

旅遊目的地風險管理

——潛在遊客的風險認知及其機制

王 霏¹ 楊舒雯² 李 紓³

(1.廈門大學廣告系,廈門;

2.北京國家新能源汽車技術创新中心有限公司,北京;

3.福州大學應用心理學系,福州)

摘要:重大突發事件可能對旅遊目的地的形象和市場造成災難性影響。研究者已經探討了影響遊客風險認知的各種因素,然而,不同區域的遊客對旅遊地風險認知的特徵及其形成機制鮮有研究。2019年6月香港突發的風險事件為研究上述問題提供了契機。通過調查中國31個省級行政區約1,000餘名民衆,考察這些民衆離香港的距離與他們對香港安全擔憂之間的關係。結果發現:1)民衆離香港越遠,反而越擔憂香港的安全,而居住在香港的民衆(在本調查中為在香港求學的內地學生)其安全擔憂最低。我們將這一新發現解讀為“應對香港突發風險的心理颶風眼效應”。2)能解釋這種新版心理颶風眼效應的機制是議程設置導致的“風險信息佔比”變化。通過深入探討“風險信息佔比”變量在風險知覺和風險溝通實踐與研究中的重要性,認為媒體“議程設置”的失衡是導致公衆對特定風險源的風險過高估計的主要原因。本研究為其他旅遊城市在面對類似風險時提供了有價值的指導。

關鍵詞:突發風險事件;議程設置;安全擔憂評估;心理颶風眼效應;風險信息佔比

中圖分類號:G262

基金項目:國家社會科學基金一般項目“重大突發事件中‘心理颶風眼’效應機制及干預措施研究”(編號:21BSH156)。

作者簡介:王霏,廈門大學廣告系教授;楊舒雯,中國科學院心理研究所博士,國家新能源汽車技術创新中心汽車人因工程開發工程師;李紓,浙江大學求是講座教授、福州大學講座教授、中國科學院心理研究所二級研究員、中國僑聯特聘專家、中國心理學會會士。

Tourism Destination Risk Management: Potential Tourists' Risk Perception and Its Mechanism

Wang Fei¹ Yang Shu-Wen² Li Shu³

- (1. Department of Advertising, Xiamen University, Xiamen;
2. National New Energy Vehicle Technology Innovation Center, Beijing;
3. Department of Applied Psychology, Fuzhou University, Fuzhou)

Abstract: Major emergencies can have disastrous effects on the image and market of tourist destinations. Researchers have explored various factors influencing tourists' risk perception; however, there is a lack of research on the characteristics of risk perception among tourists from different regions and the mechanisms behind its formation. The "sudden surge in tourism risks in Hong Kong" in June 2019 provided an opportunity to study these issues. Through a survey of approximately 1,000 individuals from 31 provincial - level administrative regions in China, we examined the relationship between their distance from Hong Kong and their concerns about safety in the region. The results found that: 1) the further individuals are from Hong Kong, the more they worry about its safety, while those residing in Hong Kong (the participants in this survey were mainland students studying in Hong Kong) have the lowest safety concerns. We interpret this new finding as a "psychological typhoon eye effect" in response to the ongoing risks of radical violent crime in Hong Kong. 2) The mechanism that explains this revised effect is the change in "proportion of risk information" due to agenda - setting. By exploring the importance of the "proportion of risk information" variable in risk perception and risk communication practices and research, we conclude that the imbalance in media agenda - setting is a major reason for the public's overestimation of specific risk sources. This study provides valuable guidance for other tourist cities facing similar risks.

Key words: sudden risk events; agenda - setting; risk perception; psychological typhoon eye effect; proportion of risk information

引言

影響遊客旅行意願的因素很多,例如信息豐富程度(王雨晨等,2024)、宣傳媒介使用類型(郭強等,2024)、電子口碑(王雪嬌等,2024;張若愚等,2024)等。其中,風險因素是影響遊客旅行意願的重要因素之一(劉小

華等,2021;張飛等,2024;張鑒美等,2015)。近年來,各種類型的旅遊危機事件頻發,經由媒體傳播,影響了遊客的風險認知(張江馳等,2022)。然而,遊客對目標旅遊地的風險認知特徵以及其背後的心理機制鮮少得到學術界的探討。本研究以深陷2019年6月突發風險事件的香港地區為研究對象,基於“心理颱風眼”(“Psychological

Typhoon Eye” effect, PTE) 理論框架, 深入探討相關問題。在理論上, 本研究將心理颱風眼理論應用於新的情境, 並深入探討了該效應背後的機制。在實踐上, 本研究的發現為理解遊客風險感知特徵提供了新的視角, 並為干預遊客風險感知、減輕旅遊地污名化提供了切實可行的建議。

1 概念框架

1.1 心理颱風眼

2019年6月突發重大風險事件, 香港地區一時成為香港及內陸民衆關注的焦點, 也成為民衆擔憂的風險源。在探討旅遊地危機事件時, 研究者主要關注了危機事件的類型、信息來源以及遊客特徵等因素。例如, 吳藝娟和鄭向敏(2016)的研究發現, 遊客從不同渠道獲取的信息及其主觀知識共同影響了其風險評估。而張江馳和謝朝武(2022)的研究則表明, 危機信息的傳播來源、危機類型以及遊客的人格特徵共同影響了其風險感知。這些研究無疑加深了我們對旅遊風險的理解。然而, 對於一個更廣泛的問題, 即不同距離的遊客對旅遊地風險的認知特徵, 却鮮有研究關注。

已有研究表明, 民衆對重大突發事件的風險知覺會呈現出“心理颱風眼效應”, 即, 距離事發地點越近的民衆, 對事發地的風險知覺越低, 距離事發地點越遠的民衆, 對事發地的風險知覺反倒越高(李紓等, 2009; 羅伯特·費爾德曼等, 2020)。該效應在自然風險、人爲風險等重大突發事件中都得到了印證。在2008年5月汶川發生8.0級大地

震之後, 李紓課題組對2,262名災區和非災區民衆進行了有計劃的大規模調查(Li, et al., 2009)。問卷要求受測者在4個條目上做出判斷: 災區發生大規模傳染病的可能性; 餘震中需要採取避震措施的次數; 災區每1,000人中需要醫療工作者的數量; 災區每1,000人中需要心理學工作者的數量。研究驚奇地發現, 越接近震中的個體, 心理反而越平靜, 即隨著受測者主觀判斷其所在地區災情嚴重程度的增強, 其估計災區對醫生和心理學工作者的需求量、災區發生大規模傳染病的可能性、需要採取的避震措施的次數反而隨之減少。在地震之後的4個月和11個月, 李紓課題組兩次調查了地震災區(四川和甘肅)以及非災區(北京和福建)民衆共計5,216人(Li, et al., 2010), 使用了與第一次調查相同的4個條目, 再次發現相同的結果, 表明這一效應的穩健性(見圖1)。

“心理颱風眼效應”不僅出現在自然風險中, 還出現在人爲風險中。李紓課題組在2018年4-6月調查了中國31個省級行政區約2,000餘名民衆, 考察這些民衆距烏魯木齊的空間距離與他們對中國-亞歐博覽會安全擔憂之間的關係。結果發現民衆居住的地理位置與烏魯木齊越遠, 民衆越擔憂中國-亞歐博覽會發生安全問題, 即居住在中國-亞歐博覽會所在地的民衆, 其對安全的擔憂反倒越小, 正如氣象上的颱風眼中心, 心理颱風眼的中心也是最平靜的(見圖2)。這一新發現被解讀為“應對恐怖主義威脅的心理颱風眼效應”(李紓等, 2020)。

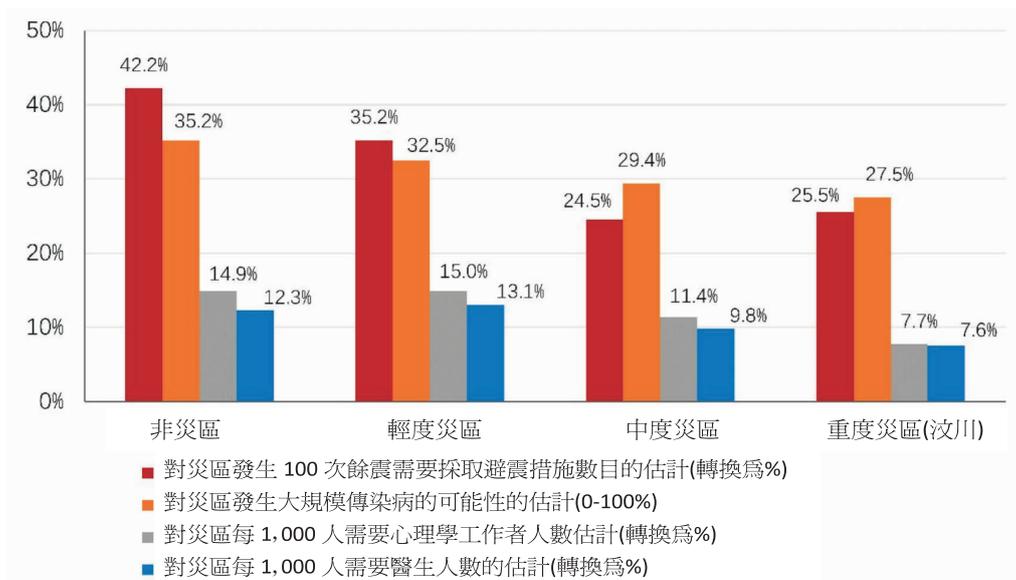


圖 1 汶川大地震後民衆對安全與健康擔憂的評估

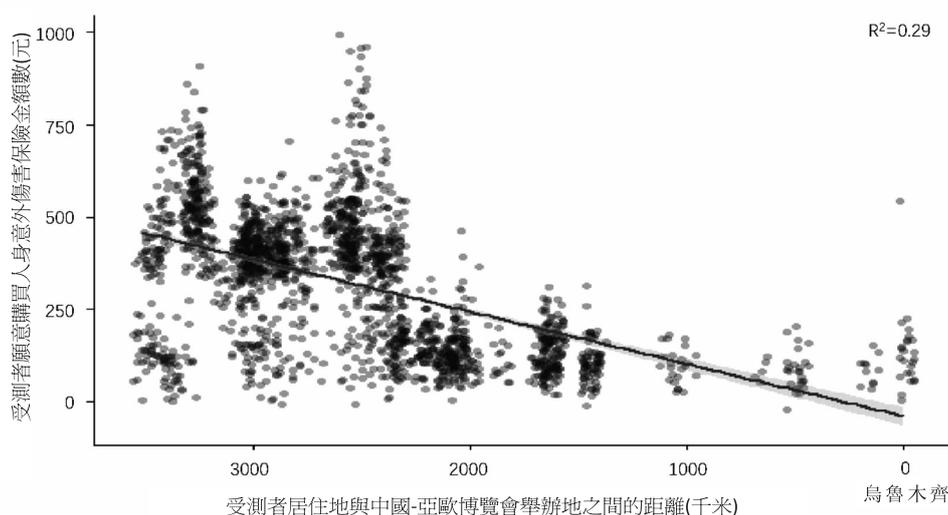


圖 2 受測者願意購買人身意外傷害保險金額與其到烏魯木齊(0 公里)的空間距離的關係

此外,謝曉非等(2005)對比 SARS 疫區和非疫區受測者焦慮水平的研究、荷文等人(Hoven, et al.,2005)對比“9·11 事件”事發地和非事發地兒童精神創傷的研究、王等人(Wang, et al.,2000)對比距離震中 0.5km 和距離震中 10km 村子中患有創傷後應激障礙(PTSD)人數的研究,以及許明星等人(2020)對比新冠疫情下不同區域受測者的風險知覺水平的研究均獲得了一致的發現:民衆對風險源的風險知覺遵循“心理颶風

眼效應”所表現的模式。發生於香港地區的突發重大風險,同屬人爲風險。故我們推測,民衆對香港突發重大風險事件的風險知覺大概率會呈現出“心理颶風眼效應”。正式假設如下:

假設 1:在香港突發重大風險事件發生後,民衆對香港地區的風險知覺呈現出“心理颶風眼效應”,即距離香港越遠的民衆,對香港的擔憂程度越高。

2.2 風險佔比

那麼,是什麼原因造成了“心理颶風眼

效應”能够在如此性質迥異的多類風險中一再出現？分析上述突發事件可發現一共通之處：各類媒體在重大突發事件發生之後都給予了持續、高強度的重點報道。我們推測，正是這種媒體報道，一方面使得遠離事發地的民衆都能知覺到該突發事件，另一方面也在民衆的風險知覺塑造中起到了意想不到的副作用——新聞媒體的議程設置無意間導致了關注錯覺，而這種錯覺可能是民衆形成心理颶風眼風險知覺模式的背後機制。

媒體議程設置功能是指把公衆注意力聚集在少數議題上的功能(McCombs, 2005)。放在重大突發事件的情景中，“議程設置”即決定了受衆的“風險信息佔比”。我們將風險信息佔比定義為“某地區發生風險事件的相關信息量”與“某地區發生所有事件的總信息量”之比，其中，某地區發生所有事件的總信息量 = 某地區發生風險事件的相關信息量 + 某地區發生其他事件的信息量(見圖3)。

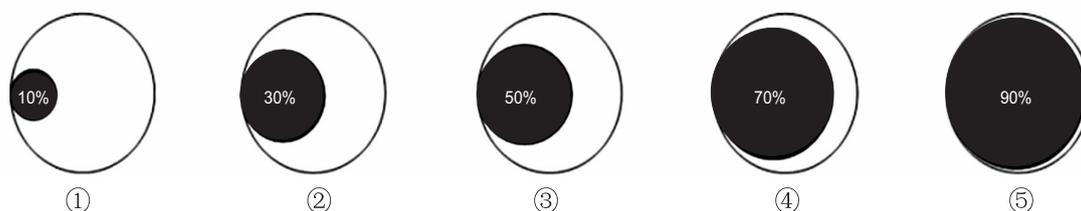


圖3 風險信息佔比示意圖

注：外部圓型表示事發地的所有信息，黑色部分表示風險信息，空白部分表示與風險信息無關的事發地信息。①表示您所知覺到的“某地區發生風險事件的相關信息量”與“某地區發生所有事件的總信息量”的比例小；⑤表示您所知覺到的“某地區發生風險事件的相關信息量”與“某地區發生所有事件的總信息量”的比例大

議程設置會將受衆的“風險信息佔比”不成比例地放大，相應的，大比例的風險信息就成爲被關注的信息。根據關注錯覺理論，被關注的信息對該類事物相應判斷的影響權重有可能被高估，產生關注錯覺(Kahneman, et al, 2006; Schkade&Kahneman, 1998)。例如，施卡德和卡尼曼(1998)要求被試判斷截癱病人的幸福感。結果發現，那些從來沒有接觸過截癱病人的被試預計截癱病人的壞心境顯著多於好心境，而那些瞭解截癱病人的被試對其心境的預測則呈相反的結果。越不瞭解截癱病人的被試，往往越多地關注“截癱”本身，導致對截癱病人心境的預測越消極，這便是信息關注錯覺(風

險信息佔比)提出的可能的解釋。在近期一項探索“新冠肺炎疫情的‘心理颶風眼效應’”研究中，“風險信息佔比”假說作爲心理颶風眼潛在機制的事後假設被提出並進行了討論(楊舒雯等, 2020)。

我們推測，受媒體議程設置的左右，遠離香港的遊客，接觸到香港的信息幾乎都是有關於突發的重大風險事件的相關信息(風險信息佔比大)；而接近香港的遊客或當地民衆，接觸到香港的信息不僅包括與突發的風險事件相關的新聞報道，還包括從其他渠道甚至自身感受獲得的其他信息(風險信息佔比小)。根據關注錯覺理論，佔比例較大的信息更容易受到關注，以致民衆對突發

的風險事件的風險賦予了過高的權重,最終形成了“香港當地民衆對香港地區的風險判斷反倒低於遠離香港的遊客”的風險知覺模式——應對突發風險事件的心理颱風眼效應。

換言之,民衆心目中的“風險信息佔比”變化或可成爲心理颱風眼效應的主要原因。因此,根據以上分析,我們提出研究假設:

假設 2:“風險信息佔比”作爲中介變量正向中介了個體離香港的距離與其對香港風險知覺之間的關係。

3 研究方法

3.1 受測者

本研究於 2019 年年底使用問卷星調查了全國 31 個省區(不含臺灣省、香港特別行政區、澳門特別行政區) 1,043 人,並借助 Qualtrics 調查平臺調查了 104 名在香港讀書,親歷 2019 年 6 月香港突發風險事件的內地學生。其中年齡信息有 8 個缺失值,教育程度有 1 個缺失值,最終有 1,138 名受測者納入統計分析,人口統計學信息見表 1。

表 1 人口統計學變量(N = 1138)

類別	百分比 (%)	
性別	男	43.8
	女	56.2
年齡	20 歲以下	0.5
	21 ~ 30	50.2
	31 ~ 40	40.4
	41 ~ 50	6.8
	50 歲以上	2.1

續表 1 人口統計學變量(N = 1138)

類別	百分比 (%)	
教育年限	10 年以下	1.6
	11 ~ 20	86.7
	20 年以上	11.7
工作年限	3 年以下	24.0
	3 ~ 10	51.0
	11 ~ 20	18.9
	21 ~ 30	4.3
	30 年以上	1.8
月均收入	2,999 元以下	7.7
	3,000 ~ 5,999	20.6
	6,000 ~ 8,999	27.9
	9,000 ~ 11,999	20.8
	12,000 ~ 14,999	10.2
	15,000 ~ 17,999	5.4
	18,000 ~ 20,999	3.2
	21,000 ~ 23,999	1.6
	24,000 ~ 26,999	1.1
	27,000 ~ 29,999	0.6
	30,000 元以上	0.9

3.2 變量測量與施測

選擇民衆對香港地區旅遊與求學的判斷爲結果變量,以反映受測者對於香港地區的風險知覺。依據保險行業“風險越大、保金越大”的原則,且依據行爲經濟學常用“購買意願”(willingness to pay (WTP))指標的邏輯,間接地測量了受測者對香港突發風險事件風險的擔憂程度。問卷測量條目包括:1)“身處香港時,需要花費多少錢購買人身意外傷害保險?”;2)“在香港求學時,爲完成學業,平均每年需要花費多少錢購買人身意外傷害保險?”。測得的數值越大,表明受測者對香港突發風險事件風險的擔憂程度越大。

預測變量爲受測者身處地區與香港之間的距離。包括主觀距離和客觀距離兩種,主觀距離要求受測者報告自己居住地與香

港特別行政區之間主觀相距有多遠 (VAS, 從 0 到 100 遞增), 客觀距離為受測者所居住城市與香港兩地間的空間直線距離^①的對數值 (lg 客觀距離)。

中介變量為風險信息佔比, 以媒體獲得信息佔總獲得信息的比值為指標。我們測量了受測者關於香港信息的來源: 1) “您對香港事態的瞭解是否來源於媒體 (或朋友間) 傳播?”; 2) “您對香港事態的瞭解是否來源於親身體驗?”。兩個條目為 9 點計分, 風險信息佔比得分由以下公式計算得出:

$$\text{風險信息佔比得分} = \frac{\text{源於媒體傳播分數}}{\text{源於媒體傳播分數} + \text{源於親身體驗分數}}$$

我們測量了受測者的性別、年齡、教育年限、工作年限以及月平均收入等五個人口統計學變量。考慮到鄭蕊等人 (Zheng, et al., 2015) 在空間距離版心理颱風眼效應的基礎外發現了捲入度版本的心理颱風眼效應, 我們將“香港對受測者的重要程度和密切程度”視為捲入度的指標, 並在以下全部統計分析中將此作為控制變量納入分析; 考慮到心理免疫 (Li, et al., 2010) 抑或是原始版

心理颱風眼效應的可能產生機制, 我們將“受測者每天接觸香港新聞的平均時間”視為心理免疫的指標, 僅在分析中介效應時將此作為控制變量納入分析。

3.3 統計分析

使用 SPSS 22 統計分析軟件對數據進行處理。首先計算所有研究變量之間的相關係數, 包括預測變量、人口統計學變量、中介變量和結果變量之間的相關關係。然後進一步通過分層多元回歸分析, 評估個體-香港距離和對香港突發風險事件風險的擔憂程度的關係。最後, 使用 PROCESS SPSS 宏插件進行中介效應分析。

4 結果分析

4.1 “個體-香港距離”與對香港突發風險事件風險知覺的關係

相關分析顯示, “個體-香港距離”與“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”、“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”呈顯著正相關 (見表 2)。

表 2 各研究變量的描述性統計及相關 (N = 1138)

變量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1 性別 ¹	N/A	N/A	—												
2 年齡	31.16	7.20	0.177 ***	—											
3 受教育年限	16.64	3.08	-0.144 ***	-0.306 ***	—										
4 工作年限	8.31	7.12	0.204 ***	0.878 ***	-0.318 ***	—									
5 月均收入	3.60	1.85	0.139 ***	0.174 ***	-0.075 *	0.149 ***	—								
6 密切程度 ³	43.61	29.64	-0.083 **	-0.157 ***	0.206 ***	-0.158 ***	-0.058 *	—							
7 重要程度	46.72	31.13	-0.080 **	-0.141 ***	0.143 ***	-0.147 ***	-0.078 **	0.716 ***	—						

① 根據受測者自我報告的居住所在地與香港兩地名稱, 利用 Data Map 提供的計算程序, 將兩地名稱首先轉換為經緯度地址, 然後根據兩地的經緯度地址再自動計算出兩地間的直線距離。

續表 2 各研究變量的描述性統計及相關 (N = 1138)

變量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8 香港新聞接觸時長	2.30	1.06	0.015	-0.056	-0.003	-0.047	0.085 **	0.235 ***	0.206 ***	—					
9 主觀距離	65.66	31.18	0.115 ***	0.217 ***	-0.252 ***	0.203 ***	0.020	-0.130 ***	-0.058	-0.024	—				
10Lg 客觀距離	2.68	0.96	0.139 ***	0.343 ***	-0.528 ***	0.315 ***	0.196 ***	-0.217 ***	-0.160 ***	-0.066 *	0.642 ***	—			
11 風險信息佔比	0.75	0.15	0.126 ***	0.196 ***	-0.297 ***	0.182 ***	0.045	-0.303 ***	-0.210 ***	0.173 ***	0.380 ***	0.504 ***	—		
12 願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數	568.45	300.74	0.001	-0.059 *	-0.043	-0.057	0.055	0.030	0.011	0.077 **	0.126 ***	0.096 **	0.122 ***	—	
13 願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數	569.39	295.88	0.069 *	0.038	-0.093 **	0.031	0.089 **	-0.026	0.005	0.023	0.140 ***	0.127 ***	0.136 ***	0.715 ***	—

注：¹ 虛擬編碼(1 = 男, 0 = 女)

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$, 全文均同

4.1.1 主觀距離

分別以“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”和“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”為結果變量,進行分層多元回歸分析。模型一放入性別、年齡、受教育年限、工作年限、月均收入、香港的密切程度和重要程度等 7 個控制變量,模型二放入控制變量以及主觀距離。結果表明,主觀距離對“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”、“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”回歸方程顯著 ($F_{\text{身處保險}} [8, 1129] = 4.726, p < 0.001, R^2 = 0.032$, 調整後的 $R^2 = 0.026$; $F_{\text{求學保險}} [8, 1129] = 4.840, p < 0.001, R^2 = 0.033$, 調整後的 $R^2 = 0.026$)。控制了性別、年齡等 7 個控制變量以後,受測者主觀認為其離香港地區距離越遠,他們對於“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(圖 4a) 估計越多,對“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(圖 4b) 估計越多 ($\beta_{\text{身處保險}} =$

$0.145, p < 0.001$; $\beta_{\text{求學保險}} = 0.123, p < 0.001$), 詳細結果見表 3。

4.1.2 客觀距離

客觀距離的分析方法與主觀距離相同,僅在模型二中放入控制變量與 lg 客觀距離。結果表明,lg 客觀距離對“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”、“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”回歸方程顯著 ($F_{\text{身處保險}} [8, 1129] = 3.550, p < 0.001, R^2 = 0.025$, 調整後的 $R^2 = 0.018$; $F_{\text{求學保險}} [8, 1129] = 3.662, p < 0.001, R^2 = 0.025$, 調整後的 $R^2 = 0.018$)。控制了性別、年齡等 7 個控制變量以後,受測者所在地離香港地區的客觀距離越遠,他們對於“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(圖 4c) 估計越多,對“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(圖 4d) 估計越多 ($\beta_{\text{身處保險}} = 0.132, p < 0.001$; $\beta_{\text{求學保險}} = 0.095, p = 0.009$), 詳細結果見表 4。

表 3 主觀距離對“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”以及“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”的回歸分析 (N = 1138)

預測變量	願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數						願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數					
	第一步			第二步			第一步			第二步		
	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β
第一步:控制變量												
性別	0.5	18.485	0.001	-4.991	18.351	-0.008	29.895	18.13	0.05	25.307	18.047	0.042
年齡	-2.359	2.601	-0.056	-3.238	2.584	-0.077	0.968	2.551	0.024	0.234	2.541	0.006
受教育年限	-7.219	3.104	-0.074 *	-4.571	3.126	-0.047	-8.104	3.044	-0.084 *	-5.891	3.074	-0.061
工作年限	-1.524	2.642	-0.036	-1.528	2.617	-0.036	-1.555	2.591	-0.037	-1.558	2.574	-0.037
月均收入	10.603	4.906	0.065 *	11.274	4.863	0.07 *	12.602	4.812	0.079 *	13.163	4.782	0.082 *
密切程度 ³	0.51	0.435	0.05	0.69	0.432	0.068	-0.409	0.426	-0.041	-0.259	0.425	-0.026
重要程度	-0.215	0.41	-0.022	-0.326	0.407	-0.034	0.515	0.402	0.054	0.422	0.4	0.044
第二步:主觀距離												
主觀距離				1.4	0.297	0.145 ***				1.17	0.292	0.123 ***
F	2.187 *			4.726 ***			3.199 **			4.840 ***		
R ²	0.013			0.032			0.019			0.033		
Adj R ²	0.007			0.026			0.013			0.026		
ΔR^2	0.013			0.019			0.019			0.014		

表 4 Lg 客觀距離對“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”及“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”的回歸分析 (N = 1138)

預測變量	願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數						願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數					
	第一步			第二步			第一步			第二步		
	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β
第一步:控制變量												
性別	0.5	18.485	0.001	-1.238	18.394	-0.002	29.895	18.13	0.05	28.656	18.09	0.048
年齡	-2.359	2.601	-0.056	-3.459	2.605	-0.083	0.968	2.551	0.024	0.184	2.562	0.004
受教育年限	-7.219	3.104	-0.074 *	-1.594	3.461	-0.016	-8.104	3.044	-0.084	-4.095	3.404	-0.043
工作年限	-1.524	2.642	-0.036	-1.287	2.629	-0.03	-1.555	2.591	-0.037	-1.386	2.585	-0.033
月均收入	10.603	4.906	0.065 *	7.915	4.937	0.049	12.602	4.812	0.079 **	10.686	4.856	0.067 *
密切程度 ³	0.51	0.435	0.05	0.787	0.439	0.078	-0.409	0.426	-0.041	-0.212	0.432	-0.021
重要程度	-0.215	0.41	-0.022	-0.321	0.409	-0.033	0.515	0.402	0.054	0.439	0.402	0.046
第二步:lg 客觀距離												
lg 客觀距離				41.253	11.473	0.132 ***				29.403	11.283	0.095 **
F	2.187 *					3.550 ***	3.199 **			3.662 ***		
R ²	0.013					0.025	0.019			0.025		
Adj R ²	0.007					0.018	0.013			0.018		
ΔR^2	0.013					0.011	0.019			0.006		

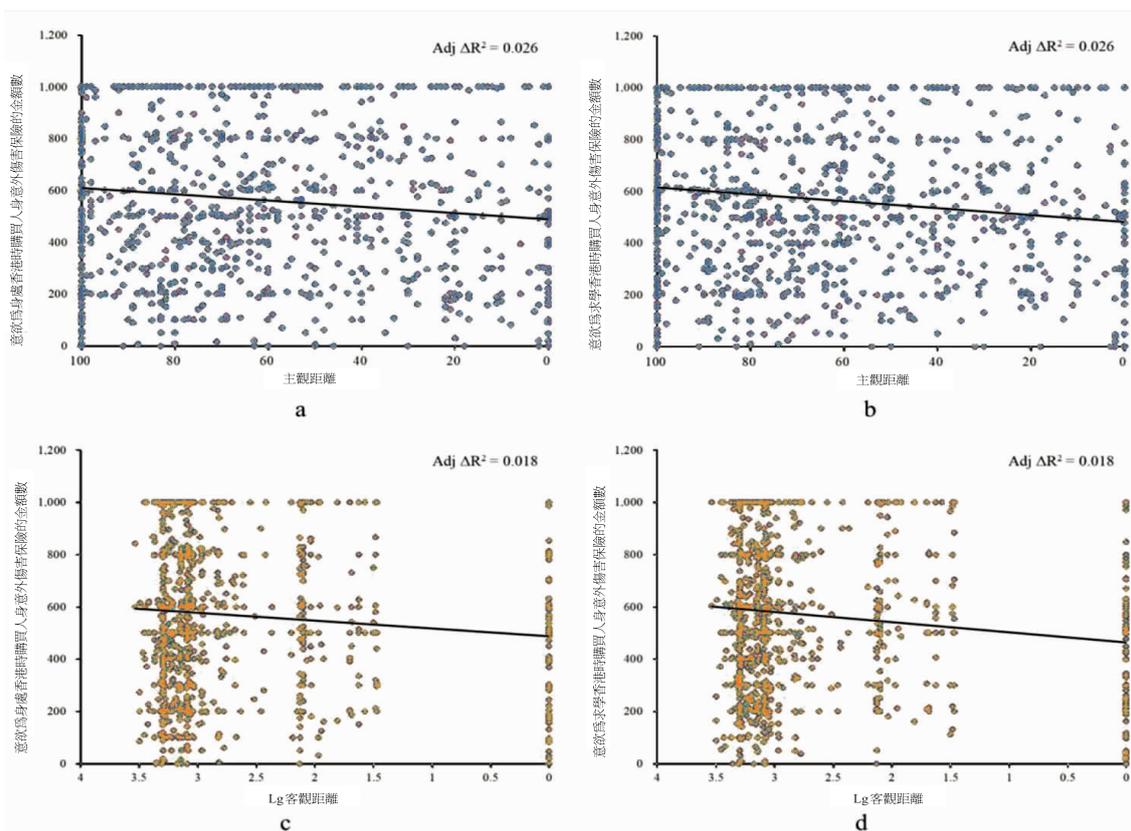


圖 4 受測者身處地與香港的主觀距離與“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(a)以及“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(b)的關係;受測者身處地與香港的客觀距離的對數與“願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(c)以及“願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數”(d)的關係

4.2 風險信息佔比在距離與擔憂程度關係中的中介效應

採用海耶斯(Hayes, 2017)的PROCESS SPSS 宏命令(V 3.3)中模型4, 5,000次重複取樣,設定95%置信區間。分別把客觀和主觀距離作為預測變量,風險信息佔比作為中介變量,身處保險和求學保險作為結果變量,以性別、年齡、受教育年限、工作年限、平均月收入、香港的重要程度和親密程度以及香港新聞接觸時長為控制變量,做Bootstrapping分析。結果發現:

在控制了香港新聞接觸時長(心理免疫水平)和捲入度之後,風險信息佔比起到了顯著的中介作用(見圖5)。具體而言。

主觀距離正向預測風險信息佔比($\beta_a = 0.298, p < 0.001$),風險信息佔比正向預測身處保險和求學保險(β_b 身處保險 = 0.125, $p < 0.001$; β_b 求學保險 = 0.094, $p = 0.005$)。除去風險信息佔比的中介作用,其直接效應也是顯著的(β_c 身處保險 = 0.108, $p < 0.001$; β_c 求學保險 = 0.095, $p = 0.003$)。客觀距離同樣正向預測風險信息佔比($\beta_a = 0.445, p < 0.001$),風險信息佔比正向預測身處保險和求學保險(β_b 身處保險 = 0.134, $p < 0.001$; β_b 求學保險 = 0.109, $p = 0.002$),但客觀距離與身處保險和求學保險間的直接效應不顯著(β_c 身處保險 = 0.077, $p = 0.054$; β_c 求學保險 = 0.048, $p = 0.225$)。

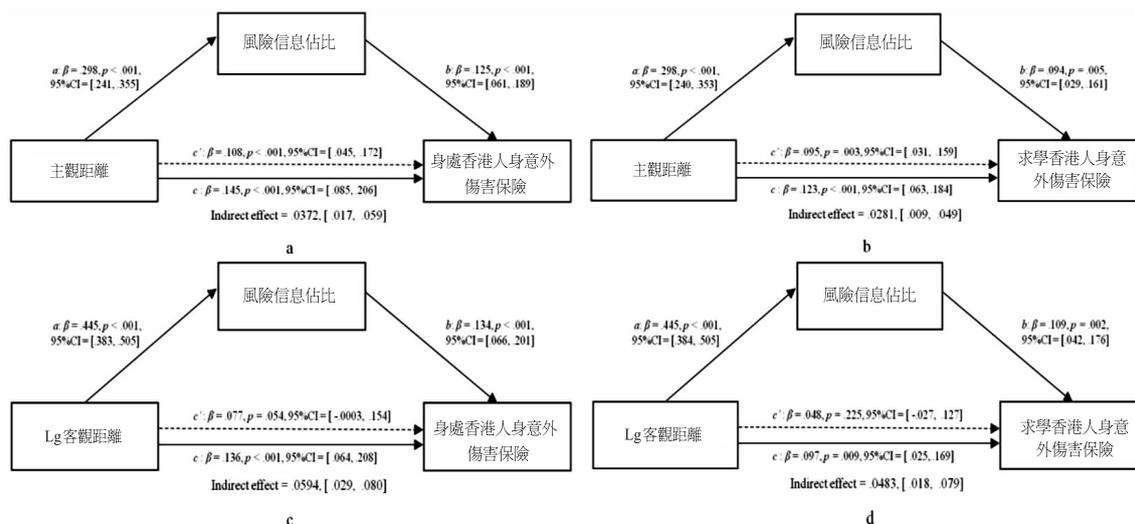


圖 5 風險信息佔比在主觀距離與願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數 (a) 和願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數 (b) 關係中的中介效應; 風險信息佔比在 lg 客觀距離與願為身處香港時購買人身意外傷害保險的金額數 (c) 和願為求學香港時購買人身意外傷害保險的金額數 (d) 關係中的中介效應

注: c' 為直接效應, c 為總效應; 圖中所示為標準化路徑係數 (β)

5 討論

不同類型的旅遊危機事件頻發, 危機事件本身對旅遊目的地造成了重大危害。同時, 這些事件通過各種渠道傳播, 對外地潛在遊客的風險認知產生了不利影響, 進而影響了他們的旅遊意願和旅遊地形象, 演變為次生危害。儘管突發危機事件無法完全避免和預防, 但瞭解潛在遊客對這類危機事件的風險認知特徵, 有助於避免由此產生的次生危害。

本研究通過全國性的大樣本現場調查, 結果再現了在其他風險領域中出現過的心理颶風眼效應。結果表明, 在香港突發風險事件中, 遠在內陸地區的民衆對於香港風險知覺水平更高, 認為需要花費更高的價格購買人身意外傷害保險。香港突發風險事件, 不像是“一顆石頭一次投入水中”而產生的漣漪 (Slovic, 1987), 其持續發生的風險事

件更像是“多顆大石頭多次投入水中”。儘管香港突發風險事件這種“多顆大石頭多次投入水中”導致的風險有別於其他領域的風險, 但民衆對此類風險的主觀評判規律却無異於其他類風險的主觀評判規律, 同樣表現出心理颶風眼效應——離風險源越近, 民衆對風險源的風險知覺水平越低; 離風險源越遠, 民衆對風險源的風險知覺水平越高。

中介分析的結果初步確認議程設置導致的關注錯覺可能是心理颶風眼效應背後的心理機制。具體而言, 香港突發風險事件不僅影響了當地民衆的風險知覺, 事件經由媒體的廣泛傳播還影響了香港以外的民衆的風險知覺。距離香港越近的民衆, 對香港的知覺不僅包括與突發風險事件相關的新聞報道, 還包括從其他渠道甚至自身感受獲得的信息, 突發風險事件信息在所有與香港有關的信息中所佔比例相對較小。因而, 民衆對香港風險的知覺, 與突發風險事件信息

所佔的較小比例對應,呈現出相對較低的水平;而距離香港越遠的民衆,所接受的有關香港的信息更單一,幾乎被有關突發風險事件的新聞報道所佔滿。故民衆對香港風險的知覺水平,與突發風險事件信息所佔的較大比例對應,呈現出相對較高的水平。由此可見,距離香港近與距離香港遠的民衆,其常被忽視的差別在於突發風險事件信息在所有與香港有關的信息中所佔比例相互有異。根據關注錯覺理論,佔比例較大的信息更容易受到關注,這些受關注的部分信息對事發地風險判斷的影響權重被高估,從而使同一風險源的風險知覺更高,最終導致了“心理颱風眼效應”的產生。與之類似的是2019年底發生在澳大利亞的山火事件。對於那些在這段時間內未曾到訪悉尼的人來說,他們可能會認為悉尼的山火非常危險。然而,那些在這期間到過悉尼的人則普遍認為悉尼的山火並沒有那麼危險。這是因為,悉尼以外的人,對悉尼的瞭解一時間所見所聞都是山火事件相關信息,而身處悉尼的人,所見所聞既不完全是與林火有關的信息,也不完全是與林火無關的信息。能導致危險判斷如此不一的背後心理機制可能也是風險信息佔比。

近年來,在衆多風險領域都陸續發現了心理颱風眼效應。在這些受到媒體報道的重大風險事件中,其民衆的風險知覺模式與對風險源的擔憂並無二致,這意味著在這些風險領域發現的“心理颱風眼”或許共享了一個通用的、“領域普適”性的發生機制。然而,對於心理颱風眼效應的產生機制始終不甚清楚,所假設的解釋機制也具有“領域特异性”的特點,如,針對地震災害提出“認

知失調”的特定解釋(Li, et al., 2009),針對鉛鋅礦的工業污染風險提出“受益”解釋(Zheng, et al., 2015)等。溫芳芳等人還專文提出了“當事人與旁觀者”視角知覺差異的解釋(溫芳芳等, 2020)。相比之下,本研究認定的潛在機制——議程設置導致的關注錯覺——抑或具有“領域普適”性的特點,很值得在今後發生的各類重大風險事件中做“一勞永逸”的驗證。

本研究對該機制的探索和發現引發了一個很重要、需要引起我們高度警覺的問題:目前所發現的針對重大突發事件而產生的“心理颱風眼效應”,抑或都可以歸咎於現在媒體報道的失衡。一旦突發事件發生,小到一場省港杯足球賽引發的爭議,大到“黑人的命也是命”抗議運動和蔓延全球的疫情,鋪天蓋地的焦點事件報道就會隨之而至,媒體報道使得遠離風暴中心的民衆也會對事發地的狀況產生極大的關注。然而,在焦點事件報道瀰漫時,若缺乏其它信息來制衡,難免會使圍觀民衆產生關注錯覺,依賴焦點事件的報道這一局部信息推測事發地整體的風險水平,從而引發心理颱風眼效應。這意味著,世上本無所謂的“心理颱風眼”,只是風險報道的多了,也就成了“心理颱風眼”。我們迄今所偵測到的“心理颱風眼”均不是自然產生的,而是人爲導致的。爲了從根本上消除“心理颱風眼”現象,應該徹底解決媒體有意無意“失衡”的問題。否則,今後每每有重大突發事件發生,都不免會伴隨發生“心理颱風眼”現象。

均衡議程設置,知易行難。要均衡議程設置,須堅持正確的報道原則。即報道主題既不完全是與重大突發事件無關的信息,也

不完全是與重大突發事件相關的信息。在報道重大突發事件的同時，應該同時報道與重大突發事件無關的新聞，增加對重大突發事件當地民衆正常工作生活的信息以及其他事件的報道，讓其他地區的民衆像事發地本地人一樣感受到事發地比較全面和完整的情況。

然而，具體實踐“均衡議程設置”，目前又似乎是一個本質上不可能完成的任務。首先，傳統媒體的物理特性本身限制了“均衡報道”的可能。例如，視覺呈現的報紙有版面的限制，聽覺呈現的廣播電視有時間的限制，而視覺警報和聽覺警報都受近因效應等因素的影響（Jiang, et al., 2013）。所幸的是，現代移動互聯網以及多媒體技術的發展為解決這一難題提供了某種可能性。如電視屏幕的畫中畫（地震、山火）技術，或可改變焦點事件在整體畫面上所佔比例。這種技術可使受衆擁有全域的視角，意識到焦點事件只是事發地所有事件中的一小部分，從而起到削弱關注錯覺的作用；再如，報告壞消息時附加基線信息也是一種避免關注偏差的有效手段。一項旨在建立一個“突發公共衛生事件信息發佈格式的國家標準”的研究（Kuang, et al., 2021）已經發現，在報告疫情壞消息的條件下，附加基線信息“人口基數”可以有效降低公衆的風險知覺和負性情緒（心煩、緊張、坐立不安等），這種不改變風險內容但改變信息呈現框架的操作同樣也可以使受衆擁有整體的視角，從而達到削弱關注錯覺的目的。

其次，媒體報道的主觀選擇偏差更增添了“均衡報道”的難度。這是因為，以盈利為目的的媒體為吸引更多的流量和注意力，

不會自動放棄集中報道與重大突發事件相關的風險信息；受不同政治觀點左右的媒體更是會有選擇性地報道與重大突發事件相關的風險信息。因此，如何引導媒體客觀、中立、全面地報道風險源所在地的信息，保證受衆接受到的風險信息是與“風險佔比”呈真實比例的風險信息，乃是知易行難的願景。

總之，對於任何旅遊城市，重大突發事件的發生幾乎無可避免，而對於該事件的報道也必然會影響到潛在的遊客。如何利用“平衡”的媒體報道消除心理颱風眼，減輕其他地區民衆高估事發地風險的擔心和焦慮，比在各個風險領域發現心理颱風現象更具有挑戰性。為了旅遊城市的健康發展，健全國家突發事件應急管理體系，建立一個“突發公共事件信息發佈格式的國家標準”，並將其納入應急管理預案及具體行動指南中的工作也是刻不容緩。

參 考 文 獻

- [1] Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Publications.
- [2] Hoven, C. W., Duarte, C. S., & Lucas, C. P., et al. (2005). Psychopathology among New York City public school children 6 months after September 11. *Archives of General Psychiatry*, 62(5), 545-551.
- [3] Jiang, C. M., Zheng, R., & Zhou, Y., et al. (2013). Effect of 45-day simulated microgravity on the evaluation of orally reported emergencies. *Ergonomics*, 56(8), 1225-1231.
- [4] Kahneman, D., Krueger, A., & Schkade, D. (2006). Would you be happier if you were richer? A focusing illusion. *Science*, 312, 2005-2007.

- [5] Kuang, Y., Xu, M. X., & Yang, S. W., et al. (2021). Which information frame is best for reporting news on the COVID-19 pandemic? An online questionnaire study in China. *Psychology Research and Behavior Management*, 563-574.
- [6] Li, S., Rao, L. L., & Bai, X. W., et al. (2010). Progression of the “Psychological Typhoon Eye” and variations since the Wenchuan earthquake. *PLoS ONE*, 5(3), e9727.
- [7] Li, S., Rao, L. L., & Ren, X. P., et al. (2009). Psychological typhoon eye in the 2008 Wenchuan earthquake. *PLoS ONE*, 4(3), e4964.
- [8] McCombs, M. (2005). A Look at agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- [9] Schkade, D. A., & Kahneman, D. (1998). Does living in California make people happy? A focusing illusion in judgments of life satisfaction. *Psychological Science*, 9, 340-346.
- [10] Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280-285.
- [11] Wang, X., Gao, L., & Shinfuku, N., et al. (2000). Longitudinal study of earthquake-related PTSD in a randomly selected community sample in north China. *American Journal of Psychiatry*, 157(8), 1260-1266.
- [12] Zheng, R., Rao, L. L., & Zheng, X. L., et al. (2015). The more involved in lead-zinc mining risk the less frightened: A psychological typhoon eye perspective. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 126-134.
- [13] 郭强, 陳卉, 程升彥. 媒體使用類型對居民區域旅遊政策支持意願的影響——以海南建設國際旅遊消費中心為例. *海南大學學報(人文社會科學版)*, 2024: 1-11.
- [14] 李紓, 李江龍, 楊舒雯, 等. 應對恐怖主義威脅的心理颱風眼效應. [ChinaXiv: 202007.00024]. DOI:10.12074/202007.00024.
- [15] 李紓, 劉歡, 白新文, 等. 汶川“5.12”地震中的“心理颱風眼”效應. *科技導報*, 2009, 27(3): 87-98.
- [16] 劉小華, 梁玥琳, 閔夢凡. 旅遊者風險感知對目的地形象及出遊意願的影響——以武漢市為例. *國土資源科技管理*, 2021, 38(3): 108-122.
- [17] 羅伯特·費爾德曼, 黃希庭. *心理學與我們* (2 ed.). 北京: 人民郵電出版社, 2020.
- [18] 王雪嬌, 王曉峰. 負面在線交互信息對異質性旅遊消費者購買意願的影響. *資源開發與市場*, 2024, 40(2): 161-171.
- [19] 王雨晨, 焦育琛, 周文麗. 面面俱到還是欲說還休? 旅遊直播信息豐富度對旅遊消費者實地旅遊意願的影響機制研究. *旅遊科學*, 2024, 38(6): 96-118.
- [20] 溫芳芳, 馬書瀚, 葉含雪, 等. “漣漪效應”與“心理颱風眼效應”: 不同程度 COVID-19 疫情地區民衆風險認知與焦慮的雙視角檢驗. *心理學報*, 2020, 52(8): 1-18.
- [21] 吳藝娟, 鄭向敏. 旅遊者信息搜索對旅遊安全風險傳播效果的影響. *中國安全科學學報*, 2016, 26(11): 151-156.
- [22] 謝曉非, 鄭蕊, 謝冬梅, 等. SARS 中的心理恐慌現象分析. *北京大學學報(自然科學版)*, 2005, 42(4): 628-639.
- [23] 許明星, 鄭蕊, 饒儷琳, 等. 妥善應對現於新冠肺炎疫情中“心理颱風眼效應”的建議. *中國科學院院刊*, 2020, 35(3): 273-282.
- [24] 楊舒雯, 許明星, 匡儀, 等. 武漢市新冠肺炎疫情的客觀危險與主觀恐慌: 全球範圍內的“心理颱風眼效應”. *應用心理學*, 2020, 26(4): 291-297.
- [25] 張飛, 羅蓓文. 基於風險感知的消費者探險型旅遊消費意願影響因素研究. *時代經貿*, 2024, 21(4), 52-56.
- [26] 張鑒美, 陳毅文, 李信. 從心理學角度研究風險知覺和保險購買意願相關關係——以旅遊短期意外險為例. *保險研究*, 2015(6): 72-81.
- [27] 張江馳, 謝朝武. 旅遊者對旅遊地多元危機信息傳播主體的響應. *華僑大學學報(哲學社會科學版)*, 2022(6): 41-57.
- [28] 張若愚, 張高軍, 蔣婧怡, 等. 旅遊者照片更能提升人們的旅遊意願嗎? ——基於 ISM-DEMATEL 方法和實驗的雙重檢驗. *浙江大學學報(理學版)*, 2024, 51(5): 636-650.