第一图书网, tushu007.com

<<微博空间的生产实践>>

图书基本信息

书名：<<微博空间的生产实践>>

13位ISBN编号：9787516125137

10位ISBN编号：751612513X

出版时间：2013-4

出版时间：夏雨禾 中国社会科学出版社 (2013-04出版)

作者：夏雨禾

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

<<微博空间的生产实践>>

内容概要

《微博空间的生产实践:理论建构与实证研究》由夏雨禾所著，“ 揭秘 ”微博空间生产的运作逻辑，探明参与空间生产要素的构成及其耦合机制，不仅是了解和把握微博空间影响力生成的重要前提，对于准确评估和预判空间影响力的作用、方向和实际效果，也具有重要的参照意义和价值。
《微博空间的生产实践:理论建构与实证研究》的研究，除了完成相关学术命题的理论建构之外，还将通过实证研究的方法，对微博空间生产的要素构成、要素间耦合机制以及空间效果生成、作用及现实影响力等一系列命题展开深入剖析，以凸显重大现实问题研究的学术价值。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

夏雨禾，男，1972年10月出生，现为温州大学人文学院副教授。
2007年毕业于南京大学社会学系，获法学博士学位。
2007年至2009年在复旦大学新闻学院博士后流动站从事研究工作。
至今已在《新闻与传播研究》、《文艺研究》等学术期刊发表论文多篇，出版的专著有《改革开放以来“三农”议程设置研究》等。
目前主持在研的项目有“突发事件和微博舆论关系研究”（国家社科基金项目）、“突发事件中的微博舆论研究”（教育部人文社科项目）等。

<<微博空间的生产实践>>

书籍目录

第1章 绪论 1.1 题解及主要研究内容 1.2 研究的理论意义和现实价值 1.2.1 理论意义 1.2.2 现实价值 1.3 研究的方法论和主要研究方法 1.3.1 方法论问题 1.3.2 主要研究方法 第2章 微博空间研究的理论基础和诠释框架 2.1 微博研究的多维视角 2.1.1 基础研究 2.1.2 传播形态研究 2.1.3 功能研究 2.2 空间学说的思想谱系 2.2.1 空间学说的源起与客观的空间 2.2.2 主观空间与空间的意义呈现 2.2.3 当代社会思潮的“空间转向” 2.3 微博空间研究的分析模型与诠释框架 2.3.1 微博空间研究的分析模型 2.3.2 微博空间研究的诠释框架 第3章 作为“总体性关系系统”的微博空间 3.1 中西方微博的“成长简史” 3.1.1 Twitter的辉煌与困境 3.1.2“国产”微博的启蒙与崛起 3.2 微博空间技术系统的发展模式 3.2.1 微博应用开放平台的总体布局 3.2.2 应用开放平台的模块构成及其关系“意蕴” 3.3 新浪微博的个案解读 3.3.1 网站布局和新浪微博的总体景观 3.3.2 主体裂变与微博的身份区分机制 3.3.3 基础功能与微博主体的“行动工具” 第4章 实证研究的相关说明和技术路径 4.1 实证研究的相关说明 4.1.1 实证研究的主要内容和分析策略 4.1.2 研究对象解读及实证研究的操作方式 4.2 实证研究的技术路径 4.2.1 抽样依据及样本总体 4.2.2 实证研究的分析指标体系 第5章“微博行动”的结构形态与模式特征 5.1“微博行动”的活跃指数 5.1.1 微博空间总体活跃程度的周期性变化 5.1.2 主体间“微博行动”活跃程度的差异性 5.2“微博行动”的心理图式 5.2.1 主体“微博行动”的总体心理结构 5.2.2 主体间微博使用心理的结构性差异 5.3“微博行动”与外部资源的调用 5.3.1 主体消息发布行为的构成形态 5.3.2 主体消息发布行为的差异性特征 5.3.3 主体信息网络的建构方式 5.3.4 主体“微博行动”的情境变量 5.4 微博互动的结构与模式特征 5.4.1 主体间多样化的互动结构 5.4.2 微博互动的情境定义及模式特征 第6章 微博空间生产效果的形成机制和主要表现形态 6.1 微博空间生产效果的总体分布形态 6.2 微博空间生产效果形成机制的分析模型 6.2.1 主体相关变量与空间生产效果 6.2.2 技术相关变量与空间生产效果 6.2.3 情境相关变量与空间生产效果 6.3 微博空间生产效果的主要表现形态及其效果评价 6.3.1“微营销” 6.3.2“微政务” 6.3.3“微舆论” 6.3.4“微公益” 第7章 迈向反思性的实践空间 7.1 微博空间生产的支配逻辑和实践形态 7.1.1 微博空间生产的支配逻辑 7.1.2 微博空间实践系统的层次和形态 7.2 微博空间生产实践的社会文化动因 7.2.1 微博空间的社会化生产方式 7.2.2 自由的“意义生产” 7.2.3 空间实践中的整合与对抗 7.3 微博空间发展面临的主要困境及研究的目标愿景 7.3.1 微博空间发展面临的主要困境 7.3.2 微博空间研究的愿景展望 参考文献 后记

章节摘录

版权页： 插图： ②心理变量。
即描述主体心理动机的各种变量。
较之行为变量，主体“微博行动”的心理行为相对难以把握。
不过，从主体发布的消息中，仍然可以发现一些蛛丝马迹。
比如，有的主体倾向于与他人分享信息和观点，而有的主体则偏重于将微博作为表露内心情绪的空间，还有的主体则喜欢对他人发布的信息“评头论足”，等等。
总体来看，在心理变量与行为变量之间，有着密切的内在联系。
对微博主体心理变量的考察，可以通过主体发布的消息来辨析。
相应的，对心理变量与建构性力量之间相关性问题的考察，也是实证研究的题中应有之义。
③中介变量。
主体的“微博行动”除与主体自身的行为和心理密切相关之外，还与主体运用微博空间提供的各种“资源”展开行动的能力密切相关。
这些所谓的“资源”，指的是主体自身之外、有可能参与主体“微博行动”的各种变量。
在本书的实证研究中，这些变量被统称为中介变量。
有某些情况下，中介变量所发挥的作用有可能比主体的行为和心理更为重要。
比如，同一类型的主体，他们的身份地位相同，微博使用动机和行为方式也大致相当。
但是，有的主体在人脉经营方面硕果累累，而有的主体却是收效甚微。
造成这种差别的重要原因之一，就在于有的主体善于运用各种中介变量，而有些主体不善于运用各种中介变量。
总的来说，按来源的不同，中介变量可以被区分为主体性中介变量、技术性中介变量和社会性中介变量。
其中，主体性中介变量指的是来自于行动主体之外而又属于主体系统的变量，主要是指参与主体“微博行动”的其他行动主体的社会属性特征。
如前分析所述，微博技术系统的基础功能使主体间的“联合行动”成为可能，从这个角度来看，主体间的资源共享或“协同作战”，就有可能大大提升个体“微博行动”的效应。
比如，在2010年9月的“宜黄拆迁案”中，《凤凰周刊》记者邓飞在新浪微博直播南昌昌北机场的“女厕攻防战”并迅速引起全社会的实时关注，这与众多名人微博的“协同作战”密不可分。
就此而言，对参与主体“微博行动”的其他行动主体的社会属性特征进行分析就显得十分必要。
主体“微博行动”能量的获取，很有可能与来自于技术系统的各种变量密切相关。
比如，借助技术系统的“关注”功能，微博主体可以拓展自身的信息来源渠道，关注对象越多，主体的“环境感知”能力越强，其“微博行动”的有效性程度也有可能越高；此外，有的主体在不同情境下会巧妙运用技术系统所提供的转发、评论，以及图文、链接等功能，以此来达到“吸引眼球”的目的，“微博行动”的有效性程度自然也就有可能得到提升。
由此可见，对来自于技术系统的技术性中介变量的分析，同样也是考察主体“微博行动”的重要内容。

<<微博空间的生产实践>>

编辑推荐

《微博空间的生产实践:理论建构与实证研究》研究的创新性特色还体现在以理论建构为导向来展开实证研究，即实证研究的最终目标，是对微博空间生产的支配性逻辑和实践形态的规律性特征进行理论提升，并尝试建构具有跨学科视角的微博研究理论框架。

第一图书网, tushu007.com

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