

第一节 移动创造未来——手机&移动互联网历史

一、前夜：前手机时代的“移动媒介”

回顾手机发展史，就是对移动化追求的发展史。

人类对移动的追求亘古未变，在手机之前，无论是被摩西刻在石板上随身携带的“十诫”，还是越来越轻便的纸质书籍，人们就早已经开始尝试随身携带媒介。

莱文森说“只需要看看历史上的任何一段时间，我们就能够注意到人在路上一边走一边打电话的雏形。”他将人类历史上媒介移动性发展总结为两条路径：一是把传播的产品送达移动的消费者，如书籍和车载收音机；一是把各行各业的人都变为媒介生产者，如铅笔和柯达照相机，而手机无疑是两条路径的综合。^①

（一）技术的准备

手机的发明离不开科学技术的进步。

首先是约两百年前无线电的发明。1831年，迈克尔·法拉第发布了他对电磁感应的发现，通过在线圈中移动磁铁，他在线圈中“感应”到电流。1864年，根据法拉第的理论，詹姆斯·克拉克·麦克斯韦提出了数学模型，以解释磁体到线圈之间的感应是如何在空间中传播的。这些方程预测了振荡的电场和磁场波的存在，它们以非常接近光速的速度穿过空间。这不大可能是一个巧合，他得出结论，光是一个电磁波。麦克斯韦被认为是历史上最伟大的物理学家之一。阿尔伯特·爱因斯坦将麦克斯韦的工作描述为“自牛顿时代以来物理学经历的最深刻、最富有成果的工作”。^②

但直到1887年，海因里希·赫兹才证实电磁波的存在。他用电火花发射机做了许多实验，以产生比可见光频率更低的波。他的测量结果表明，这些波符合麦克斯韦方程，并以光速传播。这证明了麦克斯韦的电磁场理论。^③

后来造福于人类的无线电技术，包括电报、广播和移动电话等都是以电磁场理论为基础发展起来的。

现代手机的核心是一组集成电路，它将许多元件及其之间的连接导线集成在一小块硅片上，使之能提供电源和交互等功能。晶体管又是其中最重要的装

^①（美）保罗·莱文森著；何道宽译：《手机 挡不住的呼唤》，北京，中国人民大学出版社，2004年，第4-5页。

^② Dainow, Ernie, *A Concise History of Computers, Smartphones and the Internet* (Ernie Dainow, 2017), p. 41.

^③ *Ibid.*, p. 40.

置^④，是现代电器的最关键的元件之一。1947年12月23日，贝尔实验室的三位科学家发现了晶体管效应，这种可替代真空管的微型设备后来彻底改变了整个电子行业，他们三人也因此于1956年获得了诺贝尔物理学奖。这一发现也被认为是贝尔实验室对人类社会最伟大的发明。

同时，信息论也对移动电话的产生有着不可磨灭的影响。1948年，克劳德·艾尔伍德·香农在贝尔系统科技杂志上发表了通讯的数学原理，奠定了现代通信理论的基础。1949年，香农又在该杂志上发表了另一著名论文《噪声下的通信》。在这两篇论文中成为了信息论的奠基性著作。我们现在使用的通讯技术都来自于香农的指导。是现代通讯的祖师爷。^⑤

此外，还有液晶显示屏技术，锂电池设备等都对未来的便携式电子通信设备的产生提供了必要的技术支持。

（二）前手机时代的移动设备

回到20世纪40年代中后期，手机产生的前夜，无线电技术迎来了与传统交换电话网络广泛融合的时代，美国电话电报公司将电话交换机技术延伸到移动通信领域。1902年，一位叫做“内森·斯塔布菲尔德”的美国人在肯塔基州默里的乡下住宅内制成了第一个无线电话装置，这部可无线移动通讯的电话就是人类对“手机”技术最早的探索研究。

1938年，美国贝尔实验室为美国军方制成了世界上第一部“移动电话”——无线便携式报话机，它体积巨大，非常笨重，使用时必须有一个人背负信号箱。在第二次世界大战中被广泛应用。

1946年，贝尔实验室制造出第一部概念意义上的移动电话，AT&T在圣路易斯建立了第一个系统。这种设备的价格高达2000美元，在当时超过了一辆普通新车的价格。尽管费用高昂，但这个系统并不是特别方便。但它每个城市最多可以同时拨打三个用户，且每次通话都需要借助接线员的帮助。^⑥

1957年，苏联工程师列昂尼德·库普里扬诺维奇发明了JIK-1型移动电话。1958年，苏联开始研制世界上第一套全自动移动电话通讯系统“阿尔泰(A. rrai)”。1959年，性能杰出的“阿尔泰”系统在布鲁塞尔世博会上获得金奖。但这些电话要么体积庞大且无法自由移动，要么并没有进入全民商用阶段。

^④ Klemens G, *The cellphone: The history and technology of the gadget that changed the world* (McFarland, 2014), p.170.

^⑤ 人类科技史上的奇葩，

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1677178491519253464&wfr=spider&for=pc>

^⑥ W. R. Young, *Advanced Mobile Phone Service: introduction, background, objectives*, (Bell System Technical Journal, 1979), pp. 1 - 14.

二、1g 时代：移动的通讯工具

（一）第一代移动通信技术

手机诞生的初期，采用的是第一代移动通信技术，也就是 1G，是使用模拟无线电传输，采用的是频分复用的多址方式和模拟调制方式，系统依靠频率的不同来区别不同的用户。^⑦基于单一发射塔的强大无线电传输的移动电话技术的局限性在早期就被理解了。早在 1947 年，贝尔实验室的工程师就提出在六边形网格中使用多个低功率发射机。但是建造这样一个系统的技术还不存在。^⑧上世纪 80 年代，贝尔实验室提出了最初的模拟、仅限语音的蜂窝电话标准，并通过了美国联邦通信委员会(FCC)的许可。所谓蜂窝，是为了解决移动通信中信号的覆盖问题，人们仿效蜜蜂的蜂房形式，即采用正六边形形成一个面状服务区，六边形互相相邻可以实现信号的全覆盖。

（二）“大哥大”的问世

1973 年 4 月 3 日，摩托罗拉高级工程师马丁·库珀（Martin Cooper）在美国第一大城市纽约一条人行道上，用手持电话拨出全球第一次手机通话。据说，他打给的是竞争公司的同行贝尔实验室的主管。贝尔实验室的母公司 AT&T 公司是上世纪 60 年代的通讯巨头，一方面由于美国联邦通信委员会的反垄断打击，一方面 AT&T 固守在自己在固定电话方面的传统的硬线资产地位，而错失了移动电话的机会。

摩托罗拉的前身是车载收音机巨头“高尔文制造公司”，二战时抓住了美军对无线电通讯设备的需求，后又涉足半导体、汽车业和通讯业，在 1969 年美国人阿姆斯特朗登月时传来的“我的一小步，人类的一大步”，据说就使用了摩托罗拉公司的移动通话系统。^⑨可以看到，摩托罗拉一直以来就对“移动”情有独钟。而马丁·库珀更是认为“人是生而移动的，人从根本上、本质上是移动的个体，人们最终是要无线连接的，这是一场革命。”^⑩时间证明，这个发明及其后续的发展将会对人类的沟通甚至生活方式产生翻天覆地的改变。

十年以后，1984 年，摩托罗拉第一款移动商用电话问世，DynaTAC 8000X 以 Martin Cooper 打通第一个移动电话那部手机为原型，是名副其实的最贵重

^⑦ 靖鸣，刘锐：《手机传播学》，北京，新华出版社，2008 年，第 23 页。

^⑧ Dainow, Ernie., *op. cit.*, p. 43.

^⑨ 陆悦，幸玮，傅桦：《手机版图 拇指帝国的较量》，光明日报出版社，2006 年，第 56 页。

^⑩ 周颖，沈艳秋：“手机发展史”，山东，《科技信息》，2010 年第 33 期，第 599-600 页。

的砖头，当时只有少数富豪才买得起。¹¹

第一台手机进入中国市场是在 1987 年，其型号为摩托罗拉 3200，它的造型设计和 8000X 基本一致。也就是当时非常流行的“大哥大”。当时，这款手机定价 2 万元人民币。这个价位意味着什么？据雪球机构统计，1985 年全国职工的年均工资为 1148 元，平均月工资 96 元，因此普通人买一台大哥大需要不吃不喝接近 20 年。

（三）功能与问题

第一阶段的手机只是作为固定电话的补偿性媒介，主要是满足通话的基本功能性需求，由于硬件价格和话费都非常高昂，手机一度成为身份、财富、权力的象征，这样的“展示效应”超过了其他奢侈品所能够带来的心理满足感。¹²

1G 时代的手机还存在许多的问题，如通话时间短，内存容量小；体积庞大，机型笨重；保密性差，容易被并线或遭第三方窃听；受传输带宽限制，不能进行长途漫游；传输速率低且系统容量小，业务形式单一，只能实现语音通话；无法呈现丰富的增值服务等等。

三、2g 时代：移动的小型多媒体

（一）第二代移动通信技术

在二十世纪的最后十年，模拟信号向数字信号过渡最重要的趋势之一。2G，即第二代手机通信技术规格，与 1G 的模拟信号不同，2G 开始以数字语音传输技术为核心。这种模式可以使用算法来实现纠错和压缩等功能，且可以使信号传输稳定性更强，大大增加了数据的保密性，频谱利用率更高，还能够提供语音、数据、传真传输以及一系列增值服务。2G 的竞争主要是在两种数字移动电话标准之间展开的，即 GSM 和 CDMA。由于 2G 向 3G 不可能一下就衔接得上，因此出现 2G 和 3G 之间的过渡，2.5G 技术，一般指 GPRS 技术，是“利用现有 2G 移动通信系统实现和 IMT - 2000 相同的高速数据通信系统”。¹³2.5G 既能很好地兼容 GSM 网络，保留了原有的电话交换方式，又拥有更高的数据传输速度，使用户能够更实用、便捷地使用网络。

1991 年，世界上第一个 GSM 网络在欧洲建成。1994 年，中国的

¹¹ 摩托罗拉 DynaTAC:

<https://baike.baidu.com/item/%E6%91%A9%E6%89%98%E7%BD%97%E6%8B%89DynaTAC/10341741?fr=aladdin>

¹² 党鹏，罗辑：《手机简史》，北京，中国经济出版社，2019 年，第 14 页。

¹³ 孙尚森，余桂生，兰敏华：“移动通信中国发展史”，北京，《中国新通信》，2018 年第 20 期，第 166 页。

GSM(Global System for Mobile Communications, 全球移动通信系统)数字网建设启动,这意味着,模拟和 GSM 两网并存的格局开始。这一年,原邮电部部长吴基传打通了中国历史上第一个 GSM 电话。

(二) 手机市场的全方位拓展

这时候,依托于通信网络技术的终端也迎来迭代。昂贵的“大哥大”在和小巧、便捷的数字移动电话短暂交锋后,便败北而去。摩托罗拉不肯舍弃已有的模拟通话的垄断地位,没有及时调整市场战略,因此其霸主地位迅速下滑。与此同时,各大手机生产商都注意到了这一新的商机,争相拓展市场份额,诺基亚、爱立信后来居上,与摩托罗拉形成了三国鼎立之势。2000 年前后,这三家厂商占据了我国 90% 以上的手机市场份额。

爱立信是一家瑞典公司,最初是一家位于斯德哥尔摩的电报修理店。在 20 世纪 70 年代,爱立信开发了数字电话交换设备,并在世界各地广泛使用,爱立信在电话基础设施方面保持了领先地位。¹⁴而后来成为最大手机制造商之一的诺基亚,最初是芬兰农村的一家造纸厂。在战争期间又从事了林业、石油等业务,1973 年石油短缺之后,公司高管决定把公司的电子元件生产推向前线,在收购移动电话公司 Mobira 以后,诺基亚进入了手机市场。摩托罗拉对模拟技术地位的坚守,为诺基亚在美国和亚洲市场推出数字手机提供了一个契机,从 1997 年到 1998 年,诺基亚销售额增长了 73%。到 20 世纪末,诺基亚已稳居手机行业首位。¹⁵

在这个时代,无论是手机功能,还是手机造型,都开始全方位的扩展:2000 年 3 月,摩托罗拉推出 A6188 支持 WAP1.1 无线上网,采用了 PPSM(Personal Portable Systems Manager)操作系统,是全球第一部具有触摸屏,第一部中文手写识别输入的手机,被称为智能手机的鼻祖;2000 年 12 月,西门子出品第一款整合 Mp3、移动存储器功能的手机 6688;2001 年 8 月,爱立信推出第一款彩屏手机 T68;2002 年 10 月诺基亚推出第一款使用塞班系统,内置摄像头拍照的滑盖手机 7650……尽管现在看来,有些功能似乎理所当然甚至有些捡漏,但在当时很多创新都“惊为天人”,它们使得手机不再只是作为移动的“电话”,而开始作为移动的“多媒体”,手机的未来前景也更加宽广。

¹⁴ Fred Guterl, *Ericsson bets on a cellular world*, (IEEE Spectrum, 1991), pp. 48 - 51.

¹⁵ Dan Steinbock, *The Nokia Revolution: The Story of an Extraordinary Company That Transformed an Industry* (New York: AMACOM, 2001), p. 213.

（三）手机媒体基本成型

短信是继通话以后最重要的手机人际传播形态。手机短信是文本形式的复兴，一些情况下，短信作为文本精确、可重复性和持久性的优势使手机兼具了口语和文本的双重优势。短信能为人们提供了即时互动与暂时延宕的选择自由，使人们更好地组织思路和表达情感，深刻改变了人们的沟通方式。1992年，世界上第一条短信在英国发送成功，我国的短信业务开通于1998年，到2001年，中国移动的短信量就达到159亿条；而截至2009年年底，工信部数据显示我国各类短信发送量已达到7840.4亿条。超过10亿人的手机用户规模使中国短信增值服务形成一个巨大的市场。¹⁶

在短信之后，可以传输多媒体的彩信也出现了，彩信可以传输文字、彩色图片、声音甚至动画，大大扩展了信息的丰富程度，手机报是彩信的一个重要业务，也是手机媒介与新闻业结合，新兴数字增值业务与传统媒体相结合的最早尝试之一。

事实上，手机报操作模式包括彩信和WAP网站浏览两种模式。第一种模式是由报纸、移动通信商和网络运营商联手搭建的以手机为媒介的信息传播平台，即报纸通过电信运营商将新闻以彩信的方式发送到手机终端上，用户可以离线观看当天发生的新闻，但形式仍以传统媒体的报道为主。2004年7月18日，《中国妇女报》推出全国第一家“手机报”——《中国妇女报·彩信版》。¹⁷根据《北京商报》2008年12月12日的报道，全国当时已有手机报300余种，网络报纸1000余种，网络期刊逾2万种。

第二种模式是手机报订阅用户通过访问手机报的WAP网站，在线浏览信息，类似于上网浏览的方式。¹⁸2G时代的手机报大多采用的是第一种模式，因为第二种模式需要更多的技术支持和手机终端支持，但更加方便，自由度更高，是现在我们使用的腾讯新闻、今日头条等手机新闻客户端的发源。

（四）移动互联网的雏形

在2G时代开始出现了移动互联网。为了将移动设备和网络连接起来实现无线数据业务，人们提出了许多解决方案，其中之一就是上文提到的无线应用协议（WAP）。早在1997年6月，Phone.com公司和世界上3个最大的手机制造商：爱立信、摩托罗拉、诺基亚合作建立了WAP(Wireless Application Protocol，无线应用协议)论坛，旨在制订一个在全世界范围内适用的、基于

¹⁶ 匡文波：《手机媒体概论》第二版，北京，中国人民大学出版社，2012年，第60页。

¹⁷ 李健：“手机报纸，看上去很美？”北京，《中国经营报》，2005年8月22日，（B04）版。

¹⁸ 叶蓁蓁：“技术将重新构建媒体版图”，北京，《青年记者》，2016年第24期，第4页。

Internet 为无线市场服务的标准。WAP1.1 版于 1999 年 6 月正式发行, 由于 WAP 论坛成员有广泛的代表性, 其制订的 WAP 规范具有多厂商设备可以互操作的特点, 使其成为业界被广泛接受和使用的无线信息网络连接方式。¹⁹

中国的移动互联网建设与世界基本是同时起步的。我国出现真正意义上的移动互联网是从 1999 年开始的, 广东移动梦网(当时叫广东风采)第一个推出了 GPRS 上网模式, 开启了中国移动互联网的元年, 但发展并不顺利。2000 年 12 月, 中国移动正式推出了移动互联网业务品牌——“移动梦网 Monternet”。移动梦网是运营商在中国移动的平台中为用户提供服务的同一品牌, 用户的上网资费包括向移动提供的通信费和向运营商提供的信息服务费。移动梦网中包括了短信、彩信、手机上网(WAP)、百宝箱(手机游戏)等多元化的信息服务。在移动梦网技术支撑下, 涌现了雷霆万钧、空中网等一大批服务提供商(SP), 用户通过短信、彩信、手机上网等模式都享受移动互联网服务。2004 年底, 我国 WAP 注册用户达到了 3650 万, 市场规模近 12 亿。²⁰

但由于移动梦网服务提供商存在业务不规范、乱收费等现象, 2006 年 4 月, 国家开展了移动梦网专项治理行动, 明确要求扣费必须用户确认、用户登录 WAP 需要资费提示等相关规范, 大批服务提供商(SP)因为违规运营退出了市场。

（五）意义与问题

尽管在我们现在看来, 当时的手机功能仍然只是一个起步阶段, 手机的数据传输速率极低, 且储存空间也较小, 我们现在对信息接收缓慢的朋友开玩笑时还会说“你还在 2G 时代吗?”, 但在当时已经是一大突破, 在移动通讯网络升级的保障下, 手机传播技术由单一的语音形式向丰富的文、图、像等多媒体传播方向发展。同时, 系统容量的增加和传输速率的提升也有助于手机搭载多种多样的增值服务, 如拍照、录音、播放、定位等功能, 手机逐渐成为融收音机、音乐播放器、照相机为一体的小型移动多媒体终端。

（六）考古：消失在时光里的移动设备

1. Bp 机

在 20 世纪 90 年代长达 10 年的时间里, 这种被简称为“BP 机”(pager-beeper)的通信工具一度影响和改变中国人通信、联络方式。它的名字的由来是源于 page——小仆人这个词汇。在古代英国宫廷, 因为举办舞会或者宴会需

¹⁹ 靖鸣, 刘锐:《手机传播学》, 第 37 页。

²⁰ 同上, 第 39 页。

要小仆人来回传递小纸条，以此互通相关的信息。BP 机就像是为人们传递信息的小仆一样，BP 机是一种无线通讯方式，它的使用原理是从基站发射的寻呼信号和干扰中选择出所需接收的有用信号，恢复成原来寻呼本机的基带信号，并产生音响（或振动）和显示数字（或字母、汉字）消息。比如有人要找小明，就可以给传呼台打电话，说小明速回电话。小明的寻呼机便会哗哗响，便可以通过公共电话或家用电话回应。

“有事您呼我！”成为朋友间一句标准的客套话，当时人们还以腰间挂了一个 bp 机为荣耀。寻呼机在 80 年代传入我国，到 1998 年，全国寻呼机用户就达到了 6546 万，位列世界第一。²¹BP 机只能接收无线电信号，不能发送信号，所以是单方向的移动通信工具。因此它更像一个过渡的角色，随着手机的普及，寻呼市场便急转直下，在新世纪初便进入寒冬，并最终退出了中国的通信市场。但被列为“老古董”的 BP 机，仍在一些国家诸如医疗行业、消防系统等特殊行业中小范围应用，这主要是因为 BP 机具备成本低、点对点、待机时间长、不易被打扰等特点。

媒介考古学认为，挖掘历史上那些失落已久、转瞬即逝、止于想象的媒介物，挑战媒介研究的非物质性偏向、媒介正史的连续性叙事，以及媒介未来的总体性构想。可以恢复媒介的物质性、寻访媒介的异质性、捕捉媒介的复现性，梳理出那些被遗忘、被忽视、被遮蔽的历史线索，借此拓展新兴媒介的研究空间。²²对 bp 机的研究，可以让我们看到，手机的成功不仅在于“移动”，而是以移动为基础，带来更多的可能性，同时，我们也可以借鉴 Bp 机的优势，使新媒介在新的领域绽放异彩。

四、3g 时代：移动的电脑

（一）第三代移动通信技术

所谓 3G，即第三代移动通信技术，与 1G，2G 相比，3G 主要是将无线通信和国际互联网等通信技术全面结合，以此形成一种全新的移动通信系统。目前国际电联接受的 3G 标准主要有以下三种：WCDMA、CDMA2000 与 TD-SCDMA。²³这种移动技术可以处理图像、音乐等媒体形式，除此之外，也包含了电话会议等一些商务功能。为了支持以上所述功能，无线网络可以对不同数据传输的速度进行充分的支持，真正实现了移动办公与休闲娱乐相结合，这标志着手机由通讯终端逐渐转变为个人信息终端。但 3G 也存在着一些固有缺陷，制约着 3G 速

²¹ 靖鸣，刘锐：《手机传播学》，第 10 页。

²² 施畅：“视旧如新：媒介考古学的兴起及其问题意识”，北京，《新闻与传播研究》，2019 年第 26 期，第 33-53+126-127 页。

²³ 匡文波：《手机媒体概论》第二版，第 1 页。

度的提高。

（二）多核时代与操作系统之争

3G 时代出现了我们现在通常意义上的智能手机，即拥有独立的操作系统，可以由用户自行安装卸载软件，并可以接入互联网的移动终端设备。

智能手机的兴盛离不开硬件的发展，2011 年后，智能手机硬件开始进入“双核”时代：摩托罗拉、LG、HTC 等手机厂商均推出了双核处理器²⁴，双核使得智能手机拥有更快的速度和更高的效率，使其能够胜任更多商务、娱乐、多媒体等功能。

除了硬件，各种操作系统也功不可没。手机之所以能实现丰富功能，也正是由于不同的手机系统及基于该系统的各种应用。应用在智能手机上的操作系统有 palmOS、Symbian、Windows mobile、Linux、Android、iphoneOS 与黑莓七种，其中 Android 和 iphoneOS 占有率最高。

在 2007 年底，谷歌宣布成立开放手机联盟 (Open Handset Alliance)，84 家终端和运营企业加入该联盟，其中包括谷歌、中国移动、HTC、三星等领军企业，他们支持谷歌发布的系统和应用，并共同开发安卓系统，这种结盟战略使得安卓能够横扫整个智能手机市场。

与此同时，另一匹黑马横空出世，即苹果的独立生态系统——iOS。苹果公司在 Mp3 市场取得巨大成功后，便向手机市场进军。与联盟派的安卓截然不同，iOS 与硬件的整合度更高，操作界面更美观和人性化，用户使用时体验相对顺畅且稳定。iOS 的封闭性生态带来了更高的安全性，这也是终端用户最为看重的体验之一。iOS 针对消费者的设计获得了巨大的成功，2010 年第四季度，苹果公司的 iOS 占据了全球智能手机操作系统 26% 的市场份额。²⁵

iPhone 3G 是苹果公司 (Apple Inc.) 于 2008 年 6 月 9 日 (北京时间 6 月 10 日)，在美国旧金山发布的第二代手机产品。iPhone 3G 添加了对 3G 网络的支持，并首次支持 App Store，提供 GPS 的功能，并搭配了 iOS 2 操作系统，它带来的体验是革命性的，它的出现颠覆了整个手机市场，手机进入了一个新时代。上市仅三天，iPhone 3G 就售出 100 万部，这一记录至今尚未被打破。

（三）中国 3G 网络的建设

由大唐移动主导开发的 TD-SCDMA 技术是中国第一个由企业自主研发，拥有自主知识产权的 3G 标准，得到了我国政府的强力支持。该技术标准与欧洲的

²⁴ 匡文波：《手机媒体概论》第二版，第 3 页。

²⁵ 管蕾：《iOS 8 开发指南》第二版，北京，人民邮电出版社，2014 年，第 2 页。

WCDMA 和美国的 CDMA2000 一起成为第三代手机（3G）技术的三大国际标准。²⁶经过一年多的 3G 网络试点商用，2009 年 1 月 7 日，工业和信息化部宣布，批准中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商分别增加 TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA 技术制式的第三代移动通信（3G）业务经营许可，中国 3G 网络大规模建设正式铺开，中国移动互联网开始全面进入 3G 时代。在 3G 时代，移动网速大幅提升，初步冲破了手机上网带宽瓶颈，更多网络应用和服务应运而生，中国移动互联网掀起了新的发展篇章。

3G 时代，运营商与生产厂商密切合作，无论是中国联通的 CDMA 手机定制还是中国移动的 GSM 手机定制，都可以看到运营商试图主导手机产业链的想法。²⁷但同时，在此期间，各大电脑时代的互联网公司也开始试图抢占移动互联网的风口，百度、腾讯、奇虎 360 等一些大型互联网公司推出手机浏览器，新浪、优酷、土豆等也开始力图退出手机移动客户端，甚至与生产厂商合作，将其作为“预装软件”保留在手机的出厂环节。²⁸

（四）从 3G 到 4G

3G 时代，手机开始实现由人际沟通工具向大众媒体的跨越。但 3G 时代初期的手机和移动互联网，只是电脑在移动端的补偿，其中的大部分 APP 也是 PC 端的应用的移植，功能也相对比较简单，仍然以信息交互、大众传播等传统互联网和媒体功能为主，很多创新的移动互联网应用尽管已经上线，但并没有得到大规模应用，成熟商业模式也较少。手机仍是作为“移动的可以打电话的个人电脑”而存在。

而到了 3G 时代后期，即 2011 到 2013 年，手机厂商之间竞争日趋激烈，智能手机价格快速下降，推动了智能手机在中低收入人群中的大规模普及，同时激发了手机 OTT 应用的大规模涌现。OTT 是 Over The Top 的缩写，来源于篮球等体育运动，指的是篮球运动员在他们头顶来回传球，现在一般指由互联网运营商之外的第三方向用户提供各种服务的应用，以微信为代表。²⁹与此同时，各大互联网公司都在推进业务向移动互联网端口转型，对网络速度和网络质量的要求也越来越高，4g 已成为万众睚眦。

五、4g 时代：移动的“义肢”

（一）第四代移动通信技术

²⁶ 同上注，第 18 页。

²⁷ 陆悦，幸玮，傅桦：《手机版图 拇指帝国的较量》，第 18 页。

²⁸ 陆峰：“我国移动互联网发展史话”，《互联网经济》，2016 年第 8 期，第 86-93 页。

²⁹ 同上注。

4G 是第四代移动通信及其技术的简称,是集 3G 与 WLAN 于一体, 图像传输速度和质量都显著提高的技术产品。4G 以 OFDM 技术为核心技术, 它是多载波传输的一种, 和 3G 系统比起来无论是下行速度还是上行速度都比 3G 系统有了质的提高。2012 年左右, 中国主导制定的 TD-LTE-Advanced 和 FDD-LTE-Advanced 同时并列成为 4G 国际标准。IMT-Advanced 在支持灵活广泛的服务和应用的基础上, 达到世界范围内的高度通用性, 高质量的移动通讯服务、世界范围内的无线漫游能力、增强的峰值速率以及丰富的业务和应用。从 3G 到 4G 的时代, 人们在购物、消费、出行、搜索、社交、导航等各种生活场景中都开始广泛使用手机, 手机媒介超越传播领域, 成为具备各种增值服务的最普及的综合信息终端。

与 3G 时代基于 PC 端移植的 APP 不同, 4G 时代的互联网业务大多以移动端为主流, 直播、移动电竞、移动支付等基于移动端的新产业形态兴起, 与此同时不少以 PC 端为入口的业态衰落, 如 BBS 论坛等。移动互联网速度的提升, 应用场景的增加, 受到了市场极大欢迎。

（二）山寨手机的消失

随着 4G 手机的普及而来的, 是山寨手机市场的萎缩甚至消失。

在讲“消失”之前, 我们先来看看山寨手机这样一种特殊的产物是如何在我国发展起来的。2005 年, 手机牌照政策放宽, 使得我国手机产业生产和销售的限制减少, 市场化发展程度进一步提高³⁰, 一家台湾的芯片厂商“联发科技”(以下简称 MTK) 生产出价格低廉的手机芯片“Turn-Key Solution”, 为山寨机提供了最核心的材料。这种 MTK 手机芯片拥有着极高的集成度, 包括摄像头、mp3、mp4、触摸屏、JAVA 以及蓝牙等功能, 并将主板、芯片、GPRS 模块以及系统软件捆绑在一起。手机厂商获得这种芯片后, 只要做个外壳, 加上电池和屏幕, 如果要导航功能就再加个 GPS 的导航模块。这样一部带大屏幕、支持触摸手写、扩展卡以及蓝牙功能的手机就诞生了。2007 年左右, 山寨手机如雨后春笋一般纷纷冒头, 到了 3G 时代, 拥有各种双卡双待、超大容量、超长待机等功能的山寨手机甚至听上去比正版手机还要“诱人”。

但作为在深圳代工生产出来的产品, 山寨手机质量无法保障, 故障率太高, 安全性也存在问题。内置收费陷阱、手机辐射高、售后无保障等问题也让山寨手机备受诟病。同时, 各地政府监管部门对山寨手机的打击也从未停止过。

而到了 4G 时代, 随着大量低价位的智能手机诸如小米等的上市, 以及国产

³⁰ 陆悦, 幸玮, 傅桦:《手机版图 拇指帝国的较量》, 第 10 页。

手机厂商纷纷开始注重线下渠道的拓展和夯实，消费者体验的要求也越来越高，山寨机的市场受到严重挤压。现在的市场上，我们已经很少看到山寨手机了。但山寨手机厂商们也转向了其他的领域，包括转向线上销售，开展佛教徒手机等细分市场，个人定制手机或者是山寨转正，经过国家相关部门的核准，在非洲等地市场上混得风生水起。

（三）中国 4G 网络的建设

4G 时代，由于网速加快，人们对于流量的使用增多，也加大的对于咨询费用的疑虑，有报道称，市民近 1GB 的流量在短短几分钟内就被消耗完，幸亏及时关闭了数据开关，才“保住了房子”。³¹当然，从实际上 4G 流量套餐平均资费标准看，整体上比 3G 流量套餐资费标准低，4G 的流行已成为无法阻挡的趋势，2013 年中国移动加速 4G 网络建设，在全国 15 个城市进行了 4G 扩大规模试验；2013 年底，工信部正式向三大运营商发放 4G 牌照；2015 年，工信部又向联通和电信发放了“LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务（FDD-LTE）”经营许可。至此，4G 进入规模化发展的新纪元。

（四）传统行业生态的深刻变革

与此同时，智能手机的大规模普及应用，也激发了手机移动应用开始呈现大规模爆发式增长。从 4G 建设快速推进的 2015 年到 2017 年移动应用市场数据来看，短短 3 年间，中国移动应用市场的总销售额增幅达到 250%，中国用户在移动应用中的总消费额达到 110 亿美元，市场规模继续位列世界第三，同时是全球增长速度最快的市场。

手机支付是金融服务和电信服务的结合体，移动支付作为电子商务的重要一环，已经成为网络购物、小额支付等的主要选择。随着统一技术标准的制定和技术安全方面的进步，一个庞大的产业空间将会形成。2013 年底，支付宝实名认证的用户数超过 3 亿。单日交易笔数的峰值达到 1.88 亿笔。其中，移动支付单日交易额峰值达到 113 亿元人民币。是全球最大的移动支付公司。

基于位置的服务(Location Based Service, LBS)是通过电信移动运营商的无线通信网络（如 GSM 网、CDMA 网）或外部定位方式（如 GPS）获取移动终端用户的位置信息（地理坐标或大地坐标），在 GIS(Geographic Information System, 地理信息系统)平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。2015 年 10 月，ofo 创始人之一，北大光华管理学院的戴威七拼八凑地借了 500

³¹ 4G “一夜流走一套房”？，http://zqb.cyol.com/html/2014-02/13/nw.D110000zgqnb_20140213_5-02.htm

万，让 ofo 如期推进了单车出行项目。³²靠着这笔钱，ofo 在当年终于走出了北大校门，但不到 3 年，它的资金链便陷入断裂，目前 ofo 依旧剩下 1600 万用户的押金未退回，金额超过 15 亿之高。按照每天能退 50 人这一进度来推算，至少需要 500 年用户的押金才能全部退完。

2016 年，滴滴与美国打车软件 Uber 持续一年的补贴大战最终以滴滴的获胜告终，滴滴合并了 Uber 在中国的业务，在进入中国市场之前，Uber 创始人卡拉尼克信誓旦旦要拿下中国市场，并为之准备了 10 亿美金的补贴预算，而到了 2016 年中旬，Uber 据说已经亏损了超过 20 亿美金。

4G 推动了手机游戏产业的发展，手机游戏生态链主要由游戏内容开发商、电信运营商、游戏运营商及用户共同组成，横跨电信、互联网、计算机、软件、消费电子等诸多领域³³，2017 年，人民网发表题为《王者荣耀》，是娱乐大众还是‘陷害’人生的文章，对青少年沉迷游戏现象，引发巨大影响，腾讯控股 (00700. hk) 股价今天一度跌近 5%，市值蒸发千亿港元。而青少年沉迷问题，到现在腾讯依然未能解决。

随着 4G 在传输效率上的提升，随时随地收看网络电视已经不是问题，而更催生了直播和短视频自媒体的火爆。2018 年，快手日活突破 1.6 亿，人均单日使用时长超过 70 分钟，算下来全年使用总时长突破 500 万年。也就是说，所有用户 2018 年看快手的时间总和，足够我们重走一遍人类进化之路。而也是这一年，它的竞争对手抖音在全球覆盖了超过 150 个国家和地区，并成为 AppStore 年度下载排行榜的冠军。

移动支付、可穿戴设备、移动视频、滴滴专车、人人快递等新的应用创新和商业模式创新不断涌现，引发传统行业生态的深刻变革。从零售、餐饮、家政、金融、医疗健康，到电信、教育、农业，移动互联网在各行业跑马圈地，改变原有行业的运行方式和盈利模式。

六、5g 时代：移动的？

从手机和移动互联网的发展趋势上来看，从一代的大哥大到如今的智能机，首先是速度变得越来越快。速度的提升不仅能进一步增强通讯和网络体验，还使得移动互联网的即时性和互动性进一步增强，能满足未来各种事物互联的应用需求。5G 具有更高的速率、更宽的带宽，网速将比 4G 提高 10 倍左右，这不仅意味着只需要几秒即可下载一部高清电影，更意味着智能制造，万

³² ofo 创始人戴威：两年前如何起死回生？，

<https://xw.qq.com/amhtml/20170405003230/TEC2017040500323004>

³³ 冯宜：“手机媒体对文化产业影响力研究”，《今传媒》，2017 年第 25 期，第 13-14 页。

物互联等的更多可能性。

其次是智能化的程度越来越高，数据分析技术、人工智能技术、物联网技术等种种新技术，正在把世界带到一个智能化时代，算法和大数据使得平台端对差异化、分众化的受众偏好的把握更为精确，实现精准传播，定点投放，到了 5G 时代，你的设备甚至可能比你更懂你自己。³⁴

再次是与人的融合程度越来越高，麦克卢汉说，媒介是人体的延伸，手机通讯从模拟信号发展到今天，已经逐步实现了从人与人的连接，人与物的连接，到了 5G 时代，随着手机与各种可穿戴设备、智能家居等的结合，手机将成为“移动的义肢”，在生活的各个方面延伸我们的感官，同时影响和改变我们的生活方式，乃至推动人类生产生活的大变革。

当然，手机的发展变化趋势还有很多，但从整体而言，手机总是基于“移动”的特性，不断补偿性发展其他媒介，并逐渐成为“人体的延伸”。

第二节：4g 前夜：手机影响社会

与今天不断推陈出新的智能手机相比，4g 前夜的 1g、2g 和 3g 手机功能远远称不上丰富，但其推动了人类社会生活的巨大变迁，我们可以从过去窥见当下的历史雏形。

一、时空的重塑与个人媒介的建立

时间和空间是人类感知世界的方式，是人类生存和社会生活展开的两个最基本的维度。手机的诞生具有划时代的意义——它兼顾了移动性和交流的双向性，打破了固定电话对人的时空束缚，重塑了人类的生活方式和社会交往。

作为媒介环境学派的第三代旗手，保罗·莱文森是系统研究手机等新媒介的代表人物。他提出，在手机问世前，人就是交流的“移动家园”，人类依靠双腿支撑和大脑指挥来实现人与人之间短距离交流，而传播技术使家庭日益成为了交流的温馨之地，电话、收音机、电视等媒介填充了家庭空间，但“走出家门以后，我们却几乎被剥夺得干干净净，受到生物学范围的局限，没有远程交流手段却又不得不完成多种任务。”³⁵手机问世后成为了“移动的家园”，凭借手机的移动性和双向传播，电话成为了一种伴随性的媒介，当移动手机接入互联网后，书籍、

³⁴ 彭兰：“移动化、社文化、智能化：传统媒体转型的三大路径”，《新闻界》，2018 年第 1 期，第 35-41 页。

³⁵ （美）保罗·莱文森（Paul Levinson）著；何道宽译：《手机 挡不住的呼唤》，北京，中国人民大学出版社，2004 年，第 47 页。

报纸、电视、收音机、照相机等媒介都被随身带至户外，手机成为了家庭外面的家庭，一个可以漫游的媒介之媒介。³⁶

手机作为“移动的家園”的重要意义在于其重塑了时间和空间，个人与个人之间的直接关系得以建立，极大地影响了人的社会身份和人际交往。

在时间层面，一直以来，时间的迟滞存在于人类历史上的各种媒介中，人类则致力于缩小迟滞，以实现传播的直接性（immediacy），然而正如莱文森指出的，immediacy的词头“im”对其词根“mediate（中介调停）”构成了否定，其中蕴含着媒介与直接性的深层矛盾。³⁷迟滞包含两方面，首先，需要走到媒介所在的特定位置才能使用，如家里、办公室、公共电话亭、邮局等；其次，信息的收发也需要耗费一定的时间，因此，交流的直接性都未能通过固定电话、收音机等媒介实现，手机则在很大程度上减少了迟滞，基本满足了人类即刻的交流，很大程度上消解了媒介与直接性的矛盾。诚然，手机的信号障碍、忙音等问题也不容忽视，但“所有的这些技术困难仅仅是技术婴儿期和童年期的问题”³⁸，莱文森等技术乐观主义者认为，也许在不远的未来，手机可以与直接性划上等号。

在空间层面，手机重塑了社会空间，并进一步影响了人在空间中的身份和社会交往。布尔迪厄曾定义三种基本的社会空间，即家庭、工作与社交，在手机广泛应用之前，三种基本空间的边界还较为清晰，社会身份总体来说是根据场所定位的，“在特定时间被描绘的社会身份，很大程度上依赖于个人被定位的社会环境，以及他们与谁在一起。例如，如果人们在家，他们可能正在维护父母或配偶的社会身份，因为他们与其家庭在一起；同样，如果他们在工作，他们可能正在维护经理的身份，因为他们与其工作同事在一起。”³⁹

实际上，移动性并非手机的专利，可移动的媒介早已有之，从古时的石板、泥板到近代以来的收音机、摄像机等都可随身携带，但其共同的缺点在于不能实现双向的交流。固定电话出现以后，远程的双向交流得以实现，实现了信息的瞬间可达，也取消了电报对信息容量的限制，但仅能在家庭空间或者办公场所使用，并且，固定电话不能很好地保护个人隐私。⁴⁰移动手机问世之后，不同个体之间可以建立脱离特定场所的直接关系，手机成为完全个人化的交流媒介，基本的社会空间界限变得模糊，人的身份边界也变得更具有弹性。

³⁶ 同上注，第48页。

³⁷ 同上注，第50页。

³⁸ 同上注，第57页。

³⁹ 黄鸣奋：“拇指文化、手机与社会存在”，北京，《读书》，2009年第4期，第157-163页。

⁴⁰ 王婷：“多维视野下的中国手机媒介”，山东大学博士学位论文，2016年。

手机除了带来家庭、工作和社交空间边界的模糊之外，还开拓了“空间之间的空间”——互联空间（interspace），可以理解为我们常说的“在路上”，“手机的移动性使得先前具有短暂性、过渡性的空间变成了相对独立、日益重要的社会领域，它是不同领域的交叠，人们在那儿杂耍各种角色，管理诸多社会身份”。⁴¹即使一个人走在路上，也可以利用手机这一移动媒介与他人联系和交流，在这一过程中选择性地管理社会身份。但与此同时，移动手机客观上也助长了“谎言”的诞生，比如为应对不想参与的聚会邀请，明明在家，却告知电话里的另一方自己已在公司加班。

概言之，手机建立了“实时连接”的最初形态，同时赋予了人们自主决定连接地点的权力，也满足了人类“边走边说”的原始需求。尽管 1g 时代的手机只是移动的电话，功能非常单一，但人们可与不在场的人取得即时的联系，有利于及时处理紧急情况和安排临时会面。同时，不同于住所、工作场合及公共领域的电话为多个人提供通讯服务，有了手机，人们可在卧室等自己的私人空间或者寻找无人、僻静场所接打电话，这相对有效地保证了对话的私密性。

手机在产生便利的同时，也带来了私人空间与公共空间的混合，如今这一问题似乎愈演愈烈，受到了广泛的讨论。

一方面，私人空间被手机侵占。莱文森将手机铃声形容为“挡不住的呼唤”，认为手机使现代人开始丧失真正意义上的“独处”时间，而成为随时待命的“被叫方”，电话里的内容大部分都和所处的场所没有关系，还可能打断正在做的事；同时，手机铃声虽然来自一个私密的地方——人的衣袋，但很容易吸引公共空间其他人的注意力，而在公共场所接听个人电话一定程度上也是私人空间对公共空间的侵入，手机铃声和打电话的声音越近，其侵犯性就越强。⁴²

除了私人铃声在公共空间的响起，2g 时代以来的手机在相机功能上不断优化，这种“长眼睛的手机”进一步混淆了公共空间与私人空间的界限，每个人都有几乎随时随地被拍到的可能性，无论是有意地偷拍还是无意入镜，手机无疑加大了个人隐私泄露的风险。针对这种情况，部分国家尝试在技术层面加以限制，如为了防止偷拍，日本政府规定，日本境内销售的手机快门声音不可关闭，即使戴上耳机，快门声音也会从扬声器发出。⁴³

3g 时代以来，随着互联网技术的进步展和以手机为主的移动终端的迅速发展，传统“媒介使用”的前提预设被打破，受众不再是在特定时间和空间内使用

⁴¹黄鸣奋：“拇指文化、手机与社会存在”，北京，《读书》，2009 年第 4 期，第 157-163 页。

⁴²（美）保罗·莱文森（Paul Levinson）著；何道宽译：《手机 挡不住的呼唤》，北京，中国人民大学出版社，2004 年，第 70-73 页。

⁴³中关村在线：[为什么日本手机不能关闭快门声音？](http://www.techweb.com.cn/) Techweb.

媒介，而是呈现出一种连续不断的新媒介使用状态，人们的媒介使用人们的生活方式逐渐趋向于今天的“永久在线，永久连接”。⁴⁴

二、人际传播：从文本的复兴到多媒体情境

人际传播是个人与个人之间的信息传播活动，是一种最典型的社会传播活动，也是人与人社会关系的直接体现。⁴⁵人际传播分为直接传播和间接传播，直接传播主要通过口头语言、类语言、体态语的传递进行的信息交流；间接传播是指通过传播媒介进行远距离交流。⁴⁶手机凭借其移动性、便携性和交流的即时性特征极大地拓展了人际传播的范围，改变了人与人之间的交流形式。

20 世纪以来，广播、电影、电视等大众媒介以其轻松、吸引人的图像、亲切的语音占据主流媒介的地位，电话以双向语音交谈的方式淘汰了以文本形式存在的电报，1g 时代的手机作为移动的电话，使语音进一步成为占据主导地位的交流符号。

2g 时代，手机短信功能的增加产生了一种以电子文本为载体的新型人际传播方式。文字是人类掌握的第一套体外化符号系统，标志着人类社会迈入了文明时代。但总管人类社会的媒介发展史，几乎一切新生媒介都会受到批驳，文字也未能幸免，这种新的媒介引发了人们对交流失败的惶恐。柏拉图笔下的苏格拉底抨击文字损害人的记忆，认为文字没有人性，缺乏内在性，它摧毁正宗的对话，缺乏亲切感，忽视交流的对象，而 2g 时代的手机短信又带来了文本的复兴。

短信之所以盛行，除了价格相对低廉以外，自然有其自身独特的优点，满足了人们的特定需求。传统的文本为载体的人际传播媒介是书信，其时效性比较差，并且还存在永远无法寄出的“死信”（失效的邮件）⁴⁷，但其缺点也反衬出其优点——更能传达态度的郑重和情感的真挚。电子邮件实现了信息的即时发送，但并不能保证对方能够即时查阅，因此仍存在不同程度的滞后。相比之下，手机媒介能够更大限度地保证信息的即时收发，这就创造出了短信这种不同于传统书信和 PC 邮件的新型文本。⁴⁸

保罗·莱文森认为，可以把电子文本看作是一种补救性媒介，它解决了苏格拉底指责的文字没有互动性的缺点；反过来，与出口即逝的口语相比，文字就是

⁴⁴ 周葆华：“永久在线、永久连接：移动互联网时代的生活方式及其影响因素”，《新闻大学》，2020 年第 3 期，第 84-106、第 120 页。

⁴⁵ 郭庆光：《传播学教程》，北京，中国人民大学出版社，2011 年，第 71 页。

⁴⁶ 李丹丹：《手机新媒体概论》，北京，中国电影出版社，2010 年，第 112 页。

⁴⁷ （美）约翰·杜翰姆·彼得斯著；邓建国译：《对空言说 传播的观念史》，上海，上海译文出版社，2017 年，第 xx 页。

⁴⁸ 王婷：“多维视野下的中国手机媒介”，山东大学博士学位论文，2016 年。

一种补救性媒介。⁴⁹显然，手机短信就是莱文森所指的一种电子文本，其双向的互动性不仅是对苏格拉底语境中的书面文本的补救，也是对语音通话的一种补救：文本和语音一样具有传递的瞬时性，但短信文本却具有特殊的优势——无声、精确、耐久、灵活。

如果说 1g 时代的电话铃声对公共空间造成干扰，那么短信这种无声的文本则提供了一种能够适宜更多场合的交流方式。短信不仅能让人即使交流，也能让人延时交流，短信给收信人很大的回旋余地与思考空间，诸如拒绝、道歉、告白之类很难直接口头表达的话都可以通过短信委婉地叙说，这一点在较为含蓄的中国文化语境中尤其适用，必要时，短信还可加强信息传递的逻辑性和完整性。短信还可以在适量的范围内长期储存，方便随时查看，这时短信便发挥了文本代替人脑记忆的功能。此外，短信使人更轻易地“一心二用”甚至“一心多用”，开辟了更多元的场景，比如人们可以一边开会一边发私人短信，这可以理解为 2g 时代的一种“在场”与“不在场”。

麦克卢汉认为“媒介是人体的延伸”，不同媒介延伸了人的不同部分，也延伸了不同的感官，他将人类的媒介史发展分为“口语——拼音文字、印刷媒介——电子媒介”三个阶段，认为在口语媒介时代，人们没有借助任何外在性媒介来进行交流，各种感官处于平衡状态，这时处于人们结成亲密社群的部落化时代；拼音文字和印刷媒介塑造了理性的、碎片的、个人的文化，是“脱部落化”的黑暗时代，肇始了现代社会的种种弊端；而电子媒介时代，人们又回到了依赖口语的黄金时代，即“重新部落化”的时代。电子媒介时代的感觉器官延伸不再是单一的延伸，而是整体的延伸，因此得以回到部落化时代的感官平衡状态。⁵⁰

循着麦克卢汉的这种乐观思想来看，手机自诞生起就在电话的基础上进一步延伸了人的听觉，实现了远距离的口语交流。而短信这种新型的电子文本则几乎延伸了人的所有感官：除了基本的视觉需要，信息收发的铃声延伸了人的听觉，震动模式以及手指操作延伸了人的触觉，并在此基础上形成了社会的“拇指文化”，人们在打电话时可能出现走神的情况，但在发短信时往往全神贯注，注意力的在场削弱了物理性缺场造成的虚拟感。⁵¹音乐、视频功能的增加使人们可以在手机上体验多感官的整体延伸，似乎越来越符合麦克卢汉所设想的美好情景。

具体来说，在人际传播方面，人们多用手机短信维护人际传播中的强关系。美国社会学家格兰诺维特最早提出了强关系与弱关系的概念，强关系是指联系频

⁴⁹ (美) 莱文森：《软利器 信息革命的自然历史与未来》，上海，复旦大学出版社，2011 年，第 96 页。

⁵⁰ 刘海龙：《大众传播理论：范式与流派》，北京，中国人民大学出版社，2008 年，第 432-433 页。

⁵¹ 王婷：“多维视野下的中国手机媒介”，山东大学博士学位论文，2016 年。

繁的关系，而弱关系则是联系不够频繁的关系。⁵²与传统的书面文字不同，由于字数限制和即时互动的要求，短信文字通常较为剪短，且作为日常交流的媒介工具又呈现出口语化甚至亲密化的特征。

人际传播具有鲜明的情境性，文字符号的缺陷是不能运用一些辅助性的表达手段，使用短信交流无法察言观色，也无法接收到负载于声音上的语气、语调、停顿等一些副语言信息，因此从某种意义上说，传播的质量会受到影响。⁵³为了模拟现实中人们的表情和体态，增强交流的在场感，字符表情伴随着短信出现了，也就是我们今天常用的表情包的开端。另一方面，人们会在节假日利用短信群发功能来维护弱关系，在省时省力的同时也造成了信息同质化严重的后果，消解了手机媒介个性传播的特点。

3g时代，人们可以利用手机语音、文字、图片、视频等多种方式进行交流，手机技术不断进步的过程也是人际传播的特性与手机传播特性愈加契合的过程，传播手段多样性的重要发展动力之一即人际交往的情境性和双向互动性的要求，这也符合莱文森提出的媒介人性化理论。“保罗·莱文森的性化趋势媒介进化理论的内核有三个层面：从媒介进化本身规律看，媒介使用功能越来越符合人类感官愉悦的要求，媒介外形设计越来越符合人性审美需求；从人性化的角度看，媒介必然沿着人类传播要求的方向进化；从媒介与自然关系的传播效果看，媒介必然朝着不断消弥时空障碍的方向进化。”⁵⁴

毫无疑问，手机的发展便利了人们的交往，除了麦克卢汉、莱文森等乐观派，也有人指出了人们对手机的媒介依赖及其对人际交往造成的弊端。雪莉·特克尔提出现代人的“群体性孤独”，意指人们越来越迷恋虚拟世界中的社交关系，而与现实世界中更加真实的社交关系愈发疏远。⁵⁵人们常常用来形容“低头族”的一句调侃“世界上最远的距离就是我坐在你面前，你却在玩手机”便是群体性孤独所反思的现象。

三、移动阅读与大众传播

与手机短信相伴随的，是一场阅读方式的革命：移动阅读的兴起。“纵观人类历史，阅读方式的每一次演变，都和文本介质直接相关，也就是和技术的变迁

⁵² 彭兰：“连接与反连接：互联网法则的摇摆”，北京，《国际新闻界》，2019年，第41卷第2期，第20-37页。

⁵³ 李丹丹：《手机新媒体概论》，北京，中国电影出版社，2010年，第61页。

⁵⁴ 陈功：“保罗·莱文森的人性化趋势媒介进化理论”，湘潭，《湖南科技大学学报》（社会科学版），2016年，第19卷（第1期），第178-184页。

⁵⁵ （美）雪莉·特克尔：《群体性孤独：为什么我们对科技期待更多，对彼此却不能更亲密？》，杭州，浙江人民出版社，2014年。

有关,而且每一种新技术创造的新介质,都会进一步催生新型的社会交往活动乃至改变社会权力关系,印刷术与宗教改革就是典型的历史个案。因此,阅读既是社会变迁的映射,也是建构社会关系的强大力量。”⁵⁶考察手机的移动阅读史,也是探求人类社会的变迁史。

阅读可分为广义的阅读和狭义的阅读,狭义的阅读即传统阅读,是指对人类知识生产和成果的摄取和传承;广义的阅读,指信息社会中的所有媒介渠道的信息获取行为。目前,移动阅读的定义更倾向于后者。移动阅读的内容从早期的短信文字发展为包括文字、图片、音频、视频等多种媒体形式,呈现方式多样化,如手机报、电子书、网络小说、网络杂志、博客等。

移动阅读是手机技术发展和都市生活节奏加快带来的必然结果,它改变了人们的阅读习惯,影响了人们的思维。与纸质阅读、pc 网络阅读比较,手机移动阅读具有随时随地的便捷性;在阅读内容上,手机移动阅读主要以各类新闻资讯和非严肃性、消遣性内容为主,内容篇幅更倾向于短小精悍的微型阅读;在阅读方式上,主要表现为快餐式阅读。由于读者身处移动环境,时间短,干扰因素多,阅读节奏较快,快餐式、浏览式、随意性、跳跃性、碎片化的阅读特征突出。手机移动阅读呈现浅阅读的趋势,引发了对信息肤浅化与人的思维能力下降的担忧。

对此,也有学者对此提出相反的观点。彭兰认为,过去的纸质阅读所说的“深”,是在“封闭”的环境中完全基于媒体提供的信息来实现的,其所谓的“深度”思考其实在较大程度上受到媒体视角的限制。而在新媒体环境下,人们可以在开放的、四通八达的信息网络中,主动地去寻找相关信息和他人的评论,当用户为了特定目的不断去延伸自己的阅读对象与阅读领域,即使他读的很多都是短文章,最终这些短文章也可能汇聚成深度的认识与思考。因此,并不能简单地将碎片与浅阅读和浅思考划等号。⁵⁷

移动阅读使手机不再仅仅是人际传播的媒介,而是具备人际传播和大众传播双重属性。大众传播,是指专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段,以社会上一般大众为对象进行的大规模的信息生产和传播活动。⁵⁸传统的大众传播模式是以传者为中心的线性传播模式,受众只是被动地接受信息,难以形成反馈和互动。报纸、广播、电视被称为传统三大媒体,互联网出现后被冠上了第四媒体之名,而手机是否能称之为“第五媒体”存在颇多争议,但不可否认的是,手机的出现是对报纸、广播、电视、网络四大媒体的突破,具有开创性的意义。

⁵⁶ 孙玮,褚传弘:“移动阅读:新媒体时代的城市公共文化实践”,上海,《探索与争鸣》,2019年第3期,第118-126页、第144页。

⁵⁷ 彭兰:“重构的时空——移动互联网新趋向及其影响”,汕头,《汕头大学学报》(人文社会科学版),2017年,第33卷(第3期),第93-102页、第5页。

⁵⁸ 郭庆光:《传播学教程》,北京,中国人民大学出版社,2011年,第99页。

一方面,手机凭借便捷性、即时性、灵活性等特征,很快成为了新兴的大众传播渠道,突破了新闻等信息传播的时空限制,移动阅读使信息传播的渠道以一切可能的方式拓宽,渗透到大众生活的每个角落。例如,“手机报”摆脱了传统媒体的时空限制,又因为其小巧、便携特点,以及较强的视听效果,具有传统媒体不可比拟的优势。随着手机的普及以及传播技术由单一的语音形式向丰富的文、图、像等多媒体传播方向发展,手机逐渐成为小型移动多媒体终端,信息获取的门槛进一步降低,社会大众在更大范围内接收信息。手机媒体的信息传播速度极快,这一点集中体现在一些突发事件中,如“9·11”事件发生后的3分钟内,新浪网就向其用户发送第一条消息。⁵⁹

另一方面,手机改变了信息传播者和使用者的关系,重构了以传者为中心的信息生产和传播的模式。大众传播的受众不再只是沉默的信息接收者,而且可以成为信息的反馈者。手机短信是一种汇集式的传播模式,由手机运营商、信息平台提供商、大众媒体和手机用户共同构成,手机用户可以通过发送信息到短信平台与媒体互动,实现信息的反馈。⁶⁰2005年,湖南卫视的《超级女声》采用观众短信投票的方式决出比赛排名,形成了空前盛大的“追星”之状。受众自身也成为了信息的采集者和传播者,这几种体现在一些突发事件中,如2005年伦敦大爆炸,一些现场目击者用手机的摄像功能拍下了事故现场,各地媒体向其索要现场画面。⁶¹

此外,手机是个性化的媒介。用户可通过手机短信自主订阅内容和服务,手机接入移动互联网后,便捷了用户自主搜索内容,初步验证了20世纪90年代,尼葛洛庞帝在20世纪90年代提出的“个人日报(The Daily Me)”这一对互联网时代的信息个性化的预言。⁶²

总而言之,以手机为主要终端的移动互联网的发展,进一步赋予了受众参与传播和进行反馈的权力,重构了传统的大众传播形态,促进了社会权力结构的变迁。然而,随着信息传播范围变广、信息量的增加和信息流通的速度加快,手机也成为了垃圾信息和谣言的温床,手机的发展需要相关法律法规和政策举措的持续跟进。

四、手机与家庭

也许有一组关系尤其值得关注,那就是手机与家庭。手机的普及使不同性别、

⁵⁹ 李丹丹:《手机新媒体概论》,北京,中国电影出版社,2010年,第117页。

⁶⁰ 同上注,第114页。

⁶¹ 同上注,第120页。

⁶² (美)尼葛洛庞帝;胡泳、范海燕译:《数字化生存》,海口,海南出版社,1997年,第192页。

不同年龄的个体拥有了个人媒介，这催生了家庭关系的变化。

“中国的社会组织是一个大家庭而套着多层的无数小家庭。可以说是一个‘家庭的层系’”⁶³，家庭是最基础的社会关系之一，是人类最基本、最重要的一种制度和群体形式。而正如保罗·莱文森所说，电话、电视等诸多新媒体技术都成为了家庭内部论争的问题，电视遥控器的使用权和电话线的接入地点代表了某种家庭成员的权力关系。⁶⁴手机进一步延伸并强化了家庭的纽带，作为“移动家园”的手机除了担当“媒介之媒介”，还的确提供了一部分关键的家庭功能。有了手机，出门在外也可与家人交流，“家庭”空间向线上延伸，继而悄然影响着家庭关系。

一方面，手机信息的繁杂和青少年的手机依赖等“问题”引发家庭冲突。

20 世纪 20 年代以来，针对电影、电视等媒介的批评就长期存在。尼尔·波兹曼在《童年的消逝》中指出，印刷术的普及使成年人与儿童之间存在一道文化鸿沟，而电视使儿童与家长接触同样的信息，导致儿童生活在充满性、暴力、战争、冲突的成年世界。⁶⁵具备私人化特征的移动手机似乎进一步加强了这种趋势，青少年可通过手机接触到更多样的信息。

此外，2g 时代以来出现了大量关于手机成瘾的社会新闻和学术研究，尤其是青少年的手机成瘾。手机成瘾或称为手机依赖综合征，是指个体因为使用手机行为失控，导致其生理、心理和社会功能明显受损的痴迷状态。⁶⁶手机成瘾论认为，人们在享受新的通讯工具带来的便利和娱乐的同时，也成为了手机的“奴隶”，出现了对手机过分依赖的现象，越来越多的青少年开始被手机成瘾症所困扰，严重影响了他们的正常学习和生活。由于父母担心手机对孩子的不良影响，反而利用手机加强了对孩子的掌控，比如要求 24 小时保持开机的“可联系”状态，父母的掌控欲望可能与青少年的独立欲望产生冲突。

另一方面，随着手机逐渐成为功能多样的多媒体终端，亲子之间“代沟”和“文化反哺”加强，家庭权力关系进一步改变。自人类进入文明社会以来，就文化传承的方向总是从上一代人向下一代人，在家庭内部，亲代总是扮演教化者的角色，子代总是扮演被教化者的角色，亲子两代在生物繁衍链条上的前后相继性，决定了双方在社会教化上的不平等性。由于社会的急速变迁，以及面对这种变迁

⁶³ 张东荪：《理性与民主》，长沙，岳麓书社，2010 年，第 82 页。

⁶⁴ （美）保罗·莱文森（Paul Levinson）著；何道宽译：《手机 挡不住的呼唤》，北京，中国人民大学出版社，2004 年，第 77 页。

⁶⁵ （美）尼尔·波兹曼著；吴燕莲译：《童年的消逝》，北京，中信出版社，2015 年，第 3 页。

⁶⁶ 师建国：“手机依赖综合征”，南京，《临床精神医学杂志》，2009 年，第 19 卷（第 2 期），第 138-139 页。

亲子两代的适应能力不同,对新事物的理解和吸收快慢不同,在亲代丧失教化的绝对权力的同时,子代却获得了前所未有的“反哺”能力。⁶⁷

总之,手机丰富了信息获取的渠道,流行音乐、网络小说等通过手机流行于青年人之间,加强了两代人之间的“代沟”,手机的发展也逐渐提高了使用的技术门槛,挑战了亲代在家庭中的话语权和决策权。如今,移动互联网与我们的生活融为一体,子代对亲代的“数字反哺”进一步加深,微信群等“数字家庭”的互动也受到了学界的关注,手机带来的家庭关系演化还在继续。既有研究表明,文化反哺程度越深的家庭,亲子关系越和谐,子女在父母眼中的地位也越高。面对数字代沟所带来的挑战,文化反哺有可能成为缓和亲子冲突、改革家庭关系的难得机遇。⁶⁸

第三节 移动互联网的纵深发展

在各项基础设施基本建成后,移动互联网便向着纵深发展的方向前进,其发展主要体现在以下四个方面。

一、从社交到场景

(一) 互联网时代的媒体要素: 社交

如果说形式和内容是传统媒体时代的核心要素,那么社交就是互联网时代媒体的核心要素。在互联网时代,社交成为内容生产的动力,人们的关系网络成为信息的传播渠道,“无社交不新闻”成为共识。⁶⁹

(二) 移动互联网时代的媒体要素: 场景

移动互联网时代,场景的意义被大大强化。

前文提到:速度是现代世界的根本性维度。技术,不过是速度的表象,速度,才是技术的本质。那么速度发展到极致时,会发生什么?

1. 速度取消人类意识中的时间和空间

时间和空间是人类感知世界的方式。麦克卢汉说“每一种新的传播媒介都以独特的方式操纵着时空”⁷⁰。同时,每一种新的媒介都会对人体进行不同程度的

⁶⁷ 周晓虹:“文化反哺:变迁社会中的亲子传承”,北京,《社会学研究》,2000年,第2期,第51-66页。

⁶⁸ 周裕琼:“数字代沟与文化反哺:对家庭内‘静悄悄的革命’的量化考察”,北京,《现代传播》(中国传媒大学学报),2014年,第36卷(第2期),第117-123页。

⁶⁹ 彭兰. 场景:移动时代媒体的新要素[J]. 新闻记者, 2015(03): 20-27.

⁷⁰ 尼克·史蒂文森. 认识媒介文化: 社会理论与大众传播[M]. 王文斌, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 127.

延伸，引起人们感知方式的变化，包括对时间和空间的感知。由此，传播媒介发展的历史就是不断提高传播速度的历史，不断突破时空限制的历史，也是不断塑造我们时空感知的历史。“速度会取消人类意识中的时间和空间”⁷¹。

首先，速度对时间的消灭。早在19世纪马克思就提出“时间消灭空间”的传播论断。詹姆斯·格列克（James Gleick）也这样描述我们今天的社会，“每件事物”都在加速，无情地压缩一切人类活动领域中的时间。压缩时间直到极致，形同造成时间序列以及时间本身的消失。⁷²网络传播的急速性彻底消灭了时间，成了曼纽尔·卡斯特所言的“无时间的时间”。

其次，速度对空间的消灭。传播强调瞬时、即使、不断地提高传播速度，其实就是时间不断对空间进行“殖民”，直到“时间消灭空间”。在征服物理空间上人类凸显了无比的自信，以致世界成为了地球村。传播媒介在一次次延伸人们感知器官的同时也建构起了不同的社会空间和虚拟空间。人们通过社交媒体跨越千山万水与朋友进行交流，或者是立刻了解到世界另一端的信息，这些都是跨越具体实在物理空间的社会关联空间。在一味追求速度、即时传播面前，物理空间消失了。网络媒介时代，传播的即使性对物理空间和社会空间都进行了严重的“入侵”，空间已经消失。⁷³

但是在移动互联网时代，在已成功攻克时空羁绊的条件下、在网络和移动通信技术的支撑下，传播发生了巨大的变化，由单纯追求速度的量变转为质变，即追求个性化的适时体验，即场景传播。

2. 场景传播

（1）理解场景

“场景”一词本来是影视用语，指在特定的时间、空间内发生的行动，或者因任务关系构成的具体画面，是通过人物行动来表现剧情的一个特定过程。⁷⁴在传播语境下，场景是指人与周围景物的关系的总和，其最为核心的要素是场所与景物等硬要素，以及与此密切相关的空间与氛围等软要素⁷⁵。简单来说，场景强调当时当下。

⁷¹ 陈力丹. 精神交往论[M]. 北京: 开明出版社, 1993: 109.

⁷² 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 王志弘等, 译. 2版. 北京: 社会科学文献出版社, 2003: 530.

⁷³ 梁旭艳. 场景传播: 移动互联网时代的传播新变革[J]. 出版发行研究, 2015(07): 53 - 56.

⁷⁴ 吴声. 场景革命: 重构人与商业的连接[M]. 北京: 机械工业出版社, 2015.

⁷⁵ 郜书铨. 场景理论: 开启移动传播的新思维[J]. 新闻界, 2015(17): 44-48+58.

罗伯特·斯考伯和谢尔·伊斯雷尔在《即将到来的场景时代》一书中指出场景传播的到来依托五大技术支撑，也就是“场景五力”：是移动设备、社交媒体、大数据、传感器和定位系统。⁷⁶

其中，大数据即人们上网时期的一切痕迹，这些相关信息都会被收集，从而更好的为人们提供贴心和个性化的服务；传感器是一种检测装置，能够感受到被测量的信息，类似于人类的电子感觉系统，如手机上有测量温度的传感器、测量位置的传感器等等；定位系统，即确定你在什么方位的技术，“无定位，不场景”，定位技术能够快速锁定时空，是快速确定所处场景的基础；社交媒体是个性化内容的源泉，在新媒体时代，人际关系网络仍然是传播过程中重要的基础设施，通过在线交谈，可以让人们明确自己的喜好、所处的位置以及所追求的目标，社交媒体与其他四种技术的结合，可以让技术更好的理解你是谁、你正在做什么以及你接下来可能做什么等场景⁷⁷；移动设备即是技术的一种载体，目前，对大多数人来说，智能手机是主要的移动设备。但作为移动终端的可穿戴设备也在快速发展中，如谷歌眼镜。

值得注意的是，社交是互联网时代的媒体要素，也是在移动互联网时代媒体要素的重要组成部分。近些年兴起的场景社交，就是以场景为基础，所有社交方式都是在场景结构上建立起来的。如蚂蚁森林就是一种场景社交的例子。朋友们以此为社交圈，相互偷能量、喂小鸡，是在一个庄园的场景下进行社交，且产生的能量记录着这个人的行动轨迹。

（2）移动产生场景

移动能够产生快速切换的时空、用户在各个时空内的数据，能够帮助分析用户实时状态的需求、生活惯性。移动传播的本质是基于场景的服务，即对场景（情境）的感知及信息（服务）适配⁷⁸。场景分析的最终目的是通过理解用户在特定场景中的需求，并即时提供相关的服务和信息。目前被行业看中的 LBS 思维（Location Based Services, 基于位置的服务），就是通过定位技术来获取设备所在位置，并提供给用户相应的服务。

（3）场景时代的商业应用

很多时候，人们喜欢的不是产品本身，而是产品所处的场景，以及场景中自己浸润的情感。达人推荐、场景解决方案，初始是营销手段与亚文化叙述，

⁷⁶ (美) 罗伯特·斯考伯, (美) 谢尔·伊斯雷尔: 即将到来的场景时代 [M]. 北京联合出版公司 2014 年版.

⁷⁷ 彭兰. 场景: 移动时代媒体的新要素 [J]. 新闻记者, 2015 (03): 20 - 27.

⁷⁸ 彭兰. 场景: 移动时代媒体的新要素 [J]. 新闻记者, 2015 (03): 20 - 27.

现在则一跃成为主流的商品打造能力。这背后蕴含着一个时代消费精神的巨大变化。

香港的季风气候使得这个地方多见阴雨天，少见晴天，这种气候下，人们对于阳光明媚的地方容易心生向往。宿务航空便利用了这一点，制造了一次“Rain code 雨代码”的营销。他们用防水喷漆在马路上喷上二维码广告，平时隐形，一道雨天就显形。广告写上“菲律宾是晴天”，在阴雨天心情烦闷的人们走在路上看到这则广告，便容易拿出手机扫码进入机票网站，“因地制宜”的广告催生了“说走就走”的旅行，借此广告，宿务航空网上订票量增长37%。



二、从大众传播到分众传播

在大众传播时代，主要是以大众传播工具进行信息传递，随着移动互联网及信息传播技术的发展，如今的信息传播也越来越精细化。

（一）移动互联网促进分众传播

3G 时代下，手机的高度移动性使得影像传播能够随时随地自由地展开。这极大地激发人们的传播欲望，使人的表达更加随性和多元。这突显了传播的主体——人本身在传播过程中的首要位置，让更多人参与到信息的生产与传播中。

脱胎于通讯工具的手机媒介，其传播方式不可避免的带有人际传播的特色，即定向化和互动化。相应地，这使得手机用户可以通过内容定制与即时互动将手机变成真正个人化的媒介。在我国，手机都采用入网实名制。这意味着手机媒介将更具针对性，信息从哪里来，到哪里去，都是定向的，这就具备了实现分众和

定向传播的条件。

（二）虚拟社区

传播（communication）与社区（community）有天然的联系。随着时间的推移，由手机形成的社区概念与强调地域性的传统概念不同，它已经超出了地域的范围，并且扩展和深化到抽象的精神意识领域，属于“精神社区”。⁷⁹

英克尔斯在《社会学是什么》中对精神社区的理解是：“**精神社区**指的是这样的社区，它的共同成员感建立在价值、起源或信仰等精神纽带之上”。⁸⁰即精神社区是强调价值认同、归属感或信仰等精神纽带。作为这种社区的成员，更加强一种精神或文化上的维系力。

手机社区这样的“精神社区”无疑是虚拟的，但它与互联网的虚拟社区又有所不同。手机具有个人识别的唯一性，切每天都伴随着人们的日常生活。虚拟空间的在场是一种全身心投入的在场。

手机社区的居民将手机虚拟社区当作现实生活的眼神和补充，从而创造出一种新的文化现象。在手机建构的虚拟社区中，人们通过新的传播手段强化自己的身份认同，“想象共同体”找到了新的形式，虚拟社群和实在社群以一种交叉并置的方式相互映照，虚拟社区的真实的社会意义由此凸显。

亚文化便是虚拟社区的典型代表。对比东亚与欧美的亚文化，不难发现，东亚的亚文化更为安静，一般进行线上交流，多以网络为载体，如漫画；虚拟歌姬；偶像团体；JK制服；洛丽塔；汉服；古风；御宅等，游戏的主机、掌机都源于东亚，即游戏产业更为发达，而欧美的亚文化则更加开放、成人化、叛逆，如纹身；涂鸦；哥特；RAP；重金属；朋克等等。亚文化的兴起一般伴随着经济的发展，东亚的亚文化正是在上世纪90年代兴起发展而来，与移动互联网的兴起息息相关。在亚文化这一虚拟的精神社区中，兴趣相似的人们相聚，并在交流中认可彼此与自我。

无数亚文化的背后，既是碎片化的生存，也是碎片化的传播，更是碎片化的场景。社交沟通即时软件和职能手机的器官化，裂变式的放大能力和蜂窝式的自我复制既造就群体性孤独，也成就新的商业机会。李宁的转型或许可看做一次亚文化应用的成功案例。

2010年，时任李宁公司CEO的张志勇决定对品牌进行重塑。当时，他认为李宁要征服的是90后年轻人市场，并且成立于1990年的李宁公司也恰好是一个“90后”品牌，于是做出决策准备打造“**90后李宁**”，将目标客群锁定在一二

⁷⁹ 王萍. 手机媒介传播:弥漫于空间——对手机媒介建构的空间结构的探析[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2007(10): 163 - 166.

⁸⁰ [美]英克尔斯. 社会是什么[M]. 北京:中国社会科学出版社, 1981:68.

线城市年轻人群上，走向高端化、年轻化，对标阿迪、耐克等国际品牌。为了打动年轻人，彼时李宁公司请来当时国内最知名的年轻运动员吴敏霞和张继科、林丹作为代言人，试图将这些人的影响力与对 90 后年轻人的吸引相结合，推动年轻化李宁战略的进一步发展。2014 年，在实施“90 后李宁”策略 3 年后，李宁公司年营业额连年下滑，财报数据显示，李宁公司从 2010 年营收 94.79 亿元下降到 2011 年的 89.29 亿元，再下滑至 2012 年的 66.76 亿元，降幅分别为 5.8%、25.22%。



2018 年，“中国李宁”以“悟道”为主题登陆纽约时装周，“中国李宁”准确压中隐隐波动的“国潮风”。2018 财报显示，“中国李宁”一系列服装年度销售量超过 550 万件，售罄率超过 70%；悟道鞋系列销售量超过 5 万件，售罄率也超过 70%。这种趋势背后，是一群消费主力的迭代。因为 95 后、00 后与 70、80 和 90 后完全不同，如果用传统的社会学来研究，你无法为这些人群打上合适的标签。



（三）分众传播引发的新的权力问题

首先，分众传播让大众普遍获得了传播信息的权力。以手机为代表的移动互联网终端，整合了各类媒体，逐渐成为人们获取资讯的主要渠道。这种极大的便利性在满足人们需求的同时，也进一步推动和促进了人们对自我呈现与社会表达的渴望。移动互联网“去中心化”的“网络-节点”传播结构以及“随时随地”的特征的发展使人们的分享意愿与表达行为能够以一种更为便捷、即时的方式实现，弥补了传统互联网的信息发布缺口，它打开了不同阶层人的共在场景，将更多的表达权、传播权和知情权赋予了普通的社会大众，一方面造就了“全民发声”的社会舆论结构，另一方面也模糊了新闻生产的边界，新闻传播格局由传统的“媒-众”关系演变为多元行动者参与的网络。互联网技术与社会的协同演进中出现的群体现象，发生于社交媒体建构的嵌套性关系网络中，互联网用户在大规模的内容生产传播、传播、交互、共享中自发地协同合作，个体的力量在无线连接中聚合、放大、爆发，为社会中相对无权者赋予话语权和行动权⁸¹。但与此同时，社会表达中出现的非理性的群体极化和网络民粹主义现象，出现的社会分化也背离了麦克卢汉所想象的网络乌托邦。

其次，关系赋权成为移动互联网时代下的另一种分配权力的方式。社交是移

⁸¹ 喻国明，马慧．互联网时代的新权力范式：“关系赋权”——“连接一切”场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁[J]．国际新闻界，2016，38(10)：6-27．

动网时代下的重要属性,在社交平台上拥有更大关系网的人往往也有更大的话语权。如当前各色网红 KOL,因为他们有足够多的粉丝,所以往往在遇到重大时间时,他们的发声往往会影响更多人对事件的看法。

三、 从具象时空到抽象时空

前面讲到了 1G 时代和 2G 时代对人们时空观念的影响,主要是从速度加快和几种社会空间的模糊层面来看的,我们很容易发现生活节奏的加快,工作对生活的打扰等等,这是一种具象的层面。但是到了 3G、4G、5G 时代,我们很难再发现这种明显的、具象化的改变了,因为它已经融入了我们的日常生活,我们的时空观念变得更加抽象了。

以游戏《精灵宝可梦 GO》为例,这是一款能对现实世界中出现的宝可梦进行探索捕捉、战斗以及交换的游戏。玩家可以通过智能手机在现实世界里发现宝可梦,进行抓捕和战斗。玩家作为宝可梦训练师抓到的宝可梦越多会变得越强大,从而有机会抓到更强大更稀有的宝可梦。在这个游戏里,虚拟和现实世界同时进行着游戏,虚拟世界与现实世界不仅融合,甚至颠倒。这个游戏的出现体现了一种很重要的媒介观点:此种媒介观认为现代城市空间是现实空间与媒介技术互嵌的存在。在位置媒介(locative media)技术的加持下,都市空间成为关联现实与虚拟空间的媒介界面。⁸²由此,空间成为了一种媒介。

(一) 空间本身的媒介性:移动本身具有媒介性

米歇尔·德塞托将空间(space)和地点(place)做了二元划分,‘地点’是在空间中被规定的稳定位置,而这一稳定位置中展开的实践构成了空间。

“空间”与“地点”的分野将空间的移动实践属性标识出来。如果说“地点”是功能化的空间,那么“空间”就是被赋予移动性的“地点”通过对移动实践和网络轨迹的强调,时间维度被纳入进城市空间的讨论中。由此,对“时间”的表述藉由两重实践在空间层面得到确认。移动是空间和时间交互的结果。

“数字地图”的存在使位置媒介转变为一种空间的记忆媒介。当人们出去旅游打开数字地图时,人们的行动轨迹以及游玩记忆便被附着于“地点”之上,位置媒介可以帮助人们克服空间实践的速朽性。通过虚拟再现和记录人们在城市空间中的行动轨迹,同时赋予人们标记、评论乃至建构空间符号的权力。

“移动”则是对时间流逝在空间中的记录。位置媒介就是这样一种记忆媒介,它所具有的特性将人在物质空间中的移动痕迹储存下来,成为可以不断回溯的符号地图和意义轨迹。时间以空间的形式被保存起来。他将个体的时间性留存在位

⁸² 李耘耕. 从列斐伏尔到位置媒介的兴起:一种空间媒介观的理论谱系[J]. 国际新闻界, 2019, 41(11): 6-23.

置媒介之中,也同时通过电子网络印刻在城市空间之中,得以在虚拟空间中分享、流转乃至成为个人身份的确证。在这些网红打卡地和文化地图的出现正是都市里“媒介-使用者”对城市空间的言说。这种言说造就一些只属于这个媒介时代的城市景观。造就这种景象的正是虚拟空间在现实中的叠合,他将人们的言说、想象与意义赋予植入现实空间,从而赋予空间可以自我言说的修辞性。此种修辞引导了人们的步伐,也重新规定了“行走”的方式与目的。如打开大众点评,可以看到各种美食、美景的打卡,大家的朋友圈中也充斥着各种各样的生活记录,往往还要附上定位,便是用移动设备将时间流逝在空间进行一个记录。



（二）新的数字移动媒介技术赋权下的空间媒介观

移动互联网的发展产生了这样一种空间媒介观：位置媒介为纲、城市空间为本、人们在其中的移动实践层层展开意义和传播界面。经由一个由个人持有普遍联结的位置媒介之中介，空间重组了个人与社会、地点与空间、道路与漫步、想象与痕迹之间的关系，从而构建起了一组完全媒介化的城市空间实践样貌。这一“空间媒介”的生成还有赖于一种非常重要的记忆机制，位置媒介将人们在物质空间中的移动痕迹储存下来，成为可以不断回溯的符号地图和意义轨迹。时间以空间的形式被保存起来，被纳入实践之中，这使得物质空间的媒介属性可以在时间洪流中得以保存和回溯。

空间实践重要的不是行走行为本身，而是对一个行走轨迹的象征、想象和记忆。移动互联网对空间和时间的重塑，根源于其终端的移动性和便携性，这是它与传统互联网最本质的差异。这样的特点带来了移动互联网使用时间的极大延展和空间上的无限延展：移动设备一般都以远高于 PC 电脑的使用时间伴随在其助人身边，用户在移动中随时随地可以接入互联网。

（三）延伸讨论：人们难以意识到时空的变化背后

1. 表面的自由与深层次的被监视

媒介的移动性越强，魔术化越强。人类与生俱来追求两种自由，一种是精神的自由；一种是行动的自由遗憾的是，正如法国启蒙思想家卢梭在他的名著《社会契约论》开篇所说的那样：“人人生而自由，却无往不在枷锁之中”但随着5G时代的到来和智能手机的普及，信息的丰富性、获取的便利性、功能的多样性特别是与人伴随的移动性给人们带来了空前的行动自由和精神自由当下，人们出差或旅游，只需带着一个小巧的智能手机，就可以解决旅途中几乎所有的吃喝玩乐和信息需求。当然，智能手机带来的所有的自由自在仍然都是表面的，一切都在技术后台的监视或有关机构的监视之中但是，形式的自由也胜过没有。⁸³

2. 时间价值与隐私的探讨

无论隐私多么重要，但每个人终究会慢慢变老，直至死亡。这个时候，人们会意识到时间价值大于个人隐私，因为留给自己的时间不多了，这一场景下，当电脑比自己还了解自己时，我们根本无力拒绝诱惑，因为只能设备为我们安排的生活可以让有限的生命变得更轻松、更高效、更精彩，那么我们就等于延长了生命、提高了生命质量。获得者一切的前提就是要勇于贡献自己的部分隐私。

场景时代带来的积极与消极影响，表面上看是技术问题，实质上是个信任的问题“信任”这一重要关系资源，不仅隐身在服务、数据、商业中，当然也在技术中。没有了人与人、人与数据、数据与数据之间的基本信任。⁸⁴

四、从感官延伸到具身发展

传统讨论媒介影响时，我们认为，“媒介是人的延伸”，但随着移动互联网的纵深发展，媒介已经逐渐成为人体的一部分，甚至乎，人便成为了媒介本身。

（一）具身性

身体之所以突然地浮现在传播学的视野中，有一个相当重要的契机，是当前媒介技术发生的变化，比如移动互联网使得位置成为信息，所谓位置，就是身体在特定时空中的方位；更有甚者，人工智能要将机器嵌入身体，或者是创造机器仿真的身体。

具身媒介，以“身体参与传播活动的完整度”作为划分标准，将媒介形态分为四个阶段。第一，身体媒介时期，在这一阶段，人主要是通过动作、表情、口

⁸³ 陆地，高菲. 论媒介演进的“魔术化效应”[J]. 现代传播(中国传媒大学学报)，2021，43(03)：10-19.

⁸⁴ 郜书锴. 场景理论：开启移动传播的新思维[J]. 新闻界，2015(17)：44-48+58.

语等身体语言传递信息，媒介以生物学意义上的身体，即肉体的形式存在，没一个个体就是一个独立的媒介。此时身体等同于身份。第二，无身体媒介时期，即身份和肉体脱离，身份变成了传播中的符号，大家看不到人，只能看见名字。纸质出版物、广播、电视等，以视觉、听觉符号代替了身体语言，传受双方的身体无需在场，便可以实现信息传播。第三，身体化媒介时期：网络传播到来的时期，身份重新稳固下来。人以节点形式存在于微博、微信等整合媒介平台上。身体是“数字身体”，不具备实体形态，但发挥身体作为完整系统的功能，每个人在平台上都有一个自己的比较稳定的“身份”，不易更换。这时候的身体仍然不重要，但是身份非常重要，很难更换。第四，类身体媒介时期：人体内嵌入了技术设备，技术身体和机器人共同成为传播主体。身份和身体结合起来，网络匿名性消逝，人和机器共生，并不是完全身体化，所以称之为类身体。

在柏拉图的古希腊哲学传统中，所谓“媒介”，一直被认为是弥补“缺席”的一种“在场”形式，这个根深蒂固的思想持续地影响着传播学研究。直至当前移动网络时代，扎根于新媒体传播实践的反思开启了。新媒体传播越来越强大的技术具身趋势，改变了身体-主体存在论的“在场”“缺席”的基本含义，创造了人类社会崭新的“在场”——虚拟远程在场。⁸⁵

“远程登录杀死了在场”。正如 2020 年受到疫情影响，大学的毕业典礼采取了“云毕业”形式，毕业生们露出头像，以线上的形式拍下毕业照片。



一方面，人体各种器官失去了和身体的整体性关联，身体只不过是器官的集合体，身体的本源性、整体性、生产性的特质被抹杀了。另一方面，它又与身体-主体突出的身体性在场有一定关联，肉身的虚拟性在场开启了人类存在方式的

⁸⁵ 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[J]. 国际新闻界, 2018, 40(12):83-103.

新时代。移动网络时代的地理媒介创造了更加多元的在场和缺席状态。于此同时，也打破了媒介是对真实的再现，是在场的传输手段，是对抗缺席的利器等等形而上学主导下的主流传播学论断，因为媒介就是在场本身，媒介构成了多样化的在场与多重现实。

（二）技术具身

虚拟技术造就了新型主体——智能身体。这个主体是生物性身体与技术的互嵌，它最大的特征是突破了人与机器的边界，整合了肉体与技术的双重逻辑，即赛博人

移动网络时代的新媒体传播充分体现了身体实践的特点及其重要性。所谓技术具身，意味着技术已经融入到我们的身体经验中，它不能被理解为外在于身体的工具。当前的新传播技术的鲜明特点就是，技术越来越透明化，越来越深地嵌入人类的身体，越来越全方位地融入我们的身体经验。全方位，意味着这种渗透不仅仅是建构一个宏观框架，比如时钟规约了我们的现代社会。而是特别强调，移动虚拟仿真技术，是时时刻刻体现在日常生活的身体经验中，是对于人类时空的全面嵌入。

新技术传播大量依赖全身性的运动，手指、眼睛、身体的姿态以及运动的方式等等，都在使用移动终端的时刻牵扯在一起。至于定位系统的使用，更是接将线上信息和线下的身体移动系统地、即时地捆绑在一起。新传播技术包含即时、强烈的互动场景，交互作用是关键，传播实践的规则与身体实践密切相关。

（三）虚拟身体

虚拟身体可以通过各种技术方式模拟、创造各种身体的感官，如视觉、触觉、听觉等，以营造身体在场的“真实”感觉。这种虚拟现实技术与传统大众媒介技术有着根本性的差异，即，身体与技术的耦合。

当前的移动网络、虚拟现实、人工智能技术制造了身体与技术的耦合。也就是说，大众媒介时代的在场，不涉及“化身”，它只是凭借视觉加想象营造的沉浸感。而虚拟身体在虚拟世界的在场，更多地依赖交互作用。交互作用制造一种身体感觉器官的感受，以此实现了虚拟身体的在场。智能身体的赛博人作为主体，使得在场的状态突然变得复杂而诡异了，“虚拟实在”这样的概念的出现及其映射的现实，使得形而上学传统中的“在场”“媒介”“再现”

“真实”“实在”等等概念都必得重写

2021年，元宇宙的概念火遍全球，在《扎克伯格演示元宇宙社交场景》短片中，扎克伯格用虚拟身体进入家庭空间，以虚拟现实的方式再现了人在家庭，在社交圈中的生存状态，短片中，扎克伯格说道：“在元宇宙的社交，虽

然离目标尚远，但是你可以看到，一些基础的构建模块已经形成了。首先，在场的感觉，绝对是元宇宙的定义性质，你真的会感觉你和其他人在一起……”

在移动互联网时代，媒介绝不仅仅是身体的延伸，更重要的，是人本身成为媒介的一部分，媒介已经略过具体的物，而向着具身发展的道路一路前进。



第四节 移动互联网时代理论的新发展

一、从可供性到移动可供性

可供性（Affordances）起源于生态学的理论视角，吉布森在《视知觉的生态学进路》书中论及动物与环境的关系时提出“一个具体环境的可供性（affordances），就是它为动物提供（offer）的东西，它准备（provide）或供应（furnish）了什么，无论是好是坏……它在某种程度上涉及环境与动物两方面……意味着动物与环境之间存在着互补性。”⁸⁶吉布森试图通过对可供性这一概念的界定来阐释环境和生物之间的关系，后来其被引入到设计学，研究设计对用户的影响、评估设计的有效性；而媒介本身作为一种设计，具有天然的技术人工属性⁸⁷，其特性、机制也在塑造着受众的行为、文化，因此，可供性理论也是

⁸⁶ Gibson, J, *The Ecological Approach to Visual Perception* (Boston: Houghton Mifflin, 1979), pp. 121-127.

⁸⁷ 景义新，沈静：“新媒体可供性概念的引入与拓展”，乌鲁木齐，《当代传播》，2019年第

适用于传播学研究的有效工具。

在传播学视角下，2015 年，施罗克提出传播可供性，探讨主体对效用的感知与技术客观性质之间的互动以及如何改变传播实践或惯习，他认为移动媒体具有可携带性、可用性、可定位性和多媒体性四个维度的可供性。⁸⁸

潘忠党针对新媒体的可供性，提出了比较全面的指标，分别是生产可供性、社交可供性和移动可供性，⁸⁹这是可供性概念首次被引入中国传播学界。每个层面的可供性要素均可具体化为若干种可供力（如图 10-1），三个层面的可供性要素之间相辅相成，每个可供性要素的可供力之间也互斥互补，且“在三种可供性上水平越高的媒体，往往就是越‘新’的媒体”。

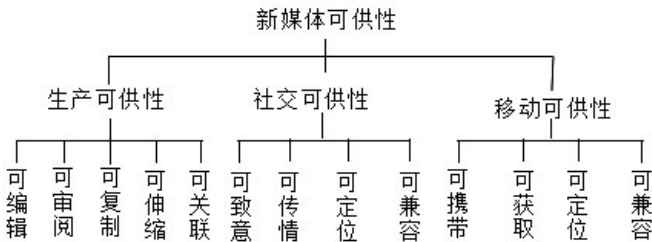


图 10-1

可携带：

指的是在通勤途中、家庭、工作场所等均可便携使用。⁹⁰智能手机现在可以拥有与计算机相匹敌的处理能力，而便携性将移动媒介与台式电脑从根本上区分开来，正如阿诺德所指出的“移动手机最大的可供性就是用户能够在全世界范围内活动”。⁹¹

可获取：

指的是用户使用和传播的多重性、高频率和直接性。⁹²最初，移动电话被认为实现了个人与社交网络之间的持续连接，即“永久在线、永久连接”，然而，用户可以选择持续连接或者选择断开连接。个人往往通过策略性的运用可获取性

1 期，第 92 页。

⁸⁸ Schrock, Andrew Richard, “Communicative affordances of mobile media: Portability, availability, locatability, and multimediality”, *International journal of communication*, 2015, 9, pp.1229-1246

⁸⁹ 潘忠党，刘于思：“以何为‘新’？‘新媒体’话语中的权力陷阱与研究者的理论自省——潘忠党教授访谈录”，武汉，《新闻与传播评论》，2017 年第 1 期，第 9 页。

⁹⁰ 景义新，沈静：“新媒体可供性概念的引入与拓展”，乌鲁木齐，《当代传播》，2019 年第 1 期，第 92 页。

⁹¹ Arnold, M, “On the phenomenology of technology: the ‘Janus-faces’ of mobile phones”, *Information and organization*, 13 (4) (April, 2003), pp. 231-256.

⁹² 景义新，沈静：“新媒体可供性概念的引入与拓展”，乌鲁木齐，《当代传播》，2019 年第 1 期，第 92 页。

来达到不同的传播目标,即他们并不通过持续的社交互动,而是利用可获取性进行调整以适应不断变化的社交环境。

可定位:

指的是基于位置特性进行相关信息的监控和协调。⁹³随着手机出现GPS功能,位置信息虽然仍然由固定的地理坐标来定义,但是它们重新获得了动态意义,这是因为依附于它们的位置信息处于不断变化之中。

可兼容:

指的是移动媒介是一种综合的媒介,能够提供图文视听元素的多屏共享和同步传输⁹⁴,比如可以拍照记录日常,基于图像的实践大大扩展了移动媒介的社交功能。

二、从劳工到数字劳工

手机本是作为辅助用户的工具,职能应是为用户带来便利和轻松,但长时间使用手机后感觉到的“累”,本质上是作为数字劳工的用户的劳动异化。

托夫勒在1971年提出“产消者”现象,用以说明“消费者和生产者之间的界限越来越模糊”,消费者开始承担企业的部分生产劳动。

例:

在2017年网易云音乐地铁营销活动《看见音乐的力量》中,用户的留言被作为素材出现在地铁车厢的广告里。

使用网易云音乐的用户不仅仅在听音乐,也在进行着生产行为,如在评论区分享自己的故事与情感经历。而作为平台的网易云不需要对用户的原创内容付费,同时将内容转化为营销活动的素材,并且在这个过程中,用户不会觉得被剥削,反而觉得自己的故事引发了共鸣。

这种以个体的知识和才华为基础,用情感、快乐等表象来产生某种“同意”,从而对用户进行无偿剥削的行为在移动互联网时代随处可见。

1977年,传播政治经济学的早期代表人物达拉斯·斯麦兹发表了《传播:西方马克思主义的盲点》(简称《盲点》,下同),系统阐述了“受众商品论”的概念,为传播学研究开启了从“受众”到“劳工”的转向。

在《盲点》发表后,许多学者与之进行论争,“盲点之争”由此爆发,一些学者开始围绕着劳动议题展开讨论。但是这些讨论基本上停留在以电视为主的传

⁹³ 景义新,沈静:“新媒体可供性概念的引入与拓展”,乌鲁木齐,《当代传播》,2019年第1期,第92页。

⁹⁴ 景义新,沈静:“新媒体可供性概念的引入与拓展”,乌鲁木齐,《当代传播》,2019年第1期,第92-93页。

统媒体时代，如加利和李凡特使用“观看即工作”的隐喻来研究电视受众劳动力价值的被剥削过程。⁹⁵

进入网络时代，信息产业时期工厂流水线、电讯服务业和小商铺形成的社会化大生产扩大到我们的书房和任何可以手机上网的地方，占据了我们的闲暇空余时间，让我们都在不同程度上成为“网络劳工”，网络已不单是一种物理存在的生产工具，其本身更是一种新的生产方式。⁹⁶

“数字劳工”这一概念则拓展了新型劳工的数字化特征。

福克斯在《数字劳动与马克思》这本书中，对数字劳工给出了一个相对清晰的定义：“……They are part of a collective work force that is required for the existence, usage and application of digital media. What defines them is not a common type of occupation, but rather the industry they contribute to and in which capital exploits them.”⁹⁷（数字劳工是电子媒介生存，使用以及应用这样集体劳动力中的一部分，他们不是一个确定的职业，他们服务的产业定义了他们，在这个产业中，他们受资本的剥削。）

随着移动设备的普及化，劳动工作与日常生活边界模糊，带来了数字劳动“劳心”和“劳力”的双重负担。正如达拉斯·斯麦兹所言，垄断资本主义被遮蔽的事实是除了人的睡眠时间，其余皆为再生产的工作时间。

“数字劳工”继承了达拉斯·斯麦兹的“受众商品论”，但是“数字劳工”对移动互联网时代有更强的解释力，让我们关注到平台背后资本的积累模式，也让我们思考剥削以及如何剥削的问题。

以短视频为例：

短视频用户可大致分为两类：内容生产型用户与内容消费型用户⁹⁸。

内容生产型用户一方面进行内容的创意生产，一方面吸引“粉丝”点赞、转发，提升流量，从而获得平台的补贴，但同时内容生产型用户也提升了平台本身的流量、曝光率与竞争力，帮助平台完成了资本的增值。

在碎片化的时间里进行内容消费和互动转发的则是内容消费型用户，他们向平台无偿地输出自己的用户画像，每一次的点击、关注、分享都在为社交媒体创造价值，个人数据就成了平台的资本积累。

在社交媒体当中，用户的生产行为是自主的，这种自主性遮蔽了“劳动”——

⁹⁵ 袁潇：“数字劳工：移动游戏中青少年玩家的非物质劳动研究”，乌鲁木齐，《当代传播》，2020年第5期，第107页。

⁹⁶ 邱林川：“新型网络社会的劳工问题”，广州，《开放时代》，2009年第12期，第133-135页。

⁹⁷ Fuchs, Christian, *Digital Labor and Karl Marx* (New York: Routledge, 2014), p. 4.

⁹⁸ 吕永峰、何志武：“逻辑、困境及其消解：移动短视频生产的空间实践”，太原，《编辑之友》，2019年第2期，第87页。

一能动的主体选择一种无偿的劳动来生产文化和知识,而这些劳动所生产的内容本应该由资本家来支付报酬。

传播政治经济学者库克里奇使用“玩工”(playbour)的概念来界定通过玩耍的形式在其闲暇时间内创造价值的用户。⁹⁹

休闲时间应是用来自我发展、自我享受的一种自由时间,在移动游戏中,其以给予“自由”与“娱乐”的方式索要人们的精力、时间和情感,娱乐兴趣与网络劳动工作的界限趋于模糊,空闲时间中的娱乐活动成为数字经济中的生产实践。游戏玩家自愿进入游戏体系中付出劳动,因此被异化的不仅是劳动过程,也是自我生产的过程,它包括人类创造力的商品化,即自我商品化过程。¹⁰⁰

数字经济的商业逻辑使得玩家自身及其技术使用行为、个体情感、社交关系被劳动化与商品化,他们构成为移动游戏中的产消者和异化的劳工。在商业运行过程中,移动游戏被建构出玩具与工具的双重属性,将其吸纳进资本循环与增值的社会工厂中。¹⁰¹

值得注意的是,在“数字化生存”繁荣的同时,脱离数字化的反连接运动也在悄然拉开,¹⁰²¹⁰³今天人们正在面临过度连接的重负,例如强互动下的倦怠与压迫感、圈层化对个体的约束及对社会的割裂、线上过度连接对线下连接的挤占、人与内容过度连接的重压、对“外存”的过度依赖等。¹⁰⁴

“社交媒体倦怠”“手机上瘾症”“数字戒毒”等有关数字网络沉迷的社会热词和学术研究不断涌现,“戒手机”、“远离屏幕计划”、“数字极简主义者”等豆瓣小组拥有大量组员,近些年国内外还曾发起过“不插电”挑战,即抛开任何带电器具而过那种回归自然纯朴的生活,尤其是抛开手机、iPad、电视、电脑等高级“带电装备”¹⁰⁵。

移动互联网海量的信息与广泛的连接,成为社会加速的“展示窗”,不仅展现了信息社会的快速更迭,也通过人际交往中的表演效应,加强了个体对社会更迭的紧张感。换句话说,互联网平台协助形成了“加速文化”,其裹挟着发展主

⁹⁹ Kücklich, J, “Precarious playbour: Modders and the digital games industry”, *Fibre Culture*, 5.

¹⁰⁰ 姚建华:《数字劳工:产消合一者和玩工》,北京,商务印书馆,2019年,第5页。

¹⁰¹ 袁潇:“数字劳工:移动游戏中青少年玩家的非物质劳动研究”,乌鲁木齐,《当代传播》,2020年第5期,第107页。

¹⁰² 李子仪,姬德强:“数字劳工的‘罢工’?——作为加速社会‘减速策略’的数字反连接研究”,成都,《新闻界》,2021年第11期,第43页。

103

¹⁰⁴ 彭兰:“连接与反连接:互联网法则的摇摆”.国际新闻界,2019,41(02):20-37. DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2019.02.002.

¹⁰⁵ 孙慧英:《手机媒体与社会文化》,广州,世界图书出版广东有限公司,2017年,第130页。

义成为占据当代生活的主流意识形态，而发展、变迁、加速本身也就成为社会加速的目的。¹⁰⁶

三、景观社会的构建与反叛

法国著名思想家、实验主义电影艺术大师居伊·德波在《景观社会》一书中提出了“景观社会”的概念。德波指出：“在现代生产条件下无所不在的社会，生活本身展现为景观（spectacles）的庞大堆聚。直接存在的一切都转化为表象。”¹⁰⁷

德波延续了马克思商品拜物教的批判逻辑，景观社会就是这种物化关系的景观化。不仅鲍德里亚所说的商品的符号价值以景观的形式呈现，人的社会关系和社会生产方式也都被景观化了。社会生产方式的决定性结构由商品生产主导转换为由影像生产主导的“景观生产方式”。手机既为这种“景观生产方式”服务，同时又是景观社会的产物。

在印刷传播时代（19 世纪二三十年代至 50 年代），人们接触的景观仅是不具象的文字，个体产生的景观也不丰富。

大众传播时代（19 世纪 50 年代至 20 世纪 90 年代）则是电视影像堆积的时代，第一次生动的、具象化的景观大门被开启，被资本控制的大众媒体制造景观狂轰滥炸地袭向受众。这一时期的个人景观生产大多被资本裹挟，导致景观交换开始出现非面对面交往的对象，电视明星是这一时期典型的交换对象。在大众传播时代，人们观看的景观大多是媒体一手制造，而且生产与交换受困于资本，交换双方并不对等。

在社交媒体所创造的媒介环境时代（20 世纪 90 年代至今），中介化的特性使得传播权力被下放，催生了新的景观社会，新媒介环境下的景观社会比之前的景观社会更自由，即观看景观、交换景观的权力变得更自由。尤其是移动手机普及、上网流量资费下降、以及技术赋权后，视频的生产与传播的门槛降低，视频成为人们日常表达的方式之一。¹⁰⁸

移动手机的出现一方面在加速构建景观社会，另一方面在“反叛”旧有的景观社会。

以智能手机为代表的移动新媒体的发展，使得“拍客”这一群体不断扩大，近两年又出现了 vlogger。拍客/vlogger 健全了“景观社会”普通公民的图像语

¹⁰⁶ 李子仪，姬德强：“数字劳工的‘罢工’？——作为加速社会‘减速策略’的数字反连接研究”，成都，《新闻界》，2021 年第 11 期，第 50 页。

¹⁰⁷ 居伊·德波著，王昭凤译：《景观社会》，南京，南京大学出版社，2006 年，第 3 页。

¹⁰⁸ 张薇：“景观社会与新型社会交往中的自我景观”，兰州，《甘肃社会科学》，2021 年第 3 期，第 26-27 页。

言能力，也健全了他们的图像思维，这有助于景观社会的加速构建。

认知心理学认为，“使用语言的细节会决定你如何把思维转化为语言，还会决定你思维的本质”。¹⁰⁹语言决定思维，图像语言同样可以决定思维。在传统媒介社会，人们只会观看、不会拍摄和传播图像，处在图像语言单向度的使用状态，造成图像思维能力尤其是图像批判能力的缺失，因为他们尚未掌握并娴熟自由地使用图像语言进行思考和传播。二战时期的德国民众，对纳粹影片《意志的胜利》通过积累蒙太奇和情绪剪辑调子虚构出的国家社会主义的狂热景观毫无批判能力。而以拍客或 vlogger 为代表的群体掌握了拍摄和传播的基本技能，能够打破统治阶级对图像奥秘的知识垄断，让他们从图像本身就能看出图像的“破绽”与虚伪性。

拍客/vlogger 构建的“小众景观”，一定程度上是在“反叛”旧有的景观社会。

景观社会一度是由权力阶层和精英阶层构建的。长期以来“景观社会”一直是经过大众媒介的集体把关而构建起来的旧“景观社会”，而新媒体时代，普通民众利用手机，通过抖音、快手、B 站、微博、朋友圈、小红书等构建了一个生存空间，把表现真我生存状态的“景观社会”构建起来，¹¹⁰打破了德波景观社会中陈旧的默认追随，走向主动追随和自娱自嗨的文化狂欢，并加剧了奇观化的现象，这种奇观更多针对的是短视频，比如快手上的猎奇和土味视频。

在今天的移动网络环境中，短视频中的网红或明星以极其具象的视听符号传输某些商品的神奇魔力，有意无意地塑造大众的消费意识，造成无处不在、无时不在的景观消费，此时人们的消费不再是基于自身需求的消费，而是被不断更新换代的视听影像激发的虚假的需要。

无论是视频还是照片，我们不再依赖于资本从外部提供景观，而是自身成为景观制造体系的一部分，即我们自己在制造景观。

这些关于我们自身的图像，既可以是迎合景观制造的“材料”，也可以作为抵抗景观的图像政治的“工具”，如对于被污名化群体、女权主义者、环保主义者等边缘群体或者少数群体而言，在社交媒体上传、分享自拍照而彰显其在互联网空间的存在，本身便意味着一种反抗。

四、从全景监狱到共景监狱

移动互联网的普及以及物联网的应用不仅加快了日常生活从线下到线上的

¹⁰⁹ 霍华德 S. 弗里德曼，米利亚姆 W. 舒斯塔克：《人格心理学：经典理论和当代研究》，北京，机械工业出版社，2011 年，第 112、367 页。

¹¹⁰ 徐尚青，潘元金：“移动新媒体时代的拍客对‘景观社会’的构建”，成都，《新闻界》，2012 年第 22 期，第 43 页。

转移，还培育了受众流动性和移动性的行为特点，由此积聚了更多碎片化、非结构化的数据。数据的发生场域越来越随机，这意味着数据的采集随时空变动而转移，¹¹¹海量的数据就导致隐私权成了不可忽视的问题。

萨缪尔·沃伦和路易斯·布兰迪斯在 19 世纪时便提出，隐私权是人们享受独处的权利。¹¹²相较于起初对于空间隐私的强调，互联网时代的隐私保护对象不仅涉及有关人的一切信息，还包括人对于信息自主决断的权利。传统的隐私权对应的是固定的住所，而现代的隐私权还叠加了线上虚拟空间，且现实场景的流动性比以往更强。

隐私本身是受保护的“后台”行为，却因为现代受众的“永久链接”而逐渐“前置”，私人领域呈现“前台化”的趋势，使公私界限逐渐模糊，用户隐私也在被动获取与主动曝光之间一览无遗，我们从“全景监狱”时期的“被监视”到了如今“共景监狱”时期的“互相监视”。¹¹³

“全景监狱”由英国哲学家边沁于 1785 年提出的“圆形监狱”发展而来，米歇尔·福柯在《规训与惩罚》一书中将其解释为“一种在空间中安置肉体、根据相互关系分布人员、按等级体系组织人员、安排权力的中心点和渠道、确定权力干预的手段和方式的样板”。¹¹⁴这是一种不对称的监视体系，站在瞭望塔楼上的监视者可以随时环视身处每一个囚室的犯人，却不被他们看到，犯人之间也不允许交流。

马克·波斯特在福柯的语境下出发，提出“超级全景监狱”这一概念，即“通过数据库对私人与公共空间界限的消解，实现对人的全面的无时无刻的监视和规训”。¹¹⁵可以说，这是“全景监狱”在电子时代的升级与翻版。

“共景监狱”则“是一种围观结构，是众人对个体展开的凝视和控制”，每个人都可能成为凝视的一方，也可能成为被凝视的一方，有学者称为“参与式监视”或“横向监视”，那么隐私侵犯的风险与不确定性便不言而喻。

超级全景监狱与全景监狱相比，打破了时空限制，将监视和规训渗透到人们日常生活的方方面面；同时具有更大的隐蔽性，能够在个体不知情的情况下对其进行监视和规训。然而，全景监狱和超级全景监狱都过于关注强权的一方，忽略

¹¹¹ 王长潇，刘娜：“人工智能时代的隐私危机与信任重建”，太原，《编辑之友》，2021 年第 8 期，第 102 页。

¹¹² Samuel D Warren, Louis D Brandeis, “The Right to Privacy”, Harvard Law Review, 1890 (4), p. 205.

¹¹³ 王长潇，刘娜：“人工智能时代的隐私危机与信任重建”，第 103 页。

¹¹⁴ 米歇尔·福柯：《规训与惩罚》，刘北成、杨远婴译，北京，生活·读书·新知三联书店，2003 年，第 231 页。

¹¹⁵ 张金鹏：“超级全景监狱：信息方式下的权力技术——波斯特论信息方式下的统治模式”，南京，《南京社会科学》，2007 年第 8 期，第 40-45 页。

了被监视者的动态变化。“共景监狱”则概括了当下观看与被观看同时进行的特点。鲍曼和里昂在《液态监视》里提到我们正处于“后全景监狱时代”，不过这种监视的目的不再只是监视，而是侧重于数据的采集、分析和利用。¹¹⁶

移动手机的截屏功能塑造了“共景监狱”，各种场合中我们都会使用截图，如支付截图、对话截图、影视截图等等。与其说截屏是一种“功能”，不如说截屏成了人们云端生活、线上社交、数字化生存的习惯，¹¹⁷凯文·凯利指出人类必将成为“屏幕之民”。¹¹⁸

根据截屏目的及用途的不同，社交网络中常见的截屏可以分为分享型截屏、内容型截屏、凭证型截屏和证据型截屏。¹¹⁹

屏幕能够映射现实，因此一些机构对完成某一任务的要求就变成了提交对应界面的截屏为证，也就是分类中的“凭证型截图”，在这一过程中，手机实际上成了身体规训的工具，而手机的屏幕正处于“生物身体”与“数据身体”之间，建立在这一逻辑上的截屏才成为展现规训效果的物质佐证，因此截屏被纳入社会治理和运行系统而具有了权力属性。

就价值属性而言，凭证型截屏具有权限转移以及将宏观权力微观化的特性，是技术与权力合作形成的一种微观权力实践形式，也可视为权力对技术“收编”的体现。¹²⁰如在健康码截屏、上班打卡截屏以及线上学习进度截屏中，截屏被赋予一种权威性，成为一种“行为合格”或“身份合格”的标识，并在潜移默化中完成对人行行为的规训。

与此同时屏幕编辑成了游走于规训与被规训之间的一种战术操演，用于抵制借身体数据化的远程监管，比如伪造截图。

如今已经还形成了一种截屏社交。比如在聊天中，单纯地复制对话文字往往仅能转达对话内容而无法呈现言外之意。截图则可以借由“图像”保留一切细节，形象生动、逼真地还原物质性特征，再现聊天对话中的语境。

但同时，“截屏”也可以利用图像来掩盖对话截取的片段性，导致语境“被切割”、“被迁移”。单方面即可进行的截屏技术与社交媒体的分享、发布功能相互交织嵌套，导致两人或小群体之间的私人语境很容易被迁移到公共空间，任

¹¹⁶ 董晨宇，丁依然：“社交媒介中的‘液态监视’与隐私让渡”，北京，《新闻与写作》，2019年第4期，第53页。

¹¹⁷ 宋美杰，陈元朔：“为何截屏：从屏幕摄影到媒介化生活”，泉州，《福建师范大学学报（哲学社会科学版）》，2021年第1期，第123页。

¹¹⁸ 118 凯文·凯利：《必然》，周峰、董理、金阳译，北京，电子工业出版社，2016年，第93页。

¹¹⁹ 张爱军，朱欢：“‘截屏’社交的权力异化：逻辑、风险及其规制”，北京，《新视野》，2021年第4期，第110页。

¹²⁰ 张爱军，朱欢：“‘截屏’社交的权力异化：逻辑、风险及其规制”，北京，《新视野》，2021年第4期，第110页。

何人都可以借图片进入对话界面。

对于大多数社交参与者而言，截屏除了带来的种种便利性，还可能带来长期被监视的压力，这种压力不仅来自截屏行为，还来自截屏公开以后被社会网络的其他成员观看的可能性，在这种环境下，个体的言行更具压力，时刻注意自我审视，规范自己的网络发言，习惯性地先进行自我言语审视，既以自我的视角也从“想象的他者”的视角进行自我规训。¹²¹

最后，我们也给大家除了一些思考题，大家可以想一想，我们一起交流：

1. 从“可供性”的角度来看，在“移动”以外，手机还有哪些客观特性与其他行动者产生了相互作用？
2. 互联网的移动性对人际传播有何影响？在移动互联网时代，现实与虚拟如何区分？
3. 你认为“移动互联网”让世界变得更加个人化还是更加公共化？
4. 媒介智能的本质是什么，人的智能和机器的智能的本质差异到底是什么？手机等智能媒介对人进行“殖民”以后，人与世界的认知关系是怎样的？

¹²¹ 张爱军，朱欢：“‘截屏’社交的权力异化：逻辑、风险及其规制”，北京，《新视野》，2021年第4期，第110页。