

<<网众传播>>

图书基本信息

书名：<<网众传播>>

13位ISBN编号：9787302252320

10位ISBN编号：7302252327

出版时间：2011-6

出版时间：清华大学出版社

作者：何威

页数：299

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<网众传播>>

### 内容概要

《网众传播一种关于数字媒体、网络化用户和中国社会的新范式》提出“网众”与“网众传播”的概念并围绕它们展开系列探讨，包括网众传播的语境、行为主体、媒介，以及其中的信息流动、群体行为和权力博弈。

通过对近年来一系列典型案例的分析，本书意在考察新媒介生态环境中的媒介(数字媒体)、人(网络化用户)与社会(中国社会)三者间充满张力的互动关系，以求更好地理解我们身处的这个冲突与机遇并存的世界。

## <<网众传播>>

### 作者简介

何威

北京师范大学艺术与传媒学院数字媒体系教师，清华大学新闻与传播学院博士。  
读博期间由国家公派赴英国威斯敏斯特大学传媒研究所访学16个月。

一个活跃的网络化用户。

也是媒介与传播研究者。

观察者和实践者，近期研究兴趣包括数字媒体、”互联网、文化创意产业等领域。

## &lt;&lt;网众传播&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 导论：网众传播的崛起
  - 第一节 为什么研究网众传播
    - 一、传播与媒介研究面临的机遇与挑战
    - 二、跨越“起飞点”
    - 三、大众传播网络化
    - 四、媒体系统大变局
    - 五、“网络传播”概念的不足
    - 六、研究问题
  - 第二节 关键概念
    - 一、关于人群的种种想象
    - 二、网络化用户：人群的“主体性”与“网络化”
    - 三、网众
    - 四、网众传播
  - 第三节 理论取向与方法
    - 一、结构中的主体
    - 二、“社会史”范式与“媒介去中心化”
    - 三、实证与阐释
    - 四、研究方法
  - 第四节 相关研究简述
    - 一、网络社会与社会网络
    - 二、互联网与web2.0
    - 三、受众研究
  - 第五节 本书基本框架
- 第二章 网众传播的语境
  - 第一节 社会变迁与媒介图景
    - 一、大众社会
    - 二、网络社会
    - 三、媒介图景
  - 第二节 21世纪中国的ict
    - 一、何谓ict
    - 二、中国ict发展与现状
    - 三、中国与全球ict发展之比较
    - 四、中国政府发展ict的原因
  - 第三节 当代中国的网众与非网众
    - 一、网众的构成情况
    - 二、网众传播对非网众的意义
- 第三章 网众：网众传播的行为主体
  - 第一节 网络化：信息网络与社会网络的融合
  - 第二节 信息过滤机制：搜索引擎与协作过滤
    - 一、过滤机制之一：搜索引擎
    - 二、过滤机制之二：协作过滤
  - 第三节 赋权：网众的生产能力与行为
    - 一、受众与生产
    - 二、生产“内容”
    - 三、生产“渠道”

## &lt;&lt;网众传播&gt;&gt;

## 四、生产“社群”

## 第四节 约束：趋于真实的身份和越来越少的隐私

- 一、“超级全视监狱”
- 二、趋于真实和固定的身份
- 三、隐私新观念

## 第五节 走向群体智慧还是群体极化？

- 一、群体智慧
- 二、群体极化
- 三、更好还是更糟
- 四、反对决定论：网众的选择

## 第四章 社会性媒体：网众传播的工具和空间

## 第一节 社会性媒体的特征

- 一、所有者隐身幕后
- 二、人人均可参与
- 三、形成社会网络
- 四、用户创造内容
- 五、化内容为源流
- 六、不同社会性媒体之间网络化

## 第二节 社会性媒体的种类

- 一、个人出版与个人广播
- 二、公共讨论与在线论坛
- 三、推特：微内容广播流
- 四、对等通信和群体沟通
- 五、内容共享和大众分类
- 六、社交网站
- 七、协作编撰和你问我答
- 八、虚拟世界

## 第三节 大众媒体与社会性媒体的实力对比及变化趋势

- 一、社会性媒体兴旺与大众媒体改造
- 二、以美国报业衰退为个案的探讨
- 三、中国的大众媒体与社会性媒体
- 四、未来将会怎样

## 第五章 信息流动：网众传播的特征与模式

## 第一节 被规制的网众传播

- 一、四种规制力量
- 二、中国网众受到的规制

## 第二节 《系统》在博客圈中的传播

- 一、关于《系统》
- 二、《系统》一文的“消失”
- 三、《系统》全文在博客圈中的扩散
- 四、关于《系统》的信息流动的分析

## 第三节 五个网众传播案例中的信息流动情况分析

- 一、《wip报告2009》
- 二、“最牛钉子户”
- 三、“华南虎照事件”
- 四、“艳照门”
- 五、“广元柑蛆事件”

## &lt;&lt;网众传播&gt;&gt;

- 第四节 网众传播中信息流动的特征
- 第五节 网众传播的模式
- 第六章 抵抗规制：网众传播的群体行为和文化
  - 第一节 作为社会性媒体的smthbbs
  - 第二节 2005年“高校bbs实名制事件”
  - 第三节 smth被整治的过程
  - 第四节 smth用户对规制的反应
    - 一、smth站内的在线反应
    - 二、smth站外的在线反应
    - 三、离线反应
  - 第五节 用户行为分析
    - 一、人际互动和信息流动
    - 二、用户的角色与权力
    - 三、抵抗性认同
    - 四、引用权威文本
  - 第六节 “实名制事件”结果
    - 一、规制未达目的
    - 二、抵抗难说胜利
  - 第七节 “实名制事件”的特殊性与普遍性
  - 第八节 网众的“文化抵抗”
    - 一、“很黄很暴力”：“对不起，这个世界很黄很暴力”
    - 二、“网络神兽”：“它们活泼又聪明，它们调皮又灵敏”
    - 三、“给名画穿衣服”：“将反低俗进行到底”
    - 四、“网瘾战争”：“岂能因声音微小而不呐喊”
  - 第九节 从“文化的抵抗”到“抵抗的文化”
- 第七章 权力博弈：网众传播与社会变迁
  - 第一节 对网众传播的再思考
    - 一、工具与场域
    - 二、权力的博弈
    - 三、权力博弈分析
  - 第二节 网众与大众媒体的权力博弈
  - 第三节 网众与政治力量的权力博弈
  - 第四节 网众与市场力量的权力博弈
  - 第五节 网众传播中的信息操纵
  - 第六节 网众传播与公民社会
- 结论
- 参考文献
- 后记

## &lt;&lt;网众传播&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：所谓的“五毛党”、“五美分党”或“网特”成为频频见诸媒体报道、偶有相关文件流出的“隐形组织”受雇于人，以匿名身份发表某种特定立场的观点，影响和控制舆论，为政治目的服务。

显然，指望这些冒充者实名出现、广交朋友、成为网众也是不大可能的。

在最近五六年间，中国才开始出现“网络评论员”这一引发争议的新名词。

在“网络评论员”中间，有一部分是以实名或较为固定的身份发表文章，例如在一些新闻网站、门户网站开设时评专栏；但更多的则是以身份模糊且经常更换的ID来发表观点。

这两种方式的差别，有些类似于网络营销中光明正大地亮出企业身份的营销，和雇佣“网络推手”冒充网民炒作的营销的差别。

“网评员”作为一种互联网规制和舆论管理的方式，政府期望它能在消除网络谣言、维护社会稳定、促进政府与民众彼此了解等方面发挥积极作用。

但冒充普通群众的“网评员”行为，却可能带来不少弊端。

首先，“网络评论员”作为一种以国家长治久安为目的的大规模政府行为，应该是光明磊落的，要符合政府信息公开的原则。

“网评员”个人既是代表政府说话，宣传执政党的方针政策，就应该亮出身份，实名发言。

隐匿身份的发帖，在网众传播的场域中，明显无益于增加发言的权威性和可信度，损害了传播效果；同时也不方便社会公众监督其工作绩效与报酬薪资是否相称，可能滋生腐败。

《中国青年报》就曾发表评论文章，呼吁“网络实名制就请政府带头并从政府网评员做起吧”。

## &lt;&lt;网众传播&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

本书是近年在信息传播技术与社会这一热门研究领域中出现的一部具有开拓意义的新锐力作。在“网络社会”这一基本理论框架下,何威博士高屋建瓴,富于创见地阐明了“网众传播”这一重要概念,并从多方面和多层次系统地分析了由“大众传播”和“网众传播”共同构成的我们这个时代的传播系统与传播格局,从而为当下传播研究提供了新的理论视野。

本书不但立意高远、思路清晰、论述严谨、资料丰富、行文流畅,并且在主体与结构、技术与社会的关系等问题的把握上游刃有余,体现了难得的辩证取向。

本书在传播研究概念化和理论创新方面的贡献非同一般。

——赵月枝(加拿大西门菲莎大学教授,全球传播政治经济学加拿大国家特聘教授)本书是一部有创见、高水平的新媒体著作,有关分析与论述不仅为国内学界提供了富有启发的思想,而且站在国际学术前沿贡献了中国学者的聪明才智。

作者在清华新闻与传播学院攻读硕士和博士期间,我有幸见证其成长历程,又在第一时间读到这部心血之作,不禁为之感到快慰而欣然!

——李彬(清华大学新闻与传播学院教授)“网众”是何威提出的一个新的集群概念。

“网众”概念得自传播学研究,是从被动的“受众”,到主动的媒介“使用者”,再到积极的“网络化用户”,经逐步修正而得出的。

“网众”是社会性媒体的使用者,身兼网络信息接受者与网络内容生产者等多重身份,是创造网络新世界的积极群体。

“网众传播”研究是对网络社会新的传播群体和传播方式的概括和提炼。

《网众传播》一书立意深远,视野宏阔,对网众群体及其传播活动的历史背景、社会条件、传播生态和结构化特征做了全面的扫描与深入的分析,案例丰富,提供了许多发人深省的见解。

——郭镇之(清华大学新闻与传播学院教授)本书基于对互联网信息传播趋势的深刻了解,对这一趋势下催生的网众群体的形成原因、结构特征、演进形态进行了深入细致的观察与分析,在此基础上,对网众为主体的网络社会与现实社会之间的相互关联与影响进行了多角度、多层面的解析。

这是一项跨学科的研究,其意义不仅在于提供了认识网络信息传播特点及规律的新视角,而且为探索人类数字文明形态与现实文明形态之间的能量交换的特点及规律提供了新思考。

——高钢(中国人民大学新闻学院教授)新旧媒体的融合影响着权力和信息如何跨越社会、地理与技术而分发,何威提出“网众”概念,强调人与人的联结,为观察数字化网络时代公共文化如何变化展现了一个有趣的视角从某种程度上来说,有关web2.0与社会性媒体的传播内涵的探讨,重新激发了上个世纪90年代开始的有关网络的民主化内核的讨论。

何威有关网众博弈多元模式的分析,给这一讨论提供了一种更加丰富和更加精妙的叙述。

——胡泳(北京大学新闻与传播学院副教授)



<<网众传播>>

编辑推荐

《网众传播:一种关于数字媒体、网络化用户和中国社会的新范式》由清华大学出版社出版。

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>