

# 基于场景理论的城市社区第三空间识别与营造路径\*——以重庆市沙坪坝区中渡口社区为例

Identification and Construction Paths of Third Places in Urban Community Based on the Scene Theory: A Case Study of Zhongdukou Community in Shapingba District of Chongqing

黄瓪 夏梦 HUANG Ling, XIA Meng

**摘要** 党的二十大以来,具有文化载体和文化本体二重属性的城市公共空间成为城市建设的重点。区别于工作空间、居住空间,以休闲、娱乐等社会交往功能为主的第三空间逐渐成为培育城市文化的重要场域。随着我国城市更新行动的有序推进,作为社会基本细胞的城市社区日渐涌现出数量繁多、自由零散的第三空间,成为孕育社区自律、轻松愉悦和个性表达氛围的场所。如何珍视这样的城市价值?场景理论从整体意义上为社区第三空间的识别与营造提供了新视野与路径指引。基于场景理论,探索城市社区第三空间的特征识别与转译,提出营造原则,并以重庆市沙坪坝区中渡口社区为例,构建在地性的社区第三空间场景识别与营造路径。以期进一步丰富我国城市社区更新理论。

**Abstract** Since the 20th National Congress of the Communist Party of China, urban public space with the dual attributes of cultural carrier and cultural ontology has become the focus of urban construction. Different from workplaces and residences, "third places" are mainly based on social communication functions such as leisure and entertainment, which have gradually become important fields for cultivating urban culture. With the orderly advancement of China's urban renewal actions, a large number of free and scattered third places have emerged in urban communities, becoming a scene atmosphere that nurtures community self-discipline, relaxed pleasure and personality expression. How to cherish such value of the city? Scene theory provides a new perspective and path guidance for the identification and construction of third places in the overall sense. Based on the scene theory, this paper explores the feature recognition and translation of third places in urban communities, and puts forward the construction principles. Taking the Zhongdukou Community in Shapingba District of Chongqing as an example, this paper constructs a local community third place scene recognition and construction path. The research hopes to further enrich the theory of urban community renewal in China.

**关键词** 第三空间;场景理论;城市社区;场景识别;营造路径

**Key words** third place; scene theory; urban community; scene recognition; construction path

文章编号 1673-8985 (2024) 03-0109-07 中图分类号 TU984 文献标志码 A

DOI 10.11982/j. supr. 20240316

## 作者简介

黄瓪

重庆大学建筑城规学院

山地城镇建设与新技术教育部重点实验室

教授,博士生导师,博士

hwawa1025@i.p.163.com

夏梦

重庆大学建筑城规学院

硕士研究生

## 0 引言

党的十九大报告明确提出要坚持中国特色社会主义文化发展道路,激发全民族文化创新创造活力,建设社会主义文化强国。党的二十大首次将文化自信写入报告,精神文化需要成为居民追求美好生活的重要内容。具有文化载体和文化本体二重属性的城市公共空间成为城市建设的重点。区别于工作空间、居住空间,以休闲、娱乐等社会交往功能为主的第

三空间逐渐成为培育城市文化的重要场域。随着我国城市更新行动的有序推进,作为社会基本细胞的城市社区日渐涌现出数量繁多、自由零散的第三空间,成为孕育社区自律、轻松愉悦和个性表达氛围的场所。在社区第三空间进行以大众文化和亚文化为主的社区日常活动日益重要,不同文化的自由交流、分享和表达,形成了特定文化氛围和亚文化社群,创造了工作、家庭之外的城市文化活力场景。如何珍视

\*基金项目:重庆市自然科学基金面上项目“社区空间文化结构研究及其在重庆城市社区更新规划中的应用”(编号cstc2021jcyj-msxmX1055)资助。

这样的城市价值? 被誉为城市社会学新芝加哥学派提出的场景理论, 聚焦日常性文化空间, 积极关注市民参与社区生活性文化设施对城市文化发展的影响, 探讨居民精神归属地背后的文化价值观。场景理论从整体意义上为城市社区第三空间的识别与营造提供了新视野与路径指引。本文基于场景理论, 探索城市社区第三空间的特征识别与转译, 提出社区第三空间营造原则, 并以重庆市沙坪坝区中渡口社区为例, 构建在地性的社区第三空间场景识别与营造路径, 以期进一步丰富我国城市社区更新理论, 为城市更新实践提供参照。

## 1 场景理论与第三空间

### 1.1 场景理论

城市增长发展动力问题一直备受社会科学界的关注, 从经典模式到人力资本模式, 再到创意阶层模式, 但创意阶层模式理论没有阐释“如何吸引聚集创意阶层”的问题<sup>[1]76</sup>。随后, 城市社会学新芝加哥学派代表人特里·克拉克 (Terry Clark) 及其研究团队提出场景理论, 认为都市娱乐休闲设施和各种市民组织的不同组合, 会形成不同的都市“场景”和特定的文化价值取向, 吸引不同的群体前来进行文化实践, 从而促进区域经济社会的发展<sup>[2]</sup>。

场景由生活娱乐设施 (urban amenities) 的组合构成, 场景理论不仅提供了从文化价值取向来审视城市发展的新视角<sup>[3]10-11</sup>, 还构建了一个用于分析和衡量场景文化价值观的框架。研究体系包括主观认识和客观结构两方面, 内含5个要素: 邻里、舒适物设施、多样性人群、前3个元素及活动的组合、场景中蕴含的文化价值。主观认识体系包括文化价值观的3个主维度和15个次维度, 可以更为科学地对具体场景中蕴含的文化价值倾向加以叙述 (见图1)。

### 1.2 第三空间

第三空间由雷·奥登伯格 (Ray Oldenburg) 于19世纪80年代提出。在当时的美国, 新兴的购物中心成为公共生活的新容器<sup>[4]</sup>, 私人的公共空间消解了传统公共空间和私有空间之间的界

限, 孕育出城市的第三空间。他在《绝好的地方》一书中叙述, 家庭居住空间是第一空间, 办公场所是第二空间, 而城市中的咖啡店、公园等不受功利关系限制的公共空间为“第三空间”。

笔者认为第三空间与公共空间的主要区别在于性质和功能。公共空间权属于所有人, 主要功能是为社会大众提供公共服务; 第三空间是介于私人空间和公共空间之间的空间形态, 通常由私人或商业机构所拥有或控制, 主要功能是社交, 与公共空间相比, 第三空间通常具有社交性、场所感和社区感, 更加适合非正式社交。社区第三空间与城市第三空间的区别在于受众和功能, 然而两者在核心特征上是类似的。城市第三空间通常指的是城市公共空间中非正式交往地点, 如公园、咖啡馆、图书馆等, 广泛地涵盖了城市整体的公共空间。而社区第三空间大多是立足社区公共空间建设的, 侧重于为居民提供便捷服务, 更加强调市井生活和邻里社交, 空间有更强的归属感和认同感 (见表1)。

随着私有场所中的公共活动逐渐兴起, 规划师们应更多关注促进社会文化交往活动和生活的“社会空间”, 不应再受空间权属的局限<sup>[5]</sup>。本文对城市社区第三空间的定义不再局限于区别于第一空间和第二空间的非正式公共空间, 而是具备公共性、文化性和认同等特征, 反映居民公共生活的公共空间。它既不是私人领域, 也不是政府或组织控制的公共领域, 而是通常由居民自主创造和管理的公共场所, 往往具有独特的文化氛围。基于2020年颁布的《中华人民共和国民法典》(以下简称“《民法典》”) 对建筑区划权属的规定<sup>①</sup>, 可将社区第三空间定义为有别于私人住宅、市政公共空间的社区共享空间 (见图2)。

### 1.3 运用场景理论研究城市社区第三空间的新视野

场景理论提供了适配于第三空间研究的客观结构, 通过上述分析框架, 可以更好地理解第三空间对人群行为和态度的影响因素和机制。场景的设计和优化被视为干预手段, 通过优化场景的各个要素, 提出针对环境和文化服务的改进措施, 有助于改善特殊场景的体验感和满意度。

#### (1) 讨论人与空间关系, 转向全局多维视角

场景理论和第三空间研究都在讨论空间与人的吸附关系。场景理论有助于整体认知第三空间, 包括人群使用状态和空间文化氛围等多种要素。第三空间理论从公共空间角度转向社会学角度, 作为物质与抽象世界的交汇点, 承载了精神、文化和社会生活。场景理论积极响应该语境的转变, 强调场景构成主体——设施不仅具备物质功能, 还体现了特定人群的生活方式和价值观。同时, 场景理论提供了用于

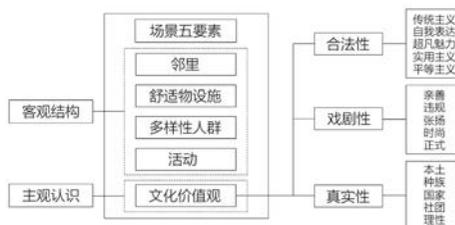


图1 场景理论研究体系  
Fig.1 Scene theory research system  
资料来源: 笔者根据参考文献[1]177-178绘制。



图2 城市社区第三空间内涵的分析框架  
Fig.2 Third place connotation analysis framework in urban community  
资料来源: 笔者自绘。

表1 社区第三空间与城市第三空间、社区公共空间对比  
Tab.1 The comparison among third places in community, third places in city and community public space

空间类型	功能	尺度	类型	特征
社区第三空间	促进邻里生活	尺度灵活可变	公共空间、设施类空间	归属感、责任感、场所感
城市第三空间	促进交流互动	各类尺度均包含	公共空间、零售空间、餐饮空间、共享办公空间等	社交性、场所感、非正式性
社区公共空间	促进户外公共活动	尺度较大且有规定	公共空间	民主性、多样性、公共性

资料来源: 笔者自制。

注释: ①《民法典》第274条规定, 建筑区划内的道路, 属于业主共有, 但是属于城镇公共道路的除外。建筑区划内的绿地, 属于业主共有, 但是属于城镇公共绿地或者明示属于个人的除外。建筑区划内的其他公共场所、公用设施和物业服务用房, 属于业主共有。

评估具体场景与人群之间的互动关系和吸引力的客观标准,运用全面的视角有助于理解社区第三空间的不同组合,以及不同价值取向的社区“场景”所代表的不同社会文化意义。

(2) 顺应文化消费背景,关注社区日常生活场景理论和第三空间研究都强调通过文化消费推动城市和社会变革。第三空间理论强调以文化和创意为支点,基于人群、社区、产业建立紧密联系的文化和情感纽带。以具体的服务场景展现内在的价值诉求,形成独特的文化取向,吸引大量人力资产,作为文化消费聚集地进一步推动发展。场景理论认为随着后工业时代到来,文化消费成为城市发展的新引擎,探索并建立以价值观为核心、以文化为驱动力的区域发展模式。运用场景理论研究第三空间,关注社区文化空间内的日常公共生活,有助于理解社区文化生活意义,促进社区文化消费实践和城市转型发展。

(3) 理论研究要素契合,提供认知分析框架。场景理论和第三空间研究的载体具有契合性。特里·克拉克认为对每个场景的判断都必须包含邻里、舒适物设施、多样性人群、前3个元素及活动的组合、场景中所蕴含的文化价值5个要素<sup>[9][11]</sup>。对于第三空间理论而言,服务的社区、第三空间本体、使用人群、空间活动、文化价值观分别可以对应场景理论的五要素。目前我国大部分第三空间出现于社区街巷或居民区中,成为多样人群塑造非功利性社会关系的理想场所。打破原有服务边界,将众多非核心活动纳入服务项目,潜移默化传播价值观。通过场景理论主观价值体系转译,赋予原本抽象的“城市日常生活叙事”和更为抽象的“城市精神叙事”以社会学意义上的可测性,优化吸引人群的文化价值取向。

## 2 基于场景理论的城市社区第三空间特征识别与营造原则

### 2.1 城市社区第三空间特征识别与转译

雷·奥登伯格提出第三空间概念的同时对其特征进行了描述。而后,美国的非盈利组织PPS与雷·奥登伯格进行合作,对特征进行了

新解读<sup>[6]</sup>。后续不同时代背景下不同学科的学者们对第三空间特征提出新的认识,随着不断实践,特征变得模糊,确定本质特征对识别存在与否至关重要。

本文首先结合雷·奥登伯格最初提出的以及不同学者所关注的特征,对相关文献进行理论抽样,借鉴场景理论的推理逻辑与研究方法,即以客观实在为研究基础,以维度框架为表现形式,循序渐进、由表及里地揭示内隐于社区第三空间的特征标准。基于场景理论对第三空间判定的核心特征进行转译,结合《民法典》的

相关规定,将场景五要素重新编码为公共性、文化性和认同感(见表2),作为社区第三空间识别的标准。在要素分析的基础上,结合对社区第三空间的数次参与式观察,总结性转译场景理论价值观的3个维度,揭示第三空间作为文化场景的语法机制,确定第三空间场景文化分析维度(见表3),作为后续第三空间场景营造原则。

### 2.2 城市社区第三空间识别与营造基本原则

城市社区建筑权属区划和运营关系演变内嵌于国家社会经济运行过程中,在地理环

表2 城市社区第三空间特征转译  
Tab.2 Feature translation of the third place in urban community

初始特征表述	场景理论对应要素	特征转译	重新编码(核心特征)
空间是中立的	文化价值观	不限制使用资格 <sup>1</sup>	1 公共性
	舒适物设施	业态功能多样 <sup>1</sup>	A 不限制使用资格
	多样性人群	多样的使用者 <sup>1</sup>	B 业态功能多样
	活动	社交活动 <sup>1</sup>	C 多样的使用者
向所有人开放和强调不受当前社会地位差异限制	文化价值观	不限制使用资格 <sup>1</sup>	D 公共服务
	活动	社交机会 <sup>1</sup>	E 社交活动
	活动	公共服务 <sup>1</sup>	F 社交机会
	文化价值观	平等中立 <sup>2</sup>	—
多种活动,有活力,谈话是主要活动	文化价值观	多元包容 <sup>2</sup>	2 文化性
	活动	公共服务 <sup>1</sup>	G 当地文化
	文化价值观	情感支持 <sup>3</sup>	H 平等中立
	活动	社交网络 <sup>3</sup>	I 身份认同
	多样性人群	使用频率高	J 多元包容
	舒适物设施	行人尺度 <sup>3</sup>	K 文化传承和价值观的维护
可达性高,营业时间长	舒适物设施	美观安全 <sup>3</sup>	L 记忆与情感
	舒适物设施	行人尺度 <sup>3</sup>	M 社交网络
	活动	定期使用 <sup>3</sup>	—
	活动	公共服务 <sup>1</sup>	—
有常客,并赋予地方特色	舒适物设施	舒适安全	—
	文化价值观	当地文化 <sup>2</sup>	3 认同感
	多样性人群	使用频率高	N 定期使用
	文化价值观	身份认同 <sup>2</sup>	O 社区治理
	文化价值观	文化传承和价值观的维护 <sup>2</sup>	P 中心人物
	多样性人群	中心人物 <sup>3</sup>	Q 社交网络
低调、朴素	服务能能力	R 情感支持	
	社区治理 <sup>3</sup>	S 公用设施	
	舒适物设施	常见、舒适	T 美观安全
	多样性人群	社区治理 <sup>3</sup>	U 行人尺度
愉悦,玩闹精神	文化价值观	多元包容 <sup>2</sup>	—
	活动	社交网络 <sup>3</sup>	—
	文化价值观	情感支持 <sup>3</sup>	—
	舒适物设施	美观安全 <sup>3</sup>	—
远离家的家	文化价值观	记忆与情感 <sup>2</sup>	—
	—	无压迫感	—
	文化价值观	文化传承和价值观的维护 <sup>2</sup>	—

注:“1”为公共性;“2”为文化性;“3”为认同感。

资料来源:笔者自制。

境、政治制度、文化习惯、组织关系等多种要素作用下,不同历史阶段下的社区第三空间呈现出不同的特征。在权属判定的基础上,本文将城市社区第三空间识别与营造基本原则分为公共性原则、文化性原则和认同感原则。

(1) 公共性原则

城市社区第三空间通过非正式、多功能、有趣的空间气氛促进所有居民进行社会交往活动,实现自我追求。在场景营造中,公共性原则对物质空间的功能提出倾向,包括观点自由、包容共生、平等自治、自我支持和价值引导5个子维度,对应场景的主要能量。在营造中,支持人们自由表达观点,提供多样化文化体验,鼓励居民积极参与互动。居民能够通过内部资源和力量解决自身的需求,并能获得自我支持,是精神归属地。可以通过设立文化传播机构、组织文化活动等方式实现积极价值影响。

(2) 文化性原则

城市社区第三空间具有在地特色,展示并传承当地文化。提供固定场所维持稳定的社交网络,便于居民了解地方文化,接受不同文化生活方式,增强社区的文化性。文化性原则对营造的文化取向提出要求,可分为潮流文化、日常文化、亚文化、邻里文化和艺术文化5个维度。潮流文化强调空间的时尚和创意,可通过灯光、音乐和前卫的活动等打造;日常文化强调空间的实用性,包括开展生活市集、家庭料理等活动;亚文化营造需要在空间中表达特色和文化标识,活动也围绕相应文化展开;邻里文化营造强调社区关系,通常以社区的共同利益和需求为主;艺术文化强调美感和创造力,活动多样,可以激发居民创意。

(3) 认同感原则

城市社区第三空间鼓励居民参与社区治理,决策共谋,认同感的形成与个体在第三空间内的经历、活动、记忆和情感等密切相关。物质空间设计旨在提供舒适的停留环境,鼓励发展共建。可以从文化传承、多元社群、情感支持、社交网络和身份认同5个维度进行营造,通过文化活动加强居民对文化的感受,建立不同文化背景、年龄、性别的多元社群,追求共同

的爱好,获得来自社群的支持,从而形成身份认同,达到对第三空间和社区的认同感。

3 基于场景理论的城市社区第三空间识别与营造路径:重庆市中渡口社区案例

3.1 调研对象概况

重庆市沙坪坝区中渡口社区位于沙坪坝区南部,占地面积0.44 km<sup>2</sup>,是该区域重要的滨江社区(见图3)。人口较为稠密多样,内辖多个小区,公共设施较为完善,有日常的街区商业,如咖啡店、书店、餐厅等私人商铺;另有国际创客港产业园区,满足不同人群生活服务和文化设施的需求。此外,社区居委会定期组织社区活动,如文艺演出、健康讲座等。社区内

第三空间基数大,活动和使用人群较为多样,已产生丰富的文化价值观,是研究第三空间场景的典型社区。

3.2 中渡口社区第三空间识别与分类

研究范围内的第三空间主要有居住院落内部的公共空间,常见的物质空间包括绿地游园、凉亭、单一硬质铺地和灌木池的组合。还有街头绿地和闲置场地供居民进行健身休憩,户外开敞空间分布广泛,权属于业主共有。另有餐饮和商业设施等服务设施空间,功能较为单一,权属于个人所有。通过对居民的访谈调查,识别满足第三空间特征的开敞空间和服务设施,并绘制中渡口社区第三空间资产地图(见图4)。

表3 城市社区第三空间场景文化价值观转译  
Tab.3 Cultural value translation of the third place scenes in urban community

文化价值观 初始主维度	文化价值观 初始次维度	第三空间 场景修辞	文化价值观 次维度转译	文化价值观 主维度编码
合法性	传统主义	较低传统主义的场域,更关注新观点和新事物	观点自由	公共性(空间的氛围、行动的原因)
	功利主义	较低功利主义的场域,盈利开支基本持平,但在互动中会涉及就业、职场等话题	包容共生	
	平等主义	自组织的运营模式,通过民主商议得到共识,志愿者和参与者都可以发起活动	平等自治	
	自我表达	充分提供自我展示和相互展示的机会,即兴和计划的活动都可以开展	自我支持	
	超凡魅力	有机会举办炫酷活动或有炫酷人带领参与的活动	价值引导	
戏剧性	时尚	轻度的时尚性,例如潮流活动、潮流文化等	潮流文化	文化性(活动吸引人群的特征)
	正式	较低的正式感,例如随意的座位、随时进出的活动现场等	日常文化	
	违规	较高的亚文化色彩,例如以同性恋、女性主义或嬉皮士生活为由的聚集和活动等	亚文化	
	亲善展示	高度的亲和力,例如咖啡馆、便利店、街区聚会等 频繁的展示性,例如演出、创意市集、广场音乐会等	邻里文化 艺术文化	
真实性	本土	具有社区内在特质的活动或具有传承性的活动,例如重阳节活动、滨江夜跑等	文化传承	认同感(展现的价值观和自我的关系)
	种族	兼容多种族、多民族的社群	多元社群	—
	社团	崇尚互助、互惠、互信的居民团体或组织	情感支持	—
	国家	富于跨国性的生活和社交平台	社交网络	—
	理性	崇尚理性思考与对话的场域,举办公共讨论、读书会、电影节等	身份认同	—

资料来源:笔者自制。



图3 中渡口社区区位图  
Fig.3 Zhongdukou Community location map

资料来源:笔者自绘。

(1) 开敞空间型社区第三空间(虚体空间)

居民普遍将社区统一配置的活动场地作为第三空间,但这些场地无法完全满足居民的多样化需求。居民自发对空间进行改造的情况较为常见,例如添加桌椅、设置围挡以提供遮阳或避风,通过共筹共建的方式增设电风扇、电灯等。然而,目前由于社区对老年人和儿童的关注不足,而其经常在街头活动,存在潜在安全隐患。调研结果显示,老年人会从家中搬出沙发和桌椅放在小区底层大厅、户外游园或街道口上,进行闲聊、观察生活、下棋、打麻将等活动。这些自发建设的第三空间满足了居民的生活需求,成为开敞空间型社区第三空间中占比较高的一种物质空间形式。

(2) 服务设施型社区第三空间(实体空间)

调研结果显示,居民对服务设施型社区第三空间的需求与自身活动行为轨迹较为吻合。老年人通常会选择社区活动室,且一部分群体愿意支付费用,在棋牌室、茶馆、理疗馆和便利店等活动。中青年群体下班后会选择甜品店、奶茶店、健身房和书店等商铺与朋友聊天、参与兴趣活动等。不同类型的商铺吸引不同居民频繁光顾,建立了密切的社会关系网络,由此成为居民心中的第三空间。尽管街区外部有较多便利店和餐饮场所具备成为第三空间的潜力,但由于规模和经济效益追求,很少为居民提供室内或沿街的座椅等设施,即便好客的经营者也仅会在门口与熟客进行交流活动。



图4 中渡口社区第三空间资产地图  
Fig.4 Third place asset map in Zhongdukou Community  
资料来源:笔者自绘。

3.3 中渡口社区第三空间场景特征评析

(1) 开敞空间型社区第三空间场景特征

开敞空间型社区第三空间常由政府、开发商或居民自发筹建,并由物业管理机构或居民群体承担维护责任。权属于所有居民,免费开放,提供自由使用的机会。居民常常选择远离城市主干道的区域,以确保安全性。通过观察和访谈了解,根据其功能和公共性、文化性、认同感3大特征可进一步分为自然休憩空间场景、设施活动空间场景、场地活动空间场景、自发营造空间场景与综合活动空间场景5类(见表4)。

表4 开敞空间型第三空间场景特征  
Tab.4 Scene features of open third space

类型	平面构成	空间示意	场景特征
自然休憩空间场景			邻里:社区 舒适物设施:社区中心绿地、组团绿地、景观优美的建筑凹空间 人群:全龄 活动:晒太阳、静坐、欣赏景观、聊天、打牌、下棋等休憩活动 文化价值观:以公共性为主,轻松愉悦、自然美感、绿色生态、体现日常文化和邻里文化,以社交网络提高认同感
设施活动空间场景			邻里:居住小区 舒适物设施:提供健身设施和游乐设施的社区中心绿地、组团绿地和硬质广场 人群:多为儿童和老年人 活动:健身、游乐、运动 文化价值观:以公共性为主,休闲养生、嬉戏玩闹、体现日常文化和邻里文化,以多元社群和社交网络提高认同感
场地活动空间场景			邻里:居住小区 舒适物设施:提供活动场地的社区中心绿地、组团绿地、球场、楼间空地、社区活动中心和硬质广场 人群:全龄 活动:运动、舞蹈、太极、交谈等 文化价值观:以公共性为主,交流互动、设施齐全、体现日常文化、邻里文化和亚文化,以多元社群和社交网络提高认同感
综合活动空间场景			邻里:社区 舒适物设施:提供设施活动和场地活动功能复合的社区中心绿地、组团绿地、社区活动中心和硬质广场 人群:全龄 活动:聊天、游乐、运动、比赛等 文化价值观:以公共性和文化性为主,多样复合、动静分区,体现邻里文化、亚文化和艺术文化,以文化传承、社交网络和身份认同等提高认同感
自发营造空间场景			邻里:居住小区 舒适物设施:提供实践参与和互相交流的社区中心绿地、街道绿地、楼间空地、闲置空地和硬质广场 人群:多为老年人 活动:聊天、跳舞、打牌等 文化价值观:以认同感为主,独特随意、居民自治、潮汐使用,体现潮流文化、邻里文化和亚文化,以社交网络和情感支持提高认同感

资料来源:笔者自制。

### 3.4 中渡口社区第三空间场景营造策略

加强社区第三空间场景营造对于弘扬社区文化特色至关重要。本文从场景构成的3个层面,即物质空间、活动、人群与价值观对中渡口社区第三空间提出公共性倾向、文化性差异、认同感多样3大营造策略。

(1) 物质空间氛围形成和促进行动的原因:公共性倾向区别不同场景本质

物质空间是场景的“发生器”,第三空间所具备的不同功能形成不同生活场景,对于提升居民参与度有极大的推动作用。开敞空间型第三空间中综合活动空间场景的公共性最高。该场景综合了多功能活动,吸引各种设施的使用者。打造该类第三空间时应着重强调包容共生和平等自治两个维度,以支持居民多样需求的人工环境要素作为构成主体,设置座椅、铺地、照明系统等人工设施,打造具有多功能互动、包容平等、安全舒适的空间场景,同时考虑动静分区,满足居民广泛的活动需求。服务设施型第三空间中,社交空间场景公共性最高,多位于沿街住宅底层中的茶馆、便利店、棋牌室等。营造该类第三空间时应考虑创造自由轻

松的交谈氛围,同时提供简单的餐饮服务。为适应各种规模的聚会,可选择多样化的桌子、椅子或沙发等设施,以满足不同人数和需求的变化,强调观点自由、自我支持和价值引导的维度特征。除提供基础的服务设施外,还应考虑提供高品质及特色服务设施,创造更加个性化的体验。

(2) 活动吸引人群的特征:文化性差异展示不同个体行为

不同的空间场景传递不同的文化导向,体现居民各异的价值取向,引导后续空间更新和文化经济的逻辑生成。开敞空间型第三空间中,综合活动空间场景文化性较强,能体现邻里文化、亚文化和艺术文化,故而在营造中可以临时性文化项目为支点,例如社区艺术节、动漫展、重阳节敬老活动等,激活场景文化效能,完成场景搭建。服务设施型第三空间中,自我实现空间场景的文化性最高,在功能相对专业的第三空间内可进行医疗保健、餐饮附加工作、技能学习(如插花)等活动,产生潮流文化、亚文化和艺术文化。营造中可通过以下措施促进文化创生:营造自由、包容、开放的文化

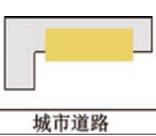
氛围,吸引设计师、艺术家、音乐人等文化创意人才入驻;提高空间利用率,精细划分,吸引小微文创企业和创意工作室;建立文化交流展示平台,促进不同领域人群的合作交流;打造特色文化展示和体验项目,吸引群众参与,丰富社区文化内涵。

(3) 展现的价值观和与自我的关系:认同感多样匹配不同价值观塑造

第三空间的环境特征对于人群的使用和停留意愿具有重要影响。当场所能够充分满足居民的个性需求,提供舒适设施、优美环境等积极要素时,个体倾向于选择该空间进行活动。开敞空间型第三空间中,自发营造空间场景最能体现认同感,为居民提供了实践参与、学习交流的场地,蕴涵亲密的关系网络。营造中可通过举办体验性文化活动来满足娱乐休闲需求,加强个体与环境的情感联系,进一步探索自发场景。服务设施型第三空间中,功能服务空间场景的认同感最高,多位于居住区内部的日常生活场所,使用人群以熟客和朋友为主,情感联系和身份认同度都较高。营造时应增加活动的丰富度,通过引导私有资本的介入,提升空间品质。同时鼓励错时共享,例如社区活动室在不同时段服务不同人群。居民作为此类场景的主要使用者和监管者,其中有威望、有才艺、有影响力的居民应在社区组织中担任重要角色,带领居民积极参与社区活动,不断深化场景的社区意识,形成良好的社区关系。

表5 服务设施型第三空间场景特征

Tab.5 Scene features of entity third places

类型	平面构成	空间示意	场景特征
社交空间场景			邻里:社区 舒适物设施:位于沿街住宅底层,入口朝向城市道路的茶馆、便利店、棋牌室等 人群:中老年人 活动:晒太阳、静坐、餐饮聚会、聊天、打牌、下棋等 文化价值观:以公共性为主,自由娱乐、舒适平等,体现日常文化和邻里文化,以情感支持和社交网络提高认同感
自我实现空间场景			邻里:社区 舒适物设施:位于沿街住宅底层,入口朝向人行道路,空间由室内延伸至室外产生户外活动区的餐饮店、理疗馆、社区活动室、书店、花店、老人之家等 人群:全龄 活动:医疗保健、餐饮附加工作、运动、聊天、技能学习(如插花)等 文化价值观:以文化性和认同感为主,知识探索、创意多样,体现潮流文化、亚文化和艺术文化,以文化传承、多元社群、情感支持、社交网络和身份认同等提高认同感
功能服务空间场景			邻里:社区 舒适物设施:位于院落内部的独立建筑 人群:全龄 活动:打牌、下棋、售卖、交流等 文化价值观:以认同感为主,私营居多、高效安全,体现日常文化、亚文化和邻里文化,以情感支持、社交网络和身份认同等提高认同感

资料来源:笔者自制。

## 4 结论与讨论

为实现城市高质量发展,推动优质普惠公共服务下基层、进社区,国家发改委新近颁布《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》。社区第三空间营造可作为落实该工作的有力抓手,对切实满足服务设施功能复合、综合利用的要求,实现有效市场和有为政府更好结合具有重要意义。我国现行的建筑权属区划中,社区建筑功能较为灵活,第三空间可以建立在公共空间或空间经营公共属性的基础上,探索构建公建民营、民办公助等多样化建

设运营模式。通过多方运营介入,社区第三空间权属边界变得模糊,催生新业态、新产业、新文化,进一步提振社区创新活力。场景理论为整体认知城市社区第三空间的多要素及其相互关联提供了新的研究视角,对于进一步认知城市微观空间的整体文化价值,进而推动区域和地方的经济活力与生活品质提升提供了理论基础。基于场景理论的城市社区第三空间分析以全新视角看待社区公共空间场景的文化特质及人地关系,可以看到从社区文化空间建设到社区空间文化培育的社会过程。一个地方(place)的文化风格会通过当地人的生活方式得到具象的表征,而生活方式是当地人日常需求的集合,这些物质和精神的需求会外化成对特定舒适物设施(amenities)的偏好<sup>[7]</sup>。人、舒适物、环境及产生其中的公共活动共同构成了城市公共生活。本文基于场景理论对城市社区第三空间特征进行识别和转译分析,提出了社区第三空间的识别与营造原则,即公共性、文化性和认同感,并结合重庆市沙坪坝区中渡口社区案例,总结了基于场景理论的城市社区第三空间识别与营造路径。本文是从城市文化维度探索社区更新理论的一个切口,有助于提升城市与社区存量空间的价值认知,以及更新行动的科学与合理性。■

## 参考文献 References

- [1] 吴军. 场景理论:利用文化因素推动城市发展研究的新视角[J]. 湖南社会科学, 2017(2):175-182.  
WU Jun. Scene theory: a new perspective of using cultural factors to promote urban development research[J]. Hunan Social Sciences, 2017(2): 175-182.
- [2] 陈波, 吴云梦. 场景理论视角下的城市创意社区发展研究[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2017(6):40-46.  
CHEN Bo, WU Yunmeng. On the development of urban creative communities from the perspective of scenario theory[J]. Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences), 2017(6): 40-46.
- [3] 吴军, 夏建中, 特里·N·克拉克. 场景理论与城市发展——芝加哥学派城市研究新理论范式[J]. 中国名城, 2013(12):8-14.  
WU Jun, XIA Jianzhong, CLARK T. Scene theory and urban development: new theoretical paradigm of Chicago School of urban studies[J]. China Ancient City, 2013(12): 8-14.
- [4] OLDENBURG R, BRISSETT D. The third place[J]. Qualitative Sociology, 1982, 5(4): 265-284.
- [5] 马修·卡莫纳, 史蒂文·蒂斯迪尔, 蒂姆·希斯, 等. 公共空间与城市空间[M]. 马航, 张昌娟, 刘堃, 等译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2015.  
CARMONA M, TIESDELL S, HEATH T, et al. Public spaces urban spaces[M]. MA Hang, ZHANG Changjuan, LIU Kun, et al, translate. Beijing: China Architecture & Building Press, 2015.
- [6] 程世丹. 当代城市市场营造理论与方法研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2007.  
CHENG Shidan. Study on the theory and method of contemporary urban place making[D]. Chongqing: Chongqing University, 2007.
- [7] 吴军. 城市社会学研究前沿: 场景理论述评[J]. 社会学评论, 2014, 2(2):90-95.  
WU Jun. The latest theoretical paradigm of urban sociology: the theory of scenes[J]. Sociological Review of China, 2014, 2(2): 90-95.
- [8] 理查德·佛罗里达. 创意阶层的崛起[M]. 司徒爱勤, 译. 北京: 中信出版社, 2010.  
FLORIDA R. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life[M]. SITU Ai-qin, translate. Beijing: China CITIC Press, 2010.
- [9] NAVARRO C J, CLARK T N. Cultural policy in European cities[J]. European Societies, 2012, 14(5): 636-659.
- [10] 吴军. 文化动力: 一种解释城市发展与转型的新思维[J]. 北京行政学院学报, 2015(4):10-17.  
WU Jun. Cultural dynamics: a new thinking to explain urban development and transformation[J]. Journal of Beijing Institute of Administration, 2015(4): 10-17.
- [11] 黄瓴, 王婷. 重庆渝中区山城步道品质提升规划: 基于场景理论的山地城市街巷更新研究[J]. 北京规划建设, 2021(1):36-41.  
HUANG Ling, WANG Ting. Quality improvement planning of mountainous city trails in Yuzhong District, Chongqing: a study on the renewal of mountainous city streets and lanes based on scene theory[J]. Beijing Planning Review, 2021(1): 36-41.
- [12] 温雯, 戴俊聘. 场景理论的范式转型及其中国实践[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2021(1):44-53.  
WEN Wen, DAI Juncheng. Theory of scenes: paradigm transformation and its practice in China[J]. Journal of Shandong University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2021(1): 44-53.
- [13] 李迎成, 李金刚. 城市更新型创新区的规划实践——波士顿南海港地区的经验与启示[J]. 国际城市规划, 2023, 38(4):132-139.  
LI Yingcheng, LI Jin'gang. The planning practice of regeneration-oriented innovation district: the experience and enlightenment of Boston's South Harbor Area[J]. Urban Planning International, 2023, 38(4): 132-139.
- [14] OLDENBURG R. The great good place: cafes, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day[M]. New York: Paragon House, 1989.
- [15] 冯静, 甄峰, 王晶. 西方城市第三空间研究及其规划思考[J]. 国际城市规划, 2015(5):16-21.  
FENG Jing, ZHEN Feng, WANG Jing. Research progress and planning thinking about third place[J]. Urban Planning International, 2015(5): 16-21.
- [16] WU C, WILKES R, SILVER D, et al. Current debates in urban theory from a scale perspective: introducing a scenes approach[J]. Urban Studies, 2019, 56(8): 1487-1497.
- [17] 丹尼尔·亚伦·西尔, 特里·尼科尔斯·克拉克. 场景: 空间品质如何塑造社会生活[M]. 祁述裕, 吴军, 等译. 北京: 社会科学文献出版社, 2019.  
SILVER D, CLARK T. Scenescapes: how qualities of place shape social life[M]. QI Shuyu, WU Jun, et al, translate. Beijing: Social Sciences Academic Press (China), 2019.
- [18] 邓智团. 第三空间激活城市创新街区活力——美国剑桥肯戴尔广场经验[J]. 北京规划建设, 2018(1):178-181.  
DENG Zhituan. The third space activates the vitality of urban innovation district: the experience of Kendall Square, Cambridge, USA[J]. Beijing Planning Review, 2018(1): 178-181.
- [19] 任凯, 徐磊青. 第三场所可持续营造的环境行为学研究——基于室外环境—行为互馈共生分析与选择性行为验证[J]. 城市设计, 2017(2):76-81.  
REN Kai, XU Leiqing. Environmental-behavior studies of sustainable construction of the third place: based on outdoor environment-behavior cross-feed symbiotic analysis and verification of selective activities[J]. Urban Design, 2017(2): 76-81.
- [20] THOMPSON S, KENT J. Connecting and strengthening communities in places for health and well-being[J]. Australian Planner, 2014, 51(3): 260-271.
- [21] FONG P, HASLAM C, CRUWYS T, et al. "There's a bit of a ripple-effect": a social identity perspective on the role of third-places and aging in place[J]. Environment and Behavior, 2021(5): 540-568.
- [22] DUDEK J. The influence of "third places" on the quality of the public domain[J]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 2019, 603(3): 032009.
- [23] HICKMAN P. "Third places" and social interaction in deprived neighbourhoods in Great Britain[J]. Journal of Housing and the Built Environment, 2012, 28(2): 221-236.
- [24] THOMPSON S. Exploring the nature of third places and local social ties in high density areas: the case of a large mixed-use complex[J]. Urban Policy and Research, 2018, 36(3): 1-15.