

## 网络时代女性掌握信息权力的优势与困境

张玉婷

(山西师范大学,山西 临汾 041000)

**摘要:**互联网为人类社会带来了全局性、根本性的变革,非物质化、去中心化、低成本化的信息权力将成为网络时代的核心权力,两性权力关系也将随之发生重大变革。女性在网络时代获得信息权力的机会不断增多,运用信息权力的途径更加多样,也得到来自多方的网络助力。然而,女性想要在男性话语权优势仍然鲜明、男性主导的价值标准仍然流行的网络空间中争取更多的信息权力,就还需提升自身的信息权力意识和信息素养。

**关键词:**网络时代;女性;信息权力

中图分类号:G122

文献标识码:A

文章编号:1008-6838(2018)02-0067-05

随着信息技术的快速更新与发展,互联网时代已然到来,网络不仅改变了人类的生产方式和协作模式,还深入人类的头脑与生活,为社会观念和社会生活带来了总体性、根本性变革。截至2017年6月,我国网民规模达到了7.51亿,男女比例为52.4:47.6,同期全国人口男女比例为51.2:48.8,网民性别结构进一步与人口性别比例接近<sup>①</sup>。中国男女网民人数的接近是否代表着两性信息权力正在均等化?女性在争取和掌握信息权力方面是否具有性别的优势,又面临哪些困境呢?

### 一、信息权力将成为网络社会的核心权力

“信息权力”概念在1996年由约瑟夫·奈和威廉·奥多斯提出,他们认为,“信息权力是一个国家信息资源、信息技术、信息产业和信息经济等方面实力的总和”<sup>[1]</sup>。信息权力是伴随着信息时代而出现的权力形式,它既需要依托于现代信息技

术的发展,又将“物质化”为新的信息技术媒介,它承载着文化观念和意识形态的传播,具有典型的非物质特征。但是,这些研究主要从国际竞争和国家治理角度,把信息权看成一种“软实力”,信息权力就是一种对信息的控制权。

王冬梅在其《信息权力:形塑社会秩序的重要力量》一文中指出,信息权力“是指信息技术赋予个人或组织的力量,是个人或组织通过信息的有效传递形成社会舆论,从而对他人以及社会产生的影响力”<sup>[2]</sup>,她关注了信息权力对“微观层面”的深刻影响,并总结了信息权力的四个基本特征:权力主体大众化、权力对象弥散化、权力行使自主化、权力效应即时化。另外,卡斯特在其《网络社会的崛起》中把信息权力概括为精神的权力、心灵的权力,他描述的信息权力,是“存在于人们的心灵中的观念的力量”<sup>[3]</sup>,这种力量是通过各种象征符号表现出来的,其基础在于人们

收稿日期:2018-01-11

基金项目:山西师范大学2014年校级社会科学基金一般项目“当代女大学生参政意识的培养”(项目编号:050502080017)

作者简介:张玉婷(1983—),女,山西师范大学政法学院讲师,博士,主要从事高校思想政治教育创新与实践、女性权利与发展研究。

在价值层面的认同和接受。

与之相关的概念还有“信息权利”与“信息素养”。“信息权利”是指法律赋予信息特定相关人的信息获取权、信息公开权、信息自主权等与信息相关的利益权利,以及控制信息排除他人使用或获取该信息的权利。“信息权利”虽然与“信息权力”研究对象基本一致,但两种研究的关注点和研究目的不同。“信息权利”的研究主要是从法律视角,对于权利与义务两方面进行讨论,关注的是现代信息时代公民因信息问题而产生的利益保护或行为控制问题,而信息权力更关注信息发展中权力的产生、运用和制约,关注“谁掌握了信息权,做了什么”,主要是对现代如何获得和运用信息“力量”的讨论。“信息素养”的概念最早由美国信息产业协会主席保尔·左尔考茨基在1974年提出来,由图书馆检索技能发展和演变而来。这一能力的高低直接影响着个体在信息时代的适应与转变,也影响着个体处理和运用信息时方式转变的速度与自身成长的程度。“信息素养”的高低直接影响着“信息权力”的获得和应用,与“信息权力”密切相关,但这方面研究主要探讨的是信息时代中一种关键素养的具体表现和提升发展问题,并没有过多地讨论其带来的社会权力不均问题。

综上所述,互联网时代的信息权力,不仅是国家的权力更是民众的权力,它是一个包含了信息制造、获取、发布、加工和汇总等多项内容的权力系统,是基于信息带来的社会影响或凝聚的社会共识而进行价值评判的权力场,是重塑社会权力结构的关键力量。

## 二、网络时代信息权力的变化

### (一) 信息权力基础的非物质化

信息权力并非是进入互联网时代才有的,在农业社会、工业社会,甚至原始社会,都有信息权力,但在这些社会,信息权力与实体权力息息相关,是基于经济、政治或军事的实体优势,有权力的信息只掌握在少数权威手中,信息的制造、公开和运用主要服务于统治目的。美国学者约瑟夫·奈指出,“权力往往与拥有某种资源相关”,在农业和工业社会,权力与人口、领土、自然资

源、军队等因素密切相关,但是在信息社会,权力正在从“拥有雄厚的资本”转向“拥有丰富的信息”,信息将成为赋权的最大依据。网络社会的权力衍生逻辑正在从“实体权力——信息权力”变为“信息权力——实体权力”。信息权力不再取决于传统社会资本的存量,而更多地依赖人们心灵中观念的力量,“它的基础并不在于某种实体机构,而在于人们的价值认同和意义接受”<sup>[3]</sup>。

### (二) 信息权力主体的去中心化

既然信息的力量不再取决于外在的物质资源和社会资本,而回归到信息本身,那就意味着信息权力不再是由一个社会角色掌握,而最终回归到人本身。互联网本身就是基于“去中心化”的目的来设计的,其发展过程本身也是一个不断加强技术分化、不断扩大信息、不断创造和湮没“领袖”的过程。网络时代的信息权力不再专属于神职人员、政治领袖和知识精英,而是被赋予每一个可以连接网络、在网络上自由表达的靈魂,曾经只能洗耳恭听的信息受众,拥有了信息权力,成为信息的生产者、传播者和消费者。《2016年中国互联网舆情分析报告》指出,2016年以来,微博平台原有“意见领袖”的活跃度下降,男性高知群体流失,当年热捧时政新闻类的“大V”年代已经远去。即便是互联网早期发展中诞生的网络权威的信息权力也被网络无情碾碎,分散八方。互联网构建了“铁打的信息空间”,却只有“流水的信息掌权者”,在网络空间中,信息生成权力的过程日趋公开透明,每个人在某个时刻都可能握有极大的信息权力。

### (三) 信息权力行使的低成本化

随着互联网技术的广泛应用普及,制造、获取、传播和交流信息都变得超常便捷,其产生的信息量也呈爆炸式增长。网络时代一天的信息产生量足以匹敌之前的几年甚至几十年。TECHWEB网在2012年3月发布的《互联网一天》中显示,互联网一天产生的内容足够刻满1.68亿张碟;一天发出2940亿封邮件,相当于美国两年纸质信件的数量;一天的社区论坛上发出200万个帖子,相当于《时代》杂志770年的文字量;在YouTube上传86.4万小时视频,如果不间断全部

播放完需要 98 年。这样的信息生成量不仅意味着信息储存和传播技术的突破,更展现出行使信息权力的便捷与廉价。传统信息传播的途径,如电视、广播和报纸等公共媒体,不光准入门槛高,而且制作和刊印的成本都不菲,不是普通大众可以随时使用的,而成本较低的信件,不论其成本、传播速度还是影响力,都无法与一封可以群发的电子邮件相媲美。互联网让大众信息的发布成本降低到几乎趋于零,这为信息权力的行使提供了非常关键的推动力。

### 三、网络时代女性掌握信息权力的优势

#### (一) 女性获得信息权力的机会增多

在传统社会中,通常只有与国家权力紧密联系的社会组织才能决定大众传播的信息内容,而这些社会组织不论是在经济、政治还是文化领域都主要由男性掌控,女性诉求被边缘化,如果不寻找男性代言,就很难进入大众视野。然而,现今互联网传播和储存着的大量信息,是可以自由提取和分享的。早在 1993 年《纽约客》杂志就发布了一幅漫画,其配文是“在互联网上,没人知道你是一条狗”,网络空间中人的生物性别和社会性别可以完全分离,从理论上讲,网络空间中的信息是由所有人创造并由所有人共享的,信息权力并不会因性别而异。虽然现实的权力层级、物化资本等仍然在网络空间中有着投射和影响,但相较于在传统社会稳定的层级权力系统中“拼杀”分权,女性在互联网中更容易获得更加广泛的信息权力。另外,网络一定程度上模糊了传统的公共领域和私人领域,或者说将这两个领域都“去空间化”了,在网络空间中,现实社会的身份特征对建立弱关系纽带、进行平等互动并没有太大的影响,这让女性可以越出现实“强联系”的圈子,进入更广阔的公共空间,为女性参与公共事务的讨论、提升其信息影响力提供了机会。在网络平台中,女性更容易找到女性意见领袖,女性视角获得了前所未有的重视和关注,女性可以重新审视传媒提供的各类信息,解码大众传媒传递的各种信息,寻找女性独特的言说方式,通过便捷的网络交流与讨论,形成各类关怀互助的社群,使“女性特质”的信息形成与传播发挥更大的作用。

#### (二) 女性运用信息权力的途径多样

网络时代的信息权力不同于传统的实体权力,其并不是依托于权威的控制性权力,而是基于信息本身引起的价值趋同感而获得吸引力、感召力和传播力,进而影响到社会的各个层面。信息权力不是一种政治权力,而是信息时代的人权,它作用于经济、政治、文化等各个领域。在网络空间中,开放的网站、论坛、朋友圈里活跃着各个阶层、各类职业女性,她们正在运用信息权力去扩大就业、积极创业、维护人身安全、进行文艺批判……去全面影响和改造原本的社会权力结构。2016 年阿里巴巴发布的《互联网+她时代:女性创业者报告》指出:目前在淘宝创业生态中,男女电商创业比重已基本各半<sup>[4]</sup>,早在 2014 年的“克林顿全球倡议”年度会议的女性论坛上,马云就曾说,“互联网给了自立自爱自强不息的新女性机会,让她们可以与男性一起追寻自己的梦想”。知名母婴电商蜜芽的创始人兼 CEO 刘楠,就是从分享自己为宝宝采购用品的经验,成为妈妈圈里的意见领袖,再到做淘宝店、最后吸引到投资创办蜜芽的。大量女性通过分享自己的经历、经验和感受将传统私人领域无意义的言说转换成信息凝聚力、影响力,进而形成了创造力和生产力。另外,在 2016 年和颐酒店女生遇袭事件、《南方日报》女实习生遭男记者性侵案件以及民生银行女临时工遭男上司微信性骚扰事件中,网络信息的发布和传播为事件得以合法公正的调查处理提供了巨大的助力。2017 年从指控好莱坞大亨哈维·温斯坦性骚扰,到在社交网络上使用“我也是”(Me Too) 标签分享各行各业性骚扰和性侵事件的女性们,更是以“打破沉默者”(The Silence Breakers) 的群体肖像成为 2017 年美国《时代》周刊的“年度人物”。这些事件中的女性已经在维权过程中有意无意地运用了信息权力,事件的相关信息最初发布在网上只是个人行为,然而一旦获得民众的关注与传播就能发酵出惊人的号召力,凝聚各类资源,甚至震动传统的权力结构。因此,想在传统权力系统中搏出新天地的女性应当重点关注网络时代的信息权力,将其运用于争取权力、维护权益的广泛领域。

### (三) 女性掌控信息权力的助力加大

近年来,不论是官方组织还是网络新媒体都采取了各种各样的行动,来增强男女两性平等观念在网络舆论场中的影响力。2014年2月,中华全国妇女联合会(简称“全国妇联”)的新浪官方微博“女性之声”上线,截止到2017年11月,该账号已发微博14000多条,粉丝已经达到了近184万,为联系和服务妇女群众提供了便捷的网络平台。除了全国妇联,各省市的妇联组织也纷纷建立了自己的自由微博账号,充分利用网络平台开展服务和教育女性的工作。除了这些官方妇女组织的网络助力,大量非官方的妇女组织、网络传媒也加入女性网络信息制造和传播的阵营,积极倡导和促进女性权益,推动性别平等。早在2004年11月,新媒体女性网络就在广州成立,还有“女权之声”、《婚姻与家庭杂志》《中国妇女》《中国妇女报》等的微博和微信平台,这些民间组织、女性媒体和各类女权主义者通过网络平台倡导性别平等,致力于改变文化偏见,承担媒体性别监测工作,把社会性别纳入传播主流。这些网络平台的建立与发展为当代中国女性获得和运用信息权力提供了必要的支持和援助,有助于女性运用信息权力改善自己的境遇,谋求更广阔的发展空间。

### 四、网络时代女性争取信息权力的困境

#### (一) 男性话语权优势的网络植入

互联网不光给予了女性开放的信息空间和获取信息权力的机会,也提供给男性以同样甚至更多的可能。男性在信息技术领域的优势一直是显而易见的。《2016年中国性别薪酬差异报告》显示,在女性平均工资比男性低30%以上的4个行业中,就有影视媒体和移动互联网行业,在这两个行业中,高薪技术岗位主要由男性占据,而且随着工作年限的加长,工作经验带给男性的薪酬回报率远高于女性。这意味着长期运营和支持网络的控制技术和管理系统都是由男性主导的,虽然他们为了赢得女性消费者的好感会把网页设计成粉红色或鼓吹“男色”消费,但也会在支付宝开发的“圈子”里把“校园日记”“白领日记”这种充满性幻想的社交可能,特供给信用积

分750以上的男性用户,甚至在借贷宝里发明针对女大学生的“裸贷”业务,让女性直接成为消费文化中的创意商品。同时,网络传媒中,从来也不缺乏对“男尊女卑”“男主外、女主内”等传统两性规则的怀念和推崇,甚至存在大量自由的“厌女情结”的表达。传统社会中男性的话语权优势伴随着男性的科技优势一起,在网络空间中复制着男性主导的信息模式,影响着成长于网络中的新一代。

#### (二) 男性主导的价值标准对信息价值的误导

网络空间中大量符合男性审美的信息不仅提升了男性在互联网平台上的话语优势,更在一定程度上影响了大众对网络信息价值的判断。“如果科学知识在其发展方向上,甚至在意义上是依赖于社会与政治力量的,那么我们有充分的理由假定,‘性别’在我们的生活世界中扮演着如此重要角色的力量,肯定在科学中也扮演着同样的角色。”<sup>[5]</sup>虽然在网络传媒中女性改变了被“观看”的处境,有了“是否被观看”和选择什么被观看的自主权,但是很多“看点”的审美仍是男性化的,不论是“网红脸”的流行,还是对“魔鬼身材”的炫耀,不论是“纯情萝莉”“贤德淑女”,还是“诱惑熟女”,无一不是迎合男性审美和消费需求的信息制造。2016年被称为直播元年,众多的网络主播在各类网络直播平台中制造着五花八门的声像信息。中国新闻网2017年1月的一篇报道显示:网络直播的主播中73%是女性,而观众中53%是男性,占44%的直播内容是“泛娱乐”化的<sup>[6]</sup>。可见,即便是在网络中,仍然有大量女性是按照男性的标准在塑造和展示自己,其发布和传播信息的目的还是“吸引男人”。大量此种类型的信息的广泛传播将会引导女性自觉或不自觉地顺从这一趋势,基于利益或情感的需要去按照“传统”改造自己,她们传播的看似是个人选择、独立观点,实质上只是一种“伪觉醒”,只会进一步强化男性在网络空间中信息的控制力和影响力。女性想要真正获得信息权力,就应当清醒地认识到当代女性的真实诉求,挑战传统的性别角色符号,寻找自主表达的内容和方法,自尊自

爱,而不是一味地渴求男性的肯定与观赏。

### (三) 女性信息权力意识和信息素养的不足

在信息赋权的问题中,很多学者都会提到“数字鸿沟”(又称“信息鸿沟”)问题,它代表着信息富有者和信息贫困者之间的差距和障碍,这一鸿沟不仅出现在城乡之间、代际之间和阶层之间,还出现在性别之间。在这个信息权力意识觉醒的时代,只有首先唤起女性对信息权力的认识和重视,才能提升女性信息素养,使其充分获得和合理运用信息权力。但是目前来看,在信息权力问题上,很多女性可能还处在不自知的状态,这本身也是其信息素养不足的表现。2013年福克斯关于男性和女性使用 Facebook 情况的调查中指出:虽然拥有 Facebook 的女性网络用户占 72%,而男性只占 62%,但男性在社交媒体上关注时事和政治信息,而女性更关注消费和美容等信息,而且女性比男性更加频繁地转发别人的信息,总转发人数中女性用户占比高达 62%<sup>[7]</sup>。这表明女性仍然更关注私人兴趣和传统女性话题,对网络开放的公共领域关注有限,而且更习惯于接纳别人的观点,并不乐于制造话题、发布有创建的信息。信息素养的提升取决于对信息的鉴别和批判能力,而女性在这方面的“温和”表现,说明众多女性都在无视争取信息权力的重要性,这极不利于女性掌控和运用信息权力。在网络

时代,女性要把握发展机遇,关注女性信息权力问题,一方面使女性充分利用享有信息技术的福利,促进信息时代女性力量的提升,另一方面,也推动互联网时代两性关系更加平等与和谐。

注释:

- ① 数据源于中国互联网信息中心(CNNIC)2017年8月发布的第40次《中国互联网络发展状况统计报告》。

参考文献:

- [1] 李川川. 国际政治中权力变移与信息权力内涵分析[J]. 改革与开放, 2014(4): 45.
- [2] 王冬梅. 信息权力: 形塑社会秩序的重要力量[J]. 天津社会科学, 2010(4): 57.
- [3] 刘少杰. 网络化时代的权力结构变迁[J]. 江淮论坛, 2011(5): 17.
- [4] 袁梦佳. 互联网激发女性力量[N]. 中国妇女报, 2016-09-03.
- [5] 刘介民. 科技与性别: 哈拉维赛博理论与女性主义[J]. 东方丛刊, 2009(4): 145.
- [6] 一张图了解“全民直播时代”[EB/OL]. 中国新闻网, <http://www.chinanews.com/sh/2017/01-06/8115461.shtml> 2017-01-16.
- [7] 杨晶, 吴文艳. 论网络舆论中的女性话语传播地位——“从成都女司机事件”谈起[J]. 新闻知识, 2015(9): 16.

## Women's Strengths and Dilemma in Mastering Information Power in the Internet Era

ZHANG Yuting

(Shanxi Normal University, Linfen 041000, China)

**Abstract:** The Internet has brought about overall and fundamental changes to human society. Non-materialized, decentralized, low-cost information power will become the core power of the Internet era. There will also be significant changes in the relationship between the sexes. The opportunities for women to get information power in the Internet era are increasing, and the ways of using information power are more diverse, and they also could get help from multiple networks. However, Internet is still a male dominated and male value orientated space. If women want to gain more information power, they need to improve their own information power awareness and information literacy.

**Key words:** the Internet era; female; information power

(责任编辑 赵莉萍)