

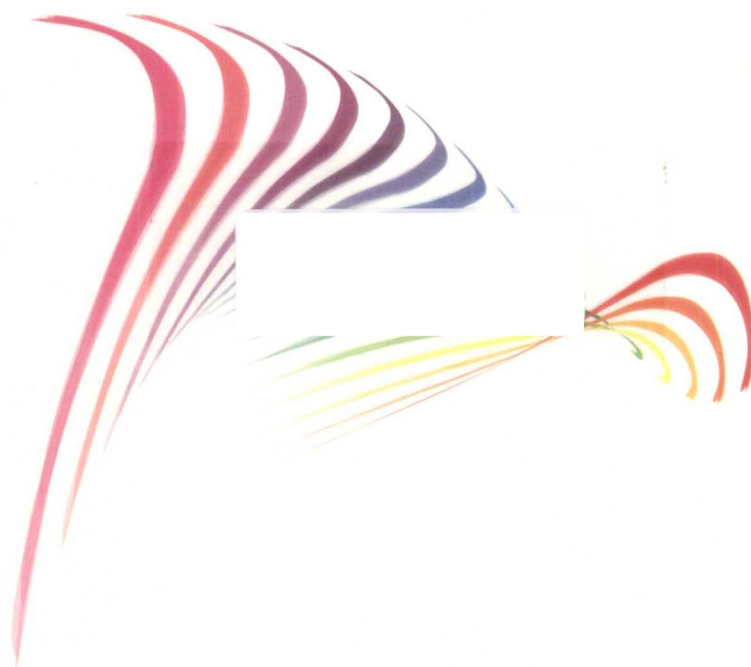


跨 | 文 | 化 | 传 | 播 | 丛 | 书

丛书主编：孙有中

# 美国政治博客

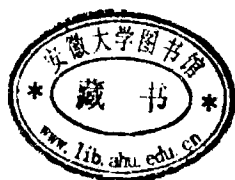
伊蕊著




世界知识出版社

# 美国政治博客

伊蕊著



 世界知识出版社

图书在版编目(CIP)数据

美国政治博客 / 伊蕊著. —北京:世界知识出版社,2012. 11  
(跨文化传播丛书)  
ISBN 978-7-5012-4387-7

I. ①美… II. ①伊… III. ①政治传播学—研究—美国  
IV. ①D771. 2②G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 281222 号

书 名	美国政治博客 Meiguo Zhengzhi Boke
作 者	伊 蕊
责任编辑	柏 英
责任出版	刘 喆
出版发行	世界知识出版社
地址邮编	北京市东城区干面胡同 51 号(100010)
投稿信箱	guojiwenti@yahoo.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京京科印刷有限公司
开本印张	720 × 1020 毫米 1/16 8 3/4 印张
字 数	167 千
版次印次	2012 年 12 月第一版 2012 年 12 月第一次印刷
标准书号	ISBN 978-7-5012-4387-7
定 价	32.00 元

版权所有 侵权必究

# 总 序

在这个日益全球化的时代,“跨文化传播”已成为人们政治活动、学术研究乃至日常生活中使用频率最高的关键词之一。正如“全球化”这个歧义横生的词汇一样,因为使用语境的多样性,学界对“跨文化传播”的定义远未形成共识。在此,笔者暂且将它定义为通过传统大众媒体和新媒体展开的不同文化之间的交流,以区别于不同文化背景的个人与个人之间面对面的跨文化交际。

随着媒体技术的不断升级和媒体设备的全球普及,不同文化之间的交流越来越多地通过形式多样、层出不穷的媒体平台得以实现,这使得跨文化传播的重要性日益凸显。

在个人和组织层面,生活在不同文化区域的人们主要是通过媒体,一方面获取其他区域文化的信息,另一方面向其他文化区域传递自己的信息。跨国传播的电视和网络资讯让我们足不出户即可了解甚至体验世界文化的多样性;跨国公司或组织则通过不同的媒介载体发布海量的广告信息,实现其跨越文化或国家边界的市场占有或影响力的提升。

在国家层面,跨文化传播在国民经济中占有举足轻重的地位。随着后工业时代的到来,世界各国纷纷意识到文化产业在增加就业机会、提高国内生产总值和实现可持续发展方面具有传统产业不可替代的优势。于是,一场争夺世界文化市场份额的竞争已经拉开序幕。第二次世界大战以来,美国文化产品以好莱坞电影为标志挺进全球,为美国的经济腾飞做出了重要贡献。据《华尔街日报》2010年7月31日的报道,好莱坞电影的海外票房销售在规模高达320亿美元的全球电影市场中已占据近68%的份额。好莱坞电影成功的秘诀正在于其内容和形式的跨文化传播能力。

对于国家而言,跨文化传播不仅可以创造巨额的外汇,而且有利于提升自己的“软实力”。一般来说,一个国家的媒体在对内对外传播中,受国家利益和文化的影响,倾向于塑造自己的积极形象和敌对或竞争国家的消极形象,以此提升自己的魅力和话语权,同时削弱对手的影响力。因此,当代世界各国都高度重视通过跨文化传播解释自己的立场、辩护自己的利益,争取其他国家政府



和民众的认同与支持。国家通过跨文化传播对“软实力”的追求,已成为当今信息时代国际关系领域的一个显著现象。

从文化本体意义上看,跨文化传播乃是一个相对独立的文化不断丰富自己、实现创新的必要条件。自我封闭的文化必然走向衰落和消亡,这已为大量历史事实所证明。相反,从中国的汉唐盛世到欧洲的近代崛起、再到美国的后来居上,我们一次又一次见证了跨文化传播的创新威力。

当然,在终极意义上,我们期待世界不同文化之间的交流和碰撞,最终为人类缔造一个文化多样性和普世性并存的丰富多彩、充满活力的和谐世界。而这—人类文明的美好愿景,最终也必须通过一代又一代人永不懈怠的跨文化传播来一步步实现。

跨文化传播的上述以及更多重要意义,注定了跨文化传播研究必将成为我们这个全球化时代的显学。

期待本套丛书的出版为进一步拓展和深化跨文化传播领域的研究做出令学界瞩目的贡献。

孙有中

2012年5月27日凌晨于多伦多

## 简介

本书从哈贝马斯公共领域的理论视角出发,全方位扫描美国的政治博客世界,分析解读美国政治博客博主的主体构成、美国政治博客世界的主要特点、内部交往机制、与传统媒体和美国政界的互动关系、与美国民主政治的关联。

作为一种可以自由发表的“自媒体”,美国政治博客的很多本质特征决定了它在一定程度上具有构建民主话语空间公共领域的可能性,例如自我出版的特性、草根性和互动性,政治博客发展史上影响美国政治的成功案例,政治博客上谈论的各种公共议题,政治博客博主的基本特征,等等。同时,美国政治博客界在构建公共领域的过程中存在着一定的局限性,例如博主性别构成的不平衡、明显的党派倾向、广告等商业因素对政治博客的侵袭、政治博客与政界和传统媒体的密切联系、政党候选人巧妙利用政治博客作为其竞选的得力工具,等等。

美国的政治博客已经在很大程度上被美国主流政治体制吸纳。作为一种被人们寄予厚望的新型传播形式,美国政治博客所构建的“公共领域”与民主理想之间尚存在一定差距。



## About the Book

This book analyzes the major characteristics of the American political blogosphere and its interaction with traditional media and politicians in the United States. In particular it examines the relevance of the criteria of an ideal public sphere proposed by Jürgen Habermas.

The book reveals that the American political blogosphere has great potential in building grassroots democracy, due to its self-publishing function, its interactive and grassroots nature, its comprehensive coverage of American political issues. Indicative historical cases show the successful participation of the bloggers in American political arena. However, the book also suggests some factors which undermine the promise of an ideal public sphere, e. g. , the domination of male political bloggers, the partisan polarization of the American political blogosphere, the intrusion of advertisements, the growth of politician blogs as campaigning tools, and the interwoven relations involving bloggers with traditional media and political players. Though rising as a potentially revolutionary force from the margins, American political blogging has now entered the mainstream and been incorporated into the existing political system.

# 目 录

第一章 导 论 .....	1
第一节 博客研究的问题与意义 .....	1
第二节 文献综述与理论基础 .....	4
第三节 理论框架、研究结构与方法 .....	15
第二章 美国博客发展简史 .....	19
第一节 美国博客发展的历史阶段 .....	19
第二节 美国博客的发展规模 .....	26
第三章 美国政治博客的主体构成 .....	30
第一节 博客主体构成 .....	30
第二节 政治博客主体构成 .....	32
第四章 美国政治博客网站的特点 .....	50
第一节 不同规模 .....	50
第二节 不同内容 .....	55
第三节 不同阵营 .....	58
第四节 商业因素 .....	61
第五章 美国政治博客的内部交往 .....	66
第一节 博文议题 .....	66
第二节 内部交往机制 .....	67
第三节 交往理性 .....	78
第六章 美国政治博客与传统媒体的对比 .....	83
第一节 博客的传播特征 .....	83
第二节 不同的影响力 .....	86
第三节 融合与共生 .....	88





<b>第七章 美国政治博客与美国政界</b> .....	91
第一节 美国政治博客与选举政治 .....	91
第二节 案例分析:奥巴马的官方博客网站 .....	94
<b>第八章 结 语</b> .....	104
第一节 政治博客话语空间的特点 .....	104
第二节 构建公共领域的可能性 .....	105
第三节 构建公共领域的局限性 .....	106
第四节 美国政治博客构建民主政治的启示 .....	109
<b>附 录</b> .....	111
附录一 前 50 名美国自由派政治博客博主人口学分布 .....	111
附录二 前 50 名美国保守派政治博客博主人口学分布 .....	114
附录三 前 50 名美国自由派政治博客网站的基本信息 .....	117
附录四 前 50 名美国保守派政治博客网站的基本信息 .....	120
<b>参考文献</b> .....	123
<b>后 记</b> .....	130

# 第一章 导 论

## 第一节 博客研究的问题与意义

### 博客究竟是什么？

丹·吉摩尔在《草根媒体》中这样定义博客：

通常意义上说，它是一种网络日志，由链接和按照逆时间顺序张贴的博文组成，时间越近的博文越靠前列，最近的博文张贴在首页。<sup>①</sup>

《大不列颠百科全书》对博客的定义是：

博客的全称为“Web log”或“Weblog”，它是一种网络日志，由个人、群体或公司在上面记录活动、思想或信仰。一些博客主要作为一种“信息过滤器”存在，在网上收集各种信息并加以简短评论和相关链接；另一些博客则致力于提供自己原创的博文。很多博客允许访问者提供评论并同博主进行交流。“博客”还可作动词，意指写博的行为。大部分博文为文本材料，但是也包括图片、音频和视频等重要补充材料。<sup>②</sup>

《牛津英语词典》中博客的定义是这样的：

一种由个人观察感悟和选材于其他来源的材料构成的经常更新的网页，通常由一个人经营，并含有其他网站的链接；一种个人网上日志。<sup>③</sup>

派拉实验室(Pyra)的创始人之一梅格·霍瑞汉(Meg Hourihan)认为，博客与传统网站的区别在于：

博客以“张贴文章为中心”，和传统网站以“网页为中心”不

① Dan Gillmore, *We, the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2004, p. 29.

② “Blog”, *Britannica Online Encyclopedia*, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog/>, April 3, 2011.

③ Jill Walker Rettberg, *Blogging*. Cambridge: Polity Press, 2008, p. 23.



同。博客通常会链接到其他网站和博客文章,而且许多博客都能让读者对原有张贴文章做评论。因此,得以让读者参与讨论。<sup>①</sup>

博客有很多种类型,也有很多种划分方法。按内容博客可以大致分为三种:第一种是以记录个人经历、情绪感悟为主的博客,相当于公开的私人网上日志,在博客类型中占有较大数量。第二种是过滤型博客,主要是在互联网上收集自己感兴趣的信息并将其做成链接放在博客上,有时还附有个人简短评论。这种博客的功能主要是通过个人的品味和爱好筛选或过滤网上的相关信息,以飨其博客读者。过滤型博客是博客发展早期的主要类型。随着免费博客软件的盛行和博客数量的激增,博客类型出现了风格上的转向,呈现多元化趋势。第三种是以话题为主的博客,话题型博客不像个人日志型博客那样内容随意性强,完全随自己的生活经历和心情变换。话题型博客的博文主要聚焦于博主感兴趣的某一类或某几类话题,内容的指向性强并相对固定。话题型博客分类很广,从政治、经济、文化、娱乐到健康、美食、旅行、女性、情感,五花八门、不一而足。

随着博客的不断发展壮大,博客世界还出现了一系列博客搜索和排名网站。目前,世界上最大也是最权威的博客搜索网站是“Technorati”,创立于2003年。<sup>②</sup>它每年跟踪大量的博客网站,提供各种类别的博客排名,发布《博客世界年度报告》,排出当年全球前100名的博客网站。<sup>③</sup>为便于读者检索,网站的主页将博客按照话题内容进行分类,包括娱乐、商业、体育、政治、汽车、技术、生活、环保、科学等大话题,每个大话题下面又有更细化的分类。

在“Technorati”的博客分类中,“政治”(politics)类别分为“美国政治”和“世界政治”,其中的美国政治博客正是本书阐述的对象。政治博客并没有严格的界定,但是博文中主要讨论和评论政治的博客通常被归为政治博客一类,本书所指的政治博客即采用这种定义。各大博客搜索网站在分类中都设有“政治”一项,本书中政治博客的界定即依照各搜索网站的分类进行。

本书中还将用到一些由博客延伸出来的相关词汇,定义如下:

**Blogger:**写博客的人,在本书中根据行文的需要译为“写博者”、“博主”、“博客作者”等几种形式。

**Blog:**博客:做名词时,意为“博客网站”;做动词时,指“写博客的行为”。

**Blogosphere:**博客界或博客圈。

① [美]丹·吉摩尔,《草根媒体》,陈建勋译,南京大学出版社,2010年,第22页。

② Technorati Website, <http://www.technorati.com/>。

③ “State of the Blogosphere”, Technorati。

Blogroll: 博客主页上链接其他博客主页的“好友名单”。

A-list Blog: A 序列博客。

Influentials: 最有影响力的博客。

Political Blog: 政治博客。

## 为什么研究博客

作为一种个人网络日志,博客在 20 世纪 90 年代初期开始在美国的互联网上出现。1999 年出现支持博客的免费软件技术,从此博客在美国迅速普及。如今,博客不仅在美国蓬勃发展,还传播到世界其他国家,传播到互联网的每个角落。

美国皮尤互联网与美国生活项目(Pew Internet & American Life Project)的数据显示,截至 2006 年,美国已有 1 200 万网民建立了自己的博客,有 5 700 万美国人阅读博客,占美国互联网用户的 39%。表 1.1 体现了美国博客主要内容占比。

表 1.1 美国博客主要内容占比

(%)

博客主要内容	比例
自我经历和生活感触	37
政治	11
娱乐	7
体育	6
普通新闻	5
商业	5
科技	4
宗教	2

资料来源:美国皮尤研究中心,“皮尤互联网与美国生活项目”,2005 年 11 ~ 12 月、2006 年 2 ~ 4 月。

可见,政治博客是美国博客中的第二大类型,作用不可小觑。美国政治博客在十几年的发展历程中,产生过不少影响美国政治和社会的大事件,引发了各界的广泛关注,成为美国学者探讨的热门话题。

研究美国政治博客对中国的互联网和社会发展具有很大的现实意义。美国是博客的诞生地,也是博客最先繁荣发展的地方。中国的博客发展比美国在时间上滞后几年。最先向国人介绍博客的是方兴东,他被称为“中国博客之

父”。他撰文向公众介绍博客这种互联网上的新形式,并建立了中国第一家博客网站“博客中国”,从此博客进入中国网民的视野。在随后短短几年的时间里,博客以令人惊讶的速度在中国的互联网上迅速窜红。现在,博客已成为中国各大门户网站的重要栏目,写博亦成为很多网民日常生活中不可或缺的一部分。可以说,博客正在相当程度上改变着人们的生活和交往方式,也书写着中国社会的政治文化状况。他山之石,可以攻玉。探讨美国政治博客的发展状况有助于为中国博客发展进程中出现的种种问题切脉,寻求借鉴和启示,为中国互联网和民主政治的进一步健康发展探索道路。

对中国的美国研究领域来说,美国博客研究是一个值得深入探讨的新课题。美国的博客尤其是政治博客,已经成为主流媒体之外的一种重要媒介形式,在美国选举政治中也在发挥着日益重要的作用,它已经成为美国政治舞台上崛起的新生力量。对这样一种新型政治传播方式的研究,有利于加深我们对美国当前社会和政治状况的认识。

### 研究问题

本书主要考察以下问题:(1)什么样的人在经营美国政治博客?美国政治博客世界具有哪些特征?它与传统媒体相比有哪些异同?美国政界是怎样对待它的?(2)作为一种“自媒体”的新型传播方式,它在多大程度上符合哈贝马斯所描述的公共领域的基本特征?它真地如一些美国学者所说,对促进美国民主的发展具有革命性意义吗?本书将从哈贝马斯公共领域的理论视角全方位扫描美国政治博客,并将其置于美国社会发展的广阔历史背景,解读其中呈现的特征、运作机制及其与美国民主政治的关联。

## 第二节 文献综述与理论基础

### 美国学术界的博客研究

美国是博客的发源地,也是最早深入研究博客现象的地方。美国的博客研究大致可分为四类。

第一类是对博客技术的推广和探讨,这一类书籍数量较大,多为实用性、普及型书籍。除此之外,还有一部分书籍探讨博客的商业价值和商业运作模式。

第二类是媒体从业人员和研究人员对博客传播的研究,大多探讨博客的传播特征、与主流媒体的异同以及这种“自媒体”现象的革命意义。这是美国早期博客研究最集中的领域,因为博客作为一种新型传播方式的出现,首先

冲击的是传统主流媒体。因此,媒体从业和研究人员成为这类研究的主力军。

第三类是将博客作为一种文化现象进行研究,这类研究多从文化研究和文学批评的角度着手。例如,维维安·瑟法蒂在其著作《镜子与面纱:美国网络日志与博客回顾》中,从文学批评和文化研究的角度追述美国人书写个人日志的历史,探寻写博者的心理动机及其对美国社会文化的影响。瑟法蒂认为,博客就像一面镜子或一副面纱,写博的过程实际上是博主们发现自我、展示自我和探索自我的过程。网上的博客日志是向外界公开的,有别于私密的个人日记,因此博主并不是没有选择地什么都说,而是精心选择那部分可以向公众展示的“自我”呈现给他人。带着“面纱”的“自我”,像一面镜子,反照着真实的“自我”。<sup>①</sup>

第四类是专门针对美国政治博客的研究。政治博客是美国很重要的一种博客类型,美国博客发展史在很大程度上是由一系列政治博客引发的重大政治事件串联起来的,所以,对政治博客的研究是美国博客研究领域的重点和焦点,也是成果最为丰富的领域。虽然美国政治博客是本书的主题,但政治博客的研究与博客作为一种传播方式的研究不能截然分开,因此,有必要介绍美国学者关于这两类博客的研究成果。

丽贝卡·布拉德是美国较早进行博客研究的学者之一,也是较早开设博客的博主。她的个人博客网站“丽贝卡的口袋”(Rebecca's Pocket)<sup>②</sup>就是一个博客研究的资料库,收录了大量的博客研究成果,包括她本人的著作和论文。2002年,布拉德出版了她的第一部博客研究著作《我们拥有博客:博客怎样改变着我们的文化》,这是美国博客研究的早期著作之一。这本书以论文集的形式汇聚了当时美国学者的早期博客研究成果,回顾了2002年之前的美国博客发展史和一些博客案例,探讨了博客与传统媒体的关系以及博客作为一种参与式媒体的角色和作用。由于当时博客传播刚刚发展起来,对博客早期历史的整理和回顾是非常及时的和必要的。<sup>③</sup>

丹·吉摩尔的《草根媒体》被认为是美国博客研究的奠基之作。吉摩尔是美国第一个开设博客的主流媒体记者。他总结了自己作为记者和博主双重身份的体验,将博客作为一种新的传播媒介进行审视。他在书中提出博客是“草根新闻”(Grassroots Journalism)的概念,并非常乐观地肯定博客的传播角色。他

<sup>①</sup> Viviane Serfaty, *The Mirror and the Veil: An Overview of American Online Diaries and Blogs*. Amsterdam: Rodopi B. V., 2004.

<sup>②</sup> <http://www.rebeccablood.net/>.

<sup>③</sup> Rebecca Blood, *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture*. Cambridge: Perseus Publishing, 2002.

认为,博客作为“自媒体”(We Media)是一种草根民主的传播形式,其诞生对西方民主社会具有划时代的革命意义。博客式的共享媒体给自上而下传播的传统媒体敲响了警钟,博客式的草根新闻对于传统新闻而言是一种挑战。传统新闻业由于太多地受到了商业利益的侵蚀,在很大程度上已丧失了“第四权力”的民主监督功能,而具有“个人出版”性质的博客由于来自草根,代表着大众的声音,将是未来新闻业的趋势和希望。<sup>①</sup>

纽约大学的传播学学者杰伊·罗森教授是较早研究博客的学者之一,他的博客网站“新闻界思考”(Press Think)<sup>②</sup>也是一个博客研究的资料库。关于博客与新闻业的关系他与吉摩尔的观点相似。他在早期文章中称“博客是相当民主化的新闻业”,并认为传统新闻业拥有的只是被动接受的大众读者,而博客拥有的是参与式大众,这是不同的关系。<sup>③</sup>

大卫·克兰和丹·伯斯坦在《博客!新媒介革命正如何改变政治、商业与文化》一书中,通过对政治、经济和文化领域的知名写博者的访谈,反映博客在这些领域的影响力。<sup>④</sup>

除了探讨博客作为一种新闻媒介的角色和作用外,随着2004年博客参与报道伊拉克战争,出现了一些关于战争博客的书籍,其中有代表性的是马修·柯里尔·伯登的《战争博客:伊拉克和阿富汗士兵们的前线日记》。<sup>⑤</sup>伯登曾在美军服役,他开设个人博客“黑五”(Blackfive),<sup>⑥</sup>最初是为了向在伊拉克战争中失去生命的一位朋友表达敬意,但是开设后不久就成了交流战地信息的平台,并成为点击率很高的军事博客。伯登的书提供了很多当时在伊拉克和阿富汗的士兵们的战地博客日记,讲述了参战士兵对战争的真实感受,客观描述了战争状况。相比于当时传统主流媒体的报道,伯登博客上士兵们书写的第一手资料 and 真实感受博得了人们更多的信任和青睐。

在美国的博客研究领域有一个有趣的现象,大部分博客研究学者同时也是博客传播的亲身实践者。他们中的大部分较早开设了个人博客,并逐渐成为点击率高、影响力大的博客博主,对博客传播的实践和切身体会成为他们研究博客的坚实基础。著名的政治博客博主休·休伊特就是其中一员。他是查普曼

① Dan Gillmore, *We, the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2004.

② <http://pressthink.org/>.

③ Ibid.

④ David Kline & Dan Burstein, *Blog! How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business, and Culture*. New York: CDS Books, 2005.

⑤ Matthew Currier Burden, *The Blog of War: Front-line Dispatches from Soldiers in Iraq and Afghanistan*. New York: Simon & Schuster Paperbacks, 2006.

⑥ <http://www.blackfive.net/>.

大学的法学教授,开设有个人博客“休·休伊特”(Hugh Hewitt)。他著有《博客:理解改变你世界的信息革命》一书,聚焦于博客对美国政治和传播界的重大影响。他在书中详述了博客发展史上的几个重大案例,分析了博客这种新媒体的崛起及成因,认为有影响力的博客在传播界掀起的风浪会形成“博客蜂群”和“舆论风暴”,博客的崛起使主流媒体面临很大的挑战。<sup>①</sup>

以上是美国早期博客研究者的研究成果。早期学者普遍认为,博客这种新兴的传播形式在根本上不同于传统主流媒体,无需编辑即可自由发表的功能使博客成为一种“自媒体”,其与读者的互动所构成的公共交流领域给公众提供了自由参与政治讨论的空间,形成“参与式媒体”。因此,博客是一种促进民主的新形式,对美国的民主进程具有划时代的革命意义。这种乐观、肯定的态度构成早期博客研究者的主流认识。随着博客的不断发展壮大,博客世界的现象变得日益复杂,博客研究也向更深入、更细化的方向发展。一些学者开始对博客促进民主的革命性意义持审慎的态度。

坦尼·哈斯在《公共新闻研究:理论、实践与批评》中认为,公民博客的出现未能起到促进美国公共新闻运动发展的作用。公共新闻运动是近几十年来美国新闻界最有影响的运动,它是“一种致力于促进民众积极参与民主进程的新闻实践”,有三大目标:报道公民特别关注的问题;从公民的角度报道;使公民参与解决实践中的问题。可以说,公共新闻运动是美国新闻界的民主运动。作者在总结梳理了众多美国学者的相关实证研究后得出结论:“公民博客中的话语不仅与公共新闻运动的民主理想背道而驰,而且落后于公共新闻运动所取得的实际成绩。”<sup>②</sup>

理查德·戴维斯的《敲击政治:博客在美国政治中扮演的角色》,是聚焦于美国政治博客的专著,通过大量的实证研究,深度剖析了美国政治博客世界。不同于大多数美国博客研究者,他认为美国政治博客是通过与美国政治社会中的其他力量——记者、读者和其他议程寻求者(政治家、利益群体、政治组织)等因素的相互作用来影响美国政治的,并认为这些政治力量不仅已经适应了博客世界的生态环境和特点,而且博客世界为了赢得这些政治力量的认可,已经主动进入了主流社会并顺应了主流规范。<sup>③</sup>

吉尔·沃克·雷特伯格的《博客》一书从社会化媒体的角度审视分析了博客现象。作者在传播媒介发展史的大背景下回顾了博客的发展,分析了博客作

① Hugh Hewitt, *Blog: Understanding the Information Reformation that's Changing Your World*. Nelson Books, 2005.

② [美]坦尼·哈斯,《公共新闻研究:理论、实践与批评》,曹进译,华夏出版社,2010年。

③ Richard Davis, *Typing Politics: The Role of Blogs in American Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2009.





为一种社会化媒体通过相互链接所形成的社交网络,比较了博客与主流媒体的关系和异同,并认为二者是一种互相依赖的共生关系。<sup>①</sup>

政治博客在美国总统选举的应用研究是美国博客研究中的另一大类。自从2004年美国总统选举中候选人建立官方博客开始,博客在竞选中的应用引起美国学者的高度重视。这一类的研究多为切口较小的案例研究,基本采用定量分析的研究方法,着眼于博客在竞选中的角色和作用以及博客是如何被成功应用的。

综合以上美国学者的博客研究成果发现,无论是博客作为一种传播方式的研究,还是博客在美国政治中所起作用的研究,美国博客研究的重点聚焦于博客与民主政治的关系。对于博客传播是否对构建美国民主政治具有革命性意义的问题,美国学者的观点不尽相同。大部分早期研究者对此持非常乐观的态度,认为博客这种自媒体的传播形式在美国政治传播领域是一场革命,将极大地促进和弘扬以大众为基础的草根民主,为构建哈贝马斯笔下理想状态的公共领域找到了希望;而最近一些学者陆续表现出批判的审慎态度,认为博客传播正在逐渐由边缘走向主流,被美国现存政治体制吸纳和融合。

### 中国学术界的博客研究

中国学者对博客的研究是随着博客在中国的兴起和发展而逐步展开的。

中国第一部介绍博客的作品是国内第一个博客网站“博客中国”的创始人方兴东与他人合著的《博客: E时代的盗火者》。这是一本全面介绍博客的书籍,回顾了博客在美国的发展历史,展望了博客在中国的发展前景。方兴东在书中将博客的特征归纳为“四零”——零技术、零成本、零编辑、零形式。<sup>②</sup>方兴东提出了博客传播的“大集市模式”理论。他认为,传统媒体的传播方式是自上而下、由点到面的“大教堂模式”,而博客传播则是“所有人面向所有人传播”的“大集市模式”。他对博客传播的地位和作用持乐观态度,将博客传播提升到与传统大众传播相提并论的主流传播模式的高度,并认为大众传播和博客传播两大模式的互相融合、补充和促进将构成未来社会传播系统变革的主旋律。<sup>③</sup>

随后,刘津出版了她的博客研究专著《博客传播》。她用哈贝马斯公共领域的理论,从传播学的角度对博客进行剖析。她简要对比了美国博客和中国博客的发展路径,重点分析了中国博客传播的特点。刘津认为,博客传播作为一种

① Jill Walker Rettberg, *Blogging*. Cambridge: Polity Press, 2008.

② 方兴东、王俊秀,《博客: E时代的盗火者》,中国方正出版社,2003年。

③ 方兴东、张笑蓉,《大集市模式的博客传播理论研究和案例分析》,载《现代传播》2006年第3期,第68—73页。