

张环宙, 冯一鸣. 遗产历史相关性对旅游者保护行为的影响——基于运河主题博物馆的研究 [J]. 地理科学, 2024, 44(10): 1729-1737. [Zhang Huanzhou, Feng Yiming. Influence of perceived relevance of heritage history on tourists' heritage conservation behavior: A study based on canal-themed museums in China. Scientia Geographica Sinica, 2024, 44(10): 1729-1737.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.20240657

遗产历史相关性对旅游者保护行为的影响 ——基于运河主题博物馆的研究

张环宙^{1,2}, 冯一鸣³

(1. 浙江外国语学院大运河国际研究中心, 浙江 杭州 310023; 2. 浙江外国语学院新型国际关系高等研究院, 浙江 杭州 310023; 3. 浙江大学艺术与考古学院, 浙江 杭州 310058)

摘要: 遗产保护行为是旅游目的地可持续发展的重要保障, 旅游者感知遗产历史的相关性是其遗产保护行为的认知基础。基于认知评价理论的“环境认知评价-情绪-行为”框架, 以国内多个运河主题博物馆为例, 运用结构方程模型分析历史相关性对旅游者遗产保护行为意愿的建构机制。结果显示: ① 遗产历史的社会相关性对遗产保护行为有显著正向影响, 遗产历史的个人相关性、人类相关性与遗产保护行为关系不显著; ② 遗产历史的个人、社会、人类相关性均可以通过敬畏感的中介作用对遗产保护行为产生正向影响; ③ 博物馆服务真实性正向调节敬畏感对遗产保护行为的作用。研究扩展了遗产保护行为心理建构机制的研究视角, 为遗产旅游目的地文化环境设计提供启示。

关键词: 遗产旅游; 目的地环境; 历史相关性; 遗产保护行为; 博物馆

中图分类号: F591.99 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2024)10-1729-09

旅游业被称为幸福产业, 但其发展也时常对地方造成负面影响。文化遗产既有较高的社会、文化、科研价值, 也有脆弱性和不可再生性。大众旅游背景下, 旅游者的行动力、影响力日渐增强, 对文化遗产不文明、不友好、破坏性行为时常发生, 这激化了旅游流量效益、经济效益与地方文化遗产的矛盾^[1]。党的“二十大”报告指出: “加大文物和文化遗产保护力度, 加强城乡建设中历史文化保护传承, 建好用好国家文化公园”(https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm)。2024年5月中国政府对旅游工作做出重要指示, 强调统筹“保护与开发”“推动旅游业高质量发展行稳致远”(https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6951885.htm)。

旅游目的地迫切呼唤大众对遗产的保护^[2]。要促进旅游者遗产保护行为, 既应“针对人”, 如工作政策宣讲、观念教育、行政处罚等, 也应“针对环境”,

即从供给端角度出发, 营造有利于激发遗产保护行为的外部旅游环境。以往诸多研究基于认知评价理论, 发现旅游者对环境刺激物的认知评价可以产生特定的个人情绪, 进而影响其遗产保护行为。这些研究更多关注旅游者对环境刺激物本体特质的认知评价, 如旅游资源的独特性^[3]、目的地整洁卫生程度^[4]、政策条件优劣^[5]、地方社会环境与自然环境质量^[6]等, 鲜少关注旅游者对环境刺激物与自我之相关性的评价。事实上, 遗产保护行为研究尤其不应忽视遗产历史与旅游者的相关性。不同旅游者与特定遗产背后的历史有“亲疏”之分, 正是这些历史定义着遗产的独特内核。遗产保护行为的发起基于关系距离的判断, 人们更愿意关注与自我相关的遗产历史, 进而对遗产建立认知与情感纽带; 陌生遥远的遗产历史可能使人对遗产无动于衷, 甚至肆意破坏。此外, 从认知心理学角度来看, 当旅游者感知遗产的历史与自我关联性高, 可以增强其对遗产知识

收稿日期: 2024-07-03; 修订日期: 2024-08-12

基金项目: 浙江省社会科学规划“党的‘二十大’和省委十五届二次全会精神研究阐释”专项课题“推进文化和旅游深度融合发展研究”、国家社会科学基金后期资助项目(23FXWB002)资助。[Foundation: The Social Science Fund of Zhejiang Province, The National Social Science Fund of China (23FXWB002).]

作者简介: 张环宙(1971—), 女, 浙江浦江人, 教授, 主要从事历史地理、文化遗产保护与传承研究。E-mail: zhanghuanzhou@foxmail.com

通信作者: 冯一鸣。E-mail: fengyiming@foxmail.com

的兴趣与融入度^[7]。

在众多遗产旅游场景中,博物馆界尤其重视遗产历史与旅游者的相关性,致力于打造“(与观众)相关的博物馆”(Relevant museum)^[8]。博物馆通过再现历史、活化历史、诠释历史,使旅游者亲近、理解遗产历史,获取更广泛的受众关注与社会效益,脱离为学术精英服务的象牙塔。历史相关性成为文化“催化剂”,提升博物馆对遗产的传播效果^[9]。本研究基于认知评价理论,对杭州市京杭大运河博物馆、绍兴市浙东运河博物馆、扬州市中国大运河博物馆的旅游者展开问卷调查,采用结构方程模型,探究博物馆旅游者感知遗产历史与自我之相关性如何影响遗产保护行为,为遗产旅游可持续发展提供理论与实践启示。

1 理论基础与研究假设

1.1 认知评价理论与遗产保护行为

认知评价理论探讨个体暴露于环境刺激时所经历的心理过程,认为环境刺激引发个体生理唤醒,个体基于对刺激的认知评价而产生情绪变化,进而产生行为反应^[10]。“环境认知评价-情绪-行为”的系统性、过程性优势适用于探索人类行为的复杂形成机制。个体不是外部刺激的被动响应者^[10],认知评价是交互性的评价。许多研究认为,个体面对环境刺激物时首先评价相关性,即判断环境刺激物与自身利益福祉相关后,才会进一步评价刺激的其他属性,并决定如何应对^[11]。这仅仅将相关性解读为认知评价过程的“门槛”,忽略了对相关性本身的深入探索。有学者对此指出,个体对环境刺激物与自我之相关性的评价并不早于或晚于个体评价该刺激物的其他属性。相关性只是环境刺激物的众多属性之一,并不比其他属性更重要或次要,它们共同参与个体的认知评价过程^[12]。旅游研究中也存在对于相关性研究的忽视。虽然有学者发现旅游者对环境刺激物的认知评价影响其保护行为,但更多关注对刺激物本体特质的认知评价。

1.2 历史相关性与遗产保护行为

历史相关性指个体感知到的历史与自我的关联性^[13],其本质有两种解读。一是将历史相关性视为个体相对恒定的历史观,由个人成长经历和文化背景等因素养成,不易随着外界环境的变化而改变,即个体认为笼统意义上的历史与自身的关联性如何。例如,历史相关性单维度量表测量的是个体认为历

史对自身日常生活(如看新闻、结识新朋友、经历新事物等)有多大程度的影响^[14]。二是把历史相关性看作个体对特定历史对象的评价,是情境导向的、可变的,即个体对不同历史资料与自我的相关性评价不同^[14]。这种解读源于建构主义历史教学论,该理论主张教育者有充分的灵活性,应采用科学的教学沟通方法,讲授富有亲近感和实用性的历史知识,使学生感受特定历史与自身紧密相关,从而提升兴趣和学习效果^[13]。在“环境认知评价-情绪-行为”的分析框架下,本文关注第2种历史相关性,即旅游者评价博物馆中的遗产历史与自我的相关性,而非旅游者自身的历史观。参考历史相关性三维内涵^[13]并且调整表述,本研究将遗产历史相关性定义为:①个人相关性,指个体认为特定遗产历史对自己的理想、价值观、行为和遭遇等有潜移默化的塑造作用;②社会相关性,指个体认为特定遗产历史可以帮助自我开展一系列公民化行为,包括与他人交流观点、理解当前发生的社会事件等;③人类相关性,指个体认为特定遗产历史可以帮助包括自己在内的人类整体把握当下和未来宏观境遇。特别说明的是,虽然两种相关性涉及更宏观的社会和人类尺度,但它们与个人相关性都描述个体对特定历史与自我关系的评价。

遗产研究经历了从单方面强调遗产价值保护到追求遗产保护与旅游发展协同发展的过程^[2]。旅游者遗产保护行为指“旅游者做出对遗产旅游地负面影响最小、主动促进遗产旅游地文化遗产可持续利用的行为”,是“旅游者在游览过程中通过内心自我约束表现出对文化遗产负责任的行为方式,是遗产旅游发展过程中游客主动保护文化遗产的有效途径”^[15]。遗产保护行为研究受环境责任行为的研究范式影响^[16],二者皆强调人们对遗产和遗产生存环境的保护,许多研究参考环境责任行为的测量工具来测量遗产保护行为^[3]。

历史相关性概念有浓厚的实用主义色彩,认为相关性强的历史指的是影响人生活、对人有效用的历史^[14],这呼应了认知评价理论中个体评价外部刺激对自我利益的影响程度,即相关性评价。旅游者在参观博物馆时,如果评价遗产历史与自我深刻相关,越可能引发遗产保护行为。就个人相关性而言,当博物馆旅游者感知展出的遗产历史在自我成长过程中潜移默化地塑造了观念、行为、身份,可以直观发觉遗产的影响痕迹。遗产历史的连贯性得以彰显,

过往文化不再是与当代断裂的“别处世界”(a world “out there”)的遗存,而是个人拥有并受益的资源^[17-18]。还有研究表明,旅游吸引物与旅游者私人关系越亲密,越易导致旅游涉入以及价值共创行为^[19]。就社会相关性而言,如果旅游者参观博物馆时感知遗产历史建构了自身的社会交往与社会关系,更容易对共享这段历史记忆的群体(如国家、民族、地方文化圈)产生社会认同^[13],强烈的社会认同将激励旅游者保护旅游资源^[1]。就人类相关性而言,博物馆呈现的遗产历史往往具备普适性意义,引发旅游者对更宏大问题的思考。当代旅游者与创造文化遗产的古人共享“人类”身份,旅游者如果感知遗产历史赋予人类经验教训、助益人类把握当下和未来命运,将从更长远、有利于人类可持续发展的视角对待遗产^[13]。因此提出假设如下:

H1a: 遗产历史的个人相关性正向影响旅游者遗产保护行为。

H1b: 遗产历史的社会相关性正向影响旅游者遗产保护行为。

H1c: 遗产历史的人类相关性正向影响旅游者遗产保护行为。

1.3 敬畏感的中介作用

敬畏感指个体在某些场景中对感知到的宏大刺激的情绪反应。敬畏感和旅游活动关联密切,目的地卓越的自然风光、人文资源震撼着旅游者,由此而来的敬畏感使旅游深刻、难忘、富有高峰体验^[20],旅游者因此时常有意识地寻求敬畏感。敬畏感的核心元素是“浩瀚”和“适应”,前者指个体体验到比自我更宏大的事物,后者指个体在现有知识、经验基础上难以理解当下的经历,需要扩展心理结构才能够觉悟^[21]。一些研究丰富了细分旅游情境中的敬畏感内涵,如时间感(专注于此时)、联通感^[21]、目标澄清、谦卑感^[22]等。

引发旅游敬畏感的自然刺激物主要包括特殊的生物、生态现象、地质地貌、山水风景等,社会文化刺激物主要包括宗教氛围、著名人物、事件、艺术杰作等^[23-24]。依据认知评价理论,遗产历史相关性作为刺激物的属性,可以引发游客的认知评价及后续情绪反应。敬畏感的产生需要个体面对某种更大的实体,也需要个体意识到自身是这个更大实体的一部分,这种链接感(Connectedness)^[25]与历史相关性的内涵十分接近。遗产历史既存在于时间维度,涵盖遗产发展所经历的漫长时间;又存在于空间维度,

涉及遗产相关的社会事件、地理环境变迁、场所精神等无形的“空间叙事”。博物馆通过场景复原和戏剧装置策略,直观展示遗产历史时空要素,削弱历史时空距离感与抽象感,便于旅游者沉浸于遗产历史的宏大时空。敬畏感所指的“宏大”包括事物影响力巨大之意,而历史相关性概念内涵恰恰强调历史对个人、社会关系和人类境遇的影响^[13]。提出假设:

H2a: 遗产历史的个人相关性正向影响旅游者敬畏感。

H2b: 遗产历史的社会相关性正向影响旅游者敬畏感。

H2c: 遗产历史的人类相关性正向影响旅游者敬畏感。

依据认知评价理论,对环境刺激的认知评价需要经由个体情绪反应的介导来诱发特定行为^[26]。敬畏感可以激励个人超越狭隘欲望,形成以他人为中心的心态和自我低微的渺小感,使个体充分融入互助的社会团体,激发环境保护、捐赠、道德决策等亲社会行为^[20]。敬畏感的“适应性”维度表明,当个体感知自我心理结构无法充分适应宏大的外部刺激时,需要调整心理结构以理解新体验。此时,个体可能将更多注意力放置于自我与外界的关系上^[22],重新反思“小我”与遗产发展的关系,这种心理结构更新过程正向影响环境责任行为^[26]。因此提出假设:

H3: 旅游者敬畏感正向影响其遗产保护行为。

H4a: 遗产历史的个人相关性通过引发旅游者敬畏感来影响其遗产保护行为。

H4b: 遗产历史的社会相关性通过引发旅游者敬畏感来影响其遗产保护行为。

H4c: 遗产历史的人类相关性通过引发旅游者敬畏感来影响其遗产保护行为。

1.4 博物馆服务真实性的调节作用

真实性是遗产旅游领域的核心问题。旅游真实性分为客体真实性(Object-related Authenticity)和存在主义真实性(Existential Authenticity)^[27]2类,前者强调旅游吸引物的原真性、非商品化,以及旅游经营者、权威人士等建构出来的真实,后者强调旅游者呈现真实自我,逃离日常生活,获得身体感官愉悦和自我实现,实现反结构的共睦态体验。客体真实性始终占据重要的学术研究地位,因为它与景观、产品、营销策略等可调控的方面有关,便于通过供给端的优化设计来提升旅游幸福感^[27]。博物馆情境下,客体真实性的研究最初聚焦于博物馆文物

的原真性、一手性,重视文物珍品的历史见证功能,而随着“体验至上”的新博物馆学思潮普及,客体真实性的研究焦点逐渐转移到博物馆服务环境的真实性,聚焦于遗产展示方式、人际互动、服务态度等。博物馆服务真实性要求博物馆成为传播者和代理者,调和文化生产和文化消费,面向大众、降低知识封闭性;同时要求博物馆树立诚恳形象、增加“讲故事”的可信度,避免成为过度营销和“操纵性”的机构^[28]。在博物馆旅游真实性的三维度量表^[28]中,“参观真实性”量表对应存在主义真实性,“文物真实性”“博物馆真实性”量表分别对应客体真实性的文物和服务层面。

个体的“环境认知评价-情绪-行为”进程受到情境因素的影响^[29]。有研究指出,探讨宗教旅游者敬畏感对亲环境行为影响时,应考虑目的地的商业化氛围与服务的真实性氛围,这关系到旅游者的感知能力^[22,30]。个体在现代化日常生活情境中从事重复性、机械的生产经营活动,更多展示虚假自我,淡忘存在意义和自我超越;而旅游情境的真实性、差异性越高,越容易激发人的真实状态,使旅游者获得更高程度的存在意义、自我超越,更易感知他人需求、提供更多帮助^[31]。此外,真实性有助于旅游目的地更充分披露历史故事,使旅游者切实感受故事人物经历,产生更多敬畏和共情^[32]。因此提出假设:

H5: 博物馆服务真实性在旅游者敬畏感与遗产保护行为之间存在调节作用。

当博物馆服务真实性较高时,旅游者敬畏感对遗产保护行为的正向影响越强;博物馆服务真实性较低时,旅游者敬畏感对遗产保护行为的正向影响越弱。

2 研究设计与数据收集

2.1 研究案例地

本研究选取国内多个运河主题博物馆作为案例地。大运河作为世界文化遗产,连接京津、燕赵、中原、齐鲁、淮扬、吴越等文化带”,遍布河道、码头、桥梁、堤坝等实体遗存。大运河文化遗产背后的历史与当代人紧密联系,素有“黄金水道”之称的大运河依然发挥货物运输、游憩、灌溉等功能,大量运河相关的文学、艺术、民俗、节庆传承至今。具体样本点包括浙江省杭州市京杭大运河博物馆、浙江省绍兴市浙东运河博物馆、江苏省扬州市中国大运河博物馆,三馆皆良好复原了运河及运河城市的演变发

展过程,频繁举办遗产参与式体验、知识科普、当代艺术展、遗产政策宣教等活动,鼓励旅游者参与遗产保护。此外,依据敬畏感原型理论(Prototype approach),大运河形象的空间延展性以及文化资源的富集性分别对应容易引发敬畏感的两类因素,一是高山、江河、海洋等感官刺激性强的有形事物,二是与人们的社会交往、心灵交流有所联系的社会文化^[33]。综上所述,大运河主题的博物馆易于浮现本研究关注的主要变量,具有典型性。

2.2 变量解释

本研究所涉及的关键构念测量采用国内外较高权威性期刊文献的成熟量表,国外量表经由作者双向翻译,并根据实际情境进行微调。测量题项均采用 Likert 5 点式量表,1~5 依次代表“非常不同意”“不同意”“不一定”“同意”“非常同意”。旅游者感知博物馆中遗产历史与自我的相关性测量题项参考以往研究开发的历史相关性三维量表^[13]并调整表述,包括个人相关性、社会相关性、人类相关性 3 个维度。旅游者遗产保护行为的测量采用苏明明等在大运河遗产旅游情境下开发的量表^[16]。旅游者敬畏感参考刘佳和滕金凌^[24]的研究。博物馆服务真实性测量参考 Hede 等^[28]的研究。

2.3 数据收集

笔者于 2024 年 3 月发放 3 轮问卷,回收问卷总计 400 份,剔除无效问卷后共收集有效问卷 343 份,有效率 85.75%。描述性分析显示:男女比例为 39%、61%,0~17 岁、18~44 岁、45~59 岁、60 岁及以上的占比分别为 12%、70.8%、11.1%、6.1%,受教育程度以本科(36.2%)和研究生及以上(42.0%)为主。调查过程采取一系列措施控制数据质量,包括向调查对象说明研究目的、声明调查结果的保密性、请求其按照内心真实感受回答等。采用 Harman 单因子检测方法^[34]检测数据同源偏差问题,将所有题项一同展开因子分析,在未旋转的情况下,获得 6 个特征根大于 1 的因子,共解释 72.077% 的总方差。其中,第一个因子解释 32.936% 的总方差,未超过 40% 的临界标准,表明数据不存在共同方法偏差。

3 数据分析与结果

3.1 正态分布检验

首先对各测量题项进行偏度和峰度分析。结果显示,偏度系数为-2.59~0.57,均小于 3,峰度系数为 0.41~8.90,均小于 10,说明数据基本符合正态分

布。在此基础上,采用基于协方差分析的结构方程模型(Covariance-based structural equation modeling, CB-SEM)来检验研究模型,数据分析软件为 SPSS 和 AMOS。

3.2 测量模型检验

测量模型结果显示模型拟合指标良好(卡方自由度比 $\chi^2/df=2.424$, 比较适配指数 $CFI=0.931$, 非规范适配指数 $TLI=0.917$, 增量适合度指数 $IFI=0.932$, 拟合度指数 $GFI=0.896$ 略低于 0.9, 渐进残差均方和平方根 $RMSEA=0.065$, 简约规范适配指

标 $PNFI=0.737$)。表 1 中各潜变量 Cronbachs α 系数和组合信度均 >0.7 , 说明本研究有良好的内部一致性。各潜变量测量题项的标准化因子载荷均 >0.6 , 且各潜变量平均提取方差均 >0.5 , 说明本研究聚合效度良好。区分效度检验结果如表 2 所示, 潜变量平均提取方差的平方根均大于该变量与其他变量的相关系数, 说明变量间区分效度良好。

3.3 假设检验

3.3.1 结构模型检验

模型拟合度检验显示,模型拟合良好($\chi^2/df=$

表 1 遗产保护行为测量模型的验证性因子分析

Table 1 Confirmatory factor analysis of the measurement model about heritage conservation behavior

变量	各变量的Cronbachs α 值	组合信度	平均提取方差	题项	标准化 因子载荷
遗产保护行为	0.750	0.772	0.539	HPB1	0.754
				HPB2	0.863
				HPB3	0.550
个人相关性	0.858	0.859	0.604	RHS1	0.754
				RHS2	0.841
				RHS3	0.757
				RHS4	0.752
社会相关性	0.766	0.769	0.528	RHSI1	0.657
				RHSI2	0.793
				RHSI3	0.723
人类相关性	0.831	0.831	0.553	RHHC1	0.692
				RHHC2	0.767
				RHHC3	0.739
				RHHC4	0.773
旅游者敬畏感	0.828	0.830	0.620	AWE1	0.831
				AWE2	0.812
				AWE3	0.715
博物馆服务真实性	0.901	0.904	0.703	AMS1	0.875
				AMS2	0.890
				AMS3	0.827
				AMS4	0.756

表 2 遗产保护行为与相关潜变量的区分效度

Table 2 Discriminant validity test of heritage conservation behavior and its related variables

变量	遗产保护行为	个人相关性	社会相关性	人类相关性	敬畏感	博物馆服务真实性
1. 遗产保护行为	0.734					
2. 个人相关性	0.404	0.777				
3. 社会相关性	0.525	0.372	0.726			
4. 人类相关性	0.466	0.434	0.473	0.743		
5. 敬畏感	0.559	0.464	0.523	0.527	0.788	
6. 博物馆服务真实性	0.235	0.217	0.499	0.398	0.439	0.839

注: 对角线上数值为变量的AVE平方根, 对角线下的数值是变量间的相关系数。

2.246, $CFI=0.946$, $TLI=0.933$, $IFI=0.947$, $GFI=0.923$, $RMSEA=0.060$, $PNFI=0.727$)。Bootstrapping 5000 次抽样检验结果显示(表 3), 假设 H1(a~c)、H2b 以及 H3 均通过显著性检验, 假设 H2a、H2c 未通过显著性检验。

表 3 遗产保护行为相关的路径系数估计

Table 3 Path coefficient estimation of the structural equation model about heritage conservation behavior

假设	路径	路径系数
H1a	个人相关性→遗产保护行为	0.102
H1b	社会相关性→遗产保护行为	0.263***
H1c	人类相关性→遗产保护行为	0.137
H2a	个人相关性→敬畏感	0.225***
H2b	社会相关性→敬畏感	0.314***
H2c	人类相关性→敬畏感	0.279***
H3	敬畏感→遗产保护行为	0.298***

注: *** $P<0.01$ 。

3.3.2 中介效应检验

对理论模型各变量进行中介效应分析, 结果显示, 敬畏感在个人相关性与遗产保护行为之间、社会相关性与遗产保护行为之间、人类相关性与遗产保护行为之间的中介效应显著, H4(a~c)获得支持。个人相关性、社会相关性、人类相关性均能通过敬畏感对遗产保护行为产生间接影响(表 4)。

3.3.3 调节效应检验

运用潜调节结构方程模型法对博物馆真实性的调节效应进行分析。结果表明, 敬畏感与博物馆真实性的交互项对遗产保护行为的影响路径($\beta=0.118$, $P<0.05$)显著, H5 得到部分支持。为进一步检验博物馆真实性在敬畏感与遗产保护行为关系中的调节效应, 将调节变量通过均值 ± 1 标准差的方式分为低分组和高分组进行简单斜率分析, 发现在博物馆真实性低分组中, 敬畏感对遗产保护行为存在显著的正向影响; 在博物馆真实性高分组中, 敬畏

感对遗产保护行为的正向影响显著, 该正向影响有所增强。由此表明, 博物馆真实性在敬畏感对遗产保护行为的影响关系中发挥显著的调节作用。

4 研究结论

以往研究热切探究旅游环境刺激物本身属性对遗产保护行为的影响, 较少关注刺激物与旅游者间的关联性如何塑造遗产保护行为。大众旅游的时代背景下, 历史相关性无形中增强遗产对旅游者的亲近性、可供性、开放性, 激发旅游者自行保护文化遗产的意愿。本研究基于认知评价理论, 引入敬畏感和博物馆服务真实性变量, 探索博物馆中遗产历史与旅游者的相关性如何通过情绪机制转化为遗产保护行为, 验证了“历史相关性-旅游者敬畏感-遗产保护行为”的核心观点, 拓展了遗产保护行为前因的解释角度和研究范畴。研究结果显示: ① 遗产历史的社会相关性对遗产保护行为有显著正向影响, 遗产历史的个人相关性、人类相关性与遗产保护行为关系不显著; ② 遗产历史的个人、社会、人类相关性均可以通过敬畏感的中介作用对遗产保护行为产生正向影响; ③ 博物馆服务真实性正向调节敬畏感对遗产保护行为的作用。

5 探讨与展望

本文将历史相关性对个体的刺激呈现为情感反应过程, 在博物馆情境下验证了以往研究所证实的敬畏感对遗产保护行为的正向作用^[22]。只有社会相关性显著正向影响旅游者遗产保护行为, 原因可能在于, 虽然 3 种历史相关性都强调历史对人的价值, 但社会相关性更强调历史的显性价值、实用价值, 如人们发表观点、彼此交流时需要特定历史知识来佐证, 或了解特定历史有助于人们理解和认识当前社会发生的现象等^[13], 这更有潜力激发遗产保护动机。敬畏感在个人相关性、人类相关性建构旅游者遗产保护行为的过程中发挥不可缺少的中介桥

表 4 敬畏感的中介效应检验结果

Table 4 Mediation effect test of awe

假设	路径	效应值	SE	95% CI
H4a	个人相关性→敬畏感→遗产保护行为	0.064**	0.32	[0.017, 0.156]
H4b	社会相关性→敬畏感→遗产保护行为	0.128**	0.65	[0.029, 0.292]
H4c	人类相关性→敬畏感→遗产保护行为	0.115**	0.56	[0.029, 0.256]

注: 95% CI: 95%置信区间; ** $P<0.05$; SE 标准差。

梁作用,而博物馆服务真实性的调节效应表明,公众参与遗产保护的动员工作不应只着眼于遗产本身的吸引力,也应关注服务质量的促进力。

本文的实践启示包括以下方面。首先,遗产旅游场所应从内容策划、氛围营造、景观设计、宣传材料、宣教活动等多角度入手,打造历史相关性强的文化环境,尤其需要赋予社会相关性以优先的战略地位。例如,展览应论述遗产的当代社会影响,尤其要增加遗产与人际交往、社会关系塑造等话题内容的讲述。搭建遗产会客厅、遗产雅集等“遗产社交”场景,举办遗产主题观影会、读书会、公众研讨活动,邀请旅游者基于古今视角,探讨遗产对人的价值流变过程。在“人人皆为策展人”的参与式策展思潮下,组织旅游者分享文化遗产与个人生命的鲜活故事。通过 VR/AR 技术、角色扮演、历史剧场、古装巡游等方式,将现代人带回历史场景、理解遗产原生语境,或开发创意影视作品,使遗产以拟人身份走入当代、与旅游者对话。增强多感官具身体验,提供可触摸的遗产复制品、可品尝的遗产纪念品,增强遗产历史的当下存在感。营造遗产历史的神秘氛围,设置虚拟巨型遗产景观,重点展示遗产的高难度制造技术,便于生成敬畏感。借助博物馆服务真实性来保障敬畏感作用的发挥,如展示遗产传承人敬业精神,增强讲解人员的情感融入,明晰遗产纪念品生产工艺的原始性与创新性等。

本研究存在一些局限和有待探索的空间。旅游者日常居住地与旅游目的地的空间距离极有可能影响旅游者对遗产历史相关性的感知,而本研究的调查对象大多来自博物馆所在省市及周边临近区域,尚未充分扩展至距离较远的地区。案例博物馆均为大运河文化主题,可能降低研究的外部效度。旅游者感知自我与历史相关并嵌入其中,应当理解为身体与精神双层交互嵌入,身体嵌入在其中发挥基础性作用。因此,未来研究应深入探索具身体验、感官体验与遗产历史相关性评价之间的关系。“环境认知评价-情绪-行为”的介导过程也受到个人固有属性的影响,本文将历史相关性解读为旅游者对特定历史与自我关系的认知,未来可以将其解读为个体固有的历史观,测度不同历史相关性水平个体的遗产保护行为形成机制差异,针对细分旅游群体提出策略。世界遗产往往具备自然、文化历史双重价值,历史相关性与自然联结感(Connectedness to nature)两变量有望在实证研究中关联对话。最后,

“博物馆化”正迅速拓展到广泛的社会对象,城市博物馆化、乡村博物馆化、民族博物馆化、运河博物馆化等发展战略旨在打造活态的遗产展示空间^[35],本文结论对上述各类广义的博物馆场景均有一定的启示意义。

参考文献(References):

- [1] 顾大治, 吴金辉, 杨震雯. “文—旅”空间耦合协同度对游客文化遗产保护行为影响研究——以徽州传统村落为例 [J]. *现代城市研究*, 2024(3): 31-38. [Gu Dazhi, Wu Jinhui, Yang Zhenwen. Research on the impact of cultural space and tourism space coupling synergy on tourist cultural heritage protection behavior: A case study of Huizhou traditional village. *Modern Urban Research*, 2024(3): 31-38.]
- [2] Zhang Z, Xiong K, Huang D. Natural world heritage conservation and tourism: A review[J]. *Heritage Science*, 2023, 11(1): 55.
- [3] Gursoy D, Zhang C, Chi O H. Determinants of locals' heritage resource protection and conservation responsibility behaviors [J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2019, 31(6): 2339-2357.
- [4] Wang C, Zhang J, Cao J et al. The influence of environmental background on tourists' environmentally responsible behaviour[J]. *Journal of Environmental Management*, 2019, 231: 804-810.
- [5] 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. [Yu Xiaoting, Wu Xiaogen, Zhang Yuling et al. Factors driving environmentally responsible behaviors by tourists: A case study of Taiwan, China. *Tourism Tribune*, 2015, 30(7): 49-59.]
- [6] 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. [Wan Jicai, Zhang Jie, Lu Shaojing et al. Relationship between specific attributes of place, tourists' place attachment and pro-environment behavioral intentions in Jiuzhaigou. *Progress in Geography*, 2014, 33(3): 411-421.]
- [7] 郑奕. 相关性 共鸣度 同理心——博物馆企及观众的关键所在 [J]. *东南文化*, 2018(1): 116-121. [Zheng Yi. Relevance, sympathy, and empathy: Keys that make the museum accessible to the audience. *Southeast Culture*, 2018(1): 116-121.]
- [8] Nielsen J K. The relevant museum: Defining relevance in museological practices[J]. *Museum Management and Curatorship*, 2015, 30(5): 364-378.
- [9] Leftwich M. New intersections for history education in museums[J]. *Journal of Museum Education*, 2016, 41(3): 146-151.
- [10] 刘溧湛, 明庆忠, 史鹏飞. 山地旅游者-环境契合度对积极情绪的影响机制研究 [J]. *干旱区资源与环境*, 2024, 38(4): 199-208. [Liu Lizhan, Ming Qingzhong, Shi Pengfei. Influence of tourist-environment fit on mountain tourists' positive emotions. *Journal*

- of Arid Land Resources and Environment, 2024, 38(4): 199-208.]
- [11] Carpenter R. A review of instruments on cognitive appraisal of stress[J]. *Archives of Psychiatric Nursing*, 2016, 30(2): 271-279.
- [12] 姜福斌, 王震. 压力认知评价理论在管理心理学中的应用: 场景、方式与迷思 [J]. *心理科学进展*, 2022, 30(12): 2825-2845. [Jiang Fubin, Wang Zhen. Applications of cognitive appraisal theory of stress in managerial psychology research: Scenes, methods, and myths. *Advances in Psychological Science*, 2022, 30(12): 2825-2845.]
- [13] Van Straaten D, Wilschut A, Oostdam R. Measuring students' appraisals of the relevance of history: The construction and validation of the Relevance of History Measurement Scale (RHMS)[J]. *Studies in Educational Evaluation*, 2018, 56: 102-111.
- [14] Berg C W. Why study history? An examination of undergraduate students' notions and perceptions about history[J]. *Historical Encounters*, 2019, 6(1): 54-71.
- [15] 柳红波, 郭英之, 李小民. 世界遗产地旅游者文化遗产态度与遗产保护行为关系研究——以嘉峪关关城景区为例 [J]. *干旱区资源与环境*, 2018, 32(1): 189-195. [Liu Hongbo, Guo Yingzhi, Li Xiaomin. Relationship between the tourists' cultural heritage attitude and heritage conservation behavior toward the world heritage sites. *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 2018, 32(1): 189-195.]
- [16] 苏明明, 王梦晗, 王欣然, 等. 国家文化公园游憩涉入、地方依恋与旅游者保护行为的关系研究——以大运河(北京段)为例 [J]. *干旱区资源与环境*, 2023, 37(12): 162-171. [Su Mingming, Wang Menghan, Wang Xinran et al. Interactions between recreational involvements, place attachment and tourist protective behaviors in national cultural parks: A case of the Grand Canal Beijing. *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 2023, 37(12): 162-171.]
- [17] Chronis A. Substantiating byzantium: The role of artifacts in the co-construction of narratives[J]. *Journal of Consumer Behaviour*, 2015, 14(3): 180-192.
- [18] 陈娅. 基于视觉文化研究的经典启示录——以江苏省美术馆陈列馆近期三场展览的叙事策略为例 [J]. *艺术百家*, 2019, 35(S1): 43-51. [Chen Ya. Classic inspirations based on visual culture studies—Taking three recent exhibitions at Jiangsu Art Museum as examples. *Hundred Schools in Arts*, 2019, 35(S1): 43-51.]
- [19] 陈荣华, 陈志钢, 姜有根, 等. 博物馆情境下游客价值共创行为动因 [J]. *西北大学学报(自然科学版)*, 2023, 53(2): 229-240. [Chen Ronghua, Chen Zhigang, Jiang Yougen et al. Analysis on the motivation of tourist value co-creation in museum tourism. *Journal of Northwest University (Natural Science Edition)*, 2023, 53(2): 229-240.]
- [20] Li F S, Su Q. Influence of awe on tourism activity preferences[J]. *Annals of Tourism Research*, 2024, 107: 103793.
- [21] 张庆芳, 徐红翌. 野生动物观赏旅游者的敬畏感体验: 基于斯里兰卡大象旅游的实证研究 [J]. *中国生态旅游*, 2021, 11(5): 705-719. [Zhang Qingfang, Xu Honggang. Awe experiences of wildlife viewing tourists: An empirical study based on elephant tourism in Sri Lanka. *Journal of Chinese Ecotourism*, 2021, 11(5): 705-719.]
- [22] Yan A, Jia W. The influence of eliciting awe on pro-environmental behavior of tourist in religious tourism[J]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2021, 48: 55-65.
- [23] Lu D, Liu Y, Lai I et al. Awe: An important emotional experience in sustainable tourism[J]. *Sustainability*, 2017, 9(12): 2189.
- [24] 刘佳, 滕金陵. 红色旅游资源开发中敬畏感与自豪感对游客文明旅游行为意向的驱动机制 [J]. *自然资源学报*, 2021, 36(7): 1760-1776. [Liu Jia, Teng Jinling. The driving mechanism of awe and pride to tourists' civilized behavioral intention in the development of red tourism resources. *Journal of Natural Resources*, 2021, 36(7): 1760-1776.]
- [25] Pearce J, Strickland-Munro J, Moore S A. What fosters awe-inspiring experiences in nature-based tourism destinations?[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2017, 25(3): 362-378.
- [26] 牛璟祺, 刘静艳. 具身感知情境下的游客环境责任行为意向——敬畏感与预期自觉情绪的唤起 [J]. *旅游学刊*, 2022, 37(5): 80-95. [Niu Jingqi, Liu Jingyan. Tourists' environmentally responsible behavior intentions based on embodied perceptions: The arousal of awe and anticipated self-conscious emotions. *Tourism Tribune*, 2022, 37(5): 80-95.]
- [27] 陈瑞霞, 周志民. 文化旅游真实性感知对旅游者忠诚的影响机制研究——基于旅游者幸福感的中介效应 [J]. *商业经济与管理*, 2018(1): 61-74. [Chen Ruixia, Zhou Zhimin. Influence of authenticity perception of culture tourism on tourists' loyalty: The mediating effects of tourists' well-being. *Journal of Business Economics*, 2018(1): 61-74.]
- [28] Hede A M, Garma R, Josiassen A et al. Perceived authenticity of the visitor experience in museums: Conceptualization and initial empirical findings[J]. *European Journal of Marketing*, 2014, 48(7/8): 1395-1412.
- [29] 黄剑锋, 金红燕, 陆林, 等. 旅游本真性对旅游者地方依恋的影响研究——目的地形象和 risk 感知的作用 [J]. *旅游学刊*, 2020, 35(12): 38-51. [Huang Jianfeng, Jin Hongyan, Lu Lin et al. Effect of tourism authenticity on tourists' place attachment: Roles of destination image and risk perception. *Tourism Tribune*, 2020, 35(12): 38-51.]
- [30] Wang L, Lyu J. Inspiring awe through tourism and its consequence[J]. *Annals of Tourism Research*, 2019, 77: 106-116.
- [31] Chen R, Bai K, Luo Q. To help or not to help: The effects of awe on residents and tourists' helping behaviour in tourism[J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2021, 38(7): 682-695.
- [32] Yan Y Q, Shen H J, Ye B H et al. From awe to awe: Assessing the co-effects of awe and authenticity on industrial heritage tourism[J]. *Current Issues in Tourism*, 2022, 25(17): 2821-2837.
- [33] Keltner D, Haidt J. Approaching awe, a moral, spiritual, and

- aesthetic emotion[J]. *Cognition & Emotion*, 2003, 17(2): 297-314.
- [34] Podsakoff P M, Organ D W. Self-reports in organizational research: Problems and prospect[J]. *Journal of Management*, 1986, 12(4): 531-544.
- [35] 张环宙, 沈旭炜, 吴茂英. 滨水区工业遗产保护与城市记忆延续研究——以杭州运河拱宸桥西工业遗产为例 [J]. *地理科学*, 2015, 35(2): 183-189. [Zhang Huanzhou, Shen Xuwei, Wu Maoying. Waterfront industrial heritage protection and prolonging the spirit of the city: A case study of the industrial heritage area in the west side of Gongchen Bridge, Hangzhou. *Scientia Geographica Sinica*, 2015, 35(2): 183-189.]

Influence of perceived relevance of heritage history on tourists' heritage conservation behavior: A study based on canal-themed museums in China

Zhang Huanzhou^{1,2}, Feng Yiming³

(1. *International Research Center of the Grand Canal, Zhejiang International Studies University, Hangzhou 310023, Zhejiang, China*; 2. *Institute for Advanced Studies on New International Relations, Zhejiang International Studies University, Hangzhou 310023, Zhejiang, China*; 3. *School of Arts and Archaeology, Zhejiang University, Hangzhou 310058, Zhejiang, China*)

Abstract: In the context of mass tourism, the collective influence of tourists' actions is increasingly evident, with occurrences of uncivilized, unfriendly, and destructive behaviors towards cultural heritage. These behaviors exacerbate the conflict between the economic and social benefits of tourism. Tourists' heritage conservation behavior is crucial for the sustainable development of destinations. Some previous studies, based on the Cognitive Appraisal Theory, have found that tourists' cognitive appraisals of the environment can evoke specific personal emotions, which in turn influence their heritage conservation behaviors. However, these studies predominantly focus on tourists' cognitive appraisal of environment's inherent characteristics, such as the uniqueness of tourism resources, the cleanliness and hygiene of destinations, and the quality of destination policy. Tourists' appraisal of the relevance of the environment to themselves has received relatively less attention. This study, using the "environmental cognitive appraisal-emotion-behavior" framework of the Cognitive Appraisal Theory, examines several canal-themed museums in China and employs Structural Equation Modeling (SEM), to analyze the mechanism by which perceived relevance of heritage history constructs tourists' heritage conservation behavioral intentions. The results show that: 1) the perceived relevance of heritage history to social identity (RHSI) has a significant positive impact on heritage conservation behavior, while the perceived relevance of heritage history to self (RHS) and perceived relevance of heritage history to human condition (RHHC) does not show a significant relationship with heritage conservation behavior; 2) RHS, RHSI and RHHC all positively influence heritage conservation behavior through the mediating role of awe; 3) the authenticity of museum services positively moderates the effect of awe on heritage conservation behavior. These findings suggest that, to stimulate tourists' heritage conservation behavior, heritage tourism destinations should strategically prioritize RHSI.

Key words: heritage tourism; destination environment; historical relevance; heritage conservation behavior; museum