

BLUE BOOK^{OF}
NETWORK CULTURE INDUSTRY

网络文化产业蓝皮书

中国网络文化产业 发展报告

REPORT ON DEVELOPMENT OF
NETWORK CULTURE INDUSTRY

陆 地 陈学会 主编

新 华 出 版 社

中国网络文化产业发展报告

主 编 陆 地 陈学会

副主编 孙启明 高 菲 卢 娟

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国网络文化产业发展报告 / 陆地, 陈学会主编. —北京: 新华出版社, 2009. 12
ISBN 978 - 7 - 5011 - 9065 - 2

I. ①中… II. ①陆… ②陈… III. ①计算机网络—文化—产业—研究报告—中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 231326 号

中国网络文化产业发展报告

主 编: 陆 地 陈学会

责任编辑: 翟福军 王晓娜

封面设计: 肖 东

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

印 刷: 北京新魏印刷厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 42

字 数: 892 千字

版 次: 2010 年 1 月第一版

印 次: 2010 年 1 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 9065 - 2

定 价: 65.00 元

温馨提示: 本社“新华版短信书友会”新书直订 发短信至: 13651277005

本社图书策划中心诚征品位畅销选题 发邮件至: xhchzx@163.com

购书热线: 010 - 63077122 中国新闻书店购书热线: 010 - 63072012

图书如有印装问题请与出版社联系调换: 010 - 63073969

《中国网络文化产业发展报告》编著

中央文化管理干部学院
北京大学新闻与传播学院

《中国网络文化产业发展报告》编委会

顾问 刘玉珠 姚涵

主任 张旭

主编 陆地 陈学会

副主编 孙启明 高菲 卢娟

编委 (按姓氏拼音首字母为序)

常丕军 程曼丽 陈刚 陈学会 丁俊杰 段周武 戴元光 黄升民
胡智锋 胡正荣 胡惠林 杭敏 金冠军 吕本富 路海波 陆地
吕学武 刘强 刘刚 柳杉 匡文波 倪宁 倪鹏飞 彭兰
宋奇慧 孙启明 童兵 吴飞 徐泓 肖东发 谢新洲 熊澄宇
谢耘耕 许学峰 赢枫 喻国明 严三九 杨明品 赵曙光 曾静平
郑涵 朱剑飞

《中国网络文化产业发展报告》课题组

课题组组长 陆地 陈学会

课题副组长 高菲

课题秘书长 方堃

课题组撰稿人 (排名不分先后)

陆地 陈学会 吕本富 刘刚 孙启明 高菲 张炆
柴靖 朱慕南 崔远航 张倩 方可成 游梦园 吴琦
李小玉 刘志华 王菡婷 周斯源 张婷 张晓鸽 石晨旭
卞卓舟 张麦烨 丁立 左灿 李思闽 王洪哲 郑雪
肖湘 郑雪 肖湘 杨旭 王洪喆 韦宏 卢娟
苏峰 于春城 傅丽丽 刘凡 宁一伟 龙海泉 李天琪
刘茜 周小柯 李博 张一钊 耿林 王璘 方堃

序 言

历史一再表明，文化产业总是随着技术的发展而不断发展。印刷术的发明催生了报刊出版业，无线和有线传输技术的发展促进了影视产业的发展，而当今数字技术、网络技术和无线通讯技术的融合发展又为文化产业开辟了一个新的广阔天地，网络文化产业已以势不可挡的姿态登上了世界社会文化文化的前台，并逐渐成为文化和产业的双重主角。据了解，虽然只有十来年的发展实践，但网络文化产业目前已经成为西方主要发达国家国民经济的支柱产业。2007年，美国网络文化产业的年产值已高达7000亿美元，成为美国第一大出口产业，欧盟的年产值也达到4300亿欧元。近年来，我国网络文化产业的发展规模和速度也非常迅猛，网络广告业、网络游戏和动漫业的产值先后超过百亿元，网络出版和网络音视频产业的发展也日新月异。腾讯、阿里巴巴等一大批网络文化企业在国内外市场上龙腾虎跃，世人瞩目。根据中国互联网络信息中心发布的《第24次中国互联网络发展状况统计报告》，截至2009年6月30日，我国网民规模已达3.38亿。作为世界第一网民大国，中国网络文化产业具有无限的发展前景。易观国际近期发布的《中国互联网年度综合报告2007-2008》数据显示，2007-2011年，中国互联网增值市场的年度增长率将持续保持在30%以上，至2011年，互联网市场规模将达到1375亿元，互联网总用户数将达到6亿。

但是，我们也不得不承认，与欧美、日、韩等发达国家相比，中国目前还只是一个网络文化产品消费大国，还不是一个网络文化产品生产大国，更不是网络文化产业品牌强国。我国网络文化产业市场存在着的结构性和层次性过剩和不足、核心技术缺乏、原创品牌偏少、产品中民族文化底蕴稀薄、企业竞争力低下等等问题，都严重制约了我国网络文化产业发展的瓶颈。也正因此，中共中央总书记胡锦涛在主持中共中央政治局第三十八次集体学习时强调，加强网络文化建设和管理，充分发挥互联网在我国社会主义文化建设中的重要作用，有利于提高全民族的思想道德素质和科学文化素质，有利

于扩大宣传思想工作的阵地，有利于扩大社会主义精神文明的辐射力和感染力，有利于增强我国的软实力。我们必须以积极的态度、创新的精神，大力发展和传播健康向上的网络文化，切实把互联网建设好、利用好、管理好。2009年7月22日，国务院常务会议又原则通过了《文化产业振兴规划》。会议确定了增强中国文化产业的整体实力和竞争力要做的八项重点工作，其中第一点和第七点分别强调要加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业，积极发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、手机广播电视等新兴文化业态，推动文化产业升级。

为了配合国家有关文化产业发展的战略部署，及时反映和探讨国内外网络文化产业发展的动态、经验、问题，国家文化部中央文化管理干部学院、国家网络研究中心和北京大学新闻与传播学院等单位合作，组织业内专家和学者调查、研究，撰写了这本《中国网络文化产业发展报告》。该书理论与实践兼顾，宏观和微观并举，国内和国外齐纳，法规与案例皆备，具有资料性、系统性、国际性、市场性、权威性和前瞻性的特点或价值，填补了国内网络文化产业研究的一个空白。

当然，由于时间仓促，作为国内第一本系统研究网络文化产业发展的调查报告，本书还有不少值得完善之处。如在一些观点的论述上还有待深入，数据的系统性和时效性还有待加强。我相信，这些问题在以后的工作中都将会逐步得到解决。我衷心祝愿，中国网络文化产业在实践和理论上比翼齐飞，共同繁荣，不断超越过去，超越对手，超越自己，超越极限！

张 旭

2009年8月

(作者系中央文化管理干部学院院长)

目 录

CONTENTS

序 言	(1)
第一章 网络文化产业概论	(1)
第一节 网络时代：社会从虚拟走向现实	(1)
第二节 网络文化：文化建设的新领域	(6)
第二章 网络文化产业的特殊规律	(14)
第一节 网络文化产业的概念	(14)
第二节 网络文化产业的产生和发展的理论分析	(21)
第三节 网络文化产业的特殊规律	(26)
第三章 国际网络文化产业发展的现状和趋势	(36)
第一节 美国网络文化产业发展的现状	(36)
第二节 欧洲网络文化产业发展的现状	(55)
第三节 日本网络文化产业发展的现状	(64)
第四节 国际网络文化产业发展的趋势	(73)
第四章 网络技术对中国网络文化产业的影响	(79)
第一节 网络技术的发展历程	(81)
第二节 中国网络技术发展的现状和问题	(95)
第三节 网络技术对网络文化产业发展的影响	(103)
第四节 中国加快网络技术发展的对策	(122)
第五章 中国网络文化企业经营现状	(127)
第一节 中国网络文化企业的类型	(127)
第二节 中国网络文化企业经营的内容	(130)
第三节 中国网络文化企业经营的问题	(138)

第四节	中国网络文化企业经营的前景	(144)
第六章	中国网络文化产品和服务市场分析	(153)
第一节	中国网络文化产品和服务的种类	(153)
第二节	中国网络游戏产品和服务市场分析	(170)
第三节	中国网络动漫产品和服务市场分析	(187)
第四节	中国网络音乐产品和服务市场分析	(197)
第五节	中国网络视频产品和服务市场分析	(206)
第六节	中国网络短信产品和服务市场分析	(227)
第七节	中国网络广告产品和服务市场分析	(232)
第八节	中国网络出版产品和服务市场分析	(242)
第九节	中国网吧产品和服务市场分析	(268)
第十节	中国网络文化会展产品和服务市场分析	(277)
第十一节	中国网络文化产业教育和培训市场分析	(291)
第十二节	中国手机 3G 综合产品和服务市场分析	(300)
第七章	中国网络文化产业知识产权保护	(311)
第一节	网络文化产业知识产权的含义	(311)
第二节	中国网络文化产业知识产权保护的现状和问题	(315)
第三节	中国网络文化产业知识产权保护的建议	(336)
第八章	中国网络文化产业政府规制现状	(345)
第一节	中国网络文化产业的政府管制机构	(345)
第二节	中国网络文化产业的法规与政策	(349)
第三节	中国网络文化产业管理的缺陷	(356)
第四节	中国加强网络文化产业监管的若干建议	(362)
第九章	中国网络文化产业展望	(369)
第一节	中国网络文化产业发展的方向	(369)
第二节	中国网络文化产业发展的重点	(377)
第三节	中国网络文化产业发展的前景	(380)
第十章	中国网络文化产业发展案例分析	(388)
第一节	盛大：从网游航母到娱乐帝国	(388)
第二节	不倒的“巨人”	(401)
第三节	“宏梦”无限	(411)
第四节	回眸一笑“百度”生	(419)
第五节	“阿里巴巴”的神话	(435)

第六节	网易：进网易，出网难	(442)
第七节	“浪”花里飞出欢乐的歌	(449)
第八节	“狐狸的故事”	(465)
第九节	“土豆”为什么这样红	(481)
第十节	CCTV.com：从央视国际到央视网	(491)
第十一节	腾讯 QQ 帝国	(502)
第十二节	网络教育先锋——“新东方在线”	(513)
第十三节	豆瓣网	(520)
第十四节	“空中网”——空中遨游的无线互联网	(528)
第十五节	博客中国、新浪博客	(534)
第十六节	起点中文网：打造网络出版门户	(546)
第十七节	网络运营商中国移动的无限空间	(558)
第十八节	网络最大广告商“好耶”案例	(564)
第十九节	海内存知己，“天涯”若比邻	(571)
第二十节	从“校内”到“人人”	(583)
附录一	中国网络文化产业发展大事记	(597)
附录二	国际网络文化产业管理主要法规	(649)
附录三	部分国家和地区文化产业管理主要法规	(654)
后 记		(661)

第一章 网络文化产业概论

第一节 网络时代：社会从虚拟走向现实

所有称作媒介的东西都不会局限于人们使用的工具，而是在融入社会的过程中影响并改变人类的发展。所有的技术都是社会的产物，而技术成为媒介，则必将形成特殊的媒介文化，由此影响社会发展进程。

互联网，无论作为一项技术还是作为一个媒介，都是几个世纪以来最伟大的变革因素之一。这种深刻的变革起源于“数字”技术：即将所有的信息用“0”和“1”编码。这种有别于习惯性的十进制的编码方式起初只是一个单纯的技术语言，而计算机正是这种语言的接收器。但是随着以往各种信息都可以转换成这种编码形式，并且相互融合、传递，“数字化”的过程也就开始显现。随着计算机和互联网的普及，网络逐渐成为一个时代特征：所有的事物、组织以及人都通过某种网络而联系起来，“数字化”、“信息化”、“网络化”这样的词汇逐渐表达了数字技术影响、融合乃至推动社会的人文过程。互联网自诞生以来，由于它的基因“比特”，它就始终未曾脱离虚拟与现实的论争。这种论辩也因为技术的发展而日益有了清晰的脉络：从一开始网络作为纯技术的可能性，展现的是一个与现实并行不悖的世界，甚至可以相似但没有交集；其次由于网络运用的无所不包，网络开始触及社会的现实层面，与现实如胶似漆；最后网络的日益强大趋势满足了人们更多的想象：它究竟能否摆脱于无奈的现实走向更高级的、更完美的形态呢？

一、虚拟并驾现实

阿帕网，作为美国高级研究计划局在1969年9月创建的一种计算机网络，历来被认为是互联网的起源。当时的构想是建造一个多层次的、结构分散的、使用开放式通信协议的网络，以保障美国的军事系统安全。但是，被称为时代因素的东西绝对不会囿于一国或是一个机构的特殊目的。阿帕网，作为国防保障性后备的任务在1990年2月因为技术过时退出了历史舞台。但是随后迎来了互联网时代的起步：美国国家科学基金会将淘汰的阿帕网技术私有化，与民间的计算机网络传统迅速结

合,形成了一股始料不及的网络飓风,最终构建了网络时代的根基。互联网,在1995年以前,表现出了虚拟技术替代现实、模拟现实的特点。

(一) 替代性

网络在最初的时候被一些民间文化作为传递信息的一种新媒介。它只是可以替代现实已然存在的媒介,将其改变为具有数字技术特征的媒介形式。但是从理想主义的角度出发,万维网最终能够兼容并包地发展,离不开早期计算机工作者的乌托邦信念。泰德·内尔森在1965年《解放计算机》中为自己的共享信息技术计划取名为“世外桃源”,他渴望通过一种具有开放性、能够自我进化生成的超文本技术将世界的所有信息包纳其中,并且为所有人所知。正是这种替代现实信息壁垒的渴望和最初梦想奠定了互联网开放性的最终格调。

与以前的媒介发展路径类似,所有的媒介都有它革命性和替代性的因素。媒介,作为人类认识世界的工具,总会因为自身的特点和使用者的局限导致世界认知的不完整,而新媒介总是以超越以往媒介局限为使命的。但是仅仅是网络应用于商业和普遍的社会后,改变时代的网络因素才被众人意识和认可,尽管这些因素早在20世纪70年代已经有相当多的计算机科学社团为此奠基。

(二) 模拟性

无论是最早的网络游戏还是现在最新的网络技术,都始终无法脱离现实的影子。早期的网络被用于网络通信、聊天、基本的军事游戏,只是满足了人们更快、更迅速的沟通需求。而即使是虚拟的战争游戏场面,也丝毫脱离不了模拟的成分。无论是温婉的淑女还是对战略一窍不通的儿童都能够在具体的任务角色下明白自己的目标是什么。虽然角色是虚拟的,但是游戏者却可以用自己对角色的假想和平日对这些角色的刻板化印象来塑造自己的言行。因此,在网络时代的初期,因为网络作为新技术的语言阻碍,现实世界的准则是照搬入网的。网络并没有形成自己独特的用户语言。

“第二人生”的游戏是网络虚拟社区的最杰出的代表。游戏建构者根据现实基础在网络上复制了一套人类设施:包括国家、军队、银行、邮局……同时游戏者可以按照自己的假设选择自己的角色,他们可以在游戏中做一切的类似于现实的事情,却不影响现实的生活。“虚拟社区”的提法由概念变成现实。但是这只是意味着用虚拟的通讯工具建立沟通的区域性空间,并未真正凝合成主导文化或是社会性的东西。因此,这个时期的虚拟只是停留于技术的本质层面,但是对于社会的特质来讲,本质还是虚拟社会与现实基础并行不悖。

二、虚拟融合现实

德国哲学家齐美尔曾经说过:“人不可能居住在桥上”。人不能在通往目的地的工具上停留下来,而忽视了目的的重要性。网络的虚拟特性之所以能够在现实中广泛应用,归功于其功能性特点的发挥。互联网在现实的延伸作用主要表现在政治、经济和日常生活三个方面。



（一）数字化政治

电子化政府：又称“虚拟政府”。指政府利用网络科技，对政府机关、企事业单位、社会团体和组织及全体公民提供的信息化服务方式^①。网络空间的非物质性是它有别于传统的现实空间，但是作为一个空间，必然有其权力的指向，任何一个政府都会将自然权力过渡于网络空间上，保证社会政治的统一有效进行。因此，“虚拟政府”虽然有形式上的“虚”，却是功能中的“实”。

一般来说，电子政府包括三个阶段：政府间电子政务电子化阶段：即通过无纸化的管理方式提高政府的内在效率。其次是政府对企业的电子政务阶段，主要是通过网上办理审批等节约社会成本。第三个阶段就是政府对公众的信息公开阶段：利用网络的互动、高速性来建设更加民主的社会。《时代》周刊在2006年度把“你”作为时代人物，他们认为网络社会中，权力开始从机构向个人过渡，个人正在成为“新数字时代民主社会”的公民。

（二）网络经济

网络经济有两种含义，从狭义上讲，网络经济是信息产业中的一类部门经济，即指现代通讯网络、电子计算机网络等各种网络部门及部门内的一切经济活动。广义上，网络经济是指建立在由现代通讯网络、电子计算机网络及各种资源配置网络所形成的综合性全球信息网络基础之上的一国乃至世界范围内的一切经济活动。不仅包括物质的、也包括非物质的。简言之，即经济活动的网络化^②。

1. 注意力经济

“注意力经济”的概念是由美国的迈克尔·歌德海波在《注意力购买者》中提出的概念。他认为注意力是虚拟经济的硬通货，所谓的“注意力经济”就是指企业通过现有的资源，以最小的成本获取最大的无形资产——注意力。搜索引擎因为使用的用户极多，已经成为了网络营销的首要考虑。

2. 直接经济

直接经济本质上讲是由网络技术参与了真实的社会分工，形成新的实体。主要包括游戏产业和网吧两种。网络游戏产业已经成为中国互联网经济的“龙头”。尽管2008年经济形势严峻，但网络游戏产业却不见受阻。据报道，2008年中国网络游戏出版产业的实际销售收入达183.8亿元，比2007年增长了76.6%。预计到2013年，中国网络游戏出版市场的实际销售收入将达到397.6亿元人民币，2008年到2013年的年复合增长率为16.7%。其次，游戏产业直接影响的是虚拟财产市场。世界上最早的网络社区是旧金山3D虚拟社区——第二人生游戏，其中的游戏是一种叫做林登币的虚拟货币。但是随着游戏设置不断完善，游戏者中开始出现林登币

^① 定义见 CNKI 知识库 <http://define.cnki.net/WebForms/WebDefines.aspx?searchword=%>。

^② 李超云：《凝视虚拟世界——网络的社会文化价值》，天津社会科学院出版社，2004年，第60页。

的买卖行为，最后游戏运营商引入新规则，游戏中积累的林登币可以一定比例兑换美元。2009年，我国关于虚拟财产的转让征税问题提上议程，这意味着税务部门间接承认了虚拟货币存在和个人私下交易的合法性。虚拟财产进入法律考虑议程意味着网络虚拟又向现实迈进了一步。

网吧作为网络经营的重点区，今后的发展，取决于如何更好地满足新需求，进一步开发新的娱乐功能，同时要发挥网吧目前还没有很好承担起来的商务功能，实现网吧娱乐与商务两大功能的并轨发展，以充分发挥渠道和平台的整合、增值作用。尽管网络是一个虚拟产物，但是网吧提供的硬件设施和服务都是能够决定网吧产业实力的实质性因素。

3. 间接经济

网络提供商业活动的平台，使流程数字化，数据流替代物资流，有效地减少了中间环节，提高效率，降低了人力物力的浪费。它是对整个生产、流通、服务到消费再生产过程的优化，并没有创造额外的价值。电子商务就是这种经济的典型。目前电子商务分类主要有三种：B2B（企业对企业）、B2C（企业对消费者）、C2C（消费者对消费者）。

随着网络经济活动的日渐深入，电子商务不再被简单地认做是电子和商务的交融，而是电子和商务力量的数倍效力相乘。因为在融合的过程中不仅仅是速度带来的效益，还衍生出了新的经济模式，间接经济逐渐向直接经济发展演变，这也称之为“电子商务的进化阶段”。

（三）日常生活

随着网络媒体的高效性和互动性日益深入人心，网络逐渐成为有效的信息来源，以满足日常生活的需求。网络上总是第一时间发布每日的实时新闻、气象预报、周边消息等，方便了人们的居家出行。用搜索引擎搜索信息开始成为现代人寻求知识解答的新方法。因为网络所具有的参与性和开放性，网友间互动产生答案也开始逐渐代替自己查阅图书的方式。

网上银行、网上炒股、基金、网络求职和网络教育，是互联网作为实用性工具的体现。随着网络安全技术的发展，银行逐渐将业务扩展至网络，一些信任度高的交流平台逐渐建立，企业也积极利用网络推广公司业务，这满足了人民日益增长的高效需求性。网上银行支付、转账业务日益便利，整体网络信用提升，网络购物增长明显。有经济学家认为银行的“皮鞋成本”是经济危机的重要原因之一。网络银行的出现则相当于是提供了一条银行高速公路，能够大大缓解银行柜台的拥挤，也就降低了“皮鞋成本”，同时刺激了经济消费。

休闲娱乐始终是人类生活的重要组成部分。博客、视频、音乐、网络游戏等为人类的娱乐生活增添了新的乐趣。较之传统的娱乐项目，网络休闲能够部分摆脱自己的现实身份，更好地释放精神压力。

三、虚拟创造现实

工具不仅为人所用，更重要的是工具使人变成了工具特性的人，这个社会能够

轻易体现出时代工具的特征。而网络时代，虚拟化带来的特性相当显著。

（一）超文本

超文本本来指互联网上文本架构的方式。与传统的文本方式不同，它缺乏顺序，可以随意进入、填充，具有扩散性和自发性。它是一种非中心式的表达方式。这种开发性的架构传统从设计网络的70年代就开始确立。它不仅仅指技术上的包容性，即通过TCP/IP通讯协议可以使任何的区域网络联系，它还包含一种人文主义情怀的寄托：即技术开放结构下人类获取资源的开发性和平等性。

互联网发展至今，开发性的共鸣与自由、民主的渴望一贯连接。这种对自由和民主声称的渴望形成了一个亚文化圈，成为一个只有在虚拟网络世界才有的奇观。

1. 自由、民主：黑客文化和虚拟共产主义

尽管黑客是经常被媒介宣称具有破坏力量的网络危险源，但是黑客组织以及黑客文化却是伴随了网络虚拟成长始终并且推动网络民主化的重要力量之一。黑客与共产主义从字面上看相差甚远，但是在美国，两者却有着非常深刻的渊源关系。在曼纽尔·卡斯特所著的《网络星河》中，黑客被认为是与阿帕网建立和开发有关的计算机编程专家。黑客文化是一种立志于偏离精英主义和商业主义，最大可能在共享的基础上追求便宜好用的网络文化。追求技术的尖端性和能够破解加密商业软件的能力让黑客在其所在的社区能够获得尊敬。但是黑客间相互了解的方式只有网络，他们彼此知道的只是一些天马行空的网络代号而已。这样的非正式组织在某种程度上是具有共产主义精神的，他们颇如海盗，在某些时候充满了杀富济贫的英雄气概，却又不可避免地为一一些正统所鄙视。黑客自己认为是网络世界的“朋克”，拒绝向政治或是商业资源妥协，因此常常利用自己非凡的天赋破解一些机构的关键密码，再向公众公开，因为他们坚信网络的结构本身是开发性和成长性的。网络随着使用者而不断丰富，因而强迫大家分享也是一种网络所需要的特性。但是这些似乎只活在网络中的“聪明人”却给管理带来麻烦，他们似乎是一张无所不包的黑网，攫住网络的每个角落，不断蔓延，却没有终点。

2. 人格分裂：唠唠叨叨或是失语

超文本引发的另外一个特点就是网络失语症或是网络多语症。因为超文本展开的是一个无限的填充空间，似乎网络的每个节点在瞬间都变成了积极的说话者，尽管他们不知道自己在说什么或者为什么说，很多情况下他们假想中的听众也从来不存在。如现在有些学者预言博客会最终迈向死亡，而微博开始展现新的力量。其实可以回顾一下，单纯的博客迈向多彩的社交型网站然后到社交型微博的过程，就是一个虚拟听众的建构和消失的过程。不断企图用博客抓住中心位置的使用者发现尽管超文本的好处是缺乏中心、自我参与，但是又懊恼地发现自己受关注的程度并没有因为自己的参与而同比增加，于是开始转战熟悉的社交网站。这样的网站中很少有人认真地说话，却在不断地分享再分享，直到最后淹没了说话的本人和本来的意图。终于，这样的分享也显得太过复杂，微博、一句话博客开始流行。没有意义的状态开始不断更改，因为不在乎听众，所以可以不断碎叨自己的感受，犹如一个精



神病人不断地表达。于是整个网络社会中，呈现一片喧哗喻语之声，没有起点也不知所终。

（二）超真实

物极必反是古谚良训。在网络社会一面呈现虚无缥缈的阴影时，一方面又显示出其逼真甚至超逼真的特性。

1. 网络地理学：真实的空间

曼纽尔·卡斯特认为网络地理的概念有三个层面：即技术地理、用户的空间分布和因特网产物的经济地理。即使在虚无的网络世界里，这样的地理坐标仍然复制了当代社会中真实的政治、经济、地理情况，甚至比真实的世界更为明显。尽管“数字鸿沟”因为计算机设备和互联网使用成本下降而逐渐缩小，但是网络空间中所运用的现实逻辑仍然清晰地反映了话语权的中心位置：网络社会呈现出了比现实城市化进程更快的城市中心化。

2. 网络人体学：超级感官

网络的存在很大程度上也改变了人类体验感。如在网络社会的休闲活动似乎必须与“晒”这个动词相联。很大程度上在网络上“晒图”削弱了人们对事物本身的体验度，相反，朋友网友的评论才使这样的活动得以完成。就旅游而言，博客、晒客的出现使旅游者开始有一种臆想症，我的这种体验和图片视角如何赢得更多人的评论，因而旅游者开始更多的拍照摄影，而忽略了实在的感悟。而这些旅游信息的蔓延也使旅游者少了对景区的惊奇体验，似乎旅游成为某些过去体验的完成状态而已。目前，针对出游的高费用、高耗能特点，甚至推出了“虚拟旅游”，随着虚拟旅游网站的镜头转换，其旅游的逼真性已经无异于真实旅游。

在医疗资源紧张的当下，数字化虚拟人的出现，也试图改变人体的感官体验。“虚拟人可以将一个人的所有人体信息收集储存在电脑里，开处方前，医生先将药物影响数据输入电脑，电脑里的虚拟病人就会显示服药后的生理反应，从而协助医生对症下药，在动手术之前，病人也可以在虚拟的自己身上开刀，电脑上会显示刀口断层及组织断面，为医生制定术前计划作科学参考。”^①

网络不是虚构，是一种真实的力量，其价值落脚于现实。尽管无法确定网络最终将带领人类走向何方，也无法预测网络最终将如何改变人类的生存方式。但是无可否认，网络是时代的产物，它已经渗透了人类生活的方方面面。我们无法拒绝和回避这些特性，因为网络时代，已经从虚拟走向现实。

第二节 网络文化：文化建设的新领域

一、文化与媒介

长期以来，人类都不仅仅是作为动物为了延续生命而存在。自从人迈出了从猿

^① 杨先碧：《数字化虚拟人向我们走来》，《学习导报》第286期，2005年5月23日。

到人的关键性步伐开始，人类就不只是在客观的现实中生活，他们同样生活在自己生产的现实之中，存在于糅合着工具、符号以及情绪反应的交织网络中。如果用一个词来概括这样的自我生产现实，那就是“文化”。

文化表现为一系列的符号、习惯、方式。某种程度上，文化的发展必然伴随着新的符号方式的产生、发展。因而，符号是为了满足当下人们的需求而创造出来的传达意义的工具。所以，文化总是与媒介有着相生相和的关系。一般来说文化与媒介关系的研究方式有以下路径：

媒介技术派是一类分类。麦克卢汉说过：“新的媒介不是人与自然的桥梁，它们就是自然”。将媒介的变化作为人类赖以生存的环境，从这个角度来讲，人类漫长的历史可以分为口语传播时期、印刷传播时期、光电传播时期以及网络传播时期。传播理论研究学者中，加拿大学派的麦克卢汉和他的老师英尼斯偏向于这样的分类。而英尼斯采用了更加抽象的分类，把与媒介物性类似的媒体归于空间性和时间性特点，以分析这样的媒介对文化的影响。这样将技术的发展高度的抽象化，回归到人类历史长河的做法极大程度的重视了媒介之于人类的重要性，但是如果单纯的推断媒介对文化的推动作用，既是对加拿大学派本身的误解，也至少说是忽略了文化对媒介的选择作用的。

按照媒介的影响分类，一般来说分为传统社会、现代性社会和后现代性社会或是前农业社会、农业社会、工业社会和信息社会。现代社会一般以1712年蒸汽机发明为起点，从那时起，高度的复制性、整合性倾向于将社会文化看做是一部完美的可分割成零件的机器，精妙而有效率。随着机器的零件逐渐细分，人成为机器的附属品，逐渐被异化。分裂、异质的后现代性特点渐渐出现，伴随网络技术的逐步成熟，后现代性的文化日益成为主角：碎片化、非理性、不追求确定性、模拟、超现实成为当下文化的关键词。鲍德里亚、詹姆士等是这类研究的先声。当然在媒介对社会变迁的理论上，争论最大的是精英文化向大众文化的转换，在对大众文化的立场上，也出现了相当的争议。

按照人在媒介中的地位分类：主要有马克思主义、政治经济学派的意识形态理论，他们认为人使用媒介的权利是由经济政治的权力圈所决定的，因而没有主动性，所以霸权、文化唯物论、控制论思想都是他们涉猎的范围。也有反对者认为，消费者对媒介产品的消化可以自主，甚至可以影响传播者。

按照媒介对文化的作用一般分为两派：一方认为新兴的媒介可以带来积极的效果，而反方认为媒介不能解决人类的问题，相反让文化日益恶俗化。

还有一些按受众群体进行分类：如“两极分化”着重对贫穷的弱势群体进行研究，还有关于“网络沉溺”等的针对青少年的研究等。

就媒介的文化观点思考最多的应属美国学者凯瑞：他提出了传播的仪式观。他认为“传播的仪式观并不在于信息的获取，而在于某种戏剧性的行为。在这种戏剧性行为中，读者作为戏剧演出的旁观者加入了这一权利纷争的世界。这时，我们面对的不是讯息的效果或功能问题，而是呈现和介入在建构读者的生活与时间中所扮

演的角色。”^①

关于文化与媒介的研究种类繁多，但其共性都是围绕着人与文化相辅相成的关系进行的。不论从哪种途径出发，都是在考虑媒介、文化、人三者复杂交错的关系。人，作为文化的主体，不断地创造出新的媒介，又不断在新的媒介环境中生存。这是一种辩证多向的关系。作为一个国家，在制定文化政策的方向上就必须考量这种复杂的关系，敏感地捕捉到当下媒介的新趋势，合理地考虑以上尽可能多的媒介影响和受众群体，才能确定正确的符合时代特征的文化策略。

一般来讲，无论个人还是企业乃至国家，都是某种潜在文化的无意识代表者，在与外界交流的过程中逐渐发现到自己的文化理念与外界的异同，有时这样的发现过程充满了冲击、抵抗甚至斗争。文化研究总是试图解释这样的异同，企图消除因为不理解带来的矛盾。所以文化研究热情高涨的时期总是出现在新兴的文化交流转折期，如全球化历程。当下最为引人注目的力量自然是网络，网络带来了前所未有的便利和冲击，是以前的媒介和文化中所不曾有过的。

二、中国现状

根据 CNNIC 的统计，截至 2009 年 2 月 28 日，中国网民数量为 3.16 亿，普及率达 23.3%，网民规模为世界第一。在《中国网络文化网吧排行榜》的评论中有这样的描述“伴随互联网的广泛普及和应用，以‘多样性’、‘草根性’、‘大众化’、‘娱乐化’、‘功能化’为特点和趋势的中国网络文化，也蓬勃发展起来。在不断创新中快速成长的网络文化，正推动着全球范围内的产业革命和社会变革。与此同时，因内在秩序与规范、精神与追求的缺席，让精神文化需求越来越高的网民逐渐迷失在‘自由自在、无边无际’的网络社会中。”^②

网络文化的参与者远远超过了过去任何时代文化的参与者，并且打破了传统的价值观念，挑战与机遇前所未有的激荡，MCastells 认为：“网络社会代表了人类经验的性质变化，我们已经进入了文化仅指涉文化的新阶段，以超越自然，到达了自然人工再生成为文化形式的地步。”^③而在过去的几年里，中国的网络不断丰富发展，逐渐渗透文化之中，成为一支重要的推动作用。

（一）网络流行——文化导向的灯塔

网络平易近人的特点为大家提供了一个展现才华的机会。因而网络也促成了大量原创作品的诞生。从最早的电子音乐《第 42 交响曲》，到第一部电子小说《背叛》，再到后来人人熟悉的视频《东北人都是活雷锋》，现在各种博客、播客、闪客等平台天天都有新的作品诞生。最值得注意的是网络文学。因为它完全颠覆了传统文学中的线性规律，很好地展现了文本的开放性。这种开放性不仅表现在每个人可以去评论某个文本，还表现在每个文本都可以被改写、每个叙事结构都可以被重

① (美)凯瑞著，丁未译：《作为文化的传播》，华夏出版社，2005 年版，第 9 页。

② <http://www.netbarcn.net/Html/Internews/01051652398331.html>。

③ MCastells，夏铸九译：《网络社会的崛起》，北京，社会科学文献出版社，2001。