



# 基于地理媒介视角对武汉都市圈活力复苏的研究

董芍君<sup>1</sup>, 张瑜烨<sup>2</sup>

(1. 山西应用科技学院 文化传媒学院, 山西 太原 030000;  
2. 湖北大学 新闻传播学院, 湖北 武汉 430062)

**摘要:** 本文以融媒体平台“长江云”为研究对象,从地理媒介视角出发,从经济活力、文化活力和环境活力三个维度,考察数字传播对武汉都市圈活力复苏的重要价值。基于对“长江云”武汉都市圈活力报道数据的调查,分析数字传播场景中经济信息、文化信息和环境信息的特征表现。对武汉都市圈活力复苏的数字传播进行理论思辨,为推动都市圈全面发展提供一定理论参考。

**关键词:** 数字传播;地理媒介;武汉都市圈;活力复苏

中图分类号: G122

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2022) 05-0096-05

DOI: 10.19899/j.cnki.42-1669/Z.2022.05.015

互联网时代下,大数据、人工智能等数字传播手段出现在更多场合,为疫情后经济复苏、后疫情时代经济的持续发展,提供了一种数字化策略。城市活力作为城市经济的重要表征,对城市经济发展有着重要影响。我国处于经济转型阶段,从多个政府工作报告中看出,都市圈这一城市地理区域,已成为未来我国经济增长的核心空间。疫情期间,数字传播是武汉都市圈活力复苏的重要渠道。因此,考察数字传播在武汉都市圈活力复苏期间无处不在、定位与实时的信息运用与构建特征,将对创新数字传播机制具有指导作用,对区域经济高质量发展也具有重要意义。

## 一、研究综述

### (一) 数字传播与数字传播场景

关于数字传播的相关研究,最早要追溯至 1981 年 Hogebe 发表在《Journal of Communication》上的一篇有关数字技术议题的文章《Digital technology: the potential for alternative communication》。Hogebe 认为,通讯技术与数字技术的快速发展,让广播、电视等媒体在传播上有了巨大转变,能够提供更多创新型的服务<sup>[1]</sup>。当下,数字传播概念有了更为明确的定义。薛可等学者认为“数字传播”是运用数字技术进行相关的传播活动,包括在各领域对数字展示技术的应用,和人工智能数字处理技术在各界的

收稿日期: 2022-06-15

基金项目: 2020 年湖北省人民政府智力成果采购项目“数字传播与推动湖北经济高质量发展研究”(项目编号: HBZZ-2020-15)。

作者简介: 董芍君(1996—),女,山西太原人,山西应用科技学院文化传媒学院助教,研究方向: 传媒管理;张瑜烨(1969—),男,湖北红安人,湖北大学新闻传播学院教授,研究方向: 媒介经营与管理。

实践<sup>[2]</sup>。方兴东等学者认为当前的数字传播已历经百年转变,初步奠定了以计算、传输、存储、数据和算法等核心要素组成的新型传播基础设施,形成了一种自下而上、开放分布式的新型传播范式<sup>[3]</sup>。基于此,本文将数字传播定义为基于大数据、人工智能以及通讯技术,利用新媒体手段进行内容生产、呈现的一种新型传播范式。

数字传播的广泛应用,建构了一种全新的传播场景——数字传播场景。场景(Scene)一词最早源于戏剧,指演员对白、舞台灯光等诸多元素共同营造,并想传达给观众的信息与感觉<sup>[4]</sup>。此后,场景的概念被引入社会学、城市研究等领域。传播学对场景概念的引入,源于1985年梅罗维茨的著作《消失的地域——电子媒介对社会行为的影响》,他认为电子媒介的出现,使得受众在使用媒介时不受时间、空间的限制,重新定义了“在场”的概念。基于此,本文认为数字传播场景即是以大数据、人工智能以及通讯技术为依托,在新媒体的内容生产、呈现等全过程中创设的高速率、大数据量、强交互性的媒体环境或场域。

## (二)都市圈活力议题的亟待研究

都市圈由城市组成,探究“都市圈活力”的内涵,可借由“城市活力”的相关研究获得。对城市活力的研究,简·雅各布斯(Jane Jacobs)认为,人与人的活动、生活场所相互交织的过程以及城市生活多样性,使城市获得活力。衡量城市活力的要素为街道长短、人流密度、功能混合、建筑年代的混合。国内学者楼海森、孙秋碧认为,“活力”是指一个城市、区域或国家对于生命机能、生态环境和经济社会的支持程度。经济活力与社会活力、环境活力以及文化活力共同构成活力体系,它们彼此间有着密切联系。刘黎认为,城市活力指一个城市对经济社会发展综合目标及对生态环境、人的能力提升的支持程度。对应于城市结构体系,城市活力体系,包括经济、社会、环境及文化活力,且联系密切,共同对城市活力形成支撑。城市活力体现城市各要素和资源的活跃性、开放性及相关约束的合理性,并综合表现为城市运行和发展的效率。具有活力的城市,是能够不断拓展成长空间,有效利用资源,挖掘增长潜力的城市。借由文献梳理,可以洞见国外学者对“城市活力”定义侧重微观层面,关注建筑环境要素整合,和提升特定设施可达性,来提升城市的活力;国内学者则关注对城市活力体系,城市活力要素的宏观分析。其

中刘黎提出对城市活力体系的观点,较为具体、全面地给定了城市活力的衡量维度。

既有文献厘定了城市活力的内涵及其对城市发展的现实意义与理论价值,也暴露出都市圈活力这一全新议题的研究空白。基于此,本研究将从经济活力,文化活力,环境活力三个维度,考察数字传播对武汉都市圈活力复苏的重要价值。考虑到本研究涉及媒介与城市区域的相关概念,因而引入“地理媒介”理论进行阐释。该理论出自墨尔本大学斯科特·麦夸尔(Scott McQuire)教授在2019出版的著作《地理媒介:网络化城市与公共空间的未来》,其核心思想为移动化、数字化的媒介将现代城市创造为媒介空间,具体又表现为无处不在(ubiquitous)、定位(positioning)、实时(real-time)三大特性。<sup>[5]</sup>

## 二、研究方法

本研究探讨的主要议题为,疫情期间数字传播如何利用信息激发和构建城市活力,推动武汉都市圈活力复苏。将湖北省省级新媒体平台“长江云”APP作为数据采集平台。时间选择上,人力资源和社会保障部最早于2020年1月24日发布《人力资源社会保障部办公厅关于妥善处理新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控期间劳动关系问题的通知》,这是疫情中最早有关复工复产的文件。故本研究的数据均以此为初始节点。考虑到经济的回暖与发展需要较长时间,所以将9月30日(第三季度末)作为内容获取的终点,尽可能全面和准确地反映“长江云”APP对武汉都市圈活力的报道。检索方式上,在长江云平台以“经济+都市圈城市名”“文化+都市圈城市名”“环境+都市圈城市名”为关键词进行检索,去除无效信息后,共检索到相关报道920篇,其中有关经济信息的报道474篇,有关文化信息的报道220篇,有关环境信息的报道226篇。

## 三、数字传播场景中经济信息的无处不在

经济活力是都市圈活力中极为重要的一环,媒体对经济活力提升的方式多以对经济信息报道来实现。疫情时期武汉都市圈的经济报道无处不在,主要表现在报道主题的聚类与信息再生活力、报道内容兼具大数据化与透明化、信息呈现方式无处不在等特征。

### (一)报道主题的聚类与信息再生活力

在收集的474篇经济新闻报道中,共322篇报

道能够溯源。其中,201篇报道来自省级媒体,94篇报道来自省级以下媒体,10篇报道来自其他媒体,17篇报道来自长江云平台。可见,疫情期间武汉都市圈相关媒体平台,将经济信息的报道作为主要报道主题。主题的规模化聚集,强化了经济信息对武汉都市圈城市活力的激发作用。此外,媒体平台通过跨平台选择性转载、数据互通等数字传播机制,使得经济信息能够在长江云平台聚类,为经济信息的二次曝光提供更多渠道,为武汉都市圈经济活力的复苏,提供信息再生活力的可能性。

#### (二) 报道内容的大数据化与透明化

经济信息常与数据紧密联系,基于大数据技术的经济信息报道,使报道内容更具阐释力和广泛性,呈现出较为准确的经济动向。在共收集到的474条经济新闻中,使用大数据技术进行的报道占42%。其中,大数据技术使用最多的月份分别为7月(82%)、8月(62%)和9月(57%)。这一时间段,湖北省复工复产工作取得初步成果,通过运用大数据技术对经济数据进行挖掘,量化式地展示了武汉都市圈复工复产工作的实质进展。如在《武汉发布2020年上半年武汉经济运行情况数据》报道中,以19.5%、14.4%等数据,列举了地区生产总值的升降情况;在《武汉上半年主要经济指标降幅大幅收窄》的报道中,通过对经济数据的专业解读,透明、深入地呈现出武汉都市圈经济活力复苏情况。

#### (三) 信息呈现方式无处不在

地理媒介理论认为,数字媒体具有无处不在的特性,即数字媒体被赋予了跨空间、跨时间等特性。长江云平台对经济信息的呈现方式主要以“音频+”为主,使听新闻这一行为可以在任何时间、任何场所发生。同时,数字音频的介入解放了受众视力,降低了阅读的体力成本,实现了以视觉传播为主到以听觉传播为主的切换,缓解了经济信息的枯燥感,提高了公众对武汉都市圈经济复苏情况的理解程度。

### 四、数字传播场景中文化信息的实时传播

城市文化活力对推动城市经济健康可持续发展具有重要意义。疫情期间,武汉都市圈文化信息的数字传播主要表现为“战役文化”的可视化实时呈现、“云文化”的数字化实时挖掘、“文旅文化”的实时传播等特点。

#### (一) “战役文化”的可视化实时呈现

2020年1—3月,是疫情防控关键时期,武汉保卫战、湖北保卫战全面打响。这一时期,湖北省多地线下文化活动被暂停取消,信息多以数字传播的形式呈现。在长江云融媒体平台上与文化相关的信息中,“战役文化”类报道占文化类报道的44%。战役文化是指湖北省政府,对公众以及援鄂医护人员的激励文化,通过宣传战疫文化,达到暖人心,慰人心的效果。自2月起,长江云开始持续报道武汉都市圈战“疫”文化内容:2月10日,长江云平台发布《致敬战“疫”逆行者!学榜样从志愿服务做起》报道,以图文结合的方式,讲述孝感供电公司基层人物的贡献;2月26日,长江云发布《〈加油潜江〉——潜江基层文化工作者在行动》的报道,以视频的形式表达了潜江广大基层文化工作者,对一线工作人员的崇高敬意。基于数字化传播的战役文化实时报道,从精神层面提升了公众对武汉都市圈文化复苏的信心,为武汉都市圈文化复苏提供了内在动力。

#### (二) “云文化”的数字化实时挖掘

疫情期间,武汉都市圈的文化活动多以数字化呈现,形成疫情时代独特的“云文化”。从“云文化”报道内容来看,除图文、音视频方式外,体现出明显的数字化实时挖掘特征。如《与爱同行 惠游湖北1折上加折多重优惠 蔡甸金秋文化旅游节开幕》,通过大数据实时统计参与文化旅游节活动的人数,彰显活动盛况;《1467家文化场馆恢复开放 湖北公共文化场所全面“升温”》,通过对全省各文化场馆剧场演出实时接待人数、恢复开放的站点数、恢复率的大数据统计,展现咸宁、宜昌等地文化活力的复苏情况。

#### (三) “文旅”文化的实时传播

2020年4月27日,湖北省政府办公厅发布了《支持文化旅游产业恢复振兴若干措施》,直接表现为直播产业与“文旅”文化产业的结合。武汉都市圈“文旅”文化产业复苏以直播为数字传播途径,以武汉为聚焦点,各都市圈城市为分支。实时化的直播,将武汉都市圈各城市从地理概念的统一,上升至媒体层面的高度连接,使各地的文化信息相互渗透,共同促进都市圈文化活力复苏。如2020年3月,长江云子平台“云上孝感”,发布《抗击疫情 不负春光!长江云“云游湖北 赏花诗词大汇”联动直播正式启



动》的报道,以网络直播形式,实现线上赏花游园,武汉大学和武汉东湖樱园的“樱花烂漫之旅”、咸宁的“油菜花田园之旅”等。直播的实时性,在不同层面弥补了网络平台中文字、图片和普通影像,在信息传播中时效性、完整性和临场感不足的问题。

### 五、数字传播场景中环境信息的空间定位

环境活力是都市圈活力的底色,包含生态环境活力、人居环境活力等多个维度。疫情期间,武汉都市圈环境活力的数字化实时传播,呈现出对生态环境活力的感知化定位传播、人居环境活力的拟态化定位传播等特征。

#### (一)生态环境活力的感知化定位传播

地理媒介理论认为,地理位置过去在空间上存在限制,而在数字传播时代得以开放,最为直观的理解即是受众的位置信息成为数字传播中的资源。在武汉都市圈生态环境活力的报道中,对各地环境复苏的报道,即是将环境作为一种资源,着力建构后疫情时代下武汉都市圈的良好环境形象,从受众定位感知层面,消解疫情对武汉都市圈环境的负面影响。长江云平台涉及大量对生态环境的数字化空间定位报道,如《保护长江流域重点水域生态环境“在行动”应城 52 户渔民退捕上岸》《咸宁市突出环境问题整改、长江大保护十大标志性战役工作现场推进会在通称召开》《天门市生态环境局加强疫情防控期间环境执法监管》等,这在一定程度上提升了受众对武汉都市圈环境空间活力复苏的认识。

#### (二)人居环境活力的拟态化定位传播

在武汉都市圈的相关报道中,人居空间环境的报道呈现出较为明显的空间拟态化传播特征,即报道内容多涉及未来在某一定位空间生活的舒适性,以及未来在某一空间就业、投资机会等话题。报道内容多配以优质空间环境的照片、视频进行呈现,让受众在阅读新闻报道时萌生对武汉都市圈空间环境的喜爱,提升武汉都市圈人居环境活力在受众心中的形象。

### 六、武汉都市圈活力复苏的数字传播理论思辨

数字传播时代,武汉都市圈活力复苏有赖于数字传播的精准践行,“经济活力”“文化活力”与“环境活力”再构建,为武汉都市圈活力复苏,提供了

捷径。

#### (一)动态理解武汉都市圈活力复苏进程中数字传播的“无处不在”

数字媒介作为城市环境中无处不在的基础设施,构建了“作为媒介的城市”。一方面,既要最大程度利用数字技术带给传播的可能性,建构媒介化都市圈中心议题,形成城市传播中心化;另一方面,数字技术以移动和扩散的方式,重新创造城市媒介空间,再造“传播中心”。研究结果显示,疫情中与经济相关的数字化报道,集中于对武汉的描述,对都市圈内其余城市的经济数字化报道较少,并逐步导致都市圈活力复苏的极化与落差现象,抑制了都市圈经济协调发展。作为一个和谐整体,都市圈内的特大城市持续“供能”,为周围城市提供发展机遇,周围城市持续“补给”,拓宽特大城市发展上限。在武汉都市圈经济活力的数字化传播场景中,应在内容互通基础上,结合城市间所需互补价值,从数字传播无处不在的特性出发,以武汉都市圈城市经济协调发展为实践导向,实现武汉都市圈活力复苏的数字化创新。

#### (二)以“我”的姿态理解武汉都市圈活力复苏进程中数字传播的“定位”性

媒介以技术优势,搜集到更多关于地理位置的信息,并将相关联的地理标签进行信息链接,追寻“我”在城市中的位置,使“我”成为城市中活的“光标”,重新定位城市生活的内涵与范围。后疫情时代,“环境活力”是都市圈活力的底色,发展经济学将环境质量作为经济发展的重要指标,<sup>[6]</sup>习近平生态文明观更是指明了生态保护与经济发展之间的内在逻辑。研究结果显示,有关武汉都市圈环境活力的数字化传播,侧重于对生态环境、人居环境的空间定位呈现。随着武汉都市圈的复苏,环境活力的空间定位呈现,需更侧重于对环境保护和个性体验的描述。通过宏观环境呈现与微观环境保护结合,以及“我”的体验式定位,依托数字化的媒体手段,展现武汉都市圈活力复苏的空间环境潜力,让每一个城市景观以“我”的姿态,成为都市圈中的定点光标。

#### (三)以新的“社会共时”方式理解武汉都市圈活力复苏进程中数字传播的“实时”性

传统的报纸和广电媒介以“一对多”的中央控制优势,制造出一个个“中心化”媒介事件,而数字传播依赖“多对多”的传播特征,通过“去中心化”

社会共时的理解和表现,以独特的方式聚集和动员城市空间的注意力,制造公共事件,从而改变人们和公共事件的关系。武汉作为武汉都市圈的文化中心,肩负武汉都市圈文化活力共时性表达与拓展的重要责任。<sup>[7]</sup>在数字媒体场域下,文化商品被符号化,并在媒体报道呈现中形成了符号景观(symbols landscape),<sup>[8]</sup>使文化、景观、符号深度耦合和放大,涵化为公众的内在个体感知与认同。研究结果显示,武汉都市圈文化活力与技术衔接紧密,文化共时属性明显,报道维度涵盖景点、文化活动与疫情相关的文化公共事件。武汉市着力打造“樱花文化”的符号化表征,构建出如樱花般艳丽、纯洁的城市形象。在景点设置、周边商品、数字化报道中,形成了以樱花为主线的文化复苏路径,激发了疫情环境下公众对文化精神动力的需要,纾解了公众紧张焦虑的情绪,这体现了数字媒介制造的“社会共时”事件对社会注意力的引导。然而,长江云平台中对武汉都市圈其他城市的文化活力报道,则多以线性化思维进行内容呈现,缺乏具有城市特色的文化符号构建,难以培养公众的共时性价值认同感。都市圈作为发展整体,文化活力的营造,应以共时性为方向。周围城市创设并符合地域共时特色的文化符号,依托武汉的文化传播优势,以公众易于接受的数字化形式,实现符号景观的共时化发展,避免出现都市圈文化活力复苏“一强多弱”现象,促成武汉都市圈活力的均

衡和特色发展,让每一个城市文化景观都能成为都市圈中的共时景观。

#### 参考文献:

- [1] HOGREBE E F M. Digital Technology: The Potential for Alternative Communication [J]. Journal of Communication, 1981(1):170-176.
- [2] 薛可,李亦飞,徐方卫. 数字传播研究:中国与世界的距离有多远?——基于CSSCI与SSCI数据库的对比研究[J]. 新闻与写作, 2020(3):32-39.
- [3] 方兴东,严峰,钟祥铭. 大众传播的终结与数字传播的崛起——从大教堂到大集市的传播范式转变历程考察[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020(7):132-146.
- [4] 谭翀. 场景理论:大学书院文化空间分析的新路径——兼论书院思想政治教育的场景转向[J]. 江苏高教, 2020(8):92-97.
- [5] 斯考特·麦夸尔,潘霖. 媒介与城市 城市作为媒介[J]. 时代建筑, 2019(2):6-9.
- [6] K J B. Environmental Economics in Developing Countries: An Introduction to the Special Issue [J]. Journal of Environmental Economics and Management, 2017(86):1-7.
- [7] WILLIAMS R. Culture is Ordinary, Imre Szeman and Timothy Kaposy edited, Cultural Theory: an anthology [M]. MA: Wiley-Blackwell. 2011:53-59.
- [8] 蒋建国. 符号景观、传媒消费主义与媒介文化向度[J]. 新闻与传播研究, 2008(4):45-51.

[责任编辑:许海燕]

## An Research of the Revitalization of Wuhan Metropolitan Area from the Perspective of Geographical Media

DONG Shao-jun<sup>1</sup>, ZHANG Yu-ye<sup>2</sup>

(1. School of Culture and Media, Shanxi College Of Application Science And Technology, Taiyuan Shanxi, 030000, China; 2. School of Journalism and Communication, Hubei University, Wuhan Hubei, 430062 China)

**Abstract:** Taking the media integration platform "Yangtze River Cloud" as the research object, this paper examines the important value of digital communication to the revitalization of Wuhan metropolitan area from the perspective of geographical media, from the three dimensions of economic vitality, cultural vitality and environmental vitality. Based on the survey of the vitality reporting data of the Wuhan metropolitan area of "Yangtze River Cloud", the characteristics of economic information, cultural information and environmental information in the digital communication scene were analyzed. This paper provides theoretical speculation on the digital communication of the vitality and recovery of the Wuhan metropolitan area, and provides a certain theoretical reference for promoting the comprehensive development of the metropolitan area.

**Key words:** digital communication; geographic media; Wuhan metropolitan area; revitalization