



实体信息传播： 改变我们关于信息和传播的观念

Entity Information Communication:
Changing Our Concept of Information and
Communication

赵建国 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



实体信息传播： 改变我们关于信息和传播的观念

Entity Information Communication:
Changing Our Concept of Information and
Communication

赵建国 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

实体信息传播: 改变我们关于信息和传播的观念/赵建国
著. —北京: 北京师范大学出版社, 2016. 5

(国家社科基金后期资助项目)

ISBN 978-7-303-15990-1

I. ①实… II. ①赵… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 030242 号

营 销 中 心 电 话 010-58805072 58807651

北师大出版社学术著作与大众读物分社 <http://xueda.bnup.com>

SHITI XINXI CHUANBO: GAIBIAN WOMEN GUANYU
XINXI HE CHUANBO DE GUANNIAN

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com

北京市海淀区新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 大厂回族自治县正兴印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

印 张: 17.75

字 数: 300 千字

版 次: 2016 年 5 月第 1 版

印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 78.00 元

策划编辑: 马洪立

责任编辑: 戴 轶

美术编辑: 王齐云

装帧设计: 王齐云

责任校对: 陈 民

责任印制: 马 洁

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58805079

国家社科基金后期资助项目

出版说明

后期资助项目是国家社科基金设立的一类重要项目，旨在鼓励广大社科研究者潜心治学，支持基础研究多出优秀成果。它是经过严格评审，从接近完成的科研成果中遴选立项的。为扩大后期资助项目的影响，更好地推动学术发展，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

前 言

本书试图通过对实体信息和实体传播的探索论述，来达到“改变我们关于信息和传播的观念”的题旨。实体信息和实体传播是作者提出的一对新概念，在此基础上又对信息和传播做了新的分类，即实体信息与符码信息、实体传播与符码传播，同时把实体传播分为三大类，即实物传播、实事传播和动作表情传播。对提出实体信息传播的理论和实践意义以及实体信息传播特征的论述，是对本书题旨的系统化和深化。作为实体信息概念的具体运用，作者认为“实体信息与符码信息在每个人的信息库中所占比例，对人的影响很大”“实体信息的多寡可能成为一个知识分子水平高下的分界线”。

与上述内容相关，本书对于“信息都是由符号构成和传播”这一基础的、人们普遍持有的观念提出质疑：认为实物传播不需要符号，实事传播需要非符号与符号的混合使用，符码传播则属于纯符号传播。接着，把这一观念与美学研究联系起来，提出“审美直接面对对象而不必转化为符号”“自然美的审美过程就是实体传播的过程”。

实体美也是在实体信息和实体传播概念基础上衍生出的新术语。本书认为：“所有的实体美都有一个共同的特征，它们都不是为美而存在的，或不是只为美而存在的。”“而艺术美或拟态美则是为美而存在的，如果不美，它就失去了存在的理由。这是实体美和拟态美的一个重要分界线。”从信息理论角度考察美，作者提出“美的信息不以消除不确定性为特征”的观点。

本书对自然界实体信息及其传播的探索提出如下供讨论的观点：自然界实体信息传播的特征在于产生物理、化学、生物反应或变化等实际效果；动植物实体信息的显现和传播是生存竞争的需要；基因和基因的传递表现为信息和遗传物质为一体，遗传物质实体的移动和结合就是信息的移动和结合。

本书还对信息“中介”和“信息场”以及“生命赖信息为食”等观点做了辨析。对在“体验”研究中学者们普遍持有的体验都是情感性的这一观点做了辨析，认为“体验并非都是情感性的”。

以上是对有新意内容的提示，下面再就研究方法和写作设计方面介绍几句。

本书在某些章节的字数比重上有不平衡问题，重点探索的或自己有心得的地方自然会字数多一些，别人探讨过的或自己没有感受的地方字数自然会少甚或没有。正如诺伯特·维纳(Norbert Wiener, 1894~1964)在其《控制论》第二版序言中所说：“本书纯粹是一本阐述个人思想的书，书中对于我自己感兴趣的那些东西给予了很大的篇幅，对于我自己没有研究过的东西，篇幅却较小。”^①这样做，主要是想言之有物，不追求形式上的平衡，不想面面俱到而导致内容平浅。

本研究几乎是没有边界的。在研究和写作过程中，笔者曾阅读了达尔文的《物种起源》。任定成在北京大学出版社出版的“科学素养文库·科学元典丛书”的“弁言”中指出：“百余年来，达尔文在《物种起源》中提出的思想，被不同的人解读出不同的信息。古脊椎动物学、古人类学、进化生物学、遗传学、动物行为学、社会生物学等领域的几乎所有重大发现，都要拿出来与《物种起源》中的思想进行比较和说明。”本书也从实体信息和实体传播的角度对这部经典著作做了新的解读。

① [美]维纳：《控制论(或关于在动物和机器中控制和通信的科学)》，北京，北京大学出版社，2007，第8页。

目 录

引 论 实体信息传播研究现状述评	(1)
第一章 实体信息传播理论概述	(5)
第一节 从基础说起：物质、能量、信息	(5)
第二节 新的信息分类：实体信息和符码信息	(10)
第三节 实体信息的感知与观察仪器设备	(17)
第四节 新的传播分类：实体传播和符码传播	(28)
第五节 研究实体信息传播的实践意义	(43)
第六节 提出实体信息传播的理论意义	(71)
第二章 实体传播的类型	(87)
第一节 实物传播	(87)
第二节 实事传播	(93)
第三节 动作、表情传播	(98)
第四节 动作和表情传播的两个独特领域：体育和舞蹈	(121)
第五节 传播学视野下的人的身体	(128)
第三章 实体信息传播的特征	(145)
第一节 自然界中实体信息传播的特征	(145)
第二节 实体信息和实体传播的一般特征	(164)
第三节 实体信息、实体传播的局限性	(182)
第四节 实体传播与符码传播结合效果最佳	(184)
第四章 实体传播体验	(189)
第一节 体 验	(189)
第二节 体验并非都是情感性的	(195)
第三节 实体传播与体验式传播	(198)
第五章 实体信息传播与符号	(204)
第一节 符号学概要	(204)

第二节 信息都是由符号构成和传播的吗	(207)
第三节 重新认识符号	(218)
第四节 对话与实体信息、符号	(220)
第六章 实体信息传播发展趋势	(225)
第一节 “三流”中的信息传播	(225)
第二节 物质商品的流通也包括信息的流通	(240)
第三节 实体信息传播与实践活动和认识活动	(253)
第四节 实体信息传播与美和审美	(259)
后 记	(275)

引 论 实体信息传播研究现状述评

以明确的概念和系统的理论对实体信息与实体传播进行研究,目前在国内外还没有。

国外一些著名传播学研究者对本课题所说的实体信息与实体传播偶有涉及,但都没有明确意识。

某些视野宽阔的学者在谈到传播时已经包含了实体信息、实体传播的萌芽。比如,美国社会学家库利在 20 世纪出版的《社会组织》一书中,为传播下了一个广为人知的定义:“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。它包括表情、态度、动作、声调、语言、文章、印刷品、铁路、电报、电话以及人类征服空间和其他任何最新成果。”至少,他所说的“铁路”和“人类征服空间和其他任何最新成果”,都与本书所说的实体传播(尤其是实物传播)有关。铁路主要不是传播媒体,是交通工具,是物质产品实体。“人类征服空间和其他任何最新成果”,比如新的科技产品,绝大部分都不是用来做传播媒体的,而是有具体使用目的的物质产品实体。然而,在库利看来,它们都包含在传播的范围内。

施拉姆、波特在《传播学概论》(新华出版社,1984 年版)中有多处涉及实体信息和实体传播。他们在谈信息时指出:“凡是在一种情况下能减少不确定性的任何事物都叫作信息。”“任何事物”就包含本课题所说的“实体”,甚至可以衍生出实体信息的概念。

施拉姆作为传播学学科的正式创立者和集大成者从生活出发,敏锐地观察到真实生活中的实体信息和实体传播:“那些最初的夏威夷人已经是灵巧的传播者。他们能够看懂天空中和海浪中的信息,利用这种信息来航海。”“天空中和海浪中的信息”实际上就是实体信息。很遗憾,施拉姆没有对实体信息与符码信息、实体传播与符码传播做出精确划分。他甚至察觉到不做这种划分所产生的混乱和“麻烦”:“你早上起床,看到白云飘过阴沉的天空,判断要下雨了,在你离开家的时候最好带把伞。是信息吗?的确是;但有过传播行动吗?我们应当说没有。”“当我们试图说明什么就是传播和信息的界限时,偶然和第二位的传播是另一个使我们

感到麻烦的事情。”这里的“白云飘过阴沉的天空”就是实体信息，“偶然和第二位的传播”就是指实体传播，施拉姆感到这是一个“麻烦的事情”，但没有深究。同时，施拉姆试图找到信息与传播的界限，其实，传播与信息是不可分割的，传播就是对信息的传播，离开了信息就没有传播；而真正需要找到的界限是实体信息与符码信息、实体传播与符码传播的界限，他却一直没有形成这样的思路。

施拉姆甚至发现了实体信息及其传播是验证和改正符码信息及其传播的途径。他说：

让我们考虑一下一种不同的信息。一个在平原上长大的 11 岁的男孩第一次被带到山区去。他过去看过山的图片、读过关于山的书、听过关于山的情况，但是当他乘车朝山里去时，他越来越兴奋，因为他将亲眼看到山了。当他最后来到了一个他能够隔湖眺望到一座雪山的地方时，他目不转睛地凝视，最后说道：“我原来以为山是很高的，但我不知道山是这样美丽！”由此，他得到的这一信息改变了他头脑中原有的山的印象。

“过去看过山的图片、读过关于山的书、听过关于山的情况”，那是符码传播。“他能够隔湖眺望到一座雪山”，那是实体传播。“我原来以为山是很高的，但我不知道山是这样美丽！”就是实体信息、实体传播验证和改正了过去的符码信息、符码传播。

可以看出，施拉姆发觉了实体信息、实体传播的存在，也感觉到了现有传播理论不能很好解释它，但他没有深究，更没有在理论上解决这个基础问题。尽管如此，我们却不能不佩服他敏锐的观察能力。

国内的研究同国外类似，但稍有推进。

冯健主编的《中国新闻实用大词典》（新华出版社，1996 年版）说：“信息现象十分古老，早在人类历史发端之前，信息已存在于物质世界，如阳光普照、星斗灿烂，就是宇宙天体发出的信息。”“阳光普照、星斗灿烂，就是宇宙天体发出的信息”，已经承认实体信息、实体传播的存在。

郭庆光在《传播学教程》（中国人民大学出版社，1999 年第 1 版、2011 年第 2 版）中具体谈道：“自然界的刮风下雨、电闪雷鸣，生物界的扬花授粉、鸡叫蛙鸣，人类社会的语言交流书信往来，都属于信息传播的范畴。”在这位学者列举的这些信息传播例子中，除了语言交流书信往来是符号传播，“鸡叫蛙鸣”对于鸡和蛙来说也许具有“符号”意义外，“刮

风下雨”“电闪雷鸣”“扬花授粉”都属于实体信息和实体传播。

国内有过“实物传播”的说法,姚鹤鸣在其著作中说:“实物传播方式的不可替代性主要在于它具有独特的信息呈现方式,即以实物自身作为信息呈现方式传播自身。”^①我同意这个观点,但他主要限于实物产品传播,也没有本研究“信息与它所指代的实际事物为一体”这样的内涵揭示,更没有揭示出实物传播与实事传播的内在关联,并进而抽象出实体传播这样的更有概括力的概念。

在笔者的阅读范围内,唯一直接使用“实体传播”说法的是张雷编著的《公关理论精要》,可惜只有下面一段话论及这个内容:“实体传播就是向公众展示事物本身的传播方式,这是一种直接的、无媒介的传播方式。产品展示、现场参观等都是这种传播的具体形式。实体传播可信性程度最高,但通常情况下传播范围比较狭窄,而且容易受到一些条件的限制,如实体的大小、观察的角度、展示的场所、交通的便利等。”^②“向公众展示事物本身的传播方式”作为实体传播的概念稍显粗糙。“这是一种直接的、无媒介的传播方式”“可信性程度最高”倒是抓住了实体传播的两个重要特征。“产品展示、现场参观等都是这种传播的具体形式”也是准确的。“传播范围比较狭窄”“容易受到一些条件的限制”则涉及实体传播的某些缺陷,说得也不错。以上内容无疑具有启发意义,但无论如何还不能看作是对实体传播的真正系统研究。

与传播学密切相关的信息科学研究和信息哲学研究的重要进展,对于实体信息与实体传播的研究来说,更具有基础意义。钟义信的《信息科学原理》(北京邮电大学出版社,2002年版),从“全信息”的角度研究信息科学,对香农的信息论有突破,具有开创意义。虽然该著包括了信息的获取原理(识别论)、信息的传递原理(通信论)、信息的认知原理(知识论)、信息的再生原理(决策论)、信息的思维原理(智能论,它是认知与再生两者的综合)、信息的施效原理(控制论),以及信息的组织原理(系统优化论)等内容,实际上形成了对信息传播全过程的考察,但没有把信息学与已有的传播学基本概念与理论对接,事实上,该著也很少提及传播学。

郭焜的《信息哲学——理论、体系、方法》(商务印书馆,2005年版)从哲学角度研究信息,有深度,但对传播学的关注也不够。

① 姚鹤鸣:《传播美学导论》,北京,北京广播学院出版社,2001,第58页。

② 张雷:《公关理论精要》,北京,高等教育出版社,2004,第86页。

信息论、信息科学、信息哲学与传播学本来关系非常密切，但目前呈现出两分的状态。各自的专门研究必要，不同学科之间的沟通也必要，目前缺乏的是沟通。本书试图在作者能力所及的范围内进行尽可能的沟通。尽管有两分这样的遗憾，但稍后读者就会看到，上述两著关于信息的概念成为本书实体信息和实体传播研究展开的基础。

以上所述表明，关于实体信息和实体传播的研究正在不断聚集能量，酝酿着勃发。

本书作者撰写的论文《实体传播与传播分类探讨》（《新闻与传播研究》2009年第4期）和著作《经济活动传播论》（河南大学出版社，2009年版）对实体传播做了初步探索，本书正是在此基础上更加系统、深入的研究。在与高红波博士的一次交谈中，他建议我以实体传播为独立对象进行研究，以彰显其意义；本研究正是把这个建议付诸行动的结果。

实体信息是实体传播的前提和基础，把实体信息作为一个核心概念和内容来探讨是在笔者原有研究基础上的一个新进展。

第一章 实体信息传播理论概述

第一节 从基础说起：物质、能量、信息

顶级的概念就是宇宙；而宇宙由物质、能量、信息三大要素组成，这是当今科学界所普遍认同的观念。

为什么首先要谈物质、能量、信息这三个仅次于宇宙的极其重要的概念呢？因为本书要探讨的实体信息和实体传播以物质实体和信息为基础，只有明确了什么是物质和信息以及物质和信息的关系，才能展开实体信息和实体传播的讨论。

为了尽快进入本书的中心议题，这里只给出对物质、能量、信息最通行的定义和它们之间基本关系的最必要的说明和解释。

一、物质、能量、信息的定义

物质是标志客观实在的哲学范畴，这种客观实在是人通过感觉感知的，但它不依赖于我们的感觉而存在，却为我们的感觉所复写、摄影、反映。客观性和实在性是物质存在的两大标准。

能量是一个间接观察到的物理量，它往往被视为某一个物理系统对其他物理系统做功的能力。对应于不同形式的运动，能量可分为机械能、电能、化学能、原子能等。

暗物质也是物质，是一种特殊的物质，而且比我们所知道的物质在宇宙中所占比例还要大。暗物质是指那些自身没有电磁辐射、不发光，也不与电磁波相互作用的一类物质。暗物质不是目前我们已知的任何一种粒子，但有显著的引力效应，能够干扰星体发出的光波或者引力，却无法被直接观测到。最新的天文观测证据表明，宇宙中暗能量约占68%，暗物质约占27%，人们熟悉的通常物质占5%。暗物质和暗能量的各种信息还有待发现和研究。

信息是物质存在方式和状态的自身显示，是物质的普遍属性。因此，信息同物质一样在宇宙中是无所不在的。关于信息的概念这里只做最简明扼要的表述，后面还有详细论述。

二、物质、能量、信息之间的基本关系

（一）物质、能量、信息三位一体

物质是能量和信息的载体，信息是物质和能量存在状态和方式的自身显示。物质、能量、信息三位一体，这种三位一体可以用“物质—能量—信息”的模式来表述。能量和信息都是物质的属性；世界统一于物质。“物质—能量—信息”三位一体，具有世界观和方法论意义。既然宇宙由物质、能量、信息三大要素构成，物质、能量、信息又是三位一体的，那么这就从根本上决定了宇宙是可传播的。在信息论产生之前，科学家多是从物质和能量两个维度看待世界的，信息论和信息科学产生之后，科学家看待世界的视野多了一个维度，这就是信息。因此有了信息科学、信息技术、信息经济、信息社会和信息时代这些术语。

电闪雷鸣是信息吗？当然是。但难道电闪雷鸣这种信息不是物质的转换和能量的释放吗？

刮风、下雨、下雪是信息吗？当然是。但难道刮风、下雨、下雪这种信息不是物质的运动或转换方式，不是能量的释放吗？

潮汐是信息吗？当然是。但难道潮涨潮落这种信息不是海水这种物质的运动方式和能量的释放吗？

（二）物质与信息的根本关系

上面已经说过，信息是物质存在方式和状态的自身显示，是物质的普遍属性。这句话也表达了物质和信息的根本关系。从哲学物质概念的高度认识信息，是对信息最透彻的认识。可惜，不少传播学和信息学研究者不能这样认识和理解信息，他们只能或只愿意从符码信息的角度认识和理解信息。

物质与信息当然有区别，具体的信息只是某种物质的某一属性的显现，并不等于这一物质本身。正如有学者所说：“信息是一切物质的普遍属性，但是信息不等于物质，也不可笼统说它是物质的，信息是与物质既有联系又有区别的不同范畴。正如运动、时间、空间是物质的属性，与物质不可分，但运动、时间、空间等范畴不等于物质范畴，意识是大脑这种高度完善的物质的属性，但意识不是物质，同样，信息作为物质的属性离不开物质，但信息不等于物质。”^①

^① 王雨田：《控制论、信息论、系统论科学与哲学》，北京，中国人民大学出版社，1986，第360页。

信息依附于物质,离开了物质的信息是不可想象的。信息的产生、传递和储存都离不开物质,信息的获取和传递也离不开能量。即使符码信息也依附、依托于物质实体。即使人脑思维活动中的信息,看不见摸不着,它也依存于大脑这种物质。

对于人类来说,信息像空气、水和阳光一样不可须臾离开,离开了信息的生活是不可想象的。这种不可离开,还表现在空气、水和阳光这种物质也在传递信息,没有空气、水和阳光的信息,有时我们就得不到它们。比如,在缺水的地方,如果得不到水源的信息,我们就喝不到水。

维纳的这句话被不少学者所引用:“信息就是信息,不是物质也不是能量。”^①固然,信息不能等同于物质,也不能等同于能量。但离开了物质,信息就不复存在;离开了能量,信息也是难以想象的。相比较而言,维纳的下面这段话对信息的解释更有普遍意义:“信息是人们在适应外部世界,并且这种适应反作用于外部世界的过程中,同外部世界进行互相交换的内容的名称。”但“同外部世界进行互相交换的内容”应当包括物质、能量和信息,这样一来就与他前边说的信息“不是物质也不是能量”产生矛盾,而且存在把信息与物质、能量混淆的问题。这种矛盾也影响了中国学者对此问题的理解,郭庆光在谈到信息既不是物质,也不是能量时说,信息“在物质运动过程中所起的作用是表述它所属的物质系统,在同其他任何物质系统相互作用(或联系)的过程中,以质、能波动的形式所呈现的结构、状态和历史”^②。信息既然既不是物质也不是能量,信息怎么会“以质、能波动的形式所呈现”呢?

(三)信息传播的速度受限于物质传播的速度

符码传播的速度最终取决于物质实体传播的速度。按照爱因斯坦的理论,宇宙间的极速是光速:每秒约30万千米;因此,信息传递的最快速度等于光速。

从人类早期传递信息的手段来看,岩画、烽火、竹简等都明显依赖于物质实体,岩画不能移动,烽火、竹简能移动,但速度也相对较慢。之后的纸张、有线和无线电话、广播、电视,直到有线和无线互联网,信息传递所依赖的物质载体越来越少而不明显,速度却越来越快。这启发我们思考一个问题:信息传递依托物质是否越少越高效?

① [美]维纳:《控制论(或关于在动物和机器中控制和通信的科学)》,北京,北京大学出版社,2007,第109页。

② 郭庆光:《传播学教程》,北京,中国人民大学出版社,2011,第3页。

（四）信息传播能否久远也取决于物质载体的质料

阿尔塔米拉洞窟位于西班牙桑坦德省，1879年西班牙人索图奥拉带着他的小女儿玛利亚来到他几年前发现的这个洞穴。他们进洞后，索图奥拉开始挖掘，他的小女儿玛利亚却拿着一支蜡烛好奇地到处闲耍。当她走到一处窟顶很低的地方，抬头往上看的时候，突然叫道：“看呀，爸爸，这里有野牛！”在黑暗的洞窟中，他们看到了彩绘在岩壁上的野牛和野鹿。就是这位小女孩偶然的一瞥，沉睡了一万多年的人类历史最早的艺术品之一被唤醒了。从此，谈到“阿尔塔米拉洞穴艺术”人们就会提到索图奥拉。

作家李存葆在谈到中国山西云冈石窟时说：

从嘎仙洞石室走出来的拓跋氏，最钟情、最信赖的却是石头。拓跋濬在复法兴佛的诏令中曾云：纸帛易破，泥塑易碎，金像易烁，唯石雕可与天地共长。云冈石窟，实则是一部拓跋王朝的石刻之历史，“无韵之离骚”。^①

不同地域的人类在力图把某种信息长久保存时都选择了石头，这不是偶然的。石头这种质料用于传播，偏向于时间的延续，它可长期存于世间。而现代传播媒体比如广播、电视、手机等多偏向于空间，即可以迅速传播到不同的地方，但能否实现时间的延续，设计者考虑不多。

（五）信息与精神的关系

信息与哲学意义上的精神有联系也有区别，这里所说的精神与物质相对应，不能简单地说信息等同于精神。通常信息是精神的原料，信息经过加工、升华成为精神。在相当程度上信息为物质到精神的中介，也可以说精神是信息的升华。

然而在广义的信息概念中也可以包括精神，精神属于思想信息、情感和意志信息等。

三、信息有没有定律

自然科学家已经发现了物质不灭定律和能量守恒与转换定律。物质不灭是自然界普遍存在的基本定律之一。在化学反应中，参加反应前各物质的质量总和等于反应后生成各物质的质量总和。这个规律被称作质

^① 李存葆：《呼伦贝尔记忆》，《美文》2011年第12期。

量守恒定律(Law of Conservation of Mass)。扩而言之,在任何与周围隔绝的体系中,不论发生何种变化或过程(包括化学反应和核反应),其总质量始终保持不变。也就是说,任何变化都不能消除物质,只是改变了物质的原有形态或结构,所以这个定律也叫物质不灭定律。

能量守恒与转换定律也是自然界最普遍、最重要的基本定律之一,它是指:在自然界中,能量既不能创造,也不能消灭,而只能在总量不变的前提下,由一种形式转变为另一种形式,或由一物体转移到另一物体。

作为与物质、能量处于同一等级的信息有没有基本定律?这是一个需要和应该探讨的大课题。

学界有共识,信息可以共享,而且共享的人越多信息的效用就越大。然而,能共享的信息主要是指符码信息,实体信息往往难以共享。比如,一处私人花园的实体信息能共享的人就有限。所以,信息共享只在限定范围内存在,还不能成为普遍规律。

在笔者看来,至少信息依附定律是存在的。信息依附于物质和能量,没有物质和能量,就没有信息。

另外,爱因斯坦曾给出了一个著名公式:

$$E=mc^2$$

式中, E 为能量, m 为质量, c 为光速。这个公式的意思是说,一切物质都潜藏着质量乘光速平方的能量,因此物体的运动速度不可能超过光速。

在信息领域,我们是否可以仿照爱因斯坦,给出这样一个公式:

$$E(\text{传播效果})=\text{信息质量}\times\text{传播速度}^2$$

在这个公式中,“信息质量”非常重要,它决定着传播效果实现的是正能量还是负能量。在互联网中,传播速度极快,典型地体现了“传播速度²”,某种谣言一旦以这种速度传播就会造成极大的危害。这个公式可以解释现代传媒的传播威力来源于其传播速度。信息一旦以高速传播,其威力难以估量。这就是世人尤其是统治者普遍重视现代传媒的原因。

关于“信息有没有定律”这部分内容带有猜想性质,写出来仅供读者启发思维之用。