

社会化生存



[社会化生存_下载链接1](#)

著者:丁正洪

出版者:中信出版社

出版时间:2014-1

装帧:平装

isbn:9787508642697

本书作者是新浪微博的早期团队成员，参与了微博这个中国最大的社会化媒体平台的创

立，看着微博一步步地发展壮大；在离开新浪微博，投身社会化媒体创业之际，作者将自己对社会化媒体的感悟凝结成了此书。

作者介绍:

丁正洪

政务微博运营专家、新浪微博金牌讲师。在新浪负责全国政务微博的培训和运营工作，微博昵称

@围脖老丁，熟知微博运营事务并深度了解社会化媒体运营机制，对微博舆情应对有丰富经验，在业界被称为新浪微博的首席布道师。现任云相科技首席运营官。

目录: 自序... IX

前言: 少有人走过的路... XV

社会化媒体第一定律:

社会化媒体的一切信息流都是基于一个个真实的人所产生的... 1

个体信息制造时代到来... 8

看我发现了什么有趣的... 12

看我做了什么好玩的... 15

社会化媒体让现实与网络身份第一次重叠... 18

社会化媒体用户的分类... 19

社会化媒体第二定律:

社会化媒体内所有表现形式的信息流都是按照时间轴串联成一条流动的数字洪流... 25

原创流、推荐流都有时间刻度，而且固定不变... 30

信息流和时间轴之间具有有意思的关系... 35

信息流是流动的，像时间一样... 38

社会化媒体第三定律:

社会化媒体上的一切信息传递的前提都是基于关系，传递的路径分别是传播广度和传播深度... 43

微博信息传递的前提都是基于关系... 50

传递信息的路径分别是传播广度和传播深度... 56

社会化媒体关系四维度... 59

社会化媒体第四定律:

社会化媒体的内容可搜索并可追踪到个体的人... 65

社会化媒体的内容可搜索... 76

“信息”和“人”匹配... 79

社会化媒体第五定律:

社会化媒体的信息传递和人际互动过程中，有影响力的人产生的传播能量和对方的社会身份不一定成正比... 85

加入微博的两个观点... 89

社会化媒体的信任体系... 93

价值观信任... 93

身份信任... 95

专业信任... 96

朋友信任... 98

信息源信任... 99

情感信任... 101

社会化媒体第六定律:

社会化媒体将会变成每一个用户最重要的数据中心... 107

大数据时代的交流方式... 110

微博成为用户创造和消费信息的数据中心... 117

社会化媒体第七定律:

社会化媒体可以传递最为及时的信息，同时在极短的时间内让更多的人获知此条信息...

125	
分享3个在新浪微博中发生的故事... 134	
故事一... 134	
故事二... 136	
故事三... 138	
社会化媒体第八定律：	
时间结构的社会化媒体追踪信息的方式有别于传统搜索引擎模式... 143	
社会化媒体的信息追踪... 148	
单条微博内容产生的具体时间... 150	
单条微博内容的发布来源... 153	
单条微博内容产生的地理位置信息... 154	
单条微博内容发布者的粉丝数量 and 用户身份... 156	
单条微博内容是否包含了图片、视频、音乐等多媒体表现形式... 158	
单条微博内容被转发、评论和点赞的次数... 159	
单条微博发布者的用户年龄、性别、注册地点等一些相对隐性的“根信息” ... 161	
社会化媒体第九定律：	
社会化媒体就像磁铁一样把所有的传统网站都从既有的空间中吸进数字洪流，使其成为其中的一部分... 165	
社会化媒体就像磁铁吸引铁皮一样吸附所有互联网信息... 171	
传统网站的信息被吸进社会化媒体装置时从空间结构的布置直接转化成了时间结构的呈现... 174	
社会化媒体第十定律：	
数以亿计的用户，通过社会化媒体记录自己的生活，最终汇集在时间这条叙事洪流之中，成为每个人留在地球上的故事... 179	
相片在岁月的洗礼中，总会出现沧桑时光的泛黄... 183	
日记在时间的流逝中，总会莫名其妙地全部遗失... 185	
记忆在似水的流年中，总会消散在喧嚣的尘世中... 187	
后记... 195	
· · · · · · (收起)	

[社会化生存_下载链接1](#)

标签

互联网

商业

营销

思维

电子商务

管理

生活

社交网络

评论

缺乏必要的干货 全书一半的篇幅都在卖弄沉郁的哲学小故事 煽情
对于微博运营或者是如何在社会化时代的生存谈的过少 略文不对题 案例都比较旧 【另
作者13年4月离开微博 微博14年4月上市 可见 有的时候做互联网
熬得住跟insight一样重要

看不懂……

#恒阅#
赠书，说实话，不咋地。作者的功力写博客做培训可能可以，出一本标题看起来这么理论的书则有不足。唯一亮点在于关于社交媒体上的信息以时间而非空间分布的论述。

3.8星。对微博这种社会化交流新媒体，作者给出了自己总结的10个特点，网络上称之为“丁10条”，本书就是丁10条的拓展。值得一看，可以拓展思维和眼界。

秒杀科技男写作界众多高手的作品。微博微信人人网豆瓣贴吧开心网这些社会化媒体，其实是大同小异的，弄懂社会化媒体的内在逻辑，把握十大定律，一本就够。另外，妙的是这书在理性思维之上浓浓的人文味道，令阅读如坐春风。

买错书了……水。

书中讲了关于微博十个观点，让人从另一个侧面认识微博。PS:这书出晚了，因为微博不如当年了，若写微信肯定会受欢迎。

将一篇文章的内容扩充为一本书，干货实在太少了。价格相对就非常坑爹。尤其对于有些基础的人来说，基本上只看看目录就行了。唉~感觉好坑！！

不知道为什么，感觉有些煽情

烂。

失望

一本无聊的书

一般般，粗浅啊 简单的介绍，我觉得我写都会比作者有趣

主要讲的新浪微博。

浪费了一下午加一晚上时间，外加一杯咖啡钱！

框架书，过于简单。

通篇口吻幽默平实，感觉是从多年的对政府媒体的培训中总结出来的：如何向没用过微博的人解释清楚什么是微博，使用它你能得到什么，比喻都非常好。但是已了解微博的

人看起来就水分略多。

我们改变了微博，还是微博改变了我们，这本书可以告诉答案。不过美足不足的是，作者的着眼点还是放在了微博上，让人觉得“微博=社会化媒体”了，其实不然。关于社会化媒体的理论，还是推荐《人人时代》（原名《世界是湿的》）

我对它期望太高了，通篇大白话，没觉出什么深度

常常用出版社来选这本书是否值得读，但不知为何，最近选很多“中信出版社”的书，都好像有些失望，好像以后再也不能那般坚定滴看到“中信出版”的就觉得一定值得一读。抑或是我读书的时间不对？书是2014年出的，那时的微博与现在微博的玩法，状态当然会有很多不同……是一本微博初期发起人的写微博“初起时”的书，里面有些有趣的比喻和段子，但总体来说，不是太好。

[社会化生存_下载链接1](#)

书评

中信出版社的出品印刷质量越来越高，包装也越来越精良，制作越来越精美。
这本书也是新浪围脖的广告宣传了，整本书借用社会化媒体这个概念通篇介绍了围脖的前世今生，给如何将社会上的人们之间通过“围脖化”进行信息化处理，彼此发生“关系”，从而形成了新的生态。一时...

因为准备运营一个APP所以读的这本书，看完一直没有整理书评，正好今天停网，就整理出来了。先说为什么扣一星，就是这书里给新浪微博做广告的地方太多了，所以扣一星。
首先说这本书还是挺客观的，作者开篇自序里面写书的介绍用了“在特定尺度下”社会化媒体生命空间有其独有的...

[社会化生存_下载链接1](#)