

# 從信息中層到信息中堅

● 邱林川

## 一 引言

中國的信息社會，若從1995年開始民用互聯網算起，已經歷十年。回顧當年國人因漢字電腦輸入困難而引發的焦慮，再看今日中國逾1.1億網民、3.7億手機用戶，這十年間的變化確實舉世矚目。學界因此非常關注中國的信息化與社會發展之間的關係。然而，由於過份依賴西方發展傳播學如勒納 (Daniel Lerner)、施拉姆 (Wilbur Schramm) 等人的經典理論<sup>①</sup>，大量現有的研究都局限在「傳統」與「現代」二元對立的思維模式中，探討信息社會分層化的研究因此仍不多見。我們用「城鄉二元」、「貧富懸殊」來概括現實的不平等，用「弱勢群體」、「外來人口」來標識公民權的缺失，用「增效器」(multiplier)、「跨越式發展」來描述理想的現代化模式。

這些詞彙均有各自的政策和學術價值，但它們不足以反映當今中國城市信息社會紛紜複雜的變遷過程。

隨着近年來「信息溝」(digital divide) 概念在歐美學界的流行<sup>②</sup>，二元結構更加成為國內探討信息社會問題的主流話語<sup>③</sup>。「信息溝」當然不是在有了互聯網以後才存在的。大眾傳播研究裏早就有「知識溝」(knowledge gap) 理論<sup>④</sup>。近年來「信息溝」概念之所以在歐美流行，其社會背景則是西方城市自70年代中期以降在後工業化過程中所出現的一種特定景觀：一方面，工業城市轉變為「信息城市」(informational city)<sup>⑤</sup>；另一方面，傳統中產階級日益萎縮，赤貧階層與社會上層間的矛盾日益明顯。因此，卡斯特爾 (Manuel Castells) 在全面分析西方國家信息城市現狀的基礎上指出：「信息城市就是雙城 (dual city)」<sup>⑥</sup>。這

近年來「信息溝」概念在歐美流行，其社會背景則是西方城市自70年代中期以降在後工業化過程中所出現的一種特定景觀：一方面，工業城市轉變為「信息城市」；另一方面，傳統中產階級日益萎縮，赤貧階層與社會上層間的矛盾日益明顯。因此，卡斯特爾在全面分析西方國家信息城市現狀的基礎上指出：「信息城市就是雙城」。

\* 本文由筆者根據英文合著文章重寫而成。參見Carolyn Cartier, Manuel Castells, and Jack Linchuan Qiu, "The Information Have-Less: Inequality, Mobility, and Translocal Networks in Chinese Cities", *Studies in Comparative International Development* 40, no. 2 (Summer 2005).

今日中國工業化、信息化並舉，在都市的邊緣，資源相對匱乏的人們正在自發地形成新的信息群體，即信息中層。它既包括數以億計的流動人口和下崗職工，也包括學生、離退休人員及其他低收入群體。他們是主動採用信息科技、利用現有社會網絡資源解決各自問題的實踐者。信息中層的大規模存在已成為中國信息城市建設過程中的新景觀。

樣的二元對立結構在西方社會目前的發展階段表現十分明顯，但它是否適用於中國的城市化進程？兩極的中間，是否有第三種可能？

縱觀近年來低端信息媒體如網吧、短信、小靈通及預付卡業務在中國的迅猛發展，筆者認為，今日中國工業化、信息化並舉，在此特定的歷史時期，只要有適當的社會條件和制度條件，打破「雙城」的魔咒不僅是可能的，而且已成為中國式城市化進程的現實組成部分。我們可以看到，建立中國的信息社會並非一定要通過所謂「信息扶貧」自上而下地來實現。相反，在都市的邊緣，資源相對匱乏的人們正在自發地形成新的信息群體，即信息中層 (information have-less)。

在當代中國城市化突飛猛進的條件下，信息中層這一概念有較寬泛的社會範疇。它既包括數以億計的流動人口和下崗職工，也包括學生、離退休人員及其他低收入群體。他們不是完全意義上的「信息擁有者」(information have's)，而是所謂的「信息藍領」、「信息灰領」；他們不是無知的「信息匱乏者」(information have-not's)，而是主動採用信息科技、利用現有社會網絡資源解決各自問題的實踐者。信息中層的大規模存在已成為十年來中國方興未艾的信息城市建設過程中最為亮麗的新景觀。

信息中層有甚麼主要特徵？它為何出現？有怎樣的社會基礎和組織結構？它面臨着甚麼現實困境，又有怎樣的發展前景？本文將初步探討這些問題。

本文的立論基礎一是政府部門和商業機構提供的全國統計數據，二是筆者於2002至2005年間在全國各城市進行的田野調查。後者包括北京、上

海、廣州、成都、武漢等中心城市，也包括珠江三角洲、長江三角洲的十多個中小城市。調研方法包括訪談各地官員、商家及不同背景的低端用戶。在深圳、珠海和廣州筆者進行了以流動人口和離退休人員為對象的小規模問卷調查。在這三個城市還分別舉辦了由打工妹、打工仔參加的焦點組訪談<sup>⑦</sup>。

## 二 現象：低端信息市場的崛起

信息中層的內部是一個多元且多變的複雜系統。要了解它，最直接的方法就是看信息中層所使用的低端信息技術市場，如網吧、小靈通、手機短信和預付卡服務。當然，使用這些低端服務的並不全是信息中層。但大多數低端市場用戶和絕大多數低端信息服務提供者都來自城市草根。

網吧是存在時間最長、引起爭議最多的低端信息服務產業。從90年代中後期的網絡咖啡屋到2002年的「藍極速」火災，從反覆治理整頓到連鎖經營政策的出台，今日的網吧早已由「新經濟」的象徵淪為許多政府機構和城市精英階層共同打擊的對象<sup>⑧</sup>。開網吧愈來愈難，運營成本愈來愈高，經營風險愈來愈大。然而，壓制性政策的實施結果僅限於減緩網吧增長速度，卻並未導致用戶數量的減少。根據官方數據顯示，全國網吧使用者總數從1999年1月不到六萬增加到2005年7月的2,684萬(見圖1)。在此期間，他們佔全國網民總數的比例也從3%攀升到25%。由於政府控制力度加大，網吧用戶的比例在2001年到2004年相當長一段時間裏徘徊在15%到20%左右。

圖1 中國網吧用戶的增長



資料來源：根據中國互聯網信息中心(1999-2005)資料綜合處理而成。

但2004年中到2005年中的最新數據則顯示出網吧市場在全國網民總數增加速度放慢的情況下，反倒出現了比以往更快的增長，着實有些令人詫異。

眾所周知，低廉的價格是網吧吸引大量低收入人群的主要原因。據英文《中國日報》(China Daily)報導，2003年2月我國約有十一萬網吧<sup>⑨</sup>。另據估計，全國網吧從業人員逾二百萬<sup>⑩</sup>，其中絕大部分屬於信息中層。如此大規模的網吧服務業已與硬件製造商、軟件開發商、乃至房地產界形成相互配套的產業鏈。當然，網吧面臨諸多問題，尤其是未成年人上網、公眾形象差，以及由此導致的沉重的政府管制負擔。為了防病毒，多數網吧的電腦都沒有外置存儲器，使顧客無法使用自己的磁碟。網吧經常十分擁擠、吵鬧、空氣污濁。此外，上網時的個人隱私也難得到保障。

小靈通又稱「無線市話」，是一種以固網電話價格來吸引低端用戶的移動電話服務。它由UT斯達康從日本引進，從2000年起成為中國電信和中國網通的主要業務增長點。商用小靈通在中國始於1998年，至2005年底其用

戶數已8,500萬之多。其成長速度在中國電信史上是空前的(見表1)。

小靈通價格便宜與其話機價格低廉有關，但更重要的是它由固網電話公司提供服務，因此實行單向收費，接聽不要錢。但小靈通不能漫遊，信號接收質量一般沒有普通手機好，並且長期被部分通訊業精英認為是「過了時的技術」。電信管理部門因而曾試圖阻止小靈通的發展。不過由於中國電信與地方政府聯繫緊密，他們從山區小城起步，先進入中等城市，而後是省會城市，最後在北京、上海立足。這項不為專家看好但廣受信息中層歡迎的低端技術終於實現「農村包

網吧是存在時間最長、引起爭議最多的低端信息服務產業。今日的網吧已淪為許多政府機構和城市精英階層共同打擊的對象。然而，壓制性政策的實施結果僅限於減緩網吧增長速度，用戶數量卻並未減少。2004年中到2005年中的最新數據顯示，網吧市場在全國網民總數增加速度放慢的情況下，反倒出現了比以往更快的增長。

表1 小靈通用戶增長狀況

年份	增長(百萬)
1999	0.6
2000	1.3
2001	6
2002	13
2003	35
2004	65
2005	85

資料來源：信息產業部年度統計報告(1999-2005)。

圍城市」，艱難地取得了國家主管部門的認可<sup>①</sup>。

手機短信 (SMS) 是另一個非常值得注意的低端通信市場。每條短信一般只需一毛錢，而普通手機通話是每分鐘八毛。全國短信發送總量已由2000年的十四億條增長到2005年的3,047億條 (見表2)。也就是說，國人在2005年平均每秒發出9,653條短信。這不僅是全球最大的短信市場，而且已成為手機運營商和門戶網站的主要盈利渠道之一。從非典期間的短信傳播到「超級女聲」的短信投票，都可看出該通訊方式在今日中國城市化中舉足輕重的地位。

當然，短信用戶中不乏高收入者，但它對信息中層而言尤其重要，因為他們中的大部分都無力支付高昂的移動話費。短信的普及面比網吧和小靈通都更廣，更加深入到包括流動人口在內的各種城市人群<sup>②</sup>。短信的局限也很明顯。它的輸入界面小，用戶通常限於年輕人。另外，手機容易丟失，短信內容混雜，還有人用短信進行詐騙。最重要的是，短信服務提供商和各地政府都更關注高端用戶，而在相當程度上忽視了低端用戶，雖

短信對信息中層而言尤其重要，因為他們大都無力支付高昂的移動話費。最重要的是，短信服務提供商和各地政府都更關注高端用戶，而在相當程度上忽視了低端用戶，雖然後者所佔的市場份額可能更大。公共政策和產業結構均出現明顯失衡。圖為深圳街邊販賣低端手機的人們。



表2 全國短信通訊量的增長

年份	增長 (億條)
2000	14
2001	189
2002	900
2003	1,372
2004	2,178
2005	3,047

資料來源：信息產業部年度統計報告 (2000-2005)。

然後者所佔的市場份額可能更大。公共政策和產業結構均出現明顯失衡，這個問題在預付市場裏表現得更為嚴重。

預付服務包括IP電話卡、手機充值卡、上網卡、遊戲卡等多種形式。它們有的靠門市售賣，如郵局、書店、報刊亭、雜貨鋪等，有的則通過非正式渠道在學生或工人宿舍裏流通。在成都街頭還可看到身背書包的小孩騎着單車叫賣電話卡，成為鬧市中名副其實的「移動通信提供商」。由於預付卡發行企業眾多，且面值與流通價格往往有浮動差價，所以統計起來很困難。然而，從廠區到校區，從車站到商業街，出售預付卡的店鋪可以說是無處不在。雖然這些絕大多數都是個體戶，甚至是無照經營，但累積計算，全國總體市場規模是非常龐大的。以中國移動為例，2005年9月底，該公司擁有2.35億用戶，其中預付費用戶總數達1.74億，近三倍於該公司的合約制用戶總量<sup>③</sup>。

對於信息中層而言，預付服務的主要好處是它方便用戶控制開支。這一點在通信媒體日益平民化的背景下尤為重要。除了收入低之外，這些城市草根群體極少享有單位報銷的特權。他們中相當部分人沒有固定收

入、信用記錄、戶口或城市住址，因此只能用預付卡。然而，由於要驗證帳號和密碼，預付服務使用起來比較麻煩。每分鐘話費有時比合約制話費還貴。許多電話卡和上網卡只能在一個城市使用，而且預付款到期作廢，不會退還。在流動人口聚集區還有人盜竊預付卡密碼，這是珠三角地區打工人員中經常碰到的問題。

### 三 結構：草根階層的 跨域社會網絡

以上綜述網吧、小靈通、手機短信和預付服務的迅速發展，其目的是為了探討不同低端電信市場背後的共性，並由此了解信息中層的社會結構。這些服務最顯著的特徵當然是低廉的價格，因為它們的服務對象是信息中層，包括各種城市低收入人群，如從事製造業和服務業的藍領僱員、下崗職工或待業人員、離退休人員、以及學生。價格因素對消費者和提供商而言都至關重要。這其中相當數量的商家，如遍布街頭售賣充值卡的小店，都是小本經營，它們賴以運作的人力資源就是信息中層，包括那些對信息科技比較熱衷的打工仔，也包括數量眾多的打工妹。這些店鋪的運營成本低，經營規模小，但卻能吸引大量的低收入人群。

然而，低端市場往往受到各種制約，所能提供的往往是打了折扣的電信服務，如流動性服務不完整，用戶要付出額外的時間和精力，尤其是缺乏對用戶利益的保障。為了使用這些低端信息傳播工具，用戶經常須要身處某個特定的人口相對密集的城區，否則將部分或全部喪失信息服務，如

無法使用小靈通或買不到預付卡。而究其原因，問題的根源往往不僅與技術設計有關，更重要的是，城市精英對信息中層的歧視直接導致偏頗的公共政策、不公平的商業待遇和不利於信息中層的城市文化環境，如大眾傳媒對網吧的種種負面報導。

基於前兩點特徵，低端電信市場有很強的自發性。它自下而上發展，其結構與信息中層的社會網絡在很大程度上趨同。這裏所說的結構一方面包括外部宏觀政經環境，如全球化、中國經濟起飛、城市信息化等。另一方面，信息中層的內部結構也在發展，並借助低端信息技術以物化形式表現出來。內外兩個層面所涉及的社會結構都既有政治經濟也有文化的維度，且在此三方面集中體現在草根階層的跨地域網絡 (translocal networks) 上。

從外部環境着眼，首先可看到，低端市場的興起與信息中層日益增強的人口流動性息息相關。隨着農民工進城、國企改制、外資注入等宏觀條件的變化，勞動力市場開始大規模換血。企業管理階層一方面用低工資和短期合同來吸納流動人口，一方面大量製造下崗職工和缺乏養老保障的退休人員。各行各業，概莫能外。信息中層在數量上因此明顯增加。

為了生計、為了理想，草根階層開始脫離傳統單位體制和居住社區，在城鄉之間、城市之間、或城市的內部流動。他們不是「盲流」，而常常是事先通過熟人和傳媒了解有關就業、商機或教育培訓方面的信息。低端通信工具如短信和網吧也為信息中層提供不可或缺的娛樂和社會網絡資源，從而在一定程度上以有限的微觀方式緩解了某些亟待解決的宏觀問題，如就業機會不合理配置和人際支援的缺失。

網吧、小靈通、手機短信和預付服務的迅速發展，其最顯著的特徵當然是低廉的價格，因為它們的服務對象是包括各種城市低收入人群的信息中層。然而，低端市場所能提供的往往是打了折扣的電信服務，並缺乏對用戶利益的保障。究其原因，問題的根源在於城市精英對信息中層的歧視直接導致偏頗的公共政策、不公平的商業待遇和不利於信息中層的城市文化環境。

跨域網絡在低端電信技術的促進下加速成形，但這不意味着信息中層自然就得到了解放。他們中的相當一部分人不過是進入到了另一個以市場邏輯為主導的異化環境中。但不可否認的是，信息中層也通過掌握自己的傳播工具而能更充分地發揮個體能動性，從而比以前更有可能超越宏微觀社會結構的制約。圖為北京大學校園裏的低端手機攤位。



另外，在高失業率和勞保體系欠缺的綜合環境下，一方面中國城市居民儲蓄率偏高，一方面通訊分銷業投資門檻日益降低，這些都是部分信息中層成員自己開設網吧或預付卡銷售點服務的直接經濟原因。該現象在部分經濟較發達的沿海地區表現尤其明顯，如江蘇蘇州和廣東佛山。

跨域網絡在低端電信技術的促進下加速成形，但這不意味着信息中層自然就得到了解放。他們中的相當一部分人不過是進入到了另一個以市場邏輯為主導的異化環境中。在這個新的社會結構裏，發號施令的可能不是家長、不是領導，而是老闆、監工、乃至黑社會。換言之，低端通信手段也可以助紂為虐，變成威脅、欺騙、騷擾和剝削的工具。這是因為技術手段的社會功能取決於具體的微觀權力結構，如工廠、學校、或所謂「街角社會」(street corner society)，而在這些結構裏充斥着現實的不平等。

那麼，為甚麼不少信息中層知道手機容易被搶，知道「網上騙子多」，

卻明知山有虎偏向虎山行呢？這不單純是因為流動性導致強烈的信息需求，更是由於不平等的社會結構以及信息技術在社會分層過程中的核心作用被內化為盲目的技術崇拜。該內化過程受到政經因素的左右，但究其本質還是屬於城市文化的範疇，尤其是以個人主義、消費主義為導向的草根流行文化。

要強調的是，信息中層的跨域網絡結構之所以迅猛發展，更深層的原因還在於他們的信息需求長期被忽視。歷史造成的真空令他們很難透過傳統媒體渠道滿足自己在信息、娛樂和社交方面的需要。因此，一旦可以用相對低廉的價格進行溝通，他們的熱忱是無以復加的。此中雖有異化的陰影以及不平等結構的內化和再生，但不可否認的是，信息中層也通過掌握自己的傳播工具而能更充分地發揮個體能動性(agency)，從而比以前更有可能超越宏微觀社會結構的制約。這一點對於他們中的草根精英(grassroots elite)尤其如此。

## 四 問題：階層意識與可持續發展

低端電信技術在城市草根大規模普及，這為探究信息中層之崛起的外部條件及其內在結構都提供了很好的切入點。那麼，從現象到結構，信息中層對知識界提出的問題究竟是甚麼？

如前所述，探討信息中層的真正目的，一是為了了解中國式信息化過程裏的宏微觀社會結構，二是為了在此基礎上質疑現行西方信息城市的社會發展模式，並最終得到對社會分層與信息化之間關係的進一步理解。因此，本文的目的絕不是提倡技術決定論，也不是要強行打破二元框架，更不是為了在個體層面上進行非此即彼的機械劃分。雖然作為中國信息社會的一個重要組成部分，信息中層在最近幾年快速出現，但它的未來是不確定的，兩極分化的幽靈依然在當代中國城市的上空盤旋。

由此出發首先可以看到的是，信息中層目前還只是個鬆散的集合體，不同跨域網絡之間缺乏聯繫。由於他們中大多數人經濟收入低、文化資本少，所以很少有人主動關心個體經歷之外的社會事物，更鮮有階層意識。如何由自發轉變為自覺是這裏的核心問題。然而，隨着後福特式「靈活資本主義」(flexible capitalism)的出現<sup>⑭</sup>，勞動者和勞動過程都日益分化，培養階層意識的難度因此更大。我們因此不能武斷地在此套用傳統馬克思主義的階級理論，而必須在深入了解現實發展的基礎上，對具體問題作具體分析。

但不可否認的是，數以億計的低端用戶確已加入到我國方興未艾的信

息城市建設中。他們現在還只是一個消費群體，並不擁有平等的政治與文化權力。然而，消費信息媒體與消費其他商品的重大不同在於它直接作用於信息中層的內部結構，即跨域社會網絡。更何況信息中層不僅是低端通信服務的主要消費者，而且也經常是服務提供者。因此，在他們中形成階層意識的潛能是不容低估的。問題的關鍵在於如何將此潛能轉化為現實的結構性力量。

迄今為止，信息中層利用低端技術主動掌握公眾話語權的實例還很少。為數不多的例子包括各市網吧業主在北京「藍極速」火災後所組織的網上論壇，以及深圳友利電電子公司員工為反對日資廠方而開設的博客日誌等<sup>⑮</sup>。但這些來自草根的聲音往往局限於行業、地域、乃至性別的框架內，極少與信息化建設的現代性敘述發生聯繫，因此幾乎不可能與主流城市話語產生互動，也很難引起大眾媒體的共鳴。其結果是，這些聲音面對來自社會上層的壓力不堪一擊，信息中層在日益成為主要消費群體的同時，其自身的政治訴求和文化表達反而愈發邊緣化。

要改變這種不合理的現狀，當然需要公共政策的支持，也需要知識界的人文關懷，因為信息中層的興衰直接決定着中國信息城市的未來，也直接影響到全社會的利益。在此過程中，不應否定商業邏輯在某些條件下亦可為信息中層服務。畢竟過去幾年低端通訊技術的高速發展在相當程度上是市場機制轉軌的結果。例如，小靈通就是固網運營商由於一方面喪失了移動服務牌照，一方面又面臨上市的壓力，因此被迫走出的一招險棋。

信息中層目前還只是一個鬆散的集合體，他們利用低端技術主動掌握公眾話語權的實例還很少。要改變這種不合理的現狀，當然需要公共政策的支持，也需要知識界的關懷。因為信息中層的興衰直接決定着中國信息城市的未來，也影響到全社會的利益。在此過程中，不應否定商業邏輯在某些條件下亦可為信息中層服務。

2005年5月以來固網運營商推出的小靈通「機卡分離」技術，美其名曰為用戶提供更好服務，其實卻是為了提高利潤率。部分業界人士甚至主張對該技術實行「強制升級」，迫使舊款小靈通用戶購買新機、繳付各式各樣的「增值服務費」。這些人企圖憑藉壟斷地位對信息中層進行掠奪，他們比當年攜款潛逃的尋呼業者更加無恥、更加可能對中國尚處草創期的信息社會造成結構性傷害。

然而，商業邏輯是極不穩定的。它可以快速造就新的低端市場，卻很難保證該市場的持續發展。為了利潤最大化，大小公司都可能無視信息中層的需要，對業已形成的市場釜底抽薪，嚴重侵害低端用戶利益。對此最好的例證莫過於尋呼機。

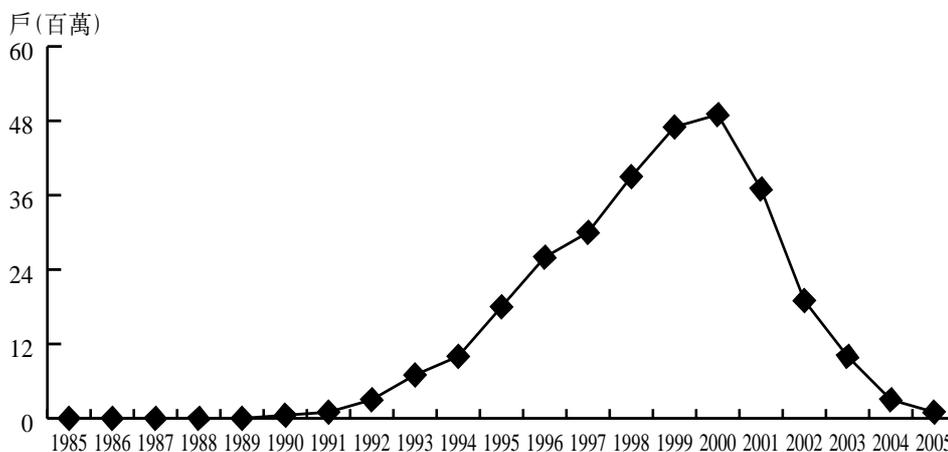
我國尋呼市場的早期發展歷程與近年來各種低端通訊媒體的興起有驚人的相似之處。它的用戶總數由1991年不到百萬飆升到2000年的4,880萬，是當時全球最大的尋呼市場<sup>⑥</sup>。十年中，尋呼機也經歷了由精英向平民的轉換，成為草根階層中廣為採用的通訊方式。然而，千禧年以來，尋呼市場規模直線下降，至2005年底，全國僅剩不足一百萬用戶（見圖2）。各大城市裏，即便是失業者也不再使用尋呼服務。

是因為科技進步，尋呼技術被「自然」淘汰了嗎？不是。我們看到，即使在西方發達國家，尋呼服務也以低廉的價格和便於用戶控制的通訊方式而擁有相對穩定的市場份額。是因為草根階層的收入增加了，因此希望有更好的信息服務嗎？不是。筆者在長三角和珠三角與當地流動人口及學

生的交流中發現，這些低收入人群一致認為現有的低端通訊工具還是偏貴，然而他們卻沒有更好的選擇。例如一名廣州打工仔在車間和宿舍都有公用固定電話。像他這樣的情形，每月十幾元的尋呼服務本是最優解決方案，但當地所有尋呼公司都已在兩年前結業，有的還帶走了幾十萬元本應退還當地用戶的預付服務費。

為防止不負責任的尋呼台「人間蒸發」，廣東省政府發布了專門的管理規定，但依舊無法挽回尋呼市場的頹勢。類似這樣因過度追求利潤而造成的問題還有很多，如網吧老闆過度剝削僱員；短信平台發布垃圾信息；又如2005年5月以來固網運營商推出的小靈通「機卡分離」技術，美其名曰為用戶提供更好服務，其實卻是為了提高利潤率。部分業界人士甚至主張對該技術實行「強制升級」，迫使舊款小靈通用戶購買新機、繳付各式各樣的「增值服務費」。這些人企圖憑藉壟斷地位對信息中層進行掠奪，他們比當年攜款潛逃的尋呼業者更加無恥、更加可能對中國尚處草創期的信息社會造成結構性傷害。

圖2 尋呼服務的全國用戶總數



資料來源：信息產業部年度統計報告（1985-2005）。

## 五 結 語

本文是一個長期研究項目的開端。文中討論的信息中層涉及各種城市低收入人群。他們不但使用特定的低端信息傳播工具，同時也是面向草根階層的媒體服務提供者。信息中層在當代城市化發展進程中已通過低端通訊媒體擴大和增強了各自的跨域社會網絡，從而可以在一定程度上自發地解決一些亟待解決的社會問題。這種自下而上的網絡建構不僅彌補了政府、工會等正式組織的不足之處，更為學界考察當代中國城市變遷提供了新的切入點。

當然，現在所能觀察到的信息中層還處於萌芽階段。他們是重要的消費群體，但缺乏社會意識；他們是低端通訊工具的提供者，但並不參與決策。他們中部分人在微觀層面上有相當的主動性；但由於政經架構的局限，他們中的大多數人均處境被動，沉淪於信息城市的邊緣。

正是在此意義上，值得再次強調的是，對信息中層的理解絕不能過份浪漫。該概念寬泛的社會範疇意味著它不是單一的同質性實體，而往往由多元、異構的社會網絡組成。不同的城市草根群體之間少有聯繫，缺乏組織，更談不上相互認同。因此，在未來研究中系統考察他們的社會意識如何形成、如何轉變，將是一個十分重要的課題。而在現階段則應充分認識到，信息中層是一個尚處發展初期、相當脆弱的社會存在。它的發展受制於宏觀和微觀的政治經濟條件，也取決於信息中層的內部結構變遷，而這兩方面都是獨立於科技擴散過程之外的。

但長期來看，卻也不能低估信息中層的重要性。大量「信息溝」研究早已明確指出，兩極分化是信息社會發

展的主要制約因素。由此觀點出發，只要信息中層得不到壯大，只要他們的利益得不到保障，我國信息化戰略就很難實現可持續發展。換言之，該階層興衰與否是保證信息社會長期均衡發展的關鍵。所以有必要創造良好的公共政策、市場條件和文化環境，令信息中層在中國的信息城市裏發揮中堅作用。

信息中層在當代中國大規模出現，其關鍵意義就在於指出「雙城」景觀是有可能避免的。信息化不一定會加深信息鴻溝。在一定社會制度條件下，它同樣可以導致草根階層跨域社會網絡的擴大和增強。當然，由於缺乏內部組織和階層意識，信息中層的影響力依然十分有限。他們能夠自我壯大，成為中國信息社會的中堅力量嗎？回答這個問題，現在還為時過早。但可以肯定的是，他們的命運將成為信息城市和諧程度的重要標桿，也將成為中國式信息社會能否出現的決定性因素之一。

大量「信息溝」研究早已明確指出，兩極分化是信息社會發展的主要制約因素。由此觀點出發，只要信息中層得不到壯大，只要他們的利益得不到保障，我國信息化戰略就很難實現可持續發展。信息中層在當代中國大規模出現，其關鍵意義就在於指出信息化不一定會加深信息鴻溝。在一定社會制度條件下，它同樣可以導致草根階層跨域社會網絡的擴大和增強。

### 註釋

① Daniel Lerner, *The Passing of the Traditional Society: Modernizing the Middle East* (Glencoe, IL: The Free Press, 1958); Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1964).

② Joo-young Jung, Jack Linchuan Qiu, Yong-chan Kim, "Internet Connectedness and Inequality: Beyond the 'Divide'", *Communication Research* 28, no. 2 (August 2001); Pippa Norris, *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide* (Cambridge: Cambridge University Press, 2001); Lisa Servon, *Bridging the Digital Divide: Technology, Community, and Public Policy*

(Malden, MA: Blackwell, 2002); Mark Warschauer, *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide* (Cambridge, MA: The MIT Press, 2004).

③ 參見拙文Jack Linchuan Qiu, "Coming to Terms with Informational Stratification in the People's Republic of China", *Cardozo Arts and Entertainment Law Journal* 20, no. 1 (2002).

④ Phillip Tichenor, George Donohue, Clarice Olien, "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge", *Public Opinion Quarterly* 34, no. 2 (Summer 1970).

⑤ Manuel Castells, *The Informational City* (Oxford, UK: Blackwell, 1989); Manuel Castells and Peter Hall, *Technopoles of the World: The Making of Twenty-First-Century Industrial Complexes* (London: Routledge, 1994).

⑥ Manuel Castells, "The Informational City Is a Dual City: Can It Be Reversed?", in *High Technology and Low-Income Communities: Prospects for the Positive Use of Advanced Information Technology*, ed. Donald A. Schön, Bish Sanyal, William J. Mitchell (Cambridge, MA: The MIT Press), 25-41.

⑦ 調研工作得到多個資助單位的支持，包括南加州大學安南堡國際傳播研究網(ARNIC)、香港中文大學Direct Grant、中國社會科學院社會發展研究中心、聯合國兒童基金會、世界銀行、世界經合組織。

⑧ 參見Jack Linchuan Qiu and Zhou Liuning, "Through the Prism of Internet Cafe: Managing Access in an Ecology of Games", *China Information* 19, no. 2 (July 2005)。

⑨ "Groups Licensed to Run Internet Cafe Chains", *China Daily*, 10 June 2003。該文沒有說明網吧總數是如何估算的，也未說明是否包含沒有登記註冊的「黑網吧」。

⑩ 康國平：〈網吧業年度十大——2004中國網吧發展大盤點〉，博客中國，2004年12月24日(www.blogchina.com/new/display/61011.html)。

⑪ 參見拙文Jack Linchuan Qiu, "The Accidental Accomplishment

of Little Smart: Understanding the Emergence of a Working-class ICT" (paper presented at the USC Annenberg High-Level Workshop on Wireless Communication and Development, Los Angeles, 7-8 October 2005)。(http://arnic.info/workshop05/Qiu\_Little\_Smart\_15Sep05.pdf)

⑫ 參見馬傑偉、鄭巧玲：〈遮蔽赤裸之軀〉，《二十一世紀》(香港中文大學·中國文化研究所)，2005年8月號，頁63-70；Angel Lin, "Romance and Sexual Ideologies in SMS Manuals" (paper presented at the International Conference on Mobile Communication and Asian Modernities I, Hong Kong, July 2005); Patrick Law, "Mobile Communication, Mobile Networks, and Mobility" (paper presented at the International Conference on Mobile Communication and Asian Modernities II, Beijing, 20-21 October 2005)。

⑬ 中國移動公司介紹(www.chinamobilehk.com)。必須注意的是，一人持有多張手機預付卡的現象在大中城市裏相當普遍。

⑭ David Harvey, *The Condition of Postmodernity* (Oxford: Blackwell, 1989); Manuel Castells, *The Rise of the Network Society* (Oxford: Blackwell, 1996); Richard Sennett, *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism* (New York: Norton, 1998).

⑮ 網吧業主論壇參見forum.txwm.com；友利電電子公司員工的博客論壇參見www.blogcn.com/user24/unidenppl/，該論壇有關2004年底罷工的紀錄已被刪除。

⑯ 資料來源：信息產業部通訊行業年度統計報告(2004)。

邱林川 美國南加州大學傳播學博士。2004年底開始在香港中文大學新聞與傳播學院任教。主要研究信息科技、全球化與社會變遷。