

国家地理杂志在“读图时代”的话语边界

——中、美两家地理期刊的图片比较分析

李军晶

收稿日期:2003-07-31

修回日期:2004-05-18

北京师范大学文学院传播理论专业 02 级硕士研究生, 100875 北京新街口外大街 19 号, E-mail: ljok@sina.com

摘要 在对美国《国家地理》杂志和《中国国家地理》这两家同类期刊创刊以来的图片予以分类,并对 2002 年的文本进行抽样量化分析的基础上,从形态话语、主题话语和话语介质等方面着手比较研究这两者信息符号要素的组合方式,提出期刊照片符号要素比重度的概念,进而揭示出中、美两家权威国家地理杂志在视觉诉求重点及文化观念、科技语言表达能力上的异同。

关键词 国家地理 科技期刊 图片 话语 中美比较

2004 年 1 月 4 日,美国“勇气号”探测器成功登陆火星。美国国家地理官方网站(www.nationalgeographic.com)在此前几天就已经提前公布了该杂志 2004 年 1 月号的封面,图片为一张高清晰火星地貌照片,同时,配有多幅精彩图片的主打文章《重游火星》(Mars Revisited),在全世界率先掀起火星探险图文报道的热潮。

创刊于 1888 年 10 月的美国《国家地理》杂志(NATIONAL GEOGRAPHIC)开创了一种成功的传媒类型,它 1890 年刊出第一幅图片,并自 1902 年授权把摄影图片列为表述方式之一时起就树立了一个优良传统,直到今天依然用逼真的照片和生动的插画引领着“读图时代”的国际潮流,“使一种复杂的依靠编码的形象而非言词的符号语言愈来愈处于支配地位”^[1]。图片也愈来愈成为我国众多期刊杂志谋求市场份额的主力,包括以《中国国家地理》为代表的本土地理期刊也不例外。

1 作为媒体类型的“国家地理”

“国家地理”是一种媒体类型,以美国《国家地理》为代表,主要是以地缘文化和地缘政治为基础的特征非常明显。

上世纪 60 年代美国斯坦福传媒学院的教材中最先讲述“国家地理”类媒体的特质。作为一种媒体类型,“国家地理”具有其他媒体所不可替代的特征:一是选题以地域性和地理发生学为原则,强调地区独有的自然和人文现象;二是对科学发现和探索中的热点、难点问题进行深入报道或权威分析;三是图文并茂、制作精良^[2]。这种媒体类型包括英国的《地理》、美国的《地球》、德国地理杂志《GEO》以及《加拿大地理》、《澳大利亚地理》等刊物,类似的刊物还有日本的《牛顿》、法国的《科学与生活》等。《中国国家地理》同样借

助了这种媒体类型。它脱胎于 1950 年 1 月创刊的《地理知识》,1998 年全面改版,增加页码,采用进口铜版纸彩印,2000 年 10 月才正式更名为现刊名。中国的同类型期刊还有《华夏人文地理》、《文明》、《人与自然》等数种,都在形态话语上对美国《国家地理》进行了不同程度的合理借鉴。

2001 年的美国付费杂志排行榜中,《国家地理》杂志以近 766.5 万份的发行量在全美 9700 多家期刊中名列第四位^[3]。2002 年底,《中国国家地理》中文简体版的月发行量为 26 万册,台湾繁体版月发 8.4 万册,加上日文版 4.5 万册,杂志的当期总印数近 39 万册,是大陆“目前惟一在发达国家和地区完整落地的媒体”^[4]。

由此可见,对美国《国家地理》和《中国国家地理》两者进行比较研究,在同类期刊中毋庸置疑是具有文化代表性意义的。由于“符号体系的民族性和话语的个人性是研究传统的民族文化的关键之点”^[5],图片文本视觉符号体系及其所形成的话语特色就成为研究的必然。期刊话语所表现的“个人性”综合起来,实际上体现了期刊的整体风格上与众不同的个性。

本文论述的重点就是国家地理类期刊的形态话语和图片文本的主题话语。图片渐次成为期刊的主题,这从理论和实践上都已不是新闻。加拿大著名传播学者麦克卢汉借意识流文学大师乔伊斯的观点声明:“照片至少是词语的对手,甚至还可能是取代词语的篡位者,无论书面词语或口头词语都受到照片的威胁”^[6]。理论家的推断得到统计数据的有力支持:就独立的文本而言,美国《国家地理》杂志 2002 年第 2、3、7 期累计有正文 22 篇,图片却有 367 幅(只计算正式内容,不含广告及封面等,下同),图片幅数与文章篇数之比达 16.7:1。《中国国家地理》2002 年第 1 期和第 11 期累计中国科技期刊研究,2004,15(6)

共有图片304幅,正文15篇,图片幅数与文章篇数比例高达20.3:1。地理类期刊的“图片中心主义”在文本数据统计里无可动摇。尤其美国《国家地理》对图片质量的要求十分苛刻,有许多是从摄影师们在偏僻荒凉的地方生活了数月乃至数年而拍出的数百卷照片中遴选出来的,其千分之一左右的采片率说明了图片话语表达标准的严格性。难怪罗兰·巴特不无调侃地揶揄道:“看看美国吧,在那里,一切都变成了照片:在美国只有照片,只生产和消费照片”^[7]。

图片话语符号隐含了怎样的信息魔力?中、美这两家国家地理杂志的图片话语边界何在?本文对这两者的图片文本抽样进行符号分类比较和量化分析,力图探索出其合乎逻辑和科学的规律性解释。

2 形态话语

在文化交流过程中,形式的摹仿与借鉴属于浅技术层面,这是容易操作的,它经常起到模糊边界和伪装同类的作用。因此,分析的触角必须探索得更深入一些。

2.1 标志

“这里所信仰的,是标志的无比威力”^[8]。美国《国家地理》杂志的封面上总是加一个黄色全封闭式的矩形框。而《中国国家地理》则在封面上加一个红色半封闭式的矩形框,在右下方有一开口,类似于一个矩形英文字母“C”。这里包含了两本杂志办刊立足点上的文化话语差异。美国《国家地理》是一份事实上的全球地理杂志,内容包罗万象,范围涵盖世界各地。杂志创办人之一、发明家贝尔的一句名言“报道这个世界并其中的一切”(cover the world and all that's in it)^[9]是它的宗旨和口号,因此那个封闭式框架的标志暗含着“泛地球主义”或“全球化”理念。《中国国家地理》的宗旨是“推开自然之门,昭示人文精华”,定位则是“向隔行的读者传播地理知识”^[10]。其标志可以通过解码剥离出三层含义:一是以图形符号模拟中国英文名称“China”的首个字母,以直观视觉符号标示出杂志国籍身份;二是意味着该杂志立足于中国本土,以做中国地理符号体系为主,同时又具有开放性,并不局限于中国一国地理特征所对应的符号体系,例如2002年第7期是越南地理符号体系专辑,第11期则重点推介了瑞士少女峰的符号组合;三是引申出与“文化”(culture)和“文明”(civilization)的关系,透露出其理想层面的“人文地理”或“文化地理”意识。

2.2 封面与封底

通过文本研究可发现一个事实:美国《国家地理》杂志的封面在20世纪50年代末之前都是采用普通加厚纸质,而且没有图片,只有黑色的文字符号孤独而抽象地导向文本。封底则一般为艺术绘画复制品,正如德国著名文艺理论家瓦·本亚明所言,“复制技术使复制品脱离了传统的领域。通过制造出许许多多的复制品,它以一种摹本的众多性取代了一个独一无二的存在”^[11]。不过,本文并不准备聚焦研究艺术的本真性问题,因为这种状况很快就被随之而来的新视

觉符号所淹没了:从1959年9月起,美国《国家地理》固定用彩色照片制作封面,封面和封底都开始采用铜版纸,封面彩照的出现取代了以前的文字符号和艺术复制符号。这是当时引进照相排版和计算机排版系统的直接结果,也是新的造纸、印刷技术以及胶卷生产和摄影、冲印技术进步的必然结果,它反映出美国《国家地理》杂志引导审美新观念的前瞻性和运用出版新技术的领先性。进入21世纪以来,该杂志封面彩照的色彩符码更趋于多样化,表意象征更加丰富,从钻石到化石,从动物到人物等等,不一而足。封底则基本是以广告的复制颠覆了复制的艺术。

2002年《中国国家地理》的封面内容则较为驳杂,稍占优势的是反映自然景观的视觉符号体系。封底同样是广告。不同的是《中国国家地理》杂志封面出现了外拉页,即封面折叠页从左向右展开,拉页正面为彩色照片,内面为广告。这种形式在时尚类杂志中较早采用。《中国国家地理》采取这种类似的封面话语表达策略也体现了其向时尚类期刊靠近的心理趋势。美国《国家地理》则没有这一现象,可见《中国国家地理》在形态话语的革新方面走得更远。

2.3 内芯

美国《国家地理》虽然在1910年就首度刊出彩色照片,1927年首度刊出水下彩色照片,但事实上它1938年4月才真正实现摄影与印刷密切关联的彩色摄影,改变了原来的黑白与淡彩照片技术(如笔者收藏的一本1937年8月号的美国《国家地理》杂志中,12张所谓“彩照”全部是套印彩色,红色的颜料因年代久远而脱落粘附到相邻页面上),而真正划时代的印刷出版技术革命应是在20世纪60年代,该杂志的内芯全部采用铜版纸彩印,取代以前的胶印纸,同时全面使用彩色照片。70年代数字化版面设计系统的出现和激光印刷机的发明带来版式设计工艺和图片印刷质量的新飞跃。80年代后随着照相原版电脑图形系统、数字摄影术以及图像加工技术的迅猛发展,黑白照片作为一种传统主流话语表达方式基本退出杂志文本内容(除特殊需要外,如2002年第2期中出现了卡特总统当年访问非洲的黑白照片)。

《中国国家地理》的前身《地理知识》是从1998年才开始改版,虽然在印刷、制版技术的革新方面起步较晚,但起点较高,采用了进口铜版纸彩印,直接借助了新技术的应用,为其顺利更名开辟了道路,并成为中国地理媒体的新现象。

2.4 图片样式

图片样式也即图片的话语形式。本文将所有图片样式划归成五类:一是折页,即加宽的刊页向内折叠,这种形式是专为突出大幅照片的视觉冲击效果而设计的,它包括了某些杂志所谓的“拉页”,即在折页的基础上再加宽外折;二是对版,即翻开的刊页里一幅图片占据相连两个整版面;三是跨版,即翻开的刊页里一幅图片越过装订线横跨相连两个版面,但图片不占整版,版面里还有其他正文文字(图片解说文字除外);四是单版,即一幅图片占据一整个版面;五是小幅图片,不跨越版面。

美国《国家地理》在 20 世纪 50 年代末以前的照片还是以黑白话语表达方式为主,同时辅以彩照、地图、绘画等。60 年代末起出现半折叠页加宽照片,并且几乎每页都配有照片,预示了“读图时代”的来临。“重要的是,照片具有一种证明力,这种证明针对的不是物体,而是时间。依照现象学的观点,照片的证明力胜过其表现力”^[7]。70 年代初又大量出现怀旧色彩浓郁的黑白照片。70 年代末、80 年代初出现了拉页全折叠组合式大幅加宽彩图。90 年代,则出现双向对折超宽彩图,大幅照片占据大量版面,图片的话语表达功能日益强势。

《中国国家地理》基本采纳了美国《国家地理》最新的版式。单折叠、双折叠、拉页全折叠组合式大幅彩照都有运用,且较多地穿插使用跨版照片使文本结构连贯、话语形式活泼。

2.5 纸张大小

《中国国家地理》采用标准 16 开纸张(184 × 260mm)。美国《国家地理》杂志则略小,纸张大小为 176 × 254mm。采用纸张的大小与两个国家读者的阅读习惯和文化观念是有密切关系的。

从以上形态话语的分析可知,美国《国家地理》用一百多年的时间探索形成并发展了这种成功的媒体形式,这种形式随着时代的进步和造纸、印刷、摄影、制图等技术的进步而发展。同时,其版式设计、色彩等方面也随着人们的需要变化而不断改进。

3 主题话语的内容要素

地理期刊的图片主题话语有三种基本类型:照片、地图和其他图片(也称插画)。

3.1 照片

这两种地理杂志的图片中占绝对优势和主导地位的话语类型是照片。照片是对现实的直观视觉符号记录,是“拟态环境”(pseudo-environment,美国新闻工作者李普曼的术语)的重要构成部分。照片话语类型之所以被人们所广泛接受,“因为他是基于人们熟悉的观看和展示景象的方式”^[12]。

3.1.1 符号要素系列划分

照片的话语内容包括自然环境和人文环境这两个主题符号要素。从符号学意义上又可进一步分解为若干个符号要素系列:

(1)自然环境符号系列,指地区和地理特征、环境条件以及植被区系等,包括天文现象、地理资源、自然生态环境以及自然灾害等。

(2)人文环境符号系列,指人改变环境的结果,包括人们生活的城市、乡村、居民点以及古代遗迹、遗址,还有环境污染等。

(3)人的行为符号系列及人本身。

(4)工具与物品符号系列,工具主要包括交通运输工具、生产工具、武器等,物品则包括食物、艺术品、收藏品、钟表仪

器、服饰乃至发掘出土的化石、古董等。

(5)动植物(含微生物)符号系列。

几乎所有照片都是这几组话语符号要素不同组合的结果。其中工具与物品符号系列属于人文环境主题要素的一部分,是反映人类生产和生活能力的重要标志;动植物符号系列主要指野生动植物,显然属于自然环境主题的一部分,是反映地球生态环境状况的重要指标。这两者常常成为地理杂志特写照片中不可或缺的主角,而人自身则是连接自然环境与人文环境最为关键的符号要素。因而把它们单列出来作为照片内容的符号要素是合理的,也是必须的。

3.1.2 话语形式以及主题符号要素的比重度

主题符号要素比重度 = [主题符号要素出现次数 / 照片总数] × 100p(percent 百分比的缩写,用以区分其他百分比数据,下同),该值越大,表明在每一百张照片中该主题符号要素所占的比重越大,也就意味着它在照片话语中所反映的读者文化心理需求越强烈。根据以上符号要素划分和组合,本文分别对美国《国家地理》2002 年第 2、3、7 期,《中国国家地理》2002 年第 10、11 和 12 期进行了抽样分析。需要说明的是,“人文环境 + 人”这一符号要素组合的主要诉求对象是人文环境,有人物包含在其中;而“人物行为 + 人文环境背景”则主要突出人物在人文环境中的表情、行为及其对周边环境的改造、影响等。

表 1 美国《国家地理》照片符号要素分类组合统计(单位:幅)

要素组合	照片形式	大 幅		中 幅		小幅	合计	百分比 (%)
		折页	对版	单版	跨版			
自然环境		5	2	1	3	11	3.4	
自然环境 + 人		5	1	7	7	20	6.2	
人文环境		5		5	9	19	5.9	
人文环境 + 人		3	1	4	8	16	4.9	
人物行为 + 自然环境背景		5	4	7	24	40	12.4	
人物行为 + 人文环境背景		11	4	13	61	89	27.6	
自然环境 + 人文环境		6		2	4	12	3.7	
自然环境 + 人文环境 + 人				3	5	8	2.5	
动植物	1	15	10	13	36	75	23.2	
工具与物品		3	1	4	25	33	10.2	
合计	1	58	23	59	182	323	100	

从表 1 可以得出美国《国家地理》的照片分析结果:

话语形式 小 幅照片的数量居多,共 182 幅,占 56.3%,主要用以表现人文环境中的人物行为和动植物;单版与跨版属于比较能吸引注意力的中幅照片,共 82 幅,占 25.4%,主要也是用以表现人文环境中的人物行为和动植物;对版与折页则属于视觉冲击非常强烈的大幅照片,共 59 幅,占 18.3%,主要用以表现动植物和人文环境。

主题符号要素的比重度 有 166 幅照片包含了与自中国科技期刊研究, 2004, 15(6)

然环境相关的符号要素(含动植物在内,下同),其主题符号要素比重度为 51.4p;有 237 幅照片包含了与人及人文环境相关的符号要素(含工具与物品在内,下同),比重度为 73.4p。可见美国《国家地理》在照片的符号要素上相对更注重人及人文环境,而体现纯自然环境的照片只有 11 幅,仅占照片总数的 3.4%。

表 2 《中国国家地理》照片符号要素分类组合统计(单位:幅)

要素组合	照片形式		大幅		中幅		小幅	合计	百分比 (%)
	折页	对版	单版	跨版					
自然环境	3	5	7	8	32	55	18.6		
自然环境+人		1	1	1	8	11	3.8		
人文环境		1	1	4	26	32	10.8		
人文环境+人				7	25	32	10.8		
人物行为+自然环境背景					16	16	5.4		
人物行为+人文环境背景			1	4	31	36	12.2		
自然环境+人文环境	2	4		5	6	17	5.8		
自然环境+人文环境+人	1	1	2	3	5	12	4.1		
动植物		2	3	8	41	54	18.3		
工具与物品		1	2		27	30	10.2		
合计	6	15	17	40	217	295	100		

从表 2 可以得出《中国国家地理》的照片分析结果:
话语形式 小幅照片的数量占大多数,共 217 幅,占 73.6%,主要用以表现动植物、自然环境和人物行为;中幅照片,共 57 幅,占 19.3%,主要用以表现动植物和自然环境;大幅照片,共 21 幅,占 7.1%,主要用以表现自然环境及与自然环境密切相关的人文环境。

主题符号要素的比重度 有 165 幅照片包含了与自然环境主题相关的符号要素,比重度为 55.9 p,其中包含纯自然环境符号的多达 55 幅,占到照片总数的 18.6%;有 186 幅照片包含了与人及人文环境主题相关的符号要素,比重度为 63.1p。

《中国国家地理》的照片中自然环境主题符号要素的比重度比美国《国家地理》高 4.5 p,但人及人文环境主题符号要素的比重度则大大低于美国《国家地理》,两者相差 10.3 p 之多。两者的话语边界差异泾渭分明。

3.1.3 主题符号要素形成的话语边界差异

我国有文化研究者指出,“在西方文化中,人与自然的关系是对立的;在中国文化中,人与自然的关系是和谐的”^[13]。

从表 1 与表 2 的对照分析中可得出,两家杂志各符号要素组合比例的边界差异很明显(相差 10 个百分点以上)的几组是:自然环境、人物行为+人文环境背景、人物行为+自然环境背景;而有较大边界差异(相差 4~10 个百分点)的是人文环境、人文环境+人。

由此可以得知,《中国国家地理》的摄影师及编辑对纯自然地理环境的兴趣度显然是几组要素组合中最大的,同时其照片的表达篇幅所占据版面也是最多的。这间接地反映出中国读者的文化习惯:偏爱表现大自然壮丽景观的符号体系和话语特色。例如该刊对新疆、云南等地自然资源、自然景观的专题记录很受欢迎。美国学者指出:“与自然和谐相处的最为人熟知的例子也许可以说出现在东方的哲学和宗教中……这一思想的最本质的内容是:人不是自然的中心,人是自然界的一部分,人必须与自然界融合为一体并对自然界负责”^[14]。

相比之下,美国《国家地理》则显然对纯自然地理环境的符号体系并不十分热心,而对人文环境和自然环境下的人物行为比较重视,这反映出美国民众对人与周边生活环境相互关系的关心度较高,例如对“核废料污染”问题的披露。

固然,美国“难以采取合作的方式来从事较大规模的工程以防止环境恶化。不过,加拿大和美国现在都承认环境方面的难题无法独立解决,必须有一种新的理解和态度才行。这就要求重新审查和重新确定价值观念”^[1]。可见以美国为代表的西方国家也日益重视人与环境的和谐相处,并且更加关注人的行为对环境的影响。而现处在经济高速发展中的中国,同样也正在极力强调“可持续发展”和保护环境的重要性。

3.2 地图及其他

美国《国家地理》和《中国国家地理》都注重对地图这一话语类型的使用,因为“地图使我们的生活成为可能”^[15]——这也是该媒体类型区别于其他媒体类型的主要特征之一。其他图片话语类型则包括示意图、绘画等插画。

美国《国家地理》2002 年第 2、3、7 期共使用地图 36 幅,占图片总量(367 幅)的 9.8%,其中对版 1 幅、跨版 6 幅,小幅 29 幅。以第 7 期为例,其地图主要用以显示核废料在美国各州分布的地理位置及数量、索马里内战地理位置及人口密度等。其他图片 8 幅,占图片总量的 2.2%,如第 7 期主要用示意图来呈现植物内部结构和种类。照片占到图片总量的 88%。

《中国国家地理》2002 年第 10~12 期共使用地图 33 幅,占图片总量(360 幅)的 9.2%,其中大幅图 4 幅,中幅图 5 幅,小幅图 24 幅,主要用以标志地理位置;其他图片 32 幅,占图片总量的 8.9%,主要是民俗图案、古代绘画等传统文化符号。照片占到图片总量的 81.9%。

从以上分析可以看出,“在我们这个社会里,目前的情形就是这样,摄影已经专横地压倒了所有的图像艺术”^[7]。更进一步分析文本可以发现:尽管在数量比例上略低,但《中国国家地理》在版面篇幅上相对更注重对地图话语类型的使用,目的主要是为了加深读者对文本的地理位置感受;美国中国科技期刊研究, 2004, 15(6)

《国家地理》的地图则主要用以使文本数据形象化、直观化,更重要的是突出其地缘政治观点的倾向性。在其他图片如绘画等的使用上,《中国国家地理》更注重对民俗和古代传统文化的深度挖掘,而美国《国家地理》则侧重于对科学知识的直接图示。

丹尼斯·伍德在他的《地图的力量》一书中对地图的符号、特征和符旨有非常精辟的论述。他认为地图同时是视觉化的语言和图像,地图图像是在空间和时间上记录之完形的综合体,没有任何程度的主题压缩可以使地图符号之间的对话静默。没有符码就没有符号,他把制图学的符码分为内部表意作用符码(codes of intrasignification)和外部表意作用符码(codes of extrasignification),前者包括图形、语言、构造、时间和呈现的符码,后者则包括主题、地理、历史、修辞和利用的符码。伍德对这 10 种制图符码进行了详细的分析和论述。由此他得出结论,地图可以从两个方面来理解:首先,地图作为一种最广义的语言媒介,担任了现象、属性和空间关系的视觉类比;其次,地图作为一种神话,不仅指涉自身及其制图者,同时也指涉了一个透过制图者的主观之眼观看的世界。这意味着,地图贩售价值与野心,地图是政治化的。从某种意义上说,美国《国家地理》是这一观点的最佳注释,如其 2002 年 7 月号就使用了三种不同制式的索马里地图,力图以此说明其文章主题“索马里,一个失败的国家”(Somalia, A failed state?)^[16]。

综观这两家国家地理杂志的图片主题话语,它们都已把人文的自然化和自然的人文化这两种倾向表达得十分充分。“正因为地图将自然予以人文化,地图的文化生产就必须随之自然化,使得使用地图的社会随历史变化而形成的新地景,可以被当做是自然的一部分接受”^[15]。不仅地图如此,照片、绘画也都如此,由是两本国家地理杂志的主题话语所呈现出的文化地貌、文化景观便显示出了不同的风格边界。

4 工具:话语介质的运用

通过对两家地理杂志图片的研究发现,工具作为话语介质在图片中起着决定性作用。这里的工具有两种含义:一种是“显在工具”,指图片话语里直接出现的工具要素符号,包括所有人类生产、生活的工具,例如美国《国家地理》2002 年第 2、3、7 期共有 153 幅照片出现工具符号,比重度为 47.4 p,包括车辆、大型船只、精密仪器甚至枪支等,表明了现代工具符号在其图片话语系统中的重要性;另一种是“隐含工具”,指图片话语里并不直接出现的摄影和制图工具,包括照相机、镜头、制图软件、画笔等。此处主要分析后者。本文无意探讨两家杂志在图片背后所使用的工具都有哪些品牌和型号,而只希望通过文本分析研究工具及其使用方式对杂志形成话语风格的影响力。

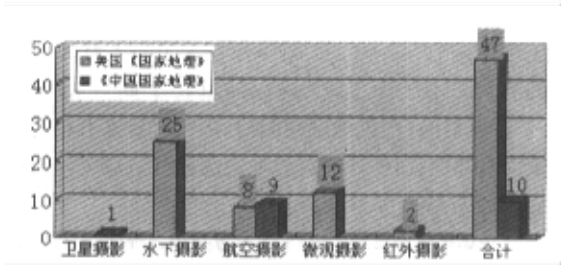


图 1 不同高科技拍摄方式的图片数量(幅)

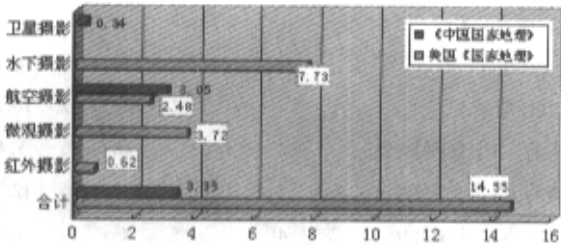


图 2 不同高科技拍摄方式的图片所占照片总数比例(%)

美国《国家地理》2002 年第 2、3、7 期和《中国国家地理》同年第 10~12 期采用不同高科技方式拍摄的照片数量对比见图 1。两者在绝对数量上的鲜明对比映射到比例图上更直观,见图 2。

从图 1 和图 2 可以看出,美国《国家地理》拍摄方式所使用的工具具有较高科技含量,因而其摄影技术语言和机械语言的表达能力远远强势于《中国国家地理》。更进一步分析,《中国国家地理》2002 年第 11 期中的唯一一幅卫星摄影图片来自于美国第一代间谍卫星“克罗娜”号 1964 年拍摄的中国核试验解密照片,9 张航拍照片中有 4 张属于二战期间日本飞机拍摄的中国城镇军事照片。此外,未列入本次抽样样本的该刊同年第 8 期《去火星看风景》一文共有 21 幅卫星图片,来自于美国国家航空与航天局(NASA,也译为美国宇航局)及相关部门。伍德在《地图的力量》中声称美国卫星的地面分辨率达到 2 米的精确度,而另有专家则认为,美国军用全球定位卫星的地面分辨率已精确到 0.1 米。总之,美国《国家地理》的照片能及时地反映科技的进步,表明其媒体表达能力与科技生产力基本是同步发展的,如上世纪 50、60 年代的水下彩色摄影、太空探险、航拍和夜景中的连续摄影,80 年代的水下考古(如泰坦尼克号水下考古及打捞全过程)和高清晰微观摄影(包括微距摄影和显微摄影),90 年代的电脑合成技术、高清晰卫星摄影等。在 1973 年 9 月号上,它就刊登了一幅阿波罗 17 号飞船沿着环月轨道飞行时宇航员们拍摄的地球从月球天空升起的照片。近年来,杂志的许多火星图片则来自于“火星奥德赛号”轨道船上安装的热辐射成像系统(thermal Emission Spectrometer,简称 TES)和“火星中国科技期刊研究, 2004, 15(6)

全球勘探者号”轨道船上的火星轨道摄影机——梅林太空科学系统(Malin Space Science System,简称 MSSS)。相比之下《中国国家地理》在这方面有所不足。以水下摄影为例,其前身《地理知识》杂志到 1999 年才以彩色图片话语表达方式对水下摄影方式及其 3 种常用器材设备进行详细介绍,所有器材均来自国外,分别为“配密封罩松下 M-400 水下摄像机”、“英国产‘独眼巨人’水下专用摄像系统”和“美国产微光摄像系统”^[17]。这说明我们在高科技话语表达能力上的差距,以及在生产工具的生产和运用能力上的差距。究其客观原因,最重要的两点,一是技术原因,二是经济原因。例如,“一架属于凯克或 VLA(引者注:即射电望远镜巨阵,用以观察太空天文)级别的现代望远镜,成本轻易能达到一亿美元,而设计和施工需要 10 年乃至更长的时间”^[18]。但就纯技术观点而言,我国的差距应该并没有图 1 和图 2 所显示的那么大,比如卫星摄影、航摄、遥感等技术早已在军事、气象等领域得到应用,只不过媒体似乎在这个方面还没有找到与相关部门达成长期合作意向的恰当方式。此外,还涉及法律与政策问题,比如民间航拍照片的稀少与我国迄今尚未向私人飞机开放低空领域有关。

在联合国教科文组织科学顾问、系统哲学家 E·拉兹洛看来,一个民族是建立、发展还是抵制现代工业和高科技,主要并不是气候和地理位置所决定的,也不能用经济因素来充分加以解释,其原因在于文化,在于各不相同的明确特征,在于不同的思维方法和组织每个人和每个社会的生活方式。文化是社会的决定性力量,文化决定社会系统进化的轨迹,是“技术适应文化”而不是“文化适应技术”^[1]。在文化生产方面,我们的媒体还大有文章可做。

5 结论:话语边界的勘定

由以上分析可得出下述结论:

5.1 形态话语的总体趋同和具体表达方式各异

“国家地理”作为一种媒体类型已较广泛地被不同国籍的读者所认可。正如联合国教科文组织总干事 F·马约尔教授所言:“文化像物种一样,能够在与外界相互影响的接触中得到丰富和加强”^[1]。《中国国家地理》合理地借用了美国《国家地理》成熟的外型包装以及媒体形式,包括标志、版式等,同时有所创新。然而,在图片篇幅大小的使用上,美国《国家地理》更侧重于大、中幅图片的运用,而《中国国家地理》则较多使用小幅图片穿插。在此意义上,前者更能突出主题,收到震撼效果,并准确体现了“读图时代”的潮流特点。

5.2 文化多样化的并存

美国《国家地理》与《中国国家地理》在图片主题内容侧重点上各有不同,两者各有自己的“市场版图”和“文化底

片”。前者侧重于反映人的行为对环境的作用和影响及环境对人类生存的反作用,尤其注重反映工业环境、经济环境等方面与人类关系的现状;而后者则在强调人与环境关系的同时侧重于反映大自然的景观以及农业环境状况,体现了中国传统文化中“人与自然和谐共处”的观念,还有当代中国人对农耕文明时代的眷顾之情。从各自的主题话语表现来看,美国《国家地理》的方式更趋于理性和科学,强调对环境的“监测、保护和分析”;而《中国国家地理》则更趋向于感性和精神,着重点在于“协调、反映与思索”。在这方面,《中国国家地理》保持着自己独到的文化意识和文化见地。美国《国家地理》2003 年 3 月号刊发了“美国自然景观系列”首篇《Alaska’s Giant of Ice and Stone》,破天荒地采用了 9 张大篇幅照片(其中拉页 1、对版 8)反映阿拉斯加的静态纯自然地貌,这似乎也暗示着该刊图片运作和审美取向的某种尝试性变化。

5.3 符号要素运用方式的民族差异

作为反映生态环境的一个重要指标,动植物是两者都比较重视的符号要素系列(分别占照片总数的 23.1% 和 18.3%)。不同的是美国《国家地理》更倾向于多用大、中幅动感和高清晰微观照片反映动植物自身状况,尤其偏好于突出动物之间血腥的捕猎场面;而《中国国家地理》则倾向于用中、小幅照片反映动植物与周边环境的和谐生存状况及其种类展示,较多采用一般贴近摄影方法反映动植物自身状况。从两本国家地理杂志所重视的对象不同可以观察到,中、美两个民族对于生存意义的不同理解就存在于对生物符号要素的不同运用中:美利坚民族强调竞争意识的残酷性及其对生命个体的突出地位,而中华民族则一直是强调“天地人和”、“天人合一”的民族。

5.4 地图体现不同的信息力量和政治意图

作为反映制图工艺和地理观念的地图,美国《国家地理》主要将其作为文本数据的立体、直观反映,经常伴有柱状数据分析图等,形式丰富多样,专业信息含量大,同时还伴有政治观点的价值取向;《中国国家地理》主要用平面示意图来标记地理位置,起旅游向导作用。这从另一个角度反映出前者科学新知类杂志特点,而后者则具有文化旅游类杂志特点。

5.5 工具标志着差距,刻划出了“技术鸿沟”的深度

科技不仅是科技,科技更多的是文化。美国《国家地理》已致力于探索肉眼所难以涉及的领域如水下摄影、微观摄影、红外摄影、太空摄影等,具有较高的科技含量和更为突出的机械技术、光学技术表达能力。因此,从反映信息采集、符号制作及话语传播水平的摄影工具看来,《中国国家地理》的摄影技术语言和机械语言表达能力远不及美国《国家地理》丰富、全面,其话语传播的信息深度及广度也因此受到制约。中国科技期刊研究, 2004, 15(6)

《中国国家地理》曾声称放弃“科普”这一传统概念的负载,就杂志经营理念而言,这也许无可厚非,然而如果与此时同时也放弃了科学的精神和科学的动力,这就很值得我们警惕了。缺乏自身的科技语言表达能力,这也许不仅是《中国国家地理》,而且是中国大多数本土期刊一个突出的典型症结所在。

由上可见,中、美两家国家地理杂志在“读图时代”的话语和文化观念边界是存在的,更重要的是还存在着较大的“信息鸿沟”和“技术鸿沟”,不过这并非《中国国家地理》一家杂志所能承担的责任。我们有理由相信,随着科技的进步和中国经济实力的发展,这种状况必将逐步得到改变。

参考文献

1 [美]欧文·拉兹洛编辑.多种文化的星球——联合国教科文组织国际专家小组的报告.戴侃、辛未译.北京:社会科学文献出版社,2001:41,39,8,233,(前言)2
2 李栓科.认识地理三步曲.中国国家地理,2002(12):20
3 美国 Audit Bureau of Circulations(发行量审计署,简称ABC)数据.转引自:刘勇.大追寻:美国媒体前沿报告.上海:上海远东出版社,2002:77
4 李栓科.献给未来的回忆.中国国家地理,2002(12):14
5 蒋原伦.传统的界限——符号、话语与民族文化.北京:北京师范大学出版社,1998:81

6 [加]马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸.何道宽译.北京:商务印书馆,2000:243
7 [法]罗兰·巴特.明室——摄影纵横谈.赵克非译.北京:文化艺术出版社,2003:185,140
8 [法]让·波德里亚.消费社会.刘成富,全志钢译.南京:南京大学出版社,2001:9
9 萧三郎.路易·马登情系《国家地理》.世纪中国网站,http://www.cc.org.cn/pingtai/030611300/0306113023.htm
10 孙燕君等.期刊中国.北京:中国社会科学出版社,2003:287
11 [德]瓦·本亚明.机械复制时代的艺术作品.张旭东译.世界电影,1990(1):129
12 [美]罗杰·菲德勒.媒介形态变化.明安香译.北京:华夏出版社,2000:14
13 董广杰,李露亮.魅力与魔力——中西文化透视.北京:中国纺织出版社,1999:35
14 [美]欧·奥尔特曼,马·切默斯.文化与环境.骆林生,王静译.北京:东方出版社,1991:34
15 [美]丹尼斯·伍德.地图的力量.王志弘等译.北京:中国社会科学出版社,2000:16,125
16 Andrew Cockburn. Somalia. NATIONAL GEOGRAPHIC, 2002 (July):54~58
17 鲁娜.探索蓝色文明——水下考古.李滨,徐海滨摄影.地理知识,1999(2):30
18 [美]国家地理学会编.透过镜头:美国《国家地理》最伟大摄影作品集.冯世则译.北京:中国社会科学出版社,2003:457

我国两大中文期刊全文数据库的比较

李玲 杨桂珍

收稿日期:2003-12-08
修回日期:2004-06-04

广西大学图书馆,530004 广西南宁市大学东路100号, E-mail:llgxu@etang.com

摘要 通过对目前国内使用最广泛的两个中文期刊全文数据库——中国期刊全文数据库、中文科技期刊数据库的基本情况、检索功能、检索效果以及输出功能等方面进行比较,指出了各自的优势与不足,并提出了改进的建议。

关键词 清华全文库 维普全文库 中文期刊 全文数据库 比较研究

本文从用户的角度对中文科技期刊数据库和中国期刊全文数据库的基本情况、数据库检索功能、检索结果以及输出功能等方面进行比较研究,为用户在选择、利用数据库时提供参考。

1 基本情况比较

中文科技期刊数据库(以下简称维普全文库)由重庆维普资讯公司于1989年研制开发,其前身是《中文科技期刊篇

名数据库》,经过十余年的不断完善,已从最初的Dos版、Windows单机版、局域网络版,发展到今天的Web版。目前该数据库收录国内出版发行的期刊8000余种,学科范围覆盖社会科学和自然科学领域,分为7个专辑大类,27个专题分类,累积文献量660余万篇,并以每年100万篇的速度递增,是目前国内收录时间跨度最长、收录期刊种类最多的全文数据库。

中国期刊全文数据库(以下简称清华全文库)由中国学中国科技期刊研究,2004,15(6)