

分类号 G209

密级

U D C

编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 公共文化空间建构的实践路径研究

——以兰州市黄河休闲茶摊为例

研究生姓名: 董雅茜

指导教师姓名、职称: 王一婕、副教授

学科、专业名称: 新闻传播学、新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2024年6月2日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 董雅茜 签字日期： 2024.6.3

导师签名： 王-妮 签字日期： 2024.6.2

导师（校外）签名： 王-妮 签字日期： 2024.6.2

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 董雅茜 签字日期： 2024.6.3

导师签名： 王-妮 签字日期： 2024.6.2

导师（校外）签名： 王-妮 签字日期： 2024.6.2

**A Study on the Practical Path of
Constructing Public Cultural Space:
Taking the Yellow River Leisure Tea Stall
in Lanzhou City as an Example**

Candidate : Dong Yaxi

Supervisor: Wang Yijie

摘 要

空间的生产与建构问题,是现代性观念下一个重要议题,引发了新闻传播学和诸多人文学科领域的关注。本研究以列斐伏尔空间三元辩证法为理论基础,以兰州市黄河休闲茶摊为研究对象,探讨了空间媒介在文化空间构建中的实际应用以及市井文化的传播方式和意义,以期厘清兰州市黄河休闲茶摊作为公共文化空间建构的实践路径。

黄河休闲茶摊拥有独特的自然景观、悠久的历史文化背景,并保留了丰富的兰州茶文化元素,不仅改变了市民的休闲生活方式,也逐渐成了一种鲜明的城市文化符号,赋予了黄河休闲茶摊作为公共文化空间的特殊性。本研究通过相关文献梳理发现,茶馆和茶摊的空间性研究在学界是比较边缘化的存在,同时现有研究大多将其作为一个物质性概念,从空间存在的意义阐释角度剖析空间的生产与消费逻辑,在视阈上限制了对于空间概念的理解,未能充分重视其在公共文化空间构建中所承担的传播载体的作用,也低估了其在文化传播中发挥出的实际价值。

本研究以民族志的方法,深入黄河休闲茶摊,对茶摊经营者、顾客进行了半结构化访谈,并采用非参与式观察等方式,收集了关于黄河休闲茶摊的丰富数据,从物质格局、符号意义、话语与社会互动等角度剖析其作为公共文化空间的建构路径。在对上述数据剖析后,研究者最终得出了黄河休闲茶摊作为公共文化空间建构的搭建路径,即基于物质建构的实体公共文化空间路径与基于意义建构的信息公共文化空间路径。本研究在一定程度上拓宽了空间传播研究视域的限制性,拓展了黄河茶摊作为公共文化空间的内涵,为区域特色文化的传播进行观照,同时为其他公共文化空间建构研究提供了理论与实践性参考,为传播学相关研究的空间转向提供逻辑进路。

关键词: 空间三元辩证法 列斐伏尔 黄河休闲茶摊 文化传播

Abstract

The production and construction of space is an important issue under the concept of modernity, which has attracted the attention of journalism and many humanities fields. This study is based on the Lefebvre spatial triad and takes the Yellow River leisure tea stall in Lanzhou as the research object. It explores the practical application of spatial media view in cultural space construction, as well as the dissemination methods and significance of urban culture, in order to clarify the practical path of the Yellow River leisure tea stall in Lanzhou as a public cultural space construction.

The Yellow River leisure tea stall has a unique natural landscape, a long historical and cultural background, and preserves rich elements of Lanzhou tea culture. It not only changes the leisure lifestyle of citizens, but also gradually becomes a distinct urban cultural symbol, endowing the Yellow River leisure tea stall with special characteristics as a public cultural space. This study found through relevant literature review that the spatial research of tea houses and tea stalls is a relatively marginalized existence in the academic community. At the same time, existing research mostly regards them as a material concept, analyzing the production and consumption logic of space from the perspective of interpreting the

meaning of spatial existence, limiting the understanding of spatial concepts from a visual perspective, failing to fully emphasize their role as communication carriers in the construction of public cultural spaces, and underestimating their practical value in cultural dissemination.

This study used ethnographic methods to delve into the Yellow River leisure tea stalls, conducted semi-structured interviews with tea stall operators and customers, and collected rich data on the Yellow River leisure tea stalls through non participatory observation. After analyzing the above data, the researchers ultimately concluded that the Yellow River leisure tea stalls serve as the construction path for public cultural space, namely the physical public cultural space path based on material construction, and the information public cultural space path based on meaning construction. This study has to some extent broadened the limitations of the research perspective on spatial communication, expanded the connotation of the Yellow River tea stall as a public cultural space, observed the dissemination of regional characteristic culture, and provided theoretical and practical references for the construction of other public cultural spaces, providing a logical approach for the spatial transformation of communication related research.

Keywords: Space triadic dialectics; Lefebvre; Yellow River Leisure Tea Stall; Cultural dissemination

目 录

1 绪 论	1
1.1 研究背景与意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 研究对象及方法.....	2
1.2.1 研究对象.....	2
1.2.2 研究方法.....	3
1.3 研究内容与创新点.....	4
1.3.1 研究内容.....	4
1.3.2 研究创新点.....	6
1.4 研究过程.....	7
1.4.1 数据收集.....	7
1.4.2 数据分析.....	9
2 理论基础与文献综述	11
2.1 空间建构——空间三元辩证法.....	11
2.1.1 物质空间：存在与被感知的黄河休闲茶摊.....	12
2.1.2 精神空间：符号意涵中的黄河休闲茶摊.....	12
2.1.3 社会空间：互动交往中的黄河休闲茶摊.....	13
2.2 文献综述.....	14
2.2.1 城市公共空间的建构研究现状.....	14
2.2.2 空间生产理论应用研究现状.....	16
2.2.3 公共空间视阈下的茶馆与茶摊.....	17
2.2.4 城市公共空间的文化传播研究.....	18
3 存在与被感知：黄河休闲茶摊的物质空间构成	18
3.1 黄河休闲茶摊的物质构成.....	19
3.2 黄河休闲茶摊的空间布局.....	21
3.3 本章小结.....	23
4 被塑造的感觉场：黄河休闲茶摊的精神空间构成	23
4.1 数字印象：空间的支配.....	23
4.2 媒介镜像：空间的想象.....	25
4.3 精神力量：表征中的权力控制.....	27
4.4 本章小结.....	28

5 作为互动的节点：黄河休闲茶摊的社会空间构成	28
5.1 公共认知作用下的社会互动行为.....	29
5.2 社会交往：交流场域的话语空间.....	36
5.3 兰州黄河休闲茶摊的显著特征.....	40
5.4 社会空间建构的意义：黄河休闲茶摊的功能认知.....	42
5.5 本章小结.....	52
6 研究结论	53
参考文献	56
附录一	62
附录二	63
致谢	64

1 绪论

1.1 研究背景与选题意义

1.1.1 研究背景

自我国迈进工业化时代以来，城市化浪潮便滚滚而来。数量庞大、体量巨大的购物中心在短时间内大量涌现。随着钢筋混凝土森林的拔地而起，人们逐渐踏入这个崭新的城市空间：精致写字楼、咖啡厅等象征品位与格调的商业建筑遍布各地。然而，在兰州黄河畔，露天茶摊却成为城市化进程中一道独特的风景线。在这里，一边欣赏黄河的壮丽景色，一边与三五好友饮茶聊天，成为很多人喜爱的活动之一。

在兰州，黄河休闲茶摊不仅是一种地方特色，更是参与塑造城市文化符号的典型元素之一。它通过提供促进人们相互交流的实体空间，从而与本地居民和游客建立起互动关系的方式，传递着兰州的城市风格和人文情感。同时，黄河休闲茶摊还通过社交媒体分享和景点打卡等文化仪式，塑造了人们的文化认同感。

如今，茶摊逐渐从功能较为单一的消闲场所转变为游客的文旅消费空间，它以独特的形态与游客的凝视相呼应，为其提供一种特别的文化体验。这种转变不仅丰富了黄河休闲茶摊的文化内涵，也为兰州的城市形象增添了新的魅力。

作为一种社会空间，黄河休闲茶摊满足了人们“聚在一起的可能性”^①：品茶、经营、聊天等一系列情感维系活动，让茶摊成为兰州人心中的文化家园和精神港湾；作为一个休闲场所，其发挥着联结往来人群的媒介作用，又因人际的互动机制，天然地成了一种“饮茶观景”的社会景观^②。同时，黄河休闲茶摊“闲适”的体验感，成为一种与“内卷化”生活现状截然相反的象征，引得大量网友纷纷前来“打卡”，致使黄河边上一排排茶摊，成为活跃在社交媒体当中的一张

^① 康德将空间定义为“聚在一起的可能性”，意味着唯有通过人与人之间的互动，才能把空间充满，让空间具有社会学意义。

^② “景观”一词，首次在居伊·德波 1967 年发表的《景观社会》一书中提到。德波认为，“景观”是“某种实在化、物质化和对象化的世界观”。

兰州名片；可以说，黄河休闲茶摊早已不是一个单纯的物理空间，而是一个复杂的文化意义生产空间。

在兰州的文化版图中，黄河两岸历代先民所创造的具有兰州地域特色的文化，以及丰富的丝绸之路驿站文化和渡口文化，都占据了重要的一席之地。而黄河畔的黄河休闲茶摊作为一种文化表征，在城市公共空间的构建和区域文化的塑造上具有举足轻重的地位。探索茶摊参与构建城市公共文化空间的维度和路径分析，有助于进一步丰富和提升兰州城市公共文化空间的文化内涵。

1.1.2 研究意义

黄河休闲茶摊拥有独特的自然景观、悠久的历史背景，并保留了丰富的兰州茶文化元素，不仅改变了市民的休闲生活方式，也逐渐成了一种鲜明的城市文化符号，赋予了黄河休闲茶摊作为公共文化空间的特殊性。然而，本研究通过相关文献梳理发现，茶馆和茶摊的空间性研究在学界是比较边缘化的存在，同时现有研究大多将其作为一个物质性概念，从空间存在的意义阐释角度剖析空间的生产与消费逻辑，在视阈上限制了对于空间概念的理解，未能充分重视其在公共文化空间构建中所承担的传播载体的作用，也低估了其在文化传播中发挥出的实际价值。

本文以茶摊建构城市公共空间的路径为核心研究问题，通过民族志研究，以列斐伏尔的空间生产理论为基础，以物质空间为基础，从精神空间、社会空间等多个维度对兰州休闲茶摊参与城市文化空间建构进行分析，分析茶摊何以成为建构城市公共空间的路径；有助于观照其他类似主体的公共空间建构机制，即为其其他市井空间建构和文化传播提供理论与经验建议。同时，本研究将茶摊作为公共空间建构的主体，也有助于人们了解黄河休闲茶摊作为公共文化领域的建构逻辑。

1.2 研究对象及方法

1.2.1 研究对象

黄河休闲茶摊指兰州城区黄河沿岸的露天茶摊，隶属黄河风情线大景区管委会统一管理，东起雁滩黄河大桥南北两侧，西至深安黄河大桥南北两侧，贯穿黄

河母亲、中山桥、兰州港、体育公园、龙源、白塔山码头、马拉松公园等多个景观节点，截至 2024 年 3 月已运营 47 处^①。

黄河休闲茶摊拥有独特的自然景观、悠久的历史文化底蕴，并保留了丰富的兰州茶文化元素，不仅改变了市民的休闲生活方式，也逐渐成了一种鲜明的城市文化符号，赋予了黄河休闲茶摊作为公共文化空间的特殊性。选择黄河休闲茶摊作为研究对象，旨在深入探究其在搭建文化传播载体中发挥的具体功能与作用及建构公共空间过程中的作用和路径。这一选择基于深厚的理论基础和实践意义。

黄河休闲茶摊作为一种开放的公共空间，为人们提供了一个聚集、交流和互动的平台，对于促进社会成员交流互动和文化认同具有积极意义。此外，黄河休闲茶摊在建构公共空间过程中呈现出多种路径：一方面，通过提供物质环境，形成能够休闲放松的场域；另一方面，茶文化自身携带一定的文化属性，黄河休闲茶摊亦为当地居民和游客提供了解和体验当地文化的窗口，人们得以通过线上线下的互动，促进了传播仪式的完成，进一步拓展了茶摊作为文化传播载体和公共文化空间的功能和意义。

因此，研究者拟通过对这一主题的深入研究和分析，厘清公共文化空间的形成与发展机制，为城市公共文化空间建设和文化传承提供有益的借鉴和启示。

1.2.2 研究方法

本文主要采用了非参与式观察法和半结构化访谈两种研究方法。

第一，非参与式观察法。本研究主要采用非参与式观察法，意在提供一种客观、不干预的观察角度，以更准确地捕捉和理解黄河休闲茶摊作为公共文化空间的自然状态和行为模式、茶客间的话语互动，从而揭示茶摊在当地社会文化中的角色和意义。非参与式观察，作为一种被动观察方法，优势在于减少了研究者的存在对研究对象行为的影响，从而获取更真实、未经修饰的数据。通过这种观察方式，本研究能够深入探究茶摊的日常运作、顾客行为及其与空间互动的方式，此外，在探究关于公共空间使用和社会互动方面的关系时，又因非参与式观察的客观性和距离感，能够为理解茶摊如何作为一个动态的公共文化空间存在提供了直观视角和客观数据支持。从方法使用层面来讲，研究者深入茶摊场域，对茶摊

^① 数据来自黄河生态旅游开发集团公司文件《关于黄河风情线休闲茶摊项目工作报告》

的格局、茶客与摊主、店员行为、对话内容进行观察，并作以影像、文字记录。

第二，半结构化访谈法。访谈法，指研究者以口头交流的形式，根据研究需要向受访者提出相关问题。研究者需要尽可能从受访者的观点了解世界、获取经验，以解释其所生活的世界，并根据回答收集材料，以此用于学术研究的方法。本研究主要采用半结构化访谈方法，这是介于非结构式和全结构式中间的一种非正式访谈形式。访谈中，研究者可以根据访谈的实际情况灵活地做出必要的调整。

在本研究中，研究者以目的性抽样的方式对来自不同背景的个体进行访谈，访谈内容围绕对黄河茶摊印象、功能、营销方式、区域意义及体验兰州茶摊的原因等方面展开，直至访谈内容基本达到“理论的饱和”。最终，研究者共访谈33个对象，受访对象既有游客也有居民，包含农民、教师、雇员、老板、大学生等各行各业。在与受访者交流的过程中，研究者尝试探索了黄河休闲茶摊在城市公共空间构建中的多重角色，受访者所阐释的观点能丰富对黄河休闲茶摊作为公共文化空间的理解，也对了解茶客的真实心理和潜在需求、挖掘设计的突破口及方向具有实际性作用。

1.3 研究内容与创新点

1.3.1 研究内容

作为重要的城市公共空间，黄河休闲茶摊已然成为兰州的城市名片之一，作为兰州文旅的一个重要宣传地，其为兰州的经济发展和文化交流发挥了重要作用。然而，市井文化是如何被传播，其以何种方式被塑造成为重要的城市公共空间，又是如何参与到城市公共文化空间的建构中去的，这些问题引发了研究者的思考与兴趣。因此，通过理论梳理与实践分析，研究者试图厘清黄河休闲茶摊如何成为传播市井文化的载体，如何参与建构城市公共文化空间，以及黄河休闲茶摊作为城市公共空间的建构路径，从而为其他公共空间的建构路径研究提供观照。

本论文共分为六个部分，各部分主要内容如下。第一部分，绪论。首先阐述了研究背景、提出了研究问题，介绍了研究对象的基本情况和研究方法——非参与式观察法和半结构化访谈法；接着介绍了研究内容与创新点，最后从数据收集与数据分析两个方面，简要介绍了研究的过程；再次介绍了数据分析所借助的工

具 NVivo12 plus 以及质性研究的编码体系由来, 得到 Kappa 系数与一致性百分比, 阐明研究信度。第二部分, 理论基础与文献综述。从理论与现实两方面阐释了研究的目的和意义。理论基础采用了列斐伏尔的“空间生产理论”、马克思文化交往理论。国内外研究现状围绕“空间生产理论应用研究”“城市公共空间的建构研究现状”“公共空间视域下的茶馆与茶摊”“城市公共空间的文化传播”四方面展开。第三部分, 探究兰州休闲茶摊的物质空间。采用非参与式观察法和访谈法, 对兰州休闲茶摊的空间布局、硬件设施、茶具和茶品配备等物质元素进行了全面了解, 分别从兰州休闲茶摊的生产结构概述、空间布局、物质元素组合等方面, 介绍了兰州休闲茶摊的物质空间构成, 发现兰州休闲茶摊是一个由存在与被感知的物质空间。第四部分, 探究兰州休闲茶摊的精神空间。通过网络民族志的形式, 在小红书、抖音等社交媒体平台搜集关于黄河风情茶摊的直播与评论, 并通过线上访谈分别从“数字印象: 空间的支配”“媒介镜像: 空间的想象”“精神力量: 表征中的权力控制”阐述了“被塑造的感觉场: 兰州休闲茶摊的精神空间构成”。经过分析, 发现黄河茶摊不仅具备物理层面的实际空间, 更是由媒介塑造的一种精神寄托, 是一种被塑造的精神空间。第五部分, 探究兰州休闲茶摊的社会空间。通过访谈法将体验感作用下的社会互动行为、社会交往中交流场域的话语空间、黄河茶摊的功能认知解析作为互动的节点: 兰州休闲茶摊的社会空间构成, 并分析兰州休闲茶摊的五大显著特征。第六部分, 研究结论。对茶摊的物质空间构成、精神空间构成、社会空间构成进行抽象, 并交叉分析, 总结了物质建构和信息建构两条路径。

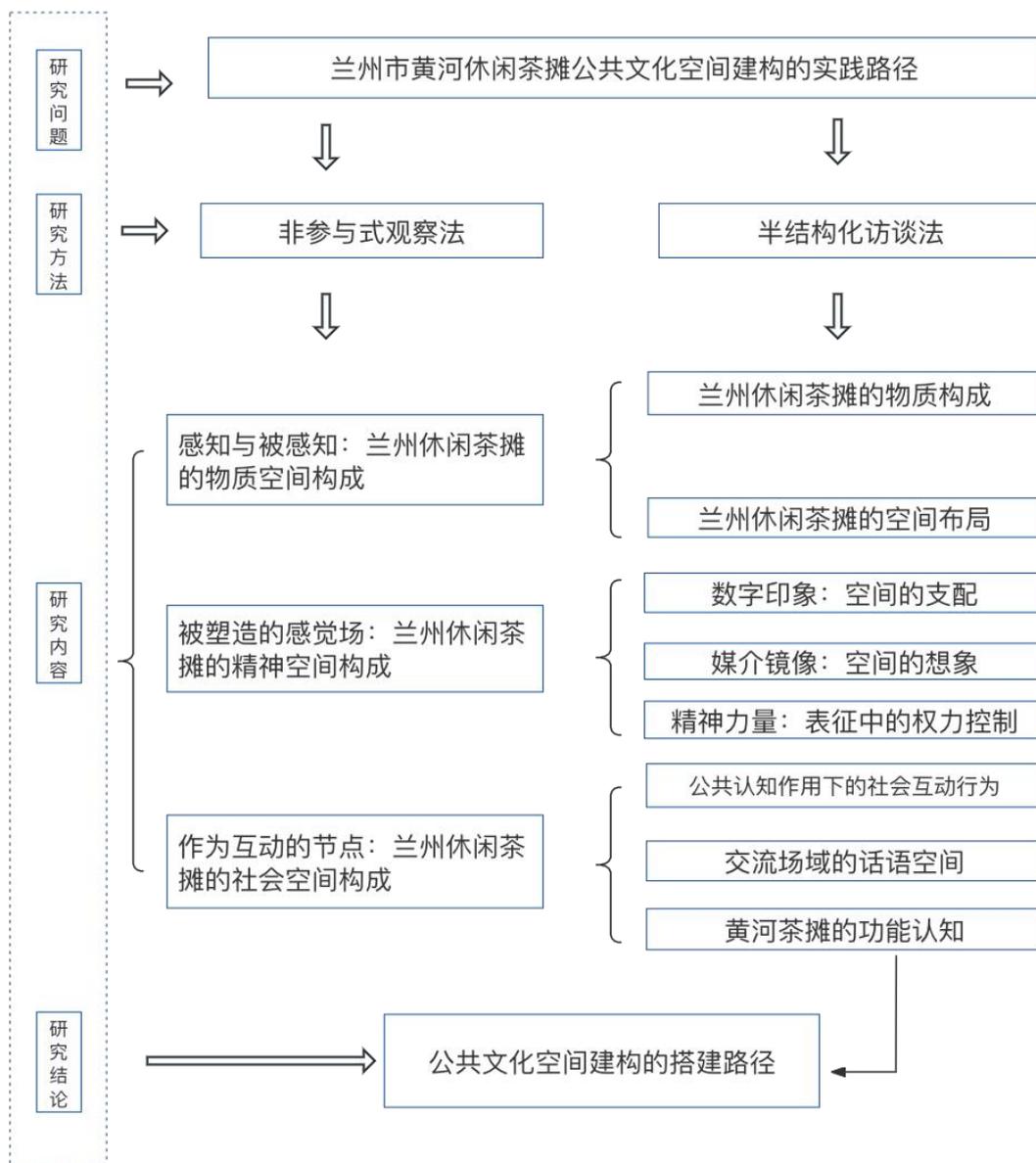


图 1.1 论文技术流程图

1.3.2 研究创新点

黄河休闲茶摊拥有独特的自然景观、悠久的历史背景，并保留了丰富的兰州茶文化元素，不仅改变了市民的休闲生活方式，也逐渐成了一种鲜明的城市文化符号，赋予了黄河休闲茶摊作为公共文化空间的特殊性。本研究通过相关文献梳理发现，茶馆和茶摊的空间性研究在学界是比较边缘化的存在，同时现有研究大多将其作为一个物质性概念，从空间存在的意义阐释角度剖析空间的生产与消费逻辑，在视阈上限制了对于空间概念的理解，未能充分重视其在公共文化空

间构建中所承担的传播载体的作用，也低估了其在文化传播中发挥出的实际价值。

因此，在认识论维度上，研究者基于以往相关空间研究的结构化阐释，采用批判性方式重构对于空间的理解与认知，将静态的空间概念转换为动态的空间互动，从而弥补了对于空间建构实践意义的缺失；其次，在方法论的选择上，研究者以列斐伏尔的空间三元辩证法为理论指引，将空间生产与社会生产结合起来。此外，本研究从更广泛的视阈入手解决新闻传播学科中的问题，是一次在城市社会学视阈下的新闻传播实践探究，具有一定跨学科与多元视阈研究的意义。

1.4 研究过程

1.4.1 数据收集

2021年9月，研究者在兰州求学期间偶然前往黄河休闲茶摊，意外注意到了茶摊在公共文化空间建构中的潜在价值。拟定研究主题后，研究者自2023年5月16日起，分8次前往黄河茶摊收集访谈资料，根据茶摊位置分布与现实条件，结合亲身观察，最终对33人进行了访谈。

根据《中国统计年鉴2021》，常住人口指的是实际居住在某地区满半年的人口，而流动人口指的是在一定时期内离开户籍所在地，现居住地与户籍所在地不一致的，而且在短时间内不准备返回到户籍所在地的人口。据此标准，研究者将访谈者分为A类在兰常住人口和B类流动人口。

表 1.1 访谈信息表

姓名	性别	职业	时间	文字数量
A1	男	茶摊服务员	2023年6月	1302字
A2	女	茶摊服务员	2023年6月	1237字
A3	男	茶摊老板	2023年6月	2471字
A4	女	茶摊老板	2023年6月	1352字
A5	女	茶摊服务员	2023年8月	2501字
A6	女	茶摊服务员	2023年8月	3533字
A7	男	退休教职工	2023年5月	1375字
A8	女	家庭主妇	2023年5月	1321字
A9	女	自由撰稿人	2023年5月	2429字
A10	男	公务员	2023年5月	1498字
A11	男	美术工作者	2023年5月	1240字
A12	女	自媒体工作者	2023年8月	3335字
A13	男	导游	2023年8月	1584字
A14	女	企业职员	2023年8月	1306字
A15	男	大学生	2023年8月	1497字
A16	女	手工艺品小贩	2023年8月	2265字
A17	女	景区工作人员	2023年8月	1367字
A18	男	外卖员	2023年8月	1267字
B1	男	大学生	2023年5月	3332字
B2	男	小企业主	2023年5月	3530字
B3	女	退休职工	2023年5月	2264字
B4	女	企业职员	2023年5月	1282字
B5	女	大学生	2023年5月	2196字
B6	男	大学生	2023年5月	2150字
B7	男	环球旅行者	2023年8月	1737字
B8	男	退伍军人	2023年8月	1334字
B9	女	农民	2023年8月	3298字
B10	男	退休职工	2023年8月	1447字
B11	男	大学生	2023年8月	1480字
B12	男	外籍游客	2023年8月	2463字
B13	情侣	外籍游客	2023年8月	1596字
B14	女	摄影师	2023年8月	1265字
B15	男	教师	2023年8月	2341字

同时，为了对交流场域的话语进行分析，研究者另外采集了话语样本，包含主体 9 人，其中男性 3 人，女性 6 人，从中观察到茶客的对话话题涵盖广泛，包括日常生活、健康养生、工作、学习、情感、旅行等多个领域。

表 1.2 观察人员信息表

交谈人员	性别	话题类别	时间	文字数量
GC1	女	工作	2023年6月	4652
GC2	女	学习		
GC3	男	健康养生	2023年6月	7971
GC4	女	家庭		
GC5	男	饮食		
GC6	女	生活	2023年6月	2663
GC7	女	情感		
GC8	男	旅游	2023年6月	3660
GC9	女	摄影		

1.4.2 数据分析

第一，编码阶段。本研究在数据分析阶段选用了计算机质性分析软件 NVivo 12 Plus。NVivo 是一款功能强大的工具，不仅适用于多个学科领域，而且能够处理多种类型的数据。它涵盖了文字、图片、音视频等多种形式，为研究者提供了一个全面且综合的数据管理平台。NVivo 12 Plus 十分匹配质性研究的方法与过程，质性研究注重探索研究对象的主观体验和意义建构，强调对复杂现象的深入理解和解释，而 NVivo 12 Plus 具备词频查询、文本查询、编码查询等基本功能，可以探索资料中的规律，帮助挖掘数据的结构性差异，通过灵活的节点设置和强大的查询功能，帮助研究者对大量数据进行有序、系统地整理和分析，从而更好地揭示现象背后的深层逻辑和意义。但 NVivo 不是万能的，不能取代人脑的思考，它只是一个庞大的超衔接系统，是“不健忘”的研究助手，方便研究者质性研究的开展。

研究者将访谈资料进行文本转录，结合采访问题，从受访者的回答中大致分析出“茶摊功能”“茶摊印象”“茶摊特点”等维度，再导入 NVivo12 Plus 中逐句进行编码，建立更加细化的编码体系，并梳理树状节点。

名称	文件	参考点
兰州本地	1	8
茶摊营销模式	1	1
线下传播营销	0	0
网络传播营销	1	1
茶摊印象	1	61
茶摊特点	1	15
茶摊功能	1	84
休闲娱乐功能	1	53
自我放松	1	16
羊皮筏子	1	3
欣赏黄河景观	1	20
消暑纳凉	1	2
品茶	1	22
汲取灵感	1	4
回忆过去	1	3
文化体验功能	1	13
特色茶品体验	1	1
历史文化风情	1	11
当地文化交流	1	2
社交功能	1	28
网络人际传播	1	1
商务非正式交流	1	2
认识新朋友	1	4

图 1.2 编码树状节点示意图

时隔一个月，研究者对访谈材料再次进行编码，将结果导出，再代入到 NVivo12 plus 官方提供的计算公式，得到 Kappa 系数与一致性百分比 (Kappa 系数在 0.4 以上则说明编码信度良好)。

代码	文件	文件文件夹	Kappa	一致 (%)	A 和 B (%)	非 A 且非 B (%)	不一致 (%)	A 且非 B (%)	B 且非 A (%)
茶摊功能休闲娱乐功能/观看或乘	访谈内容	文件	0.9954	99.99	1.04	98.95	0.01	0.01	0
茶摊功能休闲娱乐功能/回忆过去	访谈内容	文件	0.6124	99.23	0.62	98.62	0.77	0.57	0.2
茶摊功能休闲娱乐功能/汲取灵感	访谈内容	文件	0.6096	99.27	0.58	98.69	0.73	0.62	0.11
茶摊功能休闲娱乐功能/特色茶品	访谈内容	文件	0.3094	97.54	0.58	96.96	2.46	2.05	0.42
茶摊功能休闲娱乐功能/消暑纳凉	访谈内容	文件	0.7996	99.92	0.15	99.77	0.08	0.06	0.02
茶摊功能休闲娱乐功能/欣赏黄河	访谈内容	文件	0.4289	97.24	1.08	96.16	2.76	2.63	0.12
茶摊功能休闲娱乐功能/自我松弛	访谈内容	文件	0.5027	96.32	2.01	94.31	3.68	2.38	1.31
茶摊特点	访谈内容	文件	0	94.89	0	94.89	5.11	5.11	0
茶摊特点/黄河景观	访谈内容	文件	0	99.91	0	99.91	0.09	0.09	0
茶摊特点/季节性运营	访谈内容	文件	0.8838	99.63	1.43	98.2	0.37	0.36	0.01
茶摊特点/家庭式运营	访谈内容	文件	0.9241	99.83	1.05	98.78	0.17	0.01	0.16
茶摊特点/露天	访谈内容	文件	0	99.31	0	99.31	0.69	0.69	0
茶摊特点/特色茶品	访谈内容	文件	0.4774	98.92	0.5	98.42	1.08	0.99	0.09

图 1.3 Kappa 系数与一致性百分比示意图

第二，质性分析阶段。

将所有编码节点进行汇总、比较、分析。

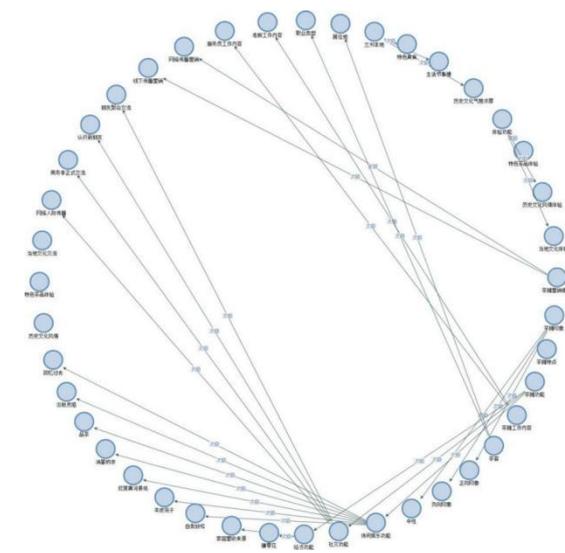


图 1.4 编码节点关系示意图

通过对编码节点关系的梳理比较可以发现，受访者对茶摊的认识主要体现在茶摊功能、茶摊印象、茶摊特点、茶客、茶摊营销模式、茶摊工作内容、兰州本地七个方面中，其中茶摊功能、茶摊印象两个方面占比较大，从属关系也最错综复杂，从数量看，分别以 84、61 的参考点数占据总参考点数的 40.77%和 29.61%。在二级维度，茶摊功能的休闲娱乐功能，共计参考点数 53 个，占据总参考点数的 25.73%。其次是茶摊印象中的正向印象，共计参考点数 42 个，占据总点数 20.39%。再次是茶摊功能的社交功能，共计参考点数 28 个，占据总点数 13.59%，

以及茶摊印象中的负向印象, 共计参考点数 17 个, 占据总点数 8.25%。总体来看, 对受访者影响最大的是茶摊所能满足茶客的功能, 其次是对茶摊的主观印象。具体内容将在第三部分到第五部分进行阐述。

2 理论基础与文献综述

2.1 空间建构——空间三元辩证法

空间研究是城市管理与社会发展的重要议题, 为解决现实问题提供了理论基础; 伴随着现代化进程的加剧, 原有的物质空间、精神空间二元对立的空间观念指涉范围不足以涵盖社会互动行为的全部场域, 同时, 对空间的社会互动性存在解释力不足的现象。事实上, 空间不仅仅是社会互动的背景, 而是社会关系与互动行为产生的重要因素; 因此, 对于空间的理解应从更加广泛的视域进行。这一观念暗合了列斐伏尔的空间生产理论。列斐伏尔的空间生产理论基于马克思的社会空间批判理论和德波的景观社会批判理论, 对资本充斥下社会空间的异化展开了批判, 同时引入了社会符号的概念, 给予了解空间的新维度; 该理论将空间划分为物质空间、精神空间、社会空间三个部分, 系统地建构了社会空间学说。他认为, 城市空间的实质是资本权力的空间。城市“各种空间的隐喻, 如位置、地位、立场、地域、领域、边界、门槛、边缘、核心和流动等, 无不透露了社会界线与抗衡的界限, 以及主体建构自我与异己的边界”。^[1]该理论建构了新型空间关系, 在文化维度与政治经济维度等多方面发挥了实践作用, 正式开启了社会科学研究中的空间转向。

列斐伏尔强调, 社会空间是生产和再生产的社会关系三重互动的具体表现。为了全面把握社会空间的维度, 必须从三个相互联系的层面进行考察。这些层面中, 符号表征在服务这些社会关系的同时, 也促进了它们之间的共存与凝聚。他认为, 社会空间是一种生产过程, 这一过程在三个辩证统一的维度上展开。这三个维度相互关联, 共同构成了社会空间的三元结构。列斐伏尔的这一理论也为其三位一体的辩证法思想提供了有力支持。基于社会生产实践的观点, 他详细解析了社会空间生产的三个主要维度, 依次为物质空间、精神空间、社会空间。

2.1.1 物质空间：存在与被感知的黄河休闲茶摊

在社会生产的物质性原理作用下，列斐伏尔认为空间是有形的“物”的空间，空间的存在影响并决定着社会关系的生产与再生产。换句话说，空间给予了生活在这里的人们生产与再生产的条件，与此同时，人们在生产与再生产中建构着实体空间。可以看出，物质空间建构的决定性因素即生产实践活动。

空间实践活动具有聚合的意义，从某种角度上讲，人类社会的物质空间正是在实践活动的聚合过程中形成的，一系列生产生活活动将人们汇聚在特定场域之中，伴随着经济活动与文化交流，从而形成具有不同风格的空间结构。

其次，列斐伏尔认为空间与空间之间并不是完全割裂的关系，相反，不同社会属性的物质空间是紧密关联的，它们在互动过程中不断产生新的物质空间。

作为兰州人民生产、生活重要场域的黄河休闲茶摊，是现代化进程下的特殊产物，其功能涵盖了商业交往、文化传承、政治管理，社会交往等，人们在商业往来、文化互动的驱动下聚集于此，使之成为城市中客观存在的物质性空间；与此同时，随着黄河休闲茶摊中生产活动的日渐增加，该场域也被当地甚至其他地区人民熟知，在经济效益与文化效益的驱动下，出现了新的物质空间，各物质空间相互联动，从而形成了黄河风情线大风景区，并促使着黄河风情线大风景区管委会这一治理机构的出现。至此，可以看出，作为物质空间的黄河休闲茶摊对于公共空间的建构与再建构起到了至关重要的作用。

2.1.2 精神空间：符号意涵中的黄河休闲茶摊

客观实在的物质空间从某种意义上依赖于符号的搭建而形成。换言之，从空间构成的逻辑性上讲，存在着一种由符号搭建形成的精神空间，它依赖于符号的指涉，是一种概念化的空间。列斐伏尔认为，由符号所搭建起的精神空间是一种感觉的空间。在精神空间里秩序与意识发挥了主导作用，建构着整个空间的知识结构。与此同时，精神空间也映射着特定的生产与再生产关系。在这个过程中，空间的治理者们通过隐喻的方式彰显着权力的控制关系，通过知识权力结构的建构与发展从而塑造起具有实际意义与功效的城市公共空间。换言之，精神空间是

由符号在象征作用下搭建的一种概念化空间,是一种通过权力内化社会关系的想象的空间。

黄河休闲茶摊作为兰州市重要公共文化空间的文化性概念与特殊阐释方式,也正是借助于符号表征完成的。具体来讲,黄河休闲茶摊成为一种传统文化与现代文化碰撞的标识,通过社交媒体分享机制,在百姓心中塑造起“文旅胜地”的形象,加之对黄河文化符号的塑造与运用,吸引了大量本地与外地游客通过互联网等平台进行视觉消费;也就是说,将黄河景观与黄河文化关联,调动人们对于“母亲河”及传统文化的情感,将黄河休闲茶摊打造成为具有特殊意义的“文化符号”,从而运用符号的行为意义将兰州茶摊塑造成为一种具有历史意义与传承意义的“精神公共空间”。从这个角度上讲,黄河休闲茶摊建构公共文化空间所依赖的并非于实体的“物”,而是具有意义与情感的“词”。

2.1.3 社会空间：互动交往中的黄河休闲茶摊

社会空间并非物质空间与精神空间简单垒叠,相反,它体现着物质空间与精神空间的互动关系,是一种鲜活、能动的空间。列斐伏尔指出,社会空间指的是一个同时性的直接的空间,也是直接经历的或者说是一个活生生的空间。^[2]简单来说,社会空间的建构主体是人,人们通过体验与感受从而赋予该空间新的意义与作用,在这一力量链条下重新建构起新的生产与再生产方式,使得空间具有了持续变化、包容性强的特征。

黄河风情茶摊正是如此,人们在品茶、赏景的过程中产生了对此区域的独特体验感,随着历史的变化与现代性的日渐加深,休闲茶摊也从早期的农闲场所,变成了独特的历史名片,甚至成为兰州的城市文化象征。这种变化并非一蹴而就,而是在长期的社会互动与交往中逐渐形成的。人们在黄河茶摊的空间中,通过语言、行为、文化等各种符号,传递着彼此之间的情感、态度和认知,从而不断塑造和改变着这一公共文化空间的社会属性;这种转变,既是人们对空间的使用和需求的变化,也是社会发展和文化变迁的生动体现。同时,这一变化对人们的生活方式和行为模式产生了深远影响。

总的来说,列斐伏尔空间生产理论中的三元辩证法为研究者理解和分析城市公共空间提供了有力的理论工具。通过对物质空间、精神空间和社会空间的深入

剖析,有助于更好地理解兰州茶摊这一城市公共空间的本质和特征,帮助理解黄河休闲茶摊如何成为人们建立社会关系的场所,以及其在城市公共文化空间中的角色。在某种程度上,也有助于观照到其他城市公共空间的发展方向和趋势。

2.2 文献综述

2.2.1 城市公共空间的建构研究现状

人类的感性认知是对空间的基础经验。综合而言,人类的空间经验主要涵盖了对具体场所的感知、对空旷无物的体验以及对广阔空间的认知。基于这些空间经验,近代以来,人们发展出了多种空间观念,例如基于实体论的空间观念以及基于属性论的空间观念等。

自18世纪自由资产阶级发展以来^[3],在理性和感性经验下,整个社会出现了大量的公共文化场景^[4],继而在城市中形成了一个新的空间——城市公共空间。所谓城市公共空间,即能够允许大众聚集且参与公共生活的区域。^[5]在一定程度上,城市公共空间能够为一般性社会受众的诉求满足提供渠道与场所。^[6]因此,对城市公共空间的搭建逻辑展开梳理,能够洞悉不同时期的民众需求及社会面貌,从而观照到社会成员在当代境遇中面对的现代性问题。

在文献梳理过程中,研究者发现对于城市公共空间的探讨大多围绕着研究对象、研究内容、建构效果三个角度进行。

第一,研究对象。建构公共空间的多元主体。有学者对作为公共空间的社区展开探讨,指出社会公共空间是判断城市舒适性与活力程度的重要指标,成为判断人生活质量的主要标准^[7];有学者从符号分析的角度对多家书店布局与装修风格进行探究,指出文化导入对于物质空间建构的重要意义^[8];有研究者探讨了公寓结构对于公共空间搭建的显著影响^[9];另有学者将咖啡厅^[10]、酒吧^{[11][12]}、餐厅^[13]、图书馆^{[14][15]}、博物馆^[16]等作为公共空间,讨论其在城市与社会文化建构的意义与贡献。

第二,研究内容。作为物质的公共空间与信息搭建的公共空间。哈贝马斯认为公共空间起源于公共生活世界,是人们的社会交往平台^[17];阿伦特指出公共空间始于人们的集会行为,它形成于人们的话语交流活动^[18];列斐伏尔在空间生产

理论中将公共空间划分为物理、社会、精神三个维度^[19]；另有研究者表明公共空间主要包含物理公共空间和信息社会公共空间^[20]；可以说，既有的研究对公共空间进行了物质性^[21]分类，从而在对公共空间概念的界定上形成了两大观念，一方学者认为，公共空间是由客观实物搭建形成的物理空间^[22]；另有学者认为空间不仅仅由有形的物理要素构成^[23]，还是一个依附于社交话语及情感联系搭建而成的信息集合体。^[24]

作为有形的物质公共空间的建构，从一般意义上讲，公共空间是承载了一定功能并提供文化产品的公共场馆和一般性公共设施^[25]，也就是说，公共空间是有客观存在的“物”的空间。^[26]因此，不同学者围绕着不同物质空间展开探究。有学者从建筑风格角度出发，表明城市建筑的风格往往彰显着官方意识形态^[27]，相关主体在设计与搭建公共空间时，将文化符号外化于视觉符号，从而让受众在视觉冲击下潜移默化地接受并认同其文化内涵；有学者从地理布局的角度分析了空间格局对于公共空间建构的影响作用^[28]；一些研究者对公共空间的陈列物品进行了符号学分析，表明陈列品作为景观的一部分^[29]，让大众在文化意义^[30]上实现了心理认同，并最终促使交往行为实现。另有学者从经济角度出发，探讨商业逻辑对于公共空间搭建与创新模式的作用。^{[31][32]}

作为信息构成的被建构公共空间，即满足人们文化与社会性需求的信息空间。^{[33][34]}从某种意义上讲，公共空间蕴含了不同群体共同的心理诉求^[35]，它为人们提供了一个讨论与接触的场所^[36]。因此，从某种意义上讲，发生在该场域中的蕴含着不同诉求的话语、情感等信息也成为搭建公共空间的重要组成部分。有研究指出，受众的交往性极大程度决定着公共空间成立的可能性^[37]；同时，在交往过程中，不同类型的话语内容及意义是公共空间维系与发展的重要指标^[38]，有研究者表明，在不同语境之下，拥有相同话语背景的传者与受者均能实现意义共通^[39]，从而通过不断产生新的话题，维系场域的社交功能^[40]；有学者从话语意义出发，指出异质性话语对于公共空间搭建具有负面影响^[41]，商业性话语通过创造消费空间从而促进了建构公共空间的进程^[42]，开放性话语的产生使得受众在话语权的争夺中获得乐趣^[43]，从而产生对所在公共空间的依赖性。

综上所述，物质性的公共空间是通过交往信息维系与发展的。换言之，由对话信息构成的信息空间也是公共空间的重要组成部分，因此，从这个角度来看，

公共空间的建构是由物质载体和情感信息共同建构完成的。

第三，效果指涉，即富有意义的公共空间。既有的相关研究探讨了公共空间的文化意义与社会效应。有学者指出社会公共空间是判断城市舒适性与活力程度的重要指标，成为判断人生活质量的主要标准^[44]；有学者认为公共空间的建构有助于建立信任并丰富人际关系^[45]，另有学者指出现代公共空间被赋予了文化内涵^[46]，是情感记忆与集体文化表达的重要场所^[47]。

可以见得，城市公共空间具有特定的文化内涵，在公共空间建构中，公众达成了文化交往的目的，在满足情感需求的同时，不断维系并建立着新的人际关系，从而达成文化共同意识与情感认同。

2.2.2 空间生产理论应用研究现状

目前来看，我国学者对空间生产理论应用研究主要围绕城市规划、文学空间、影视艺术空间等方面，其中对本研究较有助益的为文学和影视艺术空间。

第一，文学空间研究领域。21世纪初，该领域空间生产理论逐步渗透至多元视角中，发展到2010年前后，它已然跃升为文学领域备受瞩目的研究焦点。其中，张世君深入剖析了古典小说中的空间叙事机制，为理解文学作品中的空间元素提供了新的视角和思路。^[48]刘进系统地梳理了列斐伏尔、韦格纳、詹姆逊等空间理论家的思想脉络，并明确指出，西方空间理论的引入为文学领域带来了与传统文学观念迥异的崭新变革。^[49]在研究空间理论与文学理论的交汇之余，不少学者还致力于从空间批评的视角对具体文学作品进行深度剖析。郭元波率先在文学领域运用空间生产理论对作品进行空间维度的批评，深入探讨了文学文本中蕴含的社会空间和精神空间。^[50]郭元波这一独特的解读方式在当时文学研究领域堪称创新，为国内空间批评的发展树立了鲜明的标杆和典范。值得一提的是，王欣与黄佳丽进一步丰富了空间生产理论在文学批评中的应用。^[51]这些文章均以其独特的视角和深度分析，为文学空间领域贡献了重要的学术价值。

第二，影视艺术空间研究领域。在2000年之际，列斐伏尔的空间生产理论逐渐渗透到影视艺术的范畴中。特别是在2010年以后，基于列斐伏尔空间生产理论的影视艺术空间研究大量涌现。至今，我国学者已广泛运用该理论，对电视剧、电影、纪录片以及电视节目等多种影视形式进行了深入的空间分析。在2010

年之前的影视艺术领域，文献主要呈现出对列斐伏尔空间思想的借鉴。这些文献中，尽管研究者提及了列斐伏尔的空间生产理念，但多数并未与具体的作品分析紧密结合。其中，林丽宁的《空间意义的生产矛盾与错位〈实话实说〉与〈锵锵三人行〉比较分析》^[52]和李超的《中国情景喜剧空间生产的变迁——从〈我爱我家〉到〈武林外传〉》^[53]等文章，都是该时期的代表性作品。在2010年之后，影视艺术的空间研究展现出了对列斐伏尔空间生产理论更为精湛的运用，且与影视艺术的融合愈发深入，这些研究在视角上不断拓展，涵盖了空间与城市、身体、性别等多个维度。

2.2.3 公共空间视阈下的茶馆与茶摊

在进行文献梳理过程中，研究者发现学界对于探究茶馆建构公共空间的路径研究屡见不鲜。有研究者认为，可以从区位条件、规模、空间形态、时间预设、身份预设和行为预设几个角度解释茶馆搭建公共空间的路径。^[54]有学者对茶馆装修进行了文化学分析，表明茶馆在搭建公共空间过程中所实现的文化价值与意义。有学者对茶馆环境展开剖析，探究了社交情境对于公共空间建构的重要影响^[55]。^[56]有学者对茶馆空间的历史变化展开分析，从而探究茶馆空间叙事的内涵与外延意义。^[56]另有学者从权力剖析角度出发，认为茶馆是空间的消费、城市文化的映射、日常生活的权力场域；^[57]有学者从微观社会学的角度出发，剖析了成都茶馆的发展与晚清至近代政治与意识形态的关系，开辟了大众文化研究的新鲜视角。^[58]

综上，既有的相关研究皆是將茶馆作为公共场域展开社会学分析，且研究对象多集中在中大型城市中。然而，茶摊作为百姓聚集聊天的场域，自然属于公共空间的范畴。因此，探究茶摊如何搭建公共空间的研究合理性得以成立。此外，茶摊与茶馆在功能属性细分、消费人群、结构特征上存在着本质差异。从功能属性角度讲，茶馆里的社交行为相较于茶摊而言，相对而言维系的是较为正式的官方的关系，如商业洽谈。而发生在茶摊中的社交行为多为非正式交往，如闲聊。从消费人群来看，茶馆的消费群体较为固定，而茶摊的消费群体较为复杂，包含了游客、原住民等等。从结构特征来讲，茶馆的布局与装修具有特定的风格，而茶摊的布局与装修风格较为随意化、市井化，且具有较强流动性与不确定性。

因此，作为茶摊建构公共空间的路径与茶馆不尽相同，而既有研究却并未对此展开说明。故研究者将茶摊作为建构公共空间的主体，试图探究其在建构公共空间过程中的路径。

2.2.4 城市公共空间的文化传播研究

城市公共空间的首要特征即参与主体多元性^[59]与信息传递的多样性^[60]，而多元主体信息传递的本质则是进行文化的传播与交换^[61]。换句话说，城市公共空间能够形成并发展的前提之一便是文化的传播。因此，研究者从文化传播的角度对城市公共空间建构的相关研究进行了梳理。

研究者发现，既有的研究大多从文化传播的内容分析、文化传播的路径分析及文化传播的效果分析三个角度展开。其中，在对公共空间的文化传播内容分析展开探究时，研究者发现，既有的研究皆将兴趣放在了符号意义的分析与解读中，研究者们普遍认为，大众会以符号化的认知方式进行社会实践^[62]，这使得大众在符号消费的过程中建构起公共空间^[63]。其次，在对公共空间的文化传播渠道进行分析后，研究者发现，既有的相关研究顾及政策的下达与执行^[64]、社交媒体^[65]等线上媒介的传播路径、线下消费活动^[66]等方面展开，研究者认为：新技术的出现为城市空间的建构提供了技术推动^[67]，并在一定程度上深化了城市公共空间的文化内涵^[68]。最后，既有的研究对于城市空间建构的意义进行了文化学分析，指出城市公共空间的建构促进了多元文化的交流^[69]，从而为实现文化多样性奠定了物质性基础^[70]，促进了中华民族文化自信与文化共同体的建构。^[71]

综上，由于本研究试图解决的也是公共空间的建构问题，因此在研究过程中必须深挖其背后的文化传播路径，厘清黄河休闲茶摊在建构成为公共空间时的文化传播内容与意义，从文化学阐释的角度对研究问题的解决给予深层次的洞见。

3 存在与被感知：黄河休闲茶摊的物质空间构成

物质空间认识论强调空间的物质性及客观性，认为空间就是由物质或被物化的物理空间建构而成。这为研究者解释兰州休闲茶摊的物质空间构成提供了方法论指导，即：对兰州休闲茶摊进行细致描述的同时，对作为公共空间的兰州休闲茶摊进行物质性分析。由此，研究者对兰州茶摊的物质构成及物理意义进行了细

致详尽的分析。

3.1 黄河休闲茶摊的物质构成

从硬件设施来看,黄河沿线的茶摊几乎都沿袭传统的简朴风格,配备遮阳篷、帆布躺椅、可折叠板材桌、保暖壶等硬件设施。不同于餐馆、茶馆等以人数为划分的较为固定的座位区域,茶摊的座位区域呈现出高度的灵活性。据观察,茶摊均设置帆布躺椅及可折叠板材桌,一到四人一桌,以供不同数量群体使用。此外,研究者观察发现,桌椅位置也根据景观特质摆放——双人桌椅一般正面朝河,多人则面对面拼桌,侧面朝河。在如此物质场景中,茶客们运用嗅觉、触觉、视觉、味觉等感官对场景进行认知,并最终感知到空间的概念。这种以身体为基础的空间感知也与列斐伏尔的思想不谋而合。^①但由于其灵活性与露天的特质,无论在何处就座,都可以为消费者提供欣赏黄河的视点,且无论人数多少,茶摊上的桌椅可以自由拼桌或分离,形成多变的空间格局。



图 3.1 在黄河休闲茶摊上喝茶聊天的茶客

^① 列斐伏尔认为,我们是以我们的身体与外部世界建立感性联系的,社会空间的物质性正是通过以身体为基础的空间感知在日常生活世界中得以呈现。

从茶具与茶品配备来看，与传统茶馆不同的是，传统茶馆中的茶具多沿用陶瓷制品，包括茶壶、茶杯、茶托等，匠心的制作承载了传统手工艺的精致风格。而黄河休闲茶摊上的茶具则以便捷实用为主，主要分为大杯茶和盖碗茶；大杯茶是指用口径为 7.5cm、高度为 13.1cm 的海特玻璃杯盛装的茶水（海特杯市场零售参考价为 11.8 元，不含茶）。盖碗茶是指用一个有盖的碗，其茶具包含茶盖、茶碗、茶托三部分（玻璃盖碗市场零售参考价为 13.49 元，青花瓷盖碗市场零售参考价为 15 元，不含茶）。而茶品相较于茶馆呈现出单一化的特征，所提供的茶品统一为兰州特色的三泡台。



图 3.2 大杯茶

据研究者观察，茶摊翻台率相比茶馆较高，且每个茶摊约有八成茶客使用大杯茶，这种茶具颜色透明、容量大，透明质地使其能够与周围的黄河、柳树等元素交相辉映，增强视觉效果。

刚来的时候我也纠结来着，结果看大部分人都买的大杯茶，我就选了这个，因为这杯子看着透亮透亮的，拍照好看，拿着也顺手，而且还便宜一些呢。（来

自 B4 访谈实录)

与历史感较强的盖碗茶不同,大杯茶具有明显的现代特征,而且价格普遍比盖碗茶便宜 5 元或 15 元(普通玻璃盖碗 30 元、青花瓷盖碗 40 元)。而研究者在对使用盖碗茶的消费者进行访谈后发现,多数茶客选择盖碗茶的原因主要目的在于体验茶具而非品茶,少数茶客认为盖碗茶的茶质优于大杯茶。

这盖碗看着就精致,对我来说,喝茶不仅是为了品茶,也是为了体验。每次泡茶,那动作,那感觉,有种穿越回之前的时代的感觉。(来自 B14 访谈实录)

与此同时,茶摊经营时间为上午 10:00 至次日 0:30,适应了消费者进行休闲、纳凉的时间。

可以见得,黄河休闲茶摊依靠其独特的景观特色,加之茶具、区位等物质元素的组合,为成为传播和体验当地文化的文化空间提供物质基础。

3.2 黄河休闲茶摊的空间布局

整体来看,黄河休闲茶摊的分布东起深安黄河大桥、西至雁滩黄河大桥的南北两岸,共设摊点 47 家,呈条状分布,通常呈现出紧凑的布局特征,尤其在中山桥段南北两侧,该特征则更为显著。其中,每个茶摊占据几十至几百平方米不等的空间,并且空间利用率高。以南滨河路某河西侧设点为例,摊点面积 200 平方米,竞拍时茶摊配套设施仅为 20 套,实际为了提高营业额摊主会根据实际空间成倍增设,尽可能实现空间占有率最大化。

空间占有率最大化还体现在茶摊功能的分布上。

咱们这个茶摊呢,地方不算大,但咱们也分得清楚,一边是工作区,一边是饮茶区。工作区呢,就是摆茶具、放商品的地方,这些东西都是给客人用的,得放得整整齐齐。饮茶区呢,就是给客人坐的,让他们舒舒服服地喝喝茶,歇歇脚。这样一分,咱们工作起来也方便,客人们也舒服。(来自 A3 访谈实录)

可知,狭小的茶摊空间被分割成了工作区和饮茶区两部分:工作区用于放置成套茶具、待售商品等用途,饮茶区用于顾客休憩、饮茶等用途。从空间实用意义上讲,黄河休闲茶摊为经营者、服务员提供了生意往来与工作的场域:在这里,

他们可以实现经济收益，并与其他经营主体一同沟通生意经；同时，在黄河风情线大景区管委会的布局管理下，47家大小不一的黄河休闲茶摊高密度聚集于黄河两岸，为游客提供了歇脚、品茶等具有实用意义的物质场域。

空间占有率的最大化是黄河休闲茶摊显著的物质性表征。^①首先，茶摊空间占有率的最大化，在数量上实现了黄河休闲茶摊中物的叠加，为物质间的互动提供了可能性与可行性；此外，空间占有率的最大化为茶摊的聚合与建构具有象征意义的物质性功能提供了可能。伴随着大量茶摊聚集于此，此地人们的认知中形成了“茶摊集群”的空间意义，它们之间既合作亦竞争，同时不可避免地与周围环境产生互动，不自觉地塑造与形成着看似相互分离实则充满丰富文化意蕴的文化空间。通过物理空间的聚合，黄河休闲茶摊成为兰州标志性的文化公共空间。

综上所述，可以说，空间占有率最大化的实现，使得黄河休闲茶摊成为一个由“物”聚合而成的公共空间；同时，为黄河休闲茶摊的意义传播提供了物质性可能，也强化了黄河休闲茶摊这个特殊文化空间的物质性标识。

3.3 本章小结

研究者对黄河茶摊的物质性构成进行了分析，并采用非参与式观察法和访谈法，对兰州休闲茶摊的空间布局、硬件设施、茶具和茶品配备等物质元素进行了全面了解。

研究发现，黄河休闲茶摊作为空间的公共性主要得益于黄河、大茶杯、碗盖茶、粗糙的陈设共同塑造出的“随意感”与“豪迈感”。首先，黄河休闲茶摊分布于黄河两岸，黄河的物质性景观成为其得天独厚的区位优势，是黄河休闲茶摊得以存在及进行商业生产活动的基础；此外，茶杯、躺椅、遮阳伞与两岸柳树为人们的休闲活动提供了物质性基础，加之黄河风情管委会的区域划分，使得人们聚集于此成为可能，并最终在身体感知的作用之下，产生了空间概念，从而搭建起了作为公共文化空间的黄河休闲茶摊。其次，在对黄河休闲茶摊的空间布局进

^① 在列斐伏尔的空间三元辩证法中，物质性表征主要指的是空间的实践方面，也就是被感知的空间。这里的物质性表征指的是物理空间在宏观层面对空间实践的“规定性”。

行分析后,研究者发现,黄河休闲茶摊以简易的陈设搭建起的多变格局物质空间,呈现出空间利用率最大化的特征。根据列斐伏尔空间生产理论,空间的拓展为生产实践活动创造了可能性条件。而黄河休闲茶摊正是在黄河沿岸搭建起的休闲场域,通过不断提升空间利用率,聚集更多茶摊与茶客,从而形成了兰州城内闻名的品茶休闲的物质性公共空间。可以说,黄河休闲茶摊是一个被感知的物质空间;在这个感知空间中,一切活动围绕着“茶”“景”这样的物质展开,同时也正由这些物质所建构。

综上所述,黄河休闲茶摊是一个由茶杯、茶具、黄河等多元物质构建起的物质空间,空间的高利用率与布局的可变性为聚合的实践活动提供了可行性,从而使茶摊从简单的休闲场域成为功能突出、风格鲜明的、能够被更多人感知的物质性公共空间。

4 被塑造的感觉场：黄河休闲茶摊的精神空间构成

精神空间也被称为第二空间^①,更多指向的是人类的认知层面,思维、符号等内容充实着精神空间。列斐伏尔在否定了传统二元论的看法的基础上提出,空间“既是真实的,又是想象的;既是具体的,又是抽象的;既是实在的,又是隐喻的”。

在人们真实的体验中,空间可以是真实的、是具体的、是实在的。而在媒介所塑造出来的世界里,空间可以是想象的、是抽象的、是充满隐喻的。在本章中,研究者主要探究在现代媒介的参与下,黄河茶摊如何被塑造成为一种精神空间。

4.1 数字印象：空间的支配

研究者通过网络民族志的形式,在小红书、抖音等社交媒体平台搜集关于黄河风情茶摊的直播与评论,并对评论中并未去过兰州茶摊的用户就兰州茶摊印象进行了线上访谈,共获取有效样本 80 份,撰写访谈逐字稿 21352 字。继而研究者对访谈逐字稿按照感知意向进行手动编码,最终形成关于兰州茶摊印象的概念 7 条。

^① 列斐伏尔认为,具有抽象性与不可触摸性,蕴含文化意象与表征的构想空间,即为“精神空间”。

研究者发现，社交媒体用户对于黄河休闲茶摊的认知皆是具有正向意义的。与此同时，研究者发现，多数受访对象均表示未来将计划来到休闲茶摊增强文化感受与体验。可以见得，社交媒体平台在传播黄河休闲茶摊的过程中，通过影像、文字、声音等符号形式对受众产生了强大的影响，塑造出一种被支配的空间——虚拟的精神空间。^①这种由媒介符号与议题塑造出的精神空间不仅为受众提供了关于黄河休闲茶摊的认知框架，也引发了受众对于茶摊的情感认同和向往。受众通过社交媒体平台了解茶摊，感受到茶摊的独特魅力，从而在心中构建出一种理想的、美好的空间形象。

在此逻辑下，黄河休闲茶摊逐渐成为一种代表着兰州的文化特色和生活方式的象征。受众在社交媒体上浏览关于茶摊的照片、视频和评论，仿佛能够身临其境地感受黄河边饮茶的宁静与惬意，体验兰州慢节奏生活的悠闲与舒适。这种体验使得受众对于茶摊产生了强烈的兴趣和好奇心，产生前往茶摊一探究竟的冲动，也实现其由线上转为线下消费的可能。^②

此外，社交媒体平台为受众提供了参与和体验的空间。受众可以在评论区进行跟帖、留言、点赞和转发，与其他用户分享自己的感受和想法。这种互动不仅增强了受众对于黄河休闲茶摊的认知和理解，也加深了受众与其的情感联系。

因此，可以说社交媒体平台在塑造黄河休闲茶摊的精神空间方面发挥了重要的作用。通过对兰州茶摊数字印象的塑造和社交互动的推动，黄河休闲茶摊成为一种充满魅力的虚拟文化精神空间，吸引着越来越多的受众前来体验和感受。而这种精神空间的塑造和传播，为黄河休闲茶摊的经济收益创造了可能，也为兰州城市旅游增添了新的活力。

^① 列斐伏尔认为，在空间生产过程中，特定事物或人物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。在这里可以理解为，在虚拟精神空间里，人们用语言、符号、知识来描述或谈论空间实践，如同一个用想象力搭建的虚拟世界。

^② 在鲍德里亚的《消费社会》中，纯粹的公共场所越来越需要被赋予文化的符号并进入商业运作的领域才能得以延续和再生，消费不再是单纯对物的消费，而转变为对符号的消费和对附着于物上的意义的消费。

表 4.1 黄河休闲茶摊数字印象

概念	编码	话语
氛围休闲	慢节奏	习惯了上海的快节奏，在河边喝喝茶，感受慢悠悠的生活节奏，是我两年来最惬意的生活，来兰州不到河边坐坐的人都会后悔的……
	惬意	在这里，喝的不是三泡台，是兰州人的惬意。
	空气清新	……最近的天气也给力，太阳晒一晒还挺舒服的，而且空气也不错……
	缓解压力	每天忙着上班，带孩子，结果到头来工作工作没成效，孩子孩子不听话，有时候真的觉得压力山大……想去兰州黄河边走一走，喝喝茶，给自己的心情放个假……其实这才是人生的正常方向，天天卷生卷死的有啥子意思嘛！
	羊皮筏子	喝完茶，可以体验一把黄河边独有的羊皮筏子，还可以向上游坐快艇，再向下游坐羊皮筏子。
城市景观	消暑纳凉	2019年暑假去过，那个时候天特别热，白天基本没人出门，一到晚上全是去喝茶的。
	黄河景观	兰州黄河两岸喝茶的小摊很壮观，至少两岸都有一公里多的摊子，整齐的面朝黄河，喝茶，看景，打牌……特别舒服。
	黄河母亲雕像	黄河边上好像有个景点叫做黄河母亲雕像，挺有名的……走两步就是喝茶的，我有个朋友在兰州，说每次去都有好多人，有时候还得拼桌，不知道兰州人是不是就这么悠闲，有时间还挺想去体验一下……
	桥梁建筑	我发现去兰州玩的基本都会去中山桥，我朋友圈的动态只要定位在兰州，基本上都会有中山桥照片……虽然我没去过，但是也知道茶摊，中山桥附近有很多……
文化底蕴	白塔山	爬完山下来喝喝茶，传统项目了，而且无限续水，到了晚上，对面白塔山灯火通明，开闪光灯拍照真的绝！
	名人宣传	很多年前，看了鲁豫在黄河边采访杨丽娟，当时觉得兰州这个城市就很打动我，很奇怪的感觉。
	朋友聚会	在中山桥下面随便找一个茶摊，就能体验兰州人的休闲时光，下面几公里都是茶摊，二十来块钱就能和三五朋友一起喝喝茶、唠唠嗑，坐在黄河边，就很舒适的感觉……
社交场所	非正式商务	千万别带客户来兰州看黄河，别在岸边喝三泡台，因为你肯定会喜欢上这里，哈哈！以前总爱带客户去茶馆，这次客户主动说想去茶摊，看看黄河，吹吹风……不拘束，舒服自在，体验感太好了！
	开放式交流	太喜欢茶摊上的氛围了，每次跟朋友去，就坐着聊天，聊累了就躺在躺椅上，听别人聊天……之前有次想打牌人不够，就邀请隔壁桌一起玩，结果玩了一下午，特别喜欢这种感觉。
	网红打卡点	来兰州一定要去黄河边上喝喝茶，要不就等于白来了……氛围感拉满的一项小活动，两三个人小坐拍照非常可。但是一般中山桥旁边的摊都有栏杆不是很出片，可以试试远通桥旁边下去，这边的茶摊很出片，但是稍微贵些。
西北茶文化	特色茶品	中山桥附近茶摊很多，一般都是三泡台，茶汤很甜，坐在河边很舒服……
	养生	三泡台里有玫瑰、桂圆、大枣、茶叶和冰糖，泡在一起喝又香甜又养生。
	休闲娱乐	……晚上的兰州有曼哈顿之称，来河边喝着三泡台吹着晚风，这种真的体验很高级、很享受、很惬意！
夜间经济	旅游	虽然全国不少地方都有茶摊，不过听说在兰州可以看见黄河穿城而过，感觉还是值得一去的。
	餐饮服务	……张掖路，大众巷，还有星光夜市都在附近，小吃很多，吃饭特别方便……碳水和烤肉还得看西北城市！
	临近景区	附近有好多旅游打卡地，比如黄河母亲、中山桥、白塔山、水车博览园，可以体验兰州的水车文化。
地理位置便利	临近商圈	……从张掖路步行街步行就能走到中山桥和茶摊，距离特别近！
	交通便利	这里公交打车地铁都很方便，不过别赶上人多的时候，要不然还是有点堵的。

4.2 媒介镜像：空间的想象

在现代社会中，社交媒介使人们能够接触到关于任意对象的多种印象和想象，不知不觉间对空间的影响变得日益重要。对黄河休闲茶摊而言，这些媒介所构建的虚拟空间，不仅影响着人们对茶摊的印象和评价，而且也在某种程度上塑造了

一种精神空间。

兰州黄河茶摊在社交媒体上获得广泛的关注，成为一处备受追捧的网红打卡地。众多游客纷纷前来拍照、打卡、分享，将这份独属于兰州的美景和独特文化广泛传播给更多人，同时也在与他人的互动中塑造着自己的情感认同，也迎合着社会的“情感结构”。^①社交媒体的参与，推动茶摊成为网红消费场所，也加强了其社交空间的文化属性，吸引了众多人前来交流、互动、分享，进而形成了一种独特的社区文化。

兰州黄河两岸喝茶的小摊很壮观，至少两岸都有一公里多的摊子，整齐地面朝黄河，喝茶，看景，打牌……特别舒服。（来自线上访谈实录）

千万别带客户来兰州看黄河，别在岸边喝三泡台，因为你肯定会喜欢上这里，哈哈！以前总爱带客户去茶馆，这次客户主动说想去茶摊，看看黄河，吹吹风……不拘束，舒服自在，体验感太好了！（来自线上访谈实录）

尽管媒介镜像塑造的茶摊空间具有视觉上的吸引力，但它并非完全真实。媒介往往会美化、浪漫化甚至理想化茶摊的形象，赋予其一些并不存在的特质和意义。^②这种被美化的空间虽然能吸引人们的注意，但也可能导致人们对茶摊的期望过高，一旦现实与期望不符，便会产生失望和不满。在社交媒体上，人们更多地从文化、历史和风俗的角度去理解黄河茶摊，却往往忽视了其背后的商业资本逻辑。换言之，社交媒体通过构建一种体验传统文化、感受黄河魅力的精神空间，将茶摊的物质消费目的隐藏在文化体验的包装之下，从而推动了数字经济的效能提升。

^① 雷蒙·威廉斯用“情感结构”来描述“在某历史时期下社会经验和社会关系的特质，这种特质传递了专属于一个时代的时代感”。比如，人们在浏览互联网上传播的信息时，被精彩的图文吸引住，停下来点赞。因此，数字平台和社交媒体塑造、转义（mediate）着我们的日常生活，生产了新兴的情感结构。列斐伏尔也认为，空间的本质是结构，可以是抽象的结构，且是有功能的结构。

^② 生产者在社交媒体营造虚拟文化空间，进而产生虚拟文化消费。通过构建虚拟文化场域，满足消费者的价值表达和精神需求，即使这些价值符号在现实世界可能并不存在与之对应的实体，但依然具有吸附消费的巨大潜力。

4.3 精神力量：表征中的权力控制

事实上，作为媒介使用者，其扮演的角色往往是数字经济的消费者。而这一身份被媒介搭建的情感空间所粉饰，人们沉浸在被塑造的美好感觉中，享受着媒介带来的愉悦体验，却往往忽视了媒介背后的商业逻辑和权力控制。媒介通过精心构建的茶摊形象，引导着人们的感知和想象，使其成为一种精神力量，从而实现人们对人们的控制和影响。

来兰州一定要去黄河边上喝喝茶，要不就等于白来了……氛围感拉满的一项小活动，两三个人小坐拍拍照非常可。但是一般中山桥旁边的摊都有栏杆不是很出片，可以试试远通桥旁边下去，这边的茶摊很出片，但是稍微贵些。（来自线上访谈实录）

习惯了上海的快节奏，在河边喝喝茶，感受慢悠悠的生活节奏，是我两年来最惬意的生活，来兰州不到河边坐坐的人都会后悔的……（来自线上访谈实录）

在数字经济的浪潮中，人们沉浸在由媒介精心搭建的情感空间里，享受着其中带来的愉悦体验，仿佛置身于一个被塑造得近乎完美的感觉场。然而，在这美好的背后，人们往往忽视了媒介所隐藏的商业逻辑和权力控制。媒介，作为现代社会的信息传递工具，不仅塑造着人们的感知和想象，还潜移默化地影响着人们的价值观和行为方式。通过精心构建的茶摊形象，媒介呈现了一个充满诱惑和吸引力的世界，让人们在享受的同时，也潜移默化地接受了它所传递的信息和观念。

然而，这一切并非偶然。媒介背后的商业逻辑和权力控制，是这一切美好感觉场的源头。^①利益体为了追求商业利益，引导大众为他们的商业目标服务。在这个过程中，用户的感知和想象被引导，人们的行为和选择被不知不觉操控，甚至成为商业利益的牺牲品。在这种权力控制下，兰州黄河茶摊不仅仅是一个消费场所，更是一个被媒介塑造的虚拟文化空间。人们在这种空间中追求着某种特定的情感体验，而这种情感体验往往与媒介所构建的茶摊形象紧密相连。

^① 列斐伏尔认为，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。它受资本和政治意识形态的影响，为资本家、技术官僚、等特定人群所控制，既是一种智力成果，又是一种统治工具。

从媒介内容的角度看，媒介所呈现的世界是经过精心选择和构建的。它们通过选择特定的议题、塑造特定的形象和传递特定的价值观，来引导人们的感知和想象。这种引导并非无意识的，而是有意识地利用我们的心理和情感需求，以达到其商业目的。

这种精神力量并非完全自主和自由的。媒介通过其强大的传播力和影响力，塑造和限制着人们对茶摊的认知和想象，从而实现对人们的控制和引导。人们在享受媒介带来的愉悦体验的同时，也在不知不觉中接受了媒介所传递的价值观和文化理念。这种权力控制不仅体现在媒介对茶摊形象的塑造上，更体现在其对人们思想观念的影响上。

4.4 本章小结

经过本章节的深入分析，研究者发现，黄河茶摊不仅具备物理层面的实际空间，更是由媒介塑造的一种精神寄托，是一种被塑造的精神空间。在媒介高效、直观的传播机制下，原本单一的盈利目的被巧妙地融合进文化传播与用户体验之中，进而以图像、文字等符号形式转化为一种独特的文化体验。在这一过程中，媒介构建了一种线上线下紧密结合的消费模式，用户的体验感受被媒介巧妙地转化为商业影响力。

换言之，媒介利用符号信息精心打造了关于黄河茶摊的精神空间，人们的感知在这个空间中被资本所利用，人们在享受精神空间的同时，也无意中成为商业资本的一部分。媒介利用人们对美好生活的向往和追求，将茶摊塑造成理想的消费场所，吸引人们为之投入时间和金钱。通过这种方式，媒介不仅实现了商业资本的增值，也进一步增强了其在社会中的影响力和控制力。

5 作为互动的节点：黄河休闲茶摊的社会空间构成

列斐伏尔认为，所谓社会空间即是由人的体验感所推动的行为与信息符号互动所产生的新的空间形式。它蕴含了人类的社会交流与文化交换意义。作为饮茶的场所，黄河休闲茶摊也承载了丰富的文化意义。在兰州，黄河休闲茶摊不仅仅是提供茶饮的地方，它还扮演着社会交流和文化交换的重要角色，提供了一个独特的聚集和交流空间。溯其过往，这与兰州的历史和地理位置有关。兰州市是“两

山夹一河”的地形，古时候位于丝绸之路的要冲，历史上是商贸和文化交流的重要城市。这种地理和历史背景使得兰州成为多种文化交融的地方，茶文化也因此得到了传播和发展。人们在享受黄河美景的同时，也能体验当地的生活方式。

5.1 公共认知作用下的社会互动行为

作为休闲社交场所，茶摊在促进不同背景人群之间的交流方面发挥着重要作用。作为“社会空间的容器”^①，人们在这里放松身心、分享近况，从而增进了相互间的交流与沟通。这种交流不仅仅局限于日常琐事，也涵盖了政治、历史、文化等多个方面。

我们这些老朋友，每次来了都有聊不完的话题。其实，我最珍惜的还是这个时间和空间，和老朋友们坐在一起，回忆过去，聊聊现在，想想未来。这里不仅仅是一个茶摊，更是一个温暖的避风港，让我们这些老年人有个地方聚聚，找回那份属于我们的快乐。（来自 A7 访谈实录）

我会给客户讲老兰州的历史故事，比如兰州战役、马踏飞燕等，虽然我并不是兰州人，但这些故事耳熟能详，都是我们甘肃人民的共同记忆。在聊天的过程中，我也会将这些历史故事与现在的生活联系起来，通过举一些例子，让客户更加深入地了解甘肃和兰州的魅力。（来自 B2 访谈实录）

作为特色茶饮体验点，黄河休闲茶摊沿袭了甘肃地域风格的茶文化，沿用盖碗茶、帆布躺椅等特色茶器和装饰，这种陈设不仅吸引了当地居民，也吸引了来自世界各地的游客，成为一扇展示、体验和传播当地历史、民俗和文化的鲜活窗口，让人们能够亲身体验和感受到这种文化的魅力。^②

每到一个新的地方，我总能发现一些独特的东西，就像兰州这边，大家好像

^① 在列斐伏尔的观念中，空间具有物质属性，但绝不是与人类、人类实践与社会关系毫不相关的物质存在，正因为人类涉足其间，空间才对人们有意义。

^② 列斐伏尔反对传统社会理论单纯视空间为社会关系演变的容器或平台的观点，反之指出它是社会关系至为重要的组成部分，空间既是自历史发展中生产出来的又随历史的演变而重新构造和转化。

特别会享受生活，慢慢地喝茶，悠闲地聊天。黄河是我们中华民族的摇篮，这里的每一石每一水，都（让我觉得）是在和历史对话，这种感觉真的是在其他地方体会不到的。而且旅行不仅仅是看风景，更重要的是体验当地的文化，了解不同的生活方式。就像现在这样，坐在黄河边，我感觉我不只是一个过客，好像也融入了这里的生活。（来自 B7 访谈实录）

作为兰州文旅产业，茶摊在塑造和强化城市身份和形象方面扮演着不可或缺的角色。休闲茶摊隶属于兰州黄河风情线大景区管委会统一管理，是兰州城市文旅的一部分。对于旅游业和地方品牌形象的建设，茶摊的作用不可忽视。^①它们不仅提供了独特的旅游体验，为当地居民提供了就业机会，也吸引了游客，成为传播地方文化的重要途径，进而促进了兰州的城市发展和经济增长。

……这里的风景简直太美了，一边是滚滚的黄河，一边是繁华的都市，远处还能看到山峦起伏，（让我）切实感受到了兰州这座城市的魅力和历史厚重感。

（来自 B8 访谈实录）

……主要是为了帮帮忙，打发打发时间，给自己挣点小钱，每天的工作就是负责泡茶、打扫卫生、招待客人，和顾客聊聊天。收入虽然不多，但还是很有意思的，每天和很多人聊天，我也不孤单了。（来自 A2 访谈实录）

黄河休闲茶摊与兰州城市文化之间的互动是一个复杂而多维、动态且互惠的过程，它们不仅是兰州历史文化的一部分，更是城市风格的鲜活体现，它们在传统与现代、本土与外来之间搭建起了桥梁，为兰州城市文化增添了独特的风采。

反映和塑造社会习俗。黄河休闲茶摊是当地居民日常生活的一部分，也是城市文化的重要组成部分，一定程度上能够映射出兰州人的生活习惯和社会风俗，在促进社会互动与交流中扮演着重要角色。例如，茶摊上的常见活动为聊天、打牌，展示了兰州人对休闲生活的态度和社交方式。同时，这些活动又在无形中塑

^① 列斐伏尔的理论中意指，社会生产了社会空间，社会空间反过来也生产社会。

造了兰州的休闲社会文化特色。^①

我和我的小伙伴们没事来这里看看比赛,喝喝三炮台,玩玩游戏,非常 chill,兰州人的幸福感就是这么质朴和简单。(来自 A15 访谈实录)

……而且不止游客来我们茶摊,我们兰州自己人也会来这喝喝茶、吹吹风、聊聊天、打打牌的。(来自 A6 访谈实录)

促进文化交流与融合。黄河休闲茶摊作为一个开放的社交空间,吸引了各种背景的人们。这种开放性使得茶摊成了一个包容性较强的社交场所,不同年龄、职业、文化背景的人们都可以在这里交流、互动。这不仅包括本地居民,还有来自全国乃至世界各地的游客。在茶摊上,不同文化背景的人们可以在喝茶的同时进行社交活动,通过交谈、分享,促进了文化的交流与融合。休闲茶摊的存在也体现了城市文化的多样性和包容性,这种文化的多样性和包容性也是现代城市的主要特征之一。

我们也喝茶,但这里的茶文化和氛围跟我们那(乌克兰)完全不同。坐在茶摊上,能够感受到当地的生活节奏和文化特色,这种体验非常独特。人们在这里聊天、放松,这种社交方式给我留下了深刻的印象。(来自 B12 访谈实录)

……吹着小风,真的特别惬意。(兰州)虽然不像其他城市那么繁华,但生活在这里,能够感受到这种悠闲自在的生活节奏,真的蛮不错的。(来自 B5 访谈实录)

传承城市记忆与文化。虽然黄河两岸的城市众多,但兰州市是全国唯一一座黄河穿城而过的城市,这也决定了其自然景观与城市文化紧密相连的属性。在传统文化的象征意涵中,黄河不仅是一条河流,也是源远流长的中华历史文化与文明的载体。在兰州,茶摊依河而生,人们在茶摊上小憩,享受着河畔的风光,同时品尝地道的兰州茶文化。随着时间的推移和社交媒体的影响,茶摊逐渐成为兰州的特色之一,吸引了不少游客前来体验。它们不仅反映了兰州当地的生活方式,

^① 社会空间与自然场所的明显差异表现为,它们并不是简单的并列放置,更是处于一种互相介入结合叠加,甚至抵触冲撞的状态。

还展示了独特的地方文化和社会风情。可以说，兰州的茶摊是城市历史和文化记忆的载体，许多老茶摊见证了兰州的发展变迁，成为连接过去与现在的桥梁，通过维持传统的茶饮文化，保存和传承了兰州乃至甘肃的历史文化遗产。

我年轻时候来过兰州，那时还没有这么繁华，但黄河边上还是这样，我感觉好像回到了年轻时代。（来自 B3 访谈实录）

……逛累了，我们这群老头老太太就来了这黄河边的茶摊喝茶，这兰州的茶摊可真不错，坐在这茶摊，喝着茶，看着黄河，和这些老战友一起，让我好像回到从前年轻的时候。兰州这个地方，对于我们这些经历过国家建设的老一辈人来说，有着特别的情感和记忆，所以来到这里总是想起那些年轻的时候。（来自 B10 访谈实录）

适应时代潮流变迁。随着城市发展和文化变迁，兰州的茶摊也在不断适应新的社会需求和趋势。例如，茶摊不仅售卖茶品，也加入黄河啤酒、大窑、花生等佐餐用品，吸引不同消费群体，即使传统茶文化与现代生活方式相结合，也为茶摊带来更多的商业机会和利润空间。

表 5.1 中山桥东侧 2 号茶摊价目表

品类	价格
盖碗三泡台	30元/杯
大杯三泡台	25元/杯
青花瓷三泡台（茶碗可带走）	40元/杯
酸奶	20元/瓶
大窑汽水	20元/瓶
黄河纯生	25元/瓶
黄河王	20元/瓶
干炒葵花	20元/盘
黄河扎啤	35元/桶

综上所述，黄河休闲茶摊得以在城市公共空间中占据着独特的地位，并发挥着多重作用，因为它们不仅仅是简单的饮茶场所，而是融合了商业经营、自然美景、地方特色、文化交流等多重元素的综合体现，这样的多重属性使其成为连接

兰州历史与现代、经济与文化、居民和游客的重要桥梁。

此外，研究者还对茶摊上的茶客进行了访谈，梳理了访谈中茶客对茶摊的主观印象，用以分析茶客对茶摊的认知、态度和情感。

图 5.2 茶客对茶摊的主观印象

核心节点	参考点数	次节点	树状节点	参考点数
中性	3		宁静	1
			淳朴	2
			有特色	2
正向	42	较为正向	环境好	2
			氛围轻松	23
			人情味	3
			地理位置好	1
			亲切感	2
		非常正向	价格便宜	4
			受欢迎	1
			幸福感	3
			宝地	1
			拥挤	1
负向	17	较为负向	卫生间不便利	1
			外籍游客沟通较困难	1
			生意不稳定	1
			设施单一	4
			工作时间长	1
		非常负向	个别客人不友好	1
			户外紫外线强	2
			地理位置远	1
			茶品质量差	2
			道路障碍	1
		环境破坏	1	

核心节点分为中性、正向、负向三个方面，其中正向印象占据整体参考点数的 67.74%，体现了黄河休闲茶摊在城市公共空间建构中的积极作用；负向印象占据整体参考点数的 27.42%，且种类最多，体现了黄河休闲茶摊在多个方面还有待改进。中性印象占据整体参考点数的 4.83%，集中体现在“宁静”和“淳朴”两个方面。这个发现也与列斐伏尔的观点不谋而合。^①此外，研究者注意到，有

^① 在《日常生活批判》第一卷（1947年）中，列斐伏尔对日常生活采取了一种相对比较哲学化与乐观化的立场。在他看来，被异化的日常生活世界既包括着被压迫的因素，同时也包括着解放的因素。日常生活是各种社会活动与社会制度结构的最深层次连接处，是一切文化现象的共同基础，也是导致总体性革命的策源地。

的参考点数相对而言较少，个别树状节点仅为 1，表明回答带有较强烈的个人主观色彩，最终结果可根据实际情况作为参考。

根据茶客对茶摊印象的描述，不难发现茶摊对兰州城市公共空间影响的多维性。其中既有正面印象，如创造悠闲轻松的休闲环境、传播兰州特色文化；也有负面印象，如带来的管理问题和环境卫生问题；还有中性印象，如体现了老兰州的淳朴等。

空间的实践，作为社会空间性的物质形态的制造过程，因而既表现为人类活动、行为与经验的一种中介，也表现为一种结果。作为兰州城市公共空间之一，茶摊给茶客带来了许多积极的影响。其中，氛围轻松是最受茶客认可的观点之一，23 人认为茶摊是增添了舒适和宁静氛围的场所。此外，人情味、地理位置好、亲切感和价格便宜也被一部分茶客视为较为正向的印象，分别有 3 人、1 人、2 人和 4 人认同这些观点。这些评价表明，茶摊不仅是一个提供饮品的地方，还是一个充满人情味、地理位置优越、具有亲切感且价格较为合理的休闲场所。更为正向的是，有 1 人认为茶摊非常受欢迎，这表明它在公共空间中具有很高的知名度和接受度。同时，幸福感和宝地这两个非常正向的印象也各被 3 人和 1 人认同，这进一步强调了茶摊在城市公共空间中的重要性和独特价值。

来到兰州，逛到黄河边上，坐在躺椅上喝杯茶，晒晒太阳，特别舒服。（来自 B15 访谈实录）

……每天都在忙于照顾家庭和孩子，很少有机会像今天这样，坐下来轻轻松松地，欣赏眼前美丽的风景。坐在这里（观赏着黄河风景）我感觉很舒服，也让我想起了我小时候在黄河边玩儿的日子。（来自 A8 访谈实录）

虽然黄河休闲茶摊给茶客留下了许多正面的印象，但也存在一些负面的反馈。一些较为负面的印象为拥挤、卫生间不便利、外籍游客沟通困难、生意不稳定、设施单一、工作时间长、个别客人不友好和户外紫外线强。这些评价表明，茶摊的经营和管理方面仍存在一些问题，需要引起重视和改进。更为负面的评价为茶品质量差、造成道路障碍和环境破坏。这表明，茶摊在一定程度上对周围环境造成了消极影响，需要采取措施加以改进、完善。这些印象反映了人们在黄河休闲茶摊消费时的真实体验，而不是那些被创造出来以便于散播城市美好形象的抽象

法则。^①

……不过这缺点就是上卫生间不方便，尤其是他们母女俩，每次都要上去排老长的队，要是多开放一点公共卫生间就更好了。（来自 A10 访谈实录）

我这个茶摊一天能卖出去多少茶，主要还是得看天气，下午太阳晒得厉害，或者有时候刮大风，生意就差很多。像早春、晚秋这两个季节，生意就很一般了，天气不冷不热的，大家都不怎么爱来这喝东西。（来自 A3 访谈实录）

兰州的茶摊大多是露天的，没有太多遮挡，我猜想有时候天气不好，比如刮风下雨、太阳暴晒的话，可能就没那么舒服了。而且它们通常都比较拥挤，人多的时候可能得跟其他游客拼桌，聊天的时候都会觉得别扭，要是能再宽敞点就完美了。（来自 A12 访谈实录）

茶摊给茶客们留下的中性印象主要为宁静和淳朴（将这两个编码划分为中性的原因是，茶客在访谈中并未对其赋予明显的情感色彩，同时它们在不同语境或不同主体偏好中，感情色彩可能会发生相应的变化，因此将其划分为中性范畴）。其中，1 人认为茶摊宁静，2 人认为茶摊风格淳朴，这两者没有特别突出的特点。这些评价表明，茶摊在公共空间中既没有特别积极的影响，也没有特别消极的表现，而是以一种相对中性的方式存在。

这里有种特别的宁静感，跟我之前去过的许多地方都不一样。（来自 B7 访谈实录）

总体来说，黄河休闲茶摊在兰州城市公共空间中给茶客带来了或积极或负面或中性的印象。这些评价不仅展现了茶摊在城市公共空间中的多样性和复杂性，也为茶摊的经营和管理提供了一些有益的参考和启示。

^① 这被列斐伏尔认为是“空间的真理”，即空间的表象是那些手握重权的社会阶层的意识形态，而表象的空间则透露出“空间的真理”。

5.2 社会交往：交流场域的话语空间

交谈，是茶客在黄河休闲茶摊上进行的主要活动之一。为了获知茶客在茶摊的话语内容，研究者对其多次进行非参与式观察，以期获得最原始的、不受干扰的数据。观察发现，在茶摊的交流场域中，茶客的对话内容丰富多样，涵盖了诸多主题。但由于茶摊数量繁多，且交谈在茶摊上随时随地都在发生，且主体在不断发生变化，无论从技术还是成本上来说，都较难保证获取全面的样本和话语体系。然而，即便存在这些挑战，通过观察和记录茶摊上的对话，依然可以了解到一些有价值的信息。

分析话语期间，研究者发现对话中涉及茶客生活、健康、工作、家庭等话题时，情绪化色彩较为明显，主要偏向观点与感受，反映出茶客在交流中较为情绪化的一面。当人们在茶摊自由讨论并产生意义时，他们实际上是在创造和塑造这个空间的表征性意义。这种过程体现了空间的社会性和实践性，同时也展示了空间作为一个动态、可塑的实体的特性。此外，茶客采用多种对话方式，对答、讨论、争论……都是茶摊互动交流的常见方式。

因此，研究者选择使用情感属性进行编码，按照实际话语内容，分为正向—非常正向和较为正向，负向—非常负向和较为负向。



该图展示了情感编码的树状节点结构。根节点为“名称”，包含“正”和“负向”两个主要类别。每个类别下有三个子节点，分别代表不同程度的情感。每个子节点都包含“文件”和“参考点”两个数据项。图中还显示了用于展开和折叠节点的图标。

名称	文件	参考点
正	4	102
+ 非常正向	4	25
+ 较为正向	4	77
负向	4	67
- 较为负向	4	32
- 非常负向	4	35

图 5.1 情感编码树状节点示意图

其中正向话语占比较大，共计参考点 102 个，占据总参考点数的 60.36%；负向话语占比相对较小，共计参考点 67 个，占据总参考点数的 39.64%。

结果表明，茶客在茶摊交流中倾向于表达正向情感。由于正向话语占比较大，说明茶客在茶摊中更倾向于表达积极、乐观的情绪和观点。研究者分析，这与茶

摊的轻松氛围和社交功能有关,茶客们更倾向于在这种休闲的环境中展示自己经历中较好的一面。

GC6:你平时做饭吗?

GC7:我挺喜欢做饭的,之前一直点外卖,感觉太重油重盐了,我就试着自己做,每天都变着花样给自己搞。

GC6:我也喜欢做饭,尤其是做点儿面包、甜点之类的,外头买得又贵,又有添加剂,自己做能放心些,虽然很麻烦,但做的时候和吃的时候超级解压,还挺开心的。

GC7:是啊,吃甜的就是会心情好。

GC6:对对,就是!就是容易长胖哈哈。

(来自观察对话实录)

GC8:……我特别喜欢这种慢下来的感觉,不想上班,整天被各种安排,挤在人堆里,只有躺在这里,吹吹风,喝喝茶,太惬意了,什么时候能一直过这种日子啊。

GC9:我也觉得,在这里感觉太悠闲了,太爽了。

(来自观察对话实录)

茶客对话中存在一定负面情绪。尽管负向话语占比相对较小,但仍然占据了相当一部分比例。这说明在茶摊交流中,茶客也会表达一些消极、负面的情绪和观点。这些负面情绪源于生活中的压力、烦恼或者对一些社会现象的不满。

CG1:你们好歹双休,我们有时候连双休都保证不了,老板一个电话不管在哪都得起来加班。

CG2:不接不就完了吗?

CG1:一天真的被压榨地想骂人,最近有个新来的还老是卷我,每次我就来

不及检查，被挑好多毛病，而且你不知道我们那个主管每次在群里反馈的语气都超级差，我一看到火就上来了。

CG2：还说呢，我上个礼拜发了个公众号涉及广告，市监局的还找上门了，要罚款。

CG1：罚多少啊？发啥了还要罚款？

CG2：估计好几万了，老板还在外面玩呢，接到通知估计得肉疼死。

（来自观察对话实录）

无论是正向还是负向，茶摊都为茶客提供了一个方便表达情感的场所，发挥了链接人际的社交功能，有助于促进人们之间的情感交流和理解。

此外，在梳理茶客话语的情感属性时，关注正向和负向话语的平衡有助于更全面地了解茶摊交流的特点。通过分析不同情感倾向的话语，可以更深入地探索茶摊作为社交场所的功能和意义。^①

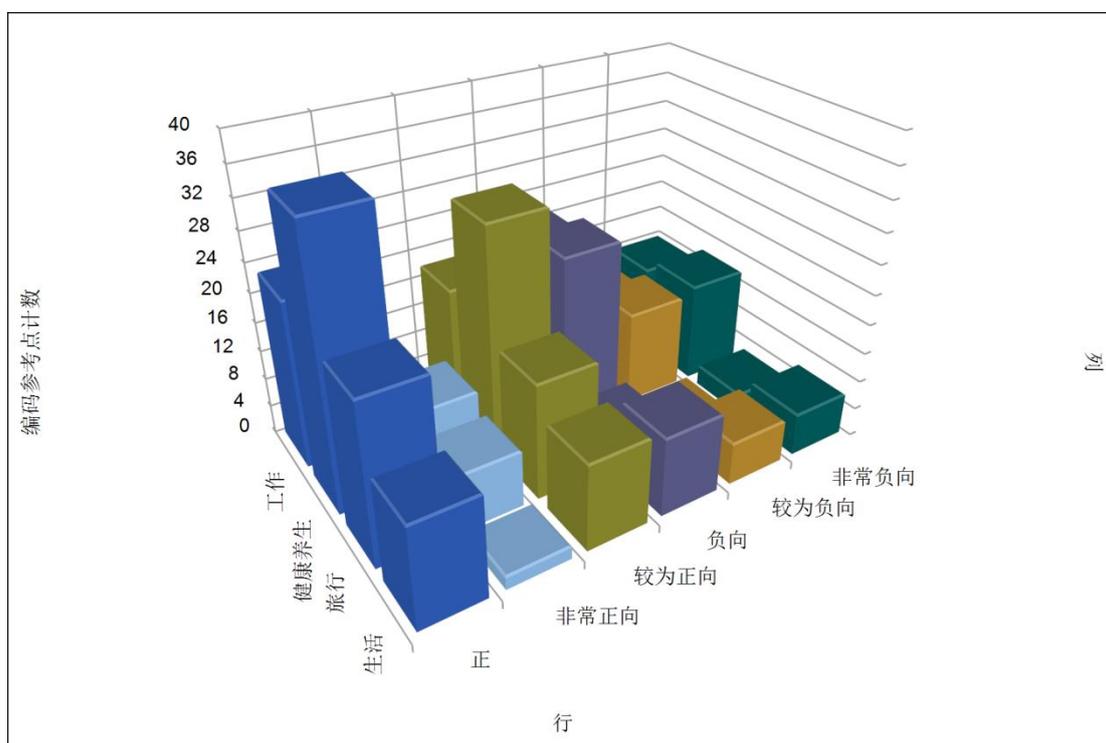


图 5.2 情感矩阵编码参考点数图

^① 空间为人们提供了交流的场所，在这种空间中，人们的讨论和互动可以激发出新的意义和价值，从而改变和塑造空间本身。

以工作板块的负向属性为例，工作压力大、福利差、就业难、加班等方面内容占比较多，此外还包括人事架构不合理、同工不同酬、办公氛围紧张、涨薪慢、专业领域知识不足等十几类问题。这些因素反映了茶客在工作中面临的挑战和困境，他们通过在茶摊中交流，发泄对这些问题的担忧和不满。

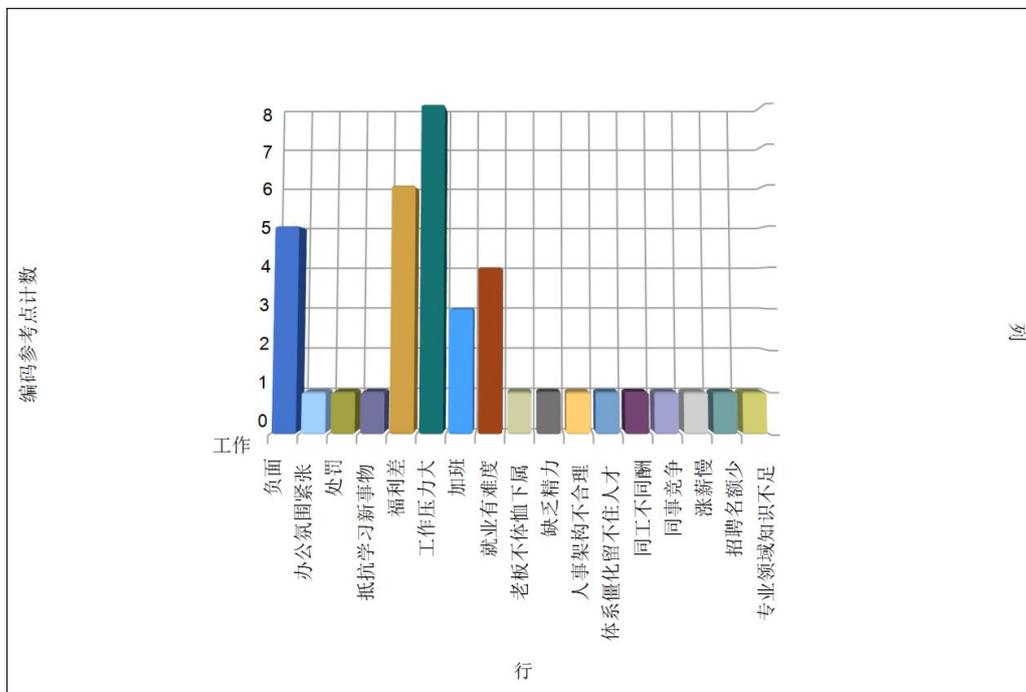


图 5.3 工作 - 负向矩阵编码参考点数图

负向属性的问题说明了茶客在工作中面临的现实问题，可以通过这些因素了解茶客们在茶摊交流中的情感表达，以及他们在面对这些问题时的应对策略和需求。



图 5.4 工作 - 负向词语云图

换个角度看，这也侧面说明了分析茶客话语对于社会研究的意义所在。通过梳理茶客话语的情感属性，能够了解人们在特定环境下的情感表达和诉求，从而捕捉和探寻深层次的社会现象和问题。例如，工作压力大、福利差、就业难和加班，指向人们在工作中的挑战和困境。因此，分析茶客话语有助于理解人们解决问题的策略，对于社会学与传播学研究具有重要价值。此外，分析茶客话语还可以探究不同年代不同群体之间的异同，从而更好地理解社会结构和社会变迁。

5.3 兰州黄河休闲茶摊的显著特征

研究者在观察与访谈中采集的图片和文字记录中发现，黄河休闲茶摊存在以下五点显著特征。

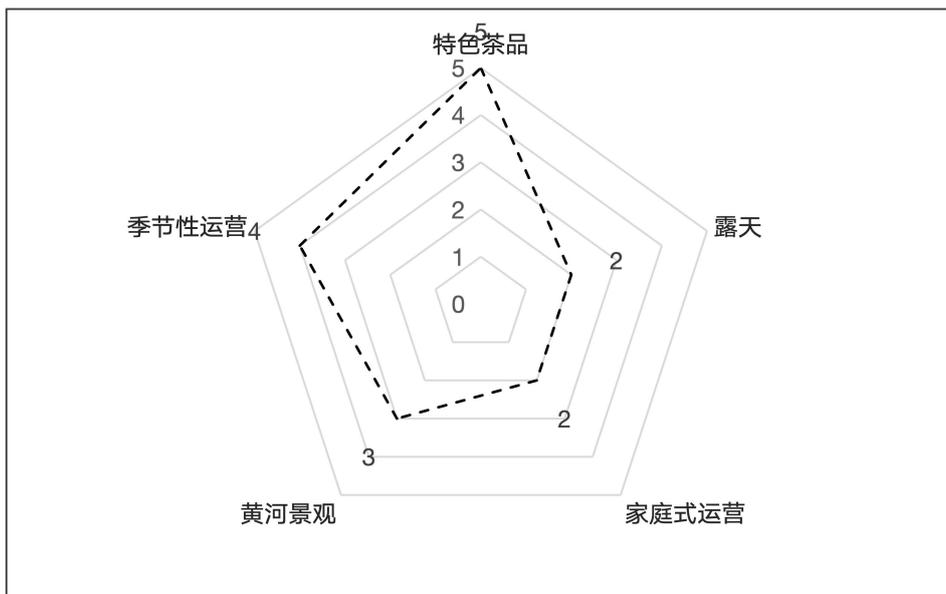


图 5.5 “茶摊特色” 编码参考点占比示意图

第一，依托黄河景观。兰州休闲茶摊通常设置在黄河两岸，以提供茶水和小吃为主要业务，为茶客提供了绝佳的观景体验。在访谈者所提及的各项“休闲娱乐功能”中，“欣赏黄河景观”占比 29%，成为仅次于“品茶”的重要功能。

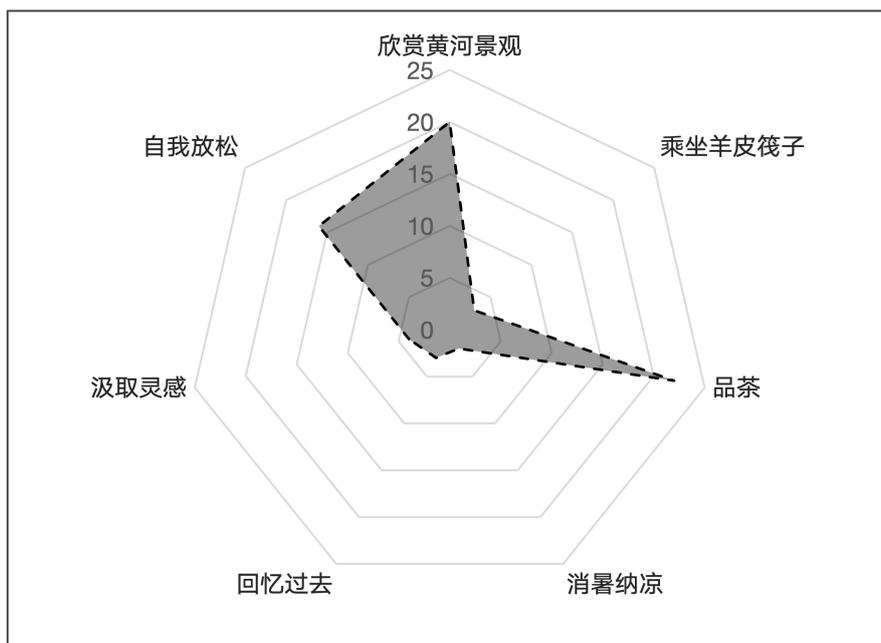


图 5.6 休闲娱乐各项功能占比示意图

观察结果显示，黄河休闲茶摊均采用造价较为低廉的粗布躺椅（市场零售参考价为 49 元）、可折叠板材桌（根据不同大小，市场零售参考价格为 15 元至 24 元），这样的陈设有别于茶馆的精致格局，又巧妙内嵌了西北粗犷的文化意象，伴随着黄河波涛汹涌的视觉冲击，加之“母亲河”的符号意蕴，时刻唤醒茶客对于黄河农耕文明的情感共鸣，使得黄河休闲茶摊成为黄河文化内化于人的重要表征，也塑造了人—情—景互动的社会景观。

第二，季节性开放。黄河休闲茶摊是西北地区特有的季节性茶摊，在访谈中，研究者得知，茶摊仅在每年 4 月至 10 月左右开放，这与兰州的气候具有紧密联系。此时段气候相较温暖宜人，且与中山桥、白塔寺等当地景点相互辉映，不仅为当地居民提供了户外休闲的好去处，也吸引了大量游客前来体验。而每年 11 月到次年 3 月，属于较寒冷的深冬与早春时节，气温低、风力大，不适合在户外开设茶摊，绝大部分茶摊便顺应季节变化而休业（以 2023 年为例，此时段营业茶摊仅 1 家，休业比例为 98%）。茶摊的季节性开放，体现了其对当地气候、旅游和社交活动周期的适应性，一定程度上实现了茶摊的最大化运营效益，又使茶摊与当地环境、旅游季节紧密结合，成为兰州地区独特的文化景观。

第三，特色茶品——三炮台。三炮台的原材料选自全国各地，如甘肃临泽小枣、福建桂圆、新疆葡萄干等，蕴含了和谐交融的文化意义。这种“融合贯通”的文化意味由兰州特殊的区位因素与历史地位决定——兰州地处丝绸之路重要

节点，是多民族文化交流的聚集地。三炮台丰富的原材料决定了冲泡时间与品茶节奏的持久性与缓释性，再加上先饮后食的饮茶方式，天然地要求品茶人要慢下来，不自觉地为人们创造了闲余社交的时间机遇，向大众开放的茶摊天然地形成了承载地区成员之间相互交流的公共文化空间。

第四，家庭式运营。从访谈中，研究者了解到，家庭式运营在兰州黄河茶摊中比较普遍，这种模式主要是经营者以家为单位，邀请家庭成员共同参与茶摊的日常运维，共同维护茶摊的服务质量和经营秩序，但不排斥招聘外来人员，尤其是在人员需求量大的旺季。在工作时，家庭成员之间互相协作，各司其职，有的负责采购，有的负责服务顾客，有的负责财务管理等。

第五，露天式运营。据观察，黄河休闲茶摊是户外露天式运营，天然的空间开放性，使得人们能够在自然光和流通的空气中，更好地欣赏周围的景色和风光。同时价格相对较低，适合大众消费。这样的开放性和便利性，使得茶摊成为城市生活中一道独特的风景线，建构了人们休闲、交流的公共空间。但从访谈中，研究者了解到部分受访者提及茶摊工作需要忍受长期的紫外线辐射，客流量也经常受到天气的影响。

5.4 社会空间建构的意义：黄河茶摊的功能认知

作为社会空间的黄河茶摊，既依靠于客观实在的物质空间，又依靠于媒介技术及符号系统，可以说，兰州茶摊之所以能够成为社会空间，离不开媒介系统与物质社会的互动关系。

随着媒介技术的快速发展，媒介在城市空间中的渗透与影响日益增强，人们的生活方式也在媒介化时代的背景下逐渐向线上化转移。在信息媒介的影响下，人们的认知和行为都受到潜移默化地影响。在媒介塑造的虚拟文化空间中，存在着大量的信息和符号，它们通过视觉、听觉等多种感官方式传递给人们，影响着人们对城市空间的认知和理解。^①这种认知不仅体现在人们对城市空间的感知和

^① 列斐伏尔指出，虚拟文化空间能够使消费者受到更少的束缚，在互联网的世界，消费者可以体验到其他地区的文化活动，甚至可以身临其境于古代或者虚幻的世界，时间和地理的边界无法阻拦文化服务的传播，精神世界的共鸣可以借助网络传播于世界的每个角落，也正是这样的特质激发了虚拟文化空间独特的活力，满足了公众在物理世界无法满足的精神体验和情感需求。

认知上，还体现在人们的行为和决策上。

在行为与认知共同作用下，兰州茶摊成为体验与互动的社会空间。在兰州城市公共空间中，黄河休闲茶摊作为一种传统的文化符号和休闲场所，也在媒介的影响下呈现出新的特点和变化。通过访谈和观察，研究者发现，茶客对茶摊的认知和态度受到媒介的影响，表现出一些新的特点和趋势。

第一，媒介改变了茶客对茶摊的感知方式。在过去，茶客通常是通过亲身体验和口碑相传的方式了解茶摊的信息和评价。然而，在媒介化时代，茶客可以通过各种媒体平台获取茶摊的信息，如社交媒体、网络评价、旅游攻略等。这些媒介平台上的信息和评价不仅数量庞大，而且形式多样，包括文字、图片、视频等。通过这些媒介信息，茶客可以更加全面地了解茶摊的特点和优势，从而更加准确地选择适合自己的休闲场所。第二，媒介改变了茶客对茶摊的期待和需求。在媒介的影响下，茶客对茶摊的期待和需求也发生了变化。他们不仅希望茶摊能够提供舒适的休闲环境和高品质的饮品，还希望茶摊能够具有独特的文化特色和个性化的服务体验。同时，他们也更加关注体验感，比如卫生状况、服务质量等方面的问题。第三，媒介改变了茶摊在公共空间中的地位和作用。随着媒介的普及和发展，茶摊在公共空间中的地位和作用也发生了变化。它不再仅仅是一个提供饮品和休闲场所的地方，而是成为了一个具有文化内涵和社会价值的公共空间。茶摊通过提供独特的文化体验和社交机会，吸引着越来越多的茶客前来体验和交流。

物质空间则以独特的形式存在于大众媒介中，它不仅再现了物质空间的生活图景，同时也构筑了物质空间所蕴含的文化内涵与精神价值。这种媒介塑造的虚拟空间，使得物质空间突破了物理限制，实现了跨越地域的传播与共享，为人们搭建了更广阔的交流与互动平台。

在媒介化时代，物质空间与虚拟空间的互动与融合，为人们带来了全新的生活体验。人们通过媒介，可以更便捷地获取物质空间的信息，同时也能在虚拟空间中体验到物质空间的文化氛围与精神价值。这种互动与融合，不仅丰富了人们的生活方式，也为物质空间的发展与创新提供了新的可能性。

通过梳理访谈结果，研究者发现，在涉及茶摊物质空间功能指向的内容中，逐步呈现出四个较为显著的类型，即休闲娱乐功能、体验功能、社交功能和经济功能，它们分别占据茶摊功能的 50.96%、12.5%、26.92%和 9.62%。

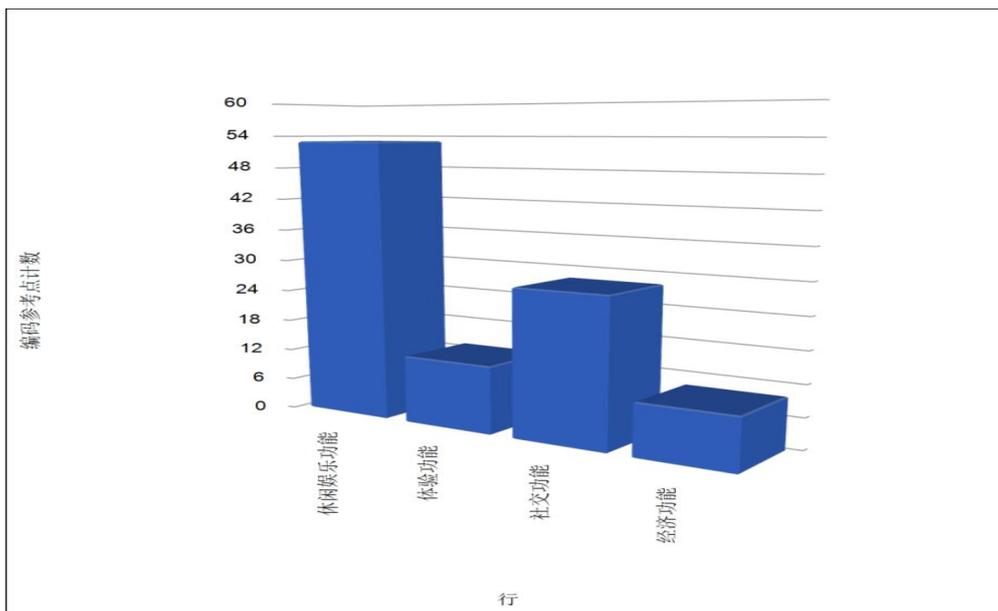


图 5.7 茶摊功能矩阵编码参考点数图

(一) 休闲娱乐功能。休闲娱乐功能占比最多，体现了茶客对休闲茶摊娱乐属性的认可。黄河沿岸茶摊作为休闲空间，为人们提供了舒缓身心的场所。人们在此可以品尝当地特色的三炮台，欣赏黄河穿城而过的美景，近距离感受兰州城市文化的独特魅力。

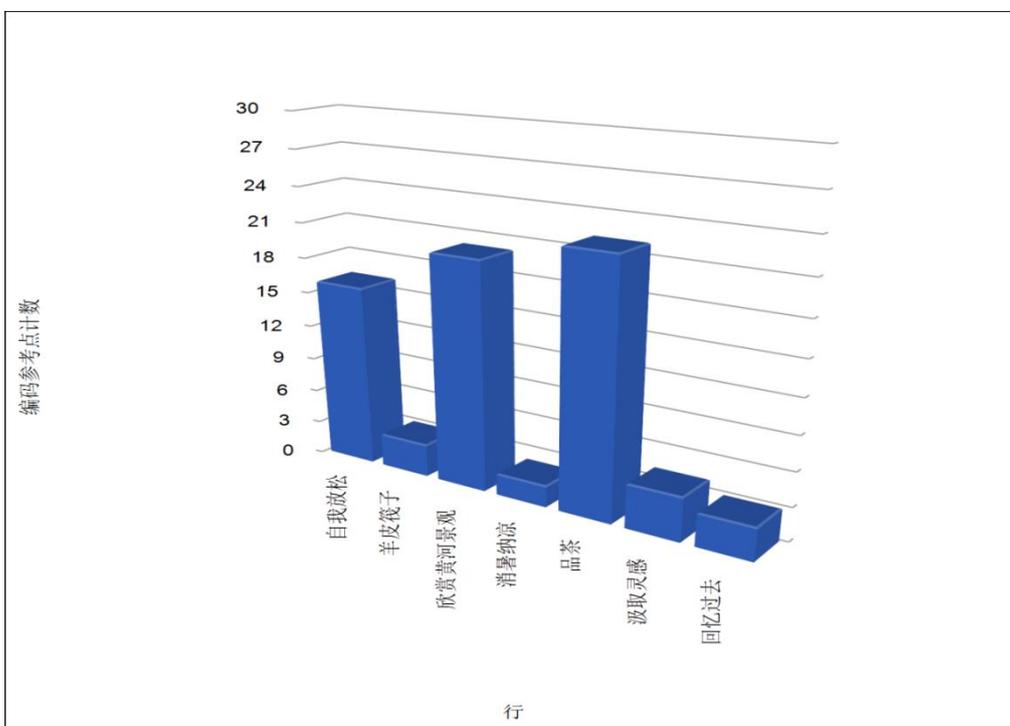


图 5.8 休闲娱乐功能矩阵编码参考点数图

在休闲娱乐功能中，“品茶”是被提及最多的一类活动，也是茶客到访茶摊

的主要目的之一。三炮台作为兰州的特色茶饮，代表了兰州独特的文化传统和地域特色。茶客品尝三炮台的过程，实际上是对兰州文化的一种认知和参与。

我们从广州出发自驾去西藏，路过兰州，顺道来这喝喝茶、吹吹风，真舒服。

（来自 B8 访谈实录）

除了“品茶”，茶摊的另一个魅力在于它所提供的观景体验。在休闲娱乐功能中，“欣赏黄河景观”功能仅次于“品茶”功能。黄河作为中华文明的摇篮，承载着深厚的历史文化内涵，被赋予了独特的文化符号意义。而休闲茶摊坐落在黄河两岸，为茶客们提供了合适的观景平台。茶客们在品茗之余，抬头便可看到滚滚东流的黄河水，构成了一幅人—情—景交融的美丽画卷。

……逛累了，我们这群老头老太太就来了这黄河边的茶摊喝茶，这兰州的茶摊可真不错，我们坐在这茶摊，喝着茶，看着黄河，吹着风……心情也变得格外愉快。（来自 B10 访谈实录）

除了“品茶”，茶摊还为茶客提供了一个放松身心、放慢生活节奏的场所。在这里“自我放松”，也是被茶客提及较多的内容之一。在现代社会的高速运转中，人们往往在忙碌的工作和生活中感到压力和疲惫，而茶摊正是为人们提供了一个暂时逃离喧嚣、寻找宁静的避风港。品茶的过程，也是一个洗涤心灵、沉淀思绪的过程。在这里，茶客们可以暂时忘却日常的烦恼与压力，将自己沉浸在茶香的世界里。同时，绿树、花草、小径等河边的优美景色，让人产生心旷神怡的感受，有助于放松身心，缓解压力。

在这儿喝茶也是种享受，坐在这可以什么都不想，不像平时总是为一家老小奉献，在这里我可以只是我自己，不用想那么多，这可能就是大自然的魅力吧。

（来自 A8 访谈实录）

此外，休闲娱乐功能还包括“消暑纳凉”“乘坐或观看羊皮筏子”“汲取灵感”“回忆过去”等，这些功能使得茶摊不仅仅是一个简单的休闲场所，也是一个承载着文化与情感的物质空间。

据观察，茶摊每日客流量最大的时段分布在下午 3 点至 5 点或晚上 7 点至 10 点，到了炎炎夏日傍晚时分，茶摊则成了人们消夏乘凉的好去处。这与茶摊

的地理位置有关，由于水的比热容较大，吸收热量后的温度升高的幅度较小，因此河边的温度相较于陆地可能会低一些。此外，河流的流动会带动气流，形成自然风，帮助人们消暑，茶摊的开放式环境则为茶客增添了一份难得的惬意。

游客主要是来感受兰州的地域文化和风情，而当地居民则更倾向于在茶摊消暑纳凉。（来自 A17 访谈实录）

羊皮筏子作为一种古老的水上交通工具，在黄河沿岸还存在使用痕迹。如今，羊皮筏子属于黄河风情线的特色旅游项目之一，单次体验价为 80 元到 240 元人民币不等（具体价位按照行程而定）每次可乘坐 4—6 人，乘客可在黄河风情线这段水域进行漂流体验。对于岸边的茶客而言，观看水中漂流的羊皮筏子也是娱乐项目之一，增添了茶摊的娱乐性。

在这里喝茶，看看羊皮筏子，欣赏黄河风景，特别惬意，今天还有女儿的陪伴，感觉很幸福。（来自 B3 访谈实录）

茶摊还是一个汲取灵感的场所。对于一部分创作者来说，茶摊能够提供宝贵的灵感来源。在茶摊中，他们可以观察到各种各样的人和事物，茶客们的交谈到茶摊的氛围，都可以成为创作的素材；也可以与不同领域的人交流，分享彼此的感受与见解。

我在茶摊上，主要也是想来看看不同的人，就是找个地方观察观察，找找灵感。免费续杯，座位也不贵，在这里坐一天真的很不错，还可以督促自己把画完成。而且坐在这里还可以给其他人看看自己的画，有时还能卖出去呢。（来自 A11 访谈实录）

有时候，在家里没灵感、写不出来，我就出来吹吹风，放松心情，今天刚好走到附近，就坐在这喝杯茶。在这里，可以感受大自然的气息，也可以从周围的人和事中汲取灵感……只有当我们真正放松下来，才能够更好地感知世界，更好地理解自己和他人。（来自 A9 访谈实录）

我经常就近找地方来剪辑拍摄素材，而这里就成了我不经意间发现的临时驿

站……有时候，我会从周围的人和环境中找到灵感，为我的视频增添一些本地色彩。（来自 A12 访谈实录）

对于一些年长的茶客来说，茶摊能够唤起他们过去的记忆。研究者分析，这主要与茶摊所在的环境有关，黄河休闲茶摊位于黄河岸边，见证了兰州的发展和变迁；茶摊的建筑和装饰也沿袭了老兰州的特色和风味。因此，再次来到这个地方，看到熟悉的景象和环境，自然会唤起他们的回忆。

这次女儿休年假，带我来到兰州旅游……我年轻时候来过兰州，那时还没有这么繁华，但黄河边上还是这样，让我仿佛回到了年轻时代。（来自 B3 访谈实录）

（二）社交功能。除了休闲娱乐，茶摊的社交属性也较为突出。社交功能是指人们在互动过程中建立、维护和加强彼此关系的能力。这包括了解彼此的兴趣、需求、价值观等，并通过交流、合作、共享等方式来增进彼此的了解和友谊。社交功能是社会生活的重要组成部分，它有助于建立良好的人际关系，提高个体的心理健康水平，以及促进社会的和谐发展。

作为人类的基本需求之一，社交功能在茶摊中得到了充分地满足。有别于茶馆的精致，茶摊更倾向于提供休闲的环境，更因茶的媒介作用，促进了茶客间的交往与交流。作为社会互动的重要场所，茶摊为人们提供了共享日常生活的平台，增进了人际交往，为亲朋好友的聚会、近况交流以及人际关系的建立和维护提供了特色空间。此外，茶摊不仅是社交的聚集地，也是信息的集散地。人们在这里分享新闻、八卦、生意等信息，成为一些茶客钟爱的信息交换场域。

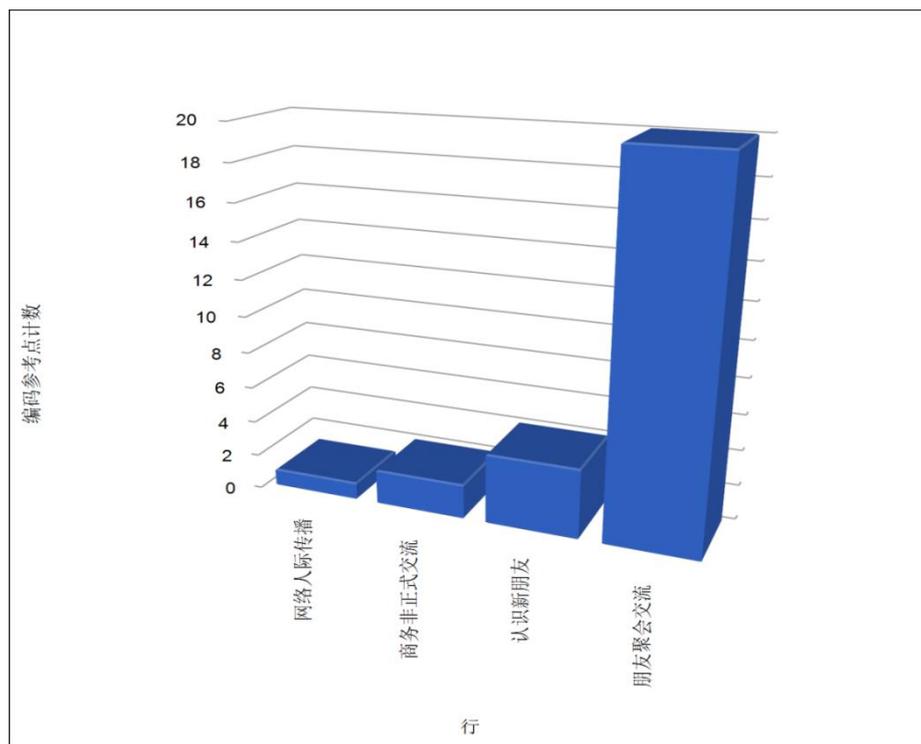


图 5.9 社交功能矩阵编码参考点数图

作为一种社交方式，在深入探究其文化内涵和社会功能时，研究者发现其中“朋友聚会交流”的作用尤为显著，这不仅体现在日常的观察中，也得到了访谈的佐证。

能有机会和老朋友在这里聚一聚，互相聊聊最近的事情，还是挺不错的。毕竟，重要的不只是茶本身嘛！（来自 A14 访谈实录）

……我们都很爱到这玩，虽然设施简单了点，但重要的是能和朋友一起聊天打牌，彼此交流，毕竟快毕业了，这样的时光很宝贵，希望能留下一些共同的美好记忆。（来自 B11 访谈实录）

除了促进与老朋友的联系之外，“认识新朋友”也成为部分茶客在茶摊饮茶时的意外收获，使人们在享受茶香之余，还能拓展人际关系，丰富社交生活。茶摊作为文化交流的场所，茶客们可以在这里接触到各种不同的文化背景和思想观念。这种多元化的交流有助于拓宽茶客的视野，激发他们的好奇心和探索欲。通过与新朋友的交流，茶客们可以了解到不同的生活方式、价值观念和思维方式，从而丰富自己的精神世界。

……最重要的是我在这认识了几个本地小伙伴，邀请我们一起去吃烤肉。刚

刚还一起合影留念了，可把我那些兄弟羡慕坏了。不过可惜的是，我们还有自己的旅程，明天就要出发前往西藏，下一次有机会我一定带朋友们再来兰州，到时候还来找小伙伴们再见一面。（来自 B8 访谈实录）

（三）体验功能。根据对黄河休闲茶摊的访谈分析，研究者发现其功能不局限于休闲娱乐和社交互动，它还提供了一个独特的体验平台。作为兰州市独特的文化符号，休闲茶摊也是这座城市的历史和文化的载体之一。参与者能够通过品茶和欣赏黄河美景，深入了解和体验兰州地区人民的生活方式。兰州的茶摊是游客了解兰州、体验当地生活的重要场域。在这里，游客能感受到兰州独有的风情，还能深入了解当地的风俗习惯。这种体验式功能使得黄河休闲茶摊在满足人们基本需求之余，还具有了文化传承意义，对于促进地区间文化交流和互动具有积极的推动作用。

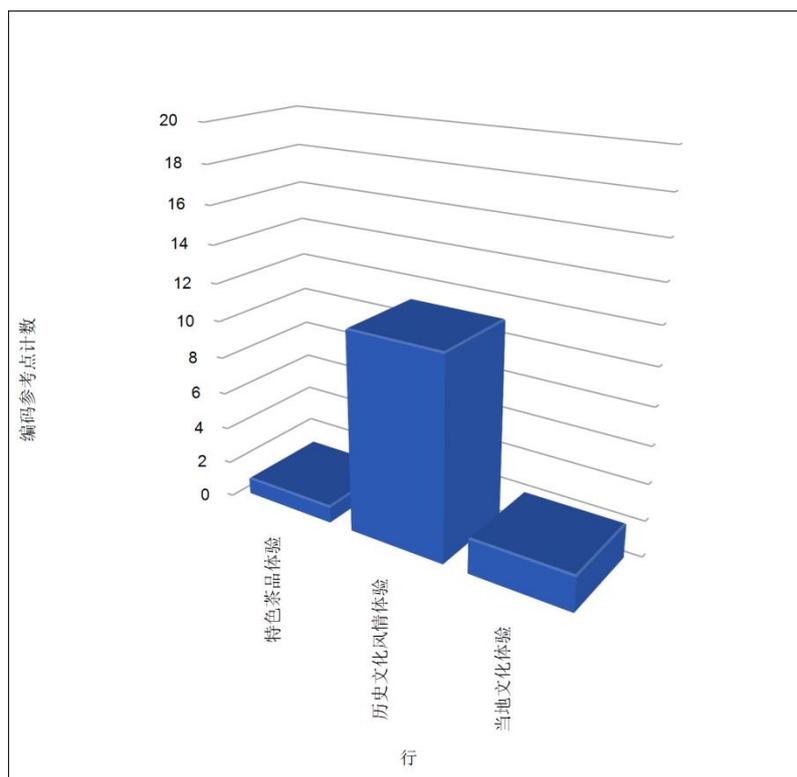


图 5.10 体验功能矩阵编码参考点数图

在体验功能中，给受访者留下最深刻印象的是“历史风情”，其次是“当地文化”，最后是“特色茶品”。这些反馈大多来自外地游客，反映出游客对兰州休闲文化的主观印象。在访谈中，受访者多次提到黄河与历史文化的碰撞，体现了兰州作为中国历史名城的文化价值——拥有丰富的历史资源和悠久的文化氛

围, 以及作为全国唯一一座黄河穿城而过的城市的旅游价值——拥有承载了历史文化属性独特的旅游资源。

每当我与客户坐在一起品茶聊天时, 我总会不由自主给大家说, 黄河不仅是中华文明的源泉, 也是传统文化的根脉, 也是我们共同的骄傲……我还会给客户讲老兰州的历史故事, 比如兰州战役、马踏飞燕等, 虽然我并不是兰州人, 但这些故事耳熟能详, 都是我们甘肃人民的共同记忆。在聊天的过程中, 我也会将这些历史故事与现在的生活联系起来, 通过举一些例子, 让客户更加深入地了解甘肃和兰州的魅力。(来自 B2 访谈实录)

除此之外, 在黄河边饮茶的生活方式和特色茶品三泡台, 也能让游客体验到兰州人原汁原味的休闲生活。

……就像兰州这边, 人们好像特别会享受生活, 慢慢地喝茶, 悠闲地聊天……坐在黄河边, 我感觉我不只是一个过客, 更像是融入了这里的生活。尽管感觉兰州的生活节奏确实比较慢, 有点单调。对于像我这样习惯了不停旅行、经常追求新鲜刺激的人来说, 这里的平静和一成不变有时候会让人感到有点...怎么说呢, 可能是有点不够刺激吧。不过, 这种悠闲的生活方式也有它的好处, 让人能够放慢脚步, 好好享受当下。(来自 B7 访谈实录)

(四) 经济功能。从访谈结果来看, 对于受访者而言, 茶摊的经济功能主要体现在提供就业岗位(增加收入)和降低消费成本(减少支出)两个方面。

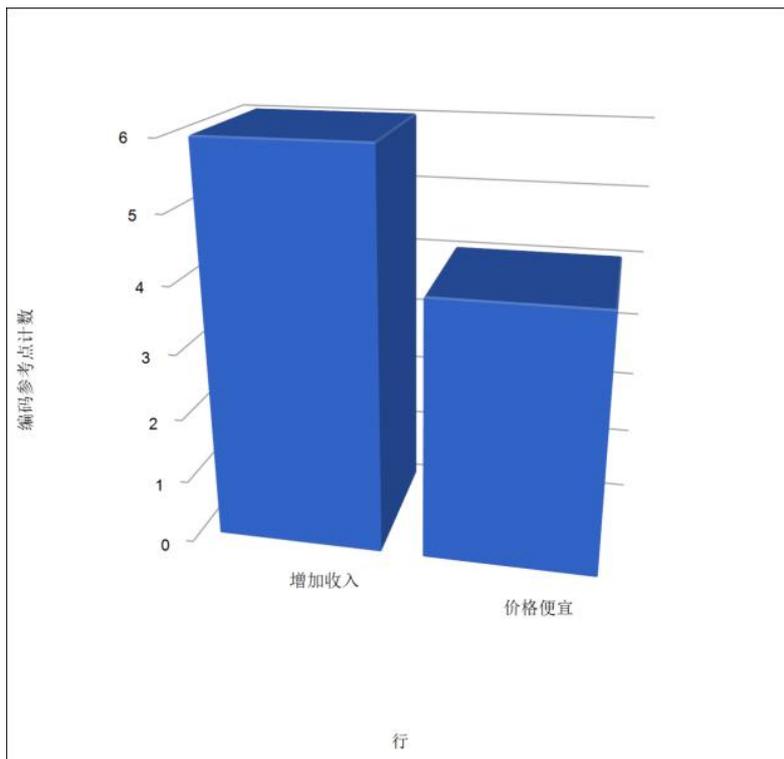


图 5.11 经济功能矩阵编码参考点数图

相较于茶馆，茶摊作为一种经济实惠的休闲方式，无疑为茶客提供了更为亲民的消费选择。首先，茶摊的低价格策略有效降低了消费者的支出压力，使得茶文化能够更广泛地普及到各个社会阶层，无论是学生、上班族还是农民、退休工人，都能够在这里找到适合自己的茶饮，增强了茶客对于兰州传统茶文化的认同感和归属感。

这里的茶味道还行，可能跟专业的茶馆比起来稍微差一点。但考虑到价格和环境，我觉得还是挺划算的。（来自 B11 访谈实录）

兰州的茶摊儿更是个好地方，是兰州人生活中重要的一部分，大家在这儿喝茶聊天，下棋看风景。虽然是景区，但普通人都能消费得起。（来自 A18 访谈实录）

其次，茶摊的运营模式也为社会创造了更多的就业机会，包括茶摊经营者、服务员等，带动了相关产业链的发展，提高了劳动者的收入水平。

我们家亲戚看着这个黄河茶摊的生意是越来越好，但是经常忙不过来，这不就把我叫过来帮帮忙，其实也给我开工资，就当挣个零花钱呗……累是累的，但

干着也挺开心的，挺充实的。暑假孩子也去他爷爷奶奶家玩了，我一个人在家也无聊，还不如出来兼职挣点钱。（来自 A5 访谈实录）

从经济学的角度来看，茶摊的兴起体现了市场经济下的供需关系。随着人们生活水平的提高，对于休闲文化的需求也不断增长。茶摊作为一种低成本、高满意度的消费选择，恰好满足了这种需求，从而在市场中占据一席之地。

平时大家都各忙各的，好不容易遇到个都空闲的周末，我和妻子、女儿一起出来，在西关逛逛街，逛累了就坐在黄河边上，喝一杯浓郁的三炮台，几十块钱就能坐一天，聊聊生活的点滴，带女儿在河边玩玩，挺惬意的。（来自 A10 访谈实录）

同时，其营运时间较为灵活，适应了不同顾客的时间需求，带动相关产业链的发展，也为当地经济注入了活力。

研究者还发现，对于黄河休闲茶摊的茶客而言，“品茶”这一功能仅占据“茶摊功能”的 26.19%，而“历史文化风情体验”“特色茶品体验”“自我放松”等涉及明显文化属性的功能则占据“茶摊功能”的 72.62%。这说明，在现代社会的快速发展中，茶摊不仅仅是一个简单的饮茶场所，而是逐渐演化成为具有独特文化意义的“第三空间”。

5.5 本章小结

在这一部分，研究者发现黄河休闲茶摊得以在城市公共空间中占据着独特的地位，并发挥着多重作用，因为它们不仅仅是简单的饮茶场所，而是融合了商业经营、自然美景、地方特色、文化交流等多重元素的综合体现。此外，对茶客话语的分析有助于理解人们应对这些问题的策略，以及他们在交流中寻求支持和建议的方式，还可以揭示不同群体之间的差异和共同点，从而更好地理解社会结构和社会变迁。通过对材料的梳理，得出了兰州休闲茶摊的五大显著特征。

此外，作为社会空间的黄河茶摊，既依靠于客观实在的物质空间，又依靠于媒介技术及符号系统，媒介不仅再现了物质空间的生活图景，同时也构筑了物质空间所蕴含的文化内涵与精神价值。这种媒介塑造的虚拟空间，使得物质空间突

破了物理限制，实现了跨越地域的传播与共享，为人们提供了更广阔的交流与互动平台。

6 研究结论

本文将黄河休闲茶摊作为研究对象，结合空间三元辩证法的三个层次，深入分析黄河休闲茶摊的公共文化空间构建路径及其所承担的传播作用与市井文化传播中的实际价值。黄河休闲茶摊是由多元媒介、社交话语、情感共识所搭建起的信息空间。在这里，信息的交换为人们的聚集提供了可能性，也使得黄河休闲茶摊真正意义上成为文化公共空间。

空间三元辩证法为本文的研究提供了明晰的理论框架。研究发现，黄河休闲茶摊作为物质空间，是一个由生产实践推动构成的物质空间——其物质生产经历了早期的休闲化、中期的单一家庭式生产、现代的多元产业集群与聚集产业规模，从而在生产与再生产过程中聚合成为客观实在的物质性空间；而其地理位置、区域功能、空间布局、设施配备等元素也为茶摊的发展奠定了物质基础，从而体现出文化性、地域性等特有的空间属性。作为精神空间，黄河休闲茶摊在媒介高效、直观的传播机制下，原本单一的盈利目的被巧妙地融合进文化传播与用户体验之中，进而以图像、文字等符号形式转化为一种独特的文化体验。在这一过程中，媒介构建了一种线上线下紧密结合的消费模式，用户的体验感受被媒介巧妙地转化为商业影响力。媒介利用符号信息精心打造了关于黄河茶摊的精神空间，人们的感知在这个空间中被资本所利用，人们在享受精神空间的同时，也无意中成为商业资本的一部分。媒介利用人们对美好生活的向往和追求，将茶摊塑造成理想的消费场所，吸引人们为之投入时间和金钱。通过这种方式，媒介不仅实现了商业资本的增值，也进一步增强了其在社会中的影响力和控制力。作为社会空间，黄河休闲茶摊得以在城市公共空间中占据着独特的地位，并发挥着多重作用，因为它们不仅仅是简单的饮茶场所，而是融合了商业经营、自然美景、地方特色、文化交流等多重元素的综合体现。作为社会空间的黄河茶摊，既依靠于客观实在的物质空间，又依靠于媒介技术及符号系统，媒介不仅再现了物质空间的生活图景，同时也构筑了物质空间所蕴含的文化内涵与精神价值。这种媒介塑造的虚拟空间，使得物质空间突破了物理限制，实现了跨越地域的传播与共享，为

人们提供了更广阔的交流与互动平台。

根据以上分析,研究者通过实地调查、半结构化访谈和非参与式观察等方式,收集了关于休闲茶摊的丰富数据并进行逐步分析,将茶摊的物质空间划分为作为以产生和再生产为导向的实体物质性空间;将精神空间、社会空间划分为以符号意义与话语、实践互动内涵系统维系的信息空间。也就是说,本研究沿着列斐伏尔三元空间生产模式进行分析,发现从茶摊功能指向来看,黄河休闲茶摊的空间性主要体现在两个方面——一是作为实体存在的物质性空间,其激发了人们生产实践活动的产生,在物质生产与再生产过程中构建起一个物质空间;同时特殊的陈设与区位因素,决定了其聚集各地游客与当地人的公共文化空间;二是以符号意义与话语内涵系统维系的信息空间,媒介通过隐藏刺激消费的真实目的,用文化体验与感受激起人们的讨论,从而在线上使得兰州茶摊形成了精神空间;此外,当线上的用户来到客观实在的黄河茶摊时,往往能够创造或具有共通的意义空间,在意义的互动与交换中,黄河休闲茶摊成为人们互动交往的信息载体;从实际意义上讲,黄河休闲茶摊是媒介与用户用话语意义和可视化符号构建起的信息公共空间。

因此,研究者基于这些分析得出了黄河休闲茶摊作为公共文化空间建构的两条搭建路径。

第一,基于物质搭建的实体公共文化空间是文化传播的重要途径。黄河休闲茶摊作为以物质为基础构建的公共文化空间,物质性成为公共空间建构的决定性因素,为公共文化空间的存在提供了可行性。黄河休闲茶摊的形成离不开人们的生产实践活动,在生产结构的不断拓展与优化过程中为人们聚集于此创造了条件,从而形成了以生产为导向的物质空间;加之,黄河休闲茶摊主要集中在黄河两岸,黄河的物质景象及茶摊简易灵活且富有特色的布局、茶品体验以及相对低廉的收费标准,使得此处能够成为具有文化意义的公共空间。换句话说,在生产实践、茶摊格局、商品供给等物质性因素的相互作用下,使得黄河休闲茶摊成为兰州市特殊的公共文化空间。

第二,基于意义搭建的信息公共文化空间是文化传播的重要途径。作为公共文化空间的黄河休闲茶摊,不仅仅是一个实体的“物”的空间,还是一个由意义符号构成的“词”的空间。黄河休闲茶摊不仅具有实体空间的属性,还承载着

由媒介与话语意义符号构建的抽象空间特征。研究发现，黄河休闲茶摊之所以能够成为公共文化空间的主导因素，源于媒介对于社交需求及消费需求的塑造，伴随着现代化进程与媒介技术的不断发展，人们通过线上交流的方式互换信息，而媒介正是抓住这一重要逻辑，将商品销售与利益创造粉饰为文化传播与意义交往。通过线上线下联动的方式，使得兰州茶摊成为由符号意义与话语构成的社会精神空间。在日常生活中，人们需要交换信息以维系社交关系，但鲜有时间与亲友舒适地交流。此时，黄河休闲茶摊以其独特的“慢节奏”风格，逐渐成为兰州市内重要的公共文化空间。可以说，黄河休闲茶摊是由社交话语和情感共识构筑的信息交换平台。信息的交换为公众的聚集提供了可能性，从而使得黄河休闲茶摊真正成为具有文化意义的公共空间。

参考文献

- [1] 吴宁.列斐伏尔的城市空间社会学理论及其中国意义[J].社会,2008(02).
- [2] Henri Lefebvre. The Production of Space[M]. Translated by Donald Nicholson-Smith, Oxford UK: Blackwell Ltd., 1991:33.
- [3] Eley G .Putting German (and Britain) Liberalism into Context: Liberalism, Europe, and the Bourgeoisie, 1840-1914[J].crso working paper, 2007.
- [4] Jürgen Habermas.The Structural Transformation of the Public Sphere[J].Quarterly Journal of Speech, 1992, 72(1):26-28.DOI:doi:10.1080/10286630903038923.
- [5] Calhoun C .Community without Propinquity Revisited: Communications Technology and the Transformation of the Urban Public Sphere[J].Sociological Inquiry, 1998, 68(3):373-397.DOI:10.1111/j.1475-682X.1998.tb00474.x.
- [6] Hong Z , Meng-Ni W .A study on the characteristics of the construction of the public space form from the memory of the traditional settlement culture——A case study of Leitun, Anshun, Guizhou[J].China Ancient City, 2019.
- [7] 高红.社区社会组织与城市基层合作治理[M].北京:人民出版社,2016:4.
- [8] 毛逸源.第三空间视域下实体书店参与城市文化空间建构研究[J].中国出版,2021(21):62-65.
- [9] Park Jae Soo, Lee Jae Su. An Investigation into the Causal Relationship and the Cross Correlation between Apartment House Sales Prices and Real Estate Online News : An Approach to the Sentiment Analysis Using Unstructured Big Data of Online News Articles[J]. Journal of Korea Planning Association, 2019, 54(1).
- [10] 解维娜.咖啡店也能“平民化” [J].中国商贸,2008(09):108-109.
- [11] 林耿,王炼军.全球化背景下酒吧的地方性与空间性——以广州为例[J].地理科学,2011,31(07):794-801.DOI:10.13249/j.cnki.sgs.2011.07.005.
- [12] 吴健平.试评符码化时代的室内设计——三里屯、衡山路酒吧的空间与美学意义[J].文艺争鸣,2010(14):11-13.
- [13] 当代与传统的融合 卡纳瓦乔罗葡萄园餐厅 [J]. 室内设计与装修, 2023(03):90-93.

- [14] 李鑫,徐跃权.基于马斯洛需求层次理论的高校图书馆学习空间构建研究[J].图书馆工作与研究,2022(11):121-128.DOI:10.16384/j.cnki.lwas.2022.11.011.
- [15] 马骏,刘亚宁,葛力云.公共图书馆创新空间构建要素分析[J].图书馆学研究,2021(23):27-33.DOI:10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2021.23.012.
- [16] 冯笑,刘永昶.“可见性”的崛起:数字时代博物馆传播的空间转向[J].传媒观察,2023(05):91-98.DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2023.05.009.
- [17] 袁年兴.日常生活与公共空间[J].[2023-06-22].
- [18] 郭公民.介入公共领域的审美交流[M].上海社会科学院出版社:,201705.242.
- [19] Lefebvre H , Elden S , Moore G .Rhythmanalysis : space, time and everyday life[M].Continuum,2004.119-123.
- [20] 王光臣. 城市社区公共文化空间活力评价及提升策略研究[D].青岛大学,2021.DOI:10.27262/d.cnki.gqdau.2021.001390.
- [21] 潘海啸.城市空间的解构:物质性战略规划中的城市模型[J].城市规划学刊,1999(4):18-24.DOI:10.3969/j.issn.1000-3363.1999.04.005.
- [22] 叶常林.国有企业控制权:公共领域及其分配依据[J].江汉论坛,1999(08):15-18.
- [23] 卢嘉瑞.论空间生产力[J].吉林大学社会科学学报,1993(02):73-80.
- [24] 黄应贵.空间、力与社会[J].广西民族学院学报(哲学社会科学版),2002(02):9-21.
- [25] 金栋昌,王琳慧.文化互动视角下城市公共文化空间与新媒体融合策略[J].长安大学学报(社会科学版),2019,21(02):85-92.
- [26] 史明立.物、空间与叙事:以“四海通达——海上丝绸之路(中国段)文物联展”为例[J].艺术与民俗,2022(03):12-18.
- [27] Rosenberg S , Costino E , Sanguinetti A .The Construction of the Public Space: The Architecture of Political Participation[J]. 2011.
- [28] 戴艳清,孙英姿.城市新型公共阅读空间可达性研究——基于长沙市中心城区新型公共阅读空间的调查[J].图书馆学研究,2023(01):2-11.DOI:10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2023.01.001.
- [29] 张伟.空间修辞与文化记忆的视觉生成——基于中国国家博物馆的修辞考察[J].文艺理论研究,2021,41(05):184-194.

- [30] 屈雅君,傅美蓉.博物馆语境下的性别文化表征——以妇女文化博物馆为例[J].南开学报(哲学社会科学版),2009(02):37-43+83.
- [31] 亢琦.付费自习室的兴起对图书馆空间服务的启示研究[J].图书馆理论与实践,2022(02):67-72.DOI:10.14064/j.cnki.issn1005-8214.2022.02.002.
- [32] 张俊,李祥瑞,洛绒四郎.权力规训视域下都市青年的空间压力——基于付费自习消费现象的调研[J].当代青年研究,2021(01):84-92.
- [33] Membretti A .Centro Sociale Leoncavallo. The Social Construction of a Public Space of Proximity[J].[2023-06-22].
- [34] Trachana A ,Mart ín Castillejos, Ana Mar í a,Flores Mart í nez, Josefina.Processes in the construction of public space: bottom up versus topdown processes. Informal spaces and alternative uses[J]. 2015.
- [35] Rockwell E .The West, the Others and the Construction of a New Public Space[J].Revista Cidob Dafers Internacionals, 1998, 9(43-44):61-69.
- [36] Zlata J ."Influence of Social Actors on Urban Transformation of Zagreb after 2000": Major Methodological aspects and preliminary results[J].Social Structures & Institutions the Quest for Social Justice, 2011.
- [37] 王鹤,孔德静,徐嵩.建构关系文化发展的城市公共空间评价指标体系[J].科技展望,2016,26(28):292.
- [38] 管其平.空间社会学的理论体系及其本土化实践[J].西安建筑科技大学学报(社会科学版),2022,41(02):54-61+94.DOI:10.15986/j.1008-7192.2022.02.008.
- [39] 廖华英.话语意义与 CBT[J].江西社会科学,2004(12):135-137.
- [40] 李晓倩.中文社交媒体公共空间探讨[J].新闻研究导刊,2020,11(09):55-56.
- [41] 李玫.空间的生态伦理意义与话语形态——叶广芩秦岭系列文本解读[J].民族文学研究,2009(04):80-86.
- [42] 潘戎戎.华莱坞艺术电影的话语实践与空间生产[J].东南传播,2015(04):42-47.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2015.04.013.
- [43] 张献忠.文社、书坊与话语权力——晚明商业出版与公共空间的兴起[J].学术研究,2015(09):101-115.
- [44] 高红.社区社会组织与城市基层合作治理[M].北京:人民出版社,2016:4.

- [45] 曾莉,周慧慧,龚政.情感治理视角下的城市社区公共文化空间再造——基于上海市天平社区的实地调查[J].中国行政管理,2020(1):46-52.
- [46] 向云驹.论“文化空间”[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2008(3):83-90.
- [47] 王少峰.公共政策与文化空间——以北京的人文奥运建设为例,兼论节假日与社会生活的公共性 [C].第三届东岳论坛暨东岳论坛国际学术研讨会论文集.2007:116-121.
- [48] 张世君.中国古代小说评点空间叙事理论探微[J].广州大学学报(综合版),2001,(07):17-21+37.
- [49] 刘进.20世纪中后期以来的西方空间理论与文学观念[J].文艺理论研究,2007,(06):19-25.
- [50] 郭元波.从《一间自己的屋子》解读伍尔芙同时代女作家的社会空间[J].辽宁师范大学学报,2005,(03):103-105.
- [51] 王欣,黄佳丽.从三重空间看《达洛卫夫人》中的空间政治观[J].绥化学院学报,2018,38(11):74-76.
- [52] 林丽宁.空间意义的生产矛盾与错位《实话实说》与《锵锵三人行》比较分析[J].电影艺术,2002,(03):103-107.
- [53] 李超.中国情景喜剧空间生产的变迁——从《我爱我家》到《武林外传》[J].戏剧文学,2006,(11):83-87.DOI:10.14043/j.cnki.xjwx.2006.11.021.
- [54] 李晓南.从城市公共空间的角度看今昔茶馆文化的变迁[J].社会科学辑刊,2004(01):35-40.
- [55] 张弋戈,刘晨澍.基于文化包容的咖啡店与茶馆坐憩环境比较研究[J/OL].包装工程:1-14[2023-06-23].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.tb.20230524.1134.008.html>
- [56] 杨丽娟.空间 VS 文化:茶馆空间叙事演化的隐性书写[J].农业考古,2009(05):95-99.
- [57] 包树芳.近代茶馆的三维解读[J].农业考古,2022(02):61-67.
- [58] 王笛.中国城市的微观世界——从成都茶馆个案看都市大众文化研究的视角和方法[J].史学月刊,2008(05):10-13.

- [59] 钟鸣. 展示空间信息场与信息传受的设计研究[D]. 湖南大学,2021.DOI:10.27135/d.cnki.ghudu.2021.002560.
- [60] 安昊楠. 社会主义差异空间的革命: 从抽象空间统治走向历史空间生成[J/OL]. 江苏社会科学,1-11[2024-03-29].<https://doi.org/10.13858/j.cnki.cn32-1312/c.20240325.004>.
- [61] 李泽华. 新时代公共图书馆文旅融合之内涵、架构及趋向——基于价值共创的视角[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2023,44(01):37-45.
- [62] 王树生. 文化视阈下的社会——基于本体论、主体体验及方法论的考察[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版),2012,14(05):29-36.DOI:10.16822/j.cnki.hitskb.2012.05.004.
- [63] 蔡小菊. 文化消费主义的三重逻辑批判及其应对[J]. 马克思主义理论学科研究,2023,9(04):119-127.
- [64] 欧佳艺. 社会治理共同体建构的理论、特征与方案[J]. 西安财经大学学报,2024,37(02):95-104.DOI:10.19331/j.cnki.jxufe.2024.02.003.
- [65] 冯小露,杨辰. 上海市虹口区提篮桥地区: 文化空间要素识别方法初探[J/OL]. 北京规划建设,1-5[2024-03-29].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.2882.TU.20240327.1505.004.html>.
- [66] 蒋婷,苗莉,李春. 至味在人间: 城市“烟火气”游客体验的探索性研究[J/OL]. 旅游学刊,1-21[2024-03-29].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.1120.K.20240327.1139.002.html>.
- [67] 叶林,李萌. 城市创新的概念缘起、主题分布及其政策推动——基于广州国际城市创新奖案例文本的分析[J]. 学术研究,2024,(02):52-60+177.
- [68] 肖鹏,张文馨. 走向“公共文化服务共同体”: 广东公共文化服务体系的创新探索与经验推广[J/OL]. 图书馆论坛,1-9[2024-03-29].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1306.G2.20240320.1828.002.html>.
- [69] 常江. 中华民族共同体文化构建与民族文化自信的价值互依[J/OL]. 广西社会学,1-8[2024-03-29].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/45.1185.C.20240326.1552.010.html>.

- [70] 杨思永.媒介考古学——物质性转向思潮下的媒介历史研究[J].科技传播,2024,16(02):83-85.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2024.02.016.
- [71] 左岫仙,吕志敏.中华民族共同体视域下的泰山文化探究[J].湖北民族大学学报(哲学社会科学版),2024,42(02):10-20.DOI:10.13501/j.cnki.42-1328/c.20240315004.

附录一 访谈大纲

1. 浏览签署访谈协议。
2. 请问您经常来这喝茶吗？
3. 对黄河休闲茶摊有什么印象？
4. 您在这里一般做什么？聊什么？
5. 您觉得这里有没有什么可改进之处？为什么？

(访谈内容不局限于此大纲，可引导受访者对当时的感受、行动、情感、结果等要素进行描述。)

附录二 访谈协议

尊敬的先生/女士:

您好! 十分感谢您在百忙之中接受访谈!

对您的访谈是《公共文化空间建构的实践路径研究——以兰州市黄河休闲茶摊》研究工作中的一部分。访谈中需要您回答访谈者提出的一些问题, 访谈过程将全程录音, 部分进行书面记录。访谈的主要目的是了解黄河休闲茶摊的相关资料, 涉及的内容将包括:

- 1.您的性别、职业、居住地、到访茶摊时间、主要目的等基本个人信息;
- 2.了解您茶摊带给您的主要印象, 以及您在这里的主要活动与聊天话题;
- 3.您需要对您所描述的尽可能详细介绍, 包括当时的情境、事件的过程、内心的感受, 以及对您对其产生的评价建议等。

本协议仅用于本研究中所有接受访谈的茶客, 主要目的是保证访谈资料能够在保护被访谈者权利的前提下, 科学地用于研究之中。

如果您同意协议中的相关说明, 并保证访谈资料的客观, 请签署姓名。

受访者姓名: _____

主持人姓名: _____

时间: _____

时间: _____

致 谢

2019年夏，我怀抱着对未来的期许与些许懵懂迈出大学校门，那时的我就像被时代浪潮推着向前的一朵浪花，看不清未来的道路，却为踏上新的人生旅程而默默欣喜和期待着。囿于阅历的浅薄与认知的局限，总是理所当然地想到“我可以成为任何想要成为的人”这样也许不切实际却又充满激情的话语。而现实是离开了象牙塔的庇佑，形单影只在异地生活工作的幼稚的我，没有逃离人生所上的一课一课又一课。

但这段体验非常值得，甚至可以说弥足珍贵。困于肉灵的方寸之间，我开始发自内心地“睁眼看世界”，开始在职场生态与阶层结构中直观感受到了人外有人、天外有天，开始发现“成为任何想要成为的人”这件事情其实就像横幅标语，如果承受能力与执行力不够强，那只会说得比做得好听。从前的我造就了现在的我，这样的我无论从智商还是情商来看我都有很大的局限性，于是我无限惶恐、深夜辗转反侧，终于思忖良久选择提升学历进行自救。

一边工作，一边备考，我承受着无与伦比的压力，也享受着前所未有的充实。接下来就是一段甜蜜的故事了。在备考过程中，我遇到了如今的男友，当时作为朋友兼学长的身份，他给了我很大的支持、鼓励和指引。后来，他陪伴我经历了初试、复试、调剂，并陪我踏入了兰州财经大学的校门。

2021年秋，这是一段新的旅程，却不比从前任何一座象牙塔中的氛围轻松。在这里，我曾抓耳挠腮地赶过ddl，曾对人与人的无效交流而倍感无奈，曾在深夜流下无助的泪水，曾难以平息被误解的气愤……这些再次令我不断意识到，我是一个充满局限的人，我在局限中成长，也在局限中活着。

然而，也是在这里，我认识了如今的导师和朋友，解锁了许多新课程，重拾了保持至今的读书爱好，也与男友在兰州的大街小巷留下了美好的人生记忆……人总是在活一些瞬间，在这些瞬间里我见到了许多新的可能，将我原本如轨道般的人生无限拓展，无论是幸福也好，痛苦也好，如今回望，我都欣然接受。因为我渐渐意识到，“不是每个人都能功成名就，我们中有些人注定要在日常生活的点滴中寻找生命的意义”。

这三年即将走向终章，非常感谢我的父母对我毫无报备的升学决定付以坚定的肯定与支持，他们都是普通的劳动者，笃行着勤劳致富的美好信条，也是我人

生路上最大的支持者和赞助商；感谢我的导师王一婕老师无私地、不厌其烦地给予帮助和悉心指导，每次交流都令我获益匪浅；感谢我的三个舍友在这三年里倾情奉献的无限笑料；感谢我的妹妹陪我一起奋战在求学路上，她正在经历人生的重大转折点，希望妹妹能够顺利考入理想的大学；感谢在论文写作中慷慨地为我提供所有帮助的前辈们以及耐心接受访谈的茶客们，没有你们我根本无法完成这篇文章的写作；最后要压轴感谢的是我的男朋友兼好朋友老李头，这位小帅哥总是不厌其烦地听我诉苦、寻找解决方案，陪我学习也陪我吃喝玩乐，给我的生活带来了太多惊喜。我常常在想，作为一个充满局限的普通人，我真的很幸运啊。

2024年夏，我又即将怀抱着对未来的期许与些许懵懂迈出大学校门，这次在前方等待的将会是什么呢？祝愿每一个即将踏出校门的我们，未来纯净明朗、命运美好欢畅。