



传播数论

——格数传播模式与 建构 国家形象承载力

郑晨予 ◎著

The Digital Theory of Communication
—— A Construction of Ge Shu Communication
Patterns and National Image Carrying Capacity

传播数论

——格数传播模式与建构 国家形象承载力

郑晨予 著

The Digital Theory of Communication
—— A Construction of Ge Shu Communication
Patterns and National Image Carrying Capacity



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传播数论 —— 格数传播模式与国家形象承载力建构 / 郑晨予著.
—南昌: 江西人民出版社, 2016.10

ISBN 978-7-210-08912-4

I. ①传… II. ①郑… III. ①数字技术—应用—传播
媒介—研究②国家—形象—承载力—研究 IV.
①G206.2②D5

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第269560号

传播数论——格数传播模式与国家形象承载力建构

郑晨予 著

责任编辑: 徐明德 饶 芬

书籍设计: 同异文化传媒

出 版: 江西人民出版社

发 行: 各地新华书店

地 址: 江西省南昌市三经路47号附1号

编辑部电话: 0791-86898965

发行部电话: 0791-86898801

邮 编: 330006

网 址: www.jxp-ph.com

E-mail: gjzx999@126.com

2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷

成品尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 18

字 数: 250千字

ISBN 978-7-210-08912-4

赣版权登字—01—2016—705

版权所有 侵权必究

定 价: 38.00元

承 印 厂: 虎彩印艺股份有限公司

赣人版图书凡属印刷、装订错误, 请随时向承印厂调换

谨以此书献给我的父母

| 目 录 |

第一章 格数传播新视角诠释	— 1
第一节 格数思维的发轫与演化	— 1
第二节 格数传播与新领域拓荒	— 4
第三节 三大传播模式的格数视角	— 8
第二章 计算机仿生传播与模式建构	— 12
第一节 计算机仿生传播学的跨学科建构与隐喻诠释	— 12
第二节 基于自组织的国家形象传播模式建构	— 28
第三节 个体、种群、群落三重视角下传播讯息的计算机仿生传播模式建构	— 44
第三章 数智化虚拟传播与模式建构	— 56
第一节 虚拟的数字智慧解构与虚拟传播运用	— 56
第二节 虚拟 / 增强现实的传播特性解构	— 70
第三节 融合上述解构的虚拟传播模式建构	— 73
第四节 面向对象传播的八大传播模式详析	— 77
第五节 基于 5 W 模型的传播虚拟化	— 120
第四章 新媒体塑造传播与模式建构	— 123
第一节 塑造传播之模式方法	— 123
第二节 新问题的出现——非线性塑造传播	— 135
第三节 旧问题的解决——人机智能融合	— 144
第四节 新媒体塑造传播之模式方法	— 156

第五章 国家形象承载力概述	— 168
第一节 脉络与视角	— 168
第二节 建构与诠释	— 177
第三节 价值与导向	— 184
第六章 国家形象承载力建构的体系指数	— 186
第一节 指数与建构	— 186
第二节 机制与解构	— 195
第三节 比较与考量	— 199
第七章 国家形象承载力建构的维度演绎	— 207
第一节 国家形象塑造与传播的音乐承载力	— 207
第二节 城市形象虚拟塑造的中国化与全球化	— 220
第三节 国家形象企业承载力与企业狮群承载驱动模式建构	— 232
第八章 国家形象承载力建构的方式迭代	— 254
第一节 科技传播承载力方式迭代	— 255
第二节 隐性传播承载力方式迭代	— 258
第三节 互联网承载力方式迭代	— 264
后 记	— 274

第一章

格数传播新视角诠释

第一节 格数思维的发轫与演化

（一）“格”和“格物”之演绎转化

何为“格物”？《礼记·大学》中有一段著名论述：

“古之欲明明德于天下者，先治其国；欲治其国者，先齐其家；欲齐其家者，先修其身；欲修其身者，先正其心；欲正其心者，先诚其意；欲诚其意者，先致其知，致知在格物。物格而后知至，知至而后意诚，意诚而后心正，心正而后身修，身修而后家齐，家齐而后国治，国治而后天下平。”

从计算机科学的角度来看，这段论述采用了函数调用之方式进行的阐释，成了儒家经典。“格”即穷究、推究之意。“物”是存于天地间的万物。“格物”即是穷究、推究事物的原理、道理。通过格物来“致知”，即获得知识，是中国古代人文哲学思想的重要认识论、方法论，为“三纲八目”中“八目”的基石，亦是儒家大学“修、齐、治、平”哲学教育学的根本基础，还成了后失传的儒家专门研究“物之理”的学科。

可以说，以上即为“格物”现如今之基本释义。而针对“格”与“格物”之诠释，从古至今渐进演化，意义纷呈。如基于“格”为梳理之轴心，主要有如下几个方面的意义：一是法度之意。汉代之前“格物”为遵照法则限止物事

之意，是待人接物的态度方法。《礼记·缁衣》言：“子曰：‘夫民教之以德，齐之以礼，则民有格心。’”。这里的“格心”即是内心持有做事之道德与礼仪之标准。

二是纠正之意。《三国志·魏·和洽传》言：“俭素过中，自以处身则可，以此节格物，所失或多。”《管宁传》中：“邴原性刚直，清议以格物，（公孙）度以下心不安之。”格物为纠正事物之所不正之意，训“格”为“正”。

三是格致之意。宋程颐、朱熹等则认为“言欲致吾之知，在即物而穷其理也”，训“格”为“穷”，将接触事物之“格物”当作获得知识之“致知”的方法。但认为这仅仅是启发内心直觉达到“一旦豁然贯通”的手段。其中，程颐将“格物致知”摆到认识论重要议题上来讨论，认为“格犹穷也，物犹理也，犹曰穷其理而已也。若日穷其理云尔。穷理然后足以致知，不穷则不能致也”。朱熹在程颐认识的基础上，以“格物致知”提出系统的认识论及方法论，认为知在我，理在物，为我物之别、主宾之辨，而连接认识主客体之方法是“格物致知”，“所谓致知在格物者，言欲致吾之知，在即物而穷其理也。”（《大学章句·补传》）。朱熹一方面要求“格”需究至穷尽，另一方面要求“物”含天地万物，以此达到对理的深刻体认。

四是知行之意。明王守仁则反对程朱对天地万物都追求“至理”的“格物致知”观。其秉承陆九渊“心接是理，心即理也”的学说，认为“天下之物本无可格者，其格物之功，只在心身上做”，而“所谓格物致知者，致吾心之良知于事事物物也”。即明本心无善无恶，动意则善恶初现，以良知可明善知恶，去恶向善需靠格物的知行合一。

五是质测之意。从方法论上，王夫之推崇方以智的“物有其故，实考究之，大而元会，小而草木昆虫，类其性情，征其好恶，推其常变”的质测之学，认为“密翁（方以智）与其公子为质测之学，诚学思兼致之实功。盖格物者，即物以穷理，唯质测为得之”。

至于清末将声光电化等自然科学部门统称为“格致”已是引申之意了（鲁迅《呐喊自序》：“在这学堂里，我才知道在这世上，还有所谓格致、算学、地理、

历史、绘图和体操”)。即不拟归为“格物”之释义范畴。

笔者提出“格数”和“格数传播”之理念、之思维、之方法模式,若论追根溯源,实为基于中国化“格物”之“格”而触类旁通和由此及彼之启迪也。只不过“格”之对象由“物”转换为“数”而已。当然,这一转换必然会有其别开生面的创新之处。

(二) 格数与格数思维之融合演化

1. 什么是格数

鲁迅先生有一句名言最能启迪人对未知世界的探求,“世上本没有路,走的人多了,便成了路。”从上述“格物”和“格物致知”之论述可知,不论从儒家穷究“物之理”的范畴而论,还是从“修、齐、治、平”哲学教育学范畴而论,“格物”从本质上是基于中国化的重要的认识论与方法论之一。尽管仁者见仁、智者见智,历史上诸家训释聚讼纷纭,甚至有人认为始终“未尽古人之意”,但“走的人多了,便成了路”,诸多学者先贤的上下求索,毕竟已经为后人“走”出了一条清晰可见之路,而基于方法论、认识论的思维启迪尤其弥足珍贵。正是基于此,笔者由此“格物”而及彼“格数”,于数、数学、数字化乃至计算机科学领域,引入而互鉴基于“格物”之“格”的认识论和方法论。虽一字之差,但“格”之对象变了,“格数”自然就会表现出不完全等同于“格物”的内涵与特征了。

2. 格数思维的融合演化

第一,数字化之格数。格物尝试将事物细分到最小单元,以发现和穷究事物的道和理(但是这并不能满足全部的应用情况,例如王阳明的“守仁格竹”);而格数是以数学为基础,将象数(即代表事物之数)细分至最小单位,或以此建构数字单元组合和组合单元,以数学模型建构其之间的运行法则。数字化不是穷究事物形象“道理”之“格物”,而是穷究事物抽象“真理”之“格数”。数学作为哲学,能够普遍运用于万物。

第二,数字智慧之格数。格数的另一意义是数字智慧的提炼,即人文、艺术、

科技的数字智慧。或为单个学科的数字智慧，或为基于跨学科的交叉融合的数字智慧。而后者有时往往表现为格数与格物之相结合、相统一。

第三，智能融合之格数。数字智慧对应形成于生产力就一定会生成质变为智能。格数的第三重意义是处理人类智能与计算机智能之间的关系，智能融合是不二法门，而这种智能融合在本质上是基于数学哲学和数字化之格数的。

第四，计算机之格数。计算机作为一种应用科学，它本身就是基于一定的运行规则和方法模式的格数，当与虚拟化云计算、大数据深度学习、移动互联网普适计算相结合时，它所产生的格数能量将是呈非线性几何倍数增长的，格数形态也是多种多样的。

第二节 格数传播与新领域拓荒

（一）格数传播及其发轫基础

什么是格数传播？简单说是数字传播，但又绝不停留、停止在这一般意义上；而是再“格之”，即从“格之”这一新视角赋予数字传播之新内涵、新变革、新导向和新特征，这“格之”的“之”即指与传播相结合、相契合、相融合的数与数字这一对象。这就是新视角赋予的格数传播的本质特征。而数字传播之新内涵、新变革、新导向和新特征，具体针对的就是基于传播学领域的数字化之格数、数字智慧之格数、智能融合之格数和计算机之格数。

一般认为，人类传播经历了口语传播、文字传播、印刷传播和电子传播四个发展阶段。20世纪初，美国社会学家库利（Charles Horton Cooley）在《社会组织》一书中，给传播下了一个定义：“传播指的是人与人关系赖以成立和发展的机制——包括一切精神象征及其在空间中得到传递、在时间上得到保存的手段。”说到底，传播实质上是一种社会互动行为，信息科学认为人与人之间社会互动的介质是信息；而传播学所关注的是基于人类的社会信息及其传播活动。所谓传播就是社会信息的传递或社会信息系统的运行。即使追溯到人类传播的

口语传播阶段,抑或反观审视现当代电子传播阶段,传播的核心在信息这一点始终是一以贯之的,媒介在传播过程中的关键作用始终是不可或缺的。而信息是符号和意义的统一体,人类传播实质上交流的是意义,而表象上交流的是符号。在信息的传播过程中,之于意义的符号互动是通过特定的编码(encoding)和解码(decoding)实现的。作为以实现信息的远距离快速度传输或传递为主要特征电子传播而言,最早的电子传播形式之一的电报传播,即是通过编码和解码实现之于信息意义符号互动的。而编码和解码从一开始就与数字相生相长、相辅相成而密不可分。这种基于意义符号互动的数码传播,既是电子传播的发端,也是数字传播的开始。所以说,数字传播是与电子传播时代相伴而生的。或者说,进入电子传播时代之后,信息传播就离不开数字这一要素载体了。数字传播与电子传播相生相长,相伴始终,这是由电子传播的性质所决定的,数字与数字化是电子传播的核心要素。由此可知,数字传播从一开始就为之后升级发展的数字化之格数传播奠定了可能性。

从电子传播时代开始,从单媒体演化至多媒体和从新媒体聚焦到自媒体,媒介和媒体的发展变化令人目不暇接。从电报电话、广播、电影电视、电子出版物到移动视频音频流服务;从互联网、万维网、移动互联网到虚拟现实、增强现实;从门户网站、博客、社交网站到微博、微信,诸如此类,使人越来越感悟体会到媒介和媒体的巨大能量,以及升级转换的质变与快速。从信息传播的一般过程而言,从信源(传播者)经过信道(传播渠道)到达信宿(受众),必须依靠特定媒介才能实现,媒介一开始就成为信息传播的关键载体。然而,媒介的重要性并未停留于此。伴随时代的发展变化,一方面从传统媒体到新媒体的日新月异,基于新媒体所产生的巨大的能量质变和迭代重构令人目瞪口呆,反过来是“没有做不到的,只有想不到的”。另一方面是媒体角色的快速转变,似乎在颠覆对媒介媒体的原有定位。特别是博客、社交网站、微博、微信等自媒体的风起云涌和方兴未艾,媒体之于传播载体的单向性质开始动摇。人人都是自媒体,人人都有麦克风。自媒体开始呈现作为传播主体性质的另一面,自

媒体既是传播者又是受众，自媒体以其私人化、自主化、平民化、普泛化、多样化和随机化等特征，在信息传播的双向互动中越来越占据主导地位。长期主导大众传播的媒体组织机构的传播媒介一家独大的地位受到严峻挑战。自媒体集传播者主体和传播媒介载体于一身，而表现出在信息传播中既作为载体又作为主体的双重属性。

麦克卢汉（Marshall McLuhan）认为媒介即讯息，即在传播中，媒介的形式嵌入到传播讯息之中，通过影响受众接收传播讯息的方式，来建构、延伸感官的意义世界。其如环境一样作用于沉浸其中的受众，改变人们的感受、认知、经历、习惯、态度和行为。在麦克卢汉看来，媒介自身的特征比通过媒介传递的内容对社会的影响力更大，因为它改变了人类相互关联和行动的范围和形式。内容犹如用来吸引看门狗的汉堡包中的肥美肉饼一样，让受众过于关注传播讯息中有价值的信息。但是，在传播过程中，因基于科技创新的新媒介带来的社会之价值观、范式、结构的潜移默化的改变却常常被忽略。在确定了媒介即讯息的论断后，麦克卢汉进一步根据逻辑推论，得出一切媒介中的内容同样是另一个媒介的观点。麦克卢汉的媒介即讯息，似乎在当下自媒体中又找到了新注脚。换一个角度看，麦克卢汉并非“奇谈怪论”，而是折射反映了媒介在信息传播中的主导地位或主体地位。这种基于新媒体聚焦到自媒体的迭代重构，当然是电子传播时代的新发展，也是格数传播应当正视的新领域。

（二）格数传播之迭代重构

1. 迈入新世纪之后，传统的信息传播格局不断被打破，日新月异而又花样翻新的传播现象“乱花渐欲迷人眼”，传播学的专家学者都开始惊呼跟不上它变化的节奏。陈力丹、宋晓雯、邵楠在《传播学面临的危机与出路》（发表于《新闻记者》2016年第8期）一文中指出，因为基于科技创新的新媒体之快速发展，以往的传播学理论，特别是大众传播理论，已很难解释全新的传播现象，特别是互联网传播现象。的确，从传播网络的角度来看，每一项与传播相关的计算

机新科技的出现，带来的都是从传播拓扑到传播模式上的一次根本转变。传播这种节奏的变化往往不与人的主观意志为转移，但却可以从客观规律中看出它变化的端倪和发展的轨迹：

第一，是基于20世纪80年代蓬勃发展的互联网功能的持续发酵。虽然真正意义上将传播者和受众1周7天、1天24小时粘连的移动互联网时代是在21世纪的头十年，但当互联网一面世，实际上就已经为今天的传播格局的突变埋下了伏笔。因为互联网本质上是全球化的巨大网络平台，天生就具备了信息交换的传播者与受众之间双向互动的功能条件，即首先从技术层面上意味着原来大众传播的传统单向灌输的信息传播方式一统天下之终结。然而，在相对长的一段时间里，媒介组织机构依靠主流网站仍延续了大众传播的单向传播方式，传播者仍是传播主导者，占据着强势地位，而广大受众仍是被动的接受者。但当自媒体横空问世和迅速发展，这一天平的原有平衡因反转被打破了，受众又是传播者还是自媒体，拥有了三种身份，而这归根结底是互联网功能持续发酵从量变到质变的结果。

第二，是基于新媒体的创新变化。新媒体的创造发展离不开互联网，但又不局限于互联网。新世纪以来，新媒体层出不穷，其变化之快、能量之大，使人惊叹，新媒体的作用怎么估计都不会过高。尤其是自媒体这一新媒体的诞生，彻底颠覆了信息传播的传统格局。自媒体至少在三个方面的冲击影响是巨大的，一是自主化，它可以按照自己的意愿决定传播的内容和形式；二是微格化，尤其是微博、微信，传播的信息短小精悍并碎片化，且往往定向于局部共享，呈现“小而格”的圈层特征；三是平面化，尤其体现的是“世界是平的”的平等普泛原则，虽“小而格”而又能“小而大”，一个微小信息就可能辐射地球村，产生蝴蝶效应。这种平面化使自媒体与大众传播之主流媒体平起平坐、平分秋色。

第三，是基于科学技术尤其是计算机技术的发展推动。20世纪70年代的个人电脑、20世纪80年代的互联网、20世纪90年代的万维网、21世纪头十年的移动互联网、21世纪10年代的深度学习人工智能的时代变迁，以及大数据、

云计算、物联网、智能移动设备等相关科技进发,移动媒体、社交媒体、交互媒体相互融汇之下的门户网站、博客、社交网站、微博、微信,还有虚拟现实、增强现实等诸多的新媒体纷纷面世,不断改变现代信息传播方式和现代社交方式,以及传播形态和传播环境,加速催生了传播学的创新发展。

2. 格数传播的迭代重构。一方面,万变不离其宗,数字和数字化是现代电子传播最重要的基本要素,因为互联网和新媒体的发展和运行都无法脱离它的轨道,所以不论信息传播如何变化,它始终有用武之地,“任凭风浪起,稳坐钓鱼船。”另一方面,这种发轫发散于传播领域的变化发展,恰恰为格数传播的迭代重构提供了无限可能和广阔舞台。诸如数字化格数、数字智慧格数、智能融合格数和计算机格数与之对应创新,其高度的融合性和契合度是一目了然的。基于此,笔者立足于格数传播的迭代创新和计算机跨学科塑造与传播领域,运用计算机仿生传播学、人文艺术科技虚拟之数字智慧、虚拟现实和增强现实新媒介、面向对象传播、传播之虚拟化、算法作曲、新媒体艺术、非线性塑造传播、人类智能与计算机智能之智能融合等理论或理念元素,与相关实践融汇建构了数智化虚拟传播、计算机仿生传播和新媒体塑造传播三大应用传播模式,并力求在实践探索中升华它的理论价值。

第三节 三大传播模式的格数视角

传播模式(communication pattern)在本书中有两重意义。一是指传播呈现出来的、符合传播目的的、有规律的独特形态样式;二是指得以形成这种形态样式的、可复用的传播解决方案形式。针对前者,可以建立抽象的数学模型;针对后者,建立形成秩序和规律的模式运行法则,同样离不开数学的指引。从格数视角来看,两者是统一的,在流程上也是融汇的。即从跨学科领域的人文、艺术、科技当中提取满足传播需求的数字智慧,建立抽象化的数学模型,设计传播体系架构,生成或推导出对应的人之行为准则和计算机算法,以人类智能

和计算机智能的融合,建构出传播模式之解决方案,最终提升传播效果和效率。在后续三章中,本书针对三大基于格数方法论的应用传播的传播模式进行了如下论述。

(一) 关于计算机仿生传播模式(包含计算机仿生传播学)

在此章节中,色彩构成理论中原色、间色、复色的相关理念被导入对应建立原学科、间学科、复学科的相关概念。从仿生学、计算机科学、传播学三个原学科出发,对计算机传播学、仿生传播学、计算机仿生学三个间学科进行深入解构,最终融合建构计算机仿生传播学这一复学科并建立相关的图表模式。本章节以计算机仿生隐喻为纲,以多个维度诠释建构计算机仿生传播学的理论框架、方法路径和实践运用范式。

从计算机仿生学的实践运用方面进行探讨示例,针对国家形象传播这一计算机仿生传播学的具体问题,本章节锁定国家形象传播的稳态建构、分工协作、路径探寻三个紧密环扣、层步推进的关键问题,运用计算机仿生学中的自组织理念,应对关键问题当中共性的动态持续、规模繁硕、宏微差异的三大难点,对应选用内稳态维持、劳力分配、觅食寻径的三个自组织隐喻,提出定量抽象化的数学模型生成、设计、推导相应的体系架构、计算机算法和人之行为准则,为国家形象传播的实践提供解决方案式的参考。

从计算机仿生学的理论建构方面进行探讨示例,针对 Harold Lasswell 提出的经典 5W 传播模型中传播讯息这一基本构成要素,本章节将其与生命体相对应,建构计算机仿生传播隐喻。具体而言,本章节从生物个体、种群、群落三个层面,进行了传播讯息与生命体的解构类比和机制类推,建构了传播讯息的“物竞天择,适者生存”、可遗传之变异、基因频率与种群进化、改造自然与共同进化、隔离与物种形成、群落发展与种间关系等概念体系、理论框架和模式方法。接着,本章节以遗传算法这一计算机仿生隐喻,建构出传播讯息种群适应受众环境、赢得生存斗争的进化传播模式。并基于候鸟种群的行为方式,提出除适应当前受众环境和改造当前受众环境之外的第三种思维,即周期性跳出和归

回当前受众环境的候鸟传播模式。

（二）关于数智化虚拟传播模式（包含虚拟传播、面向对象传播和传播的虚拟化）

在此章节中，虚拟质的规定性及其之于传播的价值首先被解析，进而建构虚拟传播之理念，即虚拟的数字智慧之于传播的运用。此章节提取并解构人文虚拟、艺术虚拟、科技虚拟三个领域中的数字智慧，即人文虚拟的“一分为二，由二生三”数字智慧、艺术虚拟的“补集建构，关键值勾勒和主线拟合”数字智慧以及科技虚拟的“面向对象”数字智慧，并探究将其运用于传播，形成虚拟传播之方法路径。随后，针对虚拟/增强现实这一新媒体，此章节深入解构其具备媒介传播价值的九大基本特性，即虚构性、多态性、普适性、移动性、复合性、交互性、数据性、迭代性和社会性。并在此基础之上，将虚拟的数字智慧与虚拟/增强现实的传播特性融会贯通，建构出虚拟/增强现实的人文之涡旋、艺术之集约和科技之对象三大虚拟传播模式。

此章节随后对基于科技虚拟的面向对象数字智慧（即计算机科学中的面向对象设计模式）建构的面向对象传播的8大传播模式进行了详细解析。其中，包含适配器传播模式、组合传播模式、享元传播模式和代理传播模式在内的4个结构模式，用于处理传播中各对象之间的关联关系；以及包含职责链传播模式、中介者传播模式、观察者传播模式和协议栈传播模式在内的4个行为模式，用于处理传播中各对象之间的交流沟通。各个传播模式的体系架构及其运行法则采用可运行的、java语言编写的计算机程序进行示意，并针对各个模式的适用场景及应注意的问题、现实传播中的经典示例及其优势与劣势进行了归纳和总结。

此章节最后从虚拟化这一源于计算机科学的数字智慧入手，建构出传播的虚拟化这一系统概念。依据 Harold Lasswell 提出的 5W 经典传播模型对其解构，除去作为客观衡量标度的传播效果之外，借由虚拟化数字智慧，完成了传播者

之虚拟化、传播讯息之虚拟化、传播渠道之虚拟化和传播受众之虚拟化四大传播虚拟化构成要素概念之建构。

（三）关于新媒体塑造传播模式（包含非线性塑造传播和智能融合塑造传播）

在此章节中，首先辨析了塑造与传播的关系定位，统一了面向传播的塑造之功用品达成与理想浪漫追求之间的主流与辩证，明确了面向传播的塑造之关注功效、追求流行、提升水准的三大焦点。以听觉（词曲创作）和视觉（视觉传达设计）这两大移动互联网时代最为重要的感官为例，阐述了基于数字智慧的系统和对比两大塑造传播模法的建构。

接着，此章节阐释了由于计算机科学的不断发展为塑造传播带来的“道”与“术”两个层面的思维、方法、模法和工具之全新可能。从新媒体塑造传播解决新问题之能力以及提升旧问题解决的效率效果两方面展开解析。针对前者，章节聚焦在新媒体非线性塑造传播的模型设计、数学物理本质、计算机创制软件工具、计算机非线性叙事思维、计算机非线性生成交互系统模法演绎等方面进行阐述；针对后者，此章节则关注于人类智能和计算机智能之智能融合对新媒体塑造传播之效率效果的提升。具体而言，此章节解析了计算机智能在“知其然且知其所以然”的塑造系统演绎与利用问题、“知其然而不知其所以然”的识别感悟与天赋灵感问题以及“不知其然却知其所以然”的高阶模式的生成与迭代问题上提供超越人类智能的解决方案的原因机理和实践运用；分析了当下计算机智能无用论和计算机智能威胁论之极端性；辨析了以人类智能为主流的人机共生和智能增幅，还是以计算机智能为主流的众筹与人在回路等理念的主流辩证；提出了以格数方法论中数字智慧作为指引，摒弃人类智能与计算机智能的固执自我，形成你中有我、我中有你的融汇交织，达成人类智能与计算机智能之间 $1+1>2$ 的智能融合之道。

最后，此章节基于格数方法论中的数字智慧，建构出有别于传统塑造传播的新媒体塑造传播之全新模式方法。从信息的可 X 化，即信息中模式的表达表现、信息中美的演绎彰显以及信息通感和算法作曲两个方面进行了详细阐述。