

<<微博的碎片化传播>>

图书基本信息

书名：<<微博的碎片化传播>>

13位ISBN编号：9787545422221

10位ISBN编号：7545422228

出版时间：2013-5

出版时间：朱海松 广东经济出版社,广东省出版集团 (2013-05出版)

作者：朱海松

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>

<<微博的碎片化传播>>

前言

记得多年前，在北京知名的马兰拉面馆吃拉面时，由于人多，所以我就一边排队等候一边计算拉一碗面所需要的时间，结果是，大概13秒一碗面！速度快得惊人，给我留下了深刻的印象。

在我家楼下有一家兰州拉面馆，是一位年轻人主理的，我中午经常去那里吃面，时间久了，我们就认识了，我曾向他请教拉面的窍门。

拉面是一个熟能生巧的工作，拉面的过程是如此神奇和令人着迷，一团面为什么能拉出细细的面条来一定有其深不可测的原因！是否具有“斐波纳契”的效应呢？为此我还专门请教过数学专业的朋友，他告诉我拉面的动力学系统是极其复杂的，在此呼吁有兴趣的朋友研究一下拉面的数学模型。

2011年11月，我应邀为广州市政府培训中心的政府各级部门公务员作“中国政务微博现状及微博传播原理”的网络新媒体创新应用讲座，一连作了三场，反响热烈。

在讲座开始之前，有学员在微博上与我互动，提到大家对微博都非常熟悉，为什么还要听这个讲座？实际上到目前为止，许多朋友对微博都是极其熟悉的，应用起来也得心应手，但是在我看来，绝大部分仍是知其然不知其所以然的。

微博传播原理的内容本身对实操没有即时的作用，只是通过微博这个当下普遍的网络形式进一步理解网络的传播规律。

不过正是通过这个讲座，让我萌发了运用网络科学的复杂网络理论和混沌分形理论详细解读微博传播特点的想法。

2011年，时任广东省委书记汪洋在一次与网友互动中，被问到使用苹果产品iPad的感受时回答说：“实际上它可以有效地利用我碎片化的时间，很多碎片化的时间我可以利用，可以随时拿出来使用。”

这一回答被许多主流报纸引用，其对“碎片化时间”的运用很有代表性。

当人们可以利用自己的碎片化时间接收信息时，说明信息也以碎片化的形式被传播，信息的碎片化是媒介的破碎化结果。

“碎片化”是对当前中国社会传播语境的一个形象描述，它是网络时代最明显的传播特征。

美国著名未来学家阿尔温·托夫勒指出，这是一个碎片化的时代，信息碎片化、受众碎片化、媒体碎片化。

在中国，微博这种网络传播形式把信息的碎片化传播演绎到了淋漓尽致的地步，有专业人士把微博传播的基本特点归纳为“短、平、快、碎、即、开”，解释为：简短的语言、平等式交流、裂变式传播、碎片式呈现、即时性发布与搜索、开放式群聊，这些特点使网络上真正形成了微博的碎片化信息洪流。

“微博”被称为“一句话博客”或“手机博客”，微博的“只言片语”使网络信息以“碎片化”的形式传播。

微博源自美国Twitter，Twitter是即时信息的一个变种，译为：喋喋不休、噼噼喳喳地讲。

传播媒体普及到5000万人，电视用了13年，互联网用了4年，而微博只用了14个月。

在中国，微博最重要的功能就是为公众提供一个展示自我的平台，让每个人都可以利用“碎片化”时间，随时随地自由地表达思想和观点，交流情感和信息，展现自己的聪明才智。

在著名门户网站新浪的微博中每个注册者都可以“关注”和“被关注”，只要你去“关注”，就形成以“你”为中心的一个小圈子，只要你“被关注”，“你”就成为其他圈子里的一员，由于“你”被关注，“你”的圈子也与其他圈子以“弱关系”建立起一个“小世界”传播系统，微博的应用体验是名副其实的自媒体。

中国著名电影导演冯小刚称自己的微博为“自己的报纸”：“在那上面说话很放心，既不会被断章取义，语言也不会被嫁接，它就是我的‘冯通社’。”

所谓自媒体(me media)，是以网络上的微博、博客、播客、维客、论坛、即时通信等新媒体为载体的个人媒体的总称。

由于网络存在群集现象，只和自己所在的群集中的节点相连的节点，可能在自己的亚文化圈子里处于中心位置，网络中的意见领袖就是网络圈子中的中心节点。

美国《连线》杂志曾给以博客为代表的自媒体下的定义是：所有人对所有人的传播。

<<微博的碎片化传播>>

微博客既是现代信息技术高速发展的产物，也是大众文化和网络文化广泛流行的结果。

2010年被誉为中国微博元年，中国互联网由此步入微时代。

微时代的来临让每个网民都成为自媒体，每个人都可能成为消息的制造者和传播者：“人就是媒体”得到充分演绎，公众既是受众，也是媒介。

微博这种一句话式的微博客，是最有可能掀起网络传播风暴的初始条件，特别是在中国，与手机结合在一起之后，正在释放出巨大的传播威力。

我们正切身感受着网络新媒体带来的冲击，人们已经隐隐地感到一种重大的、由网络引发的改变正在酝酿之中。

由于对网络本身的特性还没有完全认识清楚，存在着一种面对网络的“焦虑”感，网络不同于以往的任何传播媒介，表面上纷乱复杂，对其的认知看似无从下手，以传统的思维方式看待网络只是一种权宜之计，对于网络的认识应重新以理性的、科学的眼光来审视。

所以本书重点探讨的是网络的基本构成和行为本质，并从与以往不同的“复杂”思维方式来看待网络，从分析网络的基本结构开始，阐述由此结构本身所带来的网络传播规律及其社会影响。

《微博的碎片化传播》从科学哲学的视角来解读微博传播的基本规律，通过解读复杂网络的幂律分布特征，深入探讨网络传播的混沌动力学特点；通过详细讨论微博信息传播路径的分形特征，从而更进一步地理解网络传播规律。

这种解读需要颠覆传统的跨界思维。

当技术进步不断地颠覆我们的生活方式时，我们的思维方法也必须改变。

这种颠覆是在传统理论之上的扬弃。

本书中的一个重要观点“冷媒介传递热信息，热媒介传递冷信息”是在传媒大师麦克卢汉“冷媒介和热媒介”基础上的一个延展，记得我在西安西北大学传播学院的一次讲座中提出这个观点时，许多传播学的学生对麦克卢汉的理论非常熟悉，当听到这类新观点时，有点无所适从。

我告诉他们，如果麦克卢汉活到现在，发现大家仍抱着他半个世纪前的理论不放，会非常失望的。

创新就是要敢于在前人的基础上打破常规，创新也是在人们熟视无睹的事物中发现新鲜特点。

在西北大学的演讲互动中，还有同学提出来为什么要用兰州拉面来解读网络传播，我告诉他们一些知名的组织管理学者是研究蚂蚁的，遗传学是从研究豌豆开始的，这样的例子非常多，使熟悉的事物看起来新鲜，使新鲜的事物看起来熟悉都是需要创新思维的。

本书通过分析中国兰州拉面的数学哲学原理，利用兰州拉面隐喻直观的网络传播模型，探讨网络传播的内在规律和传播本质。

在网络传播的研究中，本书并没有着重于网络传播的效果研究，而是侧重于网络传播的过程，如果要研究网络传播的过程，则必须要了解网络本身的基本性质。

未来将只有网络而没有媒介，将是网络定义媒介，而不是媒介定义网络！我们不仅要准确描述网络传播，更在于如何理解网络传播，并指出理解网络传播必须要用新的思维“范式”，理解网络传播的过程是从传统的线性思维“范式”向新的复杂思维“范式”转变的过程，是传播观念的革命。

本书通过回顾人类认识网络的三个里程碑，强调真实网络并不是人们想象的那样是随机的、平均的、公正的，而是拥有不同尺度之下、具有幂律分布及“小世界”特征的复杂网络，作者并没有把传统的传播理论延续到网络上，而是试图彻底改变理解网络传播的思考方法，通过考察网络传播的真实个案，以复杂思想、混沌思维及分形视角来理解新的网络传播环境。

本书的第一章“冷媒介传递热信息”，开宗明义地定义网络为典型的“冷媒介”，网络传播中的信息具有“冷”“热”转换的特点，强调网络就是信息，同时指出网络传播是时空一体化的表现；第二章“网络传播形式的演变：理解网络的三个里程碑”，从网络形成的物理性本质开始，探讨了人类认识网络本质的三个转折点，并以社会关系网络理论与网络传播实践相结合，探讨复杂网络具有“小世界”和“六度分离”的特征，通过社会关系理论在网络上的应用实践SNS，强调网络的社会化媒体属性；第三章“微博传播的复杂性及耗散特点”，指出复杂网络是耗散结构，具有复杂适应性的自组织特点；第四章“微博的复杂适应性传播”，网络传播的复杂适应性具有不可预测性、连通性、路径依赖、非集中控制性等特点；第五章“微博的碎片化传播过程是混沌的”，所有人对所有人的传播，则进一步在以网络的复杂适应性特点的基础上，探讨了网络传播具有“初始条件敏感”的“蝴蝶效应”

<<微博的碎片化传播>>

特征，指出在网络传播的混沌过程中是无序中的有序，偶然性与必然性的关系，同时强调网络传播是可控的、具有牵制控制的特点；第六章“微博传播的路径之美：分形的破碎时空”，指出了网络传播的过程是混沌的，是以对称破缺的方式向前推进的，而网络传播的路径则是分形的，分析了网络传播的路径依赖特点；第七章“网络传播的整体涌现性”，则指出网络传播的效果是以涌现性来体现的，具有整体大于部分之和的特征；第八章“社会化媒体营销蝴蝶效应模型：朱海松矩阵”，提出了微博是企业自媒体的初级阶段，企业自媒体的终极形态将是手机媒体为核心的万能终端，指出了互联网和移动互联网在应用实践过程中所具有的本质不同，移动互联网并不是互联网在手机上的简单的延伸，互联网和移动互联网在体验上本质的不同对商业模式和赢利模式建立的影响是非常重大的。本章还探讨了互联网的4I营销模型与无线互联网的4I营销模型的不同特点，并重点讨论了社会化媒体营销“蝴蝶效应”模型：蝴蝶矩阵。

商业思维所面临的实际问题是极其复杂的，虽然广告营销传播是从社会学的层面来考察的，但真实市场仍有其自然的内在规律，以互联网和移动互联网为代表的新媒体出现后，传统的思维方式已不能理解数字化时代的传播规律，信息爆炸，网络的破碎化，使传播环境更趋复杂，一些新的传播现象令人费解，人们在莫名其妙和目瞪口呆中眼看着周遭发生的事而不知其所以。

我意识到这其中的复杂性，也意识到其中的创造性是无法用传统知识和思维所能理解的。

新媒体的传播认识本身就是交织着多种门类学科的交叉认识，是多种知识的契合。

2012年4月，在北京召开了2012中国网络科学论坛，论坛的主题是“科学与艺术的和谐统一”。

香港城市大学祝建华博士在其“社会学和自然科学相互之间可以学习什么”的演讲中指出，复杂网络系统是把复杂问题简单化的手段，不同的学科之间应相互学习，摒弃门户之见，避免盲人摸象，交流与融合非常重要。

中国传媒大学沈浩教授提到了三大科学理论，突现(涌现)理论、混沌理论和复杂理论在社会网络研究中的交叉和应用。

以网络为代表的技术派与传统商业的融合交汇，使得不同的思维方法与思维模式产生碰撞，每个圈子里的人都有一套价值观和看问题的视角，不同跨界领域的知识传统存在巨大的交集，有一个融会贯通的过程，需要彼此包容和借鉴。

英国的哲学家、数学家怀特海说：学说之间的交锋是一个机会，而不是一场灾难。

2012中国网络科学论坛发起人之一、中国传媒大学电视与新闻传播学院的沈浩教授指出：“不同学科不是研究不同的问题，而是从不同角度研究同一问题。

”中国科学技术大学教授汪秉宏教授演讲时引用爱因斯坦的话说：“这个世界最不可理解的事情是，这个世界是可以理解的！”有一位哲人曾说过，太阳底下没有新鲜事！国内关于混沌分形和复杂理论介绍的图书越来越多，科学大师们的思想被系统地介绍了进来，我们所要做的是深入学习消化，融会贯通，并应用在实际的工作中。

本书首次把网络科学中的复杂理论和混沌分形的思想应用在网络传播的思考之中，如果用一句话来表达本书的中心思想，就是：“微博传播是复杂网络的传播，复杂网络传播结构是耗散自组织的，微博传播的过程是混沌的，微博的转发是通过对称破缺向前推进的，微博传播的路径是分形的，微博传播的效果是涌现的！”把这一观点阐述清楚非常不易，需要对一些前沿思想进行融会贯通的整合，这是思维的冒险。

我清楚地知道，这样的跨界思考还很粗略，只是开个头，是抛砖引玉，但是我坚信把网络传播的现象放在网络科学的复杂网络理论和混沌分形视角的框架下考察，方向是正确的！我记得美国物理学家罗杰·G.牛顿在他的《探求万物之理：混沌、夸克与拉普拉斯妖》一书中写道：“如果认为精确性非常高的陈述就必须是科学，而不那么精确的陈述一定不太科学，那就大错特错了。

”“对科学来说，粗略的预期估计与高度精确的实得结果具有同等重要的作用；原则上，它们一点也不会被削弱。

”他强调：“如果没有理论要领作为指导和解释，观察结果就将毫无意义。

”在构筑本书的框架结构过程中，我能深刻地理解罗杰·G.牛顿指出的许多时候“构成一门高度发展的科学之实验基础的理论，是充满想象地建立起来的”，“想象力、激情及思想在科学发展中所起的重要作用，一点也不亚于它们在人类其他任何创造性领域中的作用”。

<<微博的碎片化传播>>

跨界思考需要想象力。

本书中所讨论的内容，本质上是一种认识网络传播的方法论和世界观，是媒介哲学。虽然网络传播的定量化可以轻而易举地得到各种各样的数据，但是以何种思维和认识方法及信念来理解这些数据是首要的，这里首先是思维和信念问题，而不是技巧和形式问题。虽然我们可以对每一种存在的网络技术形式如微博、微信、微电影、博客、视频、搜索等进行深入的探讨和分析，但在网络传播中一定存在着在所有网络传播形式之下的基本传播性质，这就要尝试去理解网络的最根本属性，才能提炼出放之四海而皆准的网络传播原理，这种传播原理应凌驾于所有网络传播形式之上，不论网络技术发展到何种程度，复杂理论和混沌分形的科学哲学可以为网络传播的基础学理分析和研究范例提供一些基本的思想框架。

新媒体的发展深刻地影响着推动流行文化、商业文化和消费文化的传播业，传播领域发生的巨变不仅是结构上的，更将是思想上的。

马克思说：哲学家们只是用不同的方式解释世界，而问题在于改变世界。

在网络化社会，人们已经在适应着数字化的生存之道，历史的洪流滚滚向前，产业的变革山雨欲来，我们正处于产业革命发生的前夜，人们只有行动起来，顺应历史的大潮，不改变，将被改变，不创新，将被创新，拿出超越自我的勇气，敢于创新和改变，才是可持续发展的经营之道。

在网络的商业领域中，我们一直在谈社会化媒体营销，网络营销的效果也是人们关注的主题。对于网络传播的过程，由于极其复杂，并没有直接的商业用途，是被忽略的，问题是，如果真想了解网络传播的效果，就必须理解网络的真正性质，由表及里，这种技术带来的传播革命是不能忽视和回避的，更不能简单地用传统的知识来套在网络传播的应用上！所以，新的理论、新的思维、新的术语、新的名词，新的观念必然会在网络传播应用中出现！任何知识要变成直觉意识都必须有一个过程。一门新的科学形成的过程，就是不断尝试对其中心概念进行定义的过程。

科学的进步往往就是通过为尚未完全理解的现象发明新术语实现的，随着科学的逐渐成熟，现象逐渐被理解，这些术语也逐渐被提炼清晰。

已有的传播学是从传播的社会功能出发，以系统论、信息论、控制论为基础理论，以社会信息交流尤其是大众传播、人际传播为研究对象的一门交叉学科。

相信未来传播理论基础还要加上复杂理论、耗散理论、自组织理论及混沌分形理论等，这将使我们对传播的看法更全面。

正像在20世纪控制论对传播学的全面渗透和影响一样，在21世纪，以混沌分形为代表的复杂理论将会使传播学走上一个新的台阶，把混沌和分形思想应用在传播学中将会得出惊人的结论！法国伟大的数学家柯西说：“人必须确信，如果他是在给科学添加许多新的术语而让读者接着研究那摆在他们面前的奇妙难尽的东西，那么他就已经使科学获得了巨大的进展。

” 我们是否有勇气接受新的观念，是否敢于进行理论的创新，需要开阔的视野和海纳百川的气魄。我只是尝试地迈出了一小步。

“拥有未来的是不断学习的人，而非已经饱读诗书的人，他们漂亮的知识装备，只适用于一个已经不复存在的世界。

” 在此共勉。

<<微博的碎片化传播>>

内容概要

《微博的碎片化传播》是中国第一部全面揭秘微博传播原理和网络传播机制的理论专著。作为中国第一部利用网络科学的复杂理论和混沌分形思想解读以微博为代表的网络传播的开创性著作，本书通过分析中国兰州拉面的数学哲学原理，利用兰州拉面隐喻直观的网络传播模型，探讨网络传播的内在规律和传播本质。

作者朱海松以开阔的视野、深刻的洞察和敏锐的视角全景式地解读微博的碎片化传播过程及效果，指出未来将只有网络而没有媒介，将是网络定义媒介，而不是媒介定义网络！作者强调，不仅要准确描述网络传播，更在于如何理解网络传播，并指出理解网络传播必须要用新的思维“范式”。

理解网络传播的过程是从传统的线性思维“范式”向新的复杂思维“范式”转变的过程，是传播观念的革命。

本书通过回顾人类认识网络的三个里程碑，强调真实网络并不是人们想象的那样是随机的、平均的、公正的，而是拥有不同尺度之下、具有幂律分布及“小世界”特征的复杂网络。

本书通过网络中最具代表性的微博，全面阐述网络传播的本质规律和基本特点，并试图彻底改变理解网络传播的思考方法，通过考察微博的真实个案，以复杂思想、混沌思维及分形视角来理解新的碎片化网络传播环境。

在加拿大传播学者麦克卢汉关于“冷媒介”与“热媒介”观点的基础上，作者明确地指出网络媒体是典型的冷媒介，继而鲜明地提出冷媒介传递热信息，热媒介传递冷信息的全新观点，由此展开在网络传播过程中，冷热信息转换和传播的内在规律。

本书首次在传播学领域运用20世纪最重要的思想成果，混沌分形理论探讨网络传播的内在机制，指出网络传播是“复杂适应性系统”的真实体现，提出理解微博传播的新范式理论框架：“微博的传播结构在空间上呈幂律分布，微博的传播过程在时间上呈幂律式的爆发模式。

微博传播是复杂网络的传播，复杂网络传播结构是耗散自组织的，微博传播的过程是混沌的，是通过对称破缺向前推进的，微博传播的路径是分形的，微博传播的效果是涌现的！”

《微博的碎片化传播》通过复杂网络的中心节点理论和混沌的蝴蝶效应高度概括出社会化媒体网络营销的蝴蝶效应模型：蝴蝶矩阵，给出了分析各类网络营销和社会化媒体营销案例和策划的强大工具。

以全新的视角通过混沌分形理论的全新自然观和方法论，描述了在复杂网络的微博碎片化传播中，传播的有序与无序的统一，传播的决定性与随机性的统一，进而指出微博传播具有“初始条件敏感”、不确定性、不可预测性和复杂适应性等特点。

本书的出版将进一步提升社会各界对新媒体认知的理论素养，有力推动我国的新媒体理论建设。

<<微博的碎片化传播>>

作者简介

当代杰出的广告人，中国无线营销理论的开创者，手机媒体专家。

第五媒体、无线营销和无线广告应用学说创始人。

中国本土广告营销实践经验的总结者，长期致力于中国本土广告的实用理论创新与研究，创造性地把中国本土广告实践与国际4A广告的理论相结合，创作的国际4A广告丛书在行业内外产生了广泛的影响。其中经典著作《国际4A广告公司基本操作流程》、《国际4A广告公司品牌策划方法》出版当年即被评为“全国优秀畅销书”，成为中国广告营销人了解国际4A广告公司运作的一个窗口。

近年来，创作的第五媒体系列丛书更是划时代地为中国移动信息化行业应用创立了概念标准和基本应用思路。

其所提出的“朱海松模型”(4I模型)是移动营销理论的创新。

第五媒体丛书为中国移动信息化的行业应用普及作出了开创性的理论贡献。

现为中国营销协会专家，中国营销协会移动营销专业委员会特聘专家，广东商学院艺术学院客座教授。

主要作品：“国际4A广告公司”系列：《国际4A广告公司基本操作流程》《国际4A广告公司媒介策划基础》《国际4A广告公司媒介计划精要》(译)《国际4A广告公司品牌策划方法》。

“第五媒体”系列：《手机媒体——手机媒介化的商业应用思维与原理》《第五媒体——无线营销下的分众传媒与定向传播》《无线营销——第五媒体的互动适应性》《无线广告——第五媒体的手机广告形式与标准》等共20部专业畅销书。

<<微博的碎片化传播>>

书籍目录

序 微博自媒体时代的碎片化信息洪流前言 网络传播的“复杂”世界观引子 中国兰州拉面的数学哲学原理

第一章 冷媒介传递热信息一、媒介是特定的时间与空间的接触 1.冷媒介与热媒介 2.热媒介传递冷信息,冷媒介传递热信息 3.网络社会虚拟时空二、什么是信息 1.信息是确定性的概率:不确定性之间的差 2.冷信息是网络传播的最大概率状态 3.人就是媒体,信息就是生命 4.网络使“人类相遇的质量下降了”三、微博的碎片化传播 1.网络的破碎化是媒介形式的多样化 2.网络传播的个性化是微博碎片化的体现 3.网络恶搞:娱乐至死与寂寞的狂欢

第二章 网络传播形式的演变:理解网络的三个里程碑一、形成网络的节点和边 1.网络的度和度分布 2.网络群集系数 3.网络的蝴蝶结结构 4.网络介数二、规则网络:从“七桥问题”开始三、随机网络四、社会关系的网络表达 1.社会网络的“六度分离” 2.弱关系的强度五、小世界网络 1.爱多士数 2.从蠕虫到小世界网络 3.人是万物的尺度:自我网络(me netwrks)六、无标度网络模型 1.网络搜索 2.中心节点和神秘的长尾 3.微博粉丝规模的度分布 4.复杂网络的节点增长和择优链接 5.网络空间幂律分布的分形结构 6.齐普夫定律与敲键盘的猴子 7.网络稳健性 8.适应是一种坚强七、复杂网络:网络传播的认识开端

第三章 微博传播的复杂性及耗散特点一、网络传播的不确定性二、什么是复杂及其真正的意义 1.复杂是真实客观的 2.整体思维与还原思维 3.复杂网络:具有涌现和自组织行为的传播系统三、网络传播的耗散结构和自组织演化 1.什么是耗散结构 2.图灵:大道至简的数学表达 3.无组织的组织力量:自组织四、微博自组织传播的耗散结构特点 1.微博的自组织层级系统和超循环传播 2.耗散结构的系统必须是开放系统 3.微博的传播过程是远离平衡的 4.微博传播的不稳定性:自组织涨落和分叉 5.微博耗散结构的自组织突现

第四章 微博的复杂适应性传播一、微博传播的复杂性 1.网络的宏观传播与微观传播 2.微博传播的非线性与动态性 3.微博传播的开放互动性 4.微博传播结构的自相似性与互动效应 5.简单产生复杂:过程的简单并不意味着结果的简单二、微博的复杂性适应性机制 1.微博的蜂拥控制:从“萝卜哥”到“红薯哥” 2.注意力的聚集:关注就是力量,围观改变命运 3.微博的网络标识:跟帖与关键字 4.微博的实时信息流:人性的弱点是手机媒体的优点 5.微博传播的多样性和嵌套结构 6.网络谣言:信息流瀑现象和群体极化效应三、复杂网络传播系统的传播特点 1.微博传播的不可预测性 2.微博传播的连通、开放、互动性 3.微博传播有开始没有结束 4.网络传播的去权威化:“卧草泥马” 5.网络传播的不可分离性和遍历性 6.微博传播的奇异性 7.微博传播的不稳定性和不可计算性 8.微博传播的涌现性四、网络传播的“连锁失效”和牵制控制 1.网络的“连锁失效” 2.微博传播中“看不见的推手”:牵制控制 3.微博传播的控制原则:对自组织的组织管理

第五章 微博的碎片化传播过程是混沌的一、复杂中的混沌与混沌中的秩序 1.混沌的定义 2.古今中外的混沌认知 3.两套体系的博弈 4.庞加莱的预测:预测是不可能的二、网络传播的蝴蝶效应 1.蝴蝶效应的来历 2.兰州拉面与“面包师变换” 3.通往混沌的路径:倍周期分叉 4.三生乱象:周期3导致混沌 5.混沌是自然系统的内在特征:费根鲍姆常数 6.一个非常深刻的负面结论:预测在原则上是不可能的三、通往混沌的四条道路及其轨道 1.Fibonacci序列的出现是混沌产生与发展过程中的必由之路 2.混沌的轨道:奇怪吸引子 3.网络传播的五条路径四、微博传播的对称性破缺 1.“上帝粒子”:对称破缺造就了自然 2.初始条件敏感 3.微博的评论与转发:分叉节点 4.有开始就没有结束的微博传播五、网络传播的过程是混沌不是混乱 1.微博的传播状态:混沌的边缘 2.混沌的边缘是创造:波洛克的抽象艺术与中国狂草 3.网络传播的路径依赖 4.涌现形成 5.信息冷却

第六章 微博传播的路径之美:分形的破碎时空一、熟视无睹的自然形状 1.“神马都是浮云”是分形的 2.英国的海岸线有多长二、分形的数学渊源 1.病态函数 2.康托尘(Cantor dust) 3.上帝的指纹:对经典的挑战 4.信息的迭代与反馈:简单的迭代产生复杂三、理解分形 1.一沙一世界:对称破缺之美 2.“破镜不能重圆”原理 3.导演张艺谋实景艺术的混沌分形效应 4.寻找隐藏的维度四、分形的基本概念 1.分形是碎片化的数学定义 2.分形的维数:“量化了物体细节的瀑流”五、“上帝的指纹”:从杜蕾丝官方微博的路径图看微博的碎片化传播 1.微博传播的分形对称性:自相似性 2.微博传播的尺度无关性:标度不变性 3.微博传播的“长尾”结构:极限六、微博传播的路径之美:混沌分形时空图 1.微博传播的可视化路径图 2.科学与艺术的结晶:混沌分形图七、混沌与分形是同一事物的两个方面

第七章 网络传播的整体涌现性一、网络舆论:整体涌现性 1.网络舆论是自组织的涌现 2.网络传播的整体涌现性 3.网络传播的同步与历时涌现 4.“涌现”还是“突现”二、传统的传播效果理论 1.传播效果 2.传播效果的控制:“议程设置功能”假说

<<微博的碎片化传播>>

3.传播舆论的形成：“沉默的螺旋”假说三、网络传播中的“议程设置”与“沉默的螺旋”四、网络传播效果的整体涌现性：破碎的聚合 1.网络的复杂适应性必然导致涌现现象 2.网络传播的整体涌现性凌驾于网络间的部分互动传播 3.网络传播的涌现具有稳定性和不可预测性 4.网络传播的涌现与环境密切相关 5.网络传播的涌现性具有宏观的自主解释性 6.网络传播的涌现性本质上是创新性第八章 社会化媒体营销蝴蝶效应模型：蝴蝶矩阵一、社会化媒体营销蝴蝶效应模型：蝴蝶矩阵 1.复杂网络与中心节点 2.混沌分形与蝴蝶效应 3.复杂网络与混沌分形 4.混沌分形与复杂网络二、企业社会化与社会化企业 1.微博是企业自媒体发展的初级阶段 2.企业会员手机媒体化是企业自媒体的终极形式三、互联网与移动互联网的本质区别：即时性与个性化四、无线互联网与互联网的营销模型(4I模型) 1.从4P到4C到4R的营销组合 2.无线互联网的营销组合：“4I模型” 3.网络营销原理：“4I模型”第九章 《广东政务微博的发展思路与对策报告》目录后记 朱海松猜想”：微博碎片化传播的微分方程组参考文献

<<微博的碎片化传播>>

章节摘录

清华大学人文社会科学学院科技与社会研究所吴彤教授说：“如今，网络已经基本涵盖整个世界。人类就生活于其中。

人类的演化就是在给自己增加着的各种网络的演化。

人的存在方式就是技术的存在，人的‘此在’就是‘已在’的叠加、取代和更新，就是复杂网络未来存在到演化的展开。

人把自己生存的世界变成了网络，人也就成了网络动物；网络越有效、越发达，世界就越小，人的社会性就越得到强化。

”上海交大的汪小帆教授在研究美国twitter时得出结论，微博上“50%的信息来自0.05%的精英，媒体产生的一半信息是经由草根意见领袖扩散的，用户更愿意发帖而不是跟帖，信息高度同质化，名人喜欢关注名人，媒体喜欢关注媒体，微博上的媒体信息命短，视频和音乐等最长命”。

媒介是特定的时间与空间的接触，实质上也是指网络是特定的时间与空间的接触。

互联网带给我们的不仅仅是作为工具的技术，它们已经造成了人们新的生存方式、生活方式、思维方式和价值观。

素有“网络空间哲学家”之称美国人迈克尔·海姆在他的《从界面到网络空间——虚拟实在的形而上学》一书中指出：“我们的时代不是信仰和理性的时代，而是信息的时代。

柏拉图(Plato)告诫我们，疯狂具有二重性，既可神圣，也可愚蠢，既可鼓舞人心，也可破罐破摔。

”“计算机可以构成一个融入无数个人思想的世界性的网络。

”“信息是知识的单元，而知识本身仅有少许的意义。

信息预告假定一种有意义的境域，但却不传达或保证一种境域。

由于境域与信息是层皮的关系，所以信息才可以被人们按计算机的速度进行处理和操纵，存储和传送。

”传播与媒介有关，而未来只有网络没有媒介!传播就是网络传播。

传播大师麦克卢汉在《理解媒介》一书中提出：媒介就是信息。

“信息(information)”带有宏观的或抽象的意义。

而“讯息(message)”是指具体的可接触和把握的信息。

媒介就是信息，指的是网络与信息是共生而密切相关的，研究信息就是研究网络传播的起点。

麦克卢汉认为：任何媒介的内容都是另一种媒介。

一般人认为媒介仅仅是形式，仅是信息、知识、内容的载体，是空洞的、消极的、静态的。

麦克卢汉则认为媒介对信息、知识、内容有强烈的反作用，它是积极的、能动的，对信息有重大的影响，它决定信息的清晰度和结构方式，形式与内容是统一的，形式就是内容。

随着技术的进步，人们对媒介就是信息这一论断理解得越来越深，媒介不仅是平面的，还是立体的、空间的，媒介的时空是动态的、瞬息万变的。

现代传播媒介的瞬间传递属性，让这个世界看起来是非理性的。

人们在传播活动中，由于使用各种感官的方式与比重的变化。

从而改变了自己的性格，同时也就改变了环境。

因此，麦克卢汉对媒介就是信息进一步补充道：媒介是人的延伸。

实际上他认为，媒介都具有人的属性，都是人的反射和延伸。

媒介是特定的时间与空间的接触。

媒介与人的关系是相对独立的，反过来对于人的感知有强烈的影响，不同的媒介对不同的感官起作用。

他重申过去的断言：媒介能够把自己的预设强加到使用者身上。

简单地说，每一种新媒介都创造了自己的环境，这个环境对人的各种感知施加影响，这种影响是“完全的、无情的”。

一种新媒介不仅加入现存的环境，而且使现在的东西发生转变，无论这样的变化是多么不易察觉。

因为这种媒介不仅是一个个体，而且是这种个体的一切表现形式和它产生的旋风。

<<微博的碎片化传播>>

他重申，任何传播媒介都极大地改变了它传播的经验。

“人就是媒体”在微时代得到了空前的演绎。

微博使凡是有人的地方就有媒介成为可能，媒介变得有生命了，媒介不仅仅是人的延伸，还是充满个性、充满喜怒哀乐的、活生生的人！

4.网络使“人类相遇的质量下降了” 2012年5月，中国青年报社会调查中心通过题客调查网和民意中国网，对全国31个省(区、市)16491人进行的调查显示，83.2%的受访者坦言网络改变了自己和周边人的性格。

“上网强迫症”与“网络孤独症”成为青年两大最常见的症状。

受访者中，“90后”占14.5%，“80后”占52.6%，“70后”占24.2%。

2004年，一份美国报纸报道年轻人的生活方式时说：“他们说他们唯一的体育运动是在互联网上冲浪。

”这种说法并不是玩笑，许多人上网达到了废寝忘食的地步。

2009年5月，全球备受欢迎的搜索引擎巨头谷歌公司的掌门人CEO埃里克·施密特应邀在美国宾夕法尼亚大学毕业典礼上发言时向大约6000名毕业生发出强烈呼吁：大学毕业生要从虚拟世界里走出来，多与人类接触。

对大学毕业生而言，他们需要认识到什么是最重要的，要远离虚拟世界，关掉他们的计算机和手机，多与他们周围的人进行接触。

淡化个人的社会交往，对丰富多彩的现实生活失去感受力和参与感，变得越来越孤僻——有人把这种现象称为“网络孤独症”。

网络空间排挤物理空间。

“在当代社会中，孤独始终作为一大问题存在，我所说的是精神上的孤独，即便是大街上人满为患，个人也仍感到孤独。

”“互联网为人们提供了以惊人的个人接近方式聚在一起的论坛，没有地理、时区、显著的社会身份的物理限制。

”“不幸的是，技术一只手给予，而另一只手则常常索取。

”“技术愈来愈忽略人类直接的相互依存。

当我们的装置给了我们更大的个人自治的同时，它们也破坏了直接交往的亲切的关系网。

”“法律和道德将人的肉身认做是某种围墙似的东西，一种绝对的边界，我们的隐私由它建立和保护。

现在，互联网却将参与者的‘肉身在场’打上了括号，肉体的接触性既可省略也可模拟。

在一种意义下，这将我们从我们的物理身份强加的限制中解放出来。

我们在网上更加平等，因为我们或者可以忽略或者可以创造一个出现在网络空间的身体。

”“人类相遇的质量下降了”，“在虚拟社区中，你永远不需要与其他成员面对面地站在一起。

你用不着与另一个人谋面，就可以过你自己隔绝的日子。

互联网一开始或许会通过增加通信而解放社会，甚至煽动革命。

然而，它们还有另外一个阴暗面。

”“阴暗面隐藏在人与机器的不祥融合之中。

在网络上，虚拟的自我没有我们真身那种弱点和脆弱。

虚拟的自我永远也不能完全代表我们。

我们越是把虚拟人身体错当成自身，网络就越是把我们扭曲，以适应我们所用的替代物。

”“互联网提供了某种归属感”。

“网络空间上虚拟自我的生活使肉体感觉像牢狱，失去体面的堕落，坠入黑暗的、混乱不堪的现实。

” P11-13

<<微博的碎片化传播>>

后记

如果说《网络的破碎化传播》给出了一个理论框架，那么《微博的碎片化传播》则让这个理论框架更加丰满连贯和充实！《微博的碎片化传播》探究的是网络传播的基本原理和本质规律。

在实际的商业应用中，无论是微博营销还是网络营销都已火热地展开。

本书所探讨的内容并没有直接告诉人们如何增加粉丝、如何利用微博展开营销活动，这些实务性的技巧和方法已有大量的专业人士详细地介绍了。

网络在社会学的应用中，看似深不可测，有时甚至被视作洪水猛兽，这是由于旧的思维方法不能适应了，当前思维不能解决当前问题，因为当前问题就是当前思维的结果。

许多时候，“用旧的思维看待新的方法仍然是旧的，用新的思维看待旧的方法仍然是新的”。

微博的碎片化传播强调的是以“复杂”思维范式看待网络传播的现象。

对于网络所带来的变革，转变思维很重要，“想象比知识重要”激励我们要敢于创新，伟大的科学家牛顿有句名言：“没有大胆的猜想，便不可能有伟大的发现和发明。

”本书主要探讨的是思维方法而不是操作技巧。

就像中国人吃拉面一样，人们只会关心口味、用料、制作方法等实用技巧，而不会去关心拉面的数学哲学原理，因为这并不会让我们的口感有新的味道。

但如果知道了拉面的数学哲学原理，就可以增强我们对拉面的“洞察力”，吃出“刹那即是永恒”的境界。

根据本书中提出的思考框架，“微博的结构在空间上呈幂律分布，在时间上呈幂律的爆发模式。

微博传播是复杂网络的传播，复杂网络传播的结构是耗散自组织的，微博传播的过程是混沌的，微博的转发是对称破缺向前推进的，微博传播的路径是分形的，微博传播的效果是涌现的”，笔者猜测应有四大类微分方程组可以覆盖所有微博的碎片化传播类型。

如果说创新是一个民族的灵魂，那么数学就是创新的灵魂。

量化阐述微博的碎片化传播可能只需要若干数学公式，几页纸就能说明白的一篇论文。

我期待有高人能把中国兰州拉面的数学模型提炼出来，这也应与微博的碎片化传播密切相关。

本书中基本的思想“碎片”是笔者花费10年之心力“聚合”在一起的，没想到会通过微博这一形式承载“涌现”出来。

在本书的创作思考和学习过程中，面对不同的学科领域，虽然走走停停，但仿佛鸟瞰各路风景，每处风景都令人敬畏，由于学识有限，只能像一只笨拙的鸟低飞前行，浮光掠影地走马观花，然而就是这一瞥，也让我真切地感受到“风景这边独好”的魅力。

我坚信运用网络科学的复杂理论和混沌分形的思想解读微博的碎片化传播这一方向是正确的，本书期望通过网络科学解读微博的碎片化传播，同时也通过剖析微博传播原理普及网络科学的基本概念。

网络科学中的复杂理论为微博的碎片化传播提供了框架，网络科学中的混沌分形理论为微博传播原理提供了细节。

本书只是掀起了这一知识宝藏的一角，是抛砖引玉。

网络科学是前沿的交叉学科，涉及面既广又深，本书只谈到了一些“皮毛”，书中观点定有不足之处，欢迎拍砖。

最后，感谢我的父亲。

朱海松 2012年8月24日

<<微博的碎片化传播>>

媒体关注与评论

《微博的碎片化传播》是中国第一部利用网络科学的复杂理论和混沌分形思想解读网络传播的里程碑著作。

本书以微博这一当下最流行的传播形式为基础，首次从科学哲学的角度深刻地剖析了网络传播的内在规律和微博传播原理，详细描述了微博碎片化传播的“蝴蝶效应”与“路径依赖”的本质特征。

作者以开阔的视野、敏锐的洞察和独特的视角全景式地揭示了微博碎片化传播的过程及效果。

内容横跨新闻传播、网络新媒体、网络科学等领域，具有很高的学术价值和市场价值。

《微博的碎片化传播》既是对社会化网络新媒体的大胆探索，也拓展了一个崭新的新媒体研究方向。

本书的出版，将对我国社会化网络新媒体的发展和以微博为代表的网络传播认知有一个巨大的推动作用，对当今社会各界如何利用微博开展社会文化和经济生活，以及提升社会化网络新媒体素养有重要的启蒙和理论指导意义。

——编辑推荐 《微博的碎片化传播》一书的作者在加拿大传播学者麦克卢汉关于“冷媒介”与“热媒介”观点的基础上，明确指出网络媒体是典型的“冷媒介”，继而旗帜鲜明地提出“冷媒介”传递“热信息”，“热媒介”传递“冷信息”的全新观点，是对传媒大师麦克卢汉冷热媒介理论的重大创新。

——编辑推荐 “微博的传播结构在空间上呈幂律分布，微博的传播过程在时间上呈幂律式的‘爆发’模式，微博传播是复杂网络的传播，复杂网络传播结构是耗散自组织的，微博传播的过程是混沌的，是通过对称破缺向前推进的，微博传播的路径是分形的，微博传播的效果是涌现的。

” 微博定义了网络传播中的社会化自媒体，微信引领了社会化网络传播中的手机自媒体化。

——朱海松

<<微博的碎片化传播>>

编辑推荐

《微博的碎片化传播》是中国第一部利用网络科学的复杂理论和混沌分形思想解读网络传播的里程碑著作。

本书以微博这一当下最流行的传播形式为基础，首次从科学哲学的角度深刻地剖析了网络传播的内在规律和微博传播原理，详细描述了微博碎片化传播的“蝴蝶效应”与“路径依赖”的本质特征。

作者朱海松以开阔的视野、敏锐的洞察和独特的视角全景式地揭示了微博碎片化传播的过程及效果。

内容横跨新闻传播、网络新媒体、网络科学等领域，具有很高的学术价值和市场价值。

本书既是对社会化网络新媒体的大胆探索，也拓展了一个崭新的新媒体研究方向。

<<微博的碎片化传播>>

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>