

# 新媒体语境下传播活动的“空间转向”

肖荣春

## 摘要

本文从梳理空间理论的思想脉络和传播研究的“空间转向”出发,阐释了“微博赋权”、“日常消费”和“自传播”等空间实践,并简述了空间理论的传播学意义与启示。本文认为新的传播实践将酝酿空间变革,传播研究需要我们从“空间转向”入手,进入日常生活,研究当前传播活动的“空间实践”,把传播活动与其特定的“空间实践”结合起来考察,关注新兴传播技术、社会关系、传播行为等在空间实践的多重运作。

## 关键词

新媒体、空间、传播活动

## 作者简介

肖荣春,宁波工程学院人文学院讲师,上海大学影视艺术技术学院传播学专业博士生。Email: xiaorongchun4481@163.com。

## The Research on the Space Swerve of Communication Activities in the context of New Media Age

XIAO Rongchun

## Abstract

Starts from sorting out the ideology of “space theory” and the communication studies on the “swerve of space”, this article interpreted the spatial practices, such as “micro-blog empowerment”, “daily consumption” and “personal communication”, and outlined the communicational significance and inspiration of the theory of space. We believed that the new space change is brewing under the communication practices. In communication studies, we need to begin with the “space swerve” and then probe into the daily life’s “spatial practice” of the current communication activities. It’s necessary to connect the communicational activities with their specific spatial practice, and to put more attention on multiple operations of emerging



communication technologies, social relations, and communicational behavior in the spatial practice.

### Keywords

new media, space, communicational activities

### Author

Xiao Rongchun is a lecturer at the College of Humanities, Ningbo University of Technology. Email: xiaorongchun4481@163.com.

自人类社会诞生以来,时间和空间就成为人类经验的两个根本维度。进入20世纪末,人类对空间投以高度的热情,社会科学界经历了令人瞩目的“空间转向”。“空间”理论的脉络如何分布?它对我们又有什么样的启发?梳理哲学、社会学与传播学等诸学科在“空间”维度的思想对话,从“空间转向”出发来阐释当前日常传播活动是一个值得关注的问题。

## 一、传播研究的“空间转向”

空间的本质是什么?其实,在西方哲学史上,关于“空间”问题的讨论由来已久,古希腊哲学家亚里士多德曾把时间和空间(地点)作为自己研究的十个范畴中的两个。康德认为人类所具有的感性纯直观只有“空间”与“时间”两种,他对时空的纯直观的性质所做的论证叫做“形而上学说明”(赵敦华,2003:267-268)。康德复兴了时空这一古老的概念,而亨利·列斐伏尔(Henri Lefebvre)则要求恢复空间相对于时间的平等甚至是崇高的地位(张子凯,2007)。列斐伏尔的努力把空间研究推向了一个新的高度。

列斐伏尔是空间理论的集大成者,要了解和挖掘空间研究传统很有必要重新追溯其空间思。他首次对空间进行了系统的阐述,认为“空间是一种社会关系,又和生产力息息相关,就像其他事物一样,空间是种历史的产物”(Lefebvre,1992)。空间不是一个简单的抽象化词,而是一个关系化与生产过程化的动词。1974年,列斐伏尔的巨著《空间的生产》提出了作为社会生产的空间理论。他把“马克思的社会历史辩证法翻转成为一种‘空间化本体论’,或将历史辩证法‘空间化’”(刘怀玉,2006:399)。在空间化的思潮中,列斐伏尔提出的系统空间理论具有开创性和奠基性意义。



米歇尔·福柯（Michel Foucault）在其1986年发表的《不同空间的正文和上下文》简述了他的空间思想。他与列斐伏尔的研究主题不谋而合，在思想体系上具有一致性，某种程度上宣告了空间时代的来临（王戈璇，2010：352）。学者们对空间的探索，并不是浅尝辄止的。美国著名地理学家爱德华·苏贾（Edward Soja）在其对洛杉矶的研究中，继承了列斐伏尔的空间传统，强调了第三空间的存在。戴维·哈维（David Harvey）则将现代社会中时间与空间的复杂关系命名为“时间压缩”。另外，英国著名社会学家安东尼·吉登斯（Anthony Giddens）和法国著名思想家布尔迪厄（Pierre Bourdieu）等都曾对空间进行过细致的考察和研究。

空间研究的探索还在继续，学者们纷纷关注人文生活中的“空间性”，并在城市社会、地理、文化研究、传播等进行多学科的对话。就传播研究的“空间”而言，可以追溯到加拿大多伦多学派的思想源泉。英尼斯（Harold Adams Innis）在《传播的偏倚》中论述了传播媒介的偏倚问题，认为媒介具有时间偏倚与空间偏倚的特性，人类传播媒介演进史是由质地较重向质地较轻、由偏倚时间向偏倚空间发展的历史。梅罗维茨（Joshua Meyrowitz）（2002：99）则从场景的视角出发，指出电子媒介几乎完全断绝了物质地点与社会“地点”的联系，并认为电子媒介通过改变地点的信息特征，重塑了社会场景和社会身份。然而传播的空间转向不仅是关注梅罗维茨所讲的“消失的地域”这种地点与场景转换与抽离的物质面向，更要探求传播的主体间性与场域中社会关系所生成与演化的传播空间结构，以及传播关系背后的空间生产与空间网络。媒介环境学派的尼尔·波斯曼（Neil Postman）、保罗·莱文森（Paul Levinson）等都曾或多或少阐述过媒介演进与时空体验改变之间的关系。

面对空间理论的勃兴，国内的传播学者也表现出了较高的热情，如袁艳（2006：45）的研究指出“在全球化的时代里，传播学研究和媒介实践面临的仍然是时间压力与空间抵抗两种力量的并存，能否保持对于空间的想象力将是深刻把握各种媒介现象复杂性的关键。”王斌（2011：58）则较系统地研究了传播媒介空间形态的演变，认为“把传播活动与其所嵌入的及其所生产的特定空间情境结合起来，可以超越用技术逻辑来分析传播媒介。”而复旦大学在2008年举办“‘传播与中国·复旦论坛’：传播媒介与社会空间”的专题研讨，也在一定程度上显现出国内学界对传播与空间

研究的关注。另外,邵培仁、刘洁、卞冬磊和蔡凯如等人也曾从不同角度探讨过新闻传播研究中的空间问题。在晚近兴起的新媒介技术如3G、移动互联网、微博与物联网等的影响下,以及城市信息化、文化大发展大繁荣与创意革命等语境的推进下,促使传播学者开始关注新兴传播实践的空间思考,也在某种程度上把传播与空间的探讨推向了前沿。

空间是一个可重构的结构体,是社会建构的实践场所,勾连着丰富的社会关系和日常生活情境。那么空间理论对新兴传播实践又预示着什么?日常传播活动的勃兴对空间实践又带来什么样的形变?个体又是如何在传播空间的运作中参与社会互动?这些都是值得去关注的问题。在当前的新媒体传播实践中,新兴的传播活动重构了个体、组织与社会等之间的关系,形塑了新型的日常生活空间。因此,从空间理论的具体观点出发,进而探讨空间理论对当下传播研究的意义与启示显得非常紧迫。

## 二、传播活动的“空间”审视

威廉·J·米切尔(William J. Mitchell)曾在他的《比特之城》中,以空间的视域探讨空间、场所与信息高速公路的内在关联,呼吁关注计算机与新网络技术构建新起的新空间。尽管米切尔(1999)与尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)一样,眼中只有“闪亮、快乐的比特”,对网络技术带来的复杂、负面的社会影响缺乏清醒与理性的反思。但是,毋庸置疑,放入当时的社会情景,米切尔基于空间视角的论断确实具有较强的前瞻性。时过境迁,信息化浪潮重新演化了新的存在方式,移动互联网、3G、物联网等智能科技再次将人类传播活动与传播媒介推向了新的维度,人们的日常传播活动也变得更加便捷和高效。然而,当今的网络化空间比米切尔所预言的要复杂得多,微型化自传播的兴起,触动了传播功能与结构的变迁,人类的传播驶向了一个新的时代,预示传播研究需要进一步跟进。

由列斐伏尔开创的空间理论传统、以及米歇尔·德塞图(Michel de Certeau)等的日常空间实践理论给我们探视与解构当今的传播活动与传播媒介提供了反思与重构的视角:列斐伏尔强调“空间是社会关系的产物”;苏贾(2004:121)提出的“空间在其本身也许是原始赐予的,但空间的组织和意义却是社会变化、社会转型和社会经验的产物”。这些空



间思想是解构我们当前传播活动的利器。空间理论对于扭转传统传播研究中的宏大叙事,以及媒介研究偏重时间等问题具有很强的现实意义。空间理论的反思性与生命力给当前的传播活动带来丰富的阐释意义。曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)批判性地借用了空间理论,针对网络社会的崛起,指出互联网作为权力关系重组的资源,将改写社会各支配集团的权力流变分配过程,进而改变社会结构本身(陆扬,2009:145)。卡斯特(2006:6)在其《认同的力量》一书中,还进一步指出,“网络社会的意义是围绕一种跨越时间与空间而自我维系的原始认同建构起来的,而这种原始认同,同时构造了他者的认同。”卡斯特把网络社会中的认同与意义描绘为“共同体的天堂”,并延续了他关于“流动空间”与“地方空间”的讨论,分析了后工业社会中社会关系的变化,结合了所处的传播情境,以发展性和批判性的思路继承了空间研究的传统。

卡斯特的尝试提醒我们,要从当时传播情境出发,研究传播的社会空间建构,同时也提醒我们对于空间理论的借鉴需要批判性吸收。反思卡斯特的研究,当前的传播活动又迈入哪一种趋势?由此而延伸的新空间形式,其社会关系脉络又是如何分布?其原始动力又是什么?笔者认为,随着自传播的兴起,大众传播的转型,“微传播”与“软传播”的弥散,我们不仅要关注宏观的传播功能与结构变迁,更要进入日常生活,深入日常生活实践,从细微入手,揭示日常传播背后复杂的社会关系脉络。用空间理论反观当前的日常传播活动,我们会发现,传统传播者的权威与语境正在一定程度上被日常的“微传播”消解,信息传播的消费者(使用者)的创造性进一步体现,信息的自我创造、管理与传播变得更加日常化,许许多多的普通大众正在以他们自己的方式建构另一种社会现实。

空间理论关注细微、真实的日常生活,从个体心理、社会行动、社会制度、社会关系、日常实践与人文行为等多种维度对日常生活开展细致研究。不断发展的传播实践需要我们不仅从传播的“空间转向”入手,更要进一步深入日常空间实践,探讨日常生活与传播行为的内在机制。因此,后续的传播研究有必要立足当前传播情境,进一步打破传播主体与客体的二元思维,探究当前传播的空间生产与空间运行机制。当然,在研究的开展中,既不能以单一的“民粹主义”视角去观察当前日常传播活动的变化,也要跳出“圆形监狱”式日常信息生产的局限。



列斐伏尔等人的空间理论,推动了传播研究的空间转向,但其“总体人的思想依然没有摆脱人道主义乌托邦的理念的困扰”(郑震,2011:191),资本主义逻辑下的空间生产仍包含着异化之苦。在笔者看来,列斐伏尔、德塞图等人的空间理论为传播研究提供了一个细察的视角,批判性吸收空间理论来观照中国当前传播实践是一个有意义的尝试。空间理论提醒我们要关注零散的、实践的社会个体外部化与物质化的日常生活经验。特别要关注信息传播科技不断快速变革情境下演化出新的现实“情景”或存在方式,以及给我们认知与实践带来新的变化。新的传播实践不可避免地引发空间变革,空间理论有着悠久而深远的思想传统,对于阐释与反思当前传播实践具有很强的启发意义。

为了更好地站在空间层面来探讨新兴的日常传播实践。具体而言,笔者打算从个体、组织、社会等之间的具体社会互动来探讨当前日常传播活动的空间实践,从而探视新媒体语境下社会关系的脉络及演变。

### 三、传播活动的空间实践

传统的传播研究往往重视传播的主体、结构及传播对象的控制,倾向关注传播制度与盛大传播事件,对个体的日常传播活动关注不多。晚近兴起的博客、社交网络、3G、移动互联、微博、微信等对传统空间进行了改造和浸染,新兴传播技术在一定程度上促进了权力关系的改变,这是一个值得关注的现象。以新兴传播技术为基础的日常传播实践蕴含着丰富多彩的社会关系脉络,构建了新的社会空间,成为各种机制与力量交错的场所。

#### (一) 诗意的赋权:微博的空间实践

近年来,微博以其即时性、扩散性、嵌入性等特点,成为用户信息共享、获取、传递的互动性平台,是一种个人的社会媒体。微博的快速扩散,对政治、社会、文化以及个人生活方式产生了很大的影响,成为一支不可低估的社会性力量。当前,刷微博俨然成为许多民众的公共生活方式。

每一个微博的撰写者,都在自己的跑马圈地写作与行走,一个个帐号构成了物理意义的地点,但是一段段微小的文本却是蕴含丰富意义的实践,是探视社会和参与社会互动的空间。写作者与阅读者、转发者等之

间在微博文本构建的世界里共享了意义。微博的出现和广泛应用,重新定义和扩展了传播关系,通过群聚和呼应的空间运作手段与方式,演化为赋权。赋权(Empowerment)也有人翻译成“增权”。赋权是一种参与的过程,是将决策的责任和资源控制权授予或转移到那些即将受益的人的手中(陈树强,2003)。实际上,微博以信息大面积横向传播的方式,赋予了每个信息生产者、传播者与消费者特定的意义,打破了精英与大众、主流与非主流等方面的界限,促进了社会各阶层的交流与对话。

晚近兴起的微博问政、微博维权等,是个体参与社会互动的重要实践,蕴含了媒介的赋权。夏雨禾(2010)在对新浪微博的实证研究中指出,“由于‘链状’、‘环状’和‘树状’对话结构的同时并存,在现实社会话语权力空间中处于弱势的‘草根’将有可能成为微博互动再建构的主导性力量。”微博正是一个敞开式空间,夏雨禾所言的‘链状’、‘环状’和‘树状’的对话方式及发帖、跟帖与转帖的行动逻辑,成为赋权的运行机制。微博赋权的实践案例有很多,以2013年为例,代表性的微博事件有:三亚海天盛筵事件、上海死猪事件、复旦投毒、厦门公交、李某某等五人强奸案、张艺谋超生事件等。纵观这些代表性个案,不难发现微博是通过话题建构的方式,来参与社会互动和产生赋权。正如欧文·戈夫曼(Erving Goffman)(1981:5)所言,人们无论在什么时候说话,都有可能带来质疑和回答,这些言论在“系列时间”的不同阶段中被实现了。微博也是一种说话的空间,个体的每一次评论、意见、赞同或转发等都是一种社会互动。微博的互动空间正是由一个个普通的个体织起的,空间化的思考与行动,突破了物理意义的地点束缚,聚集起一股意见的“流量”,冲刷权力和控制的技术,形成一定的赋权。近年来,管理机构为了整顿微博的空间秩序而出台的实名制,在一定程度上给这种赋权带来不确定性。但是,不可否认的是,微博已成为一个人们日常交往、日常传播实践的空间化场所。

## (二) 想象式生产:日常消费的空间实践

在德塞图看来,日常生活空间仍是一个有机会利用可能的资源来进行创造的场所,普通人以自己的方式使用消费社会的自由,并自己创造了日常生活(吴飞,2009:185)。新兴传播技术的发展,生产出大量的、前所未有的符号,给普通人创造与使用实践带来了某种程度的变化。在此,



笔者期望通过探视消费者（使用者）在某一层面的消费行为，来阐释日常消费空间实践的变化，不求得到总体性的概括，只求发现某种微妙的“转变”。探视实践方式的变化有助于我们进一步了解空间权力的运行状况。新传播技术的扩散下，使得消费者（使用者）通过实践更加便捷有效地重新分配了社会、经济、政治、文化生产所组织的空间。福柯（1999：213）在《规训与惩罚》中，用“机制”（dispositifs）一词来描述空间权力重新分配的实践方式。而德塞图（2009）则以“策略与战术”来揭示这种日常消费的艺术。

福柯和德塞图的理论对于阐释日常消费的运作，具有很强启发意义。但其理论却没有办法揭示不同社会，不同情境下日常消费的空间实践。因此，我们需要持续地反思和解读当前日常消费实践。全球化语境加速了全球化资本、商品与符号的流通，并迅速渗入人们的日常消费。以晚近兴起的电子商务为例，从中可以探视日常生活实践方式的某种转变。网络购物的兴起，消解了人们对“地点”的依赖，取而代之的是空间化想象。想象是人对头脑已有的表象进行加工改造创造出新形象的过程，人的头脑不仅能够产生过去感知过的事物的形象，而且能够产生过去从未感知过的事物的形象（章志光，2002：205）。资本的拥有者构建起一幅时尚、中产、物美价廉等消费图景。消费者在这样的空间里竞相游逐与奔走，把身体浸染于想象的图景中。2013年11月11日，人们称之为“光棍节”，仅11日一天，淘宝网上商城的交易额就达350亿元。1双11引发了消费者的广泛参与和围观。且不论商家的营销技术效果如何，但都可以说，这些是资本拥有者的胜利，也是消费者的狂欢。无论是不是真正的“光棍”，在这一天里都不重要，重要的是在这个消费空间构建起的消费符号与想象，吸引着人们“进场”。这种“进场”除了经济上的“折扣”吸引外，更为深层的却是“消费想象”。网络商城上漂亮的模特，琳琅满目的商品，还有很多互动参与的节目，都成为消费者驻足的理由。在这里，“折扣”是资本拥有者在空间中常用的“技术”，但是消费者也有自己的实践方式，如采用评价与对比的方式，对空间进行反向性生产，构建起消费者“控制”的空间，当然这种“控制”是微弱的，一旦遭遇后台的操控技术，这种“控制”将受到极大的削弱。

在新的传播情境下，消费者并不满足于德塞图所说的“战术”，甚至



动用社会关系网络,团购等手段重新定义和参与空间实践,这是一个有趣的实践方式转变。需要指出的是,新兴传播技术使得资本所有者与消费者的空间生产都变得更加便利有效,但是这种生产的力量并没有德塞图讲得那么乐观,消费者的空间实践始终还处于资本拥有者的监视和软控之下,资本的强大的力量如同无形的手操控着风筝飞行最关键的那根线,消费者的空间实践仍然是一种想象式生产。

### (三) 自传播2: 孕育新的空间实践

随着新传播技术的发展,博客、微博与微信等自媒体的涌现,使得自传播成为更加兴盛的一种传播行为和方式。自传播兴起的背后却蕴含着深层的空间变革。早在20世纪60年代,美国心理学家斯坦利·米尔格拉姆(Stanley Milgram)(1967)提出了“六度空间”理论。这个理论可以通俗地阐述为:“最多通过六个人就能够认识任何一个陌生人,我们生活在一个紧密相连的‘小世界’(small world)之中。”。这个理论对于解释自媒体促进社会网络扩散与人际交往具有一定的启发意义。自传播的兴起,使得人们在近几年越来越关注社会网络的研究,关注社交网络媒体建构人际交往空间的支持系统。例如Face Book、推特(Twitter)、微博等就是一种社交网络媒体,这种自媒体以“朋友的朋友”网络扩散的运行形式,营造思想、观点与符号的栖居空间,人们通过这种方式可以更容易、更加节省成本地在全球范围内找到自己想联系和交流的人。这种方式不仅在商业领域受到了青睐,也在人们日常生活实践中得到了运用。随着新信息传播技术的发展,现在我们甚至不需要通过任何人就可以结识陌生人了,如你只需在微博上对某一个人加关注,你与他/她的“认识”便开始了。自媒体为每个分散的个体创建了一个巨大的社会网络,只要时机合适,镶嵌其中的个体互动便开始了。

一直以来,传播研究主要关注大众传播领域,对日常的自传播缺乏重视。自媒体的快速发展,自传播的兴起,在一定程度上消解了大众传播的权威性。在制度允许的条件下,活跃的个人日常信息的传播与发布,在一定程度上带动了空间权力分配的转变。个体在自媒体使用实践中营建起更加丰富多彩的空间。日常传播成为一个充满创意、表达、认同与抵制的多样空间。移动互联网、3G、4G技术的应用使自媒体的空间无处不在,弥漫在细微的日常生活周围,人们只需要轻轻触动手机的屏幕就能快速的了



解周围发生的变化,查阅最新的时事要闻,表达自己对某些问题的看法,与不同时空的人交流。

面对网络社会的崛起,卡斯特(2001:490-505)曾特别提到过“流动空间”(space flows)的概念。他认为新信息技术加强了地方之间的互动,打破了行为的空间模式,成为流动的交换网络,产生“流动空间”,“流动空间”是通过流动而运作的共享时间之社会实践的物质组织,是社会本身。基于网络技术的自媒体更是把这种流动空间运用到极致,把想象与经验汇成社会事实,几乎零时差地与个体的社会网络分享社会实践。自传播高效地把每个个体裹挟进一个快速流动的空间。在此,他们以互动的方式认识了现实,并在某种程度上又制造了社会事实。

新的传播科技在一定程度上推动了自传播的兴起,自传播重新规范了个体参与社会互动的形式和过程,一种新的空间实践也就应运而生了。自传播也在一定程度上倒逼大众传播系统改变控制技术,转变方式与大众连接,如晚近兴起的手机报纸、报网互动、网络电视等。应该说,自传播的兴起,对旧的传播空间秩序提出新的挑战,但同时也孕育着新的传播生态和传播文明。

#### 四、结语

著名社会学家吉登斯(1998:518)在其《社会的构成》一书中曾提到“我们不能将空间看做是塑造社会集团活动赖以发生的无内容的空纬度,而是必须将它和互动系统的构成联系在一起考虑。”。他的观点对传播研究具有一定的启发意义,人类传播活动是一个富于变化的场域,并且交织于日常生活实践,理应关注社会科学的空间传统。同时,空间转向下的传播研究更需要考察社会互动如何在细微的日常传播中展开,挖掘新媒体语境下传播活动与社会互动相互建构的内容。

需要指出的是,我们在强调新传播科技建构新的传播情境时,也要警惕陷入技术决定论的误区。要顺着传播科技渗入日常生活的脉络,把传播活动与其特定的“空间实践”结合起来考察。时至今日,新媒体已重新诠释了身份、主体与客体等的内涵,将媒体与人的基本关系从原先的“传播中介”演变为“社会关系网络”。正如美国加州大学马克·波斯特(Mark Poster)(2007:39)教授所言,现在是迫在眉睫的时候了:去研究一个新



的经验领域,一个新媒体的领域,一个用一种方式将日常生活解构、又不同于工业社会的人机关系的领域。笔者以为,站在“空间”的维度,进入日常传播活动去探察新媒体语境下新的经验领域是一个非常有意义的尝试。也正是基于这种目的,笔者认为传播研究要重视空间转向,并要迈入探究日常传播活动与空间实践的新面向。

(责任编辑:李慧娟)

### 注释 [Notes]

1. 数据参见新浪网2013年11月12日的报道:《淘宝销售额 双11交易额350亿元》。网址链接: [http://zj.sina.com.cn/news/s/2013-11-12/1111140736\\_4.html#page\\_pic](http://zj.sina.com.cn/news/s/2013-11-12/1111140736_4.html#page_pic)。
2. “自传播”主要是指一般社会成员或组织通过新信息传播技术能随时随地进行交流与互动的传播行为或方式。此概念的提出得益于美国新闻学会媒体中心于2003年7月出版Chris Willis and Shayne Bowman有关“自媒体”(We Media)的一份研究报告: 详见[http://www.flickertracks.com/blog/images/we\\_media.pdf](http://www.flickertracks.com/blog/images/we_media.pdf)。报告中有关“自媒体”的概念强调普通大众在新信息传播技术环境下交流和分享信息、观点等的载体或途径。而笔者所说的“自传播”则主要是强调一般社会成员在新信息传播技术环境中滋生的具体传播行为或方式。

### 引用文献 [Works Cited]

- 陈树强 (2003). 增权: 社会工作理论与实践的新视角. 《社会学研究》, (5), 71.  
[Chen, Shuqiang (2003). Empowerment: the new perspective of social work theories and practice. *Sociology Studies*, (5), 70.]
- 陆扬 (2009). 解析卡斯特的网络空间. 《文史哲》, (4), 145.  
[Lu, Yang (2009). Analyzing Manuel Castells' "space of network". *Journal of literature, history and philosophy*, (4), 145.]
- 王斌 (2011). 从技术逻辑到实践逻辑: 媒介演化的空间历程与媒介研究的空间转向. 《新闻与传播研究》, (3), 58.  
[Wang, Bin (2011). The spatial turn of media studies: a historical analysis of communication technology embedded in everyday life context. *Journalism and Communication*, (3), 58.]
- 吴飞 (2009). “空间实践”与诗意的抵抗: 解读米歇尔·德塞图的日常生活实践理论. 《社会学研究》, (2), 185.  
[Wu, Fei (2009). The resistance between “spatial practice” and poetry: an analysis on Michel de Certeau's theory of everyday life practice theory. *Sociology Studies*, (2), 185.]

夏雨禾 (2010). 微博互动的结构与机制: 基于对新浪微博的实证研究. 《新闻与传播研究》, (4), 60.

[Xia, Yuhe (2010). The structure and mechanism of micro- blog interaction: an empirical study on Sina micro- blog. *Journalism and Communication*, (4), 60.]

袁艳 (2006). 传播学研究的空间想象力. 《新闻与传播研究》, (1), 45.

[Yuan, Yan (2006). The space imagination of the communication studies. *Journalism and Communication*, (1), 45.]

章志光 (2002). 《心理学》(第三版). 北京: 人民教育出版社.

[Zhang, Zhiguang (2002). *Psychology(the 3rd edition)*. Beijing: People's Education Press.]

张子凯 (2007). 列斐伏尔<空间的生产>述评. 《江苏大学学报(社会科学版)》, (5), 10.

[Zhang, Zikai (2007). Review of Henri Lefebvre' s the Production of Space. *Journal of Jiangsu University(Social science edition)*, (5), 10.]

赵敦华 (2003). 《西方哲学简史》. 北京: 北京大学出版社.

[Zhao, Dunhua (2003). *A short history of western philosophy*. Beijing: Peking University Press.]

郑震 (2011). 列斐伏尔日常生活批判理论的社会学意义: 迈向一种日常生活的社会学. 《社会学研究》, (3), 191.

[Zheng, Zhen (2011). The sociological significance of Lefebvre' s critical philosophy on daily-life: a philosophy about everyday life. *Sociology Studies*, (3), 191.]

爱德华·苏贾 (2004). 《后现代地理学: 重申批判社会理论中的空间》(王文斌译). 北京: 商务印书馆.

[Soja, W. E. (2004). *Postmodern geographies: the reassertion of space in critical social theory*. Beijing: The Commercial Press.]

安东尼·吉登斯 (1998). 《社会的构成》(李康, 李猛译). 北京: 三联书店出版社.

[Giddens, A. (1998). *The constitution of society*. Beijing: SDX Joint Publishing Company.]

马克·波斯特 (2007). 赛博空间: 当代文化定义的困惑与转机. 《学术月刊》, (6), 39.

[Post, M. (2007). Cyberspace: the confusion and favorable transmission of current culture definition. *Academic Monthly*, (6), 39.]

米歇尔·德塞图 (2009). 《日常生活实践》(方琳琳, 黄春柳译). 南京: 南京大学出版社.

[Certeau De, M. (2009). *L' invention du quotidien 1. arts de faire*. Nanjing: Nanjing University Press.]

米歇尔·福柯 (2007). 《规训与惩罚》(刘北成, 杨远婴译). 北京: 三联书店出版社.

[Foucault, M. (2007). *Discipline & punish: the birth of the prison*. Beijing: SDX



Joint Publishing Company.]

曼纽尔·卡斯特 (2006). 《认同的力量》(曹荣湘译). 北京: 社会科学文献出版社.

[Castells, M. (2006). *The power of identity*. Beijing: Social Sciences Academic Press.]

曼纽尔·卡斯特 (2006). 《网络社会的崛起》(夏铸九, 王志弘译). 北京: 社会科学文献出版社.

[Castells, M. (2006). *The rise of the network society*. Beijing: Social Science Academic Press.]

威廉·J·米切尔 (1999). 《比特之城》(范海燕, 胡咏译). 北京: 三联书店出版社.

[Mitchell, J. W. (1999). *City of bits: space, place, and the infobahn*. Beijing: SDX Joint Publishing Company.]

Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: Philadelphia University of Pennsylvania Press.

Lefebvre, H. *The production of space*[Z]. D. N. Smith. Oxford: Wiley-Blackwell, 1992.

Milgram, S. (1967). The small-world problem. *Psychology Today*, (1), 62.

