

第一章 緒論

前言

對生活在台北市的人們，騎樓到底是什麼？

這一天，清晨六點多起了個大早，騎腳踏車在台北市的公館一帶大街小巷穿梭。突然，引起研究者目光的是：捷運站旁騎樓的角落，一個老婦人就這樣蹲在地上，擺著四五種的蔬菜販賣著。當下的場景實在是令人超乎想像，尤其是對一個從埔里鄉下來的孩子。研究者在想：「怎麼會有人在早上六點出現在這個捷運入口附近的騎樓賣菜？！」重點不在賣菜的時間、行為，而是事情發生的地點。

在研究者所生長的南投縣埔里鄉下，早上的時候有固定的果菜市場，但是騎樓要成為這樣隨意擺放賣東西的場所實在非常困難。原因是：在鄉下，騎樓大部分都是當作一樓店家自家的空間在使用，很難能讓行人在當中通行。此刻所見的攤位如果擺在台灣鄉村街道的騎樓裡頭，應該已淹沒在茫茫的市場中。騎樓外的車輛與雜物更是堆到什麼都看不清，根本沒有人會走動或發現。然而台北市由於都市法令的嚴格執行，騎樓大多通行無阻，卻也因此有機會讓它成為與一般空間不同，讓當下的場景得以發生。

在台北市東區太平洋忠孝 SOGO 百貨前，騎樓可以是街頭表演與辦產品發表會的地方；一旁隔沒幾公尺商業大樓下的騎樓卻成為小販與警察「你追我跑」的場所。更有趣的是，在同一個都市裡卻有新舊不一的社區紛呈，造就了騎樓不一樣的景觀。而這些景觀比起露天的人行道，可是變化多、空間大，對研究者行走其間的趣味性不言而喻。使騎樓除了通過的功能外，商業的功能的展現增加景觀的變化。

騎樓就是這樣看起來平凡，有時候又是這麼獨樹一格的地方。在行人流動之間、在攤販叫賣之間、在店家出入之間，都有騎樓的身影。因為它已是生活當中習以為常的部份，從早到晚在這小小的騎樓空間撐起都市生活中的點點滴滴。騎樓在某種程度上，已經脫離單純為了避雨而生的建築結構。在雨天當中、在烈日當下，騎樓得以讓臨街建築商業得到保障，可是也是因為都市的行人接觸頻繁，衍生地使人們得以在此形成另一種社會空間。

將騎樓看做一種社會空間，展現出的騎樓對於生活在台灣都市中的人群意義是研究者想要表達的騎樓。

第一節 研究動機與目的

相較於歐美國家，台灣都市生活的便利性是許多出國在外的人最明顯的感受。在台灣，二十四小時幾乎都買得到東西吃，幾乎每條街上就有幾家便利超商和小吃店。想要憑著走過一條街就購足一日所需不是什麼難事，甚至街頭上處處充滿休閒的落腳處，而不一定要專程到公園裡。

就研究者的觀察，之所以能造就在這樣的都市空間，固然與台灣地狹人稠、住商機能的混合使用佔有絕對的關係；但地狹人稠與住商混合的區域特色並非台灣所獨有，就單單這兩樣因素而造就這樣的地理現象太為牽強。那麼又是哪樣的都市空間特性造就台灣在生活當中的便利性，研究者以都市騎樓空間做為發想的開始。在台灣都市裡，普遍存在的騎樓，一來它是台灣或說華南特有的建築，二來因為都市法規的限制使得台北市騎樓在空間上佔用的情形較少，而能提供不同的人群做使用。

若研究者將地理學簡化為：專注於「人與空間所相互影響所形塑出來的環境」的學科來說，我們得以發問，是什麼樣的特殊空間與台灣都市人民的環境識覺造就這樣的都市環境？也就是對應台灣的环境，生活在台灣都市的人群如何因應，進而再度去形塑出地景。研究者希望實際以較小尺度的騎樓空間出發，來觀察與了解這一組人地關係的互動如何產生。

研究者從事教學的社區¹就在台北市光華商場附近，這裡大多都是十幾層樓高的辦公大樓與金融機構。中午午餐休息時間一到，人群幾乎是「傾巢而出」，從大樓裡「倒出」一堆人來，處處都是穿著整齊而標準的上班族，此刻與你「爭食」。為了服務辦公大樓龐大的工作人口，處在大樓後的巷弄往往充斥著滿是餐飲店的小巷。

在松江路旁的四平街商圈²就是供應這些需求而形成的商圈，除了以賣服飾與家居用品的店家所組成的徒步街區外，兩旁巷弄整排一攤接著一攤的滷味和便當店到了午餐時段可謂人滿為患。就拿這裡的著名的「富霸王豬腳飯」為例，在中午時候至少要等上二十分鐘，才能購得便當（見照片 1-1）。研究者觀察店家林

¹此處指台北市立長安國民中學周邊社區，位於中山區。在這個社區靠近松江路為辦公大樓，一樓的使用多為銀行以及汽車銷售門市；然而小巷內的充滿小吃攤等餐飲店，屬於台北市典型辦公大樓住商混合社區。

²位於台北市中山區南京東路 2 段 115 巷至伊通街口。根據台北旅遊網說明：四平陽光商圈與夜市有相似、有相異，最大不同在於，它是日間開放。整條街道為徒步區，設置露天咖啡座。以「陽光、女人、四平街」的行銷口號，販售女人喜愛的衣服、珠寶、皮包、飾品等。研究者觀察咖啡館與異國美食餐廳也是一大特色。

立的四平商圈：在這裡每隔幾公尺就是一個遮雨棚將僅約四米寬的窄巷蓋住一大半；由於缺少人行道與騎樓，大排長龍的行人就這樣暴露在車道上，偶有車輛轉入，縱使因遮雨棚免去日曬雨淋，卻也常常需要閃避車輛的威脅。此處巷內的景觀與僅僅十幾公尺外的松江路大相逕庭。辦公大樓下由於騎樓相伴，反而沒有如此地侷促，也顯得比較安全；而騎樓外又設有人行道與機車停車格，更讓行人可以自由進出騎樓，而不被占用騎樓的情事所牽絆。



照片 1-1 四平商圈巷弄富霸王豬腳：台灣都市有很多平民小吃常常出現在這種巷弄當中，造成大排長龍的景象。巷弄裡沒騎樓、人行道，人龍就在車道上與行經的車輛肉搏。如照片所見，四平街商圈此處的每個店家都裝上活動式雨棚，把路面蓋住一大半。

當研究者初到此區教書時，還爲了吃的問題煩惱了很久，沒想到出了巷口³便利超商前的騎樓下，就有阿婆擺著一簍的便當任君挑選。再向前方走幾步就是幾個擺著飾品箱的路邊攤與滷味小攤，雖是簡陋十分，卻也吸引不少顧客駐足，甚至連水果攤商都只用紙箱就在街角擺起臨時攤位。下午時分，麵包店也會把東西擺在這個騎樓間，油鍋當場就在騎樓炸起甜甜圈，然後擺盤「上市」，賣給行經騎樓的行人，毫不故作扭捏。可是晚上下班後，這裡又是另一番情景，活像座空城，白天商業大樓裡上班的人群幾乎都離開了。七點過後天暗了，很多騎樓都不打燈，單獨一個人走在這兒的騎樓反而顯得有點危險，行人只能在還沒打烊的店家燈光下尋求一絲絲安全的慰藉。

一天當中，這個在松江路旁的社區騎樓從早上的早餐攤販，到晚上無人漆黑的行人稀少，卻也不曾停止活動。夜晚漆黑的騎樓成爲特種行業門房站崗的場所，據研究者觀察，地下室以及樓上暗藏許多聲色場所。一到夜間，燈火昏暗的

³ 此處所指的是台北市中山區松江路，介於長安東路與長春路間的松江路段。

騎樓馬路旁併排著高級轎車。而騎樓裡，門房人員坐在門口的椅子上等待客人，門口「圍事人員」三三兩兩徘徊，偶有一兩攤香腸、關東煮也在一旁。

這樣的一整天騎樓空間使用上的變化，構出了台北市多處的辦公大樓社區的作息，進而說明了台灣都市騎樓使用上的功能多元性與變化性。在同一個騎樓空間當中，隨著不一樣的時間可能有不一樣的用途，差別也大。這樣的生活經驗似乎與西方世界的「專業區」的概念相當不同，而且非常的「不規矩」，——而這只是台灣眾多都市社區型態的一種。

晚上回到宿舍後，研究者會選擇帶著室友到夜市尋找晚餐的「下落」。偶然在南機場夜市⁴發現這裡的東西除了有點不尋常地便宜外，裡頭比較引起研究者好奇是「水餃街」的存在。在百公尺左右的街巷裡，聚集著四五家的水餃店，家家都是幾個人圍著桌子現場包著水餃，供客人食用，等同於表演給路過行人看，說明商品的新鮮（見照片 1-2）。這樣的感覺跟漁港展示「現撈的」漁產比較起來，有過之而無不及，帶給顧客的是「活跳跳」的感覺。



照片 1-2 南機場夜市水餃街：在百餘公尺的街道上，有六家的水餃與麵食店，縱使無騎樓建築，卻都搭建固定式遮雨棚突出街上，擺設桌椅讓顧客直接在街上用餐。

以秀昌水餃⁵為例，座位有室內也有室外，室外的座位就和煮水餃、麵的攤位一起擺在鐵皮搭的雨棚底下（見照片 1-3）。當然，坐在店裡頭，有冷氣陪你涼快。但要是讓研究者選擇，就喜歡坐在外頭，看看老板煮水餃矯健的身手與車水

⁴ 南機場夜市位於台北市萬華區中華路二段 307 巷至 315 巷弄內，而根據周素卿「台北市南機場社區貧民窟特性的形構」指出：此地雖位於台北市低價與半正式的住宅次市場的貧民窟社區，但由於區位優勢與南機場夜市是青年公園住宅區唯一的夜市，造成以臨街及一樓店面為主要空間場域的活絡經濟活動，也讓社區不致顯現凋敝的景象。

⁵ 台北市中正區中華路二段 309 巷 20 號。

馬龍的街道。最重要的是，這樣可以天寬地闊地吃起飯來，無拘無束！——這才是台灣味？！——一眼望過去，幾乎每家都是這樣門庭若市。研究者心底想：老闆也是聰明，哪個過客不會因為這番景象而心動，進而「聞香下馬」呢？

當攤位把整個廚房搬到店門口，帶給顧客全程透明化的處理，對台灣攤販來說是再平常不過的一種方式。在其他文化也常常用這樣的方式，例如西餐主廚桌或日本的壽司吧檯，代表對顧客做直接的服務。然而這番景象在台灣騎樓裡更是「無所遁形」，顧客儘管好整以暇地把吃到肚子裡的東西「好好看清楚」——每一塊雞排、每一杯飲類都在顧客的眼裡「誕生」。



照片 1-3 南機場夜市秀昌水餃：此處普遍使用固定式遮雨棚（蔽廊），擺滿桌椅與攤位，見證台灣都市建築對騎樓建築功能上的需求。

在研究者對南機場夜市的觀察裡，對騎樓提出問題：騎樓和雨棚都是因應台灣多雨氣候所衍生而出的特有建築，可是雨棚可以代替騎樓嗎？而印象當中是貧民窟的南機場國宅，在一樓雨棚與店家的商業機能裡更顯複雜，即使是「貧民窟」，卻展現出讓人們願意專程到此消費的特色，若缺少商業機能、或僅是商業機能而無住宅，展現出的騎樓景觀又是如何？不同的社區是否產生不同的騎樓使用形態？

就著種種研究者個人的生活經驗，道出台灣都市生活的部份寫照，而這個生活環境與記憶離不開騎樓空間帶給人們的種種的「方便與不便」。方便的可能是像研究者上文所言騎樓裡店家多樣化的服務。但有時候，店家與機車騎士們用商品與車輛「佔地為王」時，也是傷透腦筋。所以讀地理學的研究者，何不用不同的視野與眼光來探討這都市當中特殊空間，重新審視在台灣生活當中習以為常的

騎樓空間，或許這是台灣都市空間的一種的解讀。

研究台北都市的騎樓不在於說明：騎樓應該怎樣最好！而是，突顯它是如何成為都市街道生活的一部份，沒有怎樣是最好，因為它本來就有它的樣子與俗民生活連結在一起。今日普遍處在台灣都市的騎樓景觀並非是歐美文化生根或移植而成，而是土生土長於台灣，適合台灣的風土。都市這個大有機體自己會往自己最想長的方向長過去，不需要為政者「大刀闊斧」做一些「驚心動魄」的移植，應該是給足應有的養分，這樣它才能生生不息，永續發展。

中國時報 2006 年報導，台北市政府馬英九市長提出：希望藉由羅斯福路與忠孝東路的擴寬、植樹，打造台北市香榭大道。強調：市區空間與道路不是只服務小汽車駕駛人，看待交通問題不能只以小汽車的角度看天下。然而記者丁榮生「台北巴黎？浪漫治市？」特稿中認為：口號動人，但至今在中華路喝艷陽咖啡是奇景、仁愛路與敦化南北路林蔭道，幾也看不到情人共步。因此大家雖認為忠孝東路與羅斯福路的寬敞人行道值得期待，但是台北就是台北，而非多幾棵樹就是巴黎香榭大道。城市工程應先考量主體風格，並用自我願景說服市民，而非複製虛擬，讓市民降低信任感。一再用外邦異境來虛擬，讓人深覺市府只有「世界觀」而無「在地思維」，尤其廉價口號滿天飛，更減損城市工程價值。偉大的城市卡爾維諾在「看不見的城市」指出，城市是個整體，你是城市的一部份，你只能安身在此。因此台北就是台北，不會因任何工程變成巴黎或香榭里榭大道。就此，研究者認為若說北京有「胡同」，那麼台灣就有騎樓，騎樓是我們屬於自己文化之下產物，何不從這樣平凡的又特殊的空間來觀看都市。

透過地理學「景觀、空間」比較專業的概念，決定把「騎樓的景觀和空間」作為碩士論文的研究對象。利用台灣的特殊都市騎樓（街道）生活，探索看似平凡又貼近都市居民的騎樓，在日常生活中如何透過人與空間的互動，顯出台北市（或台灣都市）的都市生活空間特性。

然而，也因為騎樓的建築法規的限制、當地政府的執法、在地人的生活習慣、建築的年代先後、社區機能特性等，使得騎樓呈現出多樣的風情，已不全是帶有同樣的意義與功能。這是本研究所關心的——我們應該重新分類與定義騎樓，依據不同的社會空間脈落，使騎樓空間意義得到更好的詮釋。

本研究的目的在於：

- 一、探究都市騎樓特殊的空間性。
- 二、探究騎樓所形成的特殊都市社會空間。

三、探究騎樓與都市生活的關係，進而產生對騎樓空間的地方感與空間感。

第二節 相關文獻探討

騎樓，閩南語稱「亭仔腳」，傳統街屋象徵屋台灣住商混合建築發展之典型式樣，而騎樓常附屬於沿街店舖住宅之前，具有一種不同於一般都市開放空間的商業延伸觀念，而且兼具了物理環境需求與文化特色表現之特質。歷經兩百餘年的發展，騎樓空間展現了本省都市地方特質的個性，也反映出國人的生活態度與價值觀點，可謂為台灣一種相當特殊的臨街建築形式（吳淑芬，1992）。此處所謂台灣的生活態度跟價值觀點，筆者認為應該用更細緻的地方感來看待。

店舖相互比鄰，「亭仔腳」也就變成一種連續性的都市空間，不僅能招徠顧客，也成為左鄰右舍的社交空間，久而久之「亭仔腳」變成具有本土特色並具有社會功能的都市公共空間（蔡幸真，2005）。也就是說這些地理感如何形塑可見的景觀，而人群對於可見的景觀如何應映與感知形成地理感，此乃提出騎樓為何在景觀上隨著社區與使用者不同不斷變化的歷程。

在台灣，有關於人行道、騎樓的研究，大部分仍集中與著眼在土木工程、政策建議，例如：林慶元指導一系列關於機車於騎樓發生火災與建築的關係⁶。再者，就是行人對於騎樓與人行空間的識覺研究⁷，往往只是分析行人對景觀的喜好調查。但對於都市街道生活的社會意涵深入研究，以及了解的卻著墨不多。不然，就是忽略不同社區與社群對騎樓的識覺。

騎樓的相關論文幾乎都將騎樓做為台灣特殊的建築型態做討論，也就是把騎樓視為台灣俗民生活中很重要的一部份。這一個把它視為重要空間與景觀的看法，涉及一套空間感與地方感，這才是研究者希望了解的地方。不然，在台灣不長的漢人建築史裡，騎樓可能早已消失，而被西式的行人道所取代，不必在行人道旁再加上騎樓，這樣疊床架屋的空間，浪費寸土寸金的都市土地。

騎樓在長期的發展史上，已與台灣社會發展出一套特殊的功能與關係。尤其都市地區，住宅形式並非以台灣鄉村「透天厝」存在，因此出入往往需要與鄰居共用門口的情況，由於涉及公共利益，大家更容易將焦點放在騎樓是否被違法佔

⁶ 例如：陳俊清（1997）《置於建築騎樓周遭機車燃燒形成之火災行為研究》，國立台灣科技大學：營建工程技術學系。張旭富（1997）《建築騎樓主要可燃物燃燒行為研究-機車燃燒行為研究》，國立台灣科技大學：營建工程技術學系。林章志（1998）《建築騎樓下機車延燒行為之研究》，國立台灣科技大學：營建工程技術學系。陳昶翰（1998）《不同天花裝修下之騎樓機車火災行為研究》，國立台灣科技大學：營建工程系。

⁷ 例如：黃俊杰（1998）《都市人行道界面組成型態對行人知覺影響之研究》，國立臺灣大學：園藝學研究所。郭建佑（2005）《台北市的街道生產及空間經驗之研究—以忠孝復興商圈、天母商圈、南京西路商圈為例》，淡江大學：建築學系碩士班。

用，是否因為鄰居的行為將造成自己的不便。大眾交通便利的台北市，通勤族下車之後，是否有良善的行人空間也成了關心的問題。在這樣的都市客觀環境與條件下，討論都市騎樓的意義就與鄉村地區有所不同。也就是公共空間的複合使用，使得不一樣的人群交織成研究者所言的「都市街道生活的社會意涵」，而這些都落實在騎樓的實質空間當中。

蔡幸真《三越信義新天地人行通道研究》當中，透過訪談得到的台北人心中的騎樓經驗與感受：「最深刻的就是『機車凌亂的停放』、『商家路霸』、『不易行走』，公共空間私人的佔用，導致民眾通行時的不順暢，以致台北人在行走經驗都非常不好。」在此，研究者認為要深入探究行人空間為何被切割的如此嚴重，這中間牽涉台灣都市人們對行人道或騎樓地方感，進而產生人們對騎樓這樣的使用方式，造就我們常常看到騎樓佔用的景觀。

根據藍嘉俊《失落的人性空間——台北市人行空間問題的政治經濟學分析》點出臺灣人行空間的結構性困境：1.國家與社會對人行空間認知與定位不清、步行權意識薄弱；2.「車輛優先、人次之」為被內化的價值觀與行為模式，主導公共資源的分配及空間使用，並造成私人運具市場更難管制，使已然定型之車行導向都市空間形式不易調整；3.路邊停車（尤其是機車）問題無法根本解決；4.公共空間私有化行為難以遏止。對社會內部而言，現有機制僅能呈現被主流力量所簡化之民意，掩蓋了不同群體間的差異性，更進而合理化國家既有之不公行為。故在有限公共資源的競逐中，社會依循叢林法運作，弱勢階級的需求受到忽略以及犧牲。在此脈絡下，步行環境只有在結合較多利益的商業或景觀街道等重點地區才能獲得保障，而一般生活之社區巷道仍由車輛所佔用，實為人行空間意義之扭曲。藍嘉俊的研究點出在大尺度底下，由於台灣追求西方化(更精確的來說應該是「美國化」)，利用汽車交通作為都市主要交通，而使得以人為尺度出發的生活空間被切割，更加深社經地位低者在都市中行的問題。在這樣的脈絡下，不難理解騎樓做為都市社會空間的重要性，如果沒有騎樓，行人更將面臨充滿危機的街道。

誠如藍家駿所說的步行環境只有在結合較多利益的商業或景觀街道等重點地區才能獲得保障，在騎樓一般所存在的街屋由於商家做生意的需要，確實使駕駛人較不敢將車停在店家門口。甚至店家會對停車在騎樓的騎士與以警告，或放路霸、座椅等保持店門口的淨空，這樣的生活經驗是藍家駿所指的「公共空間私有化行為難以遏止」的寫照。這時候店家對騎樓空間使用的態度反而成為騎樓景

觀最大變數，行人可能因為店家對騎樓的監視，而使得此地更為安全，卻也可能因為商家堆物而造成危險。

台灣都市法規特意地保留騎樓空間，確實創造另一種人行空間，但卻也因為騎樓本身為私人所有，又需公共通行使用，造就騎樓在使用上的爭議。以建築界與法學觀點，騎樓又往往被認為是多餘的而有礙視覺：騎樓為我國都市景觀上之特色，但新型態的商業區多採用開放式的人行道，而不採用騎樓。管見以為，不論從美觀上之角度，或避免使用權之爭議，騎樓制度似乎可考慮逐漸廢除（江大寧）。當然，這樣的說法更突顯騎樓空間的多元性，以西方單一使用的觀點來說，似乎沒有存在的必要性，而人行道與騎樓又常常是一同出現在都市街頭，不禁會讓人懷疑騎樓存在的必要性與價值。

或許透過將騎樓視為一種市集（節慶）與展演⁸的空間——在這狹小的空間中，打破前台、後台的一種展現，反而使顧客感覺到正在欣賞一種街頭的表演藝術，——而這是一種與西方都市規劃或按部就班的規訓社會不同的空間使用，他使得普羅大眾在行經其中獲得一種觀看與被觀看的樂趣，成為展演的一部分。消費本身也充滿著受其空間性的影響與限制，通常都賣一些小巧飾品與簡便小吃，但是卻可成為可憐上班族與學生族的在「朝聖（工作）」途中的一種「救贖（休閒）」。

在這樣的觀察下，騎樓可以視為一個地方來理解，與社區居民、行人、上班族共同產生意義，這就是研究者所指出的騎樓社會空間。

自從 1980 年代開始，文化研究就已經表現出對於空間和地方等問題的持續關注性，尤其是受到傅柯的影響，以及他對於論述、空間與權力之間相互作用的討論。就這個脈絡而言，地方被視為是一個空間中的場所或地點，而且是由權力的社會關係所構成，也是由於社會關係賦予其意義，同時具有認同感或情投注等特徵。因此，一個地方可以被理解為空間中意義生產的一種有限顯示（Barker, 2007）。在法國巴黎都市規劃中，我們看見都市就像傅柯的「全景敞視」⁹般地被直線與光所切開，在無所遁形的監視下，巴黎也成的一個透明的都市。可是當研究者審視台灣都市騎樓空間時，由於廊柱的阻擋、上頭建築物的遮蔽，騎樓不是國家權力可以直接滲透的。這小小的空間中，我們仍然可見店家、小販、行人各有各的「盤算」，賦予這個地方交織而成的社會關係，這個也可以做為分析騎樓

⁸此處借用高夫曼（Erving Goffman）《日常生活中的自我表演》一書概念，他運用劇場隱喻來研究行動，提出前台、後台作為角色準備重要空間。

⁹ 引用傅柯（Michel Foucault）《規訓與懲罰——監獄的誕生》書中監獄的空間形式。

空間多用途使用的一個很重要的面向。就好像當座椅被商家擺至騎樓前端時，已經宣示他的擁有權，同時驅逐可能擋住他店面的機車與路邊攤；但這樣國家的權力卻也常常默許這樣的行為。行人似乎也很少對這樣「有美意的佔用」表示抗議，而是有機會就坐著休息，甚至成了商家因此而吸引的顧客。

台北市在整個都市空間規劃偏向以汽車為主的發展，而人行道被機車所佔滿，一般生活之社區巷道也被車輛所佔，使得台灣都市的行人不如在班雅明¹⁰在拱廊街所說的「這個世界是得其所哉」。行走在街道反而顯得支離破碎，就這一點來說，騎樓可能是行人在都市街道中「最後的一個堡壘」。然而，若真的是如此，又是什麼樣的地方感造就出這空間的獨特性？

亞歷山大（Christopher Alexander）《建築的永恆之道》提供我們對於都市生活「實然」而非「應然」的觀點。故亞歷山大認為：它是一個唯有我們自己才能帶來秩序的過程，它不可能被求取，但只要我們順應它，它便會自然而然地出現。所以建築和城市中的這種特質不能製造，只能間接地由人們日常活動來產生，正如同一朵花不能製造，而只能從種子產生一樣。

吳鄭重在珍·雅各布斯（Jane Jacobs）所著的《偉大城市的誕生與衰亡：美國都市生活經驗的啟發》譯序中，認為：雅各布斯試圖建立一個以街道生活為核心，動態的都市鄰里為概念。城市的街道，尤其是人行道和兼具通道功能的鄰里公園，表面上看來是一個充滿陌生人的環境，但是透過適當的使用，尤其是能夠滿足鄰里需求的商業和休閒設施，就會吸引許多有效的公共監視和實際的身體參與，構成生動有趣的「街道芭蕾」。有了熱鬧的街道生活之後，不僅無須動用警力就能有效守護都市街道的安全，同時可以藉由都市公共生活的不斷再現，包括有效維持個人隱私的社會互動和教養兒童融入社會的街頭遊戲，構成一個都市鄰里的基本架構。在此，研究者認為台灣都市中的騎樓正扮演這樣的角色，取代台灣使用率並不高的社區公園，扮演起讓兒童玩耍以及教養、公共監視等功能。

今日台灣都市計劃的脈絡是在現代建築大師科比意在設計都市空間時，試圖將汽車放進他的規劃中，成為不可分割的一部分。除了讓田園城市低密度建物分布的簡單原則在人口密集的城市中也得以實現，科比意的夢想中還有其他令人驚奇的東西。他試圖將汽車納入整體規劃的一部分，這在 1920 和 1930 年代是一個嶄新的構想。他將主要的輻射道路作為單向的快速道路。他減少街道的數量，因

¹⁰班雅明（Walter Benjamin）所著的《發達資本主義時代的抒情詩人：論波特萊爾》說明了工業革命當時的新鮮產物拱廊街，研究者認為可以用來對照騎樓的特殊空間性。

為「十字路是交通的大敵」。他規劃了地下街道作為大型車輛和貨運之用。當然，像田園城市的規劃者一樣，他也讓人行道遠離街道，放在公園裡面。他的城市彷彿是一個神奇的機器玩具。再者，他的概念，作為一個建築作品，非常明確、簡單和和諧。那麼井然有序，那麼明晰易見，那麼簡單易懂。事情一目瞭然，就像一個好的廣告（Jacobs, 2007）。台灣都市計畫在這樣以汽車為主的都市交通觀念底下，出現許多令行人寸步難行的交通建設。例如，在研究者的親身經驗裡，從台北市跨越淡水河到台北縣三重市，若選擇步行過忠孝橋，光要找個樓梯上橋就要花上一些時間，整個過程對行人來說可能是一場災難，更不要說是殘障者或老人。

在資本主義與現代主義的影響下，台灣學習美式汽車文化，觀念根深蒂固，都市建設在非步行的方式下展開。空間尺度非以人的角度優先出發，行人散步其中還得忍受髒亂的氣味、堆滿雜物「且走且跳」的騎樓、隔了幾百公尺才可通過的行人穿越道——建築師可以是很糟糕的城市設計師（陳冠中，2005）。就是因為這些理論一目了然到令人目眩神迷，好像可以用一些簡潔有利的線條、從地拔起的高樓，就好像給了人人一套可尋的公式，一下子就把城市變得光鮮亮麗，給我們到處是公園綠地的美夢。縱使使用西方都市計劃的概念建造都市，但很明顯地，台灣現在都市所展現的樣子並不是西方都市的樣子，它擁有很多過渡性的空間成為緩衝，研究者認為很重要的就是騎樓的存在。

都市之所以對人類重要是因為人群的聚集，使許多想法得以激盪出火花。充滿著陌生人的環境街道其實並不危險，反而安全，因為他們就像天然的偵測器。然而，當街道周邊在有數量夠多的商店和其他公共場所分布，加上全天都有人使用或光顧，才能達到良好的公共監視（Jacobs, 2007）。良好街道生活應該也提供與人接觸的環境，研究者相信：若像現在許多台灣的豪宅的設計，只有在坐電梯時才得以遇到自己的鄰居，這樣看來縱然好像隱私被照顧到了，但居住在都市的意義好像也等同於封閉的農村。

如果都市人之間有趣、有用和重要的接觸僅限於適合私人生活的熟識朋友，那麼城市便顯得很愚蠢。從你的觀點，我的觀點，或是任何人的觀點，相當程度的與人接觸是必要且愉快的；但是你不希望這些人和你如影隨行，他們也不希望你緊黏著他們（Jacobs, 2007）。——當然你也可能期望著：從他們身上得到你所需要的幫助與訊息，例如：哪家的孩子找到好的家教老師、哪一戶房子用多少錢賣掉、住在身旁的人有沒有可能威脅到我的生活環境。

甚至好的街道生活也應該提供兒童遊戲的空間，讓他們學會如何融入社區，利用身旁這些看起來像陌生人的人，自小養成公眾生活的點點滴滴，學到城市生活的基本成功之道：人們必須對彼此負擔一些公共責任，即使人們之間沒有什麼關聯。它只能從和你沒有血緣或是深刻友誼關係，或是對你沒有正式責任的人，對你負起一些公共責任的經驗中汲取。

珍·雅各布斯所指的是一個由街道所構成的社區空間，然而在台灣，我們是否能將它定義在騎樓這個特殊的空間呢？研究者想是本文希望能探討的一個課題，也就是說因為騎樓空間的存在更可以讓社區的安全、接觸、教養小孩等功能被突顯。如果沒有台灣住商混合的特殊條件，研究者相信騎樓難以成為社會人際交流互動場所。

台北所呈現的是一種以沿街騎樓為主體的街道生活和以身體空間做為單位的攤商文化，奠定了城市多樣貌的重要基礎（吳鄭重，2007）。研究者認為面對車水馬龍的馬路與佈滿機車的人行道，相對之下，騎樓是安全的；而做小生意的居民來說，這樣也容易經營，減少店面成本。走在騎樓裡，行人可以自由來來去去地選擇商品，攤商也不用為空調或座椅傷腦筋。

研究者認為台灣在過去空間發展的歷程，或許受限於生存壓力，一直保有空間非單一使用的地理感，例如，門前的花圃種滿蔬菜、河上的沙洲成為良田。要是有一塊空出來土地沒人使用，在台灣人的眼裡是非常匪夷所思的事，可能很快的就產生佔用的情形。研究者認為這就由於地方感的不同，所展現出來應對環境的方式，發展出來對空間的行為與景觀，但這樣的空間使用與西方的發展確實不同，更也因為如此造就騎樓多元使用的景觀。

在潘桂成對於《儒家文化之有無的世界》的闡釋值得研究者的參考：「中國人在這個有規律的世界中生活，最重要的工作是認識這規律及配合這規律，便會獲得合理的回報。……中國人對待環境的態度是「守常而知變」，……亦即是中國人之對待環境有很高的自由抉擇的權利。」潘桂成認為儒家所認定的世界是「可塑世界（Manageable Space and Moldable Space）」，進而發展出「禮的空間模式」以對待客觀環境的人為入地關係的主體，人的價值意向決定了邊界的所在，故為可塑空間，可塑空間的邊界既然可變，就沒有固定而明確的有形規範以作為人所遵守的標準。換言之，在禮的空間中是「無法可守」的。所以沒有「守禮」的行為。

生活在台灣都市的人群是否用上述所言的「禮的空間模式」，以對待客觀環境，還有待其他研究證明，但研究者相信繼承儒家文化的台灣社會對於空間使用的彈性確實很大。根據研究者的生活經驗，常常有空地被佔用，這些佔用的人在沒有人對此空間的使用有意見時，就等同於默認，而繼續使用，因而非法佔用公有地的情形大有人在。直到公權力介入時，也常聯合其他「同夥」訴諸民粹抗議到底，要求就地合法。

攤販的經濟活動所賴以維生的基礎，除了經濟性的低廉消費與廉價必需品，同時更重要的是其維生的空間性基礎。建構攤販們的生存與活動基礎的，更重要的是如何在日常的活動當中，在自身所處的空間脈絡當中，創造出能為攤販所用、被允許的活動空間，並且與周遭的行動者共構出微觀的平衡關係（卓立襄，2004）。《台北地區檳榔攤空間特性之研究（林建元，1998）》更指出：空間使用以低成本之用地：騎樓、人行道、馬路、空地為優先考量，臺北市有 50% 以上的攤位屬於佔用。研究者希望藉由了解店家、居民、路過行人、上班族等不同的人對騎樓景觀的看法，進而得出都市騎樓的地理感與地方感。才能理解台灣都市的騎樓景觀是在如何的心智作用底下被創造出來。

以下三篇研究分別都是從感官出發，尤其時以市民對街道景觀識覺的研究，讓我們進入地方感的前身：

黃正銅《都市騎樓景觀之研究》指出：開發騎樓和人行道可取代都市步行街之功能及增進都市景觀。為使都市騎樓真正達到「步行街」的理想，唯有從事實質環境及景觀意象之改善，方能激昇騎樓對都市之服務水準。騎樓景觀之良窳，不論新舊，若能就歷史、自然、人文及色彩、質感、土地使用、街道傢俱等，配合全區之美學語法，即可表現騎樓景觀之提高特色，唯獨對不當之使用，諸如工作場所、堆置貨物、廣告招牌、攤販、機車，勢必影響景觀之效果，因此必須以規劃之手段或管理法令之執行，方能維護騎樓之功能及視覺品質。都市街道留設騎樓是必要的，惟不分土地使用性質及地區特性，一律給予建築之價待，有待商榷及立法之修正。在此，研究者認為「配合全區之美學語法」這件作法仍需商議，在幾年前台灣許多商店街如火如荼的展開統一的規劃，他們最大的努力就是把招牌統一到完全一致，差別只是在招牌裡頭的文字罷了！這樣的商店街看起來真叫人害怕，單調、無特色、商家辨識度甚低，只是證明利用現代化的都市規劃公式企圖讓人民更幸福，造成台灣總是在走美國都市規劃失敗的老路。所以只有從使用者的地理感下手，這樣才能設計出符合需要，不顯衝突的騎樓景觀。

黃俊杰《都市人行道界面組成型態對行人知覺影響之研究》指出：

一、人行道鄰側為開放綠地時，行人的知覺最為良善而正面。而不論人行道鄰側環境為何，行道樹出現以及使步道加寬皆對行人知覺有正面的影響。

二、在鄰側為建物的人行道環境中，建物有退縮、建物騎樓無柱、建物前方有種植植栽等情形，對於行人的知覺有正面的影響，而廣告招牌的出現則對行人知覺有負面的影響。

三、在鄰側為圍牆的人行道環境中，圍牆的視覺穿透性越高則行人知覺越為正面，若能於圍牆後方種植植栽，亦能對行人知覺有正面的影響。

四、行道樹、步道與鄰側因子等三度空間因素對行人知覺有著交互作用的影響。

五、由行人知覺的偏好預測模式得知，行人知覺之逃離感、趣味感以及愉悅感為有效的人行道街景偏好預測指標，若行人對上述三項知覺的感受越強，則對人行道街景的偏好越高。

針對於黃俊傑這篇研究，確實提供我們一個「行人步行知覺的偏好預測模式」做為本研究的參考，當然這只是簡化騎樓當中的社會關係，本研究必須探索住戶、擁有者、攤商等對騎樓的識覺，才能發掘它更細緻的內涵與空間利用。畢竟要改變騎樓成為更美好的生活環境，並非只是由行人的角度切入，當地人的想法又是如何？！不同的街道空間、不同的騎樓形式、不同的社區、不同的商業使用，行人的質與量也相對不同，組成份子的輕重也是相對的，這是我們不能忽略的。

廖可歆《社區居民聚集點形成之基礎研究》：臺灣在日治初期 1897 年（明治 30 年）引進了歐美的市區計畫及建築管理制度，大部分的市街都已公布了都市計畫。在政府都市計畫的休閒活動空間(公園、體育場所、綠地、廣場及兒童遊樂場)之中又以公園最接近人們的生活，且具有休閒、凝聚、文化、教育等多項功能。除了上述的聚集場所外，台灣有另一種特殊的景象，在路邊某些角落居民會隨意放置一些座椅，並在空閒之際聚集在此聊天。然而這些放置點與公園最大的不同在於，它們並無經過政府的規劃。透過 106 個地點的觀察及紀錄，針對座椅本身的特徵及座椅周圍特徵還有地點附近環境的特徵作整理，進而找出地點的共通之處。結論為下：

一、型式上以有椅背的單人座椅為最多，材質上是以木頭或塑膠為主。

二、座椅數量大多為 2 至 9 張，幾乎都會倚靠著建築物而擺放，且大多排成 I 字型，但有些地點會圍成像小客廳一般。

三、地點所在之處並無受到政府規劃的公園或活動中心等休閒活動空間所影響。

四、地點大多位於 7 公尺以上的二線道或四線道上，用途多為「住家」或「住商合併」。

五、位置上方大多有遮蔽物，以住家門口的騎樓下或屋簷下為最多。但也有居民會在住家以外，再找個稍微寬闊且有遮蔽物的地方，放置多張的座椅，讓附近的鄰居可以一同聚集於此。

在這裡我們看見街道或騎樓的使用與存在的必要性，也正如同珍·雅克布斯敘述用人行道來取代中用公園或遊戲場的概念：人行道就是提供這種非專門的遊戲形式——這是熱鬧的城市人行道可以做得非常好的部分。當這種以家為基地的遊戲被移置到遊戲場和公園的時候，不僅無法保障安全，同時還得花錢請人、添購設備和佔據空間，浪費許多原本可以作為溜冰場、游泳池、划船湖和其他各種戶外用途的空間。不好的一般性使用吃掉許多原本可以有良好專門遊戲的存在。浪費有大人正常出現的熱鬧人行道，轉而依賴雇用替代的管理員（不論有多麼理想主義），真是愚蠢至極。它的愚蠢不僅在社會面，在經濟面上也是，因為城市非常缺乏資金和人力，需要用在比遊戲場更有趣的戶外用途——還有用在兒童的其他生活面向上面。

若是鄰居幾個老人需要有活動的空間，他們並不需要大費周章冒著危險穿越為汽車而設計的都市中，他們也不需要受下雨日曬之苦而沒處可去。社區居民有了交換資訊和情感的場所，他們也可以就近看護他們的家園，不需擔心害怕小偷的光顧、或客人來訪、應變小孫子突然忘記帶的東西，因為他們就在自己家門口。另一個角度來看，其實騎樓就是做一個多功能的社交空間、展售空間、休閒空間。然而，對於一些少了騎樓的街道社區而言，他們又是如何克服這個問題？是否因此增加或減少對公共空間的需求？這些問題都有待本研究用空間感與地方感的觀點，針對不同人群與社區做深入探討。

第三節 騎樓的景觀

騎樓景觀在台灣俗民生活頗為常見，研究者以下以台灣漢人文化、自然環境條件、商業發展等觀點分析。然而，也因為日治時期，日本殖民政府特意保存與規範，使得騎樓成為商街特殊的社會空間，在某種程度如陳國彥所言：騎樓就是台灣早期的托兒所、養老院。

黃俊銘與在日本筑波大學執教的泉田英雄共同研究指出：亭仔腳的出現是當時英國殖民地新加坡、香港等地，改造華人建築物的產物，後來輸入到中國南方的都市，並由劉銘傳導入台灣（陳根福，2005）。是不是後來才南洋傳回台灣才有騎樓，研究者對於以上這樣的說法採保留的態度，但西方廊柱的設置確實影響到後來許多台灣洋房的騎樓建築，例如，旗山老街、大溪老街等，皆為西洋巴洛克式樓面結合騎樓所建成，二樓以上挺出於街道與歐美本建築樣式不同。建築工法進步的今日，因為建築力學的設計，騎樓下的廊柱其實不大必要保留，但其存在已成為一種文化與裝飾。在英國的殖民下，新加坡一帶隨著商業活動的日益頻繁，為了方便貨物的進出與儲存，騎樓是一個很理想的空間，因此當時騎樓主要是為了利於商業發展。

台灣總督營繕課技師大倉三郎指出：日本人來台灣之後在建築上所遇到的困難，分別為暑氣、溼氣、白蟻、暴風、豪雨、地震（林思玲，1996）。在這樣的情形下，通風、減少日照、遮雨是極為重要的工作，而騎樓建築在日本殖民時期硬性規定是家屋所必須具備的，用來因應自然環境的需求。堀込憲二、郭中端則認為台灣騎樓的產生，最主要因素為台灣夏天常驟下西北雨，街屋退出騎樓空間，讓行人可有一連通的避雨場所，同時商業活動可繼續進行，再者擺在店口的貨品也可避免日曬雨淋。

日人治台之初，有感於台灣本島市街衛生髒亂，認為應與居民生活習慣不佳，以及市街與居住空間不良有密切關聯，故認為衛生一事有進行改善的必要。而為達成改善衛生的目標，乃透過亭仔腳的設置，重新整頓市區街道空間與解決家屋問題。1900年，總督府首度公布「臺灣家屋建築規則」，於該規則第4條明定亭仔腳之設置地區，及其幅員（寬度）、構造，由地方長官（行政首長）規定之是為「亭仔腳」法定制度之始（黃武達、蔡之豪、內藤 昌，1997）。陳國彥指出：日人來台之際，調查台灣島西部等開發區的台灣慣習，在當時的台灣已經有鐵路，而日人也尊重台灣當地特殊的慣習，發現騎樓這樣的特殊建築有其必要，

因此規定法定騎樓的設置。受到德國學醫歸國的台灣總督後藤新平的影響，特命由衛生警察早晚巡邏，春秋季也實行大清掃，並且嚴格執行不准在其間擺攤，一早開店後就須清掃。然而，在日本當地，除新潟縣外，並不存在騎樓建築。

潘桂成認為騎樓應為華南杆欄式建築所衍生而來：多雨潮濕、地形崎嶇的華南，建築物有屋簷外伸，下有撐柱，而且可以適應地形而做高低變化。這樣的建築物也僅見於華南文化，與漢人移民所居住東南洋一帶。陳國彥也指出：在新加坡、南洋等地，騎樓的存在與華人有關，當地的馬來人並沒有此建築，並多居住於高腳屋。研究者認為這樣的論點也不失有可能是騎樓建築的開端。

整體而言，騎樓建築始於華南多雨又悶熱的環境，阻雨、遮陽、通風，還可做為日射緩衝空間，再加上商業功能的維持，本來就是一個利於生活環境的建築。但一來由於是在日治時期所立下的建築規定，二來現代新建築的改進，有些建築師與法律的建議都不認為應該保留這樣的「殖民建築」。然而臨街建築擁有騎樓對商業的營運有一定的影響，騎樓用以在雨天或大熱天得以讓行人有較舒適的步行空間，也可讓商品達到展示的目的。

根據研究者觀察，騎樓空間裡最令人印象深刻的莫不過於生息於的攤販：

走進這條騎樓，想走完還真得花一番功夫，身體側一下勉強過的去，這裏各式各樣的攤位，吃的穿的用的幾乎是推滿騎樓兩旁，民眾寸步難行，人行道頓時淪為商家做生意的地盤。中正路上上百公尺的騎樓沒有空位，在往下走更誇張，攤販直接擺到人行道，地上全是店家的紙箱，而旁邊的馬路則是有貨車並排直接下貨，民眾的車輛也跟著停車，兩線道路剩下一個車道，這裡就像是個停車場（東森新聞報，2007/3/11）。

騎樓的使用問題有其歷史和文化的背景。國民黨議會黨團執行長黃柏霖議員指出，在經濟景氣不佳的時候，許多市民在騎樓地擺攤營生，原本是無可厚非，對治安、經濟有正面穩定的力量，違法與否不能一概而論。……台灣多雨、日曬強烈，利用騎樓地做小生意，賣冷飲、點心是市民生活經驗的一部分，很多民眾也有這個消費習慣，黃議員認為，只要以不妨害行人通行為底限，應該還是可以被接受（高雄市議會議刊，2006/8）。

之所以印象深刻，研究者認為也是因為行經其間的行人往往為社會中較弱勢的步行者，也就是常被私家汽車所屏除在外的一群，如學生與老人。人們行走騎樓其間，騎樓下的消費常成為一種非目的性的消費，往往是透過小販的「展演」而使行經其中的人們願意掏出錢來，故此其商品性質往往是小巧、新潮、方便、

低價。這樣的商品除了突顯路邊攤資本小、害怕違規取締（這樣要收拾起來躲警察比較快）與空間有限的現實，也顯示特定族群在行走於騎樓間所可能產生的消費，例如，對學生來說，小點心跟玩具是很能吸引他們的，又買得起的。

研究者認為騎樓具有既開放又封閉的空間性，在此視它為「規訓社會」¹¹下一個真空的地帶，使它得以稍稍逃離法律的規範。也就是說攤販、騎樓商家與汽機車停放佔有的情形可以得到躲避，研究者將其空間使用視為芸芸眾生的一種「權宜之計（making do）」¹²，而這裡的權宜之計指的是：消費者（或使用者）不能自創一個屬於自己掌管，但可利用它來評估優勢、準備擴張、確保獨立的空間基地，因此他們乾脆採用「時間換取空間」的戰術，迂迴參入他人所在，並把握時機，「偷偷摸摸地在轉瞬間『偷來的陣地』，略施發展」。相對於強者「畫地為王」的空間策略，弱者只好「伺機而動」，藉由結合異質元素，不斷操弄事件，將其轉換為機會（Highmore, 2005）。

正如同吳鄭重所言：雖然有些人覺得，而且多半是官員，這些「雜亂無章」的招牌是妨礙市容觀瞻的毒瘤，有待嚴加管理、消滅剷除，或是整頓更新，但是它們就像枝頭上的繁茂的樹葉一樣，總是能夠在其他之幹和樹葉的狹窄縫隙中找到依快容身之處，伸出霓虹的枝芽。故此應運而生出各種不同的姿態，使騎樓本是行人做為雨中避雨之地，卻成為市井小民的生活天地。騎樓的商家

小 結

台灣都市騎樓空間使用的多元性，使台灣街道多一份台灣味，而此成為台灣俗民、都市生活一種活水的來源。縱使台灣騎樓看似雜亂，但或許是俗民生活裡不可會缺的生息場所。但是由於時代建築的不同，也有無騎樓的大廈、商店街在身邊充斥著，而產生不同使用兼具不同的功能。

本研究希望透過重新分類與定義騎樓，依據不同的社會空間脈落，以及不一樣的使用者做分類，使騎樓空間意義得到更好的詮釋。透過比較不同的騎樓空間與功能，更能突顯出騎樓特殊的空間意涵，與對台灣都市人民的意義，尤其是在空間感與地方感上的影響——這是不同於以往對騎樓的研究觀點。

¹¹在此藉用傅柯《規訓與懲罰——監獄的誕生》之概念，說明藉由權力的運作，處在社會中的每一個人經由規訓與懲罰成為社會大機器的小螺絲釘，甚至運用全景敞視主義（panopticism）監視著我們。傅柯認為現代社會不是一個公開場面的社會，而是一個監視的社會。

¹²此借用狄塞托（de Certeau）在日常生活研究的概念。

經過研究者文獻回顧的碩博士論文，研究者發現，幾乎都市把不同社區的騎樓等同來看，忽略其實台灣都市裡，建築景觀紛呈，單單騎樓就有不一樣的形式，以及位於不一樣的社區。再者，沒有將社區中不同身分的人對騎樓的空間感做瞭解。前人的研究缺少地理學的觀點，縱使大多對於騎樓的研究幾乎都把焦點鎖定在「景觀」，但研究者認為騎樓其社會意涵最重要在於不同的社區與騎樓型態產生的差異與地方感，而且前者研究往往忽略騎樓店家、住戶、攤商等不同的地理感。所以本文在於使用地理學觀點，補充其不足之處。

研究者主要發問如下：

一、 人行道、騎樓是如何扮演著其社會功能，透過這特殊的空間增加人們接觸的機會？

二、 在不同的社區型態與不同的人群下，台灣都市騎樓空間代表什麼意義？對人所造成的地理感與地方感為何？

第二章 研究法

第一節 區域特色的觀察

對於一個徒步行走在台北市的人，必須忍受夏季的烈日與雷陣雨、冬季的寒風與一降就是整天的鋒面雨。然而，在台灣繁忙的工商業大城中，時時趕時間、「努力不懈」的車輛對行人的威脅絕對不下於自然環境所帶來的一切。尤其是在台灣都市當中，機動性極大的機車常常把行人逼到絕境，行人必須尋找庇護，尋找一個可以生活的環境。

騎樓，是華南地區特有的建築景觀，從最簡單的來看，就是作為下雨時，利於行人與商家的建築結構。在台灣都市人們住的大樓底下往往有騎樓店家，進出都會經過，而騎樓店家的門庭又變成大家可走的人行道的一部份。店家也沒這麼老老實實地什麼都跟著法律走，有時會將位於騎樓的門前出租，有時會把騎樓當做堆物的場所。研究者參與在西門徒步街區 2008 年台北市街頭藝人嘉年華活動時，承辦活動人王雪莉的一段話就點出騎樓這個特色：「剛剛你有沒有發現：誠品商場一看到門口街頭藝人表演引來人潮，騎樓走道馬上推出一台一台的花車佔滿，警察一來，又乖乖推回去。」

也就是說在做為人行通道、商業功能、出入口等混合使用下，產生了人接觸的可能，功能越多使得進出的人口越複雜，人群才得以交換意見、買賣物品，甚至是幫忙看家。騎樓成為一個充滿可能發生任何事情的「地方」；充滿著多樣化的地景，不用花什麼大錢，讓人感覺自由自在。甚至因為人群的來來往往可以讓行走在當中的人們不感到孤單，卻又能擁有隱私。——研究者想騎樓就是這樣一個神奇的地方，最重要的是，它本來是由都市當中做為通道功能的空間，到最後卻可以成為充滿可能發生任何事情的「地方」。

騎樓空間是既封閉又開放的區域，在都市當中連續且普遍，這一個很難得的現象。研究者認為騎樓是既開放又封閉的空間，就如同透明櫥窗的咖啡廳：可以很容易觀察他人的，也很容易的被人觀察；但坐在咖啡廳裡的顧客卻保有相對封閉而不易被打擾的空間。或許，說起來過於模糊，但研究者認為騎樓這種既封閉又開放的區域特色類似於「拱廊街」¹³。班雅明（Walter Benjamin）在《發達資

¹³ 陳國彥教授指出：華南騎樓建築比起工業革命後才出現的拱廊街早了許多，而非拱廊街文化先形成。在當時，為配合馬車的通行，因而讓它的頂呈一定弧度的彎曲，而非如騎樓平頂的形式。這樣的建築一樣影響日本，造成許多日本商街前往往往有弧形入口，台北市四平街入口也有此景

本主義時代的抒情詩人：論波特萊爾》文章中一直強調的拱廊街，與其中生活的遊手好閒者的敘述，讓我們可以想像：台灣都市中的騎樓可能是什麼？

在豪斯曼之前，寬闊的街面很少，而狹窄的街道不能防止車輛。假如沒有拱廊街，遊蕩就不可能顯得這麼重要了。1852 年的一份巴黎導覽圖這樣寫道：「這些拱廊街是工業奢侈品的發明。它們的頂端用玻璃鑲嵌，地面鋪著大理石，是連接一群群建築通道。它們是本區屋主們聯合經營的產物。這些通道的兩側排列著極高雅豪華的商店，燈光從上面照射下來。所以，這樣的拱廊街堪稱是一座城市，甚至是世界的縮影。（Benjamin, 2002）」

在這裡點出拱廊街連結一棟又一棟的街屋，而作為商品展示的一個地方，讓當時與現在的行人可以把逛街當成資本主義發達後一種趣味與休閒活動。可是在空間上，與騎樓不同的是：在班雅明所生存的當時，拱廊街是個新鮮的玩意兒，是隨著鋼鐵跟玻璃工業發達後的產物。所以對於當時的人來說可真的是值得大書特書，甚至放在旅遊導覽手冊上成為一種都市生活裡很特別的建築，就像今天台北的 101 大樓。然而，與台灣或華南社會存在已久的騎樓相比，騎樓比較是適應氣候風土而「長出來的」建築——在我們的生活裡，騎樓並不是什麼新奇的玩意兒。因此，研究者相信台灣的騎樓空間不是專屬於社會中某些階層，而是普遍存在都市當中，再平凡也不過的地景。但是，它卻由於處在道路與門庭之間產生獨特的功能性，減少人們直接曝露在開放空間所有的危險，例如：車輛、風雨等的威脅，也因此增加人群接觸的可能性。班雅明對拱廊街的敘述，對照出騎樓在這一點上對都市人群的貢獻：

遊手好閒之徒就在這個世界是得其所哉，他們〔它們〕為閒蕩的人、抽菸的人提供最喜歡逗留的地方，為各行各業的小人物提供可以發洩氣憤的地方，並提供給編年史家與哲學家。至於他本人，他那種在一個酒足飯飽的反動政權邪惡的眼皮底下容易產生的厭倦，在那裡可以得到無窮盡的補償。用波特萊爾引用吉斯（Guys）的話來說，「誰要是在人群中感到厭煩，誰就是蠢蛋。我再重覆一遍：誰就是蠢蛋，一個不值一顧的蠢蛋。」拱廊街是室內與街道的交接處。如果有人想談生理學的表現手法，把大街變成室內就是通俗文學被證明的手法。街道成了遊手好閒者的居所。他靠在房屋外的牆壁上，就像一般的市民在家中的四壁裡一樣安然自得。對他來說，閃閃發亮的瑤瑯商業招牌至少是牆壁上的點綴裝飾，不

觀。研究者在此用拱廊街是用以對照騎樓做為「地方」的一種可能。

亞於一個資本主義者的客廳裡的一幅油畫。牆壁就是他按住筆記本的書桌；書報亭是他的圖書館；咖啡館的階梯是他工作之餘俯視家人的陽台。……拱廊街能使遊手好閒者不致暴露在那些全然不把行人放在眼裡的四輪馬車的視野中，車內的人也不會把過路行人當成對手。因此，人們對於拱廊街的喜愛依舊不衰，其中有擠進人群中的行人，也有要求活動空間、不願放棄雅士們悠閒之樂的遊手好閒者（Benjamin, 2002）。

這是班雅明在描述工業革命後的巴黎街頭，根據此敘述至少可以歸納出幾個當時的拱廊街所具有的功能：1.提供情緒抒發的社會空間，可以與人交談、觀察他人等；2.提供遊手好閒者得到另類的生活情趣，亦是在資本主義下的無聲抗議；3.遠離汽車對行人的威脅。

有了拱廊街的生活空間，巴黎人得以遠離汽車，在裡頭遊蕩自成天地。然而，擺設在裡頭的是玻璃櫥櫃所展示的耀眼商品，當然只看不買也是遊手好閒者一個很好的休閒。尤其是把觀察他人做為一種享受，拱廊街做為一種對政局不滿力量累積之所。研究者認為拱廊街成為一種隨處閃耀著智慧的地方，智慧主要不是來自於閃亮的商品，而是周邊這些俯拾即是的大眾觀察，產生一種地方感——這就是「拱廊街是室內與街道的交接處」這個獨特的空間所散發出來的力量。

所以對照拱廊街，騎樓從物理上的外觀上，到最後它提供都市人群生活的空間，研究者認為班雅明的觀察提供研究者觀察的方向，進而產生空間的地方感與空間感。同樣地，《新光三越信義新天地人行通道研究》說明了其中一種行人的感覺，也間接說明騎樓裡的行人所可能擁有的地方感：新光三越信義新天地的人行通道具備了「串連消費」、「廣告空間」、「公共藝術」與「民眾休憩與娛樂」的功能，相較於過去人們在通過人行天橋與地下道時的形色匆匆，這裡的人行通道多了幾分閒適與愉悅，同時也拼湊出現待台北人對於生活的要求與期待。讓民眾產生了不同於以往的身體經驗，包括提供了一個「看」與「被看」的空間、舒適愉悅與尊貴的空間、清楚掌控一切的空間，而在訪問的過程中，也發現民眾非常願意停留在天橋上或坐在騎樓的椅子上看看風景、看看表演，因此我們可以說新光三越與台北市政府合力生產出一個適合的空間（舒適的天橋系統），於是改變了生活方式，改變了民眾不願意駐足天橋的生活方式，改變了民眾願意在天橋上欣賞景觀與人群的生活方式，「被生產」出來的天橋「自行生產出」台北人的新生活方式，並且對於這樣的生活方式與態度產生認同（蔡幸真，2005）。

研究者要問的是，對騎樓不一樣的使用、具有不一樣的身分、不一樣的社區，

到底這些不同是否造成騎樓地理感上差異？這就是研究騎樓另一個值得關心的議題：騎樓只是一種建築的形式，可是會隨著不同的人群而產生不一樣的空間感，這就是研究者所著重的。也就是說在不同的社會脈絡下所形塑的都市騎樓空間，會帶給人們什麼樣的地理感？

然而在騎樓空間特性裡，由於法律的規定，使得使用上出現歧見，讓騎樓空間在產權上，也既是私有且公共的空間。江大寧在《騎樓之法律地位》說明：「騎樓所屬建物之所有權人最常見的主張是：1、我有騎樓之所有權，所以騎樓當然歸我使用。2、騎樓所有人依照規定繳稅，就應該擁有使用權。而政府官員最常見的主張是：1、騎樓為供公眾通行之用，不得占為私用。2、騎樓如供公眾使用，可申請減稅，所以不得任意私用。」這樣的情形在本節一開始在西門誠品騎樓的使用例子就提到，騎樓使用方式的不同突顯了社會關係在騎樓空間的影響力，也就是因為騎樓是既開放且封閉的空間，法律與公權力未必完全參透，使得研究者初步在台北市所觀察到的騎樓使用各有不同。

對於台北市騎樓空間公權力未完全參透，研究者使用《近代都市的空間視覺化統治：以日治時期台北為例》當中所提出的觀點予以說明。蘇碩斌用 Lefebvre¹⁴「視覺化邏輯」(logics of visualization) 的概念，以視線的展布作為權力施為的工具，使空間被抽象化邏輯所支配，並抹去「全人」在空間上構築的地方感，空間因而得以發展出獨特的內在法則，不再理會具體的人之存在。也就是說在日本殖民統治的基礎上，日本人使用看起來現代化的觀點，建立台北市棋盤式筆直的道路。明亮的光線得以進入每一棟在馬路邊的房舍，但卻同時剝除在當地根深蒂固的社會關係與組織，藉以達到完全統治的目的，這就是研究者所指的公權力的參透。

蘇碩斌說明台北市在這種「數目字管理」下的地區或地域，都只是作為地圖上作業的抽象對象，而不是人類具體活動的絕對存在物，而這些區畫或變更的決定權，是在台灣總督府的技術官僚手中擬訂，而且循由合法權力交予台灣總督決定，空間的支配成為客觀、科學的產物。這樣一來，現身在都市地圖上的不是具體的人與團體，而是土地與人口資料。地方社會的人事物，都必須被視為均質性

¹⁴ 研究者整理《現代地理思想》，中文翻譯為「列斐伏爾 (Henri Lefebvre)」的法國社會學兼哲學家，主要著作討論都市狀態、日常生活，以及空間的生產。以馬克思主義敘述空間的概念，最為一般所討論的是分析三元空間概念的《空間的生產 (The Production of Space)》一書，分為「空間實踐 (spatial practice)」、「空間的再現 (representations of space)」、「再現的空間 (representational space)」。這三者用感知的 (perceived)、構想的 (conceived) 和生活的 (lived) 三個要素，由辯證關係結合在一起。

的「空間」來規畫。台北市這一套都市計劃的模式當然也從日治時期始至今，一直順應著這執政者「看不見的手」，收編（或解剖）一個又一個原本獨立的社會空間，達到統治的目的。當然這般的「視覺化邏輯」也因此不符在地人的社會空間要求，純然理性的現代空間抹煞以人為出發的身體空間，反而造成現代社會種種問題。然而，台北市的街道生活卻沒有因此而消失活力，原因為何？與騎樓空間的區域特色又有什麼關係？這就是本論文欲探索的課題。

《台灣街道空間的公共性研究---以永和市為例（蔡瑞麒，1992）》指出：「台灣街道空間的實際使用情形，和公共空間的規劃方式與法律所制定的使用規範存在著一種落差。這個落差是：私有的範疇會推擠公共的範疇，兩種力量消長的關係，造成了騎樓這個台灣獨特的街道空間，其公私範疇分布的情況呈現一種游移的狀態。我們發現，決定這個落差，並且控制公共與私人範疇彼此消長關係的，即是台灣社會的約定俗成。」其實這樣約定俗成的概念正是都市街道生活的特殊社會關係，有些現象在此社區發生，卻不一定在彼社區發生。不一樣的社區也因為彼此關係的犬牙交錯形成一種非正式的空間使用，展現出不一樣的景觀，這或許正是一種都市生活的最佳寫照，而非理性不帶人情的。這正是研究者認為騎樓區域特性裡所擁有的既是私有且公共的特殊空間性。

溫珮君（2005）在《園道的都市寫作》便指出：亞洲城市高密度的特質，使得公私活動的領域沒有明確的界線。所有的事件隨機的發生，路邊可能有熱炒的小吃攤，閒聊的人群可以把騎樓當作自己的客廳，各種活動不斷在道路中上演：遊逛、買賣、飲食等，這也是東方街道充滿魅力的主因。這些氛圍卻極少在一般林蔭大道的概念裡發現，大多人認為林蔭大道應該是像巴黎香榭大道那般優雅的消費空間，只能是兼具購物與運輸的綠帶。但亞洲的街道這種沒有明確的使用分區控管的屬性，卻使得街道如同一場嘉年華，流動而非定性，而這些混生的特質便成為都市縫合的關鍵。這就是騎樓另一個區域特性：混合使用。也就是街頭很多的非正式空間使用，填補以及過渡原本那些生硬，且權力很容易控制的到的空間。藉以增加空間與空間的友善程度，達到一種以人為尺度出發的都市社會空間。這樣的概念也類似上文所引用潘桂成所提出的「禮的空間模式」，藉由人與人之間只要不侵犯彼此，而互相禮讓，或許有點鄉愿的說法是：沒人說有問題時，就一切沒問題。這樣的空間感對於生活在台灣都市的人們來說應是相當熟悉。

更近一步，可以用陳冠中引用珍·雅克布斯所提出的觀點來看待台北：台北的混合用途、街道較密集造成的變相小街區、不同年齡建築物緊湊連綿拼貼並

存，和相對的高密度，是它的優點、是它的幸運、是它的美、是它的平易近人、其實更有智慧的現代化，所以我們喜歡生活在其中——這四點只是必要而不是全部的條件。這樣的城市美學，欣賞的是城市生活的混雜性和多樣性，是完全顛覆了我以前那種不懂生活、不近人情的現代——光亮——花園——美化——明日之城的機械化規劃主義教條。有了生機勃勃的緊湊街頭和公共空間，才有可能出現波特萊爾、班雅明和李歐梵式的步行漫遊者，而我也經常把自己當作是這樣的漫遊者，但我會更提醒自己，更關鍵的是，相對於投資者、政府、遊客以至漫遊者而言，在地工作和居住的人，他們站的才是道德權利上的最高點，城市是他們的。台北就是在這方面做得比北京、上海和香港都好太多，也解釋了它的生活質感。在這邊研究者認為台北市的騎樓**連續又普遍存在、既封閉且開放、既私有且公共、非正式空間混合使用**等區域特色，促使陳冠中文中所指的公共生活有所落實的空間，所以台北的街道才會被視為平易近人、生機勃勃。

台灣都市騎樓由於「下商上住」的混合使用，使得台灣治安比起國外大城安全許多。反觀在台灣純商業或純住宅區的騎樓也不一定安全，工商大樓下的騎樓又是另一番風景，有的時候是治安的死角，婦女擔心在夜晚早在其間；有的時候是公共安全焦點（例如，將機車逐出騎樓的政策）。很多社區公園因此成為治安的死角，鮮少人會靠近。就拿研究者曾經任教過的北市長安國中附近的松江公園、興亞公園、一江公園為例，學生放學後常聚集於此。研究者發現有幫派聚集、抽菸嚼檳榔、甚至燒報紙等行為，尤以靠近新生高架橋的興亞公園最為嚴重。研究者向校方反映時，校方說明其實這個問題已經被社區居民反映多次，而這些公園在夜間更顯得無人想靠近，成為社區令人害怕的一角。分析興亞公園所處社區，位置是高架橋邊，較少車輛經過，而巷內多為無騎樓單純住宅，店家也以汽車修護為主。在這樣封閉的純住宅社區，本來就少人走動，在加上沒有騎樓這樣的公共社區存在，居民很少會到街道上社交，處在邊陲黑暗角落的公園自然形成讓居民不會想靠近的地方。

然而對知名的萬華地區的華西街老社區，騎樓空間有時候是充滿情色文化的，「站壁的」就常常成為大家對華西街周邊老社區的印象，當然也有許多老人家在當中下棋、賭博、閒逛的場景——這些都說明了在台灣都市的騎樓不是一種風貌。縱使在現代化社會的眼裡，台灣騎樓與人行道的使用上似乎有些令人厭惡，卻是汽車縱橫街道下的「安樂國」，更是台灣都市建築豐富有變化的來源。就是因為混合使用的特性異於西方以美國為首的都市規劃，使我們的都市生活顯

得生氣勃勃，令人充滿驚艷之感；那樣的街道空間涉及了特殊的社會網絡。我們應該重新省思這一層關係，由騎樓、商家、人行道空間所組成的街道生活正是台灣都市最基礎的鄰里社會空間，研究欲針對不同的社區騎樓在本質上有所不同提出想像。

第二節 識覺行為的探討

朱啓明、楊裕富（2003）在《福建省泉州市「騎樓式建築」之研究——以符號學於騎樓式建築中的運用為例》提到：「騎樓」之所以有別於其它藝術（如繪畫、雕塑與音樂等），就在於人們不但能看到建築，更能去體會建築的空間。一個好的建築空間，能給人一種美的享受；相對的，泉州「騎樓」所特有的建築符號，同樣能體現一個地區的建築風格。就此，可以知道在騎樓這樣不大的空間裡頭，由於種種情感的交會，騎樓成為台灣鄉土經驗裡很重要的一環，可是每種型式的街道空間都可能有不同的地方感。研究者在意的是：這樣的空間與人的互動為何？在都市中不同的社區型態中，人們怎麼運用它？若真的是一種美的享受，又如何落實，進而成為地表上的景觀？

騎樓其中一個很顯著的地景就是攤販的存在，《鹽埕老壁攤的地方感及社會意涵之研究》指出：一個好場所的可貴是人們能在其中找到與之同一的歸屬感，從鹽埕老壁攤們設攤的地點，我們可以看到一組運作良好的非正式系統所形成的無名品質，置換了現代社會冷漠的疏離感，使社區公共空間散發出溫暖的場所活力並成為鄰里感情維繫的基點（施建邦，1997）。也就是老壁攤負起了珍·雅各布斯所指出的特殊街道社會空間的功能，這是研究者在本研究裡希望了解台灣的騎樓空間是否一樣能夠建立這樣的地方感。所以研究者必須先就人對地方感的產生，也就是識覺行為的建立先做了解。

潘桂成在《人本主義地理學之本質》說明識覺（perception）為：「『有所依據而接受』，表示當人與環境發生接觸時，人因接受而獲得一些資料，是依據外在實有環境現象而來的，而不是純粹由個人所虛構的。……在識覺的過程中，人與環境都市存在的實體，環境提供可視覺的資料，而人發揮能識覺的能力。」

我們常說的看見，應該包括了面前客觀的「景」，與心智裡所「見」到的東西，「看」了不一定「見」。正因為每個人在腦中有不一樣價值處理系統，個人所選擇的「看」與「見」都決定不同的行為，正如中國文學中，蘇轍的《黃州快哉亭記》：「同士生於世，使其中不自得，將何往而非病？使其中坦然不以物傷性，將何適而非快？」然而，並非每個人都「不以物喜，不以己悲。居廟堂之高，則憂其民；處江湖之遠，則憂其君（范仲淹，《岳陽樓記》）。」接受一樣的景觀，也正是因為每個人的價值體系系統不同，而呈現不一樣的行為，而不一樣的行為作用於地表空間，產生不一樣地景，再次影響人的環境識覺。

潘朝陽在《出離與歸返：淨土空間論》文中說明：「空間通過人的主體性心靈構造，實有兩種意義：其一指心靈內在的設想，並依其理性認知的取捨以及感性情緒的憎愛，空間總是在人的心靈中存在著價值色彩，……其一則指人依其心靈取向而製造空間。」在這過程當中，「人」保有主觀的允許某些資訊進入心靈構造，並且主觀的創造一種意境的空間，這正是人文主義地理學不同於僅將地理學分為人文地理與自然地理的傳統分類，人對應環境有其主觀存在的不同。

潘朝陽（2001）更分析愛德華瑞夫（Edward Relph）的海德格（Martin Heidegger）式空間思想：「由於抽象與異化的疏離，我們反而不認識原本就貼切融合於我們週遭的日常親近的生活世界，這個世界方才是真切對人而存有的世界，只要敏銳地去細聽觀察具體的周遭，他就立即對你呈現；海德格所說的『在世存有』的實踐即是：人在日常周遭具體親近的生活世界活生生地在生活實踐中彰著存有。」研究者認為這就是一種透過不斷的在生活中經驗、識覺，非無人性的「熟習上手」反射動作，而是確確實實的透過內在的心靈結構與價值系統，最後形成生活中的實踐，證明「人」的存在。

當人透過感官識覺的過程，環境的特徵便進入了「人的價值體系」，化為「經驗（Experience）」。「『經驗』乃跨越人之所以認知真實世界及建構真實世界的全部過程（段義孚，1977）。」經驗依時空的擴延和轉變而不斷增加，但人對於經驗另有一「抽象（abstraction）」機能，把實質的抽象抽離，而成無實質的形象，對原有環境簡化成「概念（concept）」（潘桂成，2009）。

潘桂成認為：「人透過概念化歷程，可以把不同時空間中經驗投至於同一空間層面中，而再建構出一個新而統一的『空間概念』，同理的，也可以把不同時間中獲得的經驗沉澱在同一時間架構中，而再建構出一個新而統一的『時間概念』，因而使人『超越』了環境的時空限制。……概念性的區域存在於人們的腦海之中，為時空概念。人對其腦海中所有的時空概念有進行『評價』的機能，而使時空概念產生『價值意義』，成為『附有價值評判的時空概念』，或稱為『價值時空（Valued Time-space）』。……價值時空的產生雖然仍依據客觀的環境資料而進行評價，但當評價時，人有絕對的『選擇權（Decision with Choice）』，而不必一定是依隨『自然萬物的反射作用』。……人的意向引導『價值空間』的『現實化』而促成了新的『景觀』。然而，價值空間仍然是存在人的腦海中理想的環境模式，必須有實踐『行為（Behavior）』才能使價值空間真正呈現。」

若用范仲淹的《岳陽樓記》為例子，縱使眼前的客觀環境的景有「若夫霪雨霏霏，連月不開」，也有「至若春和景明，波瀾不驚」，處在當中的人用「先天下之憂而憂，後天下之樂而樂」的態度（Attitude）來面對，最後選擇的行為是「越明年，政通人和，百廢具興，乃重修岳陽樓，增其舊制，刻唐賢、今人之詩賦於其上，囑予作文以記之。」此舉，等同於形成新的文化景觀，若不是這樣，宋朝的古人選擇積極面對環境的態度很難被今日的我們所體會、所識覺。當時個人的經驗難以抽象跨越時空，流傳百世，所以岳陽樓記文字與岳陽樓的存在，等於換化成空間中的文化地景，不斷影響後世，在成為新的文化地景。

「『人』實際上與『環境』直接接觸的只有兩個機會，及環境的特徵之被識覺，及人以行為在環境所創造的新文化景觀，兩者皆說明『環境是處於被動的客觀地位』，這就是『人本主義地理學』的精義所在（潘桂成，2009）。」也就是因為以人為主體作為出發，人文主義地理學觀看環境，看到了地方（place），地方是指人們發現自己、生活、產生經驗、詮釋、理解和找到意義的一連串場所（locales）（Peet, 2005）。

段義孚探討了人與地方之間的情感連帶，強調感知環境的方式。「地方之愛（Topophilia）」是個創新的詞，意思是人類對地方的愛，或更廣泛的說，是全體人類對於物質環境的情感連帶。人類以各種方式回應環境，包括了視覺和美學鑑賞，以及親身接觸。他認為，最強烈的美學經驗經常源於驚奇，但是對地景的個人持續欣賞，在混合了人類事件的記憶，或是當美學愉悅結合了科學好奇時，格外能夠持久。在地方之愛裡，人對過去的察覺很重要（Peet, 2005）。過去的察覺指的便是上文不斷強調透過識覺形成經驗，不斷抽象化概念而成的價值系統。

本研究所指的「人」的定義為何？段義孚先生指出「人」有三個層次：即個人（Individuals）、文化人群（Cultural Groups）及人類（The Human Species）（潘桂成，2009）。而本研究所指的「人」是文化人群。文化人群應該是人文主義地理研究最重要的主角，其只具有特殊共同屬性的一群人，而他們的共同屬性是後天在個人文化生活中養成的。長期在同一環境生活，每個個人可能對環境都有不一定相同的價值觀，但常常要共同應付環境內「相同的特殊狀況」，反覆為之，漸漸產生「文化共識」，表現成習慣性的「文化行為」，少數的不同意見漸漸泯滅（潘桂成，2009）。為何使用文化人群在於本研究以社區做為研究區域單位，而在不一樣社區所生活的人受環境影響往往具有較為相同的識覺行為。文化人群

對地方有「同感」而形成「相同的文化行為」，造就「相同的文化景觀」（潘桂成，2009）。所以騎樓才得成為今日我們所見之景觀。

在人與地互動的過程中，人是處於主動對環境評價的地位，人的主觀表達顯得特別重要，而偏偏人是兼具規律自然性及自由人性的個體，人與人之間在基本反應行為之外，有更大的變異性（Deviation），因而使由地方感而引出的「地方屬性」變顯得「多樣化（Variety）」（潘桂成，2009）。在這樣的脈絡底下看，用人本主義地理學研究地方或空間的重點在於了解景觀形成背後的「人」，涉及了文化、社會的思維，而把人放在環境當下的主角。環境不變的情況下，人的思想、識覺、評價可不斷的改變，「境隨心轉」，如同潘桂成所言：「空間感乃人所賦予環境的價值意義，為環境在特定的時空情景下的主觀地理知識，由人主導，但又不影響環境原有客觀地理知識的存在性和特有性。」

長期以來，受到實證科學的影響，對於事物的認知，往往追求一個理性、客觀、可驗證的「解答」，地理學也在其中受到考驗。尤其強調「區域特性」、「文化特性」的同時，好像已經失去歸納出一個可利於人類「一以貫之」的法則的意義，更何況訴諸於變動不一的「人心」。但是，研究者在人本主義地理學裡看到不一樣的思維，環境因人的存在而有意義。

在人本主義地理學，探討人的空間感與地方感，是為人處在環境當中意義的所在，要研究環境識覺，更近一步的就是要得到背後的「感」：空間原是「空之間」，人自己投入空間中，產生「自我中心空間觀（Egocentered Spatial Pattern）」幾乎是人類的普遍空間模式。因為任何人都最容易發現和體驗到其自己的位置是在環境的中心區位，所差別的只是環境邊界的大小和性質而已。空間既然可以量化，空間是動態的，人在空間內，會感到自己隨著空間的縮放而有相對區位的變動，同時感到自己和空間內的其他景點相對關係的改變。當動態的空間暫停下來的時刻，空間的邊界便因而「固定而不再變動的」，邊界範圍內乃形成獨特的個體，具有獨特的內涵，在地理意義上就是一個「地方」。因此，「空間感」與「地方感」絕非互不相關聯的，「地方感」影響「空間感」，而「空間感」也影響「地方感」。「地方」乃是「空間」中的一個地點，有明確的區位（Place means Location in Space），「空間」乃是由一個地點擴延的區域（Space means Expansion of a Place）（潘桂成，2009）。

研究者就著以上對地理感的討論，可知人對環境的感應隨心智變動、隨移動與感應的方式變動，但主導權都在個人的意識上。例如，坐在電腦桌前「地方」

的研究者，可以透過「網路空間」無遠弗屆的查詢資料，甚至觀看網路電影形成另一種對空間的想像。而坐在機車上的人們，與汽車上的人們，儘管移動一樣的路線，卻會產生不盡相同的「感」。而這些看似零散而個人的「感」，對本研究的意義就在於：當人們開始意識到自己這些獨有的「感」，與文化人群相互對照，成爲一個與環境結合在一起的，而非虛無飄渺的「唯我獨尊」。研究者當做爲環境與文化人群的中介，去發掘、與對話當中人們視之理所當然的「不知不覺」，這才是本研究的意義之所在。透過研究者的發掘與被研究者的對話，地理感始終不能跳脫客觀的環境與主觀的個體，這樣才不至於掉入實證科學一味要求通則的最終理想，與「一視同仁」的態度。

第三節 研究區的選定

本研究主要是研究台北市文化人群對騎樓景觀與社會空間的識覺，首先以騎樓景觀做為最重要的地理區域差異。然而，在騎樓的有無的不同之下，仍然有老舊社區、純住宅與純商業用途的建築之間的不同，都會構成不一樣的都市街道社區，更可能因此而產生不同的文化人群。所以藉此得以比較騎樓實質對都市居民所造成的影響，與區域之間的差異是否會受到不同類型的社區所影響。

然而依據《台北市自治法規土地使用分區管制規則》第 87 條規定：「商業區內臨接寬度達 8 公尺以上道路之建築基地，其建築物應設置騎樓，如自願退縮騎樓地，設置無遮簷人行道而不妨礙市容觀瞻者，其退縮部分得計入法定空地及院落之寬深度。」第 91 條規定：「住宅區內經市政府指定之道路，應留設騎樓或退縮留設 3.64 公尺無遮簷人行道，臨接該道路部分得免設置前院或側院或後院，其退縮部分得做為空地計算。」依據該兩條之規定，台北市之商業區及住宅區建物應保留一定寬度之騎樓，該規定為設置騎樓之強制規定。所以在這樣的都市土地使用法規前提之下，以及研究者對台北市的觀察，研究者將台北市都市街道社區作以下六種分類與選定研究區（見圖 2-1）。

在選定這六區之前，研究者在台北市區幾個相同類型的社區做觀察與調查。此六區騎樓店家都在選定的初期做過商家調查，藉以了解區域的特性與騎樓跟商業經營的關係。一般而言，台灣都市土地混合利用彼此鄰近的情形為常態在市區中呈現。研究者將台北市松江路一帶劃成四種不一樣的街道社區，這樣研究區的劃定也只是反應台灣都市的真實情況，而不特意去選擇較為封閉的社區形態（例如：成功國宅）。而老舊與新的認定在於有無電梯的存在造成建築物高低的差異，這樣的選擇也呼應台北市由東到西的發展。

然而，在台北都市由東向西的發展的過程裡，二次大戰後，台灣受到美援的影響與美軍的進駐，出現許多標榜「美式社區」的建築，其中以民生社區最為代表。民生社區就位在松山區的邊緣，民生東路底的兩側，屬於台北市發展較晚的地區，此地的建設仿美國獨棟獨戶、前有車庫的建築，最共同的特徵是無論臨主要街道與否都沒有騎樓的設計。當時以為新穎的建築，今日看起來諷刺的是都加上的遮雨棚突出人行道，可見騎樓存在台灣都市的必要性。研究者本欲選擇此處做為研究區，但考慮到將松江路一帶鄰近的不同社區做比較，可能較能突顯差異，而作罷。

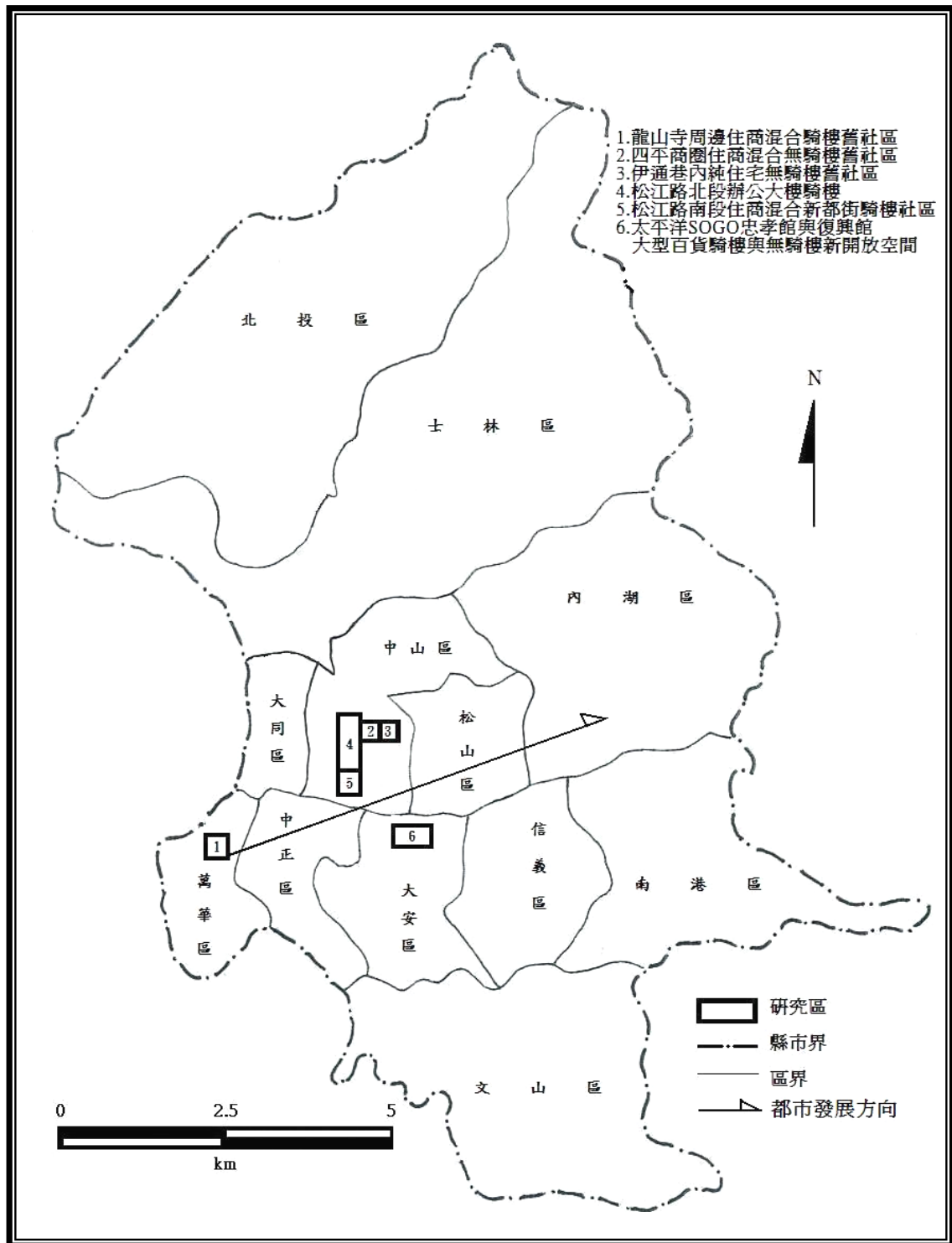


圖 2-1 台北市行政區與研究區分布圖

1.住商混合而有騎樓的舊社區型：龍山寺周邊街道社區（見圖 2-2）

以台北市的發展史、研究者實地調查來看，萬華區的龍山寺周邊街道社區今日仍是保持相當傳統的社會結構。根據陳國彥教授口述，此區早期為艋舺港口，也就是因臨淡水河而發展出的交通口岸。而做為一個港口，往往因為經濟活動的

需要，衍生而出的是對於廟宇、酒家、市場的需求。根據研究者觀察此地較為特殊的有性產業¹⁵、二手貨地攤¹⁶、宗教用品店等，形成專業街的特殊地景，如茶藝館（俗稱摸摸茶）風化街、青草巷¹⁷、佛具專業街¹⁸。本研究以龍山寺周邊街道騎樓為主，以西園路、廣州街、西昌街、桂林路四面構成。

根據圖與照片初步分析，受到區域特性的影響，此區行人多為年長者，而景觀與一樓店家也頗為多元與複雜。騎樓以臨街店面利用為主，巷內無騎樓。一樓店家有印刻、命相館、中藥房、玉器，甚至寢具嫁妝店、檳榔攤，都是比較傳統的而小店舖的經營方式。受到龍山寺的宗教機能影響，西園路集中一連串的佛具店。而草藥店、茶室林立散佈在西昌街與廣州街巷弄內，都見證過去因港口所帶來的服務需求。西昌街的觀光夜市使得這裡的店家更為多元，如手機通訊行、唱片行。



照片 2-1 西昌街街景：
西昌街設有觀光夜市，騎樓下有多間茶藝館與流鶯駐足，照片中女子見相機出現紛紛走散或躲避鏡頭。流鶯出沒的時間從早到晚，長時間在騎樓底下活動，居民大多習以為常。

¹⁵ 研究者選定龍山寺華西街一帶充滿茶藝館，是台北市著名風化區。在騎樓與街道上常可見到的俗稱「站壁仔」的阻街女郎，其消費者清一色是中老年人。根據台北市萬華區觀光簡介：「道光、咸豐年間，距離淡水河碼頭不遠處的凹仔（今華西街北段），成為船夫與碼頭工人的落腳處。於是娼寮、妓樓、酒樓便一間間次第開張起來。當時來此揮霍的客人，大多為郊商及經常航行閩浙粵等地的船夫。直到光緒年間，艋舺還是淡北最熱鬧的商港時，凹仔青樓豔妓的芳名，不僅名噪全臺灣，而且遠震福州及泉州。但直至日據時期，臺灣人的公娼制度實施後，凹仔已成為地下娼寮所在地，也是臺北市採野花最廉價的去處。」

¹⁶ 台北市著名的「賊仔市」，從清晨開始就有許多二手貨的地攤擺放在騎樓間，販賣玉器、五金等雜貨，主要消費者以老人為主。

¹⁷ 台北市萬華區觀光簡介：「青草巷位於西昌街 224 巷，因蔥綠的藥草而聞名，此巷道內約有十多家藥草店聚集，各式中藥青草材料琳瑯滿目，可說是萬華地區最專業的巷道。該巷的形成，是因艋舺開墾之初，流行疾病多，合格的中醫少，青草藥店就成為民間診療的主要機構。」

¹⁸ 經研究者實查所得，在鄰龍山寺的西園路一段上兩百公尺分布近二十家佛具專賣店，銷售神像、供桌、佛繡等。



圖 2-2 萬華區龍山寺周邊街道圖（資料來源：研究者田野調查）



照片 2-2 廣州街街景：龍山寺周邊社區店家經營方式較為傳統，常常會有佔用騎樓的情形出現，例如路邊小吃攤、棉被、行李箱等店家，都會將商品直接擺放至騎樓底下，中間留通道（此處沒有人行道的設置），而店家老闆亦站在騎樓下就近招呼客人。



照片 2-3 西園路街景：西園路是台北市知名的佛具專業街，而或許因靠近大馬路旁與店家的經營方式（很多店家是直接安裝玻璃櫥窗隔離），騎樓佔用的情形改善許多。



照片 2-4 廣州街街景：龍山寺一帶是有名的「賊仔市」，眾多的二手雜貨就擺在騎樓的地上。從早到晚都有許多居民，尤其是老人，會在此處留連。

2.住商混合而無騎樓的舊社區型：四平商圈（見圖 2-3）

根據陳國彥教授口述，此區過為和西門町發展的情況一樣，因為戲院所帶動的相關服務的店家。研究者所見，夾在松江路與伊通街的四平街街區是一個充滿傘與雨棚的社區（見照片 2-5），整個社區的商業機能主要由辦公大樓的上班族所

支撐，所以店家以飾品、成衣、小吃爲多。而也因爲沒有騎樓與人行道，市政府特別將其中兩百公尺長的四平街建設爲行人徒步區，鋪上紅磚面，且中間擺滿咖啡座與大洋傘。在其他週邊巷弄中，也是被屋簷下的路邊攤佔滿，有的賣成衣、有的賣栗子，在偶有車輛冒進來時，人行空間強烈地被壓縮（見照片 2-6）。

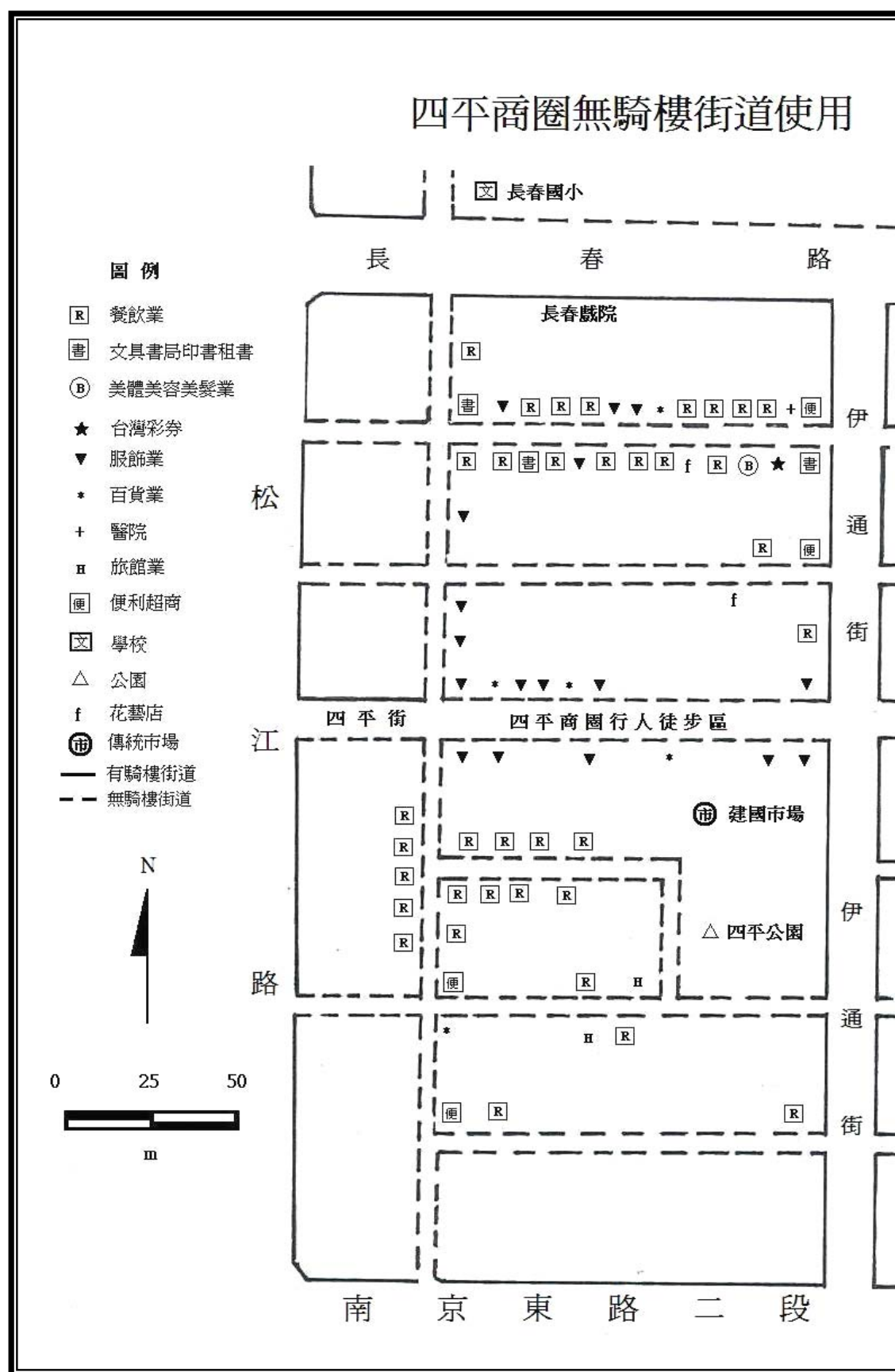
根據圖與照片初步分析，或許如陳國彥所指出的受到過去長春路上長春戲院的影響帶起周邊商圈的發展，以食、衣相關爲多。本區處於巷內，遂無騎樓，且樓房矮小，爲五樓以下，但商家眾多。比較特別的有花店和影印店，提供商辦大樓是上班族群服務。然而，巷弄中又有傳統市場、便利商店，在白天時，行人雜沓，但晚上上班人潮散去，八點後許多商家便打烊。



照片 2-5 四平商區街景：四平街就在松江路商用大樓旁，此處店家供給上班族需求，假日與晚間生意冷清。台北市政府特意營造此處成爲行人徒步區，商家都會把商品直接擺到人行馬路上，中間擺上坐椅與洋傘。



照片 2-6 四平商區街景：沒有騎樓與人行道的情形下，大量採用活動式遮雨棚，以利商業活動進行，店家卻也藉此大量佔用道路。此處在徒步區街口，若有車輛進入，行人空間嚴重被壓縮。用餐時間一到，寸步難行。



徒 2-3 四平商圈周邊街道圖 (資料來源：研究者田野調查與大台北全覽百科地圖)

3.純住宅而無騎樓的舊社區型：伊通街住宅社區（見圖 2-4）

伊通街無騎樓社區夾在伊通街與建國北路之間，純住宅社區離大馬路約百餘公尺，僅有巷口有餐飲店與小酒吧。據實地調查有洗衣店、漫畫租書店、美容館等存在，平均約一條巷一家，有的巷子內完全沒有店家。因此少有路過行人經過，出沒多為當地住戶。不論白天或夜晚，巷弄中停放車輛頗多，幾乎成為社區的停車場，巷內都以單向通行為主。也由於單純的住宅功能，過往車輛也以巷口的伊通街為主，較少會有車輛選擇通過狹窄的巷內，而造成人閃車的現象。儘管停在巷內的車輛不是對行人造成太大的威脅，但人行空間被切割，夜晚有些巷弄並無照明路燈，略顯昏暗。停滿車輛的巷道，也因而少有行人行經其間。

台灣都市空間的利用方式大多是以住商混合的型態存在，而受到台北市的人口密集影響，縱使是住宅區，商業活動仍會零星地出現在的巷弄中。研究者選定伊通街周圍住宅區，位於松江路商用大樓後，幾乎都是五樓以下無電梯的舊住宅公寓。一樓仍有零星店家¹⁹，少數建商改建的住宅大樓突兀在小巷弄裡，研究者認為其可以做為台北市典型的純住宅而無騎樓的舊社區型。



照片 2-7 伊通社區巷弄：無論白天晚上，此處往往停滿車輛，由於車道小，外來車輛並不多，而路上行人也多為當地居民。

¹⁹ 為提供辦公大樓消費族群，這些店家以一些小酒館、咖啡廳、餐飲為多，也有漫畫店與美體沙龍。



照片 2-8 伊通社區巷弄：此處無騎樓住宅社區景觀在台北市巷弄中頗為常見。多設置為單行道，卻不見有任何人行道的設置。



照片 2-9 伊通社區巷弄：由研究者晚間所拍到的照片，清楚可知此處夜間無照明，但離人潮眾多的商街不遠。

伊通住宅社區無騎樓街道使用

The map illustrates the street layout and building distribution in the Itong Residential Community. The main streets are Changchun Road (長春路) at the top, Nanjing East Road Segment 2 (南京東路二段) at the bottom, and Yitong Street (伊通街) running vertically on the left. A dashed line indicates the location of Shidali Daitong High School (市立大同高中). Various land use symbols are placed within the building footprints, corresponding to the legend.

圖例

- [R] 餐飲業
- [書] 文具書局印書租書
- (B) 美體美容美髮業
- 里 里辦公室
- ▼ 服飾業
- (廣) 廣告公司
- [藥] 藥局
- [衣] 洗衣店
- [文] 學校
- 有騎樓街道
- - - 無騎樓街道

圖 2-4 伊通街純住宅無騎樓社區周邊街道圖（資料來源：研究者田野調查）

4.高級辦公大樓的騎樓：松江路北側社區（見圖 2-5）

研究者選定松江路長安東路至長春路路段做為研究區。在這一段路上經筆者調查有二十六家銀行分布在約七百公尺的道路兩旁，而均建有挑高騎樓。這樣的密度不管是放在哪裡，都是很驚人的，這也突顯其社區作為純商業用的區域特色。由於為純辦公大樓，到了夜晚下班後，騎樓下人行稀少、燈火昏暗。在大樓地下室或其中有特種行業經營，在騎樓下有門房駐足。另外，也有汽車展示中心、以及航空公司，這些服務的店家在其他區域較少見，松江路交通便利與辦公大樓林立，也促使這樣的服務機能產生。



照片 2-10 松江路北側街景：此區為辦公用大樓，夜晚少有人在其中。但有幾間大樓裡有酒店與特種行業營業所，夜間大樓前停滿高級轎車。



照片 2-11 松江路北側街景：與松江路南側同樣人行道上另設置機車停車格，而少見店家占用騎樓。沒強制執行機車退出騎樓政策，仍有機車成排停放。

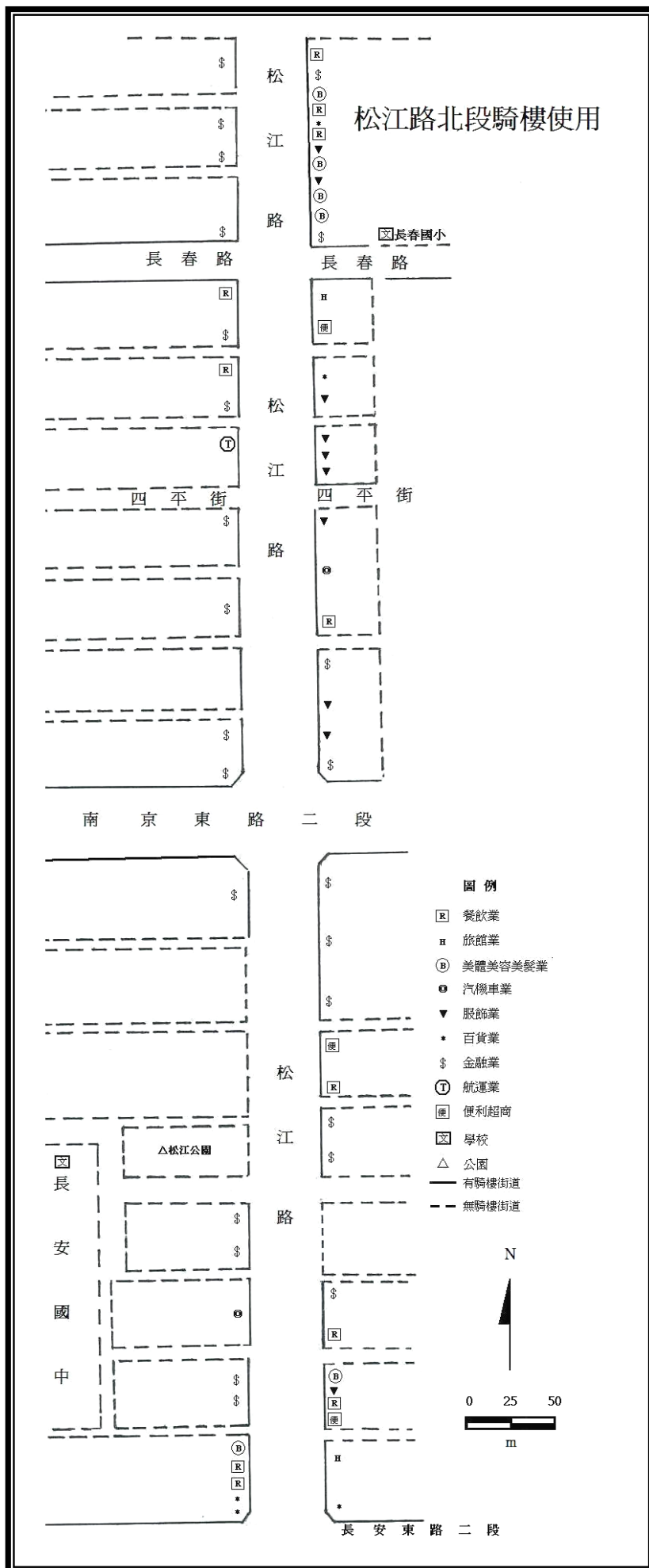


圖 2-5 松江路北側商
用辦公大樓社區街道
圖（資料來源：研究
者田野調查）

5.住商混合而有騎樓的新都街型：松江路南側社區（見圖 2-6）

松江路，在市民大道與長春路之間，約有一公里長，幾乎都由十層樓以上大樓構成。研究者選定長安東路以南至八德路此段約三百公尺，多為「下商上住」建築。經研究者實察也有一些小電子設備公司在大樓裡，因鄰近光華商場而存在。

臨街建築從外觀上，與松江路北側不同，不是玻璃帷幕，而是一房一窗對外的住宅大樓。樓下有管理員，在住宅大樓裡又充滿著小公司行號與住家，也有不少旅行社藏身其中。此社區與研究者分類的舊社區最大差別在於建築物高上許多，擁有電梯，且有多家公司行號與一般住家混合在二樓以上的空間。

在這樣的環境裡，進出大樓的人複雜且頻繁，而這些人與單純行經騎樓的人又有所不同，多會進入大樓又透過電梯移動，所以需要有門房的看顧。可是也因此兼具辦公大樓的特性，夜間行人甚少，僅有居民出入。一樓店家根據研究者調查，多為便利商店、洗衣店、早餐店、便當店、餐廳等社區服務性的商家，南邊近光華商場也有數家電腦維修中心，店鋪的店面也比起其他區域來的大。相對的此區的婚紗業、汽車展示中心與貨運公司的設立，都證實此地的交通便捷，東西可通市民大道高架橋，南北可通建國南北高架橋直達高速公路。



照片 2-12 松江路南側街景：此處多為住商混合大樓，騎樓挑高、明亮，鄰近大街，又設置寬敞人行道。



照片 2-13 松江路南側
街景：人行道另設置機
車停車格，而也少見店
家占用騎樓。

松江路南段騎樓街道使用

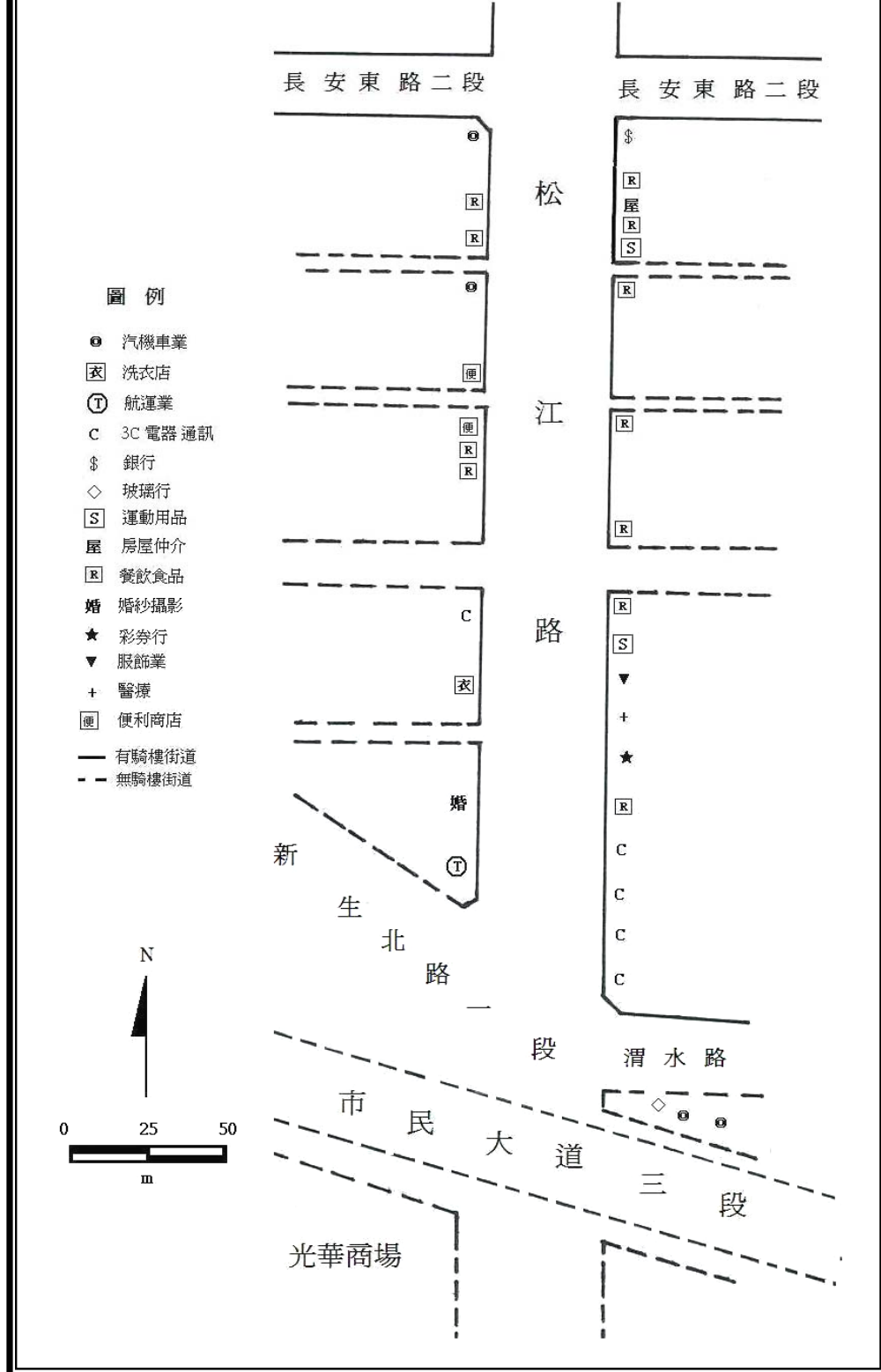


圖 2-6 松江路南側商用辦公大樓社區街道圖（資料來源：研究者田野調查）

6.大型百貨公司的騎樓與無騎樓的新大型開放空間：太平洋 SOGO 忠孝館與復興館（見圖 2-7）

研究者選定帶動東區發展的太平洋 SOGO 忠孝館騎樓作為研究區。於 1987 年 11 月 11 日，SOGO 百貨忠孝館的成立正式開幕，使得當時本來舊市區在西邊的台北市向東開發，台北「東區」成為時尚的象徵。地上十二樓、地下三樓，以今日台灣百貨公司的規模來看仍是相當具規模，唯一缺點在於設計較為早期，樓板面積與樓層高度較小，不同於今日市政府周邊的新建百貨的挑高寬闊，如 101、新光三越信義新天地。

它所擁有騎樓也顯得與眾不同，定時有報鐘的表演的騎樓廣場設計是其特色。廣場前為捷運出口，放置花盆、座椅與忠孝東路隔開。此處的騎樓成為自成一格，可以說是廣場與騎樓的結合。加上百貨公司的刻意經營，使得很多顧客與行人會選擇坐在此休閒，有些人就直接把這裡當做約會的地點。

位於忠孝東路與復興路交叉口，忠孝館斜對面的太平洋 SOGO 百貨復興館，的 2006 年底開幕，整體設計以「都市之玉」的形象建築，外觀上非常現代化，前廣場無騎樓建築與忠孝館比起來更顯開闊。在開幕期間，以捷運木柵線與板南線連結的共構站為號召，也因此大廣場前來來往往的通勤族眾多。而此處的廣場完全採用露天方式，整體近乎沒有一絲遮蔽，僅在入口處有一塊雨棚。雖然沒有騎樓，可是捷運站有出口直接設於百貨公司內，以例行人通行。在廣場一邊掛上電視牆，不定期舉辦活動，例如：產品發表會、運動賽直播。在廣場的四周皆有設置花台與水泥座椅，這樣做為廣場與馬路間的區隔。

陳國彥指出：現代百貨的發展與捷運交通密不可分，在日本，很多大型百貨自建地鐵路線，並且沿途營運收費。若百貨公司不在捷運的出入口，相對營運較為不利。就研究者觀察，台北市不在捷運出口的百貨公司除了加強停車方便的概念外，往往為了市場區隔，向金字塔頂端的客戶靠攏，如 101 購物中心與微風百貨。由於這兩家百貨平時的逛街購物人潮較少，會透過訴諸於隱私的購物環境、「白金之夜」²⁰的 VIP 活動。

²⁰ 研究者常在微風廣場購物，而有曾接受到「白金之夜」的邀請卡。此活動的訴求是邀請消費額較高的顧客，於全館封館的特定時間前往專屬消費，給予悠閒的購物空間並舉辦如 party 的晚宴氣氛，鼓勵客戶在當晚大量消費。



照片 2-14 太平洋 SOGO
忠孝館：廣場與捷運出口
旁設置多張坐椅，最外圍
放置固定式花台。



照片 2-15 太平洋 SOGO
忠孝館：將騎樓作為重要的
營業展示空間，不僅在
每期活動當中佈置整體
騎樓空間，也常常不定期
在騎樓空間舉辦展售
會、簽唱會等。也提供座
椅讓行人休息。



照片 2-16 太平洋 SOGO
忠孝館：此處為百貨公司
後門，由於沒有騎樓的設
置，週年慶期間另行搭建
帳篷以利顧客領取商品
與消費活動。



照片 2-17 太平洋 SOGO 復興館：整個出入口減少騎樓的功能性後，動線上幾乎沒有停留的空間。少了騎樓，外牆整面做為品牌的廣告版，玻璃櫥窗前駐足觀看的人並不多。



照片 2-18 太平洋 SOGO 復興館：與捷運站連成一體，每當一班車進站廣場上人潮眾多。但過一會兒廣場幾乎沒人駐足，與忠孝館騎樓下的遊客眾多大相逕庭。



圖 2-19 太平洋 SOGO 復興館：對照百貨公司與捷運出入口，捷運出口有騎樓，而百貨出口僅有小雨棚，在沒有捷運人潮的情況下，整個廣場上冷冷清清。

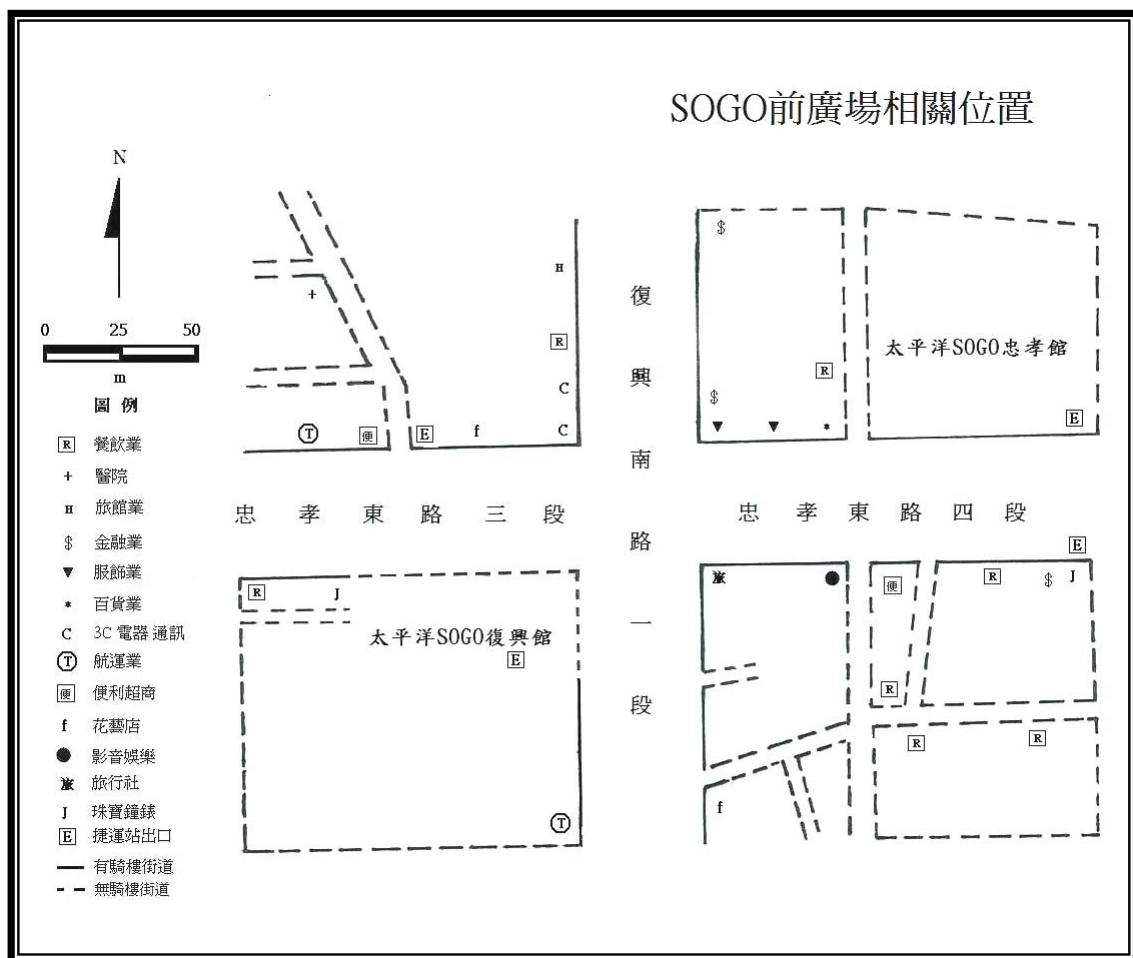


圖 2-7 SOGO 商圈街道圖（資料來源：研究者田野調查與大台北全覽百科地圖）

第四節 研究架構

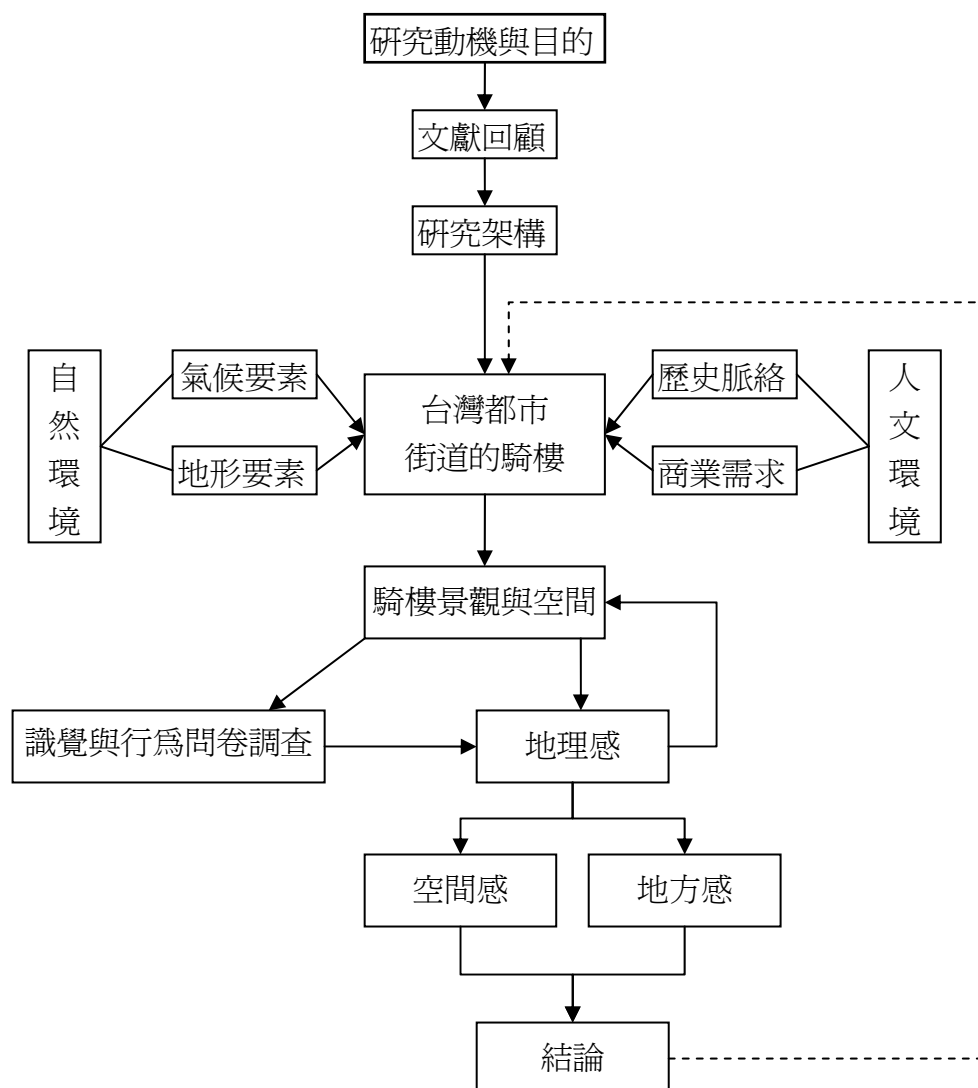


圖 2-8 研究架構圖

回顧本研究動機與目的，研究者希望藉由「可見的」都市騎樓景觀，以及不同的人群與社區對騎樓景觀的反應，得到台灣都市文化人群對騎樓的地方感與空間感。然而，這樣可以達到對騎樓空間使用與經營上的另一種理解，而非僅只於物理現象的描述或分析，而是將人地互動所成的「環境」做人心智作用下的理解。這樣的前提下，研究者大量使用人本主義地理學做為理論基礎。

再者，研究者透過騎樓本身的建築成因先做分析，以利進行騎樓的分類與初步的景觀描述。當然，這樣的分析未能解決騎樓景觀存在的「實然」與「必然」，重點是人的心理與決策決定騎樓的去留，更牽涉使用上的不同。所以研究者必須了解走在騎樓的人群怎麼看待騎樓，對其中的景觀如何「意識」。當這些意識透

過研究者有意地收集、訪談與分析，可以得到較為完整的騎樓識覺。畢竟多數人生活在習以為常的空間當中，早已難以察覺自己腦中這一套與眾不同的地理感。研究者在此說是與眾不同，意指在相同文化脈絡與生活空間下共同的經驗所形成，這樣的經驗往往不是跨全人類與任何空間的，這正是研究者聚焦在都市騎樓景觀的原因之一。

首先，研究者藉由身為行人與帶理論主觀的觀察者兩者合一，成為設計問卷的基礎。研究者這樣的觀察，最終須經過行走、生活在台北市騎樓的人群喜好反應做對照，此處所說的喜好反應是指對實際可見、在騎樓發生的景觀喜好。由可見的景觀，理解不可見的「感」，透過這樣來驗證「主觀的客觀」。每個人對空間的理解本應是主觀的，但如果這些主觀可以透過分析與訪談，最終卻也在某種程度上的形成「共識」，這就用來支持研究者本來對騎樓帶有理論的主觀觀察，讓本研究達到主觀的客觀。

最後將理論、研究者本身與台北都市騎樓間生息的人群，三方透過本研究得出騎樓的地理感，而地理感又為空間感與地方感所構成，這就是研究者希冀指出的人地互動所成的「環境」做人心智作用下的理解。這樣一直不斷識覺與投射在地表環境的循環過程，就是騎樓因此成為「現在」的景觀，這樣的景觀也將隨著不同時空的文化人群做改變，人與地不斷交互作用對環境的改變成為循環。所以騎樓空間絕非僅僅地客觀存在，而是透過人腦中意識而「存在」。

第五節 研究方法

潘桂成在「經驗透視中的空間和地方」譯序中說明：「人本主義地理學者應搜集『人對地理區的地理感資料』，以說明地理區的主觀的空間感與地方感。而問題就出在這些地理感的資料方面，地理感的資料存在於人的心靈之內，只有各個人的自省而心知肚明，不像客觀的地理資料般顯而易見，這使人本主義地理學的研究比較困難。然而，所謂比較困難亦僅止於比較不直接用地理區的資料而已，因為藏在於人的心靈深處的地理感，都是他對環境經驗所演化成的價值觀，這價值觀中必以行為表達於生活環境之中，因為人絕不可能完全與實在的時空環境脫離關係也，而人本主義地理學者便可藉著『人對環境的價值回應行為所表達的資料而透視人的地理感』，從而說地理區的主觀的空間感與地方感。（見下圖 2-9）」藉由此方法論，本研究將人之行為與地景做結合，本文將騎樓視為都市人們生活重要的地方，對於地方產生認同，最後產生獨特的地理感，將這個街道生活環境成為特殊的社會空間。

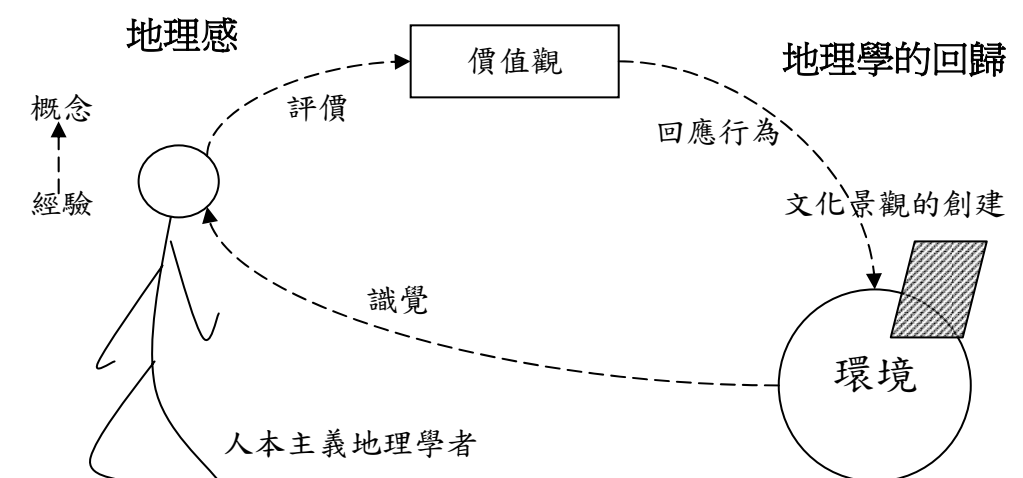


圖 2-9 地理感與價值觀的回應

資料來源：改繪自潘桂成《人本主義地理學之本質》

在本文的緒論利用文獻回顧，得以瞭解：在騎樓研究中，一般大眾如何運用騎樓空間，與過去研究者對騎樓所提出的發問，藉以了解部分人對騎樓的環境識覺。再者，研究者親身到六個研究區隨機於早中晚不同時段，多次至各區做地理

實察，直接獲取騎樓空間區域性的主觀資料，也就是說做為一個研究者觀察騎樓空間，進而對它提出騎樓空間的區域特性之看法，——當然研究者在某種程度也可視為是文化人群的一環。這樣的觀察與文獻回顧分析成為騎樓景觀的社會空間性。

根據文獻回顧以及地理實察，提出問題設計問卷，問卷的題目是針對「可見的」景觀作發問。進一步去探索不同社區、不同身分的人群對騎樓景觀，與當中所出現的地景回應設計問卷，藉以此方式獲得文化人群的空間感與地方感——人本主義地理學者亦應「投身」入於「地方」之中，除能再用客觀的態度研究地方的文化人群的主觀感性外，更能因親身體會「地方感」，而愈有所感（潘桂成，2009）。當然在訪談的過程中，研究者不斷地與受訪者做互動，並且做觀察，在互動與訪談的過程中了解受訪者對騎樓的環境識覺，藉以得到較質性的資料，以利於接下來空間感與地方感的分析。也就是藉由問卷「量」的資料得以支持「文化人群」在「質」上的普遍識覺，再加以分析當中的「地理感」，而又將地理感分為「空間感」與「地方感」。

人本主義地理學者認為「該地方的人」直接與地方特性發生感性的聯繫，而以「識覺地方」、「評價地方」、和用「再建構地方」的心情賦予該地方一種「主觀感性的價值意義」，就是「地方感」。「地方感」不是「地方的客觀屬性」，也不純是「人的主觀幻象」，而是由於人與地互動所產生的「情境的現象」（潘桂成，2009）。也就是因為如此，研究者才將不同的社區與人群放在不同的情境下做理解，各種地方感必須放在環境下做考量，而不是抽離的客觀與專斷的主觀。

根據種種「可見的」景觀作發問，了解行人、店家、上班族、居民不同人群的看法。首先，研究者就六個不同的區域選擇社區居民、上班族、路人、店家經營者做問卷調查，而此問卷定稿前，也已經過研究者六個區域實地抽樣預試 24 個樣本做為修正依據，修訂為附錄一的問卷內容。基本上分為三大部分，第一部分是基本資料；第二部份為共同感觀；第三部份是針對在社區當中不同身分的人做分類回答，並延伸第二部分更細緻做了解。然而針對問卷量的分析後，研究者再行將比較有疑問的問題做訪問。

在 2008 年 4 月到 6 月兩個多月之間，研究者親自至街頭不定時抽樣六個區域的樣本，但是有兩點受限：一、礙於學生族群多於一清早便進入校園；二、百貨公司保全的攔阻。在這樣的限制之下，研究者的問卷調查多利用午後至晚間進行訪問，例如：sogo 百貨廣場就因為皆被保全警告離開，便多次利用十點過後，

和停留在廣場的人做訪談，或於百貨公司的營業時間，選擇在靠廣場兩旁不遠處的路口做訪談。

訪問的對象，研究者採步行非定點的方式隨機採樣。扣除回答不完全與無效樣本，本研究於六區共回收 205 份有效樣本做為分析依據，平均每區都有 30 份以上的有效樣本，並將所有問卷結果以累積次數的方式記錄。

對照「屬於何種身分來此」的累積人數表（見下表 2-1），與研究區的區域特性非常符合，例如：在伊通街與松江路南段社區，訪問到的大多都是社區居民，與住宅社區吻合，這也說明研究者抽樣呈現不同社區間的「社會差異」，以增強騎樓做為社會空間的想法。

表 2-1 屬於何種身分累積人數

	社區居民	上班族	路人	店家經營者
伊通 ²¹	21	7	6	0
SOGO ²²	4	9	20	0
松北 ²³	6	14	12	3
松南 ²⁴	17	5	10	0
萬華 ²⁵	12	8	8	7
四平 ²⁶	8	12	5	11
合計	68	55	61	21

收集各區的資料，我們得以用來比較各研究區對文化人群所造成的差異。然而各區也有不同身分的人群在其中，我們也將以不同身分的人做分析，以便了解分析之間的差異性，而非等同地來看待。

²¹將純住宅而無騎樓的舊社區型的伊通街研究區簡稱為「伊通」。

²²大型百貨公司的騎樓的忠孝 sogo，與無騎樓的新大型開放空間復興 sogo 地區共同獲得的 SOGO 商圈資料簡稱為「SOGO」。

²³高級辦公大樓的騎樓松江路北段簡稱為「松北」。

²⁴住商混合而有騎樓的新都街型騎樓松江路南段簡稱為「松南」。

²⁵住商混合而有騎樓的舊社區型的龍山寺周邊簡稱「萬華」。

²⁶純商業無騎樓社區四平商圈簡稱「四平」。

第三章 騎樓的社會空間區位

台灣總督於 1936 年公布之《台灣都市計畫令》第 33 條規定，都市計畫區域內凡沿行政官廳所指定之道路，建築建築物者，應依照規定設置亭仔腳或類似之設備。民國 36 年首次公布，54 年修正公布之台灣省建築管理規則，即有商業區面臨 7 公尺寬以上計劃道路之建築基地，應一律設置騎樓或庇廊，否則應讓出其寬度退後建築。同時亦規定騎樓或庇廊所佔之面積，計算空地比率時，得不計入基地面積及建築面積之內，由於此一規定具有鼓勵興建騎樓之作用，因此都市之建築不設騎樓者極少，並形成台灣都市建築之特色（台北市建管處）。

《土地稅減免規則》第 10 條規定：「供公共通行之騎樓走廊地，無建築改良物者，應免徵地價稅，有建築改良物者，依左列規定減徵地價稅。一、地上有建築改良物一層者，減徵二分之一。二、地上有建築改良物二層者，減徵三分之一。三、地上有建築改良物三層者，減徵四分之一。四、地上有建築改良物四層以上者，減徵五分之一。」

設置騎樓之功用有二：一是在私人土地上留行人通道，可減省道路上再設人行道之必要，而節省政府之道路建築費用；二是騎樓上有遮蓋，可免行人受日晒雨淋之苦，而若以現況而言，它是提供機車停放之良好場所。在人行道被違規機車停放、下雨天時，人行道幾乎是失去作用，所以騎樓除了是商家所有以外，必須讓行人自由穿梭，等同於家門前常常會有陌生人走動。

以「騎樓」所存在的地理位置言，是非常獨特的，因為它不像一般的地理景觀，而具有很大的不確定性，本章指出至少有四種頗為模糊的空間區位。

第一節 住宅的延伸

「騎樓」的地權為建築體所有，故一樓的住戶或店家往往會認為是物業的一部份，造成下意識的佔有行為。例如：店家會擺座椅、有人會跟門前的攤費收租、認為這是專用的車位。台北人心中的騎樓經驗與感受：最深刻的就是「機車凌亂的停放」、「商家路霸」、「不易行走」，公共空間私人的佔用，導致民眾通行時的不順暢，以致台北人在行走經驗都非常不好（蔡幸真，2005）。也因此常常隨著騎樓所有權人的不同使用，而顯得雜亂無章。各住戶騎樓地面的建材質料固然不同，裝飾差異，甚至高低不平，有的乾脆違章而把騎樓整個封擋起來，使得

行人只好繞道人行道或馬路，險象環生。

事實上，在台灣都市的一樓，大多作為店面，不論是業主的前舖後居，或整體店面出租，店家大門一出常常就是騎樓，騎樓被佔用的情況非常普遍。例如《蘋果日報》的報導：廖小姐說，她住在台北市寧波東街上，鄰近的 85 度 C 寧波東店，因店內空間狹小，無空間擺放桌椅供消費者使用，因此店家在二側騎樓各擺放了 2 到 3 張營業用的桌子及數張椅子，幾乎已佔用了騎樓一半的空間，且店家還自行搭設遮陽簾，使坐在騎樓喝咖啡的客人可避免太陽照射之苦，卻影響附近居民進出，「這種情形已經持續 1、2 個月了」、「椅子擺成這樣，真的造成居民、行人的不便。」這家著名連鎖咖啡蛋糕店遭民眾投訴，阻礙行人通行。記者調查，不僅寧波東店如此，北縣板橋大仁店、板橋文化店也有相同佔用騎樓的狀況，這兩家店店內設有用餐區，可能是生意太好及部分消費者吸菸，因此業者將部分桌椅擺到騎樓。業者美食達人公司表示，他們規定門市不可佔用騎樓，會要求違規的門市盡速改善，也會對全台 320 家門市發布公文，要求門市不得將桌椅擺放在騎樓。警政署交通組表示，業者佔用騎樓已違反《道路交通管理處罰條例》，民眾可向當地派出所投訴組檢舉。

此外，常見的路霸行為包括：拿花盆、腳踏車佔用停車位；設置路障侵佔巷道；放置廣告看板、廣告車輛。對照陳國彥教授的說法，認為自由、平等的同時，也對於騎樓為店家或住宅延伸做宣示。「這是我家的門口，我要怎麼用是我家的事，行人走人行道或過得去就好啦！」有這樣心聲的店家也不在少數（見照片 3-1）。



照片 3-1 萬華龍山寺鄰街的億萬里百貨：商家將商品任意擺放至騎樓，而此處又沒設置人行道，行人通過時顯得十分侷促。商家更將廣告貼滿樑柱，看板掛在騎樓下，這些行為都顯現出一般商家對騎樓使用上，認為是住宅的延伸。



照片 3-2 西昌街騎樓攤販：台灣都市裡有很多攤販其實都是跟一樓店家租前方的騎樓做使用，也證明就算法律規範騎樓只能公用，很多人還是做為私人營業的用地。

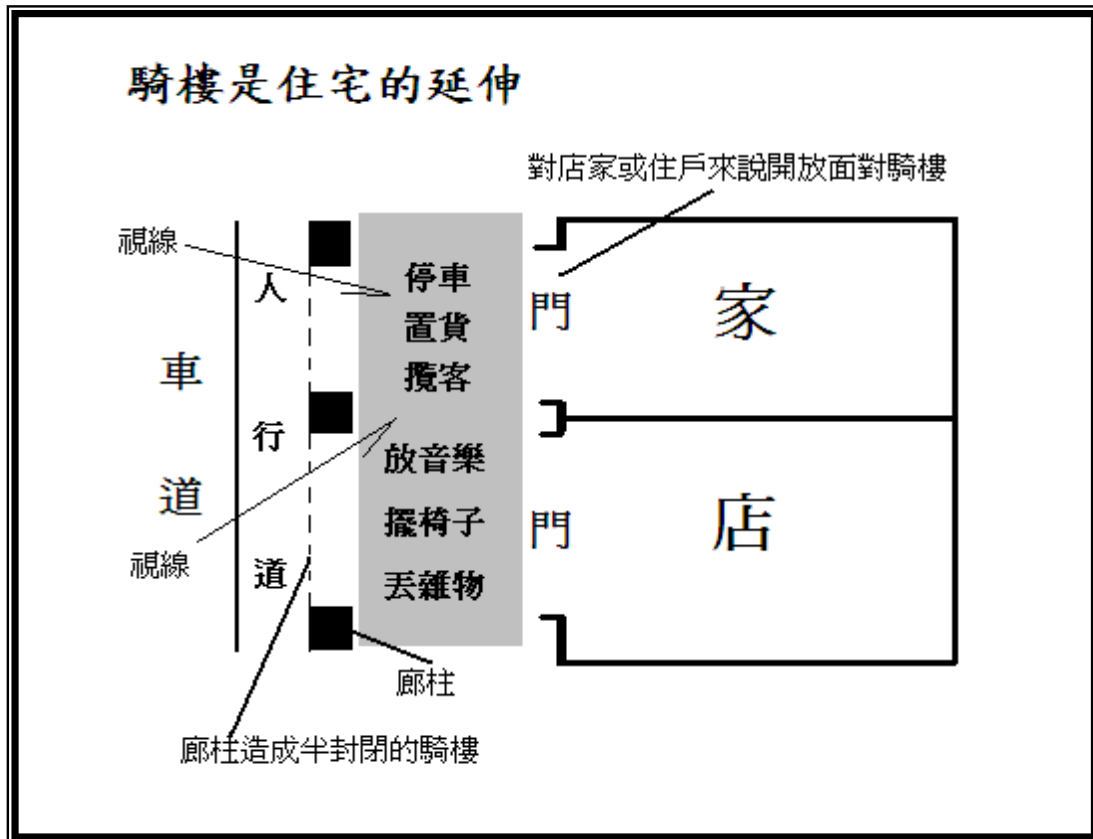


圖 3-1 騎樓為住宅空間延伸示意

見上圖 3-1，在廊柱的包圍下，騎樓不管是視角或行人出入都會形成某種程度地半封閉空間，加上陽光因遮掩不容易射入，形成一種產權、視線等模糊地帶。可是在一般人相對不易進入的情況下，正對的大門的住戶不管是店家或是住家，

都是開放的，往往使得居住於其內的住戶會「濫用」騎樓，產生許多公用私用混合的情形。而行人又是來來去去，對於騎樓濫用造成的一時之不便，也往往選擇「氣在心裡口難開」。

一般公權力對這種騎樓被當成住宅延伸空間的概念也是「不要太超過就好」，所以形成騎樓裡許多佔用的行為。簡單來說就是騎樓一樓住戶或店家佔住了「就在我門口」的區位，在使用上當然等同於優先使用，然而如果不是騎樓的半封閉狀態、能遮風避雨、又較不容易被發現佔用，其實私有的使用相對會少很多。因為如行人道等開放性的空間，刮風下雨，誰也不捨得把自己的東西往那上面擺。

而對於將騎樓是為住宅的延伸，而產生佔用的情形，研究者也舉停車、置貨、攬客、放音樂、擺椅子、丟雜物等幾項常見的景觀為例。通常騎樓停車的問題實在是層出不窮，以研究者經驗與觀察，若於私家車沒停在騎樓的時候，有人會在騎樓的地上或前方擺上「出入口請勿停車」或「私有地」等字樣，甚至是拉線以阻擋他人車輛停放。如果對方還是執意要停，往往會有車身被刮、輪胎被洩氣等事情發生。研究者就有一次將機車停在台北後火車站鄭州路上的機車停車格，因為停放時間較長，而後來其他的騎士在牽車時，將研究者機車亂停在騎樓下，之後在騎樓邊上的廊柱發現時，坐墊已經被割開破壞。若騎樓為公用，那麼所有違規的行為應由警方做取締，而在研究者的例子當中，就是因為很多店家與住戶都認為：騎樓是我家的，敢給我停車，你試試看。甚至有人就在騎樓做起停車收費的生意，如九份，有人甚至認為：連我家門前的停車格也是我的，而放路霸。

在騎樓置貨、攬客、放音樂、擺椅子與丟雜物的情形往往與商業的經營息息相關。在很多店家的門口都會擺上可移動的花車或置物架，椅子也是差不多，做生意時，便通通擺到店門口。椅子往往擺在騎樓邊上（照片 3-3），這樣一來不會擋住客人進到店裡的通道，二來又可以阻擋騎樓被機車的佔用。但是，花車與置物架就會放在靠店的這一邊，藉以吸引行人進入店內，而在此攬客、發傳單、放點菜告示牌等的行為也有異曲同工之妙，都是在騎樓公用的法規下的模糊地帶。而放音樂這樣的情事，在很多飲料店都如法炮製，甚至擺上液晶銀幕供行人觀看，放得很大聲，吸引行人。聽音樂在一般情形大家不會把它放到街上，然而在某種程度上等同宣示「這是我地盤」。把不要的或髒的東西往前擺到騎樓，就研究者所觀察，以機車行維修的機油桶就普遍常常有這樣的景象，待價而沽的二手機車也一字排開停在騎樓裡。



照片 3-3 吳興街巷
內路霸街景：吳興街巷
內雖然不是很寬敞，卻
仍可見到騎樓的存在。
此處擺上椅子、點
菜告示牌、盆栽，藉
以公用騎樓做為餐
廳門面營造的一部份。
藉以阻擋其他人的
佔用，如機車。

第二節 緩衝地帶

「騎樓」的立柱就在馬路的旁邊，故在住宅或店面與馬路之間，便出現不連接的緩衝地帶，雖然寬度不大，但至少馬路上交通工具的擾攘，不致直接影響住宅或店面內比較優閒的生活活動。尤其是在交通繁忙的道路上，騎樓的緩衝空間狀態更為明顯。這與工業革命後在巴黎街頭的拱廊街的生活空間---「拱廊街是室內與街道的交接處」，有異曲同工之妙。故空間意義上，略為呈現「住宅或店面與馬路、人與車」之間的分隔作用。

另一方面，從室內到室外、從私領域到公領域、騎樓都發揮其緩衝位置的作用。例如當有客人來訪時，可在騎樓決定是否讓他進入家中，尤其是對較為陌生如推銷員的訪客，騎樓的確是釐清彼此關係或相關事務的最佳地點。當家中有人來訪，結束送客時，不會只是把客人從出家門，而總會在騎樓在寒暄上幾句：「有空再來坐坐！」此刻，騎樓成為一種儀式上的意義，代表主人家的好禮。



照片 3-4 廣州街銀行前路霸街景：為了分隔使騎樓不被機車佔用，以保持暢通，這間台灣企銀使用花台隔開馬路與騎樓，但這樣做確實使得街上的車難以靠近，保護行人。

2008 年 6 月 14 日，在研究者所調查的松江路研究區，發生花旗銀行搶案，《自由時報》報導「狙擊保全 銀行沒搶成落跑」：2 名共乘機車的持槍搶匪在北市南京東路花旗銀行松江分行向保全員開槍行搶，2 名保全員幸運毫髮無傷，搶匪未得手分毫即騎車逃逸，疑似作案車輛隨後被尋獲，轄區中山警分局已成立專案小組偵辦。衛豐保全員呂國駿提一袋運鈔袋和保全組長楊宗翰從銀行正門走出，搶匪已站在騎樓外等候，搶匪對空先開 1 槍，2 名保全員聽見槍聲，馬上轉

身往銀行裡跑，搶匪隨即瞄準持運鈔袋的呂國駿下肢射擊，但未能擊中，只擊裂右側玻璃門。保全員跑進銀行後，開槍歹徒回身坐上接應同夥的機車，向西逃。

在上文的銀行搶案新聞，搶犯由於騎樓的存在使得機車無法直接進入銀行門口，而保全人員也因此獲得緩衝空間的保護，在這樣的緩衝空間裡行人可以不用面對車水馬龍的街道，在此案例裡，也充分表現另類的保護。



照片 3-5 無騎樓巷弄：
台北市有很多巷道採取無騎樓的單行道，又無人行道的設立，這樣的巷子行人一出大門便需小心後方來車。很多巷弄的飛車搶案也發生在這樣的場景。此圖用來對照騎樓做為緩衝地帶的特色。



照片 3-6 松江路花旗銀行騎樓：研究者就上述搶案發生的騎樓做拍攝，在騎樓的外頭就是車道，而也因為騎樓的緩衝性使得歹徒無法得逞。

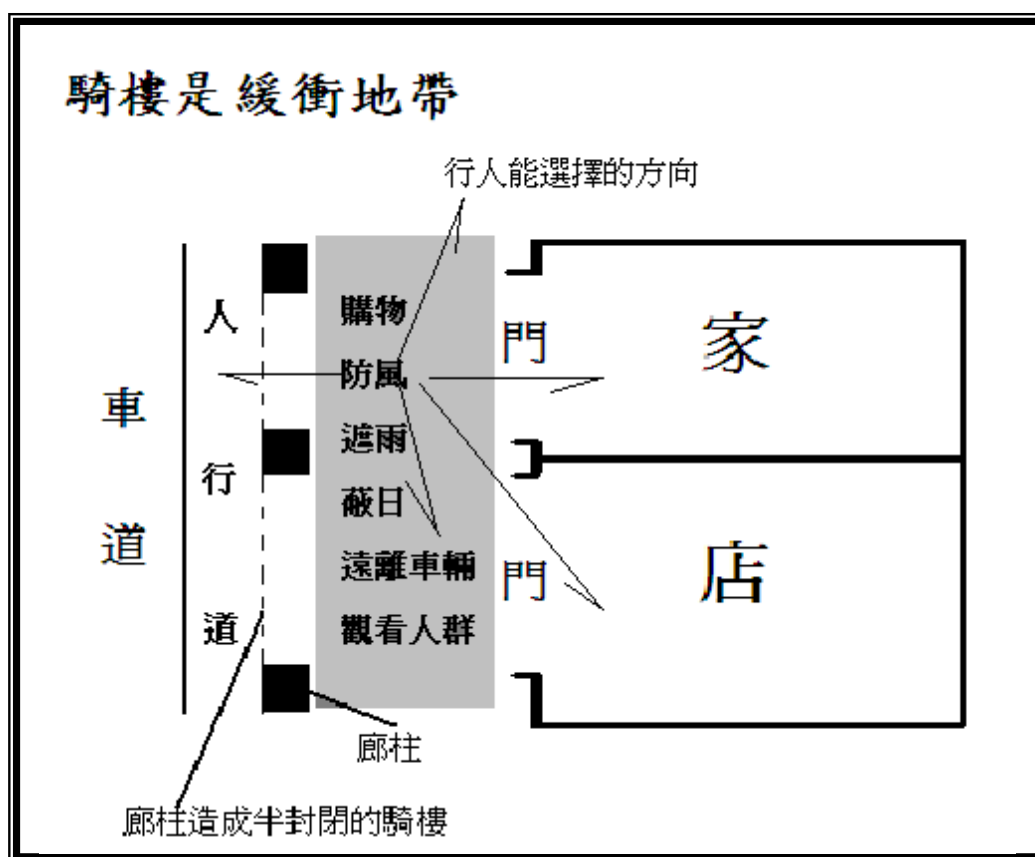


圖 3-2 騎樓為緩衝地帶示意

在室內與室外之間，騎樓成了半室內、半室外，這種不花錢，卻可以讓行人獲得許多滿足，騎樓可以說是「當仁不讓」。對於很多人來說，走近一個封閉式的店家，卻又什麼都沒買，只有店員一直盯著你看是一種尷尬的購物心情。騎樓沒有室內的拘束，也少了被店老闆盯著看的尷尬；又少了外頭的車水馬龍，不必像走在人行道擔心一閃神滑落人行道，被車逼著跑，也沒有大太陽曬著你。以上，研究者認為在騎樓裡因為這樣更顯自由。

從圖上看，我們可以了解比起在人行道上受自然考驗的窘境，騎樓裡的人們可以說是去處多多。一來比起行人道寬敞、二來看到喜歡的店家轉身就進到裡頭，或者逛煩了就走到騎樓外的人行道。所以騎樓緩衝了下雨被淋濕的機會、緩衝了豔陽、緩衝了寒風、緩衝了車輛、緩衝了想看又不想買的欲望，甚至可能緩衝了搶皮包歹徒的腳步。因為有了緩衝，所以，可以走得更自由。在騎樓裡，可以好整以暇地看著人來人往，不必擔心有人會對這種「路過的眼神」感到不堪其擾，因為它就是因為流動的空間感所帶來的自由。騎樓最自由的一點也就是它比起走在人行道可以選擇的方向多得多，進入店裡、離開人群、選擇停留受遮蔽、

走到露天人行道上，近在咫尺。而且最重要的是因為騎樓的緩衝功能，你所選擇的方向都能受到較多的保護，不致於需要過度倉促做決定，想停下來休息，轉進店裡就行了。

第三節 通過位置

兩旁有住宅及商店的街道，人流眾多，行人道是必須的設施。台北市建管處：「人土地上留行人通道，可減省道路上再設人行道之必要，而節省政府之道路建築費用。」這是否騎樓式建築存在的主要考量，不得而知，但「騎樓」發揮了「行人道」的功能，乃是肯定的。不過，行人道為純粹的公共通過空間，而騎樓則屬在私人土地上的公共通過地帶，在一條街道上，從一個大樓上的住家或一樓的商店到街道上另一商店，或到街道外的其他地區，我們都必需依賴騎樓這通過位置。

另一方面，大樓的出入口就在騎樓的內緣，任何人離開大樓，就必須步出騎樓，故騎樓也是垂直的居住空間與街道水平空間的連繫肢節，比單純的行人道更有「通過空間」的意義。

同時由於沿著騎樓通常都是商店，或有臨時的小攤販，走在騎樓的行人，不一定是純粹以通過為目的，有些人或會刻意在騎樓「遊逛、觀賞櫥窗、買賣、飲食」，甚至有些人可能專門去擁擠的騎樓欣賞「人生百態」或巧遇「隨機事件」，這也是騎樓充滿動感和魅力的主因。

然而，在很多「騎樓」空間上，停放了違規機車，尤其是在下雨天時，幾乎完全失去通過的作用。龍山寺研究區的騎樓幾乎開滿店家，並且多處沒有人行道，騎樓之外就是一長列的機車停車格。在這樣的情形之下，騎樓的連續性極為重要，不然行人難以在馬路與騎樓之間穿梭。騎樓被商家商品佔用的情況極為普遍，沒有人行道，騎樓又被商品擺滿地，留下兩人並肩可通過的騎樓通道的景象到處可見。商家或路邊攤擺放商品的位置以騎樓靠馬路的外側為主，也因此自然的行人會往店內的方向靠，而使商家就站在騎樓下「迎」客。

可能由於近年台灣經濟衰退，「騎樓」空間上的攤販也很多，尤其是熟食攤販不但佔據較大空間，同時亦弄得環境髒亂，不過，這些因素卻最能吸引人潮，造成極度擁擠的狀況，阻礙通過功能。



照片 3-7 西昌路騎樓攤販：在傳統社區中的西昌路店家往往將商品往騎樓堆，通過寸步難行。但也因為攤販這樣做能夠吸引顧客，促使攤販持續這樣的行為。



照片 3-8 台北市東區大安路騎樓：機車在沒有停車格的規劃下，常常停放成我們所熟悉樣貌，雜亂無章。又加上一樓店家會將商品堆在騎樓下，行人的通過空間受到壓縮。

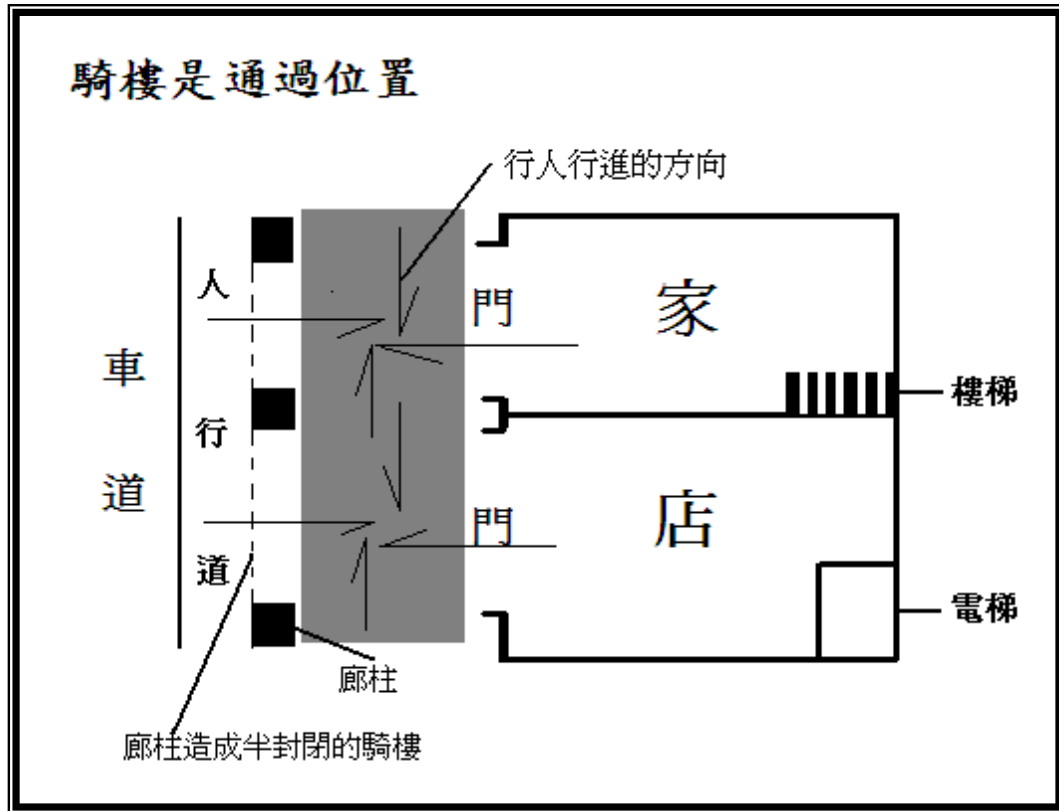


圖 3-3 騎樓為通過位置示意

就如同這一節開始就說明的，任何人要進出大樓，一定都得經過騎樓，買東西也是、繳個費用也是。所以騎樓在此圖說明：它所包含的行人行進方向比行人道多得多——不會有多少行人是選擇從車道「跳進」人行道——，而環境比較「單純」的人行道也很難讓你想鑽動、改變方向，但是，充滿人來人往的騎樓就會！也許是某個東西你喜歡、想買；也許是你的哪個多年不見的好朋友從大樓裡突然冒出來。比起在人行道只能看車子飛奔、和一根根廊柱與行道樹來說，騎樓在這方面的趣味性確實是來得強，可是騎樓有這麼多種，也要熱鬧的、充滿攤位的、通滿行人的、有著各種味道的，才會吸引行人通過。

也就是因為騎樓往往位於重要的商街上，這些建築物樓層數高、上班與通過的人眾，騎樓通過位置性讓人們得以安全受到保護。研究者在圖上畫上了樓梯與電梯，是要用以表達：經過騎樓的人其實有很多是必須透過騎樓進出大樓，比起單純水平移動的人行道人潮——當然有的會從捷運出口冒出來，但還是要透過騎樓到大樓裡——，騎樓收納了更多垂直移動的行人，因此在此產生聚合、停留，這是研究者下一節所要說明的「聚合的場所」。

第四節 聚合的場所

訴說「騎樓」如人行道的通過功能，不如強調「騎樓」為社會聚合的場所。例如：避雨、消費、休憩，都能達到聚合的效果，加上很多人以通過騎樓到其目的地，例如：住宅居民或上班族要進大樓等電梯時，是另一種聚合。甚至婚喪喜慶的場合當中，騎樓都負擔起使人們聚在一起的場所，這種場面仍會偶爾地出現在台北市的街道上，對於台灣其他地方那就更熟悉不過了。

「鹽埕老壁攤的地方感及社會意涵之研究」指出：「一個好場所的可貴是人們能在其中找到與之同一的歸屬感，從鹽埕老壁攤們設攤的地點，我們可以看到一組運作良好的非正式系統所形成的無名品質，置換了現代社會冷漠的疏離感，使社區公共空間散發出溫暖的場所活力並成為鄰里感情維繫的基點。」(施建邦，1997)。正如同珍·雅各布斯相信：「都市之所以對人類重要是因為人群的聚集，使許多想法得以激盪出火花。」

研究者相信居民或行人也可能期望著從他們身上得到你所需要的幫助與訊息，例如：哪家的孩子找到好的家教老師、哪一戶房子用多少錢賣掉、住在身旁的人有沒有可能威脅到我的生活環境、這筆生意誰能幫我推銷。這些氛圍卻可能半封閉的騎樓空間出現，鄰居三三五五，使得騎樓下的一角如同一場嘉年華，流動而非定性，短暫時間的聚合人群景象。

騎樓除了是商家所有以外，必須讓行人自由穿梭，等同於家門前常常會有陌生人走動。然而在舊社區或巷弄內裡頭看到的店家往往採用較開放式無玻璃櫥窗，大馬路邊的店家較多是透明的櫥窗與外隔離，然而飲食店、美妝店除外，這樣的景觀都會造成行人不一樣的感受。「騎樓」就具備了「串連消費」、「廣告空間」、「公共藝術」與「民眾休憩與娛樂」的功能，讓一群一群完全陌生的民眾不約而同地在一起親身體驗一個「看」與「被看」的聚合空間，產生都市生活的另類享受。

總結本章前幾節的「騎樓是住宅的延伸」，在這個情境之下人們佔用騎樓，有幾種佔用反而造成行人能停留在騎樓的機會增強，這樣等同於達到騎樓聚合的場所。研究者舉例，在等待入餐廳吃飯前、在等著飲料做好前，顧客往往會坐在店家所提供的座椅上等待，此時就成為聚合。騎樓緩衝地帶的性質也讓人放慢腳步，可能只要一場及時雨就讓大家都聚在騎樓下頭等待家人的接送，更何況好似嘉年華的攤位擺在上頭，上班族女性圍在一起挑東西的畫面。



照片 3-9 松江路兩旁巷內：相較於有騎樓的社區，無騎樓街道令行人很少有機會或意願做停留與交談，總是人行匆匆。



照片 3-10 太平洋 sogo 忠孝館騎樓：擁有報時鐘的騎樓下，不時充滿交談、休息、逛街的遊客，還有不少人把它當成等人的地標。



照片 3-11 萬華舊社區騎樓：一整天大群攤販與老人聚集在騎樓，消磨時間也好。也證明這樣一個空間造成人與人之間的交流。

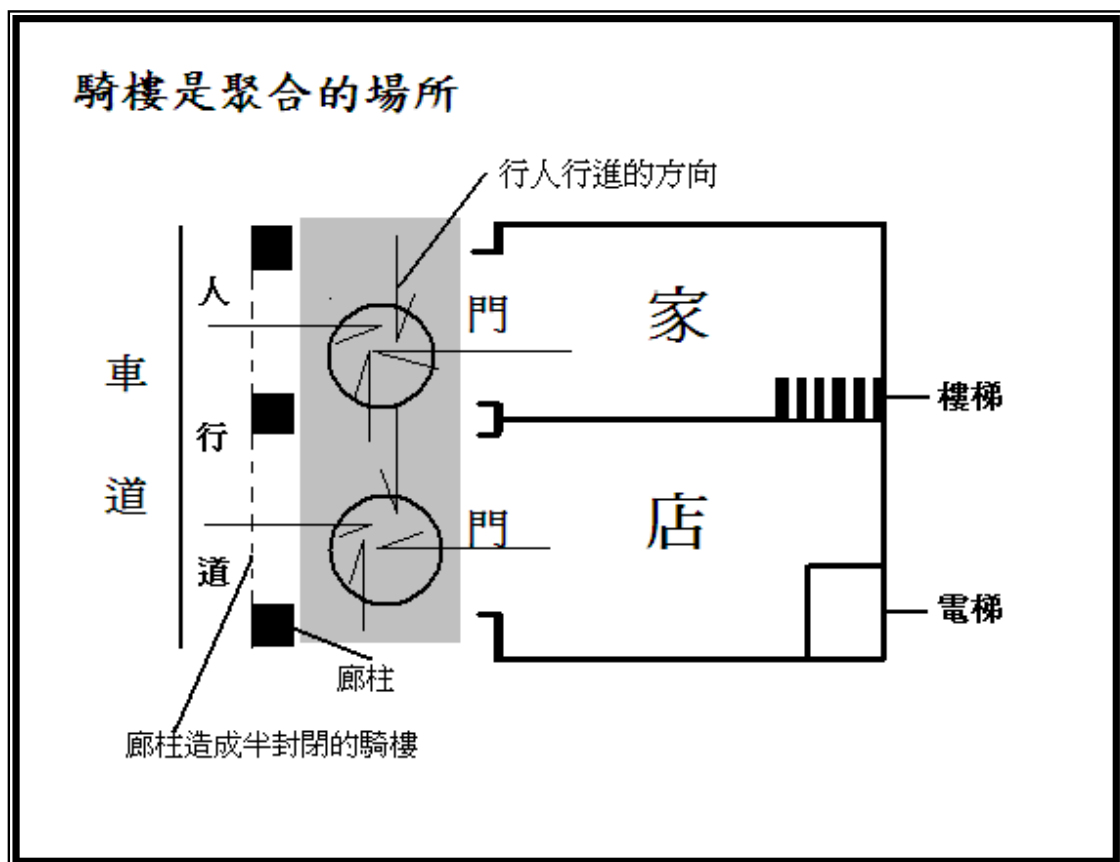


圖 3-4 騎樓為聚合場所示意

騎樓本身的半封閉性加強人們在此聚合的可能，然而倘若沒有騎樓的存在有多人會想待在都市的街頭？自然的條件夏雨熱、冬濕寒的台北，把咖啡座擺在人行道上，並沒有讓人有歐洲露天咖啡的「錯覺」，使人人願意花錢受罪。人文的條件是，台北市地狹人稠，法律又執法不嚴，到處都是商店與路邊攤，能在騎樓裡閒適的散步，不失是都市人愜意的選擇。

如果說台灣都市裡少了騎樓，那住在高樓與公寓裡的住戶似乎少了個可以面對面好好談的場所。如圖上所示，就是因為消費、躲雨、上下班等條件，讓平常接觸陌生人的環境又多了個場所，也就是它是相對封閉的，所以人群靠在一起又不會散開。不管是從平面來、從垂直搭電梯來的人群，都要在此相會。每個攤販，哪怕是算命攤把你攔下來，都是台北這個都市在展現生命的方式，因為它都增加了人與人接觸的機會。

第四章 騎樓的空間感

由於騎樓所存在的特殊地理位置，客觀事實上是「住宅的延伸、住宅與馬路的緩衝地帶、路人的通過肢節、鄰居閒聊或遊人不期而遇的聚合場所」，人們在這裡產生生活活動。依據人本主義地理學對「空間」的定義，騎樓就是一個「動態空間」。

空間既然有「範圍的邊界」及「無形體意涵的實有」兩大特性。「人」在空間中乃是以一無形體意涵的「點」的形式存在，這一個人與空間的結合，至少可以構成三種「情境」而產生四類「空間感（The Sense of Space）」：一是人對空間範圍的周邊之存在性所表達的「感情」；二是人對空間邊界性質所表達的「感情」；三是人對整個空間意涵所表達的「感情」；四是人對空間動態所表達的「感情」（潘桂成，2009）。

騎樓對人的邊界其實是變動不拘的，人們對騎樓的「空間性」會有怎麼樣「空間感」，是本章討論的主題，研究者透過問卷調查和深入訪談，分別在騎樓究竟是「私有空間或公共空間、開放或封閉空間」？看看大家的意見。

第一節 私有或公共空間

「騎樓」在地權上是大樓的一部份，表面感覺上也屬於大樓的一部份，但在實際使用的經驗上，我們每個人都可以自由通過，大樓業主或一樓店家都無權阻止，在這樣的弔詭情境下，「騎樓」屬於「私有空間或公共空間」就難免有爭議了。

在想象中，大樓業主或一樓店家當然認為是「私有空間」比較合理，尤其是一樓店家可能認為自己在「私有空間的騎樓」擺設營業桌椅，無可厚非，但卻是違法行為。相對的，既然是「公共空間」，民眾暫時停放機車，甚至臨時攤販賺取微薄生活費，實在情有可諒。

就是在說明騎樓公私領域之間的模糊性，它成了店家（或住家）跟馬路的過度地帶，一方面它是店家住家或商家的延伸，另一方面又是公眾的通過空間，造成當執法不落實時，騎樓遭到佔用的情形愈益嚴重，行人的不便就越益明顯。騎樓在空間性裡是公共空間與私有空間的模糊地帶，然而對於店家、行人、住戶而言，研究者認為會有不同的看法與使用，進而造成不一樣的景觀與地理感。

依據問卷調查和深入訪談的結果，對於這個「騎樓」屬於「私有空間或公共空間」的問題，在不同社會背景的研究區中的不同文化族群，有不同的回應。在回收所有問卷對於騎樓是私有或公共的問題上，六區總平均有 82.9% 不贊同騎樓屬於私人空間，可以說對於騎樓公共空間性表現的相當一致。可是研究者在松江路研究區訪談時，有兩位大樓管理員就分別表示：其實騎樓的產權屬於大樓的，而政府又規定不可以使用。在萬華研究區訪問騎樓店家時，有的回答（佛具專業街店家）：「你看我的店很乾淨，我從來不把東西堆到騎樓。」又有兩位女性店家（廣州街店家）表示：「那明明就是我的地，為什麼不可以用，都要繳稅，只要不要讓行人過不去，管我怎麼用。」

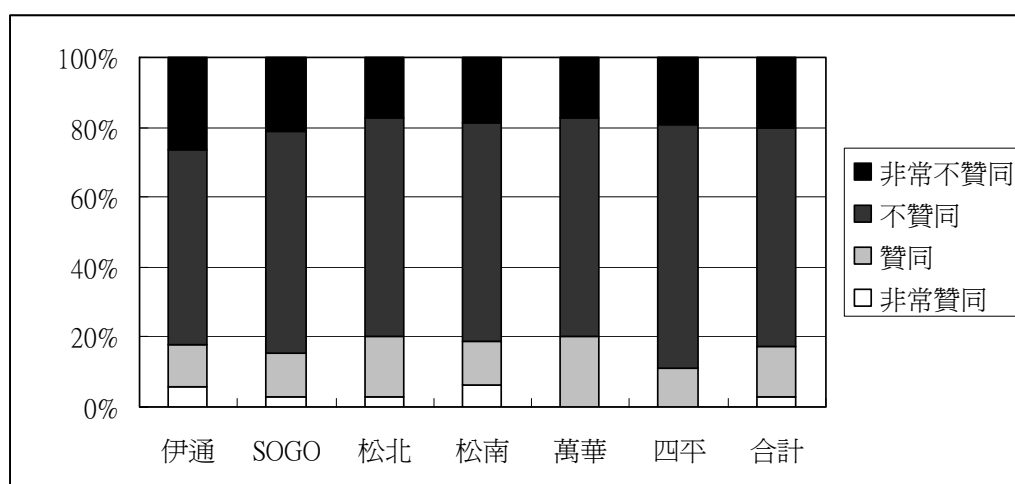


圖 4-1 認為騎樓屬於私人空間累積人數比

這樣的空間感直接反映到地表景觀上，在萬華社區，只要一樓有店家的騎樓多會把商品擺到騎樓裡，而與此社區的路邊攤景觀相當普遍。而在西園路上的佛具店，一來、受到商品較為高價；二來、道路較為開闊，商品若置於騎樓下可能馬上要受到警察關切。所以此處有很多店家用玻璃櫥窗的方式展示，用玻璃直接將整個將馬路的噪音與灰塵問題隔絕。就有佛具商家向研究者表示：「我們賣的都是精品，怎麼有可能把它擺在騎樓！」



照片 4-1 西昌街街景：
非常明顯的此處的騎樓已經被一樓店家所完全佔用，使得行人難以通行，甚至將商品擺放到馬路上，用遮雨棚增加營業空間。一樓店家佔用騎樓的景觀在此研究區極為普遍。



照片 4-2 西園路街景：
可以看到店家擺設燈籠於騎樓間、又將招牌橫放於騎樓內。佛具專業街展現出來的是較有規劃的商街，騎樓佔用或擺路邊攤的景象較少。

在萬華研究區，兩種店家的空間使用，甚至是不同空間感的案例中，研究者認為這樣的空間感涉及了公權力在當中的影響。一般來說縱使店家都清楚騎樓的產權是私有的，但卻不會也不敢恣意地使用騎樓，有也是幾家店零星分布在街道上，因此認為騎樓屬私有空間的比例六區當中都非常少。惟獨在萬華研究區的騎樓處處可見騎樓雜亂的景觀，研究者認為冰凍三尺非一日之寒，當有些人選擇佔用或擺路邊攤，這些行為與景觀涉及了此區長期的社會結構。訪談時研究者進一步問到店家經營者是否屬於當地人或居民，大多反應就住在附近，這樣的情形與研究者在其他社區所訪問到的有所不同，其他社區的店家經營者大多不是社區居民。

萬華的研究區內就有警局與區公所，可是卻沒見到、也沒聽居民有取締騎樓佔用的情事。就算也此區 80.0% 都認為騎樓不屬私人空間，把騎樓直接當店面的攤販與地攤可說是隨處可見。研究者認為在警察與當地居民熟識的情形，而傳統舊社區對於騎樓空間的佔用的情形便較為普遍，或被默許。甚至可能如陳國彥老師所說的：這些傳統社區有「角頭」的存在，要擺攤就要給錢，而警察也會收個保護費。研究者就在一次實察萬華研究區的晚上親眼目睹一滿身肥肉、刺青的壯碩男子，向一外籍新娘的推車攤勒索要錢，當場就在街上上演推拉、尖叫的戲碼。還聽到叫囂之間，說：生意很好嘛！不要給，那去別地方擺呀！說完又是推、又是拉的。其他攤位的老闆說：他是看她生意好，新來的，故意要跟她拿錢。過沒幾天研究者再去，擺在廣州街馬路上的十幾家攤位，賣烤魷魚的、鹹水雞的、水果的，全都躲到兩旁巷弄裡擺。研究者問老闆怎麼這樣，她回答到：前幾天有人在這邊鬧事，警察乾脆說通通不許擺，所以取締得很嚴重，現在我們只好躲到這裡擺。由以上研究者所見的情事，固然不是發生在騎樓，但是同在萬華研究區中，整體的社會結構與脈絡相同。茲可證有確實有收保護費的小混混，而警察的執法一般時候是睜一隻眼、閉一隻眼，所以若有人報警、「太超過」，便「見機行事」。

對照沒有騎樓的四平街商區，縱使訪問到一樓店家的比例高出其他區許多，卻有比其他區域都高的比例不認為騎樓屬私人空間。當然我們也可以把四平商圈這樣的數據結果，解釋為因缺乏騎樓，所產生對公共空間需求的反應。另外一個角度來看，此區在沒有騎樓的情況下，店家意識到的騎樓是公共的，而且商家在政府特許的行人徒步區的擺攤方式，並不亞於萬華所看到的佔用情形。是否無騎樓社區對騎樓的公共性有更多的需求？更在乎騎樓的公共性？



照片 4-3 四平徒步區街景：在這裡很多商家是把徒步區直接當成擺放商品的廣場，研究者認為就是不同的社區有不同的空間感，導致不一樣的空間使用。

在伊通巷內純住宅而無騎樓的舊社區型，研究者在問卷調查與訪談的期間，發現整個社區很少行人走動，而經過時通常也以快步的方式往大馬路方向走去或立即回到屋內，沒有人會在巷內做停留。整個的問卷調查上也顯示這一點：隨機抽樣的 34 個有效樣本就有 21 人為社區居民，表現研究區由於本身僅具住宅機能，難以吸引社區以外的行人經過。加上單行巷弄內，整天巷內停滿車輛，不利通行，使得居民以外的人經過社區的意願降低。在這樣的情況之下，老式公寓公寓住宅原本就非常欠缺公共設施與公共空間，幾乎只有在樓梯間與進大門的一點小小空間是公共的。

在伊通社區的訪談過程中，有五十歲女性居民表示：「過去這裡巷內本來有騎樓，可是後來法令改變，鄰居紛紛把本來的騎樓圍起來，縱使整個街道看起來較為整齊，可是還是喜歡有騎樓的街道。」研究者觀察此居民所指的改建後的騎樓，現今多做成私家庭院使用，巷內縱使少了騎樓，從前庭長出來的花木卻因此增加綠意。以此對照一般騎樓景觀，美化綠化並不盛行，研究者認為在某種程度也透露出一樓的住戶或店家承認騎樓的公有空間性，擁有者往往不會把它當成真正房屋的一部分來「使用」，也少有裝飾或綠化，反而常常是堆放雜物而非整體性的納入家屋或店面的一部份，這樣反讓行人感覺是佔用。也就是說，擁有騎樓的一樓店家對騎樓也採比較消極的方式來對待這個公私模糊的地帶。另外來說，除非是公權力的刻意介入，例如，騎樓整平計畫²⁷，不然騎樓的建置常常高低不平，這又突顯了騎樓的私有空間感——我自己可以決定我家門口建成多高。

如果說以商家家屋的觀點，騎樓空間是一樓店家或住家的邊陲，但對行人來說，騎樓空間是通過的核心地帶，兩者都是流動而可能隨時都會改變的空間感。怎麼說呢？當店家把商品推到騎樓時，這些商品本身就有容易搬運的輕巧性，可以馬上因為警察或行人的關切而做改變，對行人來說，遇到喜愛的商品就做停留，擋住去路的則繞路，這也是常有的情況。因此縱使在空間感上，很多人意識騎樓屬於公眾，但其實對於只要不阻擋行人通行的容忍度也顯得較高。

六區平均有 28.3%認為騎樓應該容許擺設地攤、33.7%認為騎樓應該容許放置機車。其中又以攤販較多的萬華與四平社區確實有較高的比例容許攤販與機車在騎樓的擺放，這也與當地所常見的景觀吻合。這一組互相影響的關係非常明

²⁷ 台北市政府調查台北市共有十七萬公尺，建管處調查需要改善之騎樓長度約 11 萬公尺，若經當地里長以欲整平路段之完整一街廓為整平基本單元，徵詢各所有權人意見，俟取得該所有意見書後交付建管處，經由建管處評估規劃後，列入當年度騎樓整平專案預算內辦理設計，俟建管處完成設計圖說等相關資料交由新工處據以辦理後續施工事宜。

顯，老舊住商混合的社區造就較為雜亂的都市景觀，而當地的人們也對騎樓佔用的容忍度較高，再度形成我們可見充滿攤販、機車、貨物的騎樓與街道，導致最後有較高的比例不認為騎樓應該完全淨空。或可以說，在老舊的社區裡彼此社會關係較為緊密，彼此忍讓的情形可以被容許，甚至有黑道的力量默默「維護社會秩序」。

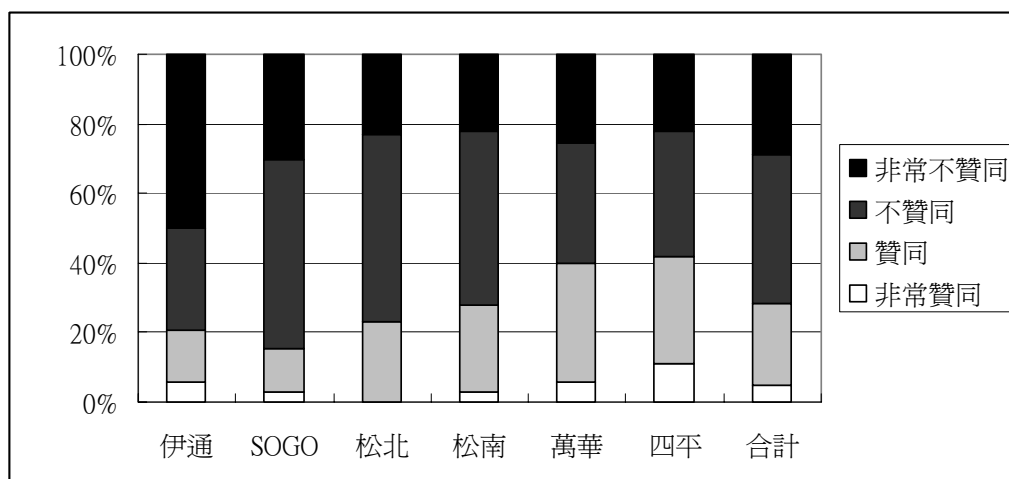


圖 4-2 認為騎樓應該容許擺設地攤累積人數比

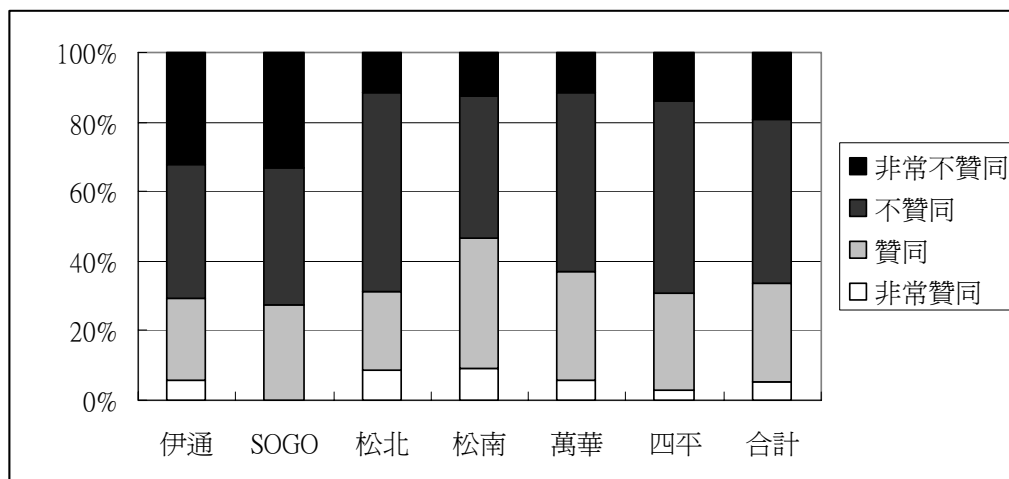


圖 4-3 認為騎樓應該容許放置機車累積人數比

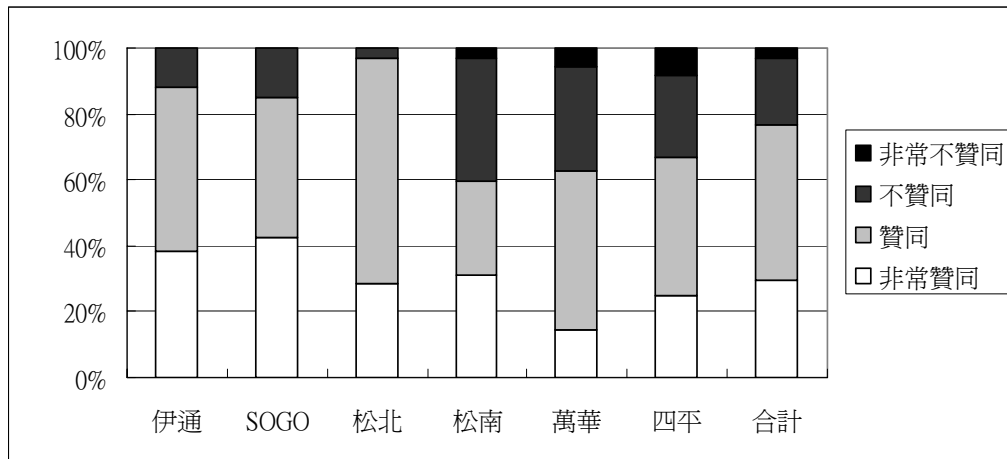


圖 4-4 認為騎樓應該完全淨空累積人數比

在松江研究區與萬華研究區，研究者都碰到好幾位受訪者表示：「機車停一下，不阻礙行人通行應該沒關係吧！不然你要他們停哪裡？」這種對攤販與機車的容忍，也間接說明騎樓私有與公共模糊地帶的空間感——就好像做為公共空間的公園、學校等，空間使用就不會有這樣大的模糊地帶。但有趣的是研究者的調查發現：純住宅與純商業區都傾向騎樓應該淨空，這樣的空間感與其所在的地區單一功能相符，反則亦然。另外就是對地攤與機車有容忍度的不同，被視為不一樣的佔用，對機車普遍容忍度較高，研究者認為這涉及了台灣都市文化人群對騎樓的特殊空間感，下列研究者用數據說明。如果說騎樓是公共空間，那麼照理來說任何會妨害公益的行為都不應該被允許發生。可是對路邊攤與機車兩種騎樓常見的景觀來說，由於機車族甚多（見圖 4-5），路邊攤又僅是為自己荷包賺錢，似乎難被生活在都市的人們所認可的公共性。而當問到對於騎樓比較符合「公益」的物件存在騎樓時，支持度都偏向正面的支持，我們在問行人對攤販、盆栽、裝置藝術、商品、座椅擺設的看法，贊同度分別是攤販 29.5%、盆栽 50.8%、裝置藝術 83.6%、商品 27.9%、座椅 67.2%。就路過行人在社區的角色本來就以通過為主，對於阻擋騎樓通行的物件特別敏感，以此可以知道做為通道功能的公共空間感頗高，越是以公共利益為出發的擺設出現在騎樓，越是被贊同。

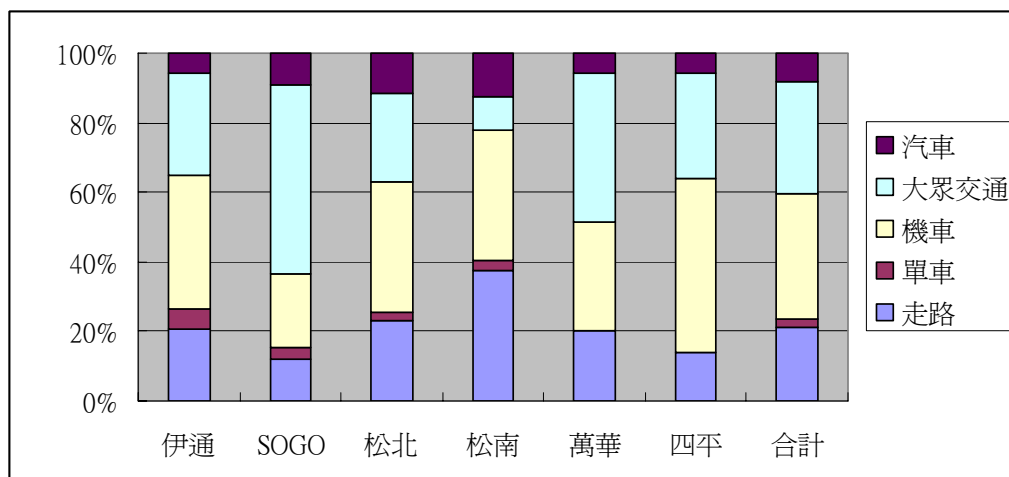


圖 4-5 本調查樣本主要交通工具累積人數比

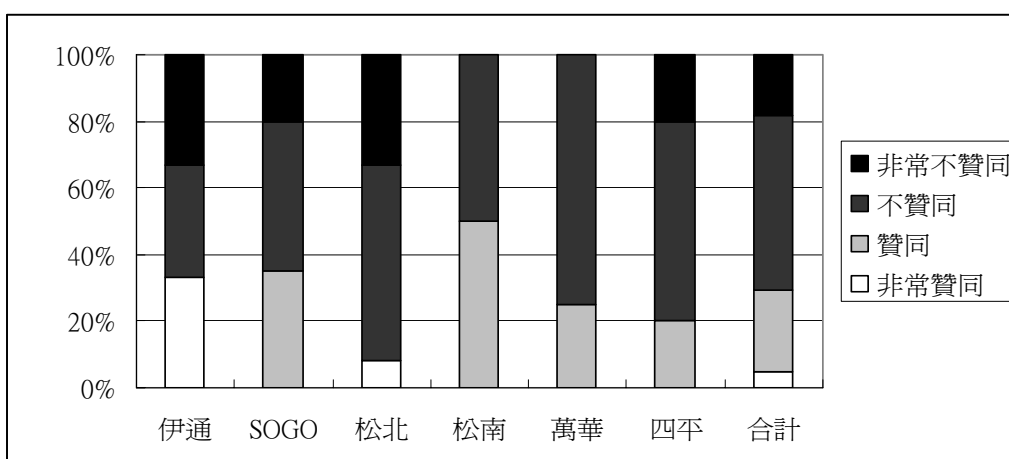


圖 4-6 路過行人喜歡騎樓有攤販的擺設累積人數比

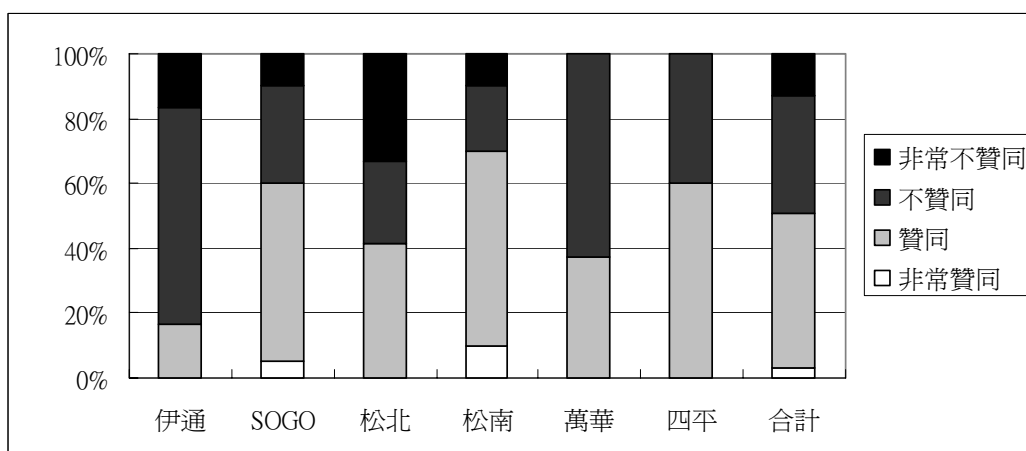


圖 4-7 路過行人喜歡騎樓有盆栽或植栽的擺設累積人數比

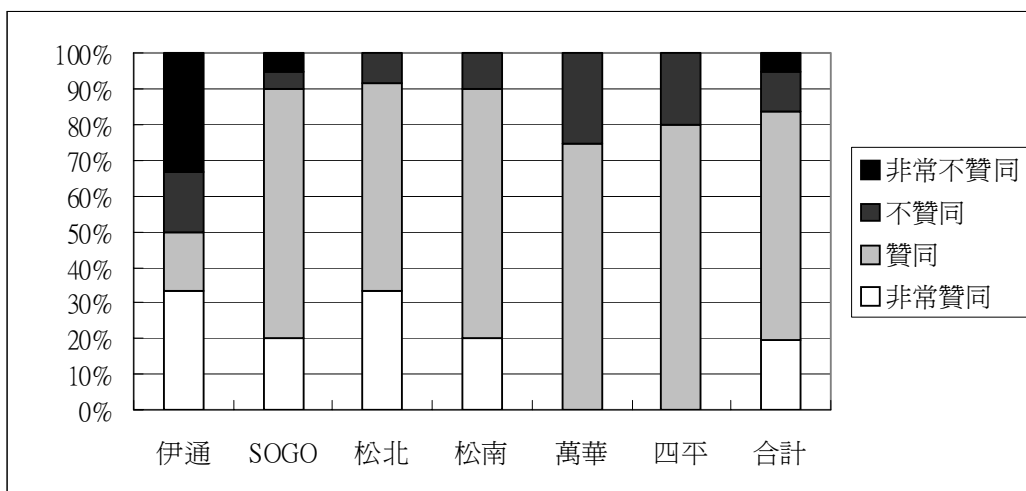


圖 4-8 路過行人希望騎樓有裝置藝術的擺設累積人數比

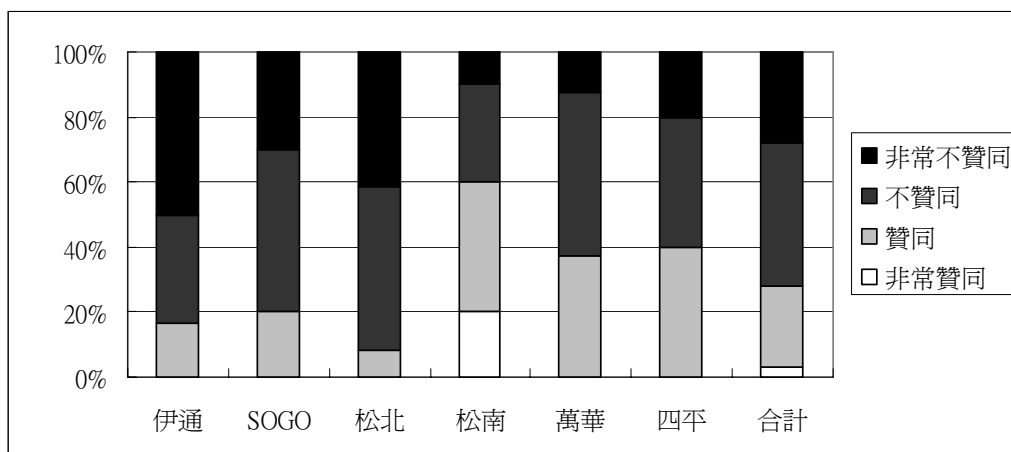


圖 4-9 路過行人喜歡騎樓商家將商品擺設到騎樓累積人數比

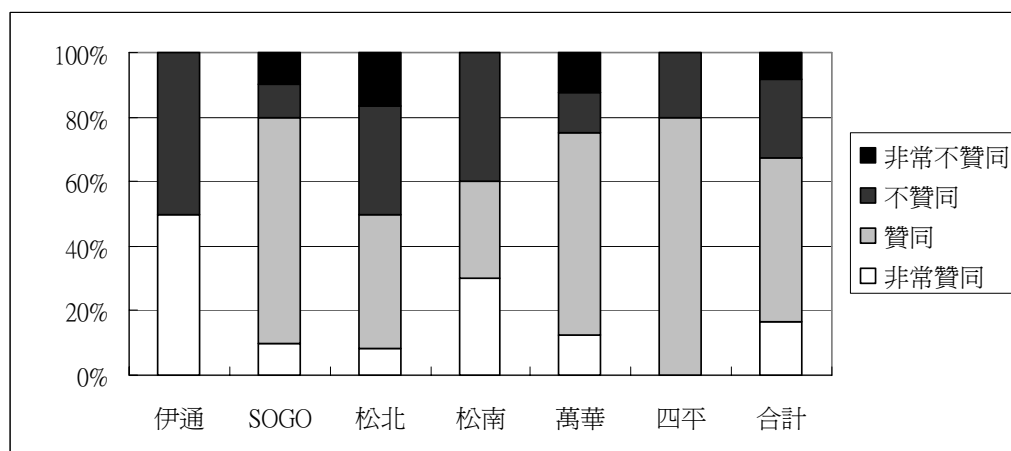


圖 4-10 路過行人喜歡騎樓有座椅的擺設累積人數比

對於路邊攤，縱使商家有 71.4% 不認為騎樓應做為路邊攤販的營業空間，卻有 71.4% 的店家經營者認為路邊攤販有助於吸引顧客人流，也有 66.7% 的店家經營者不認為路邊攤販只是搶奪顧客。以上數據突顯即使對店家本身有利，但騎樓對店家來說他們的空間感仍意識到公共性與私有性的衝突。於私，應該是讓路邊攤來增加店面顧客；於公，騎樓不應該存在路邊攤這樣的商業行為。重點是看了就討厭，如同陳國彥老師說的：公有市場繳攤位費的在裡面，真正賺錢的是在外面、不用繳稅的路邊攤。從上班族群的觀點來看，72.7% 認為騎樓路邊攤會影響辦公大樓形象，高於認為騎樓商店會影響辦公大樓形象的 47.3%，也可以理解為什麼多數人認為路邊攤不應該存在於騎樓，因為雜亂的景觀被認為不適合出現在做為大樓門戶的騎樓空間。在以上的討論，騎樓裡的景觀牽涉到不一樣人群的權益，因而突顯它的公共空間感。

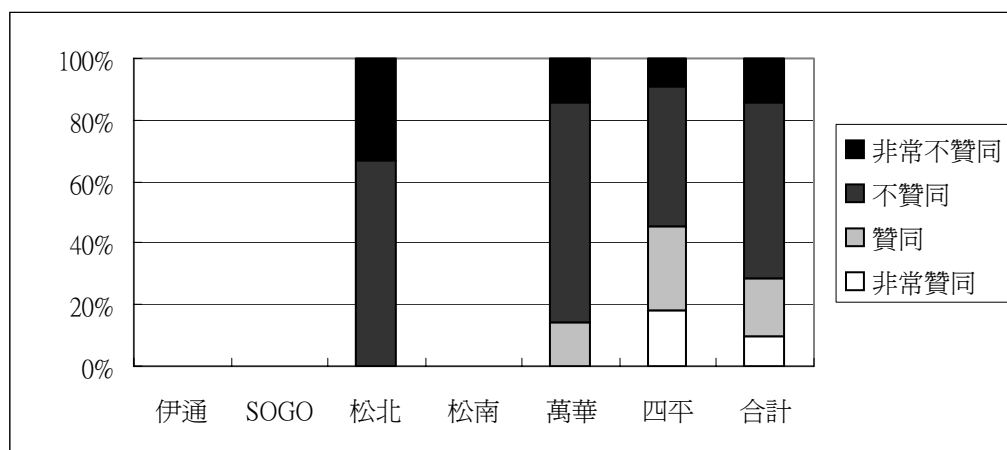


圖 4-11 店家經營者認為除店面外，騎樓應做為路邊攤販的營業空間累積人數比

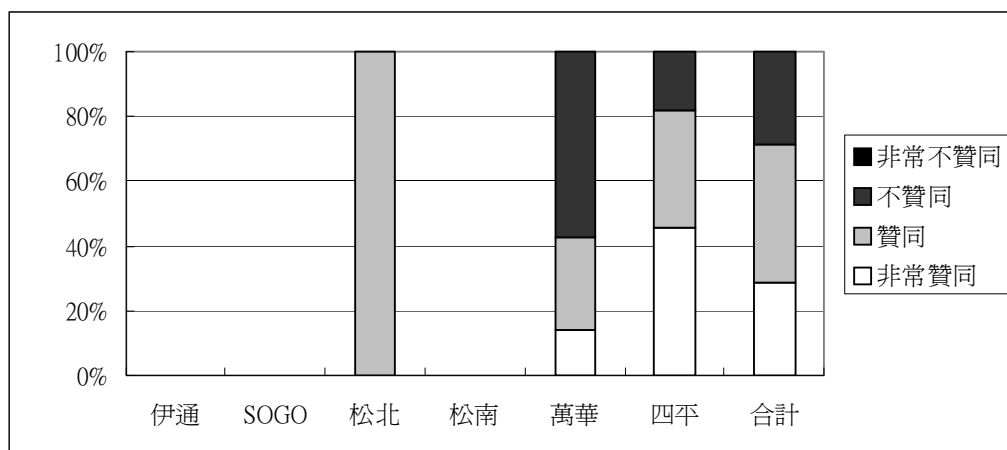


圖 4-12 店家經營者認為路邊攤販有助於吸引顧客人流累積人數比

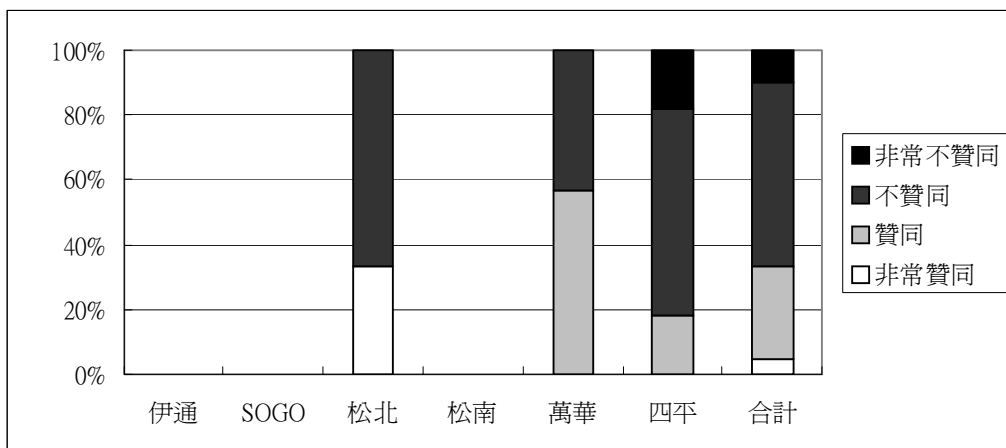


圖 4-13 店家經營者認為路邊攤販只是搶奪顧客累積人數比

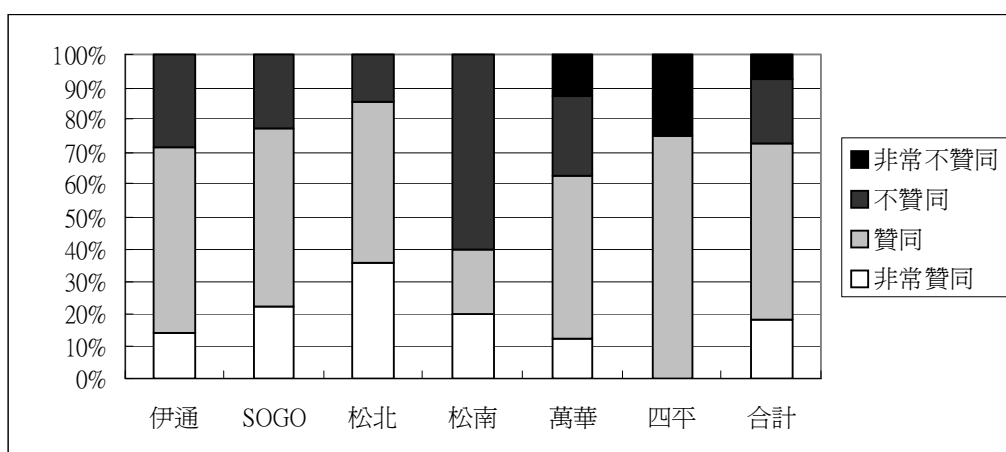


圖 4-14 上班族認為騎樓路邊攤會影響辦公大樓形象累積人數比

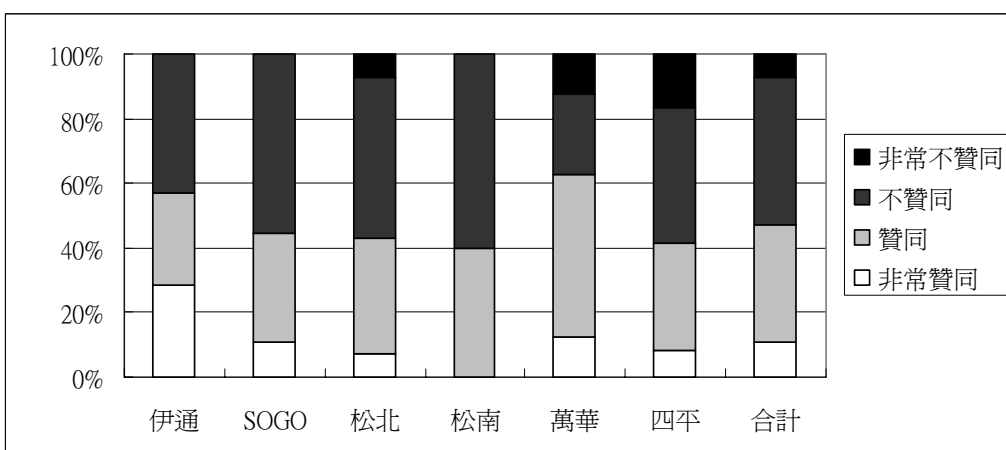


圖 4-15 上班族認為騎樓商店會影響辦公大樓形象累積人數比

對於騎樓空間具有私有與公共的空間感，研究者問到「騎樓公共環境衛生應由所在店家與住家負責」，與「經營店家是否喜歡商家與騎樓開放式任意進出時」，就表現矛盾與有趣的空間感。就如同本節一開始所討論，研究者所得來的資料顯示大部分的人都認為騎樓是公眾使用，而非屬於私人的，卻也非常一致地認為應該要由所在店家與住家來管理跟負責。其實亦同於顯示大眾識覺到騎樓空間並非全屬於公眾，而有私有的成分在裡面，畢竟要求私人去清掃公共的空間好像不大合理。——有多少都市人會認為馬路上的垃圾是他應該去清理維護的呢？儘管可能就在自家樓下或門口。這樣的空間感與日治時期每日有衛生警察巡邏的景況相比，大相逕庭，在這個時代普遍高舉自由、民主的時候，責任、義務、法治好像在台灣社會卻少了點。

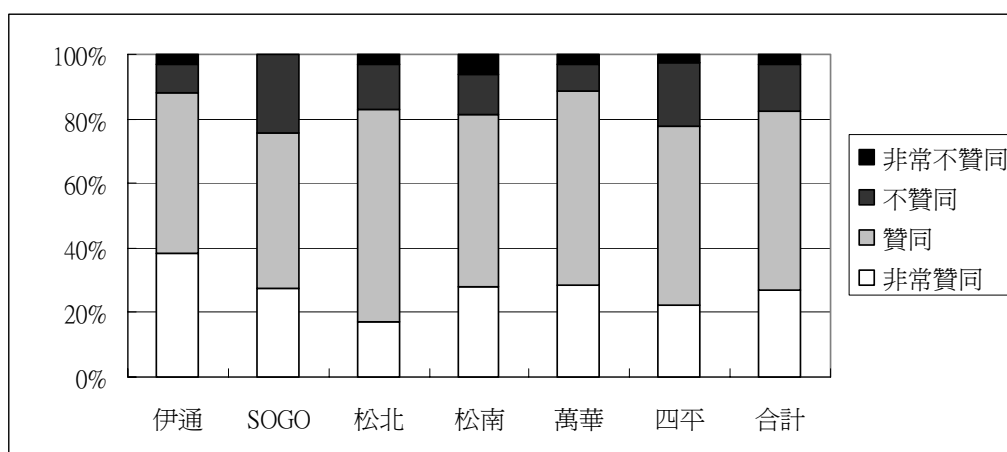


圖 4-16 認為騎樓公共環境衛生應由所在店家與住家負責累積人數比

儘管很多店家是使用玻璃櫥窗將騎樓外隔離，研究者所訪問到的店家經營者大部分都喜歡商家與騎樓開放式任意進出。從這一項數據來看，在他們的空間感中，騎樓是店的延伸，他們樂於讓自己的店就像是騎樓的一部份讓顧客很容易進入，甚至就把一些店裡的東西擺到騎樓上，做為招攬客人的一種方式，有店家就表示會到騎樓裡攬客。

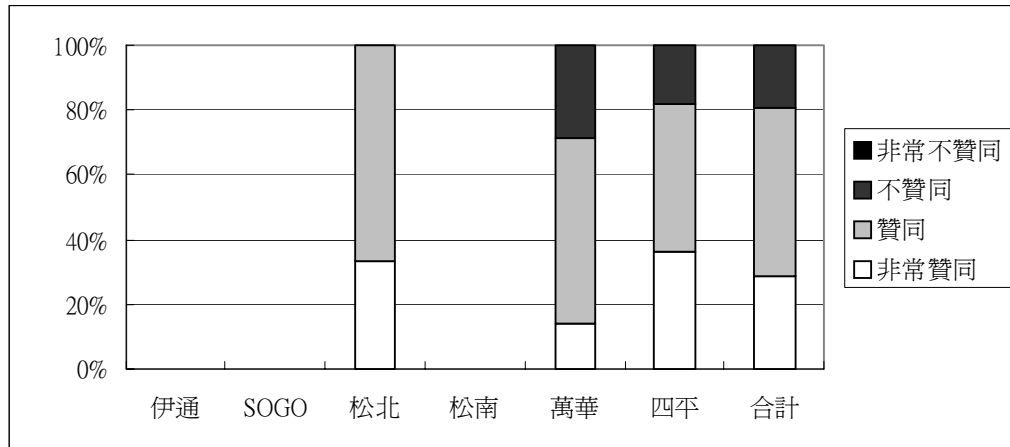


圖 4-17 店家經營者喜歡商家與騎樓開放式任意進出累積人數比

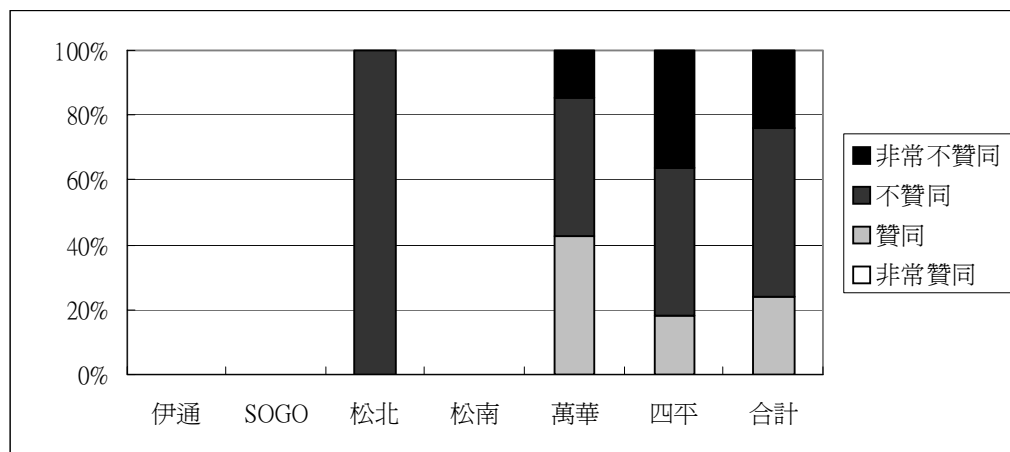


圖 4-18 店家經營者有在騎樓攬客的活動累積人數比

研究者認為騎樓可以說是一種「利他型的空間」，在使用權上難以讓擁有者任意使用，卻可以創造出讓行人便利，而且被認為不可缺乏的空間。不因為屬於私人所有而不重要或被忽視，反而因為騎樓商家刻意去經營與營造騎樓空間，讓行人與居民能有生活的便利。

整個都市建築空間立體化之後，在一樓的騎樓若把它當成上述所言的利他空間，其實往往權益受影響的也只有少數的房屋擁有者。一樓的店家若是租來的店面，真的受影響的層面也有限，反而是因此而有利於消費者的駐足與購買。可惜的是，要是店家如研究者所言，在騎樓的作為是佔用而不是使用，沒有把它當成房屋的部份來一同審視它的環境美化與清潔，造成的不僅是可能觸法，也賠上商譽。本研究某些區域對於認為騎樓應該完全淨空的比例非常高，也等於說明騎樓在最基礎的「使用」是以不妨礙人行為最大目標，希望用燈光或裝飾達到美化就

是其次了，所以還是以公共通行空間的角度出發。

受到台北市法規的影響，騎樓在產權上屬於建築物所有人所擁有，但行經過其間的人都希望有這樣的公共空間方便使用，在第一個研究區伊通街巷弄中所獲得的 34 個樣本裡，僅有 6 人認為騎樓屬於私人空間。龍山寺周邊社區與上述所說的伊通街巷內有極大的景觀差異，伊通街周邊為辦公大樓，下班後上班通勤族迅速從此驅離開，這點由店家八點半幾乎都關門可知。但是，龍山寺周邊的西昌路觀光夜市、華西街夜市、龍山寺的宗教活動與周邊的特種行業（專業街、跳蚤市場、摸摸茶等）拉長了整個社區的活動時間，成為吸引社區以外的來到此地的可能性。不同身分的人都各有目的來到此地，公共性在客觀的條件下就更顯重要，如果騎樓空間有被某少數人所佔用，更突顯公共利益的受損，而不是街坊鄰居自己說了算。根據研究者在萬華區所有 35 個樣本裡，有 7 人認為騎樓屬於私人空間，而其中僅有 2 人是店家經營者。也就是說在大家印象當中占用騎樓的以一樓店家為主，可是在調查裡，店家卻沒有一面倒地傾向把騎樓當成私人空間。

龍山寺研究區整體而言，複雜的社區機能也反映在騎樓的使用上。當專業街與夜市的並存，店家彼此互相模仿空間的使用方式時，將加深騎樓使用的容許的程度。行人走在騎樓間縱使不喜歡，倒也還能接受，畢竟周邊的夜市與騎樓攤販在公共與私有兩者空間佔用與雜亂的現象在環境識覺上有相似之處。加上老社區鄰居彼此相識，對於公共與私人的界限雖然清楚，但也礙於販賣的商品性質有不同的銷售與擺放方式，賣的東西多樣化，擺的方式、行銷的手法也是五花八門，彼此包容，常久下來形成自成一格的區域特性，對公共空間與私人空間的模糊性接受度也較高。

在四平街商圈住商混合而無騎樓的舊社區，研究者在這樣的社區得到有效樣本數 36 人當中，有 32 人不贊成騎樓屬於私人空間，佔 88.9%。可是也有比其他區較高的比例不認為騎樓應該完全淨空，佔 33.3%，研究者認為這樣也等同於意識騎樓也不完全屬於公共的，應該允許某些使用上的模糊，正如同在此社區有 41.7% 的人贊同騎樓應該容許擺設地攤。

研究者在松江路南段住商混合而有騎樓的新都街型社區中，當問到：「認為騎樓屬於私人空間？」32 人中僅有 6 人贊同，而也有 26 人贊同騎樓公共環境衛生應由所在店家與住家負責。可以清楚地了解在這樣的社區當中，由於騎樓做為整棟大樓出入口的公共性強，普遍希望藉由一樓店家住戶的努力，使出自家入口常保乾淨。根據調查所得，居民有 82.4% 贊同純住宅區，騎樓建築有必要，且

88.2%贊同騎樓的存在使生活便利，這兩項數據都顯示騎樓做為公共空間對大眾的助益，受到居民的喜歡。在此，研究者認為此區的騎樓公共性高，多數卻也認為環境衛生這樣的義務屬於一樓店家所有，在這樣的情況下與其他區域一樣突顯縱使大家認為這個空間是公共的，但卻也不能否認一樓店家與住家對此空間的擁有權。

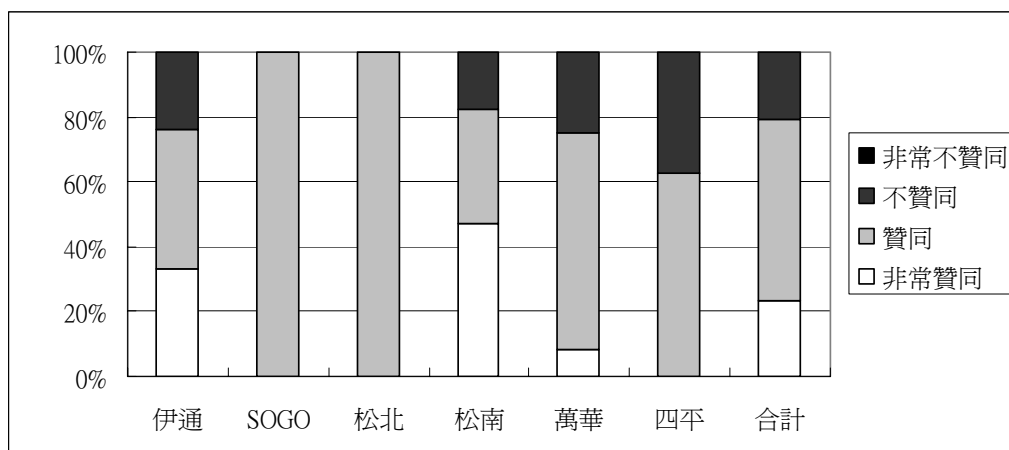


圖 4-19 居民認為純住宅區，騎樓建築有必要累積人數比

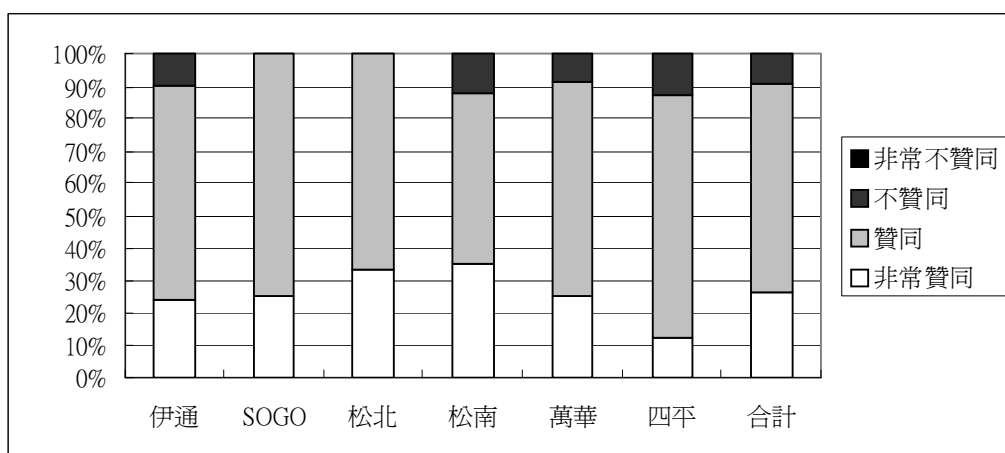


圖 4-20 居民騎樓的存在使生活便利累積人數比

松江路長安東路至長春路路段，此區都是玻璃帷幕的商業辦公大樓，單銀行就有 25 家，所以在此都是上班族與行經的路人獲得的就占資料 74.3%。在這樣的情況下反應的是 80.0%不贊同騎樓屬於私人空間，更有 97.0%的人認為應該完全淨空。以此研究區的社區而言，在大多數的人都是來此上班、洽公、逛街，騎樓做為通道的公共性質高，與單純住戶出入的純住宅社區型的有所不同，保持暢

通需求大。在此前提下，仍有 82.9%的人認為騎樓公共環境衛生應由所在店家與住家負責，顯見行人也無法否認私人使用上的矛盾。就有受訪者表示：應該是要請市政府來掃吧！不是公共空間嗎？

研究者將僅在對角的兩家太平洋 SOGO 百貨公司資料調查時放在一起，而詢問被訪者對於兩間百貨前一間有騎樓、一間沒騎樓，寫下對它們的景觀識覺問卷。84.8%不贊成認為騎樓屬於私人空間，可是令研究者感到衝突的是，當研究者多次前往問卷調查時，在兩百貨前的警衛警告研究者盡速離開，並且告知研究者：我剛剛已經看你作好幾張問卷，沒跟你阻止，你這張做完馬上離開。也因此研究者的問卷多在廣場十幾公尺人行道完成，或利用早晚百貨無營業時調查。

太平洋 SOGO 百貨忠孝館卻也常常利用騎樓前廣場舉辦活動，廣場兩邊有保全人員管制，若騎單車經過也會被斥喝「用牽的」。民眾卻有絕大多數認為這是屬於公共的，那為何可以在廣場周邊擺滿椅子與花台將其團團圍住，進而實行管控，甚至在舉辦活動時搭設棚架。在其他地方擺攤會被取締，但在百貨的前庭同樣從事商業活動，卻可以被容忍以及允許。

在《道路交通管理處罰條例》第 3 條有定義性之規定，其第 1 款規定：「道路：指公路、街道、巷弄、廣場、騎樓、走廊或其他供公眾通行之地方。」《台北市市區道路管理規則》第 32 條規定：「騎樓及無遮簷人行道應予打通或整平；不得擅自圍堵使用。」騎樓應供公眾使用，而非屬騎樓所有人可以排除他人而獨自使用。既然如此，SOGO 百貨公司遊走法律邊緣，甚至限制行人的行為。本來就是道路的廣場與騎樓，反而成為廣告宣傳的空間，甚至辦活動攬客的情形也是常有的事。只能說百貨公司所創造出來的氛圍讓行人願意接受這樣的使用，並且在此研究區所獲得 84.8%的人認為大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要性；而在所有六個研究區所獲得的 205 份樣本，也有 166 人這樣認同，佔 81.0%。

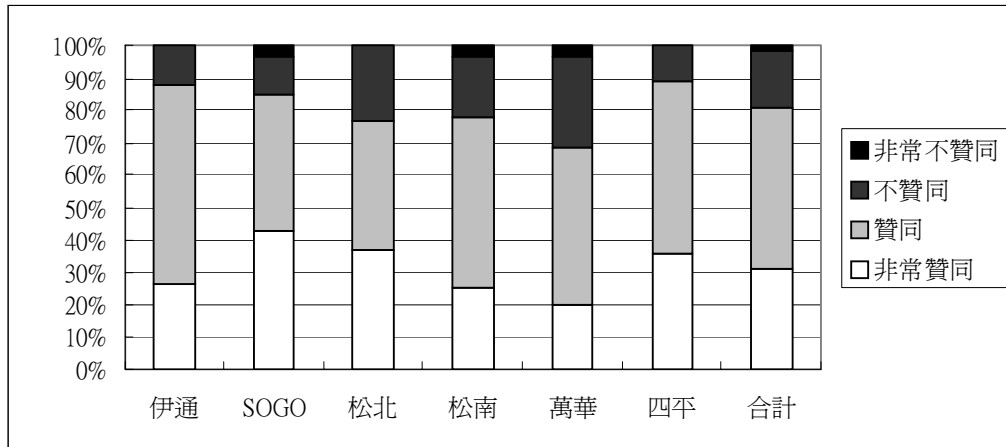


圖 4-21 認為大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要性累積次數比

儘管在公共的使用上，騎樓常常被店家賦予商業廣告的功能，但呼應研究者在前所言：騎樓在最基礎的「使用」是以不妨礙通行為最大目標，希望用燈光或裝飾達到美化就是其次了。而百貨公司由於具較大的資本，營造與包裝出感覺是「公共」的使用，例如簽唱會、產品發表會，往往具有表演性質。根據研究者訪談的過程當中，也不見有人對於這樣的事情感到不悅。當然還有就是這種活動並不是長期而固定的，所以也較為人們所接受，偶爾一次嘉年華般地壅塞在台灣總是可以被原諒。

第二節 開放或封閉空間

在現代都市居民心目中，很少人會認為騎樓是「私有的封閉空間」，因為在建築形式上雖然是在二樓的底下，但除了立柱表達了建築物地權範圍外，並沒有其他明顯的封閉景觀，陌生的路人可以隨時任意進入和通過「騎樓」，而一樓店家對來往顧客更極表歡迎。

然而，在直覺上，也不易認同「騎樓」是「開放空間」，除了很多法令對於使用「騎樓」的限制外，「騎樓」只是位於一樓住宅或店面與馬路之間的一條很狹長的地帶，令身處「騎樓底下」的人很不容易感受而開放的大空間格局。反而在人潮擁擠的時刻侷促不安。

依據問卷調查和深入訪談的結果，對於這個「騎樓」屬於「開放空間或封閉空間」的問題，在不同社會背景的研究區中的不同文化族群，有不同的回應。當研究者問到：「你把騎樓當作人行道？」六區平均有 82.4% 回答贊同與非常贊同，表示在騎樓裡應該是穿梭自如，想走就走。可是當研究者又問：「有騎樓的街道，另有人行道存在的必要性？」有高達 81.5% 表示贊同，所以騎樓與人行道縱使應該是相同的通行功能，卻讓人有空間感的不同，產生覺得不可取代性。研究者認為就是騎樓具有開放與封閉兩種空間感，也就是騎樓與外在環境所有擁有的封閉性，使得騎樓無法被人行道所取代。人們喜歡有依靠，卻又開放自由的空間，正如同調查到 71.7% 的人喜歡走在沒騎樓的有樹人行道。

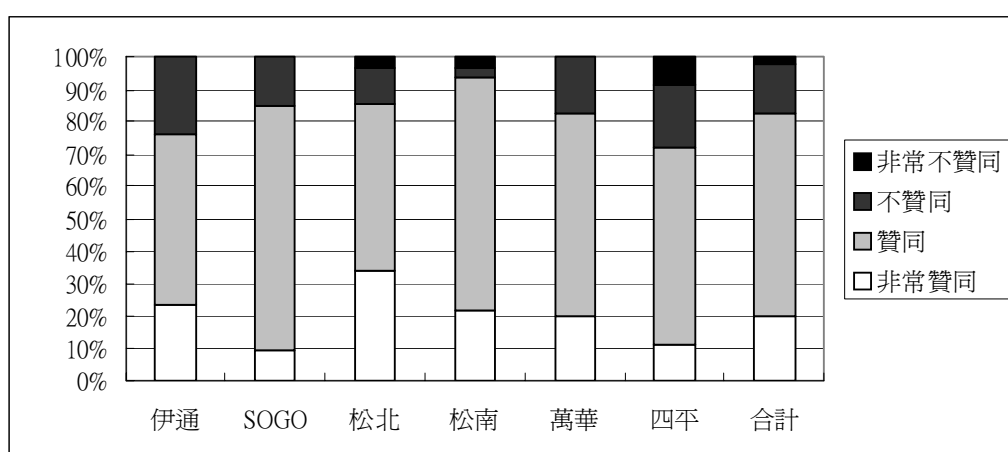


圖 4-22 認為把騎樓當作人行道累積人數比

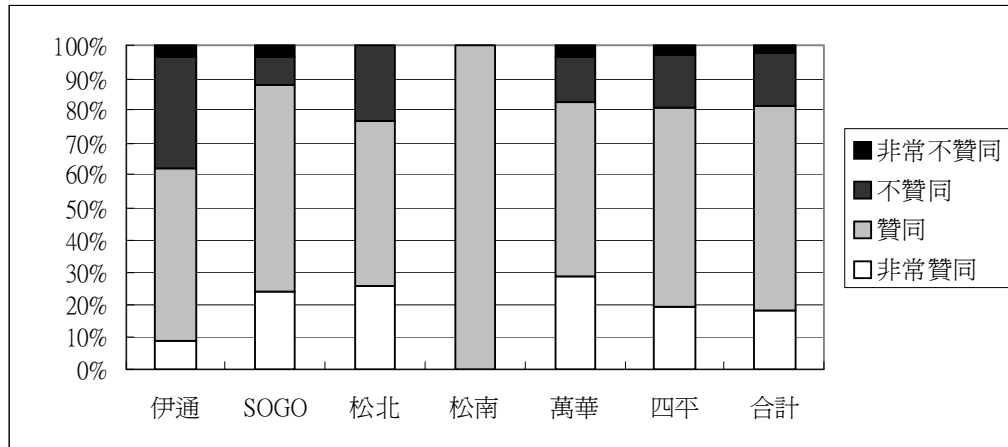


圖 4-23 認為有騎樓的街道，另有人行道存在的必要性累積人數比

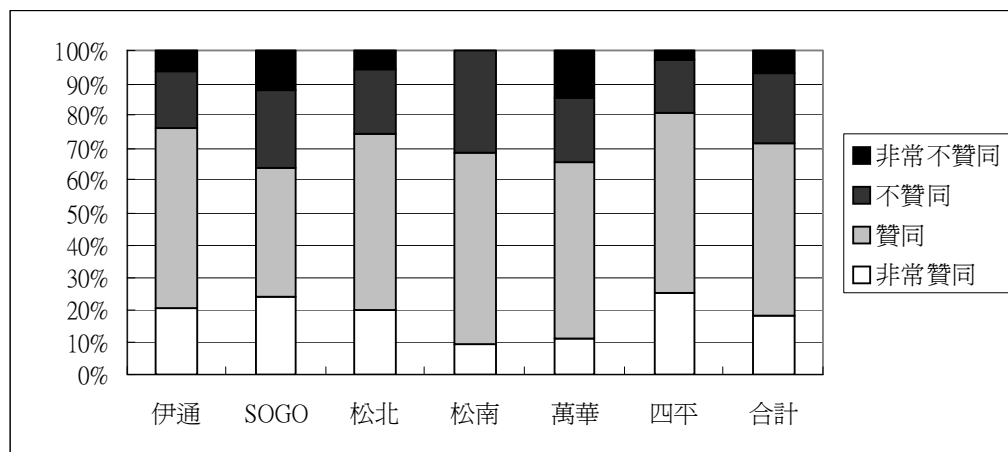


圖 4-24 認為喜歡走在沒騎樓的有樹人行道累積人數比

如果說，騎樓跟人行道最大的差別在於上頭有無遮蔽的空間感嗎？研究者利用另一個數據來回答這樣的疑問，因為當研究者問到：「遮雨棚可以替代騎樓的功能？」六區平均有 60.0% 的人不贊同這樣的說法，而大部份在台灣都市的遮雨棚都沒有廊柱，棚下的路面可以說是毫無阻礙，這樣的空間感是不被認為可以代替騎樓，和騎樓有所不同。有 95.1% 的路人就認為騎樓有效的隔開行人與馬路，保護行人，在這一點上，騎樓的空間封閉感比起雨棚、行道樹都來的有效，而讓絕大部分的行人感到安全。根據本研究調查到的 205 人所得便有 85.9% 的人都贊同白天時段，走在騎樓感到安全；同樣地，有 81.5% 的人認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全。

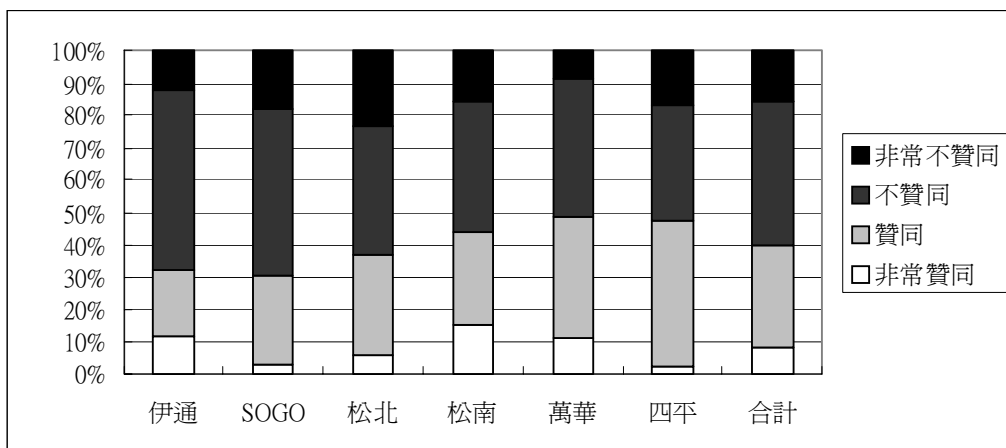


圖 4-25 認為遮雨棚可以替代騎樓的功能累積人數比

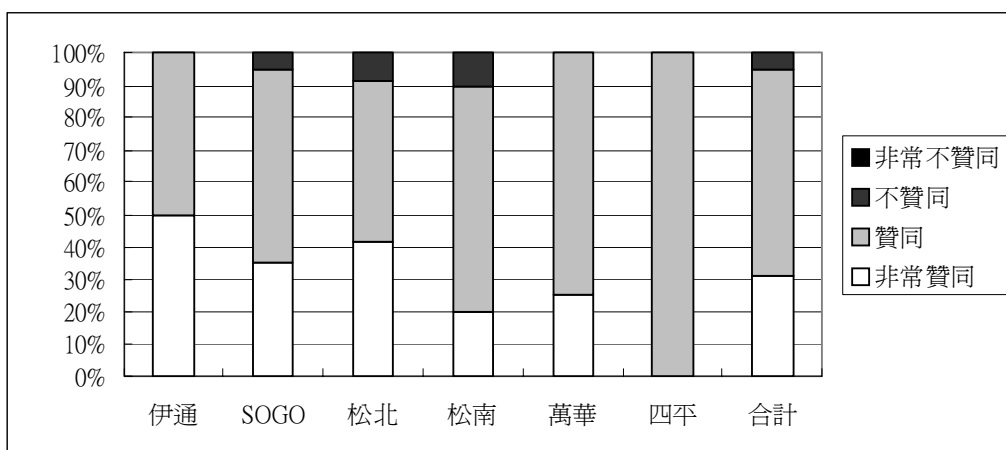


圖 4-26 路人認為騎樓有效的隔開行人與馬路，保護行人累積人數比

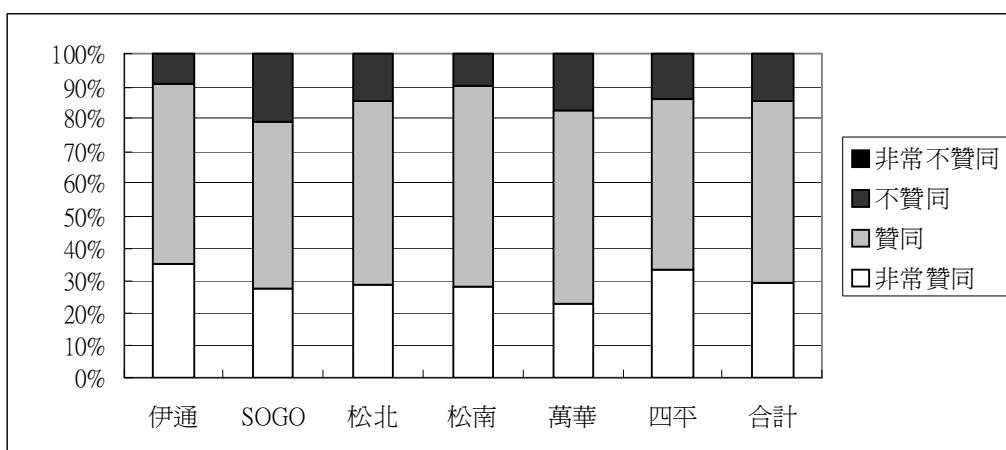


圖 4-27 認為白天時段，走在騎樓感到安全累積人數比

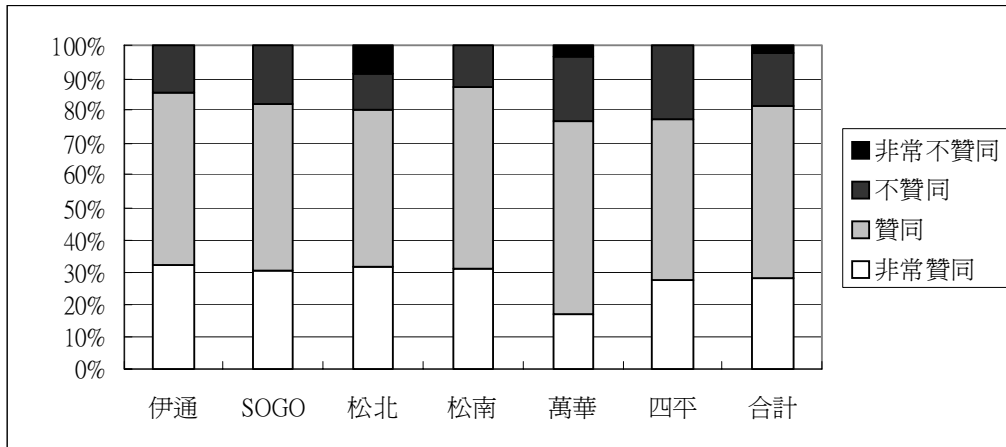


圖 4-28 認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全累積人數比

如上所言，相對地封閉換來安全，但對生活在台北市的人們而言卻也不希望完全封閉，77.6%的人就不贊同騎樓應改成封閉空間與馬路完全隔離，並且有高達 95.6%的社區居民認為商家與對外街道看去應該視線良好。當封閉與開放在騎樓空間被感知時，其實往往有過猶不及的兩面，當它太過封閉時，讓行走於其中的人們無法得到外界的資訊時會讓人感到不安心，就如同夜晚期間，走在幽暗的騎樓會讓人感到恐懼。太開放，外頭飛砂走石、汽車直接開上騎樓，也會讓人產生許多的不安，所以一般爲了避免汽機車進入，高起來的人行道可視為一道防線，而騎樓的廊柱更讓車輛無法恣意橫行於騎樓間。

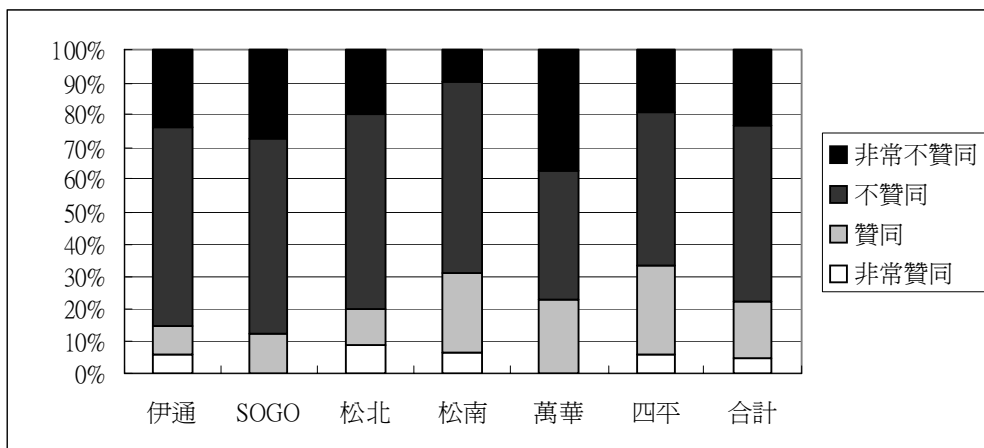


圖 4-29 認為騎樓應改成封閉空間，與馬路完全隔離累積人數比

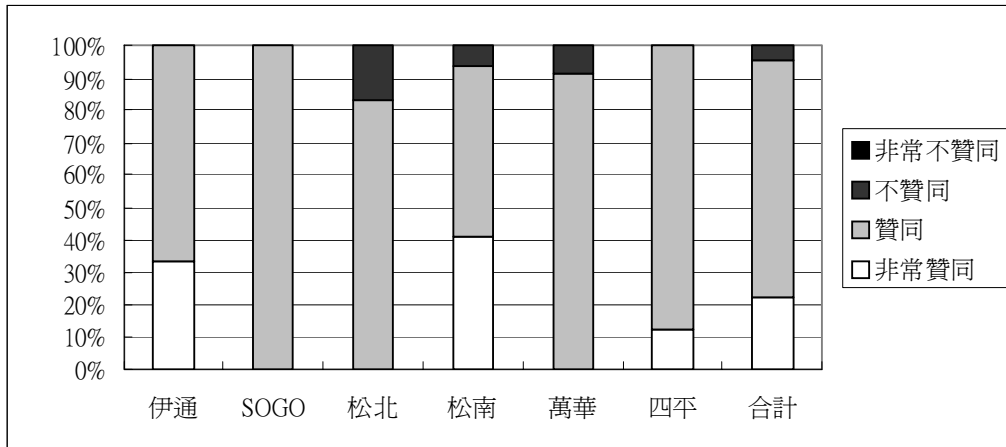


圖 4-30 居民認為商家與對外街道看去應該視線良好累積人數比

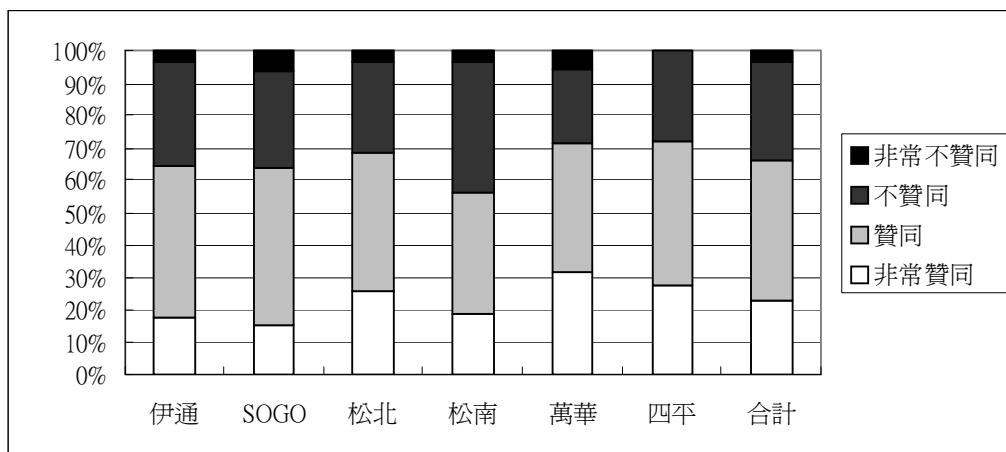


圖 4-31 認為夜晚期間，走在幽暗的騎樓感到恐懼累積人數比

有 66.8%認為騎樓給予自由空間的感覺，也有 60%的人反應走在騎樓裡，會特別觀察人群，間接反映出騎樓透明開放的空間感。對騎樓這種開放的空間感，使得人們也認為騎樓不應該被中斷通行，甚至認為應強制拆除，把騎樓淨空。在家上商家為了吸引顧客、展示商品，也有 95.2%認為喜歡商家櫥窗要透明，這樣也提升在騎樓裡開放的空間感。不僅是只有看出去街上，在行走的同時，你可以清楚的看進店裡，並自由地走入，或選擇走到馬路上。這些都可用來解釋騎樓空間的開放感，但是，我們也可以用 33.2%不認為騎樓給予自由空間的感覺來解釋騎樓空間封閉感的存在，畢竟有很多時候這兩種感覺是相對的。

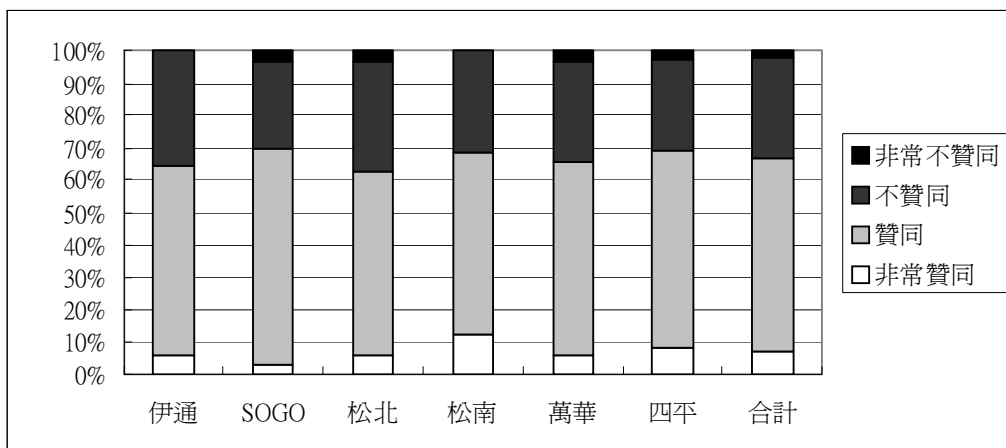


圖 4-32 認為騎樓給你自由空間的感覺累積人數比

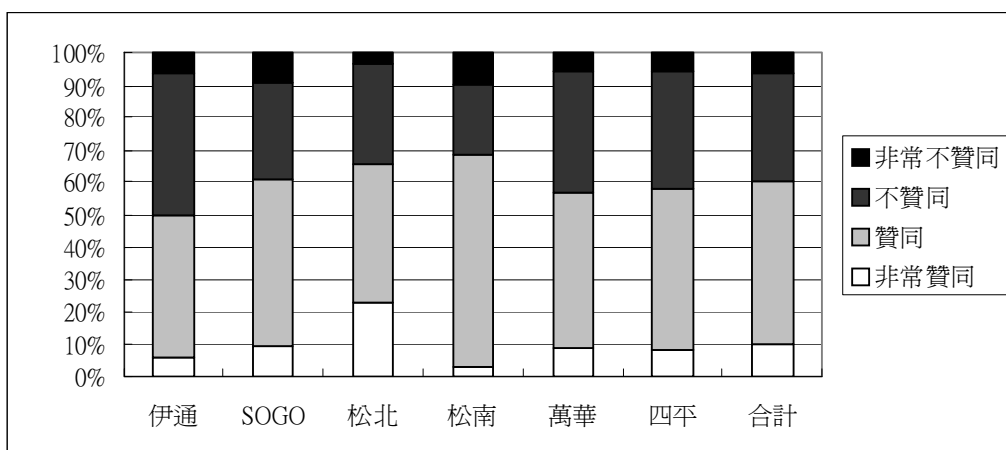


圖 4-33 認為走在騎樓裡，會特別觀察人群累積人數比

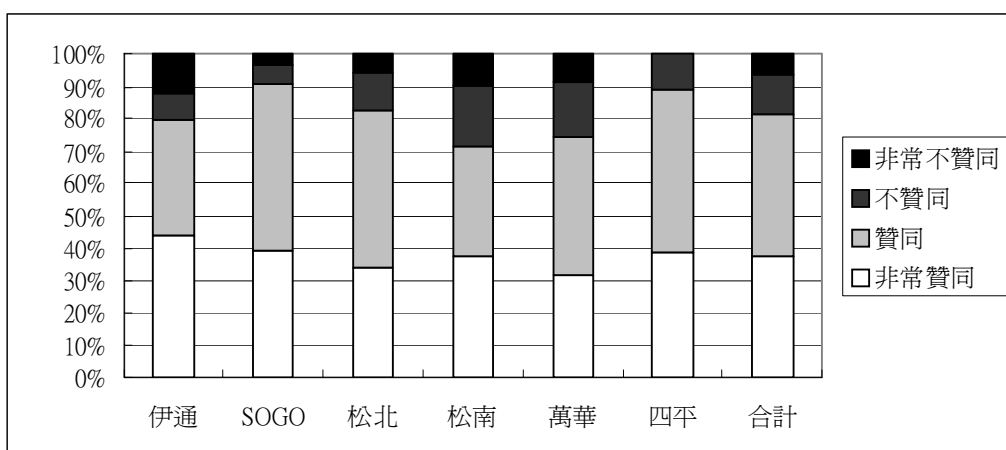


圖 4-34 認為中斷騎樓通行的違章建築極端可惡累積人數比

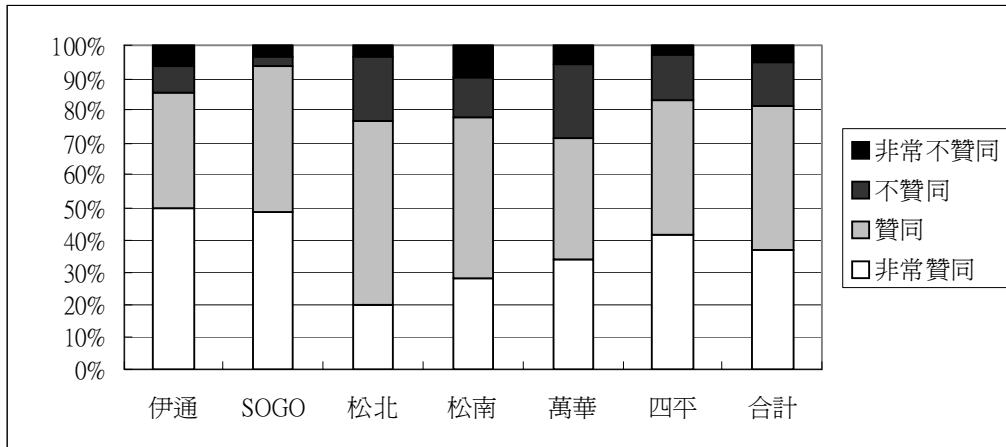


圖 4-35 認為騎樓中的違章建築物應強制拆除累積人數比

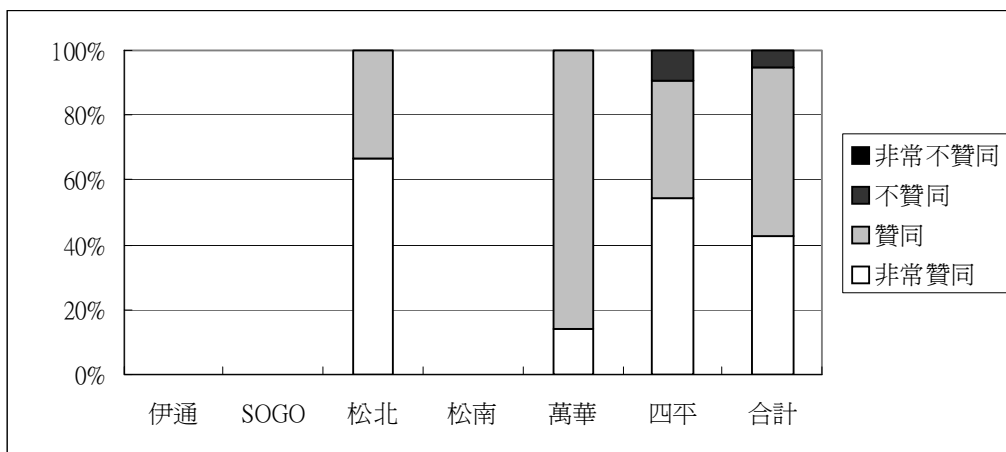


圖 4-36 店家經營者喜歡商家櫥窗要透明累積人數比

比較各研究區對騎樓開放與封閉空間感的差異，往往呼應當地的社區需求而有些許不同。根據本研究調查，在騎樓通過人潮最為眾多的 SOGO 商圈（路過行人佔樣本數的 60.6%），由於通過的需求強烈，對於開放的騎樓空間感也顯得較強烈，在問卷上數值比六區平均來得高，例如，對於阻擋通行的違章建築認為應該強制拆除；認為有騎樓的街道，另有人行道存在的必要性；不贊同騎樓應改成封閉空間，與馬路完全隔離。顯示在這樣大多數都為路過行人的街道社區，縱使需要騎樓在封閉空間的保護，但相較起來開放性就比其他社區重視得多。

在伊通街的巷弄社區中，整個社區給人的感覺本來就是相對封閉，每個家戶前都是大門緊閉。社區居民為主的人口組成，出入相對單純。在建築景觀與道路規劃上，不但沒有騎樓，也沒有遮雨棚與人行道，顯現出較顯著的是重視騎樓對人的封閉性所造成的保護功能，例如，不贊同遮雨棚可以替代騎樓的功能；不贊

同有騎樓的街道，另有人行道存在的必要性；認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全。研究者所指出的數值都高於六區平均，但其實各區彼此之間差異不大，研究者認為這凸顯騎樓的開放與封閉的空間感是回應人基本的安全需求，回應到物質空間來說，比公共與私有的空間感受社會因素影響來得少。

當然我們也能在比較景觀較雜亂的萬華與四平舊社區，發現有比較高的比例不贊同兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全，可是相對起來，對晚間幽暗的騎樓感到恐懼的比例也比其他社區高。研究者相信這就是由於萬華與四平社區混亂的景觀加深對於安全問題的憂慮。

這裡特別值得一提的是「廣場」邊的「騎樓」，與傳統的「馬路」邊的「騎樓」之空間格局完全不同。問到：「喜歡待在沒騎樓的廣場開放空間？」在 SOGO 商圈所得到約佔六成贊同，只高於其它區一些，並沒有因為處在當地而對這樣的空間產生特別的愛好。根據研究者親自到實地訪查多次的結果，沒騎樓的 SOGO 復興館廣場上，不論白天或晚上幾乎沒人「待」，只有廣場周邊石椅上零零星星，到了夜晚更是沒人駐足在此。在白天，此處感到刮風日曬；在晚上，反而成為令人未知的漆黑。相形之下，有騎樓的忠孝館前直到騎樓打烊後，沒燈火也是好友三五成群在此閒聊。研究者認為喜歡待在廣場開放空間的立場，不如說是喜歡觀看，且是在安全、舒適的環境下。相對照兩廣場，忠孝館旁有騎樓的角落成了他們觀看最佳的歇腳場所，因這樣的觀看滿足開放的空間感，卻也有一方屏障。廣場上的騎樓少了通過性動線的騷擾，讓人們可以比較好整以暇地滿足對資訊透明、一覽無遺的廣場景觀，這種樂趣是在一般沿街騎樓所比較不能有的空間感。這種喜歡在人群當中觀察別人造成的趣味，這是我們生活中常常俯拾即是樂趣，正也是研究中有 60% 的人贊同走在騎樓裡，會特別觀察人群的原因。

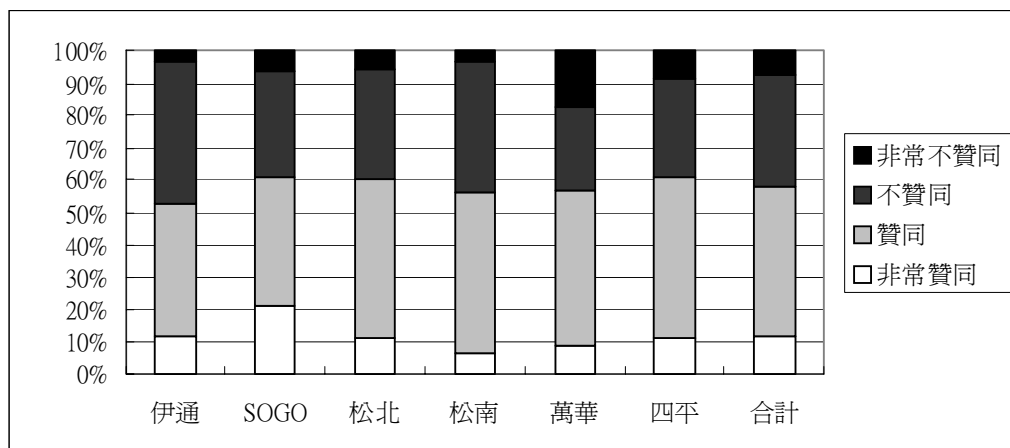


圖 4-37 認為喜歡待在沒騎樓的廣場開放空間累積人數比

第三節 空間性的歷史變遷

根據陳國彥教授的口述與研究者的整理：萬華青山宮一帶靠近淡水河畔的騎樓夜間可以封閉起來，然而這與當時清朝械鬥、土匪很多，河岸的這一帶容易成為強盜土匪覬覦的對象有關，而騎樓呈現半封閉現象（見圖4-38）也出現在對岸過去的新莊老街。遇有盜匪情事，居民將木板隔於騎樓外，可以成為防衛的建設，使商家與住家在內得以保全，騎樓內的物資約可使社區一個禮拜自給自足。而且，各種店家所提供的服務並不重疊，不會彼此爭奪客人，成為一種社區特殊的商業倫理與社區型態。爾後，慢慢地社會安定，這種可封閉的建築結構只剩下騎樓而已，但一直到日治時期還可見到這種騎樓建築，如今知道過去這種狀況的人少有。

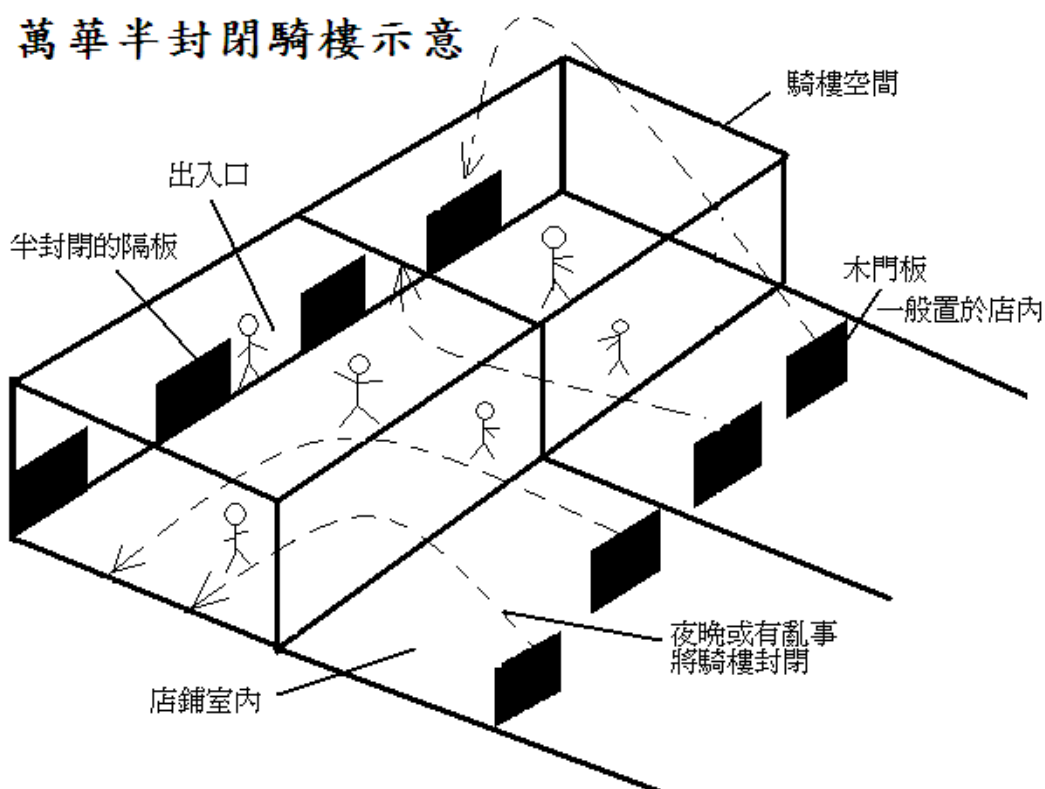


圖4-38 萬華青山宮旁半封閉式騎樓示意（資料來源：陳國彥口述，研究者重繪）

「騎樓」在「日據時代」或以前很可能是「半私有的封閉空間」，在建築形式上，「騎樓」外緣的立柱間有活動閘板，可以隨時裝上或拆卸，若把閘板全部裝上，整個「街廓的騎樓」就完全封閉，成為該「街廓社區」的「半私有的封閉

空間」。所謂「半私有」表示不屬於任何特定居民，是該社區的公共空間，非該社會居民不得未經同意而闖入。這樣的設施可能有共同防禦盜賊的目的與功能。當時的「騎樓」是為「街廓社區」而服務，故一樓店面很少經營相同行業，以便方便「街廓社區」居民的簡單日用所需。各大樓單位在建築形式上可有不同，但至少在「騎樓」地面上不會高低不平。

根據陳國彥教授指出：過去西門町的衡陽街是日本人街，而當時的日本政府規定騎樓的建築都需要建成平的，而不准高高低低，並且不準擺攤，衡陽街當時是台北最好 window shopping 的地方。然而，國民政府來台時，陳儀帶來當時中國自由、平等的口號。而當時靠淡水河的衡陽街因為淹水的情事，舉著自由、平等的口號，大家紛紛將騎樓墊高，使騎樓的使用失去當年日本帝國統治時，所立下的嚴格淨空、天天打掃、不准擺攤等規定。在國民政府遷台之後，「騎樓」轉變成爲「開放式公共空間」，除了准許路人自由通過外，很多大陸移民在騎樓擺設攤販，尤其惹起原大樓居民反感，時有衝突，甚至埋下二二八衝突其中一個衝突點。畢竟，騎樓一時這樣雜亂無章法的景觀是過去日本統治時代所不允許的。

時至今日，當研究者調查龍山寺社區時，研究者與兩位店家經營者訪談，兩位婦人一直強調：社區另一頭都是流鶯，他們這裡可沒有，景觀、治安不好的是他們，不是這裡。又說道：騎樓鄰居有什麼好的，都是爾虞我詐，互相搶生意。就像研究者問卷所得到的數據，仍有一些店家經營者認為路邊攤只是搶生意而已。會產生這樣的問題，研究者認為今日政府把騎樓的產權與使用權分離，這樣也是不同於以往的空間感。過去以騎樓為特殊的社區與商業倫理，也很難在這樣彼此競爭當中再見到。

在現代交通方便的情形下，消費不再限定於一地。都市人口激增，加速專業分工，也促使騎樓裡的服務必須更多元的滿足求快、求變的消費者，而騎樓裡同業互斥的情形轉變為專業街聚集，以吸引顧客特地來此消費，反而互相競爭也形成一種助力。所以在研究者六個研究區中幾乎都呈現這樣的風貌，專賣街的形象都出現在其中，這是另一種騎樓空間性的歷史變遷。

第六章 騎樓的地方感

由於騎樓所存在的特殊地理位置，客觀事實上是「住宅的延伸、住宅與馬路的緩衝地帶、路人的通過肢節、鄰居閒聊或遊人不期而遇的聚合場所」，依據人本主義地理學對「地方」的定義，地方是一個所在的位置（Where the place is located?）。所以，地方必須有獨特的地理位置（Geographic Location）。而這位置的定義乃是座標系統內的絕對的或相對的「點」，換言之，地理位置即是「地點」（潘桂成，2009）。騎樓就是一個具有「區域特性的地方」，人們對它的「地方性」會有怎麼樣「地方感（The Sense of Place）」，是本章討論的主題，研究者透過問卷調查和深入訪談，分別在「功能感、自由感、擁擠感、空虛感、安全感、恐懼感」方面提供一些都市人對「騎樓」的想法。

第一節 功能感

「騎樓」為都市型建築物的一部份，它具有居住生活機能，不言而喻，只是這種居住生活機能不在大樓的某一住家之內，而呈現於一樓店面前方的二樓底下，而且不全屬於大樓的某一住戶，甚至接受任何陌生的路人享用。

在六個研究區的調查結果在功能感上非常一致，尤其是問到「在雨天時，覺得騎樓的存在很重要？」205 個樣本中，99.0%贊同；在晴天時，覺得騎樓的存在很重要，則是有 93.7%贊同。這是騎樓在物理上帶給都市人群最基本的功能，也就是在氣候上避免直接接觸風雨陽光可能帶來的不適。

當對六個區域 61 個路過行人問到：「騎樓唯一的機能是在雨天時保障行人？」54.1%表示不贊同，也證明行人認為了還有其他功能，因而有 60.0%的人不贊同遮雨棚可以替代騎樓的功能，不贊同騎樓的存在是街道空間的浪費也高達 84.4%。依據問卷調查和深入訪談的結果，幾乎全部受訪者都確認「騎樓」有「避雨、遮陽」的防護自然環境災害的功能。以台灣的副熱帶季風海島型氣候，雨日與雨量都很多，尤其是颱風雨季節，「騎樓」的功能特別彰顯。

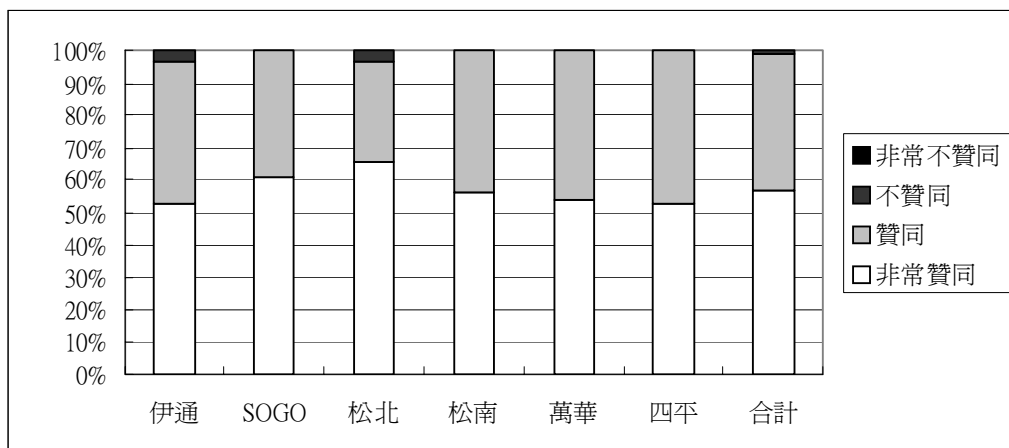


圖 5-1 認為在雨天時，覺得騎樓的存在很重要累積人數比

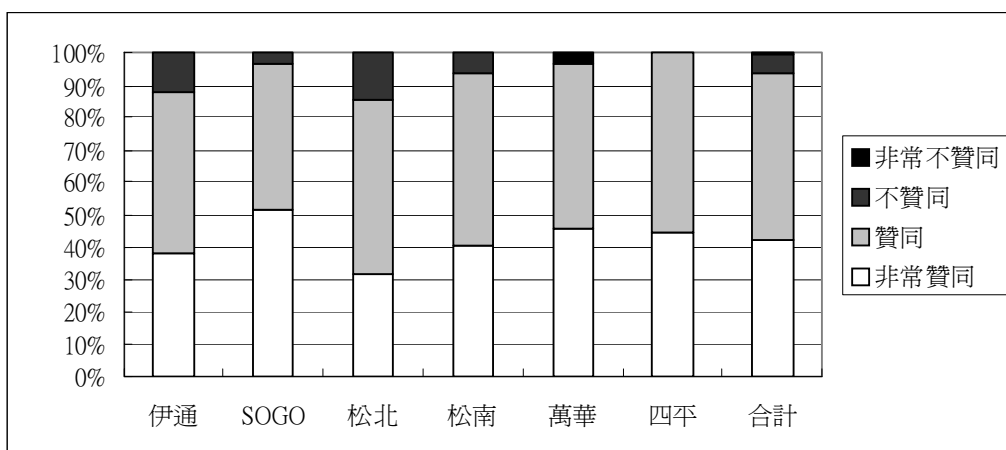


圖 5-2 認為在晴天時，覺得騎樓的存在很重要累積人數比

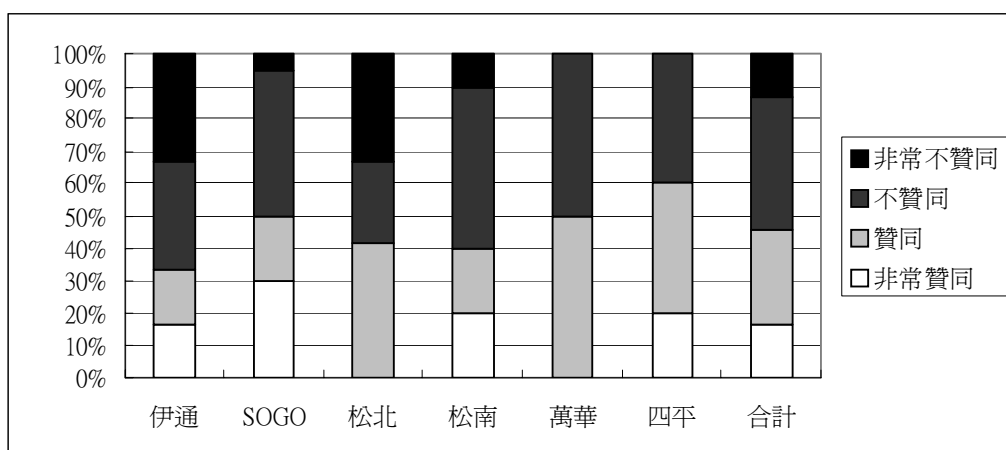


圖 5-3 路過行人認為騎樓唯一的功能在雨天時保障行人累積人數比

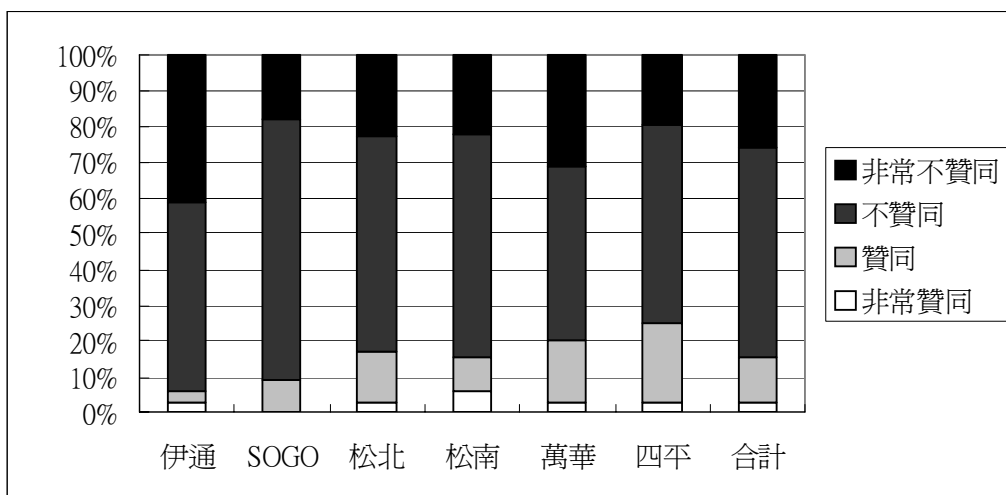


圖 5-4 認為騎樓的存在是街道空間的浪費累積人數比

相對的，有些沒有「騎樓」的大樓，一樓店家要自己花錢設置固定的或活動的「遮雨棚」以代替「騎樓」的原有作用。在這樣的情況之下，其實很多店家就會趁機搶地盤，把雨棚下的土地也當成自己店的空間一樣在使用、堆貨、展示。



照片 5-1 廣州街 152 巷街景：由於巷弄較小不須設置法定騎樓，但仍可見商家將屋簷突出，或設置活動雨棚。貨品就順理成章擺到馬路上來任君挑選。



照片 5-2 伊通街 106 巷
街景：儘管是凹進去道路兩旁的店面，仍用活動式雨棚遮風避雨，甚至是佔地盤。

另一方面，在於純住宅區，人流稀少，不僅沒有「騎樓」，甚至沒有人行道，大門之外即是狹小的巷弄，等於減少了一個很大的緩衝。沒有騎樓的阻礙，車輛也因此可以隨意亂停，常常堵住門戶的出入口，造成居民與路人的不便。然而騎樓在保護行人的功能感這一點，在本研究調查裡相當顯著。



照片 5-3 松江路巷街
景：台北市當中有很多的單行道巷弄，由於巷弄狹窄都不須設置法定騎樓，但也因為單行且狹窄，大大減緩車速，降低行人的危險。不過比起騎樓還是險象環生。



照片 5-4 松江路巷街
景：由於都位於主要幹道的兩旁，很多巷弄成了停車場，沒有騎樓的巷子整日都停滿車子，加上巷弄小、無人行道，使路過的行人與出入門戶的居民費力許多。

以上兩種情形都說出騎樓在保護行人與遮風避雨上的功能，而把當行人行經此騎樓當作人行道通過時，往往因為這些物理上的功能，而帶來的是更多人的接觸，進而製造商機與彼此認識的可能。有 38.0% 的人表示贊同騎樓提供你與陌生人接觸、交談、認識的機會，這樣的數字雖然不算高，但是已經超過三分之一強，這樣在冷漠的都市當中已經是難能可貴了。尤其在伊通、四平沒有騎樓的社區有這樣的地方感，顯現出這些社區渴望與識覺騎樓做為公共空間以彌補本身社區的缺乏。也只有 29.8% 贊同騎樓是良好的約會空間，可知在都市人來人往的騎樓裡，不是什麼被認可安靜可以坐下好好聊天的地方。但若尺度縮小，以六個不同的社區來看，非常明顯地他們也認為騎樓有建立社會網絡的功能，甚至可以得到互利。

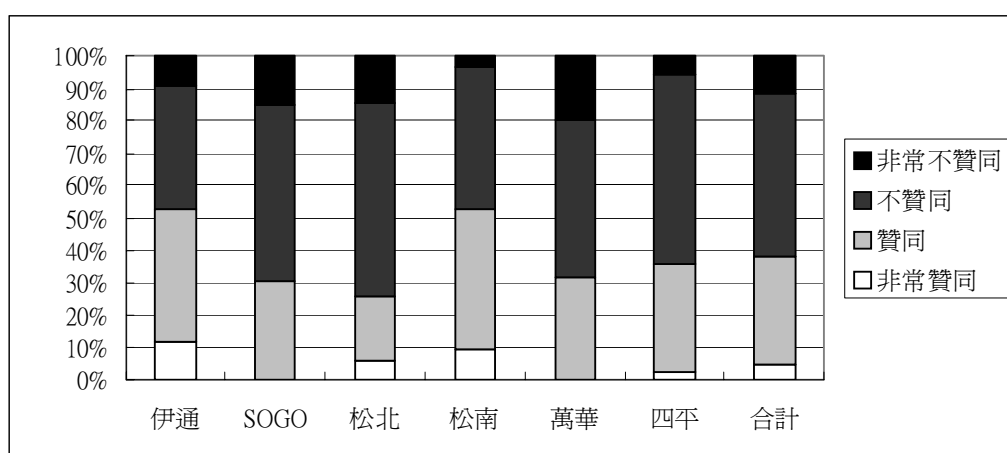


圖 5-5 認為騎樓提供你與陌生人接觸、交談、認識的機會累積人數比

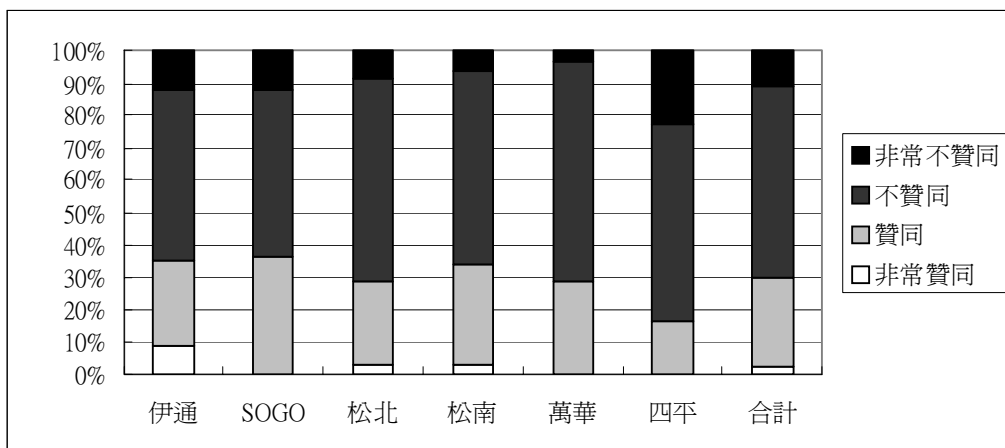


圖 5-6、認為騎樓是良好的約會空間累積人數比

然而就居民而言，他們長時間處在社區裡，相對地有更多的機會造成接觸與認識，本研究調查有 83.8% 的居民認為騎樓有助於街坊鄰居人際關係的建立，不分社區，這樣的地方感都很強。例如，研究者在訪談時，常常會一位居民後面又圍了一堆「軍師」，大家你一言我一語，想看看研究者到底在做什麼研究；或者是彼此都是做生意的在騎樓下閒聊了起來，這樣就是騎樓最簡單的接觸。但是，日子一久就變成街道社區的社會網絡，彼此照應，以一樓騎樓店家所衍生而成的社會網絡。在本研究裡，有 82.3% 的居民認為騎樓店家有助於獲得社區消息，這也證明了有關係的建立得以讓消息流通。

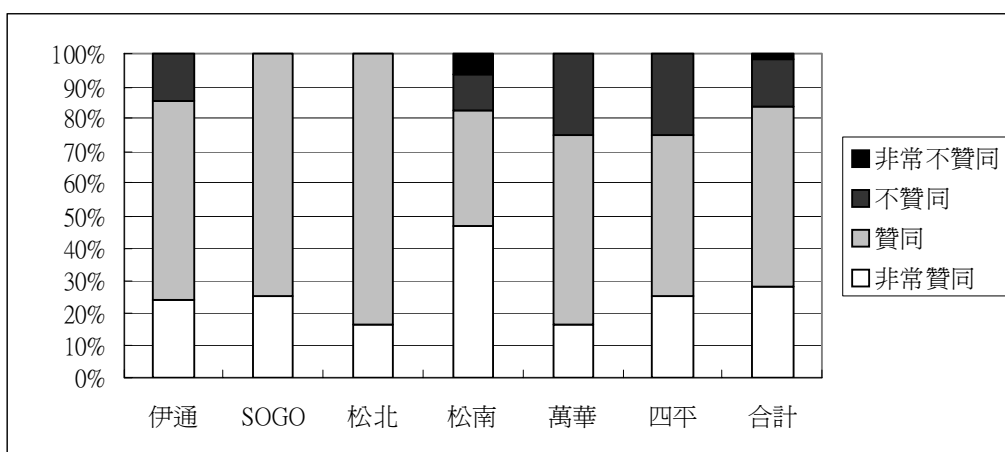


圖 5-7 居民認為騎樓有助於街坊鄰居人際關係的建立累積人數比

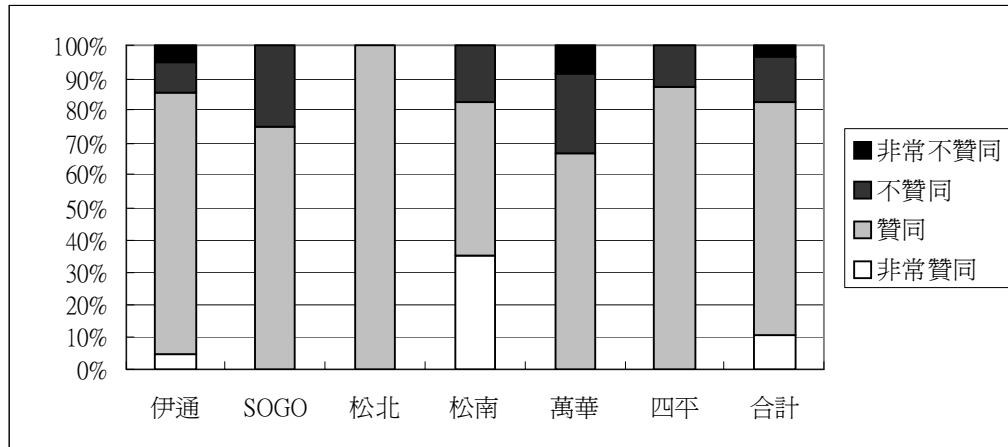


表 5-8 認為騎樓店家有助於獲得社區消息累積人數比

騎樓的公共空間性使行人方便使用，更會吸引其他如商業機能等的進駐，加強整條巷內內的人潮，等同於騎樓空間創造另一種公共空間。就以許多商圈的消費主力上班族的觀點來看，問卷中就有 83.6% 表示騎樓有助於商業活動，76.4% 表示喜歡在騎樓商店消費，45.5% 常在騎樓簡便飯店午餐。顯見這些在辦公大樓裡工作忙碌的人需要在短短的中午休息時間解決吃的問題，甚至是金融繳款等，這樣的便利都可以在大樓下附近的騎樓獲得滿足，不然就趕不上下午的上班時間。但研究者比較覺得有趣的是：47.3% 贊同騎樓商店會影響辦公大樓形象、72.7% 贊同騎樓路邊攤會影響辦公大樓形象，在這樣的調查結果也反映了騎樓做為門戶，間接成為門面的重要性。所以騎樓除了本身所具備的商業功能，也間接裝飾整座大樓的形象，除了販賣本有的商品，也販賣整座大樓的氛圍。

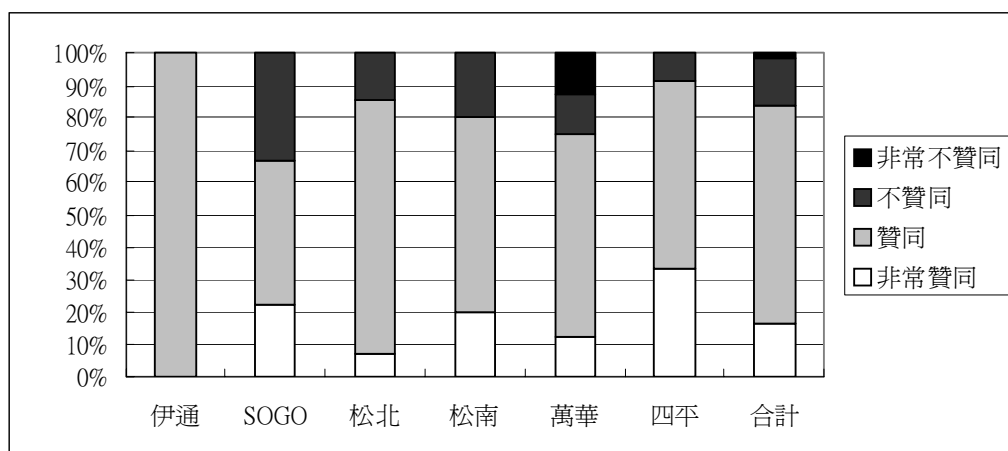


圖 5-9 上班族認為騎樓有助於商業活動累積人數比

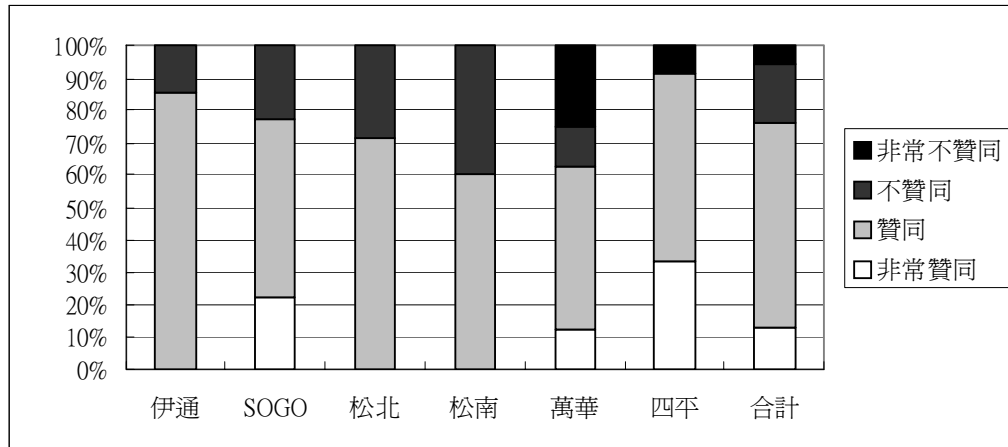


圖 5-10 上班族認為喜歡在騎樓商店消費累積人數比

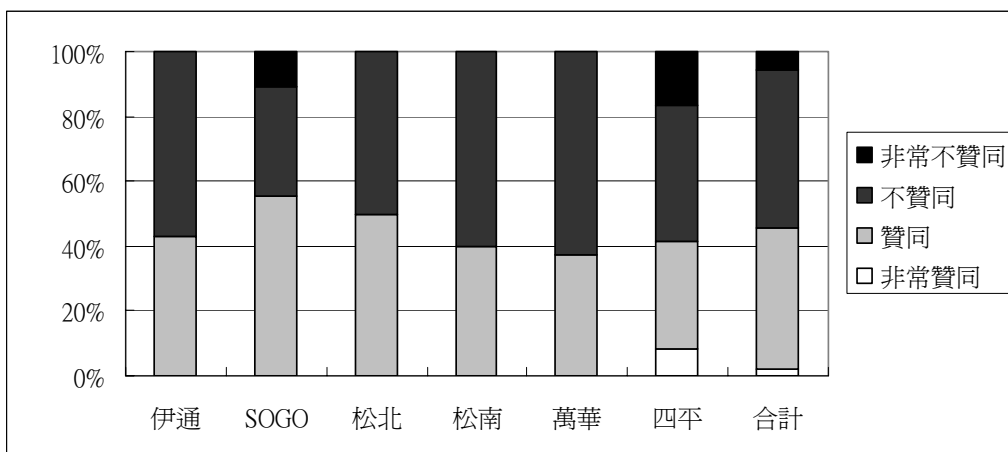


圖 5-11 認為常在騎樓簡便飯店午餐累積人數比

騎樓造就的商業便利性不只是對上班族而言，居民 89.7% 表示喜歡騎樓有便利商店；路過行人 65.6% 認為騎樓商家的有無影響走在街道上的意願。而這種功能性帶來的好處，除了購買商品的便利外，更可因此在巷內有燈光的照明，減少治安上的死角，可以說是騎樓的一項社會功能。205 個樣本裡，就有 62.9% 喜歡在騎樓閒逛，其中又以商業機能的 SOGO 商圈與松北社區較多人這樣表示，突顯社區型態的不同有不同的組成份子與機能，讓人產生不同程度的地方感。所以既然是閒逛，等於是休閒的一部份，騎樓在這層面上也滿足不管是人或商品看與被看的享受，如研究者在上文所提的滿足資訊透明、一覽無疑的觀看。

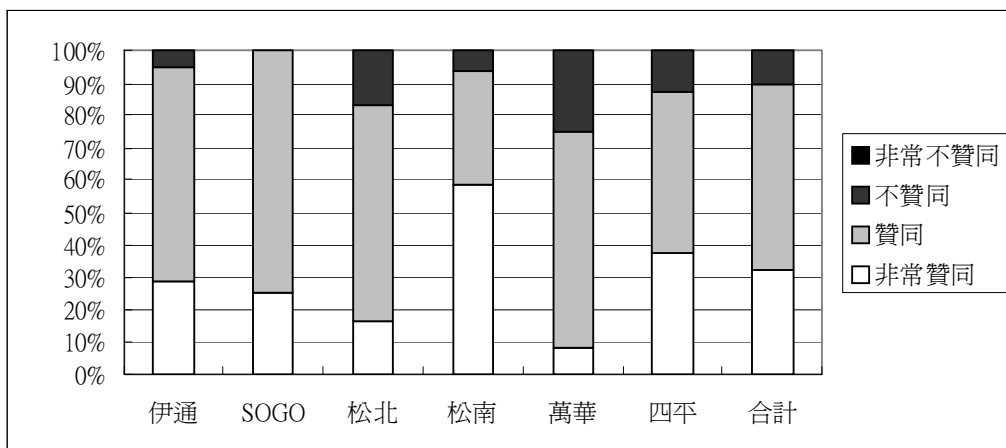


圖 5-12 居民認為喜歡騎樓有便利商店累積人數比

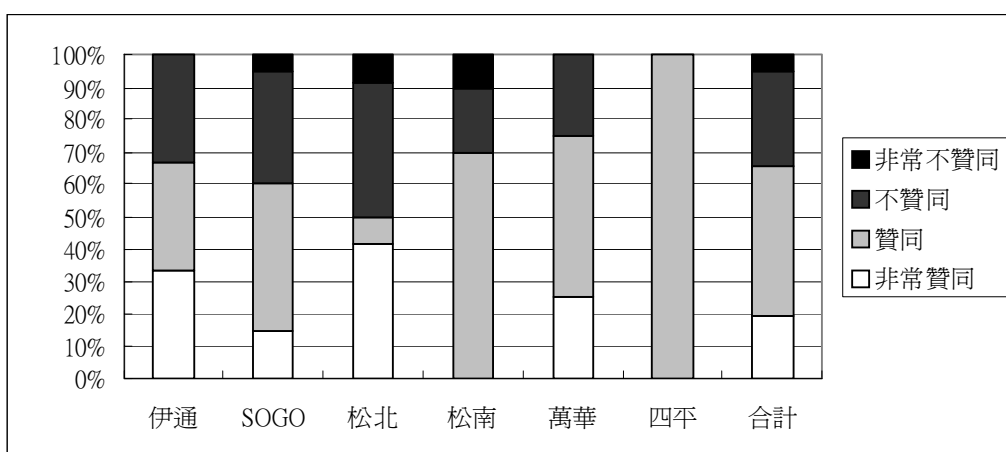


圖 5-13 路過行人認為騎樓商家的有無影響走在街道上的意願累積人數比

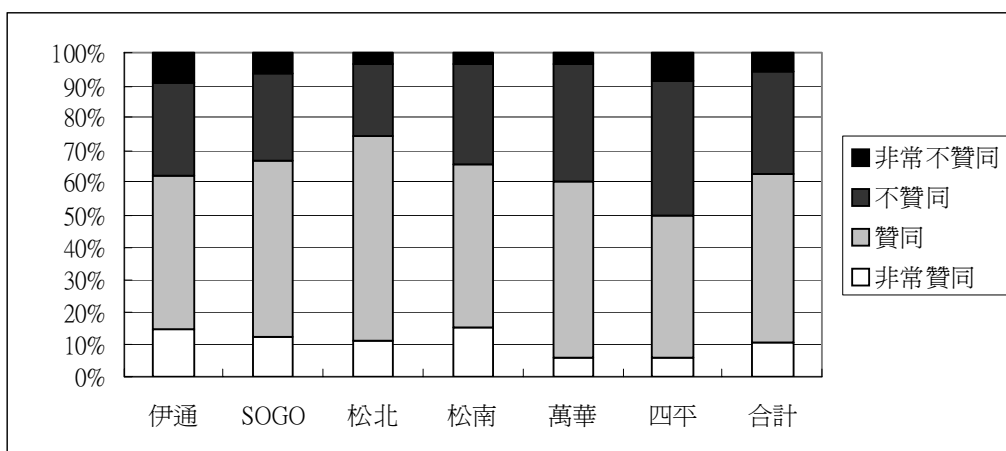


圖 5-14 認為喜歡在騎樓閒逛累積人數比

如前所說，騎樓由於人的走動與店面的燈火達到治安的效果，而把孩子放在家樓下的騎樓，一來很容易就近照顧、二來社會環境熟悉，我們看看所調查到的 68 位居民怎麼想：63.2%的居民表示喜歡有騎樓空間供小孩玩耍。有趣的是：這樣的結果比起所有 205 的樣本中，有 81.5%的人認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全的這個問題贊同度低了不少。研究者將得來的數據拆成社區來看，以伊通、松南、萬華、四平這幾個住商混合的社區其贊同度較高，而 SOGO 與松北純商業辦公大樓區不贊同度較高。所以沒有住家的商業區在讓孩子遊戲的地方感是不支持的，明顯地也是突顯了社區本身的機能與社會結構造就對騎樓的兩種看法。在人來人往，且沒有鄰居的幫忙下，兒童的安危實在是令人擔憂。相較之下，住商混合的社區也會因為孩子的噪音等問題多一層顧慮，但無論如何，覺得有騎樓讓小孩玩耍的喜好是存在的。

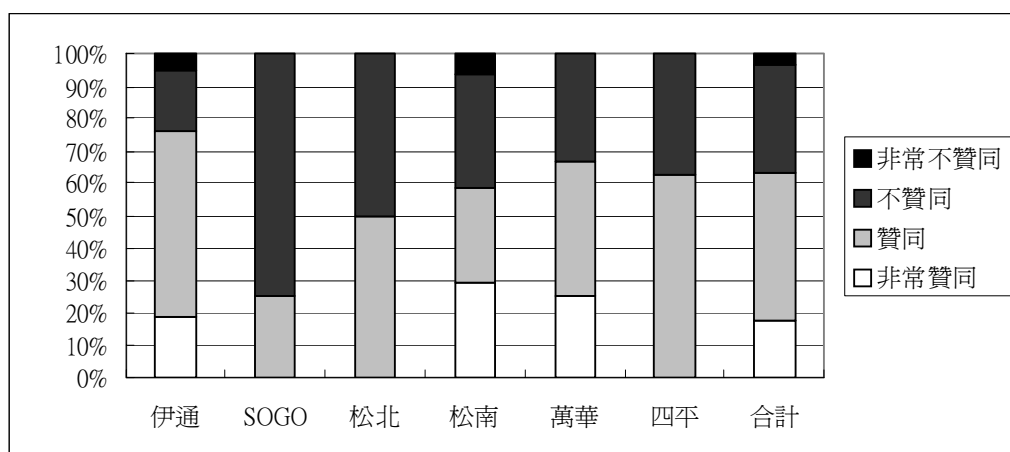


圖 5-15 居民認為喜歡有騎樓空間供小孩玩耍累積人數比

綜合以上討論，我們從騎樓物理上遮風避雨的功能、社會上人際接觸的功能、商業上帶來人潮的功能、區位上就近服務的功能、治安上長期活動的功能、休閒上滿足觀看的功能，一直到最後一個教育上照顧小孩的功能，也突顯了不同社區在其機能上的不同所造成不同的地方感。這些功能地方感讓人們感覺到：騎樓的存在使生活便利；居民認為純住宅區，騎樓建築有必要；上班族認為住宅用的建築需要騎樓；上班族認為住宅用的建築需要騎樓，在這幾個選項分別有 91.2%、79.4%、83.6%、87.3%的贊同度，這樣的結果六個區的數據大致相符，也證明功能地方感讓上班族、或居民都覺得騎樓在住宅或辦公大樓都有其必要性。

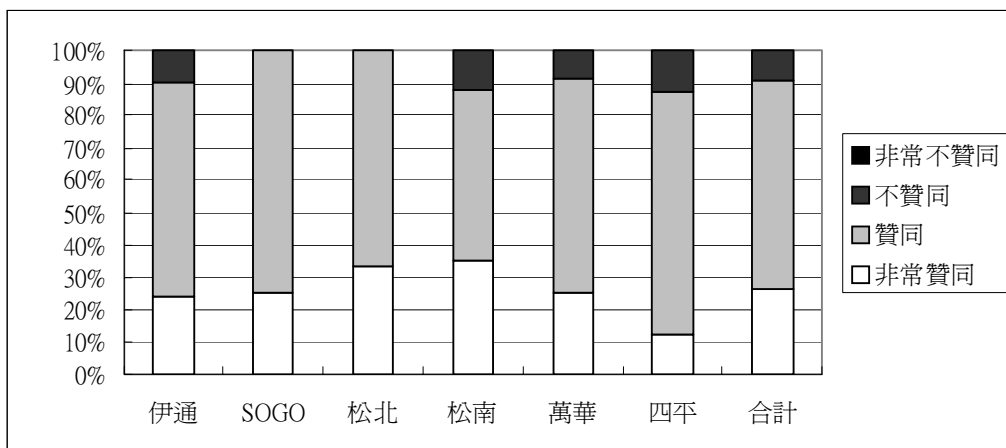


圖 5-16 居民認為騎樓的存在使生活便利累積人數比

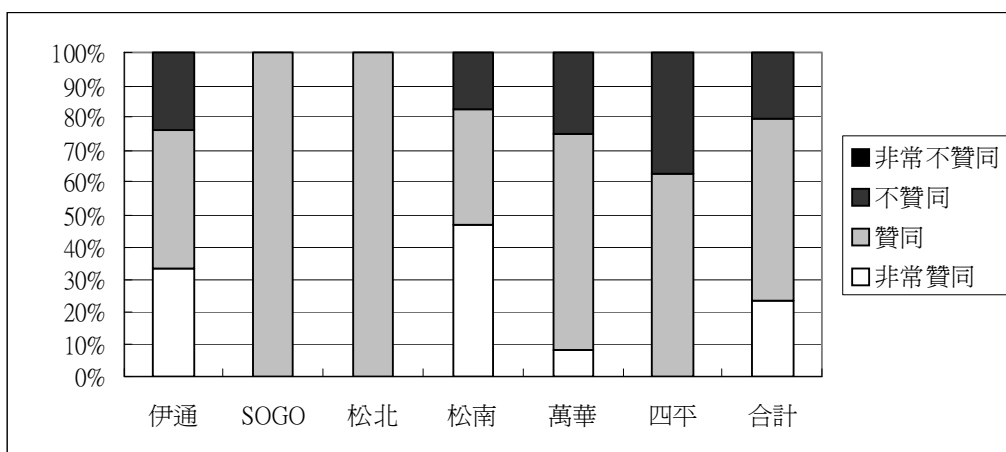


圖 5-17 居民認為純住宅區，騎樓建築有必要累積人數比

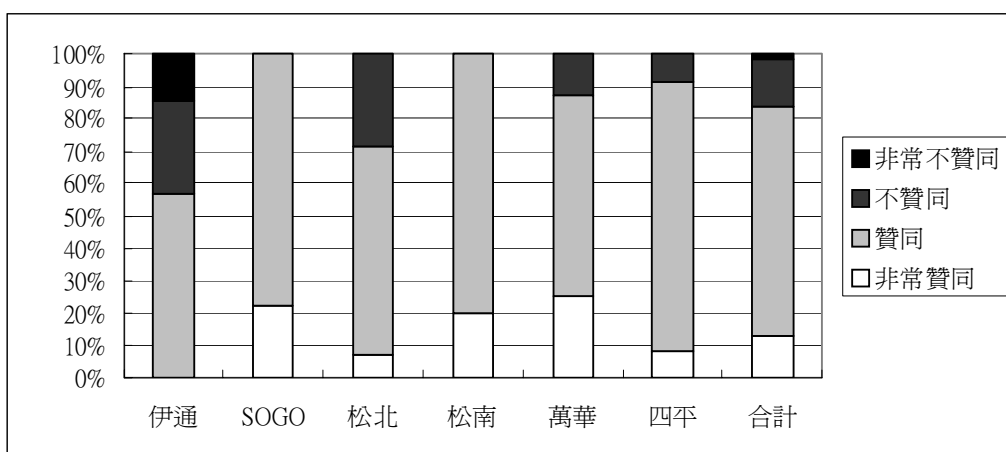


圖 5-18 上班族認為住宅用的建築需要騎樓累積人數比

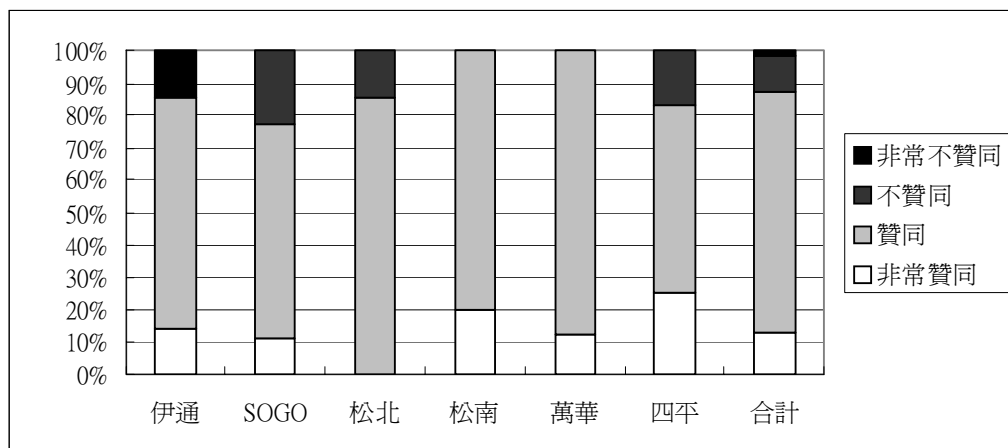


圖 5-19 上班族認為辦公大樓有需要騎樓累積人數比

第二節 擁擠感

「騎樓」既然不限於大樓居民使用，甚至在繁盛商圈中的「騎樓」，設置豪華，裝飾亮麗，並利用各式各樣的廣告手法，招徠顧客人潮，當路人進入這樣的「騎樓」，非常擁擠，或至轉身不易，而有被人流簇擁前行的現象。

60.0%的人表示走在騎樓裡，會特別觀察人群。在人來人往的騎樓不乏有這樣的人混進人群觀看他人而取樂，就好像現今媒體有很多「街頭正妹」²⁸的單元，也等同滿足都市人在這方面的需求。所以就像研究調查所得，很多人會喜歡在騎樓閒逛，而閒逛的過程走馬看花，這個看看、那個摸摸，當成一種休閒。

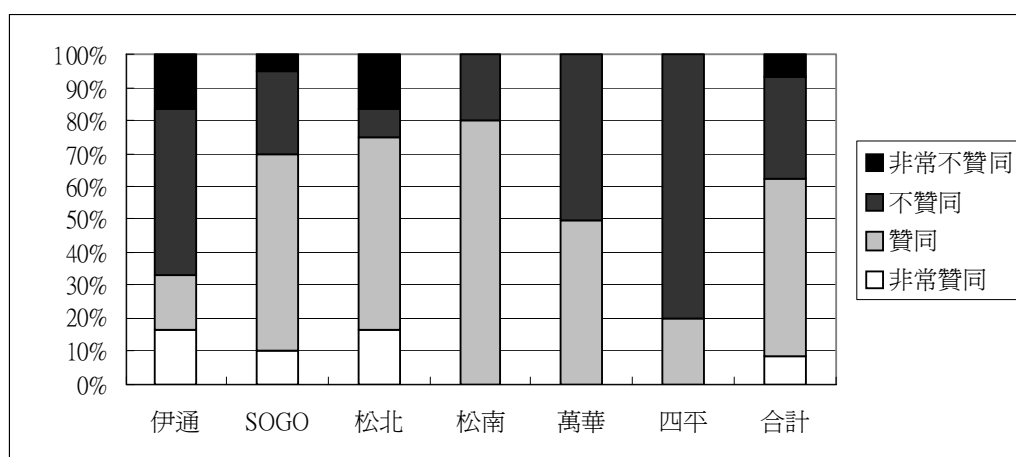


圖 5-20 認為經過騎樓商家與攤販，會有無目的的消費累積人數比

通過與接觸的過程中，店家便展開商品銷售，所以當問到六區 61 個路過行人：「經過騎樓商家與攤販，會有無目的的消費？」便有 62.3%表示贊同；行經騎樓時，會特別注意攤販與店家的商品更有 83.6%贊同；65.6%表示騎樓商家的有無影響走在街道上的意願。在這個閒逛的過程中，無形之間便放慢腳步，造成整個人潮移動的速度減緩而產生擁擠的現象與感覺。

這些現象恰好也與 SOGO 商圈所得到的數據成正比，SOGO 商圈常常造成路人駢肩雜遝，這就是造就了此區擁擠感的形成。在騎樓裡，有的人要到轉個彎店裡、有的人選擇直行、有的反方向迎面而來、有的從人行道切入，這樣多方向的人在此匯集，有快有慢，造成擁擠，有時候大雨一來，紛紛往騎樓一擠，這些生活在台灣都市裡常有的騎樓經驗。

²⁸ 就研究者所知蘋果日報、東森新聞都採取過這樣的題材，做為每日報導的單元。

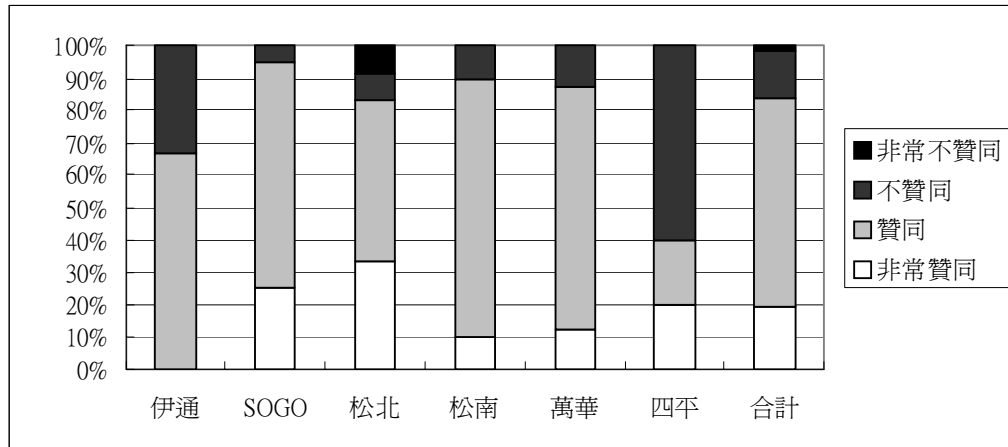


圖 5-21 認為行經騎樓時，會特別注意攤販與店家的商品累積人數比

路邊攤與店家也是喜歡擠在人潮裡，降低行進速度，增加行人看商品的時間。縱使 205 個樣本中有 28.3% 的人不認同騎樓應該容許擺設地攤，但如果沒有人買，怎麼會有地攤的存在，而且還成為騎樓裡很常見的景象，連所訪問到的 21 個店家經營者都有 15 人認為路邊攤販有助於吸引顧客人流。研究者認為不可否認騎樓有促進商業發展的功能性，如果說只是路過看一看就會消費就超出六成，那麼這樣的消費空間非常驚人，尤其其中不乏是簡陋的攤販與路邊攤。

不僅是攤販與店家，針對六區 61 位路過行人所做的調查就有 67.2% 表示喜歡騎樓有座椅的擺設、83.6% 希望騎樓有裝置藝術的擺設，而相對於擺設盆栽的 50.8%、攤販的 29.5%、商家商品的 27.9%，也就是行人也期盼在騎樓有些東西好看好玩，帶給人的舒適與美麗的騎樓，也喜歡購買商品。有趣的是，連問卷調查中商家 81.0% 也表示騎樓面積應該更擴寬，很顯而易見地，在滿足這麼多需求的情況之下，騎樓令人感到擁擠感也是很容易的；在加上六區有 35.6% 的人有在騎樓停放機車的習慣，難怪商家會說要更擴寬的騎樓。

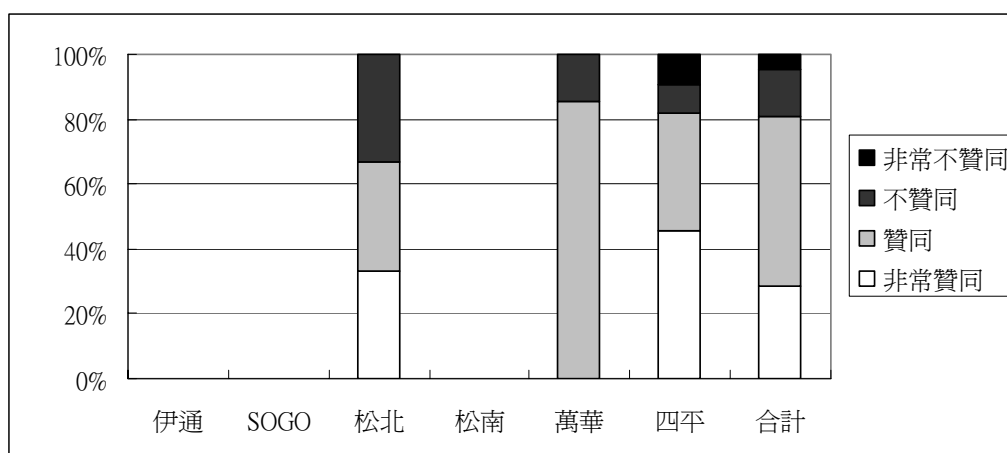


圖 5-22 店家經營者認為騎樓面積應該更擴寬累積人數比

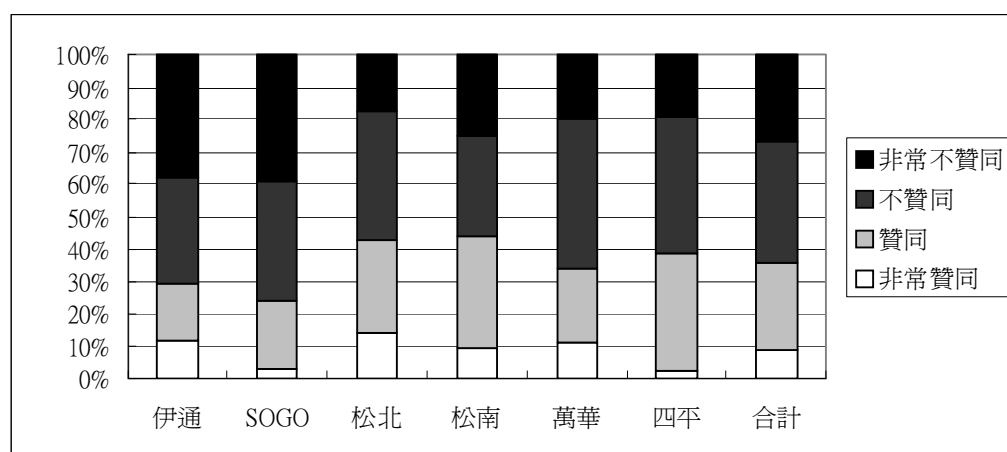


圖 5-23 有在騎樓停放機車的習慣累積人數比

不過，有些「騎樓」並非因豪華亮麗而吸引人潮，卻是太多攤販擺設，使原已空間狹窄的「騎樓」更加狹窄，使行程方向相反的兩位路人，亦會有難以通過的擁擠感覺。當研究者問到：「喜歡走在與人群擁擠的騎樓？」80.5%的人都表示不贊同。

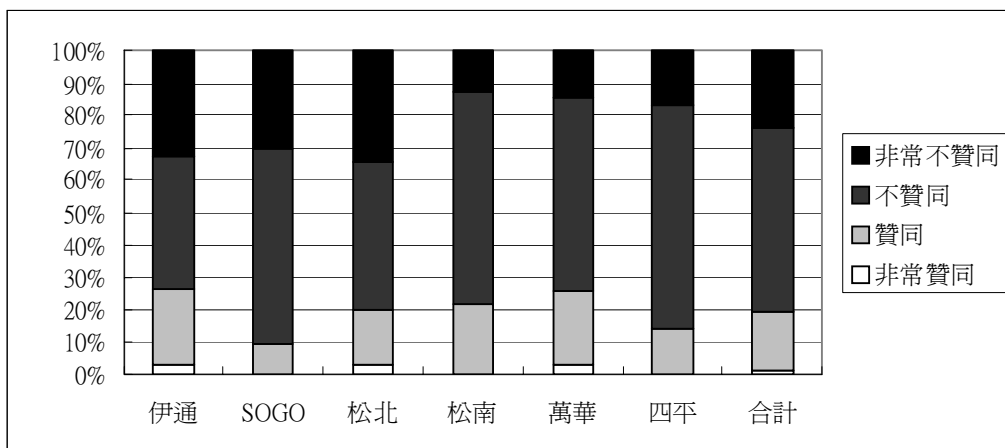


圖 5-24 認為喜歡走在與人群擁擠的騎樓累積人數比

然而，為什麼還有這麼多人擠身於「人潮騎樓」呢？大家都不喜歡擁擠、沒有人的話，那麼又怎麼會造成有這麼多人在騎樓間竄動，人從哪來？在一個理性的條件下，應該是有別的吸引力促使行人必須忍受擁擠的地方感，在本章裡研究者提出功能感、自由感、安全感，基本上都有吸引行人往騎樓移動的地方感；例如夏日午後一下大雨，所有人不由得往騎樓內擠，大家就這樣在騎樓耗上許久，甚至走到店裡買東西打發時間。而當空間變得空曠時，反而也會造成行人內心的擔憂，就有 63.4% 贊同走在無人群的騎樓讓人感到恐懼，所以在某種程度上擁擠的人群也會帶來安全感，只是每個人對於擁擠的定義不同。但更有趣的是，人們可能故意使用方法來讓騎樓擁擠而達到他們的目的，就好像百貨公司在週年慶製造人潮一般，沒有人排隊，等於沒有買氣，等於沒有廣告。

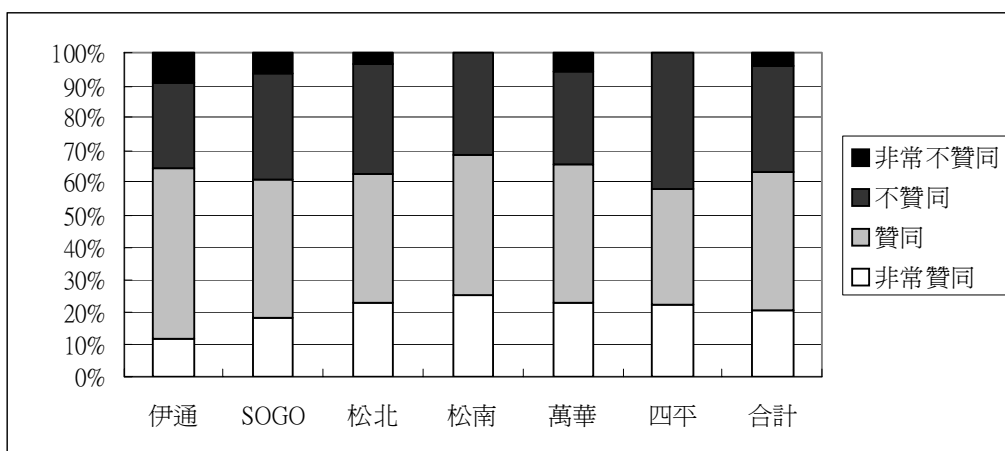


圖 5-25 認為走在無人群的騎樓讓人感到恐懼累積人數比

第三節 自由感

在愈是開放空間中，人所感受到的自由度愈高。事實上，「騎樓」的自然建構空間並不封閉，人爲法令亦不限制任何路人自由使用和通過。但究竟人們對「騎樓」在自由意識問題上有什麼回應？

騎樓在不同社區的樣貌與環境皆有不同，可是根據本研究調查，205 個樣本裡，66.8%的人認為騎樓帶給他們自由空間的感覺，六個區域所得到的結果也都大同小異。當問到「喜歡在騎樓閒逛？」62.9%的人贊同這樣的看法，也有 66.3% 喜歡在寧靜的騎樓下休閒散步，這樣的比例與讓他們感覺自由的比例近乎一致，也顯示出某種程度在騎樓下是可以讓行人感到無憂無慮，悠閒地不被打擾。

研究者會說在某種程度上，原因是其實在騎樓會碰到的變數太多，例如，在訪問時，問到對騎樓的看法，受訪者常常會反問：你是說像這樣子的騎樓嗎？在不一樣的時間與地區裡，騎樓會顯示出不同的面貌。萬華與四平這兩個雜亂的舊社區，就有較高比例反應不喜歡在寧靜休閒散步，這就是不同的社區造就不一樣的地方感。在工商繁忙的辦公大樓，大家就傾向偏好寧靜的騎樓休閒散步。

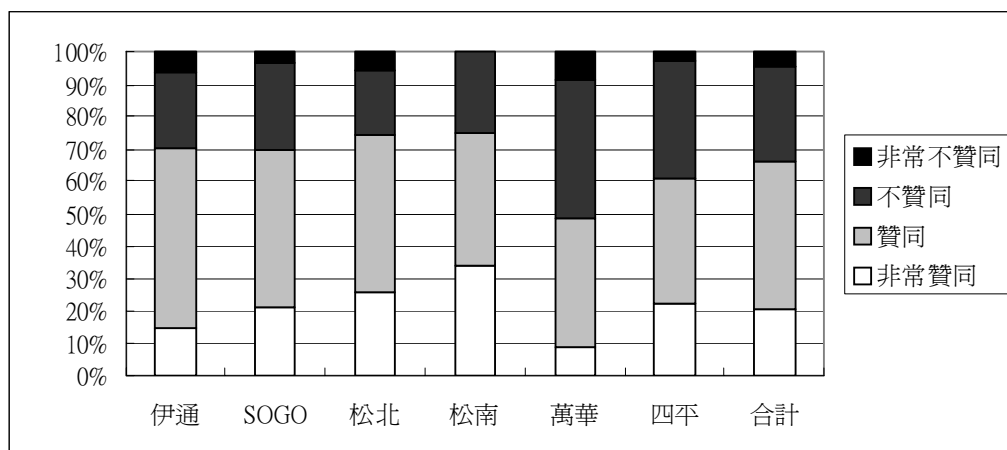


圖 5-26 認為喜歡在寧靜的騎樓下休閒散步累積人數比

另外一個層面，會感到自由應該是在陌生人來來往往的環境中，可以隨心恣意，例如 62.1%的人不認為騎樓提供你與陌生人接觸、交談、認識的機會，也就是少有人主動來跟你接觸、交談、認識，也因此可以開開心心跟朋友或自己想停就想走就走。60.0%的人也表示走在騎樓裡，會特別觀察人群，也因為可以隨意觀察，也會顯露出騎樓自由的地方感。

騎樓讓人感覺自由，也讓一般活動空間較為受限制的兒童、老人、女人可以有比較好的活動與生活空間，81.5%的人就認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全。當然這樣活動的自由感受到當地騎樓景觀的限制也多，例如，在萬華和四平社區，有比較多的人不認為是安全的、或適合給孩童遊戲；相反地，在騎樓使用較為單純或整潔的社區，他們的比例就來的高一些。

研究者也認為：如果是一個自由的空間就會讓人想擁有較多的自我，而不被打擾。所以當在那樣的空間下，一些看似平凡的動作，反而不被許可與喜歡。74.1%的人也表示覺得騎樓攬客是一種騷擾，也就證實這種不希望被打擾的自由感存在行走於其間的人群。

可是在松南與萬華社區所得到不贊同的比例較高，是否其時隱含人們有時也希望在騎樓行走時得到一些關注與趣味？研究者在研究區中也發現，若真的不想親近人群、不想被商家叨擾，其實是可以走在人行道上的，可是每每研究者觀察到的或訪問到行人，都是在騎樓間，寧願與眾人相擠。這種與眾多陌生人，而又充滿商品與商家攬客，卻讓人感到自由的環境，確實是騎樓空間非常特別的一個地方感。

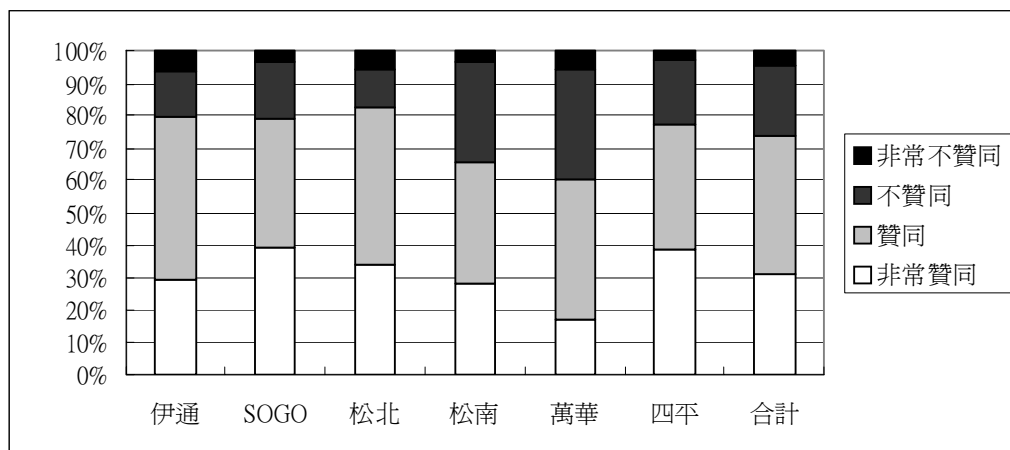


圖 5-27 認為騎樓攬客是一種騷擾累積人數比

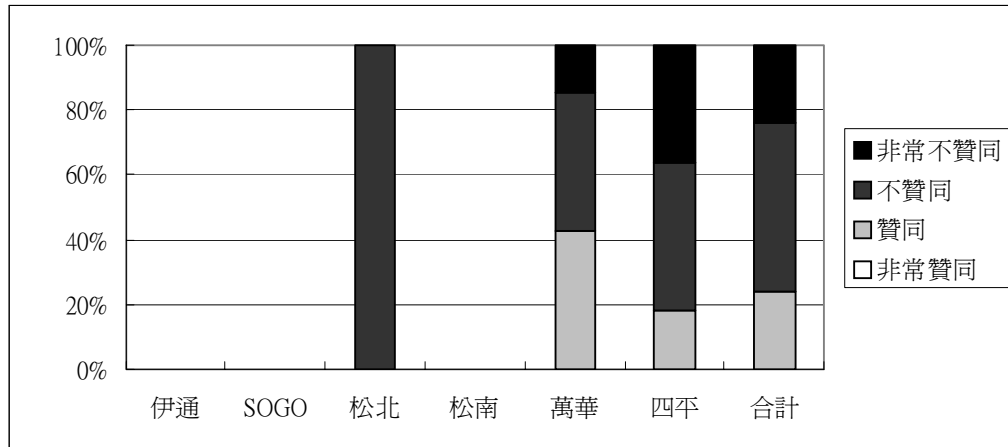


圖 5-28 店家經營者認為有在騎樓攬客的活動累積人數比

研究者調查的店家有 81.0%在贊同喜歡商家與騎樓開放式任意進出、有 95.2%喜歡商家櫥窗要透明，顯示店家喜歡騎樓保持透明度與可親近性，這樣的反應可見騎樓讓人感到自由的，可以清楚的看到店裡、可以隨意進入。這樣的自由感也凸顯在 28.3%贊同騎樓應該容許擺設地攤、33.7%的人贊成騎樓應該容許放置機車，甚至 18.5%不認為騎樓中的違章建築物應強制拆除，這樣的容忍度確實也讓這些違規的景觀不時出現在台北街頭。畢竟在自由感的空間，較不受拘束，儘管不喜歡的比例高，但是還是有人會容忍。

在這樣的問卷結果之下，研究者得以了解，在騎樓下的店家對於騎樓的自由感是極為強烈的，因為他們大都表示希望把店面任由人進出，也希望讓顧客可以很清楚的看到店內的一動一靜。而對於攤販，他們自由感反倒是來自於有無警察的「蒞臨」，研究者多次希望攤販能夠接受訪談，然而都被拒絕。有一次在 SOGO 商圈還碰到有位先生坐在人行道花台抽菸，他表示：其實他只是假扮成路人，要看警察有沒有來，所以沒空接受填寫問卷。這兩種不同的文化人群在騎樓裡，便產生完全不同的地方自由感，是不同於行人的。而在 SOGO 前廣場本應是充滿自由的，但是就研究者觀察，在百貨保全的「照料」下，民眾的活動也只有坐在一旁聊天的份，反而不比一般騎樓無拘無束。

第四節 空虛感

並非所有「騎樓」都是擠滿人的，有些如在高級辦公大樓下的「騎樓」，雖然清潔明亮，除了上下班時段外，只偶而出現行人或訪客，使研究者好奇的是：當人們進入這樣的一個空虛的情境時，會產生什麼樣的地方感？

研究者在龍山寺、松江路、SOGO 等社區騎樓都訪問過幾位七十歲以上的老人，甚至有到八十幾歲。在這樣訪問的過程中，都見到的是單獨的行走在騎樓當中的個人，當研究者問到為什麼要來這邊回答都是：沒事做，來閒逛。龍山寺的案例，八十幾歲的老人，就是從中和搭公車來，沒有什麼目的就只是排遣無聊。當研究者問到行人對景觀的幾個問題時，突然說到：我就是老人，要怎樣我也沒辦法，都好啦！都可以啦！研究者舉出這個例子，只是想訴諸做為行人其實有許多無奈，就好像八旬的老人所言：要怎樣我也沒辦法！

在環境識覺裡，或許人可以選擇對應環境時的想法，卻無法改變騎樓令人洩氣的環境，例如，74.1%的人覺得是騷擾的騎樓攬客、81.5%的人覺得極端可惡阻礙交通的違章建築、66.3%的人覺得不允許的停放騎樓的機車，不允許可是它依然不斷地在生活中發生。在台灣都市當中，機動性極大的機車常常把行人逼到絕境，行人常常必須尋找庇護，尋找一個可以安全行走的環境，沒有交通工具的行人在都市環境裡移動成為弱者。

在切割、破碎、又凌亂的臺灣人行環境的下步行，到了騎樓，由於眾多違法使用，或者是佔用，使得在騎樓下的人又是充滿危機。像這樣的環境可以透過人來改變，也就是縱使危險，只要有人常常經過引來人潮，受到政府力量的介入，人走在當中有人群的陪伴，自然增加安全感、減少空虛感。

在本研究調查當中，63.4%的人走在無人群的騎樓讓人感到恐懼，而且每個社區反應的比例都相當，顯現出研究者上段所言，在物理上騎樓常常被許多東西佔滿而感到無力，可是真正讓人空虛的是：當沒有行人陪伴時一個人要面對騎樓空間。33.7%的人不喜歡在寧靜的騎樓下休閒散步，騎樓在不同時間裡的狀況不同，也因此幽靜的「騎樓」散步有時，反而讓人感覺空虛。尤其是人潮變化差異大的松北研究區，因為主要是銀行大樓，一樓店家在晚間九點後就少有人走動。每個社區都略有不同，像 51.4%的萬華樣本就不表示不喜歡在寧靜的騎樓下休閒散步，在人聚集看熱鬧的地方反而讓他們喜歡，到了夜間路邊攤販聚集、有燈火的地方常常是高朋滿座。

相信在都市生活的人大多都有散步在公園或步道的經驗，很多人都選擇自己到公園走走，成爲一種休閒與運動，就好像有人會選擇到騎樓閒逛一樣。可是有趣的是：走在無人群的騎樓會讓人感到恐懼。在幽靜的騎樓散步，已經脫離日常的生活經驗——充滿商家、人群的騎樓比較是常態——當一切變得不真實時，人感到空虛，不知道是怎麼了，這就好像不是每個人都希望騎樓被淨空一樣。

第五節 安全感

「家」是安全的所在，因為受到牆壁和門窗的保護，感受到家人的溫暖。而「騎樓」是在家門以外的地方，即失去物質的保護，所遇到的多是陌生的路人，安全嗎？

六區總累計 81.5% 的人認為兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全，當弱勢可在騎樓當中受到保護，自然而然安全感的「地方感」便成立，當行走在道路時，自然選擇比較讓人有安全的騎樓。在六個區域所調查到的 61 個路過行人，有 60.1% 表示走在沒有騎樓的街道會感到不安全，就證明了走在騎樓帶給路人的安全感是正面的。

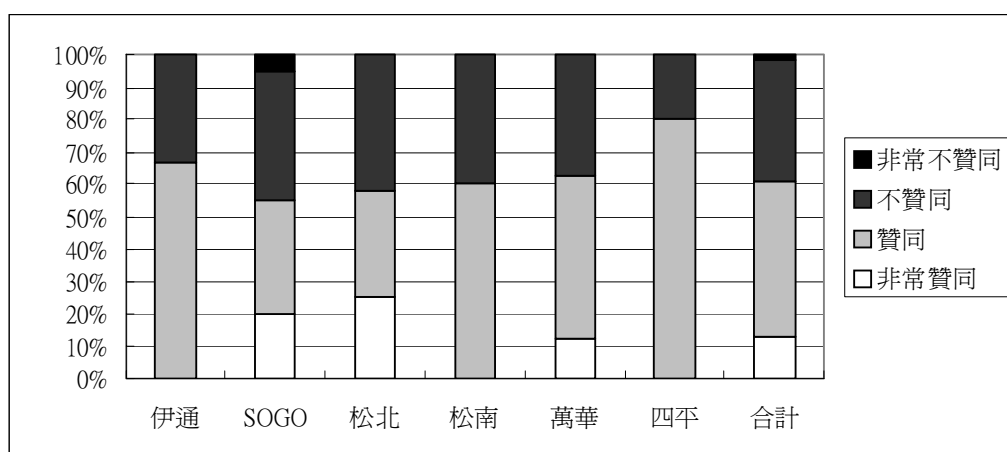


圖 5-29 行人認為走在沒有騎樓的街道會感到不安全累積人數比

77.6% 的人不贊同騎樓應改成封閉空間與馬路完全隔離，研究者認為隔離使人對外在環境有不確定性，在這樣的環境意識下，大家並不贊同把它隔起來。正如同研究者調查的街坊商家及攤販業者，有 95.2% 喜歡商家櫥窗要透明、81.0% 喜歡商家與騎樓開放式任意進出，當行人能夠確實感知外在環境，卻又受到保護，安全感也應運而生。因為騎樓對外馬路是開放的，也是封閉的，它的封閉在於能夠阻擋車輛、與自然界中氣候的影響。然而針對店家的反應，也顯示他們對於騎樓下的治安與客人隨時的進入的情況是很安心的，騎樓下讓人意識到安全感，這個人來人往、充滿陌生的騎樓環境並不會讓他們感到害怕。

根據研究者調查 SOGO 兩家百貨前廣場的經驗，露天廣場甚大的復興 SOGO 很少人駐足，只有少數幾個人做在廣場周邊花檯旁的石椅上。到了夜間這種情況

更明顯，在調查過程中，研究者幾次待到晚間十二點，在兩邊百貨公司的廣場來回觀察，復興 SOGO 前幾乎沒人，而有騎樓的忠孝店到夜間仍有十幾個人在廣場前聊天乘涼。平均六個區域的路過行人，有 90.2% 喜歡走在有騎樓的街道，這樣的感覺與兩個相鄰的百貨公司廣場上的觀察，也可用來解釋同樣為百貨公司廣場卻會有人群多寡的差異，本研究 81.0% 的人大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要。

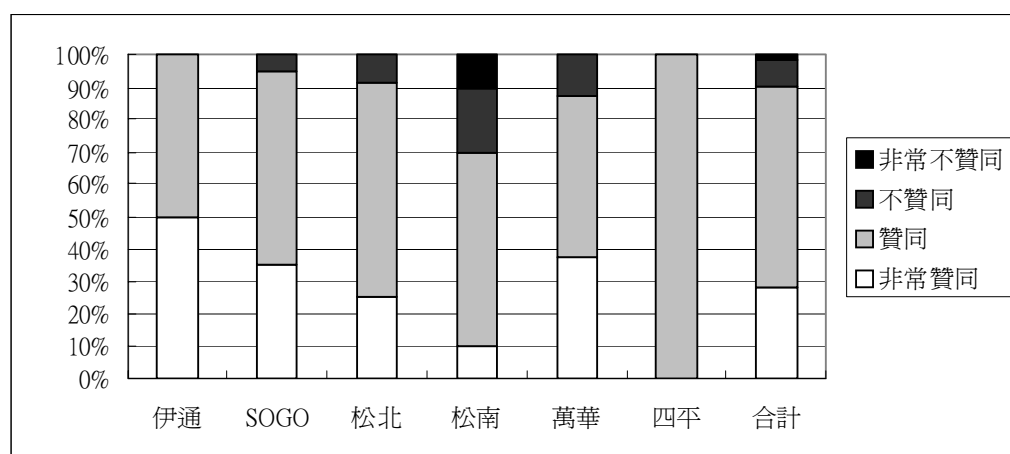


表 5-30 行人認為喜歡走在有騎樓的街道累積人數比

在本研究 205 樣本當中，58.0% 的人喜歡待在沒騎樓的廣場開放空間、70.7% 喜歡走在沒騎樓的有樹行人道，卻有 81.0% 的人表示大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要性，研究者認為在不同的人群活動當中有不同空間的需求，但比較這三個數據對景觀喜好的強弱，也顯示騎樓的特殊空間性確實使人比較喜歡，而使其中行走的人得到避障，獲得安全感。

在人潮擁擠的繁榮萬華區騎樓，路邊隨意擺放著古玉、飾品等高單價商品，當然這樣的方式讓人覺得雜亂不堪，可是卻吸引非常多了老人駐足圍觀，一波接一波。研究者以外地人初到此地時，有一種很待不住的感覺，一直覺得不自在，可是當走走看看幾次後，覺得隨時可以挖寶時，反倒是覺得「不時有物外之趣」。研究者之所以要談到這裡的景觀，要說明的是：要是不安全，隨時有被搶的疑慮，老人怎敢隻身在此？首飾地攤怎敢如此擺在這在地上完全沒有防備？就是因為舊社區騎樓特有的空間造就這樣的安全感，而這特有的空間指涉了此地的社會結構、行人與空間使用，這裡長久以來的社會空間使得行人與空間使用，與台北市東區有很大的不同。

在下班後、假日時，松江路上的辦公大樓騎樓都顯得空蕩蕩，連行人也少見。相較於太平洋 SOGO 忠孝館前騎樓的熙熙攘攘，與幽暗寧靜松江路南段的騎樓，這四種景觀又有很大的不同。受到社區的特性，松江路北段銀行大樓下班後人去樓空，行人最為稀少，而松江路南段是住商混合大樓，所以整日都有居民會出沒，最熱鬧的 SOGO 商圈由於有夜店、KTV、餐館混雜其中，騎樓下縱使在商家休息後沒有燈火，但晚間也不時有行人走過（研究者曾訪談與觀察到夜間十二點多）。

研究者在萬華、四平社區都有碰到受訪者沒有去過東區的百貨，更有居民向研究者表示：我們這裡幾十年前就是台北最熱鬧的地方，我們這裡生活很方便，為什麼要去那裡。對文化人群來說，熟悉是一個獲得安全感很重要的方式，研究者在龍山寺周邊做訪談時，看見這個不熟悉而雜亂社區，每次都顧慮著身上的財物，可是到了百貨公司裡卻顯得不擔心。這是以研究者個人的角度出發，對騎樓地方安全感的想像，而在松江路南側社區作調查時，也碰到一位原住民電視台的主管說到：「在英國留學時，英國每次一下雨就是下好久，不像台灣夏天哪種大雷雨，常常在想我們台灣有騎樓實在是太方便！每次都在想為什麼他們沒有建騎樓？」研究者之所以指出這位受訪者的地方感，就是藉由他解釋為何看似充滿「障礙物」與繁雜事物的騎樓，如此的讓台灣都市人民感到喜歡，因為這是我們習慣的事物，因為了解而讓人感到安全。

從研究者的眼光來看，認為夜間又黑又暗的辦公大樓下實在是不安全，但是根據以上從問卷的數據來看，各社區對這四種騎樓安全方面的看法差別並不大。研究者相信這與受訪者對社區的熟悉有一定的關係，二來如果感覺危險，這些受訪者應該就很難被研究者所訪問到（研究者很多問卷在夜間取樣），而出現在當時研究區的騎樓。透過這樣的討論，研究者認為騎樓安全的地方感是確立的。



照片 5-5 萬華研究區騎樓街景：此地從一早開始便有不同的攤販在此經營，而走動的行人往往年紀較大，與台北市東區所見景象大相逕庭。



照片 5-6 松江路南段研究區騎樓街景：下商上住的社區使人潮並不如商業區一樣來來往往，因此底下的店家也以小餐飲店或生活消費為主。騎樓底下一般上班的或夜裡的時候都顯得很幽靜。



照片 5-7 松江路北段研究區騎樓街景：下班與假日，此處空蕩蕩，連帶巷內的小吃店、飲料吧也會沒生意而休息。



照片 5-8 SOGO 研究區騎樓街景：門庭若市，到了夜間還是會有人在廣場旁聊天。而週邊充滿營業時間相當晚的店家，使得到了午夜行人仍三三兩兩。

第六節 恐懼感

封閉空間易於使人產生環境壓力，恐懼感油然而生，但「騎樓」的開放型建構，在邏輯上，應該沒有物理性的壓力恐懼感。但許多人常常生活在恐懼的心理狀態中，因為對環境產生景觀識覺的恐懼。

對幽暗景觀易於產生恐懼，晚上的「騎樓」，尤其是在商店打烊後，行人稀少的「騎樓」。根據六個地區所得到的總數資料，66.3%表示夜晚期間，走在幽暗的騎樓感到恐懼；63.4%表示走在無人群的騎樓讓人感到恐懼。當晚間在沒有燈光的情況之下，騎樓自然而然讓人有不確定感，不知道在那個地方可能躲藏著危險，不如到有燈光一點的地方。所以夜晚幽暗與未知的騎樓環境會帶給行人恐懼感，而對於未知感，研究者必須關照的是不同社區的環境。

在研究者訪問伊通街無騎樓純住宅社區的過程當中，觀察女性受訪者多快步通過，迅速回到屋內，路上人煙稀少。這種缺乏騎樓所產生的恐懼地方感是一種相對於騎樓安全感的地方感，但騎樓本身的幽暗與暗藏的景觀所帶來的恐懼是本節希望討論的重點。

研究者晚間調查龍山寺旁街道的過程當中，流鶯處處，對研究者來說，這種環境確實會造成研究者有些不安與恐懼的情緒，夜晚到此地也擔心財物被偷。有一次調查時，約是晚間十一點左右，在西昌街夜市的攤販已經有七成收攤，整條街已幽暗不明，剛好訪問到一對七十歲的居民夫妻正要帶孫子去溜狗，順手拿起椅子圍過來，說要給我們坐。在萬華這個社區，這麼晚還能去散步，實在是一件令人匪夷所思的事。當然要是發生在其他地方，這麼晚的時間，加上年紀這麼大的老人要帶小孩童去散步，都是令人驚訝的。而且，此時研究者的目光沒離開過騎樓，騎樓下有許多濃妝艷抹的女子逡巡著，也注視著我們在做什麼。

兩夫妻談到：四十年前這裡是台北市最熱鬧的地方，只是現在看起來沒這麼熱鬧，整個社區現在幾乎都是老人跟小孩。他們說到：這裡治安很好，大家都是鄰居有照應。突顯的是：在這樣的社區當中對於外人是具有監視與嚇阻的作用，不管是誰，都不大會隨意來到這個晚間充滿流鶯的街上。

同樣一個晚上，近午夜，在萬華暗暗的騎樓下訪問一位東吳大學的僑生，他表示：剛來的時候他也覺得這裡很可怕，也覺得怪怪的，不過後來鄰居認識之後，流鶯也不會找他，現在他反而覺得治安還不錯。

在龍山寺的案例中，研究者認為此區的騎樓縱使充滿雜亂的景象，與松江路

大樓或 SOGO 百貨的整齊騎樓景觀大相逕庭，此處夜間幽暗的騎樓都會令人感到恐懼，可是實質上由於社區空間的不同有不同的意義，這是在數字上所看不出來的。儘管有 58.0% 的樣本表示喜歡待在沒騎樓的廣場開放空間，但研究者四個夜間觀察，從復興捷運站出來之後人們迅速離開復興 SOGO 百貨的廣場，場上完全沒有人，而白天其實太陽當空或強風陣陣，也少人會選擇待在此；相較於忠孝 SOGO 打烊後至深夜，仍有十幾個民眾就有所差別，而且好幾個是在騎樓前廣場獨坐。

問卷調查顯示 81.0% 認為大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要性，77.6% 不贊同騎樓應改成封閉空間與馬路完全隔離，兩者合起來看顯示封閉讓人不喜歡，也產生壓力，而空曠讓人沒有安全感，這些都是騎樓這個特殊空間可以在當中調和的。



照片 5-9 SOGO 復興館
研究區廣場街景：這個廣場做南朝北，對冬季東北季風無阻擋；夏季又因為東西向無阻擋，日照強烈、無騎樓的保護之下，少有行人在廣場上活動。



**照片 5-10 SOGO 復興館
研究區廣場街景：**少有人
待在此廣場，大部份的人
還是會到兩旁的座椅休
息。晚間百貨休息後，幾
乎沒有行人。

研究者選擇在每個研究區早晚不同的時段作調查，而夜晚散步松江辦公大樓下騎樓，才發現這些大樓裡不乏酒家與按摩院等特種行業。夜裡的路邊停滿高級轎車，騎樓裡有三三兩兩的黑衣服務生站崗，教研究者也感到害怕。不熟悉讓人產生恐懼感，一樣的對於三五聚眾的黑幫與流鶯這樣的環境，會讓人一樣有恐懼感。透過研究者實地夜間訪察多次，松江路西側騎樓幾乎無人行走（對街的銀行較少，商店燈火明亮較多行人）；在龍山寺附近社區，有流鶯處大家都會選擇繞行。這些現象就可以證明人們不願意靠近某些特殊的騎樓或騎樓所進行的活動，都顯示了在騎樓有恐懼的地方感。



**照片 5-11 萬華社區西昌
街街景：**在流鶯駐足的騎
樓下，行人大多選擇走在
騎樓外面。

第七章 結語

「騎樓」是一種很單純的都市建築景觀，「騎樓」的產生原有其功能性及目的性，但由於社區性質的差異，如單層純住宅區、別墅區、新型商圈等就沒有「騎樓」。而其他有「騎樓」景觀的地區，也因附屬因素而表現出不盡相同外貌和內容。

然而，「騎樓」既然是都市建築景觀，是與人有密切關係的生活環境，屬於社會空間，故「人」對「騎樓」的地理感比「騎樓」的形貌更值得我們關注。本文的「人」特別選定「居民、商家、上班族、路人」等文化族群作為調查分析研究的對象。基於不同的人群各有其獨特的主體文化背景，在面對不同的「騎樓」景觀時，所產生的「空間感、地方感」便不那麼簡單了。甚至有一些出乎意料之外的結果。

回顧本文，用社會空間的角度來看待騎樓，由於對私有與公用的衝突，使得擁有者視之為住宅的延伸，因此人們的利益於此展開競技的舞台。然而，公用的騎樓是人們得以在其間悠哉游哉的緩衝與通過空間，說悠哉或許過於輕鬆，但這是對照於行人道而生。縱使，滿滿一棟大樓的人群都需要透過騎樓來交通運行，但通過的此刻與某些私有空間的衝突也加強人們聚合的可能。人們可以把它當成消費、社交、避難、休閒的「地方」。

空間是在於主體與邊界關係的變動之間所形成，騎樓或私有、或公共、或開放、或封閉，都隨著不同的社區與人群成為不斷推移、改變的場域。這牽涉到騎樓本身固然有法規與執法上的模糊地帶，但台灣都市人群對於這種模糊往往有很大的選擇性，這種選擇就是「空間感」的作用。尤其在歷史的軌跡當中，我們很清楚地看到隨著不同時代的環境改變，促使人們開始產生不同的空間感。當人們做為一個「點」向四周識覺，騎樓成為「地方」，感到騎樓對人充滿著功能、擁擠、自由、空虛、安全、恐懼。此為人本主義地理學一直在探討的：在環境改變的同時，最重要的是人的回應，環境是客觀條件，但人的主觀意識決定了下一步的行為。

社會空間的研究，使我們較能體會「人」對他們生活環境的價值觀，可以作為改善環境政策的參考，一般言，多數人認為「騎樓」的存在有正面的價值意義，但必須在建設和管理上，加強消滅破壞「騎樓形象」的負面因素，邏輯言，在政策與實踐方面，是應該可以做得到的。騎樓的空間感與地方感也發現充滿許多的

矛盾的識覺，這就可用於對應與理解同一空間產生許多不同行為與景觀的一個面向。

在本研究訪談的當中，有個有趣的現象就是每當研究者跟受訪者討論到騎樓的問題時，它們往往會露出不可置信的表情說道：真的嗎？騎樓有封閉性？又有開放性？也有很多人不覺得騎樓有什麼多重要的「社會功能」，可是當他們和研究者討論之後，往往點頭如搗蒜。

事實上，從一個人本主義地理學者的角度，看待問題最難的就是：要了解那些一般人早已習以為常，而不去思量的問題；用人們對待或反映在環境的行為、以及態度來解開這些矛盾。但也就是因為一般人不思量，使得他們那些隱而不見的識覺，又和文化人群本身自己所了解的識覺大相逕庭。可是回歸初衷，經驗與行為永遠都刻劃在記憶當中，今天你的抉擇你可能不知道為什麼而做，但抽絲剝繭後，你的經驗會像鏡子一樣反射出來。是的，意識是無法永遠的理性，而且也容易遺忘，因為現在社會的人們總是過著每一個被支解的時間安排，我們的生活其實也就是這樣的重覆又重複，讓你已經忘記怎麼當初怎麼形成腦中的概念。

騎樓正是生活中每天都會碰到的平凡事物，我們早就遺忘了小時候在騎樓留連就如同劉姥姥逛大觀園一樣的新鮮。因為騎樓的特殊空間性總是那樣的模糊、多元、與兩極，讓我們其實也很難看出它的全貌。最終騎樓都只是「物」，真正躲在後面的還是已經麻痺的識覺，或許是只是「識了」，但太多重複已讓我們「不覺了」。這些，都已經在本研究當中得到了些證明，證明騎樓就是那種理性來看不太重要，而且可以被取代的空間。但感性來看，研究證明大多數的人都不希望它消失。只是消失了永遠有別的可以取代，因為人影響環境，環境影響人，人會決定他在環境當下的作為以及面對的態度。

騎樓就研究者來看，是一項未雨綢繆而「積極的產物」，可是台灣都市人類對它的使用又是這麼的消極，不是把它當成邊陲（丟家裡的廢物），不然就是沒人清掃的公共區域。所以，用人本主義地理學所得到的結論充滿許多矛盾與對立，也就不足為奇了！

參考文獻

- Alexander, Christopher 著、趙冰譯（1994），《建築的永恆之道》，台北市：六合出版社。
- Barker, Chris 著、許夢芸譯（2007），《文化研究智典》，台北縣：韋伯文化國際出版有限公司。
- Benjamin, Walter 著、張旭東、魏文生譯（2002），《發達資本主義時代的抒情詩人：論波特萊爾》，台北市：臉譜出版。
- Foucault, Michel 著、劉北成、楊遠嬰譯（2003），《規訓與懲罰——監獄的誕生》，台北縣：桂冠圖書股份有限公司。
- Goffman, Erving 著、徐江敏、李姚軍譯（1992）《日常生活中的自我表演》，台北縣：桂冠圖書股份有限公司。
- Highmore, Ben 著、周群英譯（2005），《日常生活與文化理論》，台北縣：韋伯文化國際出版有限公司。
- Jacobs, Jane 著、吳鄭重譯（2007），《偉大城市的誕生與衰亡：美國都市生活經驗的啟發》，台北市：聯經出版社。
- Peet, Richard 著、王志弘、張華蓀、宋郁玲、陳毅峰譯（2005），《現代地理思想》，台北市：群學出版有限公司。
- 丁榮生（2006年2月21日），《台北巴黎？浪漫治市？》，中國時報，焦點新聞，A3版。
- 朱啓明（2004），《閩南街屋建築之研究—以福建省泉州市中山南路「騎樓式」街屋為例》，雲林科技大學：空間設計系碩士班。
- 朱啓明、楊裕富（2003），《福建省泉州市「騎樓式建築」之研究—以符號學於騎樓式建築中的運用為例》，？。
- 江大寧（？），《騎樓之法律地位》，<http://www.jensong.com.tw/news2/data/law.doc>。
- 周素卿（2000），《台北市南機場社區貧民窟特性的形構》，國立臺灣大學理學院地理學系地理學報，28：47-78。
- 林思玲（2006），《日本殖民臺灣建築氣候環境調適的經驗》，國立成功大學：建築學系碩博士班。
- 林建元（1998），《台北地區檳榔攤空間特性之研究》，國立臺灣大學：建築與城鄉研究所。

- 吳淑芬（1992），《臺灣騎樓空間改善方式之研究》，淡江大學：工程技術研究所設計技術學程建築設計組。
- 卓立寰（2004），《攤販與街道》：非正式經濟的空間與日常生活關係--以台北市為例，臺灣大學：社會學研究所。
- 段義孚著、潘桂成譯（1997），《經驗透視中的空間和地方》，台北市：國立編譯館。
- 馬路灣（2006），《大台北全覽百科地圖》，台北市：戶外生活圖書股份有限公司。
- 施建邦（1997），《鹽埕老壁攤的地方感及社會意涵之研究》，中原大學：室內設計學系。
- 堀込憲二、郭中端著，卞鳳奎譯（1997），《臺灣的亭仔腳文化》，高雄市：高市文獻，9（2）：1-9。
- 黃正銅（1984），《都市騎樓景觀之研究》，中國文化大學：實業計劃(工學組)研究所。
- 黃俊杰（1998），《都市人行道界面組成型態對行人知覺影響之研究》，國立臺灣大學：園藝學研究所。
- 黃武達、蔡之豪、內藤 昌（1997），《日治時代台灣近代建築法制之創設與內涵——以台北市街為例》，建築學報，23：5-25。
- 陳冠中（2005），《移動的邊界》，台北市：網路與書。
- 陳根福（2005），《從財產權觀點分析騎樓管制問題》，立德管理學院：地區發展管理研究所。
- 溫珮君（2005），《園道的都市寫作》，國立成功大學：建築學系碩博士班。
- 廖可歆（2005），《社區居民聚集點形成之基礎研究》，國立臺北科技大學：創新設計研究所。
- 蔡幸真（2005），《新光三越信義新天地人行通道研究》，國立臺灣藝術大學：應用媒體藝術研究所。
- 蔡瑞麒（1992），《台灣街道空間的公共性研究——以永和市為例》，淡江大學：建築學系。
- 潘桂成（2009），《人本主義地理學之本質》，台北市：？。
- 潘朝陽（2001），《出離與歸返：淨土空間論》，台北市：國立台灣師範大學地理學系。
- 藍嘉俊（2000），《失落的人性空間——台北市人行空間問題的政治經濟學分析》，

國立臺灣大學：建築與城鄉研究所。

蘇碩斌（2002），《近代都市的空間視覺化統治：以日治時期台北為例》，2002 年台灣社會學會年會發表論文。

蘋果日報（2007 年 5 月 27 日），《名咖啡店桌椅佔騎樓營業 警：已違法 85 度 C：要求違規門市改善》，蘋果日報，每日一爆，北部版。

台北旅遊網，<http://www.taipeitravel.net/>，2008/10/1。

台北市管建處，騎樓、庇廊，http://www.dba.tcg.gov.tw/taipei/noun18_0002.htm，2007/04/21。

台北市萬華區公所，地方特色：華西街，

http://www.waha.taipei.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=43816f2b，2008/10/30。

台北市萬華區公所，地方特色：青草巷，

http://www.waha.taipei.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=43816b6d，2008/10/30。

自由時報電子報，<http://www.libertytimes.com.tw/index.htm>，2008/6/14。

全國法規資料庫，<http://law.moj.gov.tw>。

東森新聞報，<http://www.ettoday.com>，2007/3/11。

附錄、本研究問卷

您好：

這是一份國立台灣師範大學地理學研究所研究生吳欽憲對於台灣騎樓社會空間的研究，「**騎樓的景觀與社會空間識覺——以台北市為例**」，主要是針對生活於台北市居民、行人與騎樓空間的互動做調查，以及如何使用騎樓空間。約花費您五分鐘，不會留下個人資料，僅作為研究之用，感謝您的合作。勾選回答以下問題：

基本資料：

性別：☐男 ☐女

年齡：☐12 歲以下 ☐13-22 歲 ☐23-45 歲 ☐46-60 歲 ☐61 歲以上

主要交通：☐走路 ☐單車 ☐機車 ☐大眾交通(捷運、公車) ☐汽車

教育程度：☐小學 ☐國中 ☐高中 ☐大專 ☐研究所以上

屬於何種身分來此：☐社區居民（回答 A、B 部分）

☐上班族（回答 A、C 部分）

☐路人（回答 A、D 部分）

☐店家經營者（回答 A、E 部分）

A 共同觀感	非常贊同	贊同	不贊同	非常不贊同
1. 清楚知道什麼是騎樓建築與空間？				
2. 你把騎樓當作人行道？				
3. 有騎樓的街道，另有人行道存在的必要性？				
4. 在雨天時，覺得騎樓的存在很重要？				
5. 在晴天時，覺得騎樓的存在很重要？				
6. 白天時段，走在騎樓感到安全？				
7. 夜晚期間，走在幽暗的騎樓感到恐懼？				
8. 走在無人群的騎樓讓人感到恐懼？				
9. 兒童、老人、女人在騎樓活動比較安全？				
10. 喜歡在寧靜的騎樓下休閒散步？				
11. 認為騎樓屬於私人空間？				
12. 走在騎樓裡，會特別觀察人群？				
13. 喜歡走在與人群擁擠的騎樓？				
14. 覺得騎樓攬客是一種騷擾？				
15. 騎樓是良好的約會空間？				
16. 騎樓提供你與陌生人接觸、交談、認識的機會？				
17. 騎樓給你自由空間的感覺？				
18. 騎樓應改成封閉空間，與馬路完全隔離？				
19. 騎樓應該完全淨空？				
20. 大型百貨公司前廣場有騎樓存在的必要性？				
21. 喜歡待在沒騎樓的廣場開放空間？				
22. 喜歡走在沒騎樓的有樹行人道？				
23. 騎樓應該容許放置機車？				
24. 認為騎樓適宜停放機車？				
25. 你有在騎樓停放機車的習慣？				
26. 騎樓應該容許擺設地攤？				
27. 覺得中斷騎樓通行的違章建築極端可惡？				
28. 認為騎樓中的違章建築物應強制拆除？				
29. 騎樓公共環境衛生應由所在店家與住家負責？				
30. 喜歡在騎樓閒逛？				
31. 認為遮雨棚可以替代騎樓的功能嗎？				
32. 騎樓的存在是街道空間的浪費？				

騎樓與社區關係：

B 住宅社區	非常贊同	贊同	不贊同	非常不贊同
1. 騎樓有助於街坊鄰居人際關係的建立？				
2. 喜歡騎樓有便利商店？				
3. 喜歡有騎樓空間供小孩玩耍？				
4. 純住宅區，騎樓建築有必要？				
5. 商家與對外街道看去應該視線良好？				
6. 騎樓店家有助於獲得社區消息？				
7. 喜歡樓下有騎樓的住家？				
8. 騎樓的存在使生活便利？				

C 辦公型社區上班族	非常贊同	贊同	不贊同	非常不贊同
1. 住宅用的建築需要騎樓？				
2. 辦公大樓有需要騎樓？				
3. 騎樓有助於商業活動？				
4. 喜歡在騎樓商店消費？				
5. 常在騎樓簡便飯店午餐？				
6. 騎樓商店會影響辦公大樓形象？				
7. 騎樓應該擺放商店招牌？				
8. 商店招牌應該橫擺於騎樓？				
9. 騎樓路邊攤會影響辦公大樓形象？				

D 過路行人	非常贊同	贊同	不贊同	非常不贊同
1. 喜歡走在有騎樓的街道？				
2. 騎樓有效的隔開行人與馬路，保護行人？				
3. 走在沒有騎樓的街道會感到不安全？				
4. 喜歡騎樓有攤販的擺設？				
5. 喜歡騎樓有盆栽或植栽的擺設？				
6. 希望騎樓有裝置藝術的擺設？				
7. 喜歡騎樓商家將商品擺設到騎樓？				
8. 喜歡騎樓有座椅的擺設？				
9. 騎樓唯一的功能是在雨天時保障行人？				
10. 行經騎樓時，會特別注意攤販與店家的商品？				
11. 經過騎樓商家與攤販，會有無目的的消費？				
12. 騎樓商家的有無影響你走在街道上的意願？				
13. 在這騎樓有熟識的店家？				

、

E 街坊商家及攤販業者	非常贊同	贊同	不贊同	非常不贊同
1. 除店面外，騎樓應做為路邊攤販的營業空間？				
2. 認為路邊攤販有助於吸引顧客人流？				
3. 認為路邊攤販只是搶奪顧客？				
4. 喜歡商家櫥窗要透明？				
5. 騎樓面積應該更擴寬？				
6. 你有在騎樓攬客的活動？				
7. 喜歡商家與騎樓開放式任意進出？				

謝 辭

感謝上蒼的祝福，讓我一路有你幸運陪伴。

猶記得，一年多前在台北冷冷的街頭身上掛著兩張紙卡，一張寫著「師大地理研究」，另一張寫著「學術問卷、不留個人資料」。那時候的我，一個人站在台北市的街頭吹著早春的陣陣寒風，「享受著」路人看著我的異樣眼光和無數個拒絕的手勢，想起來就覺得自己很有「Guts」，這種「掛狗牌做研究」的事也敢作。因為如此有不少人路過時主動說要幫我填寫問卷，有的是呼嘯而過的機車騎士，有的是店家，而有的是情侶。好幾個夜裡都是這樣度過，縱使在我的論文裡，這些資料只是一些數字與隻字片語，但是當中所感受到的溫情與殘酷我都點滴在心。謝謝你們願意花上幾分鐘與我在街頭交會。

還記得，兩年多前與前指導教授吳鄭重告別門下，一時不知如何是好的我。一直是我自己有太多的夢想，一邊在演藝圈闖盪、一邊在校園裡教書，卻忘了自己有個最重要的身分——學生。有點忘了被老師醍醐灌頂的感覺，只記得整天對自己的學生耳提面命，加上經紀人偶爾地冷潮熱諷，我想這似乎就是我這五年來研究生「恍恍惚惚」的寫照。

謝謝吳老師對我的恨鐵不成鋼，謝謝您給了我許多對於日常生活地理學的探索與理論，沒有您，我的論文會沒有頭緒，沒有火花。謝謝譚鴻仁老師，多虧您，在我碩一時，好幾次帶我出去玩樂，沒有您，我碩一還真是「白玩了」，感謝每上課的氣氛都很開心。也謝謝陳哲銘老師、蘇淑娟老師、廖學誠老師、謝小姐、炯明助教，在我失意的時候，你的微笑都讓我的心有裝不下滿滿的溫暖。當然，還有對學生不留情面的陳國川系主任，因為有你整個系上都如履薄冰，卻適時地給予學生指導與鞭策。更要感謝師大地理系所有的教職員，你們真的都很棒，倒是我沒好好浸淫於書海，每每走進師大的校門都也一種陌生與感慨，可惜了！

寫到這裡，我最要感謝我的指導教授潘桂成老師對學生欽憲的不離不棄，您的一句：「OK！沒問題！」對於當時不知如何是好的我，您猶如處在太魯閣峽谷中的立霧溪，壯闊、豪邁又穿透，注入我的心臟。而這山谷中穩固又秀麗的大理岩是您給學生的知識與學養，豐富的內涵下都是千萬年來板塊的鍛鍊。您不汲汲營營，也不爭權奪利，您只是用人本主義地理學的態度與方法面對著我一個個的問題，與我分享著點滴。只可惜，老師您隨性的演出，學生也變成脫韁野馬，可是您都包容了我。我本來要放棄這個學位，甚至再也不想深造了，是您，是您鼓

勵著我，拉拔著我，雖然您也知道學生的用心不夠不夠不夠多。謝謝您！我的恩師。學生要向您一樣用人本的精神面對未來的挑戰與提攜後進學子。

再來，感謝兩位口試委員，一位是陳國彥老師，一位是王鑫老師，學生應該要叫兩位老師：「師祖！」因為兩個老師教育社會多少英才，其中有好幾個都是我的老師。還記得大學時，聽王鑫老師演講，內容不太記得了，只記得王師祖告訴台下學生：論文就是你論得有道理，有自己的想法，就是論文。當然這是用來勉勵年輕學子勇敢下筆，不要怕資料、材料不夠，自己有想法比較重要。所以師祖的一席話一直深深影響著我，只是徒孫把小聰明用盡，一時還有待加強。謝謝您給了我人本主義地理學對照實證主義的討論，好讓學生覺得自己寫的不是垃圾。也謝謝您看重我、鼓勵我繼續讀博士，讓我也有了這個決定繼續深造，不知明年有沒有機會在台大校園與您碰面。對於國彥老師，我有好多的感謝，感謝您在我的論文上給予許多的點醒，讓我補足許多的不足。在國彥老師身上，我也看到了一個地理學者人文、自然合一的細心體察，真地不是蓋的！兩位老師寫在我論文的一筆一劃都是對學生的愛與關注，您們一字一句的鼓勵都讓我十足的振奮，不怕未來與學術界接觸。還有老師們建議我改題目的部分其實我在之前最早的構想是：「流動與展演——騎樓地景的誕生。」在其中行走的人與攤都散發著這樣的訊息，這是我對騎樓的想像，但是這部分我應該等到博士班時再好好琢磨吧！

最後謝辭也快要接近尾聲啦！大謝（蟹）小謝（蟹）也快隨著夏天的結束，而秋蟹肥美，這個碩士也終於跟我「拍拖」了五年，該當兵了，等著要去軍中「養生」一下。謝謝我的同學李仲謀、跟我住了幾年的可愛的室友王彥閔、沈稚強，因為有你我的生活多了很多樂趣，也多虧了你們那幾句：「唉呦！憲哥也會讀書喔！」陪我度過趕發表的長夜。還有當時做問卷時，一起陪我，減少我「街頭可憐係數」的師大學弟范剛緒、呂中豪、KEN，因為有你，我才得以完成每一份都是踏踏實實問來的問卷。

猶記得，人生有多少個猶記得，這些都成了歷歷在目的體驗，等待我去面對我再重新出發的人生。