



“21世纪的美国与世界”丛书

Series on the United States and the World in the 21st Century

重塑美国

美国新媒体社会的全面建构及其影响

周 笑 著



Remoulding America:

The Overall Construct of
American New Media Society and Its Impact



复旦大学出版社



“21世纪的美国与世界”丛书

Series on the United States and the World in the 21st Century

重塑美国

美国新媒体社会的全面建构及其影响

周 笑 著

Remoulding America:

The Overall Construct of

American New Media Society and Its Impact

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

重塑美国:美国新媒体社会的全面建构及其影响/周笑著. —上海:
复旦大学出版社, 2016. 12
(21 世纪的美国与世界丛书)
ISBN 978-7-309-12620-4

I. 重… II. 周… III. 传播媒介-研究-美国 IV. G219.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 250694 号

重塑美国:美国新媒体社会的全面建构及其影响

周 笑 著

责任编辑/孙程姣

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编: 200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143

上海华教印务有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 11.75 字数 300 千

2016 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-12620-4/G · 1654

定价: 38.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

复旦大学美国研究中心
“21世纪的美国与世界”丛书

主编 吴心伯（复旦大学美国研究中心）

编委（以姓氏笔画为序）

刘中民（上海外国语大学中东研究所）

宋国友（复旦大学美国研究中心）

陈东晓（上海国际问题研究院）

杨 毅（国防大学）

信 强（复旦大学美国研究中心）

徐以骅（复旦大学美国研究中心）

黄 平（中国社会科学院欧洲研究所）

黄仁伟（上海社会科学院）

崔立如（中国现代国际关系研究院）



PREFACE

丛书总序

复旦大学美国研究中心推出的“21 世纪的美国与世界”丛书，旨在深入研究进入 21 世纪以来美国在政治、经济、社会、文化等诸方面的发展变化，美国在世界上的地位和影响力的变化，美国与世界关系的变化，以及这些变化所带来的复杂影响。

21 世纪是世界加速变化的世纪，对于美国来说尤其如此。进入 21 世纪以来，美国政治极化的加剧使得美国政治机器的运行成本上升，效率下降，公众和精英对美国政治制度的信心大打折扣。一场突如其来的金融危机和经济危机使美国经济遭受了 20 世纪 30 年代大萧条以来最严重的打击，经济复苏缓慢而乏力，就业形势空前严峻。贫富差距的增大、贫困人口数量的上升使得以中产阶级为主的社会结构面临巨大挑战，“茶党运动”和“占领华尔街运动”的兴起宣泄着来自左右两端的不满。美国向何处去，这是一个重大的问题，答案只能向未来寻找。

进入 21 世纪以来，美国在世界上的地位和影响力也在发生重要变化。在 21 世纪第一个十年里，美国占世界经济的比重从 30% 左右下降到 20% 左右，美国的国际经济优势在下降。阿富汗战争和伊拉克战争使美国在军事上付出了巨大代价，也削弱了美

国的战略优势。中国、印度、巴西等新兴国家的快速崛起和俄罗斯的战略复兴,加速了国际政治格局的多极化趋势,美国在后冷战时代一度在国际事务中操控全球的好景不再。虽然在可预见的将来,美国仍将是世界综合实力最强的国家,但美国的优势地位和国际影响力都在不可避免地逐步走低,在某些情况下甚至会加速下滑。可以肯定的是,21世纪美国在世界上的地位和影响力将远逊于它在20世纪创造的纪录。

就美国与世界的关系而言,奥巴马的执政意味着重要调整的开始。奥巴马总统不仅致力于结束旷日持久而代价高昂的伊拉克、阿富汗战争,而且要为美国介入世界事务制定新的准则。美国要更多地依赖外交等非军事手段处理外部挑战。要尽力避免在海外开展大规模的军事行动,除非面对的问题关系到美国的重要利益,并且这个问题是可以用军事手段解决的。美国的盟友应该加强自身力量,在处理它们面临的各种挑战中承担更大的责任。对于新兴大国,要更多地利用国际机制和国际规范来影响它们的行为。在很大程度上,奥巴马开启了美国的战略内向进程。这不仅是由于两场不成功的战争的影响,而且也是基于对美国自身力量变化以及国际力量对比变化的思考的结果。

美国的上述变化无论是对自身还是对世界都将产生重大影响。对中国的美国研究者来说,及时、深入和全面地研究这些变化,将使我们更好地把握美国以及世界的发展趋势;客观、准确地分析这些变化所产生的种种影响,有助于我们妥善应对外部环境的变化。在21世纪,中国的力量将进一步增长,国际影响力会大大提高,这是毋庸置疑的。但是在新的时代环境下,中国如何发展自己的力量,如何发挥国际影响力,对这些重大问题的思考需要我

们拥有开阔的视野、远见和敏锐的思维,而深入、系统地研究 21 世纪美国与世界将对此大有裨益。

复旦大学美国研究中心向来注重对当代美国政治、经济、社会以及对外关系的研究,一些研究成果得到国内外学术界的重视和好评。出版这套丛书,既反映了我们长期以来的学术关注,也是要为国内美国研究界提供一个展示和交流的平台,欢迎学界同仁积极为这个平台提供相关的优秀研究成果,共同推动对 21 世纪美国的深入研究。同时,也真诚地希望大家为这套丛书的成长献计献策。

吴心伯

2014 年 7 月于复旦大学



FOREWORD

前言

网络经济现在及未来的演进路径和战略方向,是逐步建构以“一人一价一物”为最高目标的高度个性化、定制化的新经济形态。这是由智能化互联网和物联网的“点对点”传播模式及平台化网络形态所驱使和决定的。独立社会个体在这一演进过程中,不断扩展自己的社会关系半径和社会行动力。更重要的是,社会个体在逐步学习如何更好地通过网络平台实现互利共享,将个体持续增长的社会关系半径和社会行动力最直接地连接成全国性、全球性的关系网络和力量体系,最大限度地剔除任何不必要的中介组织与中介环节,把供需两端的距离缩到最短,让“我”的需求直接面对“我”的供给者,把排斥个性化和人性化要求的价值标准和产业体系逐步淘汰,渐进到高度定制化的个性经济时代。这也意味着每一个人在为自己和他人谋求福利的同时,也在齐心协力推进网络社会的技术型自治,进而必然地从经济形态变革导向政治和文化形态的变革,三者同步实现转型乃至重构,最终实现“人-人经济”“人-人政治”“人-人文化”共振下的“人人社会”。

公私合域,在某种程度上,成为“人人社会”的现实前提。

现阶段，社会化媒体正在全力拓展公共领域与私人领域的全面融合，笔者称之为“公私合域”。当网络空间里的个人隐私逐步被公私合域所覆盖，是否意味着社会个体的人均物质财富会同步减缩，成为某种新形态的社会公共资产？比如：所有权不再是焦点，重点落在社会化使用权的智能无人驾驶公用汽车。毕竟，物质财富始终受着信息财富的支配。社会化媒体的共享平台，在全面重构信息财富流通和分配方式的同时，必然会改变物质财富的流通和分配方式。如果这成为未来社会发展的必然趋势，那么无论是机构还是个体，越早了解和顺应这一趋势，无疑将赢得更大的发展潜力和竞争优势。

社会化媒体开启的这场社会变革，才刚刚揭开序幕。它真正的目的是个人、国家、企业和其他一切利益主体的全面平等。在经济领域，这意味着高度个性化的“一人一物一价”将成为常态；在政治领域，这意味着根植于个人真实意愿的绝对民主会逐步普及；在文化领域，这意味着真正独特的创想都将有机会实现。

这样的世界，就在不远处。但如果你我只是静候而不是努力参与这一变局，它也可能永远止步于远方，无法走进现实。

非常感谢复旦大学美国研究中心提供了这次珍贵的跨学科研究的机会，让我得以从国家文化这一宏观而又无微不至的视角，来观察美国新媒体社会中正在发生的深刻变化。特别感谢刘永涛教授不厌其烦地修改书稿，提出大量从书稿结构到文字文风的修改意见，使得书稿得以不断完善。此外，诚挚感谢美国研究中心的吴心伯教授、信强教授和宋国友教授对我的信任，并从不同角度向我阐释国际关系的学科范式，以促使我更好地融合新闻传播与国际关系的学科差异，并最终同意将本书纳入“21 世纪的美国与世界”丛书。

在本书成稿前，我就有幸得到了复旦大学出版社邬红伟先生和

孙程姣女士的悉心帮助,在此表示满满的感谢。最后的谢意,呈现给我已入古稀之年的母亲汤春芳,以及因病未能看到本书出版的父亲周宏栋。他们不仅在生活上给予我无微不至的关心与支持,还多次逐字逐句地校对本书的核心章节,从不吝惜任何形式的鼓励和鞭策。

周 笑

2016 年 10 月



CONTENTS

目 录

绪 论	1
第一章 社会化媒体的深刻影响	6
第一节 社会化媒体：人人可“信”的社会	6
第二节 如何理解社会化媒体经济	22
第三节 解构和重构中的社会机体	39
第二章 社会化媒体的特殊价值形态与价值创造	53
第一节 社会化媒体的价值基石：社会化信息福利	53
第二节 社会化媒体的价值独创：社会化企业	67
第三节 社会价值的希望之所与薄弱之处	76
第三章 如何理解新媒介生态中的美国国家文化	85
第一节 国家文化的内涵浅析	85
第二节 理解美国的国家文化	90

第四章 美国的“人-人经济”	106
第一节 基于社会化媒体的互联网金融：撼动经济 大格局	107
第二节 超大规模共享型垄断：重塑美国经济结构	118
第三节 变局中的美国经济	127
第五章 美国的“人-人政治”	142
第一节 新媒体总统：奥巴马与社会化媒体的互利合作	142
第二节 冲突中的新融合	152
第三节 社会化媒体、国家、个人之间的合作与博弈	190
第六章 美国的“人-人文化”	197
第一节 “有益的冲突”孕育“思考的大多数”？	198
第二节 人-人文化中的价值观融合与冲突	204
第七章 社会化媒体重构美国国家文化的实案分析	220
第一节 超规模垄断下的平台融合：平台经济的边界 在哪里？	220
第二节 基于社会化媒体的新媒体医疗	241
第三节 基于社会化媒体平台的高校教育创新者	247
第八章 社会化媒体带来的美国国家文化新格局	256
第一节 新格局中的“大社区”与“小国家”	256
第二节 “主流”的淡化或转化？	276

第九章	美国新媒体社会如何连接中国?	293
第一节	美国社会化媒体巨头: 中国市场的“旁观者”	293
第二节	理解中国 接受中国	302
第十章	社会化媒体文化中的国家、企业和个人	324
第一节	社会化企业从开放走向封闭: 向商业化妥协?	324
第二节	社会化企业与政府在合作中对抗	326
第三节	科技巨头加剧了美国的阶层分化和拜金主义?	340
结语	社会化媒体带来的是全面重构	352
主要参考文献		356

绪 论

数字化互联网络具有技术、人文和自然三种迭进状态的不同属性。社会化媒体成为这一迭进过程中首个重要的历史节点,让我们的理性和感性第一次能同时触碰到三种不同属性的深度融合。在这一节点之后,我们将不会再把数字网络当作他者来看待,而由此成为人类自我的一部分。

社会化媒体能成为这个关键的历史性节点,远不止于创新性技术的推动,而是因为它在点对点互动传播的网络结构之上,建构起了以“人-人”结构为核心的、自下而上的大规模开放平台,让每个人都有机会在日常生活中,以微观状态的一言、一行来触动整个宏观社会,从而使社会化媒体具有了鲜明的人文情怀和强烈的价值追求。这也正是我对它从关注到关爱的真实动因。

社会化媒体开启了对金字塔层级结构的改造和替代进程,改变了市场创新活动的单一化目标,使企业行为不再仅仅局限于盈利,而是自觉地更加注重社会价值的创造。它还代言着对不确定性的高度尊重与信任。它吸引,同时也迫使人们学会欣赏简单,引导人们乐于接受微变化并善于提供微贡献,愿意用免费的方式向他人让利,以营造更大规模的社会化价值分享平台。这一切变化,已深入地浸润到社会群体的价值观形态当中,拉开了国家文化全面重构的序幕。

这些故事,源起于美国,一个裂变中的美国。

在故事的另一面,我们看到社会化网络平台带来了速度更快、规

模更大的财富集中，无形中加剧了已然很危险的贫富分化。平台经济所倡导的价值分享，也同时带来了隐私的透明化和商业化。网络用户个人行为印迹的删除变得越来越困难而且昂贵，大量个人隐私信息积累出了巨量的社会数据资产，并成为危险的增量权力。众多利益宿主对这一增量权力的全力追逐，已使得诸多领域处于失控状态的边缘。国家对此以法律为主要手段的管治，早已跟不上技术的创新速度和市场的拓展速度。更何况，国家也有充分的动机参与分享这一增量权力。于是，越来越依赖于社会化媒体平台的网络民众，几乎是无可避免地被卷入了系统危机的最中心。

9·11之后，美国政府的权力在短期内极度膨胀，国民经济增速放缓，最具美国特色的经济、文化多元性被迫收窄，贫富差距扩大，国际影响力有所减退。这一系列变因导致民众和政府都强烈渴望一场建设性的社会变革。这种与日俱增的渴望，在新媒体技术的推动下，促成了美国经济、政治和文化一次非常广泛、深入而又极具理性的合谋，社会化媒体借此建构出了超过10亿用户的全球性超大规模共享型垄断，滋养出一大批“人人为我，我为人人”的新型社会化企业，永久性地改变了美国经济、政治和文化的底层结构，带来了指向直接民主的意识形态和有着强大技术支撑的社会网络。不过，这一深刻社会变革的继续推进，需要经济、政治和文化更进一步的融合驱动。美国能否持续提供这种共同驱动力，渐成疑问。

笔者带着对这个疑问的深度好奇，展开了研究，并提出了以下三类问题。

一是如何理解美国以社会化媒体平台为核心的新媒体社会。

二是如何理解新媒体社会如何从内在结构到外化表象深刻影响和改变着美国国家文化，进而提炼出“人-人经济”“人-人政治”和“人-人文化”的观察和分析视角。

三是如何基于具体而典型的案例解析，来探索以社会化媒体为核心的新媒体社会，如何全面重构美国的国家文化。

随着研究进程的展开，笔者对社会化媒体的偏爱有了更多的理

性,从现象到本质,逐步梳理出变化的逻辑与轨迹:首先是信息传播模式,然后是经济运行模式,最终是文化衍生模式。重构的实质是信息福利和公共利益的增量创造,以及所创造的增值价值在全社会范围内的重新分配。

当然,最令笔者着迷的,是社会化媒体在每一步变化中,对人本身的改变!

人的行为与观念,人与人、人与人造物、人与自然的关系,都在社会化媒体要改变的名单之列。无论它目前显得多么幼稚、多么世俗、多么贪婪、多么庞大、多么可怕,它比已经存在的任何商业、政治和文化体都更本然地贴近公众利益,它最终要触及的和深刻重塑的是整个世界公权与私权的博弈方式。它有可能赋予社会个体从未有过的直接民主。尽管大多数情况下,这仍只限于一种现实假设,而且必然会伴随着大规模的社会动荡。2011年以来的埃及,就是一个远未结束的先例。不过,这或许是社会化媒体成长的必由之路。

绝大多数人无论是否乐意,或为了利益,或为了理想,终将成为社会化媒体的支持者。

社会化媒体已经创造了边际效益递增的全新增值方式和全新经济形态,并附带着超规模的扩张与垄断。比如谷歌(Google,其母公司现已更名为 Alphabet)就曾一度占领欧洲 90%以上的网络搜索市场,而脸谱(Facebook)则引导着全球三分之一左右的公网视频流量。它们的成长见证了传统经济学供需曲线和量化模型的屡屡失效,并使得越来越多传统经济的规制工具束手无策。

美国第一位黑人总统贝拉克·侯赛因·奥巴马(Barack Hussein Obama)在白宫款待美国信息产业的巨头们,脸谱和谷歌的执行总裁均成为重量级座上宾。中国总理李克强会见“三马”,盛赞马云为中国经济和中国社会作出的创新与贡献,这些都充分展现出社会化媒体与日俱增的经济、政治和文化影响力。

不过,任何事物都需要辩证地来观察和分析。笔者在好感之外的任何犹疑和价值模糊,也都在本书中以更加强烈的方式作出了明

确表达。

在研究过程中,笔者通过各种渠道在国际学术界寻求支持与帮助,也确实从众多研究社会化媒体对经济、政治、社会文化的作用与影响的学术成果中获得了灵感与启示。

事实上,国内外学术界直接针对社会化媒体(social media)与国家文化(national culture)之间的关系所进行的研究确实不算多。笔者在JSTOR(*Journal Storage*)、SCOPUS、OCLC、FirstSearch、中国知网、万方数据、PQDT 学位论文网上,以“社会化媒体”和“国家文化”作为关键词进行搜索,精确结果几乎为零。在模糊结果中,有效搜索结果主要涵盖社会化媒体与国家政治生态、社会化媒体对商业生态的影响、社会化媒体对社会文化模式和用户行为模式的影响等内容。

毫无疑问,众多不同角度的研究成果都表明,社会化媒体革命性地改变了人与人之间的沟通方式与信息传播效率,深刻地扰动了社会文化的积累方式和展现方式,加速了文化形成所必需的社会价值共识过程,提升了弱势文化进行大众化传播的可能性,客观上保护了文化多样性。不过,我们同时也看到,始终有志于为全球用户利益服务的谷歌、脸谱等社会化媒体巨头,在股权结构越变越复杂的过程中,依稀显露出商业化渐重的引子。

由于本书的研究是在社会化媒体快速发展变化的过程中进行的,因此很多时候只能追随着现象,在种种现象的层叠与彼此间狭小的缝隙中,梳理出理性思考的空间。这就更需要有一个牢固的理论基点。在本书中,这个牢固基点同时也是本书最核心的概念与价值标准,它就是社会化媒体内生性的“社会价值”。这一社会价值在本书中具有最重要、最广泛的针对性和约束力。

其一,社会价值指社会化媒体公司凭借数字网络的技术优势向全社会提供的技术红利或者说信息福利,让曾经的有价或高价的服务与商品,逐步变成免费或微价的服务与商品,让更多普通大众有机会接触和享受到数字网络的便利。比如,免费的电子邮件和开源的