

清华
传播
译丛

The Network Society:
Social Aspects of New Media 2nd edition

网络社会

——新媒体的社会层面（第二版）

荷] 简·梵·迪克 著
蔡静 译



清华大学出版社

014008380

C913

193

译丛

The Network Society:
Social Aspects of New Media 2nd edition

网络社会

——新媒体的社会层面（第二版）

[荷] 简·梵·迪克 著
蔡静 译

清华大学出版社
北京

English language edition published by SAGE Publications of London, Thousand Oaks,
New Delhi and Singapore, © Jan Van Dijk, 2005

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2009-5312 号

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网络社会:新媒体的社会层面:第2版/(荷)迪克(Dijk, J. V.)著;蔡静译.--北京:清华大学出版社,2014

(清华传播译从)

书名原文:The network society: social aspects of new media, 2nd edition

ISBN 978-7-302-33858-1

I. ①网… II. ①迪… ②蔡… III. ①计算机网络—影响—社会生活—研究
IV. ①G301 ②TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 215841 号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:宋玉莲

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市李旗庄少明印装厂

经 销:全国新华书店

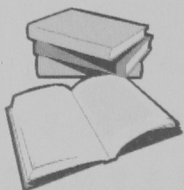
开 本:155mm×230mm 印张:19.75 字 数:328 千字

版 次:2014 年 1 月第 1 版

印 次:2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价:48.00 元

产品编号:028246-01



清华传播译丛

主 编：熊澄宇

编 委：（按姓氏笔画排列）

尹 鸿

张国良

明安香

胡正荣

胡苏薇

郭庆光

熊澄宇



传播学是20世纪中期发展起来的、以人类社会信息传播活动为主要研究对象的一门交叉学科。它源于美国,20世纪70年代末传入我国,1997年正式列入教育部学科目录。受信息传播全球化趋势的影响,传播学已在世界范围内成为发展最快的学科之一。

传播学素有“多学科的交叉路口”之称,构成其学术渊源的学科主要为行为科学群中的社会学、心理学、政治学、新闻学、语言学、符号学和信息科学群中的信息论、控制论、系统论、数学、统计学等。

自传播学诞生以来,人们清楚地意识到:信息传播规律的研究与人类社会政治、经济、军事、外交、文化、教育等传播实践活动密不可分。随着计算机、有线电视、光纤传输、卫星直播、数字电影、移动通信和互联网等新传播形态的不断出现,传播学在理论和实践两方面都面临着新的挑战。

为充分发挥综合性大学的多学科优势,推动文理交叉的相关学科发展,清华大学于1998年成立了传播系。在传播系的建设过程中,我们与不同国家从事传播学教学、科研和出版工作的专家学者进行了广泛交流,接触了许多国外传播学的最新研究成果。在研究生教学中我们也有选择地部分使用了国外的原版教材。

考虑到我国传播学的发展现状和社会需求,本着“他山之石,可以攻玉”的愿望,在清华大学出版社的支持下,我们将选择一批国外传播学研究的最新成果,翻译介绍给中国读者。国际通行的传播学教学和研究领域大致包括传播者研究、传播媒介研究、受众研究、传播内容研究、传播过程研究、传播效果研究、传播制度研究、认识论方法论研究等八个方面。清华传播译丛的选

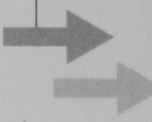
题将主要围绕这八个方面展开。

信息化是现代社会的发展趋势。媒体社会是继信息社会后的又一说法。随着信息时代的到来,人们越来越认识到媒介与信息传播活动在社会建构中的重要性。在信息传播全球化的发展过程中,希望我们对国外研究成果的介绍和翻译能在一定程度上帮助推动中国传播学的研究进程,也希望读者能对我们工作中的不足提出批评和建议,以帮助我们完善这样一种努力。

熊澄宇

2001年10月

目录



1	第一章 入门
1	社会的新基础
4	第二次传播革命?
6	新媒体的特征
12	新媒体的传播能力
16	本书的性质和框架
19	第二章 网络:社会的神经系统
19	网络社会和其他社会分类
22	人类网络的简史
24	网络的层次
29	网络崛起的原因
33	从大众社会到网络社会
36	网络社会关系的改变
42	第三章 技术
42	前言
43	网络社会的技术基础
46	电信网络
49	数据传播网络
53	大众传播网络
55	综合网络
57	多媒体和宽带网络
59	未来趋势
63	第四章 经济
63	前言
64	当前通信革命的原因
67	一种流体经济

75	市场、等级制度和网络
79	一种新经济？
85	生产商：从基础设施制造商到服务提供者
93	消费者：推动者和卷入者
98	结论
99	第五章 政治与权力
99	前言
100	网络的脆弱性
103	政治传播与集中
109	电子政务和数字民主的主张
114	组织中的权力
117	隐私与个人自治
133	结论
135	第六章 法律
135	前言
136	被网络蚕食的法律
139	谁支配着互联网？
146	信息通信自由
153	所有权
159	隐私权
165	结论
167	第七章 社会结构
167	前言
168	网络社会中的空间和时间
173	生活领域的模糊边界
177	社区和社会关系
184	联合与碎片化：一种新的社会凝聚
187	网络与社会（不）平等
191	数字鸿沟
200	网络社会的不稳定性
203	结论

205	第八章 文化
205	前言
206	数字化生存
214	新媒体内容的质量和数量
220	改变媒介使用
225	结论
227	第九章 心理
227	前言
228	感知与新媒体
234	认知与新媒体
242	运用新媒体来学习
244	人机交流的社会心理学
252	人类个性的改变?
257	结论
259	第十章 结论与政策透视
259	前言
259	一般性结论
264	北美、欧洲、东亚和第三世界的信息与网络社会
274	网络社会的政策透视
287	参考文献

◆ 社会的新基础

“看不见的”公路

新的公路正在以前所未有的速度修建起来,尽管我们几乎没有意识到。毕竟,乡村并没有被推土机夷为平地,也没有被铺设上铁轨、水渠或者沥青路。这些新公路是针对信息和传播的,相比较而言,它们是更抽象、几乎看不到的现实的一部分。我们可以把它们看作是进入家庭的另一种电缆。我们没有意识到它们正在使我们的生活依赖另一种技术。我们不仅与公路、电线电缆、水管道、煤气管道、下水管道、电话线和有线电视紧密相连,也与互联网(Internet)这样的计算机网络联系在一起。

无处不在的网络

当代文化总是围绕着类似“我们生活在一个互相联系的世界”、“一个互相联系的时代”、“人的网络”、“网络社会”这样的表达。乍一看,这样的说法似乎很特别,因为与此同时个人主义、社会分裂,独立和自由的呼声依然很高。再想想看,这样的反差其实并不那么奇怪,它其实是一个硬币的两面。至少,一本书曾这样强调:“世界从未如此自由,但它也从未如此彼此依赖和联系。”(Mulgan,1997:1)

在个体层面上,对网络的运用已经主宰了我们的生活。不妨计算一下我们花在广播网、电话网和互联网上的时间。在一个发

达国家，人们平均每天要花大约 5~7 小时的闲暇时间，更不用提在学习和工作中花上面的时间了。如果从个体的角度观察社会网络，我们还得在各式各样的会议中增加几个小时。有技术支持的个人和规模较小的家庭能使我们更加独立，但却没有使我们减少社会联系。

在发达国家，几乎所有组织都建立在电话和计算机的网络上。当它们崩溃了，组织就停止运作了。在变得如此依赖这些媒介网络以前，组织已经通过分成各类小规模的组织、部门和小组来分工合作完成复杂的任务。现在产品和服务不再只依靠组织自身完成，更多地是在经济网络内外通过合作和竞争来完成。

在社会层面和世界范畴内，媒介网络、社会网络和经济网络已经蔓延到世界的各个角落，世界已经真正地建立了全球联系。随着卫星电视、手机和互联网的迅速普及，类似中国、印度这样的前工业化国家也很快地转变为工业化大众社会，甚至部分迈入了后工业化社会。下面还将对这些术语进行解释。

网络时代

不夸张地说，我们可以把 21 世纪称作网络时代。网络成为了社会系统的神经，可以预见，这一基础会给我们的社会以及个人生活带来巨大影响，远远超过历史上公路建设对商品和人员流通带来的改变，在这个意义上，“信息高速公路”是一个很恰当的提法。这样的基础设计对随即而来的风险和机会都具有至关重要的意义。在 20 世纪早期，我们没能预见私人微型交通代替大规模公共交通会带来什么样的后果，但现在我们对状况太了解了，交通拥堵、环境恶化、全球变暖就是明证。选择一种特定的交流基础设施，并把它植根于我们的社会和个人生活，其潜在后果也许不那么明显，但一样严重。

按照这种分析脉络，危险的不仅仅是自然生态——信息的交流已经部分代替了商品和人员的交流——还有社会生态。因此，在 20 世纪 80 年代当新技术刚到来的时候，有些人就开始谈起新技术渗透到个人生活中后对社会环境造成的“污染”。根据他们的说法，新技术不仅减少、取消甚至毁灭了面对面交往的质量，而且会使工作关系更加机械（Kubicek, 1988），会导致个人交往的减少和从上对下的完全控制。进入 90 年代，这类反乌托邦的观点被关于新媒体的乌托邦观点所代替，新观点认为新媒体推动了生活和沟通。一种“新经济”和充满繁荣、自由和线上民主的时代就在眼前。

在本书(van Dijk, 1991)的荷兰版首版中,我赞成对新媒体带来的后果进行广泛公开的辩论。这一呼吁部分地被注意到了,特别是在1994—1998年,在讨论互联网带来的机会和电子高速公路——这个术语来自1993年美国的“信息高速公路”——的时候有了巨大的推进。那些年这些讨论很理论化,乌托邦和反乌托邦的观点被罗列出来并以一种抽象而且相当投机的方式互相反对。

进入21世纪的头10年,经历了25年的新媒介发展,人们开始形成更加平衡的或者说更复合性的观点(Katz and Rice, 2002),这次我们可以根据事实和调查数据来得出观点。这也是本书的主要目标。

受到威胁的价值观

本书证明了当网络在信息和传播技术中形成核心后,新技术的发展会使社会最基本的价值观受到威胁。

“社会平等”受到了威胁,因为信息社会中,特定类型的人比其他人更能够参与其中。有些人因为技术的优点而受益,而另一些人相反。技术促进了知识的更好的分配,但是,它的花费和困难程度可能会加深已经存在的的社会不平等,甚至制造大量的“不适者”——那些不适合信息社会的人。

原则上讲,新媒介鼓励获得更多信息的公民、被雇者和消费者有更直接的渠道或者更多地参与到决策过程中,这是对民主的加强。但另一方面,因为技术更易受到上层控制的影响,民主会受到威胁。有些人会说,“自由”,比如,消费者的选择自由,因为技术提供的互动性会得到提高。而另一些人描绘了一幅更悲观的画面,并预言说随着个人作为一个在册的公民、一个“透明的”受雇者和一个消费者的每个个人特征都被记录下来,中央控制的机会增加,私人权利会受到削弱,自由会受到威胁。

对某些特定人群(残疾人、病人和老年人)正如对社会整体而言一样,“安全”通过各种注册系统和警戒系统而得到增强。同时,安全也会被削弱,因为我们开始依赖另一种类型的技术,并且它是易受攻击的。

一方面,新技术能帮助人们跨越遥远的距离,更方便地与几乎所有人沟通,“社会交往的质量和数量”可能增加。另一方面,它也有可能因为有些人着迷于人机交流以及只和自己选择的具有安全感的社会环境互动而被削弱。在这种状况下,新媒体传播意味着对面对面人际传播的彻底取代,导致传播质量在某种程度上消失了。

一方面,通过我们在新媒体中对不同表达的展现,“人类思想的丰富度”可能增强。另一方面,它也有可能被削弱,因为这些表达是在缺乏上

下文的背景下,示意性的,非程序的碎片结构。而且因为它是海量呈现,信息几乎不能被受众完全接收。

第二次传播革命?

媒体历史

大多数对媒体历史的描述都认为新媒体的大规模出现是革命性的发展。事实上,近两个世纪以来的媒体发展更像是两种创新的集聚,前一个发生在 19 世纪的后几十年到 20 世纪的前期,后一个发生在 20 世纪末到 21 世纪初。詹姆斯·贝宁格(James Beniger)在他的《控制革命》(1986)一书中第一个描述并分析了前一个技术创新产生的背景;费德里克·威廉姆斯(Frederick Williams)则在《传播革命》(1982)一书中首次对后一种创新进行了界定。我要谈谈这种“现代社会的两次传播革命”的说法。“革命”是很大的词,无论合适与否,它在工业和技术的历史上都过于轻易地被运用了。每个被称为“革命”的变化实际上都耗费了数十年的时间,因为主要的技术发展很少是革命性的,它更倾向于进化,经历一个相当长期的准备才会有创新出现。认为新技术会突然出现实际上是一种误导,它们更像是早期的技术成果的结合。我们应该问自己在“新媒体”中究竟什么是新的,而且为什么可以用“革命”来形容。如果伴随着前面提到的两次创新而来的只是数量上的显著加速增长,我不敢使用“革命”这个词汇。要被称为传播革命,必须在媒介传播中出现结构上的变化或者技术发展上的质变。

传播的结构革命

在媒介发展的历史上,曾出现过几次传播革命,可以被分为传播的结构革命和传播的技术革命。在传播的结构革命中,时空关系会发生根本变化,媒介可以成为一种依附于固定空间的传播(只在一个空间内),也可以促成不同地点间的传播。而且,它既可以固定于一个时间点也可以把不同的时间连接起来。

从对固定时空的传播到跨越时空的传播以(史前)人类的最初的两个传播革命为标志:狼烟、鼓声和火把跨越了遥远的距离把不同的地点联系起来;陶器上和洞穴中的图例穿越了时间把信息传递给后代。

下一个而且几乎最重要的传播结构的革命就是文字的产生,它让人

们跨越了时空的界限。最近的传播革命——正如本书将要谈到的——主要是一个结构上的革命。它意味着受时空所限的媒介和跨越时空的媒介间的界限消失了。新媒体可以同时达到两个目标。尽管新媒体的主要目的是要消除时空距离,它也可以在离线环境下使用,比如,CD 和 DVD。新媒体是线上和线下媒体的结合体,比如网络和个人计算机都是如此。它们都结合了网络连接和内存(充满了文件、图像和声音),这些都可以在单独的设备上运行。

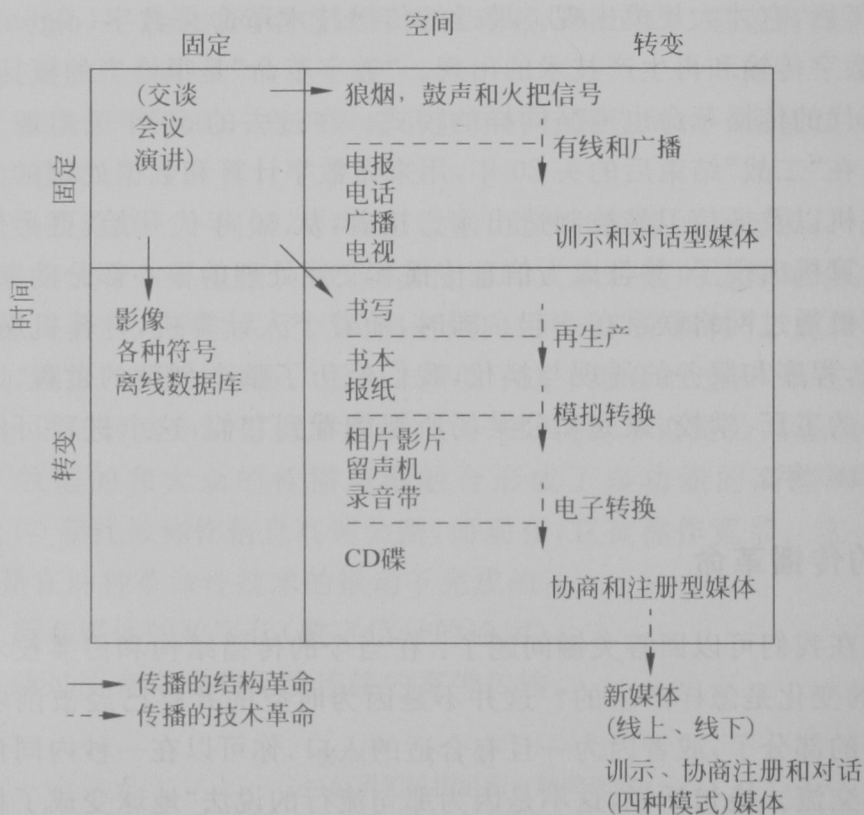


图 1.1 媒介历史上的传播革命

可见,新媒体与迄今的媒介历史不同,它已经超越了“连接时空的媒介”这种界定。新媒体将线上和线下相结合的特点不仅在特定的时空点上被运用到传统的社会环境中,还在网络环境中体现出来,从而产生了结构上的新特点。本书将论证,这种结合将帮助我们认识到,新媒体最有可能性的社会效应不是用线上的媒介交流代替生活中的人际交流,而是促成两种交流的互动。

传播的技术革命

在传播的技术革命中,根本的变化发生在连接结构,记忆方式和内容

再生产上。印刷术的发明就是书写内容再生产的革命性变化。19 世纪下半叶，一场革命发生了。这主要是一次技术革命，它是基于远程有线技术，新的人工模拟技术(analogue)(照相，电影，留声机和磁带录音)，和新的再生产技术(旋转印刷技术)而产生的。将声音(语言)、文本(内容)和图像通过不同渠道进行远距离的直接传输是媒介发展的质变。电话和电报的发明可以追溯到 19 世纪和 20 世纪之交，之后电话(telex)、收音机和电视也很快出现了。这一创新的首次出现是在 1890—1925 年之间，但直到 50 年后，它才大规模出现。最近的传播技术革命是数字(digital)存储技术、数字传输和再生产技术的出现。“数字革命”是很恰当的概括。

当代的传播革命也遵循同样的模式。在过去的 50 年里出现了大量发明。在“二战”结束后的头 20 年，用来做数字计算和数据处理的大型计算机主机以及通信卫星被制造出来。接着，从 60 年代开始，更小但更强大的计算机出现了，并且成为信息传播和交互处理的核心部分的象征，不同计算机通过网络联系在一起。同时，随着个人计算机，计算机网络，终端设备，程序和服务的涌现与换代，我们经历了整个创新的过程。现在，全世界的工厂、学校、家庭和公共场所都能看到它们，这个进程可能将持续到 2040 年。

当今的传播革命

现在我们可以回答关键问题了：在当今的传播结构和传播技术革命中，质的变化是怎样产生的？这并不是因为时空的并存已经被削弱为可以忽略的部分了，或者因为一旦有合适的入口，你可以在一秒内同世界上任何人交流。换句话说，这不是因为那句流行的说法“地球变成了村庄”。那些只意味着一场沿着时空轴从 19 世纪开始的进化，或者单纯是进化的加速进行。不，这场革命的关键在于新媒体的三个特征：集成(integration)、互动(interactivity)与数字信号(digital code)。

新媒体的特征

在这一节中，我从三个方面描述新媒体的特征。首先，我从三个特征相结合的角度对新媒体进行界定。其次，我会探讨新媒体信息和传播的典型模式。最后，我会描述它的优势和缺点，概括为传播容量(communication capacities)。

集成

新媒体最重要的结构特征在于：它是电信传播、数据传播和大众传播在一个介质中的集成，这是融合的过程，因此，新媒体常被称作是多媒体。在下面各项中，集成都能体现出来：

1. 基础结构——例如，结合了电话和计算机(数据)传播中不同的传输线路和设备；
2. 传输——例如，网络电话和网路电视(Web TV)通过有线网和卫星电视传递；
3. 管理——例如，一家开发电话业务的有限公司和一家播放有线电视的电话公司；
4. 数据类型——例如，将声音、数据、文本和图像结合起来。

这种集成导致了电信传播、数据传播和大众传播的逐渐融合；这些术语的意义分界几乎消失了。我们更倾向用类似“多媒体”、“宽带”、“互联网”或“网络”这样的术语。图 1.2 辨明了这个融合的过程(第三章和词汇表对术语的转变介绍得更加详细)。下图表明，不论是公共还是私人，电信的、数据的和大众的传播逐渐融合形成了多功能的高速网络，在 20 世纪 90 年代被称作信息高速公路，而现在，它被称作宽带。这一综合的过程是在两种革命性技术的推动下完成的：

1. 所有媒体的数字化(数字信号的通用)；
2. 通过所有有线和无线连接的宽带传输。

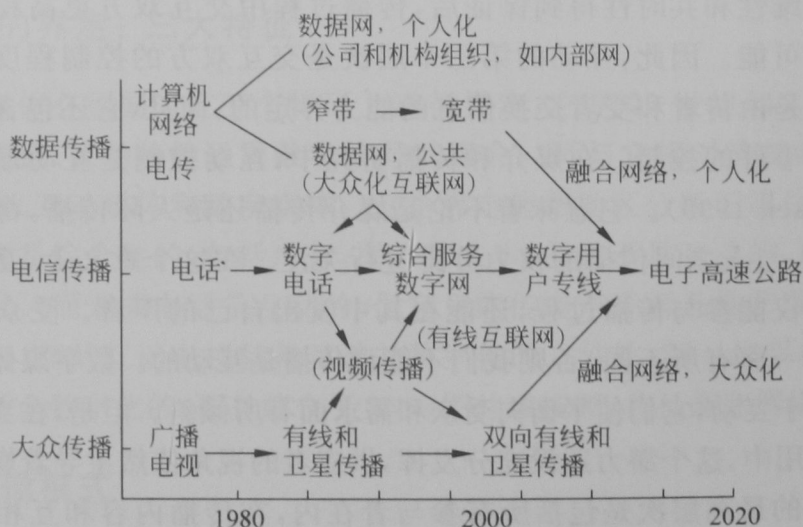


图 1.2 传播中传输模式整合

第一种技术使电信传播和数据传播实现了完全的融合，第二种技术对大众传播的融合起到了推动作用。

互动

新媒体的第二个结构特征是互动媒体的出现。通常而言，互动是指行动的结果和行动的再发生。引人注目的是，在媒介和传播研究中，这个重要概念的界定很粗略，而且缺乏实验。杰森(1999)曾经为了寻找一个合适的界定同社会和传播学者共同进行了详尽的实验室研究，他希望能界定媒介传播的互动性。梵迪克和德沃斯(2001)为人际传播提供了一个操作概念。这些学者将互动定义为四个不同的层次，像许多其他学者一样，他们承认这个定义有多方面的建构。互动水平被用来说明一个特定媒介的互动性有多强。

互动的最基本层次是传播中双方或者多种角度共存的可能性，这是个空间指向，所有的数字媒体都在一定程度上提供了这种可能性。但是，通常情况下，网页，互动电视和计算机程序的下载链接或者供应库比用户的上传连接或者接收层面要宽得多。

互动的第二个层次是共时性，这是时间指向。众所周知，不被打断的行动后果和反映通常能提高互动的质量。但是，有些互动媒体，例如电子邮件，是缺乏共时性的。制作和收取信息的时间和地点都可以自主选择，而且人们也有更长的时间来考虑答复。这样的做法，其代价就是牺牲了互动的及时性，不能同时传送所有口头和非口头信息。

当多维性和共时性得到保证后，传播过程中交互双方更程度的控制就有了可能。因此，互动的第三个层次是交互双方的控制程度。这个行动指向是由传者和受者交换信息的能力界定的，而且，它还包含在互动过程中对事件的控制。在媒介和传播研究中，互动控制是互动最重要的维度(Jensen 1999)。它意味着不论是媒介传播还是人际传播，都要对人与媒介，人与人之间传播的权力分野进行关注。在这个意义上，互动意味着受众不仅能参与传播过程，还能在其中发出自己的声音。受众能够使传播的另一面有所不同，否则我们不能说传播是互动的。数字媒体比传统媒体更易于互动，它们使平衡向受众和需求面有所倾斜。但是，在当今的数字媒体运用中，这个潜力还没充分发挥，供应者的视角依然主导着媒介。

互动的最高层次是包括所有参与者在内，在传播内容和互相理解上的互动。这个精神上的指向对完全互动是十分必要的，例如，在谈话和人机交流中。近来，除了那些对人工智能控制很有信心的人之外，这个层次