

泰山书法景观的游客景观偏好研究

宗 宇¹, 徐兴宇¹, 吴泽坤¹, 徐媛媛², 杨 康¹, 付衍新¹, 孙威龙¹, 吴 军^{1*}

¹曲阜师范大学地理与旅游学院, 山东 日照

²齐鲁师范学院历史与社会发展学院, 山东 济南

Email: zongy17852640554@163.com, *wujun001@foxmail.com

收稿日期: 2020年10月22日; 录用日期: 2020年11月9日; 发布日期: 2020年11月16日

摘 要

书法是中华文化景观中重要而又独特的组成部分, 中国国内游客对书法景观的感知与旅游景区形象感知和游览体验关系密切。本文以世界自然 - 文化双遗产的泰山景区为例, 通过网络游记, 选取20张样本图片, 利用景观偏好矩阵, 综合运用语意差异法对泰山游客进行问卷调查, 并根据调查数据进行书法景观偏好相关性分析, 研究发现: “易读性”、“整齐性”以及“知名度”越高或带有“神秘性”的书法景观更容易受到游客喜爱; 复杂度过高的书法景观往往不能引起游客的喜爱; 人群对书法的了解程度对石刻景观的游览体验有直接影响, 兴趣越高、了解程度越高的人在游览过程中更乐意欣赏书法景观, 更能理解书法景观的文字含义, 因此其旅游体验更为深刻。

关键词

书法景观, 景观偏好, 语意差异法, 泰山

Study on the Landscape Preference of Tourists in the Calligraphy Landscape of Mount Tai

Yu Zong¹, Xingyu Xu¹, Zekun Wu¹, Yuanyuan Xu², Kang Yang¹, Yanxin Fu¹, Weilong Sun¹, Jun Wu^{1*}

¹College of Geography and Tourism, Qufu Normal University, Rizhao Shandong

²School of History and Social Development, Qilu Normal University, Jinan Shandong

Email: zongy17852640554@163.com, *wujun001@foxmail.com

Received: Oct. 22nd, 2020; accepted: Nov. 9th, 2020; published: Nov. 16th, 2020

*通讯作者。

文章引用: 宗宇, 徐兴宇, 吴泽坤, 徐媛媛, 杨康, 付衍新, 孙威龙, 吴军. 泰山书法景观的游客景观偏好研究[J]. 地理科学研究, 2020, 9(4): 223-229. DOI: 10.12677/gser.2020.94025

Abstract

Calligraphy is an important and unique part of Chinese culture landscape. Chinese domestic tourists' perception of calligraphy landscape is closely related to the image perception and tour experience of scenic spots. This paper takes Mount Tai Scenic spot, which is a double heritage of nature and culture in the world, as an example. Through online travel notes, select 20 sample pictures. Using the landscape preference matrix together with semantic differential method to conduct a questionnaire survey on tourists to Mount Tai and carrying out the correlation analysis of landscape preference according to the survey data. It is found that the higher "legibility", "uniformity" and "fame" of calligraphy landscape or calligraphy landscape with "mystery" are more likely to be loved by tourists. The complex calligraphy landscape often can not be loved by tourists; the level of people's understanding of calligraphy has a direct impact on the sightseeing experience of stone carving landscape. People with higher interest and knowledge are more willing to appreciate the calligraphy landscape and have a better understanding of its literal meaning, thus their travel experience is even more profound.

Keywords

Calligraphy Landscape, Landscape Preference, Semantic Differential Method, Mount Tai

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

书法作为中国传统文化的重要组成部分，是中华文化数千年积淀。书法景观作为景区审美元素构成风景成分，组成风景审美环境，在一定意义上具有休闲文化的属性。书法景观作用于人地关系、人的环境感知、空间行为模式、以及地方感的形成等方面[1] [2]，影响人对景区整体形象的感知，进而影响景区整体形象的构建。

目前对中国书法景观的研究较为广泛，如在书法家的地域分布方面，冯健、胡牧对书法文化空间传播与扩散，空间整合和地域综合作用等方面进行过分析[3]；董明辉等则通过地理位置、南北差异、内部复杂性等因素论述地理环境对书法风格的影响[4]；蒋长春等人基于游客书法偏好、书法欣赏水平等七个变量，构建地方感结构模型，探讨书法景观在游客地方感知中的作用[5]；颜丙金等通过 ArcGIS 技术揭示了全国尺度下书法景观文化遗产时空特征，并通过书家权重和模型进行了全国分省书法遗产资源评价[6]。可见虽然书法景观研究范围较广，但景观偏好方面的研究仍比较缺乏。

泰山，位于山东省中部，隶属于泰安市，面积 426 平方千米，主峰玉皇顶海拔 1545 米。气势雄伟磅礴，有“五岳之首”、“天下第一山”之称，是世界自然与文化遗产。作为中华文化的发祥地，其历史源远流长，文化博大精深。泰山石刻具有宗教价值、书法价值、审美价值、历史价值、文学价值等综合价值[2]，其中大部为自然石刻，少量为碑碣。泰山石刻源远流长，分布广泛，数量众多，现存碑刻 500 余座、摩崖题刻 800 余处，碑刻题名之多冠中国名山之首，成为一处天然的书法展览馆。所以研究泰山书法景观的游客偏好具有重要意义。

2. 研究对象与方法

2.1. 研究对象

本研究以泰山景区为例,采用 Kaplan 景观偏好矩阵的预测因子从书法景观评价中提取 10 对形容词对组成评价因子,并运用语意差异法结合选取的 20 张反映泰山书法景观的石刻图片进行问卷调查,通过 SPSS16.0 进行景观偏好相关性分析以及人群书法了解程度对旅游体验的影响研究,以探究影响书法景观偏好的因素。

2.2. 相关理论分析

2.2.1. 景观偏好

景观偏好是以景观知觉为基础,从视觉美学、体验模型和心理认知的角度,来表达人们对景观环境的喜爱或不喜爱的程度,是人们对物理环境的认知、情感的反应,是一连串人与环境交互作用的结果[7] [8] [9]。

2.2.2. 偏好矩阵

偏好矩阵最早在 1989 年由 Kaplan 夫妇提出,是一种以心理学为基础的概念架构进行“景观偏好”评价的方法,景观偏好矩阵是指测试者对景观建设的满意程度及其喜好程度的一种评价方法。景观偏好矩阵对景观的评价是一种感性评价,是潜藏在人们内心的一种情感倾向的表达,不同的人有不同的感觉,有明显的个体差异,但积累到一定的量也可以呈现出群体特征[10]。本文采用 Kaplan 景观偏好矩阵的预测因子从书法景观评价中提取 10 对形容词对组成评价因子,来探究影响书法景观偏好的因素。

2.2.3. 语义差异法

语义差异法(SD 法)是 1957 年 Osgood 提出的一种心理测试方法,它通常是尽可能多地选取与描述研究对象有关的、且词义相反的形容词对,评价尺度定为-2, -1, 0, 1, 2 五级,表示以该形容词描述客观对象时的心理感觉强度。本文运用语义差异法从 10 个角度来测度了游客对泰山书法景观的喜好程度。

3. 研究过程

3.1. 问卷设计

首先,本文从游客的视角出发,通过对 100 篇来自携程、途牛、马蜂窝等旅游网站的高质量游客游记进行整理分析,确定 20 张石刻图片作为本次的调研样本。其次,考虑到受访者的文化水平与理解能力的差异,笔者根据游记中人们对书法的主要评价词语进行筛选,并确定三个筛选原则:1) 不易形成或完全相反的形容词对;2) 中心点两侧不易对称的形容词对;3) 不经常使用的形容词对[11]。最后结合 Kaplan 的景观偏好预测因子,确定 10 对正、反形容词,供被访者选择(表 1)。

Table 1. SD factor and corresponding adjective pairs
表 1. SD 因子及相应的形容词对

评价项目	形容词对
(01)偏好	不喜欢 - 喜欢
(02)复杂性	简单 - 复杂
(03)整齐性	杂乱 - 整齐
(04)趣味性	无聊 - 有趣
(05)清晰性	模糊 - 清晰
(06)知名性	从未听说 - 听说过
(07)易懂性	难读懂 - 易读懂
(08)易读性	很难发现 - 易被发现

Continued

(09)探究性	不想研究 - 想研究
(10)联想性	不会让人联想 - 会让人联想

为了便于受访者理解,根据一般人能够不混淆处理的感觉量级小于8个的原则,同时最大可能提高收集精度,本文确定主观评价等级为5级,并使用“非常”、“比较”和“中等”来区分,以0为轴线左右分布,从左到右分别给予数值-2、-1、0、1、2以便定量分析时数值化(表2)。

Table 2. The evaluation scale

表 2. 评定尺度表

非常	比较	一般	比较	非常
-2	-1	0	1	2

调查问卷共分为三部分。第一部分,是对人口学统计,主要包括性别、年龄、学历、职业以及到泰山景区旅游的次数等;第二部分是对游客书法了解情况调查,从被访者对书法的了解程度、喜爱程度、学习兴趣、认可态度、观赏体验等问题。第三部分,根据反映泰山书法的20张泰山石刻样本照片,利用语义差异法设计10对形容词对来测量游客的偏好程度。

3.2. 问卷调研

2019年2月9日至13日,研究成员在泰山景区面向游客采用随机抽样方法共发放问卷100份,回收有效问卷97份,有效率达97.00%。人口学统计结果见表3。

Table 3. Statistical characteristics of demographic statistics (N = 97)

表 3. 统计样本人口统计学基本特征(N = 97)

性别	人数	所占比例	职业	人数	所占比例
男	48	49.48%	公务人员/事业单位人员	12	12.37%
女	49	50.52%	企业/公司职员	20	20.62%
年龄	人数	所占比例	教师	5	5.15%
18岁以下	9	9.28%	医生	4	4.12%
18~25岁	24	24.74%	科研/技术人员	2	2.02%
26~30岁	7	7.22%	个体经营户	8	8.25%
31~40岁	21	21.65%	军人	1	1.03%
41~50岁	28	28.87%	退休人员	3	3.09%
51~60岁	4	4.12%	学生	27	27.84%
60岁以上	4	4.12%	自由职业	14	14.43%
学历	人数	所占比例	其他	1	1.03%
初中及以下	8	8.25%	个人月收入	人数	所占比例
中专/技校/高中	26	26.80%	暂无收入	23	23.71%
大学专科	21	21.65%	3000元及以下	12	12.37%
大学本科	33	34.02%	3001~6000元	36	37.11%
硕士	8	8.25%	6001~10,000元	21	21.65%
博士	1	1.03%	10,000元以上	5	5.15%
到泰山旅游次数	人数	所占比例			
1次	40	41.24%			
2~4次	43	44.33%			
4次以上	14	14.43%			

4. 研究结果与分析

4.1. 游客对书法景观偏好预测因子分析

采用 SPSS16.0 对样本图片的复杂性、趣味性、探究性等共 9 个预测因子进行均值分析(见表 4), 结果表明最受游客喜爱的景观偏好因子为易读性, 均值为 1.3814, 其后依次为整齐性、知名性、清晰性、联想性、探究性、易懂性、趣味性、复杂性(图 1)。

Table 4. Tourists' preference for stone carving samples

表 4. 游客对石刻样本偏好因子的喜好程度

偏好(取值-2~2)	均值	标准差	N	排序
复杂性	-0.1546	1.43135	97	9
趣味性	0.5464	1.54124	97	8
探究性	0.7216	1.26444	97	6
联想性	1.2887	0.86553	97	5
整齐性	1.3711	0.86986	97	2
清晰性	1.2887	0.94603	97	4
易懂性	0.5979	1.15163	97	7
易读性	1.3814	0.72806	97	1
知名性	1.3402	0.95619	97	3

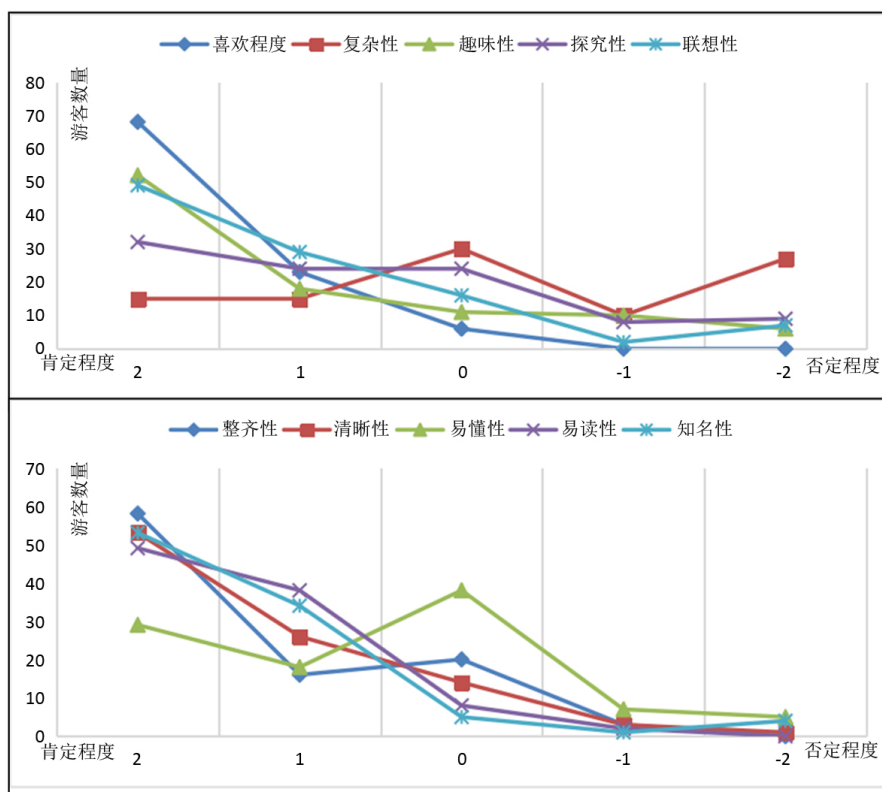


Figure 1. The quantity statistics of tourists' different degree orientation to each factor

图 1. 游客对各因子不同程度取向的数量统计

研究说明具有清晰、易辨识的特征的石刻景观和地理位置易被人们发现的石刻景观最容易得到游客的喜爱；在一定程度内石刻表面字体整齐性越高、石刻知名度越高的书法景观人们对其偏好程度越强；同时，带有神秘性的书法景观往往更容易引起人们的联想，使人有继续探究的欲望，一定程度上也能引起游客的喜爱；而字体越复杂混乱的书法景观往往不能引起游客的喜爱。

4.2. 游客对书法了解程度相关性研究

论文对书法了解程度相关指标进行相关性分析(见表 5)。结果说明：游客对书法的兴趣与其他指标的相关性均较高，表明游客对书法兴趣会直接影响其在旅游过程的对书法景观的体验；兴趣较高的游客在游览过程中对书法景观的注意度更高，在游览和观赏过程中对书法文字的理解能力更强，旅游体验更为满意；同时，“了解程度”与“欣赏习惯”均与“分辨字体”有显著相关性，说明在生活中有欣赏书法作品习惯且对书法知识了解较多的人更容易分辨石刻上的各种文字，读懂其中含义，收获较高的旅游体验；游览次数与各指标相关性均比较低，可以得出游客欣赏书法景观的程度与体验跟游览次数无明显关系。

Table 5. Related indicators of tourists' understanding of calligraphy

表 5. 游客书法了解程度指标相关性

制变量		书法兴趣	了解程度	积极寻找	字体演变	书法家了解	认识文字	欣赏习惯	分辨字体	游览次数
书法兴趣	相关性	1.000	0.899	0.814	0.771	0.765	0.795	0.836	0.764	0.137
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.180
	df	0	95	95	95	95	95	95	95	95
了解程度	相关性	0.899	1.000	0.842	0.839	0.834	0.833	0.868	0.820	0.203
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.046
	df	95	0	95	95	95	95	95	95	95
积极寻找	相关性	0.814	0.842	1.000	0.787	0.758	0.810	0.781	0.815	0.164
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.108
	df	95	95	0	95	95	95	95	95	95
字体演变	相关性	0.771	0.839	0.787	1.000	0.745	0.817	0.835	0.797	0.129
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.208
	df	95	95	95	0	95	95	95	95	95
书法家了解	相关性	0.765	0.834	0.758	0.745	1.000	0.794	0.757	0.737	0.206
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.043
	df	95	95	95	95	0	95	95	95	95
认识文字	相关性	0.795	0.833	0.810	0.817	0.794	1.000	0.824	0.803	0.194
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.057
	df	95	95	95	95	95	0	95	95	95
欣赏习惯	相关性	0.836	0.868	0.781	0.835	0.757	0.824	1.000	0.850	0.189
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.063
	df	95	95	95	95	95	95	0	95	95
分辨字体	相关性	0.764	0.820	0.815	0.797	0.737	0.803	0.850	1.000	0.073
	显著性(两侧)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.479
	df	95	95	95	95	95	95	95	0	95
游览次数	相关性	0.137	0.203	0.164	0.129	0.206	0.194	0.189	0.073	1.000
	显著性(两侧)	0.180	0.046	0.108	0.208	0.043	0.057	0.063	0.479	0.000
	df	95	95	95	95	95	95	95	95	0

5. 结论与讨论

本文通过对泰山景区游客的景观偏好调查数据的处理和分析,归纳总结了游客对泰山风景区的景观偏好特征,并得出以下结论:

1) 偏好矩阵在评价景观过程中,各因子之间关系密切。一般来说,“易读性”、“整齐性”以及“知名性”越高或带有“神秘性”的石刻更容易受到游客喜爱。①根据对调查数据的分析整理可以看出,“易读性”、“整齐性”以及“知名性”均值明显高于其他因子。“易读性”高的书法景观,有明显区分的书法文字,较为醒目,在游览过程中容易被人们发现,同时文字较易读懂,清晰完整,保存情况较好,人们喜欢的程度也较高。“整齐性”值高的书法景观,其组成元素排列有序,连贯而整齐,给予人和谐一致的感觉,所以游客喜欢的程度也较高;“知名性”对游客的景观偏好有着较为明显且直接的影响,石刻的知名度越大,越容易引起游客的关注,人们的喜欢程度也就越高。②“联想性”与“探究性”所代表的神秘性同样对游客喜好有较为明显的影响,带有神秘性的石刻往往更容易引起人们的联想,使人有继续探究的欲望,一定程度上也能引起游客的喜爱,而复杂度越高的石刻越不易被游客喜爱。

2) 游客对书法的了解程度对石刻景观的游览体验有直接影响。兴趣越高、了解程度越高的人在游览过程中更乐意欣赏书法石刻,也更能理解石刻的文字含义,游览感受更为满意。本文通过对偏好矩阵预测因子之间的关系进行分析研究,可以看出各因子之间存在联系。这一发现对于未来景观设计具有一定的实践意义,在景观设计的过程中,设计师可以通过提高景观的“整齐性”与“易读性”来引起游客的注意,增强其游览体验,同时避免设计“神秘性”和“复杂性”过高的景观,以免对游客的理解产生较大的障碍,不利于游客对于景观的欣赏。

基金项目

山东省社会科学规划研究项目(15CGLJ11);曲阜师范大学校级大学生创新创业训练计划项目(2019A042);山东省教育服务新旧动能转换专业对接产业项目(精品旅游)大学生创新创业训练计划项目(JLXJDN2019017)。

参考文献

- [1] 张捷. 基于人地关系的书法地理学研究[J]. 人文地理, 2003, 18(5): 1-6.
- [2] 胡秀云. 泰山书法景观的游客感知意象研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2014.
- [3] 冯健, 胡牧. 书法文化的区域初步研究[J]. 云南地理环境研究, 1999(2): 89-95.
- [4] 董明辉, 吴慧平. 试论古代中国书法与地理环境[J]. 人文地理, 1997(2): 62-65.
- [5] 蒋长春, 张婕, 万基财. 名山风景区书法景观在游客地方感中的作用——以武夷山风景区为例[J]. 旅游学刊, 2015, 30(4): 73-83.
- [6] 颜丙金, 张捷, 李莉, 等. 元朝及以前书法景观文化遗产时空特征——基于《寰宇访碑录》及其补作数据库[J]. 地理研究, 2017, 36(5): 985-1000.
- [7] 路怡斐, 宋文雯. 在景观评价中偏好矩阵的应用研究[J]. 设计, 2015(7): 44-47.
- [8] 章俊华. 规划设计学中的调查分析法 16——SD 法[J]. 中国园林, 2004(10): 57-61.
- [9] Korpela, K.M., Klemettilä, T. and Hietanen, J.K. (2002) Evidence for Rapid Affective Evaluation of Environmental Scenes. *Environment & Behavior*, 34, 634-650. <https://doi.org/10.1177/0013916502034005004>
- [10] 叶晓敏, 倪琪. 基于文化背景的景观偏好研究——以杭州西湖风景区为例[J]. 华中建筑, 2011, 29(9): 145-149.
- [11] 常红雨. 福州城市公园绿地人文景观偏好研究[D]: [硕士学位论文]. 福州: 福建农林大学, 2018.