

信息 渴望自由

胡
泳
著

信息 渴望自由

胡
泳
著



图书在版编目(CIP)数据

信息渴望自由/胡泳著. —上海:复旦大学出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-309-09611-8

I. 信… II. 胡… III. 信息管理-研究 IV. G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 061397 号



信息渴望自由

胡泳 著

责任编辑/姜华

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

常熟市华顺印刷有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 8.375 字数 191 千

2014 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-09611-8/G · 1181

定价:25.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

目 录

1 媒体变革:公众的角度

受众是被动的;而公众则富于参与性。我们需要一种从公众角度对媒介的定义。

11 我们时代的知识生产

这些媒体统治人们生活的结果是,没人愿意集中思想解读任何具有实质性内容的东西。简短就是美。5秒钟的妙言隽语。快速移动的图像。在频道与网址之间跳来跳去。即时性的满足。经常性的刺激。人们注意力的凝聚时间越来越短。媒体不得不靠极端的方法吸引人的注意力。使用这种方法的唯一问题是,下一次要想达到同样的效果,就必须更加极端。

20 《数字化生存》需要重写吗?

《数字化生存》出版后到现在,哪些预言实现了,哪些未实现?

24 十年一刊:从文化年代到媒体年代

《三联生活周刊》十年完成的转型,是由精英文化本位到大众文化本位也就是消费文化本位,这正是大众媒体发展的内在逻辑所决定了的。因为大众媒体是市场的产物,而市场告诉我们说,九十年代以来,大众文化比精英文化更为有力地参与着对中国社会的构造



过程。

32 博客在中国

博客的兴起,是中国公民意识成长的表现之一,更多的团体、个人通过网络加入到社会事件的处理过程中,最终的决策将更加公正。

46 人人都知道你是一条狗

“在网上,没人知道你是一条狗”,曾经被网民们当作不言自明之公理加以信奉。然而,设若现在,有人突然告诉你说,“在网上,人人都知道你是一条狗”,你心里当作如何想呢?

55 电子游戏:卧室里的大象

玩游戏长大的一代可能和从前的人的思维方式完全不同。他们的头脑是“超文本式的”,跳跃着前进,其认知方法是平行的而非连续的。有人担心,他们的自我中心意识过于强烈,喜欢沉溺于短暂的满足中,其注意力“与蚊子没什么两样”;亦有人鼓吹,网络世代比其他世代更为杰出,可以接受不同的想法,对周围事物比较好奇,更有自我主见与自信,兼具全球意识。

当然,两者都是对的。每一代都注定有着自己的恐惧与希望。

69 “十年一觉网络梦”——《众声喧哗》后记

“民主式的社会中,必须有自由讨论的习惯,有肯与他人调和的性格,有在真理面前自甘让步的气量,有据理力争而不伤和气的胸襟。”

80 “写作空间”的诞生

链接,而不是容器;多重标签,而不是单纯的意义;混乱,而不是清晰的秩序,这就是我们在知识和智慧体系中所看到的变化。



90 新媒介塑造世界新秩序

“在人类事务中,总是存在对两种事物的需要,从表面上看,这两种事物似乎是互不相容的。我们既需要自由,也需要秩序。我们需要许许多多的、高度自治的单位给我们带来的自由,与此同时,我们也需要大规模的、甚至是全球性的团结和协调所营造的秩序。”

106 博客的私人性与公共性

博客显示了一种私人信息与公共信息的矛盾性组合,因而,它挑战了我们对公共空间与私人空间的传统理解。新的媒介技术使个人拥有了把个性化的体验向广大公众传播的力量,在其不断以各种形式向社会渗透的过程中,私人空间变成了公共性的,而部分公共空间又被私人化了。

125 网络“舆论场”在中国的兴起及其作用探讨

在改革开放 30 年之后,中国人享受到了以往从未有过的个人自由,他们也不再惧怕私下批评政府。但他们在大众媒体上仍然噤口不言。互联网给予了他们公开发表意见的机会,因而,原来的守门人控制新闻、信息和公共讨论的能力受到了挑战。网上的政治与社会批评以及公众舆论的压力成了中国社会中一股不可忽视的力量。

现在,通过互联网,中国公民不仅可以产生新闻(依靠个人表达与舆论收集),也能够捕捉世界对这些新闻的反应,从而感受到自己改变社会的力量。

139 未来是湿的

不论在何处,你都能看见人们走到一起彼此分享,共同工作,或是发起某种公共行动。东欧的政治抗议、一部集众人之力的百科全书、一个丢失手机的传奇,这些事情看上去似乎没有什么联系,但它



们乃至更多事情的影响实际上有着共同的根基：在人类历史上第一次，我们的交流工具支持群体对话与群体行动。聚集一群人并使之行动原本对资源有极高的要求，使得全世界范围内的群体努力都被置于一种制度的垄断之下。今天，全球分享与合作的工具终于交到了个体公民的手中。

154 互联网是一场什么样的变革

如果把互联网比作待剥的洋葱，所有有关网络的神话只不过是那薄薄的一层洋葱皮，里面的东西才会让你流下眼泪。

162 新媒体事件中的另类谣言观

在新媒体事件中，谣言发挥了种种颇具争议性的功能。中国许多学者的研究倾向于否定谣言中的真实性，从而将谣言定性为“虚构”、“捏造”、“毁谤”，其中甚至不乏动机判断。其实，现实中，谣言常常作为一种社会抗议而出现。对谣言内涵的演变以及谣言在现实中发生的相关语境进行认真考察和研究，将有助于提示主流思维之外的另类谣言观，解读特定历史时空中造谣、传谣的群体心态和社会氛围，描绘出更加多维度、多层次的历史图像。

192 小时代大人物微动力——在 2009 年第五届中文网志年会上的主题演讲

“故吾所思所梦所祷祀者，不在轰轰烈烈之英雄，而在芸芸平等之英雄。”

209 中国网民权利分析：困境与共谋——以“绿坝”事件为例

2009 年网络上反对“绿坝”软件的群体行动堪称中国出现互联网以来网民反对政府对互联网的监管的最大一次斗争。“争取网络自由空间”和“控制管理互联网”两股力量一直在博弈。在中国互联



网发展中,政府与网民同样面临困境,为此,迫切需要政府与网民共谋利益,共同制订规则。

222 公民新闻与中国网民创造的场景

在网络时代,我们对新闻获得一种崭新的认识:新闻不是作为一种人造物而存在,新闻存在于人们的参与中。公众对新闻业的参与有多种表现形式,导致新闻的本性现在变成了协作性的。通过公民新闻而表达的公众舆论在中国的公共空间中占有独特和显著的地位,其对中国政治与社会的影响涉及责任政治、信息政治、抗争政治与象征政治四个方面,从而催生着一场并非革命性的但却是持续渐变的运动。

242 新媒体时代的公共外交

在网络时代,传统外交人员的情报信息作用、议题设置能力和专业地位都受到挑战,而网络外交借助其意志结盟和互动性的特征,发挥着越来越大的影响力。拒绝学习和使用网络的“古典外交官”或者不把网络当一回事的“传统外交官”将会发现自己处于越来越不利的境地,外交部门使用信息科技已不是要不要、好不好的问题,而是必须做与如何做的课题。

媒体变革：公众的角度

受众是被动的；而公众则富于参与性。我们需要一种从公众角度对媒介的定义。

新媒体的灵魂：总编码师

英特尔公司董事长安迪·葛鲁夫最喜欢的用语是“战略转折点”，近来他把这个词用于报业。在旧金山举行的美国报纸编辑协会的年会上，葛鲁夫指出，互联网正使传统报业面临着 20 世纪 80 年代中期英特尔公司曾面临的那种剧变。

葛鲁夫说，印刷媒介的前景是黯淡的。这一行业必须全力重塑自我。“你们要想一想，什么是你们能够做到而网络出版做不到的？”

不过，葛鲁夫并未向与会的编辑和出版业人士阐释清楚，新媒体的面貌究竟应该是什么样的。他的漫无头绪也许是由其阅读习惯所决定的。葛鲁夫在会上讲述了自己查阅新闻的大致情形：上班时在网路上看路透社和美联社的新闻摘要，以及 CBS 的“市场观察”，看业界消息则去 CNET。下班后他会在家中看两份报纸，即《圣何塞信使报》和《华尔街日报》。



从中你可以发现,葛鲁夫浏览的本质都是旧媒体,尽管这些媒体中有相当一部分披上了新媒体的外衣。显然,葛鲁夫并不知道,有一种崭新的新闻形式正在他所熟悉的 IT 领域内发展起来。这种形式的首创者不是出自那些报刊、电视媒体云集的著名的大都市,而是出自美国密执安州的一个叫荷兰的小城。

这座小城里有一份名为 Slashdot(<http://slashdot.org>)的网上技术出版物,它由年轻的 Linux 软件爱好者罗勃·马尔达创办,原是有关 Linux 的一个信息仓库,逐渐演变成为网络技术人员“快乐大本营”,其中集结了大量的技术内容和技术讨论。Slashdot 与葛鲁夫所欣赏的新闻媒体截然不同。它把多个信息源以及信息的消费者互相连接起来,完全摒弃了信息中介,也就是那些专业新闻记者。这份出版物的读者每天向编辑部提供多达 400 个超链接、新闻线索、创意和完整的新闻报道,但并不从该出版物领取一分钱。经过仔细筛选,编辑部挑出可能引起读者最大兴趣的 5—10 个题目,然后加上一段很短的提要,并附带一个指向信息源的链接。如果是原创性的文章,编辑部也会在文章前面加上内容提要,再用一个链接指向单独的网页。这样刊出之后,会有成百上千或长或短的评论、指责、咒骂、更正、插科打诨和旁批蜂拥而至。Slashdot 的创办者坚信人们有权利匿名发表他们的看法,因而所有不想在网刊上暴露他们身份的读者都可以使用一个笔名投稿,这个笔名叫做“无名的儒夫”。

我们这些专业新闻工作者会在此时瞪大了眼睛说:“这些东西都是垃圾。这样做并不是在观察报道网络的混乱,而是在复制混乱。读者是无法处理这些芜杂的信息的,所以公众才会需要我们这样的人——为的是过滤噪音。”

而马尔达及其精干的编辑人员则坚信,公众依赖媒体“守门人”



(gatekeeper)的时代已经过去了。但马尔达也清楚地知道,完全缺少过滤会造成致命的后果。一个网站让读者自由发表意见的名声越大,它也越来越有可能被其高知名度摧毁。亚马逊网上书店提供了一个有力的例证,它允许读者自由上传书评,最后发现书评数量的增长与质量的提高呈现强烈的反差。在 Slashdot 网站上,由“无名的懦夫”们所发出的聒噪足以淹没任何理性的声音。马尔达承认,读者数量的增加并不意味着信息水平的提升。

如果说 Slashdot 处于被垃圾信息(spam)、火焰战(flame war)和离题万里的奇谈怪论所埋葬的危险之中,那么摆脱困境的办法也不是删除这些东西。Slashdot 的读者们极其厌恶由一个舆论中心对多样化的声音加以甄别的想法。假如马尔达以新闻检察官的身份出现,就会毁掉这个由他一手创办的网上社区。作为一个技术天才,马尔达很自然地设想,是否能用某种程序上的办法来解决这个问题。

他发展了一种允许 25 位最受信任的用户对刊发稿加以系统评估的制度,授予那些持续受到好评的用户“主持人”身份。每过半小时,计算机会检查所有的帖子,并给当时在线的读者打分。在任一时间内,都会有 300 到 500 名读者积攒到足够的分数,并经随机筛选成为主持人。主持人本身也可以获取一定的分数分配,这使得他们有权力对一定数量的帖子加以评论。他们可以在三天内用完他们的所有得分,过期则作废。

马尔达所有这些想法都是为了创造一个自我运行的系统。在传统的新闻采集过程中,记者和编辑试图摸清外界发生的事实,平衡专家的意见,再用一些简略的引语把事实表述出来。Slashdot 做的是同样的事情,只不过专家的意见占主导地位,引语完整无缺,整个新闻机构以极快的速度和极低的成本保持运行。将来也许新媒体的灵魂人物不再是总编,而是总编码师。



“放牧型”的商业模式

中国有没有类似的媒体？有点意思的是一家号称“IT 写作社区”的网站 <http://www.donews.com> (中文名“斗牛士”), 允许大量的人就范围广泛的 IT 话题发表意见。目前它多有投稿而少有批注, 也缺乏网络的精髓——链接(hyperlink), 因而更像一个论坛而不是新媒体。如果它人气攀升过猛, 必然也会遇到系统如何自我运行的问题。

网络最突出的一个优点是它鼓励链接而不是拷贝, 也就是简单地指出完整的信息在网络上的原始位置。用这种办法, 你可以确保引文的完整性和作者认可的引用方式; 如果作者恰好改变了他的想法, 你将能够看到引文的最新版本。

之所以说“斗牛士”网站更像一个论坛而不是新媒体, 就是因为它忽视了链接, 而在新兴的网络日志运动中, 链接是最有力的武器。所谓网络日志(blog 或 Web log), 就是一种可以用免费的“Blogger”网络软件创作的在线日记。这种 Blogger 软件堪称是 Napster 之后出现的最有趣的互联网应用。说它有趣, 首先是因为它使得网页的创建和更新更为容易; 更重要的是, 它令网上交流以一种最为个人化的形式出现。网络日志的简单定义就是, “一种表达个人思想和网络链接, 内容按时间顺序排列, 并且不断更新的出版方式。”它是个人生活与网上事件的一种奇妙混合。一段段按时间排列的日志, 清晰地勾画出网络知识积累和演进的历程。

热衷于撰写这些日志的人, 就是所谓的“博客”(“Blogger”一词的汉译)。大多数博客是十几岁的孩子和大学生。他们利用网络日志, 向全世界展示他们生活中的种种片断。平心而论, 如果花上几天时间去读这

些博客日志,你会发现大多数叙述是幼稚和无聊的——它们不过是一些天真的头脑对特定事物的漫无规律的痴恋而已。不过这并不是问题的要害:博客现象之所以重要和值得我们关注,不是因为某个人的网络日志有多么好,而是因为网络日志彼此链接的方式打破了我们熟知的交流常态。

网络日志从不孤立出现,在浏览日志的时候,你很快会意识到它们构成了网络社区——尤其是那些关系紧密的社区——的基础交流平台。社区内的人利用网络日志分享彼此的生活。当然,网络一向带给人们无障碍沟通的承诺,但博客们却真正将此承诺化作了现实。

互联网在改变社会行为的一些基本模式,网络日志自身就构成了一个奇怪的世界。创作网络日志现在成为一种急速成长的网络活动。博客的迅速增长凸现了互联网的两个关键事实,而这两个事实也将拥有深远的商业影响。

其一,互联网是一种可塑性很强的媒体,新的应用的出现(尤其是所谓的杀手应用)能够非常快地改变人们使用该媒体的方式。Napster 是一个很好的先例,Blogger 也同样如此。必须强调的是,最具革命性的应用常常不是来自商业性组织,而是来自对网络充满热爱的忠诚用户。这些人最感兴趣的是“扮酷”而不是赚钱。无可否认,Napster 和 Blogger 的发明人非常想把他们的发明商业化,但是,新技术应用的真正力量在于,可以让人们免费去做以前他们不得不花钱去做的事情。

其二,互联网更主要地是一个交流平台而不是商业平台。大多数人上网为的是聊天、沟通、学习和探索,而不是买东西。在互联网极为发达的美国,人们在节假日期间使用网络的模式,便显示了这一特点。据 Pew Internet Project 的研究,在节假日的网络活动中,53%的互联网用户通过电子邮件互致问候,32%的用户发送电子贺卡,24%的用户搜集



假日活动的信息,14%的用户研究假日的宗教传统。只有24%的用户在网上购买礼物。

基于以上两个事实可以得出的结论是:互联网同传统媒体完全不同。互联网赋予个人前所未有的权力去影响媒体。他们利用这一新媒体做什么,怎么做,和谁一起做,都是可以由他们自行决定的事情。利用Blogger以及其他网络社区建设的应用工具如ICQ,人们可以按照自己的需要和愿望改造互联网,而弃商业利益于不顾。大多数公司尚未认清这一基本事实,仍然在盲目地追求那些“放牧型”的商业模式。它们相信自己可以随意地把网民赶来赶去,因而也就逃脱不了眼看着一个个模式覆灭的命运。

网络是如此易变,对这种易变性的适应,随着时间的流逝,将会变得越来越重要。年轻的一代正在成长,他们将以一种现在的成年人无法想象的方式来操纵互联网。他们就是博客一代(对此有兴趣的人可以去浏览“中国博客”网站,网址是 www.blogchina.com)。

由所有人对所有人进行的传播

Slashdot 和博客日志都可以归入所谓的“新媒体”。《连线》杂志给“新媒体”下的定义很简单:由所有人对所有人进行的传播(communications for all, by all)。旧媒体使用两分法把世界划分为生产者和消费者两大阵营。我们不是作者就是读者,不是广播者就是观看者,不是表演者就是欣赏者。这是一种一对多的传播。而新媒体与此相反,是一种多对多的传播。它使每个人不仅有听的机会,而且有说的条件。

这样的新媒体正在对传统的印刷和电视媒体构成威胁,并由此威胁着专业新闻工作者的收入和社会影响力。当我们谈论新媒体对传统媒

体的冲击的时候,我们往往会引证传统媒体的上网率,比如说上网报纸又增加了多少家等等。但这样的数据并不是最重要的,最重要的数据是受众(audience,更准确的说法应为阅听人)由传统媒体向新媒体转移的程度如何。

在美国,这样的转移十分明显。1977年,2/3以上的美国成年人经常阅读报纸;1997年,成人报纸阅读率下降到只有50%多一点。1993年,60%的美国成年人“定期”观看电视新闻;到1998年,这一比例降为38%。与此相对照,1995年,只有4%的美国成年人一周上网阅读新闻一次;现在,网络新闻的读者达到20%。

美国在线一时代华纳的史蒂夫·凯斯曾对记者说:“如果你们观察一下美国在线,你们会发现,我们没有记者,我们也没有新闻来源,因此,我们并不是你们的新闻同行。但是,每天从美国在线获得感兴趣新闻的人,比全美国11家顶尖报纸的读者加起来的总数还多;在黄金时间,我们的读者和CNN或者MTV的观众一样多。”随着互联网的迅猛发展,美国各种媒体(互联网、有线电视、广播及出版物)受众的分化程度也越来越大。

我手头没有中国媒体在这方面的详细数据,但报刊发行量的普遍下降在我国已是一个不争的事实。尽管对于绝大多数中国人来说,电视仍然是他们获取新闻的主要渠道,但据www.consult公司1999年5月公布的调查结果,内地2/3的网民表示他们减少了看电视的时间。

大众媒体基于两个理由而存在。其一是大量的读者和观众需要阅读和观看这些媒体;其二是广告商要借助这些媒体发布广告。如果读者和观众从大众媒体不断流失的话,广告商也会弃大众媒体而去。

当然,传统媒体不会很快死亡。迄今也没有一个较新媒体完全取代较老媒体的先例。而且,习惯于阅读印刷媒体的人会指出这些媒体与电



子屏幕相比的种种好处,比如报刊读起来更舒服,可以随意折叠、剪贴,便于携带,不怕丢失,等等。然而,如果习惯改变了又会怎样呢?今天,人们可以用更多的办法获得前所未有的更多信息,并且年轻的一代完全是在电子屏幕的熏陶之下长大成人的。这些都会影响人们习惯性的信息获取行为。

随着越来越多的人使用计算机攫取新闻,传统媒体会遭遇颠覆性的挑战;也许用不了很久,人们将通过电子化的个人定制的新闻,读到所谓“我的日报”——那已不是我们称为“报纸”的东西。

媒介不再是讯息

新媒体依照什么逻辑运行?这方面有一个绝好的例子。1998年9月11日,全球网民在同一时刻看到了美国总统克林顿的性丑闻调查报告全文。此事表现了互联网作为一种新媒体的巨大优势:广泛的链接造就了大容量的信息储存;空前快速的信息传播速度令传统媒体望尘莫及;同步通达全球观众;不受有关中间环节的干扰,直接展示信息本身等。

新媒体当然拥有一些传统媒体所无法比拟的优势:海量的存储信息、新闻背景的立体化呈现、个性化的服务等,但其区别于传统媒体的最重要的特征,是传播方式的根本性改变:由单向变为双向,由一点对多点变为多点对多点,因而实现了前所未有的互动性。

“单向变双向”的关键在于实现了“上下颠倒”。传统新闻业是自上而下的:编辑决定报道内容,记者去收集事实,然后包装成一条新闻,继而再散发给广大受众。与之相反,网络上的新闻是自下而上的。这种“上下颠倒”中埋藏着革命性变化的种子。



从历史上看,随着复制和传输数据的成本日益降低,信息传送的力量也分配得越来越平均。当手写的经卷被印刷品代替后,教会和其他大人物不再那么至高无上,宗教改革运动因而发生。当互联网成为迄今最大的互动出版工具时,造就名声的权力正由报刊、电视台等大众媒介转移到每个人的手中。

如果新闻可以不再由少数人加工后传输给大众,大众传媒的“守门人”角色将毫无意义。法学专家乔纳森·华莱士和马克·曼根在《性,法律和电脑空间》一书中说,假如你有某种思想,无论是好是坏,要想传播给 2.5 亿美国人,你的选择是十分有限的。想让你的思想出现在《纽约时报》、《时代》或是电视台“60 分钟”节目上,你将不得不游说某个人——通常是坐在曼哈顿或洛杉矶办公室里的年长的白人男性——使他相信你的思想是有价值的。他将从两个方面审查你的思想:第一,看它是否符合他自己的成见;第二,看它有无商业上的吸引力,能否引来受众或赞助者从而为他的公司赚取利润。这个人就是所谓的“守门人”。

而互联网是一个缺乏守门人的论坛。像网络日志显示的那样,任何人只要拥有一台计算机和网络账号都可以成为出版商。在网络上,你可以接触到成千上万的潜在读者而无需花费多大成本;并且,你不需要说服编辑、出版商或制片人,你的思想是否值得暴露在光天化日之下。

这一变化的意义长久而深远。媒介不再是讯息(The medium is no longer the message)。自从马歇尔·麦克卢汉在 20 世纪 60 年代出版了他的经典之作《理解媒介:人的延伸》以来,还没有什么能比这一激动人心的变化引发出公众对媒介更进一步的认识。

道格拉斯·拉什科夫在《媒介病毒》一书中曾引述过一段话:“媒介是一种公司所有物……你没有办法参与到媒介中。让媒介从幕后走出是第一步。第二步是区别公众与受众的不同。受众是被动的;而公众则

