

寻找“另一半”，说白了就是分群，即俗话说的人以群分。而所谓“群”，可以理解为“圈子”。每个人都有属于自己的圈子，而社会，便由这一个个或交叉或无关的圈子构成。我们是社会人，更是“圈子人”，混社会亦是混圈子。柏拉图寓言是告诉我们，混圈子使人完整，如果找不到合适的另一半，或者另一半出了问题，那就需要咨询柏阿姨了。

从这个意义上说，人是天生的“社交动物”。英国老牌杂志《经济学人》刊登过一篇《U型生活轨迹》，作者有一句话很点题：“如果不是为了认识人，谁愿意去鸡尾酒会？”对中国人而言，尤其如此。只不过我们最传统的社交方式并非鸡尾酒会，而是饭局，中国式饭局。

## 长度没变，速度加倍

中国式饭局或曰“饭桌社交”占主流，是几年前零点咨询公司的调查结论。2007年7月，零点发布了《中国居民沟通指数报告》，指出中国人最普及的3种社交活动为聚餐、体育运动和卡拉OK。其中聚餐居首，反映出“饮食文化”的特点。

中国人的社交还有一大特点是“亲缘社交”占主流。报告显示，九成受访者对亲戚圈最感亲近，同学圈、同事圈次之。

柏拉图和亚里士多德时代的圈子，多局限于城邦之内。古希腊城邦有多大？反正没法和北上广相提并论。奇怪的是，我们当下的社交，和他们比似乎没有本质区别。这就是“小世界理论”：世界不仅是平的，还是小的。难以理解？它有一个更广为人知的说法：六度分割。

哈佛大学心理学教授米尔格拉姆曾经将同样一封信随机地寄给了美国中西部的160个人，米尔格拉姆请收信人通过自己的朋友，将这封信转寄给波士顿的一名普通股股票经纪人。结果他发现，大多数人只用了五六个步骤，便完成了任务。

六度分割理论表明，你和任何陌生人之间，相隔不会超过6个人。其意味着，即便两个人素不相识，也总有办法建立联系。这一点上，古代人和现代人没有什么太大不同，“社交链条”的长度都差不多。区别是，信息的流通效率越低，建立联系的成本越高，速度越慢。

米尔格拉姆的上述实验做于1967年，那时，人们通过信件才能走完这“六度”。对此中国人更熟悉。仅仅是三十多年前，我们和远方的亲友联络还依靠信件，遇急事才会惜字如金地发封电报。一封信从南到北需要多久？这还是在有现代邮政系统的条件下，回到柏拉图或孔子时代，成本就更难计算了。

因此，变化的不是“社交链条”的长度，而是我们走完这个长度所花费的时间。

数百年前，打中国的北端到南端，需耗时数月甚至大半年，今天从漠河到三亚，一昼夜足够。BP机、电话、大哥大、手机、电子邮件接踵而至，进入21世纪，QQ、微信、飞信、私信等如火如荼。如今，许多家庭的座机闲置已久，MSN的倒掉也激不起太大水花。

社交工具的迅猛发展大大提升了我们走完社交链条的速率。甚至在微博上，“六度”本身也在缩小：5度、4度、3度……

## 工具激发欲望，线上与线下融合

速度的变化并非无关紧要。

艾媒咨询公布的最新调查显示，2013年除夕，三大运营商的短信量高达130多亿条，受访者人均收到的拜年短信为39.3条，比去年有所上升。此外，每个人收到的拜年微信、飞信、微博分别为6.4条、2.4条和1.9条。尽管数量尚不能与短信相比，但有近六成的手机网民用过微信拜年。平时，使用微博、微信等社交工具

更是家常便饭。

难怪有专家指出，微博的信息组织方式和机制加速了信息传播。其外在表现是“信息大爆炸”，生活里充满了海量信息。背后则是被激发出来的社交欲望——技术的发展、成本的降低、沟通的便捷，这一切让我们对圈子更感兴趣，圈子的半径也随之扩大。

这种扩大的发展趋势，即线上和线下连成一片。不久前专家还警告年轻人不要沉迷于“虚拟世界”，现在呢，随着社交工具渗入各群体、职业、年龄段，虚拟与现实已水乳交融。影视剧都拍了好几部，美国有《社交网络》、中国有《搜索》。

值得一提的是，传统的社交方式并未因此式微，甚至还恰恰相反。哈佛大学经济学家爱德华·格莱泽在新作《城市的胜利》中揭示了一个有趣的现象：电子邮件发明后，商务旅行显著增加；视频发明后，参加现实聚会的人显著增加；网络分享大行其道后，咖啡馆的生意显著增加；电子阅读兴盛后，线下读书会也显著增加……

由此产生了另一个重要特点。社交工具的多样化，促使我们有机会发现更多的兴趣点，从而涉猎更多的圈子，有更多选择。这是“小众”在现时代走红的原因。

## 圈子套圈子，满足更细致的需求

“长尾理论”提出者美国作家克里斯·安德森在新书《创客：新工业革命》的开篇讲了他外祖父豪瑟的经历。

豪瑟本职为工程师，业余酷爱搞发明，拥有多项专利，如炉灶定时器、电话答录机等。不过，他虽会设计草图、制作原始模具，却不可能去建工厂、雇工人、做营销推广。在安德森眼里，外祖父是一位沉默寡言、不善交际的发明家。

然而互联网带来了革命性变化。运用这些遍布网络的免费工具，人们在电脑上进行设计、呈现效果，轻点鼠标后就能将其上传到开源社区，与人分享，听取各类批评、建议。

安德森这种人叫“创客”。他们关注规模仅数千人的小众市场，制作大型工厂不生产的东西，如Threadless（T恤衫）、Lulu（自有出版书籍）、CafePress（咖啡杯和其他小物件）等，通过电子商务，卖给“拥有独到见解”的客户。后者通常紧跟潮流，看重口碑相传的品质，热爱别具一格的产品。

创客文化的精髓在于：公开、共享、循环往复、生生不息。这不也是一种社交吗？的确，在信息时代，以往不被认为是社交的行为，也带有了社交的含义。例如发明家，不再是埋头苦干的“理工男”。不信，可以去上海的“新车间”看看——它是创客空间，也是社交平台。

这当然是信息时代带来的。信息时代带来的当然远不止这一种。社交链条更经济，社交半径更长，每个人都有机会发表自己的“独到见解”，有一些特别的要求，我们都有小众的一面。所以，你可以是白领，被工作压得气喘吁吁，但不影响你有文艺的那一面；所以，你也可以出入商学院、拍卖会，发掘更细致的需求，圈子套圈子。

美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛把人类的需求分为5个层次：生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现的需求。而新时代社交，突破了这简单的划分，而几乎能满足各个层次的需求。这构成了新时代社交控的面貌。 ■

## 未来的社交方式：在梦里见过你

研究者看到了未来新的一种社交媒体的可能性，他描绘了人们在网络上约定“梦里会面”的愿景。

科学家丹尼尔·欧弟斯（Daniel Oldis）和他的团队所做的事情，很容易让人想起《盗梦空间》。

他们所用的装置，包括叫做Zeo的脑电图头带、一个红色灯泡、一些精细的程序和因特网接入点，这些东西加在一起，就能进行欧弟斯所谓的“社交梦境”。而它们又植根于他从事了40多年的“清醒梦”的研究，以及最近他在网络上邀请其他能做“清醒梦”的人加入“开发协议”的实验成果。在他的网站Sleep Stream online上，他这样解释自己的这个项目：“它又酷又有趣。能够让其他人看到你的脑电波和睡眠步骤有不可思议的妙处，也有其他的潜在的用处。”

早在1993年，市面上就曾出现过一款名为“诺瓦造梦仪”的产品。如今，纽约布鲁克林区的邓肯·弗泽尔和史蒂夫·麦格根也开创了一个叫Bitbanger的实验室，并研发了一款清醒梦眼罩，名为“雷米”（Remee）。这款看似与普通睡眠眼罩无甚区别的装置，利用内部的6个红色LED灯让佩戴者意识到自己处于睡眠状态。

在这些竞争者中，欧弟斯如今看来走在了前面。他的团队在2012年加州大学伯克利举行的国际梦研究协会的会议上公布了自己的研究。也许不久的将来，人们甚至都不用醒来上网，就可以在梦里和朋友聊天、联机打游戏。



对社交控来说，世界的范围由圈子的半径所决定，半径越长，他能接触的世界也就越阔大。和过去不同，在信息时代，“比特”是这条半径的构成基础。它轻盈，易传播，理论上，使人的社交半径可以超脱于物理界限，这对社交控是个福音。