

<<重新理解媒介>>

图书基本信息

书名：<<重新理解媒介>>

13位ISBN编号：9787508643915

10位ISBN编号：7508643917

出版时间：2014-3

出版时间：中信出版社

作者：陈世鸿 著

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>

<<重新理解媒介>>

内容概要

《重新理解媒介》清晰地描述了全新商业时代的人际关系和传播逻辑，揭示了新媒体高速更迭的背景下媒介的本质——媒介即是行动。

作者将计算机、传播学、人类学、心理学、逻辑学以及未来学等学科融会贯通，用理性和缜密的思维将隐藏在日常传播事件和社会现象下的人际关系和新商业模式抽象为可推演的数学模型，在个人生活、传播以及商业应用范畴内均有较强的实用价值。

在极速变化的新商业社会中，《重新理解媒介》将与传统企业与创新企业的产品推广、品牌打造、价值观传播甚至思维方式等方面产生很强的交互关系，是人类在信息社会中构建新话语体系和开启全新生活的重要思想武器，也是重建社交关系和群体秩序的生存指南。

<<重新理解媒介>>

作者简介

醒客（Thinker），本名陈世鸿（照片）
科技财经作家，资深互联网人。

曾任新浪网、中华网等门户媒体网站的高层管理职位。
在网络社区传播、视频多媒体、电子商务以及手机无线领域有着深厚的从业经验，是互联网领域重要的战略思考者。

<<重新理解媒介>>

书籍目录

推荐序1 传播的玩法变了 / XI

推荐序2 理解互联网，驾驭互联网 / XV

序言 媒体之死 / XVII

影响力的巅峰 / XVII

互联网变革 / XIX

沟通动力 / XXI

关于本书 / XXII

第0章 理解媒介 / 001

进入信息时代，媒介是现代社会的中心，传播影响着每一个人的生活。

20世纪60年代，《理解媒介》一书深刻揭示主流媒介从报纸到电视的转变是20世纪中期最重大的社会变革。

读懂互联网，从理解媒介开始。

为什么是媒介 / 003

媒介是什么？

它有关真实、感觉、认知，决定我们对世界的认识。

困惑地球村 / 005

媒介技术的进步是否能把我们带回到鸡犬相闻的村落，地球村？

与媒介对话 / 009

媒介不是冰冷的静态工具，它活跃在人与环境之间。

媒介即行动 / 011

媒介不仅改善了人与人的交流，还改变了人的行为方式，并最终改变社会关系。

以人为本 / 014

媒介不仅是自然科学，还是社会科学，离不开以人为本的视角。

/ 014

第一章 媒介与信息 / 019

为什么信息无论多丰富，都无法让人感觉是在现场？

为什么媒介无论多先进，都不能传递真实？

但为什么信息化又能够重新构造一个奇妙梦幻的数字感官新世醒客（Thinker），本名陈世鸿（照片）

科技财经作家，资深互联网人。

曾任新浪网、中华网等门户媒体网站的高层管理职位。

在网络社区传播、视频多媒体、电子商务以及手机无线领域有着深厚的从业经验，是互联网领域重要的战略思考者。

界？

<<重新理解媒介>>

认识媒介 / 021

媒介的进步是为了实现更便捷、更有效的联系，但所有技术进步也都有可能被滥用，信息的大门刚刚打开而泡沫化就大行其道，常常是因为我们对媒介机制缺乏正确的认知。

自然媒介：实现感觉 / 022

人造媒介：模拟物体 / 024

媒介：认知的指代 / 026

突破空间与时间限制 / 028

从机械到电力 / 029

解读信息 / 033

一份报纸、一封邮件、一则新闻，从报纸、电视到网络，信息到底有什么不同？

信息总以最简单可靠的方式，减少人与人之间的认知分歧。

信息：事物的投影 / 034

拷贝：物体不再唯一 / 038

符号：实现记录与复制 / 039

数字化：减少标志分歧 / 041

信息使用的范围 / 044

媒介的沿革 / 047

从简陋的石子儿到复杂的互联网，媒介一直在发展进化。

原始媒介：结绳记事 / 047

手工媒介：龟甲竹绢纸 / 048

印刷术：复制更容易 / 050

广播电视：重回视听感受 / 051

互联网：综合性媒介 / 053

媒介的目的：追求真实感 / 055

网络空间 / 058

媒介的进化是人类利用空间方式的进化，人们把网络看成是一种新的生活空间，这种空间与我们熟悉的物理空间全然不同。

从空间使用的角度

来认识，网络不是联系的工具，而是构成生活的环境。

媒介场景：实现信息传输 / 059

时空解耦：面、线到点 / 062

第六感：创作 / 065

机械化到信息化 / 068

网络空间：离散型空间 / 071

组织：从农庄到电话本 / 074

回顾与解读 / 077

第二章 互动传播 / 079

如果将信息传给世界上的每个人，就是流行了吗？

如果每个人都能把消息传给我们，就方便了吗？

<<重新理解媒介>>

传播的终极是否就是缔造影响力？

话说传播 / 081

媒介的变革决定了传播形式的变化，从原始的部落广场到现代化的网络聊天，每一种技术变革都改变了我们生活方式，传播形态有着清晰的进化路径。

沟通：鸟语人言 / 082

交流：部落广场 / 084

广播：扬声器、电台、杂志 / 086

释放传播的自由度 / 088

互动：超越语言与图像 / 091

传播的目的：寻找现场感 / 093

传播的实现 / 096

传播是怎么实现的？

又需要什么条件？

传播不只是定性的，而且可以定量化，掌握传播模型能够系统地解释、预测各类传播现象。

传统的组织是有

边界的，弱联系冲破了组织的固定边界，传播进入弱组织的不确定性时代。

经典模型：媒体系统 / 096

复杂传播场景 / 099

网络的信息传输 / 101

弱联系：独占到共享 / 103

弱组织：打破固定边界 / 105

互动模型：信息化系统 / 109

多度传播形式 / 112

报纸、电视台通常只能进行一次传播，传播的影响力取决于传播中心的力量，互联网冲破了固定的边界，传播在人群中多次进行——多度传播，传播影响力取决于人们的行为方式。

常见多度组织 / 112

传播参数的说明 / 116

扩张模型：信息的效率 / 124

处理模型：信息的完整性 / 128

指代模型：信息的可靠性 / 130

弱组织的设计 / 134

人际传播 / 137

当传播能够在人与人之间多次进行，决定传播的不再是传统的空间结构，而是人与人之间的关系，互联网传播更多地依靠人际关系实现。

什么代替

了传统空间中的结构，是关系。

互联网通过关系实现传播的。

六度熟人网络 / 138

<<重新理解媒介>>

目社交传播：信用驱动/ 140

大众传播：内容驱动/ 142

流行：破窗效应、蝴蝶效应/ 144

传播的精确计算/ 148

回顾与解读 / 153

第三章 社会化实体 / 155

越来越多样化的联系方式是否让人与人之间变得更加紧密？

高度发达的信息是否正在增强全球一体化？

大众社会是走向单一还是多元？

新媒体 / 157

互联网时代的媒体是什么？

媒体还能成为社会影响力的中心吗？

当报纸

杂志不断衰落，当广播日渐成为只在汽车中才适用的小众媒体，当电视的影响力衰减，媒体的未来在哪里？

互联网提供了全民发表意见的技术基础，改变了受众与媒体的关系，这是媒体变革的最重要的力量，大众不再只是媒体信息的接受者，而成为媒体生态的建设者。

大众如何登上媒体的舞台？

新媒体还是不是媒体？

新鲜事，影响力/ 158

公众参与：开放演播厅/ 159

媒体不只是公共传播/ 162

媒体：公共传播“看门人” / 164

众媒体：多中心生态/ 166

号召力：影响的极限/ 170

媒体环境构建/ 172

社会关系进化 / 174

从农业社会、工业社会到信息社会，媒介的技术更新决定性地影响了社会关系的进化，从农业“面社会”、工业“线社会”到在以个人为中心

的血缘：稳定的村庄/ 174

陌生的邻居/ 176

面空间到线空间：轮子与路/ 178

契约：工业流程化/ 180

点空间：断裂的合作链条/ 183

信任：熟悉的陌生人/ 185

社会关系：血缘、契约与信任/ 187

社会化生产 / 190

工业社会实行社会化大生产，规模是社会重要的效益手段，信息化之后，社会化生产是否还持续规模化之路，没有固定关系的人之间如何形成社会化生产的关系？

<<重新理解媒介>>

不仅仅新闻类媒体依赖媒介，传统的经济、社会类实体也需要依赖媒介。

固定合作：座钟机制/ 191

社会合作：大众媒介化/ 195

外包、众包：突破企业边界/ 197

信息社会生产：创意取代拷贝/ 200

消费者生产：生产与消费融合/ 202

社会人：固定组织的瓦解/ 205

需求：财富的决定者/ 208

大众行为 / 212

群情激昂的互联网上，大众行为将如何展现，谣言能自洁吗？

民主是否

更加有效？

这一切背后，公共常识才是规范大众行为的基础。

大众行为的有效性在于两点：信息的完整性、组织的完整性。

完整性破

坏产生谣言，完整性实现的时间决定效率。

个体力量爆发/ 213

表达完整性：谣言自洁机制/ 214

参与完整性：民主表达实现/ 217

公共常识：统一认知标准/ 220

行为的目的：实现一体化/ 223

回顾与解读 / 227

第四章 虚拟空间 / 229

极致的媒介是透明的？

极致的结构是虚无的？

我们是感到自由还是感到更加孤独？

平行世界 / 231

一些物理学分支有关于平行世界的理论，所谓平行世界，意味着有许多个雷同但又不同的世界存在，物理学中的平行世界还没有得到实验的有效验证。

不过，互联网“鬼影”却是一个不折不扣的平行世界。

智能指代：生活在影子世界/ 231

代理：从教练模式到保姆模式/ 234

串在时间轴上的信息影子/ 236

时间管理：计划、响应、记录/ 238

智能处理与可预测性/ 240

串行化：结构退化成联系/ 242

联系型组织 / 247

日常熟悉的组织，是通过物理的空间结构实现的，信息的世界里，没有

<<重新理解媒介>>

了空间维度，所有的组织都是通过关系实现的。

信息化下，整个世界都

能够用信息来描述。

信息自身是通过什么方式组织起来的呢？

零维的影

子下的信息社会又具有什么样的组织形式？

信息：意义或联系/ 247

图谱：实现意义之间的联系/ 250

中心力：维持大规模组织/ 252

组织演化：多元力量博弈/ 255

群体的秩序 / 258

所有的存在都不是静止的存在，所有的运动都是组织的运动。

个体在运

动中表现出来的组织存在叫做秩序。

互动产生秩序/ 258

自组织：中心力的多度进化/ 260 基因：组织决定行为/ 262

存在：运动决定实体/ 265

体验真实 / 268

只有能感觉到的存在才是真实的存在。

媒介感觉：连接人与网络/ 269

组织的目的：体验存在感/ 270

真实：对媒介的习惯/ 271

智能代理：像人一样/ 273

现实虚拟：感觉与现实/ 276

回顾与解读 / 280

来自各界的推荐 / 281

后记 大众的新秩序 / 289

媒介知识谱系 / 293

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>