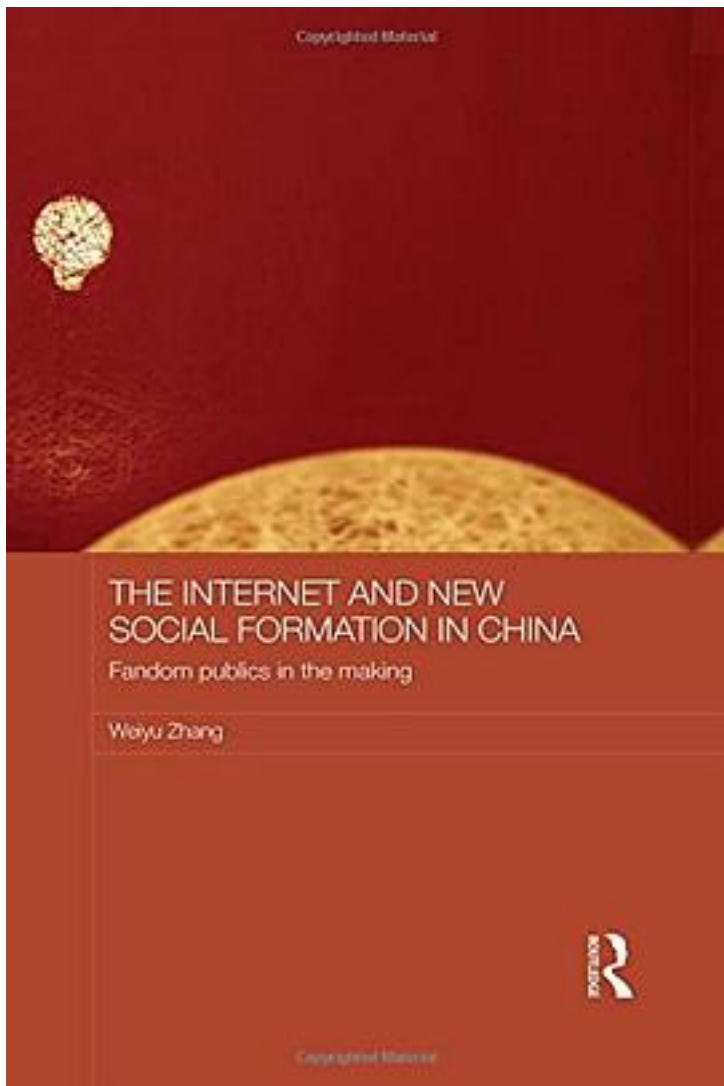


The Internet and New Social Formation in China



[The Internet and New Social Formation in China 下载链接1](#)

著者:Weiyu Zhang

出版者:Routledge

出版时间:2016-4-25

装帧:Hardcover

isbn:9781138799264

There are 5.13 billion Internet users in China, and this number is continually growing. This book looks at the various purposes of this Internet use, and provides a study about how the entertainment-consuming users form into publics through the mediation of technologies in the era of network society. It questions how individuals, mediated by new information and communication technologies (ICTs), come together to form new social categories. The book goes on to investigate how public(s) is formed in the era of network society, with particular focus on how fans become publics in a society that follows the logic of network. Using online surveys and in-depth interviews, this book provides a rich description of the process of constructing a new social formation in contemporary China.

作者介绍:

Weiyu Zhang is Assistant Professor in the Department of Communications and New Media at the National University of Singapore.

目录: 1. Fans and publics in contemporary China
2. Popular culture and civil society on the Internet
3. RearWindow to movies: From fans to subaltern publics
4. Ten years after: From subaltern to regular publics
5. Online translation community: From consumers to producers
6. American reality shows: From entertainment to politics
7. Renren vs. Douban: Fan objects as network nodes
8. The Weibo publics: Celebrities as network nodes
9. Conclusions
• • • • • ([收起](#))

[The Internet and New Social Formation in China_下载链接1](#)

标签

社会学

传播学

粉丝研究

政治学

粉丝公众

粉丝文化

社会运动

海外中国研究

评论

熬夜刷完了中文版，第二天和张老师聊天，她说：“做学术对于文青和愤青大概都是个好去处。”

杂糅了各种潮流理论, network theory, seduction, performance theory, 有点生拉硬扯，像是做 political deliberation 的人非要用 cultural studies 理论来解释现象，最后还要拉回 political. 用 political 的视角和 terms 来研究文化现象本身就太狭隘了

有一点角度上的启发。可是圈外人写粉丝，写来写去还是在写网民。从这个出发点联系政治参与和民主似乎才像话，但总有种不在点子上的感觉…愁。

其实作者没什么可说的，但是必须写论文，于是调用了一堆资料和若干理论，得出了可有可无的一些发现，进行了不痛不痒的解释。第一章和最后一章还不错，中间的几章完全可以忽略，翻读都没有必要。

每章换一个案例来论述粉丝是如何形成公众的？？？既然谈了这么多理论和案例，是不是应该先定义一下什么是粉丝？我觉得这个理论和案例的勾连不是很有说服力。

读的中文版。这已经是第二次读，但大部分还是读不懂。有一点质疑：在大数据分析 & 处理手段如此成熟的今天，对微博这张强人工干预的平台上继续采用抽样而非全量的分析方法真的还可靠么。

材料很足，但分析不太到位

作者找了一个很有意思的网络社会集群，粉丝，来分析他们基于新兴传播科技的形成过程。但与其在理论选择上，一直用政治理论来区分各个概念，不如直接从新兴传播技术的特征和结构，以及人对技术的规训着手，去分析粉丝公众的形成及特点。最后再从几个价值评判标准上做以判断，结构更直接一些。第一章过于区分概念了。不过“网络逻辑”那一块挺好的。

看前言和目录的时候 对内容的新颖充满好奇期待
看具体材料分析的时候又会有老调重弹之感 但切入的角度新颖
还有万年背锅的政治制度 哈哈 最想学习书中的方法论

政见翻译版，豆瓣和人人的问卷调查挺有趣。

empirical部分如此薄弱…

承蒙政见分享中文译本，内容比较有趣

2018 政见中译本

政见翻译版 文献综述和背景梳理做得还是可以的，具体分析就算了吧

看到众包翻译那版，其实觉得挺有意思的，张玮玉看到字幕组的工作模式就选择了类似的众包翻译，但是显然这样也显现出另一个问题，参差不齐的众包翻译水准给一些章节造成了极大的阅读困难。这本书比较有趣的几个点：粉丝→社群→更大的政治参与代表性；共同表演以塑造粉丝公众中的情感公众；网络社会的逻辑，豆瓣中的弱联系，以物为节点而非人，微博以大V为节点，组织起的网络社会的新逻辑；在粉丝不经意参与政治的过程中，是一种对于既有权力的挑战，但绝非民主化的挑战。最后就是本作成书于2014年，可以看出这个时刻学者显然对于中国社会的网络逻辑抱有一种极其乐观的态

度，然而过了几年之后，现在我们这一代就很看透且佛系

政见翻译版。关于表演的结论很有意思，只不过这个时代变化太快，新的现象层出不穷也日益令人难以理解，期待有更多的解读。

半夜刷少女漫画贴吧，看到有一个帖子在讨论非汉化组成员的个人翻译上传汉化资源之孰是孰非，想起了这本书… 读的中文版

Boring.

中文版读起来还是很蹩脚，豆瓣章节细读了，文献引用 理论框架 应用场景三者衔接拧巴，适用性说服力弱。

结论部分值得一读，从后马克思主义、后殖民主义、后现代主义探讨粉丝公众的政治意义。

[The Internet and New Social Formation in China_ 下载链接1](#)

书评

应当指出的是，本书的整个核心思路论点即在于粉丝与公众的结合。公众一词在概念当中与群众、大众有所不同，群众、大众所强调的是一种盲目性、依靠个人的情感所连接起来的群体。而公众则意味着在现实与学术语境当中被识别为似乎“理性的”，可参与到类似于哈贝马斯意义上的“公...

[The Internet and New Social Formation in China_ 下载链接1](#)