

109 學年度第一學期 Eurasia 基金會國際講座

「亞洲共同體：東亞學的構築與變容」系列講次(10)

講題：商店街空間構成相關研究-以台灣、日本、韓國為例

第 10 回 Eurasia 基金會國際講座，邀請到本校景觀學系郭維倫教授分享其研究成果。其內容主要分為商店街空間構成相關研究、日本的地址系統、亞洲都市相關研究三個部分。

一. 商店街空間構成相關研究

郭教授一開始說明商店街和夜市伴隨著亞洲城市的經濟發展而存在。對大眾來說商店街和夜市本為骯髒的環境、混亂的空間、廉價的產品等負面形象，但本研究透過外部空間(道路)和內部空間(商店)之間關係的新視點去關注，透過生態心理學的視點來切入，發掘找尋空間型態與環境行為模式，來探討建築本體(實體空間)、過渡空間(騎樓、固定搭接、臨時搭接、暫時使用)、外部空間(都市環境)。

而郭教授認為生態心理學之行為設定(Ecological Psychology of Behavior Setting)構成的要件為①定型的活動②環境的要素③定型的活動及環境的要素的一致性④特定的時間。而Analysis of Spatial Use(空間利用)可區分以下數種：①Street Vendor②Full opening with display③Full opening④Partial opening with display⑤Partial opening⑥Door with display⑦Door。另外人類隨時間變化的5種感覺(Analysis of Five Human Senses with temporal physical changes)可由以下東西觀察：

Type of visual(視覺)：①Sign②Flag③Photo or Picture④Handout⑤Sample (original) ⑥Sample(imitation) ⑦Voice from Staff。

Types of auditory(聽覺) ⑧Voice from Record⑨Voice from Music⑩Voice from Shop。

Types of tactile(觸覺)：⑪Original ⑫Imitation ⑬Package

Types of olfactory (嗅覺)：⑭From Air⑮From Touch

Type of gustatory (味覺)：⑯Can Taste or eating in front of shop

接著郭教授分享其分析台日韓商店街的結果，日本的商店街很均質，屬於慢慢的開店，且不同族群出現在不同時間點。而韓國商店街集中在某一個時間點，一瞬間全開，且下午到黃昏人潮較多。台灣商店街則是開了又收，一個空間具有多次重複使用的特性。另外日本跟台灣因文化背景不同之處，日本夜市每天會收拾乾淨，白天完全看不出痕跡，而台灣則雜亂可看出晚上是夜市。韓國介於日本及台灣中間。

透過台日韓商店街相關研究，其結論為透過夜市店家與時間變化於都市尺度所構成空間之特性，在時間的影響下明顯看出重複不斷循環發生 Behavior Setting，於單一夜市店家來分析時為一個 Behavior Setting 單元體，整體都市尺度來分析時，其整體的商圈可視為一個巨大的 Behavior Setting，就如都市中的巨大商業舞台周而復始的演出。因此郭教授將亞洲的都市比喻為餃子，許多東西為其包復；歐美則像漢堡般，層層分離。

二. 日本的地址系統

日本的地址出現在交通號誌上，為順時針排列。根據Barrie Shelton的說法，歐美地址為道路形邏輯，日本為榻榻米的空間邏輯，由內往外擴張。日本由於地址系統關係容易建構，因此導航系統做得很好、很精細。

三. 亞洲都市相關研究

中國上海都市空間為商店街設計，泰國又濕又冷，所以商店街設計為水上市場，此乃因氣候之影響，氣候決定建築及景觀設計。而全世界唯一不可以有文化背景的場所為機場，只能有英文字母。

(網頁連結: <https://Eurasia.pccu.edu.tw/faculty.php>) (撰稿:陳毓敏·日文系副教授)