

# “回声游戏”： 位置媒介与城市新移民的混合地方感

杨龙梦珏

(浙江大学 传媒与国际文化学院, 浙江 杭州 310000)

**【摘要】**位置媒介作为一种感知铭刻的新技术,在混合空间中开启了新的地方感知与体验。本文从城市新移民的视角,探究中介化移动实践如何作用于城市融入与城市生活,以及在日复一日的移动中地方感如何生成。研究发现,位置媒介是人们熟悉城市的重要方式,人们探索城市的空间虽然受到了延伸,但位置媒介所中介的移动将用户锚定在规划的路线之上。城市新移民在感知地方、记忆地方、经验地方的三个不同阶段中生成地方感,通过身体在城市空间中的自我安置,位置媒介与新移民对城市的探索相互交织,共同编织了人们对地方的感知。重复、惯常、仪式化的“回声游戏”创造了感知、记忆、依恋等不同的人地联结形式,人们不仅通过位置媒介感知城市、以签到打卡的形式记忆位置,也在居住、依附的过程中形成混合地方感。

**【关键词】**地方感;位置媒介;移动转向;城市新移民;媒介地理学

**【中图分类号】**G206

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1672-3406(2024)06-0102-10

DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2024.06.010

我们如何辨识自己所处的方位,又将往何处去?地图,作为指明方向的媒介,在绘制和日常使用中建构现实。绘图法使空间以一种“客观、静态的”形式让现实可见,这种可见性形塑了我们对地方的认知。符号、图像以及文字所组成的地图不仅标识地点,作为空间的百科全书,也指向特定的时间。

随着全球化和现代交通运输的推动,移动已经愈发成为个体的一种生活状态。移动转向(mobilities turn)既关注身体旅行和物品移动,也关注地方与全球之间的权力几何学,这种可追踪、动态性、不平衡的移动实践将创造新的全球地方性。不同的媒介形塑了不同的地方感知,以智能手机为代表的移动交互媒介牵涉更为复杂的时空体验,实体空间与赛博空间的界限已经日趋模糊。

位置媒介不仅标示着人们的位置,也成为人们移动的动因,这种移动模式已经渗入城市生活的方方面面,重组了人们的生活形态。数字化生存已经成为城市生活的环境,杭州在智慧城市的叙事下率先开展城市大脑的建设并首先开始5G车联网,根据《中国城市数字治理报告(2020)》,杭州在全国数字治理中位列首位。<sup>①</sup>人工智能、大数据、区块链、云计算、物联网等基础技术支撑着数字城市。城市不仅是生存在人们身边的物质建筑,数字新基建也融入了城市的现实生活之中。为了探索线上与线下相互混合的地

---

**【作者简介】**杨龙梦珏,浙江大学传媒与国际文化学院博士研究生

方感知,本文从城市新移民入手,从他们的个人感知与生活体验中探索城市的新形态,作为“媒介漫游者”的他们如何在杭州构建自身的人地联系。“城市新移民”这一概念不仅关注宏观的城市社会重构,也从社会心理、群体互动、人地关系等中观和微观层次关注市民化和城市融入的体验,从“农民工”“流动人口”转向“城市新移民”有助于摆脱城市-乡村二元对立的思维。<sup>②</sup>本文所言之“城市新移民”主要指具有稳定的生活与工作,且具有长期生活意愿并在当地居住一年以上的群体。对于城市新移民而言,移动交互媒介的使用不断塑造他们对空间的理解,这种数字技术与物理实践共同构成了他们的生存方式。

我们生活于媒介饱和(media-saturated)的世界,媒介不仅嵌入了我们的日常生活,个体也主动利用媒介创造新的时空感知。位置媒介的日常生活实践不仅形成了线上线下相互交织的一套完整的经验世界,也在日复一日的常规性使用中改变了人们的地方感知。对城市新移民而言,杭州作为一种新的地方指向特定的城市韵律,这种城市韵律的感知交织在人们的中介化移动实践中,形成混合的地方感,这一过程萦绕着不间断的“回声游戏”。本文所言之“回声游戏”是用以讨论整合、衔接符号空间、物质空间和传播方式的概念,研究者认为线上与线下不仅是一场相互回应的回声游戏,也是物质化、媒介化的“沉默的螺旋”,某些维度的元素被排斥在社会世界之外。<sup>③</sup>同时,这种回声游戏也关涉媒介,是刺激压力所造成的自我截除与延伸。<sup>④</sup>

循此,本文将借助“回声游戏”这一概念讨论位置媒介如何作用于新移民的城市融入,人们如何借助位置媒介驯化自身的移动,位置媒介诱发了怎样的移动实践。在日常生活中,位置媒介、人、城市三者如何相互交融、相互嵌入、相互驯化,人们如何通过不同形式的位置媒介建构人与地方的联结,媒介空间与物理空间的相互交叠、重构怎样形塑了混合的地方感。

## 一、位置媒介与混合的地方感

### (一) 中介化移动与日常生活实践

现代社会处于前所未有的运动之中,人们越来越生活于液态的现代性与高速运转的全球化之中。据此,新移动范式关注社会学科研究中的去地域化(deterritorialization)、静态模式与空间缺位等问题,他们指出传统的移动研究“关注生产而不是消费,关注工作而不是休闲,关注结构而不是流动”。<sup>⑤</sup>因此在新移动范式之下,关注人、物体、信息以及各种意向如何在移动中相嵌共生。

人与媒介的移动并非是全新议题,早期传播、交通、旅行一直具有家族相似性。凯瑞指出电报第一次使信息独立于物理实体并以比物理实体更快的速度移动,由此传播逐渐褪去物质传递、交通的涵义。移动媒介的兴起促使人们关注媒介与空间/地方之间的关系,媒介使用越来越与人们所处的位置相关,根据物理空间的不同,媒介所提供的信息也随之不同。位置媒介(locative media)是指地理信息、位置感知在个体体验与互动之中具有重要意义的媒介。其基本特点是:(1)其组织的节点和形成的网络发生在混合空间(hybrid space);(2)持续连接,用户不断嵌入网络之中;(3)其不是跟踪特定地点的信息,而是追踪人们在物理空间的位置;(4)其强调运行的轨迹。<sup>⑥</sup>

位置媒介与人们空间感知的联系有赖于中介化移动实践。中介一词指涉一套社会和文化过程,而移动则意味着社会关系的变动,中介化移动包括人、人工制品与数据的移动性,这些移动通过特定的语境以不同的媒介形式表现。<sup>⑦</sup>这种中介化移动具有灵活性、控制性,有助于管理自我的时空模式与惯例,带来个性、主观的时间与空间以及身份认同和重构,但是也指向不平等性。中介化移动在带来新连接的同时,也以一种“权力之眼”规训了移动。

中介化移动虽然增强了“权力之眼”的监控能力,但支配性力量之外,也存在着反制的力量,日常生活中的常人以“战术”改写空间,他们“将希望寄托在对实践、实践所表现的基于及其引入到权力基

础中的规则的灵活运用之上”。<sup>⑧</sup>位置媒介不仅追踪并标注了我们所在的地理位置，也开启了一种新形态的生活方式，如地点的签到打卡越来越成为人们记忆、空间实践与意识生产的重要形式，人们从这种新的“地方”得以回忆他们的过去，形成了一种修辞和诗意的记忆制造。<sup>⑨</sup>

移动社交媒体带来了新的感知尺度，改变了人们对城市的感知，如导航等基于移动性和地理位置构建的网络系统重新配置用户对物质世界的感知，重构了社会生活；智能手机具身移动带来了新的中介实践，数字地图所指明的方向参与形塑了我们去过哪里、我们现在在哪里以及我们接下来去哪里。<sup>⑩</sup>位置媒介再一次凸显了物理空间的重要性，人们身处数字城市之中，位置媒介作为数字世界与现实世界的锚点，不是将人们带到虚拟现实之中，而是增强了现实，为身处的城市带来了复合移动性形态。那么，人们如何理解物理移动与数字移动相互缠绕的“回声游戏”，当德塞图所言的战术与策略、读与写共同存在时，人们如何建构自己的生活空间？本文延续日常生活实践的脉络，关注城市新移民的中介化移动实践在何种程度上呼应了德塞图的研究；当位置媒介作为一种抵抗战术，人们如何在日常实践中进行何种城市书写；城市书写与俯视空间的城市阅读相互嵌入时，如何理解生活于智能城市的人们借助位置媒介所形成的“在地存有”。鉴于此，本文引入地方感来讨论人们在数字化时代人与地方的情感依附。

## （二）混合地方感

地方，是人们居住并停留其间的所在，承载着文化意义与历史根基。地方不仅是一种地理位置（location），还包含着丰富的内涵。地方是地点（locale），指涉着地方感（sense of place），也与居住（dwelling）相关。正如段义孚所言，地方是一种惯常场域（habit feild）构成的场所，人们日复一日的常规活动引起了对地方的依恋之情（attachment），人们以一种情感附着的方式与物质环境相联系。<sup>⑪</sup>在现代技术与全球的高速移动中地方感知也发生了变化，一些早期人本主义者认为现代技术、消费主义、大众文化等共同造就了无地方（placeless）的文化。

传播学研究主要关注不同媒介所中介的地方体验，有论者提出“地方的双重性”，他认为地方不是削减了，而是更加多元化，当用户使用网络时，他们不仅处于物理空间，也处于数字空间之中。<sup>⑫</sup>de Souza e Silva以混合空间（hybrid space）指代移动技术所重新定义的实体空间与数字空间的边界，两者相互混杂，相嵌共生。<sup>⑬</sup>位置媒介不断地塑造我们对空间的理解，创造了一系列编码实践（coded practice），是数字代码与人类实践的结合，这种混合的感知成为个体行动与存在的一种方式。地方感是人们在居住、移动、停顿以及生活在城市之中所召唤的对城市的体验、感知、情感以及记忆。数字媒介也参与了地方感知的塑造，如国内网红打卡点的短视频拍摄重塑了人与世界的关系，这种具身的媒介实践塑造了公共的城市形象。

在数字技术与智慧城市迅速发展的城市生活中，在线、离线的经验相互混杂，移动媒介导航了人们前行的方向，人自身也是城市中的漫游者，在日常生活实践中一种类似“回声游戏”的混合地方感由此生成。位置媒介作为一个锚点，中介了线上与线下世界的相互嵌入，在线与离线的体验共同推动人们建构自身的在地存有。本文所讨论的地方感便是在数字媒介的中介化移动影响下，基于线下体验与线上经验相互作用下所形成的关于自我身份的认知、在城市中移动所形成的特殊的感官经验，以及与个体生命轨迹相联系的特殊情感与想象。

在以往的研究中，已有不少的研究者讨论了媒介对移民形成地方感的作用。如Bork-Hüffer提出了“中介的地方感”（mediated sense of place），通过分析30名从德国移入新加坡人士的数字媒介使用，探究数字媒介如何影响对地方的接触、依恋和感官体验；<sup>⑭</sup>Erika Polson以参与观察的方式对移居巴黎人士进行研究，探讨数字媒介的修辞和惯常实践如何作用于新移民，从而产生移动的地方感，数字媒介虽然仅仅关涉地方视觉和听觉的理解，但是也唤起了关于嗅觉、味觉和触觉的想象。<sup>⑮</sup>

本文将研究重心放置于位置媒介在不同场景中的使用，关注移动性与地方感的联系，以非媒介中心的方法（Non-media-centric approach），即一种关注日常生活中社会关系以及这些关系如何通过媒介技术

进行运作，物质身体与情感，身体与空间的互动以及感官的不同感知与体验。身体的感知与体验将是本文的重点所在，探究位置媒介如何作为日常生活的一部分，嵌入人们体验世界的实践活动之中，成为自然的、常规的行为。本文将围绕具身性媒介所带来的混合空间，探讨位置媒介在移动实践中如何塑造地方感，本文主要讨论以下问题：

(1) 新移民如何通过中介化移动实践熟悉城市？(2) 位置媒介的移动实践如何作用于人们的感官感知，对位置媒介的依赖怎样影响了人们的空间实践？(3) 惯常化(normalization)的位置媒介使用与线下的生活如何建构地方感？城市新移民如何在日复一日、年复一年的中介化移动实践中经验地方？

## 二、研究方法

本文聚焦于分析位置媒介的日常生活使用，探究人们如何在媒介实践中认识、熟悉、依恋地方。位置媒介是基于实体位置感知的一种社交媒体，这种新形态的媒介技术在实践中开启了新的地方感知与社会关系。本文将重点关注位置媒介使用如何作用于人们的地方感，根据《2020—2021年中国移动社交行业研究报告》，本文所讨论的影响地方感的数字媒介将包括(1)微信、QQ、微博、小红书、抖音等社交媒体，(2)百度地图、高德地图等导航与交通软件，(3)大众点评、美团、饿了么、贝壳找房等城市生活类媒介。

本文将延续地方感研究的传统，使用深度访谈进行资料收集。深度访谈将深入挖掘位置媒介的使用情境，深入讨论媒介在社会生活中所处的位置。个体叙事是对个体日常生活的一种提炼，在个体的自我陈述中，得以窥探媒介如何嵌入我们的日常生活。城市新移民与本地人相比，他们对杭州城市的形态与城市节奏比较陌生，以该群体为研究对象能较明确地了解人们如何在智慧城市的背景下熟悉城市并生成混合地方感。本研究选取18—35岁从外地迁往杭州并拥有稳定的工作和生活，且居住1年以上的群体作为研究对象，这一年龄段的群体使用位置媒介的频率较高，具有丰富的数字媒介实践经验。访谈对象采用公开招募与滚雪球并行的方式，本文共访谈18人。深度访谈分为两部分：第一部分采用半结构访谈法，主要围绕(1)受访者的日常活动以及在何种情境下使用位置媒介；(2)受访者迁入前与目前对现居地的看法是否有所改变，若有，发生了何种变化；(3)人们如何通过移动媒介的使用进而形成关于杭州的地方感。第二部分请受访者提供3张与位置媒介相关的图片，并逐张讲述图片的故事。访谈使用普通话进行，在受访者同意的情况下录音，录音先使用讯飞软件转为文字，后由人工逐句修正，访谈逐字稿共230574字。

## 三、对地方的熟悉与空间实践

### (一) 可导航的城市空间

数字城市是由物质性的电缆、建筑空间以及生存其间的人类主体所构成，位置媒介依存于不断变化的混合空间，在充满流动性的城市空间中，依靠持续连接的网络改变了我们的空间体验。位置媒介为人们指引方向，也成为一种基础设施嵌入城市的规划与城市的纹理之中。对于城市新移民而言，杭州的城市建筑之于他们是陌生的，尤其在南方弯弯曲曲的小径中。但这里地势低平，城市大脑控制的智能导航使媒介导航成为人们出行的重要方式，人们也形成了不同的使用习惯。

这个城市有的时候可能高德和百度上会有具体的偏差，找不到那些地方，因为江南很多那个弄堂巷子，感觉高德导航相对更加准确，很多细小的环节更加精准。(10)

在位置媒介的中介化移动中，视听依旧是重要感官器官。人们从位置媒介所获得的视觉、听觉感知中介化了人们的空间感，这也是列斐伏尔所言的“可视化逻辑”，<sup>⑩</sup>这不仅是一种“通过算法实现的导航”，也是凝视性的行动，<sup>⑪</sup>使得诠释性的视觉与物理视觉之间的联系变得尤为重要。位置媒介以一种感知铭刻

打开了一种人与技术的新关系，产生了新的移动形式。作为一种寻路工具的数字地图意味着人与技术的诠释关系，辨认物理空间与地图表征之间的联系是“寻路”的重中之重。“从知觉上来说，使用者视觉的终端在工具上，读工具类似于读文本。”<sup>⑧</sup>在混合空间中，“寻路”行动不仅是人与技术的诠释关系，也是具身关系。人与技术的新连接也开启了不同的感知模式，人们的视觉、听觉愈发复合。

位置的感知嵌入人们的日常生活之中，很多受访者都表示在出行前他们会使用数字地图对基本的出行路线、时间有大体的规划，高德地图等数字地图所提供的“路书”进一步帮助人们规划自己的行程。数字地图改变了以往使用传统地图的方式，在人们步行过程中显示出粗细不同的曲线。这种对行程的记录在具身化的使用中有着更为丰富的表达形式，如打卡某个地点，或者将自身行走的路线转换为光标，进而在数字地图的表征中阅读自身的足迹。

媒介导航开启了人们感知城市的新形式，真实世界与拟像相互叠加，位置媒介的导览图与物理空间的视觉相互交织、混杂，以一种复眼的视觉感知影响了人们判断位置的方向感，获得了超越现实的体验。在视觉感知方面，形成物理空间与数字地图的相互混杂。伊德以“复眼”来指人类视觉感知在技术的调节下已经超越了“双眼的界限”，形成了复合的文化。人们在识别自己身体所处的位置时，需要物理空间和数字地图定位的双重确认，即数字地图中个体光标所处的位置与身体所处实际位置的相互映照，在一种反复的、相互确认的“回声游戏”中确认自己所处的位置，这种视觉的双重确认在位置感知之中占据越来越重要的地位。

中介化移动实践带来了特殊的行动姿态，手机导航已经逐渐成为人们熟练的行为，一只手以稳固的姿态握紧手机，另一只手以点击、按压的方式参与数字世界的交互。这种特殊的触觉感知已经成为日常生活惯常的形式，形成了一种特定的节奏。在转弯处，人们拿出手机、点触屏幕、左右移动进而确认方向已经成为一种稳固的“身体芭蕾”。

身体芭蕾，即为完成某个特定任务或目的而被整合的一套姿态和动作，身体躯干相互协调、相互配合共同完成特定的工作或运动，是一种“不需要思考”的例行公事。<sup>⑨</sup>身体芭蕾是形成地方感的基本要求，正是在这种日复一日的中介化移动实践中，人们生活、居住的空间逐渐转化为经验的地方。就像水手的姿势有助于其在颠簸的风浪中站稳，因此他的走路风格是可识别的，在陌生城市中的行动也形成了特殊的身体姿态。

## （二）媒介漫游与迷失方向

在陌生的城市中，媒介导航极大地扩大了人们的活动空间，即使是在陌生的城市空间也有“永不迷路”的安全感。位置媒介为使用者提供一张基于时间、位置、交通、娱乐等全方面量身定制的私人地图，对城市新移民而言，这一媒介延伸了人们可以探知的范围，激发了人们探索城市的潜力。位置媒介之地点的可见性开启了一种以用户为中心的网络系统，人们的视角不再被局限于街道之中，而是上升到高空的俯视，以一种“全知全能的上帝视角”提供新移民探索城市的可能。位置媒介对“陌生城市”的展现在某种程度上消除了陌生感，探索城市变成一种可见路线的游览。

我觉得现在这个社会，你不懂手机，是没有安全感的。就是我手上有这个东西，我就知道路怎么走，只要我有，只要我会，只要我的脚愿意走，要去杭州哪里我都可以去，不是吗？因为虽然我可能之前对这个地方一点都不熟悉，但是我可以去。（04）

德塞图以言说来指代常人在城市中的漫游，位置媒介让人们的言说不再暧昧不清而变得清晰可见。人们在日常生活实践中通过中介化移动来编写城市融入的故事。导航的使用正如彼得·阿迪所举例的滑板，通过这一中介，人们获得了与周围空间截然不同的“更完整和直接的互动”，这种移动性以一种促进连接的方式“调节”和“被调节”人们的行动，成为人与地点或者身体与环境之间的桥梁。

探索城市是新移民熟悉城市的一种方式，探索的可能虽然受到了位置媒介的延伸，但位置媒介所中

介的移动将用户锚定(lock)在规划的路线之上。不论是数字地图的寻路,还是城市娱乐类媒介的探店,这种探索都是锚定基础上的探索,永远在线的连接已经改变了人们探索城市的行动。大多数受访者表示“即使很熟悉的路段都会下意识地采用之前导航规划的路线”,这不仅由于第一次寻路的记忆与反复实践的熟悉感,也源于对导航的信任,相信其给出的路线是最佳路线。

视觉转向、图像转向等言明视觉在当代社会生活之中扮演着越来越重要的角色,位置媒介的导航功能为人们定制了个性化的私人地图,数字地图的可见性使技术对世界的展现越来越透明化。但是此种数字地图不是物理空间的简单再现,而是经过了一种特殊的制图方式,隐匿、凸显了某种特定的地点,技术与环境的关系仍然被包裹在黑箱之中,隐私、商业化仍然是值得讨论的问题。

人体的延伸使我们感到麻木,带来肢体的自我截除,“中枢神经系统就截除或隔离使人不舒适的器官、感觉或机能,借以保护自己。”<sup>⑩</sup>导航使人们将身体所处的位置以及路线可见化,当位置媒介的永远在线掉线之后,对陌生城市的迷茫、慌张会再一次回归,某种程度上媒介导航已经改变了人们寻路知觉。

我一个宁波人,到杭州竟然不会坐车了,那么大的一个广场,宁波好像没有那么大的地方,它给我一种现代化的冲击,这种冲击又是伴随着无头苍蝇一般的乱撞,就有一种陌生的感觉……导航难以确定定位,我当时走了半个小时才找到了反方向的这种设置,我觉得好陌生。(13)

中介化移动实践是人们探索城市的重要方式,但现实的数字城市生活中仍然存在离线的可能。位置的实时连通引发了新型的“迷路”,即现实世界与数字世界无法连通,具体表现为数字导航系统无法定位、定位不准确甚至失去信号的过程。这种离线的经历与在线的中介化移动实践共同构成了新移民熟悉城市的方式,人们也以自身的战术来适应掉线。

灵隐那一片有很多那种比较好玩的农家乐,但是那一片也很堵车……我们就用了位置共享的功能,但是事实上那个地方可能GPS信号很弱……地图上显示的地名跟你实际在的那个地名好像不太一样,有很多小路没有在地图上显示出来。(15)

在锚定路线的中介化移动之外,人们也在探索新的可能。城市空间是精心规划的空间,在数字城市中,物质建筑、车辆乃至人类主体都处于精密的规划之中,但人们在日常生活实践中依旧可以通过战术,以自身的巧思书写生活样态,而非锚定在导航给出的最佳路线。位置媒介的具身性使得战术不再隐蔽,而是可以依靠这种可见来完成步行游戏。

## 四、城市生活与混合地方感

### (一) 感知的地方

人们在导航时,最重要的问题是回答“我在哪,我如何到达目的地”。知道一个人的位置需要线上线下的相互配合,也就是人们在空间表征的地图与所处世界中可见的事物形成一套连贯的对应关系,个体可以通过具体的位置来确定一个人当前在世界之中的位置。城市新移民生活在杭州,城市对他们而言不仅是视觉上、听觉上的空间,也是可以展开、观看、欣赏、驻足的地方。

地方芭蕾是地方感生成的重要源头,是时空惯例(time-space routines)与身体芭蕾在空间上的融合,Seamon将其归纳为6种特质,即吸引(attraction)、多样(diversity)、舒适(comfortableness)、邀请(invitation)、区分(distinction)和依恋(attachment)。<sup>⑪</sup>人们居住于某个地方,首先要受到吸引,这种吸引与熟悉是经验某个地方的首要前提,这种地方芭蕾组织空间与时间并将其转化为身体主体重复性的日常需求。<sup>⑫</sup>人们识别杭城的特殊性就在人们日常实践的一举一动中,“东方休闲之都”有待人们的探索。

对于新移民而言,中介化移动实践不仅是位置媒介的导航,也是人们熟悉城市、探索城市的重要方式。人们在城市中行走,也在城市中生活,在复合的视觉、听觉之外,呼吸着这个城市的空气,感受着这里

的阳光。杭州是著名的旅游城市，城市景观在人们的生活之中展开，“人间天堂”“东方休闲之都”等美誉不再是一张空洞的旅游名片，而是真实呼吸生存的地方，生活在以往想象的“江南意象”之中。

因为我小时候看过《新白娘子传奇》，所以说对雷峰塔、西湖，从小是有这种意向存在的……西湖是杭州的名片也是（杭州对）世界的名片，西湖本身所带来的这种典型的江南水乡给人的一种感觉，我也是很喜欢的，所以经常在那里跑步。（14）

位置媒介是一种位置偏向的媒介，人们所处的位置经过了线上与线下的反复确认。正是通过这种“回声游戏”的反复匹配，确立了自己居住的位置并生成了私人的地图用以铭记某些重要的或特殊的地方。寻路与导航是有明显区别的，后者所指涉的个体位置是确定的，身体所处的位置与数字地图指向的位置是一致的，而前者则包含着个体以往的经历与记忆。位置媒介中对地方的展现也包含位置信息的共享，地点创造、共享在某种程度上营造了共同感，这种线上共在的感觉进一步推动了人们对地方的熟悉。

杭州对于城市新移民而言可能不再是充满不确定性的城市空间，而是一种随时可以在城市地图中确认自身位置的地方。新移民在杭城通过重复的、仪式性的惯习将空间转换为地方，“最初无差异的空间会变成我们逐渐熟识并且赋予其价值的地方”。<sup>23</sup>杭州对于城市新移民而言不再是陌生危险的地方，而是逐渐变得熟悉，这种熟悉的感觉将有助于地方依恋的生成。

## （二）记忆的地方

中介化移动不仅是一种运动，也包含伴随人们在不同位置之间的移动所展开的意义空间。当个体依靠移动技术置身于城市空间中时，这种移动中介深刻地影响着人们的日常生活。位置媒介中分享的生活事件也进一步强化人们共同生存在杭城的印象，在讨论中确认自己生活的空间。地方不仅在物理空间中，也在线上展开共同生存的感受与体验。

段义孚从视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等综合的感官来讨论人们感知的地方，尽管视觉在现代社会中日趋重要，但是这种只能观看的感觉所召唤的情感体验是有限的。城市新移民在嵌入杭州的日常生活实践中，不仅获得了从线上世界感知的视觉体验，也在居住和生活中获得综合的感官体验，将人们在印象中的杭州转换为经验透视中的地方。

……更多的是作为一个市民生活在这里的这种感觉，比如说我在拱墅、西湖、滨江三个区都长期生活过，可能更多的是对某个区的风格印象。就是从一些抽象画般很广大的视野变成了一个市民个人生活的视角。（09）

正如纸张的发明影响了人们的记忆力，位置媒介也创造了一种新的记忆形式。位置媒介铭刻了身体移动的轨迹并允许人们在某些特殊的位置签到，将这些特殊的位置印记在数字记忆之中，人们不仅行走于城市，也承载着城市，形成了一种混合记忆宫殿（hybrid memory palace）。<sup>24</sup>人们以对位置、移动痕迹的记录来保存一瞬间的感觉，从而“复活”记忆，这段记忆也重塑了人们对地方的情感。<sup>25</sup>

图片是在物理空间中被拍摄的，但是其更丰富的信息以一种诠释性的方式呈现在数字地图之中，这种被“双重定位”的图片不仅仅是照片，还是一种共存的空间实践，<sup>26</sup>通过拍摄、修饰、分享等行为感知对某地的体验与自身的感悟。这种空间实践行为也成为人们接触、感知、记忆杭州的一种重要途径。关于“哪里”的意向会生发出“谁”和“什么”的联想，视觉上可见的空间让公共的、物质性的城市变成个体的地方，这将我们牵系在那里，造就了街区的灵魂。

浏览社交媒介中的点评、游览、拍照方式，选择，导航，在线下地点中实践，分享自身经历，在线上的地方中记录下人们生活的一点一滴，线上的杭城不再是陌生的空间，而是充满回忆的地方，人与地方在此联结。社交媒体的打卡勾连了线上的地方与线下的地方，在人们的实践中，两者相互交织、相互混合。作为景点的空间被转化为充满回忆的地方，人们记录了丰富多彩的生活经验，将感知中的杭城转换为记忆中的杭城。杭城不再是旅行中感知的江南意象，而是自身切实生活、实践、居住、生存的地方。

### （三）经验的地方

现代社会中，人们越来越生活在移动空间，但移动也存在暂停与停泊。Urry 指出整个世界的关系是复杂的、丰富的、非线性的，这种复杂性来源于停泊（moorings）和移动，正是由于我们存在的社会并不是固定或完全移动的，因此世界系统才产生了动态性和复杂性，社会生活越来越多地由物质世界构成，而这种物质世界包含了新的、独特的停泊。<sup>②</sup>这种停泊一般伴随着舒适的空间展开，在这种舒适的空间中，个体身心得到放松，在一种自然的、本真的状态下，逐渐形成对地方的依附之情。

杭州最喜欢的还是西湖，去了N次还是想去。西湖水很温柔，坐在柳树下的椅子上我就很放松很开心，坐在椅子上看别人走来走去也很开心。来杭一年去过十几二十次吧，放假天气好的时候就会想去西湖，我爱西湖，超级平复心情，很烦躁的时候坐在那儿吹吹风就觉得不应该烦恼了，世界还是很美好的。（03）

人们在移动的空间中移动、停顿，而这种停顿与在某地重复的移动生成了移动社会中的地方。人们正是在这种反复、惯常化的、一次又一次的中介化移动中生成经验中的地方。在这种反复进行的回声游戏中，杭城对于城市新移民而言不再是一个移动社会中的某个城市空间，而是生活、居住、记忆、交往的地方。

开语音（导航）从拱墅骑车回滨江，骑了一个多小时……看到各种各样杭州小巷，从西湖旁边一带绕过的时侯，路旁有非常多的古树。杭州不是只有高楼耸立，也有这种植被茂密令人心旷神怡的地方……月亮升起来了，但是颜色很淡；太阳又快下山了，金黄色的余晖照在水上，波光粼粼的非常棒。（09）

在移动的社会中，地方不是固定的，位置媒介已经改变了我们对地方的体验，对于杭州新移民而言，正是在这种中介化移动实践中，人们感知、熟悉、记忆某个地方，随着日复一日的重复，位置媒介所展开的以个体为中心的世界逐渐停留在某个固定的位置，在这种中介化的感知中逐渐形成经验的地方，<sup>③</sup>这种线上与线下相互混杂的地方感处于不断的生成之中，“人们已知的，和正在被揭示出来的地方经验里，总是存在着人们对于特定地方的紧密依附与熟悉感。这样的依附就形成了人们在一个地方的根，而该熟悉感不仅体现为丰富的地方性知识，还更体现在了对一个地方的深切关怀中。”<sup>④</sup>

城市新移民身处城市之中，杭城不仅被位置媒介所展现，也被他们的身体所经验，吃穿住行言等层面都被他们所体悟与感受。不论是“弯弯曲曲”的小路，还是“温柔的西湖水”“饮食洼地”“房价奇贵”，人们对地方的认识、感受不仅针对杭城自身，也在与外界的对比中。人们感受杭州的形式也趋于混合，不仅来源于身处城市之中的身体，也被永远在线的中介化移动影响。城市社会文化中所经验的常规，技术的影响、长期生活期间的环境逐渐“内化入身体经验”。<sup>⑤</sup>人们身体的经验是人与所生存的环境密切交会的感受与认知。城市新移民在日复一日的惯常化生活中产生了对城市的依恋之情，这种依恋是流动社会中的停泊。

在城市新移民熟悉、经验杭城中，杭城不仅是数字化可导航的城市空间，也是舒适、诗情画意的休闲空间。在中介化移动之中，人们仍然能从中捕捉独特的城市特色。既数字又地方，既现代又极具自然物，既休闲又快节奏，不同尺度的感受共同组成了杭城的城市韵律。构成一个地方的经验大多会稍纵即逝、平平淡淡，但这些经验经过日复一日、年复一年的积淀，“像日出时间、日落时间，工作时间和游戏时间一样的自然规律和人为规律的独特调和，对于地方的感受融入了一个人的肌肉与骨骼之中。”<sup>⑥</sup>

## 五、结论与讨论

流动已经越来越成为都市群体的一种生活方式，稳固的人地联结逐渐开启了新模式。时空的重组、高速运转的都市生活以及位置媒介共同编织了人与人、人与地方之间的联系。位置媒介激发了物理感知与网络空间的复合，智慧城市等技术的搭建也进一步建构了混合空间。本文尝试用“回声游戏”一词讨论混合地方感，并以杭州城市新移民为例，理解他们如何凭借中介化移动在数字城市展开生活，同时借由



在线与离线的城市融入体验讨论人地之间的联系，试图与现有地方感的概念进行对话，据此讨论位置媒介作为数字城市的一个锚点如何中介了我们的日常生活实践。

位置媒介之于城市新移民而言，首先是作为一种全方位的数字地图而存在，将隐蔽的空间变得可见、可读。位置媒介影响了方向的意义以及人们辨别方向的能力、方式。手机定位成为辨明方向的重要途径，数字地图不仅告知我们在哪，也告知我们走向何处。“指明方向”作为位置媒介的特性，在某种程度上以可视化带来了安全感，尽管这种安全感建立在跟踪、监视等复杂的技术系统之中，但也延伸了人们探索城市的可能。新的媒介环境也开启了新的地方感知，位置媒介并不是独立的个体，而是依托于数字城市的环境，作为赛博城市的一个结果。当人们所处的空间可导航时，位置媒介开启了人们探索城市的新形式，人们的一举一动处于可识别的身体芭蕾之中，中介化移动实践也将用户锚定在规划的路线之上。媒介技术也延伸了人们探索城市的能力，不仅在范围上扩大了对杭州的认知，在城市生活和娱乐中也更加“熟悉”。城市空间的边界越来越广阔，我们生活的都市空间也日趋流动，原本隐蔽的角落变得可见，正是位置媒介的展现赋予人们探索城市、熟悉城市的新形式。这种中介化移动的形式，不仅移动的契机来源于位置媒介，其目的地也被削平，形塑为“可达的地方”，神秘的都市空间变得可读、可见、可达。但当位置媒介与数字城市的联结失效时，视觉、听觉不再复合，人们也从“永不迷路”的状态回归到陌生城市中的迷路。

位置媒介是人们熟悉城市的重要方式，人们在中介化移动实践中日复一日地按照这条路线运动，久而久之这些道路已经形成惯习，路线本身获得了意义性和稳定性，形成了地方。依托城市新移民的经验，混合地方感的生成依赖于三个不同阶段。首先是感知地方。人们的中介化移动实践发生于城市的物理空间，特殊的城市景观吸引着人们加入其中，符号世界中的杭州在人们的生活中展开，人们驻足其间，赏玩不同的景观。其次是记忆地方。中介化移动实践创造了新的动力，人们在社交媒体中的打卡、拍摄、记录将线上地方与线下地方相互连接直至相互交织，通过记录身体在城市中不同位置的轨迹移动，陌生的地点、路线都被编织了回忆故事，重重叠叠的空间叙事记录了我们一部分的生命。作为混合空间的杭州不再是陌生的城市，而是充满记忆与灵魂的杭城。最后是经验的地方。重复、惯常、仪式化的“回声游戏”创造了感知、记忆、依恋等不同的人地联结形式，人们不仅通过位置媒介感知城市、以签到打卡的形式记忆位置，也在居住、依附的过程中形成流动空间中的混合地方感。随着人们在新城市的居住、生活以及位置媒介的日常生活使用，城市的依恋之情逐渐生成。

本文以杭州城市新移民为例，借以讨论位置媒介形成了何种中介化移动实践，新移民如何在城市融入中建构混合地方感，其核心在于位置媒介与城市生活的相互勾连。但城市是一种复杂的混合体，内部存在极大的异质性，不同区域之间的地方感可能相差极大。此外，位置媒介也是一种复杂的集合体，因此，不同类型的位置媒介如何促进流动人口的融入，也是本文并未具体涉及的，需要进一步详细讨论。📌

（责任编辑：孙苏红）

#### 参考文献：

- ①中国经济信息社，中国信息协会和中国城市规划设计研究院．中国城市数字治理报告（2020）[R].2020-08-18.
- ②周大鸣，杨小柳．从农民工到城市新移民：一个概念、一种思路[J].中山大学学报（社会科学版），2014，54（05）：144-154.
- ③ David Morley. *Communications and Mobility* [M]. Hoboken : Wiley, 2017 : 21-36.
- ④②⑩麦克卢汉．理解媒介：论人的延伸[M].何道宽，译．南京：译林出版社，2019：60-67，64.
- ⑤ Lash P S M, Urry S L J. *Economies of Signs and Space* [M]. London : SAGE, 1993 : 254.
- ⑥⑬ de Souza e Silva A, Frith J. *Locative Mobile Social Networks : Mapping Communication and Location in Urban Spaces* [J]. *Mobilities*, Routledge, 2010, 5 ( 04 ) : 485-505.
- ⑦ Keightley E, Reading A. *Mediated mobilities* [J]. *Media, Culture & Society*, SAGE Publications Ltd, 2014, 36 ( 03 ) : 285-301.
- ⑧ 塞托米歇尔．日常生活实践：1. 实践的艺术[M].方琳琳，译．南京：南京大学出版社，2009.

- ⑨ Frith J, Kalin J. Here, I Used to Be : Mobile Media and Practices of Place-Based Digital Memory [J]. *Space and Culture*, SAGE Publications Inc, 2016, 19 ( 01 ) : 43 - 55.
- ⑩ Laurier E, Brown B, McGregor M. Mediated Pedestrian Mobility : Walking and the Map App [J]. *Mobilities*, Routledge, 2016, 11 ( 01 ) : 117-134.
- ⑪⑬段义孚. 恋地情结：对环境感知、态度与价值 [M]. 志丞, 刘苏, 译. 北京：商务印书馆, 2018, 4.
- ⑫ Moores, S. The doubling of place : Electronic media, time-space arrangements and social relationships [C]. // *Mediaspace*. London : Routledge, 2004 : 21-36.
- ⑭ Bork-Hüffer T. Mediated sense of place : Effects of mediation and mobility on the place perception of German professionals in Singapore [J]. *New Media & Society*, SAGE Publications, 2016, 18 ( 10 ) : 2155-2170.
- ⑮ Polson E. A gateway to the global city : Mobile place-making practices by expats [J]. *New Media & Society*, SAGE Publications, 2015, 17 ( 04 ) : 629-645.
- ⑯ Henri Lefebvre. The Production of Space [M]. Nicholson-Smith Donald, Wiley-Blackwell, 1991 : 96.
- ⑰ Uricchio W. The algorithmic turn : photosynth, augmented reality and the changing implications of the image [J]. *Visual Studies*, Routledge, 2011, 26 ( 01 ) : 25-35.
- ⑱ Don Ihde. Technology and the Lifeworld [M]. Terre Haute : Indiana University Press, 1990.
- ⑲⑳ A Geography of the Lifeworld ( Routledge Revivals ) : Movement, Rest and Encounter [EB/OL]. Routledge & CRC Press./2022-07-25.
- ㉑ Seamon D. A Geography of the Lifeworld ( Routledge Revivals ) : Movement, Rest and Encounter [M]. Routledge, 2015 : 144.
- ㉒ Kalin J, Frith J. Wearing the City : Memory P ( a ) laces, Smartphones, and the Rhetorical Invention of Embodied Space [J]. *Rhetoric Society Quarterly*, Routledge, 2016, 46 ( 03 ) : 222-235.
- ㉓阿莱达·阿斯曼. 回忆空间：文化记忆的形式和变迁 [M]. 潘璐, 译. 北京：北京大学出版社, 2016 : 13.
- ㉔ Pink S, Hjorth L. Emplaced Cartographies : Reconceptualising Camera Phone Practices in an Age of Locative Media [J]. *Media International Australia*, SAGE Publications Ltd, 2012, 145 ( 01 ) : 145-155.
- ㉕ Urry J. Global Complexities [J]. *International Studies Review*, 2003, 5 ( 02 ) : 250-252.
- ㉖ Silva A de S e, Frith J. Mobile Interfaces in Public Spaces : Locational Privacy, Control, and Urban Sociability [M]. New York : Routledge, 2012.
- ㉗雷尔夫·爱德华. 地方与无地方 [M]. 刘苏, 相欣奕, 译. 北京：商务印书馆, 2021 : 60.
- ㉘余舜德. 从田野经验到身体感受的研究 [A] // 体物入微：物与身体感的研究. 台湾清华大学出版社, 2008 : 7.
- ㉙ Tuan Y F. Space and place : The perspective of experience [M]. U of Minnesota Press, 1977 : 183-184.

## "Game of Echoes" : Location Media and the New Urban Migrants' Hybrid Sense of Place

*Yang Longmengjue*

**Abstract** : Location media, as a novel technology of perceptual inscription, opens up new perceptions and experiences of place within hybrid spaces. This paper, from the perspective of urban new immigrants, explores how mediated mobile practices influence urban integration, city living, and the daily generation of place perception. The study finds that location media serve as a crucial means for people to familiarize themselves with the city. While individuals' spatial explorations are extended through location media, the mediated mobility anchors users to planned routes. Urban new immigrants generate a sense of place through three distinct phases : perceiving, remembering, and experiencing place. Through self-placement within urban spaces, the interplay between location media and new immigrants' exploration of the city intertwines, collectively weaving individuals' perceptions of place. The repetitive, habitual, and ritualized "echo game" creates various forms of human-place connections, including perception, memory, and attachment. Individuals not only perceive the city through location media and remember locations through check-ins but also develop a blended sense of place through their residency and attachments.

**Keywords** : perception of place, location media, mobilities turn, new urban migrants, media geography