

城市媒介的地理印记与文化认同：对多伦多的媒介地理学分析

廖卫民

(浙江大学传播研究所 浙江杭州 310028)

摘要：

媒介与城市地理的互动关系是媒介地理学的一个重要研究领域。这篇论文以多伦多为案例，特别考察了四大类城市地理元素：标志性建筑、道路、街区、公园，并对《多伦多星报》和《多伦多生活》杂志的版面内容进行了检索和分析。根据论文作者构建的“城市、媒介、受众互动模型”的分析框架，在统计数据的基础上，研究发现媒介对于地理要素的新闻报道和信息发布的数量多少与该地理要素内在的某些城市功能密切相关；城市媒介在地理要素的信息传播、形象展示、历史记录以及唤起集体记忆方面发挥着重要的作用。城市媒介在与城市地理要素的互动中，还在一定程度上影响着一些改变地理景观的建设项目的命运。媒介、受众、城市地理要素在造城过程中互相作用，最终构成了城市的发展史，形成城市的文化认同。

关键词：

媒介地理学 城市地理 城市媒介 媒介报道 多伦多 多伦多星报 文化认同

Media Coverage and Cultural Identity of Urban Geographical Elements: A Case Study of Toronto, Canada

Abstract:

The interrelation of media and urban geography is an important issue in Geography of Media. Based on the content analysis of historical data from *Toronto Star* daily newspaper and *Toronto Life* monthly magazine, this paper examines the media coverage of four types of geographical elements: landmark architectures, paths, districts and parks. According to the “interactive model of city-media-audience” and statistical analysis, the study shows that the quantities of news reporting or information exposing of the geographical elements rely on its underlying social functions. The urban media play an important role on information communicating, urban image representing and history recording, as well as collective memory reminding. Urban media also effects on the fate of some construction projects which might change the urban landscape. The audience, media and urban geographical elements are all eventually involved in the historical process of making a city and creating the cultural identity of the city.

Key words

Geography of Media Urban Geography Urban media Media Coverage Toronto Toronto Star Cultural Identity

城市媒介的地理印记与文化认同：对多伦多的媒介地理学分析

廖卫民

(浙江大学传播研究所 浙江杭州 310028)

一、 引言

媒介与城市地理的互动关系是一个具有现实意义的问题,也是媒介地理学特别关注的一个研究领域。媒介地理学作为一门边缘学科,可谓是“行走和耕耘在媒介与地理之间”ⁱ,地理学者和媒介学者基于各自的兴趣出发点,对一些理论和现实问题进行了探讨。学者们除了对宏观的理论问题有所论述和阐发外ⁱⁱⁱⁱⁱ,还对一些分支学科进行过分析^{iv},还探讨过一些有价值的案例,例如,电影对人们想象中的地理景观的塑造作用^v。本文所做的也是案例研究,是以多伦多作为一个媒介地理学的城市样本,来考察城市人群与媒介、地理之间的互动关系。

二、文献梳理与问题提出

对于与城市相关的研究,大量的学术文献都是与城市规划、城市建筑、城市节庆活动、城市流动人口等相联系的,媒介尽管在其中发挥了重要的作用,但是媒介本身并没有作为主要的研究对象。在传播学者对于城市的研究中,仅有少量研究案例有助于我们认识城市形象与传播媒介的关系,例如,澳门大学学者^{vi}采用受众抽样调查的方法,描述了珠海受众心目中珠海和澳门城市形象的现状,提出并测试了一个非典型的涵化分析的模式。然而该研究仅停留在“人们对城市的可感知特征的主观看法和印象”这样一个大而化之的“城市形象”概念上。

事实上,城市本身的丰富性,即便是在地理景观形象这个层面上,就有许多可以被受众广为传播、认知和产生心理认同的要素。西方地理学者Lynch关于城市意象(city image)^{vii}的观点,在国际学术界具有广泛的影响,他基于人在确定自己在城市中的位置和认识城市形象的心理过程,抽象出5个基本的城市地理要素:即道路(paths)、边缘(edges)、区域(districts)、交叉点(nodes)和标志(landmarks)。他的这种划分方式具有图形思维、抽象思维的特征,无疑是有启发性的;但在媒介传播中,城市地理要素并不是抽象的,而是具体的,有着外在的形象和内在的功能,例如:城市内的建筑、街道、商店、街区、公园等等。对于城市居民和外来参观者而言,城市的地理景观形象是直接映入眼帘的,是可以切实感同身受的,也可以说是最容易留下集体记忆的传播符号。这些具体的城市地理要素如何与传播媒介产生相互作用,还有待于在媒介地理学领域做出深入细致的专门研究。

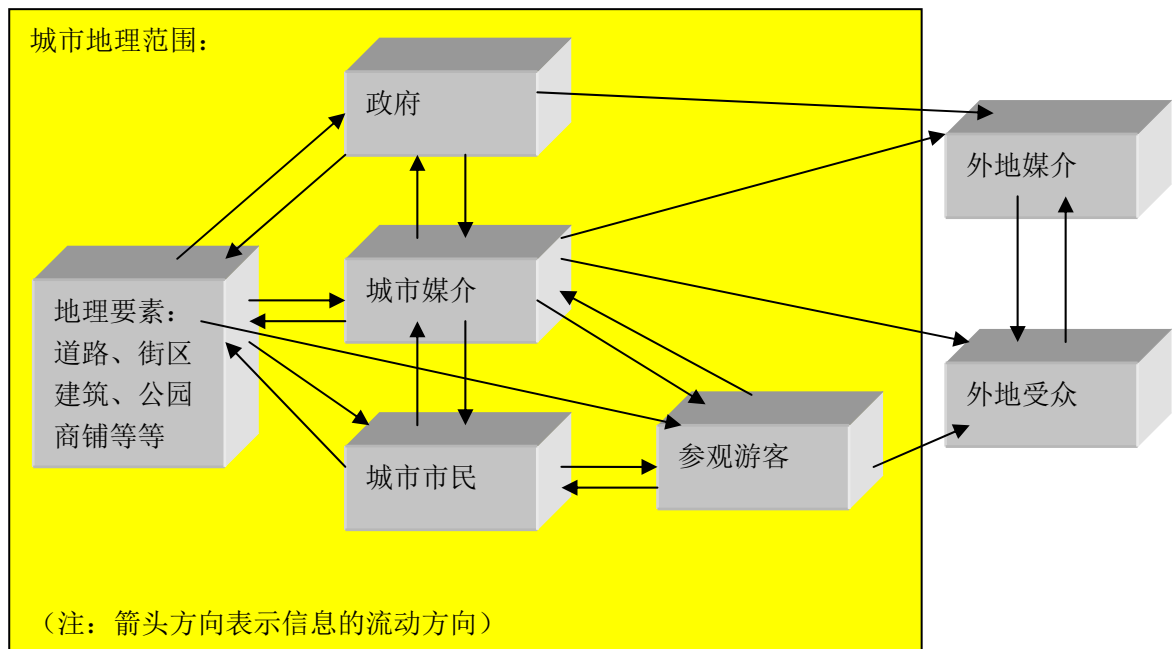
对于多伦多城市的地理与文化景观,有加拿大学者分析了城市兴建大型标志性的文化建筑对于多伦多“文化复兴”的作用,不仅具有推动文化旅游的实际功效,还能宣传城市品牌和倡导国家主义(nationalism)^{viii}。然而,多伦多的城市媒介如何与这些标志性的文化建筑产生互动关系,却未见详细分析。因此,本文要以多伦多市为例,来深入探讨一系列关于城市地理与媒介的问题:媒介是如何塑造了一个城市形象?城市又是如何在媒介上打上自己的地理印记?人与城市各种地理要素的关系是如何被传播所影响的?城市人群又是如何通过媒介传播作用来认同城市文化的?

三、 分析框架与研究方法

为了便于分析，笔者构建了一个“城市、媒介、受众互动模型”（如图一所示），来描述关于城市地理的信息在城市内外是如何流动和作用的。这个模型可以较为清晰地表现出各方的相互关系。

首先，在城市的地理区域范围内，对于城市整体形象和和各种具体的城市地理要素的信息接触的主要有城市市民、参观游客、城市媒介和政府四方参与；其次，在这一模型中，城市媒介居于一个中介的地位，不仅能够与城市内的各方密切互动，而且还可以对城市以外的外地媒介和外地受众产生影响；第三，城市媒介在长期的系统互动中，还具有记录城市历史过程的功能；所以，任何一方（甚至包括媒介本身）改变地理要素行动的信息都在一定程度上被记录在城市媒介中。总之，媒介的存在不仅具有当时当事人的中介和桥梁作用，同时，还具有事后的存档和记忆作用。

这样，对于一个研究者来说，就可以通过对于城市媒介的解读，分析出城市地理要素如何与相关各方相互作用和影响。本文采取的研究方法是在多伦多城市媒介中，选取一定数量的有代表性的样本，进行质化和量化的分析。



图一：城市、媒介、受众互动模型

四、分析过程和讨论结果

多伦多是加拿大最大的城市，媒介产业发达，拥有非常丰富品类的大众媒介，百年以上历史的大报有《多伦多星报》和《环球邮报》，它们较为完整地记录了这个城市的历史变迁过程。由于后者是全国性的大报，在涉及到城市具体的地理性信息的时候，没有前者丰富，所以，笔者以《多伦多星报》为主要研究的媒介，利用多伦多公共图书馆的数据库，检索从1894年以来的报纸版面内容，进行分析。同时，还选取了另一份具有40余年历史的杂志《多伦多生活》的文章作为参照来研究。下面就分别以一些典型的具体的城市地理元素为例进行具体分析。

1. 标志性建筑

城市的标志性建筑物在城市地理景观中是众人瞩目的中心，也往往是媒介报道的一个重要内容，这些标志性建筑往往都是外地游客观光的风景点，同时还具有实用的城市功能，比如：政府大楼、博物馆、电视塔、教堂，因而它们的名字和形象总能占据着各种媒介的版面和时段。

据《多伦多星报》报道^{ix}，在多伦多城市发展史上，早期的最高建筑是矗立在多伦多岛的一座灯塔（Gibraltar Point Lighthouse），几乎保持了 50 年最高建筑的历史，后来在湖岸上兴建的高大建筑纷纷超过了那座灯塔。圣詹姆斯大教堂（St. James' Cathedral）始建于 1797 年，现存的教堂建成时是多伦多最宏伟的建筑之一，教堂高 92.9 米，矗立在安大略湖畔，成为欧洲移民到了多伦多港口第一眼就能看见的地标，直到 19-20 世纪之交的时候，它还是多伦多最高的建筑，目前它仍然是加拿大第二、安大略省最高的教堂。圣劳伦斯市场（St. Lawrence Market）也是早期多伦多城的一座标志性的建筑，是当时市民购物、聚会的重要场所，在 1845-1899 年间，多伦多市政府一直是在这座建筑物内办公，到今天，圣劳伦斯市场依然是市民和游人喜欢光顾的历史性建筑^x。1899 年，多伦多建成了一座尖顶方形的市政厅（City Hall）大楼，就成为当时的标志性建筑；1965 年，市议会和政府机关搬入现今的现代化市政大厦；它由两座弧形办公大楼相连，中间是一个蘑菇状的多功能活动大厅，远远看去就像一对半张半合的蚌壳内含着一颗珍珠。这座大楼一建成，就成为多伦多市又一座标志性建筑。

笔者选取“詹姆斯大教堂”、“劳伦斯市场”、“市政厅”等英文短语在《多伦多星报》历史数据库中进行检索，结果如表一、二所示。从 1894-1898 的 5 年时间内，“市政厅”在《多伦多星报》各个版面出现的频率，均数倍高于前两者，而且出现在头版的频率更是远高于前两者。“劳伦斯市场”在各个版面出现的频率明显高于“詹姆斯大教堂”。到了 100 年之后，这样的格局基本没有发生变化。

表一：1894-1898 年检索结果

检索结果	St. Lawrence Market		City Hall		James Cathedral	
	出现次数	页面数	出现次数	页面数	出现次数	页面数
各版	296	128	976	427	148	72
头版	32	10	643	195	41	13

表二：1994-1998 年检索结果

检索结果	St. Lawrence Market		City Hall		James Cathedral		CN Tower		Royal Ontario Museum	
	出现次数	页面数	出现次数	页面数	出现次数	页面数	出现次数	页面数	出现次数	页面数
各版	1068	494	4902	1941	638	309	920	399	1278	394
头版	0	0	133	35	0	0	16	4	12	3

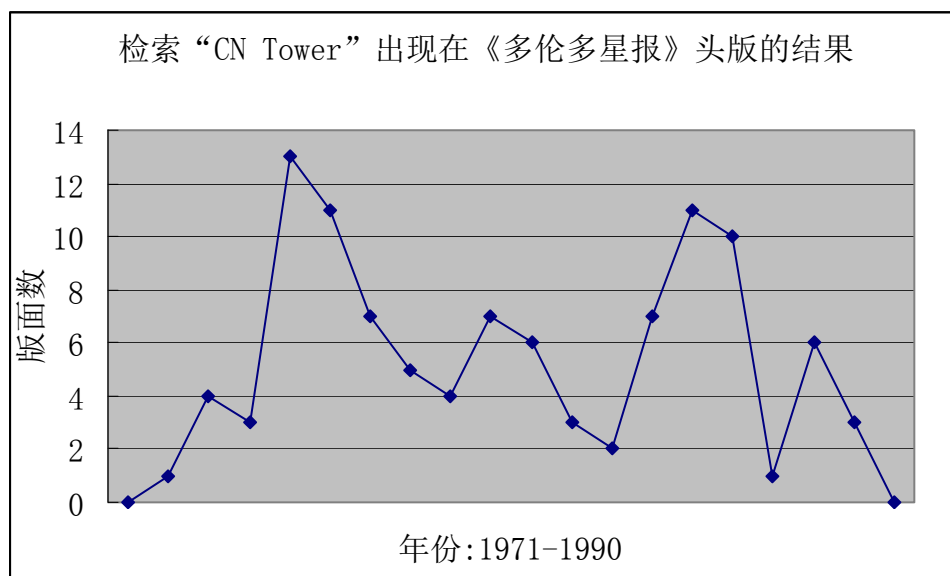
这些检索的数据，并不能直接展现媒介报道的具体内容，但却能作为一个客观的统计指标，衡量出该标志性建筑出现在报纸版面上的次数和频度，以此反推这一建筑在城市信息传播中的地位。对此笔者给出的分析解释是，这些名词由于与该建筑的城市功能相联系，越具有重要功能或与人们生活密切相关的建筑，越容易被媒介所提及，则出现在报纸上的次数越多，即使在 1894-1898 年间，市政厅与劳伦斯市场就在同一建筑体内，检索结果仍然有显著

性的差异。“市政厅”由于与城市的各项功能密切有关，所以能频繁出现在报纸上，能经常性出现在头版。此外，如果与城市重大事实或者新闻突发事件联系越密切，也就越容易在头版见报，但是在进入厚报时代的1994-1998年，头版往往有大照片和导读，在头版出现的机会反而会少于早期报纸；这也能解释为何“市政厅”出现在头版的频率会明显少于100年前；而“詹姆士大教堂”、“劳伦斯市场”则会连续几年内都上不了一次头版，或许是因为这些建筑物已经基本淡出了时代风云变幻最前沿的舞台。

除了以上这几个标志性建筑之外，1976年6月建成的加拿大国家电视塔（CN Tower），因为其553.33米的堪称世界第一的高度，成为多伦多的地标，一直到今天，它与簇拥在金融区内的摩天大楼群一起构成了多伦多这个国际化大都市的天际线。从“CN Tower”出现在1972-1982年《多伦多星报》头版的版面数的检索结果（表三）看，在建成前后的1975年和1976年，是媒介曝光率最高最集中的时刻，加拿大国家电视塔一时成为头版的主角，随着时间的推移，渐渐地在媒介视野里淡去。所以，媒介对于标志性建筑的报道数量在时间和数量的坐标平面内，呈现的是一个类似电波的脉冲曲线。这一由低突然增高、然后渐次下降的过程，反映出公众对于一个新景观的关注程度经历了大致的“不知—知晓—注意—聚焦—逐渐淡化”的一个周期过程。当然，标志性建筑也有可能因为相关的重大新闻事件被重新唤起，在原有的脉冲曲线上叠加新的周期过程（参见图二）。例如，1985-1986年，加拿大国家电视塔下立项兴建巨型的穹顶体育馆和增添新的旅游项目，又赢得了媒介再次关注的目光。再如，在2007年6月，皇家安大略博物馆（Royal Ontario Museum）扩建的水晶状新馆与具有近百年历史的旧馆相互连接、对比映衬在一起，成为多伦多市又一个标志性的文化景观建筑，在一些媒介上的报道文字被称为是走向了新的“水晶时代”。

表三：1972-1982“加拿大国家电视塔”出现在头版的版面数

年份	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
版数	1	4	3	13	11	7	5	4	7	6	3



图二：检索“CN Tower”出现在1972-1990年《多伦多星报》头版的结果

需要说明的是这些标志性建筑的文字和图片在媒介上出现，除了本身就是新闻的中心、

能有机会上头版之外，相当多的是其他的一些事件或事实变动与这些建筑发生了联系，还有大量的是在信息（包括分类广告、公告等）中出现，例如，皇家安大略博物馆的展览信息，这种情况一般上不了头版。无论在哪个版面出现，当媒介反复呈现这些标志性建筑的信息时，实际上在一定程度上可以视为在媒介这个窗口不断展示了其地理的形象，向外界传播了这些形象。这些标志性建筑在媒介上呈现的机会都大大多于一般的建筑物，其形象总体上是正面的积极的或中性的。

当然，还有一些重要报道是关于兴建、拆除和保护标志性建筑的议题，媒介在这些议题上，在满足受众的知情权和提供公众舆论空间上，发挥着自己的作用，因而在一定程度上，对于这些标志性建筑的命运产生了重要的影响。例如，在上世纪的 60 年代多伦多新市政大厦建成后，老的市政厅都动议拆除，在原地盖一个商业中心。但是，由于媒介广泛报道这件事情后，公众反对的声音压倒了商业资本的声音，最后，1899 年建成的老市政厅被全面保留下来。

2. 道路交通

道路是城市的生命线，具有连接城市内外和城市内的各个功能区和居住小区交通的作用，同时，这些道路本身也构成了一道道城市的风景线。城市媒介对于道路、街巷的呈现也是非常密集和频繁的，城市交通问题也往往是媒介关注的焦点。

多伦多的城市道路交通体系，经历了上百年历史的发展，在早期的媒介报道中，多伦多有着“泥泞的约克”的称谓，实际就是指道路的泥泞和难行，那个时候，还是马车在道路上唱主角。在 19 世纪 50 年代，铁路开始进入多伦多，逐步建立起四通八达的有轨交通系统，交通用的街车（street car）也进行了多次的更新换代，当时，媒介呈现的街道风情是铁轨铺在了闹市区内。但是，在进入汽车社会后，铁路客运萎缩，线路减少或停运。根据《多伦多星报》一篇综合报道^{xi}，到了 1971 年，街车是否还要继续营运，成为当时媒介关注的焦点问题。但是，在各种声音之中，保留具有历史特色街车的意见最后占了上风，尽管有一批陈旧的街车转卖到其他国家或进入回收场，但是，更新型实用的红色街车还是继续穿行在多伦多城市街头，在繁华市区流动，形成了多伦多独具特色的街景，这在北美大陆的城市中已经相当罕见，在北美仅有个别的城市像多伦多这样还保留下了上百年的有轨交通系统。

在道路建设方面，多伦多的一些道路年久失修、交通拥堵、大小事故频发，一直为媒体所批评。多伦多在上世纪 50 年代，面临着交通堵塞的严重状况，为了改善交通状况，市政当局设计了宏伟的道路建设规划。多伦多市是位于美国和加拿大边界的五大湖城市带的中部区位，位于安大略湖的北岸，所以，其交通干道规划有：城北的绕城高速公路（Bypass）以及东西两条穿过市中心的快速路。北面的绕城高速公路建成后是目前加拿大最繁忙的道路（Highway 401）。多伦多城市扩张后，也已经把它囊括到城市地理版图范围以内了，是多伦多媒介报道最频繁的一条道路。

根据报道，对于西部的这条快速路（Spadina Expressway），由于临近居民和一些专家的反对意见很大，最终只建了一小截路便告吹了。即使在今天，来翻看当年的报道，也能感受到当时意见交锋的激烈和这一结果的来之不易。1971 年 6 月 4 日《多伦多星报》在头版几乎整个版面，用图片和组合报道，见证了安大略省最终否决了多伦多的这个 2.73 亿元的项目计划，其中有一篇报道专门介绍一位建筑师的作用，题目是《他与市政厅抗争，赢了》^{xii}。这是媒介影响城市道路建设的一个典型例子。

与西部快速路的争议纷纭不同，东部的这条快速路很顺利地设计建造成了风景大道，沿着多伦多的一条早期工厂林立的河谷地带，故意修建成弯弯曲曲的道路，以便能一边驾车，一边欣赏自然美景，这就是今天简称为“DVP”的“Don Valley Parkway”。根据 2006 年第 5

期的《多伦多生活》杂志的特写文章^{xiii}，“DVP”的建设似乎是弄巧成拙，在今天，尽管成为从多伦多东北部远郊快速进入市区的一条通途，但在交通高峰时期俨然成为停车道（Parking Way）；可是，媒介呈现的该道路的另一面却是自然、环保和生态，道路两边林木茂密，是没有一面商业广告牌污染视觉的风景大道，反而有种因拙成巧的自然，让行路人产生爱恨缠绕、忧喜共存的复杂情感：这就是多伦多的路，爱也罢，恨也罢，每天都要行走在其间。

由此可以看到，媒介在呈现和报道这些道路和交通景观的时候，夹杂着各阶层市民的看法、情感，经过舆论作用，能够在一定程度上影响甚至左右这些道路的命运，而媒介报道赋予道路的文化韵味，也能唤起行路者的心理共鸣和集体记忆，对于这个城市的文化认同。

3. 城市街区

媒介对于城市街区（districts）和各类小区（neighbourhoods）的报道，所呈现的内容是丰富多样的，正面的、负面的中性的都有。有的街区由于各种原因，成为犯罪频发的地带，也很容易成为媒介关注的焦点；有的街区本身就由于功能复合、人员流动多，在媒介上呈现出不同的面目，可能白天是观光消闲的场所，夜里就发生了命案；从街区经常见报的内容，人们大致可以判断出这一地区的功能定位，媒介已经在这一地理区域打上了某种印记。

多伦多的整个城市大致分成三个层次：最内核的是多伦多市中心（downtown），位于城市最南端中间的临接着安大略湖的一片区域，是多伦多市的政治、经济和社会文化活动的中心，集中了一批著名的景观建筑，往往是重要的时政新闻和经济文化新闻的发生地，例如，“女皇公园”（Queen’s Park）由于是省议会和省政府机关大楼所在地，在新闻中被指代为省府。在这个城市中心区域外围就是所谓的近郊区域，实际上也是城市化程度很高的城区，往北有许多较为富裕阶层居住的小区，例如“Bloor-Yorkville”一带的街区在媒介窗口展示出的气息就是时尚品位和高档消费，“Rosedale”则意味着花园般的居住小区，居住在“Wychwood Park”则是代表身份和财富，那里是有一定历史风情的高档居住区；在市中心往东是多伦多市的老工业区和早期的劳工和低收入阶层聚居的小区，“希腊城”和“同性恋村”也是在这一带，近年来有些局部地方经过改造成为收入较高阶层的居住小区和有历史街区风情的旅游文化区，例如，“Cabbagetown”原先是在世人印象里等同于吃大白菜的下里巴人的群居之地，差点就被开发商拆掉了，现今在媒介上呈现的形象却是保存完整的规格最小的维多利亚时代的房子，成为一个特色旅游景点。在市中心往西有许多是低收入阶层和各地移民居住的小区，有历史上形成的“小意大利”、“小印度”、“葡萄牙村”等移民小区，著名的“中国城”大致位于市中心以西的边缘地带，这些具有异域风情特色的街区，会在各种文化节庆的新闻报道中大放异彩，吸引到加拿大国内外关注的眼球。

街区在媒介中的形象和呈现的内容也是不断随着时代变化而变化。下面就以多伦多市中心的娱乐区为例来说明，据 2007 年第 8 期的《多伦多生活》杂志一篇文章^{xiv}报道，目前在这一区域内聚集了 88 家的酒吧、夜总会和舞厅等娱乐场所，可以允许总计 94000 人同时拥挤在这块巴掌大的娱乐区内吃喝玩乐到通宵。文章说：“这就是所谓能产生快乐的地方”，但是在 2006 一年时间内发生在此的仅仅枪击案件就有 13 起，一般是发生在深夜至凌晨时段。但是这个街区在上世纪的 80 年代，还是一片萧条气象，空心化程度很高，街边维多利亚时代的老房子成了库房，零星的餐馆也少人光顾，难以为继。到 1988 年，市议会发布鼓励政策在这个老工业区内开辟娱乐产业，才使得该街区的面貌逐步地彻底地改变了，在媒介上的主要形象除了“产生快乐”，也有酝酿“犯罪”、“暴力冲突”的另一面。

另一个更新的例子，是酿酒厂区（Distillery District）。在 19 世纪工业革命时代，这里出现在媒介上的是黑烟滚滚的工业区景象，到 1871 年鼎盛时期，此区所在的酿酒厂出产的威

士忌等烈性酒销往加拿大各地和美国，占据了安省的半个市场。但是，后来风光不再，成为一片破败的厂房，一个时期内一直静默于媒介声音之外。直到 2001 年，才在媒介上以文化产业区和影视基地的形象重新亮相，改造后的厂区成为一个新的文化景观，被评价为“北美保存最完好的维多利亚时代工业区”，美国的商业大片也到此拍摄外景，在媒介上出现往往是因为有艺术展和大型文化活动。

4. 城市公园

城市内遍布着公园大概是多伦多市城市地理的一大特色。多伦多市区的地势，基本是北高南低，所以有两条大致南北走向的河流穿城而过，河水流入安大略湖，这两条河并不大，但是支流众多，在多伦多城市范围内形成了一些小的河谷沟壑，在那里生长着茂密的树林，从而，使得多伦多拥有丰富的绿地、城市公园和休闲小径。

2007 年的夏季，正是多伦多市民享受城市公园的绿荫的时候，《多伦多星报》发起了评选最佳的多功能公园（multi-purpose park）和小型公园的活动，让市民积极参与，在网站上投票。同时，还在该报的“城市见证”（The City Seen）的专版上，刊登文章介绍各个公园的设施和特色。《多伦多星报》以详细的篇幅，展现了多伦多的城市公园的全貌。根据报道^{xv}，多伦多城市公园的建设已经有二百多年历史，最早期的公园用地是 1793 年英国女皇赠与给当时的约克城堡 485 公顷的大块沿湖绿地，这使得多伦多城市公园的面积超出了当时的纽约。但是，在 1850 年之后，政府将这片地卖给了铁路公司，用于支付建造医院来医治霍乱的费用，并把剩余的钱存在了一个公园发展基金上，但后来却被挪用到其他建设项目上，在 1949 年政府甚至还废弃了一些城市公园。这在今天的媒介看来，就成为一种历史的遗憾。

到上世纪的五、六十年代，在媒介的报道和有识之士的呼吁下，政府开始注意到公园对于城市的意义，才把发展城市公园放在了优先的地位。陆续在市内的几条河道（Don Valley River）和溪流（Etobicoke Creek）岸边的荒地上开辟了大片新的绿地公园，加上历史上先后接受了一些私人的土地或私家花园的赠与，到目前为止，多伦多共拥有 1,500 多个大大小小的公园和 8,000 多公顷的土地面积，这些公园成为媒介报道展现多伦多城市生活的一个重要窗口。

《多伦多星报》不仅在报道中呈现了这些公园里的优美景色和实际功能，还在一些报道中，展示了城市居民对于自己的城市的深厚感情和文化认同。例如，在一篇报道^{xvi}中，记者写道：“当移民来到湖边，他们带来惊喜和美味，混杂着进口的和本地的：热狗和印度风味的烤羊肉、足球和垒球、高科技的烧烤炉和传统的家乡食谱”，这就将公园里生动鲜活的多元文化交融的气息写出来了。也有报道^{xvii}分析了公园里存在肮脏的暗角，在某些社区较为隐蔽的小公园内，往往有毒品交易、抢劫或其他不良社会现象，报道中的市民均表示了某种程度的担心，希望在公园范围内维护一个的健康洁净的社会交往空间。

五、结语与补充

以上仅仅对多伦多媒介呈现的四大类城市地理要素进行了粗略的考察，一些实例可以丰富本文提出的“城市、媒介、受众互动模型”的内涵。在媒介对于地理要素呈现的数量上，该地理要素所代表的某些城市功能往往起到基础性的作用，与市民生活越密切的地理要素，在媒介上呈现的曝光率相对越高；一项新的地理要素的出现，其受众的关注程度会大致经历“不知—知晓—注意—聚焦—逐渐淡化”的一个周期变化的过程，同时会因为相关的重大新闻事件被重新唤起，在受众的心理产生叠加印象和记忆。在更长的时期内考察，地理要素在媒介上所呈现的基本形象，也会随着时代发生变迁，甚至会在媒介上重塑新的形象。

在这里有必要补充的是,媒介不仅能对于地理要素有一种即时的呈现,在事过境迁之后,还具有历史的集体记忆作用。一些地理要素会在城市居民和参观者的心理留下印记。例如,在1896年1月24日《多伦多星报》的前身《星晚报》的一条新闻报道^{xviii},由于大风,“詹姆士大教堂的钟停了”。1996年7月1日《多伦多星报》的一篇文章^{xix}里提到“在1867年7月1日刚到子时,詹姆士大教堂欢乐的钟声响了”。两相比照,我们可以看到,教堂的钟俨然成为一个符号,在媒介上反复呈现,积淀了上百年时间;城市地理景观就如同钟声一样留在人们的记忆里,不仅作用于单个人,而是在整个城市人群中产生一定的心理共鸣,从而在文化意义上,对于生活在城市地理范围的人产生文化认同感。在这个过程中,媒介所承载的作用就不仅仅是一个中介物和催化剂,还具有日积月累的教化功能和文化力量。

此外,媒介在与城市地理要素的互动中,还在一定程度上影响着地理要素。地理要素的发展变化与媒介作用密切相关。从多伦多旧市政厅、快速路、街车、娱乐区、城市公园等案例上,都能看到它们的命运与媒介发挥舆论监督的功能紧密相连。

总之,在大众媒介逐步渗入到城市的每一个毛孔内的时代,媒介似乎不仅仅是在传播着城市地理的信息,同时在造城运动中发挥着其独特作用,打下了自己的烙印。无论是城市的标志性建筑还是相当普通的街区、道路、公园等等,都会在媒介上留下了自己的身影,在成千上万次的传播过程中,在人们的心中总会留下一些难忘的集体记忆,从而使得城市人群对自己的城市产生心理上的文化认同。

ⁱ邵培仁:《媒介地理学:行走和耕耘在媒介与地理之间》,《中国传媒报告》,2005年第3期。

ⁱⁱ邵培仁、潘祥辉:《论媒介地理学的发展历程与学科建构》,《徐州师范大学学报》2006年第1期。

ⁱⁱⁱ李蓉、张晓玥:《当代语境中的媒介地理学思考》,《江淮论坛》2007年第1期。

^{iv}Chris Lukinbeal. "Cinematic Landscapes", *Journal of Cultural Geography*, 23(1):3-22, 2005.

^v邵培仁、方玲玲:《流动的景观——媒介地理学视野下公路电影的地理再现》,《当代电影》2006年第6期。

^{vi}杨洗、陈怀林、张荣昱:《城市形象:非典型的涵化效果——以珠海受众的调查结果为例》,见《全球信息化时代的华人传播研究:力量汇聚与学术创新》,复旦大学出版社,2004年10月。

^{vii}Lynch, K. *The image of the city*. Cambridge: MIT/Harvard University Press. 1960.

^{viii}Barbara L. Jenkins. *Toronto's Cultural Renaissance*, *Canadian Journal of Communication*, Vol. 30, No. 2, 2005

^{ix}Adam Mayers. "Island lighthouse a beacon", *Toronto Star*, July 2, 2007.

^xAdam Mayers. "Market was the hub of law and order", *Toronto Star*, August 7, 2007.

^{xi}Murray Wayte. "The great Toronto streetcar debate", *Toronto Star*, July 15, 2007.

^{xii}Nora McCabe. "He fought City Hall-and won", *Toronto Star*, June 4, 1971.

^{xiii}David Macfarlane. "Paved Paradise", *Toronto Life*, May 2006.

^{xiv}Denise balkissoon. "Party Monsters", *Toronto Life*, August 2007.

^{xv}Robyn Doolittle. "What happened to city's park plan?", *Toronto Star*, August 3, 2007.

^{xvi}Daniel Dale. "Park Picnics festive, warm and very tasty", *Toronto Star*, August 6, 2007.

^{xvii}Tamara Cherry. "Some city parks have a seedy side", *Toronto Star*, August 10, 2007.

^{xviii}"Blasts from the blow", *The Evening Star*, January 24, 1896.

^{xix}Ramsay Cook. "Two cheers for Canada!", *Toronto Star*, July 1, 1996.