

文章编号:1001-4810(2010)01-0087-06

书法景观旅游地游客感知意象影响因素分析 ——以桂林叠彩山景区为例

柯立,张捷,李倩

(南京大学国土资源与旅游学系,江苏南京 210093)

摘要:选取摩崖石刻等书法景观集中的桂林叠彩山景区作为案例地,通过因子分析方法将游客对书法景观感知进行萃取并通过游客的人口统计学特征以及游客对书法景观感知意象因子的差异性研究发现:游客性别对“实践与趣味”因子的感知有明显差异,女性更容易在游程中受到环境感染,对活动趣味上的感知高于男性;受教育水平对“联想与增智”因子的感知有显著性影响,文化程度高的游客对书法景观的欣赏会有更深层次的感悟。通过单因素方差分析,比较不同动机类别的旅游者对叠彩山书法景观的感知差异,不同动机类别的旅游者在“实践与趣味”、“地物标志”因子上差异显著。

关键词:书法景观;感知意象;影响因素

中图分类号:K901 **文献标识码:**A

0 引言

书法景观(Calligraphic Landscape)是由成批书法作品在特定地理空间范围内集体展现而形成的具有特殊外部视觉特征和特殊地方感的场所环境^[1],是书法家有意识地改造自然环境而形成的一种比较特殊的文化形态,是一种地理复合体^[2]。中国书法是中国传统艺术的典型,具有历史悠久、文化遗产丰富、文化价值突出、艺术特征明显、艺术体系丰富且完整,以及文化普及性、传承性、联动性强等特点^[3]。

作为固定于自然岩面的书法(景观),摩崖石刻中的刻字更是我国山岳型旅游地常见的人文历史遗存,它们不仅是一种珍贵的历史文物,更重要的是一种旅游资源。桂林是一个多石灰岩地区,峰林洞府,景观奇特,举世闻名。古往今来,游人在观览桂林名山胜景、文物古迹同时留下的诗文题刻计有1656处之多^[4]。桂林石刻景观是历朝历代文人学士政治家们以桂林特有的石灰岩为载体,以勒石刻字为手段,反映

各历史时期人类思想印痕的物质文化现象,成为研究地方史志乃至中国文化的重要珍贵资料^[5],在中国石刻文化史上素有“汉碑看山东,唐碑看西安,宋碑看桂林”之说。目前我国对书法景观的研究主要着重于中外书法及文字比较,对书法家的地域分布、书法的地域风格^[6,7]、地理环境对书法风格的影响^[8,9]的研究,而作为文化的标志进行则十分缺乏。本文以桂林叠彩山景区为例,通过游客对书法景观场所的感知的调查,初步分析探讨摩崖石刻书法景观地感知意象形成的影响因素,以期为进一步提升景区的游览品质提供帮助。

1 叠彩山摩崖石刻的文化内涵

叠彩山位于桂林市内漓江沿岸,为广西壮族自治区重点文物保护单位。景区内摩崖石刻201件,是桂林乃至广西摩崖石刻最为集中的景点之一。叠彩山石刻涵盖隶、篆、真、行、草等各体书法,字径大小不

基金项目:国家自然科学基金资助项目(40871072/D010202)

第一作者简介:柯立(1987-),女,南京大学国土资源与旅游学系人文地理专业研究生,E-mail:kedilidellyway@163.com。

通讯作者:张捷(1960-),男,博导,南京大学旅游研究所、国土资源与旅游学系教授。

收稿日期:2009-12-07

一,内容丰富多样,以诗文为主,内容多为描绘桂林山水及风景建筑、教育、宗教、政治、绘画艺术等方面,可称得上是桂林地方文化的百科全书^[10]。丰富的摩崖石刻,不仅昭示了古代叠彩山旅游活动的兴起,为研究古人旅游活动的特点提供资料,更是叠彩山景区至今仍然看得到、摸得着并且与山水融合、古人寄情于景的文化实物,因此成为游人想了解、常问及的文物。特别是叠彩山景区石刻最集中的风洞,成为整个景区最具特色,对游客有极大的吸引力的景点。游客在游览过程中,从摩崖石刻中所获取的信息,远远超过从自然山水中所获取的信息。在导游的解说词中,石刻的内容以及由石刻引发的内容占了相当大的比重。观赏自然山水只是一种初级的、简单的、表象的旅游活动;而观赏摩崖石刻则是一种高级的、复杂的、内在的旅游活动。游客通过仔细阅读,可以深刻领略石刻的书法艺术、雕凿技巧及历史内容,在休闲游览桂林山水的同时实现求新、求异、增长知识、陶冶心灵的旅游目的^[11]。可以说,摩崖石刻及其文化内涵是叠彩山景区最能吸引游客、容易被游客感知的景观。

2 研究途径及研究方法

研究主要基于调查问卷展开,于2009年7月在桂林市叠彩山以国内游客为对象进行正式抽样调查,共发放680份,回收664份,回收率为97.6%,排除回答不完全及真实性较低的样本后,最终使用有效样本共计644份,有效问卷率94.7%;对所得问卷采用社会经济统计学软件包SPSS进行分析研究。

3 研究结果

3.1 调查对象的人口统计学特征及旅游特征

本研究的644份样本之中,年龄以15~24岁人数和25~34岁最多,各占有效问卷的25.57%;教育水平以大专、本科比例最大(58.5%);职业以学生最多,其次为专业文教技术人员,各占30.1%和22.0%;收入方面,调查期间正值暑假,学生占被调查对象的比例较高,因此月平均收入500元占26.7%。74.7%的游客曾经练习书法。访问景区次数的问项中,80.5%的游客是初次到访,19.5%的游客为重游。

3.2 游客对书法景观意象感知分析

首先经过均值分析,发现游客对叠彩山景区书法景观具有很高的正面评价,所有的评价项分值均超过了中间值3.0分。其中,“摩崖石刻等书法景观丰富了您的知识”选项的评价分值最高(均值=4.02,标准偏差=0.825),另外,选项“摩崖石刻等书法景观增强了景区的文化内涵和氛围”也有较高的评分(均值=3.97,标准偏差=0.806)。这说明游客在观光旅游的同时,意识到书法景观的历史文化价值,并通过观摩书法景观获得了知识,感知到景区由于书法景观的存在而展现出来的历史文化氛围。

对游客对书法景观感知的各感知项进行因子分析。利用主成分法提取公因子,经方差最大正交旋转后得到4个公因子(表1),分别包含了“传统与文化”、“联想与增智”、“实践与趣味”、“地物标志”。4个公因子分别在目的地意象的各感知项上有较大的载荷(大于0.50)。

表1 书法景观感知意象的正交旋转因子分析

Tab.1 Factor analysis with varimax rotation for images of calligraphic landscape in Diecaishan

意象感知项	因 子				均值	标准差
	1	2	3	4		
传统与文化					3.709	0.839
摩崖石刻等书法景观是最能表现旅游地历史文化的景观符号	0.272				3.83	0.860
摩崖石刻等书法景观增强了景区的文化内涵和氛围	0.432				3.97	0.806
摩崖石刻等书法景观的含义与景区的历史文化联系	0.218				3.82	0.848
摩崖石刻等书法景观是最具中国特色的文化符号	0.350				3.98	0.800
联想与增智					3.752	0.905
欣赏风景的角度会受到摩崖石刻等书法景观内容的启发		0.426			3.60	0.9892
摩崖石刻等书法景观的内容会引发联想		0.487			3.61	0.878
摩崖石刻等书法景观丰富了知识		0.301			4.02	0.825
实践与趣味					3.623	0.958

续表 1

意象感知项	因子				均值	标准差
	1	2	3	4		
按照摩崖石刻等书法景观的吉祥如意尝试,如摸好运石			0.677		3.71	0.968
摩崖石刻等书法景观增加了景区的趣味性			0.280		3.60	0.874
摩崖石刻等书法景观对游览路线起到了作用			0.452		3.48	0.955
地物标志					3.584	0.935
摩崖石刻等书法景观很容易引起注意				0.287	3.75	0.843
喜欢在摩崖石刻等书法景观边合影				0.940	3.61	0.962
解释方差/%	22.493	19.573	12.883	10.221	—	—
Cronbach α	0.773	0.727	0.645	0.591	—	—

KMO: 0.906 Bartlett: 1943.85 ($P=0.000$)

3.3 游客人口统计学特征与书法景观感知因子的差异性检定

Po-Ju and Deborah (1999)在调查中发现,旅游目的地形象主要取决于旅游者或潜在旅游者的行为和社会人口等统计变量^[12]。态度、行为和社会阶层方面的文化差异,会影响旅游意象的感知^[13,14]。

本研究以游客的人口统计学特征与书法景观感知因子进行t检验。研究结果发现,旅游者性别、学历等变量下,书法景观感知因子存在显著性的差异(表2)。而年龄、职业、收入、是否曾经练习书法,对书法景观感知的影响不显著。

t检验结果显示,女性游客较男性游客在“实践与趣味”因子上存在显著差异($P=0.001$)。这种现象的原因可能是由于女性在感情上更容易受到煽动、更

容易在游程中受到环境感染,乐于参与游览过程中的诸如“摸好运石”之类的活动从而提高游程满意度;而相对于女性游客来说,男性游客在情感上更为理性,故对活动趣味上的感知低于女性。

而通过t检验,同时发现,是否接受过高等教育,对感知因子“联想与增智”($P=0.006$)的感知差异显著。教育程度的不同导致对事物的认知存在差异。文化程度高的游客,在之前的经历中更有可能较多的接触书法和书法景观,对书法景观的欣赏会有更深层次的感悟。因此,书法景观给这类游客带来的不仅仅是“我到了这里”的确认,更是对整个景区、环境人文与自然的联想,欣赏风景的角度也由于文化的渗入变得不同。

表2 不同人口特征旅游者对叠彩山书法景观感知意象的独立样本t检验与均值分析
Tab. 2 Independent sample T test and mean value analysis of perceptual image to calligraphic landscape in Diecaishan by tourists with different demographics

项目	类别	传统与文化	联想与增智	实践与趣味	地物标志
性别	男	3.864	3.716	3.537	3.751
	女	3.897	3.765	3.727	3.690
	t值	-0.028	-0.207	3.436	-1.202
	P值	0.978	0.836	0.001	0.230
受教育水平	未受高等教育	3.867	3.658	3.571	3.696
	受过高等教育	3.901	3.801	3.677	3.715
	t值	-0.246	2.735	-0.136	-0.910
	P值	0.805	0.006	0.892	0.363

3.4 游客的旅游特征与书法景观感知因子的差异性检定

3.4.1 熟悉度与目的地感知意象分析

一般认为,旅游者之前造访旅游地的经历对其对

该旅游地的感知有很大影响,曾经造访过某旅游地的游客较之前未曾造访的游客对旅游地具有更高的评价^[15]。

以游览次数来反映旅游者对叠彩山书法景观的

熟悉程度,通过方差分析,发现不同游次(熟悉程度)下游客对各书法景观各因子的感知除“联想与增智”因子外没有显著差别(表3)。而各因子均值在不同游次(熟悉程度)游客中也出现了波动:曾经造访叠彩山的游客,再次游玩时,对景区摩崖石刻感知会比第一次游玩时强烈,感知各公因子得分的均值普遍比第一

次游玩的游客高。而对于第三、第四次游览的游客,对书法景观的感知有普遍的下降,而这种情况在五次以上造访景区的游客身上却出现了变化,这部分已经多次造访并对景区已经很熟悉的游客对景区内摩崖石刻的感知特别是在传统与文化因子上的感知有了较大的提升。

表3 不同游次的旅游者对叠彩山书法景观感知意象的方差分析及均值比较
Tab. 3 ANOVA of image perceptions among tourists with different times of visit

感知因子	F 值	P 值	游 次				
			1 次	2 次	3 次	4 次	5 次及以上
传统与文化	0.616	0.585	3.898	4.014	3.639	3.583	3.820
联想与增智	3.394	0.006	3.768	3.945	3.741	3.222	3.323
实践与趣味	0.662	0.785	3.640	3.679	3.444	3.222	3.385
地物标志	0.139	0.952	3.704	3.827	3.889	3.167	3.500

出现这种现象的原因可能是由于游客对书法景观的感知相对较弱。在对景区不熟悉时,对书法景观的感知停留在由书法景观带来参与机会、带来乐趣和指示功能,这样低层次的感知,在尝试过一两次后,对游客的吸引力势必降低,游客对其的感知也不断降低。人们会通过环境的熟悉程度来评估对地方的认知程度,并产生情感作用。人对地方的感知意象是一种经历了心理作用过程后所反映出来的知觉表现^[16]。而在对景区熟悉之后,游客会探寻景区更深层次的内涵,这时候,摩崖石刻等书法景观蕴涵的传统与文化内涵就更容易被感知。

3.4.2 旅游动机与书法景观感知意象分析

动机是来源于个人尚未被满足的需求的内在动力,动机被认为是旅游者行为的主要决定因素。动机在主体有意识或无意识的状态下对目的地意象的形成有着较大的影响。

对游客前往桂林游玩的动机进行因子分析。利用主成分法提取公因子,经方差最大正交旋转后得到3个公因子(表4),3个公因子分别在目的地意象的各感知项上有较大的载荷(大于0.60)。

根据旅游者对3类旅游动机的评价,对样本进行聚类分析,从而对旅游者依其旅游动机进行细分。运用快速聚类法,同时根据聚类的实际含义及各组之间差异的最大化,最后选择了有3个中心的聚类分析,即将旅游者细分为3类。第一类游客出游动机主要是以放松身心、增长见识为动机;第二类游客主要以交友与交流为动机,同时变换环境、猎奇的需求也比较强烈;第三类游客主要是变换环境、猎奇,而对增长见识、放松身心动机不明显。

表4 旅游动机的正交旋转因子分析
Tab. 4 Factor analysis of tourists' motivations with different motivations

动 机	因 子		
	1	2	3
放松	0.727		
欣赏美景	0.808		
放松身心、 增长见识	0.784		
丰富知识	0.614		
开阔眼界	0.849		
锻炼身体	0.710		
变换环境、 猎奇		0.804	
避免无聊		0.713	
体验新事物		0.614	
交友与交流			0.787
结识新朋友			0.776
与朋友闲聊			0.776
解释方差/%	33.406	18.561	14.557
Cronbach α	0.673	0.636	0.686
KMO:0.849 Bartlett:1 592.22			

通过方差分析,比较不同动机类别的旅游者对叠彩山书法景观的感知差异(表5)。不同动机类别的旅游者在“实践与趣味”、“地物标志”上差异显著。

进一步对存在差异的感知维度进行事后比较分析:地物标志纬度上,类1旅游者比类2和类3游客的感知要低(表6)。因此,当书法景观的意象要素与旅游动机一致时,游客对该意象要素的感知将更为积极。

表5 不同动机旅游者对叠彩山书法景观感知
意象方差分析及均值比较

Tab.5 ANOVA of image perceptions among tourists

感知因子	F 值	P 值	动 机		
			类1	类2	类3
传统与文化	1.851	0.159	3.828	3.974	3.890
联想与增智	2.538	0.081	3.572	3.862	3.753
实践与趣味	5.343	0.005	3.370	3.865	3.781
地物标志	11.207	0.000	3.408	3.781	3.746

表6 不同动机旅游者意象差异的事后分析

Tab.6 Image comparison between different motivation groups by Post hoc analysis (Turkey test)

类别比较	指标	传统与 文化	联想与 增智	实践与 趣味	地物 标志
类1与 类2	P 值	0.727	0.067	0.165	0.000
	差值	0.010	-0.379	-0.254	-0.584*
类1与 类3	P 值	0.513	0.281	0.186	0.000
	差值	0.151	-0.220	-0.241	-0.569*
类2与 类3	P 值	0.911	0.778	0.287	0.993
	差值	0.051	0.088	0.118	0.015

注: *表示均值差的显著性水平为0.05。

4 结论与讨论

书法景观,作为人地关系中的地理环境元素,可以有多种分类,同时可以影响人类的环境感知、场所行为模式以及地方感形成等方面^[5]。本文发现游客对桂林叠彩山摩崖石刻书法景观的感知普遍有着较高的正面评价,说明游客对摩崖石刻这种与历史文化相联系、内涵丰富、意味深长的书法景观有较高的认知。性别对游客对“实践与趣味”因子的感知有明显差异;受教育水平对“联想与增智”因子的感知有显著性影响。比较不同动机类别的旅游者对叠彩山书法景观的感知差异,发现不同动机类别的旅游者在“实践与趣味”、“地物标志”因子的感知上差异显著。

书法景观作为文化的标志,是地方景观感知的重要元素,是一种多重信息景观元素,对人类景观场所感知、行为模式等具有一定的影响。本研究发现游客对摩崖石刻的感知随着造访景区的次数增多会有短暂的下降,而游览5次及以上的游客对摩崖石刻的感知会重新上升。这个结果与先行文献中关于熟悉度对游客意象感知有正向作用的结论一致^[15]。在游憩环境中,旅游者往往因对环境的使用(如活动的参与)而

对某个地方产生各种形式的情感联结和态度与行为的忠诚^[17],这是地方感研究的范畴。集中的摩崖石刻资源为风景秀美的叠彩山景区增添了浓郁的人文气息,而摩崖石刻所包含的美学、历史价值,为游客提供了观景之外的体验、学习机会。这种参与式的游览过程,使游客在观景之余,感受书法文化之美、中国文化之美。当然,这个感知历史文化的过程对导游人员的要求也大大提升。将“甲天下”的桂林山水与摩崖石刻中蕴含的历史文化相融合,摒弃千篇一律的导游词,多讲有凭有据的“真故事”,少讲胡编乱造的“假传说”,才能使游客对桂林,对叠彩山产生情感联结,进而提升游览的满意度,提升景区的游览品质。

本文对书法景观的研究,侧重于游客对其感知意象影响因素的评判,是对书法地理(景观)研究的有益探索,而书法景观意象感知对游客满意度、忠诚度的影响,书法景观对人类场所行为影响,书法景观对游客地方感形成的作用也有重要意义,是今后研究值得深入的领域。

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, (10): 1-6.
- [2] 吴慧平, 司徒尚纪. 书法景观的文化地理浅释[J]. 地理科学, 2002, (12): 757-762.
- [3] 张捷. 书法文化链与大书法文化发展战略研究——关于中国书法文化产业发展的战略规划评述和展望[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2006, 38(3).
- [4] 张益桂. 广西石刻人名录[M]. 桂林: 漓江出版社, 2008: 304-452.
- [5] 郑艳萍, 胡海胜. 桂林石刻景观的生命路径研究[J]. 人文地理, 2006(3): 88-91.
- [6] 冯健, 胡牧. 书法文化的区域研究[J]. 云南地理环境研究, 1999, 11(2): 89-95.
- [7] 冯健, 张小林. 人文区划方法及世界书法文化区的划分[J]. 世界地理研究, 1999, (1): 2.
- [8] 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, 13(2): 58-61.
- [9] 曹诗图. 中国书法中的地理学信息[J]. 武汉水利测绘大学学报(哲社版), 1999.
- [10] 山水旅游黄页, 追记千年的痕迹——摩崖石刻造像[EB/OL], <http://www.lvyou114.com/youji/11/11310.html>, 2009-9-4.
- [11] 周有光. 论桂林石刻与山水旅游的关系[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003, 14(5): 68-71.
- [12] Po-Ju Chen, Deborah L Kerstetter. International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination [J]. Journal of Travel Researc, 1999, 29(Feb): 256-266.

- [13] Lewis, Barbara R. Service Quality: An international comparison of bank customers' expectations and perceptions [J]. *Journal of Marketing Management*, 1991, 7(1): 47-62.
- [14] Mayo, Edward J., and Lance P. Jarvis. The psychology of leisure travel: effective marketing and selling of travel services [M]. Boston: CBI. 1981.
- [15] Lehto, X. Y., O'Leary, J. T., & Morrison, A. M. (2004). The effect of prior experience on vacation behavior. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 801-818.
- [16] 张中华, 文静, 李瑾. 国外旅游地感知意象研究的地方观解构 [J]. *旅游学刊*, 2008, 23(3): 43-49.
- [17] 唐文跃. 地方感研究进展及研究框架 [J]. *旅游学刊*, 2007, 22(11): 70-77.

Analysis on the factors effecting tourists' perceptual image to calligraphic landscape scenic — A case study in Diecaishan, Guilin

KE Li, ZHANG Jie, LI Qian

(Department of Land Resource and Tourism Sciences, Nanjing University, Nanjing, Jiangsu 210093, China)

Abstract: Diecaishan, a scenic concentrated with inscriptions on precipices in Guilin, is chosen as the example in this case study. The tourist's perception to calligraphic landscape is extracted through influence factor analysis and the differences in perceptual image are researched in light of demographics of the tourists. It is found that the tourist gender has obvious difference in perception to factor "practice and interest", female is more liable to be infected and has stronger perception to practicing interest than male; the perception to factor "association and brain development" is remarkably effected by the educational level received, good-educated tourist has higher perception to the calligraphic landscape appreciation. Perception differences of different-motivated tourists to calligraphic landscape in Diecaishan are contrasted by means of one-way analysis of variance. It is proved that there are obvious differences in perception to factor "practice and interest" and factor "geographic mark" in different-motivated tourists.

Key words: calligraphic landscape; perceptual image; effect factor