

DOI: 10.3969/j.issn.1004-9479.2015.017

黄辉. “文化性”空间组织力量及其认知在城市内部空间的演变[J]. 世界地理研究, 2015, 24(1):140-149

HUANG H. The evolution of cultural organization force and spatial cognition in internal space of city: the example of Paris's museum [J]. World Regional Studies, 2015, 24(1):140-149

“文化性”空间组织力量及其认知 在城市内部空间的演变 ——以巴黎博物馆为例

黄 辉

(上海对外经贸大学会展与旅游学院, 上海 201620)

摘 要: 20 世纪 70 年代以后, 随着社会生产方式发生转变, 诸多国家的社会形态由“工业社会”转向“后工业社会”, 原有城市空间的组织方式也发生了根本变化。以巴黎博物馆为例, 作为巴黎城市文化空间的重要组成部分, 这一文化机构的空间布局及其功能的演变, 集中反映了向“后工业社会”转型背景下巴黎城市内部空间组织力量的变化。这一变化不仅揭示了当代巴黎的城市景观与形态背后的运行机制, 更为当代城市的发展及其整体文化空间的营造提供了重要启示。

关键词: 空间组织; 后工业社会; 巴黎; 博物馆; 文化

中图分类号: K915

文献标识码: A

对于城市的居住者、使用者来说, 我们不得不面对城市的组织、结构、形态等空间问题。对于城市内部空间的认知与了解是对城市本身认知的主要内容。在不同社会经济发展阶段, 城市的内部空间结构、形态等差异巨大。城市内部空间的组织因素也因社会经济的发展阶段不同发生着改变。在当前的“后工业社会”背景下, 随着“文化性”资源作为一种生产性财富不断被开发以及旅游人数的不断增长, “文化性”空间在城市内部空间中的地位不断突出。与此同时, 作为城市空间的重要组织者, 在城市内部“文化性”空间对周边空间的影响力也越来越大。因此, “空间认知”也在不断发生着变化。

以巴黎博物馆为例, 作为巴黎城市文化空间的重要组成部分, 博物馆在城市空间中的功能、角色也在发生着变化。这一“文化性”机构的空间布局及其功能的演变, 集中反映了向“后工业社会”转型背景下巴黎城市内部空间组织力量的变化。这一变化对我们观察当代巴黎的城市景观与形态背后的运行机制, 以及当代城市整体文化空间的营造提供了有益借鉴。

1 文献综述

长期以来, 城市内部空间一直是地理学、社会学、建筑学等诸多学科科学家们关注的重要领域。早在 20 世纪初, 就有学者开始对城市内部空间进行观察、研究。Gulliver F.^[25]通过地

收稿日期: 2014-08-30; 修订日期: 2014-12-20

基金项目: 首都师范大学文化研究院一般研究项目(ICS-2014-B-10); 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(13JJD840010)。

作者简介: 黄辉(1981-), 男, 讲师, 博士, 研究方向为城市文化、城市经济、巴黎城市文化研究。E-mail: hduanghui@163.com。

点、标识物、边界等概念,从个体和集体两个视角对城市的空间做了初步的描述,并且涉及到空间利用与个体行为之间关系的初步讨论。1960年代以后,西方学者对于城市内部空间的相关研究越来越多。K. Lynch 在其《城市的印象》(*L'image de la cité*)^[31]一书中强调,为了避免规划所带来的负面问题有必要加强对都市环境的认知,并且提出标准化的空间与实际的空间之间的差异问题。1982年,其在《展望与规划》(*Voir et Planifier*)^[32]一书中进一步提出:优秀的城市规划应当能代表、体现居住者利益,并能很好地呈现出每个居住个体的空间认识,个体的空间认知概念也应用到城市的组织实践中。此外,伯恩^[12]对于城市内部空间的研究有很大的贡献,在系统论观点指导下,他认为城市形态是城市地域内各要素的空间组织与整合;城市内部各部分之间是一种复杂的相互关系,它们将诸如土地利用、群体活动的方式和行为,整合成一个子系统的有机体;城市空间结构则以一套组织规则连接城市形态和子系统内部的行为及相互作用,并将这些子系统连接成一个城市系统。

1980年代以来,越来越多中国学者关注城市内部空间的相关研究。冯健^[12]认为城市内部空间结构的研究主要集中在四个方面:人口与城市内部空间结构研究;城市内部经济空间结构研究;城市内部社会空间结构研究;城市郊区化研究。

关于人口与城市内部空间的相关研究众多。周一星利用人口普查资料,将人口分布与郊区化现象的研究联系起来^[6]。宁越敏通过人口抽样调查数据分析上海外来人口对城市经济发展的影响^[7]。利用人口数据进行相关研究的还有张桂霞^[9],利用人口普查资料研究广州市区的人口变化的影响因素。柴彦威^[14]通过调查问卷对迁居居民进行了研究。

在城市内部经济空间方面,自1980年代,宁越敏^[1,13]、徐放^[2]、吴郁文等^[4]先后从商业中心、产业结构等方面对上海、北京、广州、长春等城市做过实证研究。

在城市内部社会空间的研究方面,虞蔚对上海中心城区社会空间特征及其与城市规划的关系进行了分析^[3]。随后,诸多实证研究多集中于社会空间的影响因素分析,在研究方法上也较为传统。2001年,顾朝林等^[9]通过认知地图调查法对北京城市意象空间进行了探索性研究,充分突出了道路、地标、节点等空间要素在城市意象认知方面的影响作用。从研究方法来看,突破了以往的研究模式,对于城市内部社会空间的认知提供了新的视角。郊区化作为中国快速城市化过程中的重要现象也是学者们研究的重要对象。郊区化研究侧重点较多,既有对郊区化现象存在事实的论证^[6,8,10],也有对郊区化发展机制进行分析^[9]等。

近年来,文化性因素在城市内部空间的影响力越来越大,从文化视角的相关研究也成为城市空间研究的重要部分。首先,从理论层面,周尚意^[15]通过对英美文化地理学的发展脉络的梳理,对文化因子做了三个类别的区分,清晰了文化因素与其他空间因素之间的关系、论证了文化的空间性及其理论根源、明确了文化空间在城市空间中的定位。周尚意的研究为文化地理学的研究做了理论铺垫。王兴中^[16]从人文地理学角度论述了文化在当代人文地理学中的地位与内涵,强调了社会-文化转型是新社会地理学的主要方向。在实践研究方面,周尚意^[17]以KFC为例,研究了某一类型的餐饮文化在城市空间的扩散路径与方式。此外,与文化有关的相关研究较多的是从某一文化性行业入手,阐释新的扩散路径、空间特征及其他在城市空间中的种种演变。例如,汪明峰^[18]等通过对高校学生的购书行为调查,比较了网上购物对不同规模传统书店产生的影响效应,认为网上购物对中等规模书店的影响最大。在汪明峰等^[19]又以“当当网”为例,探讨了网上零售企业的空间组织及其影响因素,并认为网上零售企业的空间组织和扩散与传统零售企业的差异并不显著,且仍受到地理因素的制约。蔡晓

梅^[20]等从新社交媒体与饮食文化的互动入手,分析了在新的网络空间视角下,广州的饮食文化空间的新特征、空间的重构与空间的表征。也从实证角度生动的演绎了在新社交媒体时代的饮食文化空间种种变化。

以上研究、观察都试图揭示复杂的城市内部空间的运行、演变的原因,探究城市作为一个复杂系统的内部机制。通过文献的回顾,可以发现上述研究有如下特点:一,从研究视角来看,多集中于对城市空间影响要素的探讨与分析,如人口流动、商业活动、产业功能、文化活动等;第二,从时间跨度来看,上述研究基本是对 1980 年代以后的城市变化进行的思考,缺少长时段的观察;第三,受中国城市发展阶段性特征的影响,在“后工业”社会背景下对城市内部空间的思考较少。

基于此,本文对巴黎博物馆的整体历史进行考察,通过其在三个历史时段(前工业社会、工业社会、“后工业”社会)的空间角色及功能的分析,试图在长时段的视角下描述博物馆这一“文化性”要素在城市内部空间所发生的变化及其对城市空间认知所产生的影响。

2 不同时期巴黎博物馆的空间定位及空间认知

2.1 前工业社会的博物馆空间

巴黎的博物馆的诞生源起于 1789 年法国大革命。革命导致大量皇室、贵族、僧侣阶层的珍藏艺术品、文物被国家征收。巴黎的第一批 5 家博物馆的出现均与此有关,如表 1 所示,1789 年大革命之后,于 1792 年在皇家宫殿卢浮宫成立了卢浮宫博物馆。到 19 世纪初,在巴黎共有 5 家博物馆,至今这 5 家博物馆仍是巴黎最有影响的博物馆^①。这 5 家博物馆从 18 世纪末成立到 19 世纪中叶之前,从功能上来说,这 5 家博物馆一如既往的如大革命之前的皇家画廊一样,“不是向公众提供展示的”^[24]。从馆舍类型上来看,都是利用大革命后对皇室、僧侣阶层所征收的宫殿、教堂等,没有专门为了博物馆而新修的专门馆舍。从空间分布上来看,受馆舍建筑之前功能的局限,第一批博物馆都集中在巴黎市区皇家、宗教活动场所区域。到 19 世纪初,“博物馆”这个概念对大众来说还是非常模糊的^[24]。其主要作用是储存因社会动荡而流落各地的珍贵文物(日后也有部分展览功能,主要针对外国游客和艺术家及艺术系学生)。因此,储藏、保管是 18 世纪末、19 世纪初的 5 家博物馆的主要功能。

表 1 巴黎的第一批博物馆

名称	地点	馆舍	馆舍类型	成立时间
卢浮宫	1 区	卢浮宫	皇室	1792
法国历史博物馆	6 区	小奥古斯丁修道院	宗教	1795-1816
自然历史博物馆	5 区	皇家医药植物园的花园	皇室	1793
艺术与工艺文物馆	3 区	圣马丁皇家隐修院	皇室	1794
军事博物馆	7 区	圣托马斯达奎因教堂	宗教	1806 之前

18 世纪末、19 世纪初的博物馆仅仅被认为是现代博物馆的雏形,即便是以保存文物为主要功能的各项制度也没有建立起来。如,当时的博物馆馆长基本上被认为是文物库的看门人角色^[28],没有固定参观时间,实际上也没有专有的馆舍。因此,大革命后的巴黎,博物馆作为原本的皇室画廊的功能消失了,原来的贵族参观者也消失了。而在新的城市空间中,博物

① “法国历史博物馆”与 1816 年闭馆,其主要藏品为 1843 年成立的位于巴黎第五区的“中世纪博物馆”所馆藏。

馆的自身功能极度不完善,社会服务作用有限。从这一点来看,其空间角色非常模糊,仅是物理性城市空间上的一个点。它是社会运动的产物,是从属于政治性的革命运动,并非独立的的城市空间机构,非城市有影响力的空间,相对于功能明确的学校、医院等空间而言,只能算是城市的亚空间。

2.2 工业社会的功能性空间

到 19 世纪中叶之后,巴黎的博物馆迎来了巨大的发展,尤其是受数次世博会的影响,博物馆各项运营制度建立起来,社会服务功能逐步明确,博物馆慢慢成为城市中重要的文化、娱乐、教育空间。从 19 世纪 40 年代开始,工业化运动在法国展开,1855 年,第二届世博会在巴黎举行,此后差不多每隔 10 年就在巴黎举办一次世博会(1867,1878,1889,1900),到 1900 年共举办了 5 次世博会。

世博会对博物馆发展的直接贡献首先是培育了相关的管理制度促进了博物馆的现代化。因世博会期间博物馆都向公众开放参观,因而相关运行管理制度得以产生(比如固定开放时间、展览的组织、门票制度等);其次,世博会也让巴黎的博物馆在藏品及场馆数量上都获得长足的发展,很多世博会的场馆及展品在展后都变成了博物馆及博物馆的藏品(如大宫、小宫,特罗卡代罗广场等)。

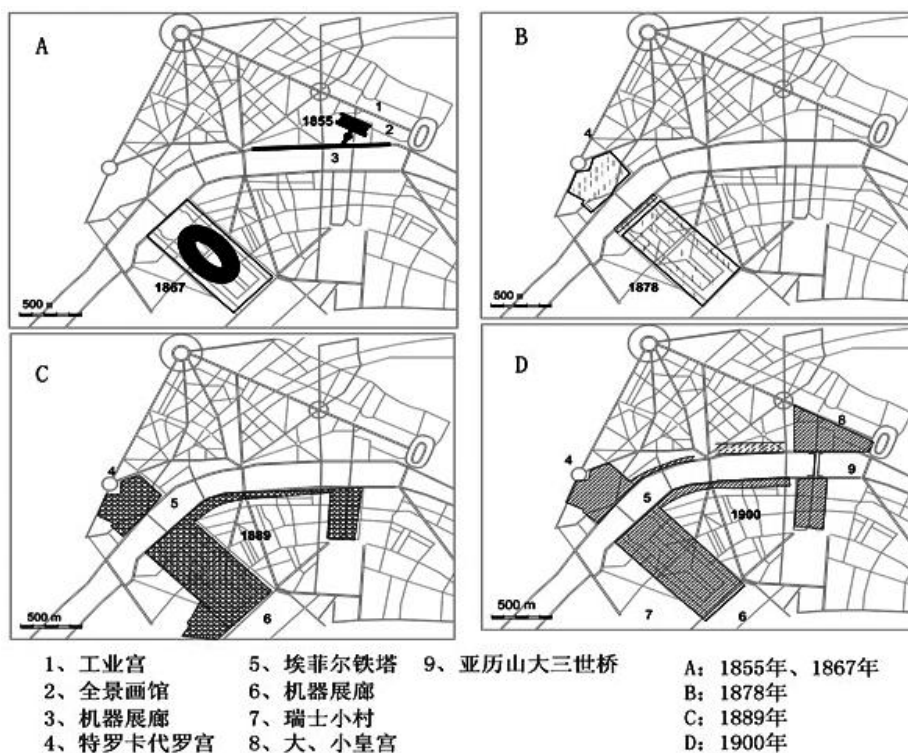


图 1 19 世纪巴黎 5 次世博会会址及建筑

资料来源:Rouleau Bernard. Paris Histoire d'un Espace[M]. Paris: Seuil, 1997:373.

世博会不仅仅促进了博物馆的现代化,同时现代旅馆和商场也因世博会获得发展的契机。随着大量游客的到来,旅馆业、零售业、餐饮业都迅速发展,尤其在城市中西部,逐渐形成以协和广场(Place de la Concorde)为中心的一个现代化的时尚、休闲集中区^[4]。

世博会期间大量游客的到来,首先直接带动了旅馆业的发展。在欧洲,现代意义上的旅

馆的出现与世博会的举行有直接的关系。如 1851 年,在伦敦第一届世博会期间开业的伦敦西方宾馆(The Great Western Hotel of London);1855 年,第二届巴黎世博会期间开业的卢浮宫大酒店(Le Grand Hôtel du Louvre)。1855 年第二届巴黎世博会之后,连续的 4 届世博会让巴黎西部的旅馆业赢得快速发展的契机^[35]。

同样的事实是,巴黎现代化商场的出现也与世博会有很大的交集,第一家商场是于 1855 年开业的位于卢浮宫的卢浮宫商场,到 19 世纪末,各种类型的大商场不断涌现,并向巴黎西部集中。如图 2 所示,如果以 19 世纪最后一次世博会 1900 年作为时间节点,在巴黎,一个全新的以购物、现代城市观光、现代化生活方式体验为主要内容的现代化时尚、休闲空间在巴黎慢慢浮现,而博物馆作为这一空间的重要组成部分,其社会服务功能与空间定位也渐趋清晰。

到 19 世纪末,博物馆数量因数次世博会影响得以快速增加,博物馆的类型也更多样,1900 年博物馆达到 19 家。由于展览的组织与场馆管理,专业的博物馆管理人员也逐渐培养起来,博物馆馆长不再是看门人的角色,成为了职业管理者;博物馆收藏的不仅仅是珍品、真品,更多是建立在登记与分类制度基础之上的有体系的藏品。

至此,博物馆不再是储藏室,变成了知识的传播中心;博物馆的功能更专业,具有了收藏、分类、交流、展示等功能(图 3)。更重要的是,博物馆的社会影响力不断扩大,博物馆空间角色、功能渐趋明晰,与周边环境的联系越来越紧



图 2 1900 年巴黎高级旅馆及商场分布

资料来源:P. Joanne. Paris, Ses Environs et Un Appendice Sur l'Exposition de 1900. Paris: Hachette,1900; K.Baedeker. Paris et ses environs, manuel du voyageur. Paris: Paul Olendorff, 1900.

密。到 19 世纪末期,博物馆的观念在社会中已经相当普及。1900 年,巴黎旅游指南(Le guide de Joanne)^[30]一书中共推荐了 16 家博物馆。全书共 331 页,其中博物馆介绍部分达 89 页,仅博物馆一类即占到全书页数 26%以上。可以证明博物馆在 19 世纪末的时候已经成为了城市的重要的文化艺术空间,博物馆已经同高级宾馆、大型商场一样,成为分布在城市中西部识别性较强的文化娱乐休闲教育空间。

2.3 1970 年代之后生产性空间

2.3.1 文化与新生产空间

1970 年代以后,西方诸多发达国家经历了从工业社会向“后工业”社会的转变。城市空间的组织力量也发生着变化,文化、制度性因素在城市空间组织中发挥的作用越来越大。文化对于城市的吸引力和影响力的贡献越来越明显^[22]。

从生产动力角度来说,在工业社会,“福特制”是社会生产的主要方式,生产的动力依赖

供给能力。但“后工业”社会,生产方式从规模化向多样、灵活转变,生产的动力发生了颠覆。由于需求的碎片化和不稳定性,差异性寻求成为生产的重要动力,在这个过程中文化因素发挥的作用不断增强。因此,差异性成为灵活生产的最重要内涵,文化生产也是差异性生产的重要部分。

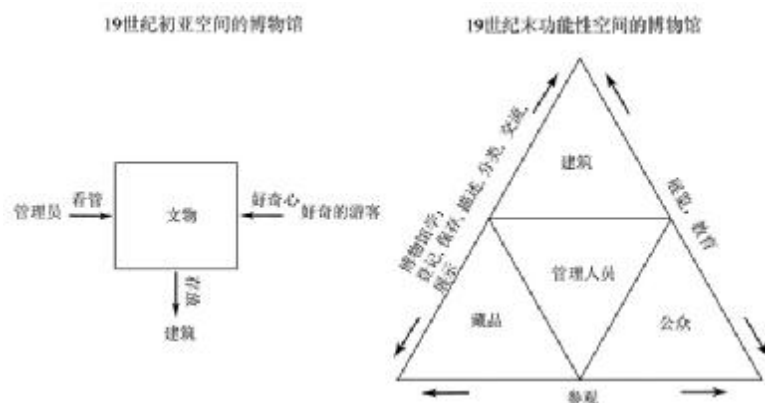


图3 19世纪初与19世纪末博物馆的空间角色与功能比较

文化不但成为生产中的重要要素,同时也成为了城市空间的重要组织力量。在“后工业”社会,符号价值的获取也成为生产的重要方向^[27]。因为“后工业”的多样性需求的生产方式转变也反映了社会价值导向的变化,对于一件商品来说,功能性、实用性部分在商品价值中所占比例越来越小。而符号性的,能体现商品多样的社会属性、差异性的部分成为商品价值的更大追求。例如高级皮包之于“装东西”的功能、高级成衣之于“保暖”的功能,福特制意义下这些功能性部分不再重要。反而,其能表达的差异性特征、炫耀性功能及其他社会符号属性成为“后工业”社会商品价值更重要的部分。在这样的逻辑下,文化以其创意性、知识性特点在“符号性”价值生产中占据优势。“符号性”价值的生产某种意义上就是文化生产。

在“后工业”的生产方式下,文化生产与城市空间的重塑、地方营销等空间的再生产有着密切的关系。城市在逐步远离工业生产之后,原来物质性生产的城市发展的动力慢慢被文化、知识生产的力量所代替。如 Debarbieux^[23]所解释的,一件特别的文化产品可以造就一个差异性的空间,并因其差异性而成为一个特征明显的空间。例如:电影之于洛杉矶、时尚之于巴黎、音乐剧之于纽约等。

2.3.2 博物馆成为新的生产空间

19世纪博物馆已经向大众开放,有固定的开放时间,有固定的展览等。但实际上并不是所有社会群体都有机会进入博物馆,一些文化、制度的障碍阻碍了诸多社会群体进入博物馆,博物馆为社会中上层和知识精英所有。

根据著名社会学家,皮埃尔·布迪厄 1969 年的研究^[33],由于社会阶层、收入差距、教育水平等原因,去博物馆参观的人大部分是社会中高阶层,社会中下阶层事实上是被排斥在博物馆门外。根据其调查,在法国参观博物馆的人群,约 1%是农民,4%的工人,小手工业者占 5%,一般雇员中层干部占 23%,社会上层占到 45%。

社会中下层因其文化程度不高,与博物馆之间有距离感,而博物馆也始终保持着高高在上的姿态与神秘的形象。比如,在建筑上,博物馆往往是一些恢弘的大体量建筑,入门的高台阶,参观者需要拾阶而上才能进入博物馆,给人以朝拜姿态的压迫感。其次,在展览组织方面,1970年代以前法国博物馆的藏品基本上是一些传统的艺术品,绘画、雕塑等,并且没有附相关的解释说明,没有经过相关艺术教育的群体对这类艺术品是无法了解的。

针对以上诸多矛盾,在 1970 年代以后的博物馆领域经历巨大变革,这一阶段的革新不

光使博物馆自身获得了巨大的发展,同时也让文化因素在城市空间中释放了巨大的能量。

首先是通过郊区化大众化改革,扩大博物馆对社会大众的吸引力。主要表现在以下几点^[20]:

1)从建筑层面来看,博物馆经过更新、新建等方式努力消除与社会中下层的距离感。如著名的蓬皮杜艺术中心就坐落于原巴黎中心菜市场的停车场,奥赛博物馆是在废弃的奥赛火车站基础上的翻修、重建。通过对这些原本社会普通民众所熟知的空间的再利用,改善了博物馆与社会大众的关系。博物馆从放下其独善其身的艺术权威形象,转而努力融入普通大众的生活中。

2)展示的方式发生了变化,试图拉近与观众的距离。传统的展品的陈列是参观者以“仰视”的方式参观,绘画类的展品一般是悬挂在墙上、雕塑类的展品也一般是依墙摆放。但以蓬皮杜艺术中心为代表的当代艺术陈列方式突破了这些限制,参观者既可观看(画、视频)、也可听(音乐)、也可碰(参与性展览)。

3)藏品的概念发生变化,不再只是传统的艺术品,可以是我们日常生活中的任何物品。虽然早在 19 世纪中叶就建立了登记分类的藏品管理制度,但大部分博物馆的藏品仍是突出稀有性、唯一性等价值特点。传统的艺术品、稀有性很高的物件是博物馆的主要收藏,但博物馆的大众化,让博物馆扩展了藏品的概念,“博物馆可以囊括社会发展的任何领域,博物馆的藏品也变的无限多样化”^[20],服装、椅子、玩具、声音、气味等都可以是博物馆的藏品。

4)展览组织方式发生了变化,新的组织原则是为了更突出展品。大众化之前的博物馆,藏品仅仅是博物馆内部的物件。但大众化所突出的博物馆的中介职能定义了博物馆新的角色:博物馆是展品与大众的中介,是这两者发生关系的一个空间。因此,新的博物馆更注重围绕展品进行空间的布置,如可以灵活移动的墙体、可以让展品悬吊的装置、能突出展品的灯光等。

以上这些细节,实际上反映了博物馆的社会角色的重要变化,博物馆不仅是一个单纯的文化机构,同时它还具有众多的社会功能。通过改变博物馆的外在形象可以改善其与社会的关系。通过新建一个“亲民”的博物馆可以提高一个地方的知名度,改变社会的认知,甚至通过博物馆还可以带动老旧区的复兴,博物馆化成为新的空间组织力量。

更为重要的是,博物馆的自身功能定位也在发生着变化,从非盈利性公共服务机构向“有经济、商业特征的公共机构”(EPIC)转变,以较为积极的方式与经济性部门良性互动,以博物馆为核心的博物馆产业集群出现。

通过 1993 到 2008 年法国行业就业^②统计数据的相关性分析可以发现,博物馆行业在这个时间段的发展趋势与众多经济性部门有强烈的近似性,博物馆与生产性经济部门的关系越来越密切^[26]。传统上,我们认为博物馆是属于公共文化服务部门,与其他同类别的公共服务部门联系应该更紧密。但数据分析的结论是相反的,与其他的公共服务部门的联系在这个时间段内是在减弱的。再对这些相关性经济部门的进一步的具体行业分析可以看出,博物馆与符号性特征明显的文化消费部门在这个时间段内联系紧密。如旅游行业,旅馆、饭店、旅行社。符号消费部门,“成衣专卖店”、“旅游商品,皮革零售业”、“香水化妆品零售”、“珠宝钟表零售”、“其他商品销售”。这些行业都是一些品牌的集中地。或者说是奢侈品销售部门在这段时间内与博物馆的空间互动非常密切。

19 世纪,博物馆对于巴黎人来说是一个在城市中西部承担这文化娱乐教育功能的空

② 法国行业就业统计中,2008 年分类法,共分为 17 个大类,733 个行业就业部门。

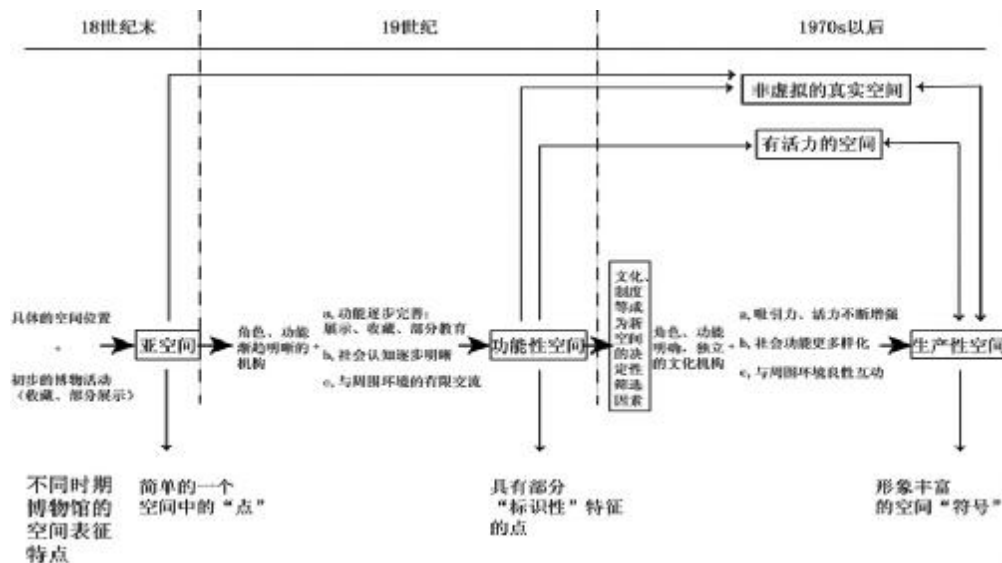


图4 巴黎博物馆的空间定位与空间认知

间,但到1970年代以后,由于社会大众对文化需求的提高,博物馆需经过不断的改革来满足社会的需求。当代的博物馆不仅仅是单纯的、功能简单的文化机构(甚至仅仅是服务于社会中上层),博物馆应该是新的文化生产的空间,这种空间能够担负起城市差异性塑造、多样性表达等全新的意义。

通过对巴黎博物馆的历史演变和功能变化的观察,可以认为1970年代以后的博物馆不光是一个重要的文化机构,还是城市更新、社会变革的工具。一系列变革之后,博物馆逐步脱离了精英文化部门的空间角色。通过自身的形象塑造、与周边环境的良性互动、积极加入“符号化”生产等手段从精英走向大众,从功能性空间走向新的更有活力的文化经济生产型空间(图4)。

3 结论

城市内部空间结构的演变受到社会生产方式的影响,在“工业社会”背景下,城市内部空间的组织力量服从于工业生产方式,生产布局决定空间布局,生产景观也是最主要的城市景观。而在“后工业社会”,不仅城市内部空间的组织力量多元化、复杂化,且原本作为其客体的参与者和体验者对于新的城市内部空间结构的形成也发挥了积极的反馈作用。在工业时代,巴黎的博物馆在城市空间中的承担着文化娱乐教育的功能,但随着文化性因素在“后工业”社会的影响力的不断增大,博物馆在新的城市空间中的角色与功能也在发生着变化。尤其是近二十几年来,博物馆的发展不断朝着经济领域这个方向在改变,以博物馆为核心的产业集群的出现标志着博物馆从功能性空间向生产性空间的转变。这也深刻揭示了文化性力量对城市空间所产生的影响。

参考文献:

- [1] 宁越敏. 上海市区商业中心区位的探讨[J]. 地理学报, 1984, 39(2): 163-172.
- [2] 徐放. 北京市的商业地理[J]. 经济地理, 1984(1): 40-46.
- [3] 虞蔚. 城市社会空间的研究与规划[J]. 城市规划, 1986, 10(6): 25-28.
- [4] 吴郁文, 谢彬, 骆慈广, 等. 广州市城区零售商业企业. 区位布局的探讨[J]. 地理科学, 1988(8): 208-217.
- [5] 张桂霞. 八十年代广州市区人口分布的变动[J]. 热带地理, 1994(04): 315-321.
- [6] 周一星. 北京的郊区化及引发的思考[J]. 地理科学, 1996, 16(3): 198-205.
- [7] 宁越敏. 90年代上海流动人口分析[J]. 人口与经济, 1997(2): 9-16.
- [8] 陈先毅, 宁越敏. 大城市郊区乡村城市化研究[J]. 城市问题, 1997(3): 27-31.
- [9] 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, 56(1): 64-74.
- [10] 冯健, 周一星. 杭州市人口的空间变动与郊区化研究[J]. 城市规划, 2002, 26(1): 58-65.
- [11] 柴彦威, 等. 中国城市的时空结构[M]. 北京: 北京大学出版社, 2002.
- [12] 冯健, 周一星. 中国城市内部空间结构研究进展与展望[J]. 地理科学进展, 2003, 22(3): 304-315.
- [13] 宁越敏, 黄胜利. 上海市区商业中心的等级体系及其变迁特征[J]. 地域研究与开发, 2005, 24(2): 15-19.
- [14] 黄辉. “真实性”与巴黎旅游区的空间分布[J]. 中国城市研究, 2012(5): 385-398.
- [15] 周尚意. 英美文化研究与新文化地理学[J]. 地理学报, 2004, 59: 162-166.
- [16] 王兴中. 社会地理学社会—文化转型的内涵与研究前沿方向[J]. 人文地理, 2004, 19(01): 2-8.
- [17] 周尚意, 左一鸥, 吴倩. KFC在北京城区的空间扩散模型[J]. 地理学报, 2008, 63(12): 1311-1317.
- [18] 汪明峰, 卢珊, 邱娟. 网上购物对城市零售业空间的影响: 以书店为例[J]. 经济地理, 2010, 30(11): 1835-1840, 1896.
- [19] 汪明峰, 卢珊. 网上零售企业的空间组织研究—以“当当网”为例[J]. 地理研究, 2011, 30(6): 965-976.
- [20] 蔡晓梅, 刘晨, 曾国军. 社交媒体对广州饮食文化空间的建构与重塑[J]. 人文地理, 2013, 134(6): 1-8.
- [21] André Gob. Le musée, une institution de passé et de futur? [M]. Paris: Armand Colin, 2010.
- [22] David Navarrete. Nouveaux musées dans la région parisienne[J]. Téoros, 2008, Automne: 71-77.
- [23] Debarbieux B. Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique[J]. L'espace Géographique, 1995(02): 97-112.
- [24] Dominique Poulot. Une histoire des musées de France XVIIIe-XXe siècle[M]. Paris: Editions La Découverte, 2005: 31-34.
- [25] Gulliver F. Orientation of maps[J]. Journal of Geography, 1908(7): 55-58.
- [26] Huang Hui. Un paysage culturel dynamique: Géographie historique et économique des musées parisiens[D]. Paris, 2014.
- [27] Jean Baudrillard. Pour une critique de l'économie politique du signe[M]. Paris: Gallimard, 1972.
- [28] Jean Clair. De la modernité conçue comme une religion. in L'art contemporain et le musée. Cahiers du Musée national d'art moderne Hors-Série[M]. Paris: Centre Georges Pompidou, 1989.
- [29] Jean-Michel Tobelem. Le nouveau des musées[M]. Paris: Armand Colin (2e édition), 2008.
- [30] Joanne P. Paris, Ses Environs et Un Appendice Sur l'Exposition de 1900[M]. Paris: Hachette, 1900.
- [31] Lynch K. L'image de la cité [M]. Paris: Aspects de l'Urbanisme, 1960.
- [32] Lynch K. Voir et Planifier, L'aménagement qualitatif de l'espace[M]. Paris: Aspects de l'Urbanisme, 1982.
- [33] Pierre Bourdieu et Alain Darbel. L'amour de l'art, les musées d'art européens et leur public [M]. Paris: éditions de minuit, 1969.
- [34] Rouleau Bernard. Paris Histoire d'un Espace[M]. Paris: Seuil, 1997.
- [35] Sanjuan Thierry. Les grands hôtels en Asie: Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité. Paris[M]. Paris: Publications de la Sorbonne, 2003.

The Evolution of Cultural Organization Force and Spatial Cognition in Internal Space of City ——the Example of Paris's Museum

HANG Hui

(School of Tourism and Event Management, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China)

Abstract: Since the social production transform in the 1970s, the transformation from “industrial society” to “post industrial society” has occurred in many countries, this shift also affected the organization of urban space. The Paris museum, for example, as an important cultural space in Paris, the spatial distribution and evolution of the function reflect changes of the internal space forces in the background of “post industrial society”. This changes reveals not only the economic mechanisms behind the city landscape and the form of Paris, but offered an important enlightenment for development of contemporary city and the construction of culture.

Key words: spatial organization; post industrial society; museum; Paris; culture



(上接第 176 页)

imbalance is not only existing among the four regions or the different provinces, but also includes diffusion index and number of news commentators.^④ Fictitious cyberspace is not the hyperspace that is completely isolated from the actual geographical space. The provinces distribution of news commentators on Sina or NetEase has geographic embeddedness and internet users, GDP and urban population are important factors affecting provinces distribution. ^⑤ There are many significant factors that influence the space-time distribution of comment authors such as website platform, behavioral habit of Internet users, time and internet equipments.

Key words: comprehensive portal websites; news commentator; space-time distribution; Sina; NetEase