

数字媒体时代地域的“消失”与“回归”—— 从梅罗维茨《消失的地域》谈起

邓梦圆^{1*}

(^{1*}南京理工大学 公共事务学院, 江苏 南京 210000)

摘要: 梅罗维茨在其代表作《消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响》中构建了媒介情境论, 认为物质地点在电子媒介时代已经不再是影响社会行为的重要因素, 此后提出的“球土化社会”等概念则对媒介情境论进行了完善。在数字媒介技术迅速革新的今天, 从梅罗维茨的理论出发对当下媒介环境进行分析, 会发现社会公共场景实现了更普遍的融合, 在许多方面社会地点与物质地点仍呈现分离状态。但数字媒体时代还出现了新的传播特征: 位置参数重新得到强调, 身体在场的意义受到更多关注。尽管数字媒介对地域的超越更为显著, 但是物质地点的重要性并未持续下降, 反而在某些方面重新得到关注与强调, 场景的地域语境与媒介语境在一定程度上具有了一致性。

关键词: 数字媒体; 消失的地域; 场景; 位置; 身体

The "Disappearance" and "Return" of Place in the Digital Media Era — Starting from Meyrowitz's No Sense of Place

Deng Mengyuan^{1*}

(^{1*}School of Public Affairs, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing,
Jiangsu 210000, China)

Abstract: In his masterpiece No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour, Meyrowitz constructed the Medium Theory, arguing that physical location is no longer an important factor influencing social behaviour in the age of electronic media, and the concepts of "glocalization" put forward since then have improved the media context theory. In today's era of rapid innovation in digital media technologies, an analysis of the current media environment from the perspective of Meyrowitz's theory reveals that social public scenarios have achieved more widespread integration, while in many aspects, social locations and physical locations still present a state of separation. However, the digital media era has also seen the emergence of new communication features: the parameters of location have been re-emphasised, and the significance of physical presence has received more attention. Despite the more pronounced transcendence of place by digital media, the importance of physical location has not continued to decline, but has instead been re-emphasised and re-attended to in some ways, and the geographical and media contexts of scenes have become somewhat congruent.

Keywords: digital media; No Sense of Place; scenarios; location; body

1. 引言

作为媒介环境学的代表人物之一，梅罗维茨（Joshua Meyrowitz）的理论思想集中表述在《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》一书中。他认为电子媒介影响社会行为的机制在于其促使角色表演的社会舞台重新组合，进而引发社会行为的变化。梅罗维茨的整个分析逻辑建立在英尼斯（Harold Innis）和麦克卢汉（Marshall McLuhan）的媒介理论以及戈夫曼（Erving Goffman）的拟剧理论的基础之上，基于此构建出“媒介-场景-行为”分析框架，并进一步发展出“新媒介-新场景-新行为”的分析逻辑。在梅罗维茨看来，电子媒介生成的“新场景”（即媒介场所）促使新行为产生，人们的行为更多地取决于信息场景的容纳或排斥^[1]，而传统的物质地点则退居次要位置，成为“消失的地域”。

《消失的地域》成书于20世纪80年代电视在美国普及并对日常生活产生显著影响的背景下，其论述主要基于电视这一电子媒介。梅罗维茨认为，电视的社会意义的重点不在于播放的具体内容，而在于其作为一种共享的场地，观众通过切换频道即可共享不同地点的社会事件，从而“连接”不同地点，实现场地共享^[2]。他同时也意识到新一代电子媒介将对其理论提出新挑战，因此持续发展其媒介情景论。

上世纪末，梅罗维茨提出“球土化社会”（glocalization）概念，将“全球化”（global）与“本土化”（local）相结合，认为全球与本土开始融合在一起，人们不再只是在经历简单的同质化变化，而是既在融合又在分化。后来，梅罗维茨进一步提出“反思的自我”和“普遍化他域”理论。“反思的自我”指电子媒介使得个体有更多机会和能力，通过跨文化信息流去探索和反思自己的身份；“普遍化他域”则指电子媒介极大拓展了人们的感知领域，使得个体虽身处本地，其判断与决策却主要基于各种媒介共同构建的外部观点，而非纯粹的本地经验^[3]。这实质上是电视所营造场景的“升级版”，地点日益成为“经历的背景”，人们仿佛生活在由互联网营造的普遍的他域之中^[4]，延续了《消失的地域》的核心观点。尽管电子媒介呈现出普遍的他域，但个人或群体的身份认同却愈发依赖全球与地方的交汇互通，两者相互包含、不可分割。“地方”的地位由此获得重新承认，“空间”实现一定程度的回归。梅罗维茨通过这一修正，进一步发展完善了其媒介情境论的空间叙事^[5]。

2. 数字媒体时代地域的“消失”

梅罗维茨的理论在数字媒体时代仍具有重要研究价值。当前，智能手机无疑是最具代表性的电子媒介，其搭载的各类APP构成了用户日常接触的多元化场景，传播样态亦呈现出更精细的细分类型。分析这些传播样态与社会场景及“地点”的关系，依然可以窥见电视时代延续下来的部分特征。

2.1. 社会公共场景更普遍的融合

梅罗维茨引入戈夫曼拟剧理论中的“场景”概念并予以拓展。戈夫曼以实际的物质地点定义场景，梅罗维茨则转向信息流动的模式，将“场景”定义为超越现实地域的“信息系统”。物质地点创造的是一种现场交往的信息系统，传统媒介创造的是中介交往的信息系统，而电子媒介则消除了现场交往与中介交往的差异，催生出全新的社会场景^[4]。这些新场景普遍具有公共性，电视提供的信息场景成为一种典型的社会公共场景，不同类别的群体（如不同年龄、阶层等）能够同时接收相同或类似内容，被纳入统一的信息场域。这在相当程度上消解了群体间的信息隔离，实现了大规模的信息共享。相比印刷媒介时代相互隔离的信息系统，电子媒介的广泛使用模糊了其边界，信息场景超越了物理场景的局限，使得过去分属于不同群体的社会公共场景走向融合^[2-2]。

电视时代初步实现了群体信息的共享与不同群体公共信息场景的融合，而数字媒介则推动这种融合向更深层次发展。一方面，数字媒体时代的跨圈层事件显著增多。当代社会圈层文化在网络媒介中日益凸显，与此同时，跨圈层传播也成为重要的社会信息流通特征^[6]。例如，近年来有关进博会的话题吸引了多元的意见领袖参与传播，带动了政府人员、企业人员以及个人用户等不同群体人员参与讨论^[7]，形成一种临时性的融合场景。再如前些年“土味视频”从快手向微博等平台的扩散过程，即是典型的从圈内到圈外的跨圈层传播案例^[8]，两个平台用户群体差异显著，

却通过内容创作与传播产生共鸣。另一方面,所谓“信息茧房”呈现着动态解构趋势。从受众角度看,个体的信息需求是动态变化的,存在主动寻求多元信息的“破茧”动力,信息获取量与途径均在拓展^[9]。从技术角度看,智能分发算法虽偏好推荐用户感兴趣的内容,但其中也包含相互矛盾的信息,同时,平台为扩大用户基数和市场,也倾向于挖掘并推送用户潜在的兴趣点^[9],这就在一定程度上为跨圈层信息流通预留了通道^[10]。此外,数字媒介时代的信息流速发生质变。重大事件的扩散从传统媒介的数天甚至数周,压缩至数字时代的几小时甚至几分钟,社会热点高频更迭。由此可见,无论从社会群体覆盖的广度,还是信息流动的速度来看,数字时代的社会信息整合实现了量级上的跃升,社会信息实现更广泛的共享,不同群体的公共信息场景基于更加开放的信息系统实现更为普遍的融合。

2.2. 社会地点与物质地点分离

在电子媒介出现之前,地点是界定社会信息系统的关键,人们需通过特定物理入口(即固定的门)进入特定场景,而电子媒介的出现改变了这一点。梅罗维茨指出,社会交往性质的核心决定性因素不再是物质地点,而是信息流动模式,电子媒介重构了原先由物质地点界定的场景框架^[2-3],削弱了时间和地点的特殊性。例如,电话挑战了原先距离设置出的限制,使人们从一个位置连接到另一个位置变得容易起来,电子媒介打破了社会地点与固定物质地点之间的联系,社会场景不再仅依赖于物质地点存在,两者呈现出一定的分离状态^[2]。

如果说电子媒介(如电话、电视)兴起时信息环境与物理环境“隔离的消弭”还只是一个起点,那么如今,信息环境已经拥有了远超物理环境覆盖力、影响力的潜质,这意味着“位置”要素在信息环境与物理环境中的关系从博弈走向融合,它们各自构成日常生活中的两重独立时空——“虚拟生存”和“现实生存”^[11]。在此背景下,社会场景对传统功能型物质地点(如银行、商店、办公室等)的依赖显著弱化,社会地点与物质地点的分离状态进一步深化。例如,直播这一传播样态正是一种典型表现:观众实时接收来自远端直播间的视听信息,并通过评论等方式获得主播的实时反馈,这种实时性加深了观众的直观感受,交互的即时性远超电视,在更深维度上消解了物理距离。除此之外,电子转账、移动支付的普及,使人不再需要前往银行、餐厅、商店等固定地点进行交易;移动通讯使人能够在信号覆盖的任意地点打电话、发信息、传送文件,不再需要前往设有电话或传真机的地点去实现信息交换;微信公众号、微博等平台的即时信息推送,也使人不必再局限在家中等待固定时间去接收电视播放的信息。因此,在数字媒体时代,社会地点与物质地点的分离变得空前显著。

3. 数字媒体时代地域的“回归”

梅罗维茨关于空间地域的论述经历了从“消失的地域”中地域的“消失”到“球土化社会”中地方的“回归”的过程,是一个理论完善的动态过程,这表明对地域意义的理解需避免绝对化,而应进行多维度考察。当前,随着数字媒介普及,媒介传播从无差别的大众传播转向分众化传播,算法下的内容分发和受众的自主选择使得社会信息系统在构建中出现了新的现象^[12]。

3.1. 位置参数的重新强调

在电视、固定电话占据主流的电子媒介时代,梅罗维茨用信息系统取代物质地点来定义场景,将媒介作为中介纳入其中,这不可避免地导致地域概念的模糊。然而,数字媒介(尤其是移动设备)则与人的身体共处统一位置空间,并随身体移动而移动。这使得社会信息的接收与传递,在相当程度上复现了口语传播时代的某些特征:信息内容常与用户所处的即时物质地点高度相关,而不再如早期电子媒介那样导致信息所代表的社会地点与物质地点关系的显著弱化^[12]。

位置媒体(Location Based Services, LBS)的兴起是地域语境与媒介语境重新匹配的集中体现。如今的位置媒体,一般是指以数字地图为基础,整合定位、导航、支付、社交、游戏、娱乐等多重功能的位置服务网络^[13]。这种媒介形式将用户位置信息深度绑定于传播交流过程中,能够根据移动设备的实时位置直接向用户推送相关信息,从而引发传受双方的互动^[14]。例如,地图导航类APP会依据用户实时位置推送路况数据;大众点评等本地生活类APP则基于用户物理坐标生成周边消费场所的精准推送;甚至像今日头条等信息分发平台也会利用用户的位置信息推

送地方资讯。正如雷尔夫（Edward Relph）所言，数字媒体如果不能增强地方体验，就不太可能被广泛采用^[15]。位置属性在移动媒介的各类应用中显然已必不可少，成为媒介实现其服务功能的基础要素。

如果说位置媒体的广泛应用是物质地点向媒介信息系统的一种温和渗透，那么 IP 属地信息的强制公开则以更显著的方式重新凸显了地理位置的重要性。自新浪微博始，抖音、小红书等平台相继上线显示 IP 属地信息的强制性功能，使用户的网络虚拟位置与个体肉身位置深度绑定。IP 属地的可见性，通过平台定位功能将身体位置外化为网络标识，促使曾被互联网冲刷的“地方感”重新回归，个体的数字交往在位置可见状态下产生了一种基于地方的新连接关系，位置本身也成为一种符号标识和所指意义^[16]。

3.2. 身体在场的意义回归

对地域空间的讨论必然涉及其背后的一个关键要素——身体。身体是社会个体的生理基础，是自我意识的源头，空间意义的生成往往根植于身体的行动体系与实践模式。梅洛-庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）的现象学观点深刻指出，身体的空间性是一切知觉活动的基础，知觉作为身体与世界相连的界面，使得空间唯有在与身体发生关联时才得以存在并获得意义^[14-21]。

纵观人类的传播变迁史，媒介技术的演进本质上是传播边界持续扩张与具身性限制逐步消解的双重进程。在口语传播阶段，人类信息交互严格受限于身体可及的空间与时间，而大众传播时代，媒介中介使传受双方得以脱离身体与物质空间的束缚进行跨时空交流。梅罗维茨的理论表明，无论是印刷媒介还是电子媒介，都改变了信息围绕身体所处地点进行传递的传播模式^[2-5]，身体在场不再是信息传递的必要条件。如果说麦克卢汉的感官平衡理论强调了人的身体感官，那么梅罗维茨对此理论的疏离则凸显了其媒介情景论中身体的缺位。然而，数字媒体时代的传播研究正重新聚焦身体维度，这在某种意义上弥补了梅罗维茨理论中的“离身性”（disembodiment）盲区。在短视频等媒介实践中，身体既是表达工具、互动载体，也是意义生成场域。当短视频观看者通过点赞、评论、转发等基于身体的实践行为参与特定情景讨论时，他们互为意义生产和分享的“合作者”，而这种合作与共享正是由每个参与实践的能动身体所共同创造的^{[17][18]}。

新一代传播技术与身体的关系呈现着双重面向。一方面，技术越来越深地嵌入身体，如媒体平台日益重视用户在媒介使用中的多感官交互体验。另一方面，技术通过模拟或代偿部分感官，实现虚拟身体的远程在场^[19]。例如，元宇宙作为一种“颠覆性媒介”^[20]，旨在构建一个可以借助增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术开展所有活动的三维虚拟共享世界^[21]。而元宇宙模糊真实与虚拟界限的特性，超越了对在线、虚拟或数字空间的现有讨论^[22]，也正深刻重塑着身体、地方与技术的关系。当然，这种虚拟在场本质上是心理层面的、想象性的和感受性的，与现实世界中真实身体的具身在场感仍存在着根本性鸿沟。

人类传播从整体上看是沿着身体在场、离场与再在场的逻辑发展演进的^[23]。在个体化时代，怀疑、焦虑、断裂与冲突凸显的背景下，身体作为维持个体日常世界意义系统与自我身份连贯性的基石，其功能日益彰显^[14]。因此，当个体借助地理位置构建自我概念时，身体的在场变得不可或缺。身体的在场意味着深度的参与，是融入现实情境、感知生活镜像的基础。这呼应了雷尔夫关于位置与身份认同的观点——人之所以为人，就在于生活在一个充满了意义的地点的世界，并在此中拥有和认识自身的位置^[24]。媒介实践从“媒介在场”向“具身性在场”的转向，实质上正映射了从虚拟生存回归现实实践、由赛博空间复归物质性地方感的内在诉求。

4. 结语

数字媒体时代无疑延续了梅罗维茨关于地域“消失”的核心洞见，然而，数字媒介技术的深度发展和普及，并没有使物质地点的重要性进一步下降，反而在位置参数、身体在场等方面重新得到关注与强调。移动互联网作为媒介最显著的变化之一，就在于其与个体身体位置的紧密耦合，这促使电子媒介时代（以电视为代表）彼此分离的“媒介语境”与“地域语境”重新整合，媒介信息与物质地点再次密切关联起来。如今的媒介平台如果不以现实的物质地点为基础要素，也就难以向用户精准推送契合其实际位置与个体需求的内容。由此，物质地点的意义在数字媒体时代重新显现出来：它不再是印刷媒介场景中具有决定性作用的物理容器，也不完全是电视时代被媒

介逻辑所消解的对象,而是已然演变为媒介语境建构的基础性参数与意义生成锚点^[12]。在这个意义上,“地域”在数字媒介时代实现了其辩证的“回归”。

参考文献:

- [1] 麻小影. 互联网时代地域的“存在”与“消失”——从梅罗维茨的媒介情境理论出发[J]. 新媒体研究, 2018, 4(14):114-115+124.
- [2] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会的影响[M]. 肖志军, 译. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [3] Meyrowitz Joshua. The rise of glocality[J]. A sense of place: The global and the local in mobile communication. 2005:21-30.
- [4] 陈长松, 傅鹏. 地点, 消失的地域? ——对梅罗维茨“场景论”中“地点”的考察[J]. 南方传媒研究, 2023(1):84-90.
- [5] 陈长松, 蔡月亮. 技术“遮蔽”的空间: 媒介环境学派“空间观”初探[J]. 国际新闻界, 2021, 43(7):25-42.
- [6] 马佳琪. 粉丝群体网络行为的跨圈层传播现象探析[D]. 海南师范大学, 2021.
- [7] 汤景泰, 陈秋怡, 高敬文. 传播网络与跨圈层传播: 中国主场外交的国际传播效果研究[J]. 新闻大学, 2020(8):56-70+128.
- [8] 程鹏. “土味视频”跨圈层传播中的他者化建构[D]. 苏州大学, 2021.
- [9] 赵庆来. “信息茧房”: 在形成与解构之间[J]. 青年记者, 2021(20):26-27.
- [10] 谢岱杉. 窄化与破圈: 推荐系统对跨圈层传播的两种作用——基于哔哩哔哩的数据挖掘研究[J]. 新媒体研究, 2022, 8(18):114-118.
- [11] 周勇, 何天平. “自主”的情境: 直播与社会互动关系建构的当代再现——对梅罗维茨情境论的再审视[J]. 国际新闻界, 2018, 40(12):6-18.
- [12] 梁琨. 超越的空间: 梅洛维茨媒介场景理论的空间观[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2020(2):209-210.
- [13] 张昊臣. 视差中的城市: 位置媒介与场所营造——基于3组项目的案例分析[J]. 建筑学报, 2020(5):101-107.
- [14] 徐蓐, 刘明洋. 论人与位置媒体的空间关系[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(2):140-146.
- [15] Relph Edward. Digital disorientation and place[J]. Memory Studies, 2021, 14(3):572-577.
- [16] 韩佳良. 位置可见状态下的个体数字交往研究——以公开IP属地为例[J]. 青年记者, 2023(16):98-100.
- [17] 莫里斯·梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 234.
- [18] 束秀芳, 王桂梅. 短视频: 把沉默的本质引向表达——价值观念传播的身体现象学考察[J]. 青年记者, 2023(7):60-63.
- [19] 孙雅然. “身体在场”的回归: 电子游戏中的身体实践探究[J]. 视听, 2022(4):48-51.
- [20] 汪怀君, 高天甜. 元宇宙时代人的深度媒介化的潜在风险与发展路径[J/OL]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2025:1-8.
- [21] Dwivedi, Yogesh K, et al. Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy[J]. International Journal of Information Management, 2022, 66(102542):1-55.
- [22] Fraser Emma. The future of digital space: Gaming, virtual reality, and metaversal thinking[J]. Dialogues in Human Geography, 2024, 14(2):347-351.
- [23] 曾琼. 在场、离场与再在场: 传播演进的身体逻辑与传播的身体递归[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(11):154-161.
- [24] Relph Edward. Place and placeness[M]. London: Pion, 1976:40.