

# 基于互联网“关联”属性的网络文化建设路径探析

宫承波 田园

## 摘要

依托于互联网而构建起来的网络文化不可避免要受到互联网诸多属性的影响,因此网络文化建设的问题自然也应以此为切入点。本文认为,互联网主要具有与技术相连、与资本联姻、与现实交错三大“关联”属性,这决定了网络文化建设的三条可行性路径:重视网络文化自身的“内力”作用、加强网络文化产品管理、提升网民的媒介素养。

## 关键词

互联网、网络文化、媒介技术、资本、媒介素养

## 作者简介

宫承波,中国传媒大学电视与新闻学院教授(北京,100024)。电邮: gongchengbo@163.com。

田园,中国传媒大学传播研究院博士生(北京,100024)。电邮: yexuan3725@163.com。

本文系国家社会科学基金课题“媒介融合环境下的传媒法规与伦理研究”(项目批准号:10BXW016)的阶段性成果。

## On the Construction Way of Network Culture Based on the Relevant Attributes of the Internet

GONG Chengbo, TIAN Yuan

## Abstract

Since it has been built up based on the Internet, network culture is inevitably influenced by many attributes of the Internet. So this can be a cut-in point of the network culture construction. This paper argues that the Internet has three main “relevant” attributes, namely connection with technology, alliance with capital and

interlacement with reality, which determine the feasible way of network culture construction: emphasizing on the "internal" effect of Internet culture, strengthening the management of network cultural products and promoting the media literacy of netizens.

### Keywords

internet, internet culture, media technology, capital, media literacy

### Author

Gong Chengbo is a professor at the School of Television and Journalism, Communication University of China. Email: gongchengbo@163.com.

Tian Yuan is a doctoral student at the Institution of Communication Studies, Communication University of China. Email: yexuan3725@163.com.

This paper is a stage achievement of the National Social Science Fund Project "The research of media law and ethics under the media convergence environment" (project number: 10BXW016).

人类历史发展的事实说明,一种新的传播技术或媒介手段兴起,往往会带来一种文化的断裂或转型。“活的文化不是在封闭的环境中生长的,它是在人们的社会交往中发展起来的,人们的社会活动和获取信息的方式,本身就是文化,是文化构成中最核心的部分,决定着文化发展的方向。当一种社会交往或信息方式被另一种社会交往和信息方式替代时,整个文化也在逐渐转换。”(蒋原伦,2004)所以,如今对当代文化的探讨无论如何绕不开互联网,而探讨网络文化就更应当从互联网的属性出发了。

### 一、互联网的“关联”属性

对于网络媒体(新媒体)的特点,笔者曾经从传播视角做出如下几方面的概括,即超媒体性、交互性、超时空、个性化和虚拟化(宫承波,2011:4-6);也曾经从文化视角进行过以下几方面的总结,即强调互动、追求平权,回归“本我”、崇尚自由,标榜“草根”、抗拒精英,高扬感性、尊重个性等等(宫承波,2010a)。从这些归纳中,都可以折射出互联网的一些内在属性。

然而,上述这些概括多是基于互联网本体的,还有一些属性则是需要超越互联网本身,在一种全局和关系视野中予以认识的,本文在此不妨称

作“关联”属性或“外延”属性。

### （一）与技术相连

网络文化之所以称其为网络文化，不仅标示了其生存空间，从更深层的意义上说，也是在昭示其与技术之间的紧密关联。广义上的网络文化包含了生发于网络时代的一切人类文化现象，而尤其需要我们去“建设”的网络文化则是狭义上的网络文化，它主要指建立在网络技术基础上的、数字化的精神创造活动及其成果。网络研究专家、美国学者卡斯特就曾从网络文化的发生史角度出发，指出以自由、合作、互利和非正式为要义的黑客文化为网络文化提供了技术基础，而黑客文化在本质上也是一种自由通讯进程中人机会合的文化（徐世甫,2010）。一方面，技术为网络文化的发展与呈现提供了工具和手段，网络文化是由网络技术、信息技术等界定的；另一方面，网络文化又超越了这种单向的界定，推动着技术的发展并为人类创造着崭新的生活方式。

具体来看，技术对于网络文化的意义主要体现在对其表达方式和表现形态的改变上。以博客为例，作为网络文化的一隅，它无疑可以代表网络文化中较为典型的、雅俗共赏的一类，有研究者总结出其三大技术优势：其一，傻瓜化的文本数字平台，是基于超文本时代的一种非专业人士的应用；其二，网站的群集与集群在技术上的简洁易用性实现，促成了信息的合理化“堆放”，且实现了可搜索性；其三，后台的强大支持，保障了较大程度的安全性（沈阳,2003）。这进一步说明，如果脱离了技术，所谓网络文化便无从谈起。

作为一种信息沟通渠道，互联网最为突出的特征无疑是信息的数字化，在网络中，人与人之间的社会关系和人与自然的主客体关系均反映、建立在数字信息的生产、存储、流动和控制之上。数字化的伟大意义，即在于为人类提供了一种崭新的交流信息、知识和情感的环境和方式，它既是网络文化得以构建和发展的前提条件，也是网络文化得以创造、传承、创新的空间所在。一系列丰富多彩的网络文化要素，如网络新闻、网络聊天、网络游戏、电子商务、远程教育、个人网络空间等等，无不是以网络技术（比如FTP文件传输协议、TCP/IP协议、Telnet远程登陆、Usenet、IRC、MUDs和加密技术等等）为根基的，这也使互联网与传统媒体相比在传播网络文化时具备了诸多优势。无论从信息表达模式还是从信息的存

储和传递能力看,互联网带来的最大变化均体现在媒介形态的聚合和延伸上,而它正是利用数字技术整合了包括文本、图像、声音和影像在内的所有信息元素,将过去报纸、广播、电视等各种媒体的传播手段和不同功能有机结合起来,体现出真正的多媒体性。这种多媒体性所带来的效应自然是多重的:一方面,它使网络信息、符号呈现出多样、纷繁的特征,丰富了网络文化的内涵;另一方面,更大空间、更畅通渠道的提供也大大拓展了网络内容的创作群体,使网络文化的存在空间鱼龙混杂、真假难辨。此外,隐性的文化霸权也是技术带来的现实问题。这一切,无疑都为网络文化的建设和管理增加了难度。

## (二)与资本联姻

网络文化根植于互联网技术、崛起于以黑客为代表的技术精英,但其真正得以迅速、大范围的普及和发展则是由商业力量促动的,“是企业实现了因特网从技术精英和公共生活的内圈最后传播到社会”。(卡斯特,2007:61-62)尤其在当今眼球经济、注意力经济甚嚣尘上的时代,由于对点击率的特殊需求,导致互联网不可避免地资本联姻。即使一些纯文化层面的内容,因“落座”于互联网这一平台,鉴于网络经营对技术、资金、资源、人才等的特殊要求,也不可避免地沾染上了浓重的商业色彩。

在互联网这种先天的商业属性笼罩下,网络文化也就难逃“资本”、“利益”的熏染,它致力于向人们提供数字化的精神消费产品和服务,将传统的信息产业和传统的文化产业有机结合起来,日益发展成为一种新的产业——网络文化产业。诚然,市场经济条件下网络文化的商业性所带来的这种积极的产业功能是不可否认的,但一味为追求商业利益而生产出的文化产品自然难免流于低俗。尤其是当其互联网开放性、低门槛、立体化、多主体的平台特性相结合之后,更容易产生一些不利于管理与规制的不良网络文化现象。

如果说口语传播时代的“说话”权威形成了“权贵文化”,印刷传播时代的文明书写彰显了“精英文化”,电子传播时代的无线电波覆盖普及了“大众文化”,那么数字传播时代的数字化、符号化信息传输则无疑凸显了“个人文化”、成就了多元文化。这显然暗合了媒介信息的聚合和双重传播偏向。一方面,表现为网上信息的交流门槛和网络媒体使用成本的降低,使更多的个体拥有了话语权;另一方面,也表现为立体化的网状结

构的信息交流方式取代了线性存在方式,是一种去中心化的散点式交流、即时性的交互式传播。在这样的环境中,单向传播、强行扩散的“金字塔”式的传统的传播方式遭到颠覆,少数精英一统天下的局面不再,权威被解构,而具有强烈反叛性和戏谑性的草根文化却得到了推崇,个体传播被极大张扬,个性、人性被置于从未有过的高度(官承波,2010b),多元文化、多元价值观的交织碰撞形成一道特有的景观。

然而,单一与多元,精英与草根,封闭与开放,也恰似一对对矛盾相生相伴。在这样的背景下,以“金钱至上”、“利益最大化”为原则的某些商业力量便极易身披“文化”的外衣、借助互联网的开放性与包容性涌入网络文化的生存空间,破坏网络文化生态。尽管网络文化以其博大胸怀使原本蹙于一隅的各种文化解放出来,但“百花齐放、百家争鸣”的结果也可能是鱼龙混杂,一些不健康的网络文化元素可能会乘虚而入,个体表达的过度自由也可能造成污蔑、诽谤、恶意中伤等触及法律底线的后果。

### (三) 与现实交错

早在20世纪80年代,“虚拟现实”概念就被提出。这一概念主要强调了以下四个要素特征:多媒体信息的感知性、沉浸感、交互性和自主性(周思跃,龚振邦,2006)。网络世界是对真实世界的数字化虚拟,它对真实世界进行观测并将其转换成数字世界中的数据流,生成具有光影和声音等能够被感知的感觉特性,使人获得如真实世界一样的感觉(刘同舫,2004)。也就是说,每一位互联网用户都可以借助计算机在数据结构中操纵自己的想象,以镜像化语言充当自我意识和社会实践的工具。人类思维的局限性被计算机的想象模拟功能所弥补,由此,网络空间的无限性和网民身份的隐匿性将网络文化的空间无限拓展,从而模拟、创造出一个源自现实又超越现实的丰富多彩的虚拟世界。这个世界不仅为人类提供了观看自身的映像,也通过种种虚拟身份的设定满足了现代人渴望挣脱现实规则 and 秩序的心理需求。

互联网这一“虚拟现实”的属性自然会影响到网络文化。与互联网的仿真、超现实、虚拟现实功能类似,尽管依托于网络这一特殊土壤,但网络文化的根基却来自于现实社会:它的数字化、技术化处理是依托于现实世界的,它的符号化创造是以现实世界为摹本的,它的丰富性也源于其

对现实和虚拟两个世界的联结和融汇。无论网络文化的形式怎样变化,传播模式如何不同,但其归根结底是现实文化在网络上的一种反映,其运行也需要遵循一些与现实社会运行相似的“公式”。其中有的是基于传统文化的创新,而有的则直接是对传统文化的移植。如网络文学、网络购物、网络社区、网络政务……在网络世界中有的,现实世界中也几乎都可以找到。从文化整体视角看,这种关系无疑表现出一种现实走向虚拟、虚拟又最终要回归现实、虚拟与现实交错的复杂态势和格局。

网络文化在一定程度上实现了对现实的高度模拟,但一旦这种虚拟发生异化,就极易使网络文化的主体为技术所奴役,沉溺其中无法自拔,而日益沦为“原子化”的个体。他们一天24小时不能脱离网络,从网络中寻求在现实世界中难以获得的存在感、安全感,却几乎不与自身所处的现实世界进行交流,自主性、社会性逐渐丧失,甚至无法实现自我控制。而这些异化了的主体也极易产生破坏网络文化生态的行为,如侵犯他人权利、揭露他人隐私、制造和传播病毒、传递不健康信息等非理智行为,从而进一步加重网络文化的异化,进而陷入恶性循环。

## 二、网络文化建设路径

埃弗里特·E·丹尼斯曾指出,宽带革命污染、腐蚀了媒体和媒体内容,将信息、观点、娱乐和广告混杂在一起,降低了信息的功能和价值,贬低了专业传播学者的地位,与此同时也抹杀了一种媒体系统花了200多年时间才形成的鲜明特点(丹尼斯,梅里尔,2004:80)。正是因此,在厘清必要的认识之后,“建设”才是当前更加重要的话题。

互联网是一个技术平台,也是一个经营平台,更是一种媒介,这几种角色之间相互融合又相互渗透,交叉地发挥作用,从而使网络文化呈现出独特、多变的景观。正是由于互联网的复杂属性决定了网络文化的丰富性,所以从互联网的属性、尤其是“关联”属性出发来探讨网络文化建设才显得尤为必要和重要。在这里,我们并非提供具体的建设措施,而是试图从宏观层面对网络文化建设的几种可行性路径作简要分析和探讨。

### (一) 重视网络文化自身的“内力”作用

任何一种事物的发展都有其内在的规律,网络文化也不例外。

根据伊尼斯(Harold A. Innis)的传播偏向理论,传播与媒介都是具

有偏向性的,如口头传播偏向与书面传播偏向,时间偏向与空间偏向等。

“倚重时间的媒介,其性质耐久,羊皮纸、黏土和石头即为其例……倚重空间的媒介,耐久性比较逊色,质地比较轻。”(伊尼斯,2003:4)从他的观点出发,媒介的偏向取决于其物理特性,而特定的偏向又会催生出新的文化;媒介偏向及其局限性使得这种文化形成特定群体的权力垄断;理想的传播格局是时间偏向与空间偏向相互制衡(黄清,2011)。就互联网而言:一方面,不少生发于此的优秀精神文化成果都能够在网友的检验下得以保留、传承、发展;另一方面,互联网本身又是一种能够超越时空界限的媒介。因此,在某种程度上说,互联网的技术特性决定了它既具备一定的时间偏向,又能够兼顾一定的空间偏向。

尽管网络文化对技术具有较强的依赖性,但从长远看,技术只能提供一种外向的导控和制衡,大众和商业的力量才是网络文化发展最终的主导力量。随着网络的普及和网络应用的深入,网络文化与主流文化的互动将日益密切,两者的关系也会从简单的对抗发展成对话、合作甚至融合。网络文化自身向主流文化的靠拢和网络媒介的主流化以及两者的交织作用,都会促使其逐步摘下“反传统”、“反主流”的个体文化的帽子,而向主流文化拓展。如果不顾网络自身的内在规律,一味地将一些反主流文化封杀、叫停,不仅会违背网络文化发展的客观规律,也不利于其长期的富有活力的健康成长。

此外,宽松、良好的网络舆论环境能够为网络文化的健康成长创造适宜的氛围,对其建设起到积极的促进作用。网络舆论环境不仅是网络文化形成和发展的主要空间,还与网络文化相互影响,甚至会引导网络文化走向。许多固定下来的网络文化形式,正是从一系列网络舆论中提炼和萃取出来之后又逐步积淀而成的,例如网络流行语的形成。针对纷杂的网络民意,人民网舆情监测室秘书长祝华新的观点似乎不无道理:“互联网有它自身的‘生态逻辑’,在各种观点的交相呈现和反复激荡中,逐步形成多元互补的格局。只要信息安全流动,网络舆论就具有某种‘对冲’功能。”(吴建群,王舒怀,张音,2011)

总之,网络文化的建设不必操之过急,不能忽视其自身的“内力”作用。

## (二) 加强网络文化产品管理

网络文化产品是网络文化的重要表现形式，也是网络文化传播的重要手段。由于网络文化所特有的商业属性，好的网络文化产品应当是经济效益与社会效益并重，其中不可缺少的是属于网络文化根基的精神内核，它不仅能促进高品位文化信息的传播，而且能够形成积极向上的网络舆论。某种形态的网络文化一经确立，对于其内容的积极建设和完善是促使其整体向好的根本手段。因此，加强网络文化产品的管理无疑是加强网络文化建设的重要手段。

尼尔·波兹曼在其《娱乐至死》一书中曾提出：娱乐是电视的一般表达方式，并日渐成为一切公众话语的存在方式，并成为一种文化精神；一切文化内容都心甘情愿地成为娱乐的附庸，而且毫无怨言，甚至无声无息，其结果是现代人类成了一个娱乐至死的物种。同时，他提出了两种发人深省的让文化精神枯萎的方法：其一，让文化成为一个监狱；其二，将文化变为一个娱乐至死的舞台（波兹曼,2004）。而斯蒂芬森则在其《传播的游戏理论》一书中提出了大众传播的“游戏理论”，他基于对人类所有行为的分工，将传播分为工作性传播与游戏性传播。他认为，传媒内容充斥着游戏和娱乐的成分，其娱乐功能为人们提供了一种情绪发泄渠道，能够缓解现代社会的激烈竞争所带给人的精神压力，改善疏远的人际关系。由此，传媒应以游戏为目的被视为一种玩具，而不是从功利出发被当作工具（Stephenson,1988）。两位学者对娱乐的态度虽截然相反，但两种观点却不约而同地揭示了同一现象：娱乐精神正日益成为现代媒体精神的核心。当今人们娱乐意识的提高，娱乐动机的膨胀，无疑在网络这一平台上得到了最充分、最淋漓尽致的展现。

可见，要想将“娱乐”元素完全从网络文化中剔除是不现实、也不理智的，最好的办法应当是规制与改善。治理网络中泛滥的娱乐文化，其关键的着力点有两个方面：一是要创新娱乐形式，讲求娱乐艺术；二是要把握好娱乐之“度”，合理划定娱乐界限。目前，由于高水平的原创能力不足，我国拥有自主知识产权和具有中国文化元素的网络文化产品尚不够丰富，所以目前提升网络文化产品和服务的供给能力是当务之急。中国互联网协会联合业界开展的“绿色网络文化产品”征集和推介活动，即意在通过推出一批具有中国传统文化内涵、体现时代精神、品位高雅的网络文化产品，从而引导网络文化对青少年的成长发挥滋润心灵、陶冶情操、愉悦



身心的作用(中国互联网协会,2011)。

### (三) 提升网民的媒介素养

归根结底,网络文化是网络社会与现实社会互动的产物,也是两种社会形态之间的桥梁,其中网民的作用是至关重要的。无论在现实社会中还是在网络社会中,个体的人都是社会行为的最基本的要素。由于现实中经济、地域发展的差异和受教育程度的不同,人们的人生观、价值观和道德境界方面都会呈现出差异,这些差异表现在网络中,就会出现广大网民对同一事物所持的认识不同、对同一问题所持的解决思路和方法不同,等等。目前网络上出现的各种“不和谐”现象,追根溯源其实都是“人”的问题。

长期以来,传统的媒介素养都将重点放在受众主体性的培育及其媒介批判意识的提升上,它更多地强调受众对大众传播媒介所带来的现实社会问题的回应和行动。然而,在互联网这一特殊空间中,媒介的传播形式和文化特性都发生了巨大变化,人们的媒介观念也随之转换,受众不仅参与到网络文化的体验、分享中,甚至参与到网络文化的创造、生产中,过去那种针对已经存在的媒介危害进行纠偏和省察的被动式媒介素养教育显然已经不能满足现实需求,“网络媒介素养”或“新媒体媒介素养”的培育成为媒介素养教育所面临的新课题。

在建设网络文化的过程中,提升网民的媒介素养更要专注于提升其网络媒介素养。具体而言,就是要帮助其正确认识互联网、充分理解互联网,从而科学、合理、建设性地使用互联网。有必要指出的是,对互联网中那些良莠不齐、好坏参半的现象,一定的制度、法律约束自然是必不可少的,但开放、平等、自由是网络文化的核心精神,尽管会裹挟“污泥”,却不可因噎废食。无论从技术功能还是从自身属性上讲,互联网都应成为媒介自由主义理论的践行者。而为了更好地推动社会整体理性的前进,社会中的每个成员接受教育无疑是必要的。因此,加强网络文化建设最根本的手段还是要从个体的人做起,从政府、家庭、学校、社会等多方面入手,有步骤、有秩序地不断加强广大网民的媒介素养,引导网民树立正确的价值取向和心态,这才是加强网络文化的核心和大计所在。

(责任编辑:陈曦)

## 引用文献 [Works Cited]

- 宫承波 (2010a). 新媒体文化精神论析. 《山东社会科学》, (5), 60-64.  
[Gong, Chengbo (2010a). A discussion and analysis of the spirit of new media. *Shandong Social Sciences*, (5), 60-64.]
- 宫承波 (2010b). 新媒体文化的生存悖论审视. 《山东社会科学》, (10), 31-34.  
[Gong, Chengbo (2010b). A review of the new media culture's survival paradox. *Shandong Social Sciences*, (10), 31-34.]
- 宫承波 (2011). 《新媒体概论 (第三版)》. 北京:中国广播电视出版社.  
[Gong, Chengbo (2011). *A generality of new media (3rd ed.)*. Beijing: China Radio and Television Publishing House.]
- 黄清 (2011). 传播偏向理论及其应用: 网络的草根偏向与传统媒体的精英偏向. 《东南传播》, (4), 12-14.  
[Huang, Qing (2011). The bias of communication and its applications: the grass root bias of internet and elite bias of the traditional media. *Southeast Communication*, (4), 12-14.]
- 蒋原伦 (2004年3月22日). “梳理”媒体文化. 《人民政协报》.  
[Jiang, Yuanlun (Mar.22, 2004). Combing the media culture. *People's Political Consultative Conference News*.]
- 刘同舫 (2004). 网络文化: 技术与文化的联姻. 《自然辩证法研究》, (7), 94-96.  
[Liu, Tongfang (2004). Internet culture: a marriage between technology and culture. *Studies in Dialectics of Nature*, (7), 94-96.]
- 沈阳 (2003). 博客文化: 网络文化的新美学形态. 《中国电子与网络出版》, (9), 70-71.  
[Shen, Yang (2003). Weblog culture: a new aesthetic modality of internet culture. *China Electronic and Net Publishing*, (9), 70-71.]
- 吴建群,王舒怀,张音 (2011年11月1日). 破解网络舆论的“生态逻辑”. 《人民日报》.  
[Wu, Jianqun, Wang, Shuhuai & Zhang, Yin (Nov. 1, 2011). Cracking the ecology logic of online public opinion. *People's Daily*.]
- 徐世甫 (2010). 网络文化: 技术与文化的后现代联姻. 《上海大学学报 (社会科学版)》, (4), 103-113.  
[Xu, Shifu (2010). Internet culture: a post-modern marriage between technology and culture. *Journal of Shanghai University (Social Sciences Edition)*, (4), 103-113.]
- 中国互联网协会 (2011). 中国互联网协会绿色网络文化产品征集和推介活动简介. 2013年11月19日访问于中国互联网协会, <http://www.isc.org.cn/hyzl/lswlwhcp/listinfo-15470.html>.  
[Internet Society of China (2011). An introduction about the collection and

promotion activities of green internet culture productions of ISC. Retrieved on Nov. 19, 2013, from Internet Society of China, <http://www.isc.org.cn/hyzt/lswlwhcp/listinfo-15470.html>.]

周思跃, 龚振邦 (2006). 虚拟现实定义的探讨. 《计算机仿真》, (9), 219-222.

[Zhou, Siyue & Gong, Zhenbang (2006). Discussing the definition of virtual reality (VR). *Computer Simulation*, (9), 219-222.]

曼纽尔·卡斯特 (2007). 《网络星河》. 北京: 社会科学文献出版社.

[Castells, M. (2007). *The internet galaxy*. Beijing: Social Sciences Academic Press.]

埃弗里特·E·丹尼斯, 约翰·C·梅里尔 (2004). 《媒介论争——19个重大问题的正反方辩论》(王玮等译). 北京: 北京广播学院出版社.

[Dennis, E.E. & Merrill, J.C. (2004). *Media debates: great issues for the digital age*. Beijing: Beijing Broadcasting Institute Press.]

哈罗德·伊尼斯 (2003). 《帝国与传播》(何道宽译). 北京: 中国人民大学出版社.

[Innis, H.A. (2003). *Empire and communication*. Beijing: China Renmin University Press.]

尼尔·波兹曼 (2004). 《娱乐至死》(章艳译). 桂林: 广西师范大学出版社.

[Postman, N. (2004). *Amusing ourselves to death*. Guilin: Guangxi Normal University Press.]

Stephenson, W. (1988). *The play theory of mass communication*. New Jersey: Transaction Publishers.