

<<中国网络传播研究2011 (第5辑)>>

图书基本信息

书名：<<中国网络传播研究2011 (第5辑)>>

13位ISBN编号：9787308100281

10位ISBN编号：7308100286

出版时间：2012-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：杜骏飞

页数：358

字数：410000

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>

内容概要

《中国网络传播研究》的创办旨在为研究中国网络传播的学者提供学术讨论的平台，倡导具有科学性和创新价值的传播研究，彰显网络传播研究对传播学的理论贡献，促进传播学者与其他学科的对话。

《中国网络传播研究》鼓励以经验性方法研究中国网络传播的基本问题，倡导多学科、全球化视野的传播学术研究，亦致力于为社会提供有价值的相关科学认知。

本书是2010年第5辑。

本书由巢乃鹏主编。

书籍目录

专题：SNS

博客和微博客空间中记者职业群体的线上社会网络：基于电子接近性理论的考察

——以大学生使用者为例

新浪微博转发讨论的异质性和结构平衡性

——以大学生使用者为例

观点

网络时代的知识生产与政治参与

试论作为法律概念的传播权

——基于新媒体时代的探讨

权变与规范：网络集群行为的实践图景

——以杨元元事件为例

“谣盐”是如何产生的

——基于认知失调理论的谣言个案研究

论文

微博客的信息传播机制分析

网络社区互动参与主体因素与调控分析

网络舆论传播的心理流变与形成机制

研究生专栏

女性粉丝社群中的等级秩序与集体无意识

——东方神起网络粉丝群个案研究

短信媒介使用与社会交往：量化判别与质化探索

社交网站的话题关注与网络集群研究

——以人人网为例

网络传播中的大陆形象

——以中国台湾网内容分析为例

关键词分析

网络色情观看影响因素与特点探究

——以大学生为例

第二道数字鸿沟的影响因素研究

——基于对大学生的实证分析

媒介经验

内地、香港地区、台湾地区报纸网站Web 2.0应用比较

——以人民网、大公网、联合新闻网为例

当代中国互联网治理的反思

——从“反低俗”专项行动谈起

文献

2010年中国新媒体传播学年会综述

章节摘录

每一个社会网络上的个体，都是一个“节点”，理论上来说，正如米尔格伦的“六度分隔”理论所揭示的那样，任何节点之间都有可能通过某个路径连接起来，但是，节点之间的关系有“强关系”和“弱关系”两种。

如果从社会网络分析图上看，有直接的线连接起来的节点之间是强关系，而其他节点之间的关系是“弱关系”。

强关系的形成往往与以下几个因素相关：现实中的关系：如朋友、同事、同学等；互动频率：通常频繁的互动更容易带来牢固的关系；认同关系：有些强关系，如“粉丝”与他关注的对象，并不一定是个体间有频繁的交往，而是因为有一种相互的认同关系，如价值上的或心理上的认同。

但无论怎样，强关系是一种需要付出代价去维护的关系。

如果不做出努力，个体的社会网络中的强关系就难以发展，甚至已有强关系也会逐渐变弱，联接的链条也可能会消失。

从这个角度看，个体在微博平台上的传播能量与其在社会网络的拓展与维护方面所付出的努力是相关的。

(2) 信息发布者直接联系对象的社会网络 对于信息的发布与流动来说，信息发布者的直接联系对象（或者说强关系）的社会网络，也会起重要作用，因为这是信息由点向面扩散的第一层级力量。

这个层级上的用户，如果有广泛的社交圈或较强的传播能力，也会增加信息扩散的面。

(3) 社会网络的形成与扩张机制 上面的分析已经说明了社会网络对于信息传播的意义。

如何让用户在某个空间里迅速形成自己的关系网络，如何使它不断扩张，这些问题不仅关系到用户的人际交往，也关系到他们的信息传播。

如果微博平台提供了灵活、方便的人际关系网络的形成与扩张机制，就可以为信息传播提供良好的基础。

例如，一些微博平台可以自动寻找某个用户的邮箱、即时通信中的交流对象，为用户提供了便捷地拓展微博人际网络的可能。

而通过各种随机推荐方式使原本没有任何关系的人相互发现，也是扩展交流网络的重要方式。

只有让用户在微博平台迅速地形成自己的社会网络，才能为他们的信息传播以及在此基础上的人际互动提供基础。

.....

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>