

高晓虹◎主编

刘宏

赵淑萍

曾祥敏◎

副主编

2019

CHINA JOURNALISM AND
COMMUNICATION JOURNAL

中国新闻 传播研究

新时代时政新闻传播

中国传媒大学出版社



2019

CHINA JOURNALISM AND
COMMUNICATION JOURNAL

中国新闻 传播研究

高晓虹◎主编
刘宏 赵淑萍
曾祥敏◎副主编

新时代时政新闻传播

中国传媒大学 出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

中国新闻传播研究:新时代时政新闻传播 / 高晓虹主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2019.9
(传媒集刊)

ISBN 978-7-5657-2536-4

I. ①中… II. ①高… III. ①新闻学—传播学—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 187673 号

中国新闻传播研究:新时代时政新闻传播

ZHONGGUO XINWEN CHUANBO YANJIU;XINSHIDAI SHIZHENG XINWEN CHUANBO

主 编 高晓虹
副 主 编 刘 宏 赵淑萍 曾祥敏
策划编辑 王雁来
责任编辑 张莉莉
封面设计 拓美设计
责任印制 李志鹏

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 010-65450532 或 65450528 传真:010-65779405
网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 15
字 数 265 千字
版 次 2019 年 9 月第 1 版
印 次 2019 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2536-4/G·2536 定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

编委会名单

特邀编委：王君超（清华大学）、支庭荣（暨南大学）、石长顺（华中科技大学）

（按姓氏笔画排序）

刘鹏（《新闻记者》杂志社）、苏宏元（华南理工大学）、李喜根（香港城市大学）
张涛甫（复旦大学）、陆绍阳（北京大学）、陈富清（《中国广播电视学刊》杂志社）
罗以澄（武汉大学）、周勇（中国人民大学）、周树华（美国阿拉巴马大学）
胡智锋（北京师范大学）、胡翼青（南京大学）、隋岩（中国传媒大学）
董庆文（美国太平洋大学）

主 编：高晓虹

副 主 编：刘宏、赵淑萍、曾祥敏

编 委 会：何苏六、王晓红、吴敏苏、崔林、顾洁、叶明睿、徐培喜、陈欣钢、涂凌波、赵希婧、程素琴

编辑部主任：赵淑萍

本期执行编委：顾洁、崔林、叶明睿

目录 >>>> CONTENTS

特 稿

数字革命波及的三个层面:媒介、社会与文明 崔 林 朱 玺 / 3

时政报道

新时代重大主题报道的新媒体实践与创新 赵淑萍 高 明 / 19

新媒体环境下网络舆论引导问题与策略 刘 宏 周 婷 / 36

时政报道传播话语体系的变迁 李 智 黄 楠 李艺琼 / 51

全媒体视域下两会新闻报道创新研究 王晓红 郭海威 / 67

重构生产模式:融媒时代时政报道创新路径探析
——以 2019 年两会报道为例 曹晚红 武梦瑶 / 79

人工智能在两会新闻报道中的热用与冷思 史慧琴 崔 潇 / 89

理论与历史

新中国广播的媒介记忆:国家史与广播史的双重阐释(1949—1956) 周 雅 / 101

网络民族志:时空、身份和真实性的伦理反思 张 媛 / 118

媒体融合

媒体融合发展的“湖北模式”:机遇与经验 顾 洁 张婷婷 / 133

省级主流媒体融合发展的理念与路径

——以长城新媒体集团为例

郑志亮 吴昊 / 143

长兴传媒集团:内容引领县级媒体融合新模式

蔡旻俊 / 153

“移动优先”背景下 2019 年央视春晚的融合传播与技术创新

王海龙 / 170

视听传播

用聆听感知艺术:无障碍电影的使用与满足

——基于 187 名视障青少年的实证研究

赵希婧 / 183

构建国家形象:我国纪录片的国际传播影响力研究

孙书礼 / 194

青年视点

媒介:身体的视觉进化及其逻辑

潘天波 / 209

与机器对话:基于智能语音界面的信息传播平台创新与应用研究

李佳佳 / 220



特 稿

数字革命波及的三个层面：媒介、社会与文明

崔 林 朱 玺

数字革命波及的三个层面：媒介、社会与文明^①

Three Levels Affected by the Digital Revolution: Media, Society and Civilization

◎ 崔林 朱玺

Cui Lin Zhu Xi

摘要：数字革命至少波及从媒介、社会到文明的三个层面。其一，数字技术彻底改变了媒介形态、媒介内容和传媒业态，为新闻传播提供了更广阔的空间，也对传统媒体带来了前所未有的挑战。其二，在全球范围的扁平化连接中，整个社会的基本结构已经被网络改变，同时，无处不在的连接也在人们的心灵上投射出“群体性孤独”的阴影。其三，随着新技术引发的新经济模式、新政治形态的塑形出炉，改革开放的中国正在数字时代崛起复兴，世界格局正在发生前所未有之变动。

关键词：数字革命，媒介生态，社会变迁，文明复兴

Abstract: The digital revolution has at least affected three levels: media, society and civilization. First, digital technology has completely changed the media form, media content and media industry, providing a broader space for news and communication, but also brought unprecedented challenges to the traditional media. Second, with the flattening of world-wide connection, the basic structure of the whole society has been changed by the network. At the same time, the ubiquitous connection also casts the shadow of “alone together” on people’s minds. Third, with new economic models and new political forms triggered by new technologies, China is reviving in the digital age since the reform and opening up, and the world is undergoing unprecedented changes.

Keywords: digital revolution, media ecology, social changes, renaissance of civilization

^① 本文为“马工程”重大项目《中国特色社会主义新闻传播理论的构建》(项目编号:2015MZD019)及中国传媒大学“双一流”建设项目《互联网史论研究》(项目编号:CUC18QB04)的阶段性成果。

2016年3月15日,韩国首尔四季酒店,一场不同寻常的围棋比赛正在举行。对弈的一方,是14次获得世界冠军的韩国棋手李世石。

在世界围棋界,李世石的名字如雷贯耳。他1983年出生,12岁成为职业初段,2003年获得第一个世界冠军,并在同年成为职业九段。在此前围棋世界大赛已经产生的105个冠军头衔中,李世石独得14冠,在人才辈出、竞争激烈的围棋世界,他是一座难以逾越的高峰。

在经历了五个多小时的大战后,李世石最终技尽途穷,于第180手投棋认输。比赛结束,众人离席,场上独剩他一人仍盯着布满黑白棋子的棋盘,思索何以败落至此。以犀利、迅猛的棋风著称的他,此时显得有些迟滞、恍惚。

更让李世石始料未及的是,这场以他完败告终的比赛所获得的关注度,远远超过了此前任何一次他完胜的赛事。开赛之前,世界各地的媒体早已蜂拥而至,比赛之中,全球观众,无论是否懂得围棋,都通过直播画面,注视着场上的一举一动,共同见证比赛结果的诞生。这一切的不同寻常,都来自李世石此番对战的对手。

与李世石对弈的,并非人类,而是一个名叫“阿尔法狗”(AlphaGO)的机器,当然,你也可以叫它机器人,或者用更科学的说法,叫它人工智能。这款由谷歌Deep Mind团队开发的人工智能程序,具备了深度学习能力,它可以通过不断地练习,掌握数量庞大的人类棋谱,从而实现自我提升,并在对战中,通过“策略网络”(policy network)和“值网络”(value network)技术,分析不同下法的胜率,判断棋面形势。在与阿尔法狗的五场较量中,李世石仅在第四局凭借妙手一着战胜阿尔法狗,其余四场则悉数落败,最终以1比4的总比分,为这场世纪对决画下了句号。

显然,在李世石与阿尔法狗的这场旷世对弈中,引发媒体竞相关注和大众热烈讨论的,远不是几局围棋的胜败。在围棋这一反映着人类高级智能的竞技中,人类却败给了自己亲手创造的人工智能,这是处于智慧生物顶端、自诩为万物之灵的人类所不能接受的。实际上,在此之前的2015年10月,阿尔法狗也曾以5比0的大比分完胜职业二段棋手——2013到2015年三获欧洲围棋冠军的樊麾,不过并未引起人们足够的关注。而这一次,随着围棋界的标杆人物李世石的铩羽而归,震惊、忧虑、人类自尊心的崩塌和对未来的恐惧,才一起席卷而来。

在长达数万年的历史长河里,制造和使用工具一直都是作为智能生物的人类在地球生物圈的生存竞赛中标志性的优势特征。从生物的肌体性能上来看,人类不如虎豹,不如飞鸟,甚至不如鱼虫蝼蚁。长期以来让人类获得生物竞争优势的,是人类无可匹敌的脑容量以及其中足以让人傲视万物的智慧。自进化论诞生以来,包括恩格斯在

内的多位著名思想家都充分论证过人类相较于其他动物的本质区别,其中最受认可的来自两个方面,一是语言,二是制造工具。凭借着千万年来不断累积的技术手段,人类凭借工具,可以上天入海,甚至在以光年为标尺的浩瀚宇宙中来回穿梭。但无论如何,古往今来,工具作为人类的造物,始终都受制于人,服从于人、无论性能多么优异,功能多么强大,工具始终都未曾挑战人类作为智能生物的地位,从未让人类对自身引以为傲的智慧产生过丝毫疑虑,直到人工智能的出现。

作为信息技术、数字技术发展至今最为尖端的代表,人工智能除了开始消解人类对自身智能的自信,也开始消解人类作为一个独立生物种群的边界。2017年10月,沙特阿拉伯一位名叫索菲娅的女性机器人被授予公民身份,成为世界上首个获得公民身份的机器人。公民身份,这一长久以来只属于人类社会的概念已经被人工智能改写,人类作为一个不同于他物的种属边界,已经被人类创造的人工智能击穿。当人工智能以似乎不可战胜的姿态沉重地击打着人类在自身智慧上长久保持的自信,并以令人匪夷所思的方式模糊着人与物的界限之时,人类还能否在自己的创造面前保持造物者最起码的尊严?

无论如何,在人工智能已经让人类对未来产生深远忧虑的今天,我们不得不去面对和思考这样的命题:以数字命名的信息技术为我们带来的,究竟是什么?

一、数字技术与媒介生态变革

(一)媒介形态的改变

历史上,媒介形态的重要变迁总与新技术相伴而行。15世纪中期,德国人古登堡发明了金属活字印刷术,从此开启了西方的印刷术时代。随着印刷术普及带来的印刷成本的下降,第一种大众媒介——报纸应运而生。此后,电子技术的发明和发展让广播、电视走入千家万户,深刻地改变了人们的生活。

1969年,美国出于军事目的组建的阿帕网投入使用,这一建立在“包交换理论”基础之上的分布式网络在此之后迅速发展起来,成为今日几乎无处不在的庞大的全球化网络——互联网。到2016年,这一技术力量已将全球30多亿人联系在一起。与印刷术、电子技术一样,互联网技术塑造了新的媒介形态。个人电脑等互联网终端走入千家万户,一种迥异于传统大众传播媒介的网络化媒介发展起来。互联网突破了传统大众媒介的单向性、地域化限制与体量限制,有着更强的互动性、更广的传播范围与近乎

无限的信息容量。

随着移动通讯与互联网技术的结合,网络使用的空间进一步拓展。PC时代,人们通过个人电脑获取信息,浏览网页资讯,通过电子邮件和即时通信软件与他人交流。如今,移动互联网技术使得随时随地接收和传输大量的信息成为可能,网络已无处不在。根据CNNIC第40次《中国互联网络发展状况统计报告》统计,截至2017年6月,中国手机网民规模达7.24亿。网民中使用手机上网人群占比由2016年年底的95.1%提升至96.3%。一半以上的中国人在使用手机上网。如今,新的5G技术的商用已指日可待。更快的移动网络传输速率即将到来,对一些正迅速发展的媒介来说,蕴藏着巨大突破的可能。

在新一轮汹涌而来的技术浪潮中,媒介形态的改变更是颠覆性的,其中备受瞩目的是虚拟现实技术。“虚拟现实”一词并不是最近才产生的。20世纪60年代,伊凡·苏泽兰设计了第一个头戴式的显示系统,并撰写研究论文《终极显示器》《头戴式三维显示器》,被称为“虚拟现实之父”。1984年,杰伦·拉尼尔正式提出“虚拟现实”(Virtual Reality)一词,与虚拟现实相关的研究也开始发展起来。在VR技术的发展初期,其运用目的并不在于个人娱乐,而是与互联网的产生一样,主要出于军事安全目的。VR技术被应用在飞机的模拟飞行以及驾校训练中模拟突发状况等。随着计算机图形技术、计算机仿真技术、传感器技术、显示技术等关键技术不断取得突破,各种VR头戴设备开始成为消费级产品。凯文·凯利在《必然》中说:“在人类短短几十年的寿命期中就能‘扰乱’社会发展的第一个技术平台是个人电脑。移动电话是第二个平台,它们都是在短短的几十年里引发了社会中一切事物的变革。下一代颠覆性的平台就是虚拟现实,而它已经到来了。”^①新的技术正在发展,新的媒介形态仍在生成。

(二)媒介内容的迭代

数字技术催生的全新媒介平台,孕育出新的多样化的媒介内容。印刷时代,文字是媒介内容呈现的主要形式;到了电子时代,广播使得口语传播无远弗届,电视更让视听形象几乎进入了每个家庭。互联网技术使以往的媒介功能在互联网平台上得以融合呈现,文字、图片、声音、动画、视频以及交互网页等,在无限广阔的互联网空间中都可以自由传递,传统媒介的内容边界在数字化交互平台上逐渐消弥。

在新的媒介平台上,传统的媒介内容得以重塑,也开始裂变。比如,新媒体平台上

^① 凯利.必然[M].周峰,董理,金阳,译.北京:电子工业出版社,2016:268.

信息获取的碎片化特征,促使短视频迅速走红,这种以较短时长呈现创意内容的视频形式,已大量占据网民碎片化的媒介消费时间,传统的视听传播已经被新媒体平台重塑为全新的样貌。另外,随身化的移动互联网使得人们时时处于“在线”状态,日常化、实时化交流的需求催生了视频直播的火爆,传统媒体时代用于突发新闻、体育赛事、综艺活动的直播,已经从一种追求轰动传播效应的大体量、高规格的内容形态转向个性化、多样化的草根直播。

新技术还催生出更多样态的全新内容。随着VR(虚拟现实)硬件的发展与用户数量提升,VR影像、VR新闻、VR游戏等多种形式的VR产品开始走入大众生活,使人通过感官体验“在场感”,沉浸式的传播开始成为人们越来越熟悉的传播体验。而不同于VR技术对虚拟环境的创建,AR(增强现实)技术将真实世界与虚拟世界集成在一起,在当前有着更为广泛的应用。2016年,AR游戏*Pokémon Go*一经推出便产生了巨大反响,街头巷尾随处可见“捉精灵”的人们。游戏基于谷歌地图与定位技术,用手机摄像头呈现现实场景,又融合虚拟的“精灵”,让在现实中并不存在的“精灵”根据手机屏幕上的真实场景显示而自然地呈现。

2017年春节期间,腾讯推出“LBS+AR天降红包”,将地图、定位技术与红包相结合。QQ用户进入地图后,可在设定地点发放现金红包,好友在到达红包设定地点周围的一定范围内时,“财神QQ”就会在实景中出现,将现金塞入三个红包中让用户进行抽取。而支付宝的扫“福”字集福卡活动,也是使用手机通过AR扫现实场景中的“福”字,便可得到虚拟的“福卡”。AR与创新玩法的结合,掀起了新一轮的抢红包风潮。

新的媒介形态下,新的内容生产层出不穷。去中心化的网络为每个普通用户提供了自由创作的新天地,用户生产内容充斥着网络,甚至超过了专业生产内容。加之网络巨大的存储能力,信息过载成为人们不得不面对的问题,甄别与选择的难度空前提升,人们的注意力成为宝贵的资源。

(三) 传媒业态的重塑

在新技术从各个方面重塑着媒介要素的同时,传媒的整体业态也经历了一轮又一轮的洗牌与重塑。2017年1月1日,上海报业集团《东方早报》休刊,其员工整体转入澎湃新闻网。同一天,《京华时报》不再发行纸质版,而只保留和发展新媒体业务。越来越多的传统媒体停刊或停播,或在市场压力下寻求新媒体转型。

技术让传统媒体陷入绝境的同时,也给予其涅槃重生的力量。互联网给传统媒体

提供了转型之路,“两微一端”是传统媒体转型普遍采用的发展模式,通过微博、微信平台以及移动客户端发布新闻资讯内容,利用推送与社交媒体的分享特性提升阅读量,扩大影响力,在保持内容优势的同时,拓展平台渠道。除了平台的转型,新的技术还应用于新闻生产、内容、形式等多个方面。

在新闻生产上,机器人开始跻身新闻生产者之列。2017年8月8日,四川阿坝州九寨沟县发生7.0级地震,地震发生后不久,中国地震台网即通过其官方微信公众号发布了一条包括速报参数、震中地形、热力人口、周边村镇、周边县区、历史地震、震中简介、震中天气8项内容,总计540字并配有4张图片的新闻。而这条新闻正是机器人用时25秒自动编写的。如今,新闻机器人已经走进各大新闻编辑室,腾讯、新华社等各大新闻媒体开始采用机器人进行特定类型的新闻写作。

在新闻内容上,大数据开始越来越多地应用于新闻内容,数据新闻成为一种常见的新闻类型。自计算机技术诞生以来,数据存储能力与数据处理能力便不断提升。当量变积累为质变,海量的数据与信息开启了大数据时代,数据不再只是单纯的数字资料与统计信息,而成为宝贵的可挖掘的资源,并深入人们生活的方方面面,成为人们获取信息的重要形式和决策的重要依据。与以往新闻报道中简单的事实数字和调查数据不同,越来越多的新闻报道开始使用基于互联网的大数据资源。深入挖掘与整合分析海量大数据,给用户呈现更加具体、准确的信息,并通过可视化,以一种生动、直观的方式呈现。

在新闻报道形式上,文字与图像构筑的单调已成为历史。更适应新媒介平台的形式异军突起。短视频、H5、直播甚至VR、AR都成为常见的新闻表现形式。2017年的两会报道中,新闻记者所使用的一款叫作“钢铁侠多信道直播云台”的设备走红网络,集各种设备于一体的直播云台使得一名记者即可完成视频、全景、VR等内容的同步直播与录制,裸眼与VR直播首次被应用于全国两会新闻报道。报道新闻的新闻工作人员转而成为被报道的对象,长期以来,靠着摄像机、话筒甚至一支笔杆走天下的新闻记者,在技术的驱使下投入各式新技术设备的怀抱。

新技术为新闻报道提供了更宽广的视野。无人机已被广泛应用于新闻摄影中,2015年8月,天津大爆炸震惊全国,各地的人都急切地想要得知更多现场情况,但有毒气体仍在弥漫,二次爆炸的危险并未完全排除,现场范围过大,无法全面展现等都给事故后的新闻报道带来极大困难。于是无人机航拍便成了最好的报道方式之一。在爆炸后的新闻报道中,澎湃新闻等多家媒体都使用航拍的图片及影像,来更为全面清晰地展现爆炸现场。新华网、环球网等专门开设无人机频道,在诸多作品中,无人机去

往人类通常无法到达之地拍摄的影像,为人提供了独特的视角。

技术给传媒行业注入活力,但也有可能喧宾夺主。当过于追求新的媒介技术而忽略了内容的经营时,往往出现形式大于内容而流于浅薄的情况。技术在一定程度上替代了人的机械劳动,拓展了人的能力范围,但却无法替人思考。

二、信息时代的社会变迁

(一)部落化生存

在原始社会,受制于落后的生产力,人们往往相互协作以获得食物与生存所需。受交流范围所限,从而形成一个个小团体,即原始的部落。随着生产力的发展与文字的产生,口语交流的时空限制被打破,部落开始逐渐消解,民族国家产生,个人成为社会的重要组成单位。如今,随着互联网,特别是社会化媒体的发展,一种不受空间限制的群体在网络社会成长起来。网络使世界各地的人们,只需一台可接入互联网的设备便能实现随时随地的交流,于是,基于各自不同的趣味或目的,人们在新的互联网领地中开疆拓土,建立联系,形成一种在虚拟网络空间聚集的部落。

Web1.0时代,互联网上的内容大都是专业生产者提供的,网络用户很大程度上仍是被动接受信息的受众,专业的门户网站曾红极一时。而随着网络的发展,Web2.0时代,用户参与成为重要特征,用户生产内容代替专业生产内容,成为网络内容的主流,门户网站的辉煌被社交媒体取代。

截止2016年12月,微信的月活跃用户数已达到8.89亿,而全球最大的社交网站Facebook的创始人扎克伯格,于2017年6月28日在自己的账号上宣布,其月活跃用户已达20亿。世界近四分之一的人口汇聚在此,生产、分享、互动,互联网早已从单向的信息获取平台转化为一个去中心化、包容,人人可以创造与分享的开放平台。

人们的交往与连接方式或许不完全取决于新技术,但却离不开新技术的驱动。克莱·舍基肯定了技术赋予人们新的机遇,“并不是我们的工具塑造了我们的行为,但是工具赋予了我们行为发生的可能”^①。而在这可能性背后,是崛起的互联网群体的力量。生产力的发展和教育的普及,使得整个社会存在着大量受教育公民的自由时间,随着互联网的产生及发展,这些自由时间成为可以被利用的资源。

于是,通过互联网,人们参与维基百科、百度百科等网络百科全书的编写;在

^① 舍基.认知盈余[M].胡泳,哈丽丝,译.北京:中国人民大学出版社,2011:71.

Quora、知乎等问答网站帮助他人解惑答疑的同时,也为自己的疑问寻求解答。在马蜂窝上分享自己的旅游心得,在大众点评写下美食评论,在豆瓣网分享影评与书评,甚至通过线上的组织,进行线下活动。

技术带来了连接,而连接使得“认知盈余”成为可利用的资源。“正是因为具备了大范围在线互动的条件,才出现了由各种各样的人组成的社会网络。这样的网络在过去是不可能存在的。”^①于是,获取与分享信息变得前所未有的便利,由非专业人员创造的信息与知识空前丰富。

然而互联网群体的崛起所带来的并不都是好处,互联网在人们的知识获取中扮演着太过重要的角色,“网络几乎吸引了我们的全部注意力,我们必然会成为错误信息传播的受害者”^②,过多非专业者的信息分享,也使得信息甄选和分辨变得更加困难。

在影响人的认知的同时,互联网也带来人心理上的变化。“现如今,人与人之间的联系并不取决于我们之间的距离,而是取决于我们可以使用的交流技术。”^③当空间不再是交往的障碍,“在线”成为一种常态。人们时刻处于某个网络群体之中,通过移动设备与亲人朋友交流,在社交媒体上与朋友亦或陌生人进行互动。社交网络使人们的交流欲望得到极大满足,但无论何时何地都不再“孤身一人”的人们,却又面临着一种新的“群体性孤独”。

网络在给人交流的更大自由的同时,也带来新的束缚。在图克尔看来,“网络的虚拟生活为个人提供了足够的空间,同时也让青少年难以从新的群体需求中逃脱”^④。人们在期待他人随时在线的同时,自我也开始受到这种契约的束缚。实时连接的技术给人们提供了逃离现实的可能,交流不再意味着在场。同时,网络也模糊了真实与虚假的边界,人们创造出用来自我表达的虚拟自我。而逃避现实与自我,沉溺于网络世界的社交规则,则使得人们面对现实时更加手足无措。正如弗洛姆所说,“我们没有真正认识到,虽然人除掉了自由的旧敌,但性质不同的新敌又出现了”^⑤。

(二) 网络化社会

以互联网为代表的新技术,不仅改变着人们的连接、交往方式,也深入社会的方方

① 克里斯塔基斯,富勒.大连接:社会网络是如何形成的以及对人类现实行为的影响[M].简学,译.北京:中国人民大学出版社,2013:300.

② 基恩.网民的狂欢[M].丁德良,译.海口:南海出版公司,2010:43.

③ 特克尔.群体性孤独[M].周奎,刘菁荆,译.杭州:浙江人民出版社,2014:166.

④ 特克尔.群体性孤独[M].周奎,刘菁荆,译.杭州:浙江人民出版社,2014:187.

⑤ 弗罗姆.逃避自由[M].刘林海,译.北京:国际文化出版公司,2002:76.

面，带来社会结构的改变。

1999年，马云带领的18人团队在浙江杭州创立了阿里巴巴，在彼时的中国，互联网还是个新事物。而随着21世纪互联网在中国的迅速普及与发展，2016年3月21日，阿里巴巴集团2016财年电商交易额(GMV)突破3万亿元人民币，成为全球最大的零售体。互联网技术与零售行业的结合，带来了新的经济形式，也悄然改变着人们的消费行为与消费习惯。与此同时，更多变革正在互联网带来的新的经济结构下悄然进行。

托马斯·弗里德曼意识到这个世界正在变得越发平坦：越来越多的人会发现他们能够找到越来越多的合作对象和竞争对手，人们将和世界各地越来越多的人互相竞争和合作，人们将会在越来越多的工作岗位上互相竞争和合作，人们的机会将越来越平等。^①互联网在为教授与学生提供同样获取信息的途径的同时，也将个人、小团体与大公司拉向同一个竞技场。与互联网普及前主要由国家及跨国公司驱动的全球化相比，如今的全球化则发现了个人与小团体的力量，使其合作变得越来越便捷。

新技术影响了无处不在的全球化的规则，也挖掘了鲜为人知的利基市场的价值。克里斯·安德森敏锐地观察到了那些“大热门”之外的小众市场潜藏的巨大可能，并由此提出了“长尾理论”。虽然任何一件小众商品在销量上与热门商品相比都小到不值一提，但其数量却惊人的庞大。“如果把足够多的非热门产品组合到一起，实际上就可以形成一个堪与热门市场相匹敌的大市场。”^②这样的可能性来自于互联网带来的巨大储存空间与搜索能力，传统销售业，基于物理空间的限制，在利益最大化的指导下，总会优先选择热门商品，而互联网为商业提供了另一种思路。互联网不仅发现了“长尾”的巨大商机，也极大满足了消费者。在网上，实体店无处寻觅的小众商品总可以被轻松找到，曾经需要踏破铁鞋的消费需求如今变得只需动动手指即可满足。

互联网不仅在社会经济领域大行其道，也解构着旧有社会政治阶层。当信息不再是特权者的专利而广泛流动在整个互联网世界之中时，权力走下了神坛，层级分明的政治等级开始变得扁平。更多公民通过互联网获取政治资讯，进行政治讨论，甚至在网上参与决策，互联网所代表的公开透明成为互联网时代政治的选择。在越来越多的民众通过互联网参与到政治中去时，“政治组织的网络形式开始取代旧的阶级划分形式”^③。

这样的改变是双向的。一方面，民众可以通过互联网直接向相关事务的负责人反映问题；另一方面，处于政治金字塔上层的决策者，也可以跨越层级直达民众。人民网

① 弗里德曼.世界是平的[M].何帆,肖莹莹,郝正非,译.长沙:湖南科学技术出版社,2006:7.

② 安德森.长尾理论[M].乔江涛,译.北京:中信出版社,2006:11.

③ 查德威克.互联网政治学:国家、公民与新传播技术[M].任孟山,译.北京:华夏出版社,2010:28-29.