

福州市历史街区游客意象空间感知差异研究*

徐国良¹, 万春燕¹, 甘萌雨²

(1. 海南大学 三亚学院, 三亚 海南 572022 ; 2. 福建师范大学 旅游学院, 福州 350007)

摘要 : 探讨福州市三坊七巷历史街区游客意象空间构成情况 , 揭示不同属性特征的游客对三坊七巷历史街区意象空间感知的分异性特征。借助城市意象理论 , 首先采用深入访谈法 , 基于游客自身的游览体验描述 , 总结出游客意象空间因子 , 其次借鉴相关文献资料 , 总结出每种意象空间因子包含的最具代表性的意象空间元素 ; 最后采用问卷调查法 , 详细了解游客对意象空间因子及元素的感知情况。研究表明 : 三坊七巷历史街区意象空间由坊巷道路、边界、名人文化景点、地标物以及非物质文化遗产 5 个因子构成 , 各意象因子包含对应的意象元素 ; 三坊七巷历史街区具有较强的“可意象性” ; 游客的个人属性对意象空间感知具有一定的影响。文章认为 , 三坊七巷历史街区的发展 , 需要拓展历史街区意象空间范围 , 大力整合周边环境 , 突出历史街区文化意象元素 , 挖掘深厚文化内涵 , 针对意象空间感知差异特征 , 打造特色旅游产品。

关键词 : 意象空间 ; 感知差异 ; 历史街区 ; 三坊七巷

中图分类号 : K901

文献标志码 : A

文章编号 : 1672-6693(2012)02-0094-05

长期以来 , 我国历史街区研究更“侧重对历史街区的保护和更新研究 , 即侧重物质形态方面的研究 , 对非物质形态 , 以及物质形态和非物质形态结合的研究关注较少。”^[1]多学科介入尚不足 , 对历史街区中人的感知研究尚欠缺。

通过空间感知来把握城市内部空间结构 , 打破了传统的土地功能分区和社区分析的城市结构研究方法 , 把注意力集中在受城市空间影响的个人和集体行为上 , 已成为西方现代城市规划和设计中最常用的方法之一^[2]。

早在 20 世纪 60 年代初期罗文索就提出了感知研究的方法^[3] , 对于城市规划学科而言 , Lynch 所著的《The Image of The City》无疑是最受推崇的一部力作 , 他通过对美国 3 个城市的实证研究 , 得出城市意象的 5 个基本构成元素 : 道路、边界、区域、节点、标志物^[4]。

20 世纪 70 年代 , 城市意象理论和方法被应用于研究城市旅游地意象空间^[5] , 并从意象的类型、构成要素、影响因素和空间认知过程等方面初步探讨了旅游地意象空间^[6-8]。我国对感应地理学、意象空间等概念的介绍在国内始见于 80 年代^[9-10]。

1 “意象”及“意象空间”的心理学释义

“感知”以“感觉”为基础 , 客观事物对人脑产生了直接的刺激和影响 , 这些影响经过人脑的逻辑思维分析 , 并得以重新架构 , 从而产生了对客观事物的“知觉”。本研究认为 , “意象”是主客观相互作用的产物 , 是介于“感觉”和“知觉”之间的一种精神感知状态 , 意象基于并超越感觉 , 但尚未上升为知觉。从这个意义上说 , 意象空间即在这种精神感知状态中形成的意象感知结构。

2 研究区域概况

三坊七巷历史街区有“明清建筑博物馆”之美誉 , 位于福州市中心最繁华的东街口的西南部 , 向西至白马河 , 南至乌石山 , 东面紧邻南街(八一七中路) , 北面紧邻杨桥路。

三坊七巷是我国历史街区发展的一个缩影 , 集中体现了旧城更新带来的物质形态上的巨大冲击。目前 , 对三坊七巷的研究主要集中在探讨如何从物质空间上进行保护和有机更新方面 , 从人的角度出发探讨感知意象的研究较为缺乏。

* 收稿日期 2011-10-05 修回日期 2011-11-10 网络出版时间 2012-03-14 19:27:00

作者简介 : 徐国良 , 男 , 助教 , 硕士 , 研究方向为文化与旅游 ; 通讯作者 : 甘萌雨 , E-mail : xnsense@126.com

网络出版地址 : http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20120314.1927.201202.94_020.html

3 研究过程与方法

本研究调查小组分两个阶段对三坊七巷历史街区开展研究。第一阶段,主要采用深入访谈法,记录游客在游览过程中的情感体验描述,总结出代表性较强的意象空间因子,并借鉴相关文献资料,总结出每种意象空间因子包含的最具代表性的意象空间元素;第二阶段,制作调查问卷并发放回收,详细了解游客对意象空间因子及元素的感知情况。

第一阶段共收回访谈资料42份,其中包括道路结构图23份;第二阶段共发放问卷300份,收回291份,有效问卷278份,回收率97%,有效率96%。

4 研究结果分析

4.1 样本描述

问卷回收情况代表了较为普遍的人口学特征。从性别构成上看,男性游客略高于女性游客,比例为1.2:1;在年龄构成上,中青年游客是三坊七巷的主要组成部分,25岁以下的游客是主体,占到总量的54.68%,26-44岁的游客是第二大主体,占到32.74%;在受教育程度方面,硕士学历的游客样本量偏低,其他学历的游客所占比例较为平均。

问卷具有良好的地域代表性。福建省游客占到总样本量的71.94%,其中福州市游客占40.29%。福州市辖五区八县,其中各县市区占福州市游客比例为:仓山区12.5%,鼓楼区18.75%,晋安区16.07%,台江区6.25%,马尾区3.57%,八县总量占到42.86%。

4.2 游客意象空间因子

本研究通过深入访谈调查法,获取游客在游览过程中的情感体验描述资料,共取得40份样本,每份样本的平均访谈时间约为70 min。经过整理归纳,提炼出三坊七巷历史街区意象空间构成因子:

1)坊巷道路。道路是人们认识一个地区的基础要素,人类空间路径绝大部分是由道路串接而成。坊巷道路是构成三坊七巷历史街区风貌特色的重要组成部分。

2)边界。边界通常是区别两个区域的线性要素,边界内外的区域具有明显的异质性。有25位被调查者提到,“三坊七巷”有一种安静闲适的氛围”,由此可见,地处福州最为繁华的东街口的三坊七巷异质性极强,而进一步被问及“三坊七巷由哪些要素围合而成”时,边界线条较为明显。

3)地标物。地标物是观察者的外部观察参考点,具有帮助游客准确定位所在区域的功能,在空间尺度上可大可小。28位被调查者承认,“在游览方向时常常会不能清晰辨别出所在坊巷的位置”,而12位被调查者之所以能够清晰把握方向,是因为他们的游览范围仅限于南后街。被问及遇到在这种情况下如何重新判别方向时,地标物的作用就显而易见了。

4)名人文化景点。三坊七巷名人文化深厚,名人文化景点是三坊七巷主要吸引力之一。32位被调查者认为“来参观名人故居”是重要目的。而且,在被问及“您认为三坊七巷最有特色性的区域”这一问题时,被调查者常常将三坊七巷作为一个整体性的区域进行描述,由此可见,名人文化景点在游客形成区域整体性的感知方面具有突出的作用。

5)非物质文化遗产。“街区的特征及个性可能融于场所中的砖块和灰浆中,也可能是由街区内各种传统活动所形成的。”^[11]非物质文化遗产展现了传统生活的风貌,是形成特色氛围的重要组成部分。26位被调查者到三坊七巷是为了“品尝特色小吃”、“体验闽都文化”。

4.3 游客意象空间元素

通过对访谈结果的整理分析,并参考三坊七巷历史街区居民对原先生活场景的描述,得出如下意象元素构成(表1)。

表1 三坊七巷意象元素构成表

意象因子	意象元素
坊巷道路	1. 郎官巷 2. 黄巷 3. 塔巷 4. 安民巷 5. 宫巷 6. 衣锦坊 7. 文儒坊 8. 南后街
边界	1. 杨桥路 2. 通湖路 3. 吉庇路 4. 光禄坊 5. 八一七路 6. 道山路 7. 安泰河
地标物	1. 北入口牌坊 2. 南入口开街石 3. 南北入口地图 4. 各坊巷入口门楼 5. 乡约碑 6. 汨液镜 7. 坊巷内景点指示牌
名人文化景点	1. 林觉民故居(冰心故居) 2. 严复故居 3. 小黄楼 4. 水榭戏台 5. 新四军办事处旧址 6. 沈葆楨故居 7. 林则徐纪念馆 8. 光禄吟台 9. 欧阳氏民居 10. 郭柏荫故居 11. 陈承裘故居
非物质文化遗产	1. 地方工艺品(1.1 脱胎漆器;1.2 牛角梳;1.3 软木画;1.4 寿山石;1.5 裱褙;1.6 纸伞;1.7 纸花;1.8 花灯) 2. 传统小吃(2.1 肉燕 2.2 鱼丸 2.3 肉松 2.4 老卤酱鸭 2.5 木金肉丸 2.6 锅边糊) 3. 民俗活动(3.1 立春剪纸花 3.2 中秋排塔 3.3 重阳节放风筝 3.4 二十三祭灶 3.5 除夕供公婆 3.6 元宵张灯) 4. 地方曲艺(4.1 伢唱 4.2 折枝诗 4.3 闽剧 4.4 评话)

4.4 游客属性对三坊七巷历史街区意象空间感知分异

本研究运用 SPSS 13.0 软件,采取单因素方差分析法(One-way ANOVA),试图探寻在一个控制变量的不同水平下,对观测量是否产生了显著影响,来确定判别指标和 5 个意象因子所包含的意象元素的关系。

这里选取游客对三坊七巷历史街区意象 5 因子的感知个数作为因变量,选取不同游览次数、性别、年龄、职业和教育程度作为控制变量,来探寻影响三坊七巷历史街区游客意象空间感知与游客人口属性之间的关系。其中事后的多重比较采用最小显著差法(LSD)进行。

1)不同游览次数对意象空间元素的感知分异。基于游客不同游览次数所引起的均值差异做方差分析和方差齐性检验,结果发现,不同游览次数与非物质文化($F = 30.566$, $Sig. = 0.000$)、名人文化景点($F = 15.198$, $Sig. = 0.000$)、坊巷道路($F = 16.356$, $Sig. = 0.000$)、边界($F = 33.836$, $Sig. = 0.000$)及地标物($F = 9.482$, $Sig. = 0.000$)的感知个数均呈现较强的显著性差异。

对方差分析结果进行齐性检验结果显示:不同游览次数对非物质文化($Levene$ 值为 0.352, P 值为 0.704 > 0.05)、名人文化景点($Levene$ 值为 2.678, P 值为 0.071 > 0.05),显示方差齐性,需要用最小显著性差异方法 LSD 来检验不同游览次数与非物质文化、名人文化景点是否有显著性差异;不同游览次数对坊巷道路($Levene$ 值为 14.302, P 值为 0.000 < 0.05)、边界($Levene$ 值为 8.053, P 值为 0.000 < 0.05)和地标物($Levene$ 值为 4.821, P 值为 0.009 < 0.05),显示非方差齐性,需要用 Tamhane 双尾两两 T 检验。

在不同游览次数对意象五因子的方差分析的基础上,进一步进行多重比较检验,结果发现:在非物质文化因子、在名人文化景点因子、在坊巷道路因子、在边界因子方面及在地标物因子方面,随着游览次数的增多,对意象元素的感知越强。

2)不同性别游客对意象空间元素的感知分异。基于游客不同性别所引起的均值差异做方差分析和方差齐性检验,结果发现,不同性别对非物质文化($F = 5.80313$, $Sig. = 0.02$)、坊巷道路($F = 4.55336$, $Sig. = 0.03$)及地标物($F = 6.37005$, $Sig. = 0.01$)的感知个数具有显著性差异。

通过比较发现,在非物质文化、坊巷道路、地标物方面,女性的意象空间感知普遍表现得比男性强。

3)不同年龄游客对意象空间元素的感知分异。基于游客不同年龄所引起的均值差异做方差分析和方差齐性检验,结果发现,不同年龄对名人文化景点($F = 3.764$, $Sig. = 0.011$)的感知个数影响最为显著,对非物质文化($F = 2.169$, $Sig. = 0.092$)影响较为显著。

对方差分析结果进行齐性检验结果显示:不同年龄对非物质文化($Levene$ 值为 0.552, P 值为 0.64 > 0.05)和名人文化景点($Levene$ 值为 1.548, P 值为 0.202 > 0.05)显示方差齐性,需要用最小显著性差异方法 LSD 来检验不同年龄与非物质文化是否有显著性差异。

在不同年龄对非物质文化和名人文化景点的方差分析的基础上,进一步进行多重比较检验,结果发现:在名人文化景点方面,4559 年龄段的游客与 25 岁以下、2644、60 岁以上这 3 个年龄段的游客都具有最强的显著性差异,这可能是因为中年游客出游的目的更为休闲放松,60 岁以上与 25 岁以下、2644 具有较强的显著性差异,这是因为 60 岁以上的游客对名人文化景点的熟悉程度高;在非物质文化因子方面,60 岁以上年龄段的游客与 4559 年龄段的游客具有最强的显著性差异,60 岁以上年龄段的游客与 25 岁以下、2644 岁与 4559 岁这两组年龄段的游客具有较强的显著性差异,这是因为老年游客对三坊七巷历史街区有着更为深刻的记忆。

通过均值差异结果可以看出,在非物质文化因子方面,60 岁以上年龄段的游客最感兴趣,其次是 25 岁以下,4559 年龄段的游客对非物质文化的意象最弱,这表明,非物质文化对老年游客的吸引力最大,对青少年年龄段的游客吸引力较大,对中年游客吸引力最弱;在名人文化景点方面,4559 年龄段的游客远比 25 岁以下、2644 年龄段的游客吸引力弱。

由此可见,4559 年龄段的游客是最为特殊的一个群体,他们对非物质文化和名人文化景点的关注度不高,其中主要原因可能是由于这个群体的游客多为商务目的或陪伴家人来,对此方面关注度较低。

4)不同职业游客对意象空间元素的感知分异。基于游客不同职业所引起的均值差异做方差分析和方差齐性检验,结果发现,不同职业对意象因子感知个数影响不显著。这表明,三坊七巷历史街区已经作为一种大众化的旅游区域,在众多类型群体游客

意象中均有着吸引力。

5)不同受教育程度游客对意象空间元素的感知分异。基于游客不同受教育程度所引起的均值差异做方差分析和方差齐性检验,结果发现,不同受教育程度游客对非物质文化因子($F = 3.406$, $Sig. = 0.018$)具有显著性差异。

对方差分析结果进行齐性检验结果显示:不同受教育程度对非物质文化($Levene$ 值为 1.035 , P 值为 $0.378 > 0.05$)显示方差齐性,需要用 LSD 来检验不同受教育程度与非物质文化是否有显著性差异。

在不同受教育程度对非物质文化的方差分析的基础上,进一步进行多重比较检验,结果发现:在非物质文化方面,硕士及以上教育程度的游客与其他受教育程度游客具有最强的显著性差异,硕士及以上群体的游客对非物质文化的关注要明显小于其他受教育程度群体。原因可能是被调查对象多为专业技术人员,对特定领域内的关注度高于非物质文化。

5 结论及建议

5.1 结论

1)三坊七巷历史街区意象空间由5因子构成。旅游者对客观事物的意象空间感知有差异,但是客观事物却具有客观存在性,因此,本研究将意象空间构成落实到实体空间中,试图在实体空间和意象空间中构建一定的联系,由此揭示出三坊七巷历史街区意象空间五因子构成:坊巷道路、边界、地标物、名人文化景点、非物质文化。并且每种意象因子由若干种代表性的意象元素构成。

2)三坊七巷历史街区具有较强的“可意象性”。历史街区不仅仅是自身存在的事物,更是由游客感受到的区域。历史街区在物质空间形态上表现出与现代城市建筑截然相反的风貌,并且,由于集中保留了传统的地域文化,历史街区也成为承载城市传统记忆的重要区域,这些文化氛围上的异质性造就了历史街区具备较强的“可意象性”。

3)游客的个人属性特征对意象空间感知具有一定影响。意象空间是人脑对客观事物的反映,游客的个人属性对意象空间感知具有一定影响。研究表明:游览次数因素对意象5因子都呈现较为显著的影响,并随着游览次数的增多,对意象因子的感知越强;性别因素对非物质文化、坊巷道路及地标物的影响较为显著,并且,女性对这3种因子的意象空间感知比男性强;年龄因素对名人文化景点的影响

最为显著,对非物质文化较为显著。中年游客(45-59岁)是一个较为特殊的群体,他们将历史街区看成一个休闲放松的目的地,悠闲轻松的氛围是吸引其游览的重要因素;另外可以发现,老年游客群体比中青年游客群体更为了解三坊七巷历史街区,职业因素对意象5因子的感知影响均不显著,受教育程度因素对非物质文化因子的影响较为显著。

5.2 建议

1)拓展历史街区意象空间范围,大力整合周边环境。游客对三坊七巷历史街区的意象,源于三坊七巷历史街区本身与城市其他区域的异质性文化氛围。福州的古城空间格局为“三山两塔一条街”,三坊七巷位于古城核心区域,并且环绕有西湖、白马河等水体空间,未来要以三坊七巷历史街区为核心,打造闽都文化旅游区具有优越的条件,强化福州市历史文化氛围,竖立特色鲜明的城市形象。

2)突出历史街区文化意象元素,挖掘深厚文化内涵。现代化背景下历史街区需要以自身深厚的历史文化为依托,借助于文化创意产业,深入挖掘文化旅游的内涵,满足不同群体游客的文化旅游需求。

3)针对意象空间感知差异特征,打造特色旅游产品。研究表明,在非物质文化感知方面,女性游客比男性游客表现出更大的兴趣,针对女性旅游者喜爱小型工艺品、美食及传统艺术表演的特性,三坊七巷历史街区应遵照国内外“原址开张”的传统商业业态准则,修复一批南街老字号,包括生活、文化等商店、商场和商行。并结合传统节庆,开展多种多样的传统民俗及曲艺表演,提高人们对传统文化的深度认识。同时,这种非物质文化的深度开发,也能够提高不同年龄段的游客的旅游体验。

同时针对不同职业的旅游者,可开展不同主题的特种旅游产品。例如,结合三坊七巷历史街区精美的古建筑,针对青年修学旅游者,可推出古建筑摄影节、三坊七巷历史街区建筑大讲堂等具有教育功能的旅游产品。商务旅游者对休闲环境要求较高,可结合历史文化价值不高的建筑,开发成商务会所,满足商务旅游者会客、休闲的需要。

参考文献:

- [1] 甘萌雨. 城市衰落、城市更新与城市游憩——以广州旧城城市游憩商业区为例[D]. 广州:中山大学博士学位论文, 2004.
- [2] 李郁, 许学强. 广州市城市意象空间分析[J]. 人文地理, 1993, 8(3): 27-35.

- [3] Lowenthal D. Experience and imagination :Towards a geographical epistemology [J]. Annals of the Association of American Geographers ,1961 51(3) 241-260.
- [4] Lynch K. 城市意象 [M]. 北京 :华夏出版社 ,2009.
- [5] Hall M C , Page S J. The geography of tourism and recreation : environment , place and space [M]. London ,New York :Routledge ,2002 :194-196.
- [6] Mercer D. Discretionary travel behaviour and the urban mental map [J]. Australian Geographical Studies. 1971 ,9 (2) :133-43.
- [7] Pearce P L. Route maps : A study of travelers ' perceptions of a section of countryside [J]. Journal of Environmental Psychology ,1981 ,1(2) :141-55.
- [8] Jenkins J M , Walmsley D J. Mental maps , locus of control and activity : a study of business tourists in Coffs Harbour [J]. The Journal of Tourism Studies , 1991 , 2 (2) :36-42.
- [9] 张文奎. 行为地理学的基本问题 [C] // 李旭旦. 人文地理学论丛. 北京 : 科学出版社 ,1986 ,162-229.
- [10] 陈传康. 行为地理学的研究对象、内容和意义 [C] // 李旭旦. 人文地理学论丛. 北京 : 科学出版社 ,1986 ,230-242.
- [11] 史蒂文·蒂耶斯德尔,蒂姆·希思,塔内尔·厄奇. 城市历史街区的复兴 [M]. 北京 : 中国建筑工业出版社 , 2006.

Research on Tourists 'Image Space Perception Differences in Sanfangqixiang Historical District of Fuzhou

*XU Guo-liang*¹ , *WAN Chun-yan*¹ , *GAN Meng-yu*²

(1. Sanya College , Hainan University , Sanya Hainan 572022 ;

2. College of Tourism , Fujian Normal University , Fuzhou 350007 , China)

Abstract : The objective of this research is to explore the constitution of Sanfangqixiang historical district image space , and the characteristics of different tourists attribute on image perception. According to the city image theory , the paper uses many ways to make an investigation. First , based on tourists ' feeling of their own visiting experience , the paper selects in-depth interview way to conclude the factors of tourists ' image space. Second , the paper learns from related materials to conclude the elements of tourists ' image space. Third , the paper uses questionnaire way to survey the tourists ' perception on the image space factors and elements. The conclusions contain three aspects : 1) The image space of Sanfangqixiang historical district constitutes of five factors which named lanes and alleys , boundaries , celebrity culture site , landmark and immaterial culture , each factor contains corresponding elements ; 2) Sanfangqixiang historic district has profound image ; 3) Tourists ' personal attributes on image space element cognitive has certain influence. In order to make a better development , Sanfangqixiang historical district needs to integrate surrounding environment to expand the image space range , mine culture to highlight the elements of historical district , and form characteristic tourism product for different tourists ' interesting.

Key words : image space ; perception differences ; historic district ; Sanfangqixiang

(责任编辑 游中胜)