

黄洁滢, 田紫灵, 刘晨. 2024. 城市日常摄影活动中的地方意义重塑——以广州青年群体为例. 热带地理, 44 (3): 456-467.

Huang Jieying, Tian Ziling, and Liu Chen. 2024. Re-Writing Place Significance Through Everyday Urban Photography: A Case Study of Guangzhou Youth. *Tropical Geography*, 44 (3): 456-467.

城市日常摄影活动中的地方意义重塑 ——以广州青年群体为例

黄洁滢¹, 田紫灵², 刘晨¹

(1. 中山大学地理科学与规划学院, 广州 510006; 2. 深圳科学高中, 广东 深圳 518116)

摘要: 随着数字摄影设备的普及, 摄影逐渐成为人们体验地方、记录生活、拓展社交活动的主要方式。文章以广州青年群体为例, 结合民族志、实地观察和问卷调查等方法进行数据收集, 探讨数字摄影、社交平台与日常生活的融合, 在分析城市日常摄影活动过程、类型和特征的基础上, 探讨其对地方意义的重塑。结果表明: 城市日常摄影活动的过程和内容与社交平台紧密相关, 媒体平台的社交属性、视觉化和地理标签化将地方意义解构、再建构。地方原属性被弱化, 视觉属性和媒体意义越发明显, 成为人像的背景、自我呈现的场所和社交媒体上的地理标签。以视觉形式呈现的地方体现人们社交媒体化的审美方式、社会性和移动过程, 地方因此实现虚拟和现实意义共存。

关键词: 摄影活动; 地方意义; 社交媒体; 日常生活; 广州青年

中图分类号: J402; K901

文献标志码: A

文章编号: 1001-5221(2024)03-0456-12

DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.003840

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



西方人文地理学对摄影的研究起源于20世纪80年代的视觉转向(visual turn)(Ash et al., 2018)。随着简单易操作的柯达相机出现, 拍照成为大众性的活动(Vivienne and Burgess, 2023), 嵌入人们的社会关系, 地理学者也开始关注照片的视觉叙事, 即剖析照片的内容和体现的地方意义(Schwartz and Ryan, 2003)。相关研究认为, 摄影是对时间、地点、自我和他人的情感介入, 以视觉的方式呈现人对周围世界的认知(Lo et al., 2011; 刘丹萍等, 2006b)。这一活动由“规范、惯例、做事方式、技能和必要的设备”构成(Vivienne and Burgess, 2023), 并且“在拍摄、修改、存储、观看或共享图像的活动过程中被再现和转化”(Shove et al., 2007)。其不仅成为“看”和“被看”的方式, 构成人与地方间独特的想象地理(Larsen and Urry, 2011), 还与社会身份、权力关系和情境知识相关

联(Gregory, 1995; Hjorth and Gu, 2012)。可见, 摄影不仅是一种可视化技术, 也是借助图像和符号生产地理知识、实现社会建构、文化组成和历史定位的实践(Schroeder, 2005; Schwartz and Ryan, 2003)。

在数字化生活方式主流化的21世纪, 摄影成为人们在日常生活中表达、记录、(重新)建构以及消费自我的方式(Hjorth and Pink, 2014; 孔令怡等, 2018)。无论是去户外旅游、观光, 还是在室内参观、用餐、休息, 甚至是通勤路途中, 人们都会拿出数字设备拍下自己喜欢的瞬间或场景, 并分享给他人。摄影活动融合多种媒体和在线平台, 产生以照片为导向的交流和分享。自拍、表情包、度假照片和视频剪辑等可视化内容已成为社交媒体平台的主要内容(Miller and Sinanan, 2017)。它们创造出无处不在的视觉对话方式和自我表达方式, 形

收稿日期: 2023-06-18; **修回日期:** 2023-11-20

基金项目: 国家自然科学基金项目“广州外卖饮食消费的特征和影响机制: 基于空间实践视角的研究”(42001152); 国家自然科学基金项目“虚拟与现实情境互动作用下城市饮食活动的特征及其形成机制: 基于消费地理‘数字转向’视角”(42371240)

作者简介: 黄洁滢(2000—), 女, 广东广州人, 硕士研究生, 研究方向为社会文化地理, (E-mail) huangjy286@mail2.sysu.edu.cn;

通信作者: 刘晨(1990—), 女, 江西宜春人, 副教授, 博士, 研究方向为社会文化地理, (E-mail) liuchen25@mail.sysu.edu.cn。

成具有中国特色美学的新型社交仪式 (Hjorth and Gu, 2012; Zhang, 2017)。摄影设备的数字化和社交平台的图像化使摄影成为高度嵌入地方的活动,也使摄影的过程成为日常生活实践和地方体验的一部分 (Gibbs et al., 2015; Graham et al., 2015),地方的存在形式、意义以及人地关系都被不断重塑 (Larsen and Urry, 2011; Leszczynski, 2019)。

在此背景下,本文选取广州青年群体为研究对象,结合民族志、实地观察和问卷调查等方法进行数据收集,从城市日常摄影活动角度探讨数字摄影、社交平台与日常生活的融合,分析在城市日常摄影活动过程中地方意义的重塑。以期丰富中国人文地理学视觉研究和社交媒体研究。

1 人文地理学对摄影活动的探讨

西方人文地理学的摄影研究既将摄影看作研究对象,也将其视为研究方法 (田紫灵等, 2020)。作为研究对象的摄影主要关注照片本身的视觉叙事,即剖析照片的内容和意义。早期研究多聚焦在旅游摄影和家庭摄影等非日常摄影活动对地方、记忆、形象、体验的影响 (刘丹萍等, 2006b; Lo et al., 2011)。随着 Web 2.0 时代的到来,数字摄影活动与日常体验和交流相融合成为文化变革的一部分 (Dijck, 2008)。在此背景下,国际前沿研究日趋关注城市日常生活中视觉影像的创造过程及其在社交媒体上的呈现与现实地方景观和社会空间活动的互动关系。现有研究大都将摄影活动视为由预定模式和集体想象塑造的社会活动,即认为人们抵达地方前已产生拍摄想法或是如何拍摄的规范性预设 (Larsen and Urry, 2011; Månsson, 2011)。数字化使摄影活动不再局限于地理事物的真实记录,而逐步被拓展为一项社会表演 (Miller et al., 2016),受到群体性审美和媒介引导的影响 (Liu, 2022)。Larsen (2008) 指出,数字时代摄影活动的过程包括:寻找前期的拍摄对象,构图和拍照,摆姿势拍照和调整姿势,后期的编辑、观看和分享照片,以及分享上传后在数字世界流动的照片。社交媒体化的摄影活动成为融合虚拟与现实空间、生产和建构地理知识、塑造身份认同和社会关系的重要媒介 (Rose, 2016a; Thulin et al., 2020),形成一种媒体介入的新型人地关系。地方形象和意义逐渐被社交媒体呈现的视觉影像重新塑造,并反过来影响拍照实践和视觉影像的再生产 (Leszczynski, 2019)。

此外,基于位置服务 (Location Based Serv-

es, LBS) 在社交平台的应用,摄影照片的分享与地理定位间的联系越发紧密。部分学者认为图像是基于地理定位的一系列具有移动性和整体性的数字轨迹 (Verhoeff, 2012),提出地方嵌入性视觉化 (emplaced visibility) 的概念 (Pink and Hjorth, 2012)。摄影不仅将照片在数字应用 (APP)、地理标签中放置并即时分享,实现地方、空间的跨越 (Hjorth and Hendry, 2015),还将现实空间、地方、实践记录在虚拟世界并形成无数张呈现在屏幕上的数字照片和数字轨迹。对于个体而言,摄影过程中的移动能产生更多意义,如体验地方、营造地方感,人的流动性叙事也因而被影响和改变 (Hochman and Manovich, 2013; Wang, 2015);对地方而言,地理标记、分享行为与照片的组合连接了现实空间和虚拟空间,构建出具有特定社会意义的地方。这些研究共同指出,理解摄影活动应将之置于日常生活流程中 (flow of everyday life) (Pink and Hjorth, 2012),即不仅要关注摄影活动的内容,更要关注摄影活动的过程。

与国外相比,中国人文地理学对于城市日常摄影的研究仍处于边缘地位。现有研究往往将摄影与非日常性的活动尤其是旅游活动相联系 (孔令怡等, 2018; 陈雪等, 2021),并集中于对西方旅游摄影研究的梳理 (刘丹萍等, 2006a; 周功梅等, 2020),以及使用内容分析、眼动分析等方法探究图片内容对于旅游地形象建构和游客地方感知的作用和影响 (戴光全等, 2009; 黄燕等, 2015; 刘彬等, 2015; 陈岗等, 2020; 李渊等, 2020),较少关注城市日常摄影活动。以旅游等非日常活动为研究视角不利于全面理解摄影设备数字化和社交平台图像化在城市日常生活中的渗透,忽视了摄影对地方体验和地方意义重塑的广泛影响。此外,作为技术综合体的摄影实践过程较少被谈及 (Rose, 2016b),忽视了摄影活动中蕴含的丰富意义。

日常生活视角的引入可在一定程度上弥补上述研究不足。与非日常摄影活动相比,日常摄影强调的是一种自发的、即兴的、情感化的表达方式,其过程和内容都与数字平台紧密相关,对地方意义的塑造更加普遍、丰富和多元。关注日常摄影活动有助于对摄影活动与数字媒介及其载体 (智能设备) 之间的相互作用及其重塑的地方意义进行深入、细致的剖析。因此,本研究基于日常生活视角,探讨摄影、数字技术与人们生活的融合,关注人们如何创造和使用地方,并重塑地方意义。

2 研究过程与方法

本研究聚焦于广州青年群体如何在社交媒体的影响下开展城市日常摄影活动，即发生在日常生活中（不同于旅游摄影、家庭摄影、婚庆摄影等）的数字摄影活动。由于日常生活中的摄影活动是体验式的、具有私密性的经历，难以被精准量化，而使用民族志方法能更好地探究人们流动的路径、与地方的联结以及行为取向和影响因素。因此，本研究采用以民族志和实地观察为主、问卷调查为辅的数据收集策略。研究对象为居住/工作在广州的青年群体（18~30岁），他们多为高校学生或都市白领，是社交媒体和数字摄影使用的主力群体。相比普通人的日常摄影，其摄影活动更加频繁、专业，更易受社交媒体的影响（途牛，2018）。

本研究所探讨的地方意义指不同主体为地方赋予的带有主观色彩的物质和符号意义。基于国内主流社交媒体小红书内容的浏览和梳理，筛选出广州市内具有代表性的、热度较高的拍摄地作为实地观察的案例地，并记录每个案例地的原有地方意义（即城市管理者或开发者为地方赋予的意义）及小红书热门拍摄笔记的推荐语（即社交网络为地方赋予的意义），以展现地方在社交平台上被重新建构和呈现的地方意义（表1）。小红书是一个基于用户生成内容（User Generated Content, UGC）的生活方式分享平台，广受青年摄影群体欢迎。截至2022年，小红书月活跃用户数量超2亿，其中72%的用户是90后，50%分布在一二线城市（千瓜数据，2022）。因此，基于小红书内容进行案例地选取有一定代表性和典型性。

表1 研究案例地

Table 1 The case study areas

类别	名称	原有地方意义	小红书推荐语
自然景观	大夫山	森林公园	超好拍照的秘密森林
	帽子峰银杏林	华南银杏之乡	秋日限定打卡地
	华南植物园	集科研、观赏、教育于一体的植物园	周末拍照好去处
城市当代景观	珠江沿岸	沿江风景线 and 绿道	广州塔绝佳拍摄机位
城市历史街区	沙面	曾经的英法租界	一秒穿越欧洲街头
	东山口	洋楼汇集的广州老城区	潮人聚集地
	永庆坊	历史街区活化项目	老西关的繁华日与夜
特色建筑或建筑群	爱群大厦	广州市旅游局属下的三星级酒店	广州“欧美风”拍照圣地
	太古仓码头	仓储码头	最浪漫的日落码头
	石室圣心大教堂	天主教堂	广州“巴黎圣母院”
村落	小洲村	岭南水乡古村寨	文艺青年打卡圣地
	黄埔古港	曾经的粤海第一关	海舶所集之地
创意园	T.I.T创意园	旧厂房改造的创意园	ins街景风拍摄圣地
博物馆	广东省博物馆	广州市爱国主义教育基地和社会实践基地	广州0元拍照博物馆
	广东美术馆	造型艺术博物馆	一起美术馆拍照
	粤剧艺术博物馆	岭南园林式博物馆	超美岭南建筑
造景拍照地	棠下智汇Park	免费拍摄基地	一键穿越欧美

数据的收集主要分为2部分（图1）：前期调研以实地观察为主，调研团队多次前往案例地对拍照群体进行观察。观察的主要内容包括：1）拍摄点的具体状况，如布景、装置、颜色、氛围等；2）研究对象在拍摄场所的具体线路、拍摄点的选择和停留时间；3）拍照时使用的设备和软件、是否修图；4）拍照的造型和动作、与摄影师/同伴的互动。通过以上观察，调研团队在具体情景中初步了解研究对象的拍摄活动。在实地观察的同时，调研团队与被观察者进行问卷调查和非正式访谈，以了解他们进行摄影活动的动机、时空特征和频率，以及摄影活动过程中社交平台的策略性使用。共发放了

211份问卷，回收有效问卷182份，有效率约86%。

民族志研究是在前期观察的基础上，通过微博、微信、小红书、熟人介绍等方式联系到日常摄影活动较多的广州青年，在征得他们同意的情况下全程加入到某次拍照活动中，在观察拍摄行为和深度交谈中了解研究对象的摄影过程及感受。在拍照过程中，调研团队不干涉调研对象的任何决策和判断，参与但独立于他们的摄影活动。在“拍摄之旅”结束后进行半结构访谈，并尽可能地收集受访者拍摄的照片及其在社交平台分享照片的图文截图。该阶段有26名研究对象参与，其中男性7人，女性19人（表2）。为保护受访者隐私，对所涉及的

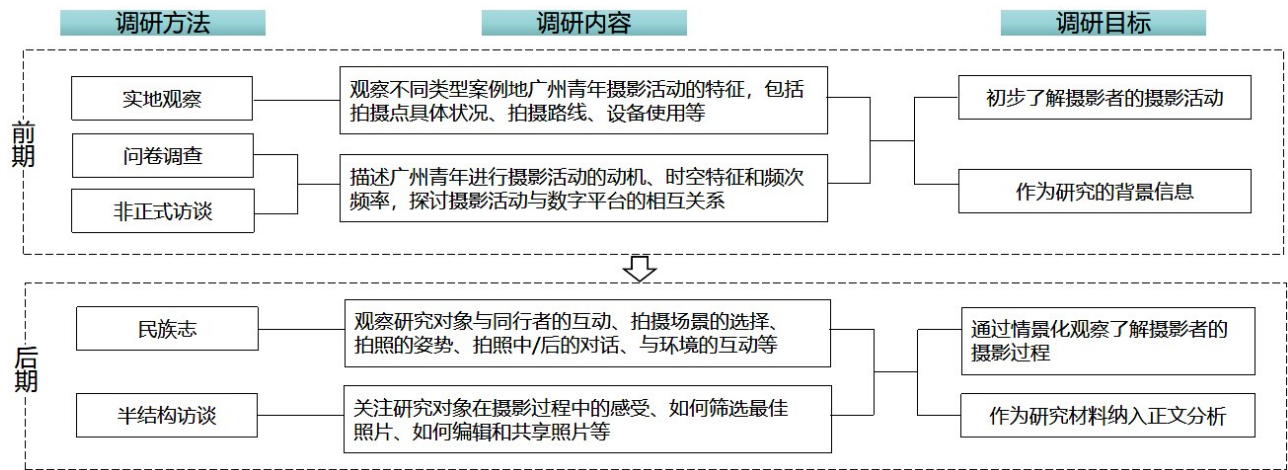


图1 数据收集过程

Fig.1 The process of data collection

表2 调研对象基础信息

Table 2 Information of interviewees

调研对象	职业	年龄/岁	性别	调研地点	摄影类型
阿萱	会计	24	女	棠下智汇Park	人像
秋林	职员	23	女	棠下智汇Park	人像、建筑景观
锦妃	职员	24	女	棠下智汇Park	人像、建筑景观
夏夏	财务人员	24	女	棠下智汇Park	建筑景观
小牛	内容宣传	24	女	沙面	人像、建筑景观
小苏	人事职员	26	女	小洲村	人像、建筑景观
小叶	策划	28	男	永庆坊	街道景观
阿芳	产品运营	25	女	粤剧艺术博物馆	人像、建筑景观
小津	设计师	26	女	广东省博物馆	建筑景观
小潘	智能部门职员	23	男	大夫山	人像
小李	学生	21	男	珠江沿岸	街道景观
阿俊	销售职员	24	男	大夫山	景观
小鹿	游戏策划	22	女	南雄帽子峰	人像、景观
小戴	空乘	25	女	华南植物园	人像
小梦	空乘	24	女	华南植物园	人像
小马	学生	22	女	黄埔古港	人像、景观
小谢	学生	20	男	时尚天河	人像
阿绿	学生	20	男	永庆坊、猎德大桥	街道景观
阿冬	人事职员	25	女	动物园	人像、景观
小怡	运营	24	女	东山口	人像
小8	学生	23	女	东山口	人像、建筑景观
一一	学生	23	女	东山口	人像、建筑景观
小柒	学生	25	女	同福中路	街道景观
小王	学生	24	女	陈家祠、荔湾湖	景观
阿婧	学生	23	女	爱群大厦	人像、建筑景观
阿麒	学生	25	男	太古仓码头	人像

用户信息和人像摄影照片进行模糊处理。

3 城市日常摄影活动过程与特征

3.1 城市日常摄影活动的整体过程

本研究所叙述的摄影活动过程指在“原有地方

意义”和小红书呈现的地方意义的基础上对地方意义进行进一步重塑。结合 Larsen (2008) 提出的摄影过程和民族志研究发现，广州青年的城市日常摄影活动过程可分为行前准备、拍摄照片、处理和分享照片3个阶段。在准备阶段，95%的广州青年倾向于在不同社交平台（如小红书、微博、豆瓣和图虫）收集摄影地点、摄影技术、拍照姿势、拍摄场景、服装穿搭、妆容等相关信息。通过浏览他人发布的图文信息，形成对于地方具体的地理想象，而且抱着确认想象和完成期待的心态前往。27%、80%、55%的受访者分别选择在工作日、周末、周末以外的节假日前往摄影地，抵达选定的地方后，花1 h以上的时间进行摄影实践。之后，97%的摄影者把处理后的摄影照片配合精心打磨的文字（有时图文无关）分享到微信朋友圈、微博等社交媒体，以更好地进行自身社交形象管理，或向朋友展示“我在这里”。

3个阶段不是线性开展的，而是相互交叉的、可能同时存在以及跨平台实现：用户在搜集摄影信息时不仅会对具身实践时的摄影路线、地点等活动拟定计划，还会对在社交平台分享的内容（包含照片、文案等）作出构想；在具身实践时，用户会根据想要在社交平台展现的内容确定打卡地和空间活动，拍照时用户会在社交平台上搜索该摄影地的打卡笔记，模仿其他用户的拍照角度、姿势；在处理照片和线上分享时，用户会参考社交平台上其他热门打卡笔记，学习影响力较大的用户的分享模板。在该过程中，用户同时作为媒介景观的生产者和消

费者,以循环往复的媒体化摄影活动推动摄影地所承载的地理想象和摄影属性不断强化。

3.2 城市日常摄影活动的类型与特征

根据实地观察和民族志研究发现,广州青年的摄影对象集中于人像、建筑和街道景观、日常生活场景。本节将介绍不同摄影对象指向下人们摄影活动的内容特征,展现城市日常摄影和社交平台的相互影响下人们多元身份的建构以及本地化视觉内容的涌现。

3.2.1 人像摄影 人像摄影是指以人作为视觉和图像的中心的摄影活动,其形式包括自拍、作为模特被拍摄以及作为摄影者拍别人。摄影者会寻找具有地方特色或是自己认为好看的场景作为拍摄背景,社交平台(如小红书)对拍照场景的推荐会出现很多人以同一背景进行拍摄的现象(图2),这些摄影者大多致力于在自己收藏的场景内模仿和复刻看过的照片(图3)。



图2 在同一场景取景的广州青年

Fig.2 Guangzhou youth in the same scene

照片来源:作者自摄。

由于人像摄影蕴含摄影者的审美理解,不同摄影者往往呈现不同的拍摄取向,这种差异在性别上体现得尤为明显。女性摄影者更注重拍出完美人像,以地方作为背景,展现自身的美或特性。因此会出现同场景反复拍、使用美颜相机拍摄、一个姿势拍完立刻查看相册以判断是否需要重拍等行为。而男性摄影者则倾向于拍摄自然、真实的人像,更注重人与背景的和谐、整体美感以及光线、角度、构图,而不仅是脸部状态。如男性受访者小谢认为:“好看的就是自然的,不要那么做作的,如果

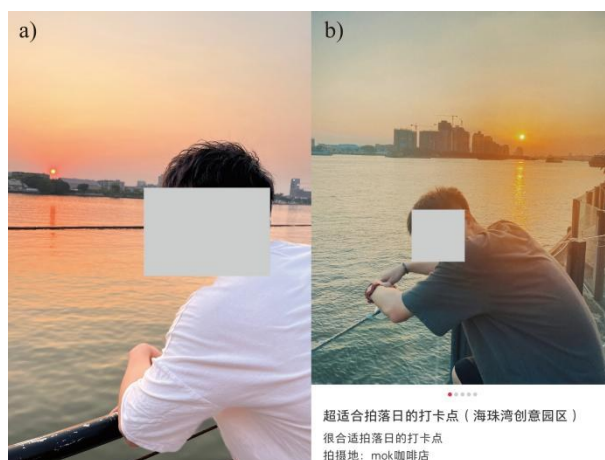


图3 受访者(阿麒)拍摄的照片(a)及其参考的小红书笔记(b)

Fig.3 Photo taken by the interviewee (A Qi) (a) and his reference note in Xiaohongshu (b)

拍人的话我觉得活泼一点的、灵动一点的就是好看的”。可以看出,人像摄影不仅是人们在地方的实践活动,也是在数字世界表现自身审美、塑造多元形象的重要途径。

3.2.2 建筑和街道景观 广州青年对环境的拍摄不仅是出于对美的认可和地方感的建立,也源于猎奇心理和炫耀心理,通过照片展演自己的多重身份和展示自身的多感官体验。整体而言,广州青年喜欢拍摄非日常的东西,倾向于选择具有地方特色的、有意思的风景将自己的体验浪漫化、异国情调化和理想化,以此塑造出与日常自我不同的“他者(others)”形象。如受访者阿萱在棠下智汇Park的摄影过程中对悬挂在建筑一、二层之间的一条咸鱼塑像产生拍摄兴趣:“(喜欢拍)特别稀奇古怪的东西。比如刚刚那个咸鱼。很好看的、很好玩的、很有意义的,就会想拍,然后会发朋友圈”(图4)。受访者小牛拍摄沙面的建筑景观则是因为“很有异国风情,那个(建筑)就像童话里的城堡”。

街头摄影者(俗称“扫街”)更关注具有城市历史底蕴和地方特色的地方,透过镜头与地方交流,实现对城市的人文底蕴和日常烟火气息的体验(图5)。如热衷于街头摄影的小柴表示:“感觉扫街是认识老广州的最好方式,岭南民居特色、广州骑楼这些,而且相对于那些著名景点,比如沙面、大教堂,(去扫街的)人相对较少,更能反映当地人的生活气息。走街串巷,直面市井气息,对这个城市更有融入感”。此外,在东山口、沙面等地的实



图4 受访者(阿萱)拍摄的咸鱼塑像

Fig.4 Salted fish photographed by the interviewee (A Xuan)



图5 受访者(小柒)扫街时拍摄的老广州

Fig.5 Old Guangzhou taken by the interviewee (Xiao Qi)
while street photography

地观察中,调研团队注意到有人喜欢在各色栏杆、阶梯前拍照,有人喜欢拍特色的建筑,还有一些广州青年喜欢寻找与众不同的、别人都注意不到的东西拍摄。可见,在城市日常生活摄影中,同一个地方会被无数人拍摄和看到,但不同的人以不同的观看方式和摄影视角记录自己的所见,以自身独特的角度感知、记录和体验城市。

3.2.3 日常生活场景 日常生活场景的摄影中,人们并不会刻意寻找拍摄对象,而是基于自身的直觉和灵感,拍下自己生活和经过地方的人、建筑、景观、动物、装饰品、食物等。对于许多广州青年,繁忙的日常工作和学习让其生活变得快节奏和单调,很多碎片记忆随着忙碌的日常被遗忘。拿起手机拍摄生活,对于他们而言既是一种放松,也是一种记录日常生活微小细节的方式。受访者小黄表示“天气好(的时候)就拍一下蓝天或者是路上的一

些街景,记录一下今天天气好的证据;平时在餐厅或者家里吃到的大餐也会用手机记录下来”(图6)。小津认为:“我觉得摄影是一个有情绪感的事情。比如今天早上凌晨五六点钟,我在空无一人的大街上过斑马线,这个行为我很想把它拍下来,因为是很少见,当时那一刻总感觉心里有一种跃动的情绪没有办法说明,但是用拍照的方式可以记录下来”。摄影将人们当下的情感通过照片视觉化,通过手机相机拍摄捕捉生活中的惊喜和意外,也为与朋友分享当时的感受和为未来回忆提供有形的介质(Lo et al., 2011)。



图6 受访者(小黄)拍摄的日常生活场景

Fig.6 Daily life scenes taken by the interviewee (Xiao Huang)

4 城市日常摄影活动对地方意义的重塑

综上,对广州青年来说,城市日常摄影展示着摄影者对地方、风格和审美的理解,以及对拍出理想照片、展示更好自我的希望(Weilenmann and Hillman, 2020)。在此背景下,人们对地方的体验和感知不再是传统的走马观花,摄影与人的地方营造息息相关,地方的传统意义也因此改变。

4.1 城市日常摄影活动的视觉化对地方意义的重塑

随着视觉文化消费的盛行,大众日趋强调感官愉悦、追求视觉快感,各种各样的网红符号构成社交媒体的视觉景观,影响城市日常摄影实践,这即是城市日常摄影活动的视觉化。民族志观察发现,相比单纯的地方记录(只拍摄景观),当代广州青年更喜欢以地方为背景,拍摄出满意的人像照片

(民族志受访者中占69%)并分享至社交平台,以便管理自身的数字社交形象。在此情况下,部分摄影者不再对地方本身加以关注,而是将对地方的体验与摄影实践相关联,在一定程度上用镜头替代眼睛的观看和身体的感受,拍出好看的照片也取代体验地方成为人们出行的主要目的。受访者小戴在植物园摄影时表示:“关注点在自己的脸上面,其他的植物什么的只是一个背景,不太会关注,你只会关注人像够不够……对比度够不够,颜色够不够和它的构图”。由于缺少深度的实践和体验,在摄影者完成观看、拍照等仪式性活动后,植物园原有的观赏性、科普性意义被消解了,成为社交媒体上推荐的“周末拍照好去处”。又如,“太古汇”“天环广场”“K11”等标志性商场凭借高端、奢华的空间感吸引广州青年拍照打卡,他们更多关心自己在这个背景中好不好看,能不能在社交媒体上获得“点赞”,而商场作为一个功能性的消费空间的意义在摄影过程中被消解,成为广州青年展示自我的场所。

此外,社交媒体中呈现的地方形象通过视觉化的方式激发人们对地方探索的好奇心。对拍出好看的照片的愿望驱使一波又一波的人跨越地理距离进行摄影活动,促使对媒体化地方的探索。摄影活动强调地方的“在场”,使得从屏幕前观看的城市成为具身体验的城市。在案例地观察时发现,社交平台对拍照场景的推荐会促使人们以同一背景进行拍摄,他们并不追求全景图,而是致力于模仿和复刻社交平台上热门的照片。一些地方因其原有的视觉属性加上媒体的传播效应使得符号化影响增强,引起人们为追逐网红符号和视觉景观而带来的打卡热潮。如永庆坊经过改造后从“挤满老房危房的旧社区”摇身成为“广州老城里的打卡新地标”(网易,2021),其承载的视觉符号在社交媒体中不断被传播和强化,促使其成为文艺青年与时尚人士争相打卡的网红地,并在循环往复的摄影活动中创造出一种对地方的重新想象和意义再生产。城市日常摄影活动的视觉化是受到地方原有的视觉属性和社交媒体所呈现的地方意义的影响而产生的。

然而,网红地是因其视觉景观被关注到的,摄影者往往只在意网红地的物质景观能否满足其展示自我形象与审美品味的需求,地方的历史文化、发展方向等都不是他们所关注的对象。在经过媒体的叙事和摄影实践后,网红地的物质景观已被转化为具有消费意义的视觉符号和拍照背景,其本身蕴含的历史文化意义和价值在媒介景观不断加强和美化

的过程中慢慢消解,最终沦为一个视觉消费的文本。社交媒体上一个个相同的拍照背景、相似的打卡文本逐渐消解人们与地方之间的独特联结。原有的多样化、特殊性的地方意义随之逐渐被社交媒体化、统一化和模板化的审美所代替,成为摄影者获取地方感的主要来源。摄影者的摄影活动也被社交媒体所规训,演化为一场集体性和媒体化的视觉狂欢。

4.2 城市日常摄影活动的社交属性对地方意义的重塑

数字时代,摄影和分享成为一种新型社交方式。其社交属性主要表现为:摄影者与被摄影者的线上、线下交流以及照片分享者与点赞评论者的线上互动。一方面,城市日常摄影活动(特别是人像摄影)通常是朋友结伴出行(民族志受访者中占62%),以减少拍摄成本并增加出片率。调研团队参与了受访者小戴和小梦的华南植物园摄影计划。出行前一晚,她们以“广州拍照”为关键词在小红书APP上搜索、浏览,并将自己认为可行的摄影主题笔记分享到微信聊天中,结合双方的审美、地方偏好、以往摄影经历等来抉择拍摄地。而在拍照实践中,互拍的过程也是审美交流的过程。此外,在调研中发现,对于与朋友结伴出行的参与者而言,集体自拍也是其摄影活动中必不可少的拍摄形式。受访者小鹿表示“和朋友一起自拍是因为大家一起到了一个地方总得拍一个,可以说是仪式感的一部分,我们一起来过这儿,以后看到照片就会想起来我是和这些人在这个地方创造了这些回忆”。可见,互拍、自拍的过程也是和朋友社交、体验地方的过程,不仅把人和自己当下的记忆联系在一起,还将人和他人、集体联系在一起。

另一方面,摄影者将照片上传社交平台后,借助社交平台的连接性,数字照片成为人与人之间的线上交流方式,实现时间和空间的跨越,弥补现场缺席。问卷调查显示,摄影实践结束后,97%受访者会将其以照片、文字、地理位置标签等多种方式上传社交平台,其中82%受访者选择分享到朋友圈、QQ空间等熟人社交平台,46%受访者会在小红书等陌生人社交平台进行分享。照片强化了存在感和参与感,传递出“我”的视角和态度,而分享在社交平台上的照片则通过互动营造出一种社交存在,从而提升社交亲密度。如受访者小戴认为,在广州这样一个快节奏和辖区范围较大的城市,朋

友之间不能经常见面，而朋友圈照片的分享可以弥补朋友间的交流：“点赞也是可以联系友谊的，让对方知道心里还想着她、没有忘，随时刷一下存在感”。在民族志研究过程中发现，受访者还会将未编辑过的人像照片或是随手拍的地方景观通过微信私聊（56%）或群聊（37%）的方式分享给朋友，以向朋友分享自己此刻的状态和位置。在此过程中，摄影不只是人们对世界的观察，而是演变为可以随时发生的、与朋友的近距离交流。而在小红书、抖音等非熟人网络中分享照片，能引发部分网民群体的围观和讨论，带来心理上的满足，还能提高个人账号的知名度，从而积累社会资本。如受访者绮绮表明自己将照片分享到小红书是：“抱着经营社交账号的心态发的，想积累一点关注度看看有没有机会签上经纪公司”。人们可以通过对摄影照片的美化和媒介文本的编写完成个体形象的包装，在虚拟空间中呈现完美或理想化的身份和价值。

在社交媒体的影响下，摄影不再是个人活动，而是逐渐变成社会化和网络化的活动（Iqani and Schroeder, 2016）；个体的审美和取向也不再只是自己的选择，而是逐渐受到媒体叙事的干预。人们在社交媒体上呈现的地方复刻、重现看到过的摄影作品，所生产出的照片又会被分享在社交平台上并和他人展开互动和评论，从而体现摄影塑造身份和形象、维持社交的功能。人们的社交情境变换为虚拟/线上和现实/线下空间共存，社交平台上照片反映着社会关系，也在创造和维护者社会关系。在此过程中，地方意义通过线上和线下社交的方式被重塑，从仅仅是被城市管理者或开发者界定的具有一定功能的地方，或者是社交媒体反映的具有符号审美的地方，成为能带来社交意义的地方，共存于虚拟空间和现实空间。

4.3 城市日常摄影活动的地理标签化对地方意义的重塑

随着地理定位服务在社交平台的应用，基于位置服务的视觉分享越来越普遍，地理位置与社会性、情感性交织（Graham et al., 2015）。在问卷调研中约有64%的人会使用社交平台提供的地理标记功能，以虚拟位置的方式进行分享和互动。受访者小苏认为带上地理标签可以向观看者展示自己是在这个地方拍下的照片，证明自己来过：“想大家都去这个地方……我会带上地理位置的标签，表明是在这个地方；对我自己来说的话带上地理标签会是

一种例证，证明我来过、走了”。社交媒体对打卡和地理定位的鼓励使拍照、打卡成为地方感确认的标签，人与地方的连接不是基于体验而是基于照片、地理定位在社交媒体的分享。

一些地方的象征意义在摄影活动的社交属性下被放大，社交平台和基于位置服务的交融使得照片分享成为炫耀的手段。如在高级餐厅吃饭时，受访者会拍下食物和餐厅环境的照片，并在分享到社交平台时带上地理位置标签，以此展示自己的审美品位/状态。阿芳认为带上地理标签是展示自己在特定地方进行的特定活动：“照片里不是特别能明确地表现出这是哪的时候就会在下面定位地点，照片只能展示说你去干什么了，但是不能表现得很清楚你具体在哪里干什么了”。可见，地理位置标签为照片分享补充了更全面的信息，也将照片、活动和地点以更为紧密、公开的方式联系在一起，而其他用户在现实空间中能在数字地图上展开定位服务所标记的虚拟位置，并以此在现实中找到对应的具体地方。此过程对人与地方以及二者之间的关系产生一定影响。对地方而言，照片以地理坐标形式与地方、流动相关联，基于位置服务的社交平台分享能将地方在屏幕上呈现具有移动性和整体性的数字轨迹。对人而言，现实的空间距离被无限缩小，人们得以跨越时空进行沟通和交流，使用新的方式记录自身运动轨迹、叙述和阐释对地方的感知，建构在虚拟世界的多元身份（Pink and Hjorth, 2012）。

由此，地方、地理标签、地理定位服务成为人们在社交平台中表达自我的文本和背景，被背景化的地方则在分享的过程中同时存在于线上和线下、虚拟与现实，展现出不同的性质和形象。社交平台上分享的照片多为精心挑选的角度并加上滤镜渲染，因而有着较为符合大众审美的视觉效果，配合分享者认真写下的分享文字，地方也因此被建构出原本没有的附加意义。如小红书上的很多摄影笔记，使用地理标签定位现实地方但却将原有的地方属性和特征弱化，以其他具有类似景观但是更知名的（通常是异国的）地方作为代称来重塑地方意义，如南沙滨海公园被描述为“小镰仓”，沙面或其他欧洲风格建筑则是“假装在欧洲”（图7）。编辑后的照片和文字相叠加，致使人们用新的方式叙述地方，被地理标签化的地方则被建构出原本没有的附加意义。

综上所述，城市的地方意义本身根植于地方独特的历史和发展路径，以及根深蒂固的文化特质，

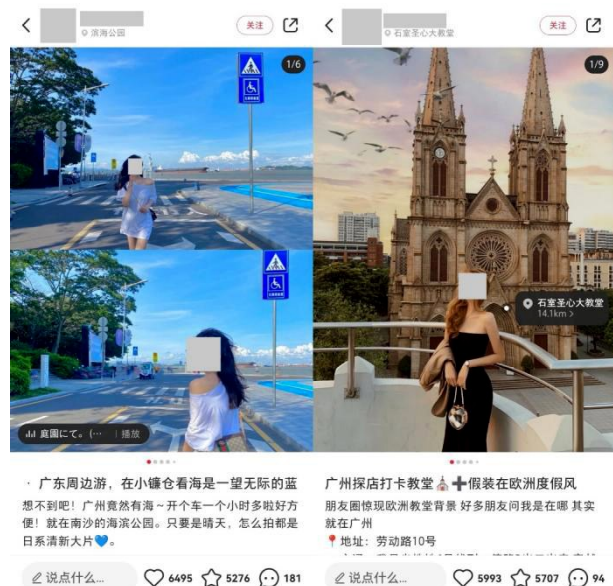


图7 社交平台上(小红书)被重塑意义的地方

Fig.7 The place on the social platform (Xiaohongshu) where significance has been rewritten

但在城市日常摄影活动的过程中,地方会被赋予新的属性,导致地方意义在审美过程中被不断解构和重塑(图8)。人们在社交平台看到他人对地方的重新解读和再定义,并在即将发生的摄影活动中重新生产出地方的全新叙事框架,包括脱离地方原本体验/观光属性和文化/自然属性而诞生的摄影属性、在本地地方展开更好的摄影活动的方式、赋予地方新的名称等,把日常的、本土的地方通过一系列审美叙事或者风格化叙事变得特殊化、异域化。在现实虚拟空间融合、文字与图像割裂(图文不符以及赋予地方新的名称)的作用下,地方原有的意义和功能被不同程度忽视,成为来过的证明、人像的背景和数字地图上的地理标签。人们用地理定位服务记录地方的位置信息并以屏幕上的点线面呈现,用摄影记录生活、呈现自我并在社交平台传递和分享。社交平台展示人们摄影活动的新形式,也反映地方的视觉性和社会性的新意义。

5 结论与讨论

本文以广州青年群体为例,探讨城市摄影活动如何在日常生活中展开,以及如

何在社交媒体的影响下对地方意义进行重塑。主要结论如下:

1) 城市日常摄影是融合摄影期待、技能和实践的具身化和情感化的活动过程。该过程呈现的视觉效果不仅是拍下的瞬间,更是将特定时间和空间中的日常(近距离)景观变得非日常(远距离)甚至非凡的审美过程。这些凝结了时空的数字照片不再是胶片照片式的孤立表达,而是协同地理定位服务在社交平台中构成摄影者的个人叙事和移动路径,并蕴含着摄影者的地方想象、审美观念和社交关系,回应了西方地理学者地方嵌入性视觉化的观点和将摄影活动置于日常生活流程中的呼吁(Pink and Hjorth, 2012)。

2) 城市日常摄影活动的视觉化、社交属性和地理标签化改变人们对地方的认知和体验,并重塑地方意义。在空间媒介、地理定位服务和社交平台相互作用下,摄影活动和地方体验逐渐相交融,可编辑的图像、可互动的社交平台与地理标签化的地方相叠加,人们得以用全新的方式描述地方和叙述

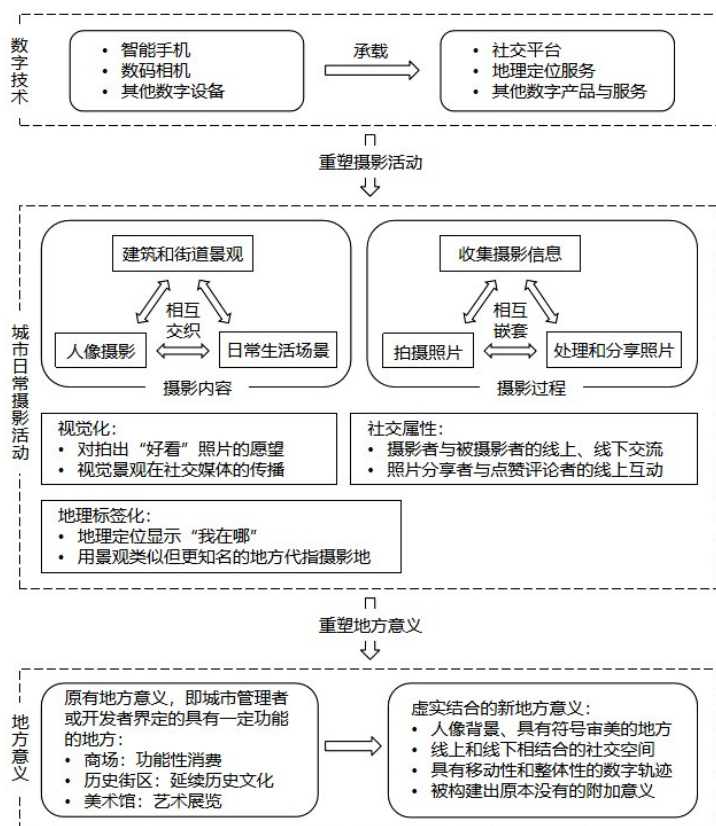


图8 城市日常摄影活动重塑地方意义的机制

Fig.8 The mechanism of re-writing the place significance in everyday urban photography

自身活动。在此过程中，地方原属性被弱化，视觉属性和媒体意义越发明显，成为人像的背景、自我呈现的场所和社交媒体上的地理标签，地方因此实现虚拟和现实意义共存。造成该现象的原因除了社交媒体的发展外，还有人们对自我表达或展演的社会需求增加和表达途径门槛的降低。这回应了国内外人文地理学摄影研究中将摄影视为一种新型社交仪式（Hjorth and Gu, 2012; Zhang, 2017）和地方体验方式（Gibbs et al., 2015; Graham et al., 2015）的观点。

本文具有以下创新点：1）在研究视角方面，目前国内外人文地理学的相关研究或将摄影活动和非日常化的旅游活动过分关联（刘丹萍等，2006b; Dinhopl and Gretzel, 2016; 陈雪等，2021），或集中探讨人们如何通过社交媒体上的媒介位置和摄影活动进行自我展演和线上互动（Dinhopl and Gretzel, 2016; Liu, 2022），较少关注城市日常摄影活动中的地方意义重塑。本文对城市摄影活动的关注，为现阶段人文地理学的数字化摄影研究引入日常生活视角；2）在研究方法方面，以往研究多采用内容分析法研究摄影照片（戴光全等，2009；刘彬等，2015；陈岗等，2020），对人们摄影过程探讨较少，使用民族志方法能更好地探究人们流动的路径、与地方的联结以及行为取向和影响因素。本文通过深入的民族志研究，弥补了以往研究对于人们行为模式关注深度的不足。

然而，本研究选取的受访者集中在青年群体，而其他年龄段的人群同样在日常生活中使用数字设备摄影并分享到社交平台，其动机和拍摄倾向可能与青年群体存在差异。探讨不同群体如何在日常生活中进行摄影实践，对进一步理解 Web 2.0 时代人们的日常生活和数字技术融合十分重要。因此，未来可以扩大研究对象群体和案例地数量，并关注不同社会活动中图像生产和分享的过程，深入探究不同群体流动的路径、与地方的联结以及行为取向和影响因素，从更加日常生活化的视角思考摄影的时空关系及其带来的地方意义新变化。

参考文献 (References):

- Ash J, Rob K, and Leszczynski A. 2018. *Digital Geographies*. London: Sage.
- 陈岗, 钱冲, 麻丽芳. 2020. 旅游者摄影：旅游吸引物标志的识别与转化. *旅游科学*, 34 (4): 89-101. [Chen Gang, Qian Chong, and Ma Lifang. 2020. Tourist Photography: Recognition and Transformation of Tourist Attraction Signs. *Tourism Science*, 34

- (4): 89-101.]
- 陈雪, 张宏磊, 徐一帆, 夏馨颖, 田原, 杨玲玲. 2021. 旅游研究中的图像研究进展与展望. *旅游学刊*, 36 (3): 127-140. [Chen Xue, Zhang Honglei, Xu Yifan, Xia Xinying, Tian Yuan, and Yang Lingling. 2021. Progress and Prospect on Photo Research in Tourism Research. *Tourism Tribune*, 36(3): 127-140.]
- 戴光全, 陈欣. 2009. 旅游者摄影心理初探——基于旅游照片的内容分析. *旅游学刊*, 24 (7): 71-77. [Dai Guangquan and Chen Xin. 2009. A Probe into the Psychology of Tourist Photography: Based on the Content Analysis of Tourist Photos. *Tourism Tribune*, 24(7): 71-77.]
- Dijk J V. 2008. Digital Photography: Communication, Identity, Memory. *Visual Communication*, 7(1): 57-76.
- Dinhopl A and Gretzel U. 2016. Selfie-Taking as Touristic Looking. *Annals of Tourism Research*, 57: 126-139.
- Gibbs M, Meese J, Arnold M, Nansen B, and Carter M. 2015. # Funeral and Instagram: Death, Social Media, and Platform Vernacular. *Information, Communication & Society*, 18(3): 255-268.
- Graham M, De Sabbata S, and Zook M A. 2015. Towards a Study of Information Geographies: (Im)mutable Augmentations and a Mapping of the Geographies of Information. *Geo: Geography and Environment*, 2(1): 88-105.
- Gregory D. 1995. Imaginative Geographies. *Progress in Human Geography*, 19(4): 447-485.
- Hjorth L and Gu K. 2012. The Place of Emplaced Visualities: A Case Study of Smartphone Visuality and Location-Based Social Media in Shanghai, China. *Continuum-Journal of Media & Cultural Studies*, 26(5): 699-713.
- Hjorth L and Pink S. 2014. New Visualities and the Digital Wayfarer: Reconceptualizing Camera Phone Photography and Locative Media. *Mobile Media & Communication*, 2(1): 40-57.
- Hjorth L and Hendry N. 2015. A Snapshot of Social Media: Camera Phone Practices. *Social Media + Society*, 1(1): 281-288.
- Hochman N and Manovich L. 2013. Zooming into an Instagram City: Reading the Local through Social Media. *First Monday*, 18(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v18i7.4711>.
- 黄燕, 赵振斌, 褚玉杰, 张铖. 2015. 互联网时代的旅游地视觉表征：多元建构与循环. *旅游学刊*, 30 (6): 91-101. [Huang Yan, Zhao Zhenbin, Chu Yujie, and Zhang Cheng. 2015. Visual Representation of Tourist Destinations in the Internet Era: Multiple Construction and Circulation. *Tourism Tribune*, 30(6): 91-101.]
- Iqani M and Schroeder J E. 2016. # Selfie: Digital Self-portraits as Commodity Form and Consumption Practice. *Consumption Markets & Culture*, 19(5): 405-415.
- 孔令怡, 吴江, 魏玲玲, 曹芳东, 周年兴. 2018. 旅游凝视下凤凰古城旅游典型意象元素分析——基于隐喻抽取技术 (ZMET). *旅游学刊*, 33 (1): 42-52. [Kong Lingyi, Wu Jiang, Wei Lingling, Cao Fangdong, and Zhou Nianxing. 2018. An Analysis of Tourism Typical Image Elements in Fenghuang Ancient City: Based on Metaphor Extraction Technology. *Tourism*

- Tribune*, 33(1): 42-52.]
- Larsen J. 2008. Practices and Flows of Digital Photography: An Ethnographic Framework. *Mobilities*, 3(1): 141-160.
- Larsen J and Urry J. 2011. Gazing and Performing. *Environment and Planning D: Society and Space*, 29(6): 1110-1125.
- Leszczynski A. 2019. Platform Affects of Geolocation. *Geoforum*, 107 (C): 207-215.
- 李渊, 高小涵, 黄竞雄, 吴冕. 2020. 基于摄影照片与眼动实验的旅游者视觉行为分析——以厦门大学为例. *旅游学刊*, 35 (9): 41-52. [Li Yuan, Gao Xiaohan, Huang Jingxiong, and Wu Mian. 2020. Analysis of Tourist Visual Behavior Based on Photography and Eye Movement Experiment: A Case Study of Xiamen University. *Tourism Tribune*, 35(9): 41-52.]
- 刘彬, 甘巧林. 2015. Web2.0 时代下的旅游摄影与婺源旅游地形象研究——基于旅游摄影照片的内容分析. *旅游论坛*, 8 (2): 54-60. [Liu Bin and Gan Qiaolin. 2015. Study on Tourism Photography and Tourism Destination Image of Wuyuan in Web2.0 Era: Based on Content Analysis of Tourism Photography. *Tourism Forum*, 8(2): 54-60.]
- Liu C. 2022. Imag(in)ing Place: Reframing Photography Practices and Affective Social Media Platforms. *Geoforum*, 129: 172-180.
- 刘丹萍, 保继刚. 2006a. 镜头压力下的东道主——西方学界关于旅游地原住民摄影态度的研究述评. *人文地理*, 21 (3): 28-33. [Liu Danping and Bao Jigang. 2006a. The Host under the Pressure of Lens: A Review of Western Academic Research on the Attitude of Indigenous Photography in Tourist Destinations. *Human Geography*, 21(3): 28-33.]
- 刘丹萍, 保继刚. 2006b. 窥视欲、影像记忆与自我认同——西方学界关于旅游者摄影行为研究之透视. *旅游学刊*, 21 (4): 88-93. [Liu Danping and Bao Jigang. 2006b. Voyeurism, Image Memory and Self-Identity: A Perspective on the Study of Tourist Photography Behavior in Western Academia. *Tourism Tribune*, 21 (4): 88-93.]
- Lo I S, McKercher B, Lo A, Cheung C, and Law R. 2011. Tourism and Online Photography. *Tourism Management*, 32(4): 725-731.
- Månsson M. 2011. Mediatized Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(4): 1634-1652.
- Miller D, Costa D E, Haynes N, McDonald T, Nicolescu D R, Sinanan J, Spyer J, Venkatraman S, and Wang X. 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Miller D and Sinanan J. 2017. *Visualising Facebook: A Comparative Perspective*. London: UCL Press.
- Pink S and Hjorth L. 2012. Emplaced Cartographies: Reconceptualising Camera Phone Practices in an Age of Locative Media. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, 145(1): 145-155.
- 千瓜数据. 2022. 2022 年千瓜活跃用户画像趋势报告 (小红书平台). (2022-03-29) [2024-02-01]. <https://www.qian-gua.com/blog/detail/1591.html>. [Qiangua Data. 2022. 2022 Qiangua Active User Portrait Trend Report (XiaoHongshu Platform). (2022-03-29) [2024-02-01]. <https://www.qian-gua.com/blog/detail/1591.html>.]
- Rose G. 2016a. Rethinking the Geographies of Cultural 'Objects' through Digital Technologies: Interface, Network and Friction. *Progress in Human Geography*, 40(3): 334-351.
- Rose G. 2016b. *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: Sage.
- Schroeder J. 2005. *Visual Consumption*. London: Psychology Press.
- Schwartz J M and Ryan J R. 2003. *Picturing Place: Photography and the Geographical Imagination*. London: I.B.Tauris.
- Shove E, Watson M, Hand M, and Ingram J. 2007. *The Design of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Thulin E, Vilhelmson B, and Schwanen T. 2020. Absent Friends? Smartphones, Mediated Presence, and the Recoupling of Online Social Contact in Everyday Life. *Annals of the American Association of Geographers*, 110(1): 166-183.
- 田紫灵, 刘晨. 2020. 参与式摄影在西方人文地理学中的应用和启示. *人文地理*, 35 (4): 9-16. [Tian Ziling and Liu Chen. 2020. Participatory Photography in Western Human Geography and Its Implications. *Human Geography*, 35(4): 9-16.]
- 途牛. 2018. 单身 90 后旅游消费报告. (2018-11-09) [2024-02-01]. [Tuniu. 2018. Tourism Consumption Report of Single Post-90s Generation. (2018-11-09) [2024-02-01]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1616640029091443623>.]
- Verhoeff N. 2012. *Mobile Screens: The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Vivienne S and Burgess J. 2023. The Remediation of the Personal Photograph and the Politics of Self-Representation in Digital Storytelling. *Journal of Material Culture*, 18(3): 279-298.
- Wang W Y. 2015. Remaking Guangzhou: Geo-Identity and Place-Making on Sina Weibo. *Media International Australia*, 156(1): 29-38.
- 网易. 2021. 广州新地标曾火到上央视! 原来已经 90 岁了. (2021-11-07) [2024-02-01]. <https://www.163.com/dy/article/G071S40205149RNB.html>. [NetEase. 2021. Guangzhou New Landmark Once Hit CCTV! I'm 90 Years Old. (2021-11-07) [2024-02-01]. <https://www.163.com/dy/article/G071S40205149RNB.html>.]
- Weilenmann A and Hillman T. 2020. Selfies in the Wild: Studying Selfie Photography as a Local Practice. *Mobile Media & Communication*, 8(1): 42-61.
- Zhang W. 2017. Smartphone Photography in Urban China. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(1): 231-239.
- 周功梅, 宋瑞, 刘倩倩. 2020. 旅游摄影: 研究述评与展望. *旅游学刊*, 35 (11): 129-144. [Zhou Gongmei, Song Rui, and Liu Qianqian. 2020. Tourism Photography: Research Review and Prospect. *Tourism Tribune*, 35(11): 129-144.]

作者贡献声明:

黄洁滢: 研究数据收集, 论文撰写与修改;

田紫灵: 确定论文选题, 研究数据收集;

刘 晨: 提供研究理论和方法指导, 论文内容提升。

Re-Writing Place Significance Through Everyday Urban Photography: A Case Study of Guangzhou Youth

Huang Jieying¹, Tian Ziling², and Liu Chen¹

(1. School of Geography and Planning, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510006, China;

2. Shenzhen High School of Science, Shenzhen 518116, China)

Abstract: With the popularity of digital photography equipment in daily life, photography has emerged as the primary means for people to explore places, document life experiences, and engage in social activities. Taking the Guangzhou youth group as an example, this study combined the research methods of ethnography, field observation, and questionnaire surveys to collect data and analyze the integration of digital photography, social platforms, and daily life. This study discussed how urban photography activities redefine the meaning of places by analyzing their processes, types, and characteristics in the quotidian. The results revealed the following insights: (1) The process and content of everyday urban photography activities are closely related to social platforms and can be divided into three stages: preparation, taking photos, and processing and sharing photos. These three stages are not linear but often intersect, possibly existing simultaneously, and are implemented across platforms. According to the photographic object types, everyday urban photography can be divided into portrait photography, architecture and street landscape photography, and daily life scene photography. (2) Everyday urban photography is characterized as an embodied and emotional process that integrates photographer's expectations, skills, and practices. The visual impact of this process lies in capturing moments and transforming ordinary (close) landscape from a specific time and space into distant and extraordinary scenes. These digital photos, which condense time and space, are no longer the isolated expression of film photos. Instead, with geographical positioning services, they constitute the photographer's personal narrative and movement path on social platforms, containing the photographer's imaginative sense of place, aesthetic concepts, and social relations. (3) The visualization, social attributes, and geotagging of everyday urban photography alter people's perception and experience of places, reshaping the meaning of these locations. Through the interplay of spatial media, geolocation services, and social platforms, photography activities and local experiences are progressively merging. Editable images and interactive social platforms overlay on geotagged places, allowing people to describe places and their activities in novel ways. Consequently, the original attributes of a place may be weakened, emphasizing visual attributes and media significance. Places become backgrounds in portraits, venues for self-presentation, and geotags on social media. Therefore, places achieve the coexistence of virtual and realistic meanings. The reason for this phenomenon is the development of social media, the growing social demand for self-expression or exhibition, and the expanded accessibility of expression channels. The research results introduce the perspective of daily life into digital photography research, enriching the visual and social media research content of human geography in China.

Keywords: photography activities; place significance; social media; daily life; Guangzhou youth