

文化理论
丛书

首都师范大学文化研究院编

Transcending Myth: Study on the
Publicity of Internet Communication



走出“迷思”：网络 传播公共性研究

陈国战 ● 著

中国社会科学出版社

文化理论
丛书

首都师范大学文化研究院编

Transcending Myth: Study on the
Publicity of Internet Communication



走出“迷思”：网络 传播公共性研究

陈国战 ● 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

走出“迷思”:网络传播公共性研究/陈国战著. —北京:中国社会科学出版社, 2017. 11

(文化理论丛书)

ISBN 978-7-5203-0893-9

I. ①走… II. ①陈… III. ①计算机网络—传播学—研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 210405 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 席建海
责任校对 石春梅
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 11 月第 1 版
印 次 2017 年 11 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 16.75
插 页 2
字 数 263 千字
定 价 79.00 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营销中心联系调换

电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

序

陈国战在博士学位论文基础上修改完成的《走出“迷思”：网络传播公共性研究》即将出版，邀我作序，我是他的博士生导师，也是首都师范大学文化研究院“文化理论丛书”项目负责人之一，因此，为本书写几句简单的介绍的话，似乎是责无旁贷的事情，于是便欣然应允。

从博士入学以后，陈国战就表现出了浓厚的理论兴趣，曾有意把阿伦特研究作为博士学位论文选题，但当时我考虑到这个选题与文化研究专业距离较远，就劝他放弃了。于是，他又想到研究公共领域与媒介的关系问题。从媒介角度研究公共领域理论，确实是一个很好的思路。不过，媒介问题过于复杂，涵盖了从口语媒介到报纸、广播、电视、互联网几次重大转型，用一本书来解决所有这些问题显然不太现实。于是，他最后就选择聚焦于网络媒介与公共领域的关系。从选题确立的过程可以看出，虽然这本书属于传播学研究领域，但它又明显不同于我们通常所见的传播学研究，而是具有更强的理论思辨色彩。

互联网的出现的确实是人类历史上的大事件。从 20 世纪 90 年代以来，它已经全方位地改变了我们每个人的生活，既包括衣食住行各个方面，也包括我们获取信息的方式和人际交往的方式。随着移动互联网时代的来临，我们越来越依赖于手机这个移动终端来获取信息，我们的人际交往也越来越离不开手机，即使是身处同一个办公室的同事，现在也常常借助社交媒体进行沟通。有人甚至提出，手机已经成为长在人身体上的一个器官，一旦它不在身边，我们就会感到浑身不自在。可以说，我们现在已经习惯于生活在一个网络无处不在的世界，以至于进入一个餐馆之前，很多人首先考虑的不再是他

的饭菜是否可口,而是有没有 WiFi。

需要注意的是,所有这些变化都是在很短的时间内完成的,互联网改变人类生活环境和生活方式的速度是前所未有的。历史上,一种新的传播媒介从出现到普及往往要经历一个漫长的过程,有资料显示,电话用了 38 年时间才进入 30% 的美国家庭,电视花了 17 年时间才达到同样水平,而互联网只用了 7 年。由于互联网的发展非常迅猛,人们对它的研究势必显得准备不足,虽然目前学界取得了很多研究成果,但它们经常相互矛盾,让人不知道该相信谁。在这种背景下,如何对互联网的社会影响尤其是它对公共生活的影响做出准确判断,就成为一个急迫的学术课题,这也是本书的价值所在。

在我看来,对于当前中国社会的公共生活来说,尽管互联网有种种不尽如人意的地方,但总体上还是积极意义大于消极意义的。这主要是因为,互联网的去中心化技术使得自上而下的、中心化的、单向的信息传播和控制变得更加困难了,由此就带来了各种信息的透明化;同时,在匿名性的保护之下,网络交往在某种程度上还比口头交往更加平等、民主,这就激发了人们参与公共生活的热情。在中国的语境中,这点应该得到更加突出的强调。这是因为,报纸、电视等大众媒体在中国所受到的权力和市场的干扰要远远大于网络。在其他大众媒体还存在较多限制的情况下,网络这个渠道的不可替代性就显得更加突出,它发挥了其他大众媒体无法比拟的信息公开和舆论监督作用。

目前,关于互联网和公共领域的理论大都来自西方,在运用西方理论研究中国问题时,我一直强调要注意语境的差异。比如,西方的文化批判理论在分析中国问题时的适用性就极其有限,如果不经转换地搬用过来,就会批判得片面、批得不得要领,甚至批错了对象,提错了问题。互联网研究也是如此。我们应该意识到,网络只是为更加自由和平等的交流提供了技术上的可能,它并不能保证交往对话的质量,也不能保证交往的理性特征。这里的关键是:到底是什么样的主体在利用网络、在网络上发言?他们是否具有遵守理性交往规则的能力和意愿?虽然网络未尝不是一个培养理性交往主体的平台,但它却不是唯一的平台,甚至不是主要的平台。毕竟一个人大部分的

时间还是在非虚拟的现实环境中度过的，他们的主体性也主要是在现实世界中塑造的。我们很难想象一个在现实世界中缺乏公共美德的人，在网络公共领域中会表现出自己的公共美德，会遵守交往的理性原则。因此，网络虚拟世界中的民主与公共性最终还是要依托于现实世界中的民主与公共性，离开了社会环境，网络很难单独创造一种新的政治文化和公共领域。这一方面提醒我们在运用西方的研究成果时，要时刻保持清醒的语境意识；另一方面也提醒我们，不能把当前中国网络交往中存在的问题统统归咎于网络传播技术，它们很可能不是由技术本身决定的，而是由外部的社会环境造成的。可喜的是，在这本书中，作者也始终具有这种语境转换的意识。

陈国战是个勤奋的人，在跟我读博士期间，他把妻子和女儿留在老家，一个人在北京读书，每次假期回去的时间也都很短。凭着这股劲儿，他在读书期间就发表了不少论文，也协助我做了一些工作，研究能力和工作能力都让我感到欣慰。毕业以后，他留在首都师范大学文化研究院工作，我们在师生关系之外，又多了一层同事关系。在多年的相处中，我认为他是一个低调朴实的人，人们常说“文如其人”，这点从本书的行文中也可以看出来。这本书的思辨性很强，逻辑严谨，但由此造成的一个问题就是生动性不足，如果能再加上一些案例分析，使理论和案例有机结合起来，就能增强本书的可读性。当然，这也是由专业训练造成的限制，为了弥补这种不足，就需要他继续学习，多掌握一些社会科学的研究方法。好在他目前正在做一个关于网络谣言的国家社科基金项目，未来几年还会有新书出版，我期盼着他在新书中能够做得更好。

是为序。

陶东风

2017年1月14日

目 录

序	(1)
导论 走出网络传播研究中的“迷思”	(1)
一 建立在流沙之上的网络传播研究	(1)
二 何为“迷思”	(6)
三 “迷思”破产	(10)
四 走向公共性研究	(15)
五 中国的网络传播研究	(23)
六 本书结构	(28)
第一章 网络传播迷思形成的语境	(33)
一 网络传媒:社会结构变革的决定力量?	(35)
二 网络传媒:民主政治困境的解围之神?	(43)
三 网络传媒:大众传媒弊端的完美解决?	(48)
第二章 大众传媒与公共领域的衰落	(57)
一 阿伦特论大众娱乐对共同世界的破坏	(61)
二 哈贝马斯论大众传媒与公共领域的“再封建化”	(73)
三 桑内特论大众传媒与公共人的衰落	(80)

第三章 网络传播的兴起与公共领域理论的反思	(89)
一 经典公共领域理论的传媒缺陷	(92)
二 移动的公、私之界	(98)
三 汤普森:可见性的变化与公共领域的转型	(103)
四 达尔格伦:网络传媒—公民文化—公共领域	(108)
第四章 网络传播与信息获取方式的变革	(117)
一 互联网普及背景下的数字鸿沟问题	(120)
二 信息资源:从匮乏到丰富	(131)
三 信息方式:从广播到窄播	(144)
第五章 网络传播与媒介化交往的兴起	(156)
一 网络交往的匿名性	(159)
二 网络交往中的倾听与表达	(169)
三 网络谣言的产生与传播	(178)
第六章 网络传播与虚拟社区的建构	(196)
一 虚拟社区与“事件公众”的兴起	(197)
二 虚拟社区中的娱乐与政治	(207)
三 虚拟社区与自恋主义文化	(215)
四 虚拟社区与现实世界	(224)
结语	(233)
参考文献	(239)
后记	(258)

导论 走出网络传播研究中的“迷思”

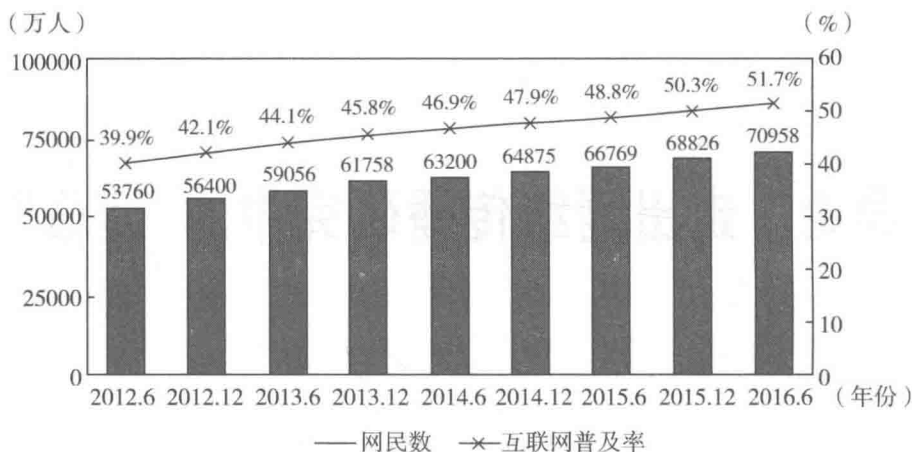
一 建立在流沙之上的网络传播研究

恐怕没有人会否认，无论是在中国还是在世界范围内，互联网的发展和普及速度都是十分惊人的。大约在 20 年前，很多人都还不知道互联网为何物，能够拥有一台笨重的台式电脑并接入网络的人更是少之又少。^① 仅仅 20 年过后，互联网就已经彻底融入了人们的日常生活，并极大地改变了当代社会的面貌。国际电信联盟（International Telecommunication Union，简称“ITU”）发布的《衡量信息社会报告》指出：截至 2016 年年底，全球互联网用户普及率达到了 47.1%，移动宽带网络覆盖了世界 84% 的人口，移动电话的用户数量几乎与地球上的人口总数相同，且 95% 的全球人口居住在有移动电话信号覆盖的地方。^② 作为发展中国家的代表，中国互联网发展和普及的速度也堪称迅猛，2016 年 7 月，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布了第 38 次《中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至 2016 年 6 月，中国网民规模已达 7.10 亿，互联网普及率为 51.7%，其中手机网民规模达 6.56 亿，有 92.5% 的网民使用手机上网。^③

① 根据 1997 年首次发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 1997 年 10 月 31 日，我国上网计算机数为 29.9 万台，其中直接上网计算机 4.9 万台，拨号上网计算机 25 万台；上网用户数为 62 万，其中约 3/4 的用户通过拨号上网。

② 《国际电联发布 2016〈衡量信息社会报告〉》，《人民邮电报》2016 年 11 月 30 日。

③ 中国互联网络信息中心：《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》，中国互联网络信息中心网站，2016 年 8 月 3 日，<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzj/hlwxbzg/>，最后访问时间：2016 年 12 月 23 日。



中国网民规模和互联网普及率

与互联网的快速普及相一致,各种网络传播形式也不断推陈出新,各领风骚三五年,并呈现出加速更新换代的势头。对于很多中国网民来说,网络聊天室、BBS (Bulletin Board System, 电子公告版系统) 等似乎还是未曾远去的青春记忆,但在网络传播技术并不漫长的发展历史上,它们却早已成为被层层掩埋的历史陈迹。这似乎意味着,人的成长速度已经远远赶不上网络传播技术更新换代的速度。如今,落伍已不分老幼,不管是老年人还是年轻人,如果不去有意识地紧跟潮流,就很容易落伍掉队——或许,这也正是OUT一词在近些年流行的重要原因。

最近10多年间,我们就见证了博客、微博、微信等新媒体形式的相继流行,它们都在短时间内迅速普及,一再重塑人们的信息获取方式和社会交往方式。2010年年底,在上海交通大学舆情研究实验室发布的《2010 中国微博年度报告》中,有学者分析说:“一种传播媒体普及到5000万人,收音机用了38年,电视用了13年,互联网用了4年,而微博只用了14个月。”^①在当时的人看来,微博的普及速度已堪称奇迹。然而,它很快就被微信超越了。根据《中国新媒体发展报告 No. 6 (2015)》提供的数据:“2011年1月

^① 姜泓冰:《2010 微博年度报告发布:微博成为网民爆料首选方式》,人民网,2010年12月29日, <http://media.people.com.cn/GB/13605622.html>。

微信诞生,10个月其手机用户就已经达到5000万,到2013年1月,其用户已突破3亿,这个数字历时仅789天,比微博快了202天”,^①“截至2016年2月,微信月活跃用户为6.5亿,其中超过九成的用户每天都会登录微信,半数用户每天使用微信超过1个小时”。^②

在这种背景下,网络传播研究面临的困难和挑战是可想而知的——由于网络传播的发展日新月异,很多研究结论的“保鲜期”都十分短暂,过不了几年就会变得陈旧,甚至完全被推翻,这使得网络传播研究仿佛建立在流沙之上,正如马克·波斯特(Mark Poster)所说:“互联网变化如此迅速,以致关于它的表述和研究都必须作为一种假设才能被人接受。”^③且不说早期很多人担心的存在于不同性别、种族、阶层之间的数字鸿沟问题正在渐渐弥合,^④就连其他一些言之凿凿的结论也相继被推翻。

比如,早期很多研究者都曾经提出:民主运作的主要障碍来自信息和知识的不平等,随着网络传播技术的普及,人们在政治方面会更加见多识广,人们的政治参与热情会被重新激发出来。然而,最近的一些研究表明,这在很大程度上只是一种不切实际的期待。马修·辛德曼(Matthew Hindman)试图通过流量分析来考察人们利用互联网到底在干什么,结果他发现,根据2007年3月的流量数据,“总体而言,大约10.5%的网络流量去了成人或色情网站,一个略小些的部分(9.6%)去了邮件服务,比如雅虎邮箱或Hotmail;7.2%的流量去了搜索引擎;而只有2.9%的网络流量去了新闻和媒体站点”。^⑤2013年,中国学者高永亮对新浪、搜狐、网易三大门户网站主页的信息进行了分析,他发现,在各类信息中,生活消费类信息占比最高,三

① 于秀才等:《2014年中国微信发展报告》,载唐绪军主编《中国新媒体发展报告 No.6(2015)》,社会科学文献出版社2015年版,第42—43页。

② 《2016年微信数据报告(完整版)》,今日头条网站,2016年3月24日,http://www.toutiao.com/a6264270972040986882/。

③ [美]马克·波斯特:《互联网怎么了?》,易容译,河南大学出版社2010年版,第19页。

④ 比如,互联网用户的性别差异基本上已经消除,根据1999年7月发布的第4次《中国互联网络发展状况统计报告》,当时男性用户占85%,女性用户占15%。到了2017年1月发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》,中国网民的性别结构就已经趋向平衡,其中男性网民占52.4%,女性网民占47.6%。

⑤ [美]马修·辛德曼:《数字民主的迷思》,唐杰译,中国政法大学出版社2016年版,第80页。

大网站的平均比例为 24.94%；其次为娱乐信息，占比为 14.51%；而新闻信息仅占 9.37%。^① 这些数据表明，与早期研究者的预测和期待不同，人们利用互联网主要不是为了获取社会新闻和时政信息，而是为了消费和娱乐，政治流量在网络使用中只是非常微不足道的一部分。

再比如，早期很多研究者都认为，网络传播技术具有一种赋权（empowerment）效应，它允许人们主动抽取（push）他们想要的东西，而不再是被动地接收媒体巨头推送（pull）给他们的东西。同时，它允许人们自己生产内容，发出自己的声音，使新闻生产者和消费者之间的界限变得模糊。正如丹·吉摩尔（Dan Gillmor）所说：“印刷媒体和广播是一对多的媒介；电话是一对一。现在，我们有了一种万能媒介：一对一、一对多、多对多，全都包办。几乎每个人都可以拥有数字印刷媒体，然后对全世界发表意见。”^② 然而，就在这些乐观预测言犹在耳之际，另外一些研究却发现真实情况并非如人所愿。在某些情况下，公民记者确实可以产生一些影响，但这并没有从整体上撼动主要新闻机构在网络空间的主导地位。根据皮尤研究中心（Pew Research Center）提供的数据：“互联网 80% 的新闻和信息流向集中在排名前 7% 的网站上。大多数网站（67%）受互联网时代之前‘遗留下来的’新闻组织控制。另有 13% 的新闻和信息是由内容聚合网站提供的。在这些顶级网站中，仅有 14% 的网站只靠网上运营来生产大多数原生的报道内容。”^③ 由此可见，在网络传播时代，人们主要的信息来源并没有发生根本性的变化，它们依然是由少数媒体巨头控制的。

即使在人人都可以发出声音的社交媒体领域，那种能够“对全世界发表意见”的乐观设想，也只存在技术上的可能。事实上，发出声音是一回事，有没有人听到并做出回应是完全不同的另一回事。如果仅仅满足第一个条件，普通网民的话语权并没有真正得以实现。哈佛商学院最近的一项调查发现，“10% 的 Twitter 用户生产了 90% 的内容，大多数用户只发过一条推文。

① 高永亮：《网络消费主义现象批判》，中国传媒大学出版社 2014 年版，第 92—93 页。

② [美] 丹·吉摩尔：《草根媒体》，陈建勋译，南京大学出版社 2010 年版，第 10 页。

③ [英] 詹姆斯·柯兰、娜塔莉·芬顿、德斯·弗里德曼：《互联网的误读》，何道宽译，中国人民大学出版社 2014 年版，第 19 页。

最热门的 10% 的博文由名人或 CNN 之类的主流媒体主导。其他最新的统计数字显示, 97% 的推特用户的“粉丝”数量还不到 100 人, 而布兰妮·斯皮尔斯 (Britney Spears) 的“粉丝”竟多达 470 万”。^①

其实, 这些数据与国内新浪微博的知名博主相比, 还是小巫见大巫了, 根据 2016 年 1 月 28 日查询得到的数据, 演艺明星陈坤的新浪微博粉丝数已超过 7912 万, 姚晨的粉丝数也超过了 7896 万, 其他粉丝过千万的名人博主更是屡见不鲜。与此形成对比的是, 香港大学的一项研究发现: 57% 的新浪微博用户的信息流上没有任何内容, 表明这些是非活跃账户或由营销公司创建的所谓“僵尸号”。在约 1.2 万个时间轴中有帖子的账户中, 7 天内 86.9% 的用户没有发布原创内容, 88.9% 的用户没有回复过其他用户的帖子。发帖量超过 20 条的用户只占 0.5%。在非僵尸用户中, 只有不到 5% 的用户发布的帖子有用户回帖或被转发, 这表明少数有影响力的用户带动了微博的人气。^② 可见, 在网络传播时代, 即使每个人都能够平等地接入互联网并发出自己的声音, 也绝不意味着所有人就此获得了平等的话语权。

因此, 在开展网络传播研究时, 我们要时刻警惕诸如此类的理论“陷阱”。从整体上看, 早期的研究中常常弥漫着一种乐观情绪, 它们强调网络传播的开放性、互动性、平等性等, 认为这些技术特征将带来更广泛的知情权、更平等的参与机会, 并在虚拟世界中建立起一个公共空间, 从而激发人们的政治参与热情, 为民主政治注入新的活力。然而, 随着网络传播的发展, 近来的一些研究则表明, 这些结论很多都似是而非, 经不起事实的检验, 它们反映出的不过是现代历史上一再出现的关于新技术 (尤其是新的信息传播技术) 的迷思 (myth)。

① [英] 詹姆斯·柯兰、娜塔莉·芬顿、德斯·弗里德曼:《互联网的误读》, 何道宽译, 中国人民大学出版社 2014 年版, 第 145 页。

② 阳光:《华尔街: 研究表明 57% 新浪微博用户是僵尸》, 搜狐网, 2013 年 3 月 13 日, <http://it.sohu.com/20130313/n368655208.shtml>。

二 何为“迷思”

“迷思”是英文单词 myth 的音译,这个词又可翻译为“神话”。根据罗兰·巴特(Roland Barthes)的解释,神话是一种言说方式,凡归属于言语表达方式的一切就都是神话。^①在本书里,我们所说的“迷思”与此不完全相同,它是指在一项重大的新技术、新发明出现以后,人们根据其技术特点和潜能,对它将会产生的社会影响做出的预测。我们将会发现,很多时候这些预测都显得过于乐观。

早在2004年,加拿大传播学者文森特·莫斯科(Vincent Mosco)就出版了《数字化崇拜:迷思、权力与赛博空间》(*The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*)一书,率先提出了在网络传播研究中存在的迷思问题。针对由网络传播技术引发的理论畅想,他提出:“电脑以及所谓的赛博空间世界体现并且推进了我们时代的重要迷思。根据这些迷思,电脑传播的力量将使得我们经历人类经验中划时代的转变,这种转变将超越时间(历史的终结)、空间(地理的终结)和权力(政治的终结)。”^②然而,回溯历史可以发现,这种“终结论”早已屡见不鲜,在报刊、电报、电话、广播、电视等信息传播技术出现以后,类似的论调都曾经喧嚣一时,让人对即将展开的人类历史心生憧憬,然而100多年过去了,当初人们所预想的“终结”或“断裂”并没有发生。

詹姆斯·柯兰(James Curran)提出,在20世纪80年代和90年代初期互联网刚开始出现时,它披着异见的浪漫外衣,带有强烈的反文化色彩;在20世纪90年代中期进入主流社会以后,它仍然保留了初期的那种奇异魅力,学者们对它极尽讴歌之能事。回顾历史可以发现:

① [法]罗兰·巴特:《神话修辞术:批评与真实》,屠友祥、温晋仪译,上海人民出版社2009年版,第169页。

② [加]文森特·莫斯科:《数字化崇拜:迷思、权力与赛博空间》,黄典林译,北京大学出版社2010年版,第2页。

这段历史和维多利亚时代报刊的早期历史（1850—1887）非常相似。彼时，自由派人士对报纸寄予厚望，他们相信，新印刷技术大批量生产的报纸大受欢迎，具有改变社会的力量。和早期的互联网历史一样，那时的报刊研究也在技术的祭坛前顶礼膜拜，报刊（Newspaper Press）的首字母也是大写。那些著作也谄媚吹捧，把大众报纸的兴起与理性、自由和进步联系在一起。^①

然而，进入 19 世纪 80 年代以后，很多自由派人士逐渐认识到，大众报刊并没有像人们预期的那样成为理性和道德灌输的工具，相反，它们更多地反映了报刊控制者和读者的意向。于是，人们走出了在早期报刊研究中普遍存在的迷思，把首字母大写的“Newspaper Press”改为小写的“newspaper press”。

在广播出现以后，类似的迷思再次如约而至。根据文森特·莫斯科的追述，在 20 世纪 20 年代初期，人们普遍认为，广播是人类历史上最令人震惊的发明之一。美国无线电公司（Radio Corporation of America）主席詹姆斯·哈伯德（James G. Harbord）提出：“我坚信，广播是人类在沿着时间斜坡前进的征途中所发明的最伟大的力量。自从古腾堡设计出他的简陋的木制活字印刷机从而使得印刷成为可能以来，将近五个世纪过去了，一直没有一项发明能够像这个时代的这个奇迹一样，如此密切地触及人类的利益与福祉。”很多观察家提出，在政治生活方面，广播将产生一种划时代的转变，使直接民主成为可能；由于广播使听众能够直接接触那些权势人物，这就找到了一种取消政治中间人的方法，在一定程度上恢复了共和政府赖以建立的希腊城邦式公众——不难看出，这与我们今天所熟知的关于网络传播的迷思是何其相似！然而，这种乐观情绪并没有维持多久，到了 20 世纪 20 年代末期，随着军事力量和大公司利益集团的介入，广播能否发挥积极作用已经让很多人产生了怀疑。1927 年，曾经预言广播将创

① [英] 詹姆斯·柯兰、娜塔莉·芬顿、德斯·弗里德曼：《互联网的误读》，何道宽译，中国人民大学出版社 2014 年版，第 42 页。

造出一个民主新时代的《新共和》杂志抱怨道:“宣传变得轻而易举,就像飞机掉头轰炸一样;其影响的范围也增加了。”广播的奠基人之一李·德弗里斯特(Lee de Forest)对广播的发展也深感失望,他的结论是,广播再也无法达到那种迷思的高度了,现在它只是“电离层的神仙们鼻孔里发出的恶臭”。^①

由此可见,早在网络传播技术出现以前,我们今天所熟知的这套关于网络传播的迷思就已经一而再再而三地出现了,几乎每一项重大技术发明的出现,都会重新点燃人们畅想未来美好社会的热情,从而再次响起“终结论”的老调。尽管这些迷思最后都无一例外地破产了,但这并没有影响人们编织新的迷思的热情。“一代又一代,人们不断重复着同样的信念:无论他们如何看待先前的技术,最新的这一个都将使得根本性的、革命性的诺言成为现实。”^②这种近乎西西弗斯式的执着颇有些悲壮的意味,它反映出的与其说是新技术自身不可思议的潜力,不如说是人们对现实社会状况的种种不满,以及超越平凡生活的热切期望。

就网络传播的迷思而言,它的出现既与20世纪90年代西方民主政治面临的困境有关,又是由大众传播媒介的弊端逐渐暴露并引发人们越来越深重的忧虑造成的。在《数字乌托邦:从反主流文化到赛博文化》(*From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*)一书中,弗雷德·特纳(Fred Turner)考察了网络传播迷思建构的历史过程。

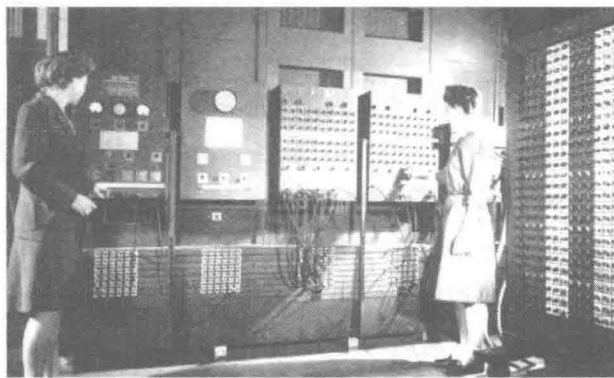
对于那些参与过言论自由运动的人,以及很多生活在20世纪60年代的美国人来说,计算机就是一项反人类的技术,它代表了集中式的官僚架构,它使社会生活理性化。但是,到了20世纪90年代,曾是冷战时期技术专家治国象征的机器又成为了其转变的象征。在越战结束20年,以及美国反主流文化运动开始消弭之际,计算机反而把反主流文化运动时

① [加]文森特·莫斯科:《数字化崇拜:迷思、权力与赛博空间》,黄典林译,北京大学出版社2010年版,第119—123页。

② 同上书,第7页。

期曾提到的个人主义、协作社区，以及精神共融的梦想变成了现实。^①

那么，这一吊诡的转变是怎么发生的呢？特纳提出，在这一过程中，以新公社主义为代表的美国反主流文化运动起到了重要作用。20 世纪 60 年代末，一些美国年轻人出于对现实社会的不满，选择了与“新左派”完全不同的反抗路径，他们远离政治，将技术和意识转变当成社会变革的主要来源，并在远离都市的山林里建立起数以万计的具有社会实验性质的公社，这些公社是基于人人平等的信念而建立起来的小型社区，强调成员之间的交流与合作。“到 20 世纪 70 年代中期的时候，返土归田运动的公社组织基本上都瓦解了。但是，当时人们理解的人之整体性，技术作为工具可以帮助人们实现整体性的愿景，以及一个由无形的信号联结起来的平等、和谐的社区的理想还是保留了下来。”^②



ENIAC（电子数字积分计算机的简称，英文全称为 Electronic Numerical Integrator And Computer）被视为世界上第一台计算机，它于 1946 年 2 月 15 日在美国宣告诞生。“ENIAC”长 30.48 米，宽 1 米，占地面积 170 平方米，30 个操作台，约相当于 10 间普通房间的大小，重达 30 吨，耗电量 150 千瓦，造价 48 万美元。

① [美] 弗雷德·特纳：《数字乌托邦：从反主流文化到赛博文化》，张行舟等译，电子工业出版社 2013 年版，引言，第 6 页。

② 同上书，第 267 页。