

基于旅游者行为研究的旅游感知和旅游认知概念

白 凯¹ 马耀峰¹ 游旭群²

(1. 陕西师范大学旅游与环境学院; 2. 陕西师范大学教育科学学院, 陕西西安 710062)

摘 要: 本文以旅游者行为研究为视角, 运用互联网文献分析方法, 在综合分析国内外旅游者行为研究中旅游感知和旅游认知的实际运用和理论探讨的基础上, 总结提出了以旅游活动的评价结果为核心的旅游者感知和认知的概念。

关键词: 旅游者行为; 旅游感知; 旅游认知; 概念

旅游者作为旅游和旅游学研究的主体, 一直受到各国学者的重视^[1,2]。旅游感知和旅游认知是旅游者行为研究的主要内容。截至2006年9月, 在中国期刊全文数据库上输入主题“旅游感知”涉及到的文章163篇; 主题为“旅游认知”的文章为166篇。通过“Elsevier SDOS China Consortium”学术搜索引擎, 以关键词“tourist perception”进行搜索, 涉及文章143篇; “tourist cognition”涉及文章14篇。感知和认知作为心理学研究的重要内容, 同样是旅游本源研究中旅游者行为研究的核心内容, 如何从旅游者行为研究的角度对这两个概念进行区分和界定, 具有重要的理论和实践意义。

一、心理学对感知和认知概念的定义

1. 感觉和知觉

心理学研究中将感知分为两个不同的心理活动阶段, 其定义也是分别给予的。《中国大百科全书·心理学—普通心理学》将感觉(sensation)定义为:

客观刺激作用于感受器官, 经过脑的信息加工活动所产生的对客观事物的基本属性的反映^[3]。感觉研究的初始者英国经验主义者J. 洛克指出, 感觉是一切知识的来源。感觉作为认识过程的初级阶段, 它为知觉及其他复杂认识过程提供了最基本的原始材料。通过感觉, 人们从外界获得信息。这些信息在感觉系统的不同水平上经过加工, 并与已经存储的信息进行对照, 得到补充, 从而产生了对外界事物基本的反映。因此, 感觉是心理行为变化的最基本变量, 感觉担负着对复杂事物的简单要素进行分析的任务。知觉(perception)是人对客观环境和主体状态的感觉和解释过程^[4]。这个过程不仅同其一种感觉相联系, 而且往往是视觉、听觉、皮肤觉、运动觉等协同化的结果。在知觉过程中, 人脑将感官刺激转化为整体经验。因而知觉是人对客观事物和身体状态整体形象的反映。

现代心理学研究的主要流派认知心理学派认为感觉是对刺激的觉察, 知觉是将感觉信息组成有意义的对象, 即在已存储的知识经验的参与下, 把握刺激的意义^[5]。也就是说, 在感觉阶段, 人仅仅意识或反映出刺激的物理属性, 个体以生理为基础就的感官就可以获得信息。知觉是在过去知识和经验的基础上对一系列连续信息进行加工的过程。这里需要强调的是, 知觉和人的知识经验是分不开的, 是现实刺激和原有知识经验的相互作用下形成的结果, 和感觉相言, 具有间接的性质。

收稿日期: 2007—03—12; 修订日期: 2007—12—7

基金项目: 国家自然科学基金《中国不同群体入境游客旅游行为模式研究》(40271037)资助。

作者简介: 白凯(1974—), 男, 陕西师范旅游环境学院讲师, 博士。研究方向: 旅游市场、旅游消费者行为、旅游管理体制比较研究。马耀峰(1949—), 男, 陕西师范旅游环境学院教授, 博导。研究方向: 旅游开发和市场及GIS研究。游旭群(1963—), 男, 陕西师范旅游环境学院教授, 博导。研究方向: 认知评价以及应用认知研究。

对于感觉和知觉概念,心理学界共同的认识是:由感觉而变为知觉,其间要经过选择的历程,感觉是直接的基础,但有了感觉未必会产生知觉;感觉是个体获得此时此地的事实资料,知觉是个体将感觉资料与经验联结而产生的组织;个体靠感觉接受到刺激,但决定其行为反映与否者则是知觉因素^[6]。

2 认知

本世纪 60 年代以后认知心理学兴起,尽管“认识”与“认知”细究起来应有一些互异之处^[7,8],但从本质上考察,今天所说的认知即传统心理学中的认识过程。认知心理学将人的认知(cognition)定义为个体主动寻找信息、接受信息,并在一定的结构中进行信息加工的心理过程^[9]。尽管关于认知的研究经历了结构主义、机能主义、行为主义、格式塔心理学和发生认知论等各个心理学派的争论,但心理学家对于认知的研究共同的认识是认知的过程包括注意(从心理上关注一些刺激)、知觉(解释感觉信息以形成有意义的资讯)、模式识别(将一种刺激划归某一已知过程中)和记忆(认知的信息存储和提取过程)^[10]。

虽然心理学通常将感觉和视觉区分定义,但事实上,人接受信息是通常是将事物作为整体来认知的,不仅认知事物的个别属性,而且认知事物的联系和关系,即上文中所提到的感觉资料与经验联结产生的知觉。人通过感知所获得的信息并不会因当前刺激物停止作用而马上消失,它会继续保存在人的头脑中,形成个体经验,并在需要时再出现称之为记忆。人脑不仅可以通过感知接受并通过记忆保存各种信息知识,同时还能利用头脑中已有的个体经验去间接地、概括地认知事物,把握事物地本质联系和内在规律,这个过程也就是我们所说的思维。此外,人的认知活动过程都必须伴随一种注意状态,这种状态保证了心理活动对一定对象的指向和集中,以便心理活动得以顺利进行。由此可见,人的认知就是个体借助一定的接收器,通过感知主动获得一定量的信息,并对这些信息进行逐层加工的过程^[11]。

二、旅游者行为研究中的旅游感知和旅游认知

国内外对旅游感知和旅游认知的研究多从实证研究入手,以旅游者调查问卷来收集基础数据,通过一定的数学方法进行汇总分析,最终得出关于旅游业组成因素的各种看法。因此,本文所探讨的关于旅游

感知和旅游认知的概念,也是从相关实证研究中旅游感知和旅游认知概念的理解和运用中加以分析。

1 旅游感知

在前期的文献搜集中我们发现相关旅游感知的定义。如黎洁、赵西萍关于美国游客对西安的感知研究中定义旅游感知是人们通过感觉器官获得对旅游对象、旅游环境条件等信息的心理过程^[12]。Alain Decrop(阿兰·迪克洛普)将旅游者感知定义为:将外部世界的旅游信息转换为我们每一个人都会经历的内部思维世界的过程^[13]。这些定义都没有考虑到旅游者行为自身的特点,是心理学感知概念的移用。

国外学者对旅游者感知的实证研究从时空角度可以划分以下 3 种方式:

(1) 抽样调查实施于旅游者常住地

在此类的研究中,抽样调查的内容主要是旅游者出游前在常住地对旅游目的地相关信息搜集的过程及前期评价。Lewis 和 Meadows(1995)、Martin(1996)和 Kemal(2006)的研究中突出了对旅游经营者和投资者对旅游目的地总体旅游业的看法,这些看法用感知来加以定义^[14-16]。Cedric(1995)、Roger 和 Clare(1997)、Andrew(2000)和 Bob et al(2002)针对潜在旅游者调查中主要涉及内容为旅游目的地形象和旅游目的地服务,这些都被定义为旅游者感知^[17-20]。Nina(2006)使用图画联想、词汇联想、释放联想(抽象拼贴图)的方法测试了和旅游目的地有一定距离的潜在游客,测试结果被称为旅游者对旅游目的地的感知印象^[21]。上述的研究主要是在旅游者常住地进行的调查,受调查对象(潜在旅游者)对于感知对象基本没有亲身的经历和较为深入的了解。

(2) 抽样调查实施于旅游目的地

此类研究和抽样调查实施于旅游者常住地的区别是:旅游者已经在旅游目的地进行了相应的旅游体验。Abraham 和 Gang Hoan(1996)将韩国导游对日本旅游者长期交往的经验定义为感知^[22]。Kunyal et al(1998)、Melinda et al(2001)和 Petrosillo et al(2006)将旅游者在旅游目的地所感受的环境质量称之为旅游者感知^[23-25]。Simon(2000)、Atila(2004, 2006)以旅游者对旅游目的地服务和购物体验评价为对象研究了旅游者感知^[26-28]。Neil(2001)、Michael 和 Stephen(2002)、Richard(2003)以城市旅游者为研究对象,其研究内容主要涉及城

市安全问题,旅游者对城市安全的看法被定义为旅游者在城市旅游目的地的感知^[29-31]。Dallen 和 Cevat(2003)将横跨美、加国境线上和平花园(Peace Garden)中旅游者对通关手续和安全问题的看法称之为旅游感知^[32]。Gill(2006)研究中将登山探险游客对登山探险经历定义为旅游者感知^[33]。

(3) 抽样调查分两部分:旅游活动前和旅游活动后

此类调查研究实施于旅游目的地或旅游者常住地,调查内容为旅游活动前预期和旅游活动后评价两部分,其对比结果被定义为旅游感知。研究中有以旅游者旅游活动结束后对旅游目的地的总体评价为主要研究内容^[34-36];有的以旅游购物或某一景点的实际体验为研究内容^[37-39],其研究主要涉及旅游动机、旅游期望和满意度评价,旅游感知的实际来源是旅游者预期的旅游体验目标和实际体验质量之间的对比。

和国外相比,我国从旅游者行为角度对旅游感知的研究要晚很多,其实证研究始于二十世纪八十年代,近两年来呈大规模上升趋势。研究内容主要涉及旅游者抵达目的地前后的感知和经历^[40];旅游中吃、住、行、游、购、娱等社会环境等方面的评价^[12];旅游安全因素的前期评估^[41];旅游地感知距离和常住地距离比较^[42]。旅游者在旅游目的地对各种旅游信息的评估^[43];旅游目的地各种综合环境对旅游者决策行为的影响^[44-48];以及旅游者的实际体验水平的度量^[49]。从时空角度看,国内学者对旅游者感知行为的实证研究基本涉及了上述的3种方式,但研究深度和广度上和国外学者相比还存在一定的差异。

2 旅游认知

和上述旅游感知研究不同的是,旅游认知概念的运用在国外较为少见,认知主要用于文章中理论探讨的支持说明,没有针对性的实证研究。相关研究中指出旅游者认知是会导致旅游者价值体系的形成,也就是反映相关的旅游经验^[50];旅游认知是旅游者对旅游目的地综合环境的评价^[51];旅游者社会认知水平会影响旅游者满意度的形成^[52],认知评估导致认知情感状态^[53];旅游者认知经验受旅游者教育水平、信息接受水平和兴趣的影响^[54],不同国家旅游者兴趣差别会影响旅游者的认知水平^[55]。这里特别要提及的是 Deborah 和 Richard(2000)在其

《旅游者多重价值模型》一文中系统讨论了旅游者认知和旅游者个人价值之间的关系,其研究提出,旅游者个人价值判断是二维空间价值构架而成:内部控制和外部控制以及情感支配和认知支配;其中认知支配的内部控制是旅游者因为兴趣而进行的学习,外部控制是度假地的安全、可告知亲友的知名旅游地和对本国情况的学习^[56]。

国内对旅游者认知的研究多是从理论层面上进行的探讨^[57-63],涉及旅游地认知形象的构成和推广等内容,但关于旅游认知概念的定义在文章中并没有见到。游旭群在其所著的《旅游心理学》中虽没有给出旅游认知的确切概念,但其借助相关旅游研究的成果提出了旅游认知是旅游者在旅游这个特殊活动中的认知,其特殊性表现在旅游过程中旅游者对物的认知与人的认知的交融性^[11]。实证研究方面主要涉及旅游者认知程度^[64];涂鸦图和旅游者认知的关系^[65];认知方式中消极情绪对旅游决策过程影响^[66];旅游者对城市、景点、整体旅游印象和服务、价格的评价^[67];旅游者形象认知规律^[68];以及出游前对旅游目的地城市印象的认知等^[69]。

从上述的研究看,国内外关于旅游者认知的概念也没有统一的标准,研究者只是运用心理学中认知的定义从旅游者角度对旅游目的地的某种因素进行评价,这些研究的共同之处是研究者在使用旅游者认知概念时或多或少都提及了旅游者经验和旅游者体验质量。

三、旅游感知和认知概念的再认识

旅游是一种复合交叉融合活动,其研究具有跨学科、多层次交叉的特点,不同学科的学者具有不同的认识。经济学者认为旅游是一种经济消费行为;地理学者认为旅游是一种时空经历;社会学者认为旅游是一种社会活动;文化学者认为旅游是一种文化行为;心理学者认为旅游是一种心理感受和体验行为;管理学者认为旅游是一种需要进行管理的群体或个体活动;环境学者认为旅游是一种环境生态活动;历史学者认为旅游是一种历史探寻和历史经历活动(我到哪儿去过);自然主义者认为旅游是一种自然享受和经历;人文主义者认为旅游是一种人文文化经历等。从本质上讲,旅游是人们以消遣、审美等精神愉悦为主要目的,到日常生活环境之外的地方旅行和逗留的各种身心体验,它是人们的一种

短期异地休闲生活方式和跨文化交流活动^[70-71],其目的性导向强调在深入体验基础上对旅游经历和旅游目的地的总体评价。

旅游者在一次旅游活动中多批次、递进式的消费特点导致其行为模式处于不停的变化当中。旅游者在未开始旅游目的地活动前,其行为要素涉及旅游动机、旅游偏好、旅游决策、旅游选择、旅游时空行为等考察变量,这些行为和旅游者接触的旅游目的地信息密切相关。此期间,旅游者在动机的驱使下,将外部信息和旅游者原有的旅游经验在个体大脑中不停地进行交换和加工,旅游者此时对旅游目的地相关信息的交换和加工介于主动和被动之间,属于心理学所强调的感知和认知的交替状态,也就是说,在旅游活动前,旅游者感知和认知行为伴随着旅游动机的产生而产生,随着外界信息交换的增加而发展。当旅游者在旅游目的地的旅游活动开始后,因为环境的变化旅游者以实际体验的方式重新开始主动和被动的接收旅游目的地的各种信息,在此期间,旅游者行为受动机、偏好、选择、评价、时空行为、客主交互等行为变量的驱使,感知和认知行为存在于旅游者行为的各个变量中,促进了旅游者各种行为的形成。旅游者这种和旅游目的地之间的感知和认知行为最终在旅游者回到常住地后结束,其标志是旅游者根据亲身体验后给出的关于旅游目的地的主观总体评价。这也说明了,旅游者感知和认知印象的形成不是其先天大脑就已经拥有的,是在旅游环境变化的过程中循环加工和自我调整下逐渐固化和沉积,这个过程和旅游者个体心智密切相关,其最终的平衡是内心自我调节的结果。其形成和演化过程正好印证了发生学关于人类的认识并不是先天形成的,而是在循环往复的通路中发生作用,并会在内在倾向的自我调节下趋于平衡的观点^[72-73]。

心理学中感知初级阶段感觉强调个体被动接受外界信息,认知则强调个体对信息搜寻和加工的主动性。也就是,认知的范围涵盖了感知,认知是在感知被动接受信息刺激并加工的基础上激发个体的注意,并进行主动的信息搜索进行的记忆和思维过程。

基于心理学对感知和认知的定义以及文中旅游研究者对感知和认知的运用,笔者认为旅游感知是旅游者在旅游者常住地或旅游目的地将外部旅游信息被动接收后和自身已有的旅游经验进行对比所形成的和旅游目的地事物密切相关的认识和评价。旅

游认知是旅游者在已有感知印象的基础上,根据原有旅游经验或实地旅游体验经历对旅游目的地相关信息主动进行选择、反馈、加工和处理的心理过程,该过程可以发生在旅游者常住地,也可以发生在旅游目的地,以形成对旅游地相关事物的总体认识和评价为最终目标。上述定义和心理学感知和认知概念的区别在于,心理学感知和认知的概念强调对心理过程的研究,旅游者行为研究中旅游感知和旅游认知的概念强调对评价结果的分析。

四、结语

本文从旅游者行为研究的角度,在综合分析国内外对旅游者感知和认知实证研究的基础上,借助心理学感知和认知的概念,明确提出了具有旅游者行为研究特点,以评价结果为核心的旅游者感知和认知的概念。文中以发生认识论研究成果对旅游者感知和认知形成的分析说明了旅游者感知和认知的形成是因为旅游活动环境的变化和旅游者自身心理调节共同作用下不断演化的结果。旅游者感知和认知和普遍意义上感知和认知的区别在于考察方式的差异,旅游者感知和认知更强调旅游者对相关事物的认识和评价结果。旅游感知和旅游认知的研究对象不仅是旅游者,其中还包括了旅游目的地常住居民^[74-78],此类实证研究在国内也呈逐年上升的趋势^[79-81]。旅游感知和旅游认知作为旅游者行为研究的重要组成部分,其后续研究不仅仅是理论上的探讨,更多的还需学界以实证研究的方法对其演化机理和理论猜想进行更深层次的验证。

参考文献:

- [1] 张立生. 近期国外旅游学研究进展《Annals of Tourism Research》文献分析[J]. 旅游学刊, 2004(3): 82-86.
- [2] 余洁, 马耀峰, 苟晓东. 近年来中国旅游研究的现状及热点问题述评[J]. 经济地理, 2006(4): 681-685.
- [3] 中国大百科全书总编辑委员会《心理学》编辑委员会普通心理学编写组编. 中国大百科全书·心理学—普通心理学[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1987: 13.
- [4] 中国大百科全书总编辑委员会《心理学》编辑委员会普通心理学编写组编. 中国大百科全书·心理学—普通心理学[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1987: 69.
- [5] 王更生, 汪安圣. 认知心理学[M]. 北京: 北京大学出版社, 1992: 30.
- [6] 张春兴. 张氏心理学词典[M]. 上海: 上海辞书出版

- 社, 1992, 476.
- [7] 张积家, 杨春晓, 孙新兰. 论“认知”和“认识”的分野——兼与赵璧如先生商榷 [J]. 北京: 中国社会科学, 1995, 121-128.
- [8] 张积家. 再论“认知”和“认识”的分野 [J]. 教育研究, 1997(11).
- [9] 方俊明. 认知心理学与人格教育 [M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 1990, 64.
- [10] Kathleen M. Galotti 著, 吴国宏等译. 认知心理学 [M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2005, 1-11.
- [11] 游旭群, 杨杏. 旅游心理学 [M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2003, 45-47.
- [12] 黎洁, 赵西萍. 美国游客对西安的感知研究 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2000(1), 51-55.
- [13] Abraham Pizam, Yoel Mansfeld 著, 舒伯阳, 冯玮译 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2005, 73.
- [14] PG Lewis AJ Meadows Canadian tourist information and the UK: plans and perceptions [J]. *Tourism Management* 1995, 16(1), 67-72.
- [15] Martin Oppermann Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions [J]. *Tourism Management* 1996, 17(3), 175-182.
- [16] Kemal Kantarci Perceptions of foreign investors on the tourism market in central Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan [J]. *Tourism Management* In Press Corrected Proof Available online 10 July 2006.
- [17] Cedric Cullingford Children's attitudes to holidays overseas [J]. *Tourism Management* 1995, 16(2), 121-127.
- [18] Roger Callan Clare Lefebvre Classification and grading of UK lodges: do they equate to managers' and customers' perceptions [J]. *Tourism Management* 1997, 18(7), 417-424.
- [19] Andrew McGregor Dynamic texts and tourist gaze: Death bones and buffalo [J]. *Annals of Tourism Research* 2000, 27(1), 27-50.
- [20] Bob McKercher Tanya Packer Matthew K. Yau and Patrick Lam Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities [J]. *Tourism Management* 2003, 24(4), 465-474.
- [21] Nina K. Prebensen Exploring tourists' images of a distant destination [J]. *Tourism Management* In Press Corrected Proof Available online 20 July 2006.
- [22] Abraham Pizam, Gang Hoan Jeong Cross-cultural tourist behavior: Perceptions of Korean tour-guides [J]. *Tourism Management* 1996, 17(4), 277-286.
- [23] J C Kuniyal A. P. Jain A. S Shannigrahi Public involvement in solid waste management in Himalayan trails in and around the Valley of Flowers India [J]. *Resources Conservation and Recycling* 1998, 24(3), 299-322.
- [24] Melinda Hillery Blair Nancarrow Graham Griffin Geoff Syme Tourist perception of environmental impact [J]. *Annals of Tourism Research* 2001, 28(4), 853-867.
- [25] I Petrosillo G. Zurlini M. E. Corliani N. Zaccarelli M. Dadamo Tourist perception of recreational environment and management in a marine protected area [J]. *Landscape and Urban Planning* In Press Corrected Proof Available online 5 May 2006.
- [26] Simon Wong Chak Keung Tourists' perceptions of hotel frontline employees' questionable job-related behaviour [J]. *Tourism Management* 2000, 21(2), 121-134.
- [27] Atila Yüksel Shopping experience evaluation: a case of domestic and international visitors [J]. *Tourism Management* 2004, 25(6), 751-759.
- [28] Atila Yüksel Fisun Yüksel Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions satisfaction and expressed loyalty intentions [J]. *Tourism Management* In Press Corrected Proof Available online 12 July 2006.
- [29] Neil Carr An exploratory study of gendered differences in young tourists perception of danger within London [J]. *tourism management* 2001(22), 565-570.
- [30] Michael Barker Stephen J Page Visitor safety in urban tourism environments: the case of Auckland New Zealand [J]. *Cities* 2002, 19(4), 273-282.
- [31] Richard George Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town [J]. *Tourism Management* 2003, 24(5), 575-585.
- [32] Dallen J Timothy Cevat Tosun Tourists' perceptions of the Canada-USA border as a barrier to tourism at the International Peace Garden [J]. *Tourism Management* 2003, 24(4), 411-421.
- [33] Gill Ponfret Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research [J]. *Tourism Management* 2006, 27(1), 113-123.
- [34] S Michèle Langlois John Theodore Elizabeth M. Ineson Poland: in-bound tourism from the UK [J]. *Tourism Management* 1999, 20(4), 461-469.
- [35] Manjula Chaudhary India's image as a tourist destination— a perspective of foreign tourists [J]. *Tourism Management* 2000, 21(3), 293-297.
- [36] Michael Grosspietsch Perceived and projected images of

- Rwanda: visitor and international tour operator perspectives [J]. *Tourism Management* 2006, 27 (2): 225-234.
- [37] James Wong Rob Law. Difference in shopping satisfaction levels: a study of tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* 2003, 24 (4): 401-410.
- [38] Nancy Phaswana-Mafuya Norbert Haydam. Tourists' expectations and perceptions of the Robben Island Museum—a world heritage site [J]. *Museum Management and Curatorship* 2005, 20 (2): 149-169.
- [39] Yaniv Poria Arie Reichel Avital Biran. Heritage site management: Motivations and Expectations [J]. *Annals of Tourism Research* 2006, 33 (1): 162-178.
- [40] 陆林, 焦华富. 山岳旅游者感知行为研究——黄山、庐山实证分析 [J]. *北京大学学报 (哲学社会科学版)*, 1996 (3): 41-46.
- [41] 吴必虎, 王晓, 李咪咪. 中国大学生对旅游安全的感知评价研究 [J]. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2001 (3): 62-68.
- [42] 解杼, 张捷, 刘泽华, 等. 旅游者入游感知距离与旅游空间行为研究——以江西省龙虎山为例 [J]. *安徽师范大学学报 (自然科学版)*, 2003 (4): 396-400.
- [43] 钱紫华, 陈晓健. 华山客源市场结构和游客行为调查分析 [J]. *干旱区资源与环境*, 2004 (6): 118-122.
- [44] 白凯, 马耀峰, 李天顺. 北京市入境游客感知行为研究 [J]. *消费经济*, 2005 (6): 63-67.
- [45] 白凯, 马耀峰, 周忠学. 入境游客消费决策行为影响研究——以北京市为例 [J]. *北京社会科学*, 2005 (3): 66-71.
- [46] 梁雪松, 马耀峰, 李天顺. 入境游客对旅游服务质量感知评价的分析研究 [J]. *生产力研究*, 2006 (4): 107-108.
- [47] 白凯, 马耀峰, 李天顺. 环境感知因素对旅华背包客旅游决策行为影响研究 [J]. *旅游学刊*, 2006 (5): 48-52.
- [48] 马耀峰, 张佑印, 梁雪松. 旅游服务感知评价模型的实证研究 [J]. *人文地理*, 2006 (1): 25-28.
- [49] 马秋芳, 杨新军, 康俊香. 传统旅游城市入境游客满意度评价及其期望——感知特征差异分析——以西安欧美游客为例 [J]. *旅游学刊*, 2006 (2): 30-35.
- [50] Juergen Gnoth. Tourism motivation and expectation formation [J]. *Annals of Tourism Research* 1997, 24 (2): 283-304.
- [51] Charles Abraham, Stephen Clift, Peter Grabowski. Cognitive predictors of adherence to malaria prophylaxis regimens on return from a malarious region: a prospective study [J]. *Social Science & Medicine* 1999, 48 (11): 1641-1654.
- [52] Prem Chhetri, Colin Arrowsmith, Mervyn Jackson. Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations [J]. *Tourism Management* 2004, 25 (1): 31-43.
- [53] J Enrique Bigné, Luisa Andreu, Juergen Gnoth. The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction [J]. *Tourism Management* 2005, 26 (6): 833-844.
- [54] Richard Prentice, Sinéad Guerin, Stuart McGugan. Visitor learning at a heritage attraction: a case study of Discovery as a media product [J]. *Tourism Management* 1998, 19 (1): 5-23.
- [55] Joar Vitters, Marit Vorkinn, Odd Inge Vistad, Jorid Vaagland. Tourist experiences and attractions [J]. *Annals of Tourism Research* 2000, 27 (2): 432-450.
- [56] Deborah Crick-Furnan, Richard Prentice. Modeling tourists' multiple values [J]. *Annals of Tourism Research* 2000, 27 (1): 69-92.
- [57] 林美珍, 李祝舜. 基于旅游者认知的旅游目的地印象管理 [J]. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2003 (5): 54-57.
- [58] 李巍, 张树夫. 旅游地形象的认知与构建 [J]. *资源开发与市场*, 2002 (6): 27-30.
- [59] 李蕾蕾. 旅游目的地形象的空间认知过程与规律 [J]. *地理科学*, 2000 (6): 563-568.
- [60] 黄震方, 李想. 旅游目的地形象的认知与推广模式 [J]. *旅游学刊*, 2002 (3): 65-70.
- [61] 薛玉梅. 旅游形象感知模式的心理机制及相关营销策略 [J]. *贵州社会科学*, 2005 (2): 27-29.
- [62] 刘燕霞. 旅游者情绪与认知的可控性研究 [J]. *天津市工会管理干部学院学报*, 2004 (3): 37-39.
- [63] 安辉, 付蓉. 影响旅游者主观风险认知的因素及对旅游危机管理的启示 [J]. *浙江学刊*, 2005 (1): 196-200.
- [64] 李君轶, 马耀峰. 我国入境游客旅游认知分析研究 [J]. *社会科学家*, 2005 (1): 144-146.
- [65] 陈娅玲, 马耀峰. 基于旅游市场调查的游客旅游体验研究——以桂林市为例 [J]. *西北农林科技大学学报 (社会科学版)*, 2006 (2): 102-106.
- [66] 邱扶东, 吴明证. 认知方式与消极情绪对旅游决策影响的实验研究 [J]. *心理科学*, 2005 (5): 1112-1114.
- [67] 白凯, 马耀峰, 李天顺. 旅华法国游客认知及偏好行为研究 [J]. *经济纵横*, 2005 (11): 18-21.
- [68] 刘睿文, 吴殿廷, 肖星等. 旅游形象认知的时间顺序对旅游目的地形象认知的影响研究——以银川沙湖与榆林红碱淖为例 [J]. *经济地理*, 2006 (1): 145-150.

[69] 唐代剑, 隋丽娜. 长三角居民赴韩旅游消费模式初探 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2006(2): 129-133

[70] 谢彦君. 基础旅游学 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2004: 66-73.

[71] 曹诗图, 郑宇飞, 黄蓉. 旅游概念的哲学辨析 [J]. 地理与地理信息科学, 2006(4): 71-74.

[72] 吴琳. 发生认识论的哲学来源 [J]. 武汉理工大学学报 (社会科学版), 2005(1): 76-79.

[73] 皮亚杰. 发生认识论原理 [M]. 北京: 商务印书馆, 1981: 1-7.

[74] 程金龙, 吴国清. 我国旅游形象研究的回顾与展望 [J]. 旅游学刊, 2004(2): 92-96.

[75] 郭英之. 旅游感知形象研究综述 [J]. 经济地理, 2003(2): 280-284.

[76] 王莉, 陆林. 国外旅游地居民对旅游影响的感知与态度研究综述及启示 [J]. 旅游学刊, 2005(3): 87-93.

[77] 赵玉宗, 李东和, 黄明丽. 国外旅游地居民旅游感知和态度研究综述 [J]. 旅游学刊, 2005(4): 85-92.

[78] 郭伟, 陆畅. 目的地居民对旅游影响的感知研究综述 [J]. 燕山大学学报 (哲学社会科学版), 2005(4): 89-92.

[79] 李卫华, 赵振斌, 李艳花. 古村落旅游地居民综合感知及差异分析——以陕西韩城党家村为例 [J]. 旅游科学, 2006(6): 52-58.

[80] 王德刚, 于静静. 旅游开发与居民感知态度影响因素实证研究 [J]. 旅游科学, 2007(4): 49-56.

[81] 郭英之, 姜静娴, 李雷等. 旅游发展对中国旅游成熟目的地居民生活质量影响的感知研究 [J]. 旅游科学, 2007(2): 23-28.

Reflections on the Conception of Tourist Perception and Cognition Based on Researches of Tourist Behaviors

BAI Kai¹, MA Yaofeng¹, YOU Xuqun²

(1. School of Tourism and Environment

Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, China;

2. School of Educational Science, Shaanxi

Normal University, Xi'an 710062, China)

Abstract From the point of view of tourist behavior research, The authors applied the psychological definitions of perception and cognition and used on-line literature analysis method to summarize and distinguish the conception of tourist perception and cognition focusing on the result of evaluation to tourist activities. The conclusion is based on the analysis of both theory of tourist perception and cognition and its practices in the filed of domestic and overseas tourist behavior research.

Key words tourist behavior; tourist perception; tourist cognition; conception

(责任编辑: 梁保尔)

(上接第 8 页)

Authenticity Understanding between Tourism and Heritage Perspective Differences

ZHANG Chaozhi

(School of Tourism Management, Sun Yat-sen

University, Guangzhou 510275; Center for Tourism

Planning & Research, Sun Yat-sen University 510275)

Abstract Authenticity is a dynamic, diversified and complex issue. Heritage protection area emphasize the object itself and

tries to construct the criteria and technical index of heritage protection while tourism research area emphasizes the experience of tourist. It argues about the “real” or “fake” experience and its effect. Tourism development and heritage protection is a dynamic process and the conception of authenticity should be understood in a two-fold perspective.

Key words authenticity; tourism; heritage protection; change difference

(责任编辑: 梁保尔)