

新闻传播学前沿译丛

李珮 / 主编

社交媒体 批判导言

SOCIAL MEDIA
A CRITICAL
INTRODUCTION

〔英〕克里斯蒂安·福克斯
(Christian Fuchs) 著

赵文丹
译

中国传媒大学出版社



新闻传播学前沿译丛

李珮 / 主编

社交媒体 批判导言

SOCIAL MEDIA
A CRITICAL
INTRODUCTION

〔英〕克里斯蒂安·福克斯（Christian Fuchs）著
赵文丹 译

常州大学图书馆
藏书章

中国传媒大学 出版社
· 北京 ·

Social Media: A Critical Introduction

Copyright © by Christian Fuchs

English language edition published in 2014 by SAGE Publication Ltd.

ISBN 978-1-4462-5371-9

Simplified Chinese version © 2018

by Communication University of China Press

图书在版编目(CIP)数据

社交媒体批判导言/(英)克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs)著;赵文丹译. —北京:中国传媒大学出版社,2018.5

(新闻传播学前沿译丛/李珮主编)

书名原文:Social Media: A Critical Introduction

ISBN 978-7-5657-2003-1

I. ①社… II. ①克… ②赵… III. ①互联网络-传播媒介-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 113853 号

新闻传播学前沿译丛

社交媒体批判导言

SHEJIAO MEITI PIPAN DAOYAN

著 者 [英]克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs)

译 者 赵文丹

策 划 编 辑 姜颖昶

责 任 编 辑 王 硕

特 约 编 辑 魏 征

装 帧 设 计 拓美设计

排 版 楠竹文化

责 任 印 制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号

邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528

传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 艺堂印刷(天津)有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 20.25

字 数 353 千字

版 次 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2003-1/G·2003 定 价 79.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

编 委 会

主 任:李希光 欧阳宏生

编 委:李希光 欧阳宏生 李 珮 罗小萍

李 韧 蒙晓阳 贺 艳 王 炬

陈笑春 裴永刚 屈永刚 赵文丹

主 编:李 珮

副主编:李 韧 罗小萍

中文版序言

20 世纪 90 年代中期以来,互联网的研究与互联网的发展是同时进行的,而自 2005 年以来,社交媒体得到了新的发展。社交媒体是一个有些模糊的术语,因为人们在脸书、推特和微博发明之前也在进行在线的沟通和交流。在西方,“社交媒体”和“网络 2.0”这些术语的出现与导致 2000 年美国互联网经济危机的数字资本主义的金融化有关。在那以后,投资者必须被说服才会对美国互联网经济进行新投资。创造社交媒体和网络 2.0 等新的意识形态流行语,就成为说服金融资本的意识形态战略的一部分。

自 20 世纪 90 年代以来,科技杂志《连线》(*Wired*)一直走在互联网新自由主义思想的前沿,它假定许多技术革命已经在现实中和网络中发生。在那些谈论技术革命的人看来,最新的趋势是大数据、物联网、云计算和正在改变一切的工业 4.0。作为一个马克思主义者,我从来不相信“互联网正在彻底改变社会”这样的说法。卡尔·马克思不仅是一位技术评论家和技术分析师,也是一位早期的技术社会学家。在《资本论》第 1 卷第 15 章(机械和大型工业)中,马克思(1867)对技术在现代化进程和资本主义中的作用进行了社会学分析。他强调现代技术的辩证特性(Fuchs 2016,第 15 章)。他之前在《资本论》的第一部手稿《政治经济学批判大纲》的《机器论片段》(*Fragment on Machines*)(Marx 1857/1958,690—714)中就提出了这种方法。与马克思的分析相比,《连线》杂志和受《连线》启发的互联网分析师,对技术在社会中的作用的分析都非常不客观且呈现单一维度。考虑到这种不加批判的主流互联网分析,我把开发一种替代性研究方法作为我的一个学术任务,这种研究方法使用黑格尔哲学、马克思主义理论和批判理论,可以称之为批判数字媒体研究或数字媒体与互联网的批判政治经济,目的在于批判性地理解数字和互联网在社会中的作用。《社交媒体批判导言》是该学术项目的研究成果之一。

我从 2011 年开始写作《社交媒体批判导言》，第一版在 2014 年初出版，以后还将出版第二版。本书旨在介绍如何使用批判理论来理解社交媒体。本书与你所读的有关社交媒体的许多书不同，它最重要的是希望提高读者在数字媒体时代的批判理论和批判性思维技能。本书已成为社交媒体方面最受欢迎的学术书籍之一，并被许多大学作为教师参考书和学生教科书采用。

社交媒体一直是当代社会的一个重要议题。我在唐纳德·特朗普成为美国总统几个星期之后为中文版撰写了这个序言。有人说特朗普是第一个推特和社交媒体总统。在我看来，他是第一个右翼极端主义推特总统。他的政治是资本主义、性别歧视、仇外民族主义和专制。他使用推特作为媒体来攻击所有他认为是敌人的人和所有批评他的人。我在最近对特朗普的一项研究中提出，特朗普成为总统是美国从新自由资本主义向专制资本主义转型的特征(Fuchs 2017)。在撰写该序言时，我对特朗普 6 个月内在推特上发布的所有帖子进行了分析。在美国与中国之间的国际关系方面，显然特朗普似乎认为，外交并不是试图在国家之间建立友好关系，而是使用推特作为公开攻击外交的一种形式，对个人政客、记者、艺术家，以及中国、墨西哥、古巴等国家进行长期攻击。特朗普的网上侵略性政治行为肯定是对世界和平的主要威胁。作为社交媒体专家，我给居住在西方以外的政治家和公民的最好建议是，不要直接响应特朗普的挑衅，避免模仿他的侵略性政治攻击式交往的形式，并建立一种不同于特朗普的交往形式。我们需要建立在尊重、聆听和理解基础之上的国际外交形式，以促进世界和平。沟通不只是为了促进理解，还是一种交际邂逅中表示尊敬的形式。建立信任、和平和理解也需要面对面的交流。当社交媒体与个人和组织的面对面交流相结合，它可以最好地用于促进社区间相互理解。我们需要思考和开发一种使用社交媒体以促进和平、理解、可持续性、民主社会主义和社会主义民主的新方法。唐纳德·特朗普的推特使用行为是为何不使用社交媒体的一个负面例子。《社交媒体批判导言》希望帮助读者思考如何否定唐纳德·特朗普的暴力、意识形态和侵略性社交媒体民粹主义的世界，从而推进这种社交媒体的新形式。

《社交媒体批判导言》主要关注于提供欧洲和北美对社交媒体的理解。其中的案例研究集中于脸书、谷歌、推特、维基百科和维基解密。对中国读者而言，一方面这些章节非常有趣，可以更好地了解社交媒体在西方的作用。另一方面，在阅读这本书时，你可以一直问自己社交媒体在中国的作用是什么，以及中国与西方社交媒体的共性和差异何在。这需要提出一个基础问题，即中国与西方之间的差异和共性是什么。在我看来，在这方面重要的是避免两个陷阱：(1)假设中国的社会和社

会交往与西方相类似；(2)基于一个中国例外主义假设来回答，假设中国与西方具有本质不同，不具有可比性。如果我们使用辩证主义思想作为思维工具，那么一般的社会学分析和专门的数字媒体社会学就为思考中国与西方的共性和差异提供了机会。

中国拥有世界上最多的互联网用户。根据统计，2016 年中国互联网用户数量超过了 7.2 亿。^① 同时期，美国约有 3.2 亿互联网用户。^② 在世界上访问量最多的网络平台排行榜中，百度网站位列第 4，腾讯网第 8，天猫网第 9，搜狐网第 11，淘宝网第 13，360 网第 18，新浪网第 21，京东网第 22，新浪微博第 30。这意味着，在世界上前 30 个最经常访问的互联网平台中有 9 个是中文网络平台。这些数据表明，互联网和社交媒体的使用在中国是非常重要的现象。从学术角度来看，中国社交媒体和互联网的研究无疑是一项非常重要的学术任务。批判政治经济和社会批判理论是加强这种理解的最合适的工具。因此，我想鼓励你在读这本书时，想想如何对中国的互联网和社交媒体进行研究。

谷歌、亚马逊和脸书是西方使用最广泛的三个互联网平台。百度、阿里巴巴和腾讯(有时统称为“BAT”)是中国互联网经济中的最大参与者。因此，西方与中国分别对应的是：搜索引擎(谷歌、百度)，在线购物(亚马逊、阿里巴巴)，社交网络(脸书、WhatsApp、QQ、微信)。鉴于这些相似之处，中国读者和西方读者都会提出一些有趣的问题：谷歌与百度之间的共性与差异是什么？亚马逊与阿里巴巴之间的共性与差异是什么？脸书与 QQ 之间的共性与差异是什么？WhatsApp 与微信之间的共性与差异是什么？要回答这些问题不仅仅需要了解技术，也需要社会学分析。它需要我们了解中国社会和西方社会之间的共性与差异，不可能三言两语就回答清楚。当读这本书时，你也可以给自己提出这些问题，并可以尝试着做出解答。

在媒体与传播研究中，全球媒体与传播研究领域的出现成为过去 20 年经济、社会和学术全球化的表现。但全球研究常常受到所谓的“方法论民族主义”影响：研究所谓的全球性现象，而全球性的特点就是在不同国家进行国家案例研究。这种方法并非本身有错，因为任何社会现象都具有国家、区域和地方特色。但同时，世界变得更加全球化，这意味着社会现象也具有一定的普遍性和全球性特征。在研究传播和数字传播时，全球媒体与传播下一阶段的发展方向是进行更多的比较

① <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia>

② <http://www.internetworldstats.com/list2.htm>

国际分析,例如:某些传播现象在世界的不同地区之间的共性与差异(如社交媒体、搜索引擎、在线购物、在线广告、大数据、物联网、云计算等)。这需要比较性的国际案例研究,以及从方法论民族主义向方法论国际主义的转变。

加拿大研究员达拉斯·斯迈思(Dallas W. Smythe)(1907—1992)一般被认为是传播批判政治经济学领域的创始人之一。他发展了近年来被社交媒体时代更新了的受众商品和受众劳动理论。这也是《社交媒体批判导言》的任务之一(Fuchs 2014,第4章,11章;Fuchs 2015,第5章;Fuchs, Fisher 2015;McGuigan, Manzerolle 2014)。斯迈思想要解释基于广告的媒体资本积累模式如何运作。脸书、谷歌、推特和类似的平台使用目标在线广告作为它们的资本积累模式。因此达拉斯·斯迈思的研究对现在而言仍有意义。

但达拉斯·斯迈思的兴趣不只是批判性地理解广告。他是传播政策分析和传播政治经济学的先驱。20世纪70年代初,斯迈思来到中国,为此写了一篇《自行车之后,是什么?》的文章(Smythe 1973)。那个时候彩色电视机被引入中国,他提出了一些关于电视在中国的问题:当电视开始成为中国更受欢迎的技术之后,接下来会发生什么?如何看待电视在中国的发展?中国电视和西方电视之间的共性与差异是什么?斯迈思对传播的非资本主义形式如何有利于“公共物品和服务……而反对作为个人与私人使用的商品和服务”非常感兴趣(Smythe 1973,243)。当他今天看到大数据如何为了目标广告成为一种商品被销售和被控制,他一定会进行批判。赵月枝(2007)在她的一篇文章《手机之后,是什么?》中认为,斯迈思提出的替代性的非资本主义传播的问题在今天仍然存在,在手机媒体和数字媒体时代仍然至关重要。《社交媒体批判导言》想要提醒读者提出关于社交媒体的同样的问题:社交媒体的“社交”意味着什么?斯迈思谈到的资本主义和控制机制如何破坏真正的社交社会和真正的社交传播的可能性?为了促进可持续的信息社会,我们的传播系统和社会在未来应如何发展?如何在传播技术的帮助下更好地推进共同利益和公共领域?在21世纪,如果社会主义代替资本主义则意味着什么?

克里斯蒂安·福克斯
伦敦

2018年2月18日

参考文献:

1. Fuchs, Christian. 2017. "Donald Trump: A Critical Theory-Perspective on Authoritarian Capitalism", *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 15 (1): 1-72.
2. Fuchs, Christian. 2016. *Reading Marx in the Information Age. A Media and Communication Studies Perspective on Marx's "Capital. Volume I"*. New York: Routledge.
3. Fuchs, Christian. 2015. *Culture and Economy in the Age of Social Media*. New York: Routledge.
4. Fuchs, Christian. 2014. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge.
5. Fuchs, Christian and Eran Fisher, eds. 2015. *Reconsidering Value and Labour in the Digital Age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
6. Marx, Karl. 1867. *Capital*, Volume 1. London: Penguin.
7. Marx, Karl. 1857/1858. *The Grundrisse*. London: Penguin.
8. McGuigan, Lee and Vincent Manzerolle, eds. 2014. *The Audience Commodity in A Digital Age: Revisiting A Critical Theory of Commercial Media*. New York, NY: Peter Lang.
9. Smythe, Dallas W. 1973. *After Bicycles, What? In Counterclockwise*. Boulder, CO: Westview Press.
10. Zhao, Yuezhi. 2007. After Mobile Phones, What? Re-Embedding the Social in China's "Digital Revolution". *International Journal of Communication* 1: 92-120.

作者简介

克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs)是英国威斯敏斯特大学教授,威斯敏斯特大学传播与媒体研究院院长,威斯敏斯特大学高等研究院院长。

福克斯在 2000 年获得维也纳科技大学信息学硕士学位,在 2002 年获得技术科学博士学位。他在信息学硕士研究生学习期间重点研究计算机如何改造社会的问题。2005 年到 2010 年,在萨尔茨堡大学先后担任助理教授和副教授。2010 年到 2013 年,担任瑞典乌普萨拉大学信息与媒体系特聘教授。2013 年以来,成为英国威斯敏斯特大学教授。

威斯敏斯特大学在媒体与传播研究方面历史悠久,可追溯至 20 世纪 70 年代。众所周知,一些威斯敏斯特大学媒体与传播学院的研究已经成为研究和推动传播政治经济学的先驱之作。克里斯蒂安·福克斯的研究兴趣在于数字媒体背景下批判政治经济与批判社会理论的应用与发展。他也是一位社会哲学学者和一位批判理论学者,他致力于研究发展马克思主义理论,以便能够批判性地理解当代社会。

福克斯是社会科学领域开放获取出版的先驱。他担任期刊《3C:传播、资本主义与批判》(*Triple C: Communication, Capitalism & Critique*)的编辑,关注批判传播研究中的文章。该期刊创建于 2003 年,是媒体与传播研究领域最早的开放获取期刊之一。福克斯还参与创建了威斯敏斯特大学出版社(UWP, <http://www.uwestminsterpress.co.uk>),该出版社也是一个开放获取的大学出版社。他主编了 UWP 系列著作《批判数字与社交媒体研究》。

福克斯目前是欧洲社会学协会(ESA)执行委员会成员和会议委员会主席,负责组织 ESA 2017 年年会“欧洲:资本主义、团结、主体性”。

关于克里斯蒂安·福克斯的详细信息和论文可访问 <http://fuchs.uti.at>。赫芬顿邮报上也有他关于数字媒体的博客:<http://www.huffingtonpost.co.uk/author/christian-fuchs1>。

目录

中文版序言	I
作者简介	I

第一章 社交媒体的批判导言是什么？ //001

004//1.1	社交媒体的社会性是什么？
008//1.2	批判性思维是什么及其为何重要
010//1.3	批判理论是什么？
018//1.4	批判理论方法

基础篇

第二章 社交媒体是什么？ //031

032//2.1	网络 2.0 与社交媒体
035//2.2	社会理论对于理解社交媒体的必要性
042//2.3	用涂尔干、韦伯、马克思和滕尼斯的理论解释社交媒体
047//2.4	结论

第三章 社交媒体作为参与式文化 //051

052//3.1	参与和参与性文化的概念
057//3.2	在线粉丝文化与政治

- 059//3.3 社交媒体与参与式文化
062//3.4 亨利·詹金斯与数字劳动
064//3.5 结论

第四章 社交媒体与传播权力

//067

- 069//4.1 信息时代的社会理论
070//4.2 网络社会中的传播权力
073//4.3 传播权力、社交媒体与大众自传播
080//4.4 占领运动中的传播权力
084//4.5 结论

应用篇

第五章 社交媒体的权力与政治经济

//093

- 094//5.1 社交媒体作为意识形态：参与式社交媒体假说的局限
099//5.2 资本积累的循环
101//5.3 资本积累与社交媒体
113//5.4 无偿劳动与强迫劳动
117//5.5 结论

第六章 谷歌：天使的还是魔鬼的搜索引擎？

//121

- 122//6.1 简介
123//6.2 谷歌的政治经济
128//6.3 谷歌主义：谷歌与意识形态
137//6.4 在谷歌工作
142//6.5 谷歌：上帝和撒旦在同一个企业
144//6.6 结论

第七章 脸书:监控威胁隐私? // 148

- 149 // 7.1 脸书的经济实力
- 151 // 7.2 隐私的概念
- 155 // 7.3 脸书与意识形态
- 158 // 7.4 脸书的隐私与政治经济
- 166 // 7.5 结论

第八章 推特与民主:新的公共领域? // 174

- 176 // 8.1 哈贝马斯的公共领域观点
- 180 // 8.2 推特、社交媒体和公共领域
- 184 // 8.3 推特中的政治传播
- 193 // 8.4 推特的政治经济
- 194 // 8.5 @尤尔根·哈贝马斯#推特#公共领域
- 196 // 8.6 结论

第九章 维基解密:我们能使权力透明吗? // 204

- 206 // 9.1 维基解密与权力
- 214 // 9.2 维基解密、自由主义和社会主义
- 218 // 9.3 维基解密、新闻媒体与替代性媒体
- 224 // 9.4 结论

第十章 维基百科:协作劳动与生产的一种新民主形式? // 228

- 230 // 10.1 共产主义思想
- 234 // 10.2 传播与马克思主义
- 236 // 10.3 维基百科的政治经济
- 240 // 10.4 结论

未来篇

第十一章 结论:社交媒体与其替代品 // 247

——走向真正的社交媒体

247//11.1 社交媒体现实:意识形态和剥削

250//11.2 社交媒体的替代品

258//11.3 走向真正的社交媒体和新社会

参考文献 // 260

索引 // 289

跋 // 306

第一章 / 社交媒体的批判 导言是什么?

WHAT IS A CRITICAL INTRODUCTION TO SOCIAL MEDIA?

重点问题

- 社交媒体的社会性是什么?
- 批判性思维意味着什么?
- 批判理论是什么以及为何相关?
- 我们如何运用批判理论?

关键术语

社交媒体	马克思主义理论
批判理论	批判政治经济学

》概 述

社交媒体(social media)的社会性是什么? 社交媒体平台如脸书(Facebook)、谷歌(Google)、YouTube 视频(YouTube)、维基百科(Wikipedia)、推特(Twitter)等的含义是什么? 权力是什么? 经济与政治是什么? 本书为社交媒体研究提供批判导言,带着以下问题批判性地向读者介绍理解社交媒体世界所需的概念:

第二章:社交媒体的社会性是什么?

第三章:参与式文化(participatory culture)的概念对于理解社交媒体的意义何在?

第四章:传播力与大众自传播(mass self-communication)在网络社会的概念对于理解社交媒体的用处何在?

第五章:社交媒体如何进行商业化运作?

第六章:谷歌作为全球领先的互联网平台与搜索引擎,其优势和弊端何在?

第七章:脸书作为全球最成功的社交网络,隐私与监督在其中扮演何种角色?

第八章:推特带来新的政治与民主形式了吗?带来政治公共领域(political public sphere)的复兴了吗?

第九章:维基解密作为全球最知名的在线监督机构,其致力于使权力透明的潜力何在?

第十章:维基百科作为全球使用最广泛的基于维基技术的在线百科全书,其典型特征——协作智力劳动的形式与原则是什么?

第十一章:我们如何才能达到以下愿景:社交媒体以服务于公平公正的世界为宗旨,在那个世界我们共同控制社会与传播。

本书为批判理解社交媒体提供了一个理论框架,用于在特定议题背景下讨论社交媒体平台:社会性(第二章),参与式文化(第三章),传播与媒体权力(第四章),政治经济(第五章),政治伦理(第六章),监督与隐私(第七章),民主与公共领域(第八章),权力与透明(第九章),协作(第十章),普通民众(第十一章)。

社交媒体与政治要求

2011年是抗议、革命与政治变革的一年,在这一年,世界各地的人民致力于实现他们各自的改变社会现实的梦想。威尔·古纳姆(Wael Ghonim)是脸书“我们都是萨伊德”网页的管理员,他说这个平台和其他社交媒体对埃及革命至关重要:“我总说如果你想解放一个社会……如果你想拥有一个自由的社会……这是革命2.0……每个人都在为革命做贡献。”^①与古纳姆相反,技术分析师叶夫根尼·莫罗佐夫(Evgeny Morozov)认为社交媒体不会带来革命:推特与脸书革命“天真地相信基于顽固拒绝承认其缺点的网络传播的解放本质”(Morozov 2010, 13)。在脸书上点击、上传、点赞和成为好友,会成为“懒汉行动主义”(slacktivism):“自我感觉良好的网上社会运动有的只是零政治与社会影响,它给那些参加‘懒汉行动主义者’活动的人一个幻想,只需加入一个脸书组织即可对全世界产生深远影响”

^① <http://technorati.com/politics/article/revolution-20-wael-ghonim-thanks-mark>, 2013年7月2日查阅。