

# 中国网络社会的发展历程与时空扩展

刘少杰

**内容提要** 经过30多年的发展,中国网络社会已经大规模崛起,不仅占全国总人口半数以上的社会成员成为网民,而且网络社会的交往行为、经验基础和群体形式都已呈现出与传统社会不同的方式和特点,网络社会由此而具备了充实的空间内容和崭新的空间关系。借鉴已有互联网技术发展史的研究成果,对中国网络社会的发展历程做阶段划分和进展总结,并通过对微信群等网络群体的形成方式和活动特点的考察分析,能够揭示网络社会的时空扩展情况及其给社会治理带来的严峻挑战。

**关键词** 网络社会 发展历程 网络群体 时空扩展

刘少杰,中国人民大学社会学理论与方法研究中心教授 100732

自互联网技术引入中国,到2017年已有三十年的历史。而它在这三十年间所产生的各种影响或作用,无论在广度拓展还是在深度深化上,都以其惊人的加速度引起了难以预料的变化。学术界已从网络技术创新、网络经济增长、网络文化繁荣和深化网络治理等不同角度,对互联网在中国的应用发展过程做出了很多概括,这对于总结历史经验,进一步推进网络技术在中国的应用,以及促进网络社会健康发展,都具有十分重要的意义。本文试图对互联网技术广泛应用引起中国社会交往方式、群体形式和时空扩展等的变化做些考察,亦即对网络社会在中国生成与发展的历程做些回顾与思考,这或许能引起学界对中国网络社会发展及其导致的社会治理难题做出更加深入的探讨。

## 一、日新月异的快速网络化

中国社会生活网络化的快速发展,实在是令人难以预料。1987年9月14日,北京计算机应用技术研究所发出了中国第一封电子邮件:“Across the Great Wall, we can reach every corner in the world.”(越过长城,我们能到达世界的每一个角落)中国人实现了对互联网的第一次具有里程碑意义的接

---

本成果受到中国人民大学2018年度“中央高校建设世界一流大学(学科)和特色发展引导专项资金”支持;本文也是教育部文科重点研究基地重大项目“中国网络社会的现实基础、本土特色与运行模式研究”的阶段性成果。

触。三十多年来,中国网络社会以极大的加速度快速崛起。如今,中国不仅已有半数以上人口通过实名制注册成为网民,积极地参与了网络活动,而且无论是在公共场所,还是在个人住处,网络浏览、网络交流、网络购物和网络群聚,都已成为广大网民随时开展的日常活动。网络浏览、微信交流,在中国已成为最常见的社会现象,似乎已经代替了“大声说话”的普遍习惯。一些在十几年以前来中国访问的西方客人,通常都对中国人在公共场所大声说话甚至高声喊话的嘈杂场景留下了较深印象。而如今,随着人们对互联网活动的热衷参与,在公共场所里大声说话的人越来越少,更多的个人行为是手机上网。在候机厅里、列车上、公共汽车里,虽然偶尔也能听到有人大声说话,但是已经变成少见的个别人行为,而大多数人的主要活动则是在默默地“网游”。

不要小看这种从大声说话到默默网游的变化,这不是个别人生活细节的变化,而是广大社会成员的一种普遍的交往方式的变化。人们通过社会交往展开了社会生活的各种形式,交往方式的变化一定会引起社会展开形式的变化。在网络交流没有成为广大社会成员的基本交往方式之前,人们的交往活动主要是在特定场所中开展的面对面的直接交往,那时要想在人员密集的场所中不被别人的声音所淹没,养成大声说话的习惯就在所难免。而网络交流可以把人们带到一个超越局部场所的缺场空间中去,人们可以凭借便捷的网络技术开展更广阔、更丰富的信息沟通与观念交流,但这已经不是特定场所中面对面的直接的在场交往,而是在没有边界的网络空间中开展的具有间接性的缺场交往。

近几年一个发展更快、更加引人注目的网络行为是网络购物或网络交易。经过阿里、京东和亚马逊等网络公司的大力推进,网络购物已经成为广大社会成员普遍的日常消费行为,它不仅为商品营销开辟了新的渠道,而且也对传统商业形成了严峻挑战。到某些商场里逛一逛就能清楚感受到,网络购物已经对传统商业构成了明显冲击:过去拥挤不堪的繁荣景象似乎已经难以再现,冷冷清清的氛围让商场经营者感到实体店经营已是明日黄花、江河日下。与之相反,网络购物却如火如荼地发展着,不仅购买一些电子商品可以去天猫和京东网购,而且连买油盐糖茶、蔬菜水果也可以足不出户了。尤其那些方便快捷的网络外卖,对种类不一的实体店的冲击就更为明显了。网络购物既省事又便宜,百姓何乐而不为?

还有不用现钞的网络交易更是不可轻视。不经意之间,网络交易已经广泛展开,人们越来越明确地认识到,网络交易不仅十分便捷,而且还比较安全。现在网络交易已经处处可行,出门不必带钱包,只要有手机,几乎所有交易活动都可以通过网络支付完成,就连给孩子买杯奶茶、买块烤地瓜都可扫二维码了。短短两三年的时间,零售商们纷纷实行了网络交易,或者在线支付,购买日常消费品、乘车住店、吃饭娱乐,无所不能。这种网络交易,冲击了银行业。原来银行遭受的网络交易冲击主要来自支付宝,现在除了支付宝还有其他网络支付手段也纷纷推出。

此外,中国网络社会的崛起,还不能仅从网民的个人行为去观察,更重要的是政府、企业或各种社会组织都已经争先恐后地进入了互联网,“互联网+”已经成为政府行政、企业经营和社会组织活动是否跟上时代节拍、能否具有活力的一个标志。有人说“互联网比石油还重要”的时代,在中国已经为期不远。网络政治、网络经济、网络文化、网络教育、网络医疗……凡是能想到的社会领域,都能把互联网加上。互联网已经无处不在、无时不有,它已经无孔不入地实现了对社会生活的重构。

## 二、网络技术引入与发展的总结

近几年,已有一些学者对互联网技术在中国的发展历程做出了总结,这对于考察网络社会的历史发展具有重要参考价值。对中国互联网技术的发展历程比较有影响的总结有:陈建功和李晓东的中

国互联网发展三阶段论<sup>[1]</sup>,方兴东等人的中国互联网发展三次浪潮和三次创新论<sup>[2]</sup>。

陈建功等把中国互联网技术发展的第一阶段称为引入期,时间为1980年代初到1994年。他们认为:“引入期指互联网作为舶来品从美国引入中国的过程。在这一过程中,互联网从‘暗渡陈仓’到书面获许,从信息检索到全功能接入,从科研推动到商业化萌芽,每一步都走得十分艰辛。在这一过程中,学术需求推动了互联网在中国的落地、生根、发芽。”<sup>[3]</sup>在这一阶段,互联网技术在中国主要被作为信息检索和信息通讯的工具使用。

第二阶段被称为商业发展期,时间跨度为:从1994年到2006年。在全功能接入国际互联网之后,经过基础准备、加速发展、泡沫膨胀与破裂、可持续发展几个亚阶段之后,中国互联网技术的主要商业模式被逐渐确立并成熟起来,互联网市场价值不断获得突破性增长。商业互联网已经走上良性的可持续发展之路<sup>[4]</sup>。

第三阶段,社会价值凸显期。在陈建功等看来,互联网技术的价值凸显,主要表现为广大社会成员广泛利用微博和微信开展了自为媒体的即时通信交流。他们称之为“人即传媒”的时代。“人即传媒时代的到来,意味着来自社会底层的力量,获得了更有力的推动社会进步的工具。”<sup>[5]</sup>在这个“人即传媒”的时代,微博、微信成为广大网民得心应手的信息交流工具,在大规模应用中不仅改变了人们的交往方式,而且也使社会生活获得新的群体形式。并且,因为广大网民通过微博特别是微信对社会生活的积极参与和广泛介入,其正负效应也充分显现出来。

方兴东等人从三次浪潮和三次创新角度总结了互联网技术在中国的发展历程。他们编制了一张说明互联网技术发展阶段的图表:

阶段		第一阶段	第二阶段	第三阶段	第四阶段
阶段名称	史前阶段	互联网1.0	互联网2.0	互联网3.0	网络空间时代
大致时间	1994年之前	1994—2001	2001—2008	2009—2014	2015—2024年
阶段特性	科研化阶段	商业化阶段	社会化阶段	即时化阶段	网络空间阶段
突出属性	学术属性	媒体属性	社交特性	即时属性	网络空间属性
中国网民临界点	无	3%(3370万,2001年)	22%(3亿,2008年)	50%(7亿,2015年)	70%(10亿,2024年)
全球网民数临界点	0.4%(1600万,1995年)	8.6%(5.73亿,2002年)	23.9%(15.87亿,2008年)	40%(30亿,2015年)	65%(50亿,2024年)
商业创新	邮件	门户、B2C	博客、视频、SNS	微博、微信	变革各行各业
制度创新	科研机构	产业部门	九龙治水	意识形态主导	网络空间治理
文化创新	国际交流	网络媒体	个人媒体		
中国领军企业或应用	邮件	新浪、搜狐、网易、8848等	百度、阿里、腾讯等	新浪微博、腾讯微信、余额宝等	腾讯、阿里、百度等
全球领军企业	AOL、CompuServe等	Netscape、Yahoo、Amazon等	Google、Yahoo、eBay等	Facebook、Youtube、Twitter等	Google、Apple、Facebook等
全球基本格局	美国绝对主导	美国主导	中国开始崛起	中国崛起	中美两强博弈

注:此表引自,方兴东 潘可武 李志敏 张静,《中国互联网20年:三次浪潮和三大创新》,《新闻记者》2014年第4期。

由图可知,方兴东等人论述的商业创新、制度创新和文化创新,是同时贯穿于中国互联网技术发展历史的三条主线,并非是不同的历史阶段。从发展阶段上看,方兴东等人以互联网技术发展为根据概括了三个历史阶段:互联网1.0阶段、互联网2.0阶段和互联网3.0阶段<sup>[6]</sup>。

方兴东等认为,互联网1.0阶段开始于1994年,这是中国互联网发展长达7年的第一次浪潮,以新浪、搜狐、网易三大门户的创建为发端。互联网2.0阶段亦即第二次浪潮,开始于2001年,经历时间大约也是7年。“这一场火热是由中国移动策动的短信SP业务所带动的”<sup>[7]</sup>,携程、盛大、百度等网络公司

[1][3][4][5]陈建功、李晓东:《中国互联网发展的历史阶段划分》,〔北京〕《互联网天地》2014年第3期。

[2][6][7]方兴东、潘可武、李志敏、张静:《中国互联网20年:三次浪潮和三大创新》,〔上海〕《新闻记者》2014年第4期。

纷纷上市,特别是阿里上市,使互联网的发展进程呈现了令人为之振奋的兴旺局面。互联网3.0阶段开始于2009年,中国互联网发展掀起了第三次浪潮,SNS网站逐渐兴起,微博、微信类服务崛起,将中国互联网带入即时传播时代。特别是微信的广泛应用,让人们结成了难以计数的微信群,中国社会展开了崭新的且无限活跃的群体形式。

从上述考察可以发现,关于互联网技术在中国30多年发展历程的总结,包括内容的丰富性、影响作用的广泛性和涉及因素的复杂性,反映了学者们从不同角度所做出梳理概括。不过,无论从哪些角度来总结中国互联网技术的发展史,都不可能绕过互联网技术的发展创新、社会成员的参与程度和经济、文化及社会效益等三个方面。而这三个方面也正是本文对网络社会发展变迁进行总结的基本关注点,但本文同时还要把这三个方面的发展变化同其对社会生活的影响结合起来考察,并在这种考察中重点揭示网络社会的变迁。或者说,本文将借鉴关于互联网技术历史发展的总结成果,对中国网络社会发展的历史做出考察和总结。

### 三、中国网络社会的发展历程

应当明确的是,互联网技术发展史同网络社会发展史是两个不同的概念。尽管互联网技术发展密切地影响了社会变迁,互联网技术创新和广泛应用的过程,也是社会生活网络化变迁或网络社会生成发展的过程,但关于互联网技术发展史的总结,主要侧重的是互联网技术革新、互联网规模扩张、互联网的经济、文化和社会效益等,简言之,重点在于互联网技术发展和功能作用提升等方面。而对网络社会的发展历史做出总结,重点则在互联网技术应用引起了何种形式、何种程度以及何种性质的社会变迁。我们借鉴关于互联网技术发展的研究成果,从网络社会学视角对中国网络社会三十多年的发展历程做一个阶段划分。

第一个阶段:学习引入阶段(1987—1994年)——学习互联网知识、引入互联网技术和开启互联网通信阶段。陈建功等人把这一阶段称为“引入阶段”,方兴东等人则称之为“史前阶段”,其共同点在于:认为这是一个为中国互联网事业大规模发展做出积极探索的引入学习阶段,都把1994年中国正式与互联网实现连接作为这个时期的结束。虽然对这个时期的起点没有做出明确的认定,但都承认这个时期的第一件大事是:1987年9月14日,北京计算机应用技术研究所发出了第一封电子邮件,使中国迈开了进入互联网的第一步,就像这封邮件的内容一样:“越过长城,我们能到达世界的每一个角落。”我们把中国发出第一封电子邮件作为我国网络社会发生的开端,它标志着学习互联网知识、引入互联网技术、开展互联网活动已经在中国成为现实。

应当承认的是,方兴东把1994年之前称为是互联网事业发展的史前时期,有其合理之处。因为尽管发出了第一份电子邮件,是中国学习、探索和引入互联网知识和技术的明确标志,但直到1994年正式与互联网对接之前,对互联网的学习探索主要发生于范围有限的一些专业技术人员或科研机构中,还没有在社会中形成广泛影响,更谈不上有多少社会成员开展互联网活动。因此,从网络社会的发展进程上看,1994年之前的这段时间,只能看作是网络社会的孕育阶段。

但同时也应当指出,一部分科技人员开始学习和引入互联网科技,对于中国互联网事业和互联网社会的发展,是必不可少的破冰之举。没有这批科技人员的艰苦探索和不懈努力,崭新甚至神奇的互联网知识与技术在中国想得以迅速传播普及是不可想象的。因此,不能低估学习引入阶段在互联网事业及网络社会发展中的地位 and 意义。这个时期电子邮件在科技人员或知识分子中的使用,也具有很重要的意义。电子邮件不仅加快了人们的信件交流速度,而且因其大幅度地扩展了人们的交流范围和交流内容,人们对社会的了解和对世界的认识都随之发生了很大的变化,甚至会影响到人们的价

值观念、行为方式和生活方式。

第二阶段:WEB1.0阶段(1994—2002年)——网民上网浏览信息、网站向社会发布信息以及BBS发展阶段。1994年4月20日,NCFC(中国国家计算机与网络设施)工程通过美国Sprint公司接入Internet的64K国际专线开通,中国实现了与国际互联网的全功能连接。这不仅标志着互联网在中国的正式运行,而且也是中国网络社会逐渐形成的开始。尤其是到了1998年,网易、搜狐、腾讯和新浪等网站相继建立,互联网以崭新的面目出现在中国亿万民众面前。各大网站都极力追求迅速增加点击量,千方百计地设法吸引浏览者眼球,刺激了越来越多的国人在各大网站丰富多彩的页面上便捷地搜索信息,轻而易举地了解中国与世界各地发生的事情。

在WEB1.0阶段,另一个使人兴奋的事情是BBS。1994年,在中国科学院的网站上,建起了第一个互联网BBS,并被命名为曙光站。曙光站的速度较慢,清华大学师生开始探寻一条网速快一点的途径。1995年8月,清华的实验室里装上了台湾的BBS软件,站点起名为“水木清华”。“水木清华BBS是中国大陆第一个同时在线超过100人的‘大型’网站。”<sup>[1]</sup>后来在不长的时间里,北京和各地高校纷纷建立起BBS网站,甚至一些大型公司或团体也建立了BBS网站。

BBS网站的兴起,在中国网络社会发展中最重要的意义在于,它突破了电子邮件联系中的个体之间一对一的通信联系方式,开始在群体中建立了一对多、点对面的交流关系。虽然BBS是有边界限制的局域网,人们在其中只能建立具有单向性的有限表达与接受的关系,但在极短时间里把个人的意见或观点向几百人甚至成千上万人表达,并可以因为表达形式和表达内容而引起大家关注,甚至引起“集体兴奋”,这已经是一种崭新的网络群体现象了。

第三阶段:WEB2.0阶段(2002—2009年)——利用信息交流和通过博客向社会发布自己观点的阶段。短信是个体间的信息交流,而博客则是个体对社会发表自己观点、意愿或评价的形式,二者都突破了地理边界的限制,扩大了网络的社会空间。进入WEB2.0阶段,网民不仅可以用浏览器阅读信息,而且还可以编写短信、写博客表达自己观点,因此网络活动进入了既看又写的阶段,网民具有了更大的自主性和创造性。具体地说,与WEB1.0阶段相比,WEB2.0阶段的主要特点是参与性和互动性。通过发短信和编写博客,网民成了互联网的参与者和创造者;通过短信和博客交流,网民之间发生了积极互动,互联网由此而焕发出更大活力。

也正是因为网络活动的参与性和互动性,WEB2.0阶段的网络社会呈现出思想的活跃性。此时,网络参与和网络互动都是通过信息交流实现的,只有那些内容新颖、形式活泼的信息才能引发有效参与和互动。并且,这个阶段形成的新思想、新观点具有WEB1.0阶段无法相比的广泛影响力。虽然在前一阶段的BBS中已经存在网民表达自己意愿的行动,但因其发生于有限的局域空间,所以引起的社会效应还有很大局限性。而短信和博客则克服了这种边界局限性,由此而产生了广泛的社会影响。

第四阶段:WEB3.0阶段(2009—2014年)——个体通过微博和微信开展即时通信并结成大量网络群体的阶段,这也是网络社会发展到达了空间广阔、空前活跃的阶段。2009年8月,新浪推出微博,很快引起了广大网民的热切关注和积极参与,新浪网站的影响力和活力也随之迅速上升,这对腾讯、网易和搜狐等网站形成了巨大压力。随后,腾讯、网易和搜狐等网站也纷纷在2010年推出微博。每条只允许140个汉字的微博,以其简明性、便捷性、生动性的鲜明特点,在较短时间里吸引了广大网民的热烈参与,上网开微博,一时间成为广大网民的流行语,甚至成为一种社会风尚。

[1]风端:《中国最早的论坛(BBS)是哪个?》,2014年11月18日,<https://www.zhihu.com/question/19848288/answer/34140571>。

2010年10月发生的西安音乐学院学生药家鑫驾车肇事杀人案、2011年6月发生的郭美美网络炫富事件、2011年7月发生的温州动车事故以及2012年发生的陕西省安监局局长“表哥杨达才笑看惨烈事故现场”等事件中,广大网民利用微博对这些事件进行了“围观”。在“围观”高潮期,每天数以百万计的微博对这些事件发表评论,还有网民通过调查和“人肉搜索”揭露事实,发挥了网络舆论抨击邪恶、伸张正义的积极作用,显示了督促政府秉公执法、及时办案的强大的舆论力量或信息权力。在发表和跟帖的微博热潮中,涌现了一批意见领袖,有些意见领袖竟然拥有数以百万甚至数以千万的粉丝,形成了庞大的网络群体。

2011年1月,腾讯推出了微信,这是一个对推进中国网络社会发展具有更加强大作用的网络设置。微信(WeChat)是一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序,它可以通过互联网快速发送文字、语音、图片和视频等信息,同时,也可以通过共享媒体上传的资料和基于位置的社交插件等开展即时通信,如“摇一摇”“漂流瓶”“朋友圈”“公众平台”“语音记事本”等服务插件,并很快成为广大网民得心应手的交流工具。与短信相比,微信有很多优点:微信仅走流量,不像短信那样需要支付话费;短信主要传递文字信息,虽然可以发彩信,但一条要花0.3元,而微信除了可以发文字信息外,语音、图片、视频都可以发,并且都是免费的;微信的朋友圈更是让使用者感到亲切可爱,它能使人们轻松地同朋友保持密切的联系,在丰富的亲情关系中消除烦恼、排解寂寞。至于摇一摇、漂流瓶、公众平台等微信设置,都是人们喜闻乐见的。

由于微信具有灵活、轻便、多样、生动且免费使用等多种优点,因此受到了热烈欢迎,其用户迅猛增长,到2017年7月,微信用户已经达到5亿<sup>[1]</sup>。微信不仅增强了互联网的魅力,壮大了网民队伍,提升了网络社会的活力,更重要的是使网络社会产生了崭新的群体形式。社会是作为群体而存在的,在互联网没有发展起来之前,社会群体都是在特定场所中存在的,而现在人们通过微信结成了名目繁多、难以计数的微信群。一旦使用了微信,几乎没有人不加入十几个甚至几十个微信群的,如家庭群、亲友群、同学群、同事群、同乡群、同行群……微信群是十分活跃的网络群体,形成了同日常生活融为一体的现实生活,为中国社会展开了一个新的群体形式和新的运行空间。

第五阶段:中国网络社会的多维发展和综合扩展阶段(2014年以来)。自2014年以来,互联网不仅在规模和效益方面有了进一步扩大,而且还向社会各领域大规模扩展,进而引起社会生活更加广泛的网络化趋势。近几年,“互联网+”已经成为一个流行语,购物营销、医疗卫生、文化教育、艺术娱乐、交通旅游、金融业务、社会治理、政府行政……几乎社会生活的所有方面都能同“互联网+”联系在一起。从这个意义上看,现在的网络社会已经不仅是一个信息空间,而是同经济、政治、文化、社会、环境等所有方面紧密联系在一起的新社会形态。总之,中国社会正在全面实现网络化。

#### 四、中国网络社会的时空扩展

从以上考察可以看出,三十多年来,中国网络社会经历了网络技术和网络设置不断更新,网民队伍不断扩大,网络交流日益活跃,网络变化速率加快,网络空间持续扩大的过程,或者说是日新月异的时空扩展过程。笔者曾撰文从不同角度论述了中国网络社会的时空扩展,诸如网络社会空间与实体社会空间的分化与冲突,网络空间中的缺场交往及其对在场交往的导引,超越时空边界的传递经验及其地位的提升等。应当说,网络社会的这些时空扩展是中国7亿多网民亲身经历和社会各界有目共睹的社会事实,且这些时空扩展还在进一步演化与发展。

[1]eMarketer:《2017年微信用户数量将接近5亿》,2017年7月21日,http://www.199it.com/archives/613243.html。

本文需要进一步论述的是,中国网络社会的时空扩展,不仅是上述时空范围和时空形式的展开式扩展,而且还是结构内容和变化速率的压缩式扩展。从中国网络社会的发展历程可以看出,从利用互联网进行电子邮件通信,到各种网络群体大量形成和互联网无所不及地全面加入,说明中国网络社会的时空内容在不断丰富,时空结构在日益发育,时空活力在不断增强,时空变化的速率也在不断加快。也就是说,中国网络社会已经开始了压缩式的时空扩展。

哈维曾对时空压缩作了比较深入的论述,他所理解的时空压缩是:“资本主义的历史具有在生活步伐方面加速的特征,而同时又克服了空间上的各种障碍,以致世界有时显得是内在地朝着我们崩溃了。”<sup>[1]</sup>简言之,即资本主义社会生活的变化速度在加快,其空间联系也更加紧密。这种时空压缩导致“空间显得收缩成了远程通信的一个‘地球村’,成了经济上和生态上相互依赖的一个‘宇宙飞船地球’”<sup>[2]</sup>。“时间范围缩短到了现存就是全部存在的地步”<sup>[3]</sup>。

中国网络社会的压缩式扩展,同哈维论述的时空压缩同异兼具。一方面,中国网络社会在其发展历程中既明显呈现了时间速率不断加快的变化,也充分显示了其内容不断丰富、密度不断加大、空间结构更加复杂的变化,而这些都是哈维所论述的时空压缩;另一方面,中国网络社会在其运行速率加快和空间密度加大的压缩过程中,同时也呈现了时空范围不断扩展的变化。从最初仅是网络专业技术人员的活动场所,到了有7.72亿网民参与、覆盖全国、联系全球的广阔无际的网络空间,并且网民人均周上网时长已经达到了27小时,网络“行动”已经进入社会生活各个层面——这些巨大的扩展性变化,无论如何不能仅仅称之为时空压缩,我们暂且称之为压缩式时空扩展。

此外,从网络群体活动看,中国网络社会的压缩式时空扩展也更为明显。自从网民利用微信等即时通信十分便捷地结成了难以计数的各种网络群体以来,中国网络社会不仅有了形式多样、异常活跃的群体形式或群体关系,进而形成了网络社会的基本表现形式和结构关系,而且使广大网民的信息交流空间和心理表象空间都有了几倍甚至几十倍地放大。具体地说,因为网络群体的信息交流和各种途径的海量信息接收,无论是网民、网络群体还是整个网络社会,其社会表象、活动能量和实践途径都已得到大幅扩展或空前提高,这也是一种明显的压缩式时空扩展。

更为重要的是,中国网络社会的崛起,发生了比吉登斯描述的时空延展更复杂的变化。吉登斯指出:“社会理论中的根本问题,即‘秩序问题’……就是要解释清楚,人们如何可以借助社会关系跨越时空地‘伸延’,超越个体的‘在场’局限性。”<sup>[4]</sup>吉登斯是在全球化背景下对社会理论根本问题做出的这种概括,其要义在于,揭示处于具体场域的个体怎样超越局部限制而进入更广阔的时空关系之中,亦即如何超越局部时空限制而实现时空延伸。可见,所谓时空延伸,就是一种时空扩展,而这种延伸性时空扩展在中国网络社会表现得更为广泛。

尽管在网络化大规模展开的条件下,每一个人都可以作为在具体场所中是有限的存在,但却能凭借网络行为而超越具体范围进入无边际时空。吉登斯指出:“我们最好是重新理解‘宏观’与‘微观’之间的对立,通过关注共同在场情境下的互动如何在结构上融入具有广泛时空延伸的系统,即关注共同在场情境下的互动系统如何在大规模的时空范围中伸展开来,来考察所谓‘微观’与‘宏观’之间关系问题。”<sup>[5]</sup>尽管吉登斯提出时空延伸问题时,社会生活网络化还没有展开,但今天这个问题已在网络化条件下变得更加普遍和复杂。

[1][2][3][美]戴维·哈维:《后现代的状况——对文化变迁之缘起的探究》,阎嘉译,[北京]商务印书馆2015年版,第300页,第300页,第300页。

[4][5][英]安东尼·吉登斯:《社会的构成》,李康、李猛译,[北京]三联书店1998年版,第101页,第46页。

互联网为人们提供了非常方便的超越特定场所而进入广阔网络空间的各种手段和途径。任何一位网民都可以同时加入十几个甚至几十个网络群体,即便网络群体的成员之间远离万里,也能实现实时交流沟通,保持亲密互动关系。其实即便不进入网络群体,网民也可以在各种网站或网络公共空间浏览和接收大量网络信息,由此而进入一个没有地理边界限制的流动空间。也就是说,吉登斯所论述的时空分离、时空脱域和时空重组,在网络社会中已大规模地发生了。

我们知道网络社会的时空延伸和时空扩展是在时空分化中发生的。而网络社会最重要的时空分化是:在地方空间之上生成了一个没有边界、快速流动的网络空间。这是一个身体不在其中的缺场空间,但其中的信息交流和经验传递又时时刻刻地影响和导引着地方空间。过去地方空间是有明确地理边界的局部空间,是人的身体活动于其中的生活空间,是具有相对稳定性的物理空间。而现在网络空间则是信息空间,信息的生命在于更新,不更新的且不断被重复的信息就是噪声。由此我们说网络空间的本质决定了它是一个不能守旧且必须不断更新的空间,并且因为网络空间对地方空间的导引作用,以致不仅它自己是一个不断变化的、不确定的空间,而且它还会以自己的不确定性引起地方空间的不确定性。卡斯特说,网络社会的空间重组了时间,其中一个重要含义是,流动的空间不断引起地方空间的不确定流动<sup>[1]</sup>。

流动的不确定性是网络社会的本质特征,也是其勃勃生机的源泉。但是,用工业社会或农业社会的眼光看,网络空间滋生的流动性和不确定性,有难以预测和无法掌控的风险性。如果从工业社会或农业社会依靠确定性和追求确定性的立场去观察网络社会的流动性和不确定性,一定会遭遇各种不安全的治理难题,甚至会感到随时有可能受到冲击社会秩序的风险的威胁。也正是因为面临这些困难,社会管理部门以及某些专家学者,大力倡导和推行对社会实行精细化的网格化管理,试图以精确的手段或方法,化解社会生活的不确定性因素,保持社区稳定的秩序。

然而,令人遗憾的是,网格化管理是复制公共物品管理的管理模式,试图以管理静态物体的管理模式去管理活动着的人,特别是在网络化条件下用这种追求精细确定性的模式去管理普遍脱离了地方空间的人,更是不合时宜、难以奏效的。

问题的关键在于,必须清醒地认识到中国网络社会已经不可阻挡地大规模崛起了,制定与实施管理社会或治理社会的政策、规划或模式,必须以网络社会已经大规模崛起这一基本事实为前提,必须立足甚至植根于已经发生了深刻变迁的网络社会。特别是应当清楚地认识已经实现了广泛网络化的中国社会的本质特点,采取符合实际的社会治理政策、规划和模式,而不是以某种确定性的手段和模式去抑制或消除网络社会的不确定性。

[责任编辑:方心清]

[1][美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九等译,(北京)社会科学文献出版社2006年版,第431-432页。