143.
- [31] Briedenhann J, Wickens E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 2004, 25(1): 71-79.
- [32] Aas C, Ladkin A, Fletcher J. Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 2005, 32(1): 28-48.
- [33] Robson J Robson I. From shareholders to stakeholders: Critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, 1996, 17(7): 533-540.
- [34] Ertuna B, Kirbas G. Local community involvement in rural tourism development: The case of Kastamonu, Turkey. *Revistade Turismoy Patrimonio Culture*, 2012, 10(2): 17-24
- [35] Du Zhongbin, Su Qin, Jiang Liao. Mediate effects of community involvement influence on sense of community in tourism destination: A case study of Anji county in Zhejiang province. *Scientia Geographica Sinica*, 2012, 32(3): 329-335. [杜宗斌, 苏勤, 姜辽. 社区参与对旅游地居民社区归属感的中介效应: 以浙江安吉为例. *地理科学*, 2012, 32(3): 329-335].
- [36] Haralambopoulos N, Pizam A. Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(3): 503-526

- [37] Snepenger D J, O'Connell R, Snepenger M. The embrace-withdrawal continuum scale: Operationalizing residents' responses toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 2001, 40(2): 155-162
- [38] Lu Song, Zhang Jie, Li Donghe. Comparison of resort residents' perceptions and attitudes: A case studies in Xidi Village and Jiuzhaigou. *Acta Geographica Sinica*, 2008, 63(3): 646-656. [卢松, 张捷, 李东和. 旅游地居民对旅游影响感知和态度的比较: 以西递景区与九寨沟景区为例. *地理学报*, 2008, 63(3): 646-656].
- [39] Hair J F, Anderson R E, Tatham R L et al. *Multivariate Data Analysis with Readings*. 5th ed. Prentice Hall College Div, 1998.
- [40] Fornell C, Larcker D. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 1981, 18(1): 39-50.
- [41] Anderson J C, Gerbing D W. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 1988, 103(3): 411-423.
- [42] Bell S J, Luddington J A. Coping with customer complaints. *Journal of Service Research*, 2006, 8(3): 221-33
- [43] de Matos C A, Rossi C A, Veiga R T et al. Consumer reaction to service failure and recovery: The moderating role of attitude toward complaining. *Journal of Service Research*, 2009, 23(7): 462-475
- [44] Byrne B. The Maslach burnout inventory: Testing for factorial validity and invariance across elementary, intermediate and secondary teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 1993, 66(3): 197-212.
- [45] Kim Y. The adoption of university library web site resources: A multi-group analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2010, 61(5): 978-993.

Study on influencing factors of residents' attitudes towards tourism development of village heritage sites

WANG Chunyang¹, Hailin QU²

(1. *College of Economics and Management, Wuyi University, Jiangmen 529020, Guangdong, China;*

2. *College of Human Sciences, Oklahoma State University, Stillwater 74075, OK, USA*)

Abstract: Based on the existing literature, a conceptual model depicting the relationship among community attachment, community concern, community participation, and perception of tourism impacts and attitude towards tourism development was proposed and empirically examined using a case study of Fujian Tulou. The empirical findings revealed that: (a) the perceived economic benefits, the perceived social and cultural benefits, and the perceived environmental benefits significantly and positively influenced residents' attitude towards tourism development, whereas the perceived economic costs significantly and negatively influenced residents' attitude towards tourism development; (b) community attachment had an indirect effect on residents' attitude towards tourism development through the perceived social and cultural benefits as well as environmental benefits; (c) community concern indirectly affected residents' attitude towards tourism development through the perceived economic benefits, the perceived social and cultural benefits and environmental benefits, and had an indirect effect on residents' attitude towards tourism development through the perceived economic costs; (d) community participation had an indirect and positive effect on residents' attitude towards tourism development through the perceived economic, social and cultural, and environmental benefits, and had an indirect and negative effect on residents' attitude through the perceived economic costs; and (e) the influences of the perceived economic, social and cultural, and environmental benefits on residents' attitude were stronger for residents with personal benefits than for residents without personal benefits, while the influences of the perceived economic costs, of the perceived social and cultural costs, and of the perceived environmental costs on residents' attitude were stronger for residents without personal benefits than for residents with personal benefits.

Key words: perception of tourism impacts; attitude; community attachment; community concern; community participation; village heritage sites