



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



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：北京中科印刷有限公司

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，我亲身体验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,还应该突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,入之愈深,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

上编 媒介地理学的基本源流

- | | |
|----|--------------------------|
| 3 | 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 |
| 10 | 第二节 媒介地理学的对象与体系 |
| 16 | 第三节 媒介地理学的研究意义 |
| 20 | 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 |
| 27 | 第二节 作为地理中的媒介形态 |
| 30 | 第三节 作为媒介中的地理样本 |
| 33 | 第四节 媒介地理学的研究现状 |
| 41 | 第三章 媒介地理学的科学性与学术性 |
| 41 | 第一节 媒介地理学的关键矢量 |
| 45 | 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 |

中编 媒介地理学的基本概念

- | | |
|----|-----------------------------|
| 53 | 第四章 空间：媒介传播环境中的材料与景观 |
| 54 | 第一节 空间作为语境假定物 |

57	第二节	不同空间的特点与景观
62	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
74	第五章	时间：媒介地理系统的变化与流动
75	第一节	时间的概念及性质
77	第二节	媒介：变革时间的观念及分配
83	第三节	时间：影响媒介的生产
89	第四节	媒介时间：媒介研究的新视角
97	第六章	地方：媒介地理要素的社会建构与文化记忆
97	第一节	地方是媒介地理学的核心概念
99	第二节	全球化视野中的地方维度与意义
101	第三节	消失的地域与媒介地方感的形成
105	第四节	地方性：是媒介的进步还是倒退？
116	第七章	景观：媒介对世界的描述与解释
116	第一节	景观的多重含义
118	第二节	景观的生产与消费
124	第三节	景观的象征意义
130	第四节	媒介与景观社会
136	第八章	尺度：媒介传播的本土性与全球性
136	第一节	作为梯状和同心圆状的尺度

- 139 第二节 本土性、全球性与尺度
142 第三节 媒介与本土性
147 第四节 媒介与全球性

下编 媒介地理学的基本问题

- 161 第九章 传者与受众地理
161 第一节 传播者的地理特征
166 第二节 作为社会群体的受众与地理
170 第三节 作为消费者的受众与地理
175 第四节 作为权利主体的受众与地理
- 181 第十章 媒介符号地理
181 第一节 符号及其性质
185 第二节 媒介符号与地理
189 第三节 媒介中的语言符号与地理
200 第四节 媒介中的非语言符号与地理
- 205 第十一章 报刊地理：阅读景观的营造
205 第一节 地理与近代报刊的产生
208 第二节 地域文化对报刊的影响
212 第三节 报刊的地域性特点
214 第四节 报纸对地理景观的塑造与想象

224	第十二章 广播地理：听觉的空间魅力
224	第一节 广播收听的变迁
231	第二节 广播发展中的“催化剂”
234	第三节 广播节目与地理
239	第四节 广播对地理的塑造
243	第十三章 电影地理：眩晕的影像景观
244	第一节 电影视觉接受的地理变迁
247	第二节 电影：艺术呈现地理景观和想象世界
254	第三节 电影是对现实地理的重建与延伸
258	第四节 电影生产与经营中的地理因素
263	第十四章 电视地理：集聚地理能量的利器
263	第一节 电视的产生发展与地理
266	第二节 电视收视与地理
272	第三节 电视内容与地理
279	第四节 电视传播技术与地理
283	第十五章 网络地理：自由的赛博空间
283	第一节 网络是人类社会进步的加速器
285	第二节 网络地理的颠覆与重建
294	第三节 地理制约网络的发展
301	第四节 建设与营造网络新文明
305	参考文献
317	后记

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,诸生之根苑也。”(《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)发表的一篇论文首先使用了“新地理学”(New Geography)一词，并对文化景观予以特别关注。次年，大卫·

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。

哈维(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.