

城市更新背景下城市老旧小区网红空间的生产与叠写

王诗瑶、黄幸

华南理工大学

摘要：城市空间网红化是互联网与城市深度互动的产物，近年来深受规划、城市、地理学科关注。社区空间网红化相较于一般网红空间涉及更多的社会群体与空间类型，本研究以广州市体育路周边社区网红空间集群为例，借助扎根理论梳理访谈与网络文本数据，结合空间生产理论解析网红空间的生产与叠写机制。研究发现：1-网红空间以追求“流量”为目标，其核心吸引力来自文化，培育网红文化是网红空间诞育的核心环节，具体策略表现为空间意义的不断叠写与物质景观的转变。2-网红空间是城市虚实空间的重叠，其集群的演变受权力、制度、文化、社会氛围的影响。3-空间生产的内生动力是网红文化生产与资本循环，过程表现为：**a** 空间表征由网红资本与权力机构主导，通过虚实双重空间的改造实践而形成；**b** 网红空间使用者的空间实践是虚实双重的，可概括为“（线上）通过集体想象构建文化共识——（线下）个体访问寻求文化认同——（线上）个体反馈以达成自我表达——（线上）文化共识动态改变”的循环往复；**c** 空间表征与空间实践共同推动了网红空间景观的符号化、地方文化的多元化与社会结构的多维化，形成表征性空间。4-体育西路周边城市空间的网红化改变了地方文化、社会空间结构与空间边界，经历前身、萌芽、集群、演替四个发展阶段；5-体育西路网红空间与社区存在冲突与协商关系，在发展前期尤其激烈，矛盾的根源在于网红空间所有者通过攫取公共利益来获取私有收益。

关键词：网红空间、空间生产、叠写、虚实空间、老旧小区