

<<网络社区>>

图书基本信息

书名：<<网络社区>>

13位ISBN编号：9787802188099

10位ISBN编号：7802188091

出版时间：2010-9

出版时间：中国宇航出版社

作者：黄佩

页数：284

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>

前言

互联网这种新媒体已经冲击了我们生活的各个方面，也许这是建设者在建立网络时没有想到的，它不但改变了我们的思维方式和文化，还重塑了人与人之间的关系。自从有了互联网，人们对网络上“关系”的研究就一直没有中断过，尤其是依托这种关系建立的“网络社区”，更是当前学者研究的热门课题。我们知道，社区是人类生活的一种状态，现实中的传统社区给人们提供了赖以生存的基本环境，所以人们对社区的改善愿望非常强烈。而网络社区的出现使人们可以暂时不理睬现实中的具体环境，让思想更加放松。人们利用它有意无意地寻找着“类似”的人，努力拓展自己的空间，通过参与各类活动，体味其中的诸多乐趣。有时为了寻找沟通、寻找归属感，为了获得一枝美丽的玫瑰、一张温柔的笑脸、一个抢占的沙发、一段铿锵的共鸣，有多少人在努力地敲打键盘、点击页面、注册登录、上传照片、分享视频，变成了不知疲倦、夜夜无眠的动物……

<<网络社区>>

内容概要

网络社区，为何如此迷人？

为了更深入地理解它，作者较早就开始关注网络社区，进而开始研究它，通过参与网络社区与社区成员进行各种方式的交流，积累了丰富的资料，在此基础上撰写成本书，算是对个人工作的一次总结。全书分上下两篇，上篇以社会结构与传播媒介变迁为基础，介绍网络社区的发展历程与趋势、交流方式、对社会的影响以及如何研究网络社区；下篇介绍我的一些调查研究结果以及一些有趣的研究领域。

作者简介

黄佩，传播学博士，毕业于北京大学新闻与传播学院，现为北京邮电大学人文学院网络传播教研室主任，主要从事网络文化、新媒体与社会发展研究。

<<网络社区>>

书籍目录

绪论上篇 网络社区研究的理论选择 第一章 网络社区的存在基础：社会结构与传播媒介的变迁 第一节 信息社会的社会结构 第二节 消除时空的传播机制 第二章 网络社区的文化基础：空间文化与社会区隔 第一节 媒介与空间文化 第二节 从现实公共空间到网络公共空间的转变 第三节 网络的社会区隔 一、网络使用与数字鸿沟 二、网络空间与文化习性 第三章 网络社区的连接逻辑：互动、中介化与社会资本 第一节 互动与计算机中介化传播 一、什么是互动？ 二、计算机中介化传播 第二节 社会资本的生产 一、网络时代的社会资本 二、媒介变迁与社会资本建构 三、网络社区与社会资本 第四章 网络社区的自我建构：“我们”在一起 第一节 大众传媒、身份建构及认同 第二节 网络时代的身份建构和技术展示 一、网络时代的身份建构 二、“我文化”的兴起 三、“我文化”的技术表达 第三节 集体的“我们”在一起 第五章 研究网络社区 第一节 网络社区的基础构成 第二节 网络社区的分类及研究视角 一、网络社区的分类 二、网络社区的研究视角 三、社会网络分析：一种网络社区研究的视角下篇 网络社区的现实文化考察 第六章 网络使用者面面观 第一节 “受众”概念的变迁 一、从“中弹即倒”的受众说起 二、社会分层与消费文化中的受众 第二节 基于相同地理环境的互联网使用者——大学生 一、“主动受众”向“有策略的使用者”转变——“积极”的使用者 二、不同毕业去向的大学生互联网使用行为描述 三、不同性别的大学生网络使用者行为分析 第三节 跨越地域的互联网使用者——熟悉的陌生人 第四节 选择“在线”安放青春的亚文化群体——青少年 第七章 品味与兴趣：网络社区中的“迷”文化 第一节 文本阐释者：百度贴吧的电视“迷” 一、电视“迷”文化 二、网络空间与电视剧的“迷”文化 三、积极的阐释者：百度贴吧与《人间正道是沧桑》 四、网络空间“迷”文化对电视行业的影响 第二节 全景窥视者：真实电视的“观众” 一、窥视与媒介 二、电视与窥视 三、赋权？ 真人秀的网络“全景窥视”和参与文化 第八章 非主流群体的诉求：我有我的“网络”地盘 第一节 社会支持：老年人“在线” 第二节 健康“在线”：向陌生人求助 第三节 互联的艺术圈：交互艺术 第九章 互惠互利：网络社区与商业活动 第一节 电子商务与网络社区结合的可能性 第二节 网络品牌营销与网络社区 一、网络社区为何可以进行品牌营销？ 二、网络品牌社区的人际互动 第三节 推荐与评估：让网络社区与电子商务携手 第十章 SNS：我要我的社交网络 第一节 SNS的简短历史 第二节 SNS的研究现状 结语 全球的、本土的、我们的主要参考文献

章节摘录

全体核心成员积极地为之前所提到的活动做出贡献。多数情况下，他们可能会同时参与两个或更多的项目。除了核心小组成员身份外，下属的次级小组开始有所变化，其中的一些成员会有某种形式的贡献，而另一些人（大约占成员的300%）则坐享其成。每次年会的小组会议都会对这些“搭便车”的人进行处理，给他们承担项目的机会。如果这种沟通最终不能付诸行动，那么这个人就会被要求退出社区。

尽管社区的成员们有着共同的使命和目标，但是要所有人都积极参与并不总是那么容易。为了减少“搭便车”行为，实行处罚机制，并设置了简单的奖励来激励做出贡献的人。例如，每周或每月发布新闻最多的人将会被在布告栏上显著的位置列出。对于每一个提供出来的新闻，成员的姓名、邮箱和部门都会被公布出来。2000年春天，社区为成员制定了一套行为准则，更明确地描述了对成员前景、行为和贡献的预期。社区希望每个成员每周至少用十分钟的时间做一些有益于社区的事情。由于预计成员的工作或研究会与社区利益部分一致，每个人的投入应当反过来产生协同作用，无论是对个人现有工作还是对社区的反馈都会产生好的效果。因此，通过对EICAR中关于电子商务与信任的各种情况下个人知识、理解力和洞察力的分享，社区成员受益于他人的努力，这反过来也会影响他们的工作。

<<网络社区>>

编辑推荐

聆听西方哲学家、社会学家、传播学家 对网络社区的深度解读 网络社区衍生出许多你可能没听说过的特殊群体 这些群体悄悄地影响着我们的生活方式 网络社区正渐渐改变着 我们的交往伦理与价值

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>