

第一课

一篇好论文长什么样？

主讲：尔雅老师

颠覆认知

- 一篇好论文是你想得到，但是写不出来，大家都觉得是一个重要问题，但是一般人无法通过论文表现出来的深度思想和观点。
- 改变固有观念，突破自身认知局限

微信的“书写”与“勾连”

——对一个普米族村民微信群的考察

孙信茹

内容提要 通过对云南普米族乡村一群年轻人的微信使用和微信群活动——自我表达和互动表现的民族志考察，可以发现，微信既是一种完全自我参与式的文化“书写”和实践过程，又通过西尔弗斯通所说的“双重勾连”而成为人们日常生活的有机构成。借助微信，个体在生活空间与网络虚拟空间之间可以自由转换，其乡村个体意识与族群信念得以交织融合；村民在村落内部和村落外部实现更为紧密和多元的互动。

关键词 微信 文化书写 双重勾连 普米族

一、引子

2015 年末，笔者加入了一个名为“大羊青年”的微信群。该群的成员都是云南省怒江州兰坪县河西乡大羊村的普米族年轻村民，唯有笔者一人是来自昆明的研究人员。在此之前，笔者已经在这个村进进出出 5 年多，展开访谈和其他形式的田野考察，结识了很多村民，包括这个微信群中的很多成员。加入这个微信群是笔者“在场”的一个自然步骤。

这个加入虽不是亲临田野观察点，却令笔者有了再次“入场”的感受。微信群和这个村落是两个既密切相关又大不相同的空间，甚至，它们近乎两个相互交织但各自独立的“生活世界”。在微信群内的观察和交流中，笔者常常会将他们在村子里与笔者交往时的样子联系起来，而这时，笔者时常感觉他们不是同一个人。现实中的他们大多羞涩、不善言辞，而微信中的他们往往直抒胸臆、热忱大方，乐于谈论自己的感受，热衷展现自己的生活。谈论的话题和对新鲜事物的看法，和任何一个生活在都市中的人或其他群体并无太大差异。

这样的“反差”令人遐想：是微信在“改变”他们，还是他们运用微信在释放自我？是微信开拓了他们表达的空间，还是他们将微信自然随意地运用于自己的生活空间？简言之，对于这些远离中心区域和主流文化辐射范围的少数民族青年而言，

微信意味着什么？

近年来，网络和新媒体的崛起生成了人们新的社会活动空间。随着数码技术用品的日益普及和使用便利，它们所构成的社交媒体网络不仅是人们获取一般性信息的重要渠道，也成为形塑个人思维观念、形成新的文化表达、影响个体社会行为的重要力量；同时，社交媒体的运用让人们分享和发布个人信息成为一种常态，并因此成为当代社会一种个人叙事和表达的重要载体。当然，运用新媒体进行表达和获取文化参与的机会，则有赖于使用者在日常生活场景下对于新技术的使用。最近几年，借助于国家行政力量的推动和经济市场的发展，手机等新媒体日渐显著地进入了少数民族的乡村社会，少数民族群体逐渐普遍地使用手机。相较都市人群对新媒体熟稔的运用和多样的认知，少数民族群体在使用新媒体进行自我表达方面要落后不少；但是，我们也不难看到，手机媒体和微信的使用大大增加了少数民族群体书写、表达进而参与文化实践的机会和可能性。本文就是通过普米人微信群的一个个案，在具体和特定的场景下，考察这种书写、表达进而实现文化参与的可能，以及这些人从网络空间到现实如何发生转换，并从中解读微信对大羊普米族村民的意义。

通过微信群的观察，我们可以得出哪些创新？

- 课后小作业：
- 请各位学员结合各自的学科，找到各自学科的顶级期刊，从中找到你认为颠覆了你对论文认知的一篇优秀论文发到课程群里，看看优秀的论文都有什么样的特点？

一篇好论文

- 1.观点新
- 2.材料新
- 3.方法新
- 4.论证新
- 5.选题新

知道了一篇好论文长什么样，能不能去描摹？

“触媒”时代受众自治的“纸媒”社会化媒体特征——以城市生活类周报iPhone形态为中心的实证研究

📖 记笔记

童清艳 钮鸣鸣

上海交通大学媒体与设计学院 美国哥伦比亚大学商学院 《城市生活周刊》

📄 导出/参考文献 + 关注 ⏪ 分享 ⭐ 收藏 🖨️ 打印

摘要：本文选取城市生活类周报的iPhone“触媒”形态为研究对象,从传者、受者不同侧重点出发,借助文本分析、控制实验、深度访谈等研究方法,发现“触媒”是一种基于受众自治的社会化媒体,其切合当下受众媒体使用的心理趋势,并从阅读体验、功能优化、广告运营方面勾勒出传统媒体向iPhone触媒内容转换和融合的有效路径。

基金：上海交通大学文科科研创新基金项目(项目编号:11TS05)的阶段性成果；

分类号：G206



“触媒”时代受众自治的 “纸媒”社会化媒体特征

——以城市生活类周报 iPhone 形态为中心的实证研究

童清艳 钮鸣鸣

内容提要 本文选取城市生活类周报的 iPhone “触媒”形态为研究对象，从传者、受者不同侧重点出发，借助文本分析、控制实验、深度访谈等研究方法，发现“触媒”是一种基于受众自治的社会化媒体，其切合当下受众媒体使用的心理趋势，并从阅读体验、功能优化、广告运营方面勾勒出传统媒体向 iPhone 触媒内容转换和融合的有效路径。

在使用、阅读 iPad 形态的报刊时，往往更在乎他们关注的信息，而且要以他们喜欢的方式呈现，更多的故事、照片、图表、视频、互动才是他们喜欢的。^[1]“任何人”在“任何地点”和“任何时候”获得“任何想要的资讯信息”，这是移动终端阅读发展的内在驱动力和终极目的。^[2]

移动媒体已呈现极强的游牧消费特点，设计受众喜欢的应用，实现从“以新闻生产为中

进人际关系、确认自我和监测环境效用。

本研究拟用定性分析和定量分析相结合的研究方法，达到以下研究目的：

A. 发现传播特征。通过研究对象文本及内容的比较，解决两大议题：第一、当下城市生活类周报 iPhone 触媒版有怎样的通用文本范式？第二、从纸质周报向 iPhone 触媒形态转变或二度编辑的过程中，讯息传播模式发生了哪些转变？由此，发现并归纳城市生活类周报 iPhone 触媒形态的总体特性。

B. 测量传播效果。选取一份具代表性的城市生活类周报，从受众需求角度，分析其纸质版与 iPhone 触媒版的传播效果异同点，测量城市生活服务类周报 iPhone 触媒讯息传播的优缺，进而通过量化研究发现其文本的传播效度，从而勾勒城市生活类周报向 iPhone 触媒内容转换和融合的“应用化生存模式”：诸如哪些讯息更适合 iPhone 形态，该讯息以何种叙述或呈现模式，以期完成触达受众，实现传者预期的传播效果。

(一) 传者：文本分析——以《周末画报》、

2. 样本的提取

本研究以“同一出版月（2011年9月份）”为取样范围。具体抽样如下：

(1) 报纸样本。《周末画报》（逢周六出版）第663期、664期、665期、666期；《生活周刊》（逢周二出版）第1382期、1383期、1384期、1385期；《申江服务导报》（逢周三出版）第716期、717期、718期、719期。

(2) iPhone 版样本。上述三份周报的 iPhone 版讯息同步需1-2个工作日完成，本研究选取报纸对应样本：《iWeekly》（2011年9月5日、12日、19日、26日版）；《Lifeweekly for iPhone》（2011年9月8日、15日、22日、29日版）；《申活志》（2011年9月9日、16日、23日、30日版）。

3. 分析类目

然后，排列需要进行分析或比对的类目，从而得出相关结论，并为后面的控制实验和深度访谈提供依据。根据研究需要，本文将文本分析类目主要分为“内容”和“形式”两大方面，根据 iPhone 版周报的特点，两大类目下又

受者：控制实验，附以深度访谈加以佐证

2. 研究对象

选择“纸媒”《生活周刊》和 iPhone “触媒”《Lifeweekly for iPhone》的目标受众群体。

这是基于研究的便利性考虑。笔者中钮鸣负责《Lifeweekly for iPhone》开发运营，能获得组织上的支持，如配备实验助理、提供实验场地等。同时，《生活周刊》为本次研究开放读者数据库，便于分析该报既有受众状况，招募实验对象。

本次实验共计招募符合目标受众特征（而非实际读者和用户^[4]）的 80 名自愿者参与（受测者信息见图 3）。实验以 9 月份出版的 4 期《生活周刊》及其对应的 iPhone 版（技术人员事先对用于实验的 iPhone 进行设置以确保讯息均为 9 月版）作为测试工具，同时将 80 位自愿者以抽签方式随机分为 4 个测试批次（每批 20 人）、2 个测试组别（“报纸阅读组”和“应用使用组”）。4 次实验均在封闭空间内进行，同时给予两组 20 分钟的阅读/使用时间，随后填写书

(1) 信息接收度调查

首先是信息记忆量的比对——将阅读过程中读到的信息进行现场回忆性记录（5 分钟），即将过去 20 分钟内获取的信息（一篇文章内容作为一个信息单元）以书面形式记录下来，记录形式不受两个方面的限制：第一、信息的完整性——受测者记录的信息可以是文章标题、关键词句、信息要点、图片或数据信息等；第二、信息的有序性——受测者在回忆并记录信息的过程中，不必依照版面设置顺序或实际阅读顺序来规整信息记录的有序性。

其次是信息记忆度比对——两组受测者被要求在可记录的前 5 篇文章中进行深度回忆，将每篇文章的信息点（标题、主要内容/事件、配图）尽可能多地描述记录下来，记取标题得 1 分，记取主要内容/事件得 3 分，记取配图得 1 分，单篇文章全部记取得 5 分。

(2) 信息选择性调查

首先是阅读兴趣度比对——根据内容分析的原则将《生活周刊》内容划分为“社会新闻”、“城市专栏”、“娱乐文化”、“生活方式”、“情感生活”、“实用资讯”、“图片报道”和“广告信息”8大类目，要求受测者在阅读后针对其兴趣程度给每一类目进行意见评定，参考克里特量表模式，意见分为5档——“非常好”、“好”、“一般”、“差”、“极差”。

其次是体验兴趣度比对——通过访谈了解两种不同媒介对用户/读者阅读体验的不同感受。

(3) 媒介“使用与满足”调查

通过以下6个复合选项，了解受测者对于媒介的“使用与满足”情况。

a “我觉得收获了消遣和娱乐，可以忘记烦恼、释放情感、感受快乐”。b “我觉得有利于促进人际关系，可以增加社交话题、了解他人所想所为”。c “我觉得增加了自我认同，我感到自己更加充实、自信”。d “我觉得开拓了视

导致这一差异的原因何在？在随后的深度访谈中发现，以下两个因素可能是影响不同组别受测者在信息获取量差上的原因：

第一、信息的分类方式。纸质《生活周刊》的分类方式较为传统，基本上恪守“新闻+副刊”的周报模式——“城”叠24个版面聚焦当周国际、本地、人物、娱乐等新闻，“尚”叠24个版面聚焦服饰、美容、旅游、情感、游戏等时尚潮流资讯。这一“内容（性质）本位”的分类方式虽然符合城市生活类周报的固有模式，但也容易陷入“为了分类而分类”的采编陈规，即

第二、版面的设计方式（版式）。传统报刊版式基本包括版面设计、（标题、导言、正文、图片说明）字体、分栏、图片、辅助线形色块等基本规范，美术编辑在不违背版式规范的前提下会求新求变，用版面形式的变化来烘托信息、抓人眼球。然而鉴于手机屏幕的分辨率及

如何解构优秀论文并模仿？

- 抓住核心
- 抓住本质
- 结合自身研究方向
- 进行创新

从杂志 Pad 版与纸质版的对比实证研究看杂志 App 的发展方向*

张 聪 李仲轲 肖 倩

北京印刷学院, 102600, 北京

摘 要 文章以时尚杂志《GQ 智族》为例, 对其 iPad 版与纸质版进行内容分析、控制实验、深度访谈等实证对比研究, 探讨了杂志 App 未来的发展方向。

关键词 GQ 智族; iPad 版; 杂志 App

随着 iPad 等移动终端的普及, 传统的报刊纷纷开发 App 应用, 由传统的数字化转型延伸, 进入社交化转型。杂志 App 作为一种新型的媒介形态, 不同于以往的数字期刊和网络杂志, 其通过开放式的应用平台, 颠覆了传统的采编、发行、

多杂志进入“VIVA 畅读”“读览天下”“龙源期刊网”等杂志网店中进行售卖。杂志 Pad 版是否会对纸质版的发行造成冲击? 其阅读体验是否优于纸质版? 杂志 Pad 版如何与纸质版实现互利共赢? 这些问题都值得我们进行深入探讨。

1 杂志 Pad 版与纸质版的对比实证分析

为了深入研究杂志 Pad 版与纸质版的传播特征和各自的传播效果, 笔者采取了“内容分析”和“控制实验”等实证研究方法, 以 2013 年 9 月和

1 杂志Pad版与纸质版的对比实证分析

为了深入研究杂志Pad版与纸质版的传播特征和各自的传播效果,笔者采取了“内容分析”和“控制实验”等实证研究方法,以2013年9月和2014年3月出版的《GQ智族》纸质版和iPad版为研究对象。对传播特征的研究,主要通过对其文本及内容的比较,总结杂志App的设计编辑特点,研究杂志在从纸质版向Pad版转变或二次编辑的过程中,发生了哪些变化。对纸质版和Pad版各自传播效果的研究,主要通过“控制变量”的实验方法和对实验者进行深度访谈,分析纸质版和Pad版

1.内容分析

2.控制实验

1.2 控制实验

为了进一步考察传播效果,笔者进行了一项控制实验。实验对象选择了《GQ 智族》纸版和Pad版的潜在目标读者,主要为18~26岁的男性大学生,也有少量的年轻时尚女性。试验总共分发100份问卷,同时将受众随机分为纸版使用组和Pad版使用组,每组均为50人,男女比例也相同。实验对象被要求在20分钟内阅读《GQ 智族》2014年3月刊的纸版杂志/Pad版杂志,随后填写问卷。部分对象被邀请做一对一深度访谈,并反馈使用感受。

本次试验主要关注以下两个测量指标:

(1)信息接受程度。首先是信息记忆量的对比,请答题者根据回忆记录阅读过程中接受的信息,可以记录标题、关键词句、信息要点、图片或者数据的形式,并且回忆的顺序不必按照阅读顺序。其次就是信息的记忆度对比,两组受测者被

2 杂志App未来发展趋势分析

通过实证研究发现,无论是杂志的纸版还是Pad版,受众真正关注的还是其核心内容,图片和广告以及更好的互动效果都是为内容而服务的。就《GQ 智族》这样的时尚前沿杂志来说,Pad版的上线不仅是占领市场份额的行为,更是保持自身活力的转型之举。虽然《GQ 智族》的Pad版相对于纸版,具有广告少、交互性强、阅读效率高、阅读趣味强、拥有独家视频内容等特点,但是纸版拥有广阔稳定的用户、成熟的发行体制,所以订阅量和发行量也并未大幅减少,两个版本互利共赢。在消费类期刊市场竞争激烈的形势下,也许能从《GQ 智族》的社交化媒体转型看到未来期刊App

互动环节

- 1.关于课程的各种问题可以在课程中提出，我会挑出5个有代表性的问题在下次课上进行专门解答。
- 2.本次课程打赏前5名，可以获得尔雅老师一对一交流一次。
- 3.挑选颠覆自身认知的好论文发在课程微信群里，并记录下你认为对你有帮助的论文，下次课程开始前发到课程里，我会挑选最好最有代表性的论文进行解构和解读。