

# 地方旅游文化的本土认知性评价研究

刘耀龙<sup>1</sup>, 刘静<sup>1</sup>, 段锦<sup>2</sup>

(1. 太原理工大学 经济管理学院, 山西 太原 200024;

2. 太原理工大学 政法学院, 山西 太原 200024)

**摘要:** 基于系统论科学思想, 从知悉度、参与度和评价度三个方面构建地方性旅游文化本土认知性评价指标体系和评价模型。以中华傅山园为例, 测算旅游文化本土认知程度。研究表明: 被调查者对旅游文化的综合认知分数为 46.02, 属于一般略偏低水平; 对旅游文化价值的认同感较高, 对中华傅山园景区总体评价良好。籍贯和年龄是影响旅游文化认知程度的重要因素。而旅游文化的知悉度、参与度和评价度之间存在着显著的自相关性。

**关键词:** 文化认同; 旅游; 评价; 中华傅山园

**中图分类号:** F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841 (2016) 01-0019-07

## 一、引言

旅游资源兼具有自然属性和社会文化属性<sup>[1]</sup>。旅游文化的发展与创新不仅是区域经济的有效增长点, 而且是地方精神文明建设的重要方向。《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》要求按照面向需求、系统推进、促进融合、加强创新的思路, 实施文化科技创新工程。文化创新的基础是文化认同与继承, 而在地方文化建设中, 本土民众的文化认知程度反映了地方文化精神凝聚力, 直接影响着文化的迁移与扩散效果, 也在一定程度上决定了文化创新的可行性。

旅游的文化属性研究主要是旅游资源学科研究的范畴。苏文才等 (1997) 探讨了旅游资源的文化属性, 并对具有文化属性的旅游资源做了分类<sup>[2]</sup>。旅游对文化的影响研究集中在旅游地理学科范畴。如唐宁 (2007) 系统阐述旅游活动对社会文化的积极和消极影响<sup>[3]</sup>; 保继刚等 (1999) 探讨旅游目的地民众的地域文化优越感问题<sup>[4]</sup>。针对文化认知过程的研究往往参考认知心理学的基本规律, 即通过感觉 (Sensation)、知觉 (Per-

ception)、记忆 (Memory)、思维 (Thinking) 和言语 (Speech) 等方式, 对文化的物质形态和精神属性的认识和内化<sup>[5]</sup>。

地方文化认同思想的最早提出者是法国社会学派代表人物 Durkheim E (1961)。他提出同一个社会的成员共有的信仰和感觉的总和构成具有本身社会特征的一定的体系称之为集体表象和共同意识<sup>[6]</sup>。周尚意等 (2004) 系统探讨了地方文化认同的社会意义, 指出地方文化认同是地方文化精神形成的基础, 抽象的地方文化形象往往是地方文化的精神核心; 塑造积极向上的文化精神, 就能更好地激发民众的创造力, 促进地方全面发展<sup>[7]</sup>。此外, 作为地方管理中的新领域, 地方文化形象的设计、推广与建设是区域经济和社会的全面发展必不可少的重要组成部分。

目前, 关于地方旅游文化认同的研究往往以定性表述为主, 辅以案例说明, 缺少量化的评价指标和评价标准, 缺乏不同区域之间地方文化认同程度的对比研究。本文以地方旅游景区中的文化元素为研究对象, 按照系统论的观点构建“地方性旅游文化认知性评价指标体系”, 通过专家打分法和层次分析法等手段确定指标体系权

**基金项目:** 山西省高等学校哲学社会科学研究项目“地方旅游文化的本土认知性评价与文化创新研究” (2012217); 太原理工大学校青年基金“世界遗产地旅游风险认知评价研究” (2013W023); 太原理工大学校青年基金“黄土高原区自然灾害引发旅游风险评估研究” (2013W024)

**作者简介:** 刘耀龙 (1984 - ), 男, 讲师, 博士, 研究方向为风险管理; 刘静 (1991 - ), 女, 2014 级在读研究生, 研究方向为企业管理; 段锦 (1982 - ), 女, 讲师, 博士, 研究方向为生态安全评价。

重。本研究选择山西省太原市中华傅山园作为实证调研对象。从文化内涵来看,“傅山文化”包含佛道儒家思想、书画艺术、中医文化(地方名吃“头脑”)、晋商文化、农耕文化等诸多内容。基本上反映了太原作为中华民族重要的发祥地之一,历经周、秦、隋、辽、金、元、明等朝代形成的文化积淀。从影响范围来看,中华傅山园的游客来源以太原市及周边地市居民为主,符合地方文化传播和发展规律。可以认为游客对“傅山文化”的认知一定程度上反映了太原本土文化的认知状况。

## 二、概念界定

### (一) 旅游文化与文化旅游

旅游与文化关系密切,文化是旅游的基础,旅游作为一种经济现象是与文化深层次结合的产物<sup>[8]</sup>。同时,旅游活动兼具经济属性和文化属性,即大众文化旅游活动不仅能给目的地国家或地区的经济发展带来巨大而深远的影响<sup>[3]2</sup>,而且对其社会文化产生

各种各样直接或间接的影响。具体而言,旅游资源的文化特性通过旅游活动参与者(如游客、导游、当地开发商和经营商等)的认知和扩散实现文化交流与文化移植;同时,强烈的地方文化优越感减少了游客对旅游地居民和文化的心理压力,从而在某种程度上起到了保护当地文化的作用<sup>[4]2</sup>(图1)。

旅游行为的综合性、时间空间的延展性、景观意态的趣味性、旅游内容的丰富性,以及满足游客文化需求多样化的客观规定性,促使旅游业必须具有适合自身发展需要的文化形态,这就是旅游文化<sup>[9]</sup>。旅游文化可以分为传统旅游文化和现代旅游文化。前者主要包括旅游者和旅游景观文化;后者则增加了旅游业文化和文化传播。目前,旅游文化研究已经上升到学科体系,成为一门旅游学与文化学交叉的新兴边缘学科<sup>[10-11]</sup>。旅游是经济发展的新兴活动,又是一种主观能动的文化活动,旅游活动中经济与文化的同一性和矛盾性是旅游文化学要解决的基本范畴。

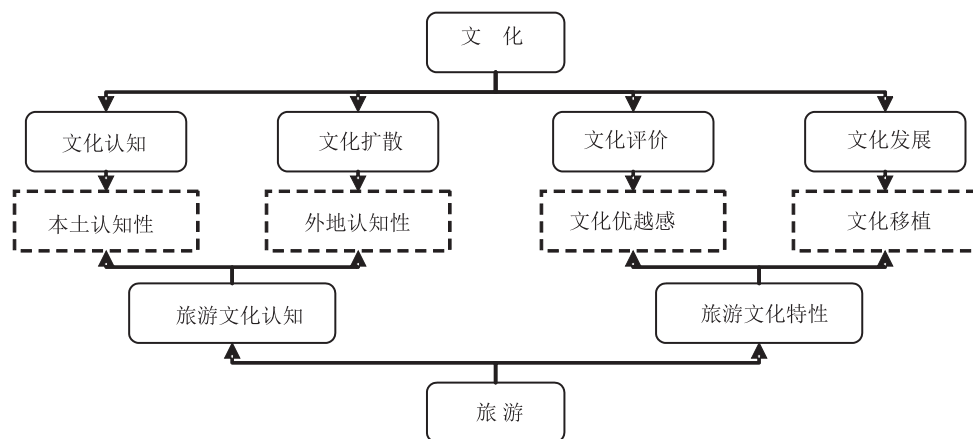


图1 旅游与文化的关系

文化旅游(Cultural tourism)是一种商业性的活动,游客在旅游过程中能认识其他民族生活的自然环境,并通过绘画、音乐、文学、工艺品等了解民族习俗、特征<sup>①</sup>。该术语归属于地理学(一级学科)下的旅游地理学(二级学科)应用学科。具体而言,旅游者通过旅游实现感知、了解、体察人类文化具体内容之目的的行为过程,其中包

括鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗踪或参加当地举办的各种文化活动等形式。文化旅游日益成为旅游发展的重要内容,文化旅游产业也已成为全球旅游业中最主要的增长市场<sup>[12]</sup>。大力推动文化旅游创新是旅游业发展的必然趋势,文化旅游创新能力提升已经成为中国旅游业实现产业转型升级和升级需要解决的关键问题<sup>[13]</sup>。

① 全国科学技术名词审定委员会(原称全国自然科学名词审定委员会). 文化旅游 [EB/OL]. 2012-12-10. <http://www.cnctst.gov.cn/index.jsp>.

## (二) 地方文化认同与文化优越感

文化认同 (Cultural identity) 是一种群体文化认同的感觉, 是一种个体被群体的文化影响的感觉。地方文化认同与法国社会学派代表人物爱米尔·涂尔干<sup>[14]</sup>的“集体表象”或“集体意识” (Collective Representation) 概念有一定的相似性, 即同一个社会的成员共有的信仰和感觉的总和构成具有本身社会特征的一定的体系, 称之为集体表象和共同意识<sup>[7]3</sup>。

文化认同包括对本国 (本地) 文化价值的认同和对外来文化价值的认同。地方文化认同与文化全球化是一对复杂矛盾体<sup>[15]</sup>, 且文化认同往往与民族旅游问题相结合<sup>[16]</sup>, 衍生出民族国家的文化认同、地方族群 (身份) 的文化认同、地方族群的文化变迁以及现代化与民族文化 (艺术品) 的转化与复兴等问题<sup>[17]</sup>。随着旅游业的迅速发展, 来自不同国家、地方、城市和文化背景的旅游者在目的地的游览、观光和跨文化交际、沟通、传播活动越来越频繁, 并开始对旅游目的地的经济、景观、文化、环境、社会等各方面发生显著的影响<sup>[18]</sup>。其中, 旅游和跨文化传播对目的地之地方文化认同和地方特性的影响尤为值得关注。

旅游文化优越感是旅游地或旅游开发商和经营者对当地文化或国际性文化的人为积极感知与

主观强烈认同现象。前者表现为旅游地尽可能地用舞台的形式把当地文化呈现给游客, 这种人为的文化表现形式使游客与当地社会隔离开来, 旅游地常常在舞台上过分渲染本土文化, 使旅游业蒙上了文化优越的色彩<sup>[4]3</sup>; 后者表现为旅游开发商将大多数国际性宾馆按西方风格设计, 而极少表现旅游地特色, 且团队游客一般都倾向于在这类宾馆停留, 由此表现出的超地域文化优越现象。

## 三、研究方法

### (一) 指标体系构建

根据地方旅游文化认知内涵和特征, 结合本研究的实际情况, 按照科学性、系统性、操作性和可推广性等原则, 构建出包括 1 个评价主题, 3 个评价内容和 9 个评价指标的地方旅游文化认知性评价指标体系 (表 1)。具体而言, 地方旅游文化认知度  $A_w$  包含三个评价内容, 即旅游文化知悉度  $I_r$ , 旅游文化参与度  $I_p$  和旅游文化评价度  $I_e$ , 相应的评价指标包括是否听过旅游文化  $P_1$ 、是否知道地理位置  $P_2$ 、是否了解文化内涵  $P_3$ 、是否游览过景区  $P_4$ 、是否参与文化活动  $P_5$ 、是否研究旅游文化  $P_6$ 、旅游文化价值认识  $P_7$ 、旅游景区总体评价  $P_8$  和旅游文化发展趋势  $P_9$ 。

表 1 地方旅游文化的本土认知性评价指标体系及权重

评价主题	一级权重	评价内容	二级权重	评价指标	三级权重	总权重
地方旅游文化 认知度 $A_w$	1.0000	知悉度 $I_r$	0.6586	是否听过旅游文化 $P_1$	0.6908	0.4550
				是否知道地理位置 $P_2$	0.1488	0.0980
				是否了解文化内涵 $P_3$	0.1603	0.1056
		参与度 $I_p$	0.1852	是否参观旅游文化 $P_4$	0.6370	0.1180
				是否参与文化活动 $P_5$	0.2583	0.0478
				是否研究旅游文化 $P_6$	0.1047	0.0194
		评价度 $I_e$	0.1562	旅游文化价值认识 $P_7$	0.3643	0.0569
				旅游文化总体评价 $P_8$	0.5368	0.0838
				旅游文化发展趋势 $P_9$	0.0989	0.0154

### (二) 指标数据获取

本研究采用随机抽样问卷调查法, 在中华傅山园景区开展旅游文化资源的本土认知性问卷调查。问卷内容包括两部分, 第一部分是调查者的基本信息和特征, 涉及性别、年龄、学历、职业以及籍贯 (是否本地人) 等 5 个封闭式单选题。第二部分是对文化认知性调查, 包括文化的

认识和熟悉程度、中华傅山园景区活动的参与程度和景区旅游文化发展的主观评价 (表 2)。包括 4 个是非问答题、3 个单选题和 2 个多选题, 其中 4 个问题设开放式选项。调查时间介于 2013 年 5 月 1 ~ 7 日, 共发放问卷 100 份, 收回问卷 96 份, 有效问卷 95 份, 问卷回收率 96%, 有效率 98.96%。

表2 旅游文化的本土性认知评价性指标及具体问题

编号	评价指标	问题设置
1	是否听过旅游文化	您在游览“中华傅山园”之前,是否听说过“傅山文化”?
2	是否知道地理位置	您是否知道“中华傅山园”的地理位置?
3	是否了解文化内涵	您知道的“傅山文化”内涵有哪些方面呢?
4	是否游览过景区	您是否游览过“中华傅山园”景区?
5	是否参与文化活动	您知道的“中华傅山园”活动有哪些呢?
6	是否研究旅游文化	您参观“中华傅山园”之后,是否有兴趣研究“傅山文化”?
7	旅游文化价值认识	您对“傅山文化”价值的认识程度是?
8	旅游景区总体评价	您对“中华傅山园”景区的总体评价是?
9	旅游文化发展趋势	您认为“傅山文化”未来发展优先考虑的是?

### (三) 指标权重确定

采用专家打分结合层次分析(AHP)方法确定二、三级评价指标的权重。按照层次分析法基本步骤<sup>[19]</sup>,运用yaahp软件建立评价层次结构模型。其中,目标层为地方旅游文化认知度;准则层为3个评价内容;方案层为9个评价指标。采用Email方式邀请专家填写指标相对重要性评价问卷、通过软件计算求得各个指标的权重值(表1)。各层次因素判断矩阵一致性比例CR取值有0.0279、0.0053、0.0370、0.0904 < 0.1,认为各个因素具有满意的一致性,各级指标权重计算结果可信。

### (四) 评价模型建立

地方旅游文化的本土认知性综合评价模型为:

$$A_w = \sum_{i=1}^n W_i \times \left( \sum_{j=1}^s W_j \times I_j \right)$$

其中, $A_w$ 为地方旅游文化认知度, $I_j$ 为具体评价指标, $W_i$ 为评价内容的权重, $W_j$ 为评价指标的权重, $n$ 为评价指标数量。评价结果采用百分制,按照里克特(Likert R. A)五点量表,将旅游文化认知性评价结果划分五个等级,即较低(0~20),低(20~40),一般(40~60),高(60~80)和较高(80~100)。通过层次分析法分别计算出三级指标权重(表1),得出地方旅游文化认知性综合评价模型为:

$$A_w = 0.6586 \times I_r + 0.1852 \times I_p + 0.1562 \times I_e \quad (1)$$

其中,

$$I_r = 0.6908 \times P_1 + 0.1488 \times P_2 + 0.1603 \times P_3 \quad (2-1)$$

$$I_p = 0.6370 \times P_4 + 0.2583 \times P_5 + 0.1047 \times P_6 \quad (2-2)$$

$$I_e = 0.3643 \times P_7 + 0.5368 \times P_8 + 0.0989 \times P_9 \quad (2-3)$$

式中, $A_w$ 为地方旅游文化认知度, $I_r$ 、 $I_p$ 、 $I_e$ 为三个评价内容, $P_{1-9}$ 为9个评价指标。综合模型为:

$$A_w = 0.4550 \times P_1 + 0.0980 \times P_2 + 0.1056 \times P_3 + 0.1180 \times P_4 + 0.0478 \times P_5 + 0.0194 \times P_6 + 0.0569 \times P_7 + 0.0838 \times P_8 + 0.0154 \times P_9 \quad (3)$$

## 四、研究结果

按照调查问卷处理的一般方式,对收回的95份有效问卷进行原始数据提取与电子数据库的录入,共计获得有效统计数据近2500个。按照调查目的分别对5个人员特征问题和9个调查问题进行统计频数和计算百分比,按照百分制分别对9个指标进行分级赋值,根据式(1)、(2)和(3),计算旅游文化综合认知度(表3)。

### (一) 代表性分析

“傅山文化”的本土认知性调查的典型性、代表性体现在被调查者的性别、年龄、籍贯、学历、职业等人口特征的结构与比例上。被调查者中男性占52.6%,女性占47.4%,男女性别比为1:1.11;年龄结构以19~44岁人群占主体,占总人数的78.9%;籍贯方面,山西人占总数的63.2%,外地人短期或长期在太原市居住的占36.8%;学历层次方面,大学专科、本科占62.1%,研究生及以上占27.4%;职业以教育行业人员最多,占46.3%,机关、企事业职员和文化学者合占总数的17.9%。总体来说,本次抽样

问卷调查对象的性别比例和年龄结构较为合理, 且以大学学历和教育行业学者为主体。调查结果

基本反映出太原居民对“傅山文化”的认知状况。

表 3 “傅山文化”的本土性认知评价性评价结果

评价主题	分值	评价内容	分值	评价指标	分值	
“傅山文化”综合 认知度 $A_w$	46.02	知悉度 $I_r$	47.77	是否听过旅游文化 $P_1$	52.63	
				是否知道地理位置 $P_2$	44.21	
				是否了解文化内涵 $P_3$	29.47	
		参与度 $I_p$	29.20		是否参观旅游文化 $P_4$	24.21
					是否参与文化活动 $P_5$	29.47
					是否研究旅游文化 $P_6$	53.68
		评价度 $I_e$	57.31		旅游文化价值认识 $P_7$	66.32
					旅游文化总体评价 $P_8$	56.25
					旅游文化发展趋势 $P_9$	33.68

(二) 认知度评价

“傅山文化”综合认知度  $A_w$  为 46.02, 按照李克特五点量表划分,  $A_w$  介于 (40, 60), “傅山文化”的本土认知属于一般略偏低水平 (表 3, 图 2)。在考虑调查及处理过程中系统误差的基础上, 该结论的得出是比较客观的。而且, 实践的调查中也反映出, 大部分游客对傅山故事有所听闻, 对“傅山文化”和中华傅山园知之甚少。通过参与问卷的调查与填写, 游客及本地居民进一步了解“傅山文化”的内涵和外延。

游客对“傅山文化”知悉程度一般 ( $I_r =$

47.77), 参与中华傅山园文化活动程度较差 ( $I_p = 29.20$ ), 对傅山文化的总体评价较高 ( $I_e = 57.31$ ) (表 3, 图 2)。考虑到评价度和参与度对综合认知水平的贡献率显著低于认知度, 故而被调查者对傅山旅游文化内涵、中华傅山园地理位置和相关活动的了解与熟悉程度基本上反映出傅山文化旅游资源的本土认知情况。此外, 景区游览与否对被调查者的文化认知程度和评价程度具有显著的影响。75.80% 的受访者之前未游览过中华傅山园景区, 他们对“傅山文化”的认知和评价均接近较低水平。

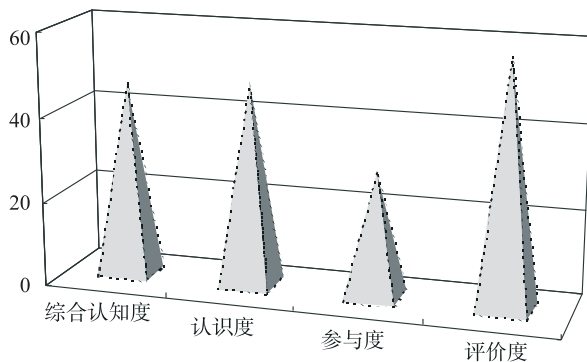


图2 “傅山文化”认知度评价结果

游客对“傅山文化”价值的认同感较高 ( $P_7$  分值为 66.32), 对中华傅山园景区总体评价良好 (分值为 56.25), 对“傅山文化”有一定的研究兴趣 (分值为 53.68) (表 3, 图 3)。被调查者对“傅山文化”内涵的认知程度较低, 对中华傅山园文化活动的参与程度有限, 对该景区未来的发展

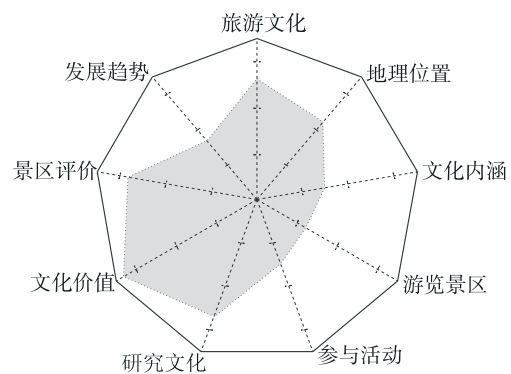


图3 “傅山文化”认知因子评价结果

态势持保守意见 (表 3)。从被调查问题的数理统计结果来看, 近半数人知道山西太原“傅山文化”和中华傅山园, 对佛道儒家思想、书画艺术和中医文化的认同度较高。通过多种渠道 (电视、网络、实际参与等) 了解文化庙会、书画展览等活动, 对景区的总体评价是配套设施具备、文化有

待发掘, 67.40%的受访者人为扩大对外宣传是“傅山文化”未来发展优先领域。

### (三) 影响因素分析

被调查者的性别、籍贯、年龄、学历和职业等特征, 不同程度地影响其对“傅山文化”的认知水平。研究表明, 女性综合认知程度显著高于男性, 尤其是对于旅游文化价值的认同程度较高( $P_7$ 分值为66.52)。山西人对于“傅山文化”的理解较好, 对于旅游文化业的发展持乐观态度( $P_9$ 分值为68.33)。年龄方面, 45岁以上受访者对于“傅山文化”的认知极高( $A_w$ 分值为82.64), 且超过九成的居民知道中华傅山园的具

体位置。学历因素对地方旅游文化认知的影响不太显著, 较低文化层次和较高文化层次两类人群对“傅山文化”的了解和研究程度较高。考虑景区游客的职业结构, 以机关、企事业职员和高校教师为“傅山文化”参与的主体, 专业的旅游文化产业研究学者和专家较少。

对知悉度 $I_r$ 、参与度 $I_p$ 和评价度 $I_e$ 进行相关性分析(表4), 结果表明三者之间存在显著的正相关关系(99%的可信度), 即被调查者的认知程度越高, 其相关活动参与程度越强, 相应的评价较高; 游客参与中华傅山园的文化活动越深入, 其对旅游文化价值的认知与评价越高。

表4 认知内容的相关性

评价内容		知悉度 $I_r$	参与度 $I_p$	评价度 $I_e$
知悉度 $I_r$	Pearson 相关性	1	0.563 **	0.461 **
	显著性 (双侧)	—	0.000	0.000
	样本数	95	95	95
参与度 $I_p$	Pearson 相关性	0.563 **	1	0.484 **
	显著性 (双侧)	0.000	—	0.000
	样本数	95	95	95
评价度 $I_e$	Pearson 相关性	0.461 **	0.484 **	1
	显著性 (双侧)	0.000	0.000	—
	样本数	95	95	95

注: \*\* 在 0.01 水平 (双侧) 上显著相关。

## 五、结论

1. 地方旅游文化认知程度显著影响着区域文化旅游业的发展与文化科技创新的进程。文化产业, 尤其是文化旅游业的兴起源于人民物质生活极大丰富和精神需求的极大增长。具有文化属性的地方旅游资源(景区)作为文化旅游的重要载体, 其内涵的大众认知程度决定了文化的迁移与扩散效果, 进而影响文化旅游产业的建设与发展。良好的文化认同和理解能够催生文化科技创新进程, 推进优质文化产品创新, 加快发展地域特色鲜明的文化产业。《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》强调, 构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系, 推动文化产业跨越式发展, 使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点, 为推动科学发展提供重要支撑。通过发展文化旅游产业, 更好地保护和利用优秀传统文化, 引进和学习外界先进文化, 培育和创新新兴文化, 实现文化产业与旅游产业齐头并进, 成为促进区域文化产业发展和精神文明建设的重要载体。

2. 地方旅游文化的本土认知性评价指标体系和综合评价模型可以定量反映区域旅游文化的社会认知度和影响因素特征。运用系统论构建三级评价指标体系, 采用层次分析法确定各级权重, 借用综合指数加权模型定量估算认知度, 将评价结果分级定性解释, 比较科学地反映地方旅游文化的本土认知性程度。针对中华傅山园的本土认知性评价结果显示: 被调查者对“傅山文化”综合认知度为46.02, 属于一般略偏低水平; 对“傅山文化”价值的认同感较高, 但参与文化活动程度较差; 对中华傅山园景区总体评价良好; 对“傅山文化”有一定的研究兴趣。籍贯和年龄是影响旅游文化认知程度的重要因素, 而“傅山文化”的认知程度、参与度和评价度之间存在着显著的自相关性, 即认知状况很大程度上影响游客的旅游兴趣。对于地方旅游文化的良好认知可以提高文化旅游业发展水平, 加深旅游者的参与程度, 反过来加强旅游文化的传播效果。

3. 旅游文化认知的复杂性和评价指标系统的可推广性决定了研究结果的科学性和应用前景。文化认知是个体对于精神意识文明的接受与判断过程。相对于显性的物质系统, 精神文明的

定性与评价要复杂得多。地方旅游文化的本土认知性评价选取与分级赋值受到研究内容(旅游文化类型、特征)的限制,部分指标反映问题的交互性和具象化程度影响着评价结果的准确性和稳定性。不同时段、不同群体对统一文化现象的认知与评价存在差异,地方文化建设的积极性和创新性也间接影响着评价结果。建议进一步开展相似旅游文化的区域认知评价对比研究,尝试绘制《山西省地方旅游文化本土认知情况分布图》,指导区域文化旅游业布局与优先发展方向。

### [参考文献]

- [1] 杨桂华, 陶犁. 旅游资源学 [M]. 修订版. 昆明: 云南大学出版社, 2003: 27-40.
- [2] 苏文才, 孙文昌. 旅游资源学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1997: 1-21.
- [3] 唐宁. 旅游学概论 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007: 137-141.
- [4] 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1999: 224.
- [5] Carol B. Cognitive psychology [M]. London: SAGE Publisher, 2007: 12-15.
- [6] Durkheim E. The elementary forms of religious life [M]. New York: Collier, 1961: 22-28.
- [7] 周尚意, 孔翔朱. 文化地理学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 175-211.
- [8] 阳国亮. 论旅游文化学 [J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2008, 30(1): 109-113.
- [9] 沈祖祥. 旅游文化学 [M]. 福州: 福建人民出版社, 2010: 18-23.
- [10] 张国洪. 旅游文化学: 研究选位与学科框架 [J]. 旅游学刊, 1999(S1): 20-23.
- [11] 陈麦池, 黄成林, 幸福森. 旅游文化与旅游文化学研究的理论辨析 [J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2011, 32(5): 62-66.
- [12] Van Der Ark L A, Richards G. Attractiveness of cultural activities in European cities: A latent class approach [J]. Tourism Management, 2006, 27(6): 1408-1413.
- [13] 宋振春, 纪晓君, 吕璐颖, 等. 文化旅游创新体系的结构与性质研究 [J]. 旅游学刊, 2012, 27(2): 80-87.
- [14] Durkheim E. The Division of Labor in Society [M]. New York: Free Press, 1997: 39-60.
- [15] 刘建明. 文化全球化与地方文化认同 [J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2005, 32(4): 460-461.
- [16] 吴其付. 民族旅游与文化认同: 以羌族为个案 [J]. 贵州民族研究, 2009, 29(1): 132-140.
- [17] 吴其付. 民族旅游文献中的文化认同研究 [J]. 广西民族研究, 2011(1): 191-198.
- [18] 李蕾蕾. 跨文化传播及其对旅游目的地地方文化认同的影响 [J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2000, 17(2): 95-100.
- [19] Saaty A L. The analytic hierarchy process [M]. New York: Mc Graw Hill, Inc. 1980: 1-5.

## A study of the cognitive evaluation about local tourism and culture

LIU Yaolong<sup>1</sup>, LIU Jing<sup>1</sup>, DUAN Jin<sup>2</sup>

( (1. College of Economics and Management, Taiyuan University of Technology, Taiyuan 030024, Shanxi, China;  
2. College of Politics and Law Institute, Taiyuan University of Technology, Taiyuan 030024, Shanxi, China) )

**Abstract:** Based on the system theory, the cognitive evaluation index system and evaluation model of local tourism and culture have been constructed from three aspects, the understanding, participation and evaluation. Taking Chinese Fushan Park as an example, the awareness of local tourism and culture has been calculated and estimated. The studies show that the awareness for tourism culture is 46.02, which is a little bit low. The identity for cultural value is higher. The overall assessment of Chinese Fushan Park is good. Native place and age are two important factors affecting tourism and cultural awareness. There are significant autocorrelations among awareness, participation and evaluation of tourism and culture.

**Key words:** cultural identity; tourism; evaluation; Chinese Fushan Park

[责任编辑: 王文静 责任校对: 徐燕]