《学术界》(月刊)
总第290期,2022.7
ACADEMICS
No.7 Jul. 2022

分布式社会的再组织:基于传播学的观点〔*〕

——社会深度媒介化进程中协同创新理论的实践逻辑

喻国明,滕文强,王希贤

(北京师范大学 新闻传播学院,北京 100875)

〔摘 要〕随着新传播时代的到来,人类生活的自由度空前提高,实践半径不断扩大,社会圈层逐渐打破,传统的组织关系正在弱化和解构,呈现出分布式社会的鲜明特征,由此,如何实现社会的再组织化便成为未来社会发展的一个关键。显然,新媒介正在以新的连接、新的标准和新的尺度构造新的社会,实现社会的再组织,这是社会深度媒介化的典型特征,而传播技术在这个深度媒介化进程中扮演着"核心序参量"。因此,在社会深度媒介化进程的"连接与再连接"中如何构建"自组织范式与多元共治"协同创新的演化路径是其中的关键,而"以人为本"既是未来传播时代不变的底层思维,更是检验未来媒介化社会能否协同创新、能否可持续发展的重要价值标准。

〔关键词〕分布式社会;再组织化;深度媒介化;协同创新

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2022.07.019

一、引 言

互联网赋权的背景下,"个体"成为实践的关键词,而对组织的探讨主要集中在去中心化的传播生产,这种对于网络节点中个体的突出和组织的弱化,无形之中将个人与组织放置在二元对立的逻辑之中,将传播社会视为整体的"解构"而非关系、结构的"再整合",一定程度上背离了传播生态与传播社会中协同创新的核心发展逻辑。再组织化不同于再中心化。当技术赋权激活了每个个体,使社会发生一种由于内部能量聚集而产生的裂变之时,这种裂变的结果往往使得组织效能变得越来越低,越来越弱势。新传播时代,传播网络与社会具有"自组织"特点,并且是动态流动的过程,自组织是社会的全新构造及其运作逻辑的巨大迭代升级。如何发挥互联网的连接与再连接效能,通过再组织整合多种要素和资源,实现整个传播社会的协同和创新,不能用

作者简介:喻国明,北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师,学术委员会主任,中国新闻史学会传媒经济与管理学会专业委员会会长;滕文强,北京师范大学新闻传播学院研究生;王希贤,北京师范大学新闻传播学院研究生。

〔*〕本文系2020年度教育部人文社会科学重点研究基地重大项目"中国主流媒体传播力绩效评估研究"(20JJD860001)的研究成果之一。

原来的组织模式和组织机制简单完成,需要采用全新的机制与全新的生产实践来思考。

二、问题的提出:社会媒介化视角下社会结构的变革

伴随大数据、云计算、人工智能技术的交替出现,媒介跨时空表达的限制被打破,信息的保真度、生动性和感官复杂性等编码功能得以不断优化,其作用于社会各层级的影响力也相应提升,社会整体的“媒介化”进程便成为当下社会发展和时代发展中最重要的主流趋势与潮流。在此过程中,媒介不仅获得了独立性的地位,还提供了其他社会机构和行动者交流的手段,为整个社会提供了一个“公共场所”,使得其他机构和行动者越来越多地将其用作虚拟共享的互动平台,[1]并按照媒介的逻辑、机制、传播模式进行重组和再造。

而以互联网为基底的信息技术,自诞生起,就渗透在社会结构之中。它从单一的传播主体、传播渠道、传播平台进化为基础性的社会要素,并融入日常生活实践。与此同时,传播媒介在互联网技术的赋权下,带有类型多元化、形式多元化、数量无限化的媒介特点,在本质上为人类提供了新的连接方式,社会网络关系开始变革,社会资源的分配与重组也发生变化,媒介在社会变化中扮演着极为重要的角色,媒介不再是与社会文化、社会制度相分离的要素,而是完全浸透至现代社会的进程之中。

传统的社会组织是金字塔式、科层制社会结构,传播资源和信息资源的分配与社会结构相匹配,拥有一整套政治、经济、文化和文明规则。随着互联网时代的技术赋权,5G 技术开启了泛众化传播时代,社会逐渐呈现去中心化、去组织化的特点,人们的表达权、传播权、参与权空前提高。社交媒体时代,大众传播生产模式逐渐转向分布式,即多种主体在自组织模式下共同参与某一个话题的报道,[2]个人成为传播网络中的必要节点,内容生产过程呈现去组织化和去科层化的特征。[3]在该传播结构下,媒介用户能动性提升的同时,其盈余资源被激活,丰富了信息的来源与视角,形成了具有流动性和多维度的新闻生产实践。伴随人工智能技术浪潮的兴起,分布式传播的参与者更将由人延伸到物体,进一步扩展传播网络广度的阈值。当技术赋权激活个体效能后,社会由原来的中心化开始“核裂变”,组织结构开始解体,组织效能开始降低,社会结构已经从过去的科层制社会的串联式模型转变为扁平化的分布式社会的并联式模型。这是技术发展趋势下,社会变革的必然环节。“分布式”的社会结构使得社会景观呈现由核心向外围的向心空间层次分化,这种中心化、板结化的社会结构存在圈层壁垒。虽然互联网技术的高速发展将我们带入到虚拟世界,但虚拟世界中的圈层、中心依旧存在。

互联网从发展伊始就具有自组织特性,时至今日,技术的应用与创新使得社会空间具有了属于自身的文化、规则和生态环境,其自组织属性愈发明显。更为重要的是,媒介在重构整个社会结构的同时也必然重塑其自身场域。社会结构的本质是流动的,现代性的本质是液态的,无论虚拟世界还是现实社会都是完全流动的世界,如何突破束缚、如何打破困境、如何实现社会地位横向连接,是如今社会变革的重要命题。站在社会媒介化视角下能帮助我们更进一步认识社会结构空间中分散主体间形成自组织的可行性和内在规律。

三、深度媒介化:媒介在重构社会结构中扮演着“核心序参量”

新媒介正在以新的连接、新的标准和新的尺度构造新的社会,实现社会的再组织,这是社会深度媒介化的典型特征,而传播技术在这个深度媒介化进程中扮演着“核心序参量”。系统科学认为,“核心序参量”是具有“革命性”的,系统的改变总是从它开始,而它的变化又总是支配着其他子系统的变化。[4]深度媒介化进程中,个体的

力量被激活,大量个体间的弱关系连接交错叠加自组织成网络社会,媒介的自我革命推动着社会系统的自我革命,传播互动的变化及其代表的关系联结成为社会新的权力来源。

(一)社会连接:媒介开辟出新的社会行动方式和新的社会交往关系

深度媒介化的初期是媒介构造社会,是不同媒介技术开辟出新的社会行动方式和新的社会交往关系,是媒介传播技术变革和社会结构变迁之间的促进关系。麦克卢汉提出,“媒介是人体的延伸”,媒介作为人们认识世界的重要武器,是社会实践的组成部分,它分布于社会结构之中,也不断构造着社会形态,扮演着穿针引线的中介作用。也就是说,媒介是社会之所以成为社会的要素,那么深度媒介化其实就是社会结构化的一个组成部分和必要条件。

从口语传播时代到印刷时代,再到如今的网络传播时代和元宇宙时代,媒介技术的每一次变革都带来了新的社会结构、新的社会连接,深度媒介化一直是媒介构造社会的长期过程。媒介技术对于传统科层制社会的解构,是一种去组织化的过程,进而形成“微粒化”社会,并在分布式社会中建立起新的社会连接。在技术的加持之下,媒介重构着各种社会关系、改造着社会基本形态,整个社会正以新的传播机制、法则和模式进行着自身业态和架构的重建。

(二)社会赋能:高维媒介对社会结构的打破重组

在大数据、云计算、算法等多种数字化信息技术的革命下,人与人、物与物、人与物的“万物互联”设想逐渐演变为现实,这些数字媒介将传统的“旧”媒介联结起来,将原有的“旧”媒介充分解构,通过一套新的规则、新的制度将要素重组起来,形成更高维度的媒介,进而将整个社会结构打破重组,这是深度媒介化的更高迭代。

旧媒介下,技术对于生活场景的构建是割裂的,技术独立于社会,技术的进步虽然改变了人们的生活场景,但其始终以“单打独斗”的样态存在,始终无法实现功能和作用的最大化,甚至无法发挥协同发展的作用。深度媒介化的进程下,高维媒介并不是简单地将原有单打独斗的“旧”媒介组合起来,而是将其解构编织,高维媒介将整合技术实现连接补偿,提供一个新技术融合与协同的补偿路径。新媒介在既有的社会物质基础之上,借助互联网上半场积累的资源,通过技术的研发和创造,连点成线,将如今的数字技术升维重组,将无法量化的内容量化,进行媒介再度深化和数字化,发挥技术新的价值范围。

在媒介变革的同时,社会结构也开始被高维媒介打破重组,深度媒介化的多维连接推动了社会的“再组织化”进程,高维媒介的高效互动激活了社会的“再组织化”机制。“连接”成为一种赋能赋权的力量源泉,深度媒介化的进程下,新媒介提供的新的表达尺度,前所未有地降低了人们参与社会表达的门槛,并为人的关系与社会关系的重构提供了技术保障。

四、协同创新理论视域下“分布式社会的再组织”的逻辑

在多元、开放和兼容的互联网平台上,面对“分布式”理念塑造下的“微粒化”社会所产生的隐忧,如何根植于传播环境的新特征实现“再组织化”,将其负荷的社会资源、传播主体与内容高效连接、激活并整合,构建社会生态一体化的高效率在线平台,[5]成为当下传播新时代发展的关键。而在信息与通信技术(ICT)的发展下,传统的组织化范式难以应对多节点参与的信息传播架构所形成的复杂情境,因此本文关注多元主体互动共创的协同创新理论,探究“分布式社会的再组织化”的新范式。

(一)整合与互动:协同创新理论的价值内涵

协同创新是各个创新主体要素在沟通、协调、合作与协作的过程中优化系统资源配置,找准行动最优同步,提升创新价值,其涵纳了整合和互动两个维度。[6]整合层面强调各个部分形成、协调或融合为一个统一整体而不是部分的简

单相加,进而实现“1 +1 >2”的效果,要求信息整合、目标整合、绩效整合,以及行动整合不同强度阶段的配合,整合的实现则需要各参与者之间的交互操作,[7]互动作用的强度和创新主体改变行为的程度、频率有关,包括信息互传程度、目标设定的协同程度、绩效的系统匹配程度与行动同步的优化程度,而所在系统追求的整合度越高对应需要的互动性也越强。[8]前沿数字技术的进步打破了时间和空间的物理束缚,支持分散化的参与主体更自由灵活地进行协作,并通过及时交互保持紧密的联系,甚至创造虚拟化的立体情境促进人与设备的日常协作,提高以更高层次的互动和整合为特征的全新协作质量。[9]协同创新理念的演化,将消解多参与主体之间的壁垒,[10]凝聚“分布式”社会中个人的有效机能,让复杂涌现的传播生态变无序为有序。

(二)连接与再连接:协同创新理论的“再组织化”启示

区别于“分布式”传播中对于去科层化的侧重,协同创新理论更多地聚焦于如何充分利用分散化的社会碎片式资源,在高质量的整合与互动中实现传播的“再组织化”,其关键逻辑在于“连接与再连接”。

所谓“组织”常被视为将分散的人或物组成具有一定系统性整体的社会实体,拥有特定的目标导向和结构设计,而互联网平台上的虚拟组织则保持一种动态的跨边界互动,集合不同地域、文化、圈层的合作者通过分工与协作达到最佳的资源整合,共同完成特定的组织任务。[11]因此当下传播的“再组织化”并不是简单回归高度正式化集体式的“理性”组织,去复现“中心化”,而是结合既成的“微粒化”社会情境以及基于个体特点和人际关系的非正式结构,构建融合理性、自然系统和开放系统多类结构的组织,[12]有效增强多节点的互动和协作,打造具有内生活力以及可以和外部环境产生良性循环的传播系统,通过互联网将连接拓展至人与物、物与物,让更多的微资源在新的社会条件下得以被连接与再连接。同时,“分布式社会的再组织化”进程中,传统的大众传播场域生态格局开始变迁,传播公共信息的社会“中心节点”开始纷纷解构,社会产业价值模式和价值重心开始迭代,被赋权的个体开始自由连接交互,个体的力量在无限连接中聚合、放大,新的社会权力通过增强连接数量、连接强度和连接深度开始变革,成为未来传播社会发展的着力点。

“分布式社会的再组织化”进程中,技术层面弱化的监管效度将在“自组织”原则的引导下,重新明确责任的边界,实现多元主体共治,传播议程的失焦将因为信息资源的再连接优化整合,社会扁平化结构的离心风险将凭借双向的跨圈互动,消弭横向群体间的深层隔阂,以多元协同的新理念为社会母系统创造更多的正向价值。

五、“分布式社会的再组织”的演进逻辑:自组织范式与多元共治

新媒介之新,并不是通过其出现的时间来决定的,而是要看它是否为社会提供了新的连接方式、尺度、标准和结构模式。[13]互联网赋权下的新媒体,对于整个社会最重要的是其带来了新的“连接方式”,令整个社会开始从科层制社会转变为分布式社会、微粒化社会。互联网赋权下的新传播时代呼唤分布式社会的再组织化,但如何解构传统的社会要素将其重组、如何打破圈层实现多元协同,这将是一个重要的命题。

分布式社会的再组织化,并不是对于“中心化”“科层制”传播模式的复制回归,而是在新的传播场景下瓦解以前的传播模式进行重组,是一种变革的、创新的、上升的、协同的新社会组织形态。结合协同创新理论的基本思想,本文构建了“自组织范式与多元共治”协同创新演化路径。[14]

(一)自组织范式

当下,亲缘、地缘、业缘,以及趣缘的关系构建,成为社群形成的重要依托。基于亲缘、地缘和业缘所形成的关系群体本质上依托于实体组

织,在互联网环境下衍生出“镜像”组织,但仍受到空间和时间的限制,这种关系依旧是中心化的、科层制的。基于趣缘关系形成的关系群体在互联网的赋权下,不依赖于实体组织,摆脱了外部力量的干预,内部进化的动力主要依托于群体信任和用户协同,分散的个体组织通过进化动力“自组织”起来。在互联网环境中,中心化的优势开始减弱,聚拢在传统权威四周的节点呈现离散态势,表现出以自组织为中心,扁平化、流动性的结构特征,而边界则超越时空,连接一切。[15]

1.“自组织导向”:增强主体的优化配置和协同创新能力

自组织的突现原理显示,一种自行组织起来的结构、模式、形态,或者它们所呈现的特性、行为、功能,不是系统的构成成分所固有的,而是组织的产物、组织的效应,是通过众多组分相互作用在整体上涌现出来的,是由组分自下而上自发产生的。[16]互联网赋权下的传播时代具有多元性的特点,且由于这种多元性共同存在于社会空间,过去许多无法实现的价值变现有了新的机会、新的空间、新的路径、新的组合。信息技术范式是具有弹性的重构组织,将传播主体进行优化配置,形成主体间的“命运共同体”,增强传播主体间的协同创新能力,进而形成传播主体的“自组织”。

首先,现有的传播主体已经不再是一个“单打独斗”的个体,也不是一项具体的技术、具体的媒介,而是技术的升维重组、媒介的创新组合,通过“集成效应”来打造一个高于现实、高自由度、高想象力的传播主体。“自组织”不是将所有主体简单组合起来的问题,而是要综合技术特性,解构技术的应用场景与内容资源匹配,效用最大化地完成整体架构及其技术连接逻辑、连接规则的构建过程。

其次,很大程度上来说,增强多元主体的优化配置,必须要在连接与协同作用的加持下,才会有更多的价值实现。移动互联网的出现,带来了区块链、大数据、VR/AR 等新技术,但在目前的应用过程中,都呈现着“各自为营”的样态,多元协同“1 +1 >2”的结构效果尚未形成,其场景实现、价值升维都遇到了巨大的挑战,“连接与再连接”就成为未来媒介发展的重要命题。以“元宇宙”的出现为例,它打破了过去技术专业化、开发深度化、应用圈层化的传统逻辑,将传统技术与新技术的壁垒打破,以“扬弃”的哲学逻辑重组,这才是传播主体创造新价值、开发新功能的重要思维和底层逻辑。横向的连接与协同,带来的是打破圈层、多元激活、协同并进的媒介主体角色。

当然,想要真正形成高效的“自组织”,传播主体间的精准匹配同样重要。技术为传播社会提供了新的内在逻辑和规则,充分发挥了不同传播主体的优势和力量,深度合作、优化布局。当下互联网环境的融通布局,为主流媒体和互联网媒体带来了新的协同合作机会。主流媒体拥有独特的传播资源、影响力和高权威性,而互联网媒体具有巨大的社会号召力、社会渗透力和技术创新力,两者迎来了新的合作机会,通过资源协同、优势互补、价值创新,实现了传播主体的精准“自组织”。面对互联网媒体强大的他律力量,主流媒体必须借鉴并应用新兴媒介的发展逻辑,重新思考自身的价值定位,形成新的社会连接关系。未来,传播权力将继续向“超级主体”回归,强参与将成为未来媒介传播的基本准则,“自组织”数字媒介生态的实现需要共建、共治与共享。[17]

2.“他组织介入的协调破圈”:寻找社会最大公约数

自组织理论的开放性原理表明,一个与环境没有任何交换的封闭系统不可能出现自组织系统,对环境开放即与外界进行物质、能量、信息交换的系统才可能产生自组织运动。[18]在分布式社会中,由于互联网的赋权作用,人们基于兴趣形成了自己的兴趣圈,尽管圈层基于群体信任向前发展,赋予了个人的发展权利,但整个社会需要大家的共同努力应对挑战。社会如何凝聚力量、打破圈层,寻找向前发展的最大公约数,[19]

不是简单地复制传统组织模式就可以实现的,而是要通过技术的互动与情感的破圈实现“他组织”在寻找社会最大公约数时的协同作用。

新传播时代,技术的发展成为媒介演进的排头兵。通过技术的激活创新打破现实与虚拟世界的边界、突破现实条件的约束;通过多维连接推动“他组织”的社会化进程;通过多元互动激活“他组织”的社会机制,使得内容与内容、人与人、人与物,以及人与信息高效连接、激活、整合成为可能,打破圈层壁垒,形成资源配置更高效、科学技术更便捷、功能平台更完善的一体化社会生态。[20]同时,技术要充分发挥在社会发展中穿针引线的中介作用,激活社会连接,为社会沟通与协同、为寻找社会最大公约数提供最为关键性的基础关系资源。

当下的传播环境中,情感共振和关系认同是社会沟通和建构共识的重要策略和工具,情绪激活成为新的传播模式。“晓之以理”不如“动之以情”,这是如今打破圈层壁垒的重要逻辑和传播法则,[21]打破圈层壁垒不仅关系到传播渠道的畅通,还与社会的健康发展息息相关。在互联网社会,通过趣缘关系形成的圈层占据了主要地位,其圈层发展的动力主要来源于圈层内部的情感共振,情感要素便成为新的社会互动与社会重构中最为重要的甚至是决定性的要素。[22]利用好情感要素实现圈层与圈层之间的良性互动,利用情感共振、关系认同的方式获得“圈外人”的理解,进而达到情绪上的同频共振、思想上的认知共识、行为上协同一致的破圈效果。同时强化要素的情感属性,通过共情效应和情感投射实现跨圈层的情感互动,形成广泛的认知协同、行为协同和社会协同。诚然,情感要素在打破圈层壁垒的过程中扮演了创新者、协同者和连接者的重要角色。

3.“再组织的要素重构”:新结构与新系统

“再组织”的实现意味着某种新结构的产生,或者新系统的成长与运行,在内容资源、市场资源和场景资源的互动可能性前提下,汇聚在新系统中走向新的要素重构。

第一,内容的再生产、内容范式的再建立,是实现“再组织化”的基础。传统的互联网传播时代是一个跑马圈地的表征发展样态,而如今的“再组织化”传播时代,需要的是内涵扩展的深度发展样态,内容生产和内容范式建立成为新的增长点。但“内容再生产、内容范式再建立”并不是在过去粗放型内容生产的基础之上进行质量提升,而是在新的传播条件下产生新的内容样态、新的内容生产逻辑、新的内容生产规则和新的内容生产体系。

第二,市场的再布局,是实现“再组织化”的手段。如今,光靠内容、光靠行政性的逻辑,未必能够建立起一个行之有效的媒体融合平台,媒体融合的平台建设需要有更多资源,特别是商业资源、服务资源的协同和加入。[23]任何经济活动与技术普及都遵循着由“中心向边缘”扩散的规律,但这种圈层结构阻碍了社会要素资源的传播和重组,重新布局的市场孕育着巨大的发展机会,“再组织化”传播时代的市场机会来自互联网的微资源、微力量、微创新的价值聚合,市场从传统的纵向延伸开始向横向连接转型布局。

第三,场景的再落地。“连接、破圈、协同、激活”是未来寻找社会最大公约数的重要路径。如今所有的内容聚合都是以“场景化”而存在的,一种场景的落地,紧紧依靠技术的投射是不可能实现的。线上场景有线上的特点,线下场景有线下的优势,用传播模式进行整体地考虑和协同,要做传播的“主人”,主动打破场景与场景之间的转换壁垒,用一种新的模式、新的规则将传播场景“再组织化”。诚然,任何一种媒介资源的重新分配都是对过去传播权力的解构,这是“去组织化”过程的开端,然后,再通过打破圈层、建立新连接、组织协同、激活效能完成“再组织化”过程,进而寻找社会最大公约数。

(二)“多元共治”:营造“再组织化”协同创新的社会环境

总体而言,下一代数字媒介的使命在于重构

社会形态的“再组织化”,那么,营造社会网络的协同创新环境就显得尤为重要。新技术革命催生下的“新”媒介并不是时间新,而是理念新、环境新。以数字技术和互联网技术为代表的新型数字媒介营造的网络环境逐渐演变成为整个社会变革的中坚力量,引发社会形态和社会文明的变迁。[24]回顾互联网的发展史,其实就是权力逐渐下放、社会结构不断迭代、社会文化形态不断重塑的过程。Web 1.0 时代从诞生开始就有着强烈的中心化趋势,此时媒介权力由平台创造、平台所有、平台分配;随着互联网用户的需求不断向高维推进,去中心化的进程开始起步,进入 Web 2.0 时代,人的主体地位开始凸显,此时媒介权力转向用户创造、平台所有、平台分配;当媒介浸透到社会肌理,社会进入深度媒介化阶段,此时社会需要形成最大公约数的共同体,社会开始去组织化并再组织化,媒介权力也让渡到用户创造、用户所有、用户参与分配。以如今爆火的数字藏品为例,其可以被认为是 Web 3.0 时代的入口之一,本质上就是“人”与“物”之间的再组织化。从人的层面上看,数字藏品在媒介的作用下实现与用户连接的自由与协作,并不断创造出新的价值;从物的层面上看,数字藏品及其运行服务方式打造了一个新的生产、分配和交换体系,这便是社会体系不断变迁、社会组织协同发展的缩影。

如今,元宇宙通过“点动成线”的升维逻辑,将现有的数字智能技术重组升级,其具有赋权与赋能的本质,智能化、沉浸式的技术将改变原有的权力格局,推动主体的革新与变迁,而社会的再组织化便得益于媒介技术的发展,人们的交往和生产方式的迭代,也有利于个人与社会资源最大程度的释放和发挥,并优化其获得和再分配的两端平衡,达成有序。伴随着互联网技术的逐渐下沉,媒介技术的发展重点已经不再是传统的覆盖范围扩大和连接数量增长,而应转变为对于分布式社会的“再组织”,营造全要素协同创新的社会环境。传播在未来的社会发展中将会处于枢纽地位,人类社会的发展将依靠传播的连接作用进行资源分配和价值再造。

当下,技术的进步对于传统社会的解构已经基本完成,智能算法推荐技术实现了人与信息的精准匹配,虚拟交互技术实现了人与现实世界的多维互动,元宇宙打造了一个与现实社会平行的虚拟空间……但从目前来看,这些新的手段和技术对于社会的“再组织”相对是离散的,新技术虽然已经将其解构,但多元共治的任务依旧任重道远。重塑组织形态、重现组织活力、重构社会结构,就需要将原有的“粗放型”社会连接转变为“精耕细作”的关系联结。“再组织化”传播时代需要现实世界与网络世界的精细勾连,需要层次更高、意义更深刻的社会革命。[25]连接、融合与重组的多元共治将成为未来“再组织化”的关键逻辑,更是未来媒介全要素深度媒介化的终极蓝图。

六、结语:以人为本是媒介演进永不变的中心点

无论是“科层制”社会,还是“分布式”社会,再到如今的“分布式社会的再组织化”,本质上都是社会结构深度媒介化的过程,更是人们社会生活自由度不断提高的过程。媒介演进伴随着社会变革,其重要意义是帮助人们多角度、多层次、全方位的认识世界、融入世界、改变世界,拥有更宽阔、更广泛、更自由的实践空间,进而满足人们的多样化、个性化需求,实现人的价值。[26]从最早的印刷技术,到互联网技术,再到如今的虚拟技术,人们认识世界的手段不断丰富,社会实践的半径不断扩大,但其底层逻辑是“以人为本”,这既是未来传播时代亘古不变的底层思维,更是检验未来传播环境能否可持续发展的重要价值标准。

“再组织化”重新解构现有的要素资源,重组成为新的组织力量,服务于人的尺度、人的需求、人的发展、人的实践半径的扩张,人的健康发展和社会的良性循环也将是“再组织化”的关键

思维与底层逻辑。未来传播过程中,需要充分挖掘“人”的场景价值,有序地构建起“人—物—场景”的连接与再连接,[27]实现内容与人、技术与人、服务与人、场景与人的高度适配,为发挥社会自组织与多元共治的协同作用提供最为关键性的基础资源和价值导向,以此实现社会系统的良性互动和协同创新。

注释:

〔1〕Hjarvard,S.,“The Mediatization of Society:A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”, *Nordicom Review*, 2008(02),pp.105-134.

〔2〕彭兰:《智媒化:未来媒体浪潮——新媒体发展趋势报告(2016)》,《国际新闻界》2016 年第 11 期。

〔3〕陆晔、周睿鸣:《“液态”的新闻业:新传播形态与新闻专业主义再思考——以澎湃新闻“东方之星”长江沉船事故报道为个案》,《新闻与传播研究》2016 年第 7 期。

〔4〕吴彤、沈小峰、郭治安:《科学技术:生产力系统的“序参量”——一种自组织演化的科技观》,《自然辩证法研究》1993 年第 6 期。

〔5〕〔13〕喻国明:《互联网平台:传播生态的巨变及其社会治理》,《新闻论坛》2021 年第 5 期。

〔6〕陈劲、阳银娟:《协同创新的理论基础与内涵》,《科学学研究》2012 年第 2 期。

〔7〕Serrano,V.,Fischer,T.,“Collaborative innovation in ubiquitous systems”, *Journal of Intelligent Manufacturing*2007(05),pp.599-615.

〔8〕宋刚、白文琳、安小米、彭国超:《创新2.0 视野下的协同创新研究:从创客到众创的案例分析及经验借鉴》,《电子政务》2016 年第 10 期。

〔9〕〔19〕喻国明:《“破圈”:未来社会发展中至为关键的重大命题》,《新闻与写作》2021 年第 6 期。

〔10〕吴甘沙:《创新 2.0 的三个阶段》,《办公自动化》2015 年第 9 期。

〔11〕胡昭阳:《虚拟组织概念及沟通问题探讨》,《新闻与传播研究》2015 年第 4 期。

〔12〕黄伟迪:《再组织化:新媒体内容的生产实践——以梨视频为例》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2017 年第 11 期。

〔14〕喻国明、耿晓梦:《复杂性范式:技术革命下传播生态系统的协同演化》,《新闻界》2022 年第 1 期。

〔15〕〔美〕凯文·凯利:《失控》,东西文库译,北京:新星出版社,2010 年,第 54-55 页。

〔16〕〔18〕苗东升:《系统科学精要》,北京:中国人民大学出版社,1998 年,第 138 页。

〔17〕喻国明、耿晓梦:《元宇宙:媒介化社会的未来生态图景》,《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》2022 年第 3 期。

〔20〕喻国明:《谁掌握圈层,谁就掌握传播驱动的主控权——兼论破圈能力是主流媒介实现价值传播的关键》,《现代视听》2021 年第 3 期。

〔21〕喻国明、滕文强:《元宇宙:构建媒介发展的未来参照系——基于补偿性媒介理论的分析》,《未来传播》2022 年第 1 期。

〔22〕喻国明:《传播学的未来学科建设:核心逻辑与范式再造》,《新闻与写作》2021 年第 9 期。

〔23〕喻国明:《学术视域下的新传播、新趋势与新思考——2021 年传播学研究的 8 个关键词》,《教育传媒研究》2022 年第 2 期。

〔24〕罗昕:《全球互联网治理:模式变迁、关键挑战与中国进路》,《社会科学战线》2017 年第 4 期。

〔25〕喻国明:《算法即媒介:如何读解这一未来传播的关键命题》,《传媒观察》2022 年第 4 期。

〔26〕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 年第 10 期。

〔27〕喻国明、曲慧:《简论网络新媒体的场景范式》,《教育传媒研究》2021 年第 4 期。

〔责任编辑:刘　鎏〕