

疫情下被互联网镌刻的共同记忆

作者 / 周雅

互联网社会，一个公共议题早就已经拥有了超越它本身的意义，疫病自然也不例外。

与疫情宅在家的大部分人一样，每天睁眼第一件事，便是上网浏览各个信息平台。某个阴雨绵绵的清晨，我偶然听到一则电台节目，节目里提到了香港文化人潘国灵的著作《城市学2》，和汪民安《身体、空间与后现代性》一书，以及一句言之凿凿的话。

节目里说：“2020开头的这场疫病，不仅抢过了庚子年春节的主调，也注定会成为日后我们构建集体记忆和文化身份的注脚。我们会以什么方式去描述它，也就是我们会以什么方式来描述自己。”

或许我们并不需要刻意做什么，互联网技术足以把一幕幕镌刻在历史的长河里。

被互联网镌刻的共同记忆——“我们这漫长的宅家生活”。

覆盖每一个信息节点

20世纪50年代中期，人类社会进入信息化时代，信息第一次有了独立的载体和传播渠道，麦克卢汉“地球村”的概念腾空出世，它形象地表述了因传播媒介的高度发达而给人类交往和传播带来的巨大变化。

什么是“地球村”？瞬息之间，电子媒介就可以使信息传播到万里之外的地方。借助于电子传媒，地球上的重大事件可以同步、即时传播，空间距离和时间差异不复存在，整个地球在时空范围内已缩小为一个很小的地方，人们具有了获得公共信息的相等机会。电子媒介的同步化性质，使人类社会结成了一个具有密切的相互关系、无法静居独处的、紧密联结的小社区。

理论照进现实。疫情当前，每个人囿于有限的空间内，好似孤岛的岛民，而繁荣发达的互联网，就成为了一张牵系着岛民的“既有速度又有温度的网”。

人们通过国家卫健委的每日更新，才得知确诊病例、死亡病例、疑似病例、跟踪病例、治愈病例的动态，数字升了降了，做到了心中有数。

人们看权威的央媒，看到如人民日报、央视新闻，看它们公布的最新消息、寻找潜在病体、破解网上谣言、宣传抗疫指导。

更不用说以百度、阿里、腾讯、字节跳动为代表的互联网平台，一系列诸如疫情辟谣、疫情地图、医生咨询、同城查询、防护手册等版块，分布在微信、今日头条、抖音、微博、淘宝直播等各种传播渠道，让普通大众了解疫情，提高防范意识，缓解焦虑。

还有一些例如平安好医生、百度、丁香医生、好大夫在线、腾讯健康平台、微医等健康平台，均开通了免费咨询服务，提供在线咨询和远程诊疗服务。而专业的互联网平台，也第一时间将各类信息汇总，共享医用资源，让求助变得更容易、更便捷、更实用。

信息的流动，不仅是知情权问题，更对消灭疫情有帮助。曾经，华盛顿大学 Louis Kim 教授，Shannon M. Fast, Natasha Markuzon 等几位科学家做过一项研究“观察媒体报道的数量与疾病传播数量之间关系”的研究模型显示，当媒体的报道量增加十倍，此类疾病的感染数减少 33.5%。

这一原理在于，疫情传播是在动态的社会活动中进行，个人行动将直接影响传播进度。而权威信息增多了，公众防范意识增强了，疫情的传播速度就会减缓，这就是信息的“广度”和“深度”的魔力，这一切都归功于互联网传播媒介的发展。

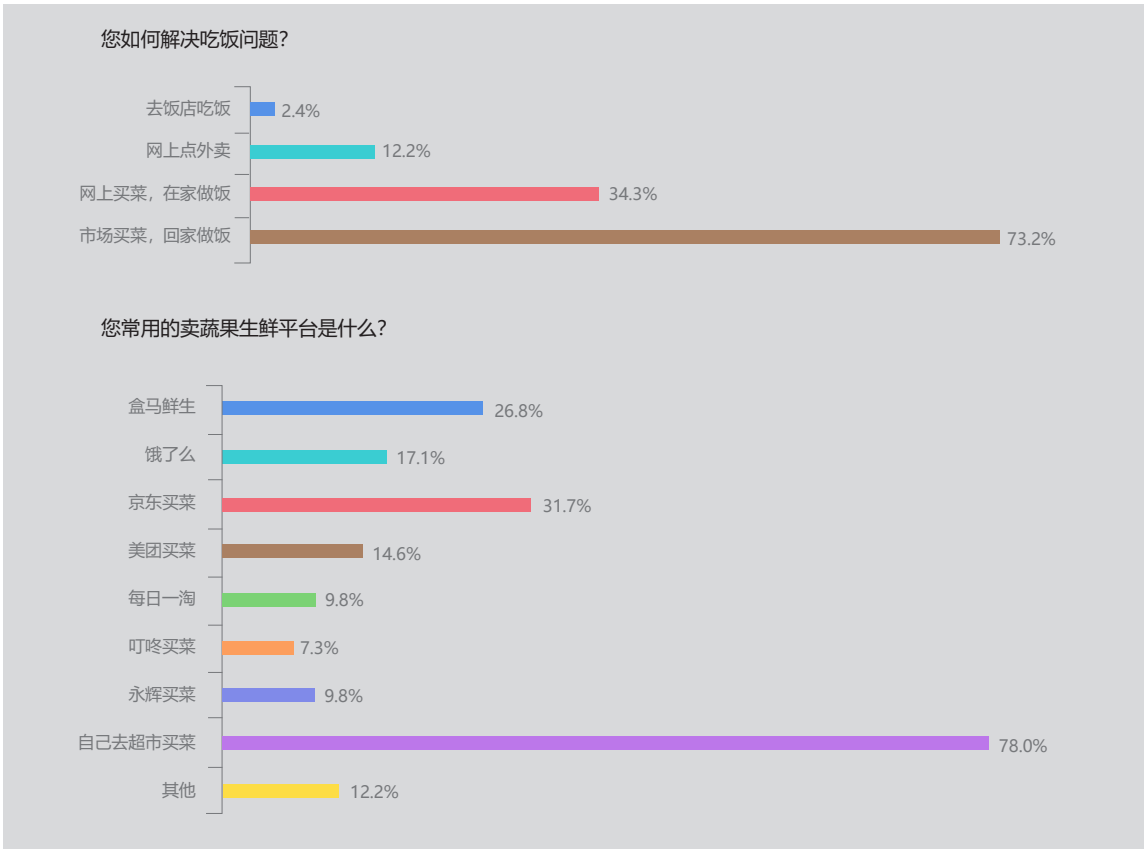
人们通过 B 站 up 主 @ 林晨同学的网络视频，才亲眼目睹千万人口的江城，一瞬间空城所带来的视觉冲击，空无一人的楚河汉街，行色匆匆的行人，形单影只的快递小哥……也将被互联网描下厚重的一笔。

人们从回形针团队一则网络视频《关于新冠肺炎的一切》的刷屏，了解到新冠肺炎是如何感染和传播的，从而记住了某一个知识点。

通过赛博故事的一档音频节目《世界为什么会有瘟疫》，也与主播 @ 高飞一起站在了历史的视角，去了解微生物（细菌、病毒等）与宿主（人体）的关系。

人们一同悼念李文亮医生的逝世，一同心系奋战在一线的医护人员们，感慨疫情冰冷无常，期冀人间温暖有爱。

人们同样寄情于“火神山”和“雷神山”两所临时医院的飞速搭建过程中，通过 500 公里的高空直播镜头，看那些昼夜不停穿梭于工地上的每一辆特种工程车。



数据来自科技行者《新型冠状病毒疫情期间网民生活状况调研报告》

在全国超过 5000 万“闲疯帝”网友的“云监工”下，这片工地上的每一辆工程车都有了“绰号”：压路机叫多尔奈、吊车叫送高宗、混凝土搅拌车叫送灰宗、叉车叫叉酱、蓝色挖掘机叫蓝忘机……其中最火的小叉车，还直接被刷进了微博饭圈超话，与肖战、蔡徐坤肩并肩。

通过互联网，14 亿颗心灵被牵动着情绪，往往这时候，一点点简单的快乐都会被成倍放大，进而再通过互联网，传递给更多的人。

而一篇《火神山建设不完全手册》文章的传播，也让无数人真正看到中国的速度和科技的力量。

快递小哥成为城市运转的关键力量

科技的力量，也让人们居家隔离的日常生活，得以享受到现代社会运行链条的庇荫。

比如眼下最朴实的一日三餐。一夜之间，在社交媒体上，抢菜几乎成了人人关心的话题。这显然不是开心农场里的游戏，而是疫情下每个人每天都要面对的现实。

这也是媒体从业人士关心的议题。为此，科技行者在社群进行了一项《新型冠状病毒疫情期间网民生活状况调研报告》，在买菜这件事情上，多数人除了市场买菜，第二选择便是网上买菜。

人们习惯去菜市场，但菜市场里开业的商铺不多，这时候，两种现象不可避免，一方面菜市场围菜，另一方面餐饮业员工待业。一些科技企业挑起商户压力的大旗，包括阿里、京东、苏宁、每日优鲜、联想等科技企业发起了与传统企业共享员工的计划；京东在疫情较严重的省份超市内，比如 7Fresh 生鲜、爱客多、德隆、百尚辉煌、绿地 G-Super 等，大量铺设无接触自助收银机，居民自主即可完成商品价格扫码、装袋、电子支付等购买环节。另一群不敢出门和不能出门的人们就纷纷涌向了买菜 App。于是乎，盒马鲜生、叮咚买菜、每日优鲜等多家生鲜电商平台推出紧急响应措施，他们或召回休假员工，或连夜赶往全国各地采购蔬菜，甚至安排文职人员参与配送，匆忙应对突如其来的巨量需求。

而最终将这些物资及时送到人们手中的快递小哥，所扮演的角色恰好是这个庞大链条中最末端，他们是最易被忽视，但意义重大的一环。

在 @ 林晨同学压抑的镜头里，出现在外的往往只有环卫、医生、干警……他们坚守着岗位，维系着这座城市的公共服务系统，而在这些人当中还有个特别的蓝色身影，他就是外卖小哥。

这让我联想到，这些天看到过的一个段子：“现在的武汉就像是游戏《死亡搁浅》一样。快递小哥就像是我们游戏里所扮演的主角，把困在家里（避难所）的人连接起来。

而阻挠他们的也和游戏里的 BT 一样，是普通人肉眼看不到的怪物（病毒）。

游戏里我们要计算载重、摩托车或卡车的电量、身上的补给品来规划运输路线，而快递和外卖小哥们，也要计算自己手中口罩和消毒液的消耗。”

《死亡搁浅》是我玩过为数不多的 PS4 游戏之一，游戏里那种世界极端分离崩析又危机四伏的感觉，让我时刻紧绷着神经。

这让我不由得认为，《死亡搁浅》的设计者小岛秀夫是一个洞悉人性的鬼才，能用一款游戏，勾勒出人们处于信息孤岛的不安和恐惧。

事实证明，什么都阻隔不了人与人的连接，而在互联网时代，维系连接的故事，变得更加层出不穷。

疫情刚出，除夕当天，出现了这样一群逆行者。顺丰“两架专机驰援武汉，32 吨药品口罩抵汉”，京东“分批捐赠并配送 100 万只医用口罩及 6 万件医疗物资”，盒马“狂奔 14 小时，四辆 4.2 吨位的物资专车从上海连夜开至武汉”……这些快递员 / 外卖小哥，在非常时期，正穿越支离破碎的危险世界，将口罩、退烧药、消毒液、果蔬生鲜等物资第一时间送给消费者。

小岛秀夫曾经在采访中谈到《死亡搁浅》的设计理论：这就是一种“信件理论”，在以前，通讯并不是实时的。例如，一位丈夫很久以前在战场上写了一封信，信的内容是“我不知道我什么时候会死。”然后他把信寄了出去，过了几个月才到妻子手里，妻子读了信以后会想，“他现在可能已经死了。”妻子必须想象出来他写信时的想法——这就是当时的交流方式。现在，这变得更加实时了。

这是一个关于关心他人的游戏，但它却没有那么直接。我想利用今天的互联网做到这一点。

在这个人们可以直接交流的时代，我想利用今天的技术创造出一种间接的交流，能够让你站在对方的角度来思考，就像过去那样。”

或许在这个非常时期，快递员 / 外卖小哥所建立的连接，便成为了城市继续运转的关键力量。

在线教育将迎来新风口

科技的力量，也将无数被耽搁了的正事，拉回到了正轨。

当一些企业不得不延迟开工日期，当一些学生们被要求在线上学习，远程办公、在线教育及时响应了。

复工潮来临，越来越多企业开始尝试使用钉钉、企业微信、飞书、WeLink、百度 Hi 等软件开展远程办公，这些软件支持企业快速恢复生产能力，减少疫情对于企业和社会经济的影响。

春季开学延期，不少科技公司纷纷响应“停课不停学”，包括新东方在线、学而思网校、猿辅导、作业帮、网易有道、跟谁学等超过 20 家在线教育企业，向全国学生提供免费课程。

在线教育和直播平台的结合，恰逢其时，最直接地建立了学生、家长、老师的联系。

或许是感受太直观，于是一位家长向科技行者分享了她的在线教育故事：“王思平是一位二年级小学生的家长，去年 11 月份，她刚给孩子报了学而思二年级数学寒假班。疫情来临，当北京市教委发出北京市中小学延期开学的通知之后，她意识到，线下的培训课程不能去上了，她决定，报名学而思网校课程。

其实，王思平在之前就已经给孩子报过一起学网校的英语课程，每周两节，报名的时候，一是考虑到线下的英语培训课程接送孩子路程比较耗时间，线上课程可以随时随地在家里上，免去了奔波之苦；另外，王思平家里还有二宝，她觉得线上课程可以两个孩子一块在家里，让老二也跟着老大感受一下英语的熏陶。

但是选择数学课程的时候，王思平却没有优先选择线上课程，她觉得，和英语不同，数学更讲究思路、方法，而且孩子的接受效果也会差距比较大，

面授能够更直接地了解学习效果。况且，很多过来人跟她说，学而思数学是明星课程，如果不趁着孩子在低年级的时候报名，等到高年级的时候，再想报名，就不好报了，所以，她毫不犹豫地选择了线下面授。

同样的课程，面授是 1650 元，而线上课程是 600 元，价格相差一半，当然原因也很简单，线下课程，一位老师只给有限的几十个孩子授课，而线上课程，老师要给几百个孩子授课，受众数量也决定了，授课成本不同。

时运的安排，让王思平不得不把所有的课程都变成了线上培训课程。

2 月 4 日，是二年级学而思寒假数学班开课的第一天，王思平觉得，第一次线上学数学，担心孩子不能专心听讲，她决定陪着孩子一起上，于是，在 18:30 课程开始，她也和孩子一同坐在了 iPad 前。

一节课下来，她觉得下次上课，她可以不用再陪伴孩子上课了，她最担心的孩子走神问题，现在看上去不用担心。上课过程中，学生可以线上答题，线上提交答案，学生端开启的摄像头，可以让老师看到学生的表情，也可以看到同班上学的其他同学，学生还可以通过摄像头给老师发手势，与老师完成互动。

又因为是数学课，题目的答案大都是唯一正确的，课堂授课也是通过解题的方式，来实现思维逻辑的灌输，只要题目答对，基本上也可以判断学生的学习效果。

课后作业也是在 APP 中就可以拍照提交，每天的计算练习题，还可以通过 APP 中的“智能判题”来自动完成识别，家长可以便捷地了解孩子的答题对错情况。老师批改后的作业，也可以通过 APP 反馈给学生。

相比较之下，王思平孩子之前在一起学网校上的英语课就显得有些让家长不放心。学生的授课界面，最大比例呈现的是老师的课件，而老师的头像只是居于屏幕一角，跟真正的课堂形式有很大差别。

课堂上，老师与学生的互动，仅仅只能是老师随机挑选一个学生连线，才能让老师开启这个学生的摄像头，老师和学生之间实现互动。老师和大多数学生的互动，都是靠发放“海星”这样的积分奖励，学生在课堂上的主要精力往往都会被海星吸引，也就是，老师会发放海星的环节，学生就会全力以赴抢海星，而忽略了课程本身。

屏幕的右下角，很大一部分是一个互动留言区，尽管有的时候老师和学生的互动，可以通过留言区来实现，但是，学生会一直看到这个留言区，而且，留言区也会分散学生上课的注意力。

外加英语的学习，不同于数学，判断学习效果的依据比较复杂，使得家长经常会担心孩子的学习效果。

至于课后作业的提交，一起学英语的作业，很大程度上依赖于微信。也就是说，学生的作业，要通过家长拍照，拍作业完成情况，以及录制学生跟读视频，来完成作业提交，辅导老师从微信中查看学生作业，和家长的沟通反馈也是依赖于微信，APP 不能完成作业的提交和批改，对家长的投入要求比较大，挑战了家长的时间。

通常来讲，一个一二年级的小学生是没有微信的，但是因为现在授课、做作业的要求，家长会给小学生准备一个 iPad，所以，能够在 APP 中，完成辅导老师和学生的互动，这一点，对于家长来说至关重要。沟通要经过一层，总是会影响到沟通效率和传递效果。

疫情之下，很多人都在说，在线教育将迎来新的风口，而这个风口之下，在线教育平台的技术能力就凸显出来。在线教育的市场，因为疫情，得到了前所未有的市场培育良机，而这场市场培育，也面临着因用户体验而带来的新一轮的洗牌。

开学不见时间点，不管小学、中学，还是大学，纷纷将在线教育作为延期开学的替代举措，央视频、学习强国、腾讯视频、爱奇艺等大众视频平台，也纷纷为在线教育提供了免费接口，传播推广的广度和深度达到了空前。

优秀的师资、过硬的课程，是在线教育的拳头，获取了活跃用户，如何让用户满意，提升用户体验，就变成在线教育的发力点所在，而技术无疑是这场比赛中的角力点。

这些再平凡不过的故事，被互联网冠上了统一的社会记忆，一下子变得深邃而迷人。

而一场疫情也让人们意识到，现代社会的运转并非看上去那样理所当然，我们每一秒的生活便利其实都很容易失去。

但生活终究会恢复它本来的面貌。📖

（转自科技行者）