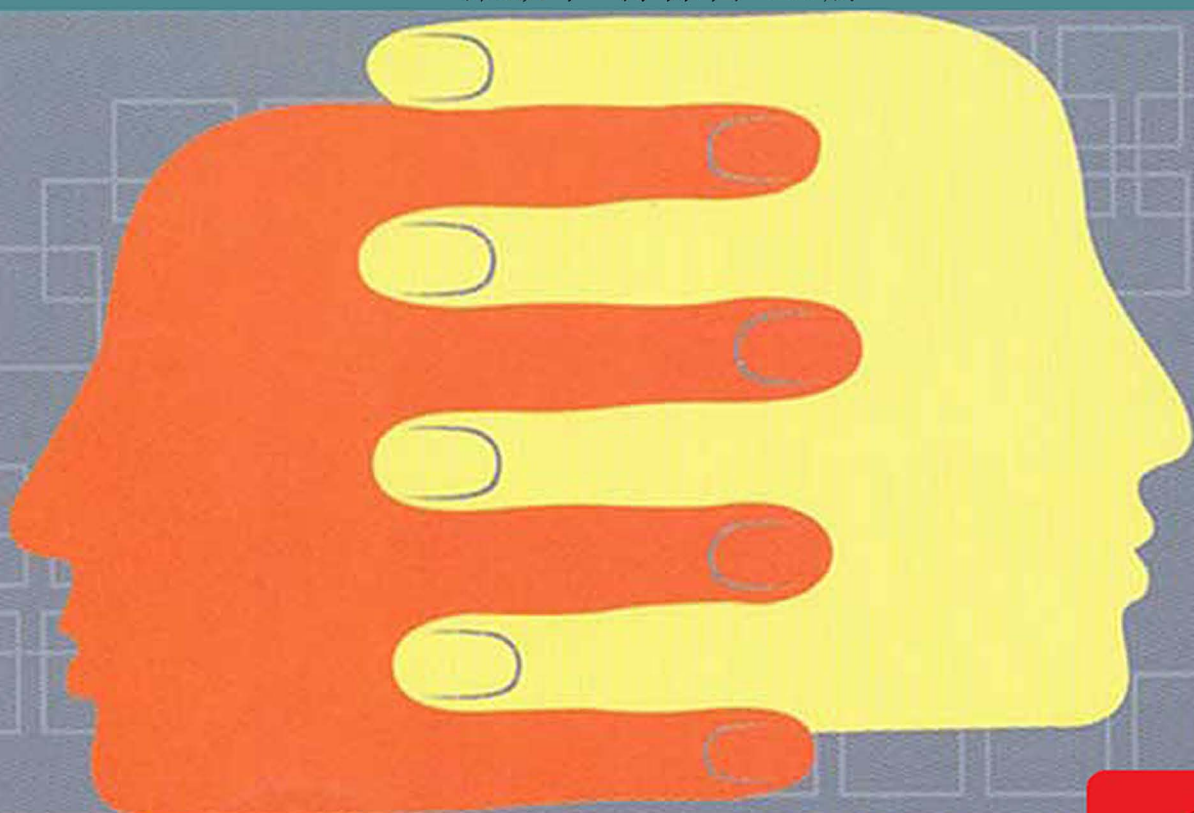


“云生活”与后媒体时代的舆论场重构

张淑华 孙保营 主编



郑州大学出版社



“云生活”与后媒体时代的舆论场重构

——2015 年郑州大学新闻与传播学院研究生学术论坛论文集

主 编 孙保营 张淑华

郑州大学出版社

· 郑州 ·

图书在版编目(CIP)数据

“云生活”与后媒体时代的舆论场重构/张淑华,孙保营主编. —郑州:郑州大学出版社,2016. 8

ISBN 978-7-5645-3058-7

I. ①云… II. ①张…②孙… III. ①互联网络-应用-传播媒介-文集
IV. ①G206. 2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016)第 117086 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:张功员

全国新华书店经销

新乡市豫北印务有限公司印制

开本:787 mm×1 092 mm 1/16

印张:16.5

字数:405 千字

版次:2016 年 8 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

印次:2016 年 8 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-5645-3058-7

定价:56.00 元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换

“新媒体公共传播”丛书编辑委员会

主任委员 南振中

副主任委员 董广安 焦世君 张举玺

编辑委员 (以姓氏笔画为序)

邓元兵 朱春阳 孙保营

汪振军 张靖 张磊

张兵娟 张举玺 张淑华

郑素侠 胡百精 钱莲生

姬德强 董广安 董天策

蒋晓丽 焦世君 楚明钦

詹绪武 褚金勇

自序

公共传播是一个内涵丰富、外延广阔、富于延展性的概念。其传统性的核心内涵指向公共关系传播和舆论研究。在“人人都是记者,人人都在传播”,大众传播和组织传播、公共传播和人际传播融汇的新媒体环境中,公共传播主要指各类社会组织或公民个人利用媒介进行的以社会公众为对象的泛社会化的公共信息的传播活动。公共传播的内涵包括公共信息传播,关于公共事务的舆论流通、公共利益的意见交流以及公共危机事件管理等。公共传播同时也是一种实践范式,强调公共信息传播的社会责任、社会公益和社会管理取向,专注于新媒体环境下大传播机制研究,注重公共机构与公众沟通的公共事务信息、公共政策、公共形象、社会公益的传播战略和策略研究,服务于国家政治、经济、文化发展和社会公共事务建设。

在自媒体快速发展和覆盖的情况下,公共传播不仅是各类社会组织的传播责任,是其社会服务的重要功能,而且是其体制机制创新的主要路径。从一定程度上看,网络化公共传播成为组织生存的首要需求。在公共议题遭遇传播话语结构多元、传播规模海量扩张的语境下,公共传播成为传播研究的最具有创新价值的发展领域。

国外对公共传播的研究由来已久,最早植根于宣传研究、舆论研究。以拉斯维尔的《第一次世界大战中的宣传》和李普曼的《舆论学》为其滥觞,后转入或扩展为公共关系传播、政治传播、发展传播、健康传播、文化研究、媒介素养研究等,逐渐形成公共传播的雏形。

20世纪四五十年代,“公共传播”作为大众传播功能反思的成果被提出,主要围绕两个层面展开:一是大众传播的公共性取向,探索传播学科的公共性属性,强调大众传播的社会责任,如大众传媒在公共领域的建构中的地位和作用,公共新闻学建构等;二是媒介化社会中传播的外延扩张,在大传播的框架下,构建多元的专业化传播,在政治学、社会学与公共管理学的交叉地带展开实践性探索,最突出的是公共关系传播,以后逐步形成相对独立的学科,如政治传播、发展传播和文化传播等专业性领域。

1956年,美国出现了专门研究政治传播的著作,系统提出政治传播是政治家、政府组织与公民的互动过程,政治传播又是三者互动的中介或渠道。1963年,多伊奇的《政府的神经:政治传播及其控制模式》,视决策为政治活动的中心,把传播看成决策的环节,以政策制定为核心系统研究政治传播,政治传播的学科性建构初步形成。发展传播被认为起源于1958年,以勒纳《传统社会的消失:中东的现代化》出版为标志,发展传播以现代化

理论为基础,研究信息传播培养现代人格(施拉姆、英格尔斯)、推动发展中国家现代化的作用(丹尼斯·麦奎尔,威廉·哈森),罗杰斯的创新扩散理论进一步将传播视为社会变革的基本要素。文化传播最早是以批判性的视野展开的,其开端为20世纪20年代法兰克福学派以文化工业为主要分析对象的研究;60年代英国伯明翰学派跨学科的大众文化研究,使文化传播成为研究焦点;以后随着传播全球化和文化产业化的快速发展进程,文化研究分多元路径展开,一是文化扩散研究,如跨文化传播、多元文化的扩散和传承等,一是文化产业发展研究。这些杰出成果在20世纪90年代随着新媒体的普及走向实践和教育,为“公共传播”的学科发展奠定了扎实的理论基础。

21世纪以来,互联网传播技术快速发展,组织和个人的传播成为强大的传播力量,由公众广泛参与的公共传播成为当代传播转型中的一个突出表现;大众传播媒介在与社会文化传播媒介的竞争合作中不断开辟媒介融合新境界。新的传播空间中,公共传播的内涵和外延面临着全面转换,基于自我协作的分享、对话和集体行动,这些无组织的组织力量(克莱·舍基)将重构传播结构和社会关系,西方对公共传播研究也多以新兴媒体为核心,呈现多元性的扩散研究趋向,公共传播的学科特点也越来越突出,成为具有发展潜力和独特规范的前沿学科之一。

国内围绕新媒体和公共传播展开的学术研究始于20世纪90年代,也有可观的研究成果,但总体上还处在破题阶段。其中华中科技大学石长顺、石永军、阎莉的《论新兴媒体时代的公共传播》《新兴媒体公共传播的核心价值》,在总结相关研究的基础上,于国内首次对公共传播进行了界定,梳理了新媒体环境下公共传播的途径,强调新兴媒体对公共传播传统的回归、公共利益作为新兴媒体公共传播的核心价值,并从公共传播与人类交往行为、新兴媒体议程设置与公共传播实现、新兴媒体的传播规制等方面对公共传播进行较为系统的研究。中国传媒大学龚伟亮的《传播学的双重公共性问题与公共传播学的“诞生”》提出,应当在一种关系性的传播学“四分法”中为公共传播学开辟理论与实践空间。中国人民大学胡百精也撰文分析了新媒体时代公共传播的困境,提出了应对挑战的观念是实现从宣传到对话、从信息流到关系网、从利益共同体到价值共同体的观念创新与范式转换。现有成果的稀缺验证了该项研究的价值,也为研究的展开提供了充足的空间。

在专业性的公共传播的实践研究上,当前的研究多元展开,发展快速,数量非常丰富。政治传播、发展传播和文化传播,成为跨学科研究的热点领域,但是在学术内涵和质量上相对不足,成果最多的领域主要为公共危机传播管理、网络舆情、网络问政、文化产业发展研究等。

与学术研究相因应,公共传播也在孕育学科发展,迅速成为新的学科增长点和竞争力指标之一。

2012年,复旦大学传播与国家治理研究中心成立,该中心以复旦大学“新闻传播和媒介化社会国家哲学和社会科学创新基地”为主体,联合社会学、行政管理学、政治学、哲学、计算机等学科组建,聚焦国家当前迫切需要解决的问题,为党和政府主管部门提供思考和决策参考,力图建设成为党和政府在传播与国家治理领域的智库。

上海交通大学2009年创办了新媒体管理研究所和新媒体与社会研究中心,作为研

究新媒体与社会管理、危机管理、网络舆情、新媒体技术的专业化研究平台,为决策层全面掌握舆情动态提供决策依据。

北京大学在社会发展的大视野下致力于公共传播领域的学术研究、国际交流、媒体培训和公益合作,于2012年成立了公共传播与社会发展研究中心,旨在搭建政界、学界、企业界、媒体跨界交流、融通合作的平台,以公共传播推动社会发展,以社会发展丰富公共传播,2013年4月举办了以“互联网与公共传播:发展与政策创新”为主题的学术论坛。

此外,中国人民大学新闻传播与媒介化社会国家哲学社会科学创新基地以及新闻与社会发展研究中心、武汉大学新闻传播与媒介化社会国家哲学社会科学创新基地以及新媒体与对外传播研究中心、华中科技大学网络传播与新媒体发展研究中心,都致力于新媒体环境下相关学术研究体系的建立,为国家解决该领域中面临的重大课题提供科学依据。其他在新媒体传播研究具有创新特色的还有中国社会科学院新闻研究所,人民日报、新华社、上海大学、中山大学、暨南大学的新媒体研究机构等。新媒体与公共传播研究成为学界、业界关注的重要研究领域。其中,中国人民大学在2012年5月同奥美公关联合成立“人大-奥美公共传播实践与研究中心”,其后成立了公共传播研究所,发布“人大公共传播”微信公众号,出现了涂光晋教授、胡百精教授等人的一批研究成果,在国内形成了一定的影响力;中山大学在2008年成立了公共传播系,举办公共传播全国性学术会议,也正在公共传播领域打造自己的影响力。这些说明,公共传播即便在国内,也已经是一个相对成熟的学科,具有较好的学科基础和巨大的发展空间。

郑州大学的新媒体与公共传播的研究也刚刚起步。2014年7月,郑州大学新媒体研究中心成立,中心围绕新媒体语境下的各种公共传播议题展开研究,试图在新媒体政治传播、文化传播、发展传播、国际传播等方向和领域整合力量,形成特色。中心自成立以来,以新媒体和公共传播为两个特色研究领域,孕育和产出成果。主要工作包括:2014年7月,“新媒体公共传播”学科方向获得郑州大学首批基础与新兴学科方向重点项目资质和支持;以“新媒体和公共传播”为主题参与组织郑州大学第九届“研究生创新论坛”新闻与传播学院分论坛活动;完成34个“新媒体公共传播”的专项课题申报和立项工作;推进研究生课程改革,增加和调整了新媒体、公共传播相关课程的比例和重要性程度,确定了“全媒体型新闻与传播人才”培养目标;组织了“自媒体发展实践与理论探索研讨会”“2015 郑州大学新媒体公共传播国际学术研讨会”等学术交流活动;协助建设郑州大学新闻与传播学院“媒介融合实验中心”等。近两年的努力,围绕“新媒体公共传播”的研究初步开花结果,2015年12月,该学科方向入选河南省优势与特色学科平台;“舆论管理与公共传播”作为学科方向,招收博士;2016年6月,获得了“公共传播”目录外二级博士学位授权点,将于2017年开始招生。

新的平台,提出了更高的要求。在追逐的脚步背后,是当代知识分子对新闻传播学公共性的凝重思考和教育转型期的责任担当。但愿这些努力能对社会、对我们的学生有所裨益。

编 者

2016年4月7日

论坛一 媒介技术与生活方式	1
技术进化论:预见“云生活”	3
大数据在公共决策中的应用	10
移动互联网时代新闻类 APP 的发展对策研究——以门户网站新闻 APP 为例 ...	17
移动时代新闻客户端的危机传播表现分析——以澎湃新闻的灾难报道为例	28
试论移动新闻客户端发展途径——以“掌上东快”为例	34
“融媒集团”现象及价值分析——以河南大象融媒体集团为例	43
传统出版产业的数字化转型——以上海世纪出版集团为例	54
数字媒体时代公益广告传播的致效路径	65
互联网时代下独立人文书店的发展策略研究——以台湾诚品书店为例透析	72
论坛二 舆论生态与公共传播	81
后媒体时代舆论场的重构	83
虚无主义的网络偏向与治理路径——由习近平在文艺工作座谈会上的讲话说 开去	92
2015 年上半年河南省重大舆情事件应对能力分析	101
论网络微博中公共领域和私人领域的融合与界限——以“范玮琪阅兵晒娃” 事件为例	108
浅谈政务微博对突发事件中政府媒介形象的塑造——以青岛“天价大虾”事件 为例	123
影响大学生对网络新闻可信度感知因素的文献综述	134
探析网络“舆论反转”现象出现的成因及对策——以“狗嘴下救女童系谎言” 事件为例	145
“编码,解码”视域下新媒体原生文化产品的衍生化研究——以网剧衍生 电影《煎饼侠》为例	155

论坛三 国际视野与“私人订制”	163
新媒体语境下的中美政治报道比较分析——以 2014 北京亚太经合会议报道 为例	165
幕末时期日本报纸的发展特点与现实动因分析	183
“私人订制”微电影的兴起与传播价值解析	194
《碟中谍 5》中的交叉文化作品《图兰朵》及其意义探析	206
主流媒体对女大学生媒介形象的构建研究——以 2005 年至 2015 年《中国 青年报》为例分析	214
新媒体语境下汉服趣缘共同体的建构——以“福建汉服天下”为例	223
社交平台“豫记”的乡土性与公共性研究——基于新媒体文化传播视角	238
南京旅游景点公示语翻译传播效果存在的问题与解决方案	247

论 坛 一

媒介技术与生活方式



技术进化论:预见“云生活”

冯 菲

【摘要】 从原子时代到数字时代的转变,使人类不得不构建“数字化自我”,成为“数字人”。“数字化自我”具有一定的独立性,甚至可以脱离现实自我而存在。而随着人与人、人与物实现全面互联,人类将进入一个新的时代——云时代。在云时代,所有用户的数据统一于云端,手机、电脑等将会是单纯的显示和操作终端,所有数据资源都由一个存储和运算能力超强的云端后台来提供。在云时代,数据是核心资源,“大数据”将会与公众的生活更加密切。公众将会成为“密码人”,密码是公众打开云端的“钥匙”。

【关键词】 技术 技术进化论 数字化生活 云生活

引言

技术是人类社会发展到一定程度的一种文明的显现。人类的传播历史也是技术演进的历史。最初的传播,只是简单的体态符号传播和口语传播,当第一套体外化符号系统的文字出现后,人们就开始更多地利用体外化媒介载体如石器、陶器、青铜器、竹简、纸张等。直到15世纪40年代,德国工匠古登堡在中国活字印刷和油墨技术的基础上创造了金属活字排版印刷,才使文字信息的机械化生产和大量复制成为可能。

1837年,美国人塞缪尔·莫尔斯发明了第一台实用电报机。1844年,当美国第一条电报线路开通,莫尔斯从华盛顿向巴尔的摩发出世界上第一封电报时,他的电报内容是《圣经》中的一句话:“上帝,你究竟创造了什么!”^①

20世纪中期,计算机的出现意味着人的大脑这一信息处理中枢开始了体外化的进程,这个革命性变革为人类传播所开创的可能性是无限的。互联网出场的1991年,接入互联网的全球计算机的数量只有20万台,到2014年,全球70亿人口中将近30亿成为网络人口;截至2014年12月,我国网民规模达6.49亿,互联网普及率为47.9%。人类正步入信息化时代、数字化时代、互联网时代,伴随着海量信息在全世界不停流通,伴随着

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第32页。





人与人、人与物、物与物之间逐步实现全面互联,新一轮激烈变革即将开始。

一、新传播生态的形成——数字化生活

麦克卢汉曾言“媒介即讯息”,媒介本身才是有意义的讯息,即人类有了某种媒介才有可能从事与之相适应的传播和其他社会活动。而麦氏的另一个著名观点“媒介即人的延伸”认为一切媒介都是人的感觉或感官的延伸,如文字和印刷媒介是人的视觉能力的延伸,广播是人的听觉能力的延伸。媒介延伸论就是一种独特的技术进化论。

随着媒介技术的不断创新和完善,媒介已经突破了自身单纯的技术属性,正逐步解放人类本身,给予人类更多自由。从电影到电视再到电脑,传播逐步从大众到小众再到个人,手机的出现使我们的身体获得了自由,智能手环、手表及眼睛甚至解放了我们的双手,可以预言未来将会实现人机合一,而人类也将获得真正的自由。媒介即人的延伸,从“媒介化的人”到“人性化的媒介”是媒介的终极进化方向。

媒介技术在进化过程中通过媒介的杂交融合所“释放出新的力量和能量,正如原子裂变和聚变要释放巨大的核能一样”^①。每一种新媒介形态的出现,都会给我们的生活带来巨变。促使我们从原子时代到数字化时代跨时代转变的原因有以下三个方面。

(一)人类的迁徙需要方便携带的媒介

从史前时代的游牧部落,到当今席卷世界的移民浪潮,人类迁徙的脚步从来就没有停止。人类的不断迁徙,改变了世界,也改变了人类自身。当人类有了文明,迁徙就意味着文化的传播。我国文明历史上有代表性的“迁徙”事件,无不彰显了这一点:丝绸之路的开辟,打通了东西方的文化障碍;出使西域的张骞、投笔从戎的班超、西天取经的玄奘等都是文化传播的使者。春秋时期,孔子带着他的学生周游列国,推行儒家的政治主张……知识传承的媒介不断发生改变,从甲骨、青铜器到竹简绢帛,逐步轻便、精简。然而,直到有了更加便捷的纸质书籍,也避免不了“汗牛充栋”。所以,为了减轻“知识的重量”,出现了数字化的图书、报纸、杂志,等等。

(二)快节奏的生活要求快捷的传播

为了提高生产力和生产效率,整个社会都在加速运行着。所有人都在加快前进的脚步。交通工具从马车、有轨电车发展到了更加快速汽车、地铁、轻轨、高铁、飞机。不仅交通工具不断更新加快,媒介也要适应更加快速的生活。早期的报纸一般一周发行一次,随着人们对信息更加渴望,很多报纸变成了一日发行一次的日报。而如今,信息就如同阳光、空气和水一样,是我们生活必不可少的一部分。在数字化时代,信息量呈几何式增长,人们无时无刻不处于信息洪流的包围之中。打开电脑就会有各种弹窗,拿出手机就

^① 马歇尔·麦克卢汉(何道宽译):《理解媒介:论人的延伸》,商务印书馆2004年版,第82页。





会有各种推送。热门新闻滚动式更新,热门话题一小时一更新,热门搜索十分钟一更新。这些信息每时每刻都在更新我们所认知的环境,这些信息每分每秒都决定着我们下一个决定。

(三)海量的信息促使“检索”出现

搜索引擎广泛运用前,大量信息隐藏在网络深处,人们很难在网络中快速、准确地寻找到信息。雅虎网站的创始人杨致远和大卫·费罗找到了机遇,创建一个就像黄页一样的目录,让全世界的人们提交他们的网站,不断充实他们的目录。如今,通过搜索引擎,我们可以轻松精准地找到想要的信息。厚重的《不列颠百科全书》已经淡出我们的视线,现在,我们不仅有便于搜索的电子词典,更有由来自全世界的1600万志愿者组成的全球最大的编纂队伍的网络工具书——维基百科。目前,维基百科共有287个语言版本,全世界总共有近十亿民众使用它。美国加州大学新建的图书馆没有一册书,只有看不见的Wi-Fi信号。在数字化时代,每个人必备的技能就是“检索”。信息浩如烟海,而我们需要有瞬间找出所需信息的能力。

二、“数字化自我”的多维构建——“数据人”

意义交换作为互动性传播活动,在社会生活中起着重要的作用。库利认为它是人与人关系赖以成立和发展的机制,米德认为它是个人与社会之间相互作用的纽带。根据米德的观点,人的“自我”意识就是伴随着意义的传播活动而形成的。他认为,自我是“主我”(I)和“客我”(me)的统一,前者是个人的主体意识,后者是从周围观察到的他人对自己的态度、评价和角色期待。“客我”意识只有通过与他人的意义交换(即传播)才能得到,“客我”和“主我”的对话和互动形成统一的社会自我^①。

(一)“数字化自我”的建构

人内传播是个人体内的信息传播,“写日记”就是典型的人内传播,通过自我对话、自我反省的形式表达出来。而在数字化时代,笔迹已经渐渐消失,通过电脑我们的所思所想,通通转化为数字化的文字。从最初的博客到现在的微博,从秒拍再到微视,随着社交网站的不断发展,文字甚至转变为了漫画或者更鲜活的视频,如今人们更喜欢用这种方式记录每天的生活,我们的“日记”不仅写给自己,同时也分享给他人。人内传播和人际传播同时进行着,而我们每个人的社会化也在这庞大的数字网络中进行着。

(二)“数字化自我”具有独立性

我们在社交网站上通过所展示的内容表达自己的个性,在碎片化的时间,碎片化地

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第53页。





展示自己的生活的,同时也贴上属于自己的标签。即使素未谋面,也可通过社交网站资料描绘出对方完整清晰的形象。在数字化时代,人人都在构建“数字化自我”,而我们正逐步成为“数据人”。我们的数字形象甚至可以脱离肉体存在。网络上一位颇有名气的网络歌手,在现实生活中却只是普通的职员,网络上一位大受欢迎的配音演员,在现实生活中也只是芸芸众生中的普通人。也许在未来,即使一个人的生命逝去,他的微博还会通过某种方式更新,微信也可以以他的语气与他人正常对话,就好像他从未离开过一样。甚至可以说,“数字化自我”是永生的,它超脱肉体,以绝对精神的形式存在。

三、全方位互联——云生活

云生活的核心思想,是将大量的社会闲置资源统一管理和调度,构成一个资源池向用户按需提供服务。参与分享的用户越多,能够创造的新价值就越大。云服务是基于“云计算”技术,实现各种终端设备之间的互联互通。手机、电脑等都只是一个单纯的显示和操作终端,它们不再需要具备强大的处理能力。用户享受的所有资源、所有应用程序全部都由一个存储和运算能力超强的云端后台来提供。

那么,是哪些因素促使云时代的到来呢?

(一) 信息爆炸要求更多的存储空间

一家微博网站一天内发布的信息就超越了《纽约时报》辛勤工作的 60 年;全球最大的视频网站,一天上传的影像可以连续播放 98 年;如今两天积累的信息总和,就相当于人类历史留下的全部记忆。我们的存储设备已经跟不上数据的生产量,尽管电脑硬盘的存储空间从最初的 200M 升级到 100G、500G、1T;智能手机的存储空间从最初的 500M 升级到 8G、16G、32G、64G、128G;U 盘的存储空间从最初的 8M 升级到 8G、32G、512G、1T,却仍然满足不了我们对于数据存储的需求。信息爆炸要求有更多的存储空间,云端的出现很好地解决了这个问题,用户把数据上传云端,不占用本地空间,只要有需要就可以随时提取。现在的百度网盘、360 网盘等存储空间都以 T 为单位进行计算,容量已经不再是人们所担心的问题。

(二) 方便携带要求去介质化

在台式电脑的年代,大部分数据只是安静地存储在硬盘里;后来笔记本电脑的出现,使我们可以随时随地方便地处理和展示数据;自从 U 盘出现后,我们的所有数据就可以轻便地随身携带、随时取用。尽管数据的存储介质不断轻便化,却最终也离不开一个实体化的物质。而在云时代,人们追求更加极致的自由,携带的便捷性要求去介质化。数据全部上传云端服务器,需要用时在任何一台终端都可获取,而数据的携带完全不需要物质化介质。在人与人、人与物全面互联的情况下,云端就是网状传播形态的一个中心节点,所有数据的传输都通过这个节点,所以从空间上来讲,数据的传播不再需要实体的





介质。

（三）分散的数据需要整合统一

对于个人而言,分散的数据集中起来更加便于保存和检索;对于企业而言,在这个以用户需求为导向的时代,数据是最为重要的资源。云时代的到来,使得“大数据”成为人们关注的焦点。大数据与云计算互相依存、密不可分。每个人、每一时段的分散数据整合到云端之后,再对这些海量的数据进行专业化的分析,充分挖掘数据背后的价值。这样对大量消费者提供产品或服务的企业便可以利用大数据进行精准营销,避免造成资源的浪费和损失。数据正成为与物质资产和人力资本相提并论的重要生产要素,大数据的使用将成为未来提高竞争力的关键要素。全球零售业巨头沃尔玛通过对消费者购物行为分析,发现了“啤酒+尿布”的最佳促销搭配,百度则可以根据热搜词敏锐地捕捉到网络热点,淘宝可以根据用户的浏览痕迹推荐商品,阿里通过对商户最近 100 天的数据分析,就能发现潜在的贷款对象。

四、云生活的全面展开 ——“密码人”

随着云生活的展开,人与物、物与物实现全面互联,我们的生活方式也会发生巨大的改变。我们的信息都在云端,所以存储设备已经不再重要,而打开云端的“钥匙”就是每个人的专属密码,我们的专属密码就是我们的象征符,而我们也成了名副其实的“密码人”。

（一）抽象记忆——数字密码

在现实生活中,我们已经可以发现这些改变。“密码人”最突出、最典型的表现就是现代社会中人们的支付行为,如今货币交易正逐步被银行卡交易取代,然而由于银行卡的多样化和操作的复杂性,其逐渐被支付宝等数字化交易取代。因为数据统一于云端,所以不论电脑终端还是手机终端,只要记住密码就可轻松完成支付。再比如网盘,当我们的数据上传到网盘后,无论何时、无论何地,在任何一个终端上,只须通过账号和密码,就能随时获得数据。“分享”是互联网的核心精神,网盘中的数据可以分享给任何人,当然有些情况下提取数据时需要密码。

（二）形象记忆——表情密码

不仅仅是数字密码,“智能环境”公司已经发明出“表情密码”,可以让消费者们使用 4 个表情字符的组合登录银行账户,而不用传统的识别码或密码。这 4 个字符是从 44 个表情符号中选出来的。从数学的角度来说,数字密码只能选择 0 到 9 这 10 个数字,而表情密码则可以选择 44 种表情。如果有必要,还可以继续增加表情数量。这样一来,表情密码的不同组合数将大大超过数字密码,这也使得它比传统的数字密码更安全。表情密





码发挥了人类右脑记忆图像的非凡能力,当信息以图片形式出现的时候,我们能清晰地记忆,甚至很难遗忘。

(三) 借助终端——二维码

如果说传统意义上的密码还要“记忆”这项能力的话,二维码则摆脱了“记忆”的烦琐。人们只需要用移动终端如智能手机、智能手表等,扫描二维码就可轻松登录微博、QQ、微信等社交平台,也可以通过扫描二维码实现支付。火车票印上二维码,记录买票人的身份信息,并且防止个人隐私外泄。采用二维码进行售票、检票,可以大大提高通行效率,防止伪票。二维码用于各种证件就可以把这些信息都记录于此,这样当我们需要的时候只需要扫描二维码即可。尽管二维码如此方便,甚至不用使用我们的“记忆”能力,却还是离不开“扫码终端”这一重要的工具。

(四) 完全解放——人体密码

最终的密码形式则是“人体密码”,这是人与技术的全面融合,也是人工智能未来发展的方向。指纹密码早已不新鲜,智能手机早已实现指纹解锁及应用加密的功能,这样既提高了手机信息的安全保证,又一定程度上简化了操作以及免去了记忆繁多密码的烦恼。面部识别技术也逐步应用于生活中。2015 年 4 月,马云在德国汉诺威 IT 博览会上现场演示了支付宝的刷脸支付功能;2015 年 6 月,全球第一台具有人脸识别功能的 ATM 机在杭州诞生;2015 年 10 月,招商银行宣布推出“ATM 刷脸取款”业务。但是,近日有新闻曝出赵薇的司机骗过人脸识别系统,卖掉了赵薇老公黄有龙的房子。可见面部识别、指纹识别这种识别人体部位的“人体密码”系统虽然在探索和使用中,却仍然存在不少漏洞,需要不断地改进。

另一种形式的“人体密码”是芯片式密码。雷丁大学研究人工智能的教授凯文·沃里克于 1998 年将一枚硅芯片植入了他左臂的神经系统中,他也因此获得了“世界第一电子人”的称号。自从他把芯片植入手臂中后,当他在屋里走动的时候,电脑会为他打开大门、调节灯光。虽然,由于技术的不成熟,沃里克的电子人身份仅仅维持了三个月,但这三个月,成为他人生中难忘的体验。这是人与技术融合的一次初探,人脑与电子设备和网络结合的实验,正在世界各地的各大高校与企业的实验室里进行着。我们不只是寻求云技术,摆脱冗余的设备和复杂的操作,让一切回归本质,回归简单,还通过人与技术的结合,实现自我进化。

结语

在云时代,一切都会回归本质。从单纯的口语传播,到文字和印刷术出现后书籍、报纸、期刊成为最重要的传播介质,再到后来广播、电视相继出现,大众传播成为时代的主旋律。而在传播媒体多样化的今天,智能手机、电脑、智能手表、智能手环、智能眼镜成为

