

城市场所空间的认知与设计

荆其敏 荆宇辰 张丽安 著



CHENGSHICHANGSUOKONGJIANDERENZHIYUSHEJI



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

城市场所空间的认知与设计

荆其敏 荆宇辰 张丽安 著



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

南京·2016

内容提要

本书讲述的是在城市广场设计中从空间到场所的“场所精神”新概念、可认知场所的识别性和地域性,以及如何在城市中建立可认知的场所。场所理论是当今城市设计的新潮理论,追求城市设计中的场所精神改变了过去从形式出发设计的城市空间,建立了“以人为本”的设计新理念。本书讲述如何遵循以人的情感为中心建立的可认知的场所空间准则,从而要创造出充满人性化的空间设计手法,及如何落实在城市设计之中。

本书可供建筑、城市规划、环境景观专业的师生、建筑师、规划师、设计师以及广大读者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

城市场所空间的认知与设计/荆其敏等著. —南京:
东南大学出版社, 2016. 6

ISBN 978-7-5641-6560-4

I. ①城… II. ①荆… III. ①城市空间—建筑设计
IV. ①TU984. 11

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 129729 号

书 名: 城市场所空间的认知与设计

著 者: 荆其敏 荆宇辰 张丽安

责任编辑: 孙惠玉 徐步政 编辑邮箱: 894456253@qq.com

文字编辑: 李 倩

出版发行: 东南大学出版社

社 址: 南京市四牌楼 2 号 邮编: 210096

网 址: <http://www.seupress.com>

出 版 人: 江建中

印 刷: 虎彩印艺股份有限公司 排版: 江苏凤凰制版有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 6.75 字数: 156 千

版 次: 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5641-6560-4

定 价: 39.00 元

经 销: 全国各地新华书店

发行热线: 025-83790519 83791830

* 版权所有, 侵权必究

* 本社图书如有印装质量问题, 请直接与营销部联系(电话或传真: 025-83791830)

前言

当我漫步在北京天安门广场,为这座世界上知名的广场而兴奋时,仿佛又回到了中学时代曾在1949年开国大典时在天安门广场上欢庆的场景。那时天安门广场两边古代的红墙还在,三座城门和中华门也都还在,但广场没有现在这么大,是未经苏联专家规划改造前的场所。环顾天安门广场周围几十年来的演变,看旗升旗落,始终感受着那代表祖国庄严、令人肃然起敬的氛围。纵览历史,在这里看到了广场设计在城市发展中、在历史事件里、在建筑精华旁所必有的场所精神。当初天安门广场规划设计的改造方案只考虑了许多外在形式之美,却忘记了广场中的“人”本身才是目的。“场所”空间环境设计与创造最大的目标是“以人为本”,真正的“人本主义”的设计与创作,在场所空间中会存在人的生命和空间的互动关系。

时过境迁,现代的城市场所空间概念,有别于过去的广场设计,场所之美不在于空间形式的外在比例与分割,不在于视觉效果。场所精神来自人内心世界的爱与真诚所散发出来的完整生命造型。创造可认知城市场所空间的目的正是要建造有思想性的场所,没有思考余地的广场空间不是“场所空间”。城市与建筑应该不仅仅作为设计的对象受到建筑师、规划师的关注,更重要的是作为使用者的广大公众如何来理解和关注我们的城市空间与建筑。我们的设计会受到方方面面的影响和制约,公众的理解就是其中重要的方面。可认知的城市场所空间注重人性化的设计,以人作为事物的尺度,强调人在空间中的价值、尊严与自由,遵循以人为中心的设计准则。人性化的设计要落实在城市设计的各个环节之中,尊重人的需求和社会需要,从而创造出充满人性、具有亲和力的可认知的城市场所。

现代城市场所的概念较之欧洲古典广场,发生了很大的变化,一些专门化的建筑和相关功能活动已与广场分离,圣殿、庙宇等宗教信仰不再影响场地活动且也已与广场分离,广场也不再是法庭、议会等国家机构的外延,失去固定类型建筑作为边界的现代城市场所,以其交通性和游憩性,恢复为街道系统的一部分,更具有功能上的随意性和多样性。

正是由于场所空间规划设计所涉及的内容过于广泛,只有从感觉出发来讨论城市场所空间才真正具有现实意义。人们都希望设计师为他们创造一个理想的、抒发情怀的、可认知和永不忘怀的场所,这也是我们写本书的意向所在。

在今天的城市与建筑领域中,人与人之间在精神上缺少共振,人与物之间在性情上缺少沟通,写《城市场所空间的认知与设计》一书,就是尝试给我们一种理想的回忆与现实的反省,带给我们一种“人本主义”生活的兴致。由此我们可以看到创造“场所精神”可能是每个时代城市设计创作整体最后要完成的一环。

本书中部分篇目的文稿引自我《城市空间与建筑立面》、《情感建筑》、《城市母语:漫谈城市建筑与环境》、《城市休闲空间规划设计》等著作中的片断及插图,同属城市场所精神环境问题,但又加注了进一步的认知,希望以本书就教于方家。

目录

前言	1
第一章 场所精神	1
一 城市之美,美在形神兼备	1
1. 有声无色、有形无神的大广场	2
2. 广而无场,大而无当	2
3. 广场变公园,公园变广场,广场变场所	2
二 城市场所空间的认知理论	5
1. 城市空间的认知理论	5
2. 城市空间场所的可识别性	6
3. 城市空间认知理论的应用	6
三 人性化可认知的场所空间	9
1. 从城市生活方式的个性化中寻找失落的“场所精神”	9
2. 人是场所精神的主体,场所空间中的人情味	10
3. 人性化可认知的场所空间设计	11
第二章 可认知场所空间的识别性	14
一 从感知到认知	14
二 从表象到印象	14
三 从思维到记忆	16
四 从感觉到知觉	17
第三章 从空间到场所	20
一 城市空间的识别性	20
二 城市空间中人的思想与记忆	21
1. 空间与记忆	22
2. 空间对于记忆的借用和错位	22
3. 属于民众的场所空间	22
三 有特色可认知的城市空间成为场所空间	22
四 可认知的城市场所应该是人们生活的场所空间	24
第四章 可认知场所空间的地域性	26
一 城市空间界定与地域文化	26

二	感悟广场空间的精神个性	27
三	街区场所空间	28
	1. 疙瘩楼住宅变餐厅	28
	2. 巷空间	29
	3. 餐饮一条街——富有情趣的吃喝场所	29
	4. 文化一条街——城市中的文化情	32
	5. 街上的生活——大声吆喝的商业街	33
四	围合空间中的场	34
五	绿地园林与大自然对话的场所空间	36
六	思乡的场所空间	37
七	小朋友的驻足之地	38
	1. 施工留下的童趣	38
	2. 动物园中的童趣	39
第五章 城市中可认知场所空间的故事		40
一	历史故事	40
	1. 文脉的延续——城堡广场	40
	2. 历史变迁是滨河规划的核心	41
	3. 有意义的历史事件	41
	4. 历史纪念性	42
	5. 历史闻名性	43
二	地方性故事	43
	1. 怀旧的德国芒丘小镇	43
	2. 怀念乡情,驻足回忆	44
	3. 城市地域乡土化	45
	4. 天津的欧式建筑风情区	46
	5. 异文化都市聚落	48
三	个人经历的故事	48
	1. 拿破仑的门楼	49
	2. 杜甫草堂和成都草堂茶亭	49
	3. 李大钊烈士雕像和孙中山纪念堂	51
四	现场发生的故事	51
	1. 悲情广岛	51
	2. 交河乌托邦	52
	3. 明珠在怀而不自知	52
	4. 历史拼图	53
	5. 对 1976 年唐山大地震遇难同胞的怀念	54

第六章 城市中可识别性场所空间的建立	55
一 怎样创作和建立可认知的场所空间	55
1. 注重城市设计中的人文向度	55
2. 注重城市设计中的自然环境向度	57
二 可认知场所空间建立的方法	57
1. 建立城市设计的文化准则	57
2. 建立城市场所空间的有机共生模式——古今合璧	57
3. 建立城市场所空间的复合模式——新旧建筑历史的拼贴	59
4. 注重旧城保护	60
5. 旧城保护是对城市文化环境的保护	61
6. 旧城改造政策——由“拆”到“保”	62
三 城市场所空间人文景观的规划设计	63
1. 城市场所空间的人文景观设计原则	63
2. 人文景观场所空间的多样性原则	63
四 被动式休闲场所的设计原则和手法	67
五 场所空间中的设计要素	69
1. 视觉设计要素	70
2. 空间的层次性	74
3. 主导和从属、平衡和动势	77
4. 交替、重叠空间、肌理	78
5. 光影与色彩环境	81
6. 文脉设计要素	84
六 场所空间中的文化景观	91
1. 哈尔滨复旧	91
2. 融入场所空间中的城市雕塑	92
3. 建筑立面上的装饰语法——浮雕	92
4. 场所空间中有情的壁画	95
5. 亲水小品	95
七 城市场所空间中的创新	96
1. 街道上的创新设施	96
2. 路标符号——停车库和车轮橱窗餐厅	97
3. 建筑师个人设计风格的形式特征	98
4. 商标、广告、符号	99
5. 城市标志性建筑	99

图片来源	102
------------	-----

第一章 场所精神

一 城市之美,美在形神兼备

在城市更新过程中,规划师面对的是如何创造形神兼备的城市场所。形是城市的外在形态,神是城市的场所感染力,人们不喜欢有形无神缺乏场所精神的城市。一座城市中林立的高楼大厦,美丽壮观的雕塑、山水湖泊,都是它外在的形体美,而车水马龙的通达、熙熙攘攘的人群则是它的动脉。城市是有生命的,城市美的组成部分需要以当地文化的脉络为背景,需要相适应的血脉得以延续,更需要有人性化的脉络使其永生,城市之美在其形神兼备。城市之美不仅要有造型艺术的硬环境,更在于这座城市人性化显露出来的文化素质。城市设计强调场所精神,神形兼备能给人们留下永不忘怀的强烈印象,我们称之为场所精神,缺乏场所精神的城市设计是当今中国许多广场设计中的一大弊端。

城市具有吸引力的基础是城市空间中所拥有的动人的风貌和可认知的场所。北京的吸引力在其元、明、清古城的记忆和世界闻名的天安门广场(图 1.1);天津的吸引力在其原租界地中被称为“多国建筑文化大熔炉”所展现的外域建筑文化;香港的魅力在于其繁华地区名师大作的高楼群所构成的购物天堂。

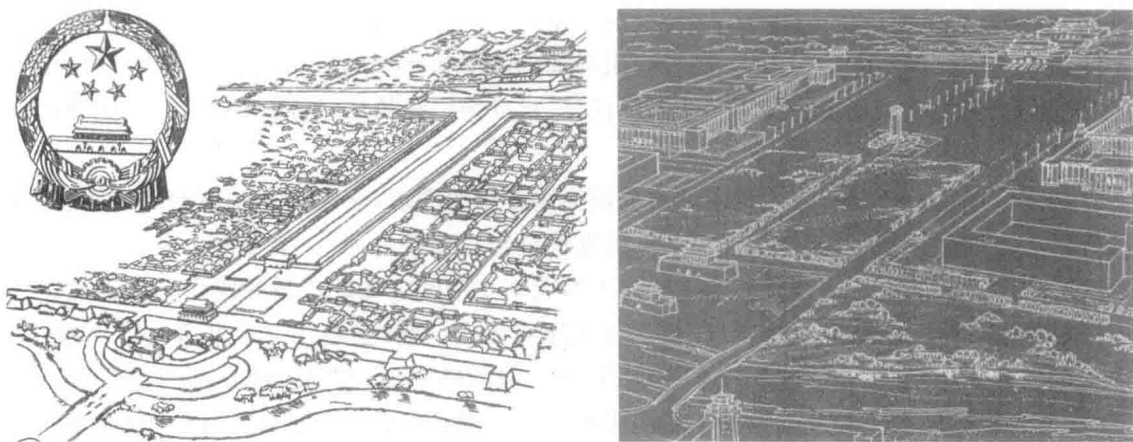


图 1.1 天安门广场

旁白:左图为 1949 年开国大典时的天安门广场;右图为 20 世纪 50 年代的天安门广场规划。天安门广场是北京的名片。

在拥挤的都市水泥森林中,广场本应为市民献上一分宁静与恬适,然而在广场建设热潮的推动下却暴露了许多问题:① 尺度过大,有的甚至超过了 30 hm^2 ,广而无场,大而无当。② 空间围合感不强,缺少内聚力和吸引力。③ 对地方传统文化的体现不够,千人一面,广场的内容远看似有,近看却无。④ 大草坪的弊端,可接触性不强,对季节处理的重视不够。⑤ 广场内的服务设施不够完善,减弱了广场的舒适性和吸引力。一哄而上的广场建设少见有人性化的场所精神,却造就了许多有形无神的城市广场。

1. 有声无色、有形无神的大广场

天津的广场数量少,种类单一,以交通广场居多,文化休憩和纪念性的广场很少。另有一些广场由于市场的导向变成了自由市场,人们的公共社会空间严重不足,有些建筑周围的空地也没有得到利用。此外多数道路只是公共的“线”,缺少广场作为节点或底景,例如在商业街上,人们都很难找到可供逗留和休息的场所空间。新建的公共建筑常用围墙与公众隔开,户外空间也不重视环境小品的布置,许多空地或形式雷同的街心公园缺乏特色和文化含义。像抗震纪念碑广场、天后宫广场这样能传达一定信息含义的场所为数不多。已有的广场中的设施、灯具、铺地、广告招牌等大多为商品化的成品,没有精心设计,缺乏具有场所精神的标志物。雕塑小品多数介于抽象与具象之间,既没有概括性、装饰性、趣味性,也不精致细腻,没有令人回味的余地。20世纪80年代末,吉林长春在全国广场建设热潮中,新建了有声无色、有形无神的超大广场。

2. 广而无场,大而无当

城市广场的尺度是否得当,是城市广场空间设计成败的关键。城市广场注重人的尺度,亲切舒适(图1.2上图),庞贝城中心广场为 0.39 hm^2 ,佛罗伦萨长老会议广场为 0.54 hm^2 ,威尼斯圣马可广场为 1.28 hm^2 ,巴黎协和广场为 4.28 hm^2 ,莫斯科红场为 5.0 hm^2 ,大同红旗广场为 2.9 hm^2 ,太原“七一”广场为 6.3 hm^2 ,天津海河文化广场为 1.6 hm^2 ,南昌八一广场为 5.0 hm^2 ,郑州“二七”广场为 4.0 hm^2 ,济南泉城广场为 18.0 hm^2 ,北京天安门广场为 30.0 hm^2 。近期中国各省市规划建设的广场多达30—40 hm^2 ,重要的是广场空间并非单纯的尺度问题,它是由活动内容、布局分区、视觉特性、光照条件、容积感与建筑边界条件等因素共同制约的,要重视广场空间与周围建筑的关系、广场空间与道路的关系及广场内部的序列空间组成。如广场实际面积不大,缺少可供活动的设施和休息的依靠,也会产生“广而无场”和“大而无当”之感。场所设计不同于广场设计,尺度是广场的形,场所精神才是广场设计中的“神”(图1.2下图)。

修建广场,为民造福,既满足了城市居民休闲娱乐的需求,又改善了城市的环境面貌,既提升了城市的文化品格,又是最显而易见的在位领导的政绩之一,一举多得。因此经济富裕起来的城市竞相规划设计、建设、实施着一大批大中小型的广场。广场的建设不在于投资多少,如果规模得体,格调品味高雅,脱俗之作也屡有发现,但抄袭模仿之风几乎占了主流:情节相似的音乐喷泉,不合尺度的成名灯柱,圆边高级的喷水池,西洋古典女神塑像好像无处不在,而且越做越大。缺乏创意和不能构成吸引人的环境意境的广场只不过是造型空间,毫无感染力。这种场所都是失败的,劳民伤财,不仅没有达到预想的效果,还给后来的城市建设增烦添乱,其主要原因是急于求成,设计周期太短,不能深思熟虑,更无创意可言。广场不能形成可认知的场所成为当今的城市病——广场热症候群。

3. 广场变公园,公园变广场,广场变场所

某地区贸易中心城市,拥有70万人,是诸葛亮、王羲之的出生地,规划的中心广场面积达 38 hm^2 ,也是受省会城市大广场之影响,广场越做越大。由于当地尚未受到过分人为环境的严重破坏,城市环境优美,大广场可以结合自然,做到以山水为主题。在众多的设计方案中,有的方案规划绿地草坪占44.7%,硬质道路和水面占53%;有的方案称“一心两带八

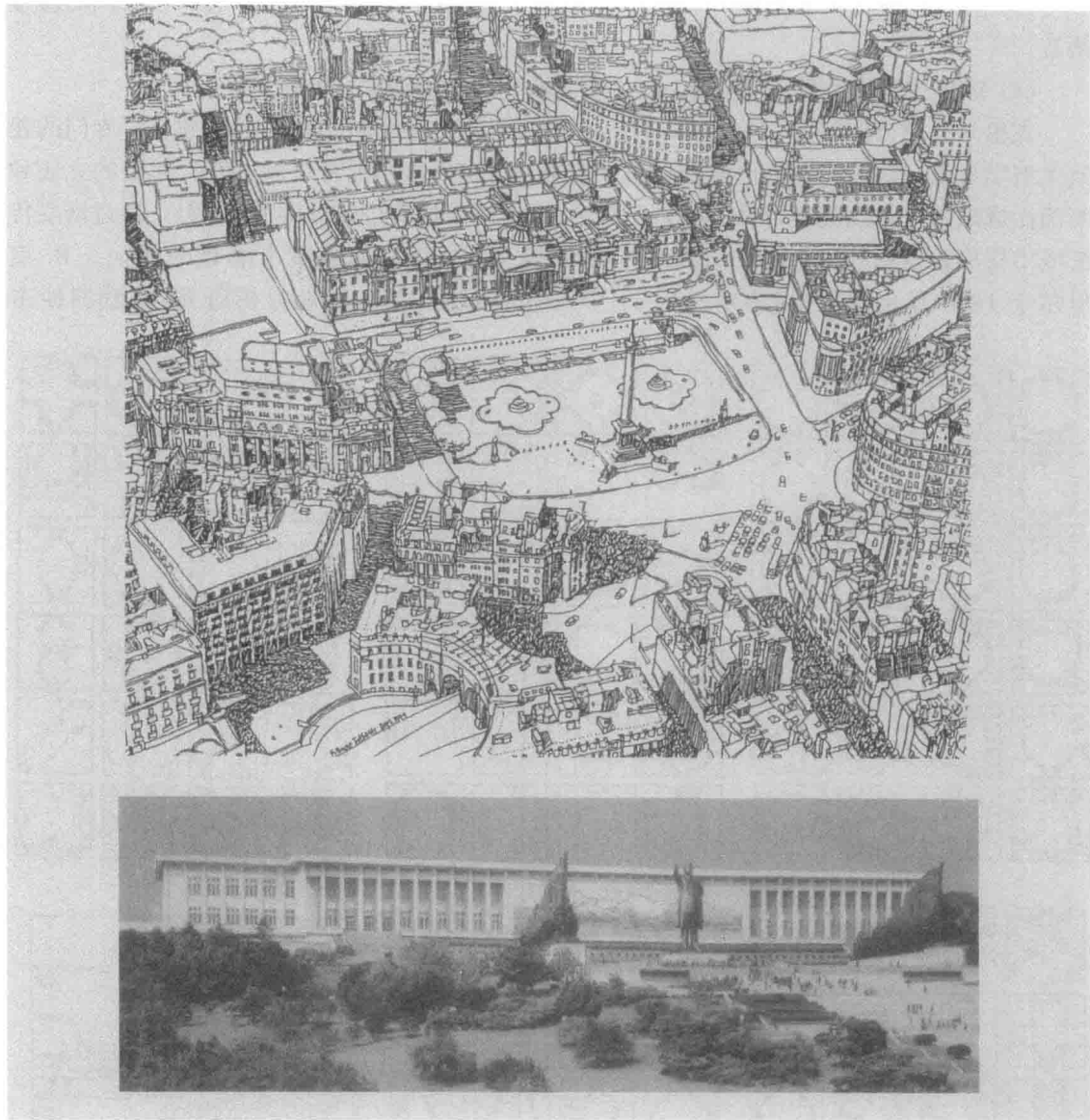


图 1.2 欧洲古典广场的场所精神和朝鲜金日成广场

旁白:上图为欧洲古典城市广场的场所精神;下图为朝鲜金日成广场。

点”,绿地占 64.5%;有的方案提出以人为本,以水为源,一主轴、三次轴、四条副轴线,绿地达 60%;有的方案以城市的三区九县冠名,绿地达到 83%。总之方案构想都把过大的规划广场面积用作绿地,广场变公园,或公园变广场,无意中进入了城市“场所”设计,由此其广场的规划设计有如下特点:

(1) 从广场设计到创造场所精神,从以建筑围合的物理空间到考虑人在空间中感受的实质性空间,强调了地点的认知感和可读性,金雀和银雀是当地很好的城市标志。

(2) 从广场的形式设计到形态设计,在图形构图好的前提下,把城市中心场所看成是有机的生命体,是城市中公共活动颇有生机的因素,广场即公园,公园即场所。

(3) 努力创造城市的文化空间,把人的社会关系、意识形态化均作为城市和建筑的符号语言。

(4) 以生态可持续发展为主导,建立人工环境与自然环境的和谐关系。

克里尔兄弟(Rob Krier & Leon Krier)是当代建筑类型学的代表人物,建立了专门的建筑类型学概念。将类型学理论直接应用于建筑与城市设计。他将广场、街道、建筑的立面和断面做成城市设计的类型,再用圆形、三角形、方形对广场等进行分类(图 1.3)。通过恢复传统城市格局重建新的场所特征,具有强烈的再现工业文明之前的城市场景的倾向。R. 克里尔于 1979 年出版的《城市空间》一书中,对欧洲城市考古般地分析研究,将欧洲城市

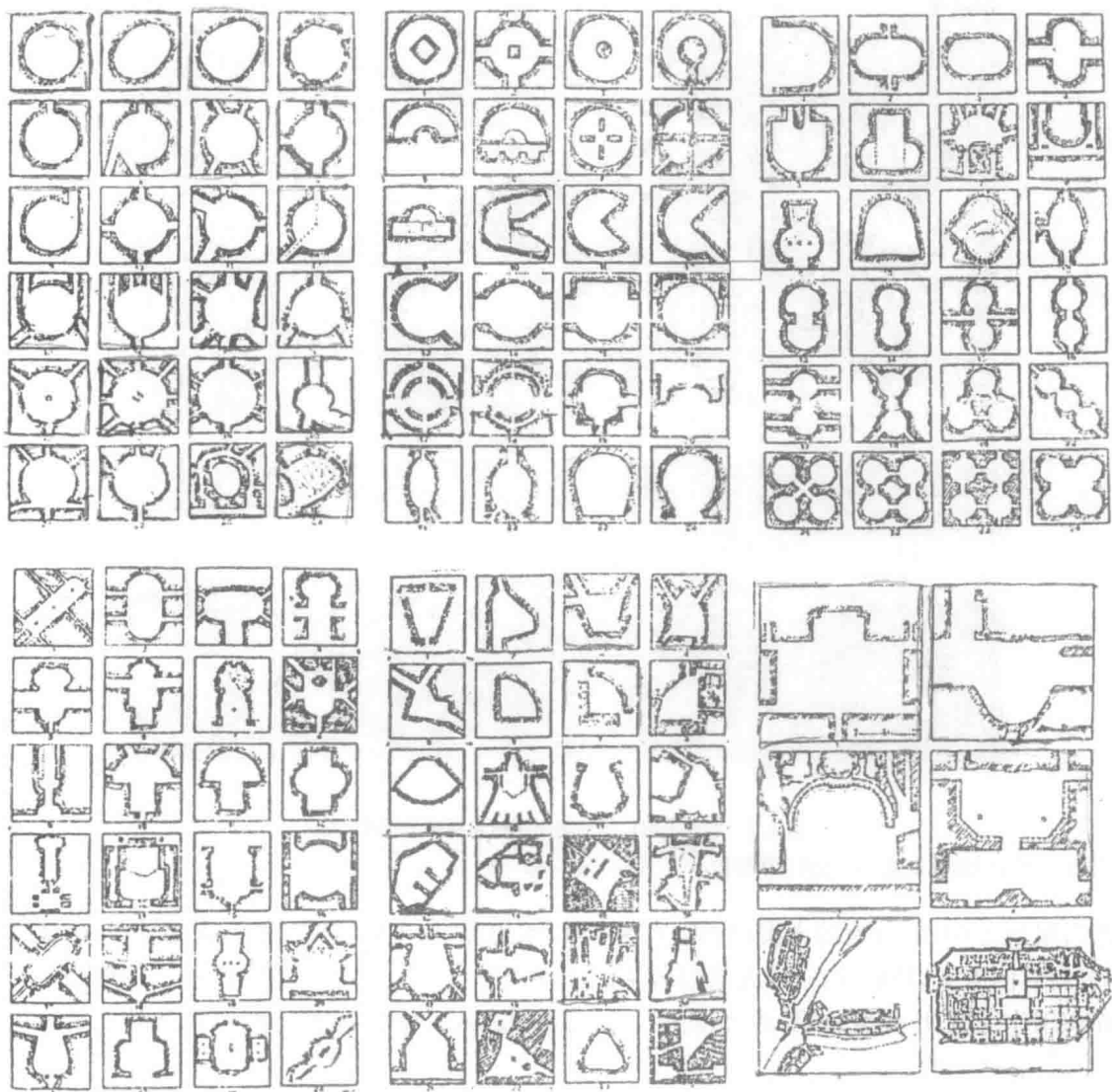


图 1.3 克里尔对广场的类型分析法

旁白:上左图为圆形广场;上中图为圆形广场及内部建筑变异;上右图为各种圆形广场的组合;下左图为几种圆形广场群;下中图为三角形广场及其变异;下右图为复合广场体系(部分)。

中的各主要广场和街道的关系与形态记录下来,收集并发展了众多实用的城市空间类型。他关注为人所用的空间,使之在城市肌体中更加人性化。类型学设计既保持了文化和传统的延续性,又提供了创新与变化的机会和可能,使广场设计进入了场所设计的全新概念。

二 城市场所空间的认知理论

1. 城市空间的认知理论

1960年,凯文·林奇(K. Lynch)在城市的认知领域所推出的研究成果,从视觉心理和场所的关系来分析城市形象的认知理论。他认为“认知”是城市生活的基础,城市设计应当以满足人的认知要求为目标,提出城市意象的构成要素包括道路、边界、区域、节点和标志物。

道路:是观察者顺其移动的路线,如街道、小巷、运输线,其他要素常常围绕路边来布置。特定的道路可以通过许多种方法变成重要的意象特征,经常穿行的道路具有最强的影响力,主要的交通线会成为关键的意象特征。空间特色能够强化特定道路的意象,道路应该具有可识别性、方向性和可度量性。当街道的重复关系有规律可循时,就能够被看成是完整的网络。

边界:是道路以外的线性要素,通常是两个地区的边界,相互起侧面参照作用,例如河岸、铁路路堑、围墙等。那些强大的边界不但视觉上占统治地位,形式上也连续不可穿越,许多边界是凝聚的缝合线而不是隔离的屏障。

区域:是城市中较大的地段,是一种二维的面状空间要素,人对其意识有一种进入“内部”的体验。区域是城市意象的基本元素,它包括多种多样的组成部分,比如纹理、空间、形式、细部、标志、建筑形式、使用、功能、居民、维护程度、地形等。区域有各种各样的边界,有些严格,明确而具体,另一些模糊不确定,还有一些没有边界。边界的作用是限定区域,增强其特性。

节点:是观察者可进入的集结点、典型的道路联结点或某些特征集中点,如道路的交叉口、方向变换之处,或者城市结构的转折点、广场,甚至可大至城市中的一个区域中心。

标志物:是城市中的点状要素,是观察者的外部观察参考点。由于标志物是从一大堆元素中挑选出来的,因此其特征具有单一性、唯一性,在整个环境中令人难忘。标志物可能因清晰的形式与背景形成对比,占据突出的空间位置,就会更容易识别,被当作是重要事物,通常是明确而肯定的具体对象,如山丘、高大建筑物、构筑物、有感染力的城市雕塑等。有时树木、店招乃至建筑物细部都可视为一种标志物。

认知意象对城市空间环境提出了两个基本要求,即易识别性和可意象性,前者是后者的保证,但并非所有易识别性的环境都可导致可意象性。可意象性是林奇首创的空间形态评价标准,它不但要求城市环境的结构脉络清晰、个性突出,而且应该为不同层次、不同个性的人所共同接受。城市意象五要素之间可能会互相强化、呼应,从而提高各自的影响力,但也可能相互矛盾甚至相互破坏。

林奇的主要成就在于将认知地图和意象概念运用于城市空间形态的分析,并且认识到

城市结构不只是凭借客观的物质形象和标准,而且要凭借人的主观感受来判定。

2. 城市空间场所的可识别性

可认知的场所要有可识别性才能被认知,可识别的认知包括感知、表象、记忆、思维等特征。人通过这一认知过程来获取空间环境中与日常有关的位置和各种现象属性的信息,并进行认知的编码、组织、储存、回忆和解码,识别和辨认环境,主要包括方向、距离、位置和组织情况等。解决人在生活空间中的寻路、定向等生活问题,并对空间做出评价。

所谓“场所”即“场中有所”,场中的所包括以下三大部分:

- (1) 空间部分:空间中的领域感与方向感。
- (2) 自然部分:场所中的自然因子,例如绿地率表示城市被大自然稀释的程度。
- (3) 社会部分:积极的城市空间与失落的城市空间。

识别性(Identity)的含义广泛,识别又可称“归类”和“定性”,是广泛用于人类各个领域的重要概念。在科学、文化、经济、艺术、建筑设计、环境设计、城市设计等各个方面均有各自的标签。林奇在《城市意象》一书中提出道路、边界、区域、节点、标志物构成城市意象的五大基本要素,设计好这些要素会改善场所环境的可识别性。

进入 21 世纪,城市设计理念有了进一步的深化,以人为本的设计原则应超越图形语言形式美的表达。大家所公认的由林奇提出的城市设计五大要素,被美国密歇根大学教授詹姆斯·查费尔斯(James Chaffers)发展引申了,他提出城市设计的五大要素应演变为以人为本的特定的文化特征:城市区域应演化成为一种生活情趣的精神空间;城市边界应演化为人之间的空间关系;城市道路应演化为居民之间的亲密交往空间;城市节点应演化为居民之友谊的建立空间;城市标志物应演化为公民关系的标示。

3. 城市空间认知理论的应用

林奇的城市空间认知理论虽然是西方近现代的经典城市设计理论,但他提出的城市意象五要素“道路、边界、区域、节点、标志物”在城市设计的分析中具有一定的普适性。

(1) 中国古代的营国制度

《周礼·考工记》的营国制度作为反映中国古代封建等级森严的城市建设制度,体现了尊卑、上下、秩序和大一统思想的理想城市设计模式,影响着以后历代的城市设计实践,直至明清两朝的皇城布局。利用林奇的城市意象五要素来分析营国制度理念统治下的城市设计表现方式。

道路:城郭之中的道路,规定了明确的等级、宽度,甚至通勤人员的尊卑等级,所使用的交通工具等。这些道路中规中矩、泾渭分明、垂直相交,连接着四方城郭的城门。历朝历代的都城、州城和府城都沿袭了这种道路设计模式,对城市的道路进行了严格的等级划分,以此确定道路的宽度及其功能,城市外部空间的道路则体现为天然的交通水道。

边界:城墙大多为矩形(如曹魏邺城、隋唐长安城、南宋平江府城),或以矩形为基本形状,局部依地形稍作变形(如北宋汴梁),或由多个矩形城墙相互搭接(如宋元泉州城,明清北京城)。

区域:大多表现为城市的宫城、内城和外城,以及城市中由街道划分的对称严谨、分区明确、整齐匀称的矩形街坊院落和自然水域等。

节点:表现为道路的交点,即道路与道路的交叉点和道路与城墙的交叉点——城门。节点以城门作为序幕,由道路相连。

标志物:在城市内部的空间形态上,常以主体建筑——宫城内的宫殿、祖庙和社稷坛等为标志物,如《考工记·匠人营国》中记载的“左祖右社,前朝后市”。在城市外部的空间形态上,通常以主山为标志物。营国制度奠定了中国古代城市设计意象的基础。

(2) 明清北京

明代北京城,以元大都为基础,作为营国制度的典型代表,其城市设计在城市认知方面突出表现在以下几点:

道路:北京城内的街道,以元大都的格网式道路体系为基础。城内的主要道路是宫城前至永定门的中轴线及通往各城门的大街及联结此街的横街,纵横相交形成主要道路。

边界:明代北京的內城范围较元大都的北部向南收缩了 2.5 km,南部将城墙南移 0.5 km;东西墙仍是元大都的城垣;內城东西长约 7 000 m,南北长约 5 700 m。在明代嘉靖年间(1553 年)加修了外城,两个矩形城墙并接形成“凸”字形的城市边界。

区域:居住区分布在皇城四周,明代共划 37 坊。居住区域与元大都相仿,以胡同划分为长条形的居住地段,间距约 70 m,中间一般为三进的四合院相并联。

节点:北、东、西各开两门,南面开三门。

标志物:标志性建筑群——紫禁城,它从外城南门永定门直至钟楼、鼓楼构成长达 7.8 km 的中轴线,经过笔直的街道、九重门阙直达三大殿,并延伸到景山和钟楼、鼓楼。沿这条轴线布置了城阙、牌坊、华表、桥梁和各种形体不同的广场,显示了封建帝王至高无上的权势。

明清北京城,是中国古代城市规划和设计的优秀代表,它在整体上形成了重点突出、主次分明、强调中轴线的布局特色,发扬了传统的宗法礼制思想。7.8 km 长的中轴线是世界上最杰出的城市设计范例之一(图 1.4)。

(3) 中国风水格局“自然城”的认知

天人合一理念和传统的山水观,体现了人与自然互相联系、无法分割的哲学思想。对天人合一的理想追求是中国古代城市设计的另一个基本原则,而由此产生的“风水术”是制造“自然城”的主要手段。

“风水术”以人类生存的基础——自然山水为对象,偏重于从人与自然相互关联的角度去理解城市与自然山水的整体关系,借助于自然山水来认知“人居环境”。在风水学中往往以青龙、白虎、朱雀、玄武四神作为方位神灵,各司其职守卫着城市、乡镇、民宅。风水宝地的构成,不仅要求“四象必备”,而且还要讲究来龙、案砂、明堂、水口、立向等。即要求北面有绵延的群山峻岭,南面有远近呼应的低山小丘,左右两侧则护山环抱、重重护卫,中间部分堂局分明,地势宽敞,且有屈曲流水环抱,这样就是一个理想的“风水宝地”,如四川古城阆中(图 1.5)。

如果从城市与自然互为一体的角度,用林奇的城市意象五要素来进行分析,可以发现“自然城”城市设计独特的表现方式。

道路:“自然城”的城市路网大多依山水脉络而定,故“依山而行,依水而行”,便成为传统

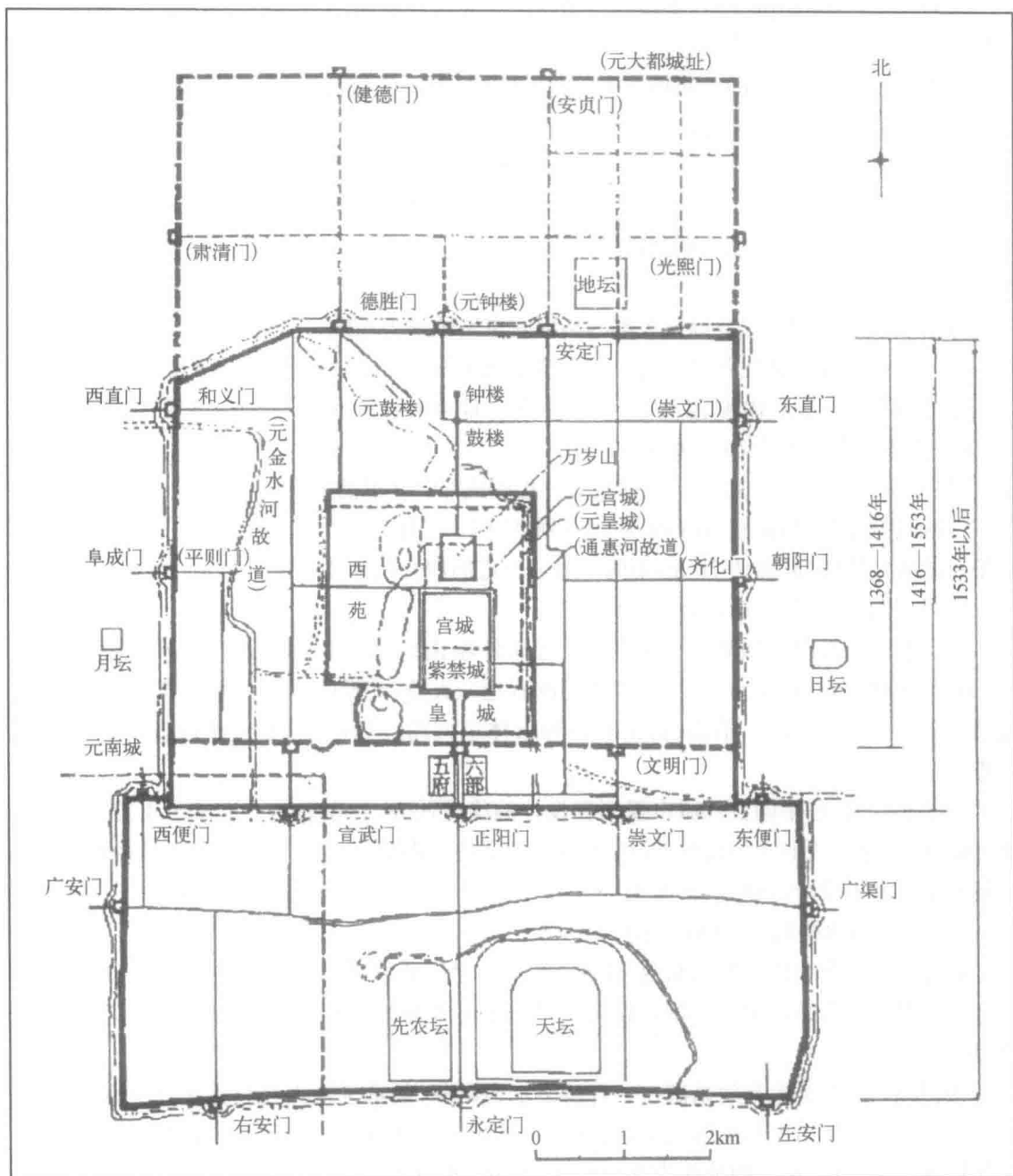


图 1.4 北京城平面自元以后的变化过程

“自然城”路径空间的普遍特征,并以此使人们体会到城市山水气脉的存在,人们意念中的龙脉或气脉,则表现为城市的山脉或水脉。

边界:表现为城市外围“水随山而行,山界水而止,界分其域,止其逾越”,“山环水抱”的山水界面及与之相对应的城市中层相套的院墙、城墙、城河沟渠等。

区域:城市内外的山林、水域及城市中各种类型的院落成为各具特色的区域。

节点:以“穴”为节点,好的风水穴位必然成为城市空间的节点,其上必置标志性或重要

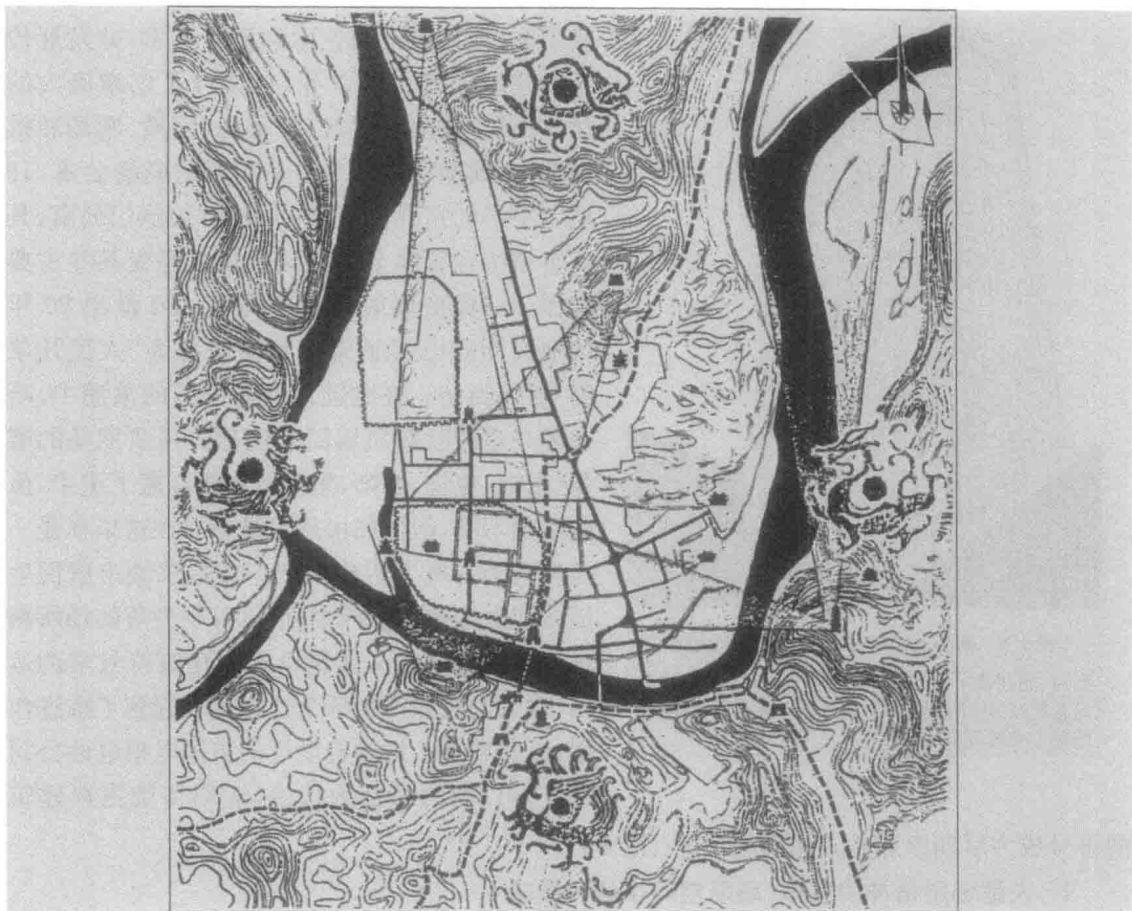


图 1.5 古城阊中的风水格局

的建筑物(如武汉黄鹤楼、杭州六和塔等)。

标志物:在城市内部的空间形态上,常以风水穴位上的楼、阁、塔刹或主体建筑为标志物;在城市入口的空间序列上,以水口环境中独具风水意味的树木、亭阁为标志物;在城市外部的空间形态上,以主山为标志物。

三 人性化可认知的场所空间

1. 从城市生活方式的个性化中寻找失落的“场所精神”

在全球高速城市化的进程中,城市中的生活方式趋同,住的、吃的、穿的、用的,越是现代化越千篇一律,人们对生活情趣个性化的追求也是人类的本能,不喜欢大家一个样。从近年中国的房地产市场来看,开始是买面积,到买室外环境与精装修,再到购置生活方式。广州奥林匹克社区的住房热点是健身运动,会员制的健身中心成为购房的热点。广东番禺南沙修建的中药养生园,却是养老治病以长寿为目标的居住社区,“生态养生家园”的口号也十分诱人。北京的办公住宅(SOHO)是一种新型的生活方式,乡镇住宅(Town House)也在大城市中流行起来。现代欧陆风住宅在欧洲的出现是因为建筑师里卡多·波菲尔(Ricardo Bofill)的几组古典主义的街坊设计蜚声世界,他全力关注建筑形式,追求过去时代的官邸气派



图 1.6 纽约美国电报电话公司总部大楼
旁白：菲利普·约翰逊设计的纽约 AT&T 电话公司总部，运用了后期摩登主义建筑符号学，是后期摩登主义胜利的标志。

和装饰的高贵典雅。为了使居民的生活更加丰富多彩，他追求空间艺术和符号艺术，并发展传统的建筑语言。1983 年，他设计了巴黎庞大的居住街坊拉瓦雷新城。被称为“宫殿、剧场和拱门”的公寓群，包括 9 层半圆形的剧场公寓，19 层凹字形的宫殿公寓，中间是 10 层拱门公寓，其怀古情绪和官邸余威使居民得以享受某些古典气派——像皇族般的心理满足。20 世纪 80 年代他设计的巴黎圣康坦新城被称为“人民凡尔赛”居住街坊。在欧陆风席卷中国的浪潮中，哈尔滨兴建的欧陆风居民小区把古希腊罗马的雕像、水池、瓶柱、灯饰、繁琐的线脚都搬了进来，虽然不伦不类，但居民可能也是想要在这里享受一点洋人的古典生活情境吧。在追求城市居民生活方式个性化的设计中，可以寻找失落的场所精神。后期摩登主义建筑思潮中建筑符号学的运用，对人们在城市生活个性化方面起到了推进作用，以菲利普·约翰逊设计的美国电报电话公司（AT&T）纽约总部为代表，运用传统古典建筑的

符号成为后期摩登主义思潮的标志（图 1.6）。

2. 人是场所精神的主体，场所空间中的人情味

城市的公共广场应该是城市中公共社会的活动中心，广场上的休闲交往活动是市民最经常的活动去处。城市广场是最集中反映历史文化和艺术面貌的主要场所。现代的城市生活对广场空间环境提出了更多、更广泛的精神要求，要求广场具有场所精神。文化休闲活动是各种类型广场都应具备的内容。一般的城市广场是一个由自然和人工环境所围合的三度空间的形体，有规则布局的、封闭的、开敞的、下沉式的等多种形式，但广场的场所特性要充分表现出环境气氛，人是场所精神的主体，场所空间中要有人情味。

美国艾奥瓦州得梅因市（Des Moines）中心区市民广场中的抽象雕塑——《铁的雨伞》，是具有形式感的大尺度环境雕塑（图 1.7）。用钢铁制作的一把巨型蓝灰色的抽象大伞，人们可以活动于其间，构成广场上视觉的焦点，同时也是市民休闲活动的保护伞，是一处令人难忘的场所。

作为场所要有三个条件：① 有较强的诱发力，能把人吸引来，并创造参与的机遇。② 能提供某种活动内容的容量，参与活动的人可以滞留、聚集、分散等。③ 保证持续活动所需的时间和使用周期。

边界性：为了充分发展公共活动场所的效用，要重视场所的边界设计效应，边界具有行为的诱导性及扩散性。参与性：要身临其境，提供直接参与的机遇。安全性：要考虑防灾减灾和安全疏散问题。通畅性：根据人流与车流量的大小来确定通行距离和导向性设施，清楚