

中国网络文化：从2G到5G

曾静平

摘要：中国网络文化的发迹、发展与繁荣，总是与信息通信技术“亦步亦趋”。每一代数字移动通信网络，都会孵化繁衍出打刻着“G”烙印的网络文化载体、网络文化形态、网络文化语符、网络文化人物和网络文化现象。每一代“G”技术与网络的潜行嬗变，既有全新的网络文化“新景新貌”，又“潜伏着”“纠缠着”前一代“G”的网络文化“旧情旧景”，既有“新瓶装旧酒”“换汤不换药”的偷梁换柱李代桃僵，也有“新瓶新酒”化茧成蝶的涅槃重生。回溯从2G到5G中国网络文化的发展变迁，厘清每一“G”时代的网络文化形态、网络文化语符、网络文化人物和网络文化现象等的内在联系与潜在趋势，有助于正确把握我国不同数字移动通信网络技术支撑下的当下网络文化场景走势，科学预知与畅想未来“G”网络文化发展轨迹，对营造风清气朗的网络文化和谐生态，为中国互联网文化强国提供决策参考和理论依据。

关键词：网络文化；文化符号；文化语词；文化现象；2G；5G

作者简介：曾静平，男，教授，传播学博士。（浙江传媒学院 学报编辑部，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G122 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2019) 01-0013-07

社会发展变迁，文明程度逐次跃上一个个新台阶，人类的文化水准、文化修炼、文化表达都在发生着连锁变化。刀耕火种年代，人们衣不蔽体食不果腹，一个温暖的眼神，一个有力的牵拉扶持，就是质朴的文化之礼文明之旅。文字的发明创造、印刷术印刷设备为人类文明成果的遗存和传衍创造了条件，报纸杂志应运而生，则为文明传播文化发展插上了翅膀。广播电视设备的发明及广播电视台的建立，为全世界“地球村落”文明谋划出美丽画卷，人类在第一时间共享文明成就、共庆盛世华彩开始由空想变成现实。纵观人类文化发展史，先后经历了口头文化、肢体表演文化、书写绘画文化、活字印刷文化、广播影视文化、网络文化和智能文化等多种形态。

网络文化作为一种科技文化新潮文化，否定了传统文化更多的政治色彩和政治倾向，赋予了传统文化新的表现形式，创造了丰富多彩的新文化元素。互联网传播科技催生了网络文化，网络文化不断阐释着传播科技，开创了人类交往和社会活动的新方式。网络技术赋予传统文化以独特新颖的传播渠道、传播形式、表现形式，承载了文化诉求、文化范式、文化样态等文化同化与异化的变革。

网络文化是以计算机技术、通信技术为物质基础，通过发送和接收文字图片、音视频和动漫等多种多样的信息，影响或改变人们管理方式、交往方式、生活方式的一种新文化形态，处处显现着现代高科技的特点，处处打刻着现代高科技的前行烙印。

任何新文化形式的诞生，都会打上时代的印记，都是社会进步、文明提升和科技创新的产物。互联网从军事战场转向应用到全球百姓的千家万户，提升了社会文明高度，繁荣了文化家园。随着互联网时代的到来和移动互联网技术的普及应用，各种新型文化形态相继产生，从早期的文本文化、BBS文化、图片漫画文化和博客微博客文化等，到后来的音视频在线文化、网络动漫文化、VR文化CR文化、复制检索文化、移动文化、恶搞文化、人肉搜索文化以及网恋网婚与虚拟性爱文化等，无一不是和网络技术的进步密切相关。

现代信息技术的发展，为网络文化的跨越式发展提供了新的机遇和可能。一方面，蕴含高精技术的

文化现象文化符号，记录着高精科技的飞跃前行轨迹。通过高精尖传播技术应用和创新，激励高端科技人才的创新创造力，运用高科技手段整合与提升各种人文资源，提供现代信息文化产品，为网络文化乃至整个精神文明建设开辟了新的道路；另一方面，高精尖科技创造了高度文化与高度文明。通过互联网等新媒体的内容开发和创新，聚合五大洲四大洋“三教九流”文化人才，赋予赛博空间更多的文化内容，突破网络文化创造与再造的技术瓶颈和内容瓶颈，彻底改变网络文化的技术贫困状态，实现高科技与高大上阳春白雪文化的“高高在上”结合，促进民间发明乡土科技与地域文化民俗文化通俗文化“土文化”的联姻，打破互联网时代文化传播知识鸿沟，实现信息产业和网络文化事业的双重跨越和共同发展。

1994年，中国加入到全球互联网大家庭。经过20多年的互联网技术变迁和互联网内容形式等的更迭，中国互联网络作为全球互联网络的新生力量，作为中国上层建筑一种新的社会形态，孕育了中国特色的网吧文化、网络音视频文化、网络博客文化、网络微博客文化、电子邮件文化、QQ文化、微信文化、网络地域文化、网络民族文化、网络民俗民情文化、网络服饰文化、网络美食文化和网络名人文化等各种新的文化现象，成为形形色色的中国网络文化景观。这些与高精技术结伴而生的文化符号、文化现象、文化活动、文化人物、文化产品与文化精神，让人惊喜称奇，让人困惑迷惘，让人担忧受怕，让人眼花缭乱目不暇接。

网络文化内容丰富多样，形式仪态万方，天天诞生着这样那样的新思想新意识新概念新名词新图形，有的如昙花一现，过些时间就消失得没有踪迹；有的慢慢积淀下来，收进词典，走进大众生活，成为时代文化新的组成部分，成为文化隽永。互联网络时时孕育着文化新时尚，催生新的文化现象，释放出蓬勃生机与活力，催生出“新文化”并为之注入活力与动力。

我国政府高度重视网络文化建设与发展，习近平就网络强国、空间安全、网络治理等先后发表了许多重要论述，阐明了中国由网络大国迈向网络强国的宏观思考、战略部署和方针路径，明确了在国家治理体系和治理能力中，网络治理的具体任务和要求，提出了推进全球互联网治理体系变革、世界各国共同构建网络空间命运共同体的政策主张。习近平强调“用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会”，指出“网络空间是亿万民众共同的精神家园。网络空间天朗气清、生态良好，符合人民利益”，营造了具有中国特色中国气派中国神韵的高扬主旋律、传播正能量、向上向善、气正清朗、追求高尚、境界高远的网络文化理想乐园与和谐生态。^①

以打刻着“G”文化烙印考量每一代数字移动通信网络，考量其带给人们的网络文化载体、网络文化形态、网络文化语符、网络文化人物、网络文化现象和网络文化精神的潜行嬗变，回溯从2G时代精英文化、3G时代普众文化和4G时代融合文化的中国网络文化发展变迁，厘清每一“G”时代的网络文化形态、网络文化语符、网络文化人物和网络文化现象等的内在联系与潜变趋势，探索与畅想我国5G时代的智能文化主宰的网络文化场景走势，有助于营造风清气朗的网络文化和谐生态，为中国互联网文化强国提供决策参考和理论依据。

一、2G时代：网络精英文化

网络技术自从20世纪80年代由军事工业目的转向经济生活领域发展之后，全世界迎来了信息共享文明共享的“地球村”盛景。依附于互联网络的各种文化形态、文化载体、文化新人、文化产业陆续诞生与繁衍，人类几千年来转载的既有文化与新潮网络的有机“熔化”与“融化”、“同化”与“异化”，形成了互联网时代新的文化形态——网络文化随之破壳而出。网络文化的产生，是人类文明进步

^① 参见曾静平：《网络文化强国生态建设的中国路径与中国范式》，2017年10月24日，人民论坛网。

前行的标志，开辟了人类文化的新纪元。

2G时代的“精英文化”，指的是网络文化在中国早期孕育萌芽阶段，只有极少数政治大佬、超级大亨和其他高层文化人士，才可能接触到互联网并第一时间享用到这一新潮时髦文化盛宴。这群文化精英，有的是来自“精英”国度美国，有的是中国社会的精英化身，其一举一动，创造出“精英文化”，一呼百应着更多“精英”模仿跟风。

互联网的出现，使得许多精英认识到了互联网的重要作用和发展前景，他们主动接触和认识互联网这个新鲜事物，一定程度上推动了互联网的发展和普及。从某种程度上来说，这一部分人也成为了最先接触互联网的一批精英。美国的比尔·盖茨、乔布斯、杨致远等以及曾经留学美国的张朝阳等，就是这段时间全球互联网文化建设、互联网产业创造的探路者。网络文化精英阶段的精英模式，最基本的衍生土壤在于网络文化的支配主体及其经营管理者唯美国马首是瞻，美国政治标签、美国产品标签、美国网站标签贯穿于整个互联网体系。张朝阳从美国留学回归祖国创办搜狐网站，很多方面都是美国式思维，何况其背后还站着——一个美国文化巨人——尼葛洛庞帝的资金援助。

科技精英在建立和发展网络的时候，不可能只贡献了自身的科学知识和技术才能，也不可避免地带上了自己的目标、愿望、情感、价值观等文化观念。从这一意义上讲，网络文化一开始某种程度体现的是科技精英们的文化观念，或者说网络文化首先是一种精英文化（elite culture），具有了知识高深、远离大众、范围狭小、参与者少等精英文化的基本特征。

2G时代的中国网络文化，主要的表现形式是BBS的横空出世和手机短信爆炸式增长。BBS让人们有了自由书写的网络空间，而手机短信则使人们可以通过手机终端像打电话一样传情达意，字里行间洋溢着新鲜的文化气息。专业“短信写手”一时间成为时尚文化人，不仅赚的“盆满钵满”，而且化身为时尚前沿标符。

1992年12月3日，沃达丰公司发出了人类历史上第一条手机短信。手机短信因其简单方便，相对于语音通话费用便宜且私密性较好，很快成为人们喜爱的沟通方式。几年后，中国电信运营商相继推出手机短信服务。2000年，中国手机短信发送量就达到10亿条，到了2003年猛增到2200多亿条。

手机短信是一种以文字符号系统为载体的文化表达，极大地拓展了人们的文字表达能力和对社会生活的感知与思考能力，“段子文化”应运而生。为应情应景而创作并流传于手机短信中的“段子”，语词短小精悍，语言生动诙谐通俗易懂，多采用比喻、拟人、排比、夸张等手法对某一事物或某一现象进行入木三分的解读，或深情款款，或慷慨激昂，或针砭时弊，成为一时无二的风光文化。

BBS（Bulletin Board System）即网络社区，是一种集人际传播、群体传播、大众传播和网络传播于一体的新型文化交流系统。随着曙光BBS和“水木清华站”先后登场，中国高校的网络社群文化初具模样。随着互联网的发展，我国BBS进入黄金发展阶段，除新浪、搜狐、网易三大门户网站的论坛外，西祠胡同、猫扑、天涯社区等后起之秀逐渐兴起，搜索巨头百度也随之创建了百度贴吧，加入了互联网社区行列。1999年5月9日，人民网创建的“强国论坛”正式推出，成为中国网络论坛发展历史过程中具有里程碑意义的重大事件。“强国论坛”的话题主要为关系到国计民生的大事件，它既是政府部门了解社情民意的窗口，也是百姓畅所欲言参与国家大事讨论的渠道，在全球中文论坛排行榜上发帖量和访问量拥有着超高超旺人气。

这一时期，BBS规模不断扩大，人与人之间的交流变得更加快捷方便，在一些论坛中甚至形成了一些网络红人和引爆整个论坛的热点事件，芙蓉姐姐、天仙妹妹、凤姐等寄情网络，从平民百姓变成了“网络精英”，成为网络精英文化的标志性人物，而“卖身救母”、“馒头血案”、“虐猫事件”等极具争议性的热点事件，也不可避免地打上了一段时间的文化标签。

二、3G时代：大众普惠文化

2000年5月，国际电信联盟正式公布第三代移动通信标准，中国提交的TD-SCDMA正式成为国际标准，与欧洲WCDMA、美国CDMA2000成为3G时代最主流的三大技术之一，我国自此陆续进入3G网络文化时代。3G时代的网络文化，逐渐打破了既有现实社会生活的种种传统界限，重新书写着许多既有文化范畴的涵义，包括自然与社会、虚拟与现实、私人空间与公共空间、权利与民主、真实与虚妄、创造与再造等等，已经林林总总陆陆续续虚虚实实成为世界性的新型文明发展潮流，网络文化发展进入到大众普惠文化阶段。

在网络文化大众普惠阶段，网络文化由最初极少数极少数的“精英国度精英人物精英技术精英产品”所操纵所享有所布控，转变为愈来愈多国家和地区的大众人群参与进来、呼应进来共同享有共同创造，成为全球范围内普遍的万亿民众狂欢的乐土乐园。此时的大众网络文化，是精英贵族与平民百姓平等平行的新新文化，是互动性与联动性、自由性与匿名性、刻板性与娱乐性、广泛性与独立性、丰富性与个性化等文化特性有机融汇的文化，是传统文化与新新文化不断撞击、不断渗透、不断取长补短、不断肯定否定的并行融汇过程。

2003年9月，太平洋岛国托克劳群岛成为最后一个实现全球互联网连接的国家，互联网实现了真正意义上的全球互联互通。国际电信联盟（ITU）发布报告称，到2016年底，全球近50%的人口约为39亿人将用上互联网，这与联合国2020年让全球60%的人口用上互联网、尽量缩小“数字知识鸿沟”的目标逐渐靠近。互联网络把全世界使用电脑的人连接了起来，并实现了进一步的广度和深度交流，网络文化的技术精英们运用现代高科技把网络文化推向了大众文化普众文化，从一种精英式的交流走向了大众化普惠化的交流。

3G时代网络文化的大众化普惠化，基于以下几个方面的印证：

一是网络文化的发布与创造，来源于更加广泛普通大众，年龄职业性别地域更为均衡，网络文化参与的广泛化、内容的世俗化、形式的娱乐化等特征交织在一起，网络文化光辉遍洒“地球村”。

网络文化以互联网为传播渠道，网络文化的传播主体、传播对象、传播内容、传播形式全部是大众化普惠化，任何公民都可以参与网络文化的传播，其本身同时集文化传者和受者于一身。对于这些网络文化参与群体，虚拟网络空间是开放的，不存在任何地域、任何种族、任何年龄、任何职业、任何文化程度上的歧视。网民只要有兴趣，都可以通过网络发表出自己的思想、观点、意见和见解，也可以对各种文化信息即时做出自身意愿的围观吐槽评论等反馈意见。网络文化的大众普惠在文化交流的双向互动、广泛参与、普遍开放、普众平等等方面得以体现，各种社会身份和社会等级、各种文化范式在无垠的空间中畅游交流。

二是网络文化既有文本传播也有图片音频传播，文化表现形式更为丰富，具有即时性、超容性、超时空性和超文本性，将传统报刊杂志书籍、传统广播电视电影这些传统媒介的艺术化效果，在网络世界制造出受众真实的向往和崇拜，赋予人物形象真情、真味、饱满、立体的感染力。3G时代的网络语言，别致的网络文化版本得以广泛传颂，有些“破例”还入围到新版《现代汉语词典》。如把网站的管理员称为“斑竹”，把网络新手称为“菜鸟”，把网络高手称为“大虾（即大侠，大仙）”，把哥哥、姐姐、弟弟、妹妹分别称为GG、JJ、DD、MM……等等这些网络语言通俗易懂、诙谐幽默、极易掌握。这些新新网络语词在网民中广为流传，从而促进了网络文化的普及和传播。

三是网络文化源于大众又服务于大众，这是网络文化和网络文化产业发展的源泉动力，知识性、商业性、服务性、娱乐性和教育性等多重功能逐渐发挥服务大众普惠大众的实际效能。

由于网络文化具有无边无际的特点，使得它能够把大众的日常生活作为反映对象，贴近大众，贴近

实际，表达出对大众生活的关注和对大众情感的关怀，从而使大众对网络文化产生了一种亲近感，为民众创造了新的文化格局和文化形态，极大地丰富了文化的内容和形式。网络文化内容的大众化涉及到广大民众生活的各个方面，包括出行旅游、网上交谈、网上阅读、远程教学、远程医疗、网上棋赛等，既简单快捷、价廉物美而又丰富多彩。网络使人们的想象得到了空前的自由，从而帮助人们交往、交流，并且产生新的精神内容。人们希望看看那些著名的文化旅游胜地，只需点点鼠标，就不知不觉到了万里之遥的某个地方，可以结交许多以前由于地域或者无缘认识的朋友，与他们共同工作、娱乐；可以和许多名人、有思想有见解的人交谈，诸如棋友们常常在“联众”能和著名的棋手们“手谈”等。网络文化创造的虚拟世界拓展了人们的想象力、创造力的空间，更新了科研的方式，推动了科技文化、教育文化的快速发展。虚拟技术使人身临其境，为人们创造力的发挥提供了一个巨大的文化空间，人们面临着信息爆炸的冲击。^①

3G时期，中国特色文化“微博”异军突起，不少“网络写手”在人们心目中逐渐演变为了“网络作家”，网络文化标志性人物不再是那些只要敢于在网络空间出位出彩的“网络黄军”，而是平添了更多一些文化气息的“新文化网红”。新浪微博邀请明星名人入驻，认证之后会在用户名后加上字母“V”，彰显大咖身份，霍金、比尔·盖茨、莱昂纳多、贝克汉姆、李开复、韩寒、姚晨、蔡康永等成为加盟新浪微博的大牌微博红人。

三、4G时代：网络融合文化

网络融合文化是指在中国和全世界网络文化的大一统大繁荣大融合、传统媒体与传统媒体之间的融合、传统文化与新新文化的融合、传统媒体与新媒体的融合、新媒体与新媒体之间的融合基础上，所形成的一种带有强烈吸收融合色彩、兼容并包、海纳百川、举世共享的新型文化样态，既不同于网络精英文化，也与网络大众文化有着很多差异，可以认为是网络精英文化与网络大众文化普惠文化的集中体，是升级版放大版的网络精英文化+网络普惠文化。

（一）全球网络文化融合

在互联网的推进下，中国网络文化已经融入到全球大家庭，中国网络文化与世界各个国家和地区的网络文化相互影响相互渗透，你中有我我中有你，构建了文化沟通的桥梁，多元的、多文明的、多极的全球文化新版图正在形成。西方文化大国凭借其雄厚的基础和强劲实力继续发力，东方各国和非洲、拉美国家随着经济的发展与互联网带来的变化逐渐登上世界文化的舞台，西方文化一枝独秀的局面已被打破，全球文化出现多元局面。西方文化依然灿烂，东方文化红日高挂，以中国为龙头的东方文化古国正成为世界文化舞台上的新星。全球亿万网民在消费和体验不同文化的过程中，逐渐加深对其他文化的认同度，进而逐步将来自异国他乡不同类型的文化与自身文化相融合，进一步加深加快了文化融合之势，代际文化与传统文化、现代与后现代文化、东方文化与西方文化、高雅文化与草根文化等共生共荣，促进了文化交流和繁荣进步。在这种变局中，文化领域变得日益丰富多彩，人类正在成为一个包容性更强、文化上相互镜鉴、共享发展成果的大家庭。

（二）新兴网络文化交汇

4G时期的网络融合文化，各种新兴网络文化与传统媒体网络文化交汇溶积，网络文化人物“英雄不问出处”离经背道粉墨登场，前所未有的文化产品纷至沓来眼花缭乱，形成迷彩斑斓的文化万花筒。这一时期，报刊杂志书籍等印刷纸媒和广播电视电影等电子媒介充分意识到互联网传播的空前价值，不遗余力加快了数字化进程，挖掘数十年上百年的库存文化宝藏，在网络传播领地大展风采。网络媒

^① 参见曾静平：《网络文化学》，人民出版社，2019年1月第1版。

介吸收了报纸杂志广播电视等传统媒介权威性强、受众基础厚实且忠诚度高、信息传播效率高优点，将文字、图片、声音、图像、视频和动漫等各式各样的传播形式熔为一炉，实现了多媒介传播多样化展映，实现了真正意义上的网络文化大众化。

（三）高精技术集中推进

这一阶段，移动互联网技术得以全方位广泛应用，量子通讯、物联网（车联网）、大数据、云计算、AI（人工智能）、VR（虚拟现实）、智慧城市、宽带中国和信息消费等等新新词汇新新技术逐次进入人们视线，无人驾驶、无人飞行器和3D打印进入大规模实质性实际应用阶段，移动下载、移动支付、共享单车（汽车）、智能眼镜（手表）、远程医疗、位置服务成为人们日常生活不可或缺的重要组成部分。这些高精技术的使用以及相关技术应用，其本身即是网络文化的集中展示和演练，每一项技术都会带来一连串文化变迁和文化产业升级，这就极大地丰富了网络文化产品市场，网络文化由此进入到一个更高级、更广阔、更壮丽的发展阶段。

4G时期的网络文化人物，打破了“不是一家人不进一家门”的千年古训，商贾名流草根百姓三教九流在互联网空间甚至会在同一个网络论坛网络直播中聚集惺惺惜惺惺各展风骚，网络红人源自世界各地，形态各异展示舞台各异展示内容各异。网络直播泥沙俱下，相应的弹幕打赏弹幕评论弹幕广告蕴含新的文化形式。和以往化一个变样妆开着电脑或者手机在家里对着镜头跟网友聊天、卖萌、露肉、换衣服让看她直播的人给自己送花送礼物来赚钱完全不同，来自安徽萧县的“水泥姐”萧国臣不需要多矫情、不需要多卖萌，而是用一个大家都会O嘴的方式来进行直播——搬水泥，很快吸引了200万的粉丝，成为新时期敢作敢当吃苦耐劳最具正能量的网络文化人物杰出代表。

四、5G时代：智能网络文化

5G时代已经来临或正在到来，中国移动通信技术跃升到全球引领阶段，对中国网络文化抓住中国技术领先契机、“引领全球文化”具有划时代的历史意义。5G时期，当然是智能终端应用极为广泛、智能思维极尽挥洒、创意创新遍地鎏金的好时机，“智能制造”、“智能传播”、“智能服务”、“智能产业”、“智能文化”、“无人文化”等无处不在。这一阶段，看似“冰火两重天”的虚拟与现实世界的边界被彻底打通贯穿，虚拟现实演示渗透更多领域。当你戴上VR头盔后，便进入了一个虚拟的世界，可以与他人进行无限互动包括游戏甚至击掌。随着5G技术的全面沿用，极速网络传输极速网络体验得以实现，用户之间的相互协作迎来新的时代，各种从来未曾出现过的文化产品次第登场。通过密布的网络连接，“未来车辆”即时获知道路环境等行车信息，实时分析数据、智能预测路况，驾驶员可以真正360度无死角地了解周边道路交通状况，遇到危险可以提前预警，无人驾驶成为网络文化融合时代的靓丽风景。

当人工智能机器击败人类超强智慧，全人类开始警惕与反讽“人类创造是否会给人类套上绞索进而摧毁人类”；当能够独立思考、能与主人建立真实交流并同时满足顾客的生理需求的“虚拟生活助理”（智能少女、智能娃娃、情趣娃娃）不期而至，全人类既有人击节叫好趋之若鹜也有人高呼“伤风败俗”“天诛地灭”；当智能机器人可以对医生发出的指令作出实时反馈在医疗手术方面开始大有可为时，全人类看到了“长生不老”美好愿景的开端，又同时忧虑全球人口爆炸。不管你信不信喜不喜欢，这些超凡脱俗的新兴文化代表，已经在网络文化融合阶段真真切切陆续到来了。

5G时代，人工智能技术在文化领域应用渗透提供了无限可能的空间，有可能产生难以估量的“文化趋同”。在人工智能技术先导下，网络广告可以秒做出台，新闻通稿可以秒变为供给上百家不同新闻单位的“按需定制”，网络小说网络诗歌网络剧本等各种文化作品可以“智能定制”，各种文化人物文化场景可以“智能定制”，就连一向要求严苛的广播电视主持人也有了“智能定制”。5G时代的“网

红”，会不会也由人工智能主导“定制”？这种无所不能无所不至的智能化“文化定制”，在解放人类脑力体力的同时，千篇一律千篇一面千景一律的文化现象，多少会令人担忧。

1G时代之所以没有笔墨涉及，主要是其功能局限在“打电话”，除了“无线”可以移动之外，与坐在家中办公室里打电话无异。从2G通盘到刚刚到来的5G，纵览到网络文化世界天与地的对接和海与云的搏腾。在网络文化变迁进程中，烈火燃尽凡浮炼就金丹，闪电撕碎美梦平添焦躁，英才鬼才蠢才毒才黄才成双结对勾搭勾连，富商富翁富豪负豪负翁负商比肩而立顷刻颠倒。网络文化空间浩荡无涯，时而晴风丽日，时而阴霾蔽日，时而风平浪静，时而浊浪滔天。天使魔鬼出入如鲫，谱写着远古现在未来的传奇传说与畅想，创作出缥缈玄幻波诡云谲，素描着鬼魅妖魑兴风作浪无恶不作。

网络文化是百花竞放风姿妩媚的伊甸园，这里是荆棘丛生阴瘴潜暗的丢魂谷。这里有欢乐欢歌欢跳欢悦，这里有苦难苦情苦境苦冤。这里有想不到的奇人奇事奇状奇貌，这里有说不尽道不完的蒙太奇星级大腾挪。这里有远古穿越现实写照未来迷离，在吐槽跟帖围观点评论中尽情宣泄，张扬着个性，抒发着情怀，畅想着浩渺无垠的宇宙空间。网络亲民网络垂民一改政府官员高高在上不可一世的沉疴旧病，瞬间拉近了高官高管与黎民百姓的距离，在赛博空间共商国是；电子商务令“世界是平的”的全球网民共享商业信息，世界各国的顶级奢侈品通过键盘鼠标流向城市乡村，穷乡僻壤的农家乐土特产在农家妹农家哥农家大叔农家大妈的网络直播中，洋溢着乡土气息，一日之内一夜之间端上了闹市餐桌；网络交际打破了国家城市地域边缘，男女老少农夫市民上演着一幕幕异想天开媚态百出的人间喜剧，黄皮肤白皮肤黑皮肤颠倒白天黑夜尽情交流，汉语俄语英语法语西班牙语夹杂着网络表情包平添着各种前所未有的交际乐趣和意外收获。

网络文化“负生态”不可忽视，每一G时代都有伴随而来的负面因素黑恶势力，且花样翻新鬼蜮横行，真乃“道高一尺，魔高一丈”。近年来，网络色情比过去更为隐蔽，与网络游戏结合后，导致更多的网络沉迷，网络恶搞、网络暴力的形式层出不穷，搅得网络世界与现实世界不堪重负。网络谣言真伪难辨，网络侵权时有发生，网络欺诈席卷整个地球。全球化的“网络低俗内容”，是互网络中各式各样不符合法律法规和有悖于传统文化和社会伦理道德规范的内容，给全人类全社会尤其是年轻一代带来诸多负面影响，危及世界观、人生观、价值取向和社会稳定。网络血腥暴力、网络凶杀等文字图片和音视频等“网络暴力”内容，以及由此被青少年模仿引发的暴力斗殴凶杀等案件，引发了人们对“网络黑势力”的惊悚恐惧；具有歪曲篡改、污辱污蔑性的文字、图片、音视频、动漫等恶意谩骂英雄人物经典名著、侮辱诽谤普通民众等形似“网络恶搞”的信息，将不明真相的吃瓜网民误入歧途继而成为下一个围观者起哄者模仿者跟进者；颠覆传统文化精髓，违背正确婚恋观和家庭伦理道德，宣扬婚外情、一夜情、换妻等信息，直接或隐晦表现人体性部位、性行为、非法的性用品广告和性病治疗广告以及散布色情交易、不正当交友等信息，组织出浩浩荡荡的“网络黄军”“网络水军”，诱发青少年茶饭不思精神恍惚，干扰青少年正常学习生活。各种形式的私密博客、走光、偷拍、露点以及利用网络恶意传播他人隐私的信息等“网络泄密”内容，以出名成星成仙为目标的跳楼直播、吸毒直播、飙车直播、炫富直播、脱卖直播以及毒蛇猛兽共体直播等等新型网络现象，叫人眼花缭乱晕眩迷离。

本文试图透过不同G时期不同G阶段中国网络文化发展状态，冷静观察互网络文化繁荣昌盛万紫千红，冷静思考互网络文化风云变幻气象万千，以激情主义浪漫主义现实主义杂糅并用，歌颂互网络文化的美丽豪情，抒怀网络空间的无尽遐想，嘲讽不择手段不讲良心道德的网络痴迷网络炒作网络恶搞网络歪曲等鲜廉寡耻，鞭笞超离法规无视国情民意的网络垃圾网络谣言网络暴力网络色情网络欺诈等下作三烂，平视混杂难辨真伪难分好坏一体的网络搜索网络黑客网络游戏，理论价值与实践意义尽在其中。