

# 基于感知体验的城市空间类型探讨

□ 王一睿，周庆华，杨晓丹，南佳博，程 铭

**[摘要]**在城市迈向精细化转型的时代，探究城市空间对人的身心体验的影响是城市设计的主要目标之一。传统的城市公共空间分类主要基于空间的功能、形式或位置等客观物理属性，重点回应与城市相关的物质需求，在一定程度上难以反映体验时代下公众的精神文化感知需求。文章通过梳理人在城市空间中的感知体验以及感知体验下的城市空间意图，将公共性交往、不同人群的成长需求、人对空间的中高阶需求等作为感知维度城市空间营造的主要价值体系，最终划分了六种主观体验视角下的城市空间类型，以期为“高感知”城市的营造提供借鉴。

**[关键词]**城市空间；感知体验；价值体系；空间类型；城市设计

**[文章编号]**1006-0022(2022)07-0135-06 **[中图分类号]**JTU984 **[文献标识码]**A

**[引文格式]**王一睿，周庆华，杨晓丹，等. 基于感知体验的城市空间类型探讨[J]. 规划师, 2022(7): 135-140.

Discussion on Urban Space Types Based on Perception/Wang Yirui, Zhou Qinghua, Yang Xiaodan, Nan Jiabo, Cheng Ming

[Abstract] In the era of refined urban development, exploring people's physical and spiritual experience of urban space is a major issue of urban design. Traditional urban space classification is based on the physical attributes of function, form, and place, which is unable to reflect people's spiritual needs in the era of experience. By analyzing people's perception of urban space and the intention of urban space, this paper sets an value system of public space perception including public communication, different people's growing needs, the higher demand of space etc, and divides urban space into six types from the perspective of subjective experience, so as to help create high perceptive urban design proposals.

[Keywords] Urban space, Perceptive experience, Value system, Space type, Urban design

## 1 体验时代下的城市设计需求

### 1.1 注重感知体验是当前城市发展阶段的建设需求之一

随着我国城镇化进入“下半场”，城市设计的核心价值经历了“以物为中心到以人为中心”的转变。在补齐物质空间短板的同时，营造有感觉、有人性、有温度和有人文涵养的城市空间也逐渐成为城市设计的重要任务。当前，听觉城市、触觉城市、味觉城市等从感觉出发的研究逐渐增多，面向儿童友好的城市空间、缓解老人孤独感的城市空间、疗愈身心的城市空间等也被

视为城市设计新阶段需要重点关注的内容。不难发现，城市空间感知是一个广泛的研究领域，大部分研究人员都是从各自的角度出发针对不同的城市空间展开感知的实证研究。这些实证研究虽然获得了许多富有启示价值的成果，但是难以提供一套系统性框架来应对“高感知”需求下的城市设计实践。此外，无论是五官感知还是归属感、疗愈感等心理体验都需要以空间为载体来实现。因此，明确人在城市中的各种感知体验以及感知体验的价值体系，识别出承载不同感知体验的城市空间，然后系统性地对其类型进行划分，是营造“高感知”城市的一种可能路径。

**[作者简介]** 王一睿，西安建筑科技大学建筑学院博士研究生。

周庆华，西安建筑科技大学建筑学院教授、博士生导师。

杨晓丹，西安建筑科技大学建筑学院博士研究生。

南佳博，西安建筑科技大学建筑学院博士研究生。

程 铭，西安建筑科技大学建筑学院博士研究生。

## 1.2 传统城市空间类型划分的局限性

传统城市设计中的空间类型划分多以空间形式、功能或位置等客观物理属性为出发点，将城市空间划分为交通设施、街道、广场、休闲空间、非正式空间、公园、纪念空间、市场、社区开放空间、游乐场、室内商场和滨水空间等<sup>[1-3]</sup>。这些空间虽然囊括了城市的主要组成部分，但是最终呈现的结果更多的是对功能的提升。对感知体验空间的营造往往需要依托下一个层次的详细设计，营造的效果在很大程度上取决于设计师的个人素养。然而，设计师的“工程师的理性思维”和公众的“消费者的体验思维”之间存在较大的差异。在实际操作中，设计师常常陷入对自己运用直觉和经验组织空间能力的自信中（也称为“单项预言”）<sup>[4]</sup>，并以“上帝姿态”追求“干净整洁”的城市界面，用“形态、肌理、透明性、复杂性”等指标规范空间。设计师往往难以从公众的具身体验出发，营造拥有视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉，以及有趣、令人愉悦、归属感强、具有人文涵养等感知体验的城市公共空间。著名的社会学家桑内特用“感官剥夺”<sup>[5]</sup>

和“死亡的公共空间”<sup>[6]</sup>等刺激性的词语来概括这些问题。

## 1.3 基于感知体验的城市空间的概念与优势

城市空间不仅需要满足功能需求，还需要满足高阶的感知体验需求，因此基于感知维度的城市设计被提出并用于解决城市感知体验问题<sup>[7]</sup>。感知维度的城市空间是基于人的感知体验和高阶追求，在关注广场、公园、街道等“物理基础设施”的基础上，还重视交往、玩乐、情感、意境、价值和人文等“精神基础设施”的实现，直接反映了城市空间应当承担的感知体验功能。基于感知体验的城市空间分类具有人本性和稳定性方面的优势：一方面，空间只有被感知和使用才有意义，只有当设计师把心理感受作为城市公共空间营造的前提和划分依据时，城市设计呈现的结果才可能更加注重人的心理价值和情感的满足；另一方面，城市空间形式随着社会发展而变化，在不同发展阶段或不同类型的聚落中，拥有相同感知属性的空间形式可能存在较大差异，如儿童获得乐趣的玩乐

空间，在乡村可能是野地、荒宅、竹林或河滩，在城市可能是街道、公园、绿地，现阶段逐渐演变为城市商场中供儿童玩乐的亲子空间等。然而，无论空间形式如何改变，人们对空间的感知体验需求在很长一段时间内都不会改变，因此从感知体验出发的城市空间可以作为一种相对稳定的分类方法。

## 2 城市中的感知体验及空间意图

### 2.1 城市空间中的感知体验及心理结构

明确城市中的各种感知体验是划分城市空间的前提，环境心理学将感知的心理学过程划分为感觉—知觉—认知—行为<sup>[8]</sup>，对应到本学科可对其进一步解释<sup>[7]</sup>：①感觉是人的感官接收环境刺激的过程，主要包括视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等感官体验，目前大部分感知体验的研究集中在感觉领域<sup>[9-10]</sup>。②知觉是在感觉的基础上，借助已有知识经验将感觉的刺激与大脑中已有的认知图式进行初步比较和识别，形成对事物的综合反应，其特征是没有经过深度思考的直观感受，体现为审美属性、空间品质和直觉感知。③认知是在知觉的基础上根据经验、知识、逻辑得出的带有个人思想情感特质的认识，可以达到很高的思维、精神与文化高度，涉及集体记忆、文化基因、社会意识等，体现为格调氛围、情感体验和文化意境。④行为是人在感知环境的过程中根据自己的兴趣、目的、价值观而在思想或身体上做出的反应，表现为人的思想行为和身体行为。一般而言，视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等是感知的开始，形态、构图、开敞度、复杂性等是感知的中介，安全感、舒适感、愉悦感、归属感及文化意境等是感知的结果。大多数研究人员更关注空间形态和拓扑关系上的视觉感知，如林奇五要素，而普通的公众更关注有关情感、价值等方面的心理综合体验，也就是感知的结果。感知的结果应当被作为城市空

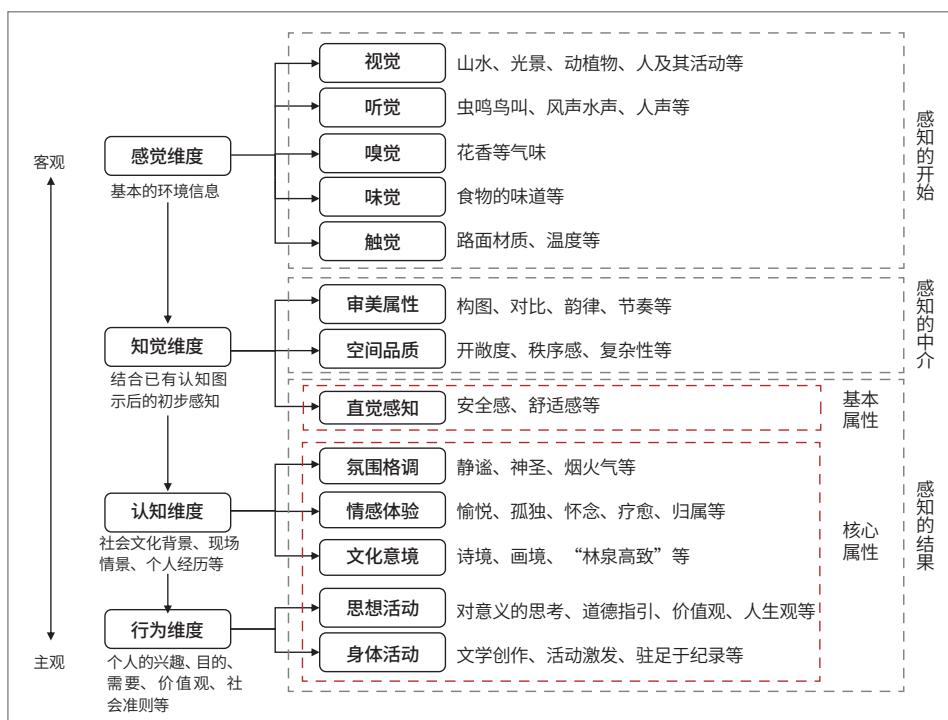


图 1 城市空间的感知体验及心理结构图

间的评价和分类标准，感知的开始和中介要素应当被视为达成感知结果的要素。需要强调的是，在感知的结果中，安全感、舒适感等体验作为一种基本的感知品质在公共空间中普遍被要求，因此还需要寻找较为高级且具有空间区分能力的感知体验作为区分不同空间的主观依据，本文将这种感知属性称为空间感知的基本属性以外的核心属性（图1）。

## 2.2 感知体验作为城市空间的意图

城市环境作为一种触发媒介会引发人们各种各样的感知体验，不仅包括直接的感官体验，还包括情感体验，以及涉及价值观、人生观的更高级的思想行为。这些核心的感知体验在特定的城市空间中被激活，并在大部分感知者心中构建出群体共识性的意向，形成了承载感知体验的城市空间。承载感知体验的城市空间也可以被认为是具有“意图”的城市空间，这些“意图”往往是由无数主体经年累月积累而成的，当然也有少数新建成的城市空间直接体现着设计师的某些意志，但随着时间的沉淀和空间的完善逐渐发展为公共的“意图”。城市空间的“意图”一般是为了满足公众的身体或精神需求，或宣扬某种文化精神、传承先贤的意志等，通过具有感官知觉、氛围格调、艺术审美和情感体验的“高感知”要素加以实现。公众通过城市生活与日常行为，结合自身的年龄、性别、文化背景等，在城市空间中获得某种感知体验并激发某些思想或身体行为，这些“感悟”又提升了感知者的知识结构，而其中共识性的“感悟”便积累形成城市空间的“意图”，承载感知体验的城市空间便是这些“意图”的空间表达（图2）。

## 3 城市空间感知的价值体系

### 3.1 支持城市空间公共性交往的发展

公共性是城市空间的基本属性，公共人之间的交往是创造众多感知体验的

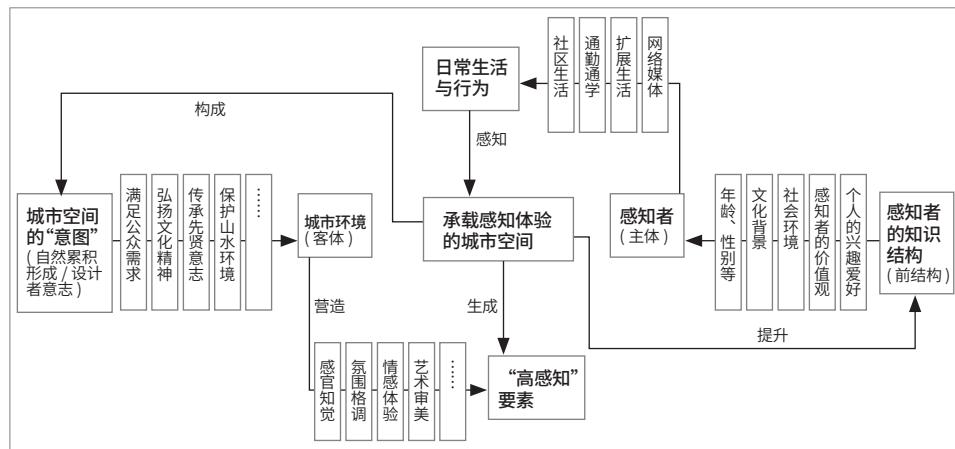


图2 感知主体与空间客体之间的交互关系示意图

重要前提。桑内特在《公共人的衰落》中将由熟人、陌生人等差异较大的群体构成的社会生活视为公共领域，与家庭和亲朋好友之间的私人领域相区别。他认为现代人会把陌生人视为威胁，更倾向于投身亲密关系而远离陌生人的世界。“在人们看来，心理自身又仿佛有一种内在的生活，人们认为这种生活是非常珍贵、非常精致的花朵，如果暴露给社会世界各种残酷的现实，它就会枯萎；只有被保护和隔离起来，它才会盛放。”<sup>[5]</sup>帕特南用“独自打保龄球”<sup>[11]</sup>来暗喻公众不愿意与邻居分享闲暇时光或从事集体活动。我国当下高流动性的社会环境中，“陌生的熟人”<sup>[12]</sup>被视为乡村人与人之间关系的典型写照，城市中更多的是“熟悉的陌生人”<sup>[1]</sup>。可以认为现代性具有使人孤独的趋向，并将个人推向私人生活，这进一步妨碍了人们对城市空间产生丰富的感知体验。因此，城市不仅应当提供以家庭或亲友等私人交往为单位的空间，还应该鼓励以熟人或陌生人单位的公共交往空间，如街角棋摊空间、广场舞空间、公园音乐空间以及街头供陌生人互动的艺术装置等，并组织相应的活动防止“公共人的衰落”。如此，才可以最大限度地消除冷漠，逐渐建立人与人之间的信任，增加城市的活力和人们对社区的归属感，让“独自打保龄”变成“一起打保龄球”<sup>[13]</sup>，为各种类型的感知体验创造前提条件。

### 3.2 面向不同人群的成长需求

成长需求是一种内在隐性的需求，这是人在成长过程中没有意识到，但对个人的生理和心理成长都十分必要的感知属性。从社会角度看，基于感知的城市不仅需要提供令人愉悦的城市空间，还应当承担某些社会责任，为满足不同类型人群的成长需求提供适当的空间。从成长需求的角度思考城市空间分类，能直接面向不同群体的心理满足，可以创造有人性、有温度且充满人文关怀的城市。《发展心理学》研究了个体一生各个阶段的心理和生理特征<sup>[14]</sup>，而亚历山大则用“生命周期”来描述人在各阶段的成长所需要的城市空间<sup>[15]</sup>。在我国当前的社会环境下，不同年龄阶段的人群面临着各种心理问题。因此，用安全的相互沟通的空间、探险和野趣空间等来培养儿童的主动精神、探险精神、想象力和创造力；用历史文化空间、广义学习空间、亲密空间、玩乐空间等来培养青少年的道德意识、价值观、学习能力和亲密关系；用僻静区、家庭空间、亲子空间等减轻中年人的压力、缓解焦虑，增强其对社区的归属感和认同感；用交往空间、人文涵养空间、广义学习空间等来减轻老年人的孤独感和丧失感，促使其思考人生意义并继续实现自我价值（图3）。

### 3.3 强调中高层次的感知意义

从城市设计角度而言，了解人对城



图3 不同年龄群体的成长需求以及对应的城市空间类型示意图

市空间高层次的感知意义是城镇化“下半场”的价值导向，并可以为城市空间类型划分提供更人性化的依据。马斯洛的需求层次理论从低到高划分了人的五个需求层级：生理、安全、社交、尊重和自我实现需求。当一个人较低的需求得到满足了之后，才能出现较高级的需求。古罗马建筑师维特鲁威强调了建筑物的坚固、实用、美观，并将愉悦感作为人们对建筑的重要情感反应。我国古人用“固其基，昭其文，宣其气，肃其敬”表达了城市及建筑营造的多层次内涵。可以发现，我国古人在营造建筑的过程中十分注重人文精神和文化理想的表达，这些传统空间和建筑凝聚着地方长期以来形成的共同价值观及文化理想，并以物质空间的形式持续影响着地方的文化秩序。西方建筑与人类学家拉普卜特将城市空间的意义分为低、中、高三个层次<sup>[16]</sup>：低层次的意义是日常的、效用性的意义，中层次的意义与身份、地位、财富和权力有关，高层次的意义与文化观、世界观、哲学观有关。王树声通过对中国传统城市营造智慧的挖掘，总结了古代城市中居民的三个需求层次：“致

生、致用”，“致知、致乐”，“致敬、致思”<sup>②</sup>。总体而言，按照意义内涵的深度，可将这些意义划分为以下三个通用的层级：有关物质、功能的基础需求，有关情感、氛围的中阶需求，有关精神、文化的高阶需求。当前，有感觉、有温度、有人性的城市空间更加强调中、高层次感知意义的实现。

#### 4 基于感知体验的城市空间类型

虽然现实中有许多面向情感和价值等中高阶需求的空间，这些空间有可能是自然衍生的，也有可能是有意识的设计，但是尚未形成系统的分类。感知维度的城市设计需要设计师自觉形成一种基于感知体验的设计意识，因此需要将感知空间体系化，形成基于感知体验的城市空间类型。本文明确了以下六类重要的感知“意图”及其对应的城市空间。

##### 4.1 培养归属感和凝聚力的交往空间

交往空间不是简单的绿地或广场，而是培育社会关系网络的社交场所。霍尔发现，公共空间中的社会关系可以用

个体之间的距离来识别，根据身体距离和关系强度可以分为亲密距离、个人距离、社交距离、公众距离。盖尔将公共空间中的接触类型划分为无接触、被动接触、机会接触、熟悉的陌生人之间的接触和朋友接触，其更加关注从陌生人接触到熟人接触这个社会关系建立的过程。此外，人们交往时对空间的选择受心理因素影响，如怀特提出的边缘效应指出了人们更倾向于占据外围而不是中心区域。可以认为，不同关系类型的人群对空间的使用模式和空间形式的要求不同，因此按照交往关系的类型可以将公共空间分为私人交往空间和公共交往空间。其中，私人交往空间是加强私人亲密关系的，私人交往是家庭、亲友和恋人等关系之间的交往，这些空间往往是安全的、能提供亲密接触并具有一定隐私性的，主要用来培养亲密关系同时增强亲切感、归属感和凝聚力；公共交往空间是培养公共人的归属感和凝聚力的。公共人的交往是城市交往空间的核心，奥登伯格在《伟大的场所》中提出了“第三场所”的概念<sup>[17]</sup>，区别于第一场所“家”和第二场所“工作地”，“第三场所”指社区环境中有益于社会性活动的公共空间，包括咖啡馆、酒吧、社区中心、书店和杂货店等。这些空间并不一定具有美学特征或者吸引人的环境，但它们具有高可达性和开放性，且设施多样、社区活动参与互动性强<sup>[18]</sup>，为构建社会联系提供了各种机会。这些空间在满足人的社交需求的同时，传递着周围人群的生活习惯、态度和价值观，增强了人们的归属感和凝聚力，还能形成社会规范、培育公民美德、增强邻里信任、推动社会公平。

##### 4.2 创造欢乐和趣味的玩乐空间

玩乐是人类与生俱来的需求，它与人们的身心健康和幸福感紧密关联，世界卫生组织将玩耍作为体育活动的一个组成部分。适当的玩乐可以保持身心健康、创造归属感、促进学习、帮助自我实现和提升创造力，然而当前的城市设

计并没有将其视为一种必需品。因此，“可玩性城市”的概念被提出，并用于培养全民的娱乐精神。能创造欢乐和趣味的玩乐空间应当是适合所有年龄且适应于所有地方的场所<sup>[19]</sup>。玩乐空间不只是小朋友的专属空间，也不只是老年人的活动空间，城市应当为全年龄段的人提供玩乐的机会。玩乐空间也不应该被限制在具体的某种空间中，而应融合到城市日常生活中。按照人群年龄可将玩乐空间分为以下四类：①为儿童提供玩耍的空间。一个安全的、可供主动探索的嬉戏空间是促进儿童身心健康和激发儿童创造力的关键，这种空间并不是只能一周甚至更久才能去一次的游乐场，也不是商场和社区中心专门的儿童乐园。城市设计师需要为儿童创造更多规模有可能很小、功能可能比较单一，但是可达性非常强，像“便利店”一样方便的街头型儿童玩耍空间<sup>[20]</sup>。②为青少年提供新奇感、刺激感和愉悦感的体验空间。简单的游戏场所已经无法满足青少年的好奇心和探索欲，在城市中寻求新奇、刺激的体验是他们的玩乐需求，滑板公园、篮球场等专门性的活动场所，桌游吧、猫咖等营业性游戏场所，以及利用混合现实技术的虚拟玩乐空间可以满足青少年的玩乐需求。③为中年人提供释放压力的空间。中年人的工作和生活压力与日俱增，在其上下班经常路过的街道、换乘站等关键性的节点，以及城市日常生活空间设置城市玩乐空间、趣味艺术装置和其他玩乐活动可以帮助中年人放松身心，释放压力。④帮助老年人缓解孤独感与强身健体的空间。缓解孤独感和强身健体是老年人玩乐空间的“主旋律”，棋牌摊、广场等街头活动空间，乒乓球场、健身角等健身场地，能够帮助老年人治愈孤独和强身健体。

### 4.3 陶冶情操的艺术审美空间

对于艺术和美学的追求一直是城市营造的关注点，城市美学大多是基于视觉实现的，虽然近年来学界持续批判了

城市“视觉霸权”，但是对美学的追求依旧是人的核心需求之一，美学也是发生诸多积极情绪的前提。按照美学“意图”可将城市艺术审美空间分为以下三类：①培育山水精神的空间。山水精神是我国的传统美学精神，古代文人将美学观念和哲学思想融合，儒家“山水比德”的思想更是将人的品质同自然界的事务联系起来，形成人格化的山水环境，而置身于这样的环境能获得精神上的愉悦。例如，明代谢一夔在《重修滕王阁记》中描述了登高临下、极目四望所获得的不仅是景色之美和身体的愉悦，还产生了忧国忧民的家国情怀。②满足市民艺术审美情趣的空间。这些“意图”体现在美术馆、美术馆等城市专门的艺术空间，以及城市空间中的构图、色彩、装置艺术、光线、倒影中等，如此，有利于提升公众审美素养和培养城市整体的艺术气息。③放松、疗愈身心的空间。放松、疗愈身心是艺术审美空间的基本“意图”，如街角绿地、口袋公园、城市公园和郊野公园等审美空间常常与人们的日常生活、工作及休闲活动紧密联系，能够使人们暂时从繁忙、焦虑的工作之中抽离，放松身心和疗愈心灵。

### 4.4 滋养各类情绪的情感空间

情感（情绪）反应是人对环境认知的重要组成部分，当前的心理学研究通常将情感视为人类的主要心理表征和态度<sup>[21]</sup>。拉塞尔的情感反应环状模式理论从愉悦感和唤醒度两个基本维度来描述人类情感<sup>[22]</sup>，据此可以组合出满足、开心、兴奋等不同情绪。然而，愉悦感和唤醒度等狭义上的情感体验是人的基本情感属性，以此来划分城市空间则显得太过笼统而不具有空间区分度。因此，本文根据城市空间所能创造的情感属性将城市空间分为以下三类：①创造积极情绪的空间。无论人们在何种状态下，总能勾起人们舒适、惬意、愉悦等积极情绪的景象被认为是创造积极情绪的情感空间。②滋养有价值的情绪的空间。情绪在很

大程度上与个人当时的状态有关。因此，情感空间也应关注城市日常生活中的社会情感，并与时空行为紧密关联。感动、思念、悲伤甚至某些情况下的孤独等虽然有负面情绪的影子，但是这些可以被视为一种有价值的情绪，可以帮助人们宣泄等。桑内特在《肉体与石头——西方文明中的身体与城市》中提出，人们不能太执于自己身体的舒适和愉悦，应该将疼痛作为一种媒介，因为疼痛能唤醒感官，认识到身体的不足，这样才能创造出同情别人和接纳别人的空间<sup>[6]</sup>。此时的城市空间不是创造情绪，而是滋养这些有价值的情绪并为之提供适当的发生空间。③缓解负面情绪的空间。紧张的工作和学习带来的压力及焦虑感需要一个情绪释放的出口，僻静区、冥想空间、独处空间或具有市井烟火气的空间等疗愈性质的环境能起到恢复人们的注意力并消除负面情绪的作用。

### 4.5 培养主动和创造力的广义学习空间

过分强调教授知识的社会会使得人们变得消极，也不能进行独立思考和行动<sup>[15]</sup>，脱离学校学习环境后的主动精神和自学能力才是个人成长的关键。学习的非集中化让社会成为没有围墙的学校，尤其是在互联网的加持下，知识传播变得格外便捷，获取知识的场所更加灵活、多样，许多具有知识传播潜质的城市空间也可以被视作广义学习空间。广义学习空间可以分为以下两类：①增强全民的文化、艺术和科学素养以及培养学习能力的空间。例如，图书馆、博物馆、科技馆等专门性的城市知识空间，书街、朗读亭等新型学习场所，以及具有启发性的、鼓励人们主动探索和思考的城市景观。②在不同社群之间传递知识的空间。例如，社区花园、近宅路、林荫道、街角广场、公园座椅、运动场地等高可达性和高舒适性的空间，有利于人们相互交流，学习新知识、传播技能和经验。

## 4.6 抚育内心的人文涵养空间

人文涵养是有关精神、文化层面的高阶需求，人文涵养空间的“意图”是让人们在这里获得某种高级的、有关价值或意义的思考，甚至完成自我实现。人文涵养空间可分为以下两类：①宣扬地方价值观或文化理想的空间。例如，历史文化建筑、重要的山水环境这些空间本身具有强烈的文化属性，凝聚着地方的价值观和文化理想，往往能引起人们对人生价值和意义的思考。②承载地区人文素养的空间。例如，地方纪念性空间和有故事的空间，这些场所往往记录着该地区发生过的故事或当地人共同的历史记忆。

## 5 结语

在我国城镇化进入“下半场”的背景下，营造一个有感觉、有温度、充满人文涵养的“高感知”城市成为城市设计的重要议题。传统的以基本功能等客观属性划分城市空间的方式难以反映体验时代的感知需求，以感知体验和高阶需求等主观属性划分城市空间成为感知维度城市设计的实现路径。本文通过分析城市中的感知体验和需求，划分了六种主观体验视角下的城市空间类型，并提出将城市空间从“物理基础设施”转变为“精神基础设施”。

需要强调的是，这种分类方法仍然存在一定的局限性。空间感知因人而异，感知体验本身就是一个抽象的概念，因此空间分类势必会有交叉重叠。此外，同一种空间也存在多种感知属性。例如，广场舞空间在满足娱乐体验的基础上，也承担了交往的职能；绿地空间既有休闲职能，又有疗愈作用；街头的棋牌空间既是培养归属感和凝聚力的休闲交往空间，又是创造欢乐和趣味的玩乐空间，还在一定程度上传递了某些知识。本文认为每一个空间都有一个核心的感知属性和多个附属的感知属性，虽然每一个城市空间中的感知都是多样且复合的，

但是仍需要明确一种主要的感知体验作为分类的依据，从而为城市设计提供引导。空间分类是感知维度城市设计的前提，未来的研究需要进一步关注每种感知体验在空间营造上的实现方法，以及这些具有感知体验的空间在城市中的落位布局，以便更好地服务于人们的日常生活。□

### [注释]

- ①杨华在《陌生的熟人：理解21世纪乡土中国》中提出，转型时期的农村社会在市场经济和人口流动的影响下，农民外出务工经商，对村庄的归属感不断减弱，原本知根知底的村民变成了“陌生的熟人”。“熟悉的陌生人”是指社区中的邻居、同一个公司不同部门的同事、每天坐同一班车的人等陌生人，他们在日常城市生活中见面的频率很高，但他们相互之间不会交流，只能达到熟悉的程度，本质上还是陌生人。
- ②“致生、致用”是指基本生产生活的保障；“致知”指对知识的传承，如学校、图书馆等；“致乐”指生活的快乐，如各种游乐场所；“致敬”指在多元城市生活中维持社会和谐稳定、人类凝聚时所树立的典范、建立的文化场所，如祠堂、英雄纪念碑等；“致思”指空间带给人的思考，是空间的神圣化。

### [参考文献]

- [1] Carr S, Stephen C, Francis M, et al. Public Space[M]. Cambridgeshire: Cambridge University Press, 1992.
- [2] Gehl J, Gemzøe L. New City Spaces, Strategies and Projects[M]. Copenhagen: The Danish Architectural Press, 2001.
- [3] Stanley B W, Stark B L, Johnston K L, et al. Urban Open Spaces in Historical Perspective: A Transdisciplinary Typology and Analysis[J]. Urban Geography, 2012(8): 1 089-1 117.
- [4] 布莱恩·劳森. 空间的语言 [M]. 杨青娟, 韩效, 卢芳, 等译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2003.
- [5] 理查德·桑内特. 公共人的衰落 [M]. 李继宏, 译. 上海: 上海译文出版社, 2014.
- [6] 理查德·桑内特. 肉体与石头——西方文明中的身体与城市 [M]. 黄煜文, 译. 上海: 上海译文出版社, 2016.
- [7] 周庆华, 王一睿. 基于感知维度的城市设计思考 [J]. 规划师, 2021(16): 73-77.
- [8] 胡正凡. 环境心理学(第三版)[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2012.
- [9] 奚婷霞, 匡晓明, 朱弋宇, 等. 基于人感知维度的街道更新设计引导探索——以上海市静安区彭浦镇美丽街区更新改造为例 [J]. 城市规划学刊, 2019(S1): 168-176.
- [10] 李辉. 基于身体感知的城市设计研究与实践 [J]. 时代建筑, 2019(4): 174-179.
- [11] Putnam R D. Bowling Alone: America's Declining Social Capital[M]. New York: Palgrave Macmillan, 2000.
- [12] 杨华, 贺雪峰, 沈山. 陌生的熟人: 理解21世纪乡土中国 [M]. 广西: 广西师范大学出版社, 2021.
- [13] Putnam R D. Bowling Together[J]. The American Prospect, 2002(3): 20-22.
- [14] 雷雳. 发展心理学(第二版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013.
- [15] C·亚历山大. 建筑模式语言: 城镇、建筑、构造 [M]. 王听度, 周序鸿, 译. 北京: 知识产权出版社, 2001.
- [16] Rapoport A. The Meaning of the Build Environment: A Nonverbal Communication Approach[M]. Arizona: University of Arizona Press, 1990.
- [17] Oldenburg R. The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day[M]. New York: Paragon House Publishers, 1989.
- [18] 李晴. 基于“第三场所”理论的居住小区空间组织研究 [J]. 城市规划学刊, 2011(1): 105-111.
- [19] Kerr J H, Apter M J. Adult Play[M]. Amsterdam: Swets&Seitlinger, 1991.
- [20] 卞一之, 朱文一. 营造城市空间的可玩性——从美国卡布平台到可玩型城市认证 [J]. 城市设计, 2019(4): 52-61.
- [21] Fazio R H. Attitudes as Object-evaluation Associations of Varying Strength[J]. Social Cognition, 2007(5): 603-637.
- [22] Russell J A. A Circumplex Model of Affect[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1980(6): 1 161.

[收稿日期] 2022-01-07