

doi: 10.7621/cjarrp.1005-9121.20191236

· 休闲农业 ·

农户感知视角下乡村旅游效应及社区归属感影响因素研究^{*} ——以延安市为例

邓梦麒^{1,2}, 陈佳^{1*}, 温馨³, 杨新军¹

(1. 西北大学城市与环境学院, 陕西西安 710127; 2. 重庆合川瑞山中学, 重庆 401520;
3. 陕西华地勘察设计咨询有限公司, 西安 710000)

摘要 [目的] 近年来, 乡村振兴、旅游脱贫等政策背景下, 中国乡村旅游开发如火如荼, 在取得显著成效同时, 乡村旅游地的人地情感关系得以重构。旅游效应是从侧面反映旅游发展状况的一种有效途径, 农户感知的社区旅游效应更具有直观性与代表性; 社区归属感指社区内居民对社区地域和人群集体的心理认同、喜爱和依恋等感觉, 能较好表征农户与社区的情感关系。[方法] 因此, 以延安3个典型乡村旅游地为例, 从旅游效应切入, 反映乡村旅游发展现状。基于麦克米兰(McMillan)及查维斯(Chavis)提出的归属感内涵, 分析该发展现状下的社区归属感, 并利用有序多分类回归分析辨析乡村旅游效应对社区归属感的具体影响因子, 以期从一定层面揭示乡村旅游发展对社区归属感的影响。[结果] (1) 研究区旅游效应整体表现为正向, 但社区收入分配不均、社会文化氛围变差效应较明显。(2) 研究区的社区归属感值与同类研究对比较低, 案例地间分异较大。(3) 不同类型乡村旅游地社区归属感影响因素各异, 居住环境影响城市近郊型旅游地社区归属感, 边远景区依托型受社会保障和邻里氛围影响更明显。[结论] 总的来说, 农户感知的旅游效应较好, 乡村旅游通过影响农户对社区地域、社区内人群情感综合体的认同与喜爱决定社区归属感; 相较于经济效应, 乡村旅游背景下环境效应与社会文化效应更主导农户的社区归属感。

关键词 乡村旅游 农户 农户感知 旅游效应 社区归属感

中图分类号:F59 文献标识码:A 文章编号:1005-9121[2019]12283-10

0 引言

乡村旅游发展至今, 不再是单纯的农业观光, 已然发展成为一种朝阳产业。据中国社会科学院发布的《中国乡村旅游发展指数报告》称, 2016年中国的乡村旅游人数已达13.6亿人, 全国平均每人出游一次, 且未来乡村旅游热度将持续较高速增长。大数据推演预测, 截止2025年, 乡村旅游人数预计将近30亿人次。乡村旅游一定程度上改善了目的地物质资本, 增加农户经济收入, 提高农户生活水平; 但也重构旅游地人地关系^[1]。而重构的人地关系中, 人地情感关系又紧密联系农户对旅游发展的认知、态度及参与性^[2], 进而影响旅游产品的质量及游客体验度、游客行为意向^[3], 关系到旅游地的可持续发展^[4]。

社区归属感指社区内的居民对社区地域和人群集体的心理认同, 喜爱, 依恋等感觉^[5], 可以较好表征人地情感关系。研究乡村旅游影响下的社区归属感, 不仅反映农户对社区的情感能力, 也能挖掘旅游发展中的社会问题, 对预估未来目的地社区旅游发展潜力和可持续性具有重要意义。国内外关于社区归属感

收稿日期: 2018-05-22

作者简介: 邓梦麒(1993—), 女, 重庆梁平人, 硕士。研究方向: 旅游乡村社会生态系统适应性

※通讯作者: 陈佳(1989—), 男, 湖南溆浦人, 博士、讲师。研究方向: 社会—生态系统与旅游(区域)可持续发展。Email: dongdongbj2010@126.com

*资助项目: 教育部人文社科基金“秦巴山区旅游扶贫的乡村适应性及对策研究”(19YJCZH06)

的研究集中于大中城市，多从社会学、心理学视角探讨城市社区中居民的社区归属感。国外学者早在 19 世纪 70 年代开始从社区心理学角度研究归属感，侧重于归属感的内涵定义^[6]；社区归属感量表验证、研究模式探讨^[7-8]；影响社区归属感的城市作用因素等^[9]。研究对象主要为传统邻里社区、学校社区、工作社区及网络社区等^[10-11]。国内该领域研究起步较晚，未统一社区归属感量表制定规范，研究结果间可比性较低；研究内容以社区归属感前因后果的影响因素为主，如社区参与^[12-14]、历史文化背景、居住时间等^[15-16]对社区归属感的影响，以及社区归属感如何影响居民心理与生活水平^[17]、社区参与行为^[18]，但旅游社区，尤其是乡村旅游地社区归属感研究较少。国内已有少数研究主要利用结构方程模型构建社区归属感与满意度、社区参与、地方依恋等复合概念的相关关系模型，重点关注乡村旅游地社区归属感与社区参与的关系^[19-20]，微观尺度上乡村旅游对社区归属感的影响研究较少。而明晰社区归属感的具体影响因子有助于把握乡村旅游改变农户—社区情感联系的路径，为旅游发展策略制定和调整提供思路，促进乡村旅游有序、健康发展。

旅游效应是从侧面反映旅游发展状况的一种有效途径，常从经济、环境、社会文化 3 个维度进行分析^[21-24]。其中，居民感知的旅游效应尤其具有代表性，在 20 世纪 70 年代，居民旅游效应感知就成为国际旅游研究领域的热点。此外，乡村旅游发展的根本在于改善农户生活，实现乡村振兴^[25]，关注农户的感知有利于切实贯彻以人为本精神，促进贫困边缘型社区发展，保障乡村旅游地人地情感联系的健康发育。因此，文章以农户感知的社区旅游效应为基础，分析乡村旅游发展现状及问题，探讨该现状下的社区归属感，并挖掘乡村社区旅游效应影响社区归属感的具体路径，以期从一定层面揭示乡村旅游发展对社区归属感的影响。从旅游效应和社区归属感两个角度把握乡村旅游的发展特征，为旅游精准扶贫和乡村旅游地可持续发展提供参考。

1 研究方法与数据来源

1.1 研究区选择与概况

中国社会科学院 2016 年发布的《中国乡村旅游发展指数报告》指出，浙江、陕西、四川的乡村旅游发展处于全国领先水平，因此该研究以陕西省乡村旅游发展为例。延安市位于陕西省西北部，是典型的红色乡村旅游体验地，早在 19 世纪末 20 年代初便有了乡村旅游萌芽，因此将延安市作为研究区。在对延安市乡村旅游地进行全面考察、深入了解的基础上，该研究选择 3 个典型案例地（万花山乡向阳村、井家湾、土岗乡小程村）对农户进行深入调查，以揭示陕北地区乡村旅游的发展特征及影响。案例地的选择主要基于如下考虑：首先，3 个案例地乡村旅游开发时间在延安市内相对较早，且分别处在不同发展阶段，发展现状差异显著；其次，各案例地依托不同旅游资源，发展模式分别为边远景区依托型（土岗乡小程村）、城市近郊自然风光型（万花山乡向阳村）、城市近郊红色文化教育型，成为陕北地区乡村旅游地代表。

向阳村位于延安市宝塔区万花山乡，距延安 8.5km 处，于 2004 年开始发展乡村旅游业，是延安市发展最早的乡村旅游地。向阳村拥有被誉为“中国最大的野生牡丹群”，政府帮扶力度较大，资金支持农户统一改造房屋。井家湾位于延安市宝塔区河庄坪镇，距离延安 9km，倚靠延安市红色教育资源及农家休闲风光，2006 年开发乡村旅游业，参与旅游业农户最多时达 70 多户。2012 年陕旅投资圣地河谷金延安红色旅游景区开发，井家湾乡村旅游进入转型过渡期，乡村旅游经营户大部分停业。农户耕地、房屋均被企业征用，按地理位置、面积、人口等标准予以一次性资金及住房、商铺赔偿。未来农户以房屋入股模式参与旅游分红，农家乐经营权归开发企业所有。小程村位于延川县乾坤湾镇土岗乡，距延川县 38km，延安市 120km 处，旅游资源丰富，包括黄河景观、黄土风

表 1 研究区的调查基本情况

村名	基本情况		调查情况
	总户数	调查户数	
井家湾村	145	50	
向阳村	69	34	
小程村	81	31	
总计	295	115	

情、民俗文化等。村委及关键农家乐经营户表示,当地旅游业发展进程缓慢、旅游产品单一、季节性强;农户缺乏自然资本,无农业收入,生计稳定性差。

1.2 数据来源

数据来源于问卷调查及半结构式访谈,案例地常住人口较少,抽样方式为逐户走访,半结构式访谈包括对村委及关键农家乐经营户的深度访谈。

课题组成员于2017年7月10—12日对案例地预调查,基于预调查的情况对问卷进行修改完善,并于2017年8月8—13日进行系统问卷发放。以户为单位,每户问卷调查时间约为20~30min,共回收有效问卷115份,达到总农户数的39%,具有一定代表性;深度访谈时间约为30~50分钟/人,每村访谈村委及关键农家乐经营户共2~5位。问卷调查内容包括:(1)农户家庭基本情况(年龄,性别,教育水平等),(2)旅游效应感知,(3)社区归属感。半结构式访谈的内容包括:(1)乡村旅游发展概况,旅游经营管理模式,(2)旅游开发以后,社区经济、文化、环境各方面的明显改变。

1.3 研究方法

1.3.1 社区归属感测度

学术界尚未对社区归属感的内涵和度量达成共识,迄今为止最有影响力的是麦克米兰和查维斯^[6]于1986年提出的社区归属感4个主要元素:成员资格、影响力、整合需求与满足、共享的情感联结。根据其属性特征,成员资格与影响力可理解为个体对客观社区的认同及粘着性;整合与需求满足、共享的情感联结为个体对社区情感综合体的喜爱和互动。

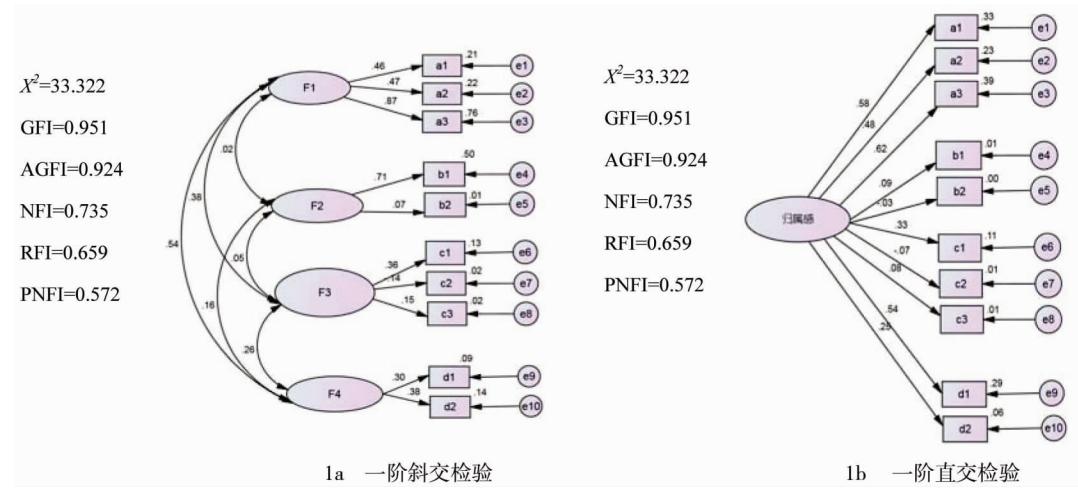


图 1 归属感指标验证性因子分析

基于此内涵,Obst^[7]等运用Confirmatory Factor Analysis(CFA),对前人成果进行修订、综合,总结出适用于各种社区的归属感量表。该研究借用此量表,运用李克特5分值法测量社区归属感值,1~5分分别代表不赞同、较不赞同、中立、较赞同、赞同。

(1) 信度检验。采用Cronbach's α 系数法,该研究归属感数据内部一致性系数为0.81,大于0.7,问卷信度较高。

(2) CFA检验。为确保数据与量表的拟合度,采用Amos24.0软件以最大似然估计法对得到的归属感数据进行CFA检验(验证性因子分析)。

其中,一阶斜交检验结果(图1a)显示拟合效果不佳,且维度间相关性较低,不宜做二阶分析^[26];一阶直交检验(图1b)的NFI=0.735、RFI=0.659均小于0.9,亦不佳。借鉴前人经验^[9],基于原量表做适当调整,去除因子载荷过小的观测因子b1、b2、c2、c3,再次将数据导入软件进行CFA检验,GFI=0.986、AGFI=0.967、NFI=0.948、RFI=0.913,均大于0.9,PNFI=0.569,大于0.5, $\chi^2=3.249$,拟

合度佳, 得到量表如表 4。

1.3.2 旅游效应感知测度

借鉴前人研究成果^[21-24], 在经济、环境、社会文化 3 个维度基础上, 深入分析研究区特征, 遵循科学性、可获得性原则, 构建旅游效应指标体系。基于李克特量表对农户感知进行数值化, 1~2 分代表负面影响, 分值越低, 负面影响越严重; 3 分代表中立, 影响不明显; 4~5 分代表正面影响, 分值越高, 正面影响越显著。

1.3.3 社区归属感影响因素

首先, 以感知的旅游效应为自变量, 社区归属感为因变量, 利用 SPSS 22.0 进行相关分析, 筛选与社区归属感相关的因素。其次, 运用有序多分类 Logistic 回归分析确定社区归属感的影响因子。

2 结果分析

2.1 社区旅游效应分析

旅游效应指旅游发展对地域综合体产生的正面和负面影响, 受影响者包括地域环境、旅游者、旅游开发者, 可以有效衡量旅游开发对社区的影响。其中, 作为基本组成单元, 农户感知的旅游效应更具有现实性和直观性, 可以充分体现旅游发展对社区及农户生活带来的各方面改变, 从侧面反映旅游发展状况。

2.1.1 旅游效应总体特征

从经济、环境、社会文化 3 个维度设计旅游效应感知量表, 获得研究区旅游效应现状(表 2)。

表 2 研究区农户的旅游效应感知

效应维度	指标	指标平均值	标准差	正向态度 (%)	中立态度 (%)	负向态度 (%)	效应平均值
经济效应	旅游对收入的影响	3.83	0.84	74.3	20	5.8	3.59
	旅游对就业的影响	3.91	0.77	71.4	25.7	2.9	
	旅游对收入分配的影响	2.69	0.96	25.7	22.9	51.4	
	旅游对交通的影响	3.94	0.89	79.6	10.6	9.7	
环境效应	旅游对居住环境的影响	3.65	0.98	67.3	18.6	14.1	3.83
	旅游对生态环境的影响	4.00	0.63	80	20	0	
社会文化效应	旅游对社会保障影响	3.54	0.99	46.9	39.8	13.3	3.56
	旅游对邻里氛围的影响	3.67	0.88	64.6	17.7	17.7	
	旅游对社区正面形象影响	4.38	0.54	94.3	2.9	2.8	
	旅游对社区文化氛围影响	2.67	0.79	18.6	31.9	49.5	

整体来看, 农户感知的旅游效应为正向, 经济、环境、社会文化各维度感知值均在 3.50 以上。具体指标层面, 除旅游对收入分配、旅游对社区文化氛围影响, 各指标感知值也都大于 3.50, 说明乡村旅游在社区各方面的影响积极。访谈中, 向阳村某农户表示, “旅游开发后, 就近务工、农特产商店明显增加家庭收入, 专线公交车亦方便村民出行”。旅游开发一方面增加就业机会, 农户生计方式趋于多样化, 经济收入不断提高; 同时也促进社区基础设施建设, 改善社区人居环境, 农户整体生活质量得以改善。

由表 2 可知, 3 个维度中环境效应值最高, 达 3.83。为吸引游客及旅游发展需要, 社区致力于改善基础设施, 提高公共区域环卫情况, 社区生态环境得到很大提高。同时, 案例地旅游活动形式多为休闲观

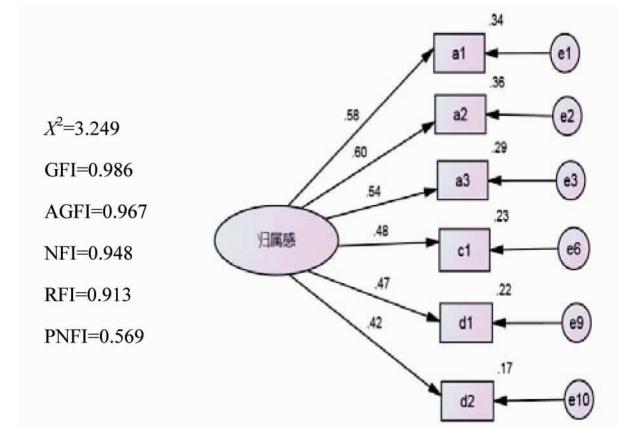


图 2 归属感指标验证性因子分析
(6 因素结构一阶直交检验)

光、农作物采摘，接待游客规模适当，客源辐射范围以延安市及周边地区为主，对自然环境的负面影响较小。且当地自然资源丰富，环境基础良好，因此农户对环境的正面感知强。80%的农户认为旅游开发并未对社区生态环境造成负面影响，另20%态度中立。

值得一提的是旅游对收入分配和社区文化氛围的影响，感知值分别为2.69、2.67，呈负向感知(<3)。收入分配方面，农户普遍认为社区内贫富差距较大。旅游经营户与非旅游经营户收入相差悬殊；旅游经营户之间，由于地理位置、经营面积、社会资源等资本差异，收入也两极分化。除受农户原始资本影响，政府的介入管理也成为贫富差异的影响因素。以向阳村为例，政府相关政策实施下，出现农户参与旅游业机会不均等，旅游开发资助覆盖不完全等问题。政府或企业介入，有助于遏制恶性竞争等市场问题，但部分农户未能最大化受到旅游开发的红利，也易积累社会内部矛盾。

社区文化氛围方面，案例地乡村旅游发展主要依托自然资源，文化资源为辅，旅游开发并未过多带动社区文化发展。相反，乡村受到现代城市文化的影响，逐渐产生文化趋同，社区商业氛围日益浓厚，不利于传统特色文化、优良品质的保护与传承。此外，数据显示，研究区农户的文化水平整体偏低，平均受教育年限为6.23年，3个案例地附近均无学校，多数农户不重视家庭文化教育，社区整体学习氛围较差。井家湾某农户称，“村民文化水平偏低，学习意识薄弱，征地赔款相关事宜引发村内一系列矛盾”。

2.1.2 旅游效应社区差异

表3可知，不同案例地间，整体感知效应值为向阳村(3.94)>小程村(3.77)>井家湾(3.30)，向阳村和小程村优势明显。具体指标方面，除社区文化氛围，向阳村、小程村其余指标均高于3。向阳村旅游发展相对成熟，基础设施配套较完善，政府帮扶力度较大，农户生活质量明显改善；而小程村地理位置较偏远，农户自然资本缺乏、生计方式单一，旅游开发改善交通，就业机会增加，进而改善了当地贫困面貌。因此，两地农户对旅游开发的影响表现出显著正向感知。

井家湾各方面感知均表现为低值，尤其是收入分配、交通、邻里氛围都低于3.0，其中邻里氛围及交通两方面尤其明显。主要因为井家湾面临旅游管理模式转型，不同类型、不同区位的征地赔偿细则不同，农户间赔款差异无法避免，但却引发一系列邻里矛盾。调查显示，一些农户认为赔偿制度不合理，不公平，农户对邻里氛围的负面感知较强。而对交通的负面感知，主要基于新景区施工对当地交通造成的严重阻碍，农家乐生意逐渐衰败。很多农家乐经营户生意萧条后家庭待业率很高，短期内无收入，未来发展目标亦不明确。“征地赔偿迟迟未落实，景区建设大动土木，农家乐生意一落千丈”，井家湾某农家乐老板如是说。

总体来看，农户感知的社区旅游效应为正向，表现在旅游开发对社区经济、环境、社会文化各方面产生积极影响。但不同发展时期，不同地域背景下，收入分配不均、社会道德文化变迁等负面问题仍难以避免。

2.2 社区归属感

社区归属感前3个指标侧重农户对社区的认同与喜爱，调查结果(表4)显示，多数人持积极态度。69.1%的农户认为所在社区适合居住；73.5%的农户感觉居住在该社区身心各方面都很舒适，放松；70.7%的农户认为该社区对自己很重要。后3个指标，大多数人态度消极或中立，问题“我和社区其他人对社区的期望一样”只有31.9%的农户表示赞同和比较赞同，问题“如果社区出了什么事，大家能一起解决”仅有24.7%的农户认同，问题“邻里之间都相处得很好”有46.9%的农户表示认同。前3个指标

表3 不同案例地农户感知的旅游效应平均值

效应维度	指标	向阳村	井家湾	小程村
经济效应	旅游对收入的影响	4.33	3.73	3.82
	旅游对就业的影响	4.33	3.73	4.00
	旅游对收入分配的影响	3.33	2.13	3.06
	旅游对交通的影响	4.18	2.60	4.18
环境效应	旅游对居住环境的影响	3.79	3.40	3.88
	旅游对生态环境的影响	4.00	3.62	4.00
社会文化效应	旅游对社会保障影响	3.70	3.83	3.60
	旅游对邻里氛围的影响	4.18	2.91	4.24
	旅游对社区正面形象影响	4.67	4.13	4.56
	旅游对社区文化氛围影响	2.88	2.74	2.36
整体效应		3.94	3.30	3.77

仅从自身角度出发, 考虑对社区的感受, 后 3 个指标涉及到社区其他成员, 农户普遍不太认同社区集体的团结度和一致性。

表 4 研究区农户的社区归属感调查

	不赞同	较不赞同	一般	较赞同	%
认为这个社区很宜居 (Q1)	0.8	9.7	20.4	49.6	19.5
在这个社区感觉很自在 (Q2)	0	3.5	23.0	47.8	25.7
这个社区很重要 (Q3)	0	8.8	20.4	44.2	26.5
和其他人对社区有一样的期望 (Q4)	10.6	26.5	31.0	28.3	3.6
如果社区出了什么事, 大家能一起解决 (Q5)	7.1	38.1	30.1	17.7	7.0
邻里之间都相处得很好 (Q6)	8.8	22.1	22.1	23.0	23.9

用 5 级量表法对上述调查结果进行赋值, 1~5 分分别代表不赞同、较不赞同、一般、较赞同、赞同, 分别对应弱、较弱、一般、较强、强^[5]5 个情感等级。Q1、Q2、Q3 的总平均分值为 3.77、3.96、3.88, 如前文所述, 农户普遍对客观社区持喜爱、认可态度。不同案例地间差异显著, 见图 3, Q1、Q2、Q3 的梯度差异表现为向阳村 > 小程村 > 井家湾。向阳村与小程村的农户对社区认同感更强, 井家湾相对略低, 但也属于一般与较强之间, 平均值分别为 3.84、3.72、3.55。这与井家湾乡村旅游转型过渡密切相关, 农户未来充满不确定性, 社区认同感下降。Q4、Q5、Q6 涉及农户与其他农户的情感互动, 数值整体偏低。问题 4 “和其他人对社区有一样的期望” 最低, 且 3 个案例地都呈现显著低值, 一定程度上说明农户间价值观念迥异, 社区缺乏凝聚力。案例地间, 农户对社区人群综合体的情感态度整体表现为小程村 > 向阳村 > 井家湾, 各村之间的差距扩大。

研究区的社区归属感总平均值为 2.60, 低于中间水平。不同案例地间, 社区归属感值呈向阳村 > 小程村 > 平均值 > 井家湾。向阳村与小程村相差甚微, 分别为 2.88、2.76, 井家湾偏低, 为 2.52, 低于平均值, 但都属于较弱至一般区间。

总的来说, 研究区社区归属感水平较低, 且农户集体情感能认同度较低。案例地间差异显著, 说明乡村旅游在一定程度上影响社区归属感, 分析其影响因素对于维护社区归属感, 保障乡村旅游可持续发展具有重要意义。

2.3 旅游效应对社区归属感影响

根据案例地特点及发展背景, 将其归纳为两种模型, 分别代表不同类型乡村旅游地, 以期识别不同类型乡村旅游地社区归属感的影响因素。模型一代表向阳村与井家湾村, 属于城市近郊型乡村旅游地, 该类旅游发展模型的特点是地理位置佳, 交通便利, 旅游活动主要为乡村休闲娱乐, 果蔬采摘等, 旅游时间较持续。模型二代表边远景区依托型乡村旅游地, 以小程村为代表, 特点是自然风光好, 交通可达性相对较差, 旅游季节性明显, 客源多为一日游, 过夜消费少, 旅游市场吸引力较弱。

由于旅游效应因子数目较多, 首先以旅游效应为自变量, 社区归属感为因变量做相关分析, 得到相关因素如表 5。城市近郊型乡村旅游地的社区归属感相关因素有社区居住环境、正面口碑及收入分配, 相关系数分别为 0.495、1.000、1.000; 边远景区依托型为社会保障、邻里氛围, 相关系数分别为 0.357、0.400。

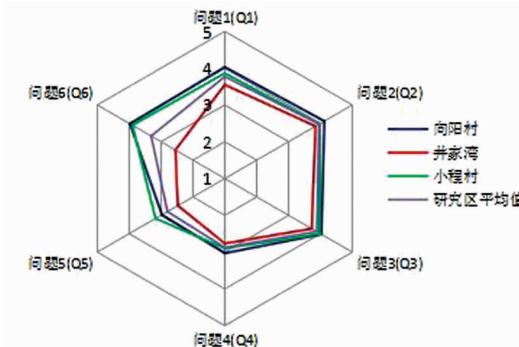


图 3 不同案例地农户的社区归属感比较

表5 不同模型社区归属感的相关因素分析

因变量	特征	自变量	相关系数	显著水平
“模型一” 社区归属感	城市近郊型 (井家湾、向阳村)	社区居住环境	0.495 **	0.003
		社区正面口碑	1.000 **	0.000
		收入分配	1.000 **	0.000
“模型二” 社区归属感	远景区依托 (小程村)	社会保障	0.357 *	0.046
		邻里氛围	0.400 *	0.021

过平行线检验,适合做有序多分类回归分析 ($P_1 = 0.184$) ($P_2 = 0.013$);通过似然比检验,模型有意义 ($\chi^2 = 38.781$, $P_1 = 0.000$) ($\chi^2 = 10.326$, $P_2 = 0.112$)。

模型一回归分析结果如表6,其中,居住环境对社区归属感影响显著 ($P < 0.05$)。居住环境变量中,所有系数均为负,OR值<1,说明以居住环境效应感知5为参照组,感知值越大,即居住环境越好,归属感越强。正面口碑、收入分配与社区归属感影响关系不显著。正面口碑变量各系数都为负,OR值小于1,即正面口碑感知值越高,社区归属感越强,但统计学上无明显差异 ($P > 0.05$)。居住环境既包括大范围的社区卫生环境、地理位置,也包括微观的农户房屋质量及其他家庭物质资本,从社区及农户两个层面体现旅游开发带来的影响,与农户的日常生活质量紧密相关。访谈中,向阳村某农户表示出对乡村社区居住环境的认可,“现在农村物质条件和生活水平与城市相当,自然环境还更好,房屋更宽敞”。

表6 模型一社区归属感影响因素的有序多分类 Logistic 回归分析

影响因素		B	S.E	Waldχ2	P值	OR值	95% CI
常数项	截距1	-5.932	1.420	17.456	0.000	0.003	-8.714 ~ -3.14
	截距2	-2.853	1.281	4.957	0.026	0.058	-5.365 ~ -0.342
	截距3	0.124	1.225	0.010	0.919	1.132	-2.27 ~ 2.526
收入分配	1(不好)	-2.619	1.4446	3.286	0.070	0.073	-5.450 ~ 0.213
	2(较不好)	-1.730	1.2336	1.966	0.161	0.177	-4.147 ~ 0.688
	3(一般)	0.141	1.2233	0.013	0.908	1.151	-2.25 ~ 2.538
	4(较好)	0a	-	-	-	1	-
正面口碑	3(一般)	-1.385	0.7821	3.136	0.077	0.250	-2.918 ~ 0.148
	4(较好)	-0.716	0.5324	1.809	0.179	0.489	-1.760 ~ 0.327
	5(很好)	0a	-	-	-	1	-
居住环境	1(不好)	-4.379	1.4192	9.519	0.002	0.013	-7.16 ~ -1.597
	2(较不好)	-2.159	0.8830	5.977	0.014	0.115	-3.889 ~ -0.428
	3(一般)	-1.534	0.5549	7.642	0.012	0.216	-2.730 ~ -0.331
	4(较好)	-1.279	0.4774	7.199	0.008	0.278	-2.162 ~ -0.315
	5(很好)	0a	-	-	-	1	-

模型二(表7)中,邻里氛围、社会保障为社区归属感显著影响因素 ($P < 0.05$)。以感知值5为对照,邻里氛围变量各系数均为负,OR值小于1,说明邻里氛围越好,社区归属感越强。同理,社会保障感知值越强,社区归属感越强。调查中,小程村乾坤湾景区内某小卖部老板明确表示出社会保障的重要性,“无地可种,基本生活难以保障,低保名额却有限”。

上述回归分析结果显示,不同类型乡村旅游地的社区归属感影响因素截然不同。模型一乡村社区,如向阳村、井家湾村,地理位置,交通条件都较好,乡村旅游发展进程较快。该类社区的农户经济收入相对较高,基本生活得到充分保障的前提下,生活质量就尤为重要。收入分配不均,邻里氛围较差等问题虽然突出,但对其社区归属感并没有显著影响,居住环境成为影响居民社区归属感的重要因素。而模型二类乡

村社区，乡村旅游发展进程较缓慢，农家乐经营规模小，受外来文化影响弱，多数农户较重视邻里关系，邻里氛围能有效影响农户对社区人群综合体的认同感。但这类社区旅游季节性明显、旅游经营户收入极不稳定，务工是非旅游经营户唯一的生计活动。由于文化程度普遍偏低，专业技能缺乏，在劳工市场也不具备优势。生计方式单一导致农户生计脆弱性较高，因而社会保障对农户尤为重要，较大程度制约农户对社区及集体的情感态度。

综上所述，乡村旅游发展背景下，农户感知的经济效应并未对社区归属感产生直接影响。但因经济发展而改善的居住环境效应主导城市近郊型乡村旅游地社区归属感；边远景区依托型的社区归属感受社会文化效应影响显著，主要表现在社会保障、邻里氛围方面。乡村旅游效应从侧面表现乡村旅游发展状况，因此该结果能在一定层面反映出乡村旅游发展通过改变社区物质、经济、文化等因子直接或间接影响社区归属感。

表 7 模型二社区归属感影响因素的有序多分类 Logistic 回归分析

影响因素		B	S.E	Waldχ2	P 值	OR 值	95% CI
常数项	截距 1	-7.051	2.4592	8.221	0.004	0.001	-11.87 ~ -2.231
	截距 2	-2.098	1.8067	1.349	0.246	0.123	-5.639 ~ 1.443
邻里氛围	2 (较不好)	-4.769	2.3624	4.076	0.044	0.008	-9.400 ~ -0.139
	3 (一般)	-4.844	2.0182	5.760	0.016	0.008	-8.799 ~ -0.888
	4 (较好)	-4.422	1.8221	5.890	0.015	0.012	-7.993 ~ -0.851
	5 (好)	0a	-	-	-	1	-
社会保障	2 (较不好)	-3.268	1.4993	4.752	0.029	0.038	-6.207 ~ -0.330
	3 (一般)	-2.813	0.9343	9.065	0.003	0.060	-5.428 ~ -1.512
	4 (较好)	-2.380	1.070	4.948	0.026	0.093	-4.266 ~ -0.254
	5 (好)	0a	-	-	-	1	-

3 结论与讨论

3.1 结论

该研究从经济、环境、社会文化出发，探讨基于农户感知的乡村社区旅游效应，分析旅游影响下农户的社区归属感，以揭示乡村旅游地的人地情感联系，并挖掘乡村旅游效应影响社区归属感的相关途径，以期从一定层面反映乡村旅游发展对社区归属感的影响。研究结果如下。

(1) 农户感知的乡村旅游效应整体为正向。各维度中，环境方面的正向感知最为显著。具体指标层面，收入分配、社会文化氛围为负向感知。不同案例地间，旅游效应呈一定差异性，井家湾村整体感知值较低，负向趋势明显。

(2) 社区归属感由农户对地域社区的主观认同及对人群集体的情感能认知两部分组成，农户对客观地域社区的认同度一致较高，但对人群集体的情感能认知较消极。研究区的社区归属感值整体较低，受旅游效应影响明显。案例地间，井家湾村的农户社区归属感值较低，其旅游经营模式转型对农户生活造成不良影响，拉低社区归属感值。

(3) 社区归属感与农户感知的居住环境、社会保障、邻里氛围紧密联系。虽然城市近郊型乡村旅游地的收入分配不均，社会文化氛围变差等问题较突出，但主导其社区归属感的显著因子仍是居住环境；边远景区依托型的乡村旅游发展进度较慢，地理位置差，社会保障、邻里氛围是制约其社区归属感的重要因子。

3.2 讨论

现阶段，乡村旅游迅猛发展，但发展态势健康、表现为可持续的只为少数，多数不具备乡村旅游发展条件或缺乏合理的旅游管理模式或统一的旅游管理体系。由此，乡村社区滋生出社会结构冲突、邻里关系

弱化等一系列问题^[1],农户对社区的情感认同受到威胁。社区归属感是影响原住民态度与行为的重要因素,在旅游开发中,需要充分评估成员社区归属感的影响^[4],从而根据需求对症下药。

(1) 注重资源均衡性。生计保障是提高农户社区归属感的基本要求,但纵观乡村旅游开发的失败案例,存在政府自上而下机械式引导,农户利益边缘化的问题。因此,政府需发挥其主体性,监管并调控外部力量介入,在乡村旅游促进区域经济增长的同时切实关注、保护农户利益,促使农户自发参与旅游经营,将旅游开发的红利落实到每一户。

(2) 乡村旅游发展至现阶段,关注经济效应的同时,也需重视环境效应与社会文化效应。这与卢松等的研究结果一致,也符合人们一般认知规律:由形式转向本质、由经济转向文化、由物质转向精神^[23]。因此,乡村旅游作为新农村建设的着力点,应避免单方面追求物质经济,居民文化素质培养、社区文化氛围提升不容忽视。注重物质与精神协同推进,一方面,尊重农村文化,正确引导农户,避免其价值观受到猛烈冲击,促进乡村旅游社区社会、经济一体化发展。另一方面,居民素质提高为乡村旅游创新、现代化发展提供辅助。

乡村旅游开发(发展)水平参差不齐,在促进乡村振兴,带动农户脱贫的同时,也存在一系列弊端。该研究分析农户感知的旅游效应与社区归属感的关系,以期揭示乡村旅游发展对旅游地社区归属感的影响。但情感关系仅是乡村旅游地人地系统的一个方面,旅游产品同质化、乡村文化变质、人才短缺、旅游空间发展失衡等问题都十分显著^[21]。问题虽广泛存在,但乡村旅游开发(发展)仍是我国乡村扶贫的主要渠道和中坚力量,备受党中央及各级政府重视,国务院明确表示未来将继续加大政策扶持力度,大力发展战略乡村旅游^[27]。

总得来说,乡村旅游开发(发展)、乡村旅游地人地系统仍需要深入研究。宏观层面,乡村旅游扶贫政策与动向、全域旅游建设、乡村旅游现代化、生态文明与乡村旅游融合、旅游管理模式与制度创新等科学问题值得关注和深入探究。微观层面,乡村旅游地农户的利益与长期发展同样需要密切关注。

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.地理研究,2017(9)
- [2] 旅游地居民视角下乡村旅游可持续发展的感知研究——以宁乡县关山村为例.湖南师范大学,2016.
- [3] 刘锐,卢松,邓辉.城郊型乡村旅游地游客感知形象与行为意向关系研究——以合肥大圩镇为例.中国农业资源与区划,2018,39(3):220-229,230.
- [4] 杨劲松,王葵.原住民对发展当地旅游业态度的研究综述.旅游科学,2013,27(4):1-8.
- [5] 单菁菁.社区归属感与社区满意度.城市问题,2008(3):58-64.
- [6] Memillan D W,Chavis D M. Sense of community: A definition and theory. Journal of Community Psychology, 1986, 14 (1): 6 -23.
- [7] Obst P,White K. Revisiting the sense of community index: A confirmatory factors analysis. Journal of Community Psychology, 2004, 32 (6): 691 -705.
- [8] Long D A,Perkins D D. Confirmatory factor analysis of the Sense of Community Index and development of a Brief SCI. Journal of Community Psychology, 2003, 31.
- [9] Mak W W S,Cheung R Y M, Law L S C. Sense of Community in Hong Kong: Relations with Community-Level Characteristics and Residents' Well-Being. American Journal of Community Psychology, 2009, 44 (1-2): 80 -92.
- [10] Obst P L,Zinkiewicz L, Smith S G. Sense of community in science fiction fandom, Part 2: Comparing neighborhood and interest group sense of community. Journal of Community Psychology, 2010, 30 (1): -.
- [11] Oliphant T,Branch-Mueller J. Developing a sense of community and the online student experience. Education for Information, 2016, 32 (4): 307 -321.
- [12] 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.
- [13] 杜宗斌,苏勤.社区归属感对乡村旅游地居民社区参与的影响——以浙江安吉为例.旅游科学,2013,27(3):61-71.
- [14] 吴慧,肖廷.基于归属感及价值感视角的用户参与影响研究——以在线旅游社区为例.人文地理,2017,32(4):155-160.
- [15] 丘海雄.社区归属感——香港与广州的个案比较研究.中山大学学报,1989.

- [16] 李洪涛. 城市居民的社区满意度及其对社区归属感的影响. 华中科技大学, 2005.
- [17] 陈卫平, 蔡志云. 社区归属感对农村居民外购行为影响实证研究. 商业时代, 2009 (5): 32–34.
- [18] 巢小丽. 居民社区归属感对其社区参与行为的影响——基于 Z 省 N 市的实证分析. 广东行政学院学报, 2013 (3).
- [19] 杜宗斌, 苏勤. 乡村旅游的社区参与、居民旅游影响感知与社区归属感的关系研究——以浙江安吉乡村旅游地为例. 旅游学刊, 2011, 26 (11): 65–70.
- [20] 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. 旅游学刊, 2013, 28 (6): 65–74.
- [21] 衣传华, 黄常州. 旅游地居民对主题景区旅游影响的感知与态度——以常州环球恐龙城为例. 地理研究, 2013, 32 (6): 1165–1177.
- [22] 卢松, 张捷, 苏勤. 旅游地居民对旅游影响感知与态度的历时性分析——以世界文化遗产西递景区为例. 地理研究, 2009, 28 (2): 536–548.
- [23] 余凤龙, 陆林, 操文斌, 等. 行政区划调整的旅游效应研究——兼论江西井冈山市与安徽黄山市的比较. 地理科学, 2006, 26 (1): 20–25.
- [24] 王梅, 角媛梅, 华红莲, 等. 红河哈尼梯田遗产区居民旅游影响感知和态度的村寨差异. 旅游科学, 2016, 30 (3): 69–79.
- [25] 许沁乔. 新农村建设视角下的乡村旅游发展因素及其评价. 中国农业资源与区划, 2017, 38 (7): 221–225.
- [26] 吴明隆. 结构方程模型: AMOS 的操作与应用. 重庆大学出版社, 2010.
- [27] 毛峰. 乡村旅游扶贫模式创新与策略深化. 中国农业资源与区划, 2016, 37 (10): 212–217.

RURAL TOURISM EFFECTS BASED ON FARMER'S PERCEPTION AND ITS INFLUENCE ON SENSE OF COMMUNITY^{*} —A CASE STUDY OF YANAN

Deng Mengqi^{1,2}, Chen Jia^{1*}, Wen Xin³, Yang Xinjun¹

- (1. College of Urban and Environmental Sciences, Northwest University, Xi'an, Shaanxi 710127, China;
- 2. Chongqing Hechuan Ruishan Middle School, Chongqing 401520, China;
- 3. Shaanxi Huadi Limited Liability Company, Xi'an, Shaanxi 710000, China)

Abstract Recently, policies, such as rural revitalization and tourism development for poverty alleviation, promote rural tourism greatly in China, which will reconstruct the human-land emotional relations in tourism destination. Tourism effect is a direct way to reflect the tourism development. Sense of community, a feeling of attachment and identity to the community, can demonstrate household-community emotional relations properly. This paper took three rural tourism communities in Yanan as a case study to research rural tourism development condition from perspective of tourism effects. And based on the connotation suggested by McMillian and Chavis, households' senses of community are evaluated. Then, the specific influencing factors of the rural tourism effect on the community sense by using the ordinal multi classification regression analysis, so as to reveal the impact of rural tourism development on sense of community. The results showed that (1) The tourism effect was positive in the whole study area, but different significantly among communities. Unbalanced income distribution and worse social cultural atmosphere were obvious. (2) Sense of community was not extreme, but lower than previous results. There was a significant positive correlation between residential environment, neighborhood atmosphere and the sense of community. (3) The influencing factors varied in different types of communities. Residential environment influenced the sense of community in the suburban tourism destination, while the remote scenic area depended more on the social security and neighborhood atmosphere. Generally speaking, farmer's perception about the rural tourism effects is good. Environmental effects and cultural effects, rather than economic effects, determines farmers' sense of community by influencing farmers' recognition and affection to the community and the people.

Keywords rural tourism; farmer; farmer's perception; tourism effects; sense of community