

关系-信息-场域:非理性因素增强下 未来传播模式的探讨

喻国明 李 钊

摘要:数字文明时代,非理性因素作用日益凸显,人类有限的认知资源愈发珍贵。关系、情绪和情感作为非理性因素的内核深刻影响以“捷思”为代表的快决策系统。非理性因素增强下人类面临三个身体转向:物质身体转向、文化身体转向、技术身体转向。物质身体转向经历了感官通路的多元聚合与感官的离散回归,消解长程记忆,促使短程记忆占据认知机制的主导地位,进而呈现感性至上的价值偏向。文化身体转向下趣缘成为主要连接方式,“第三场所”成为主要活动空间,驱动社会组织结构部落化,构建自由和规则下的关系链接。技术身体转向下传播媒介的演变推动介质迭代和世界的重组与升维,实现意识主体和身体主体到赛博格化身的虚拟在场。非理性因素增强下身体转向促进传播模式迭代,非理性信息占据人类认知带宽,促进社会认同;关系链接下的信任传播和接力传播,促进社会沟通;DAO指导下的场域构建,促进社会协同,进而构建以关系-信息-场域为核心的未来传播模式。

关键词:关系-信息-场域;非理性因素;物质身体;文化身体;技术身体;未来传播模式

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2023)03-0005-12

基金项目:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(20JJD860001)

数字文明时代,非理性因素是影响用户认知判断和行为发生的关键因素。所谓“非理性”并非“三理性”理性,两者不可混为一谈。随着社会科学领域的“关系-情感”转向,作为非理性因素内核的关系、情感与情绪的作用日益凸显。从个体认知过程来看,非理性是一种与熟思相对的信息加工机制。^[1]心理学家卡尼曼提出人脑具备快与慢两种决策方式,一是基于无意识系统的“快决策”,即依赖情感、记忆和经验迅速做出的决策;二是基于有意识系统“慢决策”,即调动尽可能结构化的认知中资源进行较为深入的分析和判断。^[2]在信息过载环境下,人们有限的认知能力和认知时限只能用在极少数极为重要的事项上,因此以“捷思”(mental shortcuts)为代表的快决策逐渐成为人类行为决策的一种常态。

如今人类正处于一个充满迷宫式选择与错愕的纠结年代,社会正经历着一场深刻的革命,从未有哪个时代的社会格局像现在这样纷纷扰扰、万象横生。在这一场景下,非理性因素在传播过程中逐渐取代理性因素成为信息的主要表征。根据唐·伊德的三个身体理论,非理性因素对人的物质身体、文化身体和技术身体产生潜移默化的影响,进而通过身体转向深刻影响社会认知、社会沟通、社会协同。本文从身体与技术的关系层面探讨传播模式更迭,构建以关系-信息-场域为核心的未来传播模式,为人类的数字化生存、交往与沟通提供指引。

一、非理性因素增强下人的三个身体转向

(一) 物质身体转向

非理性因素增强下的物质身体转向作用于感官模式、认知机制和价值观念。现象学派胡塞尔、梅洛-庞蒂提出物质身体概念,伊德认为物质身体是肉身建构的身体,具备运动感、知觉性、情绪性的在世身体。^[3]

1. 感官模式:感官通路的多元聚合与感官的离散回归

感官通路由单一走向多元。哈特依据信息传播过程中物质身体和媒介技术的介入程度将传播媒介形态分为“示现”“再现”“机器”阶段。^[4]示现阶段,个体依托口耳等身体媒介实现信息交互和意义传达,无须以媒介技术为中介,呈现出人类传播活动的原初样貌。再现阶段,以报纸、图书、杂志等为代表的再现媒介以“延时”且单通道的模式作用于信息传输环节,呈现以视觉为中心的感官活动。^[5]机器阶段,以电话、电视、计算机等为代表的机器媒介驱动人们的感官认知回归“即时”交互轨道,拓宽了视觉、听觉等多通路的感官交互。^[6]伴随媒介技术发展,传播环境中的感官通路从单通道走向多通道的复合感知信息。^[7]深度媒介化的元宇宙时代,基于大数据、区块链、算法构建的虚拟时空中,个体以数字化形式生存,实现感知通路的多元回归。

感官与物质身体的关系呈现聚合——离散——回归状态。就感官与身体的关系而言,媒介作为物质身体的延伸,将个体从物质身体中解放出来,赋能个体行动度和自由度。媒介技术赋能个体获得超越物质身体的经验和知觉,依托媒介技术实现视、听、触等感官认知,甚至跨越时空局限,跨越过去和未来,勾连远方与当下。^[8]从口耳相传的起源阶段到大众传播时代,再到数字文明时代,媒介技术赋能物质身体和感官,使其呈现离散回归态势。口耳相传的起源阶段,物质身体与感官仍处于聚合态,个体的感官依托人类的血肉之躯实现信息获取。人类凭借口、耳、眼、手等感官媒介借助青铜器、铁器等工具制作石刻、碑刻等硬质出版物。大众传播时代,以报纸、杂志、电视、广播为代表的媒介通过模拟视觉、听觉效果驱动物质身体与感官的初步分割,个体凭借媒介延伸“器官”进入传播环境。数字文明时代,XR和脑机接口等媒介技术的发展,人类以数字形态生存于虚拟时空,元宇宙赋能个体的全感官延伸,驱动器回归物质身体,拓宽了个体的行动广度与深度。

2. 认知机制:长程记忆消解与短程记忆占据主导

智媒时代,算法技术内嵌于媒介生态中,算法推荐机制对用户的媒介素养提出挑战,引发空间、感官、意识形态和场景偏向。^[9]伊尼斯的传播偏向理论将媒介分为时间和空间偏向媒介。^[10]时间偏向强调跨越时间和传播者对媒介的垄断,例如个人、特权、宗教媒介;空间偏向强调跨越空间障碍和世俗化、平民化,例如大众、文化媒介。就算法机制来看,算法作为底层逻辑内嵌于信息生产传播全流程,可以实现留存信息功能,超脱信息传输的时间局限,然而算法推荐机制主要呈现空间偏向。

算法推荐机制依据时序流行度进行推荐。^[10]评判流行的标准是话题热度、流量关注度、热点的价值和意义属性。追求用户偏好是争夺注意力资源和算法设计的初衷。数字文明时代,算法机制潜移默化地影响用户认知机制,主要表现为记忆层面,长程记忆的消解和短程记忆的崛起。^[11]精准的信息推送催生信息过载现象,表面上看似满足了用户的个性化需求,实则以高频次和同质化的信息麻痹用户的认知机制,使得用户产生认知障碍,“拒绝记忆”逐渐成为用户的惯习。^[10]由于人们认知资源的有限性,同质化信息反复冲刷用户的注意资源和记忆容量,信息过载情境下,人们倾向于采用快决策系统,依赖情感和经验快速决策。根据详尽可能性模型等说服理论,相较于逻辑、理性的说服路径,以情感、经验为直觉的非理性说服路径更容易调动。传统的长程记忆逐渐被结构,短程记忆占据记忆的主导线路,进而影响线性、理性、逻辑的思考模式。

3. 价值偏向:理性消解与感性至上

马克斯·韦伯将人的理性划分为工具理性(instrumental rationality)和价值理性(value rationali-

ty)。启蒙运动之后,理性取代了诸神的地位,将欧洲引入现代性叙事。韦伯把西方近代社会的发展归结为理性化过程,他认为理性化是为近代世界祛魅。西方社会的近代化体现在“文化”和“社会”层面的理性化。科学是人类在认识世界方式上的理性化,工业是经济生产上的理性化,官僚制是社会组织架构上的理性化,三者构成了西方工业文明的基石。由此可见,现代化就是理性化的过程,现代社会就是理性社会。官僚制(bureaucracy)不同于官僚主义,是一种社会组织架构,追求系统运行的高效率和整体效益,而非个体感受。^[12]非个人化(impersonal)的特征简化了人的属性,强调人的工具理性。^[13]近代工业文明受理性驱使下构建,大众传播时代的媒介技术和信息传输同样受理性内核感染,这种秩序和理性构成了大众传播时代的价值观要素。

数字革命背景下,个体行动自由度被激活,微粒化社会到来,伴随而来的是传统价值观的消解与新价值观的重塑。传统以理性、逻辑为特征的价值观和行为准则日渐消亡,以非理性、感性、情感、经验为特征的价值观和决策模式在人们的认知机制和行为模式上占据主导地位。智媒阶段,媒介技术对激活个体用户,通过趣缘、业缘等关系连接用户,构建去中心化的数字社会。不同于以往科层制社会,社会组织结构的转型必然孕育价值观念的重塑,影响人们的认知结构和行为模式。感性体验成为用户审美想象的全部内容,消解用户主体的理性参与,追求极致感性化的用户体验已然成为虚拟文化生态的重要意象表征。^[7]认知心理学中可获性捷思(availability heuristic)概念对人们的认知和决策过程起到关键作用。捷思一直是人们使用先验记忆判断的捷径,即个体在认知决策过程中依赖最易得的经验作为判断的依据。^[14]人类记忆中富含情感共鸣和关系认同的信息更易被察觉,在认知资源有限的前提下,可获性捷思变成了主要的决策途径。富含情感和关系因素的非理性因素消解了理性主义,重塑了用户的认知结构和行为决策。

(二)文化身体转向

非理性因素增强下的文化身体转向作用于圈层和关系连接方式。批判现象学的福柯提出文化身体概念,意指社会文化建构的身体,人类是在社会性和文化性的内部建构文化身体,如文化、性别、政治、阶级等身体。^[3]

1. 连接方式:趣缘崛起与“第三场所”的延伸

传统社会学将社会群体分为血缘群体、地缘群体、业缘群体和趣缘群体。此处的“缘”是社会关系的连接。血缘群体基于生育关系形成,地缘群体基于地理空间关系形成。费孝通认为,“从血缘结合转变到地缘结合是社会性质的转变,也是社会史上的大转变。”^[15]中国社会学认为业缘群体出现于新中国成立后的计划经济时代,个体进入单位或人民公社等业缘群体才能被纳入国家资源配置的格局。^[16]改革开放后,一方面,家庭联产承包责任制强化了农村的亲属关系;另一方面,在商品经济发展下亲缘群体呈现弱化趋势。经济体制和生产力的发展驱动从个体连接方式经历血缘、地缘和业缘的变化。

数字文明时代,社会关系的连接随着媒介技术的发展而变迁。如今城市社会组织的基础不再是基于血缘或地缘构成的单一关系,而是基于非理性的趣缘关系。趣缘群体具备文化共同体内涵,同一趣缘边界内的成员共享一套文化图示,群体认同、情感互动与自我身份调试激活趣缘群体与传统社会中的血缘、地缘群体的关系连接。^[17]媒介技术与交通设施激活了近似不变的传统地缘群体,城市中不同兴趣、不同喜好的个体因“趣”聚合,共同的兴趣、爱好、偏好使不同群体产生情感共鸣与关系连接。趣缘群体与社会学家奥登伯格提出的“第三场所”具备相似内涵。“第三场所”意指在第一场所(居住生活空间)或第二场所(工作生产空间)之外的休闲娱乐与社会交往场所,例如公园、图书馆等。^[18]伴随媒介技术的发展,第三场所早已超脱现实物质的局限,走向虚实共生,包含网络、游戏等虚拟环境。趣缘群体在第三场所的信息交换、情感交流、文化传承和关系连接等活动反映了脱离乡土社会的个体如何寻求自我庇护和安慰的新渠道。^[19]

2. 组织结构:重返部落化与地球村形态

麦克卢汉认为电子媒介的出现势必催生组织结构的转换。二战后,人们对媒介技术的发展持乐观态度,人们认为信息传输效率的提升将解构科层制社会,实现去中心化发展,帮助人们从机械控制中解脱。数字文明时代,社会组织结构变化显著,麦克卢汉在《理解媒介》中提出的“再部落化”概念熠熠生辉,“媒介是人的延伸”观点贯穿麦克卢汉的思想历程。他认为现代人类社会依托媒介技术进步将重返部落化时代,恢复人类的感官平衡态,形成同步、同一、同时、整合的地球村。

美国社会哲学家刘易斯·芒福德提出城市进化观念,他认为机械式的世界图景逐步解构,转向有机整体的人类文明,新能源的出现激活关系链接,预示新技术时代的滥觞,赋能社会革命性变化。^[20] 麦克卢汉在此基础上提出媒介技术关联催生有机信息传播方式,电子媒介延伸了人类的中枢系统,改变了人们的交往模式和社会组织结构。有学者认为元宇宙强调的全感官延伸弥补了网络技术的视觉偏向,当人类在元宇宙时空中实现全感官的真实交流后,元宇宙将驱动人类社会的组织结构重返部落化,塑造具身性、符号化、游戏性的人际传播新景观。^[21] 这种新型的信息传播方式孕育媒介环境变革,驱使人们从分割化、原子化的机械世界走入具备整体模式和集体意识的部落世界,使得微粒化个体重新进入部落生活的凝聚态,重新成为部落人。^[22] 新环境与新关系改变了人类信息传播与空间组织结构,媒介技术拓展人体的外在延伸渠道,加速社会流动,淘汰传统社会组织形态,演绎了社会组织架构的演变历程:村落、城邦、城市社区、帝国、工业城镇、都市空间、地球村,其中地球村代表着新型社会组织架构。^[22]

3. 游戏媒介:自由和规则下的关系连接

游戏具备媒介的一切性质。未来游戏将愈发普遍,一方面,游戏将成为社会实践的主场景;另一方面,游戏将成为主流传播机制和模式。^[23] 游戏作为社会升维至元宇宙的第一媒介^[24],引导用户从媒介层面认知游戏价值。20世纪80年代理查德·巴特尔初步提出游戏化概念,即将不是游戏的事物当作游戏看待。文化学家赫伊津哈在《游戏的人》中提出,游戏是文化的本质和固有物,游戏是在特定的时空中开展活动,游戏具备规则与秩序,摒弃功利思想,游戏情绪随场景变化而波动。^[25] 受其影响,心理学家斯蒂芬森提出传播游戏观,探讨了传播的游戏性质,他认为传播是体现用户高度自主和主观的“游戏”,以全新的游戏视角看待媒介与用户的关系。

游戏本质内含两个维度:自由和规则。^[8] 自由维度意味着游戏玩家根据个人主观因素决定游戏行为模式,而主观因素很大程度上受限于非理性因素。赫伊津哈认为乐趣、休闲等非理性因素吸引玩家自愿加入。^[25] 规则维度可以保证游戏的持续运行,驱动用户自组织管理。数字文明时代,游戏即媒介将愈发凸显。去中心化的社会赋能用户自由度和行动度,将传统科层制社会下的均化大众激活为去中心化时代的微粒化个体。元宇宙以其全感官的聚合感知迁移用户于虚拟时空,人们在游戏中构建身份,进而与其他用户建立社交关系。用户在游戏空间中依据游戏规则与秩序制定虚拟社会秩序、虚拟经济秩序等,游戏玩家具备超越现实空间的自由度和行动张力。

游戏媒介在自由和规则特性下构建关系。传播游戏观认为游戏应该摒弃功利属性,关注娱乐、舒适、自由的非功利价值。“游戏论”追求自由与乐趣,非理性要素在游戏媒介中获得“正当地位”。^[8] 玩家在游戏媒介中通过情绪、情感、共鸣构建关系,同时在情感的驱动下完成游戏任务。游戏媒介通过算法机制完成资源分配和分工协作。游戏媒介是虚拟世界,虚拟世界同样具备平衡规则,秩序是世界运行的法则。虚拟世界也同样具备货币、能源、矿产、人力等多种资源,资源的分配和利用受制于用户的自由行动与协作和游戏规则的框架。游戏媒介在自由和规则特性下受非理性因素影响,构建人与人、人与物、物与物之间的关系连接。

(三) 技术身体转向

非理性因素增强下的技术身体转向深刻影响传播媒介和身体在场的演变。唐·伊德在《技术中的身体》中提出技术身体概念,意指技术建构的身体,通过技术或技术化人工物为中介建构的数字

身体。^[3]

1. 传播媒介的演变:介质迭代和世界的重组与升维

媒介技术的发展驱动传播媒介的演变,新媒介激活个体的自由度,改变关系连接方式,变更身体活动的场所空间。传播媒介正在经历从物理介质到关系介质,再到算法介质底层化的历程。大众传播时代的物理媒介主要传输资讯内容信息,受限于传输信道、传输速率,就本质而言,物理介质是窄播介质。互联时代,社交媒体平台崛起,个体交流渠道依托网络和社交平台,关系为信息传输和信息扩散赋能。伴随媒介技术的进步与更新,场景社会成为未来社会形态,进一步实现现实社会全要素意义上的“任何人、在任何时间、任何地点做任何事”的智能社会构建。^[26]未来智能社会是升维意义上的社会形态,信息高度富裕,技术高度发展,世界高度复杂,受限于人类的生理带宽,算法介质将成为资源整合、要素激活和关系连接的中介。媒介形态的虚化,是算法介质底层化的体现,在用户无知无觉的过程中传输信息、建立关系、产生共鸣,提升个体、组织、社会的自由度与协作性。

传播媒介正处于“由实向虚”和“由表及里”的历程,未来媒介的演进历程是从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”。^[27]未来媒介的演进分为现实世界和非现实世界两个阶段,“场景时代”是人类关系连接在现实世界的最高形态,“元宇宙”和“心世界”是人类突破传统局限,探索向内和向外延伸的身体。梅罗维茨发扬了场景理论,突破了戈夫曼场景理论的空间局限,认为媒介信息具备塑造场景的能力。斯考伯认为场景的核心要素是移动设备、社交媒体、数据、传感器和定位系统^[28],场景时代的本质就是基于特定场域下的个性化传播。场景时代的建构离不开客观结构和主观认识,客观结构包括群体、物质、社区等;主观认识涵盖真实性、合法性和戏剧性三个层面,分别对应真、善、美。^[29]就主观认识而言,场景时代需要辨别用户的身份和意义,判断用户的行为模式,了解用户的状态。场景时代,互联网平台依托移动设备等五大核心要素获取用户场景信息,将用户行动轨迹、行为模式、支付习惯等信息以数据形式上传,依托场景的信息愈发复杂,进而彻底激活场景变量作为关键媒介。当用户进入某一场景,算法通过已有数据分配相关要素和资源,以信息推送的形式影响用户。根据马斯洛需求层次理论,现实世界的个体离不开生理、安全、社交、尊重和自我实现需求。当用户离开固定工作地点时,算法根据距离、时间等变量决定信息推送类型(餐饮、娱乐等),非理性信息快速唤醒用户的情绪与记忆,面向用户的“薄弱点”进攻,进而从本能层面改变用户的行为决策。

囿于现实世界的场景开发,人类的自由度尚未脱离物质束缚,媒介迭代将驱动未来媒介向外开发元宇宙,向内探索心世界。^[30]游戏作为元宇宙的初阶形态,用户可以在游戏中创建虚拟身份,结识新朋友,游戏通过完善的设定,丰富的故事情节,区别于现实的虚拟场景,逼真的音效争夺用户的认知资源,使其沉浸在游戏之中。元宇宙作为一种未来媒介将彻底激活用户的自由度,在虚拟时空中创建虚拟自我,构建虚拟身份,感受全感官链接,享受居住生活、工作生产、娱乐社交的行动自由。元宇宙中的“我”可以是“我”,也可以不是“我”,甚至可以超越“我”。媒介技术延伸人类的物质身体,突破时间、空间、场景的局限,但是“我”真的了解我吗? Hestenes 提出真实世界、心智世界、概念世界的模型。^[31](图1)真实世界是独立存在的客观世界,不以脑的意志为转移;心智世界是真实世界在脑中的映射,人类在心智模型中存储着对真实世界的认知,例如个人知识;概念世界是被认可的心智世界,例如科学定理便是概念模型。人们对世界的认知便是心智模型的产生过程,认知的深入是模型优化的结果,进而构建心世界。媒介技术的进步帮助人类认识真实世界,优化人脑中的心智模型,完善心世界。脑电、多导技术的发展,逐步打开人类大脑黑箱,研究脑与人类行为、情绪的关系,但是心世界却成为新的黑箱。Frith 认为:“虽然大脑创造了我们的精神世界,但是很多情况下大脑建构的是错误的信息。”^[32]巴甫洛夫的联结学习实验研究让我们理解奖赏和惩罚是建构心脑学习的途径之一,但是我们无法解析脑将心智嵌入世界又随之隐瞒的原因。^[33]心理学研究表明人们无法自己挠痒的原因在于大脑的预测,人脑通过神经向手指发起挠痒指令,所以人能预测痒的感觉,即人脑会预测刺激的反应并抑制相关脑区。^[33]因此,人类感知的并不是真实世界,而是心世界。人体及人的心世

界本身极其复杂,对于心世界的向内探索是未来媒介的重要方向。

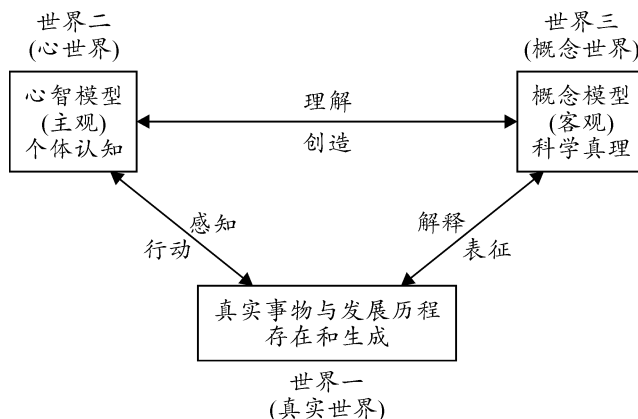


图1 真实世界、心世界、概念世界模型

2. 在场演变:意识主体和身体主体在场到赛博格化身的虚拟在场

技术身体正在经历从意识主体到身体主体再到智能主体的演变历程,阐释了身体形式和身体在场方式的变化。主流传播学承接古典社会学的理性传统思想,认为身体是与灵魂、意识、理性对立的客体,以意识为代表的主体统摄身体,即意识主体观。“我思故我在”体现了笛卡尔的理性意识主体观,强调意识的主体,排斥身体感觉的存在。这种去身体化趋势在大众传播实践历程中清晰可见,通过电影、留声机等媒介技术观察和聆听过去、未知的世界,呈现一种割裂身体和感官的在场形式。不同于意识主体观,哈里斯认为历史发展依托于身体,对身体理解驱动变化的产生,单向度考虑外部条件的作用是狭隘的。^[34]

梅洛-庞蒂打破了主客体对立的身体观,认为身体是主客体的融合,是人类观看世界的立足点。^[35]网络时代的媒介技术发展驱动技术身体的演变。人类技术身体经历两次技术革命,第一次技术革命由工业技术主导,如冶金、化工、电力等;第二次技术革命由信息技术主导,如计算机、移动网络等。正如唐·伊德所言,第一次技术革命下的技术与身体是同构的,第二次技术革命下的技术具备转化功能,使得身体能够经验到以往所不能经验的世界。^[36]这种转化功能使得技术内嵌于身体,全方位地渗透于人的知觉过程和经验身体之中,强化了技术具身性趋势,驱动身体形式走向多元。

梅洛-庞蒂提出的身体主体观,扭转了西方近代理性哲学的机械身体论。柏拉图和笛卡尔的机械身体论认为人类对真理的认识必须依靠心灵和理性,即人生意义来源于心灵和理性,在时光的流逝中身体无法对知识积累起到作用。^[37]这种主客体二元对立观念起源于古希腊的逻格斯主义,追求以原因、秩序为代表的理性因素。二元观无法适应网络时代和数字文明时代的发展需求,非理性因素在信息传输中逐步占据主导地位,解构了机械身体论的物质根基和文化根基。梅洛-庞蒂认为人类对世界的感知具备整体性、关系性、场景性,身体是认知活动的根基。^[37]媒介是人和世界之间的关系桥梁,而人是关系的连接,因此梅洛-庞蒂将身体视为媒介、意义的连接,是具现不可见之物的中介,人类以身体为依托转化可见物和不可见之物,构建真实事物、心智模型和概念模型的转换框架。

人工智能、区块链、虚拟现实等技术的发展孕育了新的技术身体,造就全新的在场形式——赛博格化身的虚拟在场。这种在场与身体主体突出的身体在场有一定联系,通过技术创造远程在场方式,连接物质身体与技术身体,开创人类存在方式的新纪元。^[38]伴随新媒介技术的发展,智能身体出现,智能身体的在场状态分为三种:携带自己的肉身、离开自己的肉身、进入其他的身体(肉身或仿真身体)。^[38]赛博格化身突破了人和机器的边界,通过全感官的整合,凸现身体和技术的双重逻辑。不

同于大众媒介时代的在场状态,数字文明时代的赛博格化身在整合全感官通路的基础上具备沉浸感的交互体验,进而实现赛博格化身的虚拟在场。这种与众不同的在场形式拓展了传统“在场”“缺席”“媒介”“实在”等概念的边界,为理解媒介和技术身体的形态和在场状态提供抓手。

二、非理性因素增强下身体转向促进传播模式迭代

李普曼认为非理性是人类社会的常态。^[39]非理性因素存在于信息传输环节之中,甚至内嵌于媒介技术之中。大众传播时代,以报纸、杂志、广播、电视等为代表的窄播媒介囿于信道容量,人与人、人与社会的关系依赖物质身体的连接,深受理性与逻辑的双重影响。数字文明时代,虚拟现实、区块链、人工智能等技术激活了微粒化个体,使得人与人、人与社会呈现全方位的连接。物质身体作为人的本源,是一切感官与经验的归宿。社会文化建构的文化身体和技术建构的技术身体成为人际传播的主体,大量非理性因素作用于社会文化和媒介环境,驱动文化身体和技术身体主导社会认知、社会沟通与社会再组织与自组织。^[40]非理性因素作用下,信息通过关系在特定场域下传播,“人的关系-信息-场域”将成为未来传播模式。

(一)非理性信息占据认知带宽,促进社会认同

媒介技术发展驱动数字文明时代的到来,感官与物质身体的关系呈现离散到具身的趋势。大众传播时代,以报纸、广播等为代表的媒介模拟视觉、听觉效果割裂身体与感官之间的联系,个体依托媒介延伸的感官感知外部世界;数字文明时代,虚拟现实和脑机接口等媒介技术的发展赋能智能身体,以赛博格化身形态存在于虚拟时空,通过多感知通路的聚合营造沉浸式交互体验,元宇宙赋能个体全感官延伸,驱动感官内嵌于赛博格化身,进而占据物质身体的认知带宽。

数字文明时代的信息数据以前所未有的速度生成,数据生产不局限在用户和机构生产,传感器、AI等机器数据生产逐渐成为趋势。近日,“美版今日头条”BuzzFeed与OpenAI合作,未来将使用ChatGPT协助内容创作,BuzzFeed联合创始人兼CEO乔纳·佩雷蒂指出:“今年,AI创作内容将从研发阶段转变为核心业务的一部分。”^[41]ChatGPT上线5天即突破100万用户,远超Tiktok、Instagram等平台突破100万用户的覆盖时间,ChatGPT的火爆表明未来数据生产迎来人工智能创作(AIGC)革命。微软公司调整战略部署,聚焦生成式AI对微软业务的底层革命,整合ChatGPT与搜索引擎Bing,搜索结果一改以往冷冰冰的文字链接,呈现一段段有文字出处的充满温情的答案。数据总量无限度扩张,而人类的认知带宽资源却处于相对恒定的水平。国际数据公司IDC认为,仅在2022年,全世界创建和复制的数据量就将达到101泽字节^[42]。1泽字节相当于一万亿GB。由此,内容数据的无限性与认知资源有限的矛盾催生未来传播的关键议题——认知争夺。基于对个体影响程度可以将认知争夺分为三个层次:第一层为浅层争夺,强调经验认同;第二层为中层争夺,强调情感认同;第三层为深层争夺,强调行为认同。^[8]物质身体层面的认知资源局限将成为数字文明时代的阿喀琉斯之踵。

当前网络形态的改变加剧了非理性因素的崛起,信息传播呈现新样貌,个体成为信息网络传输的主体,认知带宽作为身体层面的重要资源,占据认知带宽成为传播全流程的重要议题。

社会心理视角下,个体情感和群体情绪是非理性因素的形成机制。^[43]根据马斯洛需求层次理论,人类的需求分为低层次需求和高层次需求,数字文明时代人类普遍追求更高层次的精神需求。网络赋能用户意见表达与传播,人类在网络空间和虚拟时空中的表达欲被激活,收获尊重和自我实现的需求愈发强烈,网络社交活动愈加自由。囿于用户教育背景和知识水平,富含理性和逻辑的内容信息相对于信息总量而言微不足道,增添了内容信息编码和解码障碍,因此信息网络中获得广泛传输的内容普遍具备情绪价值强烈和观点清晰简洁的表征。非理性的内容表达有助于争夺用户的注意资源,帮助部分用户收获网络认同与尊重,进而实现高层次的自我实现需求,这一网络现象为信

息传输增添了非理性内涵。用户的网络非理性传播一方面实现了个体的高层次需求,另一方面解放本我。弗洛伊德认为人格由本我、自我和超我建构。本我是人格最原始的部分,趋向唯乐主义;超我是接受社会道德规范的管制部分,自我介于两者之间。^[44]用户在信息传输网络中具备自我、本我、超我三种状态,个体人格会根据信息属性与自身契合状态确定信息传播行动。弗洛伊德的心理防御机制认为,人们在面对挫折和社会现实的打击时,内心倾向于解放本我,释放压力,将危险的情感转移至安全环境释放。^[45]网络空间的匿名性为非理性因素的传播创造了最佳环境。

就群体情绪而言,群体有别于个体特征,会形成集体心理。法国心理学家勒庞认为群体中个体容易丧失理性,被群体裹挟,产生非理性行为。^[46]分析群体情绪,可以从社会认同理论入手分析群体心理。社会认同包含三个心理过程:社会分类、社会比较和积极区分。^[47]信息传输具备圈层化、部落化特征,相似观点的汇聚与碰撞便是社会认同的过程,秉持同类观点的群体不断集聚,沉默的螺旋效应作用于群体内部,实现群内认同。群体的群内认同过程催生群内偏好和群外偏见,进而产生非理性行为。^[48]群体内部倾向于认同相似情感,形成群体情绪,这种情绪往往反映于信息生产和传输环节,凸现非理性因素对信息的影响,进而改变社会认同。

(二) 关系链接下的信任传播和接力传播,促进社会沟通

关系传播作为社会传播的主流传播形式,媒介技术发展推动人类社会重返部落化,关系价值愈发凸显。不同于行政赋权和市场赋权,媒介技术推动关系赋权的诞生。关系赋能和关系赋权是以互联网为代表的媒介技术整合诸多要素发挥功能和价值的本质。^[49]

“关系”作为一种新的媒介,驱动关系发挥整合功能离不开非理性的情感因素,关系认同与情感共鸣呈现一体两翼态势。互联网、虚拟现实等技术解构传统科层制社会,释放层级分明的均化大众,激活微粒化个体,强调个体的能动性和主体性。大众传播时代强调内容的资讯价值,忽视了内容的关系价值。数字文明时代,媒介技术赋能内容的关系价值,内容的资讯价值并不是至关重要的。经典传播学研究认为,富含逻辑和理性的因素对人的影响仅占20%左右,而人的表情、动作、语气等非理性因素占比高达80%。数字文明时代,关系价值与情绪和情感的共鸣愈发紧密,逐渐成为影响人们沟通、认知的关键帧。关系互动存在强弱之分,美国社会学家格兰诺维特认为关系具备不稳定性,可以分为强关系和弱关系。强关系意指群体联系紧密,属于群体内部纽带;弱关系意指群体联系相对松散,属于群体外部纽带。^[50]

强连接群体推动互信合作关系构建,弱连接群体提高信息传输效率。^[51]以微信为代表的强连接群体反映了圈层化社交的稳定性和黏性,熟悉的意见领袖生产或传播信息,以无信念劝说、无目的交流等春风化雨的方式改变群体内部成员的认知和态度,强化群体内部互信合作关系构建。^[52]微博、小红书等媒介平台主要聚集弱连接群体,此类平台会因为任意观点、事件、话题等趣缘等要素聚类成群,通过@、截图、分享等跨平台传输行为,形成一级平台到二级平台再到三级平台的接力传播模式。接力传播促进同质群体外的弱关系连接,进而提升信息传输效率。信息的跨圈层传输和关系的跨群体构建离不开数字接力传播和信任传播的中介。数字接力具备协同整合信息平台,实现信息传播与转换的能力;信任是群体交流沟通的前提,无信任无交流。数字文明时代,媒介技术驱动赋能接力传播和信任传播迭代,以大数据、算法等技术聚焦用户群体,传播和投放富含情感的非理性内容,促进强弱关系群体的信息接力。脱离传统多级平台的信息接力,未来的数字接力将成为虚拟时空的数字接力,诸多平台、群体将聚合于虚拟时空,“地球村”将实现真正意义上的互联互通。传统IP定位等技术无法满足虚拟时空信任构建的需求,以分布式账本、非对称加密、智能合约等技术凭借去中心化和数据难以篡改的核心特征填补虚拟时空的信任根基,促进赛博格化身在虚拟时空中的信息交流、金融交易、版权交易等行为。

互联网时代到数字文明时代,激活了微粒化个体的价值,创造了以赛博格化身为单位的新型社

会个体,重塑了社会沟通样貌。互联网作为去中心化的分权平台,伴随媒介技术的进步,去中心化趋势愈发明显,信息特征从可信、可溯源、可查询演变为易信、易溯源、易查询。信息特征、信息传播模式、社会关系的演变促进强弱关系的转化与延伸,促进社会沟通和资源的整合调配。

(三)DAO 指导下的场域构建,促进社会再组织

2022 年被称为 DAO(Decentralized Autonomous Organization, DAO)元年,DAO 意为去中心化自治组织。DAO 基于区块链技术,整合分布式存在的微粒化个体,以智能合约和分布式账本等核心技术保障组织内部生产、传播、流转模式,具备高度自治自理的能力。^[53] Web3.0 与 DAO 相辅相成,均符合去中心化特征,Web3.0 阶段具备开放、共享、共建、共治等特征,群体以 DAO 为组织形式,参与经济建设、社会协作和利益分配机制。以太坊创始人布特林提出,DAO 是资本组织,以自动化为内核,通过软件协议操控组织,人类处于组织的边缘支点,受算法程序调度。^[54] DAO 瓦解了中心化的科层社会场域,模糊了领导者和执行者的界限,组织具备共同目标,实现共同利益,共享未来收益。DAO 作为一种统摄性范式指导场域构建,促进社会再组织。

据 DeepDao 统计,截至 2022 年 6 月,已有 2228 个 DAO,其中 98 个 DAO 的资产规模超 1000 万美元,分属协议、社交、投资、服务、创作等类别。^[54] 最近诞生的明星 DAO 组织 PubDAO 在项目介绍书中将自己形容为分散的数字版美联社,在碎片化阅读时代,该组织希冀以分散的组和激励措施释放创作者的才华。伴随参与主体增加和项目扩展,DAO 协作模式将面临信息传输效率、代币激励效果等阶段性问题。DAO 是高度依赖代码运作的数字化组织,不同于传统规章制度制定者的人治逻辑,DAO 指导下的场域构建是基于所有用户的共识,依托智能合约技术自主运行。区块链技术凭借不可篡改、易追溯特性使得信息公开透明,为关系构建奠定信任基石。DAO 具备高度自主自治能力。^[55] DAO 组织消除阶级、层级、权力的束缚,赋权个体物质身体、文化身体和技术身体,群体内部高度平等,持有代币的每位成员均享有发起投票和表决的权力,群体内部平等协商有助于创意迸发、决策执行、群体关系构建等诸多方面。

DAO 指导下的场域构建通过关系聚合,配置社会资源,解决社会问题。DAO 离不开算法的配置价值,整合个体、场景、关系等微粒化元素,塑造全新交互场域。未来赛博格化身所处的场域可以分为无差别场域和专业性场域。无差别场域适用于任意群体,消弭阶级、等级、层级关系,消除数字鸿沟,遏制数字特权群体的产生,促进信息精准投放。专业性场域适用于专业群体,促进精细分工与专业生产,保障场域的平稳运行。

三、结语

伴随社会科学领域的“关系-情感”转向,以关系、情感和情绪为代表的非理性因素作用日益突出,个体认知的信息加工机制经历了从传统基于理性与逻辑的“慢决策”系统到现代基于非理性信息的“快决策”系统。依据唐·伊德的三个身体理论,非理性因素增强下人类面临三个身体转向:物质身体转向、文化身体转向、技术身体转向,通过身体转向的耦合影响社会认知、社会沟通与社会协同。

物质身体转向主要作用于人的感官模式、认知机制和价值观念:感官通路由单一走向多元,感官与物质身体的关系呈现聚合——离散——回归状态;人的认知机制中长程记忆消解,短程记忆占据主导地位;人的价值偏向面临传统理性价值的消解和感性价值加持的转变。文化身体转向主要作用于圈层和关系的连接方式:趣缘成为群体关系连接的新基准,第三场所成为趣缘群体的主要活动空间;社会组织结构重返部落化,地球村成为新型社会组织架构;游戏媒介作为未来社会实践的主阵地,自由和规则特性将影响人类的关系连接。技术身体转向主要作用于传播媒介和身体在场的演变:传播介质经历从物理介质到关系介质,再到算法介质底层化的迭代,传播媒介正处于“由虚向实”和“由表及里”的历程,未来媒介正处于从现实环境下的场景时代升维至“元宇宙”乃至“心世界”,探

索更深层的心世界将是未来媒介的重要方向;技术革命下的技术转化功能拓展了人类的感知边界,驱动身体形式走向多元,人类的在场状态经历了从意识主体和身体主体在场到赛博格化身的虚拟在场,技术赋能身体的远程在场,开创人类存在方式的新纪元。

身体与技术的关系剧变推动传播模式更迭,深刻影响社会认知、社会沟通、社会再组织。未来,人类文明将超越物质身体局限,进入赛博格化身所处的虚拟时空,非理性信息通过占据多感知通路营造沉浸感的交互体验,占据用户认知带宽,进而改变行为决策模式,最终影响社会认同的构建。微粒化个体赋能关系价值,依托关系连接传递信息和构建信任,形成跨平台、跨圈层和跨群体的接力传播模式,通过区块链技术弥合虚拟时空的信任根基,促进社会沟通与资源整合。人类在 DAO 范式指导下形成平等、开放、创新的内部关系,塑造全新交互场域,推动构建社会协同机制。非理性因素增强下,身体与技术的关系演进驱动传播模式的更迭,最终构建以“关系-信息-场域”为核心的未来传播模式,为人类数字化生存、交往与沟通提供指引。

技术的进步与发展深刻影响传播模式的更迭,大语言模型(LLM)、生成式 AI、机器学习等技术的发展将进一步影响人类物质身体、文化身体和技术身体。以 ChatGPT 为代表的生成式 AI 进一步拓展人类活动边界,提升人类实践活动的自由度,赋予人类社会平均水平之上的语言表达与沟通能力,乃至图像、视频等多模态信息的生成与调用能力。未来,生成式 AI 可能作为人类的智能管家,延伸人类脑力,解放人类体力,形成“以人为本”的新型媒介,通过新一代智能互联技术赋能普罗大众跨越“能力沟”障碍,实现个体的再赋能,进而实现社会的再启蒙。库尔德利认为,对于媒介的研究应该着眼于媒介对特定的行动场域(field of action)的影响。^[56]未来生成式 AI 技术进一步拓展人类自由度与社会实践边界,影响人类的感官模式与认知机制、关系与圈层的连接方式和世界的升维与重组。技术演进持续影响身体与技术的关系,进而对未来传播模型的更新与迭代提出新的要求,为人类身体在新技术、新形势、新场景下的交往、沟通与生存提供指引。

参考文献:

- [1] 杨颖兮,喻国明.传播中的非理性要素:一项理解未来传播的重要命题.探索与争鸣,2021,5:131-138+179.
- [2] 丹尼尔·卡尼曼.思考,快与慢.教育,2012,28:95-95.
- [3] 杨庆峰.物质身体、文化身体与技术身体——唐·伊德的“三个身体”理论之简析.上海大学学报(社会科学版),2007,1:12-17.
- [4] A. Hart. Understanding the Media: A Practical Guide. Routledge, 1911:5.
- [5] 陈翔.论媒介系统与身体之关系——基于 A·哈特的“媒介系统论”.西南民族大学学报(人文社会科学版),2012,9:159-162.
- [6] 白寅,陈俊鹏.“场景符号”与“符号场景”:融媒体时代网络游戏的审美体验格局.新闻界,2019,7:48-55.
- [7] 喻国明,郭婧一.从“舆论战”到“认知战”:认知争夺的理论定义与实践范式.传媒观察,2022,8:23-29.
- [8] 刘彧晗,喻国明.游戏作为 DAO 媒介:数字文明时代社会的“再组织”方式——兼论媒介与人类存在方式的演进.新闻界,2022,12:25-36.
- [9] 陈昌凤,吕婷.“去蔽”的警示:算法推荐时代的媒介偏向与信息素养.中国编辑,2022,5:35-39.
- [10] 哈罗德·伊尼斯.传播的偏向.何道宽译.中国传媒大学出版社,2015:27-30.
- [11] 喻国明,颜世健.认知竞争时代的传播转向与操作策略.东南学术,2022,6:227-237+248.
- [12] 马克斯·韦伯.经济与社会(上卷).林荣远译.商务印书馆,1997:111-113.
- [13] 韩升,李筱.世界的“祛魅”与现代精神世界的重建——由马克斯·韦伯展开的思考.内蒙古社会科学,2021,5:47-56+213.
- [14] K. Riddle. Always on My Mind: Exploring How Frequent, Recent, and Vivid Television Portrayals are Used in the Formation of Social Reality Judgments. Media Psychology, 2010, 13(2): 155-179.
- [15] 费孝通.乡土中国生育制度.北京大学出版社,2022:72-78.

- [16] 孙立平.“关系”、社会关系与社会结构. 社会学研究,1996,5:22-32.
- [17] 欧梵瑞,石力.“情感”捆绑“交换”:虚拟趣缘社区中的女性青年交换行为研究. 中国青年研究,2023,1:70-78.
- [18] R. Oldenburg. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. Da Capo Press, 1999.
- [19] 徐赣丽. 从乡村到城市:中国民俗学的研究转向. 民俗研究,2021,4:12-26+158.
- [20] 刘易斯·芒福德. 城市发展史. 宋俊岭,倪文彦译. 中国建筑工业出版社,2005:1-10.
- [21] 赵双阁,魏媛媛. 元宇宙社交:重塑部落化时代的人际传播新景观. 现代传播(中国传媒大学学报),2022,11:129-136.
- [22] 高慧芳.“地球村”的理论嬗变:从部落化现象到媒介生态. 文艺理论研究,2018,5:208-216.
- [23] 喻国明. 元宇宙是数字文明时代的具象版图. 新闻论坛,2022,4:12-14.
- [24] 喻国明. 元宇宙就是人类社会的深度“媒介化”. 新闻爱好者,2022,5:4-6.
- [25] 约翰·赫伊津哈. 游戏的人:关于文化的游戏成分的研究. 多人译. 北京:中国美术学院出版社,1996:1-8;82-85.
- [26] 喻国明. 元宇宙视域下的媒体深度融合:着眼点与着手处. 青年记者,2022,10:9-11.
- [27] 喻国明学术工作室. 元宇宙视域下 Web3.0 重塑媒介发展新生态. 江淮论坛,2022,5:128-133.
- [28] 罗伯特·斯考伯,谢尔·伊斯雷尔. 即将到来的场景时代. 赵乾坤,周宝曜译. 北京联合出版公司,2014:11.
- [29] D. Silver, T. N. Clark, C. J. Navarro Yanez. Scenes: Social Context in an Age of Contingency. Social Forces, 2010, 88(5):2293-2324.
- [30] 喻国明. 未来媒介的进化逻辑:“人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来. 新闻界,2021,10:54-60.
- [31] D. Hestenes. Notes for a Modeling Theory of Science, Cognition and Instruction. Proceedings of the 2006 GIREP Conference. Modelling in Physics and Physics Education, 2006:20-25.
- [32] C. Frith. 心智的构建:脑如何创造我们的精神世界. 杨南昌译. 华东师范大学出版社,2012:25-35.
- [33] 姜永志. 大脑如何建构心智——从物理事实到精神世界. 科技导报,2013,35:80.
- [34] Robb, John, and Oliver JT Harris, eds. The Body in History: Europe from the Palaeolithic to the Future. Cambridge University Press, 2013:15-32.
- [35] 宁晓萌. 表达与存在:梅洛-庞蒂现象学研究. 北京大学出版社,2013:64-75.
- [36] 唐·伊德. 让事物“说话”:后现象学与技术科学. 韩连庆译. 北京大学出版社,2008:53.
- [37] 欧阳灿灿. 当代欧美身体研究批评. 中国社会科学出版社,2015:81-85.
- [38] 孙玮. 交流者的身体:传播与在场——意识主体、身体-主体、智能主体的演变. 国际新闻界,2018,12:83-103.
- [39] 李普曼. 公众舆论. 阎克文,江红译. 上海人民出版社,2002:12-14;32-33.
- [40] 喻国明. VR 作为一种未来传播的媒介品性与创作要点. 视听理论与实践,2022,6:5-8.
- [41] 关注前沿科技,量子位. 美版头条 ChatGPT 上岗写稿消息一出,股价暴涨 119%,此前刚裁员 12%//微信公众平台. 2023-01-27. [2023-01-31]. http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzIzNjc1NzUzMw==&mid=2247662210&idx=1&sn=37e548ddfdc9584299a78ef078357833&chksm=e8decdf0dfa944e6c7b7903e9b8f75c8172e77512ac2d79ee045d7cbce3a59753f1d9296f82a#rd.
- [42] 亚马逊云科技 re:Invent 2022 大会:这些亮点值得关注. 2022-12-12. [2022-12-27] https://view.inews.qq.com/a/20221212_A05E1C00.
- [43] 黄方楠,李明德. 社会思潮网络传播中的非理性因素:形态、成因及引导. 人文杂志,2022,2:132-140.
- [44] 李霞. 微博仪式互动的社会心理学研究. 天津:南开大学博士学位论文,2013.
- [45] 刘冰. 从网民心理因素看网络非理性舆论的调控. 新闻知识,2006,11:67-68.
- [46] 古斯塔夫·勒庞. 乌合之众:大众心理研究. 冯克利译. 广西师范大学出版社,2007:2-10.
- [47] 闫丁. 社会认同理论及研究现状. 心理技术与应用,2016,9:549-560+573.
- [48] 张梅贞,姚曦. 网络舆论非理性表达生成机制研究——基于社会认同理论的视角. 新媒体与社会,2019,1:101-112.
- [49] 喻国明. 重拾信任:后疫情时代传播治理的难点、构建与关键. 新闻界,2020,5:13-18+43.

- [50] 尼古拉斯·克里斯塔基斯, 詹姆斯·富勒, Nicholas A. Christakis 等. 大连接: 社会网络是如何形成的以及对人类现实行为的影响. 中国人民大学出版社, 2013: 170-180.
- [51] 王友良. 网络社会要素、空间和交往过程的层级关系建构. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 4: 163-173.
- [52] 李宗亚, 张明新, 魏然等. 新冠肺炎疫情危机中的微信使用与利他行为: 风险感知与公共信任的中介效应. 国际新闻界, 2021, 5: 6-22.
- [53] S. Hassan, P. De Filippi. Decentralized Autonomous Organization. Internet Policy Review, 2021, 10(2): 1-10.
- [54] DAO: 区块链应用下风口正劲, 或是通向元宇宙时代主流. 天风证券, 2022: 2-12.
- [55] 郑磊. 元宇宙中的管理创新: 从科层到 DAO. 东北财经大学学报, 2023, 1: 39-48.
- [56] N. Couldry N. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. New Media & Society, 2008, 10(3): 373-391.

Relation-Information-Field: Exploring the Future Communication Model under the Enhancement of Irrational Factors

Yu Guoming, Li Fan (Beijing Normal University)

Abstract: In the era of digital civilization, the role of irrational factors is becoming more and more prominent, and the limited cognitive resources of human beings are becoming more and more precious. As the core of irrational factors, relationships, emotions and affections deeply affect the quick decision-making system represented by "Jiesi". With the strengthening of irrational factors, human beings face three body turns: the material body turn, the cultural body turn, and the technical body turn. The material body turn has experienced multiple aggregation of sensory pathways and discrete regression of senses, dispelling long-term memory, prompting short-term memory to occupy the dominant position of cognitive mechanism, and then presenting the value bias of perceptual supremacy. Under the cultural body turn, interest-related group has become the main connection method, and the "third place" has become the main activity space, driving the tribalization of social organization structures and building relationships under freedom and rules. Under the technical body turn, the evolution of the communication media promotes the iteration of the media and the reorganization and upgrading of the world, realizing the virtual presence of the conscious subject and the body subject to the cyborg incarnation. Under the circumstance of increasingly irrational factors where the body turn promotes the iteration of the communication mode, irrational information occupies the bandwidth of human cognition to promote social recognition; the trust communication and relay communication under the relationship link promote social communication; the field construction under the guidance of DAO promotes social coordination, then building a future communication model centered on relationship-information-field.

Key words: relation-information-field; irrational factors; material body; cultural body; technological body; future communication mode

■ 收稿日期: 2023-02-10

■ 作者单位: 喻国明, 北京师范大学新闻传播学院; 北京 100875

李 钊, 北京师范大学新闻传播学院

■ 责任编辑: 刘金波