

作用逻辑与实践路径： 新兴空间媒介影响下的建筑实践图景与场域 生态特征（2010 年至今）

Function Logic and Practice Path :
Architectural Practice Landscape and Field Ecological Characteristics
Under the Influence of New Space Media (2010 to Date)

李凌燕 | LI Lingyan 徐福响 | XU Fuxiang

中图分类号: TU-05 文献标志码: A 文章编号: 1001-6740 (2022) 06-0035-07 DOI: 10.12285/jzs.20221130007

摘要: 新兴空间媒介作为促发性技术因素与新型社会结构性力量, 浸润至建筑与社会其他领域关系的长期结构转型中, 激发出“人——空间——社会”之间崭新的关系互动与作用方式, 广泛地改变了建筑创作语境, 并深刻反作用于建筑创作与空间内涵认知, 在当下形成了诸多值得关注的建筑实践新趋向。文章以媒介相关理论为指引, 聚焦新兴空间媒介在时空感知、制度性运作与社会建构等层级所触发的城市建筑实践中的新图景与新特征, 系统性考察其对于城市建筑实践的作用。

关键词: 新兴空间媒介、空间实践、专业场域、图景与生态

Abstract: The new space media, as a promoting technical factor and a new social structural force, has infiltrated into the long-term structural transformation of the relationship between architecture and other areas of society, stimulating a new way of interaction and action between “human-space-society” that has widely changed the context of architectural creation, and profoundly reacting to architectural creation and spatial connotation cognition, forming a number of new trends of architectural practice that deserve attention nowadays. Guided by media-related theories, the article focuses on the new landscape and new features of urban architectural practice triggered by the emerging space media at the levels of spatio-temporal perception, institutional operation and social construction, and systematically examines its role for urban architectural practice.

Keywords: the New Space Media, Space Practice, Professional Field, Landscape and Ecology

一、引言

“我们正在与一个以数字、网络空间信息技术持续多样化、倍增和扩散为特征的技术现状做斗争, 这一趋势已经持续了近十年”^①。以智能手机社交网络、空间定位与移动终端设备为代表的新兴媒介技术的快速发展, 以及其与日常生活的深度嵌套, 贡献了完全不同于以往的信息传播基础设施架构, 塑造出人、技术、空间与社会之间重合交错的新型关系图景。“大量的在线和网络数据正在成为场所的层次、体验

和景观的一部分。地理学家和其他社会科学家直到最近才开始理解这种以用户为中心的定位媒体的快速扩张。”^②

同样的, 我们也逐步遭遇到新兴媒介技术在城市与建筑领域引发的诸多实践新图景, 以及由此造成的对惯有实践模式的冲击: “最孤独图书馆”、“文和友”等网红建筑的广受追捧, 在展现媒介与信息传播对于公众审美和空间喜好的“信息茧房”^③式强力培育能力同时, 也不可避免地反噬影响了建筑专业创作的审美旨趣; 外卖 APP 平台软件深度嵌入日常生活场景与社会交往, 逐

作者:

李凌燕, 同济大学艺术与传媒学院传播系副主任、副教授;
徐福响, 同济大学艺术与传媒学院硕士研究生。

国家自然科学基金青年项目 (52008296): 《基于社交媒体数据挖掘的中国当代建筑批评特征演变与传播机制研究 (2008 年至今) 》阶段性研究成果。

步展现出媒介电子界面对于城市实体餐饮零售空间的替代趋向；智能 GPS 导航的最佳路线推荐与日常行程记忆功能等时空数据新应用，实现个人日常空间动态轨迹的实时记录与数据精准可视化统计，以及更大社交网络空间的传播共享，空间的日常使用状态得以呈现；“模拟城市”（Sim City）等城市模拟游戏吸引公众在虚拟空间中进行设计建造，并与社交评论网站相融合实现城市共创……这些典型的日常性现象，都在不同层面展现出新兴媒介技术对于实体空间与虚拟空间的强大链接与整合作用。此外，响应系统的空间植入、动态建筑围护与媒体立面^④的流行，VR/AR 等空间增强现实项目的频现等，在不断颠覆我们传统空间感知模式同时，更触及建筑专业实践方式与设计过程本质的重新认知。2022 年上海世界人工智能大会上“元宇宙”概念正式发布，以人为中心，物理、社会、虚拟三元空间映射—交互—共生的全周期闭环、实时交互、动态迭代的城市新形态才刚刚展现……

受城市、建筑自身能见度与社会末梢特质影响，新兴媒介技术带来的多维影响并非完整均匀地反映在城市建筑这一社会子集的各个层面，其新特征或新图景的呈现较为分散。若想跳脱当下或未来常态化出现的新现象之迷雾遮挡，系统认知新兴媒介技术对于城市建筑实践的影响，我们需要超越对媒体作为城市空间表现形式的琐碎理解，回到激发这些现象的新兴媒介自身，以其技术特性与作用路径为牵引，梳理和理解日益多样的新兴媒介技术与城市建筑实践之间紧密关联，以此对当下和未来的专业学术与实践提供有益思考。

二、切入视角：新兴媒介的技术特质与作用逻辑

在展开具体论述之前，我们需要着重认知两个基础语境：首先是认知当下新兴媒介的技术特性，其次，是认知新兴空间媒介参与社会建构的作用逻辑。

1. 新兴空间媒介：数字技术对象与实践的集合

今天的媒介技术与十年前的大不相同，这是我们提出严肃问题的重要基础。上一代媒介技术更多依赖于通过光纤、电话网、卫星等技术连接服务器和交换机等各类互联互通的节点组件以及分布式基础设施构成的互联网络。而过去的十年里我们经历了一场“三重革命”，即社交网络、互联网和移动网络的融合，他们共同创造了一个新的“社会操作系统”。“其算法处理层和数字应用引发主体—客体关系的根本重新调整”^⑤，在数字背景下已成为空间、场所和社会的重要中介，关联了替代性虚拟环境。上文中提到的“新兴媒介技术”实质上包含“数字信息化基础设施 + 社交媒体网络 + 数字空间媒介”等相互融合作用的多种典型类型。本文将关注重点落在“新兴空间媒介”，即新兴的网络化空间技术存在（位置感知设备、界面和内容）与社交媒体的融合，更多强调与空间的技术关联。当下，随着地理网络硬件/软件对象和信息人工制品的激增以及 WEB2.0 互动架构，特别是社交媒体网络与其他空间领域技术的拓展推动，“新兴空间媒介”成为一种越发多元包容的存在，囊括了不同类别的空间物质性实体，包含：空间定位内容及其物理支持设备如谷歌地图、导航 APP 等，空间服务与社交应用如美团、大众点评、Highlight、Circle 等，空间信息编码标准、在各种服务和应用中呈现空间内容的数字技术等。可以说，“新兴空间媒介”并非某个单一维度的概念界定，而是数字技术对象和技术实践产生的新集合。媒介的影响“既是技术的，也是社会的”^⑥。我们不能将媒介看作“透明物”，它拥有其独立的“物质性”^⑦含义。理解新兴空间媒介技术对于城市建筑实践的影响，实质是理解新兴媒介技术依托自身特质实现与城市建筑这一社会场域的适配性问题。这一认识论的转变是我们考察新兴媒介技术实现社会性嵌入的重要前提，也将我们拉回至媒介与社会建构之间的关系

这一传播学的核心话题。在传播学研究中，“媒介化”与“中介化”这两支相互缠绕又彼此补充的经典媒介作用认知脉络，提供了我们认识媒介与社会现实进行作用的主要路径，合力强调需要关注媒介自身技术属性作用逻辑所引发的空间性、制度性、社会性等社会作用综合维度^⑧。

2. 媒介与社会建构

第一，关注媒介技术对于空间内涵的重塑。相较其他技术，媒介技术与社会的关系更显盘根错节。一方面，媒介技术的升级让人类愈加具备突破“物质个体”限制的能力，包括突破时间、空间、社会、身体等，带来新的空间尺度、速度和模式变化；另一方面，媒介技术的迭代提供人类从微观走向中观、宏观社会关系的横向连接可能性，带来社会空间中的崭新的空间建构和意义再现方式。要看到“新兴空间媒介”对于“空间”这一城市建筑学科基础概念的重塑作用。

第二，关注媒介逻辑引发的社会制度性与结构性影响。作为社会“基础性设施”，“新兴空间媒介”以浸润的方式参与到现实的建立中，其“媒介化”的技术特性具有引发形塑社会的“结构”优先性：不仅提供现实新的展现方式，对塑造的崭新运行规则和社会资源分配的制度化有重要作用，而且深刻地影响着社会结构、社会关系、社会权利之间的动态平衡，塑造着社会个体的生存状态、思维模式和行为方式。

第三，关注媒介对社会文化的建构作用。媒介不仅是一种互动的渠道，更是以其自身形塑互动发生的方式^⑨。“新兴空间媒介”再现和中介了的社会交往，使得人们对于共同体的归属和文化身份的认同超越了直接感知的时空，带来人际关系和组织形式发生的根本性变革，构建了崭新的社会文化现实。

以此，从媒介技术特性逻辑切入，沿着个体感知、制度和行动框架建构和社会交往与组织形态重塑的作用路径，对空间媒介技术的空间实践图景与特征进行追踪。

这对我们探究“新兴空间媒介”对城市建筑实践模式与场域生态的影响，非常有益。

三、空间感知：内涵重塑与特征变化

1. “混合空间”新样态

每一次媒介技术的介入，都意味着其自身作为“界面”含义的转变，由此引发它中介的空间类型和社会关系重新概念化。长期以来，城市研究和地理研究人员将网络空间视为映射到物理位置的功能和访问的附加层^⑩。而这种观念随着空间媒介技术与日常生活的逐步深入融合被彻底改变。当下，“新兴空间媒介”的硬件类型已经大大扩展：从可穿戴设备到游戏设备、到建筑立面与城市公共屏幕；从嵌入日常物品的 RFID 芯片到与嵌入家庭和城市的一系列智能技术交互设备与城市基础设施。“新兴空间媒介”特有的定位功能无缝嵌入到日常生活中，支持“基于数据驱动的大规模定制”，可对消费者进行持续、实时的监控，以及复杂移动场景中使用位置感知与数字定位。它模糊了物理空间与虚拟空间传统界限，并依托用户移动性和社交网络连接性，将网络空间和真实场所在动态和相互构成的过程中错综复杂地联系在一起^⑪，催生出“混合空间”^⑫的新型空间样态，我们由此再也无法解决物理空间和数字空间之间的分歧。不同功能空间、线上与线下空间的边界溶解，正在逐步颠覆传统认知中空间形式与功能的对应关系，甚至媒介本身可以完全替代现实空间成为更具替代性的崭新空间。如美团等外卖平台软件这一虚拟空间代替原有餐饮店的传统堂食空间，这使得餐饮店可以从沿街商铺搬入写字楼，而不非得临街。散落在城市内部的个性化民宿可以经由空间媒介界面统一操控，成为更加灵活且有显示度的接待空间。城市中更多的既有空间形态在空间媒介影响下实现重组，以与崭新媒介基础设施底座相匹配。“新兴空间媒介”在日常实践和空间中根深蒂固的方

式在 20 世纪 90 年代早期以 GIS 为中心的时代是前所未有的，这为传统空间实践开启了新实践领域层级，也使我们对于空间的关注由“如何构建数字空间”改写为“物理空间如何通过数字移动媒体的连接重新概念化”^⑬。

2. “高感知度”空间

“新兴空间媒介”无处不在的空间计算与社交网络功能对混合空间的伴随式嵌入，构建了个体感知、软件数据与具体空间的即时交互。“永远在线”的连接可能性，实现了物理空间的解压缩与再创造，将远程环境包裹到当前环境中，重塑着个体或群体对空间的体验，也创造了个体在城市中移动并与其他用户相互行动的新方式，社会交往实践的空间嵌入成为常态化。空间在环境和社会性维度的感知能力极大提升。建筑与城市不再只是一个提供空间和场所的静态客体，而转变成为一个具备信息动态处理能力，且能自主实时感知的信息物理系统^⑭。这些使得物理空间的整合性关联性链接潜力与感知交互价值被重新认知。

在此语境下，城市建筑作为综合性崭新媒介的信息获取与传播能力被凸显，这大大激发了建筑师和艺术家们以城市屏幕、建筑立面等为典型空间媒介和界面，进行“媒体建筑与装置”“空间增强现实”

等一系列空间实践的兴趣。作为“智慧城市环境下的社交信息互动创造的一种独特的平台和装置”^⑮，“建筑表皮”对城市 and 空间公共界面的连接潜力被深刻挖掘，成为数字时代建筑与城市表达的新型建构策略，具有了脱离建筑功能结构的媒介叙事独立性。媒体屏幕、监控与传感设备、交互交互程序等信息技术设施，结合全息投影、虚拟现实 (AR)、增强现实 (VR)、混合现实 (MR)、元宇宙等现实增强技术，越来越多地融入建筑表皮中，创造出“媒体建筑”这一具有实时互动环境感应、沉浸式空间感知的崭新城市界面样态。随意更迭和无限使用的媒体技术和符号代码，使建筑获得、建构关于外部世界的“图景”的巨大便利。其中最典型的案例，就是世界各地都颇为流行的标志性建筑“灯光艺术秀”，即顺从“标志性建筑”表皮肌理与建筑轮廓，应用灯光、媒介等混合技术进行公共艺术投影创作实践，以此激发“标志性建筑”新的表皮视觉面貌，营造出具有艺术化叙事和情感阐释力的城市公共新景观。2020 年，创作团队 Radugadesign 以“数字乌托邦”为主题，利用数字技术，对俄罗斯叶卡捷琳堡叶利钦中心进行了新媒体艺术创作，将对于未来世界的数字想象植入到极具地域性的城市“标志性建筑”中（图 1）。“媒体建筑”将艺术与媒介技术相融合，以流动性的超尺度视觉重新整合自身公共界面，搭建起混合空间的交互



图 1: Radugadesign “数字乌托邦”

感知新通路。由此，城市和在模糊城市公共边界与“情境化”的展示中，将数字信息网络和建筑实体与更广阔的城市与文化空间紧密互融，创造出脱离空间实体原有物理形式与想象的新意义表征。

3. 具体化空间

“新兴空间媒介”并非仅将媒介与单一的空间概念联系在一起，更突出塑造了空间与主体实践之间的密切关系。“混合空间”中，空间感知正在被技术包裹。个体行为被空间大数据流全方位渗透、标记、交织，空间性与具身性相关联，实现个人小空间场景与城市宏大空间体系之间的链接、抓取以及实时互动。同时，空间的数字内容通过发达的媒介网络实现“物理空间”向“虚拟空间”的映射，网络位置成为“实际”的地点。媒介对于空间的技术读取，除了位置和空间信息的精准，更兼顾了用户当前所处时间、空间特征和行为、心理、兴趣、意愿等个人主体性体验需求。对于给定的空间区域，不再有一个同质的上下文，而是更为具体化、个性化。以人为中心的空间混合移动感知成为显著特征，个性化空间的定制由此成为可能。如“华为河图”（Cyberverse）智能数字平台，即依托厘米级 3D 地图、高精度空间计算、强环境理解能力（AI 3D 识别）和与超逼真的虚实遮挡融合绘制等四大关键技术支撑，通过空间计算连接用户、空间和数据，支持使用户建立具有全新的交互模式和

视觉体验效果全息专属世界。用“华为河图”打开摄像头扫视环境，会马上得到自己的所在地点、位置，屏幕里的建筑、设施、道路、物件会显示出你想得到的信息，实现实时动态 3D 实景步行导引。同时依托“华为河图”的实景位置识别，可对用户在环境中的行为进行判别，以此实现场景安全提醒等个性化服务（图 2、图 3）。目前“华为河图”依托 AR 实景地图技术，在敦煌莫高窟、上海外滩、福建三坊七巷等标志性城市区域，均可实现城市标志性建筑和区域的个人定制。由此，空间的形式本身在形成过程中也具有有一种可以衍生出多重可能状态的虚拟性。

“新兴空间媒介”将空间计算、软件编码等非物质形式崭新元素锚定于个体空间行为中，并强调了这些要素的内在偶然性和协作性。空间不再是被直接创造出来的“唯一结果”，而是在充满了无数可能性的范畴中通过不断地自我发现和建构的“结果之一”。建筑师由此会面对更加复杂与具体化的空间内涵，颠覆过去惯有的设计方法，重新思考设计的本质与边界。这预示着新实践的潜力，也对建筑师的跨领域协作能力提出更高的要求。

四、运作机制：媒介作为独立的“制度性要素”

传播学者 Hjarvard 认为，媒介不再仅仅是一种互动的渠道，而是以其自身形塑互动发生的方式^⑥。除了作为链接“混

合空间”的中介性工具，“新兴技术媒介”更可视为一种形塑社会结构的现实“框架”。媒介强调自身作用的优先性，并过于社会中经验性材料的“裁剪”，形成特定的制度化运作模式，进而影响和控制社会构型的过程。这种制度性作用突出地表现为：一方面，它使得非媒介的表征形式逐渐转向媒介表征；另一方面，它也要求非媒介的行动者必须依照媒介逻辑重新组织社会行动，媒介正是社会结构的逻辑所在^⑦。这种媒介的制度性特性也较为明显地影响了当下的建筑实践。

1. 视觉优先与虚拟在场：空间图像的意义再评估

新兴空间媒介影响下，具身实体化存在的社会优先性被改变。人们不再需要被限定在物理空间场景与视野范围内接收和处理信息，以“万物皆可带 ID”的网络打卡实践方式代替“物理到场”，真实与虚拟空间的碎片化并置、重叠成为常态。空间图像也随着打卡行为被定格保存并进入更为广泛和灵活的社交媒体传播网络中。我们的生存方式越来越受到媒介符码的控制，整个社会均处于持续符号化的“超真实”状态下。空间体验成为受制传播逻辑影响的媒介事件，凝缩为一种符号想象、一套行为规则和一段实践关系，激发出空间实践的新面向。

一方面，与物理空间注重“三维”体验相比，以高转发、高点赞等视觉传播维



图 2：敦煌 AR 实景导航



图 3：华为河图的环境安全判别功能

度为首要考量的“二维”图像被凸显至空前地位。有着数十亿月活用户的社交媒体平台，如 Instagram 和抖音等软件不断鼓励用户寻找和分享抓人眼球、符合特定公众美学的空间图像。比如出现在大众点评与小红书等各大 APP 应用上“推荐空间”内的建筑，往往是一个建筑最具视觉冲击力，或更适合置入电脑、手机屏幕或者社交网站图片要求大小和自拍需求的布景式视角。建筑空间的图像性特质被着重强调。如果说之前图像更多担负着建筑语言信息或空间思想含义的投射性表达任务，那么今天的建筑空间图像则频繁流转于社交网络之中，成为复杂、可共享的数字图像流。新兴空间媒介表达的空间认知，更加依赖主体密集的社交网络劳作与群体协同联想、加工，并与社交群落之间的文化偏好及视觉抗争策略相连接。对于追求自拍上镜度、将表演置于现实之上的空间图像化现象，不该简单理解为是社会审美泛化进行中的表现，这也是对现实公共空间进行的主观净化与标准化，以此获得的公共空间的私有化现象已经变得极其广泛。这反过来也一定程度影响了建筑设计的趋向，衍生出了具有媒介特质的建筑类型与迎合图像时代的设计语言。具有良好图像性传播潜质的建筑由于在媒介化社会中更容易受到关注，而成为设计师不自觉要考虑的因素。正如范文兵所指出的：“网络时代建筑的美颜影像趋势，催生了一些被建筑同行非议为‘为图像而图像’、不管专业基本功（如美颜影像看不到的材料交接、构造处理、细致功能等）的劣质建筑。”^⑧

社交媒体中空间图像的常态化集聚与分享，为专业人士在更广泛的用户层面进行空间特征和审美价值评估积累了重要的数据基础，成为专业实践的重要辅助工具。比如在 2018 年的世界建筑节上，国际化出版机构——平面与场地（PLANE—SITE）制作的名为《建造图像》的短视频中，UNStudio 建筑事务所介绍了在他们日常工作中会观察使用者在 Instagram 上的发帖，以分析他们如何占据空间，他们发现这种真实的使用方式往往与建筑师们的

原始想法背道而驰，这对于其自身的设计有一定的矫正作用。哈佛大学的研究者以图像民族志的方法关注社交网络空间图像与建筑空间设计之间的关联。他们发现社交媒体中建筑图片的共享，实质上塑造了对全球设计趋势具有影响的流行式标准数字图像，而这些图像通过异地的打卡行为和社交网络传播，远程影响了如孟加拉国等受众对于自己传统居住空间的布置习惯改变，以此作为其融入虚拟空间网络交流的重要途径^⑨（图 4）。在约克郡戴尔斯国家公园北部英国保护区的审美价值评估中，专业人士将社交媒体中公开和分层欧洲土地利用和覆盖范围框架下的调查图像进行抓取，在构建美学评估基础上通过谷歌的 Cloud Vision API 和 Python 脚本对图像进行内容分析，进行美学价值制图与分析。公共图像数据结合先进算法的使用打开了在很大程度上成功评估景观美学价值的潜力，这也是防止自然遗产进一步退化的关键^⑩。

2. 流量算法与网络协商：“日常性建筑”的崛起

依赖于媒介用户的高密度沉浸实践和社交网络的大数据算法推荐机制，“新兴空间媒介”将空间认知放置于更具社会化和交互性的开放“话语”权力系统中。个体在具体空间中的打卡行为可被空间媒介进行实时位置标注和内容记录，生成可回溯的符号地图和意义轨迹，并在社交媒体中分享与转发，影响庞大在线主体的远程空间体验。在线共同体的空间图像认知与文化兴趣偏好、网络链接与协商能力等，又进一步影响具体空间的打卡实践。这样循环往复的偶然性、局部性和协作性过程中，用户与空间的主观链接度被搜索引擎排名算法数字化地重新排序。由此，媒介赋予空间差异化的醒目度，并决定关于空间的特定信息被放大或消失，对塑造、形成和调节空间的媒介能见度作用明显。

“网红建筑”就是这种媒介“筛选逻辑”下的产物。阿那亚的两座日常建筑——

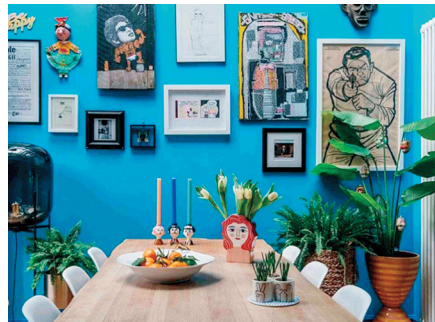


图 4：受到空间打卡行为影响的孟加拉传统住宅内空间布置

“最孤独的图书馆”与“白色礼堂”，更多是凭借其出色上镜的社交图片与“面朝大海”、“孤独伫立世界尽头”等“孤独”系列故事，点燃了新生代网络用户对于情感表达性场所的渴望，短时间内快速吸引了达 6 亿次的社交媒体点击量、激发了大量的实地打卡行为，为阿那亚从 4000 万烂尾盘升值到几十亿网红社区的精彩反杀操作创造了丰硕的社交网络关注用户基础。“上生新所”、“文和友”等后来的诸多“网红建筑”，均是依托社交媒体强大的网络链接与算法机制，通过打卡群体参与的多重、混合认知交换与社会协商，以此实现了“日常建筑”意义的广泛填充。在此过程中，一方面“平常建筑”在流量算法与社会协商机制作用下，从众多网络信息中凸显、被赋予网络标志性，实现“标志性”加持；另一方面，公众的图像化生存倾向将依存于日常性的“理想化场景”进行拼贴、再造，创造出陌生的、更适应图像与故事等媒介传播逻辑的“仪式性空间”。这种新兴媒介的制度性逻辑对于公众建筑审美和素养的培育、调试，成为建筑学科无法忽视的重要议题（图 5）。

五、新的可见性：实践组织与场域生态

传播学者 Nick Couldry 强调，理解新兴媒介的作用，应当摆脱传统媒介研究的“中介性角色”，着重考察“是否有特定的行动场域因为媒介而展开或者关闭”^⑪。以此视角观察，“新兴空间媒介”最鲜明的社会构型作用即为建筑实践场域提供了



图 5: 携程社交网站上的网友分享图片拼合

新的“可见性”，并在此基础上重构了场域网络关系、生成崭新议题，规训和生产出特定的主体性及惯习，创造出全新的专业场域生态。

新兴空间媒介支持复杂移动场景的位置感知与数字内容的交互融合，实现虚拟社交网络的物理空间无缝接入，建立了物理空间、个体感知、社会交往与虚拟空间之间映射—交互—共生的新关系性空间构型。以“时空折叠”的方式，将隶属于不同时间、空间与社会情境的行动者“征召”入自身的行动者网络来。社会、经济、伦理与政治、群体文化倾向等公共意义数据的空间融入与展示，使原来被隐匿在物理空间背后的复杂社会结构被翻至前台得以“可见”，实现了空间社会关系感知的“半透明化”。空间概念不再仅仅作为结构化信息的隐喻，而成为社会的“皮肤”，关联了“在线内容、信息服务与日常生活”整个复合体的组织原则^②。“新兴空间媒介”同样激发出诸多新的社会空间实践模式：如移动用户可以共同标记、评价和推荐餐馆、咖啡馆等公共场所，还可以通过电子社区共享空间移动轨迹和旅游路线等。空间不再是单一、静止的，而是时刻处于持续的建构之中，充斥着与虚拟环境、社会交往、自我感知和群体调试的开放性交互，强调空间实践以主体为中心进行向外的拓展性，与强关系、高交互、重协商的特质。这重构了建筑实践场域的话语权结构，向更为广阔公共场域的深入链接成

为必然。专业主体的实践过程再也无法回避公众参与、媒介的算法逻辑与社交网络协商机制的常态化影响。实践过程中的公共性大大增强，展现出内在的开放性和民主性。建筑或空间认知共识的构建过程中，公众注意力偏好以及算法逻辑影响或超越专业影响，对专业群体的话语权制衡力量明显。如何在与公共场域深度连通的语境下进行专业实践、稳固专业话语权成为棘手的问题。

空间的效果感知和使用方式不再是“黑匣子”，可以以数据方式被测量、展现和感知。如依托空间数据统计与分析，城市规划师可以对于之前更偏主观意象性的实践模式形成有效校核或后评估支撑等。这极大扩充了建筑实践中专业人士对于空间的考量因素，激发了建筑实践的工具性力量和认识论潜力，推动设计思维与实践方式的改变。同时，崭新“混合空间”内涵下，人们的空间认知和专业实践，更依赖于“社群主义”的“接收和相信”范式，强调公共层面的交互和探索、与社交媒体相结合的创新和合作。新兴空间媒介支持空间信息的众包生产、复制与再利用作为一套实践方法，在空间知识的共同构建中建立起新关系，对专业实践的既有惯习发起挑战。这迫使城市规划、建筑学科与传统围绕稳定化、制图式的空间要素展开的专业实践模式脱钩，探索与新兴媒介技术和社会系统开放性相匹配的崭新工作方法。比如 CitySourced 公司就为洛杉矶政府

打造了服务平台，鼓励公众自发利用智能手机上的摄像和 GPS 功能，对城市中发生的城市负面事件（如破坏的路灯、水管断裂、垃圾乱放、路面坑洼状况等）上传至平台，以充当城市危机反应器的角色参与到城市管理中。这比以往的专业调研更全面更快捷。同样，依靠新兴媒介强大的关联能力，人们尝试在社区规划中更多赋予居民设计自己的邻里关系的权力，将有效信息交流和商议沟通扩大范围，利用“群体智慧”为社区造福。城市规划范式也逐渐由单维度的专业性、精英主义规划模式向放、知识共享和参与式规划模式转变。同样，这样的尝试也被用于在建筑设计实践中。获得 LEED 金级认证的 Surrey 城市中心图书馆项目，在其修建过程中，设计团队 BTA 与 Surrey 图书馆工作人员合作开发了一个采用博客、Facebook、Twitter 和 Flickr 的社交媒体策略，促进社区居民参与设计并分享和评论，以此实现社区图书馆的凝聚力。这也是全世界第一座由社交媒体辅助设计的公共建筑。非专家公众在更广泛的日常实践中对新兴媒介技术的可访问性和易用性，打破了专业实践中专家与业余爱好者的界限，新的专业实践组织模式开始被重视。

整体来看，新兴空间媒介的作用路径与被关注面向在国内外有一定差别：国内得益于新生代群体空间媒介与社交网络使用场景的丰富性，如网红建筑、空间打卡等依赖于空间或网络交流密度、在更为广泛的公共场域层级引发的宏观性现象更为凸显。而相比之下，国外在城市与建筑实践领域尝试新兴空间媒介和专业理论和实践的融合性实践更为深入一些。

六、结语

由上文可见，“新兴空间媒介”对于城市建筑领域的影响是全方位的：于个体感知层面，以其鲜明的技术特性催生出“混合空间”新样态，重塑了空间认知路径与方式、撼动了学科核心概念内涵；于平台和组织运作层面，提供了独特的媒介化运

作机制，深刻改变了城市建筑实践与信息传播、接受的惯习，促使专业实践的既有边界出现消融；于社会生态和文化培育层面，依托媒介强大的“可见性”，专业实践中的“公共性”渗透、公共场域向专业场域的全方位嵌入性、结构性作用将长久存在，影响也必然深远。虽然本文已努力对于“新兴空间媒介”触发的城市建筑实践图景及作用逻辑进行系统化阐述，但这与依旧迅猛变化的媒介技术现状影响相比，仍然仅是“冰山一角”视域下的粗浅探讨。而我们在专业与学理上对其的正视似乎姗姗来迟，并由于专业代际的认知差异和话语权悬殊，依然显得半推半就。若怀着开放正向的态度，我们也许可以生发出诸多思考：如果日新月异的媒介技术和媒介化社会语境必将长久相伴、无法逃避，当下的城市建筑实践和理论研究者如何认知和应对其对于自身学科核心内涵与脉络的重塑？它将为专业创作实践带来怎样的机遇与挑战？作为“新兴空间媒介技术”原住民的新生一代从业者，将会有怎样迥异于当下的空间思维逻辑和实践方式？这又将为未来城市建筑专业人士在角色认定和专业场域维系带来怎样的影响……而这种不同视角激发的思考，也许可算作写作本文的目标所在。

[感谢东南大学李华教授对本文写作的帮助。]

注释

① Agnieszka Leszczynski. Spatial media/tion[J]. Progress in Human Geography.39.6 (2015) : 729-751.

② Wilson, M. W. and Graham, M. Situating Neogeography[J]. Environment and Planning A 45 (2013) : 3-9.

③ “信息茧房”是桑斯坦教授在其2006年出版的著作《信息乌托邦》中提出的一个比喻，他认为信息传播中用户只关注自己选择的内容，由此带来信息群极化现象，如同作茧自缚。参见：(美) 凯斯·R·桑斯坦. 信息乌托邦——众人如何生产知识[M]. 毕竞悦, 译. 北京: 法律出版社, 2008: 8.

④ Patrick Tobias Fischer and Eva Hornecker. 2012. Urban HCI: spatial aspects in the design of shared encounters for media facades. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. ACM, 307-316.

⑤ Sarah Pink, Larissa Hjorth. Emplaced Cartographies: Reconceptualising Camera Phone Practices in an Age of Locative Media[J]. Media International Australia, 2012, 145 (1) : 145-55.

⑥ Roger Silverstone. Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life[J]. New Literary History, 2002, 33 (4) .

⑦ 20世纪80年代兴起的数字物质主义激发了学术界对于媒介的“物质性转向”研究热潮。整体来看即将媒介视为有形的物质加以研究的延伸和实践。这与智媒时代以来媒介技术的形态和迭代速度与日俱增紧密相关。媒介物质性为当下勾勒媒介新生态提供了手段和工具。参见：王继周. 从“物”到“物质性”：媒介研究中一组概念的辨析[J]. 新闻界, 2022 (04) : 76-84.

⑧ 参见：戴宇辰. 媒介化研究的“中间道路”：物质性路径与传播型构[J]. 南京社会科学, 2021 (07) : 104-112+121.

⑨ Hjarvard S. From bricks to bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry. In Bondebjerg I, Golding P, editors, European Culture and the Media. Bristol: Intellect. 2004. p. 44.

⑩ Matthew A Zook, Mark Graham. Mapping DigiPlace: Geocoded Internet Data and the Representation of Place[J]. Environment and Planning B: Planning and Design, 2007, 34 (3) : 466-482.

⑪ Matthew A Zook, Mark Graham. Mapping DigiPlace: Geocoded Internet Data and the Representation of Place[J]. Environment and Planning B: Planning and Design, 2007, 34 (3) : 466-482.

⑫ Adriana de Souza e Silva. From Cyber to Hybrid[J]. Space and Culture, 2006, 9 (3) : 261-278.

⑬ Adriana de Souza e Silva. From Cyber to Hybrid[J].

Space and Culture, 2006, 9 (3) : 261-278.

⑭ 李麟学, 叶心成, 王轶群. 环境智能建筑[J]. 时代建筑, 2018 (01) : 56-61.

⑮ 常志刚. 走向媒体建筑——献给2015年国际光年[J]. 照明工程学报, 2015, 26 (05) : 6.

⑯ Hjarvard S. From bricks to bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry. In Bondebjerg I, Golding P, editors, European Culture and the Media. Bristol: Intellect. 2004: 44.

⑰ Nick Couldry, Andreas Hepp. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments[J]. Communication Theory, 2013, 23 (3) : 191-202.

⑱ 范文兵. 互联网时代中国建筑媒体的四种现象[J]. 时代建筑, 2019 (02) : 41-47.

⑲ Nusrat Jahan Mim, Syed Ishtiaque Ahmed. Others' Images: Online Social Media, Architectural Improvisations, and Spatial Marginalization in Bangladesh[P]. Human Factors in Computing Systems, 2020.4: 25-30.

⑳ A.S. Gosal, G. Ziv. Landscape aesthetics: Spatial modelling and mapping using social media images and machine learning[J]. Ecological Indicators, 2020, 117.

㉑ Listening Beyond Echoes : Media, ethics, and agency in an uncertain world, N. Couldry : book review[J]. Ecquid Novi, 2006, 27 (2) .

㉒ Agnieszka Leszczynski, Matthew W. Wilson. Guest editorial: theorizing the geoweb[J]. GeoJournal, 2013, 78 (6) : 915-919.

图片来源

图1: 每日头条新闻, <https://kknews.cc/zh-my/news/9vpq2pq.html>

图2: 快科技新闻, <https://news.mydrivers.com/1/683/683668.htm>

图3: 维科网新闻, <https://vr.ofweek.com/news/2020-10/ART-815012-8600-30463698.html>

图4: 引用自 Nusrat Jahan Mim, Syed Ishtiaque Ahmed. Others' Images: Online Social Media, Architectural Improvisations, and Spatial Marginalization in Bangladesh[P]. Human Factors in Computing Systems, 2020.4: 25-30.

图5: 携程APP