

城市意象空间分析在旅游地研究中的应用 ——以江南水乡古镇为例

蒋志杰, 吴国清, 白光润

(上海师范大学城市旅游学院, 上海 200234)

摘要: 旅游地意象空间的研究对旅游地的规划与开发具有十分重要的意义。本文以江南水乡古镇作为研究对象, 采用游客问卷调查及意象地图描绘等方法, 初步探究了江南水乡古镇旅游地意象空间的结构特点。研究表明: 江南水乡古镇旅游地意象空间是以“环状”为特征; 而组成意象空间的要素主要有干道、桥梁、节点、标志和区域; 其中干道和桥梁构建了“环状”意象空间框架。根据此项研究的成果, 本文最后提出了对江南水乡古镇旅游规划与开发的建议。

关键词: 江南水乡古镇; 旅游地意象空间; 意象地图

中图分类号: F590.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 0529-6579 (2003) S2-0248-06

虽然近数十年来, 国内许多学科在旅游地相关研究方面已取得一定突破; 但由于传统的结构—功能主义的影响, 旅游地相关研究明显忽视了对旅游者的研究, 特别是对旅游者“主观环境”空间的研究。本文选择江南水乡古镇为典型案例研究旅游地意象空间主要有 2 个原因: ①江南水乡古镇是介于乡村和城市之间的聚落形式, 研究其意象空间, 可以进一步探索旅游地意象空间结构的共性规律; ②这一研究也将有益于江南水乡古镇旅游的可持续发展, 促进古镇的历史文化遗产保护与旅游开发共同发展。

地理学意义上的意象研究最早始于城市意象研究。1960 年 Lynch 开创了城市意象研究^[1]。此后, 各学科又分别从城市意象的评估层面、结构层面和个人情感层面进行了探讨^[2]。其中城市意象空间(结构层面)研究已从基础性研究^[3-5](城市意象类型、构成要素、影响因素和空间认知过程等研究)逐步深入到城市意象内部分区^[6-8]的差异性研究。同时, 国内外研究者也分别从不同城市居民识别方式^[9]、不同社会阶层^[10]和性别方面探讨了城市意象空间的差异性。

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^[11], 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^[12-16]。但国内外旅游地意象相关研究^[17,18], 从内容而言, 多数仍停留在评估层

面上, 很少有结构层面上的研究; 从研究对象而言, 仍缺少旅游者案例, 而国内的研究则以居民和专家为主, 很少涉及旅游者; 从研究方法而言, 国内研究缺乏使用意象地图和空间数据分析等方法。

因此本文通过旅游地感知环境基础研究, 综合了旅游地、旅游地意象空间及旅游者行为调查研究成果, 从意象空间的角度提出有关旅游地规划和开发的建议。

1 旅游地意象空间定义

旅游地是含有若干共同特征的旅游景点与旅游设施组成的地域综合体, 它是主要服务于旅游者的旅游吸引物。旅游地意象空间与城市意象空间研究的侧重点显然是不同的, 旅游地主要研究对象是旅游者。因此旅游地意象空间是指由于旅游地环境对旅游者影响而使旅游者产生对旅游地环境直接或间接的经验认识空间, 是旅游者的“主观环境”空间。

2 江南水乡古镇的旅游地意象空间研究的理论基础和研究方法

2.1 江南水乡古镇的旅游地意象空间研究的理论基础

Lynch^[1]提出城市意象之所以产生是由于城市构成具有被识别的特征——可识别性。城市意象具

* 收稿日期: 2003-10-28

作者简介: 蒋志杰 (1974 年生), 男, 研究生; E-mail: jiangzhijie998@yahoo.com.cn

有三个含义：识别、结构、意义。只有它们同时出现才完成意象构成。林奇认为一个城市必须使市民容易产生意象，因为这样一个城市能给市民带来心理上的安宁感，能使城市各功能区作用充分发挥，使城市真正成为市民的城市。通过大量实证研究他得出城市意象的构成应该包括 5 个基本要素：通道、边界、区域、节点、标志。要素在城市意象中的分布，可识别程度和空间组合结构等形成城市意象空间的特点。同时，虽然每个城市中的居民对城市的感应不同，但“任何一个城市似乎都有一个共同的意象，它由许多个别的意象重叠而成”。

2.2 江南水乡古镇的旅游地意象空间研究方法

Lynch^[1]通过意象草图了解了市民的城市意象。在研究中，他采用问卷调查方法，并要求市民很快地画出所在城市的平面图，同时列举出城市的独特要素等。Lynch 分析了这些资料，用百分数表示出不同要素在城市意象出现频率，取得最终的市民城市意象。此次研究也运用了 Lynch K 意象草图的方法。为了配合此项研究，笔者于 2002 年 9 月至 2003 年 3 月对江南 7 大古镇的旅游者进行了问卷调查和访谈调查（调查中发出问卷 190 份，回收有效问卷 180 份，意象草图 50 张）。通过综合分析旅游者各自的意象草图、问卷调查数据，并对照实际地图，大致确定了各要素的百分比及所在位置，最后叠合成各镇的旅游地公众意象地图；并通过旅游地公众意象地图与实际地图比较，寻找差异，分析原因，提出相应的对策。

3 调查结果分析

3.1 江南古镇的旅游地意象草图类型及影响因素

本次调查的江南古镇的旅游地意象草图分为三类：第一类意象图（如图 1（a））一般出现一条主干道和沿线的一些标志，这些标志常常是重要的空间标志。这类意象图最多，占总的意象图 57.14%。第二类意象图（如图 1（b））涉及的范围扩大，主干道之间有支路连接，这类意象图居次，占意象图总数的 30.61%。第三类（如图 1（c））占 12.24%，这类草图已初步形成一个网络结构。

根据分析，意象构成要素的通道和标志是旅游地意象最为普遍性的构成因素，而节点、边界和区域则受个人因素影响因素较大。具体影响因素主要有：①个人的背景因素（文化程度、职业、年龄、性别等）；②游览因素：例旅游地的出发地点、游览时间和游览次数、游览目的、选择出游组合方式（团队或散客）等。

3.2 江南水乡古镇的旅游地意象空间分析

通过对江南古镇的旅游地公众意象草图分析，可以看出影响江南古镇的旅游地意象空间因素与 Lynch 的 5 要素基本吻合，不同之处在于各要素在意象形成中作用及内部的各自构成。由表 1 可见，其中通道出现几率分别为 33.65%、区域出现 39.2%、节点出现 6.28%、边界出现 3.05%、标志出现 53.09%。

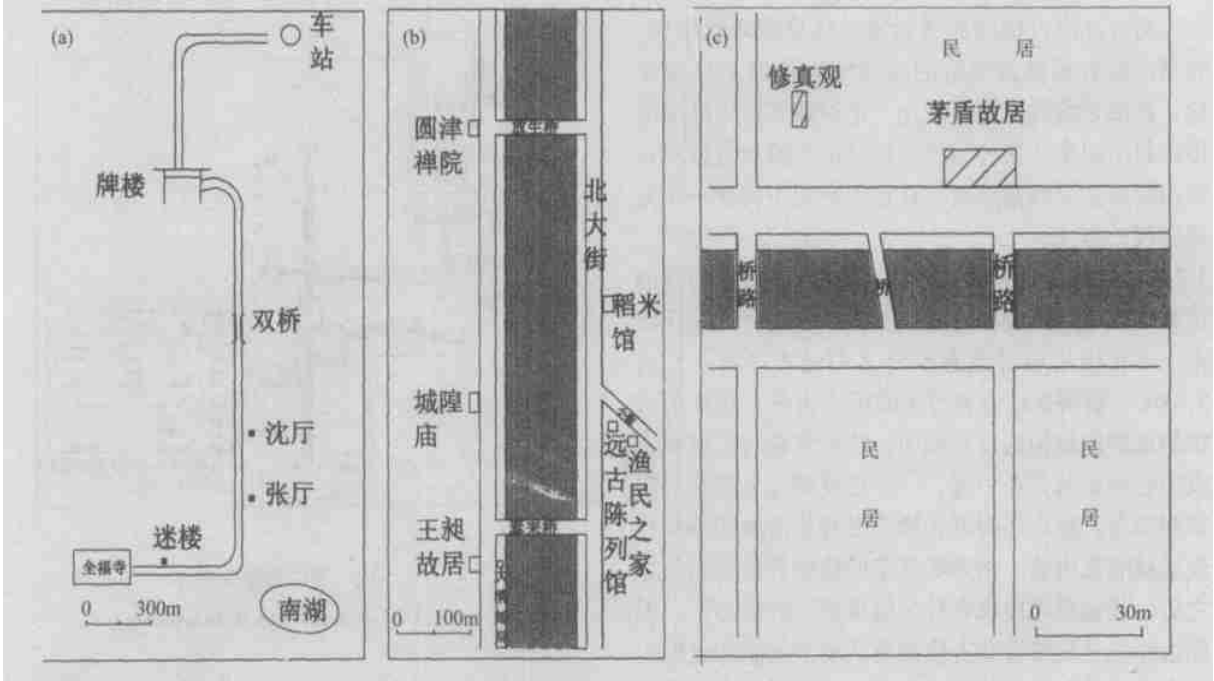


图 1 江南古镇意象图

Fig. 1 The mental map of ancient water towns in southern Yangtze River

3.2.1 通道 (Path) 通道是观察者习惯、偶然或是潜在的移动通道。对大多数被调查旅游者来说,通道是江南水乡古镇的旅游地意象的主要构成要素。在所有意象构成要素中,通道要素仅次于标志要素,占了 33.6%。调查结果表明通道要素包括街道、河道和桥梁,出现的几率分别为 34.5%、22.8%和 42.61%。其中桥梁和街道是通道要素的主导要素,而河道的存在对通道的主导要素具有加强作用。可以看出旅游者是通过江南古镇几条主要

街道和桥梁来发展江南古镇的旅游地意象图。调查发现江南古镇的旅游地意象中占主体的通道 (例如朱家角北大街、放生桥) 有以下几个特征: ①是江南水乡古镇的主要交通通道; ②具有较强的连续性; ③多为能标志江南水乡特色的景观通道例如周庄的双桥、西塘的烟雨长廊; ④多为具有浓郁明清氛围的商业街; ⑤主要通道周围形成了特色鲜明的主题区域。

表 1 江南水乡古镇的旅游地意象空间要素数量表

Tah 1 The number of the spatial components of the tourism destination of anicent water towns in southern Yangtze River

古镇名称	通道中各要素数量/个				区域总数	节点中各要素数量/个					边界总数
	河道	街道	桥梁	总数		广场	停车场	游船码头	售票处	总数	
周庄	9	6	23	38	3	0	4	2	1	7	4
乌镇	7	10	11	28	5	5	1	1	0	7	4
朱家角	7	5	13	25	7	4	2	0	2	8	1
同里	3	5	8	16	5	0	1	0	0	1	1
角直	2	1	1	4	0	2	0	0	0	2	0
南浔	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1
西塘	1	1	5	7	0	0	0	0	0	0	

古镇名称	游船	民居	塔	桥梁	园林	宗教建筑	标志中各要素数量/个			戏台	湖泊	商店	博物馆	总数
							牌楼	商业街	传统作坊和民俗					
周庄	3	23	2	15	2	5	10	0	0	1	3	7	8	79
乌镇	1	15	0	2	0	6	0	1	23	9	7	0	2	70
朱家角	0	3	0	9	1	7	2	3	0	0	1	5	7	38
同里	0	6	0	4	5	0	0	4	0	0	0	0	0	19
角直	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	4
南浔	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1	6
西塘	1	2	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7

另外江南古镇的通道意象总体呈现环状结构。它是旅游者根据游览目的对旅游地道路系统抽象化,把部分曲线通道直线化,把道路系统以环形的形式封闭起来。这种结构可能是由于旅游者按照古镇门票所示寻找景点时,在意象空间中构建一个完整游程的方式。

3.2.2 边界 (edge) 边界 (图 2) 是两个部分的边界线,是连续过程中的线性中断。边界要素在江南水乡古镇的旅游地意象要素中最不显著,只占 3.05%。被调查旅游者很少能标出边界。在江南古镇的旅游地结构性意象图中,边界常常与区域要素或中心标志结合在一起,一些边界则与天然湖泊要素相结合。在边界附近,旅游者对旅游地的感知程度递减非常迅速。例如非常多的旅游者游览完沈厅之后,就觉得周庄没有什么值得游览的地方了。因此边界也是旅游者在古镇游览活动空间感知过程的一个重要临界线。

3.2.3 区域 (district) 区域是旅游者可以在旅游

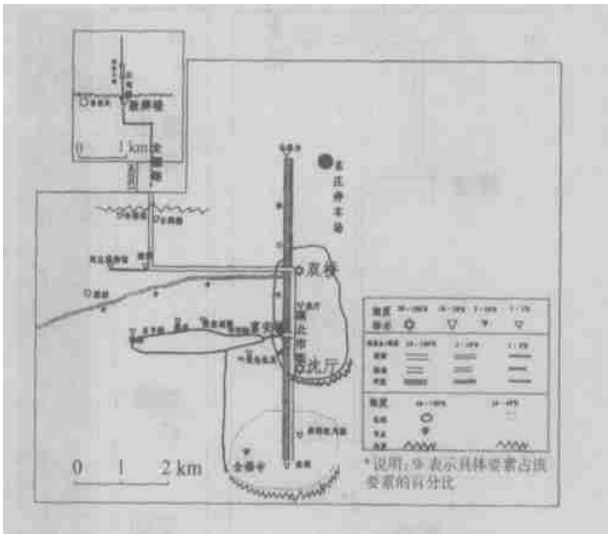


图 2 周庄意象草图

Fig. 2 The mental map of Zhouzhuang

地随意进出其间,而且具有共同特征的较大地理范围。区域是意象形成的高级阶段,旅游者不易表达

出来，所以区域不是江南古镇的旅游地意象主要要素，只占 3.92%。然而旅游地公众意象中区域数量多少却是衡量旅游地吸引力的重要指标。按照区域使用特点，江南水乡古镇的旅游地意象区域划分为商业区域、广场区域、宗教区域、园林区域、古建筑区域。其中以商业区域（44.44%）和广场区域（22.22%）为主。商业区域（图 3）以同里的明清街为代表，而广场区域（图 4）则以乌镇的观前广场为代表。这些区域的主题非常鲜明，例如明清街以浓郁的仿明清时代的商业文化使旅游者形成了深刻的意象；而乌镇的观前广场则以独具特色的文化也使旅游者形成了深刻的意象。

3.2.4 节点 (node) 节点是旅游者可以进入、能够使人留下深刻印象的关键点，行为在节点上表现为集中和选择。节点也是江南水乡古镇的旅游地意象重要要素，占 6.28%。调查结果表明节点要素包括广场、停车场、游船码头、售票处出现的

几率分别为 44%、39%、9%和 8%。其中广场和停车场是节点主导要素，游船码头是水乡古镇特别的节点，售票处则通常是与停车场相结合的要素。节点中的主导要素（广场和停车场）意象等级比较高，是旅游者进入旅游地接触较多的点。

3.2.5 标志 (landmark) 标志是旅游者认识旅游地、观察旅游地、形成印象、便于记忆的外向性参考点。标志是江南水乡古镇的旅游地意象的最主要要素，占 53.09%。调查结果表明标志要素包括游船、民居、塔、桥梁、园林、宗教建筑、牌楼、商业街、传统作坊和民俗、戏台、湖泊、商（酒）店、博物馆（陈列馆）出现和几率分别为 2.79%、25.27%、0.36%、19.21%、13.68%、8.33%、2.56%、7.91%、4.69%、2.01%、2.35%、3.15%、6.87%。其中民居（25.27%）、桥梁（19.21%）、园林（13.68%）、商业街（7.91%）是江南古镇的旅游地标志的主导要素。旅游吸引物特色与知名度以及旅游者游览目的是标志形成的重要原因。本次调查表明旅游者游览江南水乡古镇最主要目的是为了欣赏保存完好的古建筑，因此体现独特水乡风貌的古镇民居是江南水乡的重要标志。如多数旅游者都会在同里古镇的意象草图中标出同里标志性景点的嘉隐堂和崇本堂。另外另一体现江南水乡“小桥流水人家”的独特风貌的桥梁也是江南水乡的重要标志。例如周庄双桥因陈逸飞的《故乡的回忆》的画作而蜚声海内外，因此很多旅游者将双桥作为周庄的象征（即地标区）。江南水乡古镇的园林为古镇过于物质化的景观增添绿色，因此也成为旅游者感知江南古镇的重要标志。例如本次调查 66.67%受访旅游者将退思园作为同里的象征。

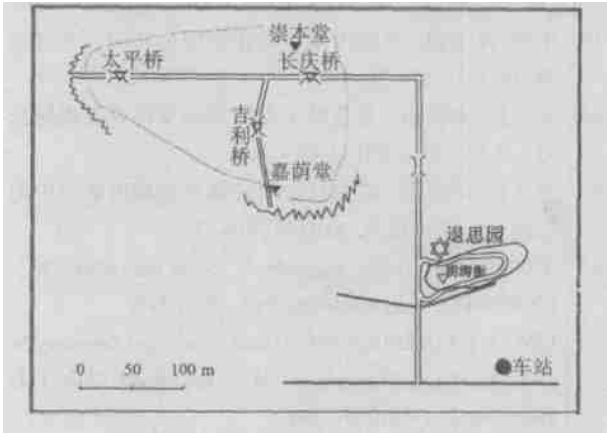


图 3 同里意象草图
Fig 3 The mental map of Tongli

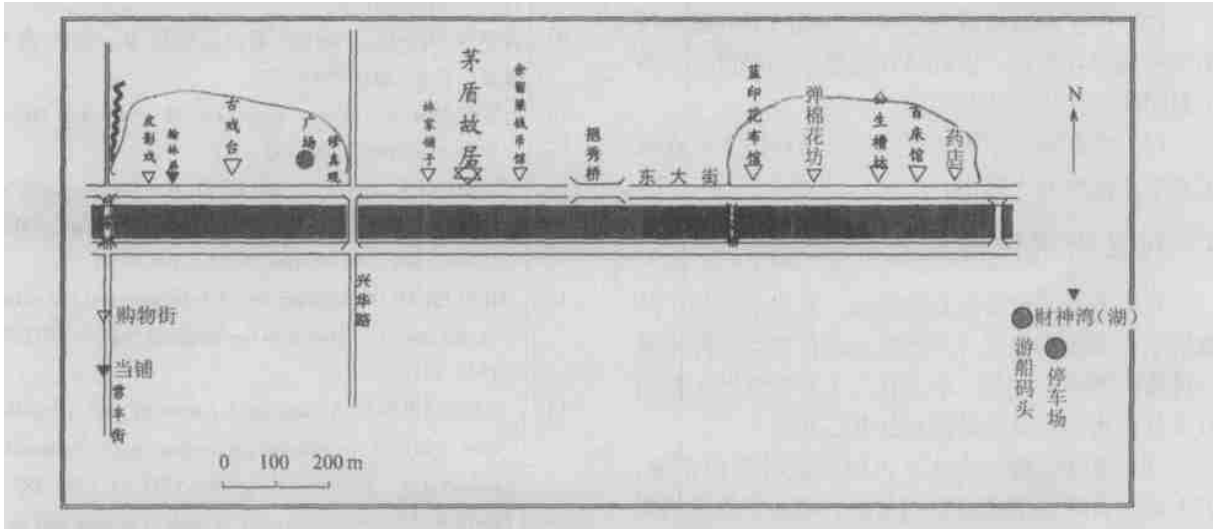


图 4 乌镇意象草图
Fig 4 The mental map of Wuzhen

另外体现江南水乡古镇昔日商业繁华的商业老街也是江南水乡的主要标志，例如同里的明清街。

综上所述，江南水乡古镇旅游地意象空间是以“环状”为特征；而组成意象空间的要素主要有干道、桥梁、节点、标志和区域；其中干道和桥梁构建了“环状”意象空间框架。总体来说，江南水乡古镇的旅游地意象主结构明显，次结构趋于模糊。

3.3 与实际地图的对比分析

通过实际地图与意象地图的比较研究，可以发现旅游者心目中的江南水乡古镇意象空间与实际古镇空间结构存在明显差异。主要体现在以下几方面：

(1) 旅游者心目中的江南水乡古镇意象空间范围（除周庄意象空间范围略大）只是实际地图的一小部分。

(2) 总体环状的意象结构简化了实际的网络状结构。

(3) 江南水乡古镇营造的特色区域在旅游者意象中反映的并不多。

(4) 具有江南水乡特色的标志性节点——游船码头在旅游者意象中的地位有待提升。

(5) 江南水乡古镇许多标志性景观在旅游者意象中并不突出，例如同为周庄的代表性景观张厅，“轿从门前落，船自家中过”使其独具魅力。但许多游客在周庄意象草图中并未标出与沈厅齐名的张厅。

形成以上差异可能是因为：

(1) 本次调查数据显示旅游者在江南古镇平均游览时间只有 3~4 h。过于紧张的游程使旅游者的意象空间范围受到很大限制。

(2) 由于多数旅游者是按照古镇门票的提示按图索骥地寻找景点，因此易在意象空间中形成一条由封闭曲线构建的环状结构。

(3) 旅游标识系统的不完善，使许多主景在旅游者的意象中并不突出。

4 对江南水乡古镇旅游规划的建议

对旅游者的旅游地意象研究，其目的是为了从旅游地意象找出合理开发旅游地的依据，实际上是一种旅游者参与过程。本文在以上分析基础上提出有关江南水乡古镇旅游规划的几点建议：

(1) 通过完善江南水乡古镇的旅游标识系统，扩大旅游者的古镇意象空间范围，增加旅游者的安全感，使其能更广泛地选择古镇景点。这样不仅可以提高支路附近的清晰度，形成良好的局部结构，而且可以有效调节江南水乡古镇核心旅游区域旅游

环境容量。

(2) 通过强化广场附近的旅游标识系统，延长旅游者在江南水乡古镇的游览时间，以扩展其旅游地意象空间范围。

(3) 通过提升游船码头的节点功能，将其设计成为具有江南水乡古镇独特魅力的标志，可以扩展古镇的边界范围，把古镇周围广阔的水域纳入旅游者的意象中。

(4) 通过培育具有地方人文特色的区域，改变江南古镇在旅游者心目中千篇一律的旅游地形象；同时也可以利用已有广场的内聚性特点，开展具有浓郁地方特色的民俗活动，使旅游地形象更鲜明。

参考文献:

[1] LYNCH K. The image of the city[M] . Cambridge Mass.: MIT Press, 1960.

[2] PINCH S, KNOX P. Urban social geography: an introduction [M] . Fourth edi. New York: Prentice-hall, 2000: 294— 303.

[3] 李邴, 许学强. 广州市城市意象空间分析[J] . 人文地理, 1993(3) : 27— 36.

[4] 顾朝林, 宋国臣. 北京城市意象空间及构成要素研究 [J] . 地理学报, 2001(1) : 64— 74.

[5] 顾朝林, 宋国臣. 城市意象研究及其在城市规划中的应用[J] . 城市规划, 2001(3) : 70— 73.

[6] PACIONE M. Urban geography: a global perspective[M] . London; New York: Routledge, 2001: 389— 393.

[7] KING L J, GOLLEDGE R G. Cities, space and behavior; the elements of urban geography[M] . Englewood Cliffs J J: Prentice-hall, 1978: 236— 256.

[8] HORTON F E, REYNOLDS D R. Effects of urban spatial structure on individual behavior[J] . Economics Geography, 1971, 47: 36— 48.

[9] 许学强, 周一星, 宁越敏. 城市地理学[M] , 北京: 高等教育出版社, 2001: 254— 257.

[10] WILLIAM N. Human geography[M] . London: Oxford University Press, 2002: 320— 321.

[11] STEPHAN J, PAGE C, MICHAEL H. The geography of tourism and recreation; enviornment, place and space[M] . London, New York: Routledge, 2002: 194— 196.

[12] MERCER D. Discretionary travel behaviour and the urban mental map[J] . Australian Geographical Studies, 1971, 9: 133— 143.

[13] ALDSKOGIUS H. A conceptual framework and a Swedish case study of recreational behaviour and enviornmental cognition[J] . Econnmics Geography, 1977, 53: 163— 183.

[14] PEARCE P L. Mental souvenirs; A study of tourists and their city maps[J] . Australian J Psychology, 1977, 29: 203— 210.

[15] PEARCE P L. Route maps; a study of travelers' perceptions

of a section of countryside[J] . J Enviomental Psychology, 1981, 1: 141—145.

[16] WALMSLEY D J, JENKINS J M. Mental maps, locus of control and activity: a study of business tourists in Coff's Habour[J] . J Tourism Studies, 1991, 2(2) : 50—58.

[17] 郭英之. 旅游感知形象研究综述[J] . 经济地理, 2003 (2) : 280—284.

[18] 富国宣, 陆林, 章锦河. 海滨旅游地居民对旅游影响的感知—海南省海口市及三亚市实证研究[J] . 地理科学, 2002(12) : 471—476.

**A Spatial Analysis of the Image of Tourism Destination
——A Case Study on Ancient Water Towns in Southern Yangtze River**

JIANG Zhi jie, WU Guo qing, BAI Guang run
(City and Tourism college, Shanghai Teacher University, Shanghai 200234, China)

Abstract: It first aims to further explore the regularity of the spatial of the image of tourism destination and second to benefit the sustainable development of Ancient Water Towns in the southern Yangtze River (China) . The study, based on the content analysis of 180 samples of travelers. By using mental map and questionnaire survey, five components commonly found in these sketch maps: paths, nodes, edges, landmarks and districts. The framework of the mental map was found to be constituted by the main roads and bridges, together with the personality nodes, remarks and districts. The actual map is then compared, and recommendations for future tourism planning and designing of Ancient Water Towns in the southern Yangtze River are presented in concluding sections.

Key words: ancient water towns in southern Yangtze River; spatial of the image of tourism destination; mental map