

互联网+ 大数据 云计算的最终归宿——分享!

滴滴、Uber、闲鱼、陆金所、百度百科……把自己不需要的分享出去，换来的是金钱、友谊、内心的喜乐，不会分享的人在分享经济时代寸步难行。

# Public Parts

How Sharing in the Digital Age Improves  
the Way We Work and Live

# 分享经济时代

新经济形态，分享什么，如何分享

[美] 杰夫·贾维斯(Jeff Jarvis)/著  
南溪/译

政府官员、企业和公众的分享经济使用手册  
正在改变你我工作和生活方式的分享新生态

公众、闲置、平台、收入，分享让人人都是供给侧

支持分享经济发展，提高资源利用效率，让更多人参与进来、富裕起来。

2016年《政府工作报告》

互联网+ 大数据 云计算的最终归宿——分享!

滴滴、Uber、闲鱼、陆金所、百度百科……把自己不需要的分享出去，换来的  
是金钱、友谊、内心的喜乐，不会分享的人在分享经济时代寸步难行。

# Public Parts

How Sharing in the Digital Age Improves  
the Way We Work and Live

## 分享经济时代

新经济形态，分享什么，如何分享

[美] 杰夫·贾维斯(Jeff Jarvis)/著  
南溪/译

图书在版编目 ( CIP ) 数据

分享经济时代：新经济形态，我们分享什么，如何分享 / (美) 贾维斯著；南溪译. -- 2 版. -- 北京：中华工商联合出版社，2016.5

书名原文：Public Parts：How sharing in the Digital Age Improves the way we work and live  
ISBN 978-7-5158-1653-1

I. ①分… II. ①贾… ②南… III. ①经济学-研究  
IV. ①F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 090553 号

*PUBLIC PARTS: HOW SHARING IN THE DIGITAL AGE IMPROVES THE WAY WE WORK AND LIVE* by JEFF JARVIS

ISBN: 978-1-4516-3600-0

Copyright © 2013 by CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS Co., Ltd.

Original English language Copyright © 2011 BY JEFF JARVIS

Simplified Chinese characters edition arranged with SIMON & SCHUSTER INC. through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

ALL RIGHTS RESERVED.

本书中文简体字版由美国西蒙和舒斯特出版公司通过大苹果事业有限公司授权中华工商联合出版社有限责任公司在中华人民共和国境内独家出版发行。

版权所有，侵权必究。

北京市版权局著作权合同登记号：图字01-2012-6394号

分享经济时代：新经济形态，分享什么，如何分享

Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live

|                             |                            |
|-----------------------------|----------------------------|
| 作 者：【美】杰夫·贾维斯 (Jeff Jarvis) | 印 刷：三河市宏盛印务有限公司            |
| 译 者：南 溪                     | 版 次：2016 年 7 月第 2 版        |
|                             | 印 次：2016 年 7 月第 1 次印刷      |
| 责任编辑：于建廷 臧赞杰                | 开 本：710mm × 1020mm 1/16    |
| 责任审读：李 征                    | 字 数：240 千字                 |
| 责任印制：迈致红                    | 印 张：17.5                   |
| 书籍设计：周源                     | 书 号：ISBN 978-7-5158-1653-1 |
| 出版发行：中华工商联合出版社有限责任公司        | 定 价：39.00 元                |

服务热线：010-58301130

销售热线：010-58302813

地址邮编：北京市西城区西环广场 A 座

19-20 层，100044

Http: //www.chgslcbs.cn

E-mail: y9001@163.com (第七编辑室)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题，请与印务部联系。

联系电话：010-58302915

# Public Parts:

How Sharing in the Digital Age  
Improves the Way We Work and Live

## 目录

---

前言 / 001

引言

一个信息分享的时代

第一章

分享的倡导者：马克·扎克伯格

第二章

分享的选择

注重隐私的德国人 / 035

德国人的矛盾之处 / 041

我的分享 / 044

我的隐私 / 051

### 第三章

## 分享的优势

构建关系网 / 059

你好陌生人 / 062

协作 / 064

众人的力量 / 067

永不完美 / 071

百无禁忌 / 074

至高的荣誉 / 076

天使守护 / 078

### 第四章

## 隐私与分享的历史碰撞

邪恶的柯达拍照者 / 083

科技进步的大恐惧 / 086

现代分享的形成 / 090

公共领域 / 094

### 第五章

## 公共印刷术

古腾堡的礼物 / 103

大众媒体的形成与毁灭 / 112

### 第六章

## 什么是隐私？

你如何定义隐私？ / 121

我们应该怎样保护隐私？ / 131

隐私与分享的伦理规范 / 140

## 第七章

### 分享有几许？

其实，真正的公众就是我们 / 147

怎样算过度分享 / 150

## 第八章

### 作为公众的你

身份与荣誉 / 163

对于分享的建议 / 168

## 第九章

### 分享产业

公共经济 / 177

埃文·威廉姆斯：博客和 Twitter 的创始人 / 179

丹尼斯·克罗利：Dodgeball 和 Foursquare 的创始人 / 189

菲利普·卡普兰：Blippy 的创始人 / 195

乔希·哈里斯：我们生活在公众的视野之下 / 200

## 第十章

### 彻底分享的公司

想象 / 209

生产：制作荷马模型 / 213

科技：裸体的怪胎 / 219

媒体：墙上的另一块砖 / 223

零售：社会商店 / 231

极端化 / 237

第十一章

民治

消灭秘密 / 245

超越开放性——协作 / 251

第十二章

网络正能量

谁来引导分享 / 261

分享的规则 / 268

## 一个信息分享的时代

### Public Parts:

How Sharing in the Digital Age  
Improves the Way We Work and Live

#### 引言

“Facebook,” 我的儿子杰克告诉我说, “是我高中时代的最爱。” 我不认为自己在高中时代有自己最喜欢的东西。Facebook 在 2005 年风靡大学校园之后, 杰克所在的 2010 级是第一个使用这项服务的。Facebook 延长了他们的学校生活时间, 他们夜以继日地沉迷于这个社交网站上。那对于年轻时的我来说, 就好比是地狱的一个无限循环方程式。我的青春期完全被荷尔蒙驱动的戏剧性事件、不堪回首的嘲讽以及社交生活中的尴尬主宰着, 社交时的局促不安是我不敢再去回首的事情, 每每提及这些往事我都恨不得找个地洞钻下去——幸运的是, 一些好朋友和一些关系不错的老师帮我缓解了这些事情给我造成的痛苦。但是对于杰克来说, Facebook 可以让他在更多的时间里和更多的人建立友谊, 并维持这种关系。对于使用 Facebook 的 2010 级的班级同学来说, 学校生活变成了一种社交经历, 很

不错的经历。就我看来，那真的可以称为一个奇迹。

Facebook 的创始人马克·扎克伯格，是杰克的榜样——甚至可以说是杰克心目中的英雄。杰克现在正在读大学，学的是计算机专业。扎克伯格在他读高中的时候，就发挥他的技能编写了 Facebook 的程序，并将其中一个程序包装成商业模式售出。扎克伯格大学毕业之后把这些程序组合起来，创办了这家优秀的企业 Facebook，作为两家优秀企业之一，为我们的下一代设置了这些学科。我在我的上一本《Google 将带来什么？》的书中讲述了另外一家优秀企业谷歌，正如谷歌建立了关于搜索引擎和广告的新兴行业，Facebook 也正处于自己所在的这一新行业的核心地位，而这一行业是建立在分享的基础之上。它正在开发我们爆发性的欲望，并使我们的欲望相互联系。我们不禁会问——作为个体和社会——什么是应该保密的？什么是应该分享的？为什么？这本书不是前一本书的续，它的书名也不叫作《Facebook 将带来什么？》。它的主要内容围绕我们这个新兴的分享时代展开。在这里，我将仔细考察在我们身上所发生的深刻变化，以及这些变化带给我们的疑惑和恐惧——当然还有机会。机会是我关注的重点。

因为在青少年时期社交方面的发展并没有如今这么顺畅，我只能在中年时期加以弥补。在这方面我还应该感谢杰克。他是我博客的管理员，也是我理解这个分享时代的秘密武器。他教会了我 Facebook 这一社交网络的准则和价值观，也是他让我注意到了 Twitter。Twitter 曾使本书的写作一度陷入困境——因为总是有没完没了的交流电话在分散我的注意力——但同时也使本书的写作变得更加容易，因为总是有学者们与我探讨，编辑们也为我的书做好了准备。每当此时，我就会在我的笔记本电脑前，努力编辑分享的优势。作为反馈，我会在 Twitter 上，询问大家建立了什么新的有价值的关系，大家也都很乐意分享自己的信

息。仅需一会儿的工夫，回复便会纷纷而至。@john\_blanton 说，他通过聊天找到了他现在的妻子。女同性恋喜剧演员兼演说家 @heathr 说：“公开声明自己是同性恋者让我更诚实，减少了我的恐惧，给我带来了更多力量。”老朋友 @terryheaton 说：“Twitter 有助于减少许多约会时的失败者。”@flmparatta 通过 Twitter 找到了工作。@ginatrapani 通过 Twitter 开创了自己的事业。@everywheretrip 说他遇到了“世界各地的人，我还会在 Twitter、Facebook 和博客上让人们知道我的去向”。@akstanwyck 说：“我上次去纽约旅行，约见了三个我在 Twitter 上结识的人。”@ewestcott 通过 Twitter 得到了技术上的帮助。在众多的留言中，@alexis\_rueal 说：“我找到了高中时的大部分朋友，有一些还是大学时的朋友……而且我发现 15 年前我不太喜欢的人现在都成了我很好的朋友，现在我很珍惜她们。”@sivavaid——是《一切都谷歌化》的作者，也是我的一位合作者，他经常友善地和我争论问题，以专题讨论和帖子的形式——回复我关于形成有价值的关系的问题，他给我留言道：“我们的关系是否有价值？”

因为我的信息分享了出去，所以我交到了新朋友，也和以前的老朋友取得了联系。我得到了工作也赚了钱——包括这本书和上一本书。我已经考察并传递了这些思想，我由此赢得了赞誉（当然也不乏批评之声）。我反馈给 @dustbury，他在 Twitter 上这样回复我：“关于分享的最佳效用是我不能再说谎：有太多东西都在提醒我这一点。这让生活变得更加简单。”同样地 @jmheggen 说道：“分享文化带给我诚实的美德。我一直都在做我自己，因为分享会使谎言不攻自破。”一些政治家 and 企业家也能从 Twitter 的分享中获益。@clindhartsen 说他通过 Twitter 分享他的食谱以及他的体重：“由于我坚定的决心，我已经成功减了 65 磅。”为了不被超越，我曾写过关于我的阴茎失灵的事情——后面会有

详细的叙述，我相信你们会很乐意了解——我由此也得到了许多前列腺癌患者非常宝贵的建议。分享文化有助于我获得有价值的信息，并做出决定。我清楚地知道我们分享得越多，就越能从别人分享的信息中受益。我的信息分享出来，我的生活就是一本打开的书。

隐私拥护者说对自己的信息应该持谨慎态度。他们觉得我不应该分享得太多。每次当有新的互联网服务吸引我们分享自己的一些东西的时候，这些隐私拥护者就会云集在媒体上。他们说我们应该警惕一些公司和技术利用免费的内容和服务，以提高社会生活、提供个性化服务、提高关联性为诱饵，诱使我们公开自己的信息。他们也担心政府会利用这些信息——他们是正确的，因为政府有途径了解公民的大量信息，有权力利用这些信息反对他们。隐私拥护者同样也为年轻人担忧，他们担心年轻人说得太多反而泄露了太多个人信息。这样许多不可预知的事情就会发生，他们警告说。但是，该发生的事情总是会发生的。

在谷歌新闻里搜索“隐私拥护者”，你就会发现他们被媒体没完没了地引用着，他们作为习惯性担忧者的匿名群体：“隐私拥护者大声疾呼。”“隐私拥护者痛哭涕零。”“隐私拥护者今天早上言辞犀利。”“Facebook 惹恼了隐私拥护者。”“《电子零售法》激怒了隐私拥护者。”“隐私拥护者将会密切观察。”“消费者和隐私拥护者总是很关心他们在互联网上被追踪的方式。”他们大声疾呼，痛哭涕零，言辞犀利，被惹恼，被激怒，表示怀疑，关心，观察，烦恼，这些就是隐私拥护者们。

丹尼尔·索洛夫 (Daniel J. Solove) 在他所著的《了解隐私》( *Understanding Privacy* ) 一书中收集了我们一般所认为的关于隐私泄露的担忧，引用 1964 年《赤裸裸的社会》( *The Naked Society* ) 的作者万斯·帕卡德 (Vance Packard) 所称的，他担心隐私正在“蒸发”，同样心理学家布鲁诺·贝特尔海姆 (Bruno Bettelheim)，在 1968 年宣称

“隐私在不断地受到攻击”。索洛夫说：

有很多评论员曾宣称隐私“正在被围攻”和“受到抨击”；所以隐私正处于“险境”、“危难”，或是“危险”当中；隐私正在被“腐蚀”，正在逐渐“蒸发”、“完结”、“萎缩”、“逝去”、“缩减”，或者“消失”；隐私已经“丧失”或者“死亡”了。曾有众多的书籍和文章警示过隐私所遭受的“破坏”、“丧失”或者“终结”。德伯拉·内尔森（Deborah Nelson）教授曾指出：“隐私，它看起来不仅仅是死亡的状态。它正在一遍又一遍地经历死亡。”

果真是这样吗？由于所有话题都在谈论隐私、隐私、隐私，所以我们可能会比以往更加注重保护隐私——甚至是非常重视。我完全赞同我们要有保护隐私的权利，以及保护隐私的必要性，我们每一个人都有必要维持对我们的信息、创造性以及个性特征的适当控制。我将会支持这些自我认定的隐私拥护者们，毕竟他们所提倡的保护隐私也是出于对我们的安全考虑——虽然我将会尽力去推敲关于隐私的这些激动的辞令、猜测的恐惧，以及含糊的言语，分析当我们谈论隐私的时候我们所表达的真实意思。我们需要保护什么样的隐私，为什么要保护？当隐私被侵犯的时候会带给我们什么样的伤害？我们对隐私泄露的担忧，其根源是什么？我们怎样才能把彼此对隐私的不同期望相互联系起来？比如说，为什么一些德国人反对谷歌街景（Google Street View）拍摄他们的建筑物，而一些美国人却愿意驾驶谷歌汽车并把他们拍摄的照片上传到互联网上供所有人欣赏呢？

隐私和分享并不是相互排斥的；实际上，它们彼此依赖。“分享和隐私是相对而言的，就像冷和热或者深和浅，”保罗·肯尼迪（Paul

Kennedy) 说道, 他是加拿大广播公司《观点》(*Ideas*) 节目的主持人, “其中一个定义了另一个。” 或者, 正如迈克尔·沃纳 (Michael Warner) 在他所著的《公开与非公开》(*Publics and Counterpublics*) 一书中所写的, “大多数事情从某一个角度看是非公开的, 而从另一个角度看又是公开的。” 举例来说, 一本书是对非公开想法的公开表达。我们把自己非公开的一面表现在自己的行为中——我们私下决定对某一问题的立场, 但是当我们被允许像思想家一样参与进来, 分享我们的观点, 组织行动的时候, 我们的立场就会公开。同时, 我们的公开性依赖于他人——我们会倾听他们的想法, 理由和依据——从而私下做出自己的决定。所以公开依赖于非公开。

隐私和分享是我们所做出的选择: 揭示与否, 分享与否, 参与与否, 我们自己会做出选择。每一种选择都各有利弊。我们在不断地寻求二者之间的平衡——直到今天, 科技的进步为我们带来了新的选择、新的风险, 还有新的机遇。不论在任何可能的时候, 我们都希望自己来做选择, 而不是让别人——包括公司、政府等。在我们面对这些决定的时候, 我希望我们不仅要注意泄露隐私的风险, 更要注意分享所带来的益处。保护隐私不应该是我们唯一关注的问题。隐私有自己的拥护者, 当然, 分享也应该有自己的拥护者。

在本书中, 我将会阐明如果我们太过纠结于隐私的问题, 那么在这个充满网络链接的时代, 我们就会错过太多与他人建立联系的机会。网络链接是一项很重要的发明。链接不仅把我们的网页相连, 还让我们彼此之间建立了联系, 使我们获得相关的信息、活动以及业务。链接有助于我们进入新的社会组织, 并重新定义我们的公众。当我们出于对未知的恐惧, 而把自己封闭起来, 与互相建立联系的链接隔绝, 那么作为个体、企业以及机构, 我们就会失败。当我们把自己公之于众的时

候，我们会获得新的学习、互相联系以及彼此协作的机会。从到网（TripAdvisor）到维基百科（Wikipedia），从谷歌到 Facebook，通过这些工具，我们获得了大众的智慧——当然，也包括我们的智慧。当我们聚集在一起的时候，我们可以创造新的公众群体——我们自己的公共领域。我们必须谨记所分享的一定是出于公共的利益，这是建立一个开放的、自由的社会所必需的。

政府很显然是公共领域的化身。它理应成为我们公众意愿的代表。但是我们不要想当然地认为政府即是公众。当政府扮演那样的角色的时候，即意味着政府比我们处于一个更好的位置来做出关于民众生活的决定。现在我们拥有了分享的工具来检验政府的权利。这也是维基解密（Wikileaks）设立的初衷：让机密公之于众，让政府所有非必要的秘密都公开以及让官员们丧失掩藏他们的信息和行为的权力。Twitter，Facebook，YouTube 以及我们社会化的工具互联网——以更大的抑或是微小的成功——帮助人民把他们作为真正的公众以及国家合法的呼声组织起来。现在政府的运作必须不同于往昔。是的，政府有时候也需要保密。但是除了战争、犯罪以及保护每个公民之外，政府官员没有理由向公众隐瞒他们所获悉的信息以及他们的所作所为。政府部门有充分的理由与他们的选民公开协作，发现并解决问题——小到坑坑洼洼的路面，大到人民的贫困问题——或者是兼而有之。看看 SeeClickFix 吧，这是一个简单的服务程序，社区中的任何人可以通过这个服务程序将发现的问题报告给当地政府。比如说，发现公园里的长椅破损了。这个服务程序允许使用者召集一批“挑剔”的社区居民，他们可以要求修复老旧破损的东西。那些封闭的、保守的地方官员可能会把这个新功能看成是一种威胁，是选民联合起来施加压力的一种方式。但是对于英明的、开放的政治家们来说，他们会更有效率地利用 SeeClickFix 来识别该将他们

通常闲置的资源输送到哪里去。华盛顿和旧金山已经把 SeeClickFix 合并为他们的 311 个信息服务程序中，这样发现问题的报告会自动传递到市政机构。以自我为中心的居民把这一服务程序看作与当地无作为的官僚主义者玩“抓到你了”游戏的一种方式。但是一些慷慨的邻居会利用 SeeClickFix 发现一些他们可以自己动手修复的问题——比如修理那个摇摇晃晃的长椅，而不需要政府费心也不需要花纳税人的钱。我们将会看到越来越多的社会组织形式，他们自己采取行动而不受政府的约束，这些社会组织形式可以跨越国界。

企业同样也属于公众的组成部分。不论这些企业是否发行股票，他们都依赖于与许多相关人员的关系，包括顾客、企业员工、供应商、合作方、竞争者，以及相关团体。正如我们要求政府的职权透明一样，我们也同样要求企业公开更多的相关信息。迄今为止，透明化通常只是一个时髦术语，它本身只是用精心制作出来的消息发布的新闻公告，或者是当有人搞砸的时候的一句“这是公司的过失”。那不算是公开，只能叫公共关系。真正分享的公司是公开地运作，因为公开可以使业务以一种新的方式运转，以一种新的方式与客户协作，重置与顾客的关系，建立起信任，从而提高效率——生产出更优质的产品，降低出错率，减少在市场营销上的费用，树立起更好的品牌形象。如今，一个企业将其生产流程向顾客开放得越多，那么人们，作为消费者，对产品的设计、销售以及服务链就了解得越多，在产品生产之前他们就会告诉企业他们对一种产品的需求是什么。甚至是蔻驰 (Coach) 这样的高端时尚饰品公司，也打开了公司的大门，邀请博主们为其设计皮包，这样公司就开发了一种新的（也很低廉的）智慧资源，同时也能从参与设计的博主那里得到免费的市场，并且可以减少博客中那些批判性的犀利言辞。

对于企业来说，透明经营可以引发良性循环：公开表明企业对顾客

的尊重，这样就可以得到顾客的信任，从而创造出合作的机会，进而带来效率的提高，降低风险，提升企业的价值，提高品牌的知名度。适度的开放对企业来说是有益的。

这一规则甚至可以应用于演艺圈。电视剧《英雄》的创作者蒂姆·克林（Tim Kring），在网络上看到一些粉丝批评该剧的剧情。他公开承认对于粉丝所喜爱的角色的失误处理，并及时地解决了这一问题。他给予了粉丝们充分的信任，从而也赢得了大家的尊重。在网络电视缓慢的制作周期当中，很难做到与观众进行及时沟通以改变整个剧情的发展。但在网络上，这就容易多了。每周，我都会去参加《本周在谷歌》（This Week in Google）这一节目，这个节目是由前电视播音员利奥·拉伯特（Leo Laporte）创办的，他在互联网上创办了自己的网络节目，每一场都是现场直播，观众们在聊天室里互相讨论。当利奥，还有我们的专题讨论小组成员吉娜·特拉帕尼（Gina Trapani）和我，不知道一些事情的时候，我们就会给聊天室打电话，我们总是能保证在几秒钟之内得到答案。这样的安排不仅有利于制作出更好的节目，还能建立起粉丝们对节目可贵的忠诚度，他们会告诉我们他们想要从一个节目中得到什么，而当我们满足他们的需求时他们又会对我们心存感激。利奥与他的观众之间双向信任的模式令人叹服。这种信任的模式也会影响他选择赞助商，利奥只有在信任他们的情况下才会与他们合作。这就是开放的良性循环。

科技的进步以及互联网的普及，使得所有这些机会都成为可能——并且被放大，被加速——而互联网成了我们新的公共场所。我在媒体的同事曾经留心观察过互联网，互联网作为一种媒介，在他们看来，非同一般。但是互联网不仅仅是一种传递内容的媒介，更是一种互相建立联系的途径。《破茧而出》（*The Cluetrain Manifesto*）一书对互联网文化有

着重大的影响，该书的合著者多克·萨尔斯（Doc Searls）说我们应该把互联网看作是一个聚会场所。互联网宛如我们的城市广场，在那里我们彼此建立联系。法国前外长伯纳德·库什内（Bernard Kouchner）在《国际先驱论坛报》中写道，互联网是一个“国际化空间”。美国退伍军人管理局技术总监称互联网是“第八大洲”。我博客中的一位读者不喜欢把互联网看作是一个全球化的空间。他争辩说互联网应该是一个新型的类似宇宙的空间。这种观点有点独特。我开始接受这样的观点了，即认为互联网是我们这个世界中的一个新的层次，也许是一个新型的社会，或者是通向不同于现在的分享更加彻底的未来的路径。

年轻人生活在那个更加开放的未来——他们信息的分享程度经常令他们的长辈震惊——因为年轻人看到了开放所带来的回报。他们公开进行交流。这就是他们彼此之间分享和建立联系的方式，这也是他们建立自己的声誉、事业和口碑的方式。他们很聪明，知道开放的好处和风险，正如我后面要讲述的，他们正学着在遇到不同情况时采取相应的措施，用我们所认为的更多的技能和智慧保护他们的隐私。我们应该向他们学习，因为未来是他们的。

然而，分享并不是年轻人的专利。数以万计的人，跨越每一个年龄段，涵盖每一种相互关联的文化，都在分享。即使是没有联系的文化未来也会连接网络，因为今天 20 亿的互联网使用者将很快变成 30 亿，他们将通过更加便宜、更加小巧的手机来接入互联网。你是否会认为美国是互联网的核心？其实巴西长期以来一直是互动交流的温床，但这从未被承认过，这个国家很早就采用了分享博客和照片的方式来加强朋友之间的联系。中国移动拥有 6 亿客户（这个数字恰巧和 Facebook 的使用者一样多——但二者并不是同一客户群）。在非洲和印度那些可怜的农民、渔夫以及商人正在使用连接技术来提高他们的市场。大约有 70%