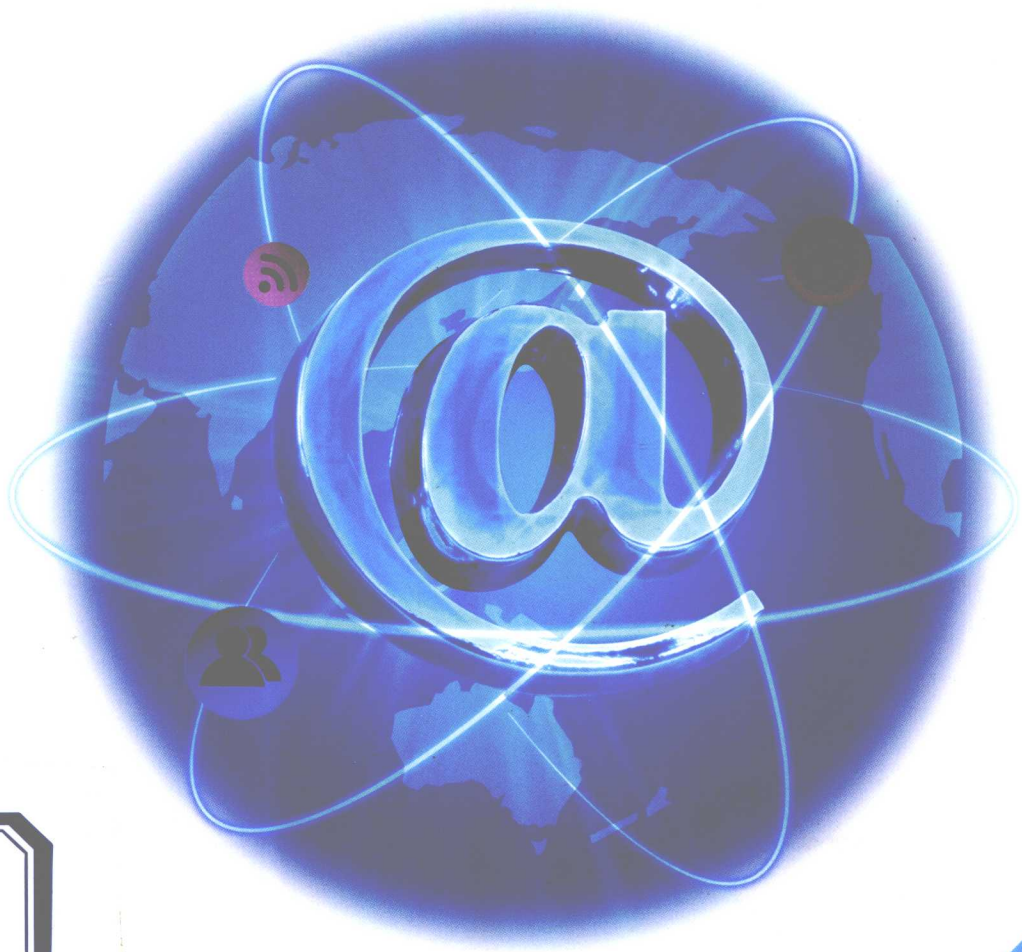


网络社会的 伦理问题研究

WANGLUO SHEHUI DE LUNLI WENTI YANJIU

郑洁◎等著



中国社会科学出版社

- 重庆市人文社会科学重点研究基地——
网络社会发展问题研究中心支持项目
- 中国博士后科学基金资助项目

1443759

网络社会的 伦理问题研究

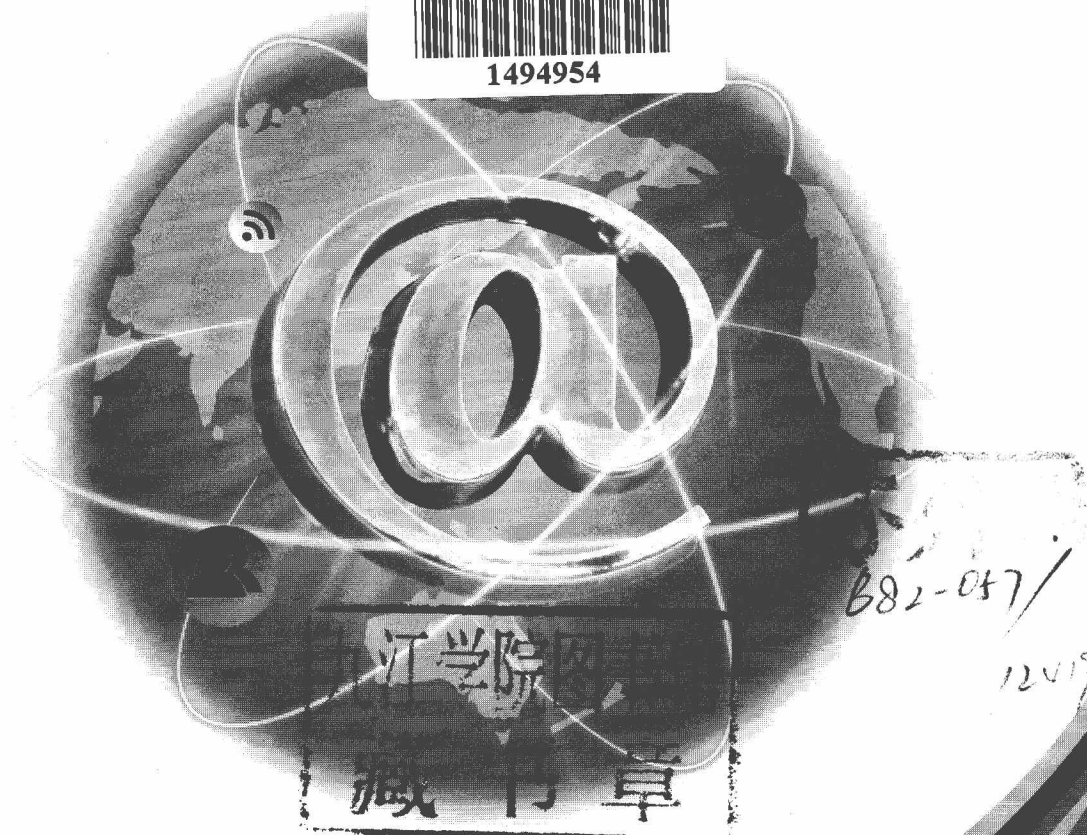
WANGLUO SHEHUI DE LUNLI WENTI YANJIU

郑洁◎等著

九江学院图书馆



1494954



B82-057/
12019

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络社会的伦理问题研究 / 郑洁等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2011. 8

ISBN 978-7-5004-9838-4

I. ①网… II. ①郑… III. ①计算机网络—伦理学
IV. ①B82-057

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 098641 号

责任编辑 孔继萍
特邀编辑 乔继堂
责任校对 周 昊
封面设计 王晶晶
技术编辑 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2011 年 8 月第 1 版

印 次 2011 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 16.5

插 页 2

字 数 273 千字

定 价 35.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

目 录

第一章 网络社会伦理问题研究概述	(1)
一 网络社会的形成及其价值	(1)
二 网络伦理的概念界定	(15)
三 网络社会的伦理问题及原因	(19)
四 网络社会伦理问题的研究现状	(29)
第二章 网络生态伦理问题研究	(41)
一 网络生态伦理及其特征	(41)
二 网络生态伦理危机	(48)
三 网络生态伦理的构建	(56)
第三章 网络文化霸权的伦理问题研究	(65)
一 网络文化霸权的蔓延	(65)
二 网络文化霸权的特点	(73)
三 网络文化霸权是全球问题	(78)
四 有效抵制网络文化霸权	(81)
第四章 网络知识产权的伦理问题研究	(89)
一 网络知识产权的类型与特点	(89)
二 侵犯网络知识产权引发的伦理问题	(99)
三 网络知识产权保护现状	(102)
四 保护网络知识产权的原则及措施	(104)

第五章 网络隐私权的伦理问题研究	(114)
一 网络隐私权及其特点.....	(114)
二 侵犯网络隐私权引发的伦理问题.....	(124)
三 网络隐私权的保护.....	(130)
第六章 网络黑客的伦理问题研究	(140)
一 网络黑客及其类型.....	(140)
二 网络黑客对伦理的冲击.....	(154)
三 对黑客行为的治理.....	(160)
第七章 网络信息污染的伦理问题研究	(164)
一 网络信息污染的判定.....	(164)
二 网络信息污染的伦理缺陷.....	(170)
三 网络信息污染的治理策略.....	(176)
第八章 网络沉溺的伦理问题研究	(187)
一 网络沉溺的表现及特点.....	(187)
二 网络沉溺的伦理分析.....	(193)
三 网络沉溺的有效处理.....	(199)
第九章 网恋引发的伦理问题研究	(210)
一 网恋的特点及产生原因.....	(211)
二 网恋引发的伦理问题.....	(224)
三 对网恋的合理引导.....	(227)
第十章 网络诈骗的伦理问题研究	(232)
一 网络诈骗的特征与分类.....	(232)
二 网络诈骗对现实社会的危害.....	(244)
三 网络诈骗的防控对策.....	(248)
结束语 和谐网络社会的构建	(252)
主要参考文献	(255)
后记	(258)

第一章

网络社会伦理问题研究概述

20 世纪 90 年代以来，互联网在全球得到了飞速发展和普及。伴随着互联网的大发展，网络正把人类带入一个以信息网络为核心资源的信息网络时代。网络如同一柄“双刃剑”，在促进经济迅猛发展的同时，也带来了一系列现实道德难以应付的伦理问题。

党的十七大报告指出：“加强网络文化建设和管理，营造良好网络环境。”2010 年 7 月 23 日，胡锦涛总书记在中共中央政治局第二十二次集体学习时强调，顺应时代要求深化文化体制改革，坚决抵制庸俗、低俗、媚俗之风，推动社会主义文化大发展大繁荣。共同抵制网络低俗之风，保护未成年人健康成长，把互联网建设成为传播先进文化的阵地，创建和谐文明的网络环境，推动互联网健康有序发展，为广大网民和青少年提供一个绿色、健康、文明、和谐的网络环境。全国多家网站向全国互联网界发出文明办网倡议书。他们提出要文明办网；要坚决抵制不良信息，净化网络环境；要坚持自我约束，实施行业自律；要自觉接受管理和监督。这无疑从大环境和政策上为网络社会的和谐、健康发展创造了一个好的开端。

一 网络社会的形成及其价值

当前，一场深刻影响人类历史进程的信息革命正席卷全球。随着互联网的飞速发展，在信息化、网络化浪潮的推动下，人类创造了一个新的时代，形成了一个特殊的社会——网络社会。网络社会作为一种新生的社会组织形式，使人们的生活空间从物理世界拓展到虚拟世界，在带给人们极

大自由与便利的同时,也带来了现实道德难以应付的难题,使得建构网络伦理显得日趋迫切与必要。探讨网络发展所带来的伦理问题,分析其产生的根源,采取有针对性的治理措施,从而建立相应的网络道德规范,有利于保证网络社会的健康发展。

(一) 网络技术开辟了人类的第二生存空间

互联网的建立,为人类开拓了一个新的生存空间——网络空间。网络空间的时空特点,决定了网络社会亦呈现出许多与现实世界不同的特征,产生了众多新型的伦理问题和伦理危机,需要人们从多方面加以研究和解决。

这里所论及的网络不是社会学意义上所讲的广义的网络,而是指由计算机、服务器、传输设备相连接,并通过“传输控制协议(TCP)”和“网络间协议(IP)”而形成的一个技术范畴。自20世纪40年代网络诞生以来,网络经历了从实验室、军用网络、教育科研网络至世界互联网络的发展过程。人类社会进入20世纪90年代以来,网络就好像火焰一样迅速燃遍了全球,几乎在一瞬间连通了世界上的所有国家和地区。当前“一网打尽”、“数字化生存”、“地球村”等概念和观念已深入人心。

在中国,网络社会似乎是在尼葛洛庞帝的《数字化生存》的呐喊声中从天而降——“计算机不再只与计算机有关,它决定我们的生存”^①。当沿着历史的轨迹追溯其发展历程时,我们不难发现,网络社会的发展没有辜负加拿大著名传播学家麦克卢汉天才般的预言,网络技术革命早已悄然发生,而且其发展的速度之快、影响之大、意义之深远,是人们始料未及的,其发展的态势也早已超出了其创始者所能控制的范围。网络技术的兴起和广泛应用是人类社会所面临的又一次巨大的技术革命,它必将引发全球性的社会生产和生活方式的巨大变革。今天,这场巨变正在成为现实,势头不减,正以其特有的方式影响着人类社会。

中国社会自1994年正式接入国际互联网以来,信息技术、网络技术和通信技术三位一体的发展格局构成了我国互联网事业的技术支撑。到

^① [美] 尼葛洛庞帝:《数字化生存》,胡泳、范海燕译,海南出版社1997年版,第15页。

2011年1月,从第20—27次中国互联网络发展状况统计调查可知,中国互联网在整体上继续保持着强劲的增长态势,同时网民特征结构、上网途径、上网行为等各方面表现出了一些较为明显的变化。

根据2011年1月19日中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第27次中国互联网发展状况统计报告》(以下简称《报告》)显示,截至2010年12月底,我国网民规模达到4.57亿,较2009年底增加7330万人;互联网普及率攀升至34.3%,较2009年提高5.4个百分点。《报告》还显示,我国手机网民规模达3.03亿人,较2009年底增加6930万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高,从2009年末的60.8%提升至66.2%。手机网民较传统互联网网民增幅更大,依然构成拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。值得关注的是,当前,娱乐类应用在我国网民网络应用中呈现下滑趋势,电子商务类互联网应用则成为我国互联网经济发展最快、最迅速的主力军。《报告》显示,2010年大部分娱乐类应用渗透率均已下滑,网络音乐、网络游戏和网络视频的用户渗透率分别下降4.3%、2.4%和0.5%,用户规模增幅相对较小。以此同时,网络购物用户年增长48.6%,是用户增长最快的应用,而网上支付和网上银行也以45.8%和48.2%的年增长率,远远超过其他类网络应用,我国更多的经济活动正在加速步入互联网时代。^①

从20世纪90年代起,网络在我国得到了飞速的发展。计算机网络已经在政府、学校、企事业、公共服务机构中得到广泛的应用,并已走进了寻常百姓家中,人们在网络世界中可以进行现实社会中的绝大部分活动,如购物、看书、交友、游戏、娱乐、聊天、学习、经商、管理、工作,甚至恋爱等。互联网对社会的政治、经济、文化的巨大影响,使它成为国际竞争的又一制高点,同时,也预示着一个新时代的到来。1996年4月,北京“信息基础结构国际会议”发表了《信息时代宣言》,以诗一般的语言向世界宣告:“一场汹涌澎湃的计算机网络化、信息化的世纪风暴,正席卷着世界的每一个角落:从东到西,从南到北,从亚美利加,到欧罗巴,从亚细亚,到澳新大陆,从阿拉伯到阿非利加……不分种族,不分肤色,不分语言,不分国度,信息化已经成为不可逆转的历史进程!”“百万

^① 中国互联网络信息中心(CNNIC):中国互联网络发展统计报告(2011年1月),
http://www.cnnic.net.cn。

年蒙昧,数万年游牧,几千年农耕,几百年工商;如今,正经历一场前所未有的巨变,由工业时代迈向信息时代。”^①现在人们可以足不出户,从事自己想做的事。网络技术为人类生活开辟了新天地,为人类活动搭建了新的舞台,为人类生存提供了新空间。

(二) 互联网对人类现实生活的积极影响

通过对最近几次中国互联网络发展状况统计报告的分析,我们可以发现,互联网积极作用普遍得到人们的认可,超过 2/3 的用户认为互联网对学习、工作、生活、娱乐等方面的帮助均是非常大或比较大。互联网给人们的学习、生活、娱乐和工作带来快捷和方便,已深入到生活的方方面面。

1. 信息获取

(1) 搜索引擎

2010 年,搜索引擎用户规模 3.75 亿,用户人数年增长 9319 万人,年增长率达 33.1%。搜索引擎在网民中的使用率增长了 8.6 个百分点,达 81.9%,跃居网民各种网络应用使用率的第一位,成为网民上网的主要入口,而互联网门户的地位也由传统的新闻门户网站转向搜索引擎网站。

网络科技的飞速发展,带来了互联网信息生产和消费行为的快速拓展。电脑、手机、平板电脑等终端的集成,SNS、微博客等 Web2.0 应用的快速发展,促进了互联网信息承载量的急剧增长,信息资源前所未有的丰富。但同时,海量级、碎片化的信息增加了人们获取有效信息的时间和成本。2010 年,为了提高搜索引擎中文信息检索的智能性、精准度,国内各搜索引擎厂商运营模式更加多元,搜索引擎服务能力得到优化,服务水平大幅提高。

2010 年,随着全球经济的回暖,企业广告主广告投放大幅提升。其中,更多的广告投入从线下媒体向互联网转移,而互联网广告的精准性和营销效果的可评估性成为企业广告主的诉求常态。在这种市场需求下,搜

^① 陆群等:《网络中国》,兵器工业出版社 1997 年版,第 48 页。

搜索引擎的营销价值大幅提升,市场营收保持快速增长势头。

(2) 网络新闻

截至2010年12月,网络新闻使用率为77.2%,用户规模达3.53亿人,用户人数年增长4535万人,年增长率14.7%。

互联网已经发展成为网民获取新闻资讯的主要媒介之一。随着网络技术和应用的飞速发展,新闻传播机制的变革加快。其一,手机上网、微博客等新兴网络媒体的快速发展,为用户上传信息提供了便捷的渠道,推动了互联网用户产生内容的快速增长,网络新闻的来源更加丰富;其二,网民获取新闻资讯的渠道更加多样;其三,社交网络凭借用户间的交互性,在新闻资讯传播中发挥重要作用,提高了新闻传播的速度、广度和深度。随着新闻传播渠道的更加多元和高度融合,网络新闻内容的生产和消费行为快速扩展,未来网络新闻市场将更加繁荣。

2. 商务交易

(1) 网络购物

截至2010年12月,网络购物用户规模达到1.61亿,使用率提升至35.1%,上浮了7个百分点。2010年用户年增长48.6%,增幅在各类应用中居于首位。

政策、市场等多重利好是推动网购用户规模保持快速发展的主要原因。2010年,政府出台了一系列的鼓励和规范文件,对网络购物的扶植和促进力度明显加大。市场层面,传统企业加速进军网络零售市场,带动了网货市场的繁荣和服务水平升级;伴随着团购等新型业态迅速兴起,网上商品的价格优势深入人心,也开辟了餐饮、健身等服务型商品的网销渠道;经营了近十年的B2C企业也在2010年迎来了首轮上市,电商企业的服务能力和影响力进一步提升,网购的优势得到进一步凸显,有力地推动了网络购物用户规模的高速增长。

(2) 团购

2010年是中国团购元年。截至2010年12月,我国团购用户数已达到1875万人。目前团购活动正更多地向二、三线城市扩展,预计2011年团购用户仍将增长迅速。

团购是2010年与微博并行的互联网发展新亮点。团购发展如此火爆的原因有以下两点。首先是各大主流网站的纷纷加入。2010年团购网站

发展最初只有较少一些人士运营独立的团购网站，如满座网、美团网等。随后，我国最大的购物网站淘宝网推出聚划算；门户网站新浪、搜狐、腾讯均已开通团购服务；之后社区类网站人人网开通糯米网。截至2010年底，几乎所有中国互联网巨头都已涉足团购行业。团购网站作为互联网业界盈利与增强用户黏性的有效工具，迅速普及，推动了团购行业的发展。

其次是与团购的特点密不可分。团购有一些鲜明特点：一是典型的“轻”公司，不需要考虑仓储物流等硬性投入，只要有网站和人，既可以做起团购。二是这种商业模式回笼资金非常迅速，只要团购成功，即可获得收益。团购的这些特点使得团购的进入门槛较低。三是除了网络购物网站推出的团购外，其他团购网站推出的种类主要是美容、餐饮、娱乐等，填补了传统网络购物中服务性消费较少的空白。

（3）网上支付

2010年是网上支付的快速发展期。截至2010年12月，网上支付用户规模达到1.37亿人，使用率为30%。这一规模比2009年底增加了4313万，年增长率高达45.9%。网上支付用户规模三年之间增长了3倍，比2007年底增加了1.04亿用户。

2010年可以看作是网上支付的转折年。国家相关监管政策和实施细则的出台，宣告网上支付自由生长状态的结束。2010年网上支付发展较为快速的原因在于：一是网络购物依然是网民接受网上支付的重要渠道，网络购物市场的火爆拉动网上支付快速发展。二是2010年网上支付的行业拓展是发展亮点。除了传统网络购物外，航空、保险、基金等行业都开始积极布局网上支付。这些行业资金流转量更大，是网上支付的进一步拓展。三是手机支付作为网上支付的重要组成部分，推动网上支付快速发展。各主流网上支付服务提供商、银行及运营商都在加大对手机支付的投入，2010年9月1日起施行的手机预付卡实名制及3G用户的快速增长都推动了手机支付快速发展。

（4）旅行预订

截至2010年12月，我国在线旅行预订用户规模为3613万人，在网民中的渗透率为7.9%。用户数比2009年底增长了589万，年增长率为19.5%。

在大力推进城市化、加快信息化发展的中国，在线旅行预订产业发展潜力较大。2010年在线旅行预订行业开始分化，旅游产品网站直营力度

加大,第三方代理服务提供商提供更加细致的信息整合服务,垂直旅游搜索引擎服务产品渗透率加大,等等,这些细分服务满足了网民的更多需求,旅行预订市场继续增长。

但是,2010年旅行预订行业发展速度仅为19.5%,显著低于网络购物等其他应用发展。其原因在于:中国目前的互联网普及率还不高,网民中的旅行预订认知率还不高,在线旅行预订市场还处于市场培育阶段。2010年美国网民中在线旅行预订渗透率已高达66%,远高于中国7.9%的同期渗透水平。

3. 交流沟通

(1) 即时通信

截至2010年12月,我国即时通信用户规模达到3.53亿人,比2009年增长8025万人,增幅达29.5%。即时通信使用率从2007年开始下滑,但在2010年有所回升,达到77.1%,比2009年增长6.2个百分点。

随着移动互联网的进一步发展,手机网民规模继续扩大,手机即时通信的使用率获得较大提升,继续位列手机互联网应用的首位,从而拉动了即时通信用户规模的增长。此外,随着电子商务等互联网应用的进一步普及,基于应用的垂直类即时通讯工具发展加速,垂直类即时通信工具用户规模的增长成为推动整体即时通信用户增长的又一动力。

(2) 博客

截至2010年12月,博客在网民中的使用率提升了6.7个百分点,达到64.4%,用户规模达2.95亿人,年增用户7310万人,年增长率33%。

博客的快速增长与即时通信、SNS、微博客等国内社交网络应用的快速发展密切相关。第一,即时通信的空间日志功能、SNS的博客功能带动了博客应用的增长。同时,即时通讯和SNS的用户关系基础,使博客正在升级成为朋友之间加深了解,进行深度交流的重要媒介。第二,微博客对博客写作行为具有一定激励作用。微博客在传播方面的优势,丰富了博客作者观点的传播渠道,带来了个人博客阅览量的增长,更加满足了博客写作者希望获得关注和认同的需求。

但同时,伴随博客影响力的快速提升,博客应用的发展也面临许多挑战。根据用户反馈,博客文章评论中的“垃圾广告”是博客用户遇到的普遍问题;博客版权保护不力,博客文章被转载但未标明作者和出处等现象

影响了博主的积极性,是博客未来发展中亟须解决的问题。

(3) 微博客

2010年,国内微博客用户规模约6311万人,在网民中的使用率为13.8%。手机网民中手机微博客的使用率达15.5%,手机微博客的快速发展带来了手机端信息生产和消费行为快速拓展。

2010年是微博客快速兴起的一年。微博客凭借平台的开放性、终端扩展性、内容简洁性和低门槛等特性,在网民中快速渗透,发展成为一个重要的社会化媒体。具体体现在:其一,微博客成为网民获取新闻时事、人际交往、自我表达、社会分享以及社会参与的重要媒介;其二,微博客成为社会公共舆论、企业品牌和产品推广、传统媒体传播的重要平台。

微博客作为快速发展的新兴网络应用,对互联网产业将产生深远影响。第一,微博客正在发展成为重要的新闻源,使新闻媒体的传播形态发生变化;第二,微博客与即时通信、博客、社交网站用户的高度重合,将对其他社交网络应用市场产生较大影响,同时,将加快社交网络的平台化发展;第三,微博客信息的即时性、碎片化等特征,将加快实时搜索等网络服务的技术开发和应用。

(4) 社交网站

社交网站的用户规模和渗透率均有较大提升。截至2010年12月,中国网络交友为2.35亿人,较上年年底增长5918万人,网民使用率为51.4%,比2009年增加5.6个百分点。

虽然社交网站用户规模增长迅速,但依然面临一些问题。一方面是如何开发黏住用户的服务,在经历了“全民偷菜”的阶段后,开发新的社交服务用以提高用户黏性难度越来越大,而这也促使更多的社交网站开放平台进行补充;另一方面,广告依然是社交网站盈利的主要来源,但社交网站的朋友关系、实名制等潜在价值还没有充分发挥,将商务活动、生活服务等现实活动引入到社交网站,可以进一步挖掘社交网站潜在价值。

4. 网络娱乐

(1) 网络游戏

截至2010年12月,中国网络游戏用户规模为3.04亿人,较2009年底增长3956万人,增长率为15%。与此同时,网民使用率也出现了下

降,从2009年底的68.9%降至66.5%,中国网络游戏用户规模增长已经进入平台期。

从网络游戏行业的发展趋势看,一方面,在用户增长减缓的情况下,产品的细分需求进一步提升,游戏年龄偏长以及丰富的产品促使用户选择更为理智,提升产品对于不同用户的针对性已经成为产品竞争的关键。另一方面,在新游戏用户越来越少的形势下,未来更多的是游戏类型间的用户转换,例如从小型休闲游戏用户向大型游戏用户的转换,网页游戏与大型网络游戏间的相互渗透等,而这种趋势也促进了游戏运营商平台的建立。

(2) 网络文学

截至2010年12月,网络文学使用率为42.6%,用户规模达1.95亿,较2009年底增长19.9%,是互联网娱乐类应用中用户渗透率唯一增长的领域。

互联网的迅速普及降低了文学写作和发表的门槛,让大众获得了更多参与文学创作和阅读的机会,从而带动了网络文学的繁荣。更多传统文学作家借助互联网发表和传播作品;传统文学奖项把网络文学纳入评选;线下出版社与文学网站积极合作出版书籍;网络文学改编的电影电视剧热播。网络文学在创作主体、流通渠道、用户参与等方面的影响力不断增强,并有力推动了网络文学用户规模的增长。

(3) 网络视频

截至2010年12月,国内网络视频用户规模为2.84亿人,在网民中的渗透率约为62.1%。与2009年12月底相比,网络视频用户人数年增长4354万人,年增长率18.1%。

随着国内网络视频服务水平的提高,网络视频已经发展成为人们获取电影、电视、视频等数字内容的重要媒体。同时,从传统视频到高清视频、从草根内容扎堆到精英内容云集、从风险投资热捧到视频网站纷纷上市,网络视频的用户基础、技术水平、内容服务、行业发展都有了显著提高,在互联网行业中的地位不断凸显。

与网络视频的媒体影响力和行业地位相比,网络视频的商业价值仍有待于挖掘。从网络视频营销来看,虽然国内网络视频广告营收快速增长,但网络视频广告单价还有很大的提升空间;从网络视频的盈利模式来看,高额的版权交易和带宽成本给国内网络视频厂商运营带来了巨大的压力。

因此,根据国内网络视频用户的市场需求,探索新的运营模式成为国内视频产业走向成熟的关键。^①

(三) 网络社会的形成及其价值意义

1. 网络社会的形成及其本质

网络技术已真真切切地为人类开辟了一个新的生存、生活的空间,即网络空间(Cyberspace)。对于网络空间,我们可以把它理解为一种物与物的空间,或者是机器的生态(machine-ecosystem)空间。但当我们把这一空间与“人”联系起来后,网络空间就被“激活”了。人作为主体参与到这种机器生态空间后,就会充分利用这一交流和沟通的平台进行各种活动,在活动中建构出一种新型的社会,即“网络社会”。与“网络社会”相对应的就是人们通常所说的“现实社会”。事实上,不管是网络社会还是现实社会,它们都是现实的、客观存在的。网络社会就其物理意义来讲,只存在于计算机、服务器和传输线中的很小的空间,但就其作为人类的生活、生存的意义来讲,则是一个虚拟的空间、想象的空间,或者称为信息流的空间。所以网络社会就其本质来讲,是一个虚拟的社会,人们通常又称之为“虚拟社会”。

从广义上讲,现实社会就是人类社会;从狭义上讲,现实社会就是指与“网络社会”相对应的传统的原子社会。为便于讨论,本书从狭义上使用“现实社会”一词。所以,人类社会就包括了“网络社会”和“现实社会”两个部分。

麦克卢汉曾断言:“任何技术都倾向于创造一个新的人类环境。”^②但从来没有一项技术像网络技术这样,创造了一个全新的世界和崭新的人类环境,如此巨大地改变人们的生活方式、工作方式、思维方式、社会结构和文化观念,为人类提供一个全新的社会环境。

万维网的创始人迪姆·伯纳斯·李曾不无感慨地说:“社会也从来没

^① 中国互联网络信息中心(CNNIC):中国互联网络发展统计报告(2011年1月),<http://www.cnnic.net.cn>。

^② [美]理查德·A. 斯皮内洛:《世纪道德——信息技术的伦理方面》,刘钢译,中央编译出版社1999年版,第1页。



有像现在这样与技术完全结合在一起。”^① 因此,“万维网与其说是一种技术的创造物,还不如说是一种社会性的创造物”^②。这种创造物既是社会性的产物,又是一种新的社会形态。

在网络社会中,人们可以像在现实社会中一样进行互动式的交流。在这里有商店、书店、图书馆、游戏室、公告栏、聊天室等,似乎现实社会中的一切在这里都应有尽有。更重要的是,人们可以像在现实生活空间中一样,直接参与其中,进行各种活动。网络社会既已成为我们生活的一部分,又成了我们生活的空间。电话、广播、电视也是我们生活中的一部分,但它们不可能构成我们生活的空间,它们只能借助于网络,实现电脑网络、电视网络、广播网络和通讯网络一体化,从而赋予网络空间以新的内涵。另外,人的本质在于其社会性,而社会的本质在于它是由人构成的社会。人在网络空间的活动中结成的各种各样的社会关系,体现了人的本质。网络因为有了人的参与和活动成了人的网络,成了拥有各种社会关系的网络,从而被赋予了社会的意义。作为“社会关系的总和”的人与网络的有机融合最终形成了“网络社会”。

2. 网络社会的特征

网络社会是网络伦理问题产生的基础,正确理解和把握网络社会的特征,有助于我们认识网络伦理的可能性及其特征等问题。网络社会作为人类的虚拟生存空间,具有全球一体化、时空压缩性、数字化与虚拟性等特点。

第一,全球一体化。网络具有无限延伸的特点,建立网络的初衷就是希望电脑之间能够便利地通信,电脑互联越多就越成其为网络。美国1994年9月提出建立“全球信息基础结构”的倡议,就是提议将各国的“国家信息化基础结构”在全球联通,以实现各国之间的信息共享。全球信息基础结构的发展是无止境的,因此,网络具有全球性。网络是全球一体化的,任何的割据、封闭都可能最终导致整个网络的解散。网络消除了国与国之间传统意义上的物理边界。甚至有人提出,在网络中,民族国家

① [英] 蒂姆·伯纳斯·李、马克·菲谢蒂:《编织万维网——万维网之父谈万维网的原初设计与最终命运》,张宇宏、萧凤译,上海译文出版社1999年版,第126—127页。

② 同上书,第124页。

消亡了。网络的全球一体化有助于加强不同国家的信息交流和相互理解,有助于树立全球观念和信息共享等价值观念,但它对网络的监管、民族文化的兴衰等方面也构成了挑战。我们说互联网世界具有全球一体化特征,是在信息疆域意义上说的,这与物理世界疆域的边界并不矛盾,它们是两个不同介质世界。

第二,时空压缩性。网络的全球一体化直接导致“全球一村”的时空观,网络信息传输速度极快,网络时空好像被无限压缩,现实空间中的物理距离感在网络空间中消失了。正如美国网络专家威廉·奥尔曼所说,信息革命带来的最基本的变化是:它有能力以甚至十年前还不可想象的方式,消除“这里”和“那里”的界限,使人与人之间的联系更加紧密。“这里”和“那里”的区别被赋予了新的含义,事实上,互联网的使用者完全忘记了距离这回事。在互联网上人们常常有这样的体会,与近距离的通信对象相比,常常更快地收到远方的回信。由于时差的缘故,远方的朋友可以在你晚上睡觉的时候回信,因此感觉上反而好像离得很近。如果说从长沙到北京的距离和从长沙到纽约的距离还有差别的话,那么最多也只有时间上的差异,甚至连时间上的差异也消失了。在这里,时间成了距离的单位,因为信息传输速度在理论上是一样的,现实社会的时空观被完全改变了。尼葛洛庞帝曾把网络视为“没有空间的地方”。他说:“后信息时代将消除地理的限制,就好像‘超文本’挣脱了印刷篇幅的限制一样。数字化的生活将越来越不需要依赖特定的时间和地点,现在甚至连传递‘地点’都开始有了实现的可能。”^① 所以,在网络社会中,由于工作和生活可以是在一个或多个地点,于是“地址”的概念也就有了崭新的含义。

第三,数字化与虚拟性。网络空间像现实社会一样有图书馆、商店以及其他各种各样的东西,这里还可以看书、购物,甚至旅游……但与现实空间不同的是,网络空间由比特构成,由数字构成,既没有用传统建筑材料砌成的图书馆大楼,也没有纸质的图书。它是一个数字化的王国,有人称它为由0和1构成的世界。虽然它是数字化的,但因为它具有虚拟性,人们一点也不怀疑它的存在。正如迈克尔·沙利文·特雷纳(Michael Sullivan-Trainor)所指出的:“网络的用户坐在计算机前,也能够其他人的‘意识’中漫游。他们的意识进入了电脑空间,一个真实的地方……

① 尼葛洛庞帝:《数字化生存》,胡泳、范海燕译,海南出版社1997年版,第194页。