

虚拟文化空间生产及其维度设计研究

——基于列斐伏尔“空间生产”理论

陈波 宋诗雨

摘要:列斐伏尔空间生产理论基于空间的物理性提出空间生产的三元辩证与解释维度,开创了独具特色的空间生产理论。新时代的社会变革催生出新生活、新场景与新空间。将列斐伏尔空间生产的三元形态转化为虚拟空间实践、虚拟空间表征和表征性虚拟文化空间;在列斐伏尔空间生产基础上提出虚拟文化空间生产,从空间的虚拟性角度优化空间生产理论,推动空间生产从自然空间到社会空间再到虚拟空间,在历史维度上对空间生产理论进行延伸与扩展;着重关注空间社会性和精神性,强调让技术和发展为日常生活服务,满足人们的精神文化需求,重塑人的主体性,为虚拟文化空间理论建设和实践应用提供借鉴。

关键词:虚拟文化空间;空间生产;维度设计;列斐伏尔

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2021.01.004

一、引言

当前科技快速发展,文化空间逐步进入虚拟化阶段。国内外学者对文化空间的研究从物理文化空间扩展至虚拟文化空间,并取得了诸多成果。加拿大作家威廉·吉布森在《神经漫游者》科幻小说中首次使用“赛博空间”(Cyberspace)一词来描述基于互联网等计算机技术产生的虚拟空间。我国的空间概念从西方引进,并根据国内实际情况对其应用与发展。杜骏飞认为,虚拟文化空间是由有共同目的和意趣的人聚合而成的“网络共同体”^①。张之沧认为虚拟空间是集物质空间、精神空间、社会空间、文化空间和客观知识空间之大成而构建的一种“超空间”或“后空间”^②。陈波和穆晨指出,虚拟公共文化空间可提供数字化文化资源、文化参与场所及虚拟文化活动,并在此基础上形成特定的空间运行逻辑与行为规范^③。

国外学界对虚拟文化空间的研究主要集中在政治学、心理学、建筑学等领域,通过大数据分析方法率先将虚拟空间概念应用到城市规划学和城市地理学研究中。如 Blascovich 基于人的心理活动围绕行为对象、特定人物和意义环境提出虚拟空间的沉浸式三维表现^④。诺伯格·舒尔茨从建筑学角度出发划分空间为存在的、实用的、抽象的、认知的与知觉的五种形式^⑤。陈波和陈立豪的研究指出,Armstrong 和 Hagel 最早对虚拟文化空间开展维度研究,按照公众需求将虚拟文化空间划分为交易

基金项目:2020年度国家社科基金艺术学重大项目“促进文化和旅游融合政策创新研究”(20ZD01)。

作者简介:陈波,武汉大学国家文化发展研究院教授,博士生导师(武汉 430072; 313882715@qq.com);宋诗雨,武汉大学国家文化发展研究院(武汉 430072; 547908810@qq.com)。

① 杜骏飞:《存在于虚无:虚拟社区的社会实在性辨析》,《现代传播》2004年第1期。

② 张之沧:《虚拟空间与“人、地、机”关系》,《南京师大学报(社会科学版)》2015年第1期。

③ 陈波、穆晨:《互联网条件下虚拟公共文化空间模式研究》,《艺术百家》2019年第1期。

④ Blascovich J., *Social Influence within Immersive Virtual Environments*, Berlin: Springer-verlag Press, 2002, pp. 127-145.

⑤ 诺伯格·舒尔茨:《存在·空间·建筑》,尹培桐译,北京:中国建筑工业出版社,1990年。

空间、兴趣空间、关系空间与幻想空间^①。Kwan等、Hollenstein等均借助大数据和互联网信息技术,围绕虚拟文化空间的功能效用,探索更加人性化的城市空间布局^{②③}。

国内虚拟文化空间研究兴起于20世纪末21世纪初。近年来,各学科领域的专家学者依据不同理论对虚拟文化空间维度进行思考与划分,但研究主要集中于空间类型与功能、网络社会行为与空间构建、空间转向的应对策略与路径选择等。戴雅楠从空间功能出发,将虚拟文化空间划分为博客空间、社交空间、游戏空间和论坛空间^④。孔剑平从参与者主体角度出发,将虚拟文化空间划分为产品型、兴趣型、品牌型、知识型与工具型^⑤。闫华峰以行动者网络理论为工具,从空间社会文化、行动者和网络招募工具三个维度剖析空间的建构过程^⑥。张之沧认为虚拟空间与物质空间、想象空间相互关联,至少拥有物质、社会文化和空间组织三个层面的关系^⑦。戴骋以理查德·桑内特的公共性理论为切入点,从人格、共同体和亲密性专制统治三个维度对网络虚拟空间的公共性弱化现象进行了研究^⑧。郭超运用互联网思维中的跨界思维对消费与空间进行了思考,认为空间消费行为可以分为功能消费、活动消费和符号消费三个层面,并提出互联网时代空间变化的应对策略^⑨。胡杨、董小玉基于鲍德里亚“意象生产”式的文化生产理论,提出虚拟文化空间构建的三方面要素,即数字技术、虚拟文化空间营造和参与主体精神的交互沉浸,进而分析了虚拟文化空间构建特征^⑩。

国内外学界对虚拟文化空间的研究涉及政治、经济、文化和社会各个领域,分别从不同角度对虚拟文化空间进行创新研究,并在空间维度、理论工具、影响机制、实证应用和对策研究等方面取得了一定的成果,但也存在不足与待完善之处:一是现有研究大部分从各自学科角度出发,基于互联网与信息技术,偏向空间的技术属性;二是就虚拟文化空间研究而言,空间生产理论及维度表达方面的研究亟待开展。本文基于虚拟文化空间研究现状与发展趋势,通过对列斐伏尔“空间生产”理论的研究分析,提炼出虚拟文化空间生产要素及其维度表达,为虚拟文化空间理论建设和实践应用提供借鉴思路。

二、列斐伏尔空间生产理论阐释

二战后,西方发达国家工业化、城市化加速推进,人口和产业迅速向城市聚集,郊区城市化、逆城市化现象逐步显现,城市中心功能不断丧失,城市空间日益标准化、同质化。为应对危机,西方发达国家政府加大对经济社会的干预程度,通过制定积极的财政政策和公共政策改造中心城市,试图恢复城市功能。积极政策下城市马太效应却更加显著,城市管理危机重重,公众信心和城市空间活力逐步丧失。

在此背景下,城市空间的社会性显现,西方学者开始研究空间与社会的关系。芝加哥学派从乡村社会学转向城市空间领域研究,探索城市空间结构与社会关系问题。新城市社会学派从政治经济角

① 陈波、陈立豪:《虚拟文化空间下数字文化产业模式创新研究》,《中国海洋大学学报(社会科学版)》2020年第1期。
 ② Kwan M. P., Lee J., *Geovisualization of Human Activity Patterns Using 3D GIS: A Time-Geographic Approach*, Oxford: Oxford University Press, 2004, pp. 48-66.
 ③ Hollenstein L., Purves R., "Exploring Place through User-generated Content: Using Flickr Tags to Describe City Cores", *Journal of Spatial Information Science*, 2013, 1, pp. 21-48.
 ④ 戴雅楠:《虚拟社区的传播特征浅析》,《东南传播》2009年第6期。
 ⑤ 孔剑平:《社群经济:移动互联网时代未来商业驱动力》,北京:机械工业出版社,2015年,第24-27页。
 ⑥ 闫华峰:《赛博空间社会建构及其文化再生产》,哈尔滨工业大学学位论文,2010年,第10-13页。
 ⑦ 张之沧:《论空间的生产、建构和创造》,《学术月刊》2011年第7期。
 ⑧ 戴骋:《网络虚拟空间公共性的弱化研究》,江西财经大学学位论文,2016年,第3页。
 ⑨ 郭超:《互联网时代下公共空间变化探究及应对策略》,中南林业科技大学学位论文,2017年,第18-20页。
 ⑩ 胡杨、董小玉:《数字时代的虚拟文化空间构建——以网络游戏为例》,《当代传播》2018年第4期。

度出发寻找城市空间重构因素,提出私有制社会制度与生产方式促进资本积累的逻辑及其对城市空间形塑的影响^①。列斐伏尔透过对日常生活的观察,意识到空间生产与资本主义生产方式的内在关联。1968年《进入都市的权利》的出版标志着列斐伏尔进入城市空间研究领域。之后,他和各界学者共同创办了《空间与社会》刊物,对空间生产进行长期研究,相继提出空间的政治维度、城市规划认识论、都市战略等。

在批判吸收前人空间思想的基础上,如马克思恩格斯关于空间的理论、德波的景观理论、德国哲学家和法国语言学家关于空间的研究等,列斐伏尔出版了《空间的生产》一书,以空间维度作为解释社会的视角,将社会过程、社会结构、社会关系放在空间的形态化中,开创了独具特色的空间生产理论。他认为空间生产主要围绕社会空间开展一系列生产创造活动。空间既是具体场所,又是在物质实践基础上形成的抽象的社会理想模型。

(一)空间生产的三重维度

列斐伏尔借鉴德国辩证法三位一体说,从法国现象学角度指出空间生产表达为空间实践、空间表征和表征性空间三元形态,三元辩证联系、相互作用。他从语言学的角度进行分析,认为其可以表现为感知的空间、构想的空间和直接的空间。“人类以其身体性与感觉性、感知与想象、思维与意识形态、活动与实践进入彼此的相互联系之中。”^②不同学者对空间的表达形态进行了解释(见表1)。“空间是社会的产物”,既是某一具体产品,又是抽象的社会产物。矛盾运动着的社会实践是空间生产的出发点。从空间与社会生产关系来看,可以将空间生产划分为空间的物理性、精神性和社会性三重维度,对空间生产的三元表达形态予以解释。

表1 不同学者对空间三元形态的解释^③

列斐伏尔	谢尔兹	埃尔登	麦瑞菲尔德	施米德
空间实践	知觉的空间	物理的空间	社会的空间	自然与物质性的物理领域,可实践、可感知的物质生产
空间表象	推论性空间;具体的空间规划、空间设计等	构思的空间;想象的空间;一种精神构造	概念化的、构想式的空间	逻辑与形式化的精神领域;抽象的、虚构的、知识的生产
表征性空间	可能的空间;体验的空间;形成社会的想象	体验的空间;在日常生活中被加工改造的空间	体验日常生活的空间	社会领域;想象与象征;空间体验与意义的生产;直观的空间

资料来源:作者整理。

1. 空间生产的物理维度。空间的物理性是空间生产的基础。空间实践即可感知的社会生产生活实践;它具有空间中的生产和空间自身的生产两个层面的含义,在空间生产过程中不断促进自然空间向社会空间转化。从空间的物理性来理解,在空间实践过程中,空间中的生产将空间理解为空间生产的场所,每一种空间都被物理地标识为特定的空间实践过程,是自在自然生产与人化自然生产的结合。一是置身于自然物质环境与人化地理环境之中,与构成空间的物质性要素直接相关;二是“空间的生产类似于任何同类商品的生产”^④,空间生产是动态的社会实践。

“空间的生产始于对自然节奏的研究,即对自然节奏在空间中固化的研究,这种固化是通过人类

① 张品:《空间生产理论研究述评》,《社科纵横》2012年第8期。

② 刘怀玉:《空间的生产若干问题研究》,《哲学动态》2014年第11期。

③ Shields R., “Lefebvre, Love and Struggle: Spatial Dialectics”, *Routledge*, 1999, p. 160; Elden S., “Understanding Henri Lefebvre: Theory and Possible”, *Continuum*, 2004, p. 190; Merrifield A., “Henri Lefebvre: A Critical Introduction”, *Routledge*, 2006, pp. 109-110.

④ Lefebvre H., Enders M. J., “Reflections on the Politics of Space”, *Antipode*, 2010, 8, pp. 31-33.

行为尤其是与劳动相关的行为才得以实现的。”^{①②}作为一种生产方式,空间生产凭借生产力开发自然资源,实现物质资料生产与再生产,主要表现为城市物质基础设施的完善、人造环境的优化,物质生活的丰富等。空间中的生产在根本上是通过物理空间扩展来压缩生产时间,提高生产效率;通过物理空间规模扩张生产出更多产品,实现空间扩大再生产,体现着物质生产的发展与提升。

从空间的整体性来看,相比较于空间中的生产,列斐伏尔认为,空间生产在物质生产的基础上更加关注空间的社会性及其生产意义,即空间本身的生产。因此研究空间生产的社会性具有重要意义。

2. 空间生产的社会维度。一方面,物质资料的生产发展助推空间规模延伸,空间生产力在有目的的政治意识形态配置下,超越了城市、区域与国家等地理界限,形成全球化、网络化的空间生产模式,促进物质空间再生产。另一方面,从空间的社会意义来看,空间还包容了生产出来的事物,包含事物共时态下并行不悖的有序或无序的相互关系^③。通过合理分配与优化空间生产的内在形式,即物质关系、生产关系和社会关系,可以在资源配置、权力工具使用和社会结构优化等方面实现空间本身的纵深发展。

列斐伏尔认为,“空间看起来是纯客观形式,但它却是社会的产物”^④。空间的社会性表现出以下特征:一是隐藏于物质空间生产之中,通过各种社会活动和社会关系予以呈现;二是受主体人的影响,具有历史经验性。空间实践过程围绕人们的日常生活展开,空间实践方式在生产实践关系下变得多样化且可感知。因此,物理空间生产出的各种社会活动和空间关系及其基于主体经验的相互协调,又反作用于空间中的生产。实际上,这就是通过改变劳动者和生产资料在物理空间中的分布,从而实现社会空间的重构,促进社会生产的发展和提升。

人们在创造各种物质产品的同时,也在创造着新的生活方式与生活领域,在空间实践过程中也在改造着自身的精神世界。列斐伏尔认为,空间生产的历史逻辑和人的发展的历史逻辑具有根本的一致性,强调对日常生活的回归^⑤。这是从真实的人延伸到总体性的人的开创性探索。

3. 空间生产的精神维度。从空间的精神性来理解,空间表征是对空间的概念与想象,是主体构想的精神的空间。它是抽象与具体的统一。在空间生产过程中,特定事物或人物(如科学家、城市规划者)在生产关系相互作用下,借助某种具体形式的载体或者有形/无形的符号,通过设想与感知,将各种生产要素和社会关系联系起来形成一种概念化的空间。它也是想象与现实的转化,通过概念空间的建立表达特定的空间含义,实现表征目的。

在表达出来之前,空间表征是一种精神空间,是空间生产的一个特定领域。在表达出来之后,空间表征又具有一定的社会属性。空间表征受资本和政治意识形态的影响,为资本家、技术官僚、城市规划师和科学家所控制,既是一种智力成果,又是一种统治工具。为了发展资本主义,空间生产规划概念构想的背后是资本生产方式的政治意识形态。在资本利益的驱动下,资本家视空间为生产与消费的对象,将空间资本化,出售空间产品获得剩余价值与利润,通过资本实现对空间的买卖,刺激消费,控制空间市场。

表征性空间是将空间实践和空间表征包含在内,形成的一种基于直接体验的符号系统或精神虚构。它是一种抽象的存在形式,没有物质空间载体,需要借助语言学意义上的符号、编码或象征手段来表达自身的深层含义。在此意义上,表征性空间借助传媒工具和文化符号展现人们的实践活动及

① 包亚明:《现代性与空间的生产》,上海:上海教育出版社,2003年,第96页。

② 冯琼:《从空间政治学角度审视中国法制空间的生产》,《中国社会学会社会建设研究专业委员会2015年学术年会暨“时空研究与当代中国社会建设”学术研讨会论文集》,2015年,第308-415页。

③ Pickvance C. G., “Theories of the State and Theories of Urban Crisis”, *Current Perspectives in Social Theory*, 1980, 1(1), pp. 31-54.

④ Lefebvre H., *Spatial Planning: Reflections on the Politics of Space*, Chicago: Maaroufa Press, 1977, p. 34.

⑤ 庄友刚:《空间生产与资本逻辑》,《学习与探索》2010年第1期。

其社会关系,是一种超越现实的概念。从空间的精神性来理解,“空间从来就不是空洞的:它蕴含着某种意义”^①,表征性空间就是人们社会生活意义的全部。

表 2 列斐伏尔空间生产三重维度(自制)

维度划分	维度解释		
空间的物理性	自在自然		
	空间的社会性	物质空间生产及其扩大再生产 社会空间生产及空间关系再生产	空间实践
空间的精神性			空间表征
空间的精神性	概念的、构想的精神空间	空间表征	
	体验的、意义的符号系统	表征性空间	

资料来源:作者整理。

(二)空间生产的功能效用

列斐伏尔认为,空间的生产具有六个功能特性:第一,空间作为一种生产方式,扮演者生产力的角色,“利用空间如同利用机器一样”^②,空间能够创造出物质资料、丰富物质生活;第二,空间是一种特殊的产品,同商品一样具有价值与使用价值,可以攫取剩余价值;第三,空间既是生产的对象,也是消费的归属地,空间作为具体的场所,为人们提供消费的场所;第四,空间具有意识形态性,广义而言,不同的空间具有不同的政治意识形态;第五,空间生产蕴含着阶级斗争与矛盾,空间是场所,也是目标^③;第六,“空间成为意识形态的力”^④,和上层建筑对空间生产的稳固作用相当^⑤。空间的生产围绕物理、社会和精神三重维度,不仅表达空间经济活动的生产,还显示出政治的、意识形态的生产,蕴含着辩证的、矛盾的功能效用。

列斐伏尔重点关注空间生产的社会意义。资本力量深入日常社会空间生产,使其成为资本主义控制的对象、发展的基础以及维护统治的工具。空间既是无限的,又是有限的。空间的生产在本质上由资本和利益所控制,并不断挤压着人们的生存空间。为实现对资本主义的批判,列斐伏尔提出空间生产中的“城市权利”与“空间正义”,指出城市居民有权利拒绝外在力量的控制,实现物质空间和社会空间生产自主性。在空间化历史过程六阶段中,“差异空间”与“城市权利”相对应,这是一种克服矛盾、试图恢复和重建自由的、差异性的未来城市空间,也是寻找一种“差异空间”的政治目标。

从根本上来说,空间生产是人类生存和发展的根本方式。空间生产的发展根源于人自身的发展,以人的发展为终极价值指向。列斐伏尔聚焦空间生产的“主体性”层面,考察人们日常生活生产实践中的行为活动和生活方式,并根据人们的需求表达,赋予空间新的意义。这为空间生产与满足主体人自身生存和发展需求给予真正创新与革命的力量。

(三)评述及借鉴

列斐伏尔提出空间的三元辩证,从空间的物质性、精神性和社会性三个层面来解释空间与社会生产的紧密关系,构建了物理、精神、社会三位一体的空间理论模型,发展了马克思主义关于空间的理论,开创了独具特色的空间生产理论。在对生产概念的阐述中,列斐伏尔突破了物质生产受时间空间制约的界限,提出非物质与非量化的社会关系与社会空间再生产。另外,列斐伏尔的空间生产理论对

① Pickvance C. G., “Theories of the State and Theories of Urban Crisis”, *Current Perspectives in Social Theory*, 1980, 1(1), pp. 31-54.

② 高峰:《城市空间生产的运作逻辑——基于新马克思主义空间理论的分析》,《学习与探索》,2010年第1期。

③ 高峰:《城市空间生产的运作逻辑——基于新马克思主义空间理论的分析》,《学习与探索》,2010年第1期。

④ 高峰:《城市空间生产的运作逻辑——基于新马克思主义空间理论的分析》,《学习与探索》,2010年第1期。

⑤ Lefebvre H., *The Production of Space*, Oxford: Blackwell, 1991, pp. 348-349.

新马克思主义城市空间学派产生影响,大卫·哈维、曼纽尔·卡斯特尔、爱德华·苏贾、尼尔·史密斯、德里克·格雷戈里和迈克·迪尔等将空间生产与城市研究、地理学研究、社会研究和政治经济学研究等相结合,对空间生产理论批判继承与发展,将其应用到社会领域各个方面。

列斐伏尔的空间生产理论是基于物理空间下的生产理论,对虚拟空间生产具有一定的借鉴意义。其一,该理论产生于工业化、城市化与全球化加速发展的社会历史背景下,与我国当前社会转型背景具有一致性;其二,该理论在对资本主义国家空间生产的分析与批判基础上提出,源于马克思主义关于空间的思想,其中有关物质生产、社会关系、主体性、历史意识、城市权利和差异空间等重要理念和批判精神值得借鉴;其三,该理论的出发点是微观的日常生活,倡导通过革命的方式实现美好生活的构建,这与虚拟空间生产所追求的目标有异曲同工之妙;其四,列斐伏尔空间生产的理论模型和解释框架为虚拟空间生产提供了方法与思路,其中的空间认识、维度划分和理论阐释等为虚拟空间生产提供了重要参考价值。

在虚拟空间生产研究中,也需要认识到列斐伏尔空间生产理论的不足之处并加以完善。如:过于专注空间生产与资本主义发展的紧密联系,忽视了空间生产本身的历史维度;提出的空间改造与革命具有理想化色彩,缺乏现实根据;对空间问题的阐述具有一定的主观性,重视空间的经济性和政治性,弱化社会根源;人的主体性与空间认同尚待深入研究等。

三、虚拟文化空间生产维度设计

借鉴列斐伏尔空间生产理论的运行逻辑,在对现实物理空间分析的基础上,引入新科技革命及其影响下社会日常生活的变化,以发展差异空间、创造符合公众意愿的新的日常生活为导向,形成了虚拟文化空间生产理论。现实物理空间和虚拟文化空间在运行逻辑和价值目标取向上相似,同时,虚拟文化空间有着自身的运行特性:在空间策略上,虚拟文化空间生产强调让技术和发展为日常生活服务,满足精神文化需求,重塑人的主体性,将空间权利赋予大众,倾向于发展差异空间,创造符合公众意愿的新的日常生活等,见表3。

表3 虚拟文化空间生产与现实物理空间生产比较

	虚拟文化空间生产	现实物理空间生产
社会背景	信息时代(第三次科技革命)	电气时代(第二次科技革命)
	城市化、工业化、全球化加速推进下,城市空间问题凸显	
运行环境	虚拟文化空间	现实物理空间
运行逻辑	空间生产力与空间生产关系	
	空间内生产转向空间本身生产	
	物理、精神、社会三位一体	
内驱力	知识—科技成果	经验—工具革新
空间策略	让技术和发展为日常生活服务,满足精神文化需求,重塑人的主体性	让技术和发展为日常生活服务,恢复人的主体性
主体地位	空间权利赋予大众	资本和意识形态主导
深层指向	发展差异空间,创造符合公众意愿的新的日常生活	寻找差异空间,建立新的政治秩序; 对物质空间生产异化的批判
价值目标	人的全面而自由的发展	

资料来源:作者整理。

虚拟文化空间即“科技+文化空间”，是以物质文化资源为基础，科学技术为支撑，文化空间为场域的一种空间表达形态。虚拟文化空间生产是对虚拟文化空间自身开展的生产创造活动，比如虚拟文化空间设计规划、空间中虚拟文化产品生产、服务生产，还包括虚拟文化空间行为及其基础上形成的空间社会关系和组织形态。借鉴列斐伏尔空间生产理论，可以从空间的物理性、社会性和精神性三个层次理解虚拟文化空间生产。

（一）虚拟文化空间生产三大要素及其构成

虚拟文化空间生产包含三大要素，分别是科技要素、文化资源要素和文化空间要素。科技要素主要指现代科学技术，包括互联网与移动通信技术、虚拟现实技术、增强现实技术以及5G新媒体应用技术等，不断推动社会文化空间向数字化、信息化、网络化与智能化方向发展。文化资源要素既是有形的又是无形的，既是物质的又是非物质的，具有独特性与差异性，通过其自身文化价值的发挥可以实现一定的社会效益。文化空间要素强调空间的文化性，是具体与抽象的统一。

虚拟文化空间生产三要素缺一不可、相互作用。文化资源是文化空间的物质载体，是科技支撑的对象，也是虚拟文化空间形成的物质基础；科学技术是转化物质文化资源、打造物理文化空间的手段和方法，也是实现虚拟文化空间生产、分配、交换和消费全过程的技术条件。文化空间以人的精神文化需求为核心，具有物理、精神和社会三重属性，是满足人们文化空间体验、形成虚拟文化空间认同的社会场域。

（二）虚拟文化空间生产的三重维度

虚拟文化空间包括三个层次的维度，分别是空间的物理性、社会性和精神性。空间的物理性是指自然物质空间及其所包含的物质生产资源与生产要素；空间的社会性是指人们实践基础上对社会生活的再创造与社会关系再生产；空间的精神性即立足于人的主体性，由文化符号及其价值所构成的精神空间。

1. 虚拟文化空间生产的物理维度。从空间的物理性去理解，文化资源在数字化技术、虚拟现实技术推动下转化为数字文化资源，变成虚拟空间中可感知的文化生产要素，使空间实践转变为虚拟空间实践。同样，它具有虚拟空间中的生产和虚拟空间自身的生产两个层面含义。虚拟空间中的生产将空间理解为具体的场所，该场所受互联网与信息技术的影响而转变为虚拟的网络空间。虚拟空间实践置身于虚拟自然环境与数字文化环境中，与构成空间的数字文化资源要素直接相关。在网络虚拟文化空间中，科学技术成为提高空间生产力的关键要素，并延伸物理空间生产范围而实现数字文化生产与文化空间物质扩大再生产。

虚拟文化空间以数字文化资源为客观基础，空间生产出来后数字文化资源所体现的自然物理空间基本性质仍然存在。单就空间的物理性而言，虚拟文化空间和自然物理空间并无根本性差异，是由自然物质生产资源与生产要素组成。虚拟文化空间形成数字化文化空间平台，利用科技要素实现了文化资源的整合与数字化，从而突破文化生产活动对物理空间的依赖，同时在线文化生产、分配、交换与消费，满足人们的虚拟文化空间体验。如全国各地博物馆在防控疫情相继关闭的同时，利用已有数字资源推出一批精彩网上展览。5G+VR全景视频或影像制播、视频直播演示已经在部分演唱会、赛事直播、晚会场景中应用，并且可以满足公众远程交互需求，参与景点互动。一些旅游景点还通过应用智能软件实现景区线上服务功能，发展新型智慧旅游。因此，从空间的物理性去理解虚拟文化空间，主要是基于数字文化资源与生产要素形成有效的虚拟文化空间平台，突破文化空间对物理环境的依赖。

2. 虚拟文化空间生产的社会维度。从空间的社会性去理解，虚拟文化空间实践与人的实践活动相关。一方面，“空间是社会的产物”^①，人们依托互联网在虚拟空间中进行有关文化的社会生产实

^① Lefebvre H., *The Production of Space*, Oxford: Blackwell, 1991, p. 146.

践,形成基于虚拟文化空间的生产关系及空间社会关系;另一方面,人们在线上进行文化生产的同时也创造着新的生活方式与社会关系,即人们对社会生活的再创造与再生产。在此过程中,形成新的空间组织与空间社会规范,实现虚拟社会文化空间重构。在此意义上,虚拟空间中的生产转化为虚拟空间自身的生产。

因此,虚拟文化空间也是社会空间。以社会关系为基础的文化空间行为及其方式构成了虚拟文化空间的另一层含义。虚拟文化空间的形成将推动社会公众文化空间行为方式的转变,形成良好的空间社会关系,提升公众对数字文化设施、产品、服务的全方位空间体验。从长远来看,建立虚拟文化空间将极大提高信息传递效率,有利于公众文化需求及时反馈,充分释放文化消费潜力,增强公众文化信心;同时,能够简化、优化文化服务流程,提高文化供给水平,提升公共文化服务水平和质量。

3. 虚拟文化空间生产的精神维度。从空间的精神性去理解,人们在虚拟文化空间生产实践过程中也在改造着自身的精神世界。虚拟文化空间聚焦于日常生活的主体性层面,通过突破物理空间有限性,维护人们日常生活中文化生产与消费的权利,为人们提供文化空间生产、消费的新途径与新方法,改变原有的空间形态,满足人们在文化空间生产过程中的主体性文化体验和精神发展需要。“现代社会所有精神生活的前提在于人的行动主体性意义的确立。人这个主体具有不可市场化的尊严和价值,即不可转让性,这也是市场经济运作的本体前提。”^①文化生产在现代社会迅速转型中受资本和利益影响逐渐走偏,出现商业化与同质化等非理性扩张。虚拟文化空间借助现代科技对日常生活中的文化生产行为及其方式进行改造,让技术为日常生活服务,倒逼文化生产空间的原真性与多样性。在延伸文化生产发展空间,恢复人的主体性、实现人的空间权力的同时,虚拟文化空间将促进文化产业业态创新发展,充分释放文化消费潜力,形成良性竞争的文化空间环境。

在虚拟文化空间生产过程中,列斐伏尔空间生产意义上的空间表征与表征性空间仍然存在。特定事物或人物在虚拟空间生产关系相互作用下,借助虚拟文化符号或某种技术媒介,表达想象的或概念的空间,并通过虚拟空间实践将其转化为虚拟现实。同样,在表达出来之前,虚拟文化空间表征只是某种概念或想象;在表达出来后,便成为具有一定社会属性的空间形式,如微博、哔哩哔哩、直播平台等虚拟社区。表征性虚拟文化空间是一种抽象的数字文化符号系统,是人们在虚拟文化空间中生产、消费、交换和分配等活动的直接体验、象征与再现。

四、结语

科学技术领域的深刻变革推动文化空间提质升级,产生出一种新的文化空间形态。列斐伏尔空间生产理论中有关社会关系、主体性和差异空间等重要理念为虚拟文化空间生产提供了重要理论基础。新时代的社会变革催生出新生活、新场景与新空间。社会的转型,必须具有真正革命的性质,对日常生活、语言、空间都必须给予创新的力量^{②③}。在科技这一革命力量推动下,虚拟文化空间突破现实物理空间束缚,将列斐伏尔空间生产的三元形态转化为虚拟空间实践、虚拟空间表征和表征性虚拟文化空间。围绕空间的物理性、社会性和精神性三重维度,虚拟文化空间生产以人们在日常生活中的精神文化需求为核心,通过科技的力量改变文化资源呈现方式、文化空间行为方式;并在虚拟文化空间生产实践的过程中,满足人们对美好生活的向往,建立全新的生活方式与社会关系再生产,赋予人们日常生活新的意义。

列斐伏尔的空间生产理论基于空间的物理性提出空间生产的三元辩证与解释维度。虚拟文化空

① 亢雄:《旅游消费的伦理维度及其实现路径》,《理论导刊》2014年11期。

② 黄凤祝:《城市与社会》,上海:同济大学出版社,2009年,第197页。

③ 林贞:《亨利·列斐伏尔的空间生产理论探析》,兰州大学学位论文,2014年,第16页。

间生产从空间的虚拟性角度弥补了科技迅速发展下空间生产理论的不足,推动空间生产从自然空间到社会空间再到虚拟空间的过渡,在历史维度上对空间生产理论进行了延伸与扩展。同时,科技推动下的虚拟文化空间生产缓减了原有文化空间生产中出现的等级性与不均衡性矛盾,削弱了资本和政治意识形态对文化空间生产的影响,空间不再是资本与意识形态控制的工具,而成为一种政治理性与工具理性。这为当前文化和科技融合趋势下文化产业业态融合、文化资源效能释放、文旅融合提质升级、虚拟公共文化空间平台建设等提供了理论基础与建设思路。

本文基于列斐伏尔空间生产理论进行虚拟文化空间生产维度设计,但空间生产理论研究的整体性理论框架有待探讨。虚拟文化空间生产以物理文化空间生产为基础又超越物理现实空间,文化空间生产中虚拟与现实的转化与互动机理有待研究。虚拟文化空间生产将科学技术、文化空间与社会生产相联系,由于空间具有虚拟性、隐匿性,人们在虚拟文化空间中的行为方式及其表达难以控制,虚拟文化空间生产行为及其管理有待考察。科学技术推动下空间的流动与转换加速,空间内部规则与结构动摇,由于人们对虚拟文化空间的认知具有层次性、差异性,虚拟文化空间生产思维有待转型、运行机制亟待分析。虽然虚拟文化空间生产以人的精神文化需求为核心,但空间资本与意识形态影响仍然存在。如何充分发挥虚拟文化空间生产的功能效用,弱化马太效应、避免虚拟文化空间生产走向异化,并建立良好的虚拟文化空间生态有待深入研究。

A Study of the Virtual Cultural Space Production and Its Dimensional Design —Based on Lefebvre’s “Space Production” Theory

Chen Bo Song Shiyu

(National Institute of Cultural Development, Wuhan University, Wuhan 430072, P. R. China)

Abstract: Lefebvre’s theory of space production puts forward the ternary dialectics and interpretation dimensions of space production based on the physics of space, creating a unique theory of space production. The social changes in the new era give birth to new lives, new scenes and new spaces. This article transforms the ternary form of Lefebvre’s space production into virtual space practice, virtual space representation and representative virtual cultural space; proposes virtual cultural space production on the basis of Lefebvre’s space production, and optimizes it from the perspective of space virtuality, promotes the transition of space production from natural space to social space and then to virtual space. Virtual cultural space production extends and expands the theory of space production in the historical dimension, focuses on the social and spiritual nature of space, emphasizes technology and development into daily life Services, meets people’s spiritual and cultural needs, reshapes human subjectivity, and provides reference ideas for the theoretical construction and practical application of virtual cultural spaces.

Keywords: Virtual cultural space; Space production; Dimensional design; Lefebvre

[责任编辑:郝云飞]