



网络与新媒体传播核心教材系列

丛书主编 尹明华 刘海贵

互联网与全球传播： 理论与案例

沈国麟 等著

丛书序

尹明华 刘海贵

互联网对新闻传播业的影响之深、之大、之广，我们有目共睹。不仅业界深感忧虑，学界亦坐立不安。互联网的迅猛发展甚至引发了国家层面的系列行动，如互联网+战略、工业 4.0 计划等，旨在在新的环境中谋求长治久安之道。

就新闻传播教育来说，2011 年教育部开始启动新的专业建设，如网络与新媒体专业、数字出版专业等，短短五六年，前者已经超过百家。

然而，招生容易，培养不易。从全国范围看，新的专业面临着三难：课程不成体系、教材严重滞后和师资非常匮乏。以复旦大学新闻学院为例，近几年来，通过充实教师队伍、兴建新媒体实验室、资助新的研究项目等手段，尽管情况有所改善，但面对快速变化的网络和新媒体实践，仍然有些力不从心。

如何破解互联网所带来的冲击？面对这一时代命题，作为教育战线工作者，我们认为，以教材优化驱动课程升级，以课程升级带动教学改革，应该是一条良策。基于这一设想，我们推出了“网络与新媒体传播核心教材系列”丛书。

经过审慎细致的思考和评估，这套教材的编写遵循四个原则。

第一，系统性。表现在两个方面：一方面，整个系列既包括理论和方法教材，也包括业务操作教材，兼顾业界新变化；另一方面，每种教材尽量提供完整的知识体系，摒弃碎片化、非结构化的知识罗列。

第二，开放性。纸质教材的一大不足就是封闭化的知识结构，难以应对快速发展的网络与新媒体实践。为此，在设计教材目录之时，将新的现象、



新的变化以议题的方式列入其中,行文则留有余地,同时配以资料链接,方便延伸阅读。

第三,实践性。网络世界瞬息万变,本系列尽量以稳定和成熟的观点为主,同时撷取鲜活、典型的案例,以贴近网络与新媒体一线。

第四,丰富性。从纸质教材到课堂教学,是完全不同的任务。为方便教师授课,每本教材配套有教材课件、案例材料和延伸材料。

万事开头难,编著一套而且是首套面向全国的网络与新媒体教材丛书,任务艰巨,挑战很大。但是,作为全国历史最悠久的新闻学院之一,我们又有一种使命感,总要有人牵头来做这件事情,为身处巨变之中的新闻传播教育提供一种可能。这种责任感承续自我们的前辈。

早在1985年,复旦大学新闻学系(新闻学院前身)就在系主任徐震教授的带领下,以教研组的名义编写出版了一套新闻教材,对于重建新闻传播教学体系影响深远,其中的一些品种在经历了数次修订后,已经成为畅销不衰的经典教材。

参加编写这套网络与新媒体核心教材系列丛书的人员,来自复旦大学新闻学院的10位教授、3位副教授等,秉承同样的传统和理念,他们尽己所能为新时期的新闻传播教育贡献智慧。我们不敢奢望存世经典,只期待抛砖引玉,让更多的专家、学者参与其中,为处于不确定中的新闻业探索未来提供更明晰的思考。

前言

2017年3月21日,爱彼迎(Airbnb)公司联合创始人兼 CEO 布莱恩·切斯基(Brian Chesky)来到中国,并发表了他在中国的首个公开演讲。在演讲中,他分享了自己的创业故事,并且重点介绍了爱彼迎这个网站所代表的分享经济模式。这个全球互联网旅行平台目前在全球 191 个国家和地区超过 6.5 万座城市拥有 300 多万房源,在全球拥有用户超过 1.5 亿人。这些数字每周都在增长。这样的全球互联网平台能够让全世界尤其是“80 后”“90 后”这一代旅行者,以全新而独特的方式体验世界各地的风土人情。

互联网刚刚普及的时候,新闻传播学界还在讨论互联网作为一种媒体如何如何,而如今,互联网已经不仅仅是传统媒体的一种扩展,而是全社会的基础设施。截至 2016 年,全球有 73 亿 7 700 万手机用户,36 亿 5 400 万移动互联网活跃用户,47.5%的家庭拥有电脑,52.3%的家庭接入互联网,47.1%的人能上网^①。现在我们很难想象去到一个没有电的地方,将来我们会难以想象去到一个没有互联网的城市。互联网为整个社会提供了一个操作系统,将来的人类如果不在这个操作系统里进行各种社会活动,将会变得寸步难行。

卡斯特用网络化社会来形容 20 世纪末 21 世纪初人类社会的结构性变化。互联网的发展也不断验证着他的这一观点。网络化社会不仅意味着人们交往工具的转型,更意味着整个社会结构的转型。信息与网络技术不仅被当作各行各业改革的工具使用,而且还影响了整个社会的权力分配。

^① “ICT Facts and Figures 2016”, [http://www. itu. int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default. aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx), 2017-6-1.



随着互联网的不断普及,互联网也不断展现出它的全球性。网络社会是全球化的社会。最初以军事目的发展的网络一投入民用,就展现出巨大的商业价值。只有让更多的人接入网络,才能有更多的用户,才能有更大的商业价值——凭着这样的商业逻辑,互联网公司把互联网延伸到世界各个角落。互联网使得人们互相之间的交流和联结变得更加容易。原先的国际传播主要指的是国家与国家之间的信息传播,但在互联网时代,国际传播被全球传播所替代,个人、非政府组织、跨国企业等正在突破国界限制,构成了全球传播的图景。

在这里要提醒读者,虽然本书以互联网为研究对象,但也并不认为互联网改变了一切。卡斯特本人也说:“不要轻易变得乐观或者悲观,一次真正的政治生活的巨变并没有显示出来。网络还远没有普及,而使用者中也只有一小部分做着一些看起来似乎和公共领域有关的事。……社会是一个复杂系统,充满了各种因果互动,以出人意料的方式塑造和扭曲技术的用途。所以,仅仅因为出现了一种新的传播技术,哪怕像互联网这样具有革命性的新技术,我们也不能轻易地得出结论,认为一切都将改变。”^①全球依然有许多人吃不上饭,上不了学,日均消费在 1.9 美元^②以下。数字鸿沟把一部分人阻挡在了互联网之外。

本书聚焦互联网与全球传播的关系,一共分为九章。第一章探讨全球传播的概念和主题,展现互联网对全球传播和网络化社会的影响,关注技术发展的不平衡导致的全球数字鸿沟。

第二章关注在新闻传播日益全球化的时代语境下,互联网对全球新闻传播产生的影响,探究全球的新闻机构面对互联网的挑战采取了怎样的策略,以及这些策略和变化给全球新闻传播带来了怎样的影响。

第三章讨论互联网时代下的国家形象塑造,阐述国家形象的内涵和适用范围,展现传统媒体时代国家形象传播与传统媒体之间的关系,比较国家形象传播在传统媒体和网络新媒体上的差别,并探讨互联网时代的公共外交,详细分析社交媒体时代的公共外交形态和特征。

① [西]曼纽尔·卡斯特、马汀·殷斯:《对话卡斯特》,徐培喜译,社会科学文献出版社 2015 年版,第 31 页。

② 世界银行的国际贫困标准。

第四章探讨互联网对全球经济的宏观影响,包括信息产业对全球知识社会产生了怎样的影响,互联网与全球数据流、资金流和物流之间的关系,描述互联网经济的新形态,介绍跨国公司是如何在互联网上进行全球营销的。

第五章论述互联网与全球公民社会的关系,总结互联网环境中全球运动的特点,系统地梳理网络黑客和跨国恐怖主义组织如何运用互联网来传播其理念、招募志愿者,甚至在全球推动危险的政策议程。

第六章讨论互联网环境中的跨文化符号,探讨互联网环境中的个人与群体,描述互联网环境中跨文化传播呈现出的新特点。

第七章介绍全球化背景下的健康传播,探讨互联网环境中全球健康传播呈现出的特点,展示互联网推动全球健康传播模式的变革。

第八章探讨环境传播是如何在全球化背景下兴起的,互联网时代下全球环境传播的特点,总结在互联网环境中环境传播是如何发生并产生全球影响的。

第九章关注互联网时代的数据主权问题,探讨互联网时代下信息安全的新特征,从政治、经济、军事、文化四个方面展现互联网信息安全的表现形式,叙述各国维护信息安全的法律政策,展现各国对互联网信息安全的重视和努力,最后,提出全球网络治理新秩序的理想图景。

与其他探讨国际传播的书籍不同的是,本书所关注的议题更广,并且力求以平实易懂的语言帮助读者全面把握互联网出现后全球传播方方面面的变化。另外,本书在行文中还配备了几十个案例,便于读者更好地理解本书所要探讨的议题。

本书是团队合作的结果。沈国麟负责全书的筹划组织、框架拟定和文字润色。各章的作者依次为:第一章(沈国麟)、第二章(邹烨)、第三章(沈国麟、马绍炎、巩辰卓)、第四章(刘妮)、第五章(张畅)、第六章(王媛媛)、第七章(彭坤)、第八章(沈国麟、彭坤)、第九章(沈国麟、马绍炎)。

目 录

案例目录	1
前 言	1
第一章 全球传播中的互联网	1
第一节 全球传播：概念和主题	1
第二节 全球传播的互联网时代	5
第三节 全球数字鸿沟	12
第二章 互联网与全球新闻传播	18
第一节 国际新闻的发展历程	18
第二节 互联网环境中的全球新闻特征	21
第三节 互联网环境下全球媒体机构的革新	28
第三章 互联网与国家形象	36
第一节 互联网时代下的国家形象塑造	36
第二节 互联网时代的公共外交	47
第四章 互联网经济与全球传播	56
第一节 互联网对全球经济的宏观影响	57
第二节 互联网经济新形态	61
第三节 跨国公司互联网营销	69



第五章 互联网与全球社会运动	77
第一节 互联网与全球公民社会	77
第二节 互联网环境中全球运动的特点	83
第三节 互联网与全球恐怖主义	91
第六章 互联网与跨文化传播	98
第一节 互联网环境中的跨文化符号	98
第二节 互联网环境中的个人与群体	103
第三节 互联网环境中跨文化传播的特点	111
第七章 互联网与全球健康传播	116
第一节 全球化背景下的健康传播	116
第二节 互联网时代全球健康传播的特点	118
第三节 全球健康传播模式的发展与变迁	124
第八章 互联网与全球环境传播	132
第一节 全球化环境下的环境传播	132
第二节 互联网时代全球环境传播的特点	135
第九章 全球网络信息安全与治理	144
第一节 互联网时代的数据主权	144
第二节 互联网环境中的信息安全	151
第三节 各国对网络空间安全的维护	157
第四节 全球网络治理新秩序	165
参考文献	175

案例目录

案例 2-1: 英国《卫报》	30
案例 2-2: 《赫芬顿邮报》	31
案例 2-3: Facebook 的新闻策略	33
案例 3-1: 英国前首相卡梅伦开通新浪微博	42
案例 3-2: 中国“十三五”宣传神曲	43
案例 3-3: 大堡礁“世界上最好的工作”	45
案例 3-4: 美国社交媒体外交的运行机制	50
案例 4-1: 阿里巴巴	64
案例 4-2: PayPal	68
案例 4-3: Uber 在中国的营销	71
案例 4-4: 星巴克在全球的互联网营销	73
案例 5-1: 伦敦骚乱	80
案例 5-2: 占领华尔街	84
案例 5-3: 乌克兰女权运动	86
案例 5-4: 乌克兰危机	88
案例 5-5: “伊斯兰国”(ISIS)的网络招募	95
案例 6-1: 维基百科	100
案例 6-2: 全球在线教育	102
案例 6-3: 弹幕文化	106
案例 6-4: 《疯狂动物城》的全球传播	109
案例 6-5: Netflix 基于数据分析的文化产品	113
案例 7-1: 谷歌流感趋势	123



案例 7-2: ALS 冰桶挑战	126
案例 7-3: 埃博拉病毒防治的全球传播	128
案例 8-1: “世界地球日”的环境传播	134
案例 8-2: 环保博客	136
案例 8-3: 绿色和平组织的互联网全球传播	139
案例 8-4: “地球一小时”全球环保运动	141
案例 9-1: 斯诺登披露美国政府“棱镜计划”	155

全球传播中的互联网

网络化社会是一个全球化的社会。互联网技术不仅为全球传播提供了技术保障,更重要的是赋予了每个人全球传播的能力和从世界各地接收信息的可能。互联网使得全球形成了一个信息传播交换的网络,让“地球村”变成现实。

本章首先探讨全球传播的概念和主题;其次探讨互联网对全球传播和网络化社会的影响;最后,本章关注技术发展的不平衡导致的全球数字鸿沟。

第一节 全球传播:概念和主题

一、从国际传播到全球传播

全球传播(global communication)指在全球范围内多种主体,如政府、媒体、企业、社会组织和个人等参与的信息传播行为和过程。美国学者霍华德·H. 弗雷德里克(Howard H. Frederick)在1993年提出了全球传播这一概念:“过去几十年,我们一直称国际传播,其定义本身就把民族国家放到了很高的位置,但‘全球传播’则涵盖了地球上所有的信息通道。”^①全球传

^① Howard H. Frederick, *Global Communication and International Relations*, Wadsworth Publishing Company, 1993, p. 270.



播不同于国际传播(international communication),它的内涵比国际传播更广大。从发展传播学到媒介帝国主义,国际传播学都是以民族国家为分析单位。国际传播学者不管是关注发达国家对于发展中国家的传播技术输出,帮助发展中国家致力于国家发展,还是关注西方发达国家利用传播技术,建立自己的文化和传播霸权,其根本还是关注国与国之间的关系,强调一个国家(或一些国家)对另一个国家(一些国家)的影响。但在全球传播中,民族国家不是唯一的分析单位。除了国家(政府)之外,个人、企业、国际组织等都成为传播主体,而且把全球视为整体的信息生产、传播和消费的场域。与国际传播相比,全球传播更能涵盖所有信息通道,而且国内与国外的传播界限也将趋于模糊。

全球传播在全球化的背景下出现。全球化是伴随着人类社会发展而出现的现象和过程,指的是人类的全球联系不断增强、人类的相互依存度不断增大,特别是资本主义在西欧的出现,以致资本在全球扩张,推动了全球市场的形成。20世纪90年代以来,随着交通、通信技术的不断革新,人类的政治、经济、社会和文化在全球规模的基础上相互联结和革新发展,全球化业已成为各国所重视的对象,也成为各个学科研究的热门名词。关于全球化的论述自20世纪90年代开始,逐渐成为西方学界乃至国际学界的“显学”。全球化被描述为全球范围内相互作用和相互依赖的强化^①。这种强化在国际政治、国内政治、经济、金融、贸易、社会、文化等各个领域都是可见的。归纳而言,全球化意味着远距离的联系、互相依赖的升级、边界消失的世界、全球整合、地区间权力的重新调整、全球条件的觉醒和国际权力关系的加强^②。全球化是多维度的,它是社会现实的一种描述,是建构社会事实的一种话语,也是社会变化过程的一种解释,甚至是社会进步的一种价值观。

^① Giddens, A., *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity, 1990; Thompson, J. B., *The Media and Modernity*, Cambridge: Polity, 1995; Robertson, R., *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage, 1992; Albrow, M., *The Global Age*, Cambridge: Polity, 1996.

^② David Held & Anthony McGrew, *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate. Second Edition*, Cambridge: Polity, 2000. p. 3.

全球化再造了人类的信息传播,而新的信息传播技术又推动了全球化的过程。与以往的国际传播相比,全球传播有以下几个特征:

1. 传播技术具有全球性

新的信息技术如卫星电视和互联网的发展,不管在空间的广度,还是在时间的速度上都远远超过传统的传播技术。在互联网时代,在家里轻触鼠标就能够与天涯海角的朋友交流,这是 20 世纪 90 年代以前的传播时代不可想象的。

2. 跨国传媒集团的出现使得信息产品在全球得以传播

20 世纪 90 年代以后,出现了一大批跨国传媒集团,如时代华纳、新闻集团等。到了互联网时代,又出现了一批跨国信息科技集团,如亚马逊、谷歌公司等。这样的跨国集团加速在全世界的资产布局,使得信息产品在全世界范围内进行生产、销售和发行。

3. 全球传播的参与主体越来越多元化

在国际传播时代,跨国间的信息交流主体还是各国政府。政府希望通过各种传播手段,向国际受众表达自己的外交意图,影响国际社会对自己的看法。而在全球传播时代,企业、跨国媒体、社会组织和个人都不同程度地参与到全球化的过程中来,这些主体都可以运用便捷的传播手段进行跨国信息交流,使得全球传播比国际传播更加多元复杂。

全球化具有多种维度和多种动因,是一个既同一又混杂的社会过程。这也恰恰是全球传播的特点。国家依然是全球传播的重要单位,但相比于国际传播,全球传播中的国家有了更多的内涵和外延。在全球传播时代,国与国之间的信息交流不完全由国家政府所掌控,信息的流动更加复杂,具有更多的不确定性。

二、全球传播的主题

全球传播的主体和过程比国际传播更加复杂,因此我们需要重新审视全球传播中的各种主题。

1. 全球传播中的新闻生产

在全球传播时代,越来越多的新闻媒体被跨国传媒集团所垄断,新闻传



播的主体也越来越多样化。在这样的背景下,全球传播关注全球新闻生产所出现的新变化和新挑战。

2. 全球传播中的国家形象

国际传播中的国家形象主要由政府来打造,政府通过所属媒体向外传递信息,在国际社会中塑造本国的良好形象。而在全球传播中,除了政府,企业、社会组织和个人在信息交流中其实也传递了国家形象的信息。国家形象在全球传播中的塑造过程和特征究竟是怎么样的——这是全球传播的一大主题。

3. 全球传播中的信息产业

全球传播加速了信息流,同时也催生了全球信息产业。全球传播关注在全球化的条件下,信息产业是如何在全球进行生产、销售、营销和分配的,这个过程反过来又如何影响全球传播。

4. 全球传播中的社会运动

在全球传播时代,一国的社会运动很可能升级为一场全球运动,甚至一个社会运动从酝酿开始就是全球性的。全球传播关注在全球化条件下,传播在社会运动的发生、扩散和流变中起到了什么样的作用。

5. 全球跨文化传播

跨文化传播从微观个体到中观社群,再到宏观的政治经济因素,在全球传播的环境下均发生了改变。传统的以民族国家为跨文化传播主体的局面正在被改变,全球传播关注在全球化的条件下,跨文化传播呈现出什么样的新特点和新模式。

6. 全球健康传播

健康已经成为一项全球议题,健康传播也经历了全球化的过程。全球传播关注在全球化条件下,健康传播呈现出什么样的新特点和新模式。

7. 全球环境传播

随着全球环境危机越发频繁出现,环境问题日益紧迫,提高人们的环境意识并促进行动成为全球事务中最为重要的议题之一。全球传播关注在全球化下,环境传播呈现出的新特点和新模式。

8. 全球传播中的信息安全

信息安全是国际传播的重要主题。在全球传播的条件下,随着信息流

动越来越频繁和复杂,安全问题也变得越来越难以控制。全球传播关注全球化下信息安全呈现出的新特点和新模式,并且应该采取什么样的措施来应对新问题。

第二节 全球传播的互联网时代

新技术的发展使得传播媒体走到全球化的中心舞台上。30年前,有线电视引发了传播领域的变革;20年前,通讯卫星带来了同样的革新;近10年来,互联网与其他新技术的融合所引发的则是大规模的媒介空间重构^①。传播技术的发展使得信息传播与国界越来越不相关,信息可以堂而皇之地穿越边界。互联网和全球化是互相促进、互相造就的。互联网从诞生之初就具备全球化的特征。互联网在地方和全球两极所发生变迁的过程中,把个人同全球系统联结在了一起。

一、互联网与全球信息传播

互联网本质是连接,把个人、信息、地区、全球、观念连接起来,并且促进互相之间的交流。与以往人类的传播工具相比较,互联网的出现是革命性的,因为它不再是单向的、由少数人向多数人的传播,而是容纳了各种各样的传播方式。在互联网上既有人际传播,也有组织传播、大众传播,生产、获得和传播信息的方式同以往有了较大的改变。

1. 信息传播的速度和数量大大提高

在传统媒体为主要传播平台的环境下,信息的传播有一定的时间滞后性;在互联网时代,特别是移动互联网时代,一则新闻可以在刹那间由个体扩散到全球,而且信息量几何级地增长。在最初的发展阶段,互联网的主要作用是信息的传播和分享,主要组织形式是建立网站。进入 Web 2.0 时代

^① [美] 门罗·E·普莱斯:《媒介与主权》,麻争旗等译,中国传媒大学出版社2008年版,第5页。



之后,互联网开始成为人们实时互动、交流的载体,并且带来了更快的传播速度和更低的传播成本。2011年8月23日,美国弗吉尼亚州发生5.9级地震,纽约市居民首先在Twitter上看到这则消息,几秒钟之后,才感觉到地震波从震中传过来的震感,社交媒体把人类信息传播的速度,带到了比地震波还快的时代^①。2012年,乔治敦大学的教授李塔鲁(Kalev Leetaru)考察了Twitter上产生的数据量,他做出估算说,过去50年,《纽约时报》总共产生了30亿个单词的信息量;现在仅仅一天,Twitter上就产生了80亿个单词的信息量。也就是说,如今一天产生的数据总量相当于《纽约时报》100多年产生的数据总量^②。

2. 互联网赋予了个人传播的权力

互联网消解了传统媒体采写新闻的专业性,使得传播新闻不再是传统媒体的特权。传播者不再局限于新闻机构的专业人员。各种组织和个人都可以参与到信息传播的过程中。从最早的门户网站,到后来的博客主、公民记者,再到后来的社交媒体个人账户,一条新闻可以不经专业化的加工和编辑迅速传播开来,成为各大媒体的头条,并可能超越国界,成为世界瞩目的焦点。

3. 互联网传播多媒体文本

报纸主要传播文字和图像,广播主要传播声音,电视主要传播声音和图像,而互联网可以传播文字、图像、声音、动画等多种形式的多媒体文本。这种多媒体文本是可以用各种方式组合、排列和显现信息的系统,集中了传统媒体信息传播形式的各种优点。

4. 互联网再造了传播渠道和终端

在互联网时代,传统媒体的商业模式已经被彻底颠覆。报纸、广播、电视的广告逐年下滑,以至于传统媒体都难以维持生计。从最早的门户网站开始,到后来的搜索引擎,再到社交媒体,互联网媒体在一步一步地蚕食传统媒体的市场。信息传播工具已经泛媒介化。

5. 互联网促进信息的协同生产和传播

互联网精神促使了更大的分享,这种分享使得每个人都可以成为作者。

^① 涂子沛:《数据之巅:大数据革命,历史、现实与未来》,中信出版社2014年版,第264页。

^② 同上书,第265页。

“众包”是美国的两位记者在 2005 年发明的新词,意思是利用互联网将工作打包分配出去,其关键在于分包时并不知道接包人是谁,这正是“众包”区别于“外包”的地方,更有意思的是,接包人的目的可能并不是为了报酬,而是为了公益、兴趣,或者寻求一种帮助他人的满足感^①。众包是通过互联网在全球范围内利用、整合分散的、闲置的、廉价的劳动力、技能和兴趣等资源,为软件业和服务业提供一种新的劳动力组织方式^②。在互联网时代,信息的生产和传播也形成了众包模式。利努斯·托瓦茨(Linus Torvalds)发明了 Linux 操作系统就体现了这样的精神。Linux 操作系统诞生于 1991 年 10 月,是一个基于 POSIX 和 UNIX 的多用户、多任务、支持多线程和多 CPU 的操作系统。这个操作系统安全可靠,挑战了微软 Windows 操作系统的垄断地位。更可贵的是,托瓦茨开放了软件源代码,使得 Linux 真正成为一套免费使用和自由传播的操作系统。这样一个多用户网络操作系统体现了互联网分享协作的思想。

6. 互联网影响了人与人的交往方式

在互联网之前的社会,人们通过熟人介绍或者通过传统媒体的传播认识新的朋友,而在互联网时代,人们可以通过社交媒体交到新的朋友,认识陌生人;在互联网之前的社会,人们通过电话、传真和写信沟通,而在互联网时代,人们可以通过电子邮件、网络聊天、社交媒体等与他人进行联络。每一个社交媒体账户都是网络中社会交往的一个节点。网络聊天工具的发展使得人们可以在一个个节点上认识新的朋友,并与老朋友保持联系。互联网重塑了朋友圈,改变了交流方式。在人们应用互联网连接世界时,实际上也重塑了人们与世界接触的方式^③。

7. 互联网构建了网络社区

想法相同的人们现在拥有了找到对方、聚集起来并互相合作的能力。互联网上由用户分享的信息、图片和视频比传统媒体和机构的照片更快、更

① 涂子沛:《数据之巅:大数据革命,历史、现实与未来》,中信出版社 2014 年版,第 282 页。

② 同上书,第 284 页。

③ [美] 格雷厄姆、[美] 达顿:《另一个地球:互联网+社会》,胡泳、徐嫩羽、于双燕、胡晓娅译,电子工业出版社 2015 年版,第 XXVI 页。