

网络社区



[网络社区 下载链接1](#)

著者:黄佩

出版者:

出版时间:2010-9

装帧:

isbn:9787802188099

内容简介

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。

作者介绍:

目录: 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
· · · · · (收起)

[网络社区](#) [下载链接1](#)

标签

传播学

网络社区

互联网

网络传播

评论

看不下去了就看了几个章节，书还不错只是不吸引人

黄老师的书。。。。

不具有实用价值，偏意识形态的讨论，个人读过后唯一的感触便是那句“我们在一起”。

[网络社区](#) [下载链接1](#)

书评

都是些理论化的说道，能不能提供点实际的商业运营经验~典型的外行内强说内行话，自己还处于学习的阶段吧。
都是些理论化的说道，能不能提供点实际的商业运营经验~典型的外行内强说内行话，自己还处于学习的阶段吧。

[网络社区](#) [下载链接1](#)