

从列斐伏尔到位置媒介的兴起：一种空间媒介观的理论谱系

李耘耕

摘要

2016年起，一款基于增强现实技术（AR）和基于位置服务（LBS）的手机游戏Pokémon GO风靡全球。这款大热游戏促使传播学者思考数字媒介时代“空间”与“媒介”的关系。本文试图从列斐伏尔/索亚的第三空间理论、情境主义国际的“漂移”实践以及德塞托的都市漫步这一理论谱系出发，构建一种新媒介语境下的空间媒介观。此种媒介观认为现代城市空间是现实空间与媒介技术互嵌的存在。在位置媒介（locative media）技术的加持下，都市空间成为关联现实与虚拟空间的媒介界面。“媒介-使用者”作为交互主体，将原本漫无目的的城市漫步转译为充满意义的空间故事。在位置媒介的言说和记忆机制下，城市空间成为充满“偶得协奏曲”的交互地图，人们在此漫步、游戏，乃至竞争、合作。经由个人持有又普遍联结的位置媒介的中介，空间作为媒介重组了个人与社会、地点与空间、道路与漫步、想象与痕迹之间的关系，从而构建起一组数字媒介时代的城市空间实践新样貌。

关键词

Pokémon GO、列斐伏尔、德塞托、位置媒介、空间媒介

作者简介

李耘耕，上海交通大学媒体与传播学院助理教授，电子邮箱：li.yungeng@sjtu.edu.cn。

本文系2018年度上海市社科规划青年课题“上海青少年‘二次元’网络亚文化传播与引导机制研究”（项目号：2018EXW004）的研究成果之一。

DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2019.11.001

From Lefebvre to Locative Media: the Genealogy of Space-as-media Perspective

LI Yungeng

Abstract

In 2016, Pokémon GO, a mobile game based on the augmented reality technology and location-based service, prevailed the globe. This phenomenal game provokes communication scholars to ponder the relationship between space and media in the age of digital media.

Drawing on genealogical analysis of the spatial trialectics proposed by Henri Lefebvre and Edward Soja, theory of *dérive* by Situationist International and urban spatial practice theory by Michel de Certeau, this article sets out to construct a theoretical perspective of space-as-media. This perspective takes contemporary urban space as a combination of material space and media technology and thus a relational space. Media technologies translate the purposeless city stroll into spatial narratives registered with meanings. Empowered by the locative media that enable narrative and memory, urban space becomes a media interface riddled with “chance orchestration” which speaks to the interactive urban practices of “media-users”. Mediated by the locative devices possessed by individual while widely being connected to each other, space-as-media reconstruct the relations of individual and society, place and space, streets and strolls, imaginations and traces in a profound mediatized way.

Keywords

Pokémon GO, Henri Lefebvre, Michel de Certeau, Locative media, Space-as-media

Author

Dr. Li Yungeng is an assistant professor, School of media and communication, Shanghai Jiaotong University. Email: li.yungeng@sjtu.edu.cn.

This paper is supported by a grant from the Shanghai planning office of philosophy and social science for young scholars (2018), titled with “The communication and governance of ACG subculture among Shanghai youth” (Project ID: 2018EXW004).

一、问题的提出：空间作为“媒介”

随着空间理论与新媒介技术的勃兴，传播研究开始关注媒介与空间的关系问题。这些研究的主要议题包括“媒体地理的主要理论在环境背景下的影响、新闻报道的空间偏见以及大众媒体和空间意识、媒介对空间领域进行区域的类别生产与认同的可能、新闻的空间信息内容等”（谢沁露，2018）。在这些花样繁多的议题中，主导范式是将媒介看作影响空间生产方式的机制性因素或将空间视作媒介赖以操弄的结构性制约。他们看似都在探讨空间与媒介的关系，但又恰恰忽视空间本身的媒介性。一方面，这是由于长久以来大众传播关于媒介的认识偏狭。它轻而易举地将媒介限定为一种信息内容的物质载体，从而限制了对媒介形式的想象力（黄旦，2018）；另一方面更是由于新媒介技术从来没像今天这样渗透进现实都市的空间实践之中。卡斯特曾将空间定义为“一个物质产物，相关于其他物质产物——包括人类——而牵涉于‘历史地’决定的社会关系之中，而这些社会关系赋予空间形式、功能和社会意义”，因而，“空间不是社会的反映、拷贝，空间就是

社会”（卡斯特，1997/2001：504）。在这层意义上，卡斯特关注网络社会中新的空间形式，即他称之为“流动的空间”的东西。不论你是否认可这种形式的存在，但无可争议的，信息和传播技术带来的社会变革本身也的确意味着空间实践方式的变革。

这一空间变革的一个典型案例来自游戏领域。2016年，由美国游戏公司 Niantic, Inc. 负责开发和运营的增强现实类（augmented reality，简称AR）手机游戏 Pok é mon GO 风靡全球。在纽约、伦敦、墨尔本、香港以及台北等城市的各个角落，都可以看到持有手机的玩家在公园、CBD、学校乃至医院这些现实生活的空间中寻找并捕捉只能在手机地图上看到的小精灵。该游戏允许玩家以现实世界为平台，捕捉、战斗、训练和交易虚拟怪兽“宝可梦”（Pok é mon）。Pok é mon GO 是一款结合了虚拟和现实场景的新型游戏，有学者将这类游戏统一定义为“混合现实游戏”（hybrid reality game）（de Souza e Silva，2017）。¹从技术和游戏设计理念上看，Pok é mon GO 承袭了“混合现实游戏”的以下特征：首先，它是在虚拟和现实空间同时进行的；其次，玩家被呈现在一个真实城市的3D地图上，可以从他们的手机或IPAD等移动终端上看到虚拟精灵，但是如果想要捕获它们，就需要在现实空间中行走移动；最后，Pok é mon GO 要求玩家的设备配备移动定位技术（location-based technology）（de Souza e Silva，2017）。尽管中国由于法律和信息安全等原因，并未允许“精灵宝可梦GO”在内地发行，但是它在香港、台湾等大中华地区的成功和风靡，已经说明了基于“增强现实技术（Augmented Reality）+基于位置的服务（Location-based Service）”的一类游戏，有着跨越地理和文化边界的吸引力。

游戏的风靡引发传播学者关于现实空间与虚拟空间融合的学理思考。早在手机和各种虚拟现实技术出现之前，梅罗维茨（1985/2002）就曾借用戈夫曼（1956/2008）的拟剧理论分析了电子媒介所带来的现代人“空间感”的混乱乃至丧失。前电子媒介时代，社会场景规定了人们所处的社会位置与行为方式，行为方式又进而建构个体关于自我身份的认知。这一过程，也是个人社会化的过程（伯格，卢克曼，1967/2009）。戈夫曼将这一行为逻辑阐释为日常生活中的表演。在较为明晰的前后台场景中，个体通过操弄行为符号对自我进行印象管理（戈夫曼，1956/2008）。拟剧理论的重要前提在于个体对于社会空间区隔的清晰认知。然而，电子媒介的出现从基础上破坏了前后台的社会区隔。正如梅罗维茨观察到的那样：

电子媒介，特别是电视将从前不同的社会场合组合在了一起，将私下行为和公开行为的边界线移向了私下一方，并且弱化了社会位置和物质位置之间的关系。许多人可能已不再“知道自己的位置”，传统上“地点”中相互联系的成分被电子媒介撕开了。无论一个人现在在哪里——在家、在工作，或者在汽车里——他都被接触着和接触着别人（梅罗维茨，1985/2002：298）。

梅罗维茨的论述提示我们：连诸如电视之类的电子媒介尚具有改变人们社会空间和场景感知的威力，遑论以智能手机为代表的移动数字媒介呢！

在移动媒介时代，各种虚拟现实技术和基于位置服务的技术愈发成熟，现实空间和虚拟空间不仅出现了融合的趋势，更重要的是，虚拟和现实空间正呈现出颠倒的关系。媒体为实体空间赋予意义的能力愈发强劲。德布雷认为媒介不仅是一种传递信息的技术手段，更是一种以技术为载体的中介实践。他说：“事物总是象征着其他的人或物，总之是另外一个附加物，因此我们说所有事物的‘象征性’都起着联结的作用”，因而媒介就是“一个意义和集合的中介，以同样的运动一个又一个地联结起来”（德布雷，2000/2014：29）。在移动媒介和虚拟现实技术出现之前，人们缺乏将空间想象为媒介的能力。这或可归咎于现实空间本身较为稳定的结构性和功能性特征。哪怕是最能体现城市空间流动性的交通运输系统抑或单车、汽车等交通工具，也不过是在城市规划的道路之上往复通行的功能性存在，其意义建构和象征的能力十分有限。然而随着数字媒介技术的发展，虚拟媒介与空间的融合使得空间的传播具有了新意义。实体空间被“赋予越来越多的含义。它变成一种很重要的媒体。甚至有时，它会变成个人的象征，城市的象征，国家的象征，一个时代的象征”（孙玮，2012）。

将空间与媒介联系起来，基于数字虚拟技术与地理定位技术的“位置媒介”（locative media）是一个当代的技术中介。简而言之，位置媒介是“任何可以标记位置的媒介形式，从车载GPS到RFID技术不一而足”。它使“设备能够标记物理空间并给使用者提供他们周遭环境的信息”（Frith，2015：2）。今天人们使用的智能手机依赖于各种定位技术。这些技术使诸如微信、高德地图、大众点评等手机应用（当然还包括Pok é mon GO这样的游戏）能够知晓手机使用者在物理空间中的位置并据此为使用者提供实用信息。手机本身并非纯粹地理导向的设备，但它所能提供的定位功能和位置信息却令其成为眼下最重要的“位置媒介”（Thielmann，2010；Frith，2015）。近年来，西方学者对于位置媒介的研究方兴未艾。学者de Souza e Silva和同事Sheller在2011年编著的《移动性与位置媒介：混合空间中的移动

传播》(*Mobility and locative media: Mobile communication in hybrid spaces*) 一书中集合了有关位置媒介的当代经验与理论研究,探讨了诸如具有定位功能的手机应用的解放性,技术赋权下的在地联结、空间位置与行动轨迹的商品化以及位置性手机游戏等前沿议题。这些议题都与人们如何在“城市空间中主动挪用移动媒介技术以达成与他人的联结与合作”(de Souza e Silva & Sheller, 2014: 7) 这一核心问题相关。过往的研究将手机等移动媒介视为人际沟通的工具,但恰恰忽视了“移动”这一名称本身所内涵的空间性。手机在城市生活中扮演了人与空间的中介角色,“位置媒介”的出现更是令媒介使用者深刻地嵌入到媒介搭建的虚拟与现实的混合空间之中。

既有研究将“位置媒介”与实体空间的关系对象化。媒介技术似乎仅仅是在实体空间之外搭建了一个虚拟的导航平台,而空间则成了技术处理的对象。这种对空间与媒介关系的偏狭理解肇因于对空间之媒介性的思想史认识局限。基于此,本文试图回溯20世纪中叶以来,从列斐伏尔(Henri Lefebvre)、情境主义国际、德塞托(Michel de Certeau)一直到新近的媒介地理学理论,重新发现空间的媒介性所在,并且将“位置媒介”的理论重置于这一思想脉络之中。需要澄清的是,这一理论谱系的回溯并非照本宣科式的文献综述,而是将空间理论置于“空间作为媒介”的问题框架下,从“空间媒介”的内涵、实践主体、实践方式以及这一概念与“位置媒介”之间的关系四个方面展开论述。本文试图回答:在位置媒介(locative media)兴起的语境下,空间是如何被纳入媒介的逻辑之中;更进一步,媒介技术与空间的融合是否催生出了一种新的空间形式;如果是,这种空间形式的本质和特征又是什么;而这种新的空间观又如何反过来深化我们对媒介技术之理解。

二、媒介空间还是空间媒介:列斐伏尔的“第三空间”

将空间视作媒介,即是揭示空间所具有的媒介性与传播性。潘忠党等人认为,这一分析路径蕴含了两个基本前提,“空间的社会生产以及具体历史时期的政治经济逻辑构成空间的生产和结构的主干。”(潘忠党, 於红梅, 2015: 142) 传播与空间的互构关系得益于“空间的社会生产”。将空间视作社会生产的产物始于列斐伏尔。1974年,法国哲学家列斐伏尔出版《空间的生产》。²在此书中,列斐伏尔(1991)提出了“空间是社会的产物”这一理论命题,“空间作为一种产物,并不是某种特定的产品,而是一种关系”,因此,我们不能“把社会的空间与社会的时间当作自然的事实来看待,而必须按照某些层次等级加以规范化。也不能

把它们视为文化的事实，而必须视其为产物（*produits/products*）”（Lefebvre, 1974/1991: xix）。根据列斐伏尔的论述，物质空间不过是“空间”的一个部分、一个面向而已，而完整的空间应当包含物质领域、精神领域以及社会领域三个层面。³藉此，列斐伏尔引入了一组空间分析的三元概念（概念性的三位一体）：空间实践（*spatial practice*）、空间表象（*representations of space*）与表征性空间（*spaces of representations*）。这一空间的三元辩证法被美国的人文地理学家爱德华·索亚（Edward Soja）所发展并阐释为社会或城市空间的三个层次。而与空间媒介性最为相关的表征性空间，也被索亚称为“第三空间”（Soja, 1996）。

“空间实践”这一层次接近物质性的空间，是“物质空间的生产与再生产，也是社会关系在空间的表现特征，是人类活动、行为和经验的媒介与产物，也是能被感知到的空间”（Soja, 1996: 66）；而“空间表象”则是一个构想性空间，“这一层次的空间秩序是设计者加诸其上的，体现了设计者对知识和符号，乃至对空间实践解码方式的控制”（Soja, 1996: 67）；第三个层次被指认为“表征性空间”，这个空间凸显的是空间所表征的社会生活隐秘的一面。在这一层次的空间中，空间实践的参与者具身其中，操弄并挪用各种空间意义和权力运作的方式，共同创造了一个具象化的活空间（*lived space*）（Soja, 1996: 68）。简而言之，第一空间是物质空间，第二空间是想象空间，第三空间则是实践空间（Lefebvre, 1991: 33、38-39）。

列斐伏尔关于空间的三元辩证法为我们打开了一个连接“空间”与“媒介”的通路。这个通路不仅仅意味着第三空间是在第一、第二空间基础上的一个空间层次，更意味着这三个空间本身是高度重叠和互嵌的。在现代都市空间之中，数字技术连接起了人们赖以活动的现实空间以及创造意义和话语的虚拟空间。卡斯特认为虚拟空间和全球网络的出现会消弭现代城市空间的特殊性，社会的功能与权力可以在虚拟流动空间中重构，其逻辑会支配现实地方空间的动态意义。最终，所有的空间性都将坍塌到虚拟空间之中，形成一个网络化、非历史的流动空间（卡斯特，1997/2001: 524）。流动的网络空间成为了一个凌驾于一切其他空间之上的“媒介空间”。由此，网络时代所有人类实践都需要在这个媒介空间中去想象。然而，本文与卡斯特的观念有所区别：“媒介空间”的想象固然在以数字媒介技术为核心的全球网络传播体系中具有合理性。然而，“流动空间”充其量是网络社会语境中的“第二空间”，它尚无法连接虚拟技术与现实城市中活的空间实践，比如Pokémon GO中发生在现实空间中虚拟行动。本文不仅仅将媒介视作信息的载体乃或信息传播的手段，而是一种联结多元空间与意义的中介化实践过程（德布雷，

2000/2014)。在此意义上,媒介所具有的联结性和转化性而非区隔性与传递性才是其根本属性。数字技术创生的虚拟空间不能脱离城市空间而存在;相反,在移动媒介时代,虚拟空间愈来愈叠合于城市空间之上。媒介的文化和社会象征意义也因为与实体空间的联结而持续地生成与改变。“位置媒介”的出现为空间媒介的生成提供了技术基础。“通过地理标记事物而非人并令这些事物给我们讲故事,位置媒介创造了一种言说者和主体的谱系意识”(Thielmann, 2010: 12)。换句话说,“媒介空间”的概念依然将媒介本身作为空间的延伸或是现实空间在虚拟空间的复刻,但是“空间媒介”却将城市实体空间看作可以通过技术自我言说和表意的媒介本身。

关于空间本身的表意性,有学者区分了两种基于地图的空间实践:“模仿式”和“导航式”的,前者指的是在前数字媒介时代,人们基于对地图与现实空间的模仿关系进行导航。一个地图能够多大程度上指引水手的航向取决于水手能够多大程度地准确理解地图与实体空间的对应关系。然而这种理解最大的问题在于地图永远无法忠实地再现多变的地理环境,一个暗礁、一阵水雾、一场风暴都有可能毁灭地图宣称的精确;那么数字地图又能改变什么?数字媒介所提供的不单是一个新的地图载体,而且以“导航”为目的的媒介地图允许航行者在航行中不断标记航线上所有偶遇的路标和环境信号,并通过网络分享出去。地图与实体空间的对应不再那么重要,空间可以通过“地图-使用者”的联结言说自身的复杂性。November等人将这一联结“使用者”“媒介”“实体空间”的界面称之为“导航平台”(navigational platform)(November, Camacho-Hübner & Latour, 2010)。“导航平台”的概念接近于“空间媒介”,但它将“导航”本身视作地图功能和目的的观念显然又落入了功能主义的窠臼。因此,本文遵循“媒介-使用者”作为“空间媒介”实践主体的这一逻辑,试图推进当代“空间媒介”实践方式多样性的认知。

三、漂移:“媒介-使用者”的空间实践

空间联结了物质空间中参与实践的各种物和人,并将他们的意向反映在空间实践中。当代媒介地理学中“空间媒介化”的判断正是基于对此种现象的关注(谢沁露, 2018)。“空间媒介化”处理的是诸如“符号-物质媒体的渗透和依赖是如何影响了空间(如家庭、购物商场以及休闲场所)的建构;并且媒介是如何形塑了人们的空间想象和空间期待(通过影像实践,电脑游戏以及旅行纪录片)”这样的问题(Jansson, 2017: 97)。Jansson(2013)曾将列斐伏尔的空间三元辩证法和媒介

化的概念相融合,以解释何为“媒介化”的空间生产。他以1930年代的广播为例,当广播进入普通家庭之时,不仅仅是占据了一个空间位置,还导致了一系列对这一“新”媒介的物质性适应过程。此种对新物的适应过程对应了列斐伏尔所谓的物质空间;在这一基础上,媒介催生了某种基于媒介形式的空间实践,就如对旅行经验的图像呈现(即地图)是对物质空间的再现;它可能被实践者重新构想,有时会挑战设计者对空间和地方的主导想象。Jansson(2013)将第三空间解释为空间社会实践的惯常化(normalization)过程。由第一、第二空间转化来的媒介化空间实践成为一种稳定的空间生产样态。正是在此处,本文和媒介地理学分道扬镳:如果将“空间媒介化”理解为一个空间的媒介再生产过程,那么“空间媒介”或可以看作“空间媒介化”的最终成品。这一成品固然是列斐伏尔、索亚以及Jansson等人所描述的三元空间转化融合的产物。但是作为不断生成的活实践,我们不能忽视都市空间生产中“媒介-使用者”这一交互主体扮演的角色。简言之,“空间媒介”不是为了将空间守旧地概念化为一个承载实践的媒介平台,而是将空间本身看作正在进行和展开的实践本身。这一实践的主体就是“媒介-使用者”。

为了解“媒介-使用者”与“空间媒介”的生成关系,我们需要回溯20世纪50年代兴起于法国的情境主义国际(Situationist International)思潮。情境主义国际是上世纪50到70年代在欧洲,尤其是法国兴盛的一场先锋艺术运动。其代表人物居伊·德波(Guy Debord)及其论著《景观社会》极大地影响了70年代以后西方的激进艺术与哲学思潮。经由凯尔纳(Douglas Kellner)等人的转译,传播学者对德波的景观社会理论已经相当熟悉。但是甚少有学者关注作为“情境主义国际”的发起者——德波对城市空间实践的思想贡献。

“漂移”(dérive)是情境主义国际提出的关于空间的核心概念。德波将漂移定义为一种“在复杂环境中快速通行的技术”(a technique of rapid passage through varied ambiances),“漂移”包含了“游戏的建构行为及其心理-地理效应的意识,因此和经典的旅行或漫步概念区分开来”(Debord, 1958a: 62)。在都市空间中漫无目的地“行走”是本雅明笔下现代性的象征。他在巴黎这座混合着古典和现代气息的都市中发现了空间是如何透过人们日常漫步、凝望而变成一种欲望的象征和满足。

“街道成了游手好闲者的居所。他靠在房屋外的墙壁上,就像一般的市民在家中的四壁里一样安然自得。对他来说,闪闪发光的琅琅商业招牌至少是墙壁

上的点缀装饰，不亚于一个有资产者的客厅里的一幅油画。墙壁就是他垫笔记本的书桌；书报亭是他的图书馆；咖啡店的阶梯是他工作之余向家里俯视的阳台”（本雅明，1973/1989：55）。

“闲逛者”（flâneur）象征的是现代性中一种全新的多维度（物理的、地理的、文化的以及经济的）移动性（de Souza e Silva, Hjorth, 2009）。如果说“闲逛”的目的是为了丰富城市现代性的体验维度，那么“漂移”就是为了打破已经被束缚的空间生产，再造一种全新的空间实践。因此，“在一次漂移中，一人或多人在一段时间内抛掉他们的关系、工作、休闲活动以及所有其他运动和行为的惯常动机，让他们任由空间中和他们在其中所遭遇的东西所吸引”（Debord, 1958a：62）。“漂移”的实践所倡导的是一种游戏式的空间实践。尽管在德波的构想中，媒介并没有作为空间实践的核心要素出现，但“对一个既定空间的探索要求建立基地以及计算渗透的方向。在这里，对地图（包括普通的地图同时也是生态和心理-地理的地图），连同对它们的修正和提高的研究开始介入。”（Debord, 1958a：65）此处，地图（无论是物质性的还是心理-地理地图）无疑是媒介性存在。它连接起的是地图上两处（甚至多处）地点之间行动的轨迹，但却为构想的可能性提供了重要的参考坐标；更关键的是，作为媒介的地图，中介了人们对于地点与地点之间关系与意义的空间经验及感知。不论这种经验是物性的还是想象的，在漂移的实践中，空间就呈现为这样一个地图媒介。它中介并最终生成了一种不同于被规划的空间实践样态。然而漂移的逻辑并非放弃日常生活，也不意味着要求实践者放弃城市空间的功能性意义。即使“疲劳也会怂恿人们在一天中的终结放弃漂移”（Debord, 1958a：63）。因此，德波提倡我们必须设想一个第三空间：生活空间，即自由和休闲的空间。在这个空间中，“单一的都市主义的最低行动是将游戏的领域扩展至所有理想的建筑之中。这一领域将处于一个旧城市的复杂层中。”（Debord, 1958b：69）

对“漂移”的理解涉及一个当代城市空间的关键属性——游戏性。也正是在游戏性中，今天的位置媒介可以打破城市设计者的规划，赋予“媒介-使用者”这一交互主体以创生空间的权力。Huizinga（1938/1949：13）将游戏定义为“一种自觉地站在惯常生活之外的不严肃的，但是与此同时全然强烈地吸引游戏者的自由活动”。进而，游戏“在自己适当的时空边界内，根据既定的规则有序地推进”。在这个定义中，游戏与枯燥的日常生活是有明确界限的。在游戏的界限内，规则和自

由并存；最后，在游戏空间中需要全然的沉浸与体验。由此，“空间媒介”对使用者的最大意义就是作为一个游戏空间的存在。“漂移”是游戏空间中实践的基本方式。如Pokémon GO的风靡所揭示的那样，漂移意味着暂时摆脱空间功能性的束缚，让媒介中的象征物（在游戏中就是虚拟的小精灵或补给站）牵引着行动者的轨迹，行动者的意图被联结进城市空间之中。“漂移强制参与者用截然不同的眼光审视熟悉的城市空间”（de Souza e Silva, 2009）。因此，空间媒介的显现便是游戏空间的显现。“媒介-使用者”在空间中的游戏行为令空间变得可以为自己发声，也可以被每个媒介持有者自由地改变并创造意义。

四、行走修辞学：空间媒介的时间机制

事实上，如何突破功能主义的城市设计窠臼而实现一种可自由书写的城市空间，始终是左翼空间理论家所关注的核心问题。对这一核心问题最清晰的阐释来自于米歇尔·德塞托对地点和空间二元对立的讨论。他将空间（space）和地点（place）做了二元划分，“‘地点’是在空间中被规定的稳定位置，而这一稳定位置中展开的实践构成了空间。‘地点’意味着一个对象参照共生的关系界定自身在空间的位置……而‘空间’则需要将所有的动态要素纳入考量”（de Certeau, 1980/1984: 117）。“空间”与“地点”的分野将空间的移动实践属性标识出来。列斐伏尔和索亚的“第三空间”、德波的“漂移”以及基于位置媒介的空间实践都是在“空间”而非“地点”的层面激活城市的移动性。如果说“地点”是功能化的空间，那么“空间”就是被赋予移动性的“地点”，通过对移动实践和网络轨迹的强调，时间维度被纳入进城市空间的讨论中。由此，对“时间”的表述藉由两重实践在空间层面得到确认。

第一层确认是移动本身，Larsen等人将“移动性”区分为五个层次：人的物理移动、物的物理移动、想象的移动、虚拟的移动以及交流性的移动，其中前两者隶属于前电子媒介时代的移动形式，而想象和交流性的移动属于电子媒介时代，虚拟的移动则属于数字时代（Larsen, Urry & Axhausen, 2006）。在位置媒介编织的空间网络中，这五种移动同时发生，并且正由于位置媒介技术的存在。五种移动持续地在实践过程中相互转化与融合。移动是空间和时间交互的结果。“漂移”将时空交互的自由推向极致，并且“媒介-使用者”在城市的快速移动中改变着既定的城市时空形构。但是“漂移”毕竟是日常生活之外的主动实践，是一种超越的游戏。在位置媒介时代，“媒介-使用者”“被动”的日常移动才是空间实践的常态。为

了建构起一种适合分析都市空间媒介的理论框架,必须回到“行走”之中,来分析“媒介-使用者”与空间媒介之间的互构关系。

德塞托曾将都市人的日常漫步称为“行走的修辞学”。他说:“走路行为之于城市体系,就如陈述行为之于语言或者被陈述之物……行走似乎找到了第一个定义:陈述(enunciation)的空间”(de Certeau, 1980/1984: 175)。在一个城市中,每一个空间符号(街道、建筑物、街头布告栏)都有与之相对应的象征空间。在位置媒介中,行走的位置、轨迹与意义符号的结合使城市空间变成一个现象学意义上“悬置”的象征序列。但是,不同于波德莱尔或本雅明的“闲逛者”,现代都市的“行走”是可以也必须被言说的。这也是为何德塞托称之为“行走的修辞学”。位置媒介时代的“行走修辞学”一个经验案例是特属于每个“网红”城市的“漫步地图”。这些“地图”所勾勒的是“媒介-使用者”所赋予空间的特殊陈述意义,反过来,设计者需要应和这些陈述,或者在地图中为“媒介-使用者”留白。以上海为例,集中在人民广场、南京路、外滩以及陆家嘴的地标街区并没有掩盖近年来越来越多的兼具历史与新锐文化创意的“网红打卡地”的出现,“重庆南路以西的复衡历史风貌区藏着各种独立书店和剧场……此外,上海电影节的主场上海影城,独立书店衡山和集所在的衡山路-华山路一带,也是浦西最活跃的活动聚集区”(卓宇晶, 2018)。正如这幅上海城市漫步的文化地图所勾勒的图景一样,诸如上海之类的城市不仅仅被“其物理空间之上附着的精神气质层面的事物所构成”,“也必然需要经历城市中正在生活着的年轻人对其加以挖掘再造”(卓宇晶, 2018)。这些网红打卡地和文化地图的出现正是都市里“媒介-使用者”对城市空间的言说。这种言说造就一些只属于这个媒介时代的城市景观,例如一家大众点评的网红餐厅一座难求,排队的人群蜿蜒成长龙,一墙之隔的另一家相似口味的餐厅却门可罗雀。造就这种景象的正是虚拟空间在现实中的叠合,他将人们的言说、想象与意义赋予植入现实空间,从而赋予空间可以自我言说的修辞性。此种修辞引导了人们的步伐,也重新规定了“行走”的方式与目的。

“移动”是对时间流逝在空间中的记录。当“移动”具有了言说的功能,城市空间对于时间的表述具有了第二层确证——作为移动网络和痕迹的“数字地图”。“数字地图”的存在使位置媒介转变为一种空间的“记忆媒介”。“数字地图”改变了地图与现实空间的对应,转而变成了时间在空间中的向导与记忆轨迹(November, Camacho-Hübner & Latour, 2010)。在日常生活中,“地图”和“旅行”的关系恰巧对应了“地点”和“空间”的微妙差别。“地图”是一个在空

白页上建构起来的空间文本，它描述的是一个位于地图之外的外部空间。地图不仅仅具有指示的功能，在某种程度上，它引导了我们日常的空间实践。当一个春意盎然的周末，一家人去郊外自驾游，坐到车里的第一件事便是打开手机地图，设定好目的地，地图将会将你引导向正确的道路上。对于空间实践来说，“地图”就是空间权力的实体化。在地图上所标记的地点，是城市设计者、规划者所设定好的功能分区。然而，生活在城市空间中的人却不总受到“地点”秩序的规制。人们在城市空间中行动并不总是依凭于地图，甚至地图本身就是行走轨迹所抽象出的符号系统。从帝国大厦的顶层俯瞰整个纽约城是德塞托使用的一个隐喻。生活在纽约的人是无法想象纽约作为一个整体的地图以这样方式呈现在眼前。在帝国大厦顶层看到的不单单是作为城市地图的纽约，而是一个被各种穿行于其间的轨迹所交织成的空间。行人，流浪者，各种车马及其轨迹，将这个城市变成了一部电影；在其中，每一条流动的轨迹都在讲述一个日常故事，他们合在一起就是整个城市的故事。德塞托从这样的俯瞰中得出结论，“空间就是一个被实践的地点。因此，在几何学意义上被城市规划定义了的街道，被行人们转变成了空间。同样地，阅读，就是时间所产生的空间，而这一地点是由一个符号系统——一部作品所构成的。”（德·塞托，1980/2009：200）

在德塞托眼中，“地图”指示了空间中的“地点”的分布及其规则，而行走则使“地图”变成了活的时间。如果将城市空间视作一张布满五线谱的白纸，那么行走就是使这张白纸变成终能奏出美妙乐章的音符。有关地点的符号系统以前是存在于城市设计者和规划者的脑海、图纸和监控系统之中的，而有关空间的符号系统则是无形的、速朽的。尽管它可能存在于日常生活的惯常实践中，其意义却无法被普通人捕捉或再现。对于行走者来说，他们对空间的改造是在无形中发生的，其意义也就无从记录和解释。基于“地图”的“行走”具有不同于地图的意义，如果将地图看作一种稳定的空间秩序，那么行走便是原有秩序的重构。遗憾的是，行走终究是即兴创作。这些充满诗意的空间乐章在没有数字媒介的时代是无法留下痕迹的。换句话说，此种对于空间实践的想象固然理想，但依然是漂浮的乌托邦，一旦足迹过去、痕迹消失，在漫步中创造的空间意义瞬间消弭，秩序依然如故。位置媒介之于城市空间的意义不仅仅在于将移动和记忆技术附着于“地点”之上。位置媒介可以帮助人们克服空间实践的速朽性。通过虚拟再现和记录人们在城市空间中的行动轨迹，同时赋予人们标记、评论乃至建构空间符号的权力。空间成为虚拟和现实城市空间的联通物，也是人们实践交汇的界面。这就是阿斯曼（Aleida Assmann）所

说的“复活”现象，“地点可以超越集体遗忘的时段证明和保存一个记忆。不但地点把回忆重新激活，回忆也使地点重获新生。因为生平的和文化的记忆无法外置到地点上去；地点只能和其他记忆媒介联合在一起激发和支撑回忆的过程。”（阿斯曼，1999/2016：13）位置媒介就是这样一种记忆媒介，它所具有的特性将人在物质空间中的移动痕迹储存下来，成为可以不断回溯的符号地图和意义轨迹。时间以空间的形式被保存起来。物质空间的媒介属性以保存并传播记忆的方式呈现。“痕迹的概念使‘写入’的范围超越了文本。”（阿斯曼，1999/2016：237）位置媒介叠合在“地图”之上的痕迹网络是“媒介-使用者”这一交互主体在城市空间中的创造物。他将个体的时间性留存在位置媒介之中，也同时通过电子网络印刻在城市空间之中，得以在虚拟空间中分享、流转乃至成为个人身份的确证。因此，正是由于位置媒介对行走痕迹的记忆与传播才赋予了“媒介-使用者”通过城市空间自我诉说的能力。

五、位置媒介与城市：一种空间媒介观的建构

由数字媒介技术变革造就的当代都市景观深深吸引了媒介地理学者的目光。段义孚在他的著作中将这种变革表述为一连串的发问：

在空间意识、关于未来时间的想法和关于目标的想法之间存在什么关系？……同时，什么是空间价值观与距离关系之间的联系？我们如何描述“熟悉性”，即我们对一个人或者一个地方感到“无拘无束”的特性？什么样的亲切地方是可以规划的？如果无法规划，那我们至少还能策划人与人的相会吗……（段义孚，1977/2017：167）

他的疑惑被斯科特·麦奎尔（Scott McQuell）回应为当代城市空间生产中“技术诡异性”（technological uncanny）所造就的特殊体验。“我们从我们所不在的位置、从我们从未到过的地方注视着世界。尽管它是一种日常的熟悉场景，可这种脱离实体的感觉模式始终有一种强烈的诡异感”（麦奎尔，2008/2013：12）。这种诡异感是城市空间实践中由物性空间和虚拟空间叠合带来的互嵌效应。最能够体现这种互嵌效应的媒介技术是Pokémon GO所采用的增强现实技术（augmented reality）。这一技术在《科学美国人》杂志评选出的2018年新兴的潜力科技中排名第一。除了被诸如Pokémon GO这样的游戏所采用，这一技术还可能在未来“使得博物馆游客以全息图的方式看到导览；外科医生以3-D形式看到病人皮下组织；建

筑家和设计师以新奇的方式合作他们的创造；机器操控者以强化图像操控他们的远程机器人”等等（Lathan & Maynard, 2018: 30）。增强现实技术不仅仅是一种将虚拟空间叠加在现实空间之上的视觉游戏，更重要的是，它改变了我们对物质空间的单一性认知。它通过特定媒介将一种充满主观性与流动性的想象叠合在现实空间之上，从而建立了个体与社会、时间与空间乃至精神与物质之间新的关联方式。麦奎尔将这种由数字媒体造就的叠合空间概念化为“媒体城市”。与本文主旨类似，麦奎尔关注的也是媒体技术如何改变了当代都市的空间景观。他看到了在城市空间中无处不在的数字移动媒介被转译进一种新的社会空间关系。

技术媒体的社会同化已产生了具有深刻矛盾游移的后果，它支撑着从社会“结构”到日益开放的体系的“流程”的普遍转变。就此而言，同化着重强调了潜在的社会矛盾，生成了进一步的社会转型压力，从而导致了媒体-建筑综合体——即所谓的媒体城市——的泛化（麦奎尔，2008/2013: 22）。

媒体城市的概念接近于空间媒介，然而不同的是，媒体城市仅仅看到了媒介技术所带来的叠合效应，即将虚拟空间嵌入到现实空间的存在之中所带来的社会空间的新的转化。这种转化固然是空间媒介性的一种显现，但如果仅仅以媒介本身为中心，而忽视“媒介-使用者”这一交互主体及其在城市空间中活的实践方式也是对媒体城市概念潜力的浪费。因此，通过将“媒介-使用者”纳入空间实践的讨论，媒介所标记的时间性也同时被纳入，这使得空间媒介具有比媒体城市更加丰富的概念维度。

如果将空间媒介视作研究空间与媒介关系的一种全新视角，位置媒介这一技术中介的角色不容忽视。位置媒介将人的空间活动和社会关系转译进城市空间之中。借此技术，人们可以阅读并且有计划地利用甚至修改城市空间的功能和意义。这样，表征在手机等位置媒介中的空间实践不再仅仅作为被观看的空间表象而存在，而成为媒介空间可以记忆和创制的空间故事。位置媒介将城市变成了一个巨大的可以自我言说并记忆的媒介。位置媒介所联结的空间既不是被规划者限定的城市空间，亦非流浪者漫步的他者性空间，而是一个嵌合了虚拟再造能力的混合空间。这种再造能力也体现在两个方面：

其一，位置媒介将被设计者和资本权力者构想的“地图”展现在每个城市生活者的眼中，通过特定的技术规则，使用者可以在其中勾勒自己的痕迹或重新书写惯常空间的新故事。比如有学者将Pokémon GO的游戏虚拟空间中玩家的足迹数据与

现实空间中人们的行动轨迹数据相对照,发现玩家在现实空间的日常行动足迹和虚拟空间中追随虚拟宠物足迹网络的形成过程具有较低的相关性。这正说明游戏正帮助人们探索他们从来没有去过和经历的城市空间,并赋予了这些对他们日常行动来说无意义空间以新的意义(Wang et al., 2018)。

其二,“媒介-使用者”的空间书写可以指导甚至改变设计者构想的空间功能与意义。同样,Pokémon GO的游戏玩家行动轨迹所构成的虚拟网络交互地改变了现实空间符码网络的结构(Wang et al., 2018)。再比如,有研究者通过广州共享单车的痕迹数据勾勒出的使用者地图反过来帮助设计者提出改进城市慢行系统的新思路(大数据,2018)。由此,媒体与空间的关系不再是表征与被表征的关系,而是一种全新的互嵌关系。在这种互嵌之下,城市空间就是一个巨大的媒介界面,是各种社会关系被活的实践转译、展演、变化的舞台。

综上,我们可以推论出一种在新的数字移动媒介技术赋权下的空间媒介观:

首先,数字媒介所创制的虚拟空间不仅仅是现实城市空间的再现,虚拟和现实两种空间的连接和互嵌生成了一种全新的“空间”,这种空间通过对虚拟和想象的再现获得了“可见”的媒介性,从而表征了物与人、物与物、人与人、个体与社会、想象与实存的社会性关联。

其次,这一“空间媒介”的生成还有赖于一种非常重要的记忆机制,位置媒介将人们在物质空间中的移动痕迹储存下来,成为可以不断回溯的符号地图和意义轨迹。时间以空间的形式被保存起来,被纳入实践之中,这使得物质空间的媒介属性可以在时间洪流中得以保存和回溯。正如阿斯曼(1999/2016: 237)所言,“从文字作为有意图的语言符号到痕迹作为物质性的印记这一过程,这些印记尽管不是符号,但是事后却可以作为符号阅读”。

卡斯特(1997/2001: 521)曾言道,“古往今来的建筑都是社会迂回未成型的行动(failed act),是社会深层趋势经过中介的表现”。同理,位置媒介与城市空间所共同建构的空间媒介也是人与社会空间关系深层中介的表现。人们借助技术在现实或虚拟空间中的相遇既非完全偶然,又不必然有预设的目的,而是两者在技术赋权下的结合。有学者形象地称之为“偶得协奏曲”(chance orchestration)(de Souza e Silva, 2015: 7)。对每个个体来说,现实的城市空间既是与他人共享、交流与竞争的空间,同时也是充满游戏性的个体化空间。人们会随着位置媒介中痕迹的流动构想一个他们身在其中的空间故事。所以空间实践重要的不是行走行为本身,而是对一个行走轨迹的象征、想象和记忆。这些记忆通过媒介的展示和记

录被保存在虚拟空间之中,城市空间变成了充满个性化和日常生趣的展演界面,每个人游走于空间之中、用位置媒介记录行动痕迹、在现实空间和虚拟空间的交汇处创生自己的个性化空间、在与日常生活和社会关系的勾连中书写空间故事,这一切都是在遍布位置媒介的城市空间中完成的。如果说列斐伏尔勾勒了现代都市空间、话语/意义空间与虚拟空间之间的交互空间,那么,情境主义国际和德塞托的空间实践理论则启示我们,在位置媒介出现之后,普通人是如何借助空间媒介书写自己的空间故事的。他们的结合勾勒出了一组空间媒介观的全貌:位置媒介为纲、城市空间为本、人们在其中的移动实践层层展开的意义和传播界面。正如德布雷看到的那样,“通过主导作用的时空记忆技术,媒介成为社会决定性能力的焦点和被统治媒体(或人)的重组中心。”(德布雷,2000/2014:45)空间媒介重组了日常生活中被统治者规定的空间分布与完全偶发的日常漫步之间疏离的关系。经由一个由个人持有又普遍联结的位置媒介之中介,空间重组了个人与社会、地点与空间、道路与漫步、想象与痕迹之间的关系,从而构建起了一组完全媒介化的城市空间实践样貌。随着数字媒介技术、地理信息技术(GPS)、增强现实(AR)、虚拟现实(VR)乃至人工智能技术的发展,从空间媒介的角度思索城市空间的日常实践意义,将愈发必要且重要。

(责任编辑:孙彤昕)

注释 [Notes]

1. “混合现实游戏”的鼻祖是始于2001年的Can You See Me Now这款游戏要求玩家佩戴相应的虚拟设备和GPS,在现实空间中捕捉在线玩家。到了2003年,另一款日本的寻宝游戏Mogi也采用了相似的设定。这些游戏虽然都没能在当时获得广泛影响与关注,但是到了2016年,配备GPS技术的数字移动终端和智能穿戴设备逐渐成为人们日常生活的标配。由Niantic公司开发的,延续了这些游戏设定的Ingress,尤其是姐妹版游戏Pokémon GO一炮而红。游戏在2016年7月6日上线后不到一个月便获得了超过1亿次的下载记录。而吉尼斯世界纪录在8月时宣布游戏打破了五项世界纪录。截止至2016年9月8日,《精灵宝可梦GO》的全球下载量超过了5亿次,并且成为史上最快获得5亿美元收入的电子游戏。
2. 法文原版出版于1974年,1984年再版,1991年译为英文版,从而产生了全球影响。因该书至今尚未中译本出版,本文引用资料来自英文版,参见Lefebvre, H. (1974/1991). The production of space. (Nicholson-Smith, D. Trans.). Oxford, UK: Blackwell Publishers Ltd.
3. 列斐伏尔所谓的社会领域“关注的是逻辑-认识论的空间、社会实践的空间以及由可感觉的现象所占据的空间,包括诸如规划(project)和投射(projection)、符号与乌托邦之类的想象产物等”详细见(Lefebvre, 1974/1991: 11-12)。

参考文献 [References]

- 阿莱达·阿斯曼（1999/2016）。《回忆空间：文化记忆的形式和变迁》（潘璐译）。北京：北京大学出版社。
- 大数据+城市规划落地案例：基于海量骑行数据的街道品质提升行动（2018）。检索于 <https://www.udparty.com/index.php/detail/article/details/?id=2426>。
- 段义孚（1977/2017）。《空间与地方：经验的视角》（王志标译）。北京：中国人民大学出版社。
- 黄旦（2018）。媒介再思：报刊史研究的新路向。《新闻记者》，（12），4-13。
- 雷吉斯·德布雷（2000/2014）。《媒介学引论》（刘文玲，陈卫星译）。北京：中国传媒大学出版社。
- 曼纽尔·卡斯特（1997/2001）。《网络社会的崛起》（夏铸九，王志弘等译）。北京：社会科学文献出版社。
- 米歇尔·德·塞托（1980/2009）。《日常生活实践：1.实践的艺术》（方琳琳，黄春柳译）。南京：南京大学出版社。
- 欧文·戈夫曼（1956/2008）。《日常生活中的自我呈现》（冯钢译）。杭州：浙江人民出版社。
- 潘忠党，於红梅（2015）。阈限性与城市空间的潜能——一个重新想象传播的维度。《开放时代》，（3），140-157+8-9。
- 彼得·伯格，托马斯·卢克曼（1967/2009）。《现实的社会构建》（汪涌译）。北京：北京大学出版社。
- 斯科特·麦奎尔（2008/2013）。《媒体城市：媒体、建筑与都市空间》（邵文实译）。南京：江苏教育出版社。
- 孙玮（2012）。作为媒介的城市：传播意义再阐释。《新闻大学》，（2），41-47。
- 瓦尔特·本雅明（1973/1989）。《发达资本主义时代的抒情诗人：论波德莱尔》（张旭东，魏文生译）。北京：生活·读书·新知三联书店。
- 谢沁露（2018）。从空间转向到空间媒介化：媒介地理学在西方的兴起与发展。《现代传播》，（2），75-81。
- 约书亚·梅罗维茨（1985/2002）。《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》（肖志军译）。北京：清华大学出版社。
- 卓宇晶（2018）。为什么说上海的文化地图可能是最接近理想城市的？《第一财经周刊》，（32），72-75。
- Debord, G. (1958a). Theory of the Dérive. In K. Knabb (Ed.), *Situationist International Anthology* (pp. 62-66). Berkeley, CA: Bureau of Public Secrets.
- Debord, G. (1958b). Situationist theses on traffic. In K. Knabb (Ed.), *Situationist International*

- Anthology* (pp. 69–70). Berkeley, CA: Bureau of Public Secrets.
- De Certeau, M. (1980/1984). *The Practice of Everyday Life*. (F. Rendall, S. Trans.). Berkeley, CA: University of California Press.
- De Souza e Silva, A., Hjorth, L. (2009). Playful Urban Spaces: A historical approach to mobile games. *Simulation & Gaming*, 40(5), 602–625.
- De Souza e Silva, A., & Sheller, M. (2014). *Mobility and locative media: Mobile communication in hybrid spaces*. London, UK: Routledge.
- De Souza e Silva, A. (2017). Pokémon Go as an HRG: Mobility, sociability, and surveillance in hybrid spaces. *Mobile Media and Communication*, 5(1), 20–23.
- Frith, J. (2015). *Smartphones as locative media*. Cambridge, UK: Polity
- Huizinga, J. (1938/1949). *Homo Ludens: A study of the play-element in culture*. (Hull, R. F. C. Trans.). London, UK: Routledge & Kegan Paul.
- Jansson, A. (2013). Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age. *Communication Theory*, 23(3), 279–296.
- Jansson, A. (2017). Critical communication geography: Space, recognition, and the dialectic of mediatization. In *Communications/Media/Geographies* (pp. 95–131). New York, NY: Routledge.
- Larsen, J., Urry, J., & Axhausen, K. (2006). *Mobilities, networks, geographies*. Hampshire, UK: Ashgate.
- Lathan, C. E., & Maynard, A. (2018, December). Augmented reality everywhere. *Scientific American*, 30–31.
- Lefebvre, H. (1974/1991). *The production of space*. (Nicholson-Smith, D. Trans.). Oxford, UK: Blackwell Publishers Ltd.
- November, V., Camacho-Hübner, E., & Latour, B. (2010). Entering a risky territory: space in the age of digital navigation. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(4), 581–599.
- Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Cambridge, UK: Blackwell Publishers Inc.
- Thielmann, T. (2010). Locative media and mediated localities. *Aether: the journal of media geography*, 5(1), 1–17.
- Wang, D., Wu, T., Wen, S., Liu, D., Xiang, Y., Zhou, W., ... Alelaiwi, A. (2018). Pokémon GO in Melbourne CBD: A case study of the cyber-physical symbiotic social networks. *Journal of Computational Science*, (26), 456–467.