

传统节日景观的视觉感知特征与偏好研究 ——以那达慕为例

任晓庆

内蒙古师范大学旅游学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2026年9月10日; 录用日期: 2026年10月15日; 发布日期: 2026年10月26日

摘 要

在文旅深度融合与非物质文化遗产活化的背景下, 民族传统节日的视觉体验优化成为节庆创新发展的核心议题。本文以锡林郭勒草原那达慕为研究案例, 采用扎根理论编码与眼动实验相结合的混合研究方法, 以大学生群体为观测对象, 系统探究传统节日景观的视觉注意力分配规律与感知偏好特征。研究首先对531张游客原创摄影作品进行三级编码, 提炼出体育竞技、文化艺术、民族生活、人文互动、公共设施五大类节庆景观体系; 在此基础上选取20张典型场景图片作为刺激材料, 通过眼动仪采集客观视觉行为数据。结果表明: 大学生对节庆景观的视觉吸引力呈现显著层级差异, 文化艺术景观的认知加工深度与注意捕获速度均居首位, 公共设施景观最弱; 景观的动态性与文化符号性是影响视觉感知的核心要素, 动态表演、仪式互动类场景更易引发深度认知加工; 第三, 对竞技表演、仪式互动等动态场景的感知更为深入, 而对传统器物与设施类景观的感知相对表层。研究可为传统节日的景观视觉设计与青年受众传播提供量化依据。

关键词

传统节日景观, 视觉感知, 眼动实验, 景观偏好, 那达慕

Visual Perception Characteristics and Preferences of Traditional Festival Landscapes

—A Case Study of Naadam

Xiaoqing Ren

College of Tourism, Inner Mongolia Normal University, Hohhot Inner Mongolia

Received: September 10, 2026; accepted: October 15, 2026; published: October 26, 2026

Abstract

Against the background of in-depth integration of culture and tourism and the revitalization of intangible cultural heritage, optimizing the visual experience of traditional ethnic festivals has become a core issue for the innovative development of festivals. Taking Naadam in Xilingol Grassland as a case study, this paper adopts a mixed research method combining grounded theory coding and eye-tracking experiments, and takes college students as observation objects to systematically explore the law of visual attention distribution and perceptual preference characteristics of traditional festival landscapes. First, the study conducts three-level coding on 531 original tourist photographs, and extracts five categories of festival landscape systems: sports competition, culture and art, ethnic life, humanistic interaction, and public facilities. On this basis, 20 typical scene pictures are selected as stimulus materials, and objective visual behavior data are collected through an eye tracker. The results show that there are significant hierarchical differences in the visual attractiveness of college students to festival landscapes: cultural and artistic landscapes rank first in both cognitive processing depth and attention capture speed, while public facility landscapes are the weakest. The dynamics and cultural symbolism of landscapes are the core factors affecting visual perception, and dynamic performances and ritual interaction scenes are more likely to trigger in-depth cognitive processing. Third, the perception of dynamic scenes such as competitive performances and ritual interactions is more in-depth, while the perception of static landscapes such as traditional artifacts and facilities is relatively superficial. This study can provide quantitative basis for the visual design of traditional festival landscapes and the communication of young audiences.

Keywords

Traditional Festival Landscapes, Visual Perception, Eye-Tracking Experiment, Landscape Preference, Naadam

Copyright © 2026 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

目前, 非遗与旅游形成了相互促进、共同发展的良好态势[1]。传统节庆作为承载民族文化记忆的活态载体, 正成为各地文化旅游发展的核心抓手。视觉是游客获取旅游环境信息的首要渠道, 相关研究表明人类约 80% 的外界认知信息经由视觉通路获得[2], 景观的视觉呈现质量直接决定了游客的第一印象与体验深度[3]。大学生作为青年文化传播的核心群体, 其视觉偏好对传统节庆的年轻化传播与可持续传承具有重要导向作用。当前国内节庆研究多聚焦产业效应、开发模式等宏观议题, 对微观层面的游客视觉感知规律探讨不足, 尤其缺乏基于行为实验的量化实证支撑。鉴于此, 本文以草原那达慕为研究案例, 采用眼动实验方法, 系统分析大学生对传统节庆景观的视觉感知特征与偏好, 以期为民族节庆的景观优化与青年传播提供科学依据。

2. 文献综述

2.1. 旅游景观视觉感知相关研究

近年来, 旅游景观研究逐步从静态描述转向动态建构, 围绕感知机制、原真性、空间表征等议题形

成了多元研究路径。在景观感知层面,研究发现视觉破坏会诱发游客环境破坏行为,而绿视率、水面可视度等要素显著影响感知质量与情绪恢复[4]。历史文化街区景观感知研究显示,历史建筑是游客视觉感知的核心物质基础,文化展示场景与空间环境体验对游客整体感知水平的影响更为显著[5]。关于原真性建构,宴飨景观的原真性感知存在族群差异,动态展演较静态展示更具生命力[6];媒体呈现的田园意象虽能激发共鸣,却因理想化而在游客具身体验中被消解[7]。记忆场所研究强调显性与隐性景观基因的协同修复[8]。理论层面,行动者网络视角将旅游景观视为异质行动者转译秩序化的结果[9];扎根理论提炼出建筑、商贸、文化等多维感知结构,景观认同遵循从意象认知到情感融入的递进路径[10];旅游场可分为氛围场与行为场,两者同构方能强化地方感[11]。

2.2. 节庆旅游相关研究

在体验与动机层面,相关研究揭示了节庆体验的多维结构及其对行为意向的影响,指出审美、阈限、新奇认知、社交与支持性五个维度通过节庆与地方依恋的链式中介影响行为意向[12];传统节庆领域研究证实,节庆文化元素与集体记忆感知能够正向提升游客的原真性感知水平,进而对游客满意度与地方认同产生积极作用[13]。吸引力与依恋机制方面,节庆氛围、人际互动、文化符号与活动丰富度构成吸引力维度,差异化影响节庆依赖、认同与情感依恋,其中情感依恋对忠诚度的作用最为突出[14];活动涉入则通过认知、情感与意向三条路径构建地方认同并提升生活满意度与正向情感[15]。围绕地方性与真实性议题,节庆表演的地方性建构是结构性动力(国家话语、经济资本)与非结构性动力(具身体验、类阈限)共同作用的动态过程[16];仪式景观通过强化空间认知、凝聚文化信仰与整合社会结构三方面构建地方认同[17];而剧场氛围与互动表演场气氛则是共睦态形成的关键情境因子[18]。

综上所述,现有节庆旅游研究虽已从体验结构、动机机制、地方性建构等维度积累了丰富成果,但仍存在两方面不足:其一,多依赖问卷与访谈等自我报告方法获取感知数据,难以客观捕捉游客视觉注意力的微观分配过程;其二,对大学生等青年群体的视觉感知规律关注不足,而该群体恰是节庆文化传承与传播的关键受众。鉴于此,本文以那达慕为案例,引入眼动追踪技术,从客观视觉行为数据出发,探究大学生对传统节庆景观的感知特征与偏好,以期为节庆景观的视觉优化与青年传播策略提供实证依据。

3. 数据来源与实验设计

3.1. 案例地概况

那达慕是蒙古族最具代表性的传统节庆,2006年入选首批国家级非物质文化遗产名录,是集体育竞技、文化展演、民俗体验于一体的综合性民族文化盛会。本文选取内蒙古锡林郭勒草原那达慕作为研究案例,该节庆历史悠久、参与规模宏大,兼具传统仪式性与现代旅游展演性,景观体系完整丰富,具有较强的典型性与研究价值,是观察民族节庆在旅游语境下景观建构与游客感知的理想场域。

3.2. 研究方法 with 数据处理

3.2.1. 基于扎根理论的景观要素编码

研究首先通过多平台采集游客摄影作品,明确节庆景观的核心类型。采集范围覆盖小红书、抖音、微博、马蜂窝等主流社交与旅游平台,共获取原始摄影作品 531 张。经筛选剔除画面模糊、内容重复及主题无关样本后,保留有效样本 406 张。借助 NVivo15 质性分析软件,遵循扎根理论三级编码流程对有效样本进行景观要素提取:第一,开放式编码,对图片中的独立景观元素逐一标注,共生成 86 个初始节点与 924 个参考点,剔除出现频次 ≤ 2 的低频概念;第二,轴心式编码,基于概念间的内在逻辑关联进行范畴整合,提炼出传统体育、现代竞技、舞台演艺、传统工艺、特色饮食、传统器物、仪式活动、人物

互动、服务设施、景观标识共 10 个核心范畴；第三，选择性编码，依据景观的功能属性、文化内涵与动态特征三大归并原则，将 10 个轴心编码范畴进一步凝练为五大类核心景观：将传统体育、现代竞技 2 个范畴归为体育竞技景观，将舞台演艺、传统工艺 2 个范畴归为文化艺术景观，将特色饮食、传统器物 2 个范畴归为民族生活景观，将仪式活动、人物互动 2 个范畴归为人文互动景观，将服务设施、景观标识 2 个范畴归为公共设施景观，最终完成节庆景观体系的构建。

3.2.2. 实验设计

(1) **实验刺激材料** 依据编码结果中各类景观的出现频次，从 10 个轴心编码类别中各选取 2 张拍摄频次最高的典型场景图片(如搏克、赛马对应体育竞技类，呼麦、马头琴对应文化艺术类)，每大类景观对应 4 张刺激图片，共计 20 张图片作为实验刺激材料。为控制无关变量干扰，所有图片统一调整为 1280 × 720 像素分辨率，实验过程中采用随机顺序播放，以消除图片呈现顺序带来的实验偏差。

(2) **实验设备** 实验采用 Tobii Pro Spectrum 高清桌面眼动仪采集眼动数据，采样频率为 1200 Hz，配套 23.8 英寸显示屏，屏幕分辨率设置为 1920 × 1080 像素。实验在标准化心理实验室中进行，严格控制环境光线、背景噪音等无关变量，保障实验结果的内部效度。

(3) **被试招募** 研究采用线上社群招募与线下推荐相结合的方式招募被试，筛选标准为：全日制在校大学生；裸眼或矫正视力正常，无色盲、色弱、散光等视觉障碍；无神经系统疾病史，能够严格配合实验流程，最终招募有效被试 35 名。

(4) **实验流程** 实验分为眼动测试与半结构化访谈两个阶段。正式实验前，主试向被试说明实验目的、操作流程与注意事项，确认被试充分理解后进行眼动仪校准。校准通过后，系统随机呈现 20 张刺激图片，单张图片展示时长统一设定为 15 秒，眼动仪自动记录被试的眼球运动数据。

4. 研究结果

4.1. 节庆景观视觉注意力的空间分布特征

通过 Tobii Pro Lab 软件生成视觉热点图(如图 1)，直观呈现大学生对那达慕节庆景观的视觉注意力空间分布特征。整体来看，大学生的视觉注意力呈现显著的“内容导向”特征，对文化表演、竞技活动、仪式场景等动态人文景观的关注度明显高于静态器物与设施类景观。

具体而言，文化艺术景观中，呼麦演唱、马头琴演奏的表演者面部与手部动作是视觉凝视的核心区域，民族服饰的鲜艳色彩也形成了次级注意焦点，说明动态表演与鲜明视觉符号的结合能够形成强视觉吸引力。体育竞技景观中，搏克手的对抗动作、赛马的奔跑姿态是绝对注意中心，射箭的瞄准动作也获得了较多关注，印证了“男儿三艺”作为那达慕核心标识的视觉辨识度。人文互动景观中，升旗仪式的国旗与仪仗队、献哈达的互动场景获得了高度凝视，骑警、主持人等典型人物形象也吸引了较多视觉注意，体现了仪式场景与人物互动的情感张力。相比之下，民族生活景观的视觉注意力集中于烤全羊、马奶酒等饮食类元素，对敖包、勒勒车等传统器物的关注度较低；公共设施景观的注意力分布最为分散，仅导览图、主题烟花等具有视觉冲击力的元素获得短暂注意，整体认知投入较低。

4.2. 不同类型节庆景观的眼动指标差异

对五类景观的四项眼动指标进行单因素方差分析，结果显示各类景观在所有指标上均存在极显著差异($p < 0.001$)，具体数据见表 1。

从各项指标的具体差异来看：第一，注视时长维度。文化艺术景观的平均注视时长最长(10.52 秒)，显著高于其他四类景观，说明大学生对民族艺术表演类信息的认知加工深度最高；人文互动景观(9.15 秒)



Figure 1. Visual attention heatmap
图 1. 视觉关注热点图

Table 1. Differences in eye-tracking metrics across different landscape categories
表 1. 不同景观类别之间眼动指标差异

眼动指标	注视时长(秒)		注视次数		回视次数		首次进入 AOI 时间(秒)	
总体差异(Sig)	0.000*		0.000*		0.000*		0.000*	
类别之间差异	均值	标准差	均值	标准差	均值	标准差	均值	标准差
体育竞技景观(a)	8.26be	1.54	12.53be	2.17	5.89be	1.03	0.87ce	0.21
文化艺术景观(b)	10.52acde	1.89	15.37acde	2.46	7.21acde	1.35	0.63e	0.18
民族生活景观(c)	7.83be	1.42	11.26be	1.98	4.92be	0.97	0.95ac	0.24
人文互动景观(d)	9.15be	1.67	13.84be	2.23	6.58be	1.12	0.72e	0.20
公共设施景观(e)	5.37abcd	1.15	8.42abcd	1.65	3.26abcd	0.84	1.28abcde	0.31

注：*表示差异显著($p < 0.05$)；表中均值右上角的字母代表该指标与对应字母标注的指标存在显著差异。例如，文化艺术景观中 10.52acde，10.52 表示有效样本对文化艺术景观的注视时长，均值右上角为 acde，指该值分别显著异于 a、c、d、e 类景观，其他值解释方式与此相同。

与体育竞技景观(8.26 秒)次之; 公共设施景观的注视时长最短(5.37 秒), 仅为文化艺术景观的一半左右, 反映出功能性设施的认知加工价值相对较低。第二, 注视次数维度。文化艺术景观以 15.37 次位居首位, 人文互动景观与体育竞技景观依次递减, 公共设施景观的注视次数最少(8.42 次)。这一分布规律与注视时长基本一致, 进一步验证了文化艺术类景观对大学生视觉注意力的强俘获能力。第三, 回视次数维度。文化艺术景观的回视次数同样最高(7.21 次), 表明大学生对民族艺术符号存在反复解码的认知需求, 需要通过多次回看深化理解; 人文互动景观(6.58 次)与体育竞技景观(5.89 次)的回视次数也处于较高水平, 说明动态场景中的关键动作与细节具有较高的二次认知价值; 公共设施景观的回视次数最低(3.26 次), 反映出其信息含量有限, 无需深度加工。第四, 首次进入 AOI 时间维度。文化艺术景观的首次进入时间最短(0.63 秒), 人文互动景观(0.72 秒)紧随其后, 说明这两类景观能够在极短时间内捕获大学生的视觉注意力; 公共设施景观的首次进入时间最长(1.28 秒), 视觉注意启动速度最慢, 吸引力最弱。

4.3. 大学生对节庆景观的感知特征解析

(1) 体育竞技景观: 高动态性驱动的快速注意捕获

体育竞技景观以动态对抗与运动场景为核心视觉特征, 从眼动指标来看, 该类景观首次进入 AOI 时间仅 0.87 秒, 处于较低水平, 说明竞技场景的运动属性能够快速捕获视觉注意力; 其注视时长 8.26 秒、注视次数 12.53 次, 均处于中等偏上水平, 反映出大学生对竞技场景保持了较高的认知投入。传统项目与现代衍生项目共同构成的二元景观体系, 既保留了标志性的文化视觉符号, 又通过新的运动形态丰富了视觉层次, 使得该类景观在注意捕获速度与认知加工深度上均表现出较强优势。

(2) 文化艺术景观: 高辨识度符号下的深度认知加工

文化艺术景观涵盖表演艺术、传统工艺、民族服饰等多元视觉形态, 在四项眼动指标上均表现出最优水平: 注视时长最长、注视次数最多、回视次数最高、首次进入 AOI 时间最短。这一结果表明, 民族文化艺术类视觉符号兼具极强的即时吸引力与深度认知价值: 一方面, 独特的艺术表现形式与鲜明的服饰色彩能够在极短时间内抓取视觉注意; 另一方面, 丰富的文化细节与符号内涵需要更长时间的信息加工与反复视觉扫视来完成解码, 体现出该类景观较高的文化信息密度与认知加工深度。

(3) 民族生活景观: 饮食元素主导的中等认知投入

民族生活景观包含特色饮食与传统器物两类视觉元素, 整体眼动指标处于中等偏下水平: 注视时长 7.83 秒、注视次数 11.26 次, 均低于文化艺术、人文互动与体育竞技类景观。从注意力分配来看, 饮食类元素凭借贴近日常经验的视觉特征获得了相对更多的视觉关注, 而传统器物类元素的视觉辨识度相对较低。该类景观的回视次数为 4.92 次, 处于较低水平, 说明大学生对该类景观的信息加工以表层识别为主, 无需反复解码, 反映出生活类景观文化信息的认知门槛相对较低, 但同时也存在文化符号感知深度不足的特征。

(4) 人文互动景观: 仪式场景支撑的高认知加工强度

人文互动景观以人物形象与仪式场景为核心视觉内容, 其注视时长达到 9.15 秒、回视次数达到 6.58 次, 均仅次于文化艺术景观, 处于较高水平。这说明仪式化场景与人物互动画面承载了较为丰富的文化信息, 需要较高的认知投入进行解读。同时该类景观首次进入 AOI 时间为 0.72 秒, 同样保持了较快的注意捕获速度, 表明具有情感张力的仪式场景与人物形象能够快速调动视觉注意, 同时通过丰富的互动细节支撑深度认知加工过程。

(5) 公共设施景观: 功能导向下的低视觉吸引力

公共设施景观作为节庆活动的支撑系统, 在所有眼动指标上均表现为最低水平: 注视时长最短、注视次数最少、回视次数最低、首次进入 AOI 时间最长。这一结果表明, 功能性设施的文化信息密度较低,

视觉辨识度较弱,既难以在短时间内快速吸引视觉注意,也无法支撑深度认知加工。其中仅导览图、主题烟花等具备一定视觉冲击力的元素能够获得短暂关注,但整体仍呈现出功能属性强、文化属性弱的感知特征。

5. 结论与展望

5.1. 结论

本文以锡林郭勒草原那达慕为例,采用扎根理论编码与眼动实验相结合的方法,系统探究了大学生对传统节庆景观的视觉感知特征与偏好,主要得出以下结论:第一,那达慕节庆景观可划分为体育竞技、文化艺术、民族生活、人文互动、公共设施五大类型,不同类型景观的视觉吸引力存在显著层级差异,整体呈现“文化艺术景观 > 人文互动景观 > 体育竞技景观 > 民族生活景观 > 公共设施景观”的梯度特征。第二,景观的动态性与文化符号性是影响视觉感知的核心因素。动态性越强、文化符号越鲜明的景观,越能快速捕获视觉注意力,并引发更深层次的认知加工;而功能性、静态化的景观视觉吸引力较弱,认知加工深度较低。第三,对竞技表演、仪式互动等动态场景的感知更为深入,而对传统器物、公共设施等静态景观的感知相对表层;饮食类生活景观因贴近日常经验获得一定关注,但文化内涵解读不足。

5.2. 研究局限与展望

本研究仍存在一定局限。第一,样本规模与代表性存在局限:研究仅招募 35 名在校大学生作为被试,样本量相对较小,且被试均为青年学生群体,人口特征较为单一,研究结论目前仅适用于与被试背景相似的大学生群体,向其他年龄层、不同文化背景人群的推广性有待验证。第二,研究方法层面:仅依托眼动实验获取客观视觉行为数据,未结合主观感知问卷与深度访谈进行三角验证,对感知背后的深层动机与情感机制的挖掘仍有不足。

未来研究可从两方面进行拓展:一是扩大样本规模,纳入不同年龄、职业、文化背景的多元人群,开展跨群体的对比研究,检验研究结论的普适性;二是采用眼动实验、主观量表与深度访谈相结合的混合研究方法,结合认知心理学、符号学、旅游体验等多学科理论,进一步揭示节庆景观视觉感知的内在机制与情感转化路径,提升研究的理论深度与实践指导价值。

基金项目

内蒙古自治区研究生科研创新基金项目“基于眼动追踪技术的那达慕非遗景观游客视觉感知及其情感认同研究”(项目编号:KC2025023S)。

参考文献

- [1] 艾鹏辉,李学博. 非物质文化遗产与旅游深度融合发展的实践路径探析[J]. 旅游与摄影, 2024(14): 61-63.
- [2] 陈箴,陈奕言,杜明. 注意力的设计——眼动追踪技术辅助下的上海市南京路步行街景观体验研究[J]. 景观设计学, 2022, 10(2): 52-70.
- [3] 吴昕阳,梁学成,宋航. 游客感官体验:研究述评与展望[J]. 旅游导刊, 2023, 7(5): 94-112.
- [4] 吕兴洋,胡伶俐,谢娟,等.视觉破窗效应:景观视觉破坏会诱发旅游者环境破坏行为吗?[J/OL]. 旅游学刊: 1-22. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2025.00.019>, 2026-10-12.
- [5] 王萌,李君轶. 城市历史文化街区景观对游客情感及行为意向影响研究——以西安历史文化街区为例[J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2021, 43(10): 146-153.
- [6] 伊如汗,乌铁红,韩秋晨,等. 消逝的文化再现:宴飨景观东道主建构者原真性感知研究——以蒙古族盛宴诈马宴为例[J]. 旅游科学, 2025, 39(6): 148-162.

-
- [7] 安传艳, 杨戎煜, 翟洲燕, 等. 乡村空间景观表征的原型追溯及旅游效应成因分析——以纪实类综艺节目《向往的生活》为例[J]. 旅游学刊, 2025, 40(6): 55-67.
- [8] 窦银娣, 刘章云, 李伯华. 旅游型传统村落记忆场所的类型识别与景观修复研究——以湖南省勾蓝瑶寨为例[J]. 贵州师范大学学报(自然科学版), 2025, 43(4): 84-96.
- [9] 袁超, 徐林增. 行动者网络视角下旅游景观的再思: 理论源流、概念内涵与研究理路[J]. 人文地理, 2025, 40(3): 175-183.
- [10] 韩秋晨, 乌铁红, 王珏, 等. 民族地区历史文化街区多元文化景观感知与景观认同研究——以呼和浩特市大召历史文化街区为例[J]. 干旱区资源与环境, 2022, 36(3): 195-201.
- [11] 王泓砚, 谢彦君, 王俊亮. 凝视性景观与互动性景观——旅游场景类型对游客地方感的结构性影响[J]. 旅游学刊, 2021, 36(11): 80-94.
- [12] 梁雪, 林嘉敏. 基于具身理论视角的节庆旅游体验、依恋及行为意向研究[J]. 云南地理环境研究, 2023, 35(2): 61-69, 78.
- [13] 何银春, 施晓莉, 曾斌丹, 王金伟. 旅游情境下传统节庆的集体记忆与地方认同建构——基于“原真性”视角[J]. 旅游科学, 2024, 38(9): 20-36.
- [14] 李静, 尹书华, 吴少峰. 节庆吸引力感知对游客依恋的影响研究——基于“认知-情感-意向”模型的分析[J]. 价格理论与实践, 2023(7): 144-147, 211.
- [15] 张静, 施德群. 节庆活动涉入对参与者地方认同及幸福感的影响[J]. 中国商论, 2022(10): 58-62.
- [16] 李毓, 孙九霞. 结构化理论视角下非遗表演的地方性建构——以西双版纳傣族园“天天泼水节”为例[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2021, 41(12): 55-64.
- [17] 周政旭, 贾子玉. 仪式景观与地方认同的互构: 以黔中屯堡聚落抬舆仪式为例[J]. 贵州民族研究, 2022, 43(1): 86-91.
- [18] 余志远, 闫铭, 谷平平. 场域共在与集体欢腾: 节庆旅游剧场中的游客体验共睦态形成研究[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2023, 50(4): 82-88.