



网络时代的盛世危言

——互联网与社会变迁

陈昌凤 虞 鑫 著

北京出版社

半日读
领导干部

网络时代的盛世危言

——互联网与社会变迁

陈昌凤 虞 鑫 著



北京出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络时代的盛世危言：互联网与社会变迁 / 陈昌凤，虞鑫著. — 北京：北京出版社，2012. 12

(领导干部半日读)

ISBN 978 - 7 - 200 - 09616 - 3

I. ①网… II. ①陈… ②虞… III. ①互联网络—传播媒介—基本知识 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 000204 号

领导干部半日读

网络时代的盛世危言

——互联网与社会变迁

WANGLUO SHIDAI DE SHENGSHI WEIYAN

陈昌凤 虞鑫 著

*

北 京 出 版 社 出 版

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码：100120

网 址：www. bph. com. cn

北京出版集团公司总发行

新华书店经销

北京同文印刷有限责任公司印刷

*

889 毫米 × 1194 毫米 32 开本 7.25 印张 78 千字

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 200 - 09616 - 3

定价：29.00 元

质量监督电话：010 - 58572393



“领导干部半日读”丛书编委会

主 任：鲁 炜

副主任：傅 华 严力强 史秋秋 钟制宪

委 员：（以姓氏笔画为序）

王祥武 史秋秋 严力强 李清霞

钟制宪 贺亚兰 崔耀中 傅 华

舒小峰 鲁 炜 谭维克



编写说明

“领导干部半日读”第一辑、第二辑出版发行以来，在全市党员干部中引起热烈反响。为全面学习贯彻党的十八大精神，建设学习型、服务型、创新型的马克思主义政党，更好地满足全市领导干部理论学习需求，北京市委宣传部在以往工作的基础上，继续组织专家编写了“领导干部半日读”系列丛书第三辑。

丛书名为“半日读”，意在将每本书的字数控制在5万以内，使领导干部在周末利用半天时间即可读完。作为干部理论学习的参考读物，丛书的选题都是与首都当前的发展、领导工作的需要密切相关的，在内容上尽量体现该领域的新理论、新知识、新方法，在表述上力求做到简明扼要、深入浅出，在文风上尽可能生动活泼，有较强的可读性。

这套丛书的作者，都是在各自研究领域学术造诣较深的专家学者，有的还担任着领导职务。尽管工作非常繁重，但是当邀请他们来承

担丛书的写作任务时，他们都欣然接受，在工作和学术活动之余，为丛书的编写出版付出了许多时间和精力。书中所表达思想和观点，或许还未臻完美，但体现了作者多年来对有关问题的思考和积累。

市委常委、宣传部部长、副市长鲁炜同志对丛书的编写工作高度重视，对丛书选题、定位、使用等都提出明确要求和具体指导。丛书的选题论证、编写出版及版式设计等工作，都是在市委副秘书长傅华同志和市委副秘书长、市委宣传部分部长严力强同志的主持下进行的。市委宣传部分理论处贺亚兰、张际、陈睿、冀永义、唐慧等承担了丛书编写的组织协调等日常工作。北京出版社为丛书的顺利出版付出了辛勤的劳动。

真诚欢迎并感谢广大读者在使用这套丛书的过程中，提出批评和建议。

中共北京市委宣传部分

2012年12月

目 录

第1章 传播技术与社会变迁 / 1

一、印刷媒介革新了社会 / 5

二、电子媒介造就了“地球村” / 9

三、网络媒介颠覆着现实世界 / 15

四、技术与社会的关系 / 18

第2章 互联网带来了什么 / 24

一、 互联网10年关键词 / 29

1. Web2.0 / 29

2. SNS / 33

3. Google / 44

4. 大数据 / 47

5. 电子政务 / 53

6. 电子商务 / 63

二、 社会网络 (Social networks) / 68

1. “弱关系”的力量 / 71





2. 小世界网络 / 79

3. 结构洞理论 / 82

4. 复杂系统 / 83

第3章 互联网改变了什么 / 90

一、网络世界关键词 / 91

1. 人肉搜索 / 91

2. 网络时代的公民社会 / 97

3. 网络公益 / 101

4. 网络谣言 / 105

5. 政务微博 / 108

6. 网络身份认同 / 115

二、网络社会 (Network society) / 124

1. 网络社会的特征 / 124

2. 网络科技与网络社会 / 128

3. 流动的空间 / 130

4. 网络经济 / 132

5. 网络政治 / 136

6. 网络文化 / 140

第4章 互联网警示了什么 / 144

一、网络时代之媒介素养 / 144

1. 网络社会的“刻板印象” / 146
2. 网络时代的“议程设置” / 152
3. 网络时代的群体心理 / 159

二、网络时代之话语权 / 164

1. 复杂的话语权 / 165
2. 流行语与权力诉求 / 172
3. 网络监督与权力博弈 / 176
4. 传统媒体如何保“主流” / 180

三、网络时代之全球观 / 190

1. 创新需要土壤 / 190
2. 无国界与霸权 / 200
3. 隐私权与知识产权 / 208

第1章 传播技术与社会变迁

2012年，一部由全球网民自己拍摄的纪录片《浮生一日》（*Life in a Day*）热传到了中国，它记录的是全球平凡的人们在2010年7月24日这一天的“爱”和“恐惧”，从繁华都市到偏僻乡野，从接生的产房到心脏病救护室，从老小贫富的衣兜到广阔的海洋森林，从驾名车的富豪到街头擦鞋童……这部充满平凡悲欢的片子感人至深。全球最大视频分享网站YouTube征集到来自192个国家、超过80000段共4500小时的视频，与两位奥斯卡金像级大导演雷德利·斯科特（Ridley Scott）和凯文·麦克唐纳（Kevin Macdonald）共同合作，制作了这部纪录片。

如今用户自制的内容（Users Generated Content, UGC）在互联网上盛行，人人都可以成为记者、记录者、“我媒体”的主人。世界上每天有近3000亿封电子邮件发出；每天有200

万篇博客发布，够美国《时代》杂志刊发770年；每天有86.4万小时的视频上传到YouTube上，可以不间断播放98年；每天在音乐网站Pandora上播放的音乐达1.84亿小时，如果由一家电台从公元1年开始播放，那到今天也放不完；每天上传到Facebook的照片堆起来，有80个埃菲尔铁塔那么高；苹果公司的iPhone每天的销售数量，已经超过了世界上每天婴儿出生的数量。与此相适应，“数字原著民”（Digital natives）时代悄然到来，孩子们一出生就面临着无所不在的网络世界，数字化生存是他们从小就开始的生存方式。

2012年11月11日，子虚乌有的光棍节在中国被成功策划成网上狂购节，电子商务忙得不可开交，仅第1分钟天猫商城和淘宝网就吸引了1000万独立用户加入抢购，相当于一个中等西欧国家的全部人口。11日天猫和淘宝的支付宝总销售额达191亿元，如果将百元大钞摞起来，191亿元可高达1.9万米，相当于世界最高建筑迪拜塔（828米）的23倍。如果用常见的点

钞机来清点，需要耗费133天。该纪录已经大大超越了美国电子商务行业的最高纪录——美国最大的网上购物节“网络星期一”2011年交易额12.5亿美元（约合78亿元人民币），成为全球最大的网上购物节。2009年以来，各大电商竞相涌入这个所谓“光棍节”，网购与这个“节日”一联姻，即变身“购物狂欢节”，甚至被称为中国经济转型的一个信号。^①事实上，电子商务打造出的这个节日，还带动了线下消费，据悉线下的当地生活服务业消费达百亿。“双十一”正在改变中国式电商的营销模式，拓展了O2O（Online to Offline，从线上到线下）的销售模式，带动生活服务商家参加购物狂欢节，在11月11日当天成交超过42个生活服务，包括售出3300多间/夜酒店、4000多个培训课程、10万桌美食，预订出3700套房子、600多辆汽车，据估计为线下旅游、房产、汽车、餐饮美食、休闲娱乐等生活服务业带去超过100亿元消费。全国

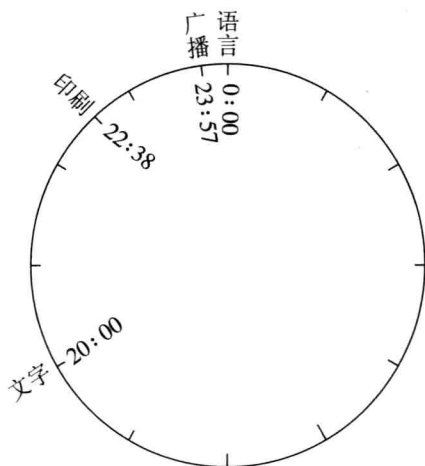
^① 《揭秘“双十一”：电商大战的背后》，<http://ec.iresearch.cn/shopping/20121113/186802.shtml>。

400家4S店网上售卖汽车，万科等数十家知名房企携138个楼组团在网上卖房。杭州、上海、苏州、广州、北京、宁波、深圳、温州、武汉、福州分列前10。^①“双十一节”利用电子商务，激发了巨大的内需增量，继而将引发产业的巨大变革。经济转型升级和新经济崛起的时代就要来临了！

互联网正深刻影响和改变我们身处的政治、经济、文化和社会，成为继工业革命和电气革命之后的“信息技术革命”。

在传播技术发展的历史上，有一个非常著名的比喻：如果我们将人类传播史比作一天的24小时，并且将语言诞生的时刻作为时钟的零点，那么20：00的时候文字产生了，22：38发明了以印刷术为代表的机械复制技术，23：57的时候广播和电视等电子传播技术才进入人类的视野，我们现在处于“这一天”的最后3分钟里。从语言到文字，用了几万年；从文字到印

^① 《天猫11·11购物狂欢节带动百亿线下消费》，《云南信息报》2012年11月22日。



刷，用了几千年；从印刷到电影和广播，用了400年；从电视试播到从月球播回实况电视，只用了50年。而这几十年时间里，同时出现了电脑、互联网，人类显然越来越自如地掌握了传播技术。

一、印刷媒介革新了社会 ➤

据研究，中世纪时欧洲一般人仍是通过耳朵来获取知识，是以谈话为主、通过歌唱进行的人类交流的“自然”状态。^①可以说，阅读

^① Barbara W. Tuchman, *A Distant Mirror*, New York: Alfred A. Knopf, 1978, p.61.

改变了人类的交流方式和关系模式，在能够阅读和不能阅读之间造成了分化。卢梭在《爱弥尔》一书中曾说：“阅读是童年的祸害，书本教我们谈论那些我们一无所知的东西。”阅读让人们进入观察不到的抽象的知识世界中，使学习变成了从书本中学习，在人的童年时期就创造了成年世界。口头传播发展为文字及其后的媒介传播后，人类的生活就以空间而不是以时间，以将来可能怎么样，以过去怎么样为中心了，变革由此开始。

最早的活字印刷术由中国的毕昇发明，但是在15世纪中叶的德国，金属活字印刷术的发明者约翰·古登堡却直接影响了文明的发展，他所发明的金属活字印刷术引发了传播业以及社会的巨大变革。古登堡只是把一架机器放进传播过程，从而可以复制信息，却几乎无限扩大了一个人分享信息的能力——这种能力对人类产生了深刻影响。书籍和报纸与18世纪的欧洲启蒙运动联系在一起，报纸和政治小册子参与了17世纪和18世纪所有的政治运动和人民

革命，而印刷出来的教科书，使开设大规模的公共教育成为可能。新闻纸——报纸，让对权力分配不满的人民有可能了解和参与政治。如果没有印刷术带来的大众传播，19世纪的工业革命就不可能那么全方位地改变人们的生活方式。传播媒介一出现，就参与了一切重大的社会变革，包括智力革命、政治革命、工业革命，还有人们的生活变革、道德观念的革命。人类首先是处理信息的动物，而传播就是根本的社会过程，因此信息及其传播总是随着社会的重大变革而变革的。^①

印刷信息改变了原有的传播关系，也改变了社会关系：“印刷使得上帝的信息跑到了每家每户的餐桌上，而且用的是一种人人都明白的语言。上帝的信息既然如此唾手可得，基督徒就不再需要各界神职人员为他们诠释教义了。”上帝的旨意不只通过礼拜日聆听牧师

^① [美] 威尔伯·施拉姆，威廉·波特著：《传播学概论》，李启、周立方译，新华出版社1984年版，第11—12页。

唱颂这一种方式获得，由英语、德语、法语翻译印刷出版的《圣经》跑到了千家万户的餐桌上，随时随地都能获得——罗马的教皇再也无法统治远在英吉利海峡对面的英格兰人，也无法像以前那样影响同在欧洲大陆上的法兰西人和德意志人了。凭借印刷，上帝变成了英国人，或德国人，或法国人——这取决于用什么方言来呈现上帝的信息。这样的结果就是强化了民族主义，同时削弱了《圣经》的权威。从18世纪到现在，人们对国家的爱取代了对上帝的爱，“这完全可以说是印刷带来的一个结果。”^①

印刷媒体的诞生是传播史上一个意义重大的飞跃，从此人类的新闻传播开始从无序走上有序，新闻传播变得更加组织化、规模化、专业化——专业的新闻机构诞生了。印刷术、摄影术的最大成就便是使得文字和图片能够实现快速的、廉价的、机械化的“复制”。这一变

^① [美] 尼尔·波兹曼：《童年的消逝》，广西师范大学出版社2004年版，第49—50页。