

中国新锐传播学者系列教材

传播网络分析导论

Communication Network Analysis: An Introduction

刘于思 著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

赠送
电子课件

中国新锐传播学者系列教材

传播网络分析导论

Communication Network Analysis: An Introduction

刘于思 著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

传播网络分析导论/刘于思著. —西安:西安交通大学出版社, 2017. 8
ISBN 978-7-5693-0071-0

I. ①传… II. ①刘… III. ①计算机网络-传播学-研究 IV. ①G206.2 ②TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 213109 号

书 名 传播网络分析导论
著 者 刘于思
责任编辑 赵怀瀛

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315(总编办)

传 真 (029)82668280
印 刷 陕西元盛印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 16.625 字数 398 千字
版次印次 2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5693-0071-0
定 价 39.80 元

读者购书、书店添货,如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。
订购热线:(029)82665248 (029)82665249
投稿热线:(029)82668133
读者信箱:xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

序

Foreword

2008年春夏之交,有一个难得的机会在北京游学。一日,刘海龙到人民日报社9号楼社科院新闻所来探望我,聊到应该举办一个属于年轻人的全国性的传播学研讨会。我们一致认为,年轻人年龄相仿,学理相近,无拘无束,容易碰撞出思想火花。回去后,海龙打电话给张志安,陈述我们的想法,大家一拍即合。中国人民大学新闻学院赞助了一笔费用,当年6月,我们便在人大新闻学院召开了第一届中国青年传播学者论坛。来自全国各地20多位青年学者参加了会议,热烈讨论了整整一天。当时我们谁都没有想到,今天这个研讨会正在以如此有影响力的方式延续着它的生命。

应当感谢每一次会议的主办方,年轻人缺少资源,因此会议不仅不能收会务费和住宿费,而且还要补贴大家的差旅,可以说赔钱到家,投入巨大。中国人民大学、复旦大学、南京大学金陵学院、浙江大学、中山大学、清华大学、武汉大学、重庆大学、安徽大学和中国传媒大学等十所大学的相关院系先后举办了一年一度的盛会。然而即便这样,会议还是开得很艰苦。尤其对不住大家的是在南京召开的那次会议,由于金陵学院资源有限,大家都住在南京大学浦口校区招待所的套间里,一个套间的住客都可以凑出两桌麻将。由于一栋楼只有一个准时下班的服务员,今天已经“贵”为中山大学传播与设计学院院长的张志安竟不得不亲自为厕所疏通下水管道,这件事在他的成长经历中已经留下了不可磨灭的阴影。

然而,似乎没有人计较这些,大家都以能聚在一起讨论学问为快事。中山大学的那次会议一直开到晚上11点,大家仍然饶有兴味地听李立峰和郭建斌分享他们的研究心得,我们才发现温文尔雅的香港名教授在宵夜店消灭啤酒和烤肉的战斗力和也是相当惊人的。而此后,饿得两眼发蓝出去喝啤酒吃烧烤便成为了会议的必备程序。由于实行严格的匿名评审,会上的几乎每篇论文,均属上乘,但在点评时仍然会招来雨点般不留情面的批评,尤其是“一对一”对评的时候。尽管有些时候颜面上确实有点挂不住,但谁也没有真正把受到学术质疑看作是一种受伤。

于是,中国青年传播学者论坛渐渐成为一个精神气质上的无形学院。就是在这样的文化和共同体中,大家产生了更多的认同和包容,也产生了更为积

极的学术追求,共同出品一些系列性的优秀成果,便成为一种自然而然的愿望。在2014年的论坛上,西安交通大学出版社的年轻编辑赵怀瀛带着他的“中国新锐传播学者系列教材”来寻求合作时,自然得到了大家的热烈响应。在大家热烈报名之下,便有了第一辑的选题和后续的更多选题。于是在赵编辑的催促之下,便有了这篇文章。中国新锐传播学者系列教材,并没有整齐划一的风格:在内容上既有方法方面的选题,也有理论方面的选题;在形式上既有传统的体系型教材,也有相对新颖的案例型教材。但总体而言,每一本教材都具有前沿性和研究性的色彩,不仅充分体现了知识的体系性,也充分彰显了每一位作者的个性和特点。可以说,这一系列的教材更多地体现出中国青年传播学者论坛那种独有的文化气质:个性张扬,兴趣广泛,敢于迎接和挑战传播的新领域。当然,它也必然是存在各种缺陷,并以开放的态度接受各界批评的一套文本。传播学进入中国已经40年,对于一个直到21世纪仍然极其弱小的知识领域而言,需要的便是中国青年传播学者论坛的气质:兼容并包,勇于探索。

十年就这样过去了,我、海龙和志安等这一批论坛的发起者早已人到中年,日渐发福,很快都将退出我们深爱的这个论坛。谨以此序表达我们的初衷和理想,衷心希望中国青年传播学者论坛和中国新锐传播学者系列教材能够不断成长,不断超越,为中国传播学研究的发展作出更大的贡献。

胡翼青于青海玉树

2017年8月20日

目录

Contents

绪论 媒介研究的网络化转向与网络分析的传播学回归·····	(001)
-------------------------------	-------

上编 传播网络概述

第一章 社会网络分析及其传播学应用·····	(006)
------------------------	-------

第二章 传播网络的媒介系统要素与节点类别·····	(012)
---------------------------	-------

第一节 传播网络的类型与构成·····	(012)
---------------------	-------

第二节 传播网络的基本形态·····	(015)
--------------------	-------

第三章 多理论、多层次与多维度网络分析方法·····	(025)
----------------------------	-------

第一节 层次内网络的分析方法·····	(025)
---------------------	-------

第二节 跨层次与层次间网络的分析方法·····	(031)
-------------------------	-------

第四章 传播网络的构成与关系属性·····	(041)
-----------------------	-------

第一节 传播网络的表现形式·····	(041)
--------------------	-------

第二节 关系类别基础上的边属性·····	(042)
----------------------	-------

中编 传播网络分析的理论资源

第五章 传播网络分析的社会理论·····	(048)
----------------------	-------

第一节 媒介机构网络:世界体系理论与中心-边缘结构·····	(048)
--------------------------------	-------

第二节 媒介内容网络:形象建构与关系管理·····	(056)
---------------------------	-------

第三节 媒介受众网络:网络传播空间与公共领域·····	(058)
-----------------------------	-------

第四节	媒体-内容网络:作为媒介信源的精英理论·····	(060)
第五节	内容-媒体网络:语义网络与线上社会资本·····	(061)
第六节	媒体-受众网络:媒介选择与结构化理论·····	(065)
第七节	层次间网络:互联网空间自主的场域理论·····	(067)
第六章	传播网络分析的传播理论·····	(070)
第一节	媒介机构网络:比较媒介体制视角下的传播网络·····	(070)
第二节	媒介内容网络:语义网络分析的框架理论发展·····	(072)
第三节	媒介受众网络:传播基础设施理论与讲叙网络·····	(076)
第四节	媒体-内容网络:媒介生态位与新闻生产常规·····	(081)
第五节	内容-媒体网络:媒介间网络议程设置模型·····	(083)
第六节	内容-受众网络:从媒介到公众的第三层次议程设置·····	(085)
第七节	受众-内容网络:两级传播与选择性接触的拓展理论·····	(088)
第八节	媒体-受众网络:受众重叠与受众分化理论·····	(090)
第九节	层次间网络:作为中介物的技术与传播边界重构·····	(094)
第七章	传播网络分析的网络理论·····	(097)
第一节	媒介机构网络:组织生态与择优连接·····	(097)
第二节	媒介内容网络:媒介内容与复杂网络理论·····	(099)
第三节	媒介受众网络:同质性、接近性与平衡性理论·····	(102)
第四节	媒体-内容网络:意见极化的内源性动态网络效应·····	(103)
第五节	受众-内容网络:阈值/门槛模型和级联/瀑布模型·····	(106)
第六节	媒体-受众网络:社会影响理论·····	(107)
第七节	层次间网络:多级流动的“信源-权威-枢纽模型”·····	(110)

下编 传播网络分析实例

第八章	博客和微博空间中记者职业群体的线上社会网络·····	(114)
第一节	引言·····	(114)
第二节	文献探讨·····	(115)
第三节	研究方法·····	(120)
第四节	研究发现·····	(121)

第五节 结论与讨论·····	(129)
第九章 记者职业群体微博社会网络的形成机制·····	(132)
第一节 研究问题的提出·····	(132)
第二节 文献综述·····	(133)
第三节 研究方法·····	(136)
第四节 研究发现·····	(137)
第五节 结论与讨论·····	(143)
第十章 记者微博使用与职业群体社会资本·····	(145)
第一节 研究背景·····	(145)
第二节 文献综述·····	(146)
第三节 研究方法·····	(149)
第四节 研究发现·····	(150)
第五节 结论与讨论·····	(153)
第十一章 维基百科中当代中国历史事件的再现网络结构·····	(155)
第一节 引言·····	(155)
第二节 文献综述·····	(156)
第三节 研究方法·····	(162)
第四节 研究发现·····	(163)
第五节 结论与讨论·····	(166)
第十二章 在线社会网络结构与辟谣信息传播效果的实验研究·····	(167)
第一节 研究缘起·····	(167)
第二节 文献综述·····	(168)
第三节 实验 1:网络结构因素对谣言传播的影响 ·····	(171)
第四节 实验 2:网络结构因素对辟谣信息传播的影响 ·····	(176)
第五节 结论与讨论·····	(181)

第十三章 结语:走向多理论、多层次与多维度的传播网络分析..... (184)

 第一节 传播网络分析的未来理论方向 (184)

 第二节 未来展望:传播网络分析的范式整合 (188)

参考文献..... (193)

 一、中文部分 (193)

 二、英文部分 (194)

后记..... (254)

绪论 媒介研究的网络化转向与网络分析的传播学回归

随着信息与传播技术(information and communication technologies, ICTs)的发展,媒介机构、媒介受众与媒介内容通过各种各样的信息手段,以更为多样的方式彼此联系起来。传统的媒介内容生产、传播与消费的理论模式和解释机制将越来越快地受到传播技术的冲击和挑战。在这样的理论和现实情境下,信息时代的新闻学与媒介研究应当注重以社会网络分析(social network analysis, SNA)为代表的“关系性进路”(relational approach)。这种分析方法已经成为辅助新闻传播学者开展研究的重要工具,将为延续新闻传播学科理论的可持续建构产生关键性的作用,同时也召唤着若干颇具潜力的新领域的产生。

与此同时,尽管计算社会科学(computational social science)、大数据理念、数据挖掘与机器学习等分析技术等跨领域的交叉学科正在对传播研究产生着不容忽视的影响,这一影响尤其深刻地体现在传播网络分析的研究趋势当中,但此类研究当中的传播学传统和理论自觉更应当引起研究者的重视。从社会网络范式影响全球范围内传播研究的成果产出情况来看,这一方法的应用目前相对集中于组织传播(organizational communication)和计算机中介传播(computer-mediated communication)两个分支当中(Monge & Contractor, 2003; Shumate, et al., 2013),而在媒介研究的传统领域——新闻学/新闻生产研究和媒介效果研究当中,却显得鲜有人问津(Castells, 2009; Monge & Contractor, 2003)。实际上,无论是新闻学研究,还是文化产业与媒介经营管理的相关领域,网络分析的应用都能够帮助研究者对网络社会中广泛相互连接的受众、媒介组织及信息产生更多的理解。特别是在新闻研究领域,网络分析的范式为诸多媒介效果的经典理论注入了新的活力(Vu, Guo, & McCombs, 2014);绝大多数以社会网络分析开展的新闻学研究是在2010年以来发表的,这表明,越来越多的研究者开始意识到社会网络分析方法对在“网络化的媒介场域”(networked media field)当中回答新闻传播学问题、拓展新闻传播学理论而言,是一种切实可行的工具和思维方式(Fu, 2016)。因此,将社会网络分析的思维方式、方法论体系与分析技术与新闻传播现象相结合,使之回归到人文与社会科学范式下的理论与知识生产当中,将成为传播网络分析的问题起点和终极关怀之所在。

网络分析方法不仅可以应用于大数据环境下的计算社会科学,同时亦适用于非全样本或海量数据的统计分析以及基于人工编码的内容分析等,可以说,数据量绝非衡量社会网络研究质量的首要或唯一标准。此外,社会网络分析也绝非考察互联网情境下传播活动的专属,大量既有研究同样采用这种思维方式或方法论体系,对颇为“传统”的媒介环境下的传播现象展开了巧妙的分析,并得出了极具洞察力的结论。因此,破除将社会网络分

析等同于“网际网络(Internet)分析”,只能通过跨学科方法才能开展的技术型研究等研究对象迷思或研究技巧迷思,以及建立在这些迷思基础之上的路径依赖,或许能够重新帮助传播研究者正视社会网络分析范式在拓展现有传播理论方面的应用前景,从而回归到基于历史情境与理论发展需要而碰撞出的具有真正研究意义的切适问题当中。

社会网络分析与新闻传播研究有着天然的结合点。这种思维方式不仅在以往传播效果的传统经验研究中有着很深的渊源,同时也对当前“网络社会”中的媒介系统与传播现象分析具有更强的适用性。近年来,新闻传播学科新增论文中使用网络分析开展的研究数量持续上升,也说明了这一范式为传播理论的建构拓展了更多的机遇。当前,与传播相关的现象可以被概括为媒介机构、媒介内容与媒介受众之间日益增长的彼此联结,这种联结不仅包含现实生活当中的线下(offline)网络,更典型地体现为数字环境下的在线或线上(online)网络(Castells, 2009; Ognyanova & Monge, 2013)。比方说,当我们通过门户网站或手机客户端浏览新闻时,这些新闻会伴有很多相似新闻的链接,作为我们可能感兴趣的“延伸阅读”;同时,新闻当中也会出现一些可供点击的关键词,这些人物、地点、事件等专有名词也会为我们提供有关新闻信息的背景线索,帮助我们更好地理解文章内容。再设想一下我们平时使用微博、微信等社会化媒体(social media)的场景,我们会通过主动关注或好友发布等形式,发现很多媒体拥有自身的微博账号或微信公众号,在这些媒体发布的内容下面,我们不仅可以直接参与评论,还能够看到其他用户的评论和讨论(Deuze, 2003; Ziegele, Breiner, & Quiring, 2014)。这些传播网络(communication networks)是各种类型的传播行动者相互关系的体现,它反映了信息被如何传递、交换和解释的过程(Shumate & Contractor, 2013),当中也包含了传播者之间多种类型的传播连带(ties)或传播关系,这些个体和关系的分类决定着传播网络的多种构成方式,而关于由这些不同节点和边形成的传播网络形态,我们将在本书接下来的各个章节中进行更为详细的探讨。

实际上,我们不难发现,从早期聚焦于大众传播与效果研究的时代起,社会网络分析就根植于传播研究的传统当中(Ball-Rokeach, 1985)。诸如创新扩散、议程设置与框架理论等一系列传播学经典研究,已经具备了网络分析思维或使用了网络分析术语(Ognyanova & Monge, 2013)。具体而言,在传播学当中,传播的两级流动(the two-step flow of communication)是网络分析视角运用于微观层面的一个典型案例(Katz & Lazarsfeld, 1955; Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944),这一理论即是将媒介效果与传播情境下的社会结构相结合,并得出了相应的个体层面的解释机制。与之遥相呼应的是,媒介系统依赖理论(media system dependency theory)在宏观层面上分析了不同社会系统当中权力关系的形成(Ball-Rokeach, 1985),这一理论亦是根植在网络分析思想的土壤之上(Ognyanova & Monge, 2013)。而当前,这些已有的理论体系更加需要关系性解释的加入,来为新社会情境下的传播理论注入新的活力。Guo(2012)指出,在过去的几十年里,传播学者采用网络分析方法,对大众传播和个体互动展开了一系列富有创见和洞察的经验研究,网络中的节点包括新闻集团、新闻信源、电视节目中的角色、电视频道和网站等等(如: Choi & Danowski, 2002; Fine, 1981; Reese, Grant, & Danielian, 1994; Shumate & Pallazolo, 2010; Yuan & Ksiazek, 2011)。

本书主要在“多理论、多层次与多维度的网络模式”这一框架提供的对媒介系统中的传播网络进行有效分类的基础上,考察一系列有关传播网络关系的形成、消散及其社会后果的理论机制,主要是以信息流动为代表的传播现象中网络动态的多层次解释,探寻隐藏在当今日益网络化的媒介系统中的关系结构,为社会网络理论与方法在网络科学到媒介研究之间的过渡地带提供整合现有研究体系的知识版图和思考框架,帮助读者基于已有的传播网络现象或理论,形成可供进一步探索的研究问题,并给出用于回答这些研究问题的分析技巧和实际案例。对于首次尝试传播网络分析的研究者来说,本书的主要作用将是提供整合不同网络理论与现象的关系化视角;而对在社会网络分析领域已经拥有一定经验的同行而言,本书亦将探讨网络分析在媒介系统与传播研究领域的特定应用,包括如何重新看待不同分析单位与分析层次的传播理论,并将这些理论联系起来,用以探索多维度的媒介系统关系。

» 上 编

传播网络概述

第一章 社会网络分析及其传播学应用

一、社会网络分析的学术传统

网络(networks)或图论(graphs)在学术界有着悠久的历史,其源头可以追溯至瑞士数学家欧拉(Leonhard Euler)提出的经典“七桥问题”,即相似的事物或节点(nodes)之间是广泛地相互联系着的,这些联系或关系(links)会将节点组成一个网络,这种现象既出现在自然界(如神经网络),也会被人造地制造出来(如配电网)(Barabási, 2003, p. 10)。社会网络分析是一系列描绘与测量不同节点之间的关系与信息流动的研究步骤的总和。与此同时,社会网络分析也是媒介研究、组织传播等领域与经济学、网络科学、社会学、语言学等学科分支共享的研究方法和学术传统(Hanneman & Riddle, 2005; Wasserman & Faust, 1994)。自产生以来,网络分析作为一种实用性极强的研究方法,在诸多学科分支当中得到了广泛的采纳和使用(Borgatti, Mehra, Brass, & Labianca, 2009; Monge & Contractor, 2003),包括经济学(Uzzi, 1997)、管理学(Contractor, Wasserman, & Faust, 2006)、社会学(Macy & Willer, 2002; Moody, McFarland, & Bender-deMoll, 2005)、政治科学(Fowler, Grofman, & Masuoka, 2007)和传播学(Monge & Matei, 2004)等等。

作为 20 世纪 60 年代以来在西方兴起的一种分析方法,社会网络分析在 20 世纪 70 年代正式形成了社会学的一个分支。社会网络分析主要关心由一些社会单元间相对稳定的社会关系构成的体系,这些社会单元既可以指社会中的个人,也可以指群体、组织和国家。社会单元间的关系既可以是人际关系,也可以是贸易往来和信息传递等。网络分析研究者将社会结构看作是一个网络系统,其中包括着许多节点(指社会单元)和关系(指这些社会单元间的相互关联方式)。这种分析的主要特征就是强调人们的社会活动是由其社会关系网络所决定。社会网络主要分为整体网和个体网。其中,整体网研究要求对一定范围内的社会关系做全面的了解,运用矩阵等数学手段,研究社会系统整体或某一部分中社会关系的结构,具体分析社会系统中联系和分解的模式、系统成员在角色关系上的均衡、网络结构的变化以及系统成员直接和间接联系的方式。

当代社会网络分析的发展得益于多种多样的学科和学派交融。社会网络分析的主流学派主要有三个传统:社会计量学的图论方法、哈佛结构主义者的“派系”概念和曼彻斯特人类学家的“社区”关系结构。社会网络分析方法发端于 20 世纪 60 年代,运用这一方法发展出的中层理论对许多具体可测量的因变量做出了有效的解释,如著名的“机会链”(opportunity chains)理论(White, 1970)解释了内部劳力市场的升迁现象;Granovetter

(1973)运用“弱连带优势理论”(the strength of weak ties)对劳动力市场的求职和转职做出了讨论;Burt(1992)运用“结构洞”(structural holes)理论对组织内权力的运作和升迁的过程做出了有价值的理论贡献;林南(2001)的社会资本(social capital)理论则把资源取得作为中介变量,以社会网络解释了求职成功。种种社会网络分析的经典理论不一而足。随着其技术手段和方法论发展的日臻成熟,研究者队伍的不断壮大,社会网络研究在20世纪90年代以后迅速崛起,成为与理性选择学派、新制度论学派并称的三大学派之一,成为近年来跨学科的重要研究领域。

二、社会网络分析的基本思想

对社会行动者通过链接建立的网络结构,可以通过社会网络分析的框架来进行检视。社会网络分析(social network analysis),是以共同属性作为基础的,用来辨明个人(或节点)之间的互相连通关系的一系列方法(Hanneman & Riddle, 2005)。这种研究方法,能够对包括文化符号、人、团体、组织以及国家等各种社会实体之间存在的关系进行探索(Barnett, Danowski, & Richards, 1993; Scott, 1991a, 1991b; Wasserman & Faust, 1994)。社会网络研究者认为,社会关系一般以社会实体间的交换行动为基础而产生,如商品、政治力量、社会认同和信息等的交换,社会系统中实体间的关系可以视为一个社会行动者及其行动所构成的点的集合,而社会网络分析的目标正是找出这些特定社会行动者之间的关系,并阐明社会系统中网络结构的形式和内容。相似地,包括记者这一职业群体在内的人们,通过彼此的链接在诸如微博等社会化媒体空间中构筑起的社会网络结构,也可以被看作是一系列不同的社会实体所建立的关系。接下来,本节内容将对社会网络分析方法的内容、发展、分类和研究取向进行评析。

简单地说,网络是事物以及事物之间的某种关系。在比较宽泛的意义上说,大多数科学研究都关注事物的结构,这可以看成是一种网络视角。包括传播学在内的社会科学也是如此。因此,社会网络通常被视为社会行动者(social actors)及他们之间关系的集合。也就是说,社会网络是由多个点(代表行动者)和各点之间的连线(代表行动者之间的关系)组成的集合。用点和线来表达网络,这是社会网络的形式化界定。

如表1-1所示,社会科学数据主要分为“属性数据”和“关系数据”两类。属性数据(attribute data)指涉及能动者(agents)的态度、观点和行为方面的数据,它们被视作为能动者的个人或者群体所具有的财产、性质、特点等。适用于分析属性数据的主要方法是变量分析法(variable analysis),这些方法把各种属性测量为特定变量的取值,如收入、职业及教育程度等。而关系数据(relational data)则是关于接触、联络、关联、群体依附和聚会等方面的数据,这类数据把一个能动者同另一个能动者联系起来,因而不能简单地还原为个体行动者本身的属性。关系是行动者的属性,它能够把多对行动者联系成一个更大的关系系统,因此适用于分析关系数据的方法就是网络分析。除此之外,还有第三种类型的数据,即观念数据(ideational data),它描述的则是意义(Scott, 2000)。在社会研究传统中,关系数据通常居于核心,因为社会结构是社会行动的基础,而社会结构则是建立在关系的基础之上,这便是社会网络分析的基本理念。

表 1-1 社会研究资料和分析的各种类型

研究类型	资料主要来源	资料类型	分析类型
调查研究	问卷法、访谈法	属性资料	变量分析
民族志研究	观察法	观念资料	类型分析
文献研究	文本	关系资料	网络分析

社会网络研究的内容包括三个层次，即个体网(ego-networks)、局域网(partial networks)和整体网(whole networks)。其中，个体网分析往往采用提名法来获取数据，从而以个体所列举的网络要素来代表其整体网络特征，因而对测量工具的信度和效度要求相应较高。例如，在社会学研究中，一般使用以拜年网、核心讨论网等为情境的提名法，来获取或推断个体网的网顶、网差和网络规模等参数，作为个体社会资本的测度。通过对这两种类型的社会网络进行探查，将能够帮助研究者收集最富有信息量的个人核心网络。其中，核心讨论网是国外社会网络调查最常使用的方法之一(Burt,1984)，而拜年网则是在中国文化背景下提出的中国社会所独有的社会网络类型，它是指被调查者在春节期间以各种方式互相拜年的人所形成的社会网络，包括拜年者的人数规模、拜年对象在社会等级和工作单位类型上的异质性等(如:王卫东,2006)。另外，个体网也可以用作以网络结构为自变量的实验条件操纵，从中考察网络结构对信息传播效果的可能影响(如:Sohn,2009)。图 1-1 列举了一则实验中将被试作为个体中心(ego)，令其列举其 5 名好友(N1~N5)，并汇报好友之间关系强度的个体网，其中关系强度以节点之间的连线粗细来表示。通过对关系情境的操纵，研究者就能够得到形如图 1-1 左的密集网络和图 1-1 右的稀疏网络两种密度不同的个体网络结构，据此考察作为自变量的网络密度这一结构特征对信息传播的可能影响。关于此项研究的理论问题、实验程序和主要结论，可详见本书第十二章有关在线社会网络结构与谣言和辟谣信息传播效果的实验研究。

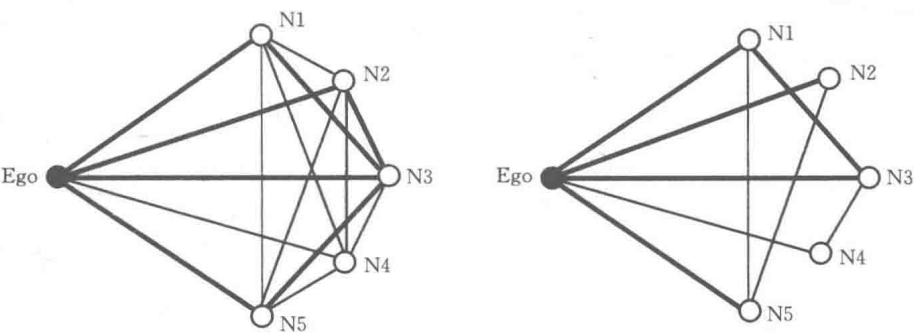


图 1-1 以提名法获取的不同密度网络示意图

不同于个体网研究，整体网关注的是由一个群体内部所有成员之间的关系构成的网络(刘军,2009)。在近代以社会网络分析为方法开展的经验研究中，研究者往往会选择一个完整的社会行动者名单作为边界，而关注其全部关系的整体网研究。这是因为，整体网研究可以对整个网络做出比较全面的描述，揭示整体网络的各种结构特征，而这是个体