第一图书网, tushu007.com

<<新媒体生存>>

图书基本信息

书名：<<新媒体生存>>

13位ISBN编号：9787302184041

10位ISBN编号：7302184046

出版时间：2008-10

出版时间：清华大学出版社

作者：杨继红

页数：240

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

第一图书网, tushu007.com

前言

活跃在互联网世界中的人们，常常以“客”相称：“博客”、“播客”、“维客”、“闪客”、“搜客”、“晒客”……不知为什么，在中国会把这些人叫做“客”。
其实他们从一开始就是互联网的主人，是带着强烈的“主人翁意识”接触媒体、走进媒体、使用媒体，进而创造出媒体全新的内涵。

就是这些人，他们隐姓埋名、行侠仗义、血气方刚、武艺卓绝，他们能用多种方式与他人分享观点与经验，分享信息与发现；他们通过上传而成为媒体内容的制造者，活跃在互联网虚拟世界中，颠覆着传统，创造着令人瞠目结舌的新现象。

他们从不认为自己是网络世界里的“客”，而绝对地将自己视作互联网的主人。
在那些没有围墙的聊天室里，在那些不知说给谁听的博客倾诉中，在那些“没有看客我自得”的晒客展示中，他们纵情表达和表现自己。
在纵情时，他们的名字可以深情地叫做“小李飞吻”、“夜凉如水水如她”；可以离谱地叫做“卖女孩的小火柴”、“我照镜子的时候才知道人类多么优秀”、“只要你听到我的歌声落了泪，就不要探出窗来问我你是谁，我是磨剪子镪菜刀的”……无论叫做什么，在这个想象的王国里生存的人们，每一个人都是自命的国王。

一个人在漫长的社会化全过程，就是发现并强调这种“自我意识”的过程。
我们终其一生都在表现和确证人的本质力量。
借用马克斯·韦伯的一句话：“人是悬在自己所编织的意义之网之中的动物。
”参与信息传播的根本动力，也就是为了给自我一个准确的社会定位：比照身外，探寻自我，表现价值，寻求认可——以怎样的方式认识主观的自己与客观的世界之间的关联，是任何社会行为都无法绕开的心理底色，这种意识或隐性或显性地、自始至终左右着我们的观念。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

活跃在互联网世界中的人，常常被称作各种各样的“客”……其实他们不是新媒体的客人，他们从一开始就是互联网的主人，他能能用多种方式与他人分享观点与经验，分享信息与发现，他们通过“上传”成为媒体内容的制造者，他们活跃在互联网虚拟世界中，颠覆着传统，创造着令人瞠目的新现象。
生存在新媒体世界中的人们知道，“虚拟”不等于“虚假”，不等于“虚无”，虚拟社区只是在不一样的现实层面存在着—这些把虚拟社区大部分等同于真实生活的网络原住民，以及因为向往他们的生活而将很多时间与精力投放到虚拟空间的网络迁徙居民以及经常散步新媒体，到这个丰富自由的无疆域社区中徜徉的游民，他们共同成为新媒体时代的“社群主义者”（communalist). 毫不夸张地说，了解他们，就是从一个重要的角度了解了新媒体时代数以千万计的人的生存质量和生存状态。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

杨继红，1969年出生，毕业于中国传媒大学新闻传播学院，文学博士。
曾担任《新闻调查》策划、编导，《焦点访谈》主编、制片人，曾任中央数字电视传媒公司企划总监，央视风云制作公司艺术总监，兼任《电视指南》频道总监。
参与央视数字付费电视创业实践，参与央视数字付费频道的建设及研发工作，筹建中国第一个评介数字电视的专业频道《电视指南》（TVGUIDE）和网站《中国电视网》（TV.CN）。
现任中央电视台海外新闻部评论工作室总制片人。

<<新媒体生存>>

书籍目录

第1章　上传的时代第一节 新媒体开启“ 用户中心论 ”时代一、萨达姆之死与新媒体之生二、新媒体的影响力三、Web2.0的本质第二节 Web1.0到Web2.0：上传意味着什么一、Web1.0到Web2.0的进化二、上传的时代三、上传者在干些什么第三节 Web2.0的三大应用一、Web2.0应用之一——网络聚合（RSS）二、Web2.0应用之二——维基百科（Wiki）三、Web2.0应用之三——社交网络（SNS）四、其他链接阅读第2章　Web2.0时代的授众第一节 新媒体时代受众的称呼一、受众之后，媒体终端应用者的称呼二、传受关系四阶段第二节 从复数的“ 众 ”到单数的“ I ”和“ YOU ”一、新媒体共性——以使用者命名二、“ 用户中心论 ”的时代特征第三节 授受关系的根本变化一、从“ 田园浇灌式 ”到“ 人人交互式 ”二、新媒体赋予媒体使用者的权利第3章　互联世界里的那些“ 客 ”第一节 博客及其特征一、博客特征二、博客发展三阶段第二节 播客及其特征一、播客——有声博客二、播客的发展与演进过程第三节 维客创世纪一、维客——再快一点二、维客演进过程第四节 威客——新媒体的侠客一、威客智慧和威客豪情二、威客演进发展历史第五节 晒客——电脑前最外向的“ 客 ”一、分享“ 晒 ”的快乐二、晒客新一族——“ 晒黑 ”第六节 印客——人人都是作家一、印客——轻松出书二、印客的起源和发展第七节 闪客与快闪族一、闪客——“ 闪光 ”的动画二、闪客的演进和发展三、快闪族——另一种闪客第八节 沃客、拍客及其他相关链接1相关链接2第4章　上传的力量第一节“ 嚎客 ”遇到“ 较真族 ”一、网易浙江湖州网友（ip：61.130.*.*）二、网易广东广州网友（ip：59.41.*.*）三、网易浙江义乌网友（ip：61.153.*.*）四、网易北京网友（ip：72.84.152.*）五、网易天津网友（ip：61.153.*.*）六、网易湖南长沙网友（ip：移动注册）七、网易上海长宁网友（ip：218.83.*.*）八、百度breathxp博客（http：//hi.baidu.com/aly2006）第二节“ 华南虎 ”遇到“ 人肉引擎 ”第三节“ 很强很震撼 ”的“ 人肉引擎全球行动 ”第四节 上传的力量——草根总动员一、上传——阳光照耀每一个角落二、网络声音——民意话语权的实现三、不在场的民意——“ 我有问题问总理 ”链接阅读第5章　新媒体时代的“ 社群主义者 ”第一节“ 诡异的长影线 ”——“ 群 ”的一个经典案例一、互联网的新现象——“ 群 ”二、诡异的长影线三、“ 群 ”交互主题的高度集中第二节 从“ 众 ”到“ 群 ”——新媒体的群现象一、“ 群 ”——一个话语平台二、“ 群 ”的定义及其传播特性三、“ 群 ”与“ 众 ”的比较第三节 生活在群落中的虚拟社区第四节 虚拟社区生存者的“ 媒体等同 ”第五节 虚拟社区的交互特征分析一、媒体平台上的互动二、去中心化的互动三、匿名的交互第六节 虚拟社区的经典案例——天涯虚拟社区一、社区社会结构二、天涯人看天涯——社区生存体验链接阅读第6章　新媒体使用者的需求第一节 用新媒体眼光重读经典——使用与满足第二节 新媒体使用者行为分析一、互联网使用的动机与行为分析二、数字电视使用的动机与行为分析三、手机使用的动机与行为分析第三节 自媒体时代的诉求一、自媒体时代的贡献与共享需求——以“ 目击者新闻 ”为例二、自媒体时代的诉求——以博客为例三、自媒体时代的交互需求——以MySpace为例四、自媒体时代的生产与创造需求：以维基百科为例五、新媒体要义——理解并重视用户需求第7章　新媒体造就新的传播模式第一节 用新媒体眼光重读经典——传播效果研究的进路一、“ 我是独一无二的 ”二、媒体进化过程——传播、沟通、交往、社区生存三、十分钟理解大家思想第二节 奥斯古德与施拉姆模式——可使用+可交互+双向一、施拉姆的方便使用理念二、施拉姆的共享理念三、施拉姆的双向与交互理念第三节 新媒体传播模式的进化——从B2B到P2P一、分众——受众间交互的准备阶段　二、传播模式进化论第四节 新媒体回归人际传播一、新人际传播中的交互需求二、新人际传播中的共享体验三、新人际传播中的信息加强四、人际传播——面对面的同步传播五、什么是新人际传播六、传播进化论——新人际传播对人际传播的发展与突破第8章　新媒体的使用价值决定价值第一节 新媒体的使用价值与价值一、新媒体的使用价值二、新媒体的价值三、新媒体的价值决定论第二节 新媒体使用态势一、互联网二、手机三、电视第三节 媒体使用者价值链接阅读第9章　新媒体生存问题第一节 上传的杀伤力一、Z、H和那些无辜的当事人二、小张一句话惹来的口水祸三、网战——有多少是该杀的第二节 上传的自由与责任一、虚拟世界中的现实责任二、隐身者——隐不掉足迹三、自由与责任对等第三节 新媒体需不需要把关人第四节 新媒体信息过饱和问题第五节 新媒体的信用问题第六节 网络实名制问题第七节 如何填平新媒体的“ 知沟 ”链接阅读1链接阅读2参考文献致谢

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

一、 萨达姆之死与新媒体之生　　2006年12月30日凌晨，萨达姆被绞死于巴格达北部卡迪米亚的伊拉克陆军基地。

萨达姆绞刑真实过程首次泄露，是通过一位匿名的在场人员用手机录下的萨达姆被处死的最后2分38秒。

30日晚间，伊拉克国家电视台播放了萨达姆被处以绞刑的官方录像片段。

在官方绞刑录像在伊拉克播出后没多久，这段手机拍摄的萨达姆绞刑视频出现在某阿拉伯语网站，虽然模糊不清，但萨达姆绞刑视频在互联网上被以惊人的高密度下载并高速度传播。

这段手机视频不仅在互联网上迅速蔓延，而且很快进入电视台的传播渠道。

卡塔尔半岛电视台播放了这段视频的部分剪辑。

随后，这段视频被全球各大电视媒体转播，最大范围地传播到世界每一个被无线电波覆盖的角落。

这段手机视频从另一个视角记录了萨达姆在生命的最后几分钟内的遭遇和他的表现。

影调的黑暗、压抑，让人真实感受到整个行刑过程的残酷，完全颠覆了官方公布的1分15秒录像营造的“平和终结”的宁静氛围。

政府公布的影片显示，执刑人一边对萨达姆说话，一边给态度镇静的他套上绳套。

但是，在网络上流传的手机录影画面则将官方的所谓“中立的审议”、“独立的判决”、“法制的重大成就”、“法治代替暴君”等种种说法撕扯成碎片。

有关萨达姆受刑时的非官方视频最初引起国际媒体注意，是因为其在互联网上的传播。

实际上，在外国新闻机构从互联网下载这段视频之前，就已经在伊拉克普通老百姓的手机上广为流传。

值得注意的是，这些网络视频是由某位在场的匿名人士用手机拍摄而成的。

在伊拉克战争期间，亦出现多起战地亲历者通过手机向媒体传递第一手的战场资讯等事件。

据说伊政府已开始了调查。

录像拍摄者是伊拉克政府的工作人员，其实是很容易调查出来的，从能够进入现场的人员中排查一下，从拍摄的角度再排查一下……不知道这位匿名的上传者是否会受到惩罚，但是他为手机成为一种重要媒体所做的贡献，是应当被传播学研究者铭记的。

他的这一段视频和他的这个上传行为，会成为后来研究“用户创造内容”（UGC）的一个最经典的个案，“用户创造内容”，正在深刻影响并深刻改变着媒体与受众关系的根基。

编辑推荐

《新媒体生存》作者毫不夸张地说，了解他们，就是从一个重要的角度了解了新媒体时代数以千万计的人的生存质量和生存状态。

第一图书网, tushu007.com

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