

网络传播中的“知沟”现象研究

2005-11-28

作者：丁未 张国良

关键词：网络传播 知沟 社会经济地位 互联网接入与使用 数字鸿沟 | 阅读：608次 |

[内容摘要] “数字鸿沟”带来的信息落差、知识分隔和贫富分化，是互联网发展必须应对的难题。在当今的知识经济时代，数字鸿沟的存在可谓牵一发而动全身，影响着国家与社会发展的方方面面。在此背景下，网络的使用者与非使用者之间的区隔已成为社会分层的新维度，它对传统的社会结构正形成势不可挡的冲击；与此相关，网络传播的效果研究更是传播学界无法忽略的一个课题。鉴于此，传播理论中原有的“知沟假设”（knowledge gap hypothesis）所关涉的传播过程中由社会分层形成的知识差异现象，理应成为数字鸿沟时代传播学研究的题中之义。

[关键词] 网络传播；知沟；社会经济地位；互联网接入与使用；数字鸿沟

前言：网络时代的“数字鸿沟”

当前，正当人们还沉浸在数字化传播所带来的种种神话中时，“数字鸿沟”（Digital Divide又译“数字区隔”等）的严峻现实却已摆在我们面前。“数字鸿沟问题是在全球数字化进程中，不同国家、地区、行业、企业、人群之间由于对信息、网络技术应用程度的不同以及创新能力的差别造成的‘信息落差’、‘知识分隔’和‘贫富分化’问题。”⁽¹⁾数字鸿沟是一种无法避免的“积累沟”，它是国家、地区、群体之间业已存在的社会发展差距的一种新的表现形式。数字鸿沟表现在4个方面，简称“数字鸿沟ABCD”。A（access）指互联网接入与使用渠道。互联网不仅需要信息基础设施，而且对终端用户来说，互联网接入价格由硬件 / 软件、提供接入费用及电话服务费三者组成，因此，社会经济差异是产生数字鸿沟的一大主导因素；B（basicskills）指数字化时代需要掌握的“信息智能”。群体间信息智能的差异往往造成互联网利用能力方面的鸿沟；C（content）指网上内容。在四通八达的网络世界里，谁主导着多媒体、多语言的信息内容和网络信息产品，这些内容与产品又以哪些群体的利益、爱好为取向，最终决定了这些群体与其他群体之间的鸿沟；D（desire）指个人上网的动机、兴趣。不同的“使用与满足”类型，决定了互联网用户在获取信息和利用信息方面的鸿沟。

上述ABCD所带来的种种信息落差、知识分隔和贫富分化，是互联网发展必须应对的难题。在当今的知识经济时代，数字鸿沟的存在可谓牵一发而动全身，影响着国家、社会、群体发展的方方面面。在此背景下，网络的使用者与非使用者之间的区隔已成为社会分层的新维度，它对传统的社会结构正形成势不可挡的冲击；与此同时，网络传播的效果研究更是传播学界一个无法忽略的课题。鉴于此，传播理论中原有的“知沟假设”（knowledge gap hypothesis）所关涉的传播过程中由社会分层形成的知识差异现象，理应成为数字鸿沟时代传播学研究的题中之义。

“知沟”理论假设的文献回顾

1970年，美国学者蒂奇纳等人提出了“知沟假设”，其实质是对大众媒介普及时代信息流通的均衡性、公众在知识获取方面的平等性提出了质疑。该假设认为：“随着大众传媒向社会传播的信息日益增长，社会经济地位高的人将比社会经济地位低的人以更快的速度获取信息，因此，这两类人之间的知沟将呈扩大而非缩小之势。”⁽²⁾假设以群体的社会经济地位（SES）作为考察媒介效果的变量（主要以受访者接受正规教育的程度作为SES的有效指标），尤其关注公共事务⁽³⁾、科技新闻等与公共决策、社会发展有直接关联的媒介内容能否为不同社会阶层所平等获取。他们认为印刷媒介的中产阶级价值取向加剧了传播中的“知沟”现象。

“知沟”假设被置于“社会变迁”（social change）的理论框架中，认为社会变迁以公共事务和科技知识的积累为基础，其进程表现为公众对某些观念或科技的不断接受——也就是社会学理论中的“积累变化模式”（accumulative change model）。由于社会结构的次系统（如各社会群体）之间价值观、行为模式的差异，某些次系统能较快适应变革，而另一些次系统反应较为迟钝，甚至一开始有所抵触，因此导致在接受变革能力和速度方面的“鸿沟”（gap）。在这一理论框架中，“知沟”假设揭示了大众传播的负面功能，即：随着社会信息流量的增加，高SES群体获取媒介知识的能力和速度较快，从而与低SES群体之间可能出现两极分化的趋势，以此推论大众传媒加剧了社会不平等，对社会变迁具有深远的影响。

知沟研究的分析单元是不同社会地位群体的知识差异，其分析的层次主要是宏观的社会结构——社会系统（社会或国家）或次系统（如社区），他们对“知沟”的解释更多地涉及社会结构与整个社会秩序的冲突及维系的问题。1977年，艾特玛和克莱两位学者在个人层次上对该假设作了重大修正，认为个体获取信息的动机及信息对个体的功用差异，是造成“知沟”的另一重要原因。他们提议，从个体行为者的情境需求和动机角度解释“知沟”现象，从而在微观层次上开启了“知沟”研究的另一片天地。⁽⁴⁾

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

传统的“知沟”理论主要还是针对传统媒体。由于互联网具有与传统媒体不同的传播特性，加上网络时代整个媒介构成的变化，因此，我们在考察互联网对“知沟”的影响之际，原先研究的一些变量需要作适度的改变。

网民的社会结构分析

“知沟”假设着眼于社会结构，观察不同社会经济地位（SES）群体在大众传播过程中的知识差异，因此，其分析框架和社会意义也在社会结构及其制约性（社会结构的不平等状况、社会变迁、社会冲突等）中得以展示。这一视野，同样是我们考察网络时代“知沟”问题的着眼点。

数字鸿沟主要把全体社会成员区隔为网络使用者与非使用者两大类，因此，在网络传播的“知沟”研究中，首先应关注这两部分人之间是否存在“知沟”现象。但是，以网民与非网民这两种身份进行社会分层，是否能反映传统“知沟”研究中的社会结构特征？传统研究主要以接受正规教育程度作为SES的有效指标，这与网民、非网民的划分是否契合？

我们首先根据CNNIC历年的统计资料，对我国（指大陆，下同）网民的人口和社会特征作一个基本描述。在社会学领域，个人的教育程度、收入水平和职业声望，是衡量一个人的社会经济地位（SES）的最重要指标⁽⁵⁾，我们先从这三个方面观察中国网民的社会结构特征。

1) 教育程度。如表1所示，2001年以前，将近85%的互联网用户接受过大专、本科以上学历。2001年的两次调查，出现了新情况，高中（中专）学历的新用户有显著的增加。尽管如此，拥有大专以上学历、即所谓受过高等教育的网民，仍占网民总数的60%以上。如果以高中文化程度为界线，就可以涵盖90%以上的网民。由于互联网的使用需要具备基本的计算机、网络使用知识和一定的英语水平，因此，高中文化程度这一界限似乎很难突破。正如有专家指出的：“互联网的发展受到复杂的相互影响的驱动，这些相互影响可以被恰当地称为后工业化。也许，最为重要的一个因素是教育。”⁽⁶⁾

2) 行业结构。表2、表3显示，中国互联网用户除在校学生外，其他的主流群体主要分布在科研教育、信息产业、企业和商界、国家机关，这与网民的职业结构中专业技术人员和学生分列前二位的状况基本一致。近几年，在校学生用户比例发展最为迅速（2000年7月的统计可从“其他”一栏推断），从1997年到2001年7月增长近一成。需要注意的是，具有高中学历的口中，很大一部分可能是正在接受高等教育的本科生，这与表1显示的近年来这一部分网民增长速度较快的趋向是一致的。

表1 中国互联网用户的受教育程度结构（%）（1998-2001）

	中专以下	中专、大专	本科	硕士	博士	
1998年7月	6.9	34.2	49.6	7.5	1.8	
	中专以下		大专、本科			
1999年1月	11		77		10	
	高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士
1999年7月	2	12	27	48	9	2
2000年1月	3	13	32	45	6	1
2000年7月	2.5	12.8	32.8	45.9	4.9	1
2001年1月	6.44	23.45	28.97	38.82	1.91	0.41
2001年7月	8.7	28.8	26.7	33.6	1.8	0.4

资料来源：根据中国互联网信息中心

表2 中国互联网用户的行业结构（%）（1997.10-2000.7）

行业类别	1997.1	1998.7	1999.1	1999.7	2000.1	2000.7
科研教育	26.1	19	12.6	14.9	11.4	12.6
学生	13.6	13.9	16.4	19.3	21	
机关	9.4	10.3	8.1	11.6	10.7	12.2
媒体文艺体育	1	1.8	4.5	2.3	3.6	5
社会服务	3.3	3.1	3.6	3	4.6	4.5
计算机行业	15	18.8	17.4	14.9	12.9	13.6
邮电通信	6.7	8.6	8.7	7.4	5	2.8
金融保险	5	4.8	6	5.3	6.2	5
厂矿企业	11.1	11.3	11.9	18.6	20.4	17.2
农业				0.2	0.3	0.6

其他	8.8	8.4	10.8	2.5	1.9	26.4
合计	100	100	100	100	98	99.9

资料来源：邱泽奇：《中国社会数码区隔》（<http://www.cc.org.cn>）

表3 中国互联网用户职业结构（%）——2002年1月、2001年7月（括号内）

国家行政管理人員	专业技术人员
9.75 (8.8)	24.84 (20.6)
办事員和有关人员	商业、服务业人員
13.43 (18.6)	11.43 (12.0)
农林牧副渔水利业生产人員	生产、运输设备操作人員及有关人員
0.76 (1.2)	5.31 (4.9)
军人	学生
1.03 (1.2)	20.92 (23.0)
无业人員	其他
5.33 (5.7)	7.2 (4.0)

资料来源：中国互联网信息中心

3) 经济收入。一般说来，互联网的接入除了一定的技术要求外，还需要以经济条件作为保障，所以个人的收入也是一项重要的考察指标。但从CNNIC的数据却很难看出这一点，2001年1月和7月的两次统计都显示：月收入在500元以下（包括无收入）的网民占总体的三分之一；月收入在501—1500元的中低收入人群约占42%。这就意味着，目前中国网民的大部分（73—74%）属于中低收入甚至是无收入人群。可以确定的是，其中超过20%的无收入网民是在校学生；但对于另一半左右的中低收入用户，只能从另一项（用户上网的地点）统计数据进行推测，由于有43—45%的用户主要在单位上网，所以在中国大陆，工作环境中是否拥有上网设施可能比个人收入更能决定一个人能否进入网民的行列。

但经济条件对互联网接入和普及的决定作用仍不容忽视，以上的统计仅针对只占总人口2%左右的网民，如果从整体看，它更多地体现在中国当前地区性经济发展水平的差异上。从收入看，在中国这样一个基尼系数（测量收入不均的一个常用指标，目前中国的基尼系数为0.458(7)）已超过国际警戒线的国家，地区间、城乡间、不同的阶层和行业间的人均收入存在着严重的不均衡现象，基数庞大的低收入阶层（人口中“下等阶层和边缘化群体占83%”⁽⁸⁾）可能因纯粹的购买硬件及上网费用问题被拒于网络空间之外。而且，教育水平与地区经济发展存在着必然的联系，如上海这样的经济发达地区，15岁以上人口中“文盲/半文盲”的比例占8.68%；而甘肃这样的西部贫困地区则高达25.64%。根据2001年1月CNNIC数据，我们作了一下简单的统计，上海的互联网用户占其总人口约12%，而甘肃省的网民占全省人口不到1%。可见，区域性经济发展水平是造成地区性数字鸿沟的重要因素。

以上对网民社会经济地位的分析印证了“创新扩散”理论有关新技术的采用与人的社会经济状况的关系分析。“创新扩散”理论认为，就人的社会经济状况而言，新技术的早期采用者往往有以下特点：（1）受正规教育时间比晚期采用者长；（2）求知欲较强；（3）有更高的社会地位，包括收入、生活水平、财富拥有量、阶级归属等；（4）进取心较强，更不安于现状；（5）在一个社会系统中，其所属单位通常也较晚采用者更大，更有实力，这使得早期采用者通常对前途更有憧憬、更有信心。⁽⁹⁾因此，收入、教育程度与职业（包括职业前景与职业环境）这三项代表人的社会经济地位的指标是决定是否采纳新技术的主要因素。

还有两项人口统计学因素也不容忽视。一是年龄结构。2001年前，21—35岁网民稳占80%左右（2000年分类法改为18—35岁），2001年以后出现了新趋势——18岁以下的网民数量大幅度增加，在2000年7月到2001年1月这半年间增加了十几倍之多。18岁以下青少年网民数量的激增和他们的网络接触与使用习惯及特征，是一个值得研究的现象。另一是性别。女性网民在2000年前只占百分之十几，但2000年后增长速度加快，据最新一次CNNIC的统计数据，目前中国女性网民已占总数的38.7%，性别方面的数字鸿沟正在趋于缩小。

至此，我们得出以下结论：中国网民群体具有下述社会结构特征：年龄在18—35岁左右、具有高中以上学历、具有较好的职业声望或正在接受高等教育，以男性为多数。

从中我们不难看出，网民与非网民的划分，仍反映了传统社会结构分析所显示的等级差别，目前社会结构中的不平等状况确实反映在网络造成的人与人之间的区隔中，绝大多数低收入、低文化程度及从事低声望职业的人群成为漏“网”的边缘人群。社会经济地位是划定网民与非网民身份界线的主导因素，似乎是一个不争的事实。因此，在网络传播的“知沟”假设研究中，以网民与非网民代替原来的SES二分法，依然能反映原先假设的初衷——社会结构的不平等可能造成传播中的知识差异现象。

但是，上述网民的人口与社会特征也说明，在网络使用与否的“知沟”测量中，原先代表SES的3项指标中的任何一项都无法准确描述目前中国网民的社会结构特征，即使是教育程度也只能作为互联网接入与使用的必要条件，而不是充分条件。因此，传统的研究方法、即主要以受教育程度作为SES的指标已不合适。网民与非网民的划分标准，是一个由人口和社会特征构成的较为复杂的综合指数。

实际上，问题远不是设定一个新的统计指标那么简单。网民与非网民阶层的出现，甚至对传统的社会分层方法造成了冲击。“社会分层是一种根据获得有价值物的的方式来决定人们在社会位置中的群体等级或类属的一种持久模式。”^⑩社会分层反映的是社会群体间资源分配的不平等关系。就此，已有社会学家提出：在工业化发展早期韦伯提出的社会结构分析的3个维度，即权力、地位和声望，“已经不能穷尽互联网络引入以后的社会结构分析，进而无法替代‘是否使用互联网络’的区隔。在使用互联网络的社会中，社会学家必须考虑互联网络对社会的影响，是否使用互联网已经成为了超越传统社会结构分层标准的新维度”。^⑪这确实是我们应该关注的问题。在信息就是财富的知识经济时代，信息（知识）资源与经济资源具有极强的可转化性，而且信息（知识）作为社会权力的象征，在信息化时代尤为如此。互联网的出现是否导致各种社会资源的重新分配及利益重组，这将对整个社会结构调整和变化产生影响。网络传播中“知沟”现象研究的现实意义可见一斑。

网民与非网民之间的“知沟”研究

本文主要以最近有关上海青年和市民的两项调查研究成果（杨鹏等，2000；张国良等，2000）为依据，考察网民与非网民之间的“知沟”现象。

按照传统的“知沟”理论假设，高SES群体在传播活动中获取信息的速度与数量，皆高于低SES群体，那么从理论上讲，根据上述对网民SES的分析，这一部分群体的媒介知识获取能力本身就处于较高水平，问题的关键是，互联网是否使他们“如虎添翼”，进一步拉开了与其他群体间的距离。

网民无疑比非网民多了一种信息渠道，但由于受时间和生理条件的限制，人的日常信息消费能力是有一定局限与边界的。也就是说，个体接触与使用媒介的总时数不可能有太大的改变，发生变化的是媒介接触习惯（包括时间分配）、信息寻求模式等。 中国和美国一些调查均发现，互联网的问世，使得受众对媒介接触的时间分配正发生着剧烈的转型，越来越多的网民减少了对传统媒介的接触而转向了互联网。就上海青年上网后的媒介接触情况而言，收看电视时间明显减少及有所减少的占42.4%；阅读报纸时间减少的占25.2%；收听广播时间减少的占35%；阅读杂志时间减少的占30.6%。^⑫这种从传统媒介向网络空间的转型，是否意味着获取媒介知识的模式、速度、数量方面也都出现了明显的变化？

一、从网民上网寻求信息的目的看。上海青年上网的基本动机是学习和获取信息（共占59.7%），其中24.1%的被访青年上网目的是“了解新知识、新见解”，为上网动机中比例最高；此外，“查询各种有用资料”（14.4%）、“了解更多的时事新闻”（11.2%）、“获得传统媒体之外的其他各类信息”（10.0%）等，也是被访青年的主要上网目的。^⑬但信息寻求的目的能说明的问题有限，因为坚持接触传统媒体的受众也可能以学习和获取信息为主。

二、网络在信息内容供应方面与传统媒体的差别。目前中国的网上新闻基本处于对传统媒介的整合状态，原始性新闻只是“玩擦边球”，而且数量很少。那么，这是否意味着网络的使用与否对“知沟”毫无影响？情况可能未必如此。上海青年调查表明，有10.0%的网民认为，网络的优点是“可以获得传统媒体没有的信息和服务”；另有14.4%的网民则认为，网络的优点在于“超越国界，及时获取海外的信息”^⑭。可见，网络信息在内容上的无疆域性为不少网民所看重，而且他们从网上获取的知识有一部分正是传统媒介所无法企及的。

媒介内容是“知沟”研究的一个重要变量。传统“知沟”研究的内容，基本限定在公共事务、科学知识、环境保护、医疗保健、农业知识等范畴。但互联网是一个远比传统媒介更具兼容性的信息平台，随着公共图书馆上网、政府上网、社区服务上网、电子商务、网上选举、远程教育及医疗等的出现，对网上信息内容的考察也宜进一步拓宽。但根据知沟假设的初衷应选择那些与个人及社会发展、公共政策、民主化进程直接相关的信息内容，这些内容能否通过网络传播在不同社会阶层中得到均衡分配，才是“知沟”研究的主旨所在。

三、网络在信息传播方面与传统媒体的差别。这可能是网民与非网民之间引起知识差异的又一重要原因。由于网络传播信息容量大（包括新闻条数及背景资料整合）；时效性强（主要表现在更新速度快，上海青年网民认为网络的快捷性在所有媒介中名列第一^⑮）；页面制作采用适合阅读的编排及点击、链接等主动查寻方式；以及网民即时发布评论等互动性，使得网民与非网民之间可能产生多种知识差异现象。在网络传播的上述特性中，网络信息的广泛性和快捷性，正是它深受青年网民青睐的原因。

值得一提的是，在传统“知沟”测量中，对知识的操作性定义一般分为“简单知识”——对某一事件或计划的知晓（awareness），和“深度知识”——对特定事件的关系、原因或背景的了解^⑯。对网络传播中的“知沟”测量也应观察这两类知识的差异情况。网民在“深度知识”的获取方面可能与非网民产生极大的差异——互联网信息的搜索、链接功能，窗口弹出式信息编排方式等，极大地有利于个体对深度知识的寻求和了解，专业性网站、主页的细化（重要新闻和专题一般都专门设有主页）及个性化网上杂志的订阅，无疑也起着很大的作用。另外，新闻组、BBS等网上交流形式，也可能影响上网用户的“深度知识”水平。

综上所述，一方面，网民的社会结构分析反映出这一群体本身拥有作为高SES地位的“信息富有者”优势，这是传统“知

沟”研究业已证实的；另一方面，网络的传播特性又在很大程度上势必形成或加剧互联网使用者与非使用者之间新的知识鸿沟现象。就后一点而言，数字鸿沟对“信息富有者”与“信息贫困者”所产生的区隔，有可能对传统媒介时代的知识差距结构进行一次重新调整。

注释：

- (1) <http://www.sina.com.cn> 2000/11/06 10:42 北京青年报
- (2) P.J.Tichenor, G.A.Donohue, and C. N. Olien, “Mass media flow and differential growth in knowledge” Public Opinion Quarterly, Vol.34, No 2. 1970.
- (3) public affair (公共事务)，据“美国传统辞典”，意为“大多数人关心的社会、经济、政府、军事、科学或法人活动的论题、问题或反映”。
- (4) James S. Ettema & F. Gerald Kline, “Differences, and Ceilings: Contingent Condition for Understanding the Knowledge Gap”, Communication Research, Vol.4 No.2, April 1977.
- (5) [美]戴维·波普诺：《社会学》（第十版），P242。
- (6) <http://www.sina.com.cn> 2000/11/20 11:40 eNet 硅谷动力
- (8) 何清涟：《我们仍然在仰望星空》，P34，漓江出版社，2001年版。
- (9) 金兼斌：《技术传播——创新扩散的观点》，P116-117，黑龙江人民出版社，2000年版。
- (10) [美]戴维·波普诺：《社会学》（第十版），P238。
- (11) 邱泽奇：《中国社会数码区隔》，（<http://www.cc.org.cn>）
- (12) 《传媒力量与当代青年：2000上海青年发展报告》上海人民出版社，P98。
- (13) 同上，P86。
- (14) 同14，P92-93。
- (15) 同14，P99。
- (16) 参见K.Viswanath, John R. Finnegan, “The knowledge gap hypothesis: twenty-five years later” Communication yearbook 19, pp187-227.

（作者单位：复旦大学新闻学院 邮编：200433）

[责任编辑：姜依文]

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码： （游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：6735

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |

 **中华传媒网 学术网**
academic.sincchina.net

© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016

