



GEOGRAPHY

OF MEDIA

21世纪媒介理论丛书

邵培仁 著
杨丽萍

媒介地理学

媒介作为文化图景的研究

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介地理学：媒介作为文化图景的研究/邵培仁，杨丽萍著. —北京：

中国传媒大学出版社，2010.9

ISBN 978-7-5657-0055-2

I. ①媒… II. ①邵… ②杨… III. ①传播媒介—文化地理学—研究

IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 179305 号

媒介地理学：媒介作为文化图景的研究

著 者：邵培仁 杨丽萍

责任编辑：蔡开松

责任印制：曹 辉

封面设计：魏 东

出 版 人：蔡 翔

出版发行：中国传媒大学出版社（原北京广播学院出版社）

社 址：北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编：100024

电 话：65450532 或 65450528 传真：010-65779405

网 址：<http://www.cucp.com.cn>

经 销：全国新华书店

印 刷：

开 本：730×988 毫米 1/16

印 张：20.5

版 次：2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

ISBN 978-7-5657-0055-2/G·0055 定价：49.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

历史转折关头的明智选择

——《21世纪媒介理论丛书》序言

今天的中国,一个发展中的大国形象,已昂然崛起于世界的东方,让人刮目相看。世界惊奇发现,中国社会面貌光彩焕然,已非昔日可比,这似乎只是弹指一挥间。

回首过去,我们看到了辉煌的成就和灿烂的微笑,同时也看到了艰辛的汗水和坚实的脚步。中国的媒介与传播研究,也与我们的时代同命运、共呼吸,演绎出激越曼妙的交响,我们既取得了累累硕果,也面临着重重挑战。作为一名长期从事媒介与传播研究的中国学者,我亲身体会感受到了这些年中国学界所走过的不凡历程,可以说是发展与困惑同在,成就与问题并存,我深深体会到祖国给予的坚强支撑,历史带来的巨大机会。

人至三十当是而立之年,而当中国改革开放迎来他的三十周年之际,中国的媒介与传播研究似乎再一次走到了一个历史的十字路口,正处于一个前所未有的“困惑与选择之中”,面临着“向何处去”的问题。那么,在这一特殊的历史转折关头,中国媒介与传播研究最明智的选择是什么呢?我认为,最明智选择应该是——

首先,要以历史为经,以现实为纬。当一门学科再一次站在十字路口时,最重要的莫过于先静下心来,反思和回顾

已经走过的路。我们回顾和总结媒介研究的历史,并不是要沉溺于它、迁怒于它,而是要以史为鉴,从中吸取教训、累积经验,为当下的媒介理论和媒介现实服务。换句话说,我们研究历史,要联系现实,而研究现实,也不要割断历史,继往开来,承前启后,才能使媒介理论有着深厚的历史和现实根基。

其次,要以媒介为经,以社会为纬。新闻是社会的镜子,媒介是社会的大脑。研究媒介需要联系社会,研究社会需要指向媒介。媒介是这一学术研究的起点和终点。因此,研究媒介理论,需要以锐利的学科眼光加以审视和分析,也要用社会的尺度来丈量和称衡;要强调媒介理论思维与话语的主导性,也要向更广阔的社会领域延伸和扩展。以媒介为经,可以确保其学术价值和理论意义;以社会为纬,可以落实其社会价值和实践意义。通过媒介研究,推动社会进步和国家发展。

第三,要以规律为经,以意义为纬。规律所在,科学所托。积极探索和揭示媒介规律,是媒介理论研究的基本宗旨和首要使命。作为一门社会科学,媒介理论研究不应该止步于探索和揭示媒介活动中内在矛盾诸方面的联系和斗争的客观法则和必然趋势,还应该实现和彰显这一过程的价值和意义,进而说服人们自觉遵循媒介规律,主动按媒介规律办事,从而进一步支配、制约和优化媒介活动的姿态、现状与趋势。规律、意义和行动共同构成了学术研究的金三角。

第四,要以中国为经,以世界为纬。中国是媒介理论研究的坐标点,而世界则是它的参照系。如果媒介理论研究不同中国特定的历史—社会—文化条件相结合,不在中国五千年民族文化的土壤上生长出来,不能指导具体的媒介活动,而只是简单地贩卖、照搬和空谈西方媒介理论,那必然会遭到人们的拒绝,甚至反对。但是,要推进媒介理论走出国门、走向世界,同国际学界进行平等的对话和交流,则必须严格遵守学术规范和游戏规则,在坚持中国学术主体性的基础上,使其具有世界元素和全球视野。

正是出于这种思考与选择,我们组织撰写和出版了这套《21世纪媒介理论丛书》。这套丛书宛如一阁雅集,泛着书香,和着墨韵,透着笔力,跳着新意,凝着理性,闪着睿智,翻阅在手,会让人感到亲切可读,不忍释卷。这套丛书绝不泛泛而谈,更不人云亦云,而是深刻专注于一论,以一个特殊的视角来观照媒介万千世界的复杂性的某一侧面或某一问题,如同透过一个视窗看到了万花筒的一次奇妙变换,或者像是随着一位导游进入一个秀丽壮美的旅游胜地,眼前美景让人不由地击节赞叹。

这套丛书中的每一种著作,还都坚持以理论与现实中最迫切需要解决的问题为导向,选准研究的切入口,运用国际学术界最先进的理论与方法,最前沿的思想与观念,着力思考问题产生的原因、路径和影响,以及如何科学、合理地解决问题,努力将问题的研究向深度和广度开掘。同时,丛书作者尽力不受媒介理论研究中传统范式和旧有成果的束缚,面向现实,立足交叉,追踪前沿,聚焦集成,努力把内、外两个学术世界的优点和精华收归己用,并积极探索适合课题对象和内容的研究模式、思维方式和理论体系。

这套丛书的作者基本上都是浙江大学传播研究所毕业的博士生,寒窗苦读之后,学术成果斐然,如今他们当中,有的已是教授、副教授,有的已在学术界有一定的知名度。在浙大读研期间,他们利用学校丰富的馆藏资料,阅读了大量的国内外一流的新闻学、传播学、社会学、政治学和媒介学等方面的专著、教材和论文,掌握了一整套先进的科学研究方法和技巧,在通过博士论文答辩的基础上,又积极申报省级以上课题并获得立项,经过进一步深入研究和体系化,最终形成了已达预期目标的科研成果和学术专著。因此,这些成果和专著不仅符合上述要求,而且具有紧追前沿、观点新颖、内容创新、分析深刻、表述精当等特点,具有相当的理论价值和实践意义。这套丛书的出版在一定程度上可以说是对于这批浙江传播学人呕心之作的一次全面检阅。

我们深知任何学术研究,犹如探险,人之愈深,得之愈奇。我们庆幸的是,时代在感召着我们不断求索进步,我们所做的,只是承继了前辈脚步往前多迈了一步,仅仅是负起了这代学人应负的社会义务、历史责任,本不该有“探骊得珠”的奢望,但若这套丛书能为媒介理论研究和媒介运营实践起到“抛砖引玉”的作用,能为中国媒介和谐与社会和谐的建设稍尽绵薄之力,又能引起媒介学界和业界人士的一些关注和批评,对于我们来说,就是莫大的荣幸和鼓励了。

邵培仁

2010年9月于浙江大学传播研究所

目 录

上篇 媒介地理学的基本源流

第一章 媒介地理学的对象与意义	3
第一节 作为交叉融合的媒介地理学	3
第二节 媒介地理学的对象与体系	11
第三节 媒介地理学的研究意义	17
第二章 媒介地理学的历史与现状	21
第一节 媒介地理学的历史轨迹	22
第二节 作为地理中的媒介形态	29
第三节 作为媒介中的地理样本	32
第四节 媒介地理学的研究现状	35
第三章 媒介地理学的科学性与学术性	43
第一节 媒介地理学的关键矢量	43
第二节 媒介:天地人一体与延伸	47
第三节 媒介地理学的学术追求	49

中篇 媒介地理学的基本概念

第四章 空间:媒介传播环境中的材料与景观	55
-----------------------------------	----

第一节	空间作为语境假定物·····	56
第二节	不同空间的特点与景观·····	60
第三节	空间感的转变与解读·····	65
第四节	媒介与空间的互动与博弈·····	68
第五章	时间:媒介地理系统的变化与流动 ·····	77
第一节	时间的概念及性质·····	78
第二节	媒介:变革时间的观念及分配·····	80
第三节	时间:影响媒介的生产·····	87
第四节	媒介时间:媒介研究的新视角·····	93
第六章	地方:媒介地理要素的社会建构与文化记忆 ·····	102
第一节	地方是媒介地理学的核心概念·····	102
第二节	全球化视野中的地方维度与意义·····	104
第三节	消失的地域与媒介地方感的形成·····	107
第四节	地方性:是媒介的进步还是倒退?·····	111
第七章	景观:媒介对世界的描述与解释 ·····	122
第一节	景观的多重含义·····	122
第二节	景观的生产与消费·····	124
第三节	景观的象征意义·····	131
第四节	媒介与景观社会·····	137
第八章	尺度:媒介传播的本土性与全球性 ·····	143
第一节	作为梯状和同心圆状的尺度·····	143
第二节	本土性、全球性与尺度·····	147
第三节	媒介与本土性·····	150
第四节	媒介与全球性·····	155

下篇 媒介地理学的基本问题

第九章	传者与受众地理 ·····	169
------------	----------------------	------------

第一节	传播者的地理特征	169
第二节	作为社会群体的受众与地理	175
第三节	作为消费者的受众与地理	179
第四节	作为权利主体的受众与地理	184
第十章	媒介符号地理	190
第一节	符号及其性质	190
第二节	媒介符号与地理	194
第三节	媒介中的语言符号与地理	199
第四节	媒介中的非语言符号与地理	211
第十一章	报刊地理:阅读景观的营造	216
第一节	地理与近代报刊的产生	216
第二节	地域文化对报刊的影响	219
第三节	报刊的地域性特点	223
第四节	报纸对地理景观的塑造与想象	225
第十二章	广播地理:听觉的空间魅力	236
第一节	广播收听的变迁	236
第二节	广播发展中的“催化剂”	243
第三节	广播节目与地理	247
第四节	广播对地理的塑造	252
第十三章	电影地理:眩晕的影像景观	256
第一节	电影视觉接受的地理变迁	257
第二节	电影:艺术呈现地理景观和想象世界	260
第三节	电影是对现实地理的重建与延伸	268
第四节	电影生产与经营中的地理因素	272
第十四章	电视地理:集聚地理能量的利器	278
第一节	电视的产生发展与地理	278
第二节	电视收视与地理	281

第三节	电视内容与地理	288
第四节	电视传播技术与地理	295
第十五章	网络地理:自由的赛博空间	300
第一节	网络是人类社会进步的加速器	300
第二节	网络地理的颠覆与重建	302
第三节	地理制约网络的发展	312
第四节	建设与营造网络新文明	319
参考文献	323
后记	337

上 编

媒介地理学的基本源流

天人合一，百学同源。当代学术研究由历史转向地理、由时间转向空间，正是对中国远古智慧的一种理性呼应。媒介地理学在媒介学与地理学的交叉地带应运而生，绝非偶然。秉持“天地人媒”整体互动、和谐平衡、共存共荣的研究理念，对媒介地理学的研究对象、理论体系和研究领域进行分析和论证，对中外媒介地理学的历史、现状和未来进行回顾、总结与展望，媒介地理学为我们提供了一种全新的理论视界和研究方法，也为新闻传播学科拓展空间和扩大影响提供了有益的启示和创新的成果。

第一章

媒介地理学的对象与意义

媒介地理学(Geography of Media,又译传媒地理学)是从媒介学与地理学的交叉边缘地带划分出来的一块小小的学术领地,也是传播学、媒介学、地理学、政治学、经济学、文化学、社会学等众多学科的知识搅拌、混合而建成的一座理论大厦。它既秉承了媒介学、地理学这两门学科的优良传统和遗传基因,又吸收了许多相关学科的活性因子和知识营养。

“天地交而万物通”,“上下交而其志同”。(《周易·泰》)“地者,万物之本原,诸生之根菀也。”(《管子·水地》)媒介地理学的提出与建构决不是空穴来风,也不是一些学者专家在书斋里的想象与臆造,而是由愈演愈烈的媒介冲突、媒介危机和媒介灾难逼迫出来的,也是当代传播学研究与其他学科走向整合、走向交叉、走向互动的必然结果,更是中国传统学术思想向现代学术空间的延伸和发展,传统文化中“天地人合一、天学地学人学同源”思想的当代复兴。

第一节 作为交叉融合的媒介地理学

如果说人类社会同其所处的环境之间的关系是地理学的永恒主题,那么人类与媒介、社会、环境之间的互动关系则是媒介地理学研究的基本矛盾。媒介地理学思想来源于客观世界而又改变着客观世界。客观世界纷纭复杂、千变万化,但是人与人、人与地理之间的结构图式和空间关系体现了某种规律。地图、气象图和GPS由于反映了客观世界的人地关系和空间结构的规律,已经成为没有它们人类社会就无法“运转”的基础工具。同样,媒介地理学的种种思想也将成为人类社会没有它们就无法进而感知、理解和分析现实世界的基本观念。

一、地理学:开放性与交叉性并重的科学

地理学是关于地球及其特征、人类和环境的学问。“地理”一词最早见于《易经》：“仰以观于天文，俯以察于地理，是故知幽明之故。”地球是人类的家园，人类一直都十分关心自己赖以生存和发展的地球表面的状况，从而萌生出各种地理概念，产生了系列地理知识。

“地理学”(Geography)一词首先诞生于公元前4世纪的古希腊，由“geo”(希腊文，意指大地)和“graphein”(希腊文，意指描述)组成，即“大地之描述”，描述和分析发生在地球表面上的自然、生物和人文现象的空间变化，探讨它们之间的相互关系以及重要的区域类型。艾利森·布伦特(Alison Blunt)精辟地总结道：如果“地理学”意味着“描述世界”，那么地理学家就是以世界为对象，对世界进行思考并以不同方式进行写作^①。地理学的产生，并非因人们好奇于地平线的另一端存在着什么发展而出，而是因为与人类密切相关的环境，以及与环境相关联的文化，使得人们产生了对自然认知的渴求。而且，地理学的知识形式，几乎出现在所有的文化中^②。人们常常会有意无意地运用地理学的思考方式去审视其他领域。

地理学是一个古老的研究领域，曾被称为科学之母。作为一门具有极强生命力和繁殖率的科学，地理学从来都有一个开放的视野和广阔的范围，其自身的价值也通过与其他研究领域相结合，进而表现出人与人、人与环境的关系，并以此进行文化阐释和世界改造。地理关注历史积累效应、因人的参与而遭到抑制或扭曲的物理过程和生物过程，以及造成一群人与另一群人之间区别的文化行为的差异。地理学本身就是跨学科、跨领域的，在自然与环境的表象之下，它还重视其中包含的文化与社会成因以及哲学意味。思想家康德及其追随者赫特纳便认为：地理学属于宇宙学，不是理性科学，是对宇宙的最深层的思考。地理的目标不是解释规则和确立定律，而是探索经验中具有时空结构的特殊性资料。于是，时间和空间被康德用作形塑其理论的基础结构^③。

社会与经济间的互动，影响着空间的分布，地理学也从此找到新的研究方向。1968年，古德(Gould)在哈泼杂志(Haper's Magazine)发表的一篇文章首先使用了“新地理学”(New Geography)一词，并对文化景观予以特别关注。次年，大卫·哈

① [英]萨拉·L·霍洛韦、斯蒂芬·P·赖斯、吉尔·瓦伦丁主编，黄润华、孙颖译：《当代地理学要义——概念、思维与方法》，商务印书馆2008年版，第60页。

② [法]保罗·柯拉法乐著，郑胜华等译：《地理学思想史》，台湾五南图书出版公司2005年版，第6-7页。

③ 同上，第66页。

维(David Harvey)在其所著《地理学的解释》(Explain in Geography)一书中,使用新实证主义的观点(即不仅重视资料搜集的重要性,同时还强调理论的重要作用)来解释过去十年来新地理学的发展。而英国的人文地理学家彼得·哈格特(Peter Haggett)以及自然地理学家理查德·休雷(Richard Chorley)通过新书的写作,加速了新地理学的成功^①。社会内部的以及社会之间的相互依存性,由于地域的复杂差异而增强。因此,约翰斯顿指出,现代人类生存的最重要的事实,是社会的空间差异,而不再是自然的空间差异^②。在创新浪潮的推动之下,社会问题、社会关系对地理学的研究产生了一定影响,而生活空间(城市、景观、集群)、社会尺度、社会时间、社会意义与人本主义也成为新地理学的研究取向。地理学研究课题的多样性已经被人们所关注,包括与主流地理学相对的女权主义地理学,以及以后现代主义的方法,质疑表述世界的“精确性”的地理学研究方法等等。

通过记叙性描写、图画、电影、广告、照片和雕刻等各种描述形式所展示出来的地点、空间与景观,与自然地理一样真实可信。通过这种文化形式和描述视角所形成的文本,便是李特尔和德国的拉采尔建立的文化地理学,也是地理学研究“文化转向”的具体成果。作为一门研究地面上人文现象的分布、演变和传播的学问,人文地理学的研究主旨和学术愿望是:理解人类经验的复杂性和精妙性,从而在实践上更多地注意质量而不是数量、是心理而不是经济。于是与人文有关的地理研究应运而生,葛绥成在1936年编译的《世界文化地理》一书中,就以18章篇幅分别论述了平原、高原、盆地、海洋、沙漠、海峡、河流、湖泊等地形的文化地理,以及气候、交通、都市、国别、民族、人口、产业等文化地理现象和问题,视野开阔,内容丰富^③。近年来,又有所谓情感地理、符号地理、内容地理、创作地理、电影地理、媒介地理、书法地理、音乐地理、体育地理、新闻消费地理等。文化与地理互动所产生的意义,远比二者作为各自孤立的个体所具有的意义更加丰富。文化,被当作是多样的、碎片化的事物,就更需要从地理的角度去进行观察与审视。

地理学与政治学的互动关系历来倍受关注。荷兰地理学家哈姆·迪伯利(Harm De Blij)的《地理学何以至关重要》一书从地缘政治学的角度出发,提出了美国当前所面临的三大挑战——气候变化、中国的崛起和全球恐怖主义。迪伯利预测,如果我们依旧和过去一样对大气污染不闻不问,现在的气温极有可能会达到

① [法]保罗·柯拉法乐著,郑胜华等译:《地理学思想史》,台湾五南图书出版公司2005年版,第164页。

② [美]R. J. 约翰斯顿著,唐晓峰等译:《地理学与地理学家》,商务印书馆1999年版,第127页。

③ 葛绥成编译:《世界文化地理》,中华书局1936年版。

“间冰期时代”(Eemian Era, 13 万年前和 7 万年前之间)的水平,对人类的生存构成威胁。中国崛起并取代美国的原因也主要在地理:地理位置优越,领土辽阔,人口庞大,文化富有吸引力,有担当世界盟主的历史及雄心。至于恐怖主义,迪伯利认为,最具威胁的并不是一两次恐怖事件,而是在一代甚至数代以前即已从中东等地来到西方国家的穆斯林移民中蔓延的宗教极端主义思想和恐怖主义思潮。因此,如果不能成功解决这三大挑战,美国势必将在世界新格局的竞争中败下阵来。那么,如何应对这些挑战呢?迪伯利提供的答案很简单:提高美国人的地理知识和地理意识,尤其是对包括中国在内的亚洲的了解。因为无论是为将来的气候变化做准备,还是防止与中国发生新的冷战,以及彻底击败和消灭恐怖主义,都需要掌握良好的地理知识^①。

“媒介地理学”这一概念正式出现的时间比较迟,国外直到 1985 年才有一本直接与媒介地理学研究有关的论文集出现(Burgess and Gold, 1985)^②。1992 年,邵培仁在《电脑与网络:媒介地理学的颠覆者》一文中曾四次讲到“媒介地理学”^③,在《中国大百科全书》和最新辞书中还查找不到这一条目,相关的专门研究非常稀少^④。但是事实上,从人类发明媒介的那一刻起,媒介就与地理产生了密不可分的互动关系和学术姻缘。中国悠久的历史和文化之所以能够延续千年、留之后世,是因为地理之子——媒介的存在。地理的物化形式——媒介在历史记忆和文化遗产中起着记录、储存和传播文化的作用。从甲骨、草叶、竹简、木简、金石和羊皮等相对笨重的物化媒介,到纸张、磁带、硬盘、软盘等相对先进的物化媒介,都是这种结合的实例。物化媒介虽然不能等同于精神内容,却是一种寓精神内容于物质实体的特殊文化载体。物化媒介的过程,既是人类精神思维由符号到媒介的具体化、实体化的过程,又是文化的记录、存贮、传播、引申和变异的过程。从提出概念到进行研究,浙大学术团队不仅在媒介生态学研究中走在前列,而且已经在媒介地理学研究中积累了许多学术成果,使媒介地理学研究向更为广泛的领域延伸。作为媒介学与地理学相融合的一个学科,媒介地理学不仅合理承继了两者的知识精华,而且也科学吸收了两者的观察和研究方法,并将研究对象集中在人、媒介、社会和地理

① Harm De Blij. *Why Geography Matters: Three Challenges Facing America: Climate Change, The Rise of China, and Global Terrorism*, Oxford: Oxford University publishing house, 2005.

② R. J. Johnston, Derek Gregory, Geraldine Pratt, and Michael Watts eds. *The Dictionary of Human Geography* (4th ed.), Oxford: Blackwell, 2000, pp. 493-494.

③ 邵培仁:《电脑与网络:媒介地理学的颠覆者》,《浙江广播电视专科学校学报》2002 年第 2 期。

④ Nigel Thrift. *Geography of Media*, <http://cache.baidu.com/>, 2005-8-16.

四者互动的关系上,集中在各种媒介文本的文化意义的生产、经营、传播与环境的互动过程之中。报纸、杂志、广播、电视、电影、动漫、电脑、网络等既是具体的媒介,也是观照分析的具体对象;空间与时间、尺度与景观等既是地理学中的关键概念,也是在媒介地理学的视野下进行解读的重要内容。

总之,地理学作为研究人与地理环境关系的学科,其研究的目的是为了更好地开发和保护地球表面的自然资源、协调自然与人类的关系,其核心元素是空间、地方、景观、尺度和时间,它同其他学科结合或联姻,可以产生出不同的交叉科学。

二、媒介与地理的互动互助

1. 特定的地域生态产生特定的媒介形态

“天地与我并生,而万物与我为一。”(《庄子·内篇·齐物论》)人类的生存和传播活动,总是要受到特定地理环境的影响和制约。生活在森林中的原始人类能够就地取材,在树叶、树皮上写字,后来则在木片或竹筒上刻字;生活在河网湖区的祖先们则学会了通过苇叶写意传情;而生活在广阔沙漠上的人们要将一则信息传送到远方,就只有通过“泥版书”。此外,还有我国商代的甲骨文,周代的“青铜器铭文”,春秋战国时期的玺印、货布、陶器等文字,都和特定的地理环境有密切关联。

大约在公元前3000年,古埃及出现一种古老的图书——纸莎草卷,又称纸莎草纸书卷,是世界上最原始的一种图书。纸莎草是一种类似芦苇的水生莎草科植物,草叶呈三角形,在古代主要生长于埃及的沼泽和池塘之中,现在则只分布于埃及哈尔图姆(Khartum)地区北部的尼罗河谷地。纸莎草茎高可达3米多,粗细与人的手腕相当,茎部富含纤维,用它为原料制造出来的书写材料就是纸莎草纸。可见古埃及人发明出纸莎草纸书卷是地处尼罗河沿岸的地理环境决定的。与之相似的是,大约在公元前8世纪中东地区的帕加马人发明的“羊皮书卷”,是指用羊皮或羊羔皮为材料制成的最原始的一种图书。羊皮书就是拉丁文中“帕加马”转义而成的。在帕加马帝国欧迈尼斯二世时期(前197年-159年),由于埃及人停止供应纸莎草,帕加马人没有了制书的原料,被迫发明了用羊皮作为原料的羊皮书。这种书的原料开始是绵羊、山羊等的皮,后来,又用牛、羔羊等的皮为原料,质地变得更好。这也是在特定地理环境中产生的特定的符号和媒介形态。

2. 相同的媒介形态却能反映出不同的地理样本

传播是人性的外化,也是环境的折射。中国的《尚书·禹贡》、《管子·地员》、《山海经》等著作,裴秀《禹贡地域图》、郦道元《水经注》、玄奘《大唐西域记》、李吉甫《元和郡县图志》、罗洪先《广輿图》、徐霞客的游记、顾炎武《天下郡国利病书》和

《肇域志》、顾祖禹《读史方輿纪要》等著作,都是平面媒介对不同地理形势的描述和反映。地理学家则在电视发明的初期便利用它记载人群形象与地理外貌。

1983年,中国和日本合拍了一部描写长江地理风貌和两岸人民生活的纪录片《话说长江》。“你从雪山走来,春潮是你的风采;你向东海奔去,惊涛是你的气概……”《话说长江》是中央电视台20世纪80年代最受欢迎的电视纪录片,也是中国纪录片的高峰。它用浓笔重彩、翰墨华章的解说词向人们展示了长江两岸的旖旎风光,以及长江从古到今的传奇故事;同时用镜头记录了从神奇的源头到壮观的入海口的长江全貌,以及长江沿岸的山川地理、名胜古迹、风土人情和江畔居民的生活。全片介绍和涉及大小河流、湖泊、峡谷49个,名山28座,大小名城52座,各项工程25项,历史典故与民间故事27个,风景名胜110处,古今名人104人。可以说是对当时长江地理形貌全面真实的记录。20年后,《再说长江》则是中国电视史上规模最大的一次记录长江行动,并且用高清摄像机拍摄了当年《话说长江》限于技术问题而没能拍摄到的长江源头。《再说长江》的总制片人刘文说:《再说长江》策划时明确的主旨就是以长江沿岸风光地貌、风土人情的变化来反映中国20年的经济建设所带来的巨变。20年前的《话说长江》是部风光片,散文化的解说,让没走出过家门的老百姓看到了祖国各地人们的生活状态。20年后,长江沿途很多地方都是旅游胜地了,早已不再神秘,所以这次我们以人为本,以纯纪实手法讲故事,用对比来展现长江的变化、中国的变化。然而更重要的是,让观众看到变化的背后其实是不变,20年巨变的根源在于中华文化血脉相承的不变。在相同的电视镜头下,它们展现的却是不同的地理风貌。

电影镜头同样可以记录不同的地理样本,各个民族的文化 and 性格、各个区域的地理形势能够真实地反映在电影之中。正是电影地理学提供了意义的地图,才让我们得以在当代世界里顺利航行。在现代大众传播的社会里,传播者依然认为媒介地理形势以及它的认同格外重要,并试图让每一个文本透过这些因素而生产某种类型的受众。

3. 不同地理环境中的人具有不同的传播特点

人类是在一定的自然地理环境中生存和发展的,因此人类的物质和精神形态包括传播和文化等活动,都存在着明显的地域差异。不同的人种带有不同地理环境的印痕,不同的印痕又决定着人种对环境的适应能力。生活在热带的人群,形成了一系列适应性生理特征,如具有暗黑色的皮肤,能保护皮肤免受日光的灼伤;卷曲的头发,能防止头部被晒得过热;宽鼻、厚唇、大嘴巴,便于散热;他们用来描述炎热状态的词汇特别丰富。长期生活在寒带的人群,身材魁梧,具有高窄的鼻子,使