

參閱文稿

北京華研有限公司
(香港) 桑尼研究公司

No. 2014~2

2014 年 1 月 20 日

论新媒体之社会变异

北京航空航天大学 费新碑

20 世纪初，德国人波依斯因艺术呈现不图像、不造型趋势，艺术成为草根揶揄、嘲弄、唏嘘对象，并成为自娱自乐工具时预言：“人人都是艺术家”。此时，大众成为创造的主体和主人，高雅被扔进垃圾桶，世界开始变样。换言之，今日网络情势亦是，当技术不是屏障，大众无所顾忌成为自己信息的主宰，人人都是自己信息的主人时，互联网将人类裹进了创造无禁忌的狂欢时代，一切原来的社会结构和秩序均爬开和滚蛋，一个具有颠覆意义的新媒体时代被开启。

如今，仅在中国，新媒体假手界面，使中国五亿网络用户和 11 亿智能手机用户通过新媒体的一系列信息技术应用，将人与人、人与社会、人与自然粘连在一起，搭建了一种信息化社会全新的交流和沟通模式，建构了一个完整而丰富的虚拟生活形态，让近三分之二中国人形成一个巨网，恍然间，在可触摸和感知的现实外，每个人都强烈地感受到由新

媒体构建的另一个世界存在。现在而今眼目下，新媒体每年、每月、每日、每时地以不计其数，层出不穷的方式挤进我们现实世界，改变着我们一切的一切……。如果说，信息化是一个社会进程，那么，新媒体就是其进程的历史推手。

新媒体的社会应用样式有三：一、形而上的脸谱、推特、博客、微信、短信、微博、电子书等数字传播范式的信息“媒体”；二、形而下的移动手机、网络电视、网络终端、平板电脑、智能终端等各种存储和传递的信息“载体”；三、形而上下兼有的数字商务、数字政务、数字教育、数字出版、数字影视、数字游戏、数字银行等数字内容产业的信息“实体”。然而，我们对新媒体了解仅在信息的技术传播层面，实际上，新媒体信息传播的精神和物质两条进路，其范式已经远远超越了单一信息传播，成为超越媒体的媒体了。这是我们未曾认知的。

英文，新媒体一词为“New Medium”，“新”相对于“旧”，清楚。“媒体”一语源于拉丁语“Medium”，是“Media”的复数形式，意，两者之间的精神和物质。这里“媒体”与“媒介”合二为一，一锅煮了，明白。

中文，“新媒体”细究起来有“媒体”和“媒介”之分，两词需要厘清。“媒体”，词义是“体”。东汉许慎《说文》讲：“体，总十二属之名也。”指具体人的顶、面、颐，肩、脊、臀，股、胫、足等各种部位，《广雅》说：“体，身也”。新媒体之“体”特指物理性的传播载体，如磁盘、光盘、磁带，以及相关播放设备等，是人与人之间沟通的机器，词义较窄，“体”为实。“媒介”，词义是“介”，意为插入双方之间，参与其事之意，甲骨文“介”形如两河之间的桥梁。新媒介之“介”特指非物理性的传播手段，如文字、视频、声音、图像、动画等人与人之间沟通的方式，词义较宽，“介”为虚。本文论述仅涉及“新媒体”的“新媒介”社会应用，为行文方便和避免歧义，专此说明。

仅 20 余年时间，由于信息技术快速发展，新媒体就致使文艺复兴所创立相对稳定和固化的现代国家框架和社会结构严重变异。其变异之急、变异之新、变异之巨让我们目不暇接，不知所措，此事，好坏勿论，仅就应用人数而言新媒体已然格局独大，天下坐实，令人瞠目！

新媒体将原社会秩序打乱和重组后，形成的语言微交流、思维少限制、行为不时空、文化非类型、社会弱结构变形关系如下：

一、语言样式的多向拓展

传统社会当我们以文告、报纸、广播、书籍、刊物等语言形式传播意图时，对象是明确和固定的，表述是规范和标准的，因之，语言是人际交流符号，是人类进行思维和表达信息的工具，本质是社会的。比如，想邀朋友约会，定要清楚表达何时何地何人何事何因之五要素，如果指代不清楚、编码不规范、词句不稳定则会让人“丈二和尚摸不着头脑”。中文“语，论也”，“言，心声也”讲究的是：语，为论之格式规范，言，则表之心迹情感。

然而，当新媒体“复合性表达”技术成型时，仅重心机表述之快畅，无视格式表达之规范，自娱自乐式的“网络语言”横空出世。“只言不语”的新语言样式悄无声息地打破了传统语言模式，其独特和个性的不交流、不社会的语言样式蔚然成风，日渐成势。眼下，传统语言社会的、封闭的、明确的、严谨的、理性的语言格式，和新媒体“网络语言”个人的、开放的、模糊的、轻松的、无厘头的语言格式，呈现出两种不同的语言表意格局，正在改变着我们的语言习惯。

新媒体语言样式的多向拓展是在多媒体技术（Multimedia Technology）对文字、图像、动画、视频、音频等数字信息，进行编码、转换、存储、提取的综合处理和控制应用技术支持下实现的。新媒体通

过三维图景、原声复制、影像释读、控制自定等样式的语言表达，实现了从传统语言单一词句的信息表达到新媒体语言复合样式的信息传递的拓展，也使人类前所未有的从视觉、听觉、触觉的多样感知中体验到了新媒体语言魅力。

新媒体语言样式的多向拓展特征如下：

1、指代无规律

作为语言对象问题，语言交流指代必须清晰明白。为此，在各历史阶段人类为语言之标准化做了大量的字典和词典编撰和规范工作。

由于，新媒体为人~机~人的间接沟通，不是人与人、面对面的人际交流，呈现出隔空打牛式语言交流形式，故，导致了新媒体语言三种倾向：一、语言指代模糊，对象不明，全凭兴致所至，随意任性。二、语言表达呈现短语、微短语、超短语、极短语等形式，因而表意不完整，不精确。三、语言目的受技术、商业、情绪所限，只图痛快，不及效果，不以目的为目的成为叙事习惯。如今，新媒体这种“像公牛闯入玻璃店”不按规矩出牌时而明白、时而模糊的语言表述雷人无数，轰然成势。比如，“元芳，这事你如何看？”“贾君鹏，你妈妈喊你回家吃饭！”以及“做俯卧撑”“打酱油”“屌丝”等等指代隐晦、含沙射影般新语言成为“创新”时髦时，新媒体语言使整个社会弥漫在另类无厘头表述的乐子下，游走在语言非逻辑能指和所指的嗜好里，沉浸在“打破规则”戏谑滑稽式的刺激中，既让人新鲜又让人茫然。新媒体语言将会怎样？无法预料，也许这种语言无规律就是新媒体语言之规律。

2、稳定成可变

作为语言词句问题，传统社会语言稳定是社会稳定的基石，由字、词、句语言要素构成语言的结构性稳定与规范一直是民族国家的语言核心工作。

由于，网络技术进步不经意间将原语言的稳定悄然破坏，促使新媒

体语言处于快速创造、迅速死亡的剧烈变化之中。此类创造是无数运用新媒体人群的个体，尤以对新事物具有天然亲和力青少年的自觉行为，致使新字词语不断被层出不穷的创造，其“日日新，苟日新”的变幻速度令人目不暇接，招架不住，不从者，即“奥特”。比如，新媒体“囧”字符，打破字意、字形、字音的造字规律，让人感到了破坏的快乐，又如，新媒体“hold”用语，混搭于中英文语意的效果之间，使人感到了独创的兴奋，再如，新媒体“萌”词义，松动了固定和僵化词意的定规，令人感到了改造的愉悦。现在，新媒体语言的创新者和使用人之间，均沉湎于动态变化“猜字”游戏中，并在难以掌控和把握“胡言乱语”瞎诌里，nir 笑。眼下，举凡大学校长们均在青年学生毕业当口，不约而同鸚鵡学舌般用几个“新媒体词语”，以示其好。

3、表意呈复合

作为语言表意问题，传统语言符号由一般由文字和图形的两种符号构成，有一整套由逻辑编码组合严格的词义和词意功能系统，藉以方便大众根据语言规律作认知性的解码和释读。

然而，数字技术发展使新媒体具备了一种“读图”的语言认知模式特征。读图能力是以视知觉为主辨识图像信息的能力，也是当下网络人必须具备的一种新媒体语言能力。由于，中国文字字符几千年传统熏陶，我们对文字的敏锐大于图像的敏感，当今，当苹果将微软图文识别改为革命性图标识别后，中国业界依然不知落后之本，只能跟别人亦步亦趋无力创新，故，根上，这是一个文化问题，所以，读图能力对中国人而言，还需经数十几年的锻炼才能运用自如。新媒体图像语言呈现两种趋势：一、形式上呈现语言复合表述样式，即创造出图文混编、文影混排、声图混合、像影混杂等多样模式的新语言表达样式，实现了任何语言要素的任意化编码和解码编辑功能。二、内容上出现语言非逻辑表述模式，即以复合性表述样式将原本不搭界的图、文、声、像、影集成表达一个

主题,较之单向的传统语言表达创新性的展现出一种全方位立体的新媒体语言表达方式。比如,美国奥巴马总统白色办公室沙发座椅边林肯和马丁路德的两个黑色雕像,究竟是总统的个人喜好,还是他本人和美国特别要向全世界宣传的美国价值?这里,新媒体复合表述样式可以轻松以流媒体和同屏技术形式实时和即时的解读,在美国无论你是白人还是黑人,均可实现“美国梦”的文化寓意和政治深意。这种图文结合的合成表意关系是一种跨时空跨地域跨民族的新媒体语言,并独具特色,前所未有的,由此,以图知天下,成为趋势,世界也因此而更祥和更近。

4、虚拟的真实

作为语言效果问题,传统文字语言由于符号所限,如要描述现实图景往往在语言字音信息传递出去后,大脑有一个延滞时间来加工和显示图像真实的重组过程。

然而,新媒体语言表达真实场景可以直接以虚拟现实(Virtual Reality)和增强现实(Augmented Reality)技术来实现。此两种技术可以进行超文本图像的复现、释读、理解、分析、归纳等信息的任意转换,也可以通过三维图像仿真设计将平面认知逻辑导向立体感知逻辑,还可以将个人“投射”到多感知、沉浸式、交互性几近灵境般环境中去操控和主宰环境。新媒体通常以同屏展示和集成表达范式,调动文字、图片、声音、影像、动画等多种复合传播手段,形成虚拟的体积真实的新语言认知。比如,用新媒体语言回答俄国是什么概念时,可以在屏幕上以浮窗和副屏样式同步以声音表达“莫斯科郊外的晚上”的美丽,也可以用图像展示“伏特加”酿造流程的趣味,还可以用影像显示“卡拉什尼科夫”AK~47自动步枪的威力,以及可以用图文表示门捷列夫“化学元素周期表”的复杂,使抽象的“俄国”概念,在新媒体语言的交流和交互图景中清晰和鲜活起来。

新媒体创新性的图文声像影复合语言样式拓展了新的语言逻辑关系和认知模式，是一种继文字、图像、声音、影视四种人类语言表达形式后的第五种语言模式。这种新媒体语言模式破坏了传统语言表意的感觉，呈现出虚拟的不真实特点，虽然丰富，但且不实之感受是人类未曾预料到的。

如今，新媒体语言已然闯入我们的语言表达系统，某种意义上还复现了人类蒙昧时期以图景和声像的交流和交互的情景。随着持续和广泛的新媒体语言运用，假以时日，也许它会形成一种以图像为主跨国家、跨地区、跨种族新的万国通用语言样式，成为另类人类交流的新语言符号系统，并扩展和衍生出新的社会模式和理念。

二、思维逻辑的混合变异

传统思维要义是逻辑判断。东西方文化历数千年的思维逻辑建设，使“理性之光”帮助人类社会进步至今。中文“思，容也。”言心之所虑，无不包也。“维，系也。”“维，车盖系也。”是故，“思”与“维”讲究将漫无边际之“思”一定归纳进有方向感的“维”度里面，即“思”的角度和前提，将“思维”连接成一个整体的逻辑结果和结论。比如，医院问疾，一定要告大夫身体各部感官症状，以便医生根据病变，通过“维”之前提判断和确定患者何病之有，所以，思维具有客观现实间接性和概括性特征，是对事物本质和规律性信息进行分析、综合、判断、推理等一系列的认知活动，没有逻辑理性支撑的思维是跛脚的片面。

然而，新媒体“芝麻开门”般应有尽有的信息是通过搜索引擎技术（Search Engine）的全文、目录、垂直、集合、门户以及元搜索模式实现的。信息的无穷大链接讲究的是“思维导图”信息组织模式，即由一

个信息点，通过关键词搜索链接延伸出几个信息点，再在形成几何裂变性的网状信息点，此时，维之不存，思之不在！信息瞬间像潮汐般涌来，人彻底沉湎于坐拥海量信息和“胡思乱想”的快感里。这里，思维逻辑的混合，指的是原思维线性有序的单向过程，变成了几种思维交叉无序的混合过程。思维逻辑的变异，指的是当“旧”思维不存时，“新”思维则呈现出变异的模式。思维变成思绪。如果说传统思维是一个结果，那么新媒体思绪则是一个过程。

新媒体思维逻辑的混合变异使原有的形象思维和抽象思维、常规思维和创造思维、集中思维和发散思维、直觉思维和分析思维逻辑搅和在一起，不逻辑了！

新媒体思维逻辑的混合变异特征如下：

1、推理凭直觉

传统社会思维推理是以理性的逻辑形式进行，在严格和严谨的逻辑下进行的，并对事物做出科学的结论。

在网络海量和无序信息前，由于新媒体单人单机间的无约束关系，思维不靠理性认知事物，不用逻辑推理结论，特别是网络信息的无规则和无规律的信息架构模式，使用户回归到人类语言意识未建立前的直觉本能模式，所谓：第六感觉直觉，仅凭个人兴趣所至形成跳跃的、发散的、直觉的情感式推理的思维模式，比如：中国国家好红的推理，通过新媒体界面检索，可以推论中国红是革命的血色染成，故而严肃得凛然冷峻的；也可以推知中国红源自汉代五行说南方属赤行火之说，而汉政权来自南方汉水，故中国红成为国家之红；还可以推理中国红因色彩红是暖度最高的色彩，出自人类凭直觉出于对阳光的依赖和敬畏等等。直觉本是人的常态和本能，不受严格哲学意义上推理约束，直觉式的推理入情和入心，还原了人思维的本质，所谓，本真回归也。

2、判断由感知

传统社会判断要求以事实为依据,通过时间线性过程对事物做出系列的解析、分析、判断,并得出科学结论。对事物的肯定或否定、准确和正确判断都需要付出很大代价的。判断力是需要培养和培训的。

然而,新媒体思维不以线性逻辑分析事物,通常以情感式的类比、比喻、象征的非理性方法描述事物,所谓:“所感所知者,亦感知此现象而已。”。感知判断是用心灵与意念对事物作瞬间的、整体的、非逻辑的方法来建立事物之间联系,并作出判断的,是故,感知判断是生命的本能之一。比如,中国国徽有星之判断,通过新媒体界面查询,可以感觉式的判读中国国星,是因星高悬于头上与天齐天平,上也,是为崇;也可以感性式判知星光有芒,为刺,以五为满星,吉也,是为祥;还可以感受式判断五星之说,最早出源新疆阿斯塔纳西汉织锦纹“五星出东方利中国”古咒和预言,瑞也,是为福。其交叉的感知思维形成对星的崇拜判断,所谓,无中生有也。迄今,作为生物,人类还未不曾破译感知的生理和心理过程。

3、认知呈模糊

传统社会认知活动是通过感觉、知觉、记忆、思维、概念、判断、想象获取知识的一系列心理现象,是一个完整的认知信息加工流程,并带有强烈的个体色彩,具有整体性、恒常性、意义性、选择性的特性。

然而,新媒体思维除了保留了认知的个体色彩外,其他认知特征皆含糊不清。新媒体的字符、语音、图像等标引和识别充满了随意性、暗示性,不追求清晰的是非判断,信息直接作用于感官的刺激,认知只限于“好读书,不求甚解”的边界之处。比如,中国国旗四小星围绕一大星之图案认知,通过新媒体界面搜寻,可以认识中国为四方之中央之国,加上中心,其分配方案是东南西北加中央共五之,故数有五,所谓五尊也。也可以认为古之田陌千亩,有井田之制,有四方田地围绕中央田地之格局,故,中央之田为官田。还可以认知国旗之倾斜状的四颗小五星

围绕一颗大星图案，是四方之团结，心系东南方位旭日东升的景象。如是，新媒体认知事物一定不考据不考究，全凭兴趣使然。

4、联想即现实

传统社会联想即想象，是人凭借记忆突破时空间束缚对信息进行加工，并产生新的形象的心理过程，具有无意、有意、再造的三大特征，是一种属于高级认知的特殊思维形式。

新媒体思维是通过事物表徵来间接性推断事物的能力，把本无直接关系的现象联系在一起，通过规律，揭示事物本质，具有不确定性、调和性、杂柔性特征，将联想附和现实，从而达到“思接千载”“神通万里”的境域。比如，中国国歌所引出的非声音联想，通过新媒体界面链接，可以非结论的联结自辛亥革命以来，现代中国之实践，完成的是一个向西方科学和民主靠近的革命实质；也可以不相关的联系中国 60 年来国家工业从第一个汽车、火车、轮船、飞机的建造，到长征和神州系列宇航成就，如今已经“二”了；还可以超现实的联想在个人护照上，填写“中国”两字的份量；所谓，虚实不分也。

新媒体不以事实为依据，不以理性为依靠的思维模式实现了人对物质的人物、场景、器物形式的自主控制，和非物质情感、情绪、情怀内容的真实感受的心理需要，表明了多角度和多维度人的球形思维本质特征。这种非逻辑和非线性的特征更接近人的思维，也正是人类创造思维和创作思维的能量源泉。

谁都没有想到，由于计算机思维模式是依据人类大脑自然发散性“思维导图”范式设计，故，计算机发明者以西方线性逻辑所创造设计的计算机思维模式，最后尽然回归的是东方非线性思维模式。实际上，20 世纪以来，西方文艺复兴和工业革命几百年建设的逻辑化经典理论在信息社会受到空前挑战，并渐行渐远，而以东方非线性的感受、感性、感觉、感知思维模式则日臻成熟，渐成主流。

三、行为模式的时空消解

传统社会中“行为”严格受时间空间的限制，所以在规矩中行事成为铁律，所谓“没有规矩不成方圆”。比如，城市车道，到哪里去是人的自由，而怎么走亦是交通规定的了的，不可乱套。中文“行为”是个动名词组合，所谓：“行，道也。”“人之步趋也。”所谓：“为，做也、干也、成也。”人在道中依矩而干也，做矣！行为是一定条件下人对内外环境刺激所做的能动反应，分为可视外显行为和不可视内在行为，具有生命特征。没有行为规矩的社会，一定是混乱和无序的。

然而，新媒体之网络信息从天而降，其全方位的从上下、左右、前后、进出自由，致使信息无处不在，无处不有，无处不入，致使原来人类在物理空间建立的“行为”轨迹荡然不存或模糊不清，其“行”无道，亦“为”所不在，故，道亦无道。新媒体的介入和干预后，行与为同在、同行、同时、同步进行，所以，人的信息行为没有生命概念，只剩下生存意义。

新媒体行为模式的时空消解是通过在互联网、手机、电话、电视等各种终端上，是通过即时通讯技术（Instant Messenger）实现的。由此，新媒体以搜索标引、图文识别、多维解析、即时传播的信息设计模式，实现任何时间、地点、人物、方式对语音、图像、数据等信息超越时空限制的沟通模式，将海量信息“漏斗”般的瞬间向个人汇聚，形成了用户根据需要进行，信息二次甚至N次过滤和筛选，直至自创内容（User Generated Content）再次传播的信息行为模式，致使个人超越时空成为信息接收和发布中心，颠覆和改变了传统信息行为接收模式。

新媒体行为模式的时空消解特征如下：

1、分解为组合

传统社会为了信息内容的筛选和有效传播,需要对信息进行着分解和组合处理,使信息处于组织、计划、控制的可测度中。

新媒体对信息的快捷处理行为,弱化了信息存在性质、时间、难易、效率、方向、分类等等区别,使人以自由意志来处理瞬间而来信息流,形成快感式的信息发布行为。如,人在旅途的一知半解信息,可以通过移动终端搭建完整的信息系统,即可以从个人喜好角度将旅途一知半解知识点在现场进行补充完善;也可以从知识理解新维度把知识结构再次组织,重新组成诠释和解读;还可以从目的需要角度,对知识进行全新的打散和组合,成为新知识系统,是故,新媒体行为是分解与组合同在。这种无视后果的信息流,虽然,满足了个人需求,但是,消解了社会需要。

2、解构变结构

传统社会对任何信息的分解和组织是一个复杂工作,不可流程混淆。

然而,新媒体除可以对信息的进行瞬时任意结构和解构行为外,特别值得提及的是新媒体还可以进行实时的、复合性的解构和结构处理。新媒体信息行为不仅充分体现了人信息行为的主观能动性,而且还突出展示了人在适应外部世界同时能动地改造世界的过程。如,人在旅途之道听途说的信息,可以通过移动终端进行图文声像重组,即可以将零散信息从个人喜好角度进行创作性编撰加工的二次重构处理;也可以将零乱信息从整理完善角度进行创造性的再次建构处理;还可以将零星信息从丰富补充角度进行创新性有图有文,甚至有声有影像的多次多样结构处理。是故,新媒体行为是结构与解构同行。这一新媒体图文声像加工处理信息的能力能量惊人。这种对信息解构与结构的自由自在处理技术是一次革命性的信息行为,这是一种从未有过的信息行为体验。但是,如果处理不当,运用极度则是对信息的破坏和毁灭,需要随时提醒。

3、接收与传播

传统社会信息接收与传播行为是互不跨界、互不相系、分别不同的

两件事情，犹如阴阳两界。此社会行为的分工甚至导致了两种不同的社会职业。

然而，新媒体技术进步使人的信息行为无缝链接和无隙联动，使人对信息支配的内在认知欲望和告知行为合二为一。如，人在旅途之所见所闻的信息，可以通过移动终端新媒体界面链接合二为一，既可以将即时接受和传播当地风情风俗信息感受，让千里之外的亲朋好友共同领略现场景象和气象，所谓，自媒介也；也可以将实时接受和传播旅途中自己自由自在的信息感想，不受任何技术障碍无约束和无边界的传送天下，所谓，自媒人也；还可以将瞬时接受和传播个人对旅途乐山还是乐水的智与仁感知，让熟悉而陌生“粉丝”们体味自己的心劲和心气，所谓，自媒体也，是故，新媒体行为接收与传播同时。此行为使个人成为信息主体，使个人对信息获得了完全有效利用的自由，但是，如果个人信息泛滥成灾，对社会而言则将承担信息失控的危险。

4、消费及生产

传统社会消费与生产是截然不同的两个领域。“消费及生产”表达的是在消费中生产，生产里消费，此词逻辑上是不通的，是个怪词。

然而，新媒体将消费及生产的同步之不可能变成可行，实现了消费与生产的有效统一。在新媒体条件下人不经意间从支出到产出，由精神变物质，信息行为改变和颠覆了传统经济格局，信息传播成了上下游统一和完整经济活动是许多人未曾料想到的。这一转变有可能破坏的是传统社会固有的经济运动模式。如，人在旅途之纪念品买卖信息，通过移动终端新媒体界面链接模糊消费与生产的边界，即可以对当地纪念品价格进行地毯式网络搜索，尔后，再定夺买卖与否，所谓，便宜即赚钱变得唾手可得；也可以在网络价格比较中，边玩边转手买卖中赚取差价，小的挣个路费，大的赚得盆满钵满；还可以在各地各种纪念品比较中，发现生产性的信息要素，对商品进行革新设计和重新生产。是故，媒体

行为是生产与消费同步。在此，信息是生产资料、生产关系、生产力。这一信息行为使时空在此消解淡化，变得毫无意义，转变和破坏了物质世界常规和固有的运动模式，使社会消费与生产处于不知所措的虚拟和虚空的交换之中。

即时通讯技术是对传统社会人信息行为时空消解的技术前提，其打通无所不有、无所不在、无所不能的信息管道，和能实时发送和接收信息的无缝连接模式，使信息的流畅和无阻让人类“想到即做到”梦想在理想和实践层面得以实现。

美国《连线》杂志对新媒体的定义是：“每个人对每个人的传播”（Everyone to everyone）。目前，这是对新媒体最为准确的定义，其深刻性在于，当个人成为信息行为主体后，几乎做到了其信息与社会成员全方位的“交互与共享”境界。目前，此信息行为已在社会交流、资讯、娱乐、邮件、搜索、游戏、商务、办公、博客、音乐、电视等方面得到了极为有效和广泛应用，前途光明一片。由于，行与为边界模糊，新媒体条件下信息行为对社会最大的破坏要点，是人对时间和空间感消解后带来的严重迷糊和不适。这种情形为我们把握新媒体的发展，甚至终极样式，提供了研究思路和目标。

四、文化结构的碎片重建

文化对于国家最重要是相对“固化和稳定”之意义。文化是具有一定之规、一定之距的结构特征。比如，课堂听讲，先生说中华艺术传统，必及诗歌绘画戏剧工艺等等要素，这是一个完整的文化系统，因而，文化是社会与历史的积淀物，具有一定历史延续性和群体性特征，是人类社会历史发展过程中创造物质和精神财富的总和。在中文里“文”是指各色交错的纹理。《易·系辞下》讲：“物相杂，故曰文。”《说文解

字》言：“文，错画也，象交叉”均指此义。“化”则指对事物形态或性质的改变，生成、造化，故而，“文化”是有“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下”之目标，其要义是将“文”“化”之天下，形成统一的认识和行动。

然而，新媒体诞生以来，文化被肢解和曲解，特别是碎片化成为大势，各类“微”文化大潮的兴起，迅速蔓延，其对文化结构破坏性信息碎片处理功能是文化被消解的致命杀手。文化不“化”成为当下文化之显学，文化变得十分个人和个性化。

新媒体文化结构的碎片重塑是通过信息架构技术（**Information Architecture Technologies**）对信息的任意转换、注释、标记、修改、删除等各种碎片化处理，以及对信息的任意导航、检索、播放、发布等各类个性化处理完成的。新媒体通过多相信息构架的非线交叉、多元链接、复屏技术设计，对当代文化进行多维、复合、交叉的重构和重建，形成了一种新的碎片化的文化特征，特别是个人化的文化重建过程，对传统文化形成了不小的冲击和挑战。

新媒体文化结构的碎片重建情况如下：

1、传承的反叛

传统文化传承是一个完整的系统传承，但凡对文化局部单一元素的传承，仅是单向革新和改造。

然而，新媒体条件下文化信息以快捷、方便、非线性的方式无阻挡、无秩序的泛滥和溢出，并以新的方式汇集形成新文化趣味。这种自娱自乐式的文化信息结构，改变了文化的基本性质。所谓，文化破坏性的创新自然而然的成为，传承的反叛和反叛的传承。比如，文化之影视，原来由专业人员和设备才能完成的“东东”，在数字技术挑战下分崩离析，人人手中的摄像镜头和编辑软件可以随时随地将大众生活的凡人善举、俗民嗜好以原生态方式生产，并展露天下，此时，统一文化趣味被

肢解和毁灭。在这种不按规矩出牌，瞎编乱造的文化创造中，碎片化的影像处理技术导致流行和自创的波普文化勃然兴起。这种无序的文化走向；看似无序，实际有形。数字化技术迫使传统宏大叙事的影视作品压缩到很小的空间，反之又促使当下鸡零狗碎的影视作品导向大众，并形成另类有方向感的文化新趋势，于是乎，传统影视文化最后成为小众们苦苦留存的文化遗存和遗迹。

2、封闭式开放

一般而言，传统文化传递是处于一种封闭和半封闭的固定场所进行面对面传递和交流的，换言之，一个传统文化传递是需要有时间、地点、形式、对象等诸多要素，进行全方位和整体性传递的。

但是，新媒体对海量信息的承载与全天候覆盖传递功能和功效，致使文化信息传递几乎达到了穷至极尽的地步，没有了大家认知、熟悉、掌控的必要场所，呈现出无所遮蔽、完全开放的态势。于是，信息面前“人人平等”成为可能，成为现实。这一趋势即将改变文化的根本述求。比如，文化之教育，教育的诞生本身就是信息不对称的产物。在传统教育文化中，受教育者一定要在固定的物理空间“学校”里，和信息掌握者“教师”进行长时间的、刻苦的教育训练，尔后，成为一个合格的社会成员走入社会。所谓，玉不琢不成器。然而，新媒体条件下的信息开放的基本特征就是“信息对每个人的平等”，每个人均可以通过网络获得充裕的教育信息资源。事实上，网络信息资源远比学校的信息更丰富和更多样，致使一种新型的自我教育、兴趣教育、个性教育、开放教育在技术上成为可能，并付诸实践。目前，世界性的开放大学和开放课程已经蔚然成势，致使教育几百年的历史文化使命消解淡化，并踉踉跄跄地被逼至改革和突围的边缘。

当然，我们正在创造新媒体教育表面开放的样式时，很可能忽略自我教育必然形成内在封闭的困境，或许，这正是传统教育文化和新媒体

教育改革和创新的共同突破口。

3、及少到至多

传统文化传播是具备职业修养的少数人所为，其特点就是他们比大众能更快和更多的掌握信息传播的话语权，从而形成一种大多数人“被”文化倾向，根本上是一种自上而下“少及多”的工作原则。

反之，新媒体文化传播贯彻也是“少亦多”（Less is more）原则，由于技术进步贯彻的是一种自下而上“少及多”工作原则。故，此少，彼少。新媒体之少与传统根本不同的是；每个人均是信源中心，由于信息神速反馈和人人叠加相传的格局，使信息极易快速形成巨量的信息潮流，因有大众积极参与和运作，呈现巨大“蝴蝶效应”效应，即以最少的表述，获得最大的信息效应（Effect）。比如，文化之新闻，原来职业新闻人信息通过搜集和整理，尔后，根据需要进行有限的传播，但是移动终端的广泛使用使得信息垂手可得，举手之劳，方便快捷，在信息“长尾理论”支撑下，在推特、微博、微信等载体推动下，我是记者，我是屏幕，我是信息成为可能和现实。此时，在新媒体条件下一切新闻都是旧闻，由此，新闻记者的职业消失，文化传播失效。可以想象当十几亿人都是信息的发布者和接受者时，人人都拥有信息话语权者时，世界将会怎样？这种的力量是微态的连接与扩散的汇集，最后形成的是可怕的信息爆炸，海量巨量信息会将人淹没、吞噬、窒息。致伤致死的不仅是传统文化，也可能殃及新媒体文化自己。

4、消解的整合

传统文化由于其历史和族群的文化结构模式体现出的强力和统一文化价值特征，是民族意识归宿感的集体表述，也是国家意志认同感的集中表达。

但是，新媒体的广泛运用，特别是文化的个人化、大众化、波普化信息趋势在消解旧文化价值同时，又在形成和建立新的文化价值，导致

了传统文化价值结构变得松散和脆弱。比如，文化之审美，由于中国传统文化根植于独特的大陆架构、地理形态、气候条件，因此形成对天意依赖和敬畏的农业，因而形成对集体依靠和眷恋的农居，因之形成对血缘认同和依托的农村，因故形成对耕读的恪守和坚持的农民。这种特殊农业社会形成的谦虚、隐忍、勤逸、诚信品质是中华文明和文化审美的总价值取向，所以，传统中国社会任何时空产生的人与物价值倾向，均生发于此，万变不离其宗。然而，在新媒体条件下，由于其具备跨地域、跨行业、跨时空、跨传统、跨民族，甚至跨国界的信息结构和模式，事实上，它已经悄无声息冲击着我们全部的文化审美取向，并开始逐渐形成当下自信、狂放、投机、巧取的时风潮流，特别是以个性、自我、实现的审美与审丑共进共退时，原有的文化审美价值在信息社会被冲得七零八落。在此，可以预言的是：当国家和民族文化传统遭至淡漠时，当统一的审美价值碰到模糊时，文明离消解就不远了，文化离消失就更近了。

由于，信息技术发展，新媒体将无数个人组织起来，形成比传统社会粘性更大的文化整合力，其对文化消解和整合的最大意义是实现了文化消费者和文化生产者的统一，个人化的文化生产和创造成为可能。这是一个已经初显端倪的文化重构现象，带来的是文化结构根本的、本质的变化，所以，这一文化结构碎片重建过程，印证了文化成形的规律性的变化过程，还原了文化“破坏即创造”的本质。这也是新媒体存在的价值和意义。

五、社会秩序的关系挑战

社会是有关系、有组织、有目标、有秩序的共同集体。从民族国家角度某种意义上社会还有强烈的血缘关系。如人在单位，横向的有同事关系，竖向的有上下关系，大家依秩而为，依序而事。故，社会是价值

认同、文化相似，目标统一、并具有职能分工和组织关系的社会团体。中文里“社，祭社也。”《论衡·顺鼓》。“会，聚也。”《说文》表明了人与人社会秩序建立是通过仪式确立的。社会具有相对的稳定和秩序特征。

可是，新媒体社会秩序的关系是通过人机交互技术（Human-Computer Interaction Techniques）在终端设备上对信息输入和输出来实现的。人机交互技术两种社会应用模式是：一、主动模式，即人机人、一人一机、一人多机等“人与机器的情感对话”实现个人信息从局部到整体的单向扩散过程，本质是信息内容交互过程。二、被动模式，即机人机、多机一人、多机多人等“机器与人的智能交互”实现机器信息从整体到局部的多向汇聚过程，本质是信息形式交互过程。新媒体通过快捷、友好、方便人机交互界面设计建构了这种人背靠背通过机器的隔空的新社会交流模式。在新媒体建立的一个非物理空间“第二空间”“第二人生”虚拟的赛博空间社会里，人与社会关系彻底地改变了社会与人严格严谨严密关系，并形成一种松散的自由的全新社会关系，同时投射到现实中形成对传统社会结构的巨大冲击。

新媒体条件下信息社会关系呈现如下形态：

1、虚拟化交流

传统社会的人们交流是面对面的现实交流，有强烈和温暖人性的亲切感。

然而，信息社会的新媒体交流和交往却是通过机器背对背的隔空虚拟交流（Virtual Communication）。这几年迅猛发展的 P2P 社交类网，如人人网、脸谱网等是这种交流的典型模式，大有“见字如面”古风之意思，比如，你微博和微信的人际交流，全然在不见其人、亦识其思、又知其性的状态。这种交流模式消除了人面对面交流时的尴尬和局促，以及行为不当带来的纠结和懊悔。新媒体提供的新交流空间几乎可以随

心随意和自由自在，所以此势瞬间像暴风骤雨般的形成社会交流潮流，其势涌澎湃，不可阻挡。吊诡的是：此交流模式虽然人的真实情景消失了，但虚拟场景扩大了。所谓：假作真时真亦假。

2、非理性思潮

传统社会以理性考量人之思想和行为一直是社会基本秩序的保障。

然而，信息社会人群思潮涌动新媒体界面条件下，由于对话与讲话人常常对象虚化和假想，显现出非理性思潮（Non-rationality）趋势，所以以个人的感性激情为触发和出发点意见表达变动随心随性，呈现几何裂变式的思潮涌动，应证了传播学的 $R=ia\lg s$ 公式：即讯息越模糊不清、越重要紧要，传播的越快越广。比如，社会热点难点信息一旦发布，由于，信息被无穷放大和曲解，常常情况是信息经过无拘束约束的曲解和放大，经过 n 次传送的信息，如同击鼓传花和添油加醋与原来模样截然不一。并潮汐般的来得快去得快，完全处于非理性状态。陷入不以事实为依据、仅凭传说和情绪笼罩的非理性思潮中，矛盾的是：这种驱动社会巨大能量的无目的动作，往往会形成某种有目标的集体理性判断，所谓：无目的即目的。

3、弱关系结构

传统社会人际关系通过各种各类组织联结粘连紧密，可信可靠可依。

而信息社会的人际联系是假手新媒体在陌生环境下通过六度分割理论，在朋友的朋友的朋友中间进行跨界、跨圈联接，凸现出个人化松懈和离散的社会弱关系结构（Weak Relationship）。比如，新媒体条件下的“微友们”无亲疏之分深浅之别，实现了信息面前人人平等并构成一种新型的弱关系结构，这种关系已经完全和完整的在当代社会形成。冲突的是：虽然人际关系分散羸弱，但价值力量凝聚强大。所谓：越弱愈强。

4、微力量组织

传统社会人组织力量靠严整完善庞大的社会层级关系，逐级管理和
社会分类的逐层约束的。不仅紧密而且强大。

然而，信息社会通过新媒体的自交自由式的连接，形成无数的小圈
子，人的关系呈现出是熟悉而陌生，密集而疏远的微类形式，以情感为
基础进行无拘束无目标的快速而迅捷力量集结，显现出新的微力量组织
(Micro Power) 形态。比如，在新媒体社会人群的汇聚是快捷和方便
以及平等的，他们可以为音乐、商购、旅游，甚至政治瞬间的随时聚散，
并在单一目的完成后，迅速消失，显现出方便、快速、平等、自由的基
本特征，由于其来无踪去无影、全然放纵的自由状态，全世界都对这种
新的社会关系无所适从，不知所措。这是一种过去从未有过的新型社会
组织力量，已然存在。我们基本无所适从。悖论的是：表面微不足道的
能量，由于管道畅通而组织效能惊人。所谓：而弥坚而脆弱。

新媒体通过人机交互技术将通过某种仪式的传统社会人与人直接
交流模式，异化为当代社会的人与机器的间接交流模式，既打破和冲击
了原有的社会秩序格局，又重塑了一个用户自主、自由、自行、自己新
社会关系，并还原了社会的本质意义。

事实上，此时新媒体已经挤满和逼近了我们的全部生存空间。这种
由科技小技术，引发社会大革命例子，在人类科技史比比皆是。如钟表
发明：使时间标准成为一切价值的衡量的标准时，马克思将钟表为一切
机器的原形，时间标准是工业化的基础，时间控制了人类。如轮子发明：
不仅加快了人的速度让人走的更远更广，更大的意义在于是最大限度延
伸了权力范围。火药发明：人类通过马克机枪，最后到原子弹的应用，
发挥了兽性。印证了亚里士多德“人是理性的动物”的结论。蒸汽机发
明：不仅使人延伸自己能力，而且高估自己，敢于向大自然挑战力量、
耐力、重量、速度。流水线发明：将工艺分解，改变了人的整体意识，

变得支离破碎。标准化发明：使一切均可零件互换，促使世界统一。可以预见，人机交互技术在人与人通过机器的简单交流模式基础上，将以新的人机智能意识互通、心灵感应的交流模式成为技术发展主流。

这一点我们一定要有极为清晰的认识。

但是，这次，我们将要面临的新媒体社会革命性挑战，与以前完全不同。一，时间太快。二，面积太大。三，点击太深。因而，这次更深刻，更全面。比如，在国家颁布国民经济行业分类中随便拣出几个领域，便可感受到新媒体所带来的刺激和冲击。

如新闻出版广电领域：新闻，当用手机在任何地点时间发现发送新之所闻已是百姓一乐事时，新的所闻大众化了，还有新闻否？出版，当个人可以通过数字出版自由编辑自己的电子书，并网上发行时，出版意义在哪？电视，移动节目远比电视节目方便快捷友好时，一定回家看电视行吗？电影，用手机或电脑制造微电影大行其道时，电影还是电影？

如制造通信计算领域：制造，当数字设计将制造和设计分开，向全世界分送订单时，工厂厂房还在吗？通信，当信息负载在物体和机器，以及网络上后，人更多的是人与物、物与人、物与物的通信。

如零售商业物流领域：商业，当网购成风成势成习惯时，商店成为展示厅后传统商业还能饭否？物流，当物流通过数字人机物统一精准分发和分送，小鬼行业做大时，谁还记得去商店买东东一事？金融，当电子货币流行虚拟支付成为信誉的保障时，谁还担心金融诈骗？

如科研教育医疗领域：科研，当科研离开纸质计算向图像可视化迈大步时，虚拟仿真的宏观和微观世界淋漓尽致毕现时，科研不成趣事么？医疗，如果虚拟医疗可以解决病痛时，现实和非现实医院同时行动时，医院还排队挂号吗？教育，当信息对学生和教师完全对称时，教师，这个信息的拥有者就只剩下辅导意义了，教还有育么？

如文化体育旅游领域：演艺，当任何在剧院物理空间的演出可以全

程数字仿真直播后，世界还会存在艺术空白处吗？娱乐，当音乐会可以用数字增强方式加强演出效果时，谁还会去现场“伸长脖子”张望明星风采？体育，当体育赛事可以超物理空间的查询和观战后，还需千里迢迢参加赛场的吼叫吗？旅游，当可以虚拟去世界任何景点旅游时，谁还会体会舟车劳顿？

实际上，新媒体对社会变形乃至挑战源自信息泛载理论形成的关键有三点：一是智能手机普及，在技术上“终端到终端”的信息管道打通。实现了没有中间环节的信息无缝连接。二是传播手段普及，在内容上实现“每个人对每个人”的信息传送可能，实现了信息制造者的自由与自在。三是信息泛载——无处不在、无处不有、无所不能信息，原有的社会结构秩序弱化和消解，形成了新的形态。

新媒体条件下，信息社会呈现出与传统社会完全反向运动。工业社会关系是结构化的有秩序、有组织、有目标、单向化为特征，而信息社会关系是非结构化或半结构化无序的、无组织、无目标、多样化为特征。信息社会应验哈贝马斯社会交往行为理论，消解了以工具理性为目的“制度世界”人约束的“合法性”丧失，使社会突然处在以个体经验和行为准则为主体的“敞开的社会交往行为”中，形成的所谓“真实性、正确性和真诚性”社会，形成新社会的文化传统。有无政府主义之嫌。当然，而这个新社会既不是简单的重叠社会，又不是彻底的颠覆性社会，而是一个社会秩序的挑战和重塑的问题。

20年前，一批信息技术先锋，面对全球“工业世界的政府”，在瑞士达沃斯发表的《赛博空间》宣言预言式地明确指出“……我们不欢迎你们，……你们不享有主权。……自然地不受你们强加给我们的专制的约束。”信息社会决定力量是社会信息。我们要“以未来的名义”建设不是肉体存在的，自我的“不受任何约束，自由飞翔的‘赛博空间’，”在“我们的世界里，……都属于一个无缝的整体——比特的全球交谈。”

在“我们的世界”“普遍认可的唯一法律就是……：己所不欲，勿施于人。”这是，在新技术新思维新行动催生下对旧社会的联合新诉求。他们最后呐喊到：“这种文明将比你们这些政府此前所创造的更为人道和公平。”

如今，以新媒体为载体赛博空间，已经深刻地改造和改变了，这个我们曾经熟悉和依赖的人类社会。