

價值規範視角下遊客文明行為的影響 因素與作用機理研究 ——以北京為例

李創新^{1,2} 王雪莉^{1,2} 蔣 蕾^{1,2} 吳 芳^{1,2}

(1.北京第二外國語學院,北京;2.北京旅遊發展研究基地,北京)

摘 要:近年來社會公眾對文明旅遊的關注度持續上升。基於價值-信念-規範理論,本研究以北京市為案例地開展面向遊客的文明行為及其影響作用因素的調研,探索基於價值信念、個人規範、社會規範、預期情感、行為意向的文明旅遊行為影響因素及其作用機理。研究表明:價值信念通過因果關係正向作用於個人規範,之後通過預期情感的中間因果作用,最終作用於遊客的文明行為;預期情感在個人規範與行為意向之間具有促進作用,個人規範並不能直接作用於行為意向;社會規範在個體規範與預期情感之間存在調節作用。由此本研究提出相應的管理啟示,包括行政措施、目的地、輿論媒體、遊客、國際化等視角的管理引導措施。本研究理論上有助於釐清遊客文明行為的形成路徑,實踐上有助於進一步提升遊客文明素質與國民整體素質,促進旅遊市場的文明秩序與高品質發展。

關鍵詞:遊客文明行為;影響因素;作用機理;價值-信念-規範理論

中圖分類號:F590

Research on the Influencing Factors and Mechanism of Tourists' Civilized Behavior from the Perspective of Value Norms: Take Beijing as an Example

基金項目:本研究受國家社會科學基金“空間正義視角下的文明旅遊語義解構、學術批判與路徑設計研究”(編號:18CGL022)資助。

作者簡介:李創新,博士,北京第二外國語學院旅遊科學學院副教授;王雪莉,北京第二外國語學院旅遊科學學院碩士研究生;蔣蕾,北京第二外國語學院旅遊科學學院碩士研究生;吳芳,北京第二外國語學院旅遊科學學院碩士研究生。

Li Chuangxin^{1,2} Wang Xueli^{1,2} Jiang Lei^{1,2} Wu Fang^{1,2}

(1. School of Tourism Sciences, Beijing International Studies University, Beijing;

2. Research Center for Beijing Tourism Development, Beijing)

Abstract: In recent years, the general public's attention towards civilized tourism has been steadily increasing. Based on the Value - Belief - Norm theory, this study takes Beijing as a case study to investigate the civilized behavior towards tourists and its influencing factors, aiming to explore the influencing factors and mechanism of civilized tourism behavior based on value beliefs, personal norms, social norms, anticipated emotions, and behavioral intentions. The research indicates that value beliefs have a positive effect on personal norms through a causal relationship. Subsequently, through the intermediate cause and effect of anticipated emotions, it finally has an impact on tourists' civilized behavior; anticipated emotions play a facilitating role between personal norms and behavioral intentions, while personal norms cannot directly influence behavioral intentions; social norms moderate the relationship between personal norms and anticipated emotions. Thus, this study puts forward related managerial revelation, including administrative measures, destination management, public opinion media, tourists, and perspectives on internationalization in management guidance measures. On a theoretical level, this study helps clarify the formation pathway of tourists' civilized behavior. In practice, it contributes to further enhancing the civility of tourists and the overall quality of citizens, promoting civilized order and high - quality development in the tourism market.

Key words: tourists' civilized behavior; influencing factors; action mechanism; perspective of Value Norms

引 言

近年來伴隨中國旅遊市場規模的持續壯大,部分遊客不文明行為的報導以及社會公眾對遊客不文明行為的口誅筆伐屢見不鮮(翟峰,2015)。在批判與反思遊客不文明行為的同時,社會公眾對文明旅遊的珍視與呼喚應然而生。立足遊客出行的視角,文明有序的環境氛圍有助於切實增進遊客的旅遊體驗,提升旅遊品質;立足產業發展的視角,文明規範的市場秩序有助於更好地促進旅遊產業提質增效,推動產業升級;立足

社會進步的視角,宣傳文明旅遊與文明出行旨在樹立文明新風,進而提升整體國民素質;立足政府管理的視角,規範與引導文明旅遊旨在更好推動社會主義精神文明建設,更好滿足人民日益增長的美好旅行生活需要。鑒於此,文明旅遊的研究熱度持續升溫並在近年來呈現出系列研究成果(郭魯芳,2016;梁松柏,2018;伍延基,2009)。從文明旅遊的相關選題視角來看,由“不文明旅遊”視角切入的“反向研究”成果居多,包括:不文明旅遊行為的產生原因、影響因素、管理路徑(樊友猛,2016;黃細嘉,2016);不文明旅遊者的類型劃分、不文明行為的實施

主體(拓倩,2016)、不文明行為的懲戒方式、監管手段、控制措施等(昌晶亮,2013;童建軍,2016)。從研究方法的視角來看,質性研究多於量化研究。常用的研究方法包括:內容分析法、結構方程模型等(王華,2016;鄧愛民,2018;邱宏亮,2016;邱宏亮,2017;陸敏,2019)。

綜上,當前文明旅遊相關主題的研究成果中分析“反向”不文明旅遊的成果居多,對形成文明旅遊的“正向”機制探索相對較少。本研究引入親環境行為領域的價值-信念-規範理論和預期情感與社會規範兩個概念指標,利用結構方程模型,對促進文明旅遊的“正向”影響因素與作用機理開展研究,從理論上探索遊客文明行為的發生機理,以期為引導遊客文明行為、助力文明旅遊的社會治理提供理論借鑒與技術支援。

1 文獻綜述與概念模型

1.1 文獻回顧與研究假設

1.1.1 文明旅遊

個體的責任意識、規則意識和道德倫理感知直接決定了一個人的行為舉止,一旦違背人類共同的價值觀,就會被視為“不文明”(胡靜,2016)。文明旅遊行為是旅遊者精神世界觀的倫理反應,它具體表現為對旅遊地環境、資源和社區不構成威脅,並不損害其他旅遊者和當地居民利益,符合社會道德規範的行為(黃蘭萍,2019)。當旅遊者改變原有的身份後,在異地景區遊覽時,這種陌生的環境會讓遊客的顧忌和約束減少,從而一定程度上降低了放肆和破壞行為的

羞愧感與不道德感,“去道德化效應”更加明顯(林德榮,2016)。對文明旅遊領域的研究多是從不文明旅遊行為帶來的危害入手,主要是從不文明旅遊行為對國家形象與軟實力、景區設施、社會影響等方面危害進行闡述(高明,2020;吳茂英,2016)。

前期相關文獻主要集中在以下方面:第一,致力於實現文明旅遊的概念辨析、學理基礎及作用路徑的研究(譚蓮蓮,2016;李豔,2016;邱劍英,2001;王壽鵬,2011;夏贊才,2016)。第二,致力於對不文明旅遊行為歸因探索,從先歸類再歸因的思路入手,主要是從私德、道德弱化、遊客素質低、中西方文化差異、非慣常環境習慣使然、破窗效應、示範效應、法規不健全與監管效率不高等原因進行分析(蔡雪麗,2008)。第三,從研究方法來看,多集中於質性研究,從社會距離理論、社會契約理論、危險源理論、相對剝奪理論等理論視角出發,運用內容分析法、扎根理論等方法進行分析研究,少部分學者採取結構方程模型對不文明旅遊行為進行量化研究(方世敏,2016;廖維俊,2019;羅景峰,2017;蘇娜,2018)。

1.1.2 價值-信念-規範理論

文明旅遊行為與環境保護行為均屬於親環境行為範疇,二者的不同在於文明旅遊更加側重對倫理道德的關注,更加接近哲學層面的探討。

價值-信念-規範理論(VBN)源於規範啟動理論、價值理論和新環境範式理論,其主要應用於環境研究領域,歷史較久。規範啟動框架最初是用來研究社會背景下的利他意圖和行為的,規範啟動模型包括解釋親

社會意圖和行為形成的三個主要概念,即對後果的意識、責任的歸屬和個人規範 (Stern, 2000)。VBN 理論是規範啟動模型的一個擴展版本,更好地解釋了親環境的意圖和行為,可以用它來檢查親環境行為,包括環境主義中的幾個基本概念 (即價值觀和生態世界觀) (高楊, 2020)。該理論包括這些新整合和最初在規範啟動模型中建立的變量 (即後果意識、責任歸屬和個人規範),作為對價值對象的不利後果、歸屬責任以及在解釋個人對環境負責的決策過程或行為時採取親環境行動的義務感 (Steg, 2005)。文明旅遊作為一種親社會行為及其所含的道德準則、個人約束等特性,與價值-信念-規範理論的價值信念、個人規範的脈絡不謀而合。借助 VBN 理論的框架,能夠較好地解釋和預測遊客、從業者、當地居民等多元主體在旅遊過程中的行為和態度,進而推動文明旅遊的發展。在本研究執行的過程中發現,實際測量資料顯示價值取向與信念所得相似度極高,故採用價值信念對二者進行統一,價值取向是此理論因果鏈上的第一個變量,即個人或其他社會實體生活的指導原則。本研究價值信念中的價值變量利用其利己價值及利他價值來體現。

環境行為以個體自身內在的價值觀為基礎,當自身價值觀和環境問題間產生衝突時就會改變自己對環境的行為 (Nordlund, 2003)。Hopper, Nielson 及 Natalia 等人的研究發現,那些對社會大多數人關注的問題的重視超過對自身得失重視的人,有更大可能會積極完成環保行為 (Hopper, 1991)。但是價值往往不能直接影響到個體行為實

施,需要通過其他變量,例如規範等實現。信念包括新環境範式 (NEP)、結果意識與責任歸屬幾方面,本研究採用的價值信念融合的另一變量即是信念變量,其中信念變量利用其結果意識及責任歸屬兩方面來體現 (張曉傑, 2016)。結果意識是指在不進行親社會行為時對有價值對象的不利後果的意識水準。責任歸屬是指對不支持社會行為的負面後果的責任。個人自身的價值取向會直接影響到個人對外部環境行為的想法,即有著更好一些信念的人往往能夠意識到自身錯誤行為帶來的後果,且明白自身對外部環境行為的責任擔當 (Fornara, 2016)。

個人規範指特定條件下個體實施某種行為的自我期望, Schwartz 最早將個體規範作為理論核心提出。他主張內部價值觀和規範是助人行為的動力。二者的啟動形成了人們的道德義務,而道德義務感就是個體規範。行為意圖可以被描述為“人們願意多麼努力,他們計劃付出多少努力來完成行為的表現”。價值信念規範理論間的因果關係已經被多次證實。在價值-信念-規範理論的應用實踐方面,凌歡等學者基於 VBN 與 TPB 視角,對旅遊者的遺產責任行為機制進行理論演繹與實證分析,形成了旅遊者遺產責任行為的機制及基本模型 (凌歡, 2021)。周丹萍等學者結合態度、心理以及能效標識特性的變量,構建消費者對採納能效標示的整合心理模型,證實 VBN 理論在能效標識研究背景下的因果作用 (周丹萍, 2017)。Yakut 等基於價值-信念-規範理論對背包客的價值觀與其對塑膠袋收費法令態度之間的關係進行分析研究 (Yakut,

2021)。基於以上文獻,提出如下假設:

H1:價值信念對個人規範有正向影響;

H2:個人規範對文明行為意向有正向影響。

1.1.3 預期情感與社會規範

當一個人考慮實現目標或沒有實現目標的可能後果時,就會產生預期情緒,而這種對後果的評估會產生預期的情緒反應(劉霞,2018)。預期情緒在價值方面可以進一步分為積極情緒和消極情緒。對後果的評價可分為正面或負面,相應地會出現積極的預期情緒和消極的預期情緒(張曉傑,2017)。人們對於出遊總是懷有積極的情感,王純陽等人認為,出遊是一種情感的表達(王純陽,2010)。遵守或違背個體規範都會使個體產生自我情緒的反饋,自我情緒又會同時強化個體的利他行為(Yakut,2021)。黃純輝在突發公共衛生事件後的遊客行為研究中發現積極與消極的預期情感均可對出遊欲望產生影響(黃純輝,2015)。劉麗梅研究發現在慢旅遊情境下伴隨著產品受歡迎程度的提高,遊客在無法完成慢旅遊目標時產生的消極情感也會進一步增強。因此,為了避免失望等消極情感及其負面影響的出現,遊客在決策前期會儘量規避阻礙其開展慢旅遊的因素,這一做法表明其旅遊欲望因為預期情感得到了強化(劉麗梅,2018)。由此可見,遵守或違背個體規範都會對個體預期情感施加作用,而無論積極的預期情緒或是消極的預期情緒,均會對遊客的行為意向施加正向影響。基於以上文獻,提出如下假設:

H3:個人規範對預期情感有正向影響;

H4:預期情感對文明行為意向有正向影響。

社會規範是主體與其他個體進行交往的行為準則,具體由身邊對自己重要的人實際採取的行為與他們認為應該採取的行為兩部分組成(李楊,2014)。社會規範啟動理論認為,在特定情境下,個體被啟動的某一個社會規範,及其啟動的個人責任感的程度會顯著影響個體態度與觀念(Kiattipoom,2016)。個體在某種特定情境下,會感知到社會規範與預期情感的存在,一些人會從其他人的做法中感受到約束。另一些會從他人的認可、贊成的態度中感知到社會規範與預期情感(Park,2014)。在出遊過程中,遊客會受到參照群體的影響,即大部分遊客如果認為應該採取文明行為且實際採取文明行為,則會通過社會規範感知與預期情感感知對其餘小部分遊客的行為產生積極正向影響(De Groot,2008)。張鬱等學者通過對幾個大城市的比較得出,社會規範所包括的社區氛圍、法律法規等描述性和指令性規範會通過刺激居民的從眾行為和制度約束對城市居民進行垃圾分類的個體規範產生正向的影響作用(張鬱,2021)。陳思靜等學者通過兩組隨機對照實驗檢驗了社會規範與行為錯覺間的關係,認為規範錯覺是指個體的規範感知與實際存在於群體中的社會規範之間存在差異(陳思靜,2021)。基於以上文獻,提出如下假設:

H5:社會規範對個人規範有正向影響;

H6:社會規範對預期情感有正向影響。

石志恒等人以預期情感作為個體規範與行為間的仲介變量對農戶的綠色生產行

為進行研究(高揚,2020),證實預期情感的確在兩個變量間存在仲介作用。個體在旅遊過程中,積極的預期情感會助力文明旅遊行為的實施,而消極的預期情感會使遊客在心中暗自思忖,帶來減少文明旅遊行為實施的可能。本研究重視預期情感對遊客文明行為意向的影響作用路徑,認為預期情感變數的加入會在個人規範與行為意向間起到仲介作用。本研究認為文明旅遊過程中遊客的行為也與從眾行為、規範錯覺密切相關,社會規範也會對文明旅遊的作用路徑施加外部影響。因已假設預期情感充當個人規範與行為意向間的仲介變數,這裡我們嘗試假設社會規範會在個人規範與預期情感間存在調節效應,檢驗預期情感變數加入後該因果鏈條上的路徑變化。基於以上文獻,

提出如下假設:

H7:預期情感在個人規範與文明行為意向間存在仲介作用;

H8:社會規範在個人規範與預期情感間存在調節作用。

1.2 概念模型

價值-信念-規範理論(VBN)的研究框架主要包括價值取向、信念與個人規範三個自變量,依次以因果鏈的形式直接或間接作用於行為意向上。本研究基於價值-信念-規範理論構造模型,引入預期情感與社會規範兩個變量作為因果鏈上的個人規範與文明旅遊行為關係的影響因素,建立如圖1所示的文明旅遊行為影響路徑概念模型。

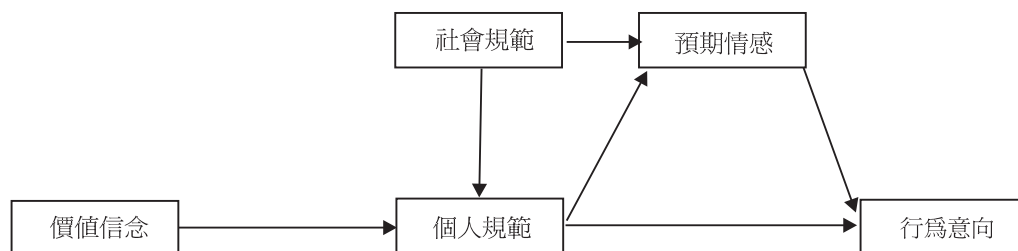


圖1 遊客文明行為形成機制的概念模型

2 量表設計與樣本來源

2.1 量表設計

根據已有的成熟量表,結合研究問題的實際情況,本研究設計的問卷主要包括三部分,第一部分測量被調查遊客的人口統計特徵;第二部分測量被調查遊客自身的價值信念、個人規範、社會規範、預期情感;第三部分測量被調查遊客的文明旅遊行為意向。本問卷採用李克特5級量表(1表示非常不

同意,5表示非常同意)。

借鑒已有成果對價值信念規範行為理論的量表測量,依次用VB1-VB6測量價值信念,用NM1-NM7測量個人規範,用BH1-BH5測量行為意向(石志恒,2020; Han, 2014);借鑒已有成果對預期情感的量表研究,用EM1-EM3測量預期情感;借鑒已有成果對社會規範的量表研究,用SN1-SN3測量社會規範(石志恒,2020)。最終設計出如表1所示的問卷測量表,以期檢測假設變量間的關係。

表 1 問卷量表設計

潛變量	代碼	測量指標
價值信念	VB1	若國家有獎勵我會自覺履行文明行為
	VB2	文明旅遊非常重要
	VB3	文明旅遊是我的價值觀
	VB4	我瞭解不文明旅遊帶來的後果
	VB5	我對自身不文明旅遊負有責任
	VB6	我對保護好景區環境、文明出遊負有責任
個人規範	NM1	在出遊時,我應該遵守景區秩序規則
	NM2	在出遊時,我應該處理好自身垃圾
	NM3	在出遊時,我應該與景區保護設施保持距離
	NM4	在出遊時,我應該不在公共場合吸煙
	NM5	在出遊時,我應該注意衛生,上完廁所及時沖水
	NM6	不管別人做甚麼,因為自己的原則,我選擇文明出遊
	NM7	如果我選擇文明出遊,自我內心感覺良好
預期情感	EM1	如果出遊時插隊自身會感到內疚
	EM2	自身的不文明行為影響到其他遊客出遊時會內疚
	EM3	見到其他遊客的不文明行為自身會感到焦慮
社會規範	SN1	政府希望我能夠實現文明出遊
	SN2	我的許多親戚與朋友希望我能夠實現文明出遊
	SN3	我的許多親戚與朋友不存在不文明旅遊行為
行為意向	BH1	我願意在未來旅行時實現文明出遊
	BH2	我計劃未來在旅遊時杜絕不文明行為
	BH3	將來旅行時,我會盡力做好文明出遊,減少不文明行為
	BH4	我將努力瞭解目的地的規則,盡力維護當地的衛生及秩序
	BH5	如果一個著名景點保護設施設置不當,我會停止模仿他人不文明行為,不會破壞被保護設施

2.2 樣本來源

基於景區人流密度、樣本分佈隨機性、案例地代表性,以及案例地可達性,研究小組於 2023 年 4 月 15 日至 5 月 30 日在北京市典型性人文景區(頤和園、天壇、龍潭公園)進行現場隨機攔訪式問卷抽樣調查,並於後期通過網路補充發放部分線上調研問卷。共收集到調研問卷 282 份,剔除不完整及無效問卷後,共得到有效問卷 262 份,問卷回收率為 92.9%。樣本資料顯示:男性佔比 48.9%,女性佔比 51.1%;職業佔比前兩位分別為企業工作人員與學生;月收入群

體主要為 3000 ~ 8000 元及 3000 元以下,分別佔比 29.0% 與 37.4%。

3 結果分析

3.1 驗證性因子分析

本研究採用的是 spss25.0 和 amos22.0 軟件,針對模型中的價值信念、個人規範、預期情感、社會規範、行為意向等幾個潛變量進行驗證性因子分析(見表 2)。評估模型前,採用 Cronbach's α 係數對量表的初始信度進行檢驗。檢驗結果顯示價值信念、個人規範、預期情感、社會規範、行為意向的數值

均在 0.7 以上,說明各潛在變量具有較好的初始信度,量表可靠性高。經測算所有潛變量及條目項度的負荷量大於 0.5,且達到三星顯著。

用組合信度作為測量模型的信度指標。由表 2 可知,各潛在變量的組合信度均在 0.7 以上,說明測量模型的組合信度良好,內在品質佳,題項所測得的潛在變量有很高的一致性。

模型的聚斂效度主要通過因素負荷量

和平均方差抽取值來評估。由表 2 可以看出,所有觀察變量的平均方差抽取值均在合理範圍,表明相對的測量誤差較小,測量模型有較好的聚斂效度。在因素負荷量方面,以因素負荷量大於 0.5 及修正指標 MI 進行篩選,刪除不合理題項後,最終形成表 2 中的題項。由此認為採用的各個構面具有很好的組合信度和收斂效度,問卷的測量題項和本研究所構建的模型具有可靠性和合理性。

表 2 驗證性因子分析

潛變量	代碼	顯著性估計				因素 負荷量	Cronbach's α	CR	AVE
		Unstd.	S.E.	t- value	P	std.			
價值信念	VB1	0.873	0.067	13.016	* * *	0.732	0.854	.855	.499
	VB2	0.727	0.071	10.178	* * *	0.602			
	VB3	1				0.82			
	VB4	0.834	0.068	12.201	* * *	0.696			
	VB5	0.811	0.072	11.202	* * *	0.651			
	VB6	0.879	0.069	12.673	* * *	0.717			
個人規範	NM1	1				0.786	0.925	.908	.584
	NM2	1.037	0.07	14.841	* * *	0.82			
	NM3	0.921	0.074	12.462	* * *	0.715			
	NM4	0.881	0.068	12.895	* * *	0.735			
	NM5	0.935	0.07	13.271	* * *	0.752			
	NM6	1.012	0.072	14.126	* * *	0.79			
	NM7	0.92	0.07	13.159	* * *	0.747			
預期情感	EM1	1				0.775	0.809	.786	.554
	EM2	1.087	0.103	10.578	* * *	0.821			
	EM3	0.708	0.078	9.121	* * *	0.623			
社會規範	SN1	1				0.577	0.775	.784	.553
	SN2	1.733	0.215	8.072	* * *	0.858			
	SN3	1.513	0.179	8.435	* * *	0.768			
行為意向	BH1	1				0.679	0.898	.872	.578
	BH2	1.056	0.092	11.432	* * *	0.779			
	BH3	1.03	0.093	11.043	* * *	0.749			
	BH4	1.038	0.087	11.873	* * *	0.813			
	BH5	0.985	0.086	11.392	* * *	0.776			

注: * * * p < 0.001

3.2 結構方程模型分析

整體擬合指數結果顯示, $\chi^2/df = 2.849$, $RMSEA = 0.084$, $GFI = 0.845$, $AGFI = 0.811$, $NFI = 0.855$, $IFI = 0.901$, $CFI = 0.900$, 這說明整體擬合度是可以接受的。通過修正指標對模型進行修正後, 模型擬合指數結果顯示, $\chi^2/df = 1.730$, $RMSEA = 0.053$, $GFI = 0.885$, $AGFI = 0.858$, $NFI = 0.912$, $IFI = 0.961$, $CFI = 0.961$ 。這說明通過模型修正後模型擬合指數得到明顯提高, 模型擬合度良好。

表3顯示各路徑的非標準化路徑係數、t值、p值、標準化係數以及驗證假設結果, 可以看出模型中的6條路徑假設有5條得到了支持。價值信念對個人規範的路徑係數為0.906, 且在1%的水準上顯著, 表明價值信念對個人規範有著正向影響; 社會規範對個人規範的路徑係數為0.219, 且在1%的水準上顯著, 表明社會規範對個人規範存在正向影響; 個人規範對預期情感的路徑係數為0.905, 且在1%的水準上顯著, 表明個人規範對預期情感有正向影響; 社會規範對預期情感的路徑係數為0.186, 且在1%的

水準上顯著, 表明社會規範對預期情感存在正向作用, 假設8中調節效應可能存在。至此, 假設H1、H3、H4、H5、H6證實成立。在上述路徑係數中, 價值信念對個人規範的路徑係數及個人規範對預期情感的路徑係數較高, 但考慮到遊客對文明旅遊問卷填寫過程中或存在自我優化的傾向, 且結合路徑係數 <0.95 可接受, 判斷假設屬於合理成立。

由表3顯示的結構方程模型分析結果與路徑係數可知, 個人規範對行為意向的路徑係數為0.165, 並不顯著, 拒絕假設, 因此假設H2不成立。具體原因可能是預期情感對個人規範與行為意向間作用顯著, 在個人規範與行為意向間或可考慮增加文化差異、情境因素、自我效能感、心理抵抗等因果關係即個人意向通過預期情感因果鏈向下傳遞方能作用於行為意向。猜測預期情感在個人規範及行為意向間有完全仲介作用, 個人規範對預期情感的路徑係數為0.905, 且在1%的水準上顯著, 表明個人規範會對預期情感產生正向影響。預期情感對行為意向的路徑係數為0.683, 且在1%水準上顯著, 猜想得到證實。

表3 結構方程模型路徑係數

路徑關係	參數顯著性估計				因素負荷量	假設
	Unstd.	S.E.	t-value	P	Std.	
個人規範←價值信念	0.792	0.06	13.196	***	0.906	成立
個人規範←社會規範	0.205	0.041	4.988	***	0.219	成立
預期情感←個人規範	0.68	0.071	9.591	***	0.905	成立
預期情感←社會規範	0.131	0.035	3.709	***	0.186	成立
行為意向←個人規範	0.249	0.179	1.39	0.165	0.277	拒絕
行為意向←預期情感	0.817	0.257	3.178	0.001	0.683	成立

注: *** $p < 0.001$

3.3 社會規範的調節作用

從結構方程模型分析結果來看,社會規範對個人規範及預期情感均存在影響,故假

設社會規範的調節作用前提成立,利用 spss.25 軟件及 process 中 model1 在控制性別、年齡情況下對社會規範的調節效應進行檢驗,結果如表 4 所示。

表 4 社會規範調節作用表

	預期情感					
	B	t	B	t	B	t
年齡	-0.066	-1.063	-0.035	-1.012	-0.04	-1.17
性別	-0.074	-1.191	-0.022	-0.638	-0.027	-0.793
個人規範			0.695***	16.719	0.638***	13.506
社會規範			0.214***	5.167	0.203***	4.912
交互性					-0.103**	-2.424
F	1.177		151.868		124.976	
R 方	0.009		0.703		0.709	
ΔR^2	0.009		0.694***		0.007**	

注: *** $p < 0.001$, ** $p < 0.05$

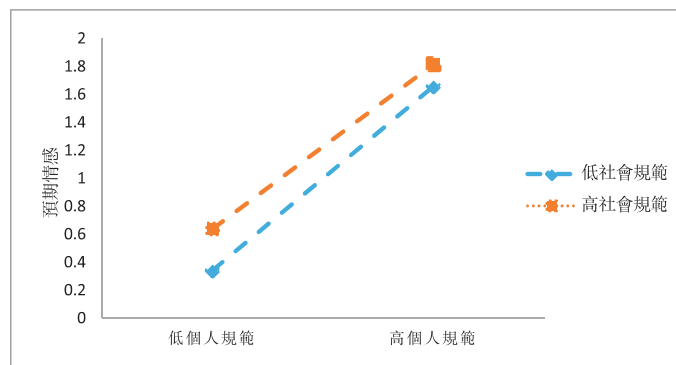


圖 2 社會規範在個人規範與預期情感間的調節作用

為驗證假設 H8 即社會規範在個人規範與預期情感間的調節作用,第一步放入控制變量年齡、性別、收入;第二步放入主效應社會規範與個人規範,檢驗二者對預期情感的影響作用,分別為 0.214 與 0.695,且在 1% 的水準上顯著;第三步將社會規範與個人規範的交互項放入,檢驗其對預期情感的影響作用,結果發現交互性對預期情感的影響係數為 -0.103,且在 5% 的水準上顯著,表明社會規範在個人規範與預期情感間確也存在調節作用,且社會規範弱化了個人規範對預期情感的影響,即遊客在出遊過程中

會受到親友的規範影響,弱化原本行為的積極情緒,從而對自身不文明行為產生焦慮感,進而減少不文明行為的產生。

簡單斜率分析表明(見圖 2),社會規範約束較低的遊客,個人規範對預期情感具有顯著的正向預測作用;社會規範約束水準較高的遊客,個人規範雖然也會對其行為產生正向預測作用,但其預測作用相比社會規範約束水準較低的遊客,預測作用更低,表明隨著社會規範約束水準的提高,個人規範對預期情感的預測作用呈逐漸降低趨勢。

4 結論與討論

4.1 結論

本研究基於價值-信念-規範理論,引入預期情感與社會規範兩個變量,利用結構方程模型對文明旅遊形成內因機制進行研究,以期“正向”探索遊客文明行為的影響因素與作用機理。研究結果顯示:

(1)價值信念、個人規範以因果鏈的形式依次作用於下一個變量,並最終通過新引入預期情感變量,作用於遊客文明行為意向。研究過程中以下假設得到驗證:價值信念對個人規範有著正向影響,個人規範對預期情感有正向影響,預期情感對文明旅遊行為有正向行為影響,社會規範對個人規範有正向影響,社會規範對預期情感有正向影響。研究結果表明預期情感在個人規範與行為意向間具有促進作用,個人規範並不能直接作用於行為意向,即由於預期情感的間接效應過於顯著,相較而言個人規範對行為意向的影響作用趨於弱化。

(2)社會規範在個人規範與預期情感間存在調節作用。對於社會規範約束標準較低的遊客,個人規範對預期情感具有顯著的正向預測作用;對於社會規範約束標準較高的遊客,個人規範雖然也會對其行為產生正向預測作用,但預測作用相對較低。遊客對不文明行為的原本情感會受到社會規範(如,親友等)約束產生焦慮,進而有助於減少不文明旅遊行為,促進文明旅遊行為。

4.2 管理啟示

(1)通過輿論宣傳適當調整遊客對出

行的預期情感,適度的內疚情緒有益文明旅遊意向的形成。積極的輿論宣傳會促進遊客增加自身規範及周邊人帶給他的正向影響,親友們的約束會幫助遊客產生約束心理,包括對懲罰措施的敬畏,從而使遊客在做出文明旅遊行為之前即感到焦慮與緊張,進而轉向文明旅遊行為。

(2)文明旅遊的最終實現,離不開“多管齊下”的社會治理。對遊客文明行為的積極引導絕非“一家之事”,而是必須“多管齊下”的多方協力。遊客不文明行為的產生不宜僅歸咎遊客自身素質,科學合理的景點規劃建設,便捷完善的服務設施對阻止遊客不文明行為具有建設作用。景區客流密度越高,遊客間模仿行為將更為顯著,特別是景區內部遊客數量超載時,遊客易呈現追求“自我”的行為傾向,或將導致不文明行為的形成。面臨此類情況時,如能更加合理安排出行時間與客流的空間分佈,將極大降低不文明行為的發生概率。

(3)文明旅遊政策的正向激勵與負向約束均必不可少。對遊客文明行為的獎勵機制、對遊客不文明行為的懲罰機制,二者均對遊客文明出行具有顯著的積極影響。當前政策對旅遊過程中遊客的不文明行為有比較明確的懲罰制度設定,但相對缺乏對遊客文明行為的獎勵制度佈局,未來可考慮建立面向遊客文明行為的正向激勵機制,包括精神獎勵與物質獎勵等。輿論媒體的正確引導與積極報導同樣缺一不可。與此同時,強化遊客對不文明行為相關懲處措施的瞭解,有助於遊客進一步強化自我約束與自我規範,對文明秩序保持應有敬畏,從根本上剷除不文明行為的生長土壤。

4.3 理論貢獻與研究局限

(1)擴展的價值-信念-規範理論模型成功運用於文明旅遊研究領域,較好地解釋了遊客文明行為形成的內因及影響因素,在原本的價值-信念-規範理論上引入了預期情感與社會規範兩個變量,為文明旅遊研究開闢了新的理論視角與理論工具。

(2)現階段圍繞文明旅遊的研究成果,多數關注“反向”的不文明旅遊行為的內因、影響及路徑上,對促進文明旅遊的影響因素與作用機理的“正向”研究相對偏少,且引入外界理論開展量化研究的文明旅遊研究成果相對較少。本研究嘗試引入環境學理論對文明旅遊的內因進行“正向”探索,一方面旨在拓展遊客文明行為研究的理論範疇,釐清遊客文明行為的形成發生路徑,另一方面旨在優化既有工作機制,切實提升遊客文明素質與國民整體素質,進而助力文明旅遊的社會治理與旅遊產業的提質升級。

本研究存在一定局限性:①問卷數量及地域代表性稍欠。線下調研多集中於北京市人文類景區,或將導致相關研究結論的代表性下降,後續可考慮進一步擴大樣本量與覆蓋面。②問卷代表性尚可進一步提升。文中所用網上問卷採集手段為“滾雪球式”樣本擴張模式,對老年人及未成年人的調查樣本偏少,未來可進一步優化對專屬人群的針對性抽樣與研究。③問卷樣本的準確度也可能存疑。由於本研究主題為文明旅遊,當面對此類涉及自身“文明與否”的選擇時,被試樣本或將呈現出“自我美化”的傾向,從而導致精度下降,該方面的缺陷後續

可考慮通過案例分析、實驗法等多樣化研究方法予以彌補。

參考文獻

- [1] De Groot J I M, Linda S. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior. *Environment and Behavior*, 40(3), 330-354.
- [2] Fornara F, Pattitoni P, Mura M, et al.(2016). Predicting intention to improve household energy efficiency: The role of value - belief - norm theory, normative and informational influence, and specific attitude. *Journal of Environmental Psychology*, 45(3), 1-10.
- [3] Han H. (2014). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47(4), 164-177.
- [4] Hopper J R, Nielson J M. (1991). Recycling as altruistic behavior: Normative and behavioral strategies to expand participation in a community recycling program. *Environment and Behavior*, 23(2), 195-220.
- [5] Kiattipoom K, Han H. (2016). A VBN theory view on pro-environmental behavior and life satisfaction: Turkey' s recent legis young travelers intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism Management*, 59(4), 76-88.
- [6] Nordlund A M, Garvill J. (2003). Effects of values, problem awareness, and personal norm on willingness to reduce personal car use. *Journal of Environmental Psychology*, 23(4), 339-347.
- [7] Park J, Ha S. (2014). Understanding consumer recycling behavior: Combining the theory of planned behavior and the norm activation model. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 42(3), 278-291.

- [8] Steg L, Dreijerink L, Abrahamse W. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 415-25.
- [9] Stern P C. (2000). New environmental theories: Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- [10] Yakut E. (2021). A VBN theory view on pro-environmental behavior and life satisfaction: Turkey's recent legislation on plastic carry bags. *Current Psychology*, 40(4), 1567-1579.
- [11] 蔡雪麗. 我國公民旅遊不文明行為歸類歸因研究. *旅遊論壇*, 2008, 1(6): 353-356.
- [12] 昌晶亮, 余 洪. 旅遊法對遊客不文明行為全方位制約探討. *求索*, 2013 (12): 219-220.
- [13] 陳思靜, 濮雪麗, 朱玥, 等. 規範錯覺對外出就餐中食物浪費的影響: 心理機制與應對策略. *心理學報*, 2021, 53(8): 904-918.
- [14] 譚蓮蓮. 旅遊倫理視角下旅遊者道德行為研究. *山東農業工程學院學報*, 2016, 33 (4): 122-123.
- [15] 鄧愛民, 祝小林. 結伴出遊對不文明旅遊行為約束效果研究——基於網路內容分析. *武漢商學院學報*, 2018, 32(1): 5-9.
- [16] 樊友猛, 謝彥君. 具身欲求與身體失範: 旅遊不文明現象的一種理論解釋. *旅遊學刊*, 2016, 31(8): 4-6.
- [17] 方世敏, 陳文妍. 中國遊客不文明旅遊行為研究——基於內容分析法的分析. *廣西師範學院學報(哲學社會科學版)*, 2016, 37(6): 87-91.
- [18] 高 明, 何 瑋. 文明旅遊對國家文化軟實力提升的模型建構及實證研究——以柬埔寨吳哥景區中國遊客為例. *旅遊論壇*, 2020, 13(4): 33-46.
- [19] 高 楊, 白 凱, 馬耀峰. 旅遊者幸福感對其環境責任行為影響的元分析. *旅遊科學*, 2020, 34(6): 16-31.
- [20] 郭魯芳, 李如友. 國人不文明旅遊行為的治本之道. *旅遊學刊*, 2016, 31(7): 11-12.
- [21] 胡靜. 不文明旅遊的“誤”與“解”. *旅遊學刊*, 2016, 31(8): 10-13.
- [22] 黃純輝, 黎繼子, 周興建. 遊客出遊意願影響因素研究——基於突發公共衛生事件的實證. *人文地理*, 2015, 30(3): 145-150.
- [23] 黃蘭萍. 青年旅遊者文明旅遊行為形成機理——基於 VBN 理論與 TPB 理論的拓展模型. 碩士論文. 湖南師範大學, 2019.
- [24] 黃細嘉, 李 涼. 全域旅遊背景下的文明旅遊路徑依賴. *旅遊學刊*, 2016, 31(8): 13-15.
- [25] 李 豔, 程紹文. 關於“文明旅遊”研究的認識、探索與反思. *旅遊學刊*, 2016, 31(7): 3-5.
- [26] 李 楊. 基於規範啟動理論的消費者環保型產品購買意願形成機理研究. 博士論文. 吉林大學, 2014.
- [27] 梁松柏. 旅遊文明視閥下我國國家形象的塑造. *學術研究*, 2018(11): 68-72.
- [28] 廖維俊, 何有世. 非慣常環境旅遊者不文明行為是如何形成的? ——基於相對剝奪理論視角的紮根研究. *乾旱區資源與環境*, 2018, 32(6): 194-201.
- [29] 林德榮, 劉衛梅. 旅遊不文明行為歸因分析. *旅遊學刊*, 2016, 31(8): 8-10.
- [30] 凌 歡, 程 勵, 趙晨月, 等. 寓責於遊: 旅遊者的遺產責任行為形成機制研究. *旅遊科學*, 2021, 35(2): 30-51.
- [31] 劉麗梅, 陳雪瓊. 基於 Mgb 模型的慢旅遊遊客行為欲望的影響因素研究. *廣西經濟管理幹部學院學報*, 2018, 30(2): 60-66.
- [32] 劉 霞. 價值觀契合視域下組織員工親環境行為選擇機制研究: 預期環境情感的仲介作用. 碩士論文. 中國礦業大學, 2018.
- [33] 陸 敏, 殷 櫻, 陶卓民. 基於計畫行為理論的遊客不文明行為產生機理研究. *乾旱區資源與環境*, 2019, 33(4): 196-202.
- [34] 羅景峰. 旅遊不文明行為風險形成機理研究. *防災科技學院學報*, 2017, 19(3): 81-86.
- [35] 邱宏亮. 道德規範與旅遊者文明旅遊行為意願——基於 Tpb 的擴展模型. *浙江社會科學*, 2016 (3): 96-103.
- [36] 邱宏亮. 基於 Tpb 拓展模型的出境遊客文明旅遊行為意向影響機制研究. *旅遊學刊*, 2017, 32(6): 75-85.
- [37] 邱劍英. 旅遊非道德行為與新世紀的道德建設. *長春大學學報*, 2001, (2): 83-86.

- [38] 石志恒, 張 衡. 基於擴展價值-信念-規範理論的農戶綠色生產行為研究. 乾旱區資源與環境, 2020, 34(8): 96-102.
- [39] 蘇 娜. 社會契約視角下旅遊文明秩序的構建. 萍鄉學院學報, 2018, 35(4): 27-30.
- [40] 拓 倩, 李創新. 國內文明旅遊的研究進展、理論述評與學術批判. 旅遊學刊, 2018, 33(4): 90-102.
- [41] 童建軍, 馬 麗. 文明旅遊三問. 旅遊學刊, 2016, 31(7): 9-11.
- [42] 王純陽, 黃福才. 基於 Sem 的旅遊目的地形象影響因素研究——以張家界為例. 經濟管理, 2010, 32(3): 92-100.
- [43] 王 華, 徐仕彥. 遊客間的“道德式”凝視及其規訓意義——基於網路博文的內容分析. 旅遊學刊, 2016, 31(5): 45-54.
- [44] 王壽鵬, 曠婷玥. 從旅遊者不文明行為到旅遊者道德行為失範——旅遊者道德行為連續體模型的構建. 旅遊研究, 2011, 3(2): 56-61.
- [45] 吳茂英, 周玲強. “新公共外交”視角下的出境文明旅遊與國家形象關係研究. 旅遊學刊, 2016, 31(7): 5-6.
- [46] 伍延基. 文明旅遊與旅遊文明:提升國際旅遊競爭力的軟實力. 旅遊學刊, 2009, 24(9): 7-8.
- [47] 夏贊才, 劉 婷. 旅遊何以與文明有關:從鮑曼的旅遊者隱喻說開去. 旅遊學刊, 2016, 31(8): 1-3.
- [48] 張曉傑, 胡俠義, 王智奇. 價值—信念—規範理論:公眾環保行為研究的新框架. 井岡山大學學報(社會科學版), 2017, 38(4): 33-40.
- [49] 張曉傑, 靳慧蓉, 婁成武. 規範啟動理論:公眾環保行為的有效預測模型. 東北大學學報(社會科學版), 2016, 18(6): 610-615.
- [50] 張 鬱, 萬心雨. 個體規範、社會規範對城市居民垃圾分類的影響研究. 長江流域資源與環境, 2021, 30(7): 1714-1723.
- [51] 周丹萍, 王麗麗, 呂 巍. 消費者採納能效標識的整合心理模型研究. 軟科學, 2017, 31(8): 123-128.
- [52] 翟 峰. 制止不文明行為需多方發力. 中國旅遊報, 2015-02-25(003).