

论新媒体对城市空间的四重影响

刘 路

(四川师范大学 数字媒体系, 成都 610068)

摘要:城市空间的拓展生产了新媒体,新媒体的特性重塑了城市空间。从新媒介与城市空间的互动逻辑来看,新媒体的流动性重构城市空间格局、新媒体的产业性孕育城市空间经济、新媒体的艺术性标识城市空间文化、新媒体的智能性更新城市空间体系。新媒体没有取消空间,而是改变了空间。新媒介所构成的人类社会框架和生活节奏业已成为今天新城市化的背景,在一定程度上演化为我们的所有生存领域和环境。

关键词:新媒体;城市空间;影响

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2012)04-0165-05

诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格利茨认为,21世纪对全人类最具影响的两件大事:一个是新技术革命,一个是城市化^[1]。新媒体是一种高度城市化的产物,而与此同时又对城市空间造成了巨大的冲击。城市空间是城市文明的复合载体,又伴随着新媒体技术的飞速发展而不断演化。“我们看上去已经进入了一个新都市性‘超空间’,即无形城市、后现代都市活动、电子网络、虚拟社区、乌有处地理、电脑驱动的人工世界、网络城市、模拟城市和比特城市”^[2]^[437]。多层次多纬度的城市空间与现代媒介的多元形态“两流汇集”,使得空间要素的发展趋势与媒介领域的功能嬗变相互渗透,日益弥合着实在与虚拟之间的界限。“人类的属地性和生活空间与场所的动力机制可以被新技术的使用所替代”^[3]^[19],令人惊叹的新媒体技术和应用,没有取消空间,但是改变了空间,它的影响已经席卷了我们身处的城市、国家的尺度乃至整个人类社会。

一 新媒体的流动性重构城市空间格局

我们的祖先只能依赖双腿和简单的运输工具完

成身体的位移,而现代城市空间瞬时置换的生活节奏改写了距离的意义。城市居住者的步伐,沿着虚拟世界的电子波,突破了一切的地域疆界和空间阻力,实现了“新的地理轻飘化”^[4]^[22]。韦伯认为,城市空间包括物质、活动和互动三个要素。其中物质要素是指物质空间要素的位置关系;活动要素是指活动的空间分布;互动要素是指城市中的“流”^[5]^[13]。新媒体技术对城市的活动影响主要体现在城市中的电子流的作用越来越显著。流动是新媒体的本质,流变建构了存在。任何时候,小小的鼠标一动,世界各地的信息就在这张巨大的网中流动起来,穿越像毛细血管一般的结构,渗入到社会的每一个角落。新媒体是城市的“神经系统”,信息流与人流、物流、资金流、知识流一起,对城市运行发挥着至关重要的支撑作用。城市要素在空间上进行互动和再配置,将引致整个城市结构肌理相应的反馈和调整。在流动社会中,公共生活和私人生活开始交织在一起,“我的世界里,不变的事物不再由邻近的家园沃土来提供;我的连续感和归属感更多地来自电子网络的

收稿日期:2011-09-25

基金项目:2011年度四川省教育厅资助项目“新媒体与城市空间的互耦分析——兼论四川省城市空间型媒介的创新性应用”(编号:11SB054)研究成果之一。

作者简介:刘路(1984—),女,四川成都人,文学博士,四川师范大学数字媒体系讲师。

连接,把我和分散在各地的我关心的人和场所连接起来”^[6]¹¹。

“城市,一旦驾驭了速度,就驾驭了成功”^[7]¹⁶⁹。新媒体的流动速度对城市空间确实有实质性的冲击。“一方面,都市形式的配置在相当程度上被转化了,但这种转化的模式,并非单一而普遍的:模式会随着不同的历史、地域和制度脉络而有相当程度的变异。另一方面,对地方之间互动性的强调,打碎了行为的空间模式,成为流动的变换网络,促进了新型空间即流动空间的兴起”^[8]³⁷²⁻³⁷³。社会学家曼纽尔·卡斯提出了“流动空间”(space of flows)的概念,他认为,“所谓流动空间乃是通过流动而运作的共享时间之社会实践的物质组织”^[8]³⁸³⁻³⁸⁴。正是这种社会实践取代了场所空间,主导和形成了“流城市”(Stream City)。“流城市是在实体城市内部要素、虚拟城市内部要素以及由实体城市与虚拟城市两者复合同构而成的要素之间的流动性增强到一定程度,促使形成实体城市与虚拟城市之间的万象流动与深度融合”^[9]。流城市是一个全球即时沟通、柔性易变的动态弹性空间,它使空间从“给定性”变成了“创意性”。

通过比较传统媒体与新媒体社会城市空间的格局可以发现:新媒体通过电子线路和快速运输走廊,使孤立的空间联系起来,使空间布局富有弹性,构成了崭新的城市关系、进程和模式。事实上,正是新媒体的流动性展开了无形城市的框架结构,补充了城市容器的老的功能。新媒体促成了城市的多中心、弱结构和复杂化,它既是蔓延之城又是都市丛林。在这里,不仅包含由物理连接及运输系统形成的互联,而且包含由通信链接和网络辐射所形成的互联。而且,真实的地点与虚拟的场所将是相互依存、相互作用的,通常它们是在城市生活模式转变的过程中相互补充,而不是在现存的模式下进行替代。新媒体的出现,从根本上把人从机器跟前和禁闭的室内解放出来,将人的“说话”和“移动”功能整合起来,填补了人们离散时空和注意力的“盲点”。新媒体的诞生真正实现了人和媒体在时空中的无缝链接,让人感觉拥有和控制媒体的能力。

二 新媒体的产业性孕育城市空间经济

经历了以物质为中心的农业化城市和以能量为中心的工业化城市,信息正在支配和型塑着今天的城市。“现代城市不仅是其所在区域的物资、能源、

资金、人才以及市场的高度集中点,更是各种信息产生、交流、辐射(扩散)和传递的高速度聚合点”^[10]⁶。有人说,“所有的经济现象都发生在地理空间中。经济问题不可避免地涉及特定经济活动的空间或者空间与距离问题”^[11]前言。城市历来是创造财富最多的地方,城市的规模效应和区位优势带来了空间经济的繁荣,而新媒体是城市空间经济的增长极。新媒体开创了空间经济的新纪元,我们已经不再使用需要大量受约束劳动力的机器进行生产,城市已经进化为由全球计算机网络共同组成的信息化空间。

新媒体的产业性表现在两个层面:一是新媒体本身作为新兴产业已是城市空间经济发展的主导力量;二是新媒体作为城市经济的重要驱动力,通过改变生产管理消费流程、降低商务成本、加速资本流通、提高国际竞争力等手段来促进城市空间其他产业的发展。“当一个个产业揽镜自问‘我在数字化世界中有什么前途’时,其实,它们的前途百分之百要看它们的产品或服务能不能转化为数字形式”^[12]²²⁻²³。新媒体主导的新产业地位越来越突出,重组了城市的经济结构,改变着城市的经济景观。“从制造业向生产性服务业、消费性服务业和知识产业的结构性转变是工业时代向信息时代发展的城市经济构成的主要变化”^[13]³⁸。新媒体的产业活动具有很高的灵活性,不依赖于特殊的自然地理区位;而新媒体产业又往往形成城市新型产业空间的密集网络,它通过加强城市商业中心的集中趋势,带来了信息革命的空间经济。“‘大爆炸’所带来的机会很像是无限的,受此刺激,整个服务业增速惊人,以致制造业被远远推到了乡下”^[14]²⁸⁸。新媒体技术使得新行为、新进程和新产品一一出现。新媒体产业的投资启动了一个巨大的、潜在的、利润丰厚的全球市场,商业前景十分可观。

新媒体技术在空间领域的不断延伸,为新经济的出现提供了不可或缺的物质基础。正是以新媒体为基础的组织形式,才催生了一个全新的城市商业环境和独特的城市经济系统。比尔·盖茨在《未来时速:数字神经系统与商务新思维》一书中提出,信息流是企业的生命线,“数字神经系统”提供了完美集成的信息流,让现代企业能“以思考的速度经营商务”^[15]¹³。新媒体“对城市空间的物质基础——产业结构产生了根本性的影响,它改变了传统的商务流程,使人们能从互联网上得到便利的信息资源与个

性化服务,降低了商务运作成本,加速了信息传播”^{[16]252}。在新媒体背景下,资源要素以更快的速度在更广阔的范围内进行配置重组,新的全球化经济创造了生产和消费、劳动和资本、管理和信息。“新媒体深深影响着全球化进程和新经济的基本特征,因而决定了经济重组的命运和格局”^{[17]346}。

三 新媒体的艺术性标识城市空间文化

城市本身是时间的产品,城市空间是历史的创造物。可惜的是,现代城市大规模开发建设对传统历史文化的破坏,造成了城市空间记忆的断裂。为此,当代西方的一些城市社会学家在考察城市历史发展规律时提出了“历史和谐”的概念,他们认为,“一个与自身历史和谐的城市应该具有能从其当前和未来的形态、结构和功能之中找到其历史伤疤和过去辉煌印迹的能力”^{[18]201}。新媒体是城市文化记忆的空间载体,作为城市历史的言说者,肩负着代际传播和精神重建的重大职责。

城市的演变不是表现在一栋建筑上,而是反映在城市各种情况的多层次沉积,以及无数生活迹象的不断变化之中。为了延续城市的地脉与文脉,保存那种能够见证某种文明、某种有意义的生活细节的历史事件或城市空间,需要开发更先进的媒体工具和手段。引进新媒体的影像和文字传播资料,能让城市的历史丰厚并立体起来。附加上了硅片的新媒体,“用来说明其各方面能力的前缀将不断从千、兆、吉变到太,甚至会达到拍乃至更多”^{[19]12}。这实际上产生了无限的存储能力和处理能力。应用新媒体对城市文化历史价值进行现代性的合理开发利用,能在媒介以及人们的视野中永久留存城市记忆,为助推城市的历史传承而立功,为促进城市的和谐更新而见证。

城市研究泰斗刘易斯·芒福德认为城市凝聚了文明的力量与文化,他在《城市发展史》中写道,“城市的主要功能是化力为形,化能量为文化,化死的东西为活的艺术形象,化生物的繁衍为社会创造力”^{[20]582}。城市文化的倡导者们掀起了一股城市景观运动,把景观作为城市的识别符。比如英国社会学家迈克·费瑟斯通就认为,“城市总是有自己的文化,它们创造了别具一格的文化产品、人文景观、建筑及独特的生活方式。甚至我们可以带着文化主义的腔调说,城市中的那些空间构形、建筑物的布局设计,本身恰恰是具体文化符号的表现”^{[21]139}。可见,

城市是一件艺术品,它“培育了艺术,自身就是艺术”^{[22]480}。

新媒体的艺术品性使之成为城市和文化之间的介质。“城市形象是城市重要的无形资产,对城市的发展具有极强的影响力和舆论导向作用”,“依靠媒介培育和塑造公众社会文化想象图景,通过媒介传播来展现城市形象,塑造并传播鲜明独特的城市形象观,以谋求城市政治、经济文化等更高层次的发展,就显得既迫切又重要”^[23]。新媒体在各个空间尺度上介入了城市新地景的生产、消费和分布,激发了现代城市艺术的灵感。风靡全球的新媒体具有强烈的影像感,易于显示“城市意象”;新媒体具有“城市触媒”的传播效应,会给所处的城市区域带来高注意力和高人气,创造富有生命力的城市环境;新媒体构筑了真正意义上的“布景之城”,能够集中呈现视觉化城市的文化元素。新媒体是城市空间文化体系构成的主元素,是城市物化了的“形象代言人”,是城市识别与消费的一种图腾。新媒体艺术在成为城市表征的同时,也不断模塑着城市空间的艺术品性,驱动着城市文化的创意传播。

四 新媒体的智能性更新城市空间体系

21世纪的城市将是智能化、灵敏度高、响应及时的系统。城市社会学的开创者罗伯特·帕克认为,“正是在城市环境中——在人类本身制造的世界中——人类初次实现了智力生活,并获得了那些区别于低等动物和原始人的特征,因为城市和城市环境代表了人类最协调的、且在总体上是其最成功的努力,即根据他心中的期望重塑他所生活在其中的世界”^{[24]154}。也就是说,城市成为一系列双重的存在:它是个真实的地方同时又是想象的场所。今天,我们为周遭环境注入的不是生命,而是智慧。我们熟悉的真实物体也可以嵌入智能和互联功能,“在我们生活的世界里,物品不再只是放在那里,而能够真正地思考它们打算做什么,并选择相应的行动”^{[19]50}。

植入了智能化功能的城市媒体,打破了传统媒体的线性传播结构,进入了媒介深度融合和智能合作的新阶段。由此产生的城市空间不是简单的媒介叠加,而是有机整合了各种媒介形式、汇聚了各类传播类型,并经过加工、处理、综合而最终形成的系统集成。新媒体实现了无所不在的智能化:用户甚至无须定制命令,“智慧随时待命”的环境就不仅能感

知你的存在,还能及时地自动地调整设置来适应你的需要。新媒体极大地延伸了人的智力、体力和感官能力。新媒体让我们重新想象城市空间,在超现实的世界中漫游。新媒体的无限链接以及自动确定硬件兼容性的能力,使城市空间能够像搭积木一样,为特定或临时的目的而装配组合。

城市空间是一个有序复杂体,能够综合不同的用途。“用途的混合性需要有极丰富的多样性的内容,如果这种混合型可以做到足够丰富以支持城市的安全、公共交往和交叉使用的话”^{[25]130}。城市作为经济、文化和政治中心,人口、建筑、商业、交通等现代要素高度集中,城市空间的建设、运行和维护,必然要求一个高效的信息支撑平台和传播推动力。新媒体不仅与城市空间协同发展,而且还在相互作用中产生了城市体系的价值共享和功能增殖。城市体系是公共服务与城市特性的具体结合,是由交通管理、医疗卫生、文化教育、劳动就业、公共安全等要素组成的综合体。“在其他条件相同的情况下,如果一个城市改进了公共服务,那么该城市将以更高的速度成长发展”^{[26]71}。新媒体的应用,有助于增加城市信息的采集、处理和传输的效率、容量和安全性,提升城市的公共服务功能。

以城市紧急救援管理系统为例。城市中各种突发事件发生的种类、频率、联发性及造成的影响都远远高于非城市区域,为此很多城市成立了110、119、122、120、供水、供电、供气、城管、环保等专业应急机构。然而,这些相对独立、分散的应急系统已经无法应对现代城市危机的重大性和突发性,城市迫切要求统一、周密、高效、科学的危机管理应急机制的建设。在整个危机管理机制中,信息管理是危机管理的重中之重。新媒体发展了信息处理能力,使城市危机管理的复杂信息具有可处理性;空间型新媒介提高了信息传递能力,大大增进了城市各地区、各部门的信息交流效率。首先,它是城市应急指挥中心的核心理念,连接了灾情现场的卫星定位系统、视频

监控系统、信息车载系统,便于信息的采集和监测。第二,它是危机决策的数据支持系统和智囊支持系统,提供灾难历史数据的共享,保障危机指令的高效传递。第三,它是城市紧急求援的调度中心,能够在第一时间直接统筹城市所有职能部门进行协同作战,也能够向国际组织和非政府组织请求危机评估及专业救援。第四,它也是危机预警、灾后恢复和问责纠错的重要信息来源。总之,新媒体实现了一体化远程交互和跨部门协调管理,提高了城市危机的监测、预警、处理和愈合能力。

综上所述,新媒体所构成的人类社会框架和生活节奏已经成为新城市化的背景,我们正面临一种新城市状态——无处不在的网络互联。“这样的城市较少依赖物资的积累,而更多地依赖信息的流动;较少依赖地理上的集中,而更多地依赖于电子互联;较少依赖扩大稀缺资源的消费,而更多地依赖智能管理”^{[19]163}。以新媒体为中心的城市生活的每一个细节都被掩埋在媒介机器之中,媒介机器不光是媒介的物质外壳,更演化为我们所有生存领域的环境。新媒体记录了城市空间的发展史,其诸种特性再造了我们城市的地貌、经济和文化,重塑了我们的城市空间。我们有理由预言,以空间为媒介生产机制、以新媒体为空间重塑力量的新型大都市将会历久不衰。新媒体带来了新的城市机会,为人类活动提供了一种更高级的城市形态。但是,新媒体从目前看来还不足以改变城市作为空间集中的本质,我们没有理由也没有证据可以证明城市将从地球上消失。并且,新媒体背景下的城市体系也不是绝对的。因为,新的城市化空间的生产与社会实践,既不是纯粹技术的因果关系,也不是简单的政治经济机制,而是“社会构造的多重进程混合生成的结果,是一些互异而广泛的行动者网络创造的新时空。或者说,并没有一个所谓的现代城市的庞大图景,有的只是一组不断演进的概况样貌”^{[27]1485}。

参考文献:

- [1]周建顺,刘志刚. 诺贝尔奖得主:21世纪对世界影响最大的两件事[N]. 香港商报,2003-09-26.
- [2](美)爱德华·索亚. 后大都市:城市和区域的批判性研究[M]. 李钧等译. 上海:上海教育出版社,2006.
- [3]沈丽珍. 流动空间[M]. 南京:东南大学出版社,2010.
- [4]Benedikt, Michael ed. *Cyberspace: First Steps* [M]. Cambridge, MA: MIT Press, 1992.
- [5]郭力君. 知识经济时代的城市空间结构研究[M]. 天津:天津大学出版社,2008.

- [6](美)威廉·J·米切尔. 我++——电子自我和互联城市[M]. 刘小虎等译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2006.
- [7](法)勒·柯布西耶. 明日之城市[M]. 李浩译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2009.
- [8](美)曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 王志弘等译. 北京: 社会科学文献出版社, 2006.
- [9]杨璐, 王安中. 基于“流城市”模型的城市智能化发展与空间型媒介适配研究[J]. 中国传媒报告, 2010, (3).
- [10]钱健, 谭伟贤. 数字城市建设[M]. 北京: 科学出版社, 2007.
- [11](英)菲利普·麦卡恩. 城市与区域经济学[M]. 李寿德, 蒋录全译. 上海: 上海人民出版社, 2010.
- [12](美)尼古拉·尼葛罗庞帝. 数字化生存[M]. 胡泳, 范海燕译. 海口: 海南出版社, 1996.
- [13]孙世界, 刘博敏. 信息化城市: 信息技术发展与城市空间结构的互动[M]. 天津: 天津大学出版社, 2007.
- [14](英)斯科特·拉什, 约翰·厄里. 符号经济与空间经济[M]. 王之光, 商正译. 北京: 商务印书馆, 2006.
- [15](美)比尔·盖茨. 未来时速: 数字神经系统与商务新思维[M]. 蒋显璟, 姜明译. 北京: 北京大学出版社, 1994.
- [16]侯鑫. 基于文化生态学的城市空间理论——以天津、青岛、大连研究为例[M]. 南京: 东南大学出版社, 2006.
- [17](美)曼纽尔·卡斯泰尔. 信息化城市[M]. 崔保国等译. 南京: 江苏人民出版社, 2001.
- [18]叶辛, 蒯大申(主编). 城市文化研究新视点——文化大都市的内涵及发展战略[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2008.
- [19](美)威廉·J·米切尔. 伊托邦: 数字时代的城市生活[M]. 吴启迪, 乔非, 俞晓译. 上海: 上海科技教育出版社, 2005.
- [20](美)刘易斯·芒福德. 城市发展史[M]. 宋俊岭, 倪文彦译. 北京: 中国建筑工业出版社, 2005.
- [21](英)迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译. 南京: 译林出版社, 2000.
- [22]Mumford, L. *The Culture of Cities* [M]. London: Secker & Warburg, 1940.
- [23]马友平, 汪崇渝. 新媒体参与城市形象塑造与传播的受众分析[J]. 重庆师范大学学报(哲学社会科学版), 2010, (2).
- [24](美)大卫·哈维. 希望的空间[M]. 胡大平译. 南京: 南京大学出版社, 2006.
- [25](加拿大)简·雅各布斯. 美国大城市的死与生[M]. 金衡山译. 南京: 译林出版社, 2006.
- [26](美)阿瑟·奥沙利文. 城市经济学[M]. 北京: 中信出版社, 2002.
- [27]Thrift N. New urban eras and old technological fears: reconfiguring the goodwill of electronic things[J]. *Urban Studies*, 1996, 33(8).

On the Quadruple Influence of New Media on Urban Space

LIU Lu

(Digital Media Department, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: The expansion of urban space fosters new media which in turn remodel urban space. Viewed from the interaction with urban space, new media reconstructs the urban spatial structure with its liquidity, breeds urban economic space with its industrial character, identifies urban cultural space with its artistic character and updates urban space system with its intellectuality. New media does not cancel or take the place of space but change it. The social construction and pace of life formed by new media have constructed current urban background and to some extent melted into our territory and environment.

Key words: new media; urban space; influence

[责任编辑:唐 普]