

基于游客认知的历史地段城市记忆研究 ——以北京南锣鼓巷历史地段为例

汪芳^{1,2}, 严琳^{2,3}, 熊忻恺¹, 吴必虎^{1,2}

(1. 北京大学城市与环境学院城市与区域规划系, 北京 100871;

2. 北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心, 北京 100871;

3. 福州市规划设计研究院, 福州 350003)

摘要: 城市记忆是城市特色形成的重要源泉, 而历史地段则盛载着与城市的前世今生所相关的城市记忆。因而, 探讨人们对历史地段城市记忆的认知规律, 将为有效保存城市记忆、有机更新历史地段提供重要思路。本文选取北京南锣鼓巷历史地段作为研究对象, 归纳游客对城市记忆的认知变量, 构建了由信息和载体2个一级变量衍生而得的20个二级变量、89个三级变量组成的城市记忆认知测量的指标体系, 通过问卷对历史地段城市记忆的游客认知进行调查。基于调查数据统计, 采用序次Logistic回归模型, 分析影响游客城市记忆认知水平的相关因素, 构建城市记忆认知程度公式, 归纳游客认知规律, 以便为历史地段和城市旅游的规划、管理提供参考。

关键词: 城市记忆; 历史地段; 游客; 城市记忆认知水平; 北京南锣鼓巷

1 引言

城市记忆是城市灵魂的组成, 是展现城市特色的重要源泉。美国著名城市理论家Mumford在其著作《城市发展史》中曾经提到: 城市靠记忆而存^[1], 文艺复兴时期著名建筑师Alberti也做过类似的描述^[2]。然而, 城市的“日新月异”、“脱胎换骨”、“千城一面”, 使城市面临着失忆、错忆、断忆、残忆的危机。在这个历史健忘症盛行、世界快速更新的年代, 需要对记忆重新估价, 找寻、建立记忆场所^[3]。同时, 在中国旅游业逐渐转型的今天, 旅游开始从功能性消费过渡到情感性消费, 游客的需求也从观光走向体验。城市旅游中, 记忆也可以成为所提供的旅游产品的组成部分。历史地段的存在能够帮助我们在了解城市、阅读城市和感知城市的过程中更加清晰地知晓城市的过去、现在和将来^[4]。选取出让游客留下最深认知印象的记忆元素, 不仅仅是为旅游规划提供思路, 更是希望可以较为完整和细致地保留下地段中曾有的城市记忆, 以实现街区的有机更新。了解这个城市的过去, 尤其是那些与之血脉相连的历史地段中所拥有的城市记忆, 也成为了旅游中的亮色。

1.1 城市记忆的概念

《辞海》中将“记忆”定义为: “人脑对经验过的事物的识记、保持、再现或再认”。而在社会心理学中, 记忆常被学者认为受到操纵, 来符合人们经验的生活历史及自身的观点, 是人脑对外界输入的信息进行编码、存储和提取的过程^[5]。除了每个人所拥有的个人记忆以外, 还存在着集体所共有的集体记忆, 这最早是由Hofmannsthal在1902年所提

收稿日期: 2011-06-13; 修订日期: 2012-01-02

基金项目: 国家自然科学基金项目(51078003); 北京市自然科学基金项目(8092016) [Foundation: National Natural Science Foundation of China, No.51078003; Beijing Natural Science Foundation, No.8092016]

作者简介: 汪芳(1973-), 女, 湖南衡山人, 博士, 副教授, 中国地理学会会员(S110007552M), 注册城市规划师, 主要从事“地理建筑和规划”(Geo-design)的研究与教学工作。E-mail: wfphd@163.com

545-556 页

出^[6]。共同性是集体记忆的出发点, 每一个集体记忆都需要得到在时空被界定的群体支持^[7], 因此集体记忆不是一个既定的概念, 而是一个社会建构的概念^[8]。

建筑师 Rossi 等认为, 城市是集体记忆的场所, 城市记忆是集体记忆的一种^[9], 它在地域范围上的限定使其区别于家庭记忆、国家记忆等其他集体记忆。Le Goff 总结了人类记忆发展的 5 个阶段, 其中城市结构产生于记忆发展的第二阶段, 是伴随着纪念性场所的出现而形成的^[10]。城市作为集体记忆的场所^[9], 城市所拥有的记忆是城市主体和城市客体在时间中的交互作用过程^[11]。可以说, 在城市文化景观演替中, 地方性信息的传递、改变和遗失促使认知主体形成特定的地方感知, 从而造就了独特的城市记忆。因而, 除了共同描述对于城市空间、景观等的感知之外, 城市记忆区别于城市意象最为重要一点就在于城市记忆受到来自社会性要素的影响。

1994 年 Hull 从城市识别的角度针对查尔斯顿居民做了调查研究^[12]; Ladd 认为城市可以作为强有力的符号和记忆容器^[13]; Srinivas 则提出城市记忆提供了“一种社会不同阶层和团体如何建立城市的可达方法”^[14]; 而 Crinson 从不同的视角研究了城市空间和城市记忆理论, 并思考如何在现代城市规划和建设中引入城市记忆^[15]; Ekici 则以柏林为例, 研究了集体记忆的城市表象和现代建筑的复杂关系^[16]; Sabate 提出当代社会构建“创新型城市”, 首先需要关注有关城市记忆的要素, 再将这些融入城市规划进程中, 注重城市的地方特色^[17]; Maden、Sengel 则沿着 Crinson 的理论提出将城市记忆融入规划设计对策中^[18]。也正是城市记忆的存在, 一个城市的物质结构与社会文化的演变才受制于内在发展规律, 表现出不同于其他城市的独特风貌与形象。

1.2 城市记忆的主体认知研究

尽管关于认知的研究经历了结构主义、机能主义、行为主义、格式塔心理学和发生认知论等各个心理学派的争论, 但大家公认的是认知的过程, 即包括注意、知觉、模式识别和记忆^[19]。

Ittelson 认为环境认知不仅取决于环境的特性, 同时还取决于主体的特性^[20]。主体认知的研究可以借鉴环境认知的成果, 这主要包括认知映像、环境的意义和象征^[21]。早期主体认知较多应用于城市意象的研究^[22], 而目前在人文地理学领域中地方感^[23]的研究作为人本主义地理学的重要支撑, 也是十分重要的视角。Lewicka 指出城市记忆不仅可作为地方识别的标志, 并能激发本地居民的地方依附感, 地方认知和城市记忆可以形成双向沟通的渠道, 并且把影响城市记忆主体认知的内在因素分为 3 个维度来测量: 社会统计学维度、情感维度以及相关性因素^[24]。

因为主体认知的差异, 即使涉及同一座城市、同一个场所, 每个人记忆中的描述与体验都有可能大相径庭。对于城市记忆的过程既存在对过去内容的重复, 也包括通过现实阐释而加入的新内容。这种基于认知记忆的“整合”充分反映了主体、客体在时间中所确立的前后脉络延承关系, 凸显独立的场所精神, 避免千篇一律^[25]。

关于城市记忆的主体认知, 一般可分为居民和游客两类^[26]。本文将基于游客视角展开研究。通过文献综合和案例调研, 本文认为有关历史地段的记忆构成可以分为两大要素, 一个是曾经发生过并被记住的历史文化信息, 包括人物、事件、活动、非物质文化遗产等等; 一个则是现在仍然保留下来的物质空间载体, 如建筑、道路、街巷等等。

本文选取北京南锣鼓巷历史地段作为研究对象, 通过对国内外相关文献的综述以及现场访谈和网络调查, 归纳出基于游客认知的城市记忆的主要变量, 从而设计出指标体系, 通过问卷调查对影响游客城市记忆认知程度的变量进行测量, 分析变量是如何影响游客对该地区城市记忆的认知, 并总结相关规律, 以便为历史地段和城市旅游的规划、管理提供参考。

2 设计研究及调查过程

2.1 研究对象的典型性

南锣鼓巷历史地段是北京市第一批颁布的25片历史街区之一,记录着北京珍贵的城市记忆。南锣鼓巷历史地段与元大都同时建成,目前依然完整保存着元大都时期的“鱼骨式”街巷空间结构。在700多年的历史中,南锣鼓巷历史地段经历数朝更替,遗留下许多重要的城市记忆。随着城市发展的需要,南锣鼓巷历史地段经历两次重要的更新改造。1990年北京市提出《旧城危房改造规划》,其中,属于南锣鼓巷历史地段的菊儿胡同作为北京市第一批危改区5片中的一片曾获得“联合国人居奖”称号。2005年的“交道口南锣鼓巷历史地段保护与发展规划”为南锣鼓巷历史地段注入了商业生机,使得原先破败的南锣鼓巷历史地段再次繁荣起来^[27]。目前,南锣鼓巷历史地段已经成为北京市知名度最高的历史地段之一,被称为北京市最具特色的三大酒吧街之一。综上,本文选取南锣鼓巷历史地段作为研究案例地,原因有三:①历史地段常常凝聚着城市历史与文化的精华,南锣鼓巷历史地段是北京市最古老的历史地段,是北京市重要的城市记忆组成部分;②南锣鼓巷历史地段既是居住区,又是一条商业街,且内部游客流动性较大,主体构成比较复杂,具有主体认知研究的典型性;③南锣鼓巷历史地段作为北京市第一批25片历史街区之一,经历了现代社会背景下的保护更新,具有研究的普适性意义。

2.2 变量体系

在有关城市记忆的文献综述基础上,结合南锣鼓巷历史地段的文献回顾、网络内容分析和现场访谈等方法,本文归纳出南锣鼓巷历史地段城市记忆的构成要素,并以此为基础来设计问卷对游客进行调查。问卷中涉及到的城市记忆构成要素分为信息和载体2个一级变量,20个二级变量,89个三级变量组成。其中,信息变量由10个二级城市记忆变量,33个三级城市记忆变量构成,其中,二级变量分别为:建成信息、曾用名信息、区划演变信息、名人信息、大使馆信息、民俗信息、菊儿胡同改造信息、社会阶层信息、保护区信息和特色功能信息。载体变量由10个二级城市记忆变量,56个三级城市记忆变量构成,其中,二级变量分别为:胡同、文保单位、其他特色建筑、建筑类型、四合院重要元素、商业店铺、植物、地形、河流和空间结构(表1)。

2.3 问卷设计及调查方法

问卷调查分为预调研与正式调研两个阶段,预调研为2009年3月22-24日,并通过预调研结果对问卷进行调整。正式调研为2009年3月26日到4月10日,时间分布上考虑周末与非周末,方式上包括现场问卷和网上问卷,针对游客共发放300份,有效问卷272份,问卷有效率90.67%,基本能达到样本数量的要求。本文通过构建基于游客认知水平的序次Logistic回归模型,对影响城市记忆认知水平的因素进行研究;通过构建城市记忆认知程度公式,对不同主体的城市记忆构成特点进行分析。

3 调查结果

3.1 游客特征的描述性统计

3.1.1 基本特征分布 调查显示,从基本特征的角度,总体游客的性别构成男性与女性大致持平,分别为54%和46%。从游客的年龄构成看,中青年(21~40岁)所占比例较大,达到66%,而中老年样本略显不足,这一点在游客的职业结构中也同样得到了反映。同时,调查的游客构成以中、低端旅游消费为主,高端消费群体较少。从游客的受教育程度看,研究生以上(21%)和大学本/专科(67%)占绝大多数,考虑到目前在南锣鼓巷游览的游客的总体状况,这一教育程度结构与实际情况是较为匹配的。

表 1 北京南锣鼓巷各级城市记忆变量表

Tab. 1 Hierarchies variables of urban memory in Alley Nanluogu Historic Site					
一级	二级	三级			
信息 变量	1. 建成信息	1. 元			
	2. 曾用名信息	2. 罗锅巷	3. 辉煌街		
	3. 区划演变信息	4. 元：昭回坊	5. 明：昭回靖恭坊	6. 清：镶黄旗	7. 民国：内五区
	4. 名人信息	8. 洪承畴	9. 荣禄	10. 文煜	11. 僧格林沁 12. 奎俊
		13. 婉容	14. 蒋介石	15. 冯国璋	16. 靳云鹏 17. 杨尚昆
		18. 乔石	19. 顾孟余	20. 茅盾	21. 齐白石 22. 其他
	5. 大使馆信息	23. 阿富汗	24. 朝鲜	25. 南斯拉夫	
	6. 民俗信息	26. 知道，如：		27. 不知道	
	7. 菊儿胡同改造信息	28. 知道		29. 不知道	
	8. 社会阶层信息	30. 富人区			
载体 变量	9. 保护区信息	31. 保护区			
	10. 特色功能信息	32. 酒吧街		33. 其他	
	11. 胡同	34. 福祥	35. 帽儿	36. 雨儿	37. 沙井
		38. 景阳	39. 菊儿	40. 蓑衣	41. 秦老
		42. 板厂	43. 黑芝麻	44. 东棉花	45. 北兵马司
		46. 前鼓楼苑	47. 后圆恩寺	48. 前圆恩寺	49. 炒豆
	12. 文保单位	50. 可园	51. 婉容故居	52. 茅盾故居	53. 僧王府
		54. 荣禄故宅	55. 拱门砖雕	56. 奎俊府	57. 文昌帝君庙旧碑
	13. 其他特色建筑	58. 万庆当铺	59. 文昌帝君庙	60. 牌坊	61. 中央戏剧学院
		62. 沙井副食店	63. 其他		
	14. 建筑类型	64. 四合院	65. 新式四合院	66. 高层	67. 西式洋楼
	15. 四合院重要元素	68. 垂花门	69. 影壁	70. 门当	71. 门墩
		72. 内部格局	73. 其他		
	16. 商业店铺	74. 商务会所	75. 宾馆	76. 酒吧	77. 咖啡店
		78. 特色餐馆	79. 传统小吃	80. 服饰工艺品	81. 其他
	17. 植物	82. 槐树	83. 柳树		
	18. 地形	84. 特征（中间高、两边低）		85. 其他	
	19. 河流	86. 知道		87. 不知道	
	20. 空间格局	88. 鱼骨式（蜈蚣街）		89. 其他	

3.1.2 旅游经历特征分布 从旅游经历的角度来看，被调查的游客有着比较丰富的经历，一年内出游次数大于等于3次的占63%。而南锣鼓巷历史地段的重游率很高，超过50%的游客都不止一次来过这里。在对于各类型旅游地的偏好调查中，喜欢自然型旅游地的游客数量要大于喜欢人文型旅游的游客数量。而在出访动机的调查中可见，在抽样中的大多数游客并非冲着南锣鼓巷历史地段的人文历史而来，很大程度上是冲着南锣鼓巷历史地段的酒吧等新兴业态而来（表2）。

在情感特征分布的调研中，问卷采用李克特量表 (Likert Scale) 的测量方法，问题的回答设置5个等级，分别赋予从1到5的分值，得分为1代表极负评价，2代表负面评价，3代表中庸评价，4代表正面评价，5代表极正评价，以便于定性调查数据的定量化分析。调查显示，游客对于南锣鼓巷历史地段的居住环境、历史积淀以及商业业态的情感平均分分别为：3.47、4.16和3.73（表3）。进一步通过对3个变量的频数分析发现，游客中对南锣鼓巷历史地段的居住环境和商业业态均存在很讨厌的人群，而对于南锣鼓巷历史地段的历史积淀的情感，游客的得分都在3分以上。可见，历史积淀受到游客的喜爱。

3.1.4 信息渠道分布 在信息渠道方面，游客对南锣鼓巷历史地段的城市记忆的信息来源主要来自网络、电视广播、报刊杂志、书籍、亲友介绍、旅行社和解说牌等，游客使用这些渠道的使用人数由高到低分别为：通过解说牌而得知的人有262人，占97.05%；通过亲友介绍而得知的为136人，占50.18%；使用旅行社的仅8人，可知南锣鼓巷历史地段的远程游客较少(图1)。可见，解说牌、亲友介绍是游客获取城市记忆的重要途径，是传承

表2 样本基本特征及旅游经历结构

Tab. 2 Basic characteristics and tourism experience of the samples

样本年龄结构	20岁以下	21-30岁	31-40岁	41-50岁	51-60岁	60岁以上
	13%	44%	22%	10%	5%	6%
样本职业结构	学生	机关事业单位	专业技术人员	个体/私营业主	公司职员	教师 退休者 其他
	30%	7%	11%	9%	27%	5% 8% 3%
样本教育结构	研究生以上	大学本专科	高中、中专	初中以下		
	21%	67%	9%	3%		
样本收入结构	1000元以下	1000-3000元	3000-5000元	5000-8000元	8000元以上	
	27	22	25	12	14	
样本出游次数结构	1次	2次	3次	3次以上		
	12%	25%	18%	45%		
样本到访次数结构	1次	2次	3次	3次以上		
	45%	13%	8%	34%		
样本旅游偏好结构	自然性旅游地	人文型旅游地	都喜欢			
	40%	29%	31%			
样本出游动机结构	体验历史	休闲放松	观光游览	探亲访友	购物	
	22%	44%	20%	3%	11%	

城市记忆的重要渠道。此外，从使用的信息渠道的数目上来看，70%的游客使用的渠道数目大于等于两个，可见游客使用的信息渠道存在多元化的特征(图2)。

3.2 游客对历史地段城市记忆的认知水平

对南锣鼓巷历史地段城市记忆的游客认知水平计算是根据其认知得分，将其认知水平

分为高认知水平、中等认知水平和低认知水平3级。具体分析过程如下。整个问卷涉及到的城市记忆的认知得分点有80个，根据游客回答准确一个得一分进行加和，得出游客对南锣鼓巷历史地段城市记忆的整体认知得分，公式为：

$$S_{cog} = \sum_{i=1}^{80} a_i \tag{1}$$

式中： S_{cog} 为南锣鼓巷历史地段城市记忆认知得分； a_i 为南锣鼓巷历史地段城市记忆要素构成变量，共有80个得分变量。根据公式(1)得出，游客对南锣鼓巷历史地段城市记忆的认知平均分为25.38分，低于满分80分的1/3，标准差为10.885。可见游客对南锣鼓巷历史地段城市记忆

表3 样本情感特征分布结构

Tab. 3 Proportions of emotional characteristics of the samples

类型	对居住环境的情感 (平均值: 3.47)		对历史积淀的情感 (平均值: 4.16)		对商业店铺的情感 (平均值: 3.73)	
	频率	有效百分比 (%)	频率	有效百分比 (%)	频率	有效百分比 (%)
很讨厌 (1)	3	1.10	0	0.00	4	1.47
讨厌 (2)	28	10.33	1	0.40	1	0.37
一般 (3)	117	43.17	51	18.75	90	33.09
喜欢 (4)	86	31.73	124	45.59	115	42.28
很喜欢 (5)	38	14.02	96	35.29	51	18.75
总计	272	100	272	100	272	100

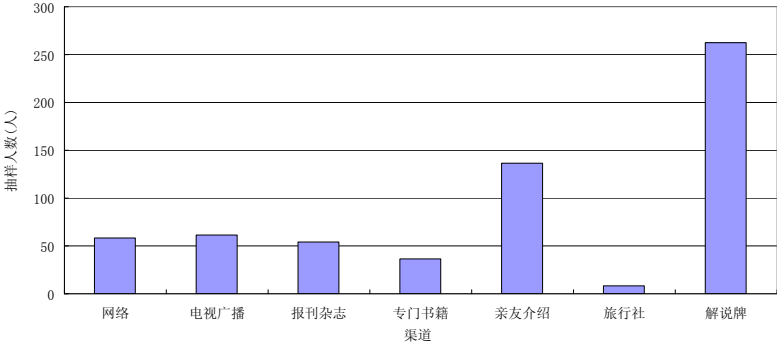


图1 各类信息渠道使用人数结构

Fig. 1 Distribution of the number of people using various types of information channels

的认知水平偏低，且游客样本分布较离散。其中，最高分为70分，最低分为2分，二者对城市记忆的认知水平相差悬殊。

参考周一星、曹广忠分析中国城市人口可比增长速度空间差异的方法^[28]，将样本的认知水平分为3级，其中大于平均值加上0.5个标准差的认知得分为3级，称为高认知水平；小于平均值减去0.5个标准差的认知得分为1级，称为低认知水平；认知得分介于二者之间的为中等认知水平，具体公式如下：

If $S_{cog} > 25.50 + 0.51 \times 10.877 = 30$, $R_{cog} = 3$ (2)

If $20 = 25.50 - 0.5 \times 10.877 \leq S_{cog} \leq 25.50 + 0.5 \times 10.877 = 30$, $R_{cog} = 2$ (3)

If $S_{cog} < 25.38 - 0.51 \times 10.885 = 20$, $R_{cog} = 1$ (4)

式中： R_{cog} 代表认知水平等级，各个认知水平等级的人数分别为：低认知水平的样本有84人占31%，中等认知水平的样本有116人占43%，高认知水平的人有72人占26%。

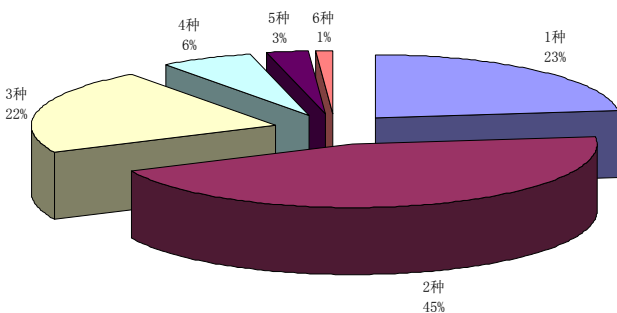


图2 使用信息渠道种类结构

Fig. 2 Type distribution of the information channels used

4 历史地段城市记忆认知变量相关分析及认知规律

4.1 影响游客历史地段城市记忆认知水平的因素分析

4.1.1 游客认知变量的回归分析选取 在做回归分析之前，首先对调查得到的游客基本特征、旅游特征、情感特征、渠道特征和活动特征构成的24个变量进行筛选。由于各渠道和渠道种类之间可能存在多重共线性问题，故将渠道类型中的7类变量排除，仅留渠道种类1个变量；而职业不存在一个排序的问题，因而与其他变量之间并不存在秩相关关系，故也剔除。对剩下的16个变量进行相关性分析，选取Spearman相关系数，得到相关系数矩阵(表4)。根据所得到的相关系数矩阵剔除相关系数高于0.4的自变量，排除其对于

表4 基于游客认知的自变量相关性分析
Tab. 4 Correlation analysis of independent variables based on tourist cognition

	年龄	月收入	教育程度	性别	历史积淀	商业店铺	居住环境	渠道种类	出游次数	到访次数	旅游偏好	体验	休闲	观光	探亲	购物	
年龄	相关系数	1	.481**	-.036	.190**	-.007	-.156*	-.019	0.042	0.033	0.073	0.015	-.188**	-.038	-.038	0.06	-.159**
	显著性	.	0	0.558	0.002	0.91	0.01	0.05	0.485	0.586	0.228	0.803	0.002	0.536	0.53	0.326	0.009
月收入	相关系数	0.481**	1	0.239**	0.253**	0.087	-0.095	-0.08	0.006	0.04	0.056	0.073	-0.083	0.004	-0.118	-0.059	-0.089
	显著性	.	.	0	0	0.153	0.117	0.191	0.924	0.516	0.355	0.229	0.172	0.947	0.052	0.336	0.142
教育程度	相关系数	-0.036	0.239**	1	0.007	0.068	-0.064	0.005	0.045	-0.015	-0.220**	0.129*	0.098	0.105	-0.016	-0.129*	0.094
	显著性	0.558	0	.	0.903	0.267	0.295	0.931	0.461	0.804	0	0.034	0.105	0.085	0.795	0.034	0.121
性别	相关系数	0.190**	0.253**	0.007	1	0.039	-0.167**	0.055	-0.128*	-0.007	0.055	-0.067	-0.119	-0.125*	-0.147*	-0.052	-0.202**
	显著性	0.002	0	0.903	.	0.524	0.006	0.37	0.034	0.907	0.362	0.268	0.051	0.039	0.015	0.395	0.001
历史积淀	相关系数	-0.007	0.087	0.068	0.039	1	0.265**	0.291**	-0.034	0.124*	0.089	-0.047	0.129*	0.03	-0.015	0.027	-0.054
	显著性	0.91	0.153	0.267	0.524	.	0	0	0.575	0.041	0.145	0.436	0.034	0.619	0.811	0.663	0.371
商业店铺	相关系数	-0.156*	-0.095	-0.064	-0.167**	0.265**	1	0.155*	-0.002	0.052	0.031	0.034	-0.038	0.063	0.141*	0.029	0.135*
	显著性	0.01	0.117	0.295	0.006	0	.	0.011	0.971	0.395	0.614	0.577	0.533	0.302	0.02	0.638	0.026
居住环境	相关系数	-0.119	-0.08	0.005	0.055	0.291**	0.155*	1	-0.147*	0.046	0.061	-0.051	0.143*	-0.012	-0.035	0.057	-0.049
	显著性	0.05	0.191	0.931	0.37	0	0.011	.	0.015	0.45	0.314	0.4	0.018	0.844	0.564	0.345	0.424
渠道种类	相关系数	0.042	0.006	0.045	-0.128*	-0.034	-0.002	-0.147*	1	-0.029	-0.141*	0.013	0.101	0.212**	0.042	0.008	0.087
	显著性	0.485	0.924	0.461	0.034	0.575	0.971	0.015	.	0.63	0.02	0.825	0.096	0	0.491	0.9	0.152
出游次数	相关系数	0.033	0.04	-0.015	-0.007	0.124*	0.052	0.046	-0.029	1	0.151*	0.073	0.028	0.106	-0.034	0.157**	0.021
	显著性	0.586	0.516	0.804	0.907	0.041	0.395	0.45	0.63	.	0.013	0.228	0.646	0.082	0.571	0.009	0.732
到访次数	相关系数	0.073	0.056	-0.220**	0.055	0.089	0.031	0.061	-0.141*	0.151*	1	-0.005	-0.156**	0.058	-0.197**	0.112	-0.114
	显著性	0.228	0.355	0	0.362	0.145	0.614	0.314	0.02	0.013	.	0.938	0.01	0.338	0.001	0.065	0.061
旅游偏好	相关系数	0.015	0.073	0.129*	-0.067	-0.047	0.034	-0.051	0.013	0.073	-0.005	1	-0.162**	-0.047	-0.022	-0.075	0.075
	显著性	0.803	0.229	0.034	0.268	0.436	0.577	0.4	0.825	0.228	0.938	.	0.007	0.443	0.719	0.216	0.218
体验	相关系数	-0.188**	-0.083	0.098	-0.119	0.129*	-0.038	0.143*	0.101	0.028	-0.156**	-0.162**	1	-0.021	0.115	0.052	0.086
	显著性	0.002	0.172	0.105	0.051	0.034	0.533	0.018	0.096	0.646	0.01	0.007	.	0.726	0.057	0.393	0.158
休闲	相关系数	-0.038	0.004	0.105	-0.125*	0.03	0.063	-0.012	0.212**	0.106	0.058	-0.047	-0.021	1	-0.005	-0.078	0.113
	显著性	0.536	0.947	0.085	0.039	0.619	0.302	0.844	0	0.082	0.338	0.443	0.726	.	0.932	0.198	0.064
观光	相关系数	-0.038	-0.118	-0.016	-0.147*	-0.015	0.141*	-0.035	0.042	-0.034	-0.197**	-0.022	0.115	-0.005	1	0.066	0.1
	显著性	0.53	0.052	0.795	0.015	0.811	0.02	0.564	0.491	0.571	0.001	0.719	0.057	0.932	.	0.277	0.101
探亲	相关系数	0.06	-0.059	-0.129*	-0.052	0.027	0.029	0.057	0.008	0.157**	0.112	-0.075	0.052	-0.078	0.066	1	-0.021
	显著性	0.326	0.336	0.034	0.395	0.663	0.638	0.345	0.9	0.009	0.065	0.216	0.393	0.198	0.277	.	0.732
购物	相关系数	-0.159**	-0.089	0.094	-0.202**	-0.054	0.135*	-0.049	0.087	0.021	-0.114	0.075	0.086	0.113	0.1	-0.021	1
	显著性	0.009	0.142	0.121	0.001	0.371	0.026	0.424	0.152	0.732	0.061	0.218	0.158	0.064	0.101	0.732	.

*, 在 0.05 的显著性水平下相关性显著 (双边检验); **, 在 0.01 的显著性水平下相关性显著 (双边检验); 样本数为 272。

回归分析的干扰,最终形成年龄、月收入、教育程度等16个回归的自变量(表5)。

4.1.2 模型构建及回归分析 采用Logistic回归模型的方法^[29],以游客的认知水平为因变量,筛选出来16个游客特征变量为自变量建立序次Logistic回归模型,构建游客对城市记忆认知水平的三分类Logistic回归模型如下:

$$y=a+\sum_{k=1}^{16}\beta_kx_k+\varepsilon$$

(5)

式中: $y=1,2,3$, 即游客认知水平, 分别代表低认知水平, 中等认知水平和高认知水平, 为误差项。回归通过0.1显著性检验, 得到表6。

从表6可以看出, 影响游客城市记忆认知水平的因素主要有基本信息中的年龄、性别、渠道种类、到访次数、探亲访友动机以及购物动机6个因素。

4.1.3 主要影响因素分析

(1) 年龄对游客的城市记忆认知水平存在显著正向影响, 即游客的年龄越大, 其认知水平越高。可能的原因是人的阅历会随着年龄的增长而不断积累, 而且南锣鼓巷历史地段的游客有很大一部分是北京市民, 在北京生活得越久, 对北京的情况越了解。另外的一种解释是年龄越大的人对城市记忆越感兴趣, 因此认知水平相应也高。

(2) 性别是影响游客城市记忆认知水平的因素, 即女性的认知水平要高于男性的认知水平。可能的原因是, 女性闲瑕时间较多, 能够有空闲了解更多目的地的信息, 而男性由于生活压力等因素闲瑕时间较少。另一种可能是南锣鼓巷历史地段的业态比较吸引女性顾客, 因此女性顾客在出发前会对目的地做一个了解。

(3) 到访次数对游客的城市记忆认知水平存在显著正向影响, 即来南锣鼓巷历史地段次数越多的游客, 其对本地段城市记忆的认知水平越高。可见, 城市记忆的传承中, 亲身经历是必要且有效的方式。在某一程度上, 也可以证明认知水平与其在目的地的经历时间成正比。

(4) 持探亲访友动机对游客的城市记忆认知水平存在弱正向影响, 即以探亲访友为目的的游客, 其对南锣鼓巷历史地段城市记忆的认知水平可能较高。可能的原因是, 探亲访友动机的游客在目的地待得比较久, 或者本身曾经在目的地住过, 或者其亲友会为其介绍目的地的情况。可见, 针对城市记忆而言, 以探亲访友为目的的游客是一类比较特殊的群体, 其对于目的地的城市记忆了解程度介于以出游为主要目的的游客和当地居民之间。

(5) 购物动机对游客的城市记忆认知水平存在显著负向影响, 即以购物为目的游客, 其对南锣鼓巷历史地段城市记忆的认知水平比较低。可能的原因是, 游客仅关注南锣鼓巷历史地段的商业业态, 忽略了其历史积淀和内涵, 或者仅仅将城市记忆当作一个大的背景, 没有对具体的城市记忆变量有所了解。另一种可能的原因是, 南锣鼓巷主道上的店铺比较集中, 而在东西八大胡同的分布较少, 以购物为目的的游客并没有动机深入到东西八大胡同之中去, 而恰好南锣鼓巷历史地段的许多城市记忆变量都在八大胡同中, 因而这样

表5 基于游客认知水平的自变量的选取
Tab. 5 Choice of independent variables based on tourist cognition

变量1	变量2	变量3	变量4
年龄	月收入	教育程度	性别
变量5	变量6	变量7	变量8
出游次数	到访次数	旅游偏好	体验动机
变量9	变量10	变量11	变量12
休闲动机	观光动机	探亲动机	购物动机
变量13	变量14	变量15	变量16
历史积淀	商业店铺	居住环境	渠道种数

表6 游客认知水平影响因素的序次Logistic回归分析

Tab. 6 Ordinal logistic regression analysis of the factors influencing tourist cognition level

变量	系数估计值 (coef)	Z
1 年龄	0.311	(2.92)***
2 月收入	0.067	(0.65)
3 教育程度	-0.144	(0.70)
4 性别	-0.625	(2.33)**
5 近一年出游	0.067	(1.00)
6 第几次来	0.440	(6.60)***
7 旅游偏好	-0.085	(0.56)
8 体验动机	0.245	(0.91)
9 休闲动机	-0.281	(0.95)
10 观光动机	-0.132	(0.50)
11 探亲动机	1.143	(1.74)*
12 购物动机	-1.086	(3.36)***
13 历史积淀	-0.153	(0.82)
14 商业店铺	-0.006	(0.04)
15 居住环境	-0.127	(0.86)
16 渠道种类	0.282	(2.25)**
样本量	272	

注: *标识在 0.10 水平显著; **标识在 0.05 水平显著; ***标识在 0.01 水平显著。

的游客失去了认识城市记忆机会。

(6) 信息渠道使用种类对游客的城市记忆认知水平存在正向影响,即游客使用的信息渠道种类越多,对南锣鼓巷历史地段城市记忆的认知水平越高。这说明进行不同渠道的宣传是有必要,同时也是有效的。尤其对游客而言,他们不太可能亲自经历城市记忆的形成,对于城市记忆的信息更多的是来源于报纸杂志、解说牌等各种渠道。

(7) 游客对南锣鼓巷历史地段历史积淀的喜好程度很高,平均分达到了4.16,但是这种情感的偏好却不影响其对南锣鼓巷城市记忆的认知水平。可能的原因是游客对南锣鼓巷历史地段的感情实际是对其大背景和一种特定氛围的喜好,与内部具体的信息和载体记忆客体不存在相关性。换句话说,游客喜欢来南锣鼓巷是因为其古色古香的整体氛围,但是这并不意味着游客对南锣鼓巷曾经的历史记忆有着怎样的了解。

综上所述,影响游客城市记忆认知水平的因素主要为游客自身的特征(年龄、性别)和旅游动机。尤其是旅游动机,持不同旅游动机的游客又产生不同的城市记忆认知水平。

4.2 游客对历史地段城市记忆的认知程度分析

本文通过分析城市记忆认知程度,来衡量城市记忆变量的被认知程度,并总结出不同群体的城市记忆变量的构成特点。

4.2.1 一级城市记忆变量的认知程度比较 本文将城市记忆分为二个一级变量,即信息和载体。问卷中,涉及信息的问题为1~10个二级变量,涉及载体的问题为11~20个二级变量,针对这二者的认知程度计算公式如下:

$$UMC_{\text{信息}} = \frac{\sum_{s=1}^{10} \left(1 - \frac{u_s}{N}\right)}{10} \tag{5}$$
$$UMC_{\text{载体}} = \frac{\sum_{s=11}^{20} \left(1 - \frac{u_s}{N}\right)}{10} \tag{6}$$

式中: UMC 表示城市记忆的认知程度; N 为抽样的游客样本总数 272; u_s 为不知道第 s 个二级变量的游客人数; $s = 1, 2, 3, \dots, 20, 0 \leq UMC \leq 1$ 。

根据公式(5)-(6)计算可得,游客对南锣鼓巷历史地段一级城市记忆变量认知程度的情况如下:对信息的平均认知程度为0.43,为中等认知程度;对载体的平均认知程度为0.77,为高认知程度。同时,还可发现:依赖载体而存在的城市记忆变量更容易被游客所认知,信息城市记忆变量由于其无法直观地被游客所认知,其传承涉及到人、可获得的资料等各种因素,因此在传承的过程中必然会有缺失。这也证明了建筑、文博单位等作为城市记忆变量而特别受关注的原因。因此,信息的传承必然要附着在载体上,才能实现很好的传承。

4.2.2 二级城市记忆变量的认知程度比较 调查中涉及的城市记忆二级变量一共有20个,各个二级变量的认知程度计算公式如下:

$$UMC_s = 1 - \frac{u_s}{N} \tag{7}$$

式中: UMC_s 表示城市记忆的认知程度; N 为抽样的游客样本总数 272; u_s 为不能认知第 s 个二级变量的居民人数; $s = 1, 2, 3, \dots, 20, 0 \leq UMC \leq 1$ 。

根据公式(7)计算可得,对基于游客认知的城市记忆二级变量的认知程度进行统计,各二级城市记忆变量的认知程度如表7、图3所示。

通过基于游客认知的各城市记忆二级变量认知程度的比较,可以得到以下结论:

所有的二级变量中,游客对建筑类型的认知程度最高,为1,几乎每一个游客都可以识别出南锣鼓巷中主要的建筑类型是四合院或者新型四合院。可见,四合院在游客心目中

表7 历史地段城市记忆二级变量的游客认知程度

Tab. 7 Tourist cognitive degree of level-two variables of urban memory in the historic district					
变量	1 建成信息	2 曾用名信息	3 区划演变信息	4 名人信息	5 大使馆信息
认知程度	0.28	0.39	0.13	0.72	0.22
级别	低	低	很低	高	低
变量	6 民俗信息	7 菊儿胡同改造信息	8 社会阶层信息	9 保护区信息	10 特色功能信息
认知程度	0.28	0.38	0.40	0.88	0.62
级别	低	低	中	很高	高
变量	11 胡同	12 文保单位	13 其它特色建筑	14 建筑类型	15 四合院重要元素
认知程度	0.96	0.76	0.92	1	0.86
级别	很高	高	很高	高	很高
变量	16 商业店铺	17 植物	18 地形	19 河流	20 空间格局
认知程度	0.99	0.75	0.45	0.13	0.81
级别	很高	高	中	很低	高

是最具特色和代表性的城市记忆要素之一。

所有的二级变量中，游客对河流的认知程度最低，为0.13。可见，河流虽然是重要的城市记忆变量，但是由于其人为的填埋而使其慢慢地淡出了人们的城市记忆。河流等自然属性的城市记忆变量，只有依托载体才能存在。

在信息变量中，名人信息、保护区信息和特色功能信息(酒吧街)的认知程度都相对较高，可见名人和特色功能信息等城市记忆变量是外向性信息，辐射面比较广。相较之下，建成信息、区划演变信息和大使馆信息等城市记忆变量的认知程度较低，这些大多属于阶段性管理行为信息，可见

管理行为信息多为不持续性城市记忆变量，不太容易被大众所认知。

在载体变量中，游客对胡同、四合院重要元素以及店铺等城市记忆变量的认知程度很高。可见，胡同、四合院和商业业态是南锣鼓巷历史地段游客的最主要的城市记忆变量。相较之下，游客对地形河流等自然因素的城市记忆变量的认知程度却很低，一方面是由于这些变量在南锣鼓巷历史地段所有的城市记忆变量中并不突出，另一方面的原因是游客并没有对这些要素留心，可见这些要素不是游客关注的重点。

综上所述，基于游客认知比较突出的城市记忆变量有：名人信息、保护区信息、特色功能信息(酒吧街)以及胡同、四合院等建筑相关信息。

4.3 游客对历史地段城市记忆的认知规律

以上通过构建城市记忆游客认知水平影响因素的序次 Logistic 模型，归纳出影响游客的城市记忆认知水平的几大因素，同时通过基于游客认知的各类城市记忆认知程度的比较分析，总结出该记忆认知的构成特点(图4)。

游客对南锣鼓巷历史地段城市记忆的整体认知水平偏低，其城市记忆认知水平受年

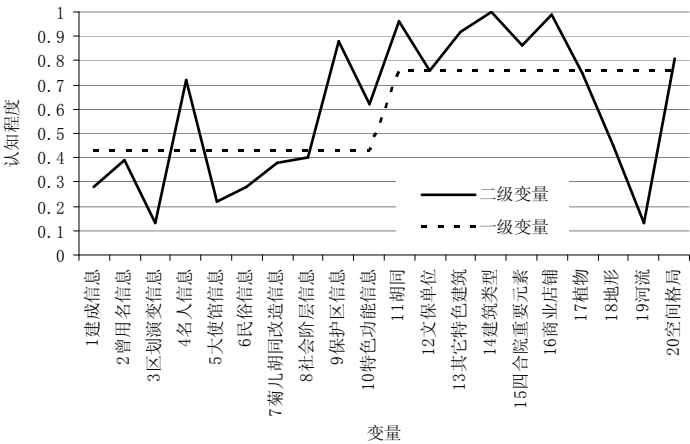


图3 历史地段城市记忆二级变量与一级变量的游客认知程度
Fig. 3 Tourist cognitive degree between level-one and level-two variables of Urban Memory in the historic district

龄、性别、到访次数、探亲访友的旅游动机、购物的旅游动机以及使用的信息渠道种类等6大因素的影响。就南锣鼓巷这个具体地段而言，基于游客认知的城市记忆构成有以下几大特点：

- (1) 游客对载体的认知程度要高于对信息的认知程度。
- (2) 游客对四合院这种特色建筑类型认知程度最高，说明建筑类型是基于游客认知的重要城市记忆变量。
- (3) 信息变量中，名人是最重要的城市记忆变量，游客对于名人变量的认知不存在时间衰变规律。众多名人中，游客对茅盾和婉容的认知程度最高。
- (4) 载体变量中，游客对于胡同、四合院、店铺和其它特色建筑物的认知程度较高，可见具有地方特色的街巷空间和建筑形式以及商业业态等是游客重要的城市记忆变量。
- (5) 游客对载体变量中的自然变量如地形、河流等城市记忆变量的认知程度都很低，在快速城市化过程中，自然要素常常难以成为游客的重要城市记忆变量。

5 结论与讨论

本研究想要揭示的主要问题在于：究竟是什么因素影响了游客对城市记忆的认知，而游客究竟对城市记忆中哪些因素的认知尤为关注。通过对城市记忆认知程度的分析，本文为类似南锣鼓巷的历史地段如何保留城市记忆，提出了以下建议。

- (1) 关于认知渠道：城市记忆在传承过程中应重视多渠道的宣传；游客对城市记忆变量的认知与其空间分布关系密切，此外，游客到访之前对场地形成的综合印象、知识储备都将对城市记忆传播发生作用。
- (2) 关于认知载体：城市记忆要素的延续要注意将其与物质载体有机结合，这样有利于认知程度的提高；地方特色建筑和街巷空间是重要城市记忆载体，应予以重视并发扬；地名作为城市记忆重要的变量之一，其改变应注意线索的保存；文保单位只有与公众之间建立更加密切的关系，让人们易于接近和感知，才能够成为游客有效的城市记忆变量；城市建设中应注意尽可能保护和延续历史地貌形态；合理的规划设计有助于形成新的城市记忆，如南锣鼓巷历史地段重新修缮的牌坊已经成为南锣鼓巷历史地段重要的城市记忆变量之一。

基于认知的城市记忆研究，不仅仅只是针对历史地段，其他的城市空间也有着研究的意义；也不仅仅只有游客这一类对象，还能选择居民、管理者、规划者的视角。本文意义在于为后续的研究提供一个思考的路径。由于人的主观认知的不确定性，所以对主体认知变量的测量显得困难。在尽可能全面细致地建立主体认知变量的基础上，本研究希望了解

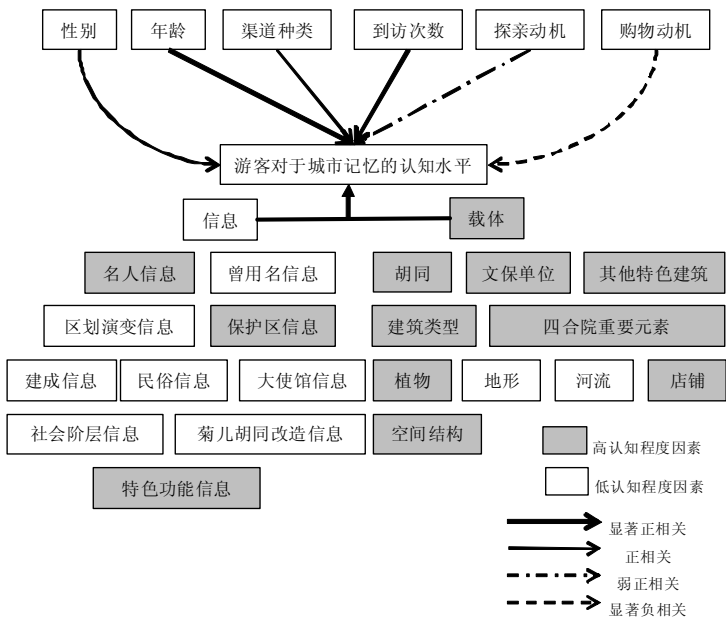


图4 游客对本历史地段城市记忆的认知规律

Fig. 4 Tourist cognitive rules of urban memory in the historic district

历史地段保护更新中的要素和规律,并凸显人的认知在这个过程中的重要性,从而为地段的可持续生长提供有效建议。

参考文献 (References)

- [1] Mumford L. Ni Wenyan, Song Junling trans. *The City in History: A Powerfully Incisive and Influential Look at the Development of the Urban Form Through the Ages*. Beijing: China Architecture & Building Press, 2008. [刘易斯·芒福德. 倪文彦, 宋俊岭 译. 城市发展史: 起源、演变和前景. 北京: 中国建筑工业出版社, 2008.]
- [2] Boyer M C. *The City of Collective Memory: Its Historical Imagery and Architectural Entertainments*. Cambridge: MIT Press, 1996.
- [3] Huyssen A. *Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia*. New York: Routledge, 1995.
- [4] Lv Xiaojun, Lu Jiwei. A new pattern for conserving and renewing of Linong residence: Conservation and renewal of Xiwangjiashe in Shanghai. *New Architecture*, 2003, (2): 10-12. [吕晓钧, 卢济威. 上海里弄保护更新的一种模式探索: 上海西王家库地块里弄的保护与更新. *新建筑*, 2003, (2): 10-12.]
- [5] Wertsch J V. *Voices of Collective Remembering*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- [6] Schieder T. The role of historical consciousness in political action. *History and Theory*, 1978, 17(4): 1-18.
- [7] Yerushalmi Y H. Zakhor: Jewish History and Jewish Memory. Seattle: University of Washington Press, 1982.
- [8] Maurice Halbwachs. Coser L trans. *Maurice Halbwachs on Collective Memories*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- [9] Rossi A, Ghirardo D, Eisenman P. *The Architecture of the City*. Cambridge: MIT Press, 1984.
- [10] Le Goff J. *History and Memory*. Translated by Steven Rendall and Elizabeth Claman. New York: Columbia University Press, 1992.
- [11] Wang Fang, Yan Lin, Wu Bihu. Collective memory of city planning: Xuanwu District in Beijing as a case study. *International Urban Planning*, 2010, 25(1): 71-76. [汪芳, 严琳, 吴必虎. 城市记忆规划研究: 以北京市宣武区为例. *国际城市规划*, 2010, 25(1): 71-76.]
- [12] Hull IV R B, Lam M, Vigo C. Place identity: Symbols of self in the urban fabric. *Landscape Urban Planning*, 1994, 28 (2/3): 109-120.
- [13] Ladd B. *The Ghosts of Berlin: Confronting German History in the Urban Landscape*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.
- [14] Srinivas S. *Landscapes of Urban Memory: The Sacred and the Civic in India's High-tech City*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.
- [15] Crinson M. *Urban Memory: History and Amnesia in the Modern City*. New York: Routledge, 2005.
- [16] Ekici D. The surfaces of memory in Berlin: Rebuilding the Schloß. *Journal of Architectural Education*, 2007, 61(2): 25-34.
- [17] Sabate J, Tironi M. Rankings, creatividad y urbanismo. *Revista Eure*, 2008, 34(3): 5-23.
- [18] Maden F, Sengel D. Kirilan Tamsiliet: Libeskind'de Bellek, Tarih Ve Mimarlik. Middle East Technical University Journal of the Faculty of Architecture, 2009, 26(1): 49-70.
- [19] Lin Yulian, Hu Zhengfan. *Environmental Psychology*. Beijing: China Architecture & Building Press, 2000. [林玉莲, 胡正凡. 环境心理学. 北京: 中国建筑工业出版社, 2000.]
- [20] Ittelson W H. Environmental Perception and Urban Experience. *Environment and Behavior*, 1978, 10(2): 193-213.
- [21] Moore G T. Knowing about Environmental Knowing: The Current State of Theory and Research on Environmental Cognition. *Environment and Behavior*, 1979, 11(1): 33-70.
- [22] Lynch K. *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press, 1960.
- [23] Wang Fang, Huang Xiaohui, Yu Xi. Tourist cognition of sense of place in tourism attractions. *Acta Geographica Sinica*, 2009, 64(10): 1267-1277. [汪芳, 黄晓辉, 俞曦. 旅游地地方感的游客认知研究. *地理学报*, 2009, 64(10): 1267-1277.]
- [24] Lewicka M. Place attachment, place identity and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 2008, 28(3): 209-231.
- [25] Butz D, Eyles J. Reconceptualizing senses of place: Social relations, ideology and ecology. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 1997, 79(1): 1-25.
- [26] Hebbert M. The street as locus of collective memory. *Environment and Planning D: Society & Space*, 2005, 23(4): 581-596.
- [27] Lv Bing. Jiadaokou, Nanluoguxiang Historic District. *Beijing Planning Review*, 2007, (5): 137-142. [吕斌. 交道口, 南锣鼓巷历史地段. *北京城市建设*, 2007, (5): 137-142.]

- [28] Zhou Yixing, Cao Guangzhong. On spatial disparity of comparable increase speed of China's urban size (1949-1995). *Economic Geography*, 1998, 18(1): 27-34. [周一星, 曹广忠. 中国城市人口可比增长速度的空间差异 (1949-1995). *经济地理*, 1998, 18(1): 27-34.]
- [29] Wang Jichuan, Guo Zhigang. *Logistic Regression Models: Methods and Application*. Beijing: Higher Education Press, 2001. [王济川, 郭志刚. *Logistic 回归模型: 方法与应用*. 北京: 高等教育出版社, 2001.]

A Study on Tourist Cognition of Urban Memory in Historic Sites: A Case Study of Alley Nanluogu Historic Site in Beijing

WANG Fang^{1,2}, YAN Lin^{2,3}, XIONG Xinkai¹, WU Bihu^{1,2}

(1. *College of Urban and Environmental Science, Peking University, Beijing 100871, China;*

2. *Center for Recreation and Tourism Research, Peking University, Beijing 100871, China;*

3. *Fuzhou Planning Design & Research Institute, Fuzhou 350003, China)*

Abstract: Urban memory is the significant source of the formation of urban features, including historic sites related with the past and present of the city. Thus, research on the rules of how people recognize urban memory in historic sites will provide a new method for conservation of urban memory and renewal of historic sites. According to a case study of Alley Nanluogu Historic Site in Beijing and questionnaire by the tourists onsite and online, the paper sums up the cognition variables correlated urban memory of tourists and establishes a cognition-measuring index system of two level-one variables (including two variables of information and carrier), 20 level-two variables and 89 level-three variables. On a sample pool of 272 pieces of available dates, the orderly Logistic regression model is used to examine the relevant factors influencing cognitive degree of urban memory and then induce the characteristics of tourist cognition of urban memory. The result shows that tourist age and visiting time have a strong positive relationship with high cognition level of urban memory while the shopping motivation has a significant negative one with it. The detailed analysis of cognition level of urban memory shows that the variable of information is more easily recognized than that of the carrier by tourists. According to the above conclusions, this paper summaries tourist cognitive rules of urban memory in the historic district, and provides suggestions on conservation and renewal of historic sites.

Key words: urban memory; historic site; tourists; cognitive degree of urban memory; Alley Nanluogu