

# 网络文化 概论

曾静平 项仲平 詹成大 方明东 编著

网络文化是一种虚拟的文化时空，是一种极其广阔的、史无前例的开放环境，由此引出了一系列人类文化教育发展中从未遇到过的新问题、新挑战和文化研究的新空间。互联网所创造的网络文化与教育新时空，已成为现代教育技术理论与实践发展的广阔新舞台。新生的网络文化代表着创新与活力、开放与自由、智慧与个性、速度与虚拟的新价值理念。





责任编辑：王丽敏

责任校对：梁菲

封面设计：鼎新设计  
029-85246168

# 网络文化 概论 @

ISBN 978-7-5613-7218-0



9 787561 372180 >

定价：28.00元

014000467

TP393-05

陕西卫视华夏文化研究院 20

# 网络文化 概论

曾静平 项仲平 詹成大 方明东 编著



TP393-05  
20

陕西师范大学  
出版总社有限公司  
SHANXI NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING HOUSE, PUBLISHING HOUSE CO., LTD.



北航

C1687056

732000110

品出管荣报交报业文夏华路正西新

图书代号 JC13N0587

图书在版编目(CIP)数据

网络文化概论 / 曾静平等编著. —西安: 陕西师范大学  
出版总社有限公司, 2013.8

ISBN 978-7-5613-7218-0

I. ①网… II. ①曾… III. ①计算机网络—文化—  
研究 IV. ①TP393-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 174157 号

网络文化概论

编 著 / 曾静平 项仲平 詹成大 方明东  
责任编辑 / 王丽敏  
责任校对 / 梁 菲  
封面设计 / 鼎新设计  
出版发行 / 陕西师范大学出版总社有限公司  
(西安市长安南路 199 号 邮编 710062)

网 址 / <http://www.snupg.com>  
经 销 / 新华书店  
印 刷 / 西安市建明工贸有限责任公司  
开 本 / 787mm × 1092mm 1/16  
印 张 / 15.5  
字 数 / 252 千  
版 次 / 2013 年 8 月第 1 版  
印 次 / 2013 年 8 月第 1 次印刷  
书 号 / ISBN 978-7-5613-7218-0  
定 价 / 28.00 元

读者购书、书店添货如发现印刷装订问题,请与本社高教出版社联系调换。

电 话:(029)85303622(传真) 85307826



## 导言

当下,信息技术、网络技术和数字技术蓬勃发展,广泛而深刻地影响着人类的生产方式、生活方式和思维方式,影响着包括文化生活在内的社会生活的各个领域和各个层面,构建着全球社会经济文化新秩序。

以互联网为代表的当代信息技术革命,酝酿了史无前例的崭新文化形态——网络文化。网络文化给人类带来了全新的生活和文化环境,不断地渗透到社会领域和日常生活的方方面面,冲击着既往传统文化的发展脉络和演进模式。网络文化把经历了漫长岁月洗礼的人类社会,带进了一个光怪陆离的芜杂时代,为人类文明注入了新的内容,丰富和扩展了文化的内涵和外延。

网络文化形如天外来客突如其来降临地球,让人目瞪口呆、不知所措,让人大呼稀罕、留恋沉迷。它打破了人类社会政治经济文化生活的种种界限,重新谱写与圈划人类的既有范畴。自然与社会从此亲密无间,虚拟与现实不过咫尺天涯,私人空间与公共领地交织在一起,高贵与贫贱、专制与民主以及真实与虚妄等等在新型文化空间里或撞击,或共荣,或此起彼落。

自20世纪90年代互联网络大规模通向全球以来,文化形态发生了革命性变革。传统文化与现代技术的交融,中国文化与世界文化的交汇,地域文化与民族文化的会通,时尚新潮与古典遗风的撞击,标新立异与循规蹈矩的交锋,构筑成网络文化的交融化、多元化、草根化、平民化和时尚化的多元

格局。

1994年,中国加入全球互联网的大家庭。经过近20年的发展,中国互联网网民人数在2008年6月一举超过美国,成为世界第一互联网大国。同时,中国互联网络作为全球互联网络的新生力量、作为中国上层建筑一种新的社会形态,孕育了各种新的文化现象,形成了网吧文化、网络音视频文化、网络博客文化、网络微博客文化、网络地域文化、网络民族文化、网络民俗民情文化、网络服饰文化、网络美食文化和网络名人文化等形形色色的网络文化景观。这些与高精技术结伴而生的文化现象、文化活动、文化人物、文化产品与文化精神,让人惊喜称奇,让人困惑迷惘,让人担惊受怕,让人眼花缭乱、目不暇接。

我国党和国家领导人高度重视网络文化建设。2007年1月23日,胡锦涛在主持中共中央政治局进行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。

胡锦涛强调,加强我国网络文化建设和管理,必须从中国特色社会主义事业总体布局和文化发展战略出发,坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,全面贯彻落实科学发展观,按照发展社会主义先进文化的要求,坚持积极利用、大力发展、科学管理,以先进技术传播先进文化,促进和谐文化建设,更好地满足人民群众日益增长的精神文化需要,为全面建设小康社会提供有力的思想保证和舆论支持。

胡锦涛就加强网络文化建设和管理提出五项要求。一是要坚持社会主

义先进文化的发展方向,唱响网上思想文化的主旋律,努力宣传科学真理、传播先进文化、倡导科学精神、塑造美好心灵、弘扬社会正气。二是要提高网络文化产品和服务的供给能力,提高网络文化产业的规模化、专业化水平,把博大精深的中华文化作为网络文化的重要源泉,推动我国优秀文化产品的数字化、网络化,加强高品位文化信息的传播,努力形成一批具有中国气派、体现时代精神、品位高雅的网络文化品牌,推动网络文化发挥滋润心灵、陶冶情操、愉悦身心的作用。三是要加强网上思想舆论阵地建设,掌握网上舆论主导权,提高网上引导水平,讲求引导艺术,积极运用新技术,加大正面宣传力度,形成积极向上的主流舆论。四是要倡导文明办网、文明上网,净化网络环境,努力营造文明健康、积极向上的网络文化氛围,营造共建共享的精神家园。五是要坚持依法管理、科学管理、有效管理,综合运用法律、行政、经济、技术、思想教育、行业自律等手段,加快形成依法监管、行业自律、社会监督、规范有序的互联网信息传播秩序,切实维护国家文化信息安全。

胡锦涛指出,各级党委和政府要从加强规划、完善制度、规范管理、充实队伍等方面采取措施,加强信息产业发展与网络文化发展的统筹协调,切实把一手抓发展、一手抓管理的要求贯彻到网络技术、产业、内容、安全等各个方面。要制定政策、创造条件,加强政府网站建设,扶持拥有优秀网络文化内容的网站,积极开发具有自主知识产权的网络文化产品,加强和改善与人民群众生产生活密切相关的信息和服务。要加快网络文化队伍建设,形成与网络文化建设和管理相适应的管理队伍、舆论引导队伍、技术研发队伍,培养一批政治素质高、业务能力强的干部。各级领导干部要重视学习互联

网知识,提高领导水平和驾驭能力,努力开创我国网络文化建设的新局面。<sup>①</sup>

胡锦涛的重要讲话,指明了中国网络文化建设的重要性和紧迫性,明确了中国网络文化建设的目标与方向,是中国网络文化建设的里程碑。这次以“世界网络技术发展和我国网络文化建设与管理”为主题组织中共中央政治局集体学习,将我国的网络文化建设提升到“关系到中国特色社会主义事业的全局”的战略高度。

2007年6月4日,刘云山在全国网络文化建设和管理工作会议上发表讲话。他强调,加强网络文化建设和管理,要坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,按照积极利用、大力发展、科学管理的要求,在建设中加强管理,以管理促进健康发展,努力把互联网建设成为传播社会主义先进文化的新途径、公共文化服务的新平台、人们健康精神文化生活的空间、对外宣传的新渠道,走出一条中国特色网络文化发展之路。

刘云山强调,要立足中国国情、坚持重在建设,围绕满足人民群众精神文化需求,加强网络文化产品的创作生产,提供更多更好的网络文化产品和服务;加强网上舆论引导,巩固发展积极健康向上的主流舆论;加强网络阵地建设,打造具有广泛影响的网上文化平台;加强网络道德建设,创造文明健康的网上精神家园。要坚持一手抓建设、一手抓管理,明确管理责任,突出管理重点,健全管理机制,最大限度地发挥积极作用,最大限度地化解消极影响,确保网络文化健康发展。

刘云山指出,要切实加强领导,把网络文化建设和管理作为事关改革发展和社会主义事业全局的大事来抓,制定优惠政策,加大扶持力度,培育人

---

<sup>①</sup>《胡锦涛:以创新的精神加强网络文化建设和管理》,http://news.xinhuanet.com/politics/2007-01/24content\_5648188.htm。



才队伍,为网络文化建设和管理提供有力保障。要站在世界科技、文化发展的最前沿,以时代的眼光、创新的思维、改革的精神来看待网络文化建设,更新思想观念,转变工作方式,学习和掌握网络的基本知识和技能,把握网络发展的规律和特点,不断提高运用和驾驭网络的能力,牢牢掌握网络发展和网络文化建设的主导权。<sup>①</sup>

2010年7月,“全国‘扫黄打非’工作小组在京召开座谈会,总结打击互联网和手机网站淫秽色情信息专项行动”,“刘云山出席会议并讲话,强调要从促进改革发展、维护社会和谐稳定的大局出发,从培育民族精神、提高民族素质的高度出发,以更加有力的措施,把整治互联网和手机网站淫秽色情信息这项民心工程深入持久地开展下去,不断取得新进展新成效,营造积极健康向上的网络文化环境。”<sup>②</sup>

“中宣部、文化部、国务院新闻办、新闻出版总署、国家广电总局等国家部委机关单位以及一些高等院校科研院所纷纷行动起来,或成立网络文化研究机构,或组织举办相关论坛、会议及至博览会,或结集出版书报书刊,有些高校还以网络文化作为专业设置,招收本科生与研究生,开展网络文化专门教育。全国各地的网络文化协会,也在各级机构旗下揭竿而起。”<sup>③</sup>

围绕网络文化方面的研究日益增多,此方面的研究机构、研究活动也如雨后春笋不断涌现。不少专家学者潜心研究,发表和出版了一批以网络文化为主题的著论,为中国互联网文化建设与发展提供了理论依据。与此同

---

<sup>①</sup> 《刘云山:积极推进中国特色网络文化建设》, [http://news.xinhuanet.com/politics/2007-06/04/content\\_6197224.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2007-06/04/content_6197224.htm)。

<sup>②</sup> 《全国“扫黄打非”工作座谈会强调:不断打击互联网和手机网站淫秽色情信息》, [http://news.xinhuanet.com/politics/2010-07/23/c\\_12367402.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2010-07/23/c_12367402.htm)。

<sup>③</sup> 曾静平、李欲晓:《论中国网络文化分级分类研究》,载《现代传播》2010年第3期。

时,一些高等院校的专业院系也开始专业人才的培养,网络文化的专业人才逐渐成长起来。<sup>①</sup>

应该看到的是,我国网络文化研究还有很大空间。比如,网络文化还没有一个明确的得到公认的定义,其内涵、特征、发展渊薮等方面还缺少全面的总结与论证。大量的研究还停留在应急任务所需的“呐喊”、狭义广义定义争论、学术门派的“圈割”抑或是泛泛而谈的网络文化现象。尤为关键的是,我国网络文化建设方面的学术成果,还没有从“网络深处”进行提炼,缺失对不同类型的网络如政府网站、企业网站、商业门户网站以及媒体网站等文化特质的精确剖析。就连有关部委组织几大高等院校大张旗鼓、兴师动众进行的“中国网吧调查”,偏偏会忽略、没有精度加工提炼而后来被有关领导视为最重要、最精髓的“网吧文化”。<sup>②</sup>

“当前,我国网络文化研究工作者队伍中,主要是三部分专业构成,其中中文(文学)专业占了很大比例,他们所关注的重点是文字叙说与表达特色,传统文学(文艺)形式与网络文学(文艺)的异同。传播学占了一定比例,其所关注的重心是网络文化的传播方式、受众人群、传播特点与传播效果。还有一部分来自计算机和互联网络专业,他们注意力在计算机网络的升级改造,音视频传输的通畅便捷等。从目前的研究著论看,鲜有兼备文学、传播和计算机互联网的复合型人才潜心于网络文化的钻研。组建的团队,貌似五花八门面面俱到,实际上由于门户范围,根本上还是单一型的建制、单个学科的协作。这种网络文化研究的学科背景,决定了研究成果的局限性,是

<sup>①</sup> 曾静平、李欲晓:《论中国网络文化分级分类研究》,载《现代传播》2010年第3期。

<sup>②</sup> 曾静平、李欲晓:《论中国网络文化分级分类研究》,载《现代传播》2010年第3期。

我国当下网络文化研究成果缺少精品力作的主要原因。”<sup>①</sup>

网络文化是一种虚拟的文化时空,是一种极其广阔的、史无前例的开放环境,由此引出了一系列人类文化教育发展中从未遇到过的新问题<sup>②</sup>、新挑战和文化研究的新空间。互联网所创造的网络文化与教育新时空,已成为现代教育技术理论与实践发展的广阔新舞台。“新生的网络文化代表着创新与活力、开放与自由、智慧与个性、速度与虚拟的新价值理念。”<sup>③</sup>面对网络文化影响的扩大和加深,传统思想政治工作的方式方法受到了严峻挑战。因此,如何正确认识网络文化的特征,探索网络时代思想政治工作的方式方法显得十分迫切和重要<sup>④</sup>,如何进行网络时代青少年道德教育成为青少年教育研究中无法回避的时代课题。

用一个简单的价值判断体系去衡量网络文化的复杂性与多元性,是不切实际,也是不合时宜的。网络文化的背后,是复杂的社会因素和经济因素的多重作用,有着政府管理、网络商业利益和网民需求等多方面博弈。只有开阔视野,对网络文化的发展脉络做出理性梳理,了解其个性特征,剖析网络文化形成的动力要素及它们之间的复杂关系,才能不至于停留在虚空的、口号式的网络文化建设层面。<sup>⑤</sup>为建构出以“把关文化、绿色文化、名人文化”为特征的媒体网络文化,以“民族文化、地域文化、中华文明”为标志的政府网络文化,以“商业价值与社会价值并行不悖”为宗旨的商业门户网络文

---

① 曾静平、李欲晓:《论中国网络文化分级分类研究》,载《现代传播》2010年第3期。

② 王彩凤:《网络文化及其对青少年的影响》,载《河南社会科学》2009年第4期。

③ 娄成武、李冬:《对网络文化及产业的理性思考》,载《理论界》2007年第8期。

④ 杨海波:《网络文化时代青少年思想政治教育工作探析》,载《青少年研究(山东省团校学报)》2007年第2期。

⑤ 曾静平、李欲晓:《论中国网络文化分级分类研究》,载《现代传播》2010年第3期。

化以及以“挖掘老字号价值、缔造中国企业品牌文化”为要义的企业网络文化提供理论支撑,为中国互联网文化强国、为中国网络文化的兴利除弊做出积极贡献。

全书共分为八章,从网络文化基本概念、网络文化发展历程、网络文化生态、网络文化载体、网络文化传播、网络文化产业、政府网络文化和网络文化建设等八个方面基本勾勒出网络文化的理论架构。这八个方面各有倚重,又互相联系呼应,力争成为一个初具模样的网络文化理论体系。该书主要作为大专院校本、专科及研究生的专业教材或参考资料,也可以成为各级网络文化政府机构和不同类别网络企业研判的文献,抑或是网络文化研究者批评借鉴的佐餐。



## 目 录

第一章 概述	1
第一节 网络文化定义	1
一、网络文化是社会发展科技进步的产物	2
二、网络文化是传统文化在网络时代的扬弃创新	3
三、网络文化是“大媒体时代”多种媒体嫁接融汇的结果	4
四、中国网络文化影响力正在扩张、扩大	6
第二节 网络文化分类	7
一、网络文化的内容	8
二、按表现方式分类	9
三、按网络性质和主管部门分类	11
四、中国网络文化分级分类研究	15
第三节 网络文化特点	17
一、资源体系的全球性	17
二、信息传受的联动性	19
三、交流空间的虚拟性	19
四、管理系统的非控性	21
第四节 网络文化的功能	22
一、释放个人诉求	23
二、增进网民互动	24
第二章 网络文化的发展历程	26
第一节 孕育阶段	28
第二节 精英阶段	31
第三节 大众阶段	37
一、网络文化传播主体的大众化	42

二、网络文化传播对象的大众化 .....	42
三、网络文化传播形式的大众化 .....	43
四、网络文化内容的大众化 .....	43
五、网络文化传播媒介的大众化 .....	44
第四节 中国网络文化 .....	45
<b>第三章 网络文化生态</b> .....	<b>51</b>
第一节 定义、分类与特征 .....	53
一、定义 .....	53
二、分类 .....	55
三、特征 .....	57
第二节 构成要素 .....	59
一、网络主体 .....	59
二、网络技术 .....	60
三、网络社区 .....	62
四、网络秩序 .....	63
五、网络行为 .....	64
第三节 网络文化正生态 .....	65
一、网络语词 .....	66
二、网络服务 .....	68
三、网络交往 .....	69
四、网络广告 .....	71
第四节 网络文化负生态 .....	72
一、网络垃圾 .....	72
二、网络欺诈 .....	73
三、网络谣言 .....	74
四、网络暴力 .....	76
第五节 网络文化融合态 .....	77
一、网络游戏 .....	77
二、人肉搜索 .....	79
三、网络黑客 .....	81

四、网络恶搞 .....	82
<b>第四章 网络文化载体 .....</b>	<b>84</b>
第一节 电子邮件 .....	84
一、虚拟与真实相映衬 .....	87
二、传统与现代相纠结 .....	87
三、民用与商务相结合 .....	88
第二节 聊天室 .....	90
一、非线性传播 .....	94
二、中心分散化 .....	94
三、内容屏蔽化 .....	94
四、语词多元化 .....	95
第三节 BBS .....	95
一、反馈的流畅性 .....	97
二、交流的自如性 .....	97
三、传受的平等性 .....	98
四、群组的凝聚性 .....	98
五、领袖的导向性 .....	99
第四节 博客 .....	99
一、个性化 .....	102
二、持续性 .....	103
三、真实性 .....	104
四、先导性 .....	105
第五节 微博 .....	105
一、便捷性 .....	108
二、原创性 .....	108
三、联动性 .....	109
四、即时性 .....	110
<b>第五章 网络文化传播 .....</b>	<b>111</b>
第一节 传播受众 .....	111
一、性别和年龄结构 .....	113

58	二、知识结构	114
48	三、职业结构	115
48	四、城乡结构	116
70	第二节 传播特征	117
78	一、传播组织的离散性	117
88	二、信息走向的非衡性	118
99	三、传受对象的迁移性	119
100	四、产品属性的双重性	121
104	第三节 传播过程	122
109	一、融合态的信息源	124
79	二、多元化的传播者	124
89	三、丰而厚的信息体	125
79	四、强又壮的反馈力	126
70	第四节 传播效果	127
89	一、更高的网络新闻信任度	130
89	二、更高的媒介卷入度	131
99	三、更多的“键盘虾米”	132
	<b>第六章 网络文化产业</b>	<b>135</b>
99	第一节 定义与属性	136
101	一、文化产业	137
101	二、网络文化产业	139
201	三、产业属性	141
200	第二节 分类与内容	143
801	一、网络新闻	144
801	二、网络出版	145
901	三、网络广告	146
1011	四、网吧产业	147
11	第三节 产业特征	150
111	一、技术先导化	150
811	二、内容融合化	152



三、业务增值化 .....	153
第四节 发展方向 .....	156
一、政府主导带动企业参与 .....	158
二、移动网络独辟蹊径 .....	160
三、国产原创融汇全球浪潮 .....	161
<b>第七章 政府网络文化 .....</b>	<b>164</b>
第一节 基本要素 .....	165
一、网站设施和 IT 技术 .....	165
二、规章制度 .....	166
三、网站价值体系 .....	166
四、政府网站架构 .....	166
五、政府网站主体 .....	167
六、政府网站客体 .....	167
第二节 主要内容 .....	167
一、价值体系 .....	167
二、行政文化 .....	168
三、主流文化 .....	169
四、媒介文化 .....	170
五、服务文化 .....	171
第三节 显著特点 .....	172
一、权威性 .....	172
二、复合型 .....	173
三、层级性 .....	173
四、地域性 .....	174
五、民族性 .....	175
第四节 问题分析 .....	176
一、发展现状 .....	176
二、存在问题 .....	177
三、成因分析 .....	183
四、我国政府网络文化建设 .....	185