

古城旅游游客的真实性感知对积极共情的影响

——以阆中古城为例

田娟, 官永彬, 朱姚, 陈曙杰, 郭凤
(重庆师范大学地理与旅游学院, 重庆沙坪坝 401331)

摘要: 共情作为调节旅游主客关系的关键变量, 其生成机制研究对目的地情感管理至关重要。文章以阆中古城为案例, 运用结构方程模型实证检验游客积极共情生成机制。研究发现, 游客对古城真实性感知水平较高, 能促进积极共情产生, 心流体验和地方依恋起中介作用。具体路径为真实性感知—心流体验—地方依赖—地方认同—积极共情。研究证实旅游目的地真实性的保护与凸显是激发游客积极共情的关键, 为旅游情感管理提供了理论支持与实践指导。

关键词: 真实性感知; 积极共情; 心流体验; 地方依恋; 古城旅游

中图分类号: F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2026)02-0086-13

引言

在全球旅游业高速发展的背景下, 旅游目的地居民与游客的互动关系逐渐成为研究焦点。作为兼具开放性与接待性的人文空间, 旅游目的地因资源竞争、文化差异等因素引发的主客冲突从经济、社会文化及环境等维度对旅游业的发展产生负向影响, 对地方社会秩序与旅游可持续发展构成挑战。旅游业成功发展的基础是游客、居民和地方, 以及提供旅游服务的组织和企业之间的平衡或和谐关系。研究发现, 共情能够激发个体的亲社会和利他行为^[1], 对于调节旅游目的地主客关系有正面影响。旅游体验的在场性能够激

收稿日期: 2025-07-23

基金项目: 重庆市社会科学规划重点项目“成渝地区双城经济圈新质生产力发展的理论逻辑、统计测度与实践路径研究”(2024ZTZD19)。

作者简介: 田娟(2001—), 女, 重庆渝北人, 2023级硕士研究生, 研究方向为旅游经济; 官永彬(1978—), 男, 重庆璧山人, 教授, 博士, 硕士生导师, 研究方向为旅游经济学; 朱姚(1998—), 女, 重庆南川人, 2022级硕士研究生, 研究方向为区域旅游规划与开发; 陈曙杰(1998—), 男, 重庆丰都人, 2022级硕士研究生, 研究方向为区域旅游规划与开发; 郭凤(2001—), 女, 山东潍坊人, 2023级硕士研究生, 研究方向为区域旅游规划与开发。

发游客的共情能力^[2]。共情不仅有助于促进游客与居民之间的和谐互动, 还能提升游客的满意度和忠诚度, 同时减少旅游活动对当地社区的负面影响。游客对居民共情指游客在旅游过程中对目的地居民的情感、需求和生活状态产生的认知理解与情感共鸣, 并可能转化为支持性行动。游客对居民的共情是影响旅游体验质量、目的地形象以及可持续旅游发展的重要因素。

共情是一种错综复杂的心理现象, 它深度融合了认知理解、情感体验以及相应的行为反应^[3], 根据情绪效价划分为消极共情和积极共情。学者对共情问题的关注已历时多年, 但过往大部分研究都集中于对他人消极情感(如疼痛、厌恶、悲伤等)的共情反应上^[4]。事实上, 分享和理解他人的积极情感状态一直以来都是宗教领袖、哲学家和科学家们长期探讨的主题^[5]。近年来, 研究者开始关注积极共情的独特功能。积极共情指理解与间接分享他人积极情绪状态的过程^[6]²⁴⁵, 与消极共情存在一致的内在的神经基础^[7]¹²。想象、回忆、观察或学习他人的积极结果可以引发积极的同理心, 这种同理心与亲社会行为密切相关^[8]²⁷⁴。尽管积极共情的重要性被广泛认可, 但其在旅游情境下的生成路径仍不明确。

本研究以阆中古城游客为研究对象, 构建涵盖生活文化真实性感知、心流体验、地方依恋与积极共情的四维概念模型。通过设计4个变量量表实施田野问卷调查, 收集有效样本数据后采用结构方程模型进行实证检验, 对古城游客积极共情产生的认知过程、情感过程进行剖析。研究聚焦于解析游客积极共情的生成逻辑, 试图从情感管理维度为古城旅游的可持续发展提供理论框架。

一、研究综述与理论假设

(一) 真实性感知与心流体验

真实性 (Authenticity) 由希腊语 *authents* 演变而来, 又译为“原真性”“本真性”等^[9], 是旅游研究中的核心概念。20世纪70年代, 为了解释大众旅游的行为和动机, 真实性被引入旅游研究, 最早由 MacCannell 在《舞台化的真实性》中提出, 认为游客在旅游中追求未被商业化的“真实体验”^[10]。随着旅游领域真实性研究的深入, 学者对真实性的解读不断演变, 形成了多个理论流派。客观真实性注重旅游对象自身的真实属性, 认定其真实性为客观存在, 不受旅游者主观感受的影响。建构真实性则主张真实性是社会与文化共同构建的结果, 旅游者依凭自身的认知与体验去领悟真实性。Wang 提出存在真实性的概念, 关注旅游者在旅游过程中的自我体验和情感共鸣, 将真实性从客体转向主体感知^[11]。冯淑华等从物质文化、行为文化和精神文化三个方面剖析古村落的真实性^[12]⁸⁶, 将居民的原有生活方式、传统习俗和生活态度概括为居民生活文化的表现。本文从旅游者感知角度对古

城居民生活文化的真实性进行探讨。

“心流”（Flow）作为一种积极的体验情绪，最早由 Csikszentimihalyi 提出，即个体在参与高专注度活动时产生的沉浸式心理状态，以致他们产生浓厚的兴趣愿意并继续感受这种状态，表现为时间感知扭曲、自我意识消解及内在动机主导^[13]。在旅游研究中，心流被视作衡量游客沉浸体验的关键指标，受自然环境与推拉力、感知价值、满意度等因素影响。

真实性是旅游体验和动机中的一个核心问题，能够给旅游者带来积极的情感和满意的心理状态^[14]。游客的情绪受到他们对目的地的感知和评价的影响，促进其获得心流体验^{[15]711}。旅游者对真实性的感知程度越高，其在旅游过程中的体验感受就越强烈。Zhang 等研究发现，文化与创意旅游目的地的真实性能够强化旅游者的心流体验^{[15]723}。杨红梅等以苗寨文化旅游产品为研究对象，发现真实性感知对心流体验具有正向作用^{[16]230}。旅游地生活文化真实性会使旅游者对旅游目的地产生深层的浸入感，产生愉悦的心情，以至于忘记时间的流逝。游客对旅游地的真实性感知对于其获得愉悦体验具有重要影响意义，旅游者在这种环境中能够更深入地了解当地文化、历史和自然环境，从而更容易进入心流状态。因此，本文认为游客对旅游目的地的真实性感知对游客心流体验有显著影响，提出假设：

H1：真实性感知对心流体验有显著的正向影响。

（二）真实性感知与地方依恋

地方依恋（Place Attachment）是个体与特定地理空间之间的情感联结，体现为归属感、认同感与依赖感。学术界普遍将地方依恋的维度解构为地方依赖和地方认同两个核心构念^[17]。本文将地方依恋划分为地方依赖和地方认同两个维度。地方依赖侧重旅游者对旅游目的地功能效用与资源特异性的依赖程度；地方认同指个体通过场所获得自我认同与情感归属的象征性联结。

地方依恋与游客对旅游目的地的感知真实性具有密切联系，旅游情境下游客的真实性感知，构成地方依恋形成的关键前因变量^[18]。蒋怡斌等基于西安白鹿原影视城的实证研究表明，影视旅游者的真实性感知与地方依恋呈现显著正向关联^[19]。晁小景等以天津“五大道”为案例地，发现存在主义真实性感知对地方依赖与地方认同均有正向影响^{[20]116}。高度的真实性感知会增强游客对旅游目的地的依恋，影响其行为意图。因此提出以下假设：

H2：真实性感知对地方依赖有显著正向影响。

H3：真实性感知对地方认同有显著正向影响。

地方依赖与地方认同两者共同构成地方依恋的双重维度，且存在动态的相互作用。地方依赖是地方认同形成的重要前提。当个体因地方的功能属性而产生依赖时，会逐渐将自我概念与地方特征相融合，形成情感归属。游客对某地的依赖产生于其认为该地的设施及资源条件在满足个体需求方面比其

他地区更具优势, 这种依赖易促进或增强情感上的认同^{[20]113}。祁潇潇等通过实证研究证实, 地方依赖对地方认同存在显著的正向影响效应^[21]。因此提出假设:

H4: 地方依赖对地方认同有显著正向影响。

(三) 心流体验与地方依恋

地方依恋通常与积极的体验相关。在旅游期间旅游者所获得的积极体验能够创造积极且难忘的记忆, 易形成他们对此地的认同感和情感依附, 增强其对环境的地方依恋^[22]。心流体验使人专注于某一活动, 过滤无关想法, 全情投入并获得愉悦感。作为高层次深度体验, 心流体验是旅游者与旅游目的地地的最佳理想追求, 属于积极旅游体验。Tao 等研究发现, 心流体验对地方依恋有显著的积极影响^{[23]151}。因此, 本研究认为, 旅游者对旅游目的地形成的心流体验将是地方依恋的有效预测因子, 提出以下假设:

H5: 心流体验对地方依赖有显著正向影响。

H6: 心流体验对地方认同有显著正向影响。

(四) 心流体验与积极共情

Morelli 将积极共情 (Positive Empathy) 定义为“个体在面对他人的积极情绪时, 能够理解并分享这些情绪的能力”^{[6]245}。与传统共情研究聚焦于个体对他人痛苦或负面情绪的反应不同, 积极共情主要关注个体对他人幸福、成功或积极情感的反应。近年来, 积极共情逐渐成为心理学研究的热点, 其在促进人际关系、增强社会联结以及提升个体幸福感等方面发挥了重要作用。本文将积极共情定义为游客在旅游体验过程中对居民积极情绪状态的认知理解与情感共享。

心流指深度沉浸而忽略其他存在的一种“流”精神状态, 强调感官具身参与。具身感知情境下的心流体验不仅是一种自身的内化体验, 而且是推动了对环境的深层理解以及与其建立连接的过程^[24]。高沉浸环境可能为具身化与共情提供基础支持, 心流状态通过增强个体的情感感知能力, 从而促进共情的产生。旅游者在心流体验状态中, 能够充分调动视觉、味觉、听觉、嗅觉等器官进一步促发与旅游地的连接, 这可能导致对旅游地产生积极共情。因此提出假设:

H7: 心流体验对积极共情有显著正向影响。

(五) 地方依恋与积极共情

国内外研究均表明依恋与共情之间存在一定的联系, 依恋的建立从时间上看早于共情, 国内外已有的研究也都是针对依恋对共情的影响而展开。地方依恋水平较高的个体更易对自然环境产生深层次的认知理解与情感共鸣^[25]。地方依恋通过增强个体的归属感与情感联结能力, 培养其共情水平。周晓丽等研究发现, 地方依恋促进了红色精神共情的产生^{[26]135}。地方依恋

能够激发个体的积极情绪^[27]，而这种因地方依恋所形成的依恋情感，可能会对个体共情能力的产生形成影响。因此提出假设：

H8：地方依赖对积极共情有显著正向影响。

H9：地方认同对积极共情有显著正向影响。

（六）真实性感知与积极共情

真实性与共情相互兼容，且不可或缺^[28]，游客对客观环境的真实性感知是共情理解的前提基础^[29]。游客在游览古城时，感受当地的文化魅力和生活气息，深入了解当地居民的生活方式、传统习俗和生活态度，从而进入共情的状态。本文认为居民生活文化真实性感知对游客积极共情产生显著的正向影响，提出假设：

H10：真实性感知对积极共情有显著正向影响。

（七）S-O-R 理论

S-O-R 理论模型最早源于环境心理学领域，Mehrabian 和 Russell (1974) 对该模型进行了系统阐述，并运用于分析环境对人类行为的影响^[30]。该理论模型随后被广泛应用于消费者行为、旅游行为、服务营销等领域。外部环境刺激会影响个体的内部心理和生理状态，进而引发个体的行为或情感反应^[31]。游客对古城的真实性感知作为外部刺激，通过激发心流体验与地方依恋等心理状态，最终引发积极共情行为。该过程体现为对当地文化、历史及居民的理解、欣赏与关怀倾向。因此，本文选取 S-O-R 模型作为理论框架（见图 1）。

二、研究设计

（一）研究区域

阆中古城坐落于四川省南充市境内，在中国现存古城中，其与云南丽江、山西平遥、安徽歙县一并被誉为保存最为完好的“四大古城”，拥有 2300 多年建城史，是国家历史文化名城、国家 5A 级旅游景区。古城核心区域完整保存了近 2km² 的唐宋格局、明清风貌古街巷，以及明清时期的历史建筑群，包括张飞庙、贡院、华光楼等标志性建筑，其建筑风格、结构与材料均保持了历史原貌。

（二）量表设计

本研究中所采用的测量量表，均依据现有量表进行语言层面的优化调整，确保量表的信度与效度达到科学研究的要求。真实性感知量表采用冯淑华以婺源县为基础设计的量表，包含 4 个题项^{[12]86}。心流体验借鉴 Richard 等的测量量表，包含 5 个题项^[32]。地方依恋参考范钧等人的测量量表^[33]，将地方依恋划分为地方依赖和地方认同两个维度，包含 8 个题项。积极共情借鉴 Andreychik 设计的量表^{[8]290}，结合岳童翻译修订的积极共情量表进行修

改^{[7]103}, 包含7个题项。量表采用 Likert - 5 点评分方法进行评价 (1 = 非常不同意; 2 = 有点不同意; 3 = 中立; 4 = 有点同意; 5 = 非常同意)。

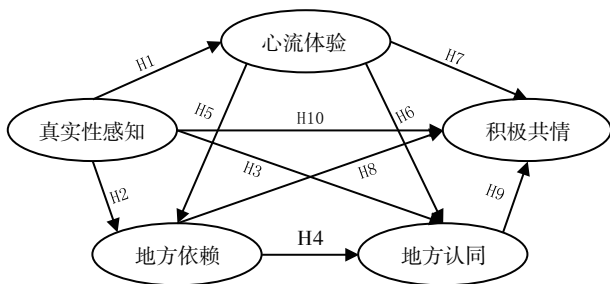


图1 理论模型与关系假设

(三) 问卷调查

在客流密度较集中的中天楼、张飞庙、风水博物馆外, 采用系统随机抽样法实施数据采集。共发放结构化问卷220份, 回收与整理后, 最终获得有效问卷207份, 有效率94.09%。共发出问卷220份, 回收整理得到有效问卷207份, 有效率94.09%。在性别方面, 女性样本占比54.6%, 男性样本占比45.4%; 在年龄方面, 16~25岁的样本最多, 占比38.6%, ≥65岁样本占比最少; 在学历方面, 本科学历样本数量最多, 占比38.2%, 研究生及以上学历占比9.7%; 在月收入方面, 月收入9000元以上样本最少, 占比16.9%, 其余层次分布较均匀(见表1)。

表1 样本人口统计学特征

	维度	频数	百分比/%
性别	男	94	45.4
	女	113	54.6
年龄	16~<25岁	80	38.6
	25~<35岁	49	23.7
	35~<45岁	31	15.0
	45~<55岁	33	15.9
	55~<65岁	12	5.8
	≥65岁	2	1.0
学历	初中及以下	26	12.6
	高中、中专	48	23.2
	专科	34	16.4
	本科	79	38.2
	研究生及以上	20	9.7
月收入	1000~<3000元	60	29.0
	3000~<6000元	57	27.5
	6000~<9000元	55	26.6
	≥9000元	35	16.9

三、研究结果与分析

(一) 共同方法偏差检验及多重共线性诊断

本研究采用单一来源数据进行分析, 为评估潜在的系统性偏差风险, 依据 Podsakoff 等的方法学建议进行共同方法偏差 (Common Method Variance, CMV) 诊断。运用 Harman 单因子检验法 (Harman's single-factor test) 执行未旋转主成分分析, 结果显示首个因子方差解释率为42.681%, 低于50%的标准, 表明数据未出现显著共同方法偏差。采

用方差膨胀因子 (Variance Inflation Factor, *VIF*) 进行多重共线性诊断, 各变量 *VIF* 值分布于 1.745 至 2.018 区间, 均显著低于 10 的标准, 证实模型不存在多重共线性。

(二) 信效度检验

本研究利用因子载荷系数、Cronbach's α 值与组合信度 (Composite Reliability, *CR*) 3 个指标检验模型的信度; 通过测量平均抽取方差 (Average Variance Extracted, *AVE*) 验证收敛效度, 对比分析相关系数矩阵与 *AVE* 平方根完成区分效度验证。由表 2 可知, 量表整体 Cronbach's α 系数值与五个潜变量 Cronbach's α 系数值均大于 0.7, 显示出样本数据的高信度; 测量题项因子载荷值均大于 0.5, 五个潜在变量 *CR* 值均大于 0.7, *AVE* 值均大于 0.36。由表 3 可知, 各变量 *AVE* 值的平方根大于与其他变量间的相关系数, 符合 Fornell 等的判别标准, 变量的区别效度良好。各项指标均符合相关标准, 表明量表信效度良好。

表 2 验证性因子分析及信效度指标

潜变量	题项	平均值	标准偏差	因子载荷	<i>CR</i>	<i>AVE</i>	Cronbach's α
整体量表							0.939
真实性感知	ZS1 古城居住了大量的原有居民	3.652	1.059	0.682	0.766	0.454	0.761
	ZS2 古城居民保留了原有的生活方式	3.565	1.121	0.538			
	ZS3 古城居民具有很强的自豪感	3.826	0.960	0.705			
	ZS4 古城居民积极地支持和参与古城的旅游发展	3.971	1.000	0.750			
心流体验	XL1 在游览古城时, 我感觉自己愉快地投入其中	4.063	0.871	0.717	0.855	0.541	0.884
	XL2 在游览古城时, 我感觉自己被完全吸引了	3.874	0.872	0.767			
	XL3 在游览古城时, 我感觉时间过得很快	3.783	0.998	0.716			
	XL4 在游览古城时, 我感觉自己注意力集中, 暂时忘记了周围其他事情	3.797	0.999	0.796			
	XL5 在游览古城时, 我感到享受和愉悦	4.043	0.977	0.677			

表2 (续)

潜变量	题项	平均值	标准偏差	因子载荷	CR	AVE	Cronbach's α
地方 依赖	YL1 相比其他古城, 阆中古城能更好地满足了我的需求	3.522	0.835	0.719	0.81	0.518	0.860
	YL2 相比其他古城, 我认为阆中古城提供的配套设施更加完善	3.473	0.944	0.791			
	YL3 相比其他古城, 我更喜欢待在阆中古城	3.667	0.950	0.762			
	YL4 相比其他古城, 阆中古城的旅游休闲更令我享受	3.715	0.909	0.590			
地方 认同	RT1 我非常认同阆中古城所塑造的旅游形象	3.961	0.835	0.632	0.797	0.497	0.820
	RT2 来阆中古城旅游是我生活中的一部分	3.396	1.013	0.733			
	RT3 来阆中古城旅游能给我的生活增添意义	3.981	0.892	0.756			
	RT4 阆中古城对我来说充满了美好的回忆	4.058	0.863	0.692			
积极 共情	GQ1 当看到当地居民在旅游发展中受益时, 我会感到喜悦	4.135	0.831	0.722	0.893	0.544	0.913
	GQ2 当看到古城居民处于快乐境地时, 我也会感到快乐	4.116	0.857	0.745			
	GQ3 当听到古城居民受到积极评价时, 我会感到高兴	4.039	0.847	0.713			
	GQ4 当看到古城居民兴奋的状态时, 我也会感到兴奋	4.082	0.886	0.682			
	GQ5 当了解到古城居民收入增加时, 我为此感到高兴	4.039	0.891	0.812			
	GQ6 在游览古城时, 我会因为居民的兴奋而兴奋	3.903	0.945	0.716			
	GQ7 当看到当地居民脸上洋溢着微笑时, 我会感到幸福	4.150	0.860	0.764			

表3 区别效度表

	<i>AVE</i>	感知	心流	依赖	认同	共情
真实性感知	0.454	0.674				
心流体验	0.541	0.606	0.736			
地方依赖	0.518	0.469	0.580	0.720		
地方认同	0.497	0.441	0.518	0.628	0.705	
积极共情	0.544	0.555	0.544	0.489	0.589	0.738

(三) 拟合度检验

将207份问卷导入AOMS中进行拟合度检验。卡方指标 $CMIN/DF$ 为1.550 (<3)；渐进残差均方和平方根 $RMSEA$ 为0.052 (<0.08)，绝对拟合指标 RMR 值为0.042 (<0.05)； TLI 为0.945 (>0.9)，比较拟合指数 CFI 为0.952 (>0.9)，增值拟合度指数 IFI 为0.952 (>0.9)，指标均符合理想标准，模型整体的拟合度较好，可以接受。

(四) 假设检验及中介效应检验

采用AMOS 24.0对结构方程模型的路径系数及其显著性进行检验，基于表4的结构方程模型路径分析结果，真实性感知对地方依赖与地方认同的标准化路径系数均未达到显著性水平；心流体验对地方认同及地方依赖对积极共情的直接影响效应亦不显著，研究假设H2、H3、H6~H8未能通过检验。相反，模型其余路径系数均满足 $P < 0.05$ 的显著性标准，支持相应假设。

表4 假设检验结果

假设路径	<i>Estimate</i>	<i>S. E.</i>	<i>C. R.</i>	<i>P</i>	检验结果
H1: 真实性感知→心流体验	0.727	0.097	7.501	***	接受
H2: 真实性感知→地方依赖	0.188	0.113	1.659	0.097	拒绝
H3: 真实性感知→地方认同	0.084	0.09	0.932	0.351	拒绝
H4: 地方依赖→地方认同	0.456	0.09	5.049	***	接受
H5: 心流体验→地方依赖	0.49	0.114	4.288	***	接受
H6: 心流体验→地方认同	0.125	0.094	1.323	0.186	拒绝
H7: 心流体验→积极共情	0.088	0.103	0.851	0.395	拒绝
H8: 地方依赖→积极共情	-0.083	0.104	-0.801	0.423	拒绝
H9: 地方认同→积极共情	0.549	0.129	4.255	***	接受
H10: 真实性感知→积极共情	0.358	0.107	3.357	***	接受

为深入探究心流体验与地方依恋的中介作用及影响机制，利用Bootstrap对心流体验和地方依恋进行链式中介路径检验。中介效应检验结果见表5，真实性感知对于积极共情的直接效应与间接效应皆显著，总效应95%置信区间为(0.525, 0.788)，直接效应95%置信区间为(0.143, 0.629)，间接

效应通过路径真实性感知—心流体验—地方依赖—地方认同—积极共情来产生影响, 95%置信区间为(0.109, 0.479)。心流体验和地方依恋在这条路径中起到了完全中介的效果。

表5 中介效应检验表

路径	效应	SE	S. E.	P	95% CI	
					LB	UB
真实性感知—心流体验—	总效应	0.677	0.068	0.000	0.525	0.788
地方依赖—地方认同—积	直接效应	0.398	0.125	0.005	0.143	0.629
极共情	间接效应	0.279	0.094	0.005	0.109	0.479

四、结论与启示

(一) 结论与讨论

本研究构建了真实性感知影响旅游者积极共情的理论模型, 经实证检验得到以下结论。一是真实性感知对积极共情有显著正向影响。即游客对景区真实性感知的水平越高, 就越有可能产生积极共情反应。这表明, 游客对景区居民生活文化真实性的认知和评价是塑造其情绪的关键因素。二是真实性感知是影响旅游者心流体验形成的重要因素。对旅游目的地真实性感知水平高的游客易于获得沉浸式的、愉悦的体验。真实性感知对心流体验的正向影响印证了 Zhang^{[15]723} 与杨红梅^{[16]230} 等国内外研究者的研究, 同时将研究对象从苗寨文化旅游产品拓展到古城旅游游客群体。三是心流体验、地方依赖和地方认同三个变量之间的关系印证了 Tao^{[23]151} 的研究。当游客全身心地投入到古城游览活动中, 进入心流状态时, 会增强其对该地方的情感连接和依恋。四是地方依赖、地方认同和积极共情三个变量之间的影响关系与周晓丽^{[26]134} 的研究结果不完全相同。可见, 在古城旅游游客虽然拥有一定的地方依赖情感, 但这不是激发其积极共情的直接因素, 而是进一步通过地方认同的情感来产生积极共情。五是心流体验和地方依恋在真实性感知影响旅游者积极共情中发挥完全中介作用。这揭示了共情是一个动态的过程, 是一种涉及认知、情绪、情感的复杂心理过程。本研究通过构建涵盖真实性感知、心流体验、地方依恋与积极共情的四维概念模型, 深化了对旅游共情形成机制的理解, 为旅游目的地管理提供了新的理论视角, 真实性感知作为认知评价的核心维度, 通过体验形成和情感联结的复杂中介路径最终影响共情反应。这一发现为后续研究提供了可验证的理论模型和测量工具。

(二) 启示与不足

本文将真实性感知和游客积极共情放到一个框架下进行研究, 以心流体验与地方依恋为中介, 探究旅游者真实性感知对旅游者积极共情的影响, 并通过实证研究证明了其中的中介效应, 揭示了古城旅游游客从真实性感知到

生成共情的多阶段路径,为旅游者共情研究提供了一个新的视角。理论层面,该模型将弥补旅游共情研究“重结果、轻过程”的缺陷;实践层面,为古城通过空间营造、体验设计培育游客积极共情提供科学依据。

参考真实性感知—心流体验—地方依恋—积极共情的影响路径,重视古城历史文化遗产的保护,延续历史文化的空间意象与生活特征。在古城更新改造的过程中,注重原有居民的保有率和原有生活方式的保存度,兼顾改善居民生活水平与保持原有社会网络稳定以及生活方式延续两者间的平衡。保留古城居民日常活动空间,避免过度表演化,设计“生活观察式”旅游路线,强调古城居民生活文化的真实呈现,让游客近距离接触非舞台化文化。在古城内部通过标识牌、语音导览等方式,将古城的历史故事与居民生活经历串联起来,增强游客对地方的情感认同。

本研究以阆中古城游客为研究对象,探究了其真实性感知、心流体验、地方依恋、积极共情之间的影响和联系,揭示了古城旅游游客从真实性感知到生成共情的多阶段路径。作为新的研究视角,量表的设计尚有不足,积极共情维度现有量表的成熟度有待提升,跨情境适用性还需进一步论证与改进。研究以阆中古城为单一案例地,可能无法完全涵盖古城旅游的独特特征和需求,结论的普适性受限。研究采用横截面数据,无法捕捉真实性感知与共情的动态演变,如游客在不同旅游阶段的情感变化,日后仍需开展进一步研究,整合动态真实性模型与共情理论,结合情境实验以及神经影像获取更为准确、详尽的结果,以便更明晰地阐释真实性感知与积极共情的演变机理。

[参考文献]

- [1] 文彤,温礼堂,谢祥项. 共情视角下成员伙伴对旅游志愿者主动服务行为的影响 [J]. 旅游学刊, 2023, 38 (8): 148 - 160.
- [2] TUCKER H. Empathy and tourism: limits and possibilities [J]. *Annals of Tourism Research*, 2016, 57: 31 - 43.
- [3] SINGER T. The neuronal basis and ontogeny of empathy and mind reading: review of literature and implications for future research [J]. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 2006, 30 (6): 855 - 863.
- [4] 党宁,肖荟,李文明. 游客亲环境行为的影响因素实证研究: 基于情感与认知的双重视角 [J]. *人文地理*, 2021, 36 (3): 185 - 192.
- [5] 岳童,黄希庭. 认知神经研究中的积极共情 [J]. *心理科学进展*, 2016, 24 (3): 402 - 409.
- [6] MORELLI S A, SACCHET M D, ZAKI J. Common and distinct neural correlates of personal and vicarious reward: a quantitative meta - analysis [J]. *NeuroImage*, 2015, 112.
- [7] 岳童. 积极共情的认知神经机制研究 [D]. 重庆: 西南大学, 2016.
- [8] ANDREYCHIK M R, MIGLIACCIO N. Empathizing with others' pain versus empathizing with

- others' joy: examining the separability of positive and negative empathy and their relation to different types of social behaviors and social emotions [J]. *Basic and Applied Social Psychology*, 2015, 37 (5).
- [9] 赵红梅, 李庆雷. 回望“真实性”(authenticity)(上): 一个旅游研究的热点 [J]. *旅游学刊*, 2012, 27 (4): 11-20.
- [10] MACCANNELL D. Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings [J]. *American Journal of Sociology*, 1973, 79 (3): 589-603.
- [11] WANG N. Rethinking authenticity in tourism experience [J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26 (2): 349-370.
- [12] 冯淑华, 沙润. 游客对古村落旅游的“真实感—满意度”测评模型初探 [J]. *人文地理*, 2007, 22 (6).
- [13] CSIKSZENTMIHALYI M. *Flow: the psychology of optimal experience* [M]. New York: Harper Perennial, 1991.
- [14] 贾衍菊, 林德荣. 目的地品质对游客满意和游客忠诚的影响: 地方依恋的中介作用与性别的调节作用 [J]. *旅游科学*, 2017, 31 (6): 65-78.
- [15] ZHANG S N, LI Y Q, LIU C H, et al. How does authenticity enhance flow experience through perceived value and involvement: the moderating roles of innovation and cultural identity [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2019, 36 (6).
- [16] 杨红梅, 殷红梅, 李瑞, 等. 体验视角下苗寨文化旅游产品原真性与地方性感知的关系研究 [J]. *包装工程*, 2022, 43 (12).
- [17] 李文明, 殷程强, 唐文跃, 等. 观鸟旅游游客地方依恋与亲环境行为: 以自然共情与环境教育感知为中介变量 [J]. *经济地理*, 2019, 39 (1): 215-224.
- [18] JIANG Y, RAMKISSOON H, MAVONDO F T, et al. Authenticity: the link between destination image and place attachment [J]. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2017, 26 (2): 105-124.
- [19] 蒋怡斌, 张红, 张春晖, 等. 影视旅游者真实性感知、怀旧情感和地方依恋对行为意图的影响: 以西安白鹿原影视城为例 [J]. *浙江大学学报(理学版)*, 2021, 48 (4): 508-520.
- [20] 晁小景, 王庆生. 真实性感知、地方依恋与游客忠诚的关系研究: 以天津“五大道”为例 [J]. *企业经济*, 2021, 40 (5).
- [21] 祁潇潇, 赵亮, 胡迎春. 敬畏情绪对旅游者实施环境责任行为的影响: 以地方依恋为中介 [J]. *旅游学刊*, 2018, 33 (11): 110-121.
- [22] TSAI C S. Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2016, 18 (6): 536-548.
- [23] TAO H, ZHOU Q, TIAN D, et al. The effect of leisure involvement on place attachment: flow experience as mediating role [J]. *Land*, 2022, 11 (2).
- [24] 林燕, 林开森, 元晓春. 森林徒步中环境负责任行为的生成机制: 基于“具身—嵌入”的认知—情感加工系统 [J]. *林业经济*, 2023, 45 (9): 59-76.
- [25] BROWN K, ADGER W N, DEVINE - WRIGHT P, et al. Empathy, place and identity interactions for sustainability [J]. *Global Environmental Change*, 2019, 56: 11-17.
- [26] 周晓丽, 唐承财. 地方依恋对旅游者红色旅游忠诚度和红色文化资源负责任行为的影响

- 研究 [J]. 地理与地理信息科学, 2022, 38 (4).
- [27] 池丽萍, 苏谦. 青少年依恋环境的情绪启动和注意恢复功能 [J]. 心理发展与教育, 2012, 28 (5): 471-477.
- [28] ORANGE D M. There is no outside: empathy and authenticity in psychoanalytic process [J]. *Psychoanalytic Psychology*, 2002, 19 (4): 686-700.
- [29] CHEN J, LIU C, SI Y, et al. A study on the mediating role of emotional solidarity between authenticity perception mechanism and tourism support behavior intentions within rural homestay inn tourism [J]. *Behavioral Sciences*, 2022, 12 (9): 341.
- [30] MEHRABIAN A, RUSSELL J A. An approach to environmental psychology [M]. Cambridge: M. I. T. Press, 1974.
- [31] 宋蒙蒙, 乔琳, 胡涛, 等. 基于 SOR 理论的社交网络互动对旅游行为的影响 [J]. 企业经济, 2019, 38 (5): 72-79.
- [32] RICHARD M O, CHEBAT J C. Modeling online consumer behavior: preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level [J]. *Journal of Business Research*, 2016, 69 (2): 541-553.
- [33] 范钧, 邱宏亮, 吴雪飞. 旅游地意象、地方依恋与旅游者环境责任行为: 以浙江省旅游度假区为例 [J]. 旅游学刊, 2014, 29 (1): 55-66.

The Impact of Tourists' Authenticity Perception on Positive Empathy in Ancient Town Tourism: A Case Study of Langzhong Ancient Town

TIAN Juan, GUAN Yongbin, ZHU Yao, CHEN Shujie, GUO Feng

(School of Geography and Tourism, Chongqing Normal University, Shapingba District, Chongqing 401331, China)

Abstract: Empathy serves as a critical variable in regulating tourist-host relationships, and investigating its formation mechanisms is essential for destination emotional management. This study examines the formation mechanisms of tourists' positive empathy in Langzhong Ancient Town using structural equation modeling (SEM). Findings reveal that tourists' high-level authenticity perception significantly promotes positive empathy, with flow experience and place attachment acting as mediators. The specific pathway is: authenticity perception→flow experience→place dependence→place identity→positive empathy. The study confirms that preserving and highlighting destination authenticity is key to fostering positive empathy, providing both theoretical and practical insights for tourism emotional management.

Keywords: authenticity perception; positive empathy; flow experience; place attachment; ancient town tourism