



博客研究概览

博客的发展历程

博客的技术分析和传播特性

中国博客的写作特征

博客与文化传播话语权

博客的审美文化

博客文学的文学特性及价值探寻

博客写作的社会文化背景和心理原因

构建博客文化的生态环境

# 博客文化研究

Boke Wenhua Yanjiu

宋园园 ◆ 著

艺·术·人·文·丛·书



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

## 作者简介

宋园园，副教授，博士生，上海城市管理学院人文学科带头人，担任九三学社上海市委专委会委员、统战理论研究会会员、九三学社上海市建交委支社主委、中华职教社上海市杨浦区委员。主要从事语言学、文明与社会现代化、职业教育等人文学科研究。公开发表学术论文、散文、诗歌百余篇，主编规划教材3本、参与编写教材4本。参与和主持近十项国家、省部级、市级课题。在贵州支教期间，由于成功推行课程改革，受到当地政府的嘉奖。执笔撰写的5份提案均被全国政协和上海市政协立案并回复办理。荣获上海市教委语言文字先进工作者称号、获上海市委党校科研成果三等奖，分别三次荣获中国建设教育协会科研一、二、三等奖，荣获上海建设党校、上海城市管理学院科研先进工作者称号。由于学术成果丰硕被国家学术期刊作为封面人物宣传,并在封二作重点介绍。

巍巍交大 百年书香  
[www.jiaodapress.com.cn](http://www.jiaodapress.com.cn)  
[bookinfo@sjtu.edu.cn](mailto:bookinfo@sjtu.edu.cn)



责任编辑 吴芸茜  
封面设计 朱懿  
责任营销 刘依萱



博客文化研究

ISBN 978-7-313-10403-8



9 787313 104038 >

定价:30.00元

# 博客文化研究

宋园园 ◆ 著



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

## 内容提要

在当下迅猛发展的网络环境中,作为新媒体的博客已成为网络应用中不可或缺、不可替代的重要组成部分。本书对博客文化进行了立体化、多视角的分析,从博客的发展历程、技术传播特性、写作特征、话语权、审美文化、文学特性、文化背景和心理动因等方面进行了阐述,旨在提出构建和谐博客的生态环境,力图为博客的健康发展提供智力支持和学理分析。

## 图书在版编目(CIP)数据

博客文化研究/宋园园著. —上海:上海交通大学出版社,2014

ISBN 978-7-313-10403-8

I. 博... II. ①宋... III. 互连网络—传播媒介—文化研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 080729 号

## 博客文化研究

著 者:宋园园

出版发行:上海交通大学出版社

地 址:上海市番禺路 951 号

邮政编码:200030

电 话:021-64071208

出 版 人:韩建民

印 制:凤凰数码印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:787mm×960mm 1/16

印 张:11.25

字 数:161 千字

版 次:2014 年 6 月第 1 版

印 次:2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-313-10403-8/G

定 价:30.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:025-83657309

# 序<sup>\*</sup>

杨德广

作者长期以来在高校从事教学与科研工作,经常深入到学生和青年教师之中。《博客文化研究》这本专著,是她在读博期间和高校工作实践中的一项新的研究成果。本书在信息化时代背景下,结合高校学生和青年教师的现状,全面而深刻地论述了博客的技术特点和传播特性、博客的写作特征、博客与文化传播话语权、博客的审美文化、博客的文学特性及价值探寻、博客写作的社会文化背景和心理动因,最后提出了构建和谐博客文化的有效途径。

近十年来,博客以其表达的自由性、技术的便捷性、内容的即时性、思想的共享性等特点,登上了中国文化的舞台,并得到了如火如荼的发展,已经成为人们网络生活的重要组成部分。

博客文学语言带着无比的快感登上了历史舞台,表现出传统文学没有的喜剧气氛,调侃别人,也调侃自己。博客赋予个人以力量和话语权,让每个人都可以成为互联网中自主的个体,使普通民众成为文化传播链条中有意义的环节。博客通过文字表达,成为人们休闲娱乐、宣泄情感、言论表达和自我实现的桥梁。作为一种全民文化现象,博客主要表现为体验式、互动式、即兴性和跨文体性等写作样式。在理念上,博客写作与博客的技术平台一脉相承,追求率性和共享的精神。

---

\* 本文作者为上海师范大学原校长、中国高等教育学会副会长、全国高等教育学研究会理事长、上海高等教育学会常务副会长。

《博客文化研究》站在文化的高度对博客现象进行鞭辟入里的分析,作者结合自己丰富的教学与研究实践,提出了独到的见解:博客应该倡导主流,倡导正面的价值和意义,让博客造就一场新的思想解放进程,推动政治和民主不断进步,体现开放和多元化的社会精神。书中说道:每一位博客,都应该为营造积极健康有序的博客文化环境,尽一份力,遵守自己的道德底线和文化操守。作者希望博客们将工作、生活和学习融为一体,通过博客将日常的思想精华及时记录和发布,萃取并链接自己认为最有价值、最相关、最有意思的信息与资源,使更多的人能够汲取这些最鲜活的思想。同时,我们也要从传播技术或传播理念上改变博客受到信息爆炸的困扰,使我们不必对扑面而来的种种信息不加分析、理解、取舍地照单全收,让真正的博客精神与专业精神获得提升。作者呼吁,人人参与博客绿色环境氛围的营造活动,共同构建和谐博客文化的生态环境。

该书针对当下博客空间出现的偏差和伦理危机进行了学理性的分析,全书共分十个章节,由浅入深,由理论到实践为人们认识博客、利用博客、营造和谐博客文化,提出了很好的建议;为年轻人树立正确的价值观和文化操守提出了行为路径;为学者研究新媒体文化提供了理论参考。该书的理论体系也可作为文化学和传播学专业的教科书和课外读物,能为学生拓展文化视野。

是为序。

2014年4月于书斋



# 目 录

|       |                    |
|-------|--------------------|
| 第 一 章 | 引 论 / 1            |
|       | 第一节 博客的缘起 / 2      |
|       | 第二节 文化的概念界定与解析 / 5 |
|       | 第三节 博客文化的涵义 / 8    |
| 第 二 章 | 博客研究概览 / 18        |
|       | 第一节 中国博客研究现状 / 19  |
|       | 第二节 中国博客研究综述 / 25  |
|       | 第三节 博客文化评述 / 29    |
| 第 三 章 | 博客的发展历程 / 39       |
|       | 第一节 博客的萌芽 / 40     |
|       | 第二节 异军突起的博客 / 42   |
|       | 第三节 从博客到微博 / 46    |
| 第 四 章 | 博客的写作特征 / 50       |
|       | 第一节 博客写作的心理诉求 / 50 |
|       | 第二节 博客写作的文体特征 / 55 |
|       | 第三节 博客的写作原则 / 58   |
| 第 五 章 | 博客的文学特性 / 60       |
|       | 第一节 博客文学的类型 / 60   |

|       |                       |
|-------|-----------------------|
|       | 第二节 博客文学的结构与形态 / 67   |
|       | 第三节 博客文学的价值追问 / 77    |
| 第 六 章 | 博客的审美文化 / 85          |
|       | 第一节 博客的审美交流机制 / 86    |
|       | 第二节 社会化传媒与当代审美文化 / 93 |
|       | 第三节 博客审美文化特征 / 96     |
| 第 七 章 | 博客的技术特点 / 103         |
|       | 第一节 博客的技术基础 / 103     |
|       | 第二节 博客技术的理念 / 107     |
|       | 第三节 博客技术的价值取向 / 110   |
| 第 八 章 | 博客与文化传播话语权 / 114      |
|       | 第一节 博客与庶民文化 / 114     |
|       | 第二节 博客与个人出版 / 121     |
|       | 第三节 “庶民狂欢”的博客舞台 / 128 |
| 第 九 章 | 博客的社会文化背景和心理原因 / 137  |
|       | 第一节 博客产生的社会文化背景 / 137 |
|       | 第二节 名人博客的文化现象 / 142   |
|       | 第三节 博客大众化的动因探析 / 147  |
| 第 十 章 | 构建和谐博客文化的生态环境 / 155   |
|       | 第一节 博客文化的社会影响 / 155   |
|       | 第二节 博客的文化生态环境 / 158   |
|       | 第三节 构建和谐博客文化 / 161    |
| 参考文献  | / 166                 |
| 索 引   | / 171                 |
| 后 记   | / 173                 |

## 第一章 | 引 论

---

博客是信息时代的“新生事物”，犹如网络世界的“初生婴儿”，它是一种新兴的写作方式，也是一种新兴的文字和文化交流平台。从某种程度上说，对博客的消费已经成为了一种文化消费。博客使得整个社会的私人化与公众化主题有机地融合在了一起，全民共享博客文化，不仅意味着“精英”与“草根”之间的文化对接成为可能，而且也意味着现代新兴群体的生活方式与文化体验方式有了全新的改变。

搜狐最高行政长官潘屹石曾有如一段精辟的阐述：“博客就是互联网上的精神家园，没有博客之前，互联网就像荒蛮的牧业文明一样，人们到处游荡，居无定所，今天在这儿写一段，明天在那儿写一段。有了博客之后，互联网就像进入了农业文明，人们有了自己的土地，有了自己的家园，可以把财富和文明沉淀下来。”博客完全是一个个人版面，其栏目设置、内容撰写、资料收集、图片和视频装饰、相关链接等都是撰写人自己的意志体现，个人在博客网页中拥有很大的自主权。它的存在更具有独立性。它以独特的焦点话题、语言模式、表达方式吸引读者，是一个真正的个人言说领域。博客不仅仅是撰博人自己欣赏的文字，同时也成为别人了解你

的一道风景。

总之,博客已经成为当今时代不可忽视的信息、文化传播的途径。随着社会民主化进程的不断加强,随着个人主体意识的不断被唤醒,博客这种开放的、自由的、廉价的、快捷的文化、信息交流方式必然越来越受到人们的重视,从而使博客越来越繁荣。博客在给互联网注入新活力的同时,也出现了一些不和谐的音符,加剧了文化缩减现象,很值得我们深思。当然,博客所蕴含的文化价值和深刻的传播意义更值得我们研究。

## 第一节 博客的缘起

人类的发展离不开媒介。早期人类以图画、语言为媒介传递信息。有了文字之后,扩大了传播的范围,促进了人类自身的发展。长期以来,文字却并不能广泛应用于大众传播。直到近代,随着工业革命的兴起,大众传播媒介开始兴起:先是印刷媒介的兴盛,到了 20 世纪 20 年代,电子媒介开始兴起,广播、电视逐步“飞入”寻常百姓家。

然而,此时的大众媒介仍是一种精英操控下的媒介。普通人很难在报纸、电视等媒介上发表自己的意见。此类媒介更多的是进行单向传播,至少不能进行即时的双向交流;加之媒介信息容量的有限性,常人在这些媒介上是很少有话语权的。因而,此类媒介并不能满足大众的表达需要。

网络的兴起,为解决这一困境提供了出路。这是网络本身的特性所界定的,网络以其海量信息存储、快速信息传递为满足大众的表达欲提供了技术支撑。近年来,随着网络技术的发展,经历了 Email、BBS、IM 等几个热潮后,进入到了博客时代。博客就是 Blog,源于 Weblog(网络日志)的缩写,是一种十分简易的个人信息发布方式,可以像免费电子邮件的注册、写作和发送一样,完成个人网页的创建、发布和更新。

博客最早出现在美国。1997 年 12 月,John Barger 运行的 Robot Wisdom

Weblog 第一次正式使用 Weblog 这个名字,用来描述那些有评论和链接、持续更新的个人网站。1999 年, Peter Merholz 在他网页上将“Weblog”简化为“Blog”。Blog 中文译名主要有两个:博客和部落格。前者由博客中国的创始人之一的王俊秀命名并广泛用于除台湾之外的大陆地区,而后者则是台湾地区对 Blog 的普遍称呼。

2001 年 9 月 11 日,美国纽约世贸大楼遭遇恐怖袭击,“Blog”成为重要信息和灾难亲身体验的重要来源。

2002 年 7 月, Blog 的中文名称“博客”由方兴东、王俊秀正式命名;8 月,“博客中国”开通,开始了博客在中国的全面推广。

2003 年 6~11 月,博客网用户“木子美”发表网络性爱日记,“博客”一词成了网络热门关键词,提高了民众对博客的认知,但也误导了博客形象。

2005 年 1 月 5 日,“博客中国”合并“博客动力”,商业化大门开启。

到 2005 年 10 月,根据美国的 technorati 统计,当时收录的博客数量已经将近 2000 万个(实际上博客注册量远远超过这个数字,有 1 亿多,这个数据接近活跃用户量),依然保持每 5 个月翻一番的速度,这种速度已持续至少 36 个月,在三年间增加了 30 倍左右。每天新增博客大约 7 万个,相当于一秒一个(这是保守数据,按照注册数量,应该是每秒超过 10 个)。每天博客发文大约 130 万篇文章,相当于每小时 33000 个帖子,每秒 9.2 个。

百度发布的 2006 年中文博客发展报告显示:截止到 2006 年 11 月 3 日,全球中文博客数量达到 5230 万,博客用户数达到 1987 万,平均每个博客用户拥有大约 2.6 个博客,博客数和博客用户数均比上年有一定程度的增长,人均拥有博客数与上年相比也略有上升。近 2000 万的中国博客用户中,每个用户平均每 7.6 天更新一次博客,活跃的博客用户数(一周内有更新的博客)达到 302 万,约 15.2%的用户每周更新博客。

报纸的发展,依赖于印刷术的发明;广播、电视的兴起,则借助于无线电技术的推广。同样,博客的发展,是依托于网络技术的进步。具体地说,是依赖 web2.0

对 web1.0 的超越。

尽管现在对于 web2.0 并没有确切的定义,但是在理解上,比较一致的观点认为博客包括三个方面含义:一是其内容主要为个性化表达。其精髓是从个人的视角精选和记录自己认为有价值的内容。实际上 blog 就是一种个人网页,以在网上发布个人日志的形式形成的新交流平台。二是频繁更新。blog 通常按时间顺序组织其内容,以倒叙的方式将最新的内容放在最上面,这样人们就很容易捕获最新信息。三是充分利用链接,拓展文章内容、知识范围以及与其他博客的联系。其总体上是以 Blog、TAG、SNS、RSS、WIKI 等为应用核心,依据六度分隔、XML、AJAX 等新理论和技术实现的互联网新一代模式。web2.0 的主要特征是互联网的一次理念和思想体系的升级换代,由原来自上而下由少数资源控制者集中控制主导的互联网体系,转变为自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系。其重要特征是:互联网成为平台而不是利用互联网来统治和控制;充分重视并利用集体智慧;分享和参与的架构驱动的网络效应;通过带动分散的、独立的开发者把各个系统和网站组合形成大汇集的改革;通过内容和服务的联合使轻量的业务模型可行,分享经济的模式;注重用户体验的持续服务;服务和应用无处不在。

在 web1.0 的模式中,商业公司作为主体把内容迁移至网上;而 web2.0 则以用户为主,以简便随意的方式,把新内容往网上搬。在交互性上,web1.0 是网站对用户为主;web2.0 是以 P2P 为主。同时,web2.0 显得更加客户端化,工作效率也更高。比如像 AJAX 技术,在 GoogleMAP/Gmail 里面用得相当普遍。用户的作用越来越大,他们贡献内容、传播内容,而且提供了这些内容之间的链接关系和浏览路径。

web1.0 时代的信息,由少数人生产而多数人销售,这个过程近似于看电视,我们对于电视传播的信息只能看,无法对它改造、编辑。web2.0 则借助于 XML、AJAX 等技术使得每个人都成为信息交流必不可缺的环节。每个人都能通过自身的努力为信息生产和传播作出自己的贡献。并且,这一过程是由用户

主动完成的。

老徐的博客曾创造点击神话,每天有数以万计的网民要读完老徐的文字后才感到充实。“北京病人”的泼辣文风,日常唠叨中出人意料转折的诙谐触动了上万网友的心。有人戏言,如果你没看过“董事长”的杂文,就意味着你还不是一个标准的文学青年,不是一个内心丰富、触觉敏感的人。连2007年春晚小品《策划》中的白云都有了自己的博客。博客点击率也越来越成为名人(这里仅指那些有博客的名人)受欢迎程度的一项重要指标。博客的内容被印刷成出版物在图书市场上销售。这一双管齐下的举措更为博客的影响力造就了不少声势,两者在繁荣文化市场方面交相辉映。

## 第二节 文化的概念界定与解析

文化概念的界定,是一个复杂的问题。到目前为止,国内外学者众说纷纭,莫衷一是。在汉语口语系统和典籍中,“文”的本义指各色交错的纹理,引申为包括语言文字在内的各种象征符号,进而具体化为文物典籍、礼乐制度和与“德行”对称的“道艺”等;又由纹理义导出彩画装饰之意,引申为修饰、人为加工、经纬天地、与“质”和“实”对称。进一步引申为美、善,文德教化,以及文辞、文章,与“野”对称,或与武事对称。“化”则有变、改、化生、造化、化育等意,归纳起来,是指两物相接,其一方或双方改变其形态性质。由此层内涵可以引申为教行、迁善、告谕,使人回心,化而成之等。

“文”和“化”并联使用,最早见于《周易》的《贲卦·彖传》:“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”但“文化”二字尚未连在一起。汉代出现“文化”一词,刘向《说苑·指武》:“凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。”晋人束皙也讲“文化内辑,武功外悠”。这都指的是与国家军事手段相对立的文教治理手段。唐代孔颖达在解释前引《周易》那段话时认为,“圣人观察人文,则诗书乐之谓”。这实际上是说,“文化”主要指文学艺术礼仪风俗等属于上层建筑的那些东西。这些思想,从

汉唐时起,一直影响到清代。因此顾炎武在《日知录》中说:“自身而至于家国天下,制之为度数,发之为音容,莫非文也。”即人自身的行为表现和国家的各种制度,都属于“文化”的范畴。

今天所用的“文化”(culture)概念,据考证是19世纪末从日文中转译过来的,其源出于拉丁文 culture,原有加工、修养、教育、文化程度、礼貌等多种含义。文化学的奠基者泰罗(E. B. Tylor)先后给文化下过两个定义:“其一,文化是一个复杂的总体,包括知识、艺术、宗教、神话、法律、风俗以及其他社会现象。其二,文化是一个复杂的总体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及人类在社会里所得到的一切能力与习惯。”

18世纪末以前,在西方学者对文化的解释中,最有影响的是以下三种观点:一是方式论,即认为文化是一定民族的生活方式,是一种并非由遗传得来的生活方式。这里包括了人们的兴趣、爱好、风俗、习惯,强调了文化的继承性。二是过程论,即认为文化是人类学习和制造工具,特别是制造定型工具的过程,这里包括了人类智力和创造能力的不断进化。强调了文化的演变性。三是复合论,即认为文化是作为社会的一个成员所获得的包括知识、信仰、艺术、习俗、法律以及其他种种能力的复合体。

美国著名人类学家、美国人类学协会前主席克莱德·克鲁克教授认为,文化指的“是某个人类群体独特的生活方式,他们整套的‘生存式样’”。

马克思主义理论家对文化作了一种新的解释。即把文化分为广义和狭义两种。如苏联哲学家罗森塔尔·尤金所说,“文化是人类在社会历史实践过程中所造的物质财富和精神财富的总和……从比较狭隘的意义上讲,文化就是在历史上一定的物质资料生产方式的基础上发生和发展的社会精神生活形式的总和。”<sup>①</sup>我国1979年出版的《辞海》采用了这个说法。

《大英百科全书》(1973~1974)赞同将文化分为两类。第一类是“一般性”的定

---

<sup>①</sup> 罗森塔尔·尤金.《简明哲学辞典》[Z].北京:三联书店,1973.



义,即文化等同于“总体的人类社会遗产”。第二类是“多元的相对的”文化概念,即“文化是一种渊源于历史的生活结构分体系,这种体系往往为集团的成员所共有”。它包括这一集团的“语言、传统、习惯和制度,包括有激励作用的思想、信仰和价值,以及它们在物质工具和制造物中的体现”。

我国学者任继愈认为:文化有广义和狭义之分。广义的文化,包括文艺创作、哲学著作、宗教信仰、风俗习惯、饮食器服之用,等等。狭义的文化,专指能代表一个民族特点的精神成果。庞朴将文化划分为“物质的——制度的——心理的”三个层次,其中,“文化的物质层面是最表层的;而审美趣味、价值观念、道德规范、宗教信仰、思维方式等,属于最深层;介乎两者之间的,是种种制度和理论体系”。一般地说,人们把文化分为三个层次:观念文化、制度文化和器物文化。所谓观念文化。主要指一个民族的心理结构、思维方式和价值体系,它既不同于哲学,也不同于意识形态,是介于两者之间而未上升为哲学理论的东西,是一种深层次的文化。所谓制度文化,是指在哲学理论和意识形态的影响下,在历史发展过程中形成的各种制度,如宗法制度、姓氏制度、婚姻制度、教育制度、科举制度、官制、兵制等等。它或历代相沿,或不断变化,或废或兴,或长或短,既没有具体的存在物,又不是抽象的看不见,是一种中层次的文化。所谓器物文化,是指体现一定生活方式的那些具体存在,如园林、住宅、服饰、烹调、器具等等,它们是人的创造,也为人服务,看得见,摸得着,是一种表层次的文化。

本书所指的文化,也是将文化定义为特定的生活方式的整体,包括观念形态和行为方式,提供道德的和理智的规范等。由于文化具有民族和个体的差异性,每个人所选择的文化之旅的路线会有差异——每个人只选择自己所喜欢的文化,或者说选择自己熟悉甚至已经习惯的文化,获取自己想要的文化信息。文化生产强调个体的灵感和创造力,但是,根据马克思的精神生产力观点,文化到了资本主义社会以后,便是一种有组织的生产。在各种传媒的推波助澜下,文化生产流水线作业的工业化色彩愈加明显。但是,到了网络时代,尤其是博客体现的文化生产和消费再次回归个体,回归本质。在博客的文化生产和消费中,从外在特征上来说,基本