



国家社会科学基金项目文库·新闻传播



MULTIPLE INTERPRETATIONS
OF NETWORK GENERATION'S MODE
OF COMMUNICATION

网络一代 传播方式的多重解读

熊晓萍 等◎著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



国家社会科学基金项目文库·新闻传播

网络一代 传播方式的多重解读

熊晓萍 等◎著

MULTIPLE INTERPRETATIONS
OF NETWORK GENERATION'S MODE
OF COMMUNICATION



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

网络一代传播方式的多重解读/熊晓萍等著. —广州: 暨南大学出版社, 2017. 1

(国家社会科学基金项目文库. 新闻传播)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 2080 - 8

I. ①网… II. ①熊… III. ①互联网络—应用—传播媒介—研究
IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 048992 号

网络一代传播方式的多重解读

WANGLUO YIDAI CHUANBO FANGSHI DE DUOCHONG JIEDU

著 者: 熊晓萍 等

出 版 人: 徐义雄

项目统筹: 晏礼庆

责任编辑: 颜 彦 杜小陆

责任校对: 李林达 何利红

责任印制: 汤慧君 周一丹

出版发行: 暨南大学出版社 (510630)

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21.25

字 数: 428 千

版 次: 2017 年 1 月第 1 版

印 次: 2017 年 1 月第 1 次

定 价: 58.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

目 录

绪 论	/ 001
第一节	研究缘起 / 001
第二节	研究的现实意义及理论意义 / 002
第三节	本研究的主要内容、研究路径和方法 / 014
第四节	本研究主要观点及创新之处 / 016
第一章	网络一代的传播方式概述 / 018
第一节	相关概念的阐述 / 018
第二节	网络一代传播方式产生的时代背景 / 023
第三节	网络一代传播方式的形态 / 028
第二章	网络一代传播方式特点阐释 / 031
第一节	游戏性：传播使人愉悦 / 031
第二节	重叠性：多重感官的开发 / 037
第三节	共享性：爱“晒”的网络一代 / 041
第三章	网络一代传播方式文化学阐释 / 046
第一节	网络一代传播方式中的“无厘头”文化 / 046
第二节	独立表达：网络一代传播方式中的后现代性 / 052
第三节	网络平台造就青年亚文化空间 / 059
第四章	网络一代传播方式社会学阐释 / 066
第一节	网络表达：更为自由和开放的表达渠道 / 066
第二节	网络政治与 80 后、90 后的网络表达 / 067
第三节	网络表达促进了 80 后、90 后的社会化 / 074
第五章	网络一代传播方式法学阐释 / 076
第一节	网络一代传播方式成为法律研究范本 / 076
第二节	网络一代传播方式与知识生长的普遍进化倾向 / 078
第三节	网络一代传播方式与知识生长的深度进化倾向 / 083
第四节	新的传播方式引发法律新思考 / 086

第六章 网络一代传播方式语言学阐释 / 087

第一节 80 后、90 后类型化文学 / 087

第二节 网络一代博客的多模态分析 / 090

第三节 网络表情符号分析 / 094

第四节 微博语言的独具特色 / 099

第七章 网络一代传播方式心理学阐释 / 102

第一节 80 后、90 后：一个纠结的“矛盾体” / 102

第二节 80 后、90 后群体心理特点的网络行为体现 / 105

第三节 对网络社交这一典型网络一代传播方式的心理分析 / 108

第四节 网络传播对 80 后、90 后群体心理成长的影响 / 110

第八章 “青春写作”与网络的双向互动 / 114

第一节 网络：80 后、90 后青春成长新平台 / 114

第二节 “青春写作”：80 后、90 后的精神标记 / 116

第三节 网络新媒体成为“青春写作”最佳传播平台 / 119

第四节 “青春写作”的传播学价值 / 123

第九章 网络一代的影像传播 / 128

第一节 80 后、90 后影像传播兴起 / 128

第二节 80 后、90 后与个人 DV 的运用 / 130

第三节 80 后、90 后网络视频的现状分析 / 132

第四节 80 后、90 后与微电影 / 137

第十章 网络一代的动漫情结 / 141

第一节 中国动漫迷与动漫产业 / 141

第二节 80 后、90 后成动漫传播方式主要实践者 / 144

第三节 成也动漫 败也动漫 / 150

第十一章 80 后、90 后与玩具网络化传播 / 153

第一节 玩具在不同时期所体现的传播功能 / 153

第二节 新媒体时代互联网对玩具传播功能的影响 / 157

第三节 玩具给予 80 后、90 后更为纵深的认知 / 165

第十二章 80 后、90 后与移动互联网 / 168

第一节 移动互联网带领 80 后、90 后进入新时代 / 168

- 第二节 移动互联网：80 后、90 后最青睐的传播方式 / 171
- 第三节 新型传播方式的无限潜力与巨大商业价值 / 176

第十三章 80 后、90 后的网络社交方式 / 180

- 第一节 即时通信软件：从只爱陌生人到不和陌生人说话 / 180
- 第二节 传统网络虚拟社区：内容为王 / 184
- 第三节 SNS：深刻影响 80 后、90 后的社交传播方式 / 187
- 第四节 微博：碎片化的众力量 / 189
- 第五节 微信：“超媒体”媒介生态系统 / 193

第十四章 网购成为新型消费与传播方式 / 197

- 第一节 网购中的“交际圈” / 197
- 第二节 80 后、90 后网购交际圈案例分析 / 199
- 第三节 80 后、90 后网购交际圈的传播特征 / 210

第十五章 城市与农村 80 后、90 后的传播特征对比 / 213

- 第一节 两个 80 后、90 后群体的媒介成长背景对比 / 213
- 第二节 两个 80 后、90 后群体接触的媒介和使用特点对比 / 215
- 第三节 两个 80 后、90 后群体对网络传播方式的介入度对比 / 218
- 第四节 影像化媒介传播方式与新生代农民工的理想关系 / 220
- 第五节 问题与反思 / 223

附 录 / 226

参考文献 / 325

后 记 / 332

绪 论

你千万不要把清晰的景物误以为离得很近。这感觉就像站在山脊上，越过一大片森林眺望远山的目标。远处的山峰离得如此之近，似乎你伸出手去就能触摸到它。感觉就是这样的，除非你置身于树林之中，开始披荆斩棘走向那座山峰。

——美国未来学家保罗·萨佛^①

第一节 研究缘起

“80后”与“90后”作为两个“代际指称”，不但迅速被主流媒体接受，而且成为延续数年的“热点词”。其间，随着80后作家和80后文学被主流文坛接纳，“80后”这一指称也经由反面、另类，逐步走向正面、主流。随后，更具个性的“90后”接踵而至，喧哗登场。在媒体不无炒作的反复强调描述中，两个与网络有着密切关系的青年人群，俨然拥有了一席之地，而且话题不断，热闹抢眼。然而，正如保罗·萨佛所指出的，看似清晰的景物间其实隔着远远的距离，不深入其中未必能真正看清。同样，对于离我们近在咫尺的80后和90后——被称为“网络一代”的青年人群，我们虽然能看到他们生动鲜活的身影，却并不能真正了解他们的内在本质。大众传媒的道德性评判余音未了。80后几乎带着争议一路走来，即便进入结婚生子阶段，媒体中伴随他们的依然是闪婚闪离的报道；90后更是被“自私”“孤僻”“网瘾”等名头纠缠不清。相对感性的现象炒作，理性的学术关注更为欠缺。检索近5年来的国家社科基金项目，以80后、90后为名的项目仅为6项，其中涉及其与网络、传播关系的更是少之又少。虽有对大学生的人群研究，但大多缺乏针对性，没有明确地研究代际人群，且主要分布在思想政治教育领域。可见，针对80后、90后成长与网络时代的关系的研究，属于国内相对薄弱的学术领域。

对此研究现状亦不难理解，究其原因有二：一是代际形态刚刚成型，主流社会有一个接受的过程，而出现代际形态的首要原因在于新媒体的到来。正如玛格丽特·米德所指出的：“整个世界处于一个前所未有的局面之中，年轻人和

^① Paul Saffo and the 30 year rule. Design world, 1992 (24): 18.

老年人、青年人和所有比他们年长的人隔着一道深沟，在互相望着。”^① 新媒体犹如一道数字鸿沟，将 80 后、90 后与他们的长辈隔在了两端。年长者视网络为科技，而年轻人视网络为赖以生存的空气。对于与新媒体一同成长的年轻人来说，掌握新媒体技能易如反掌，仿佛与生俱来；不熟悉新媒体的老一辈人，则第一次感到了要向年轻人学习的压力。但是，中国是一个长幼有序、传统观念根深蒂固的国度，要想接受老一辈向下一代学习的“后喻文化”，实非易事。二是网络平台发展迅猛且性质交杂，理论界对新媒体也有一个从陌生到熟悉的适应过程。在美国，为达到 5 000 万名用户，无线电广播用了 30 年的时间；电视用了 13 年的时间；有线电视用了 10 年的时间；而互联网所用的时间还不到 5 年。中国的情况又略有不同：互联网的发展令人目不暇接，颇有瞬息万变之感——我们被迅速地拖入一个全新的传播媒介环境：双向传播取代了线性传播，传播主体发生了位移，受众的概念面临解体，多媒体的融合前所未见，代际接受差异凸显。这一切仿佛瞬间发生，既迅疾又繁杂！理论界的观念尚待更新，知识结构不相适应，学术反应难免滞后。不过，既然我们身处网络时代，随时感受它前所未有的，涉及科技观念、经济观念、文化观念、传统意识以至人们思维方式的全方位变革的冲击，我们的选择也是无法逃避的，唯有勇敢面对。美国传播学家施拉姆说过：“我们研究传播时，我们也研究人——研究人与人的关系以及与他们所属的集团、组织和社会的关系；也研究他们怎样相互影响。”^② 既然传播学所研究的是人类传播行为及其内在规律、传播与人和的关系，那么，在网络世界如鱼得水的 80 后、90 后青年人群，理当被纳入视野，理当居于要位。进一步的认识还在于，对其传播方式的研究可以成为把握传播与现代社会的发展建构、审视传播与人的数字化生存的全新视角。简而言之，本研究突出的现实背景与强烈的理论需求，正是推动本研究的主要缘由。

第二节 研究的现实意义及理论意义

21 世纪最重要的特征是全球化、网络化、信息化，而确立上述特征的一个基础就在于人类传播方式的改变。网络传播不但改变了人类的社会结构，而且以动摇传统固定空间领域为前提，造就了全新的文化空间，推进中国进入“网络时代”。加拿大传播理论家麦克卢汉曾说过“媒介即信息”，网络媒介的出现显示着社会的又一次发展变革，而中国更因互联网带来令世人瞩目的巨大变化。无论从普及数量还是影响程度上来说，中国互联网历程对全球互联网的发展都

① [美] 玛格丽特·米德著，曾胡译：《代沟》，光明日报出版社 1988 年版，第 6 页。

② [美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特著，陈亮等译：《传播学概论》，新华出版社 1984 年版，第 4 页。

有着重要的意义。据《第38次中国互联网络发展状况统计报告》^①公布,截至2016年6月,中国网民数量达到约7.1亿,互联网普及率较2015年底提升1.4%。

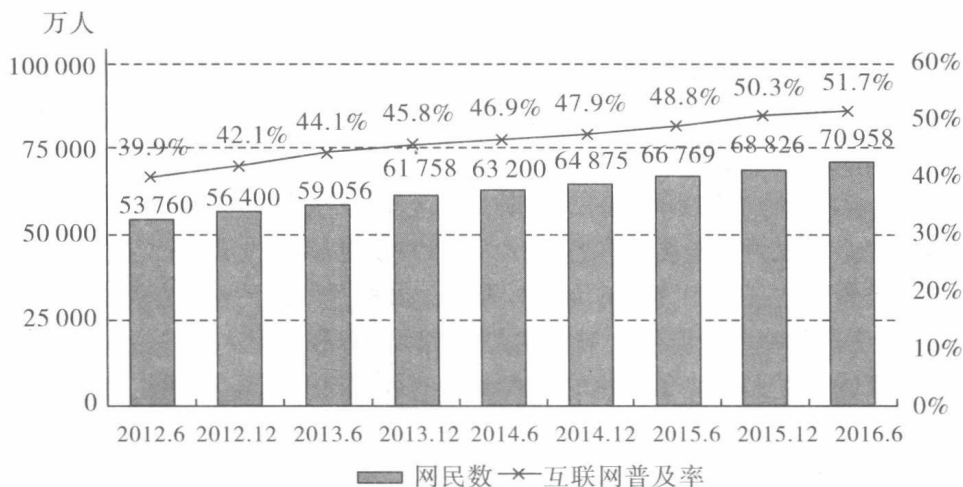


图1 中国网民规模和互联网普及率

在新增加的网民中,使用手机上网的网民比例高于使用其他设备上网的网民比例。通过手机接入互联网的网民数量达到约6.56亿,手机网民占整体网民比例由2015年底的90.1%提升至92.5%,手机已成为我国网民的第一大上网终端。



图2 中国手机网民规模及其占网民比例

^① 中国互联网络信息中心:《第38次中国互联网络发展状况统计报告》,2016年。

2016 年我国互联网普及率为 51.7%，超过 30.2% 的世界平均水平较多。2016 年共计新增网民 2 132 万人。从 1997 年第一次报告发布以来，19 年间，中国网民规模增长了 1 100 多倍，中国已稳居全球第一互联网大国之位。

中国人对网络的使用最早在 20 世纪 80 年代末，我们应该记住一个名字——钱天白。被誉为“中国互联网之父”的钱天白教授在 1987 年 9 月 20 日发出了中国的第一封电子邮件“越过长城，通向世界”，揭开了中国人使用互联网的序幕。1990 年 11 月 28 日，钱天白教授代表中国正式在国际互联网络信息中心（InterNIC）的前身 DDN - NIC 注册登记了我国的顶级域名 CN。1994 年 5 月 21 日，在钱天白教授和德国卡尔斯鲁厄大学的协助下，中国科学院计算机网络信息中心完成了中国国家顶级域名（CN）服务器的设置，改变了中国 CN 顶级域名服务器一直放在国外的历史。至今，虽然互联网的普及仍有城乡差距，但随着 3G 手机价格不断下降，对于庞大的流动人口和农村人口来说，使用手机接入互联网成为更为廉价和便捷的方式。这些因素降低了移动智能终端的使用门槛，从而促成了普通手机用户向手机上网用户的转化。手机上网成了生活中的“常态”，而严重依赖互联网，以至于忽视了它的存在，已成为目前中国网民的现状。中国互联网的这一发展态势也证实了未来学家的观点。美国未来学家保罗·萨佛认为：至少在过去 5 个世纪里，新思想完全渗入一种文化所必需的时间，一般约为 30 年。他把这称之为 30 年法则。^① 其中包含了三个阶段：

第一个 10 年：产生许许多多的兴奋和迷惑，但是渗透得并不广泛；

第二个 10 年：产生许许多多的潮涨潮落，产品向社会的渗透开始；

第三个 10 年：“哦，又有什么了不起？”新事物只不过是一项标准技术，人人都拥有了它。

如今，中国人正在进入网络渗透的第三个 10 年，进入“只不过是一项标准技术，人人都拥有了它”的阶段，7 亿多的人成为网民。超过半数以上的移动互联网网民随时随地发帖、分分秒秒刷屏的行为，正说明经由几十年的渐变，网络带来的新传播方式已如水银泻地般渗透至社会方方面面，润物细无声地影响着中国社会，改变着中国人的思维和行为方式。当然，时间具有指标意义，但意义不仅仅在此。对这种新变化的认识，我们还可以从思想家和哲学家福柯的话中得到启示。他在《什么是启蒙》一文中指出，我们不应将现代性仅仅看作处于前现代与后现代之间的一个时代，而更应将现代性看作一种态度。这种态度是“与当代现实相联系的模式；一种由特定人民所做的自愿的选择；最后，一种思想和感觉的方式，也是一种行为和举止的方式……它有点像希腊人所称

^① 转引自 [美] 罗杰·菲德勒著，明安香译：《媒介形态变化——认识新媒介》，华夏出版社 2000 年版，第 7 页。

的社会的精神气质”^①。由此可知，认识网络改变社会的意义，也是我们认识中国社会发展的一个途径。以此深入把握研究脉络，超前并准确地描述时代走向，预测未来，把握前景，恰是本书的前沿性所在。

在这场改变世界的革命中，年轻人再一次成为时代的先锋。80后、90后网络一代的参与程度十分惊人，充分说明了互联网与他们的天然亲密感。从1997年的第1次到2015年的第35次互联网报告中的数据可让我们看出此种关系。1997年的第1次报告显示：80后小于17岁，网民比例为5.3%；90后不满10岁，比例为0.3%。2015年的第35次报告显示：10~29岁的80后、90后青少年网民达54.3%，加之部分已超过30岁的80后网民，总比例超过2/3。可以看出，80后、90后无可争辩地成为参与网络传播的最大主体，成为网络表现最为突出的人群。他们的率先参与和影响，带动了其他年龄段网民的增长。网络因他们而生机勃勃，他们也因网络在改变了自己的同时改变了社会。研究他们的传播实践，可以观照中国社会近年来的发展变化。作为网络传播的最佳实践者，他们的实践为我们提供了最为真实、最具代表性的“传播改变世界”的模板，有着积极的现实意义，其价值又明晰地凸显在社会政治、文化、商业三大方面。

网络一代利用网络创造了新的“可见性”，其传播方式带来了社会关系的改变。所谓“可见性”（visibility），由剑桥大学社会学系教授约翰·B. 汤普森提出。作为著名社会理论家和社会学家安东尼·吉登斯的学生，汤普森对现代性理论有着重要的贡献。尤其值得提出的是，他第一个全面论述媒介传播与现代性之间的关系，是为数不多的把研究重点放在传媒、现代文化、新传播技术和文化产业等方面的社会学理论家。汤普森说：“随着大众传播的发展，事件或人们在公共领域和私人领域的公共性（可见性）不再直接与对共同场所的分享相联系，因此事件或个人能够获得一种公共性。这种公共性不受他们能被许多人直接看到或听到所限制。”^②这就是说，大众传媒技术的进步，使得人们不在现场也能看到和参与所发生的公共事件，私人事件也可以经由大众传媒变成为众人所见的公共事件。比如电视使我们身处家中仍能看到英国伦敦的奥运赛事，还可以通过短信参与讨论。又如电视将个人经历录制进节目中进行传播，你就为广大电视受众所“看见”，你的“可见性”从无到有，从小到大，私人有可能成为公共人物，一介平民百姓一夜之间就可能名扬天下，四海皆知——这在没有大众传媒的时代是不可想象的。当然，汤普森论述的是传统的大众传媒时代，这种“可见性”是以广播、电视来实现的。由于传统大众传媒提供从上面

① [法] 米歇尔·福柯：《什么是启蒙》，转引自汪晖、陈燕谷主编：《文化与公共性》，生活·读书·新知三联书店1998年版，第430页。

② [英] 约翰·B. 汤普森著，高铨等译：《意识形态与现代文化》，译林出版社2005年版，第262-263页。

下的线性传播，给予平民的权力是有限制、有选择的，更多的还是由政治领袖和精英阶层掌控——权力实施于“可见性”的控制，他们可以为了自己的政治目的或良好形象而营造把控可见度。尽管汤普森的论述还不能反映传者和受者的平等状态，以及传播的互动回馈，但他提供了一种观察现象的路径。

进入网络新媒体时代，情况发生了翻天覆地的变化。由于网络的零门槛进入，个人接入网络十分便捷，网民人数迅速增长。尤其80后、90后年轻人，恰逢其时，如鱼得水，自然而然地成为网络一代，平行双向传播方式使得他们成为使用者兼生产者，异常活跃地出现在层出不穷的网络平台上，在境外有Facebook、Twitter、Youtube等，在国内有QQ、微博、开心网、人人网、微信等。网络一代青睐新媒体的原因在于，传统大众传播的单向传播模式被挑战，传者和受者概念已被重新定义，媒介“把关人”体制形成的权力制约被消解甚至颠覆。正如马克·波斯特所指出的：“在电影、广播和电视中，为数不多的制作者将信息传送给为数甚众的消费者，播放模式有严格的技术限制，但随着信息‘高速公路’的先期介入以及卫星技术与电视、计算机和电话的结合，一种替代模式将很有可能促成一种集制作者/销售者/消费者于一体的系统的产生。该系统将是对交往传播关系的一种全新构型，其中制作者、销售者和消费者这三个概念之间的界限将不再泾渭分明。”^① 传播方式由传播机构规定，固定时空顺序的传统样式变成时空跳跃，出现个人化的、虚拟的新媒体方式，传者和受者可以瞬间转换，传统的“议程设置”一方已不能设置和左右网民的言论，传播关系由此发生了重大改变。传播关系构建着社会关系，传播关系的改变进而带来了社会关系的改变。传统大众传播时代传者对信息流动方向的把握、政治领袖精英阶层对“可见性”的掌控，由于网络的介入而被打破。换言之，普通人的万众点击也可以争得可见度。他们在大众传媒上平等地展示自己以获得传播权力，权力可以提升知名度，知名度又可以促成更大的权力——原本远离权力中心的网络一代，在社会事务的参与中迅速成为不可忽视的网络动员力量。网站论坛上对于重大事件发表看法的帖子会被置顶，被顶起来的帖子很快就会被几十万乃至几百万人看到，并迅速向整个互联网扩散。手机、平板电脑等移动互联网终端更使得年轻人可随时随地地上网，任何时候发声，每个个体的态度有可能瞬间汇聚成强大的公共意见，如风暴般地席卷网络，产生巨大影响，其力量之大甚至波及国家决策。国内外均不乏此类个案。2010年12月，突尼斯南部地区西迪布基德一名26岁的大学毕业生因为找不到工作而不得不沿街售卖蔬菜，他的这一行为因为没有获得城管批准而被禁止。该青年以自焚抗议，伤重不治。消息通过Facebook不胫而走，并随即引发大规模的抗议和骚乱，最终导致政府改组。国内的网络一代也有不俗表现。早在2008年，80后网友“我叫

① [美] 马克·波斯特著，范静哗译：《第二媒介时代》，南京大学出版社2000年版，第4页。

梁山伯”即在天涯社区发表了分析东莞经济状况的超过1.5万字长篇网文《东莞：“风暴眼”中的世界工厂》，结合全球大环境，对企业现状提出批评，帮助政府破局。网文持续高悬天涯社区“天涯聚焦”板块头条，引发强烈反响。再如未上过大学的80后青年韩寒，拒绝加入官方组织，不在体制内生活，靠版税与赛车手的收入过日子。他的博客点击量超过5亿，发表的任何一条微博都可轻易引来十几万次的评论和转发，其对社会现象犀利而独到的观点由于网民的拥戴转发产生强烈的传播效果，成为引人注目的“意见领袖”。在各种选秀节目中，网络一代手机投票塑造草根英雄与塑造自身的能力也让世人惊叹。2011年来微博用户数量出现爆发性增长，至2013年6月，我国微博用户达到3.31亿人，较2012年底增长2216万人。过半的网民渗透率，尤其24%的手机微博增幅令更多年轻人加入网络。^①他们积极参与一系列公共事件，一批腐败官员由于被网民在微博上曝光而落马，其速度之快、影响之大前所未有的。尽管2014年微博用户在微信的冲击下有所减少，但仍有2.49亿名用户。^②通过2014年的“3·8马航失联事件”和8月份的“冰桶挑战”（ALS Ice Bucket Challenge），我们可以看到，微博作为国内重要的社交媒体，仍然显示出迅捷的传播速度、深远的传播范围和积极的社会影响力，有力地帮助了网络一代在公共领域甚至政治生活中展现其“可见性”，成为推动社会进步的积极力量。

网络社会之权力即是传播权力。尽管就目前的传播现状看，大众传媒机构、政府、精英和财团，仍然具有强大的网络建构权，拥有网络社会的最高权力，但网络一代已用自己的方式对这种权力提供了一种有效的制衡。正如卡斯特指出的，公民可以利用互联网监督他们的政府，胜于政府用它监督公民。^③新型传播方式契合了英国著名文化理论家和马克思主义思想家雷蒙德·威廉斯在《传播》一书中提出的传播理想：“一个良好的社会有赖于事实和观点的自由畅通，也仰仗于对意识和想象力的发展——明确地表达人们的实际所见、所知和所感。”^④本书第四章从社会学角度，对80后、90后利用微博进行网络表达作了阐释：利用网络表达时，网络对于所表达的信息有放大作用，而网民持续的关注、互动促使网络一代有更强的行动力，可以说加速了网络一代的各方面社会化的速度，特别是政治社会化的速度。尽管不能说此种传播已经达到完善状态，但新型传播方式所显示的抗衡态度以及重构社会关系的力量与效果，确实不可小觑。

当然，网络创造的“可见性”是一把双刃剑。网络平台信息的迅猛传播，

① 中国互联网络信息中心：《第32次中国互联网络发展状况统计报告》，2013年。

② 中国互联网络信息中心：《第35次中国互联网络发展状况统计报告》，2015年。

③ [美]曼纽尔·卡斯特著，郑波、武炜译：《网络星河——对互联网、商业和社会的反思》，社会科学文献出版社2007年版，第200-201页。

④ RAYMOND W. Communications. 1962: 124.

使网民大众的个人言论短时间内即汇聚成强大舆论场，它既可能为建立言论自由的公共领域助力，亦可能在某种商业或政治利益下，反过来成为对公众的一种新的控制。德国社会学家哈贝马斯在《公共领域的结构转型》中指出，随着电子传媒的兴起，公共领域的结构发生了转型，“这样，一种新的影响范畴产生了，即传媒力量。具有操纵力量的传媒褫夺了公众性原则的中立特征。大众传媒影响了公共领域的结构，同时又统领了公共领域”^①。为了“博眼球”，网络平台展开各种人肉搜索，视频网站无底线曝光，违背了公共领域理性传播的原则，侵犯个人隐私造成伤害。比如，轰动社会的“药家鑫事件”“韩寒方舟子之争”等热点事件中，网民偏激、宣泄性的言论迅速引发群聚效应，形成强大的舆论场，从而导致对少数网民意见的压制，“沉默的螺旋”现象愈加明显。此外，“网络审判”“网络暴力”频现，也造成传播权力滥用、网络失范的严重后果。值得关注的是，网络舆论表达意愿最为强烈的是10~19岁年龄段的网民，愿意发表评论的比例达到50.2%；其次是20~29岁的网民群体，达到46.6%。^②

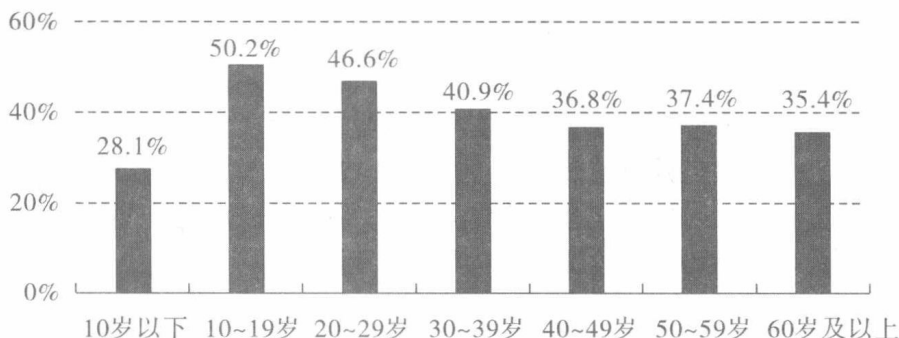


图3 不同年龄网民愿意发表网上评论的比例

可见，参与网络意见表达的大部分是青少年人群，而90后占比最高。由于网络，许多未成年人得以更早介入社会事务中，他们处于青春期的激情与叛逆，或许是我们忧喜参半的原因之一。2012年7月的什邡群体事件中，大量90后的孩子利用手机联络参与行动，促成了成年人的诉求，引发抗议活动，最终使得污染风险项目停建，这是正面效果的例子。但无论正反，这类事件都表明：媒介化的社会改变了网络一代，而他们能够参与社会事务必将影响社会权力结构的改写。网络群聚事件的应对也给法律提出新的思考，本书第五章从法学角度进行了阐释：在某种意义上，法律是精英阶层的游戏。法律的职业阶层从职业准入、职业话语、职业自治等方面维护了其阶层的利益。封闭的法律阶层在某

① [德] 哈贝马斯著，曹卫东等译：《公共领域的结构转型》，学林出版社1999年版，第15页。

② 中国互联网络信息中心：《第35次中国互联网络发展状况统计报告》，2015年。

种意义上操纵了法律话语权，而民众是通过法律这一社会契约将权力让渡于法律阶层的。然而，法律的精英文化在相当程度上并非反映民众的利益，而仅代表了20%的精英利益。在足以颠覆主流话语的草根文化情境下，法律的精英文化必须做出反思性的调整。新的结论还包括：对于网络一代的引导应当高度重视，引导得当其将成为社会正能量，引导不当则会给个体与社会带来伤害。麦克卢汉指出，“站在与任何结构或媒介保持一定距离的地方，才可以看清其原理和力的轮廓”，“预见和控制媒介的能力主要在于避免潜在的自恋昏迷状态”。^①我们应该对网络的迅速发展及网民素质培育的不足保持清醒认识。况且，城市与乡村的80后、90后青年人，在网络介入上因城乡差别所导致的差异，也是不可忽视的一个方面。本书第十五章对城乡的80后、90后群体进行了对比研究。生于同一时代、生活在同一地理空间的两群人，却生活在不同的信息空间里，他们甚至无法采用相同的方式传播和接收信息，更没有相互交融的公共空间。媒介排斥使他们进一步陷入无法得到媒介强有力援助的事实上的媒介孤立状态，同时也造成话语权的严重缺失，最终使他们的社会弱势状况更加凸显，形成社会断裂，这将对社会的和谐发展造成不利。因此，了解网络一代传播方式的特点，加强其媒介素养培育，使之在社会政治生活中真正展现“可见性”，是一项长期的社会工程，任重道远，必须理论与实践并行，在城市和农村同时进行。

网络一代的传播方式为我们提供新的文化研究路径。创意管理大师理查德·佛罗里达指出：“我们所在的时代所发生的深远、持久的变革不是技术上的，而是社会和文化上的，这些变革是由我们日常生活中的微小变化逐步累积而成。”^②作为公共政策教授与盖洛普公司的资深科学家，佛罗里达博士并非要否定技术创新的重要作用，而是告诫我们，在当前的社会变革背后，有着更为复杂的诱因和来源。这也为我们从网络一代的传播方式中考察网络如何促进新的文化形成与流传提供了更开阔的思路。美国知名时政评论家托马斯·弗里德曼在他所撰写的畅销书《世界是平的》中精当地分析了21世纪初期全球化的过程，主要论题“世界正被抹平”风靡世界。在作者的眼中，科技进步与社会协议的交合——诸如手机、网络、开放源代码程序等——引发了快速改变。事实上，由于技术壁垒被打破，互联网将全世界连成一体，不光是资本迅疾地在世界流动，文化也以全新的面貌在全世界迅疾传播。

我们在从整体上接受并认可此种全球化趋势的同时，也要正视大趋势导致的另一个侧面——中国文化无疑正面临着西方强势文化的冲击。比如，四分之三的网页以英语呈现，美国大片、食品、玩具长驱直入，教育、娱乐、生活方

① [加] 马歇尔·麦克卢汉著，何道宽译：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第42页。

② [美] 理查德·佛罗里达著，司徒爱勤译：《创意阶层的崛起》，中信出版社2010年版，第18页。

式西化,网络一代青少年深受西方文化影响已是不争事实。恰如国外媒体指出的:“今日中国深受西方文化的影响,以至于我们不难遇到那些染着金发、爱听摇滚、成天痴迷于NBA季后赛的中国孩子。”^①网络语言中的跨文化交际、动漫游戏中的洋化表现、对国外消费观及产品的追捧痴迷、非主流亚文化的风行等,都已经成为这一代人的文化构成。平坦化的世界形成共同的信息共享空间,造成同一场域同质化的观念,也是这一代人共同面对的信息环境。解构主义大师J. 希利斯·米勒指出,全球化“已经成为文化、政治以及经济生活中许多领域里的一个决定性的因素”^②。现在看来,媒介能造成强大同一性的分析已不是杞人忧天,不同类型的文化似乎正在走向令人担忧的趋同化,技术的创新与文化的衰落似乎成为社会发展的必然。当然,从网络一代的传播活动中,我们或许还可以抱有一点乐观——“文化怀旧”依然存在。比如,土豆网上流行着一段由两个20岁中国少女对口型演唱一首流行粤语摇滚的视频。土豆网创办人王微介绍:“她们感到无聊,于是就出去买了个摄像头(在上海以相当于6美元的价格就可以买到),然后她们利用Microsoft Movie Maker(一款WindowsXP附带的软件)制作了一段自己的30分钟MTV形式的播客内容,最后她们将它上传到Tudou.com。在最初的3个月里,这段视频就被浏览了7.5万次。”^③如今“上传”这一行为成了“个性化”的直接表现,中国年轻“播客”以此成功地将本土文化推向世界。

青春文学的燎原之势,形成万千青少年的网络狂欢,兴起彰显非主流亚文化勃勃生机的另一传播活动。与此相映成趣的还有网络中那些各种各样的“群”以及“字幕组”,它们因个人爱好而聚集在一起,试图表现出与众不同之处。我们是否可以认为,其具有抵抗网络强大同化力,乃至回归“传统部落”的文化意味呢?马尔库塞斯认为:“全球一体化进程并未表明文化多样性的消除,而是表明了在一个共享世界的前提下,不同文化模式的并存和较量越来越重要。因而,不同文化依然可以在反差中找到对自身的理解。”^④正如法国政治家托克维尔对美国 and 英国文化的比较:“获取对美国清晰而准确的观念比清楚而准确地了解英国要容易得多。从某种意义上说,美国的一切法律都是从同一思想脉络中衍生出来的。可以说,整个社会只建立在一个单一的事实上;一切东西都导源于一个简单的原则。你可以把美国比作一片森林,许多道路贯穿其间,可是所有的道路都在同一点交汇。你只要找到这个交汇的中心,森林中的

① 《中国青少年如何面对西方文化挑战?》,《世界博览》2010年第24期。

② [美] J. 希利斯·米勒著,郭剑剑编译:《论全球化对文学研究的影响》,《当代外国文学》1998年第1期。

③ [美] 托马斯·弗里德曼、费歇尔著,何帆等译:《世界是平的》,湖南科学技术出版社2006年版,第292页。

④ [美] 马尔库斯、费歇尔著,王铭铭、蓝达居译:《作为文化批评的人类学》,生活·读书·新知三联书店1998年版,第190页。

一切道路全都会一目了然。然而，英国的道路却纵横交错。你只有亲自踏勘过它的每一条道路之后，才能构建出一幅整体的地图。”^①正是英国拒绝了印刷术的同一性原则，坚守了古老的口头文化传统，才保留了自身文化的独特性。网络一代的奇妙之处恰恰在于他们在进行“同质化”狂欢的同时，也以各自的“个性化选择”带来文化行为中的一种平衡，给80后、90后传播带来异质与新意，也给我们的研究提供另一种启示：技术和文化彼此既有索取亦有给予，既有融合亦有坚守。全球化的技术并不会将各异的文化消解，新的传播方式或许更有助于不同文化的传扬光大。我们还可以乐观地认定：肯定网络一代传播方式中的文化新质，将有利于与全球文化的对话与融合，而不是走向它的反面。这些包含了新变的传播方式，恰好为我们提供了新的文化研究路径。

网络一代传播方式创造新的生产方式，为中国的创意经济作出贡献，将产生极大商业价值。生产方式（mode of production）是指社会生活所必需的物质数据的谋取方式在生产过程中形成的人与自然界之间和人与人之间的相互关系的体系。^②在2012年的伦敦奥运会开幕式上，我们看到英国人将他们引以为傲的工业革命历史搬上了开幕式的舞台。表演者扮成纺织工人、矿工，现场还缓缓升起了巨大的烟囱，还原工业革命时期的历史场景。这一幕让我们形象地了解到工业革命时期的生产方式，厂房、密集的工人、大型机械、轰鸣的机器与滚滚的浓烟成为“工业”的代名词。然而，传统的工业化生产是一种“采掘和利用天然化学物质资源（矿物资源）的生产”，天然物质是不能再生的资源，因此，此种生产必然造成物质资源的匮乏、环境的破坏。而且，为提高工业生产效率而产生的组织化管理制度，也日益显现出其局限性，如“泰勒制”^③制定出严格的规章制度和合理的日工作量，采用差别计件工资调动工人的积极性；“福特制”流水线“只需按工序将工具和人排列起来，以便能够在尽量短的时间内完成零配件的装配”（《福特自传》）。这些生产方式的确降低了成本，实现了工业化的高效生产，为资本主义的繁荣提供了极其重要的动力，但其巨大的科学理性前提——将生产过程中的人都以“经济人”看待，人们“仅需工作，无需思考”，失去人的尊严——也带来负面效应。在实行泰勒制的工厂里，找不出一个多余的工人，每个工人整天都在重复某一步骤，就像机器一样，虽高效却毫无创意。电影《摩登时代》中喜剧大师查理·卓别林表演了流水线的工人每天重复拧螺丝，导致生活中也出现此机械动作，夸张但形象地讽刺了此种生

① 转引自[加]马歇尔·麦克卢汉著，何道宽译：《理解媒介——论人的延伸》，商务印书馆2000年版，第41页。

② 参见百度百科：生产方式。

③ 参见百度百科：泰勒制。弗雷德里克·泰勒认为，企业效率低的主要原因是管理部门缺乏合理的工作定额，工人缺乏科学指导。因此，必须把科学知识和科学研究系统运用于管理实践，科学地挑选和培训工人，科学地研究工人的生产过程和工作环境。泰勒创建了科学管理理论体系，这套体系被人称为“泰勒制”。1898年到1901年期间，泰勒在伯利恒钢铁公司将他的理论进行试验，并且大获成功。