

<<理解新媒介>>

图书基本信息

书名：<<理解新媒介>>

13位ISBN编号：9787309089530

10位ISBN编号：7309089537

出版时间：2012-9

出版时间：复旦大学出版社

作者：[加]罗伯特·洛根

译者：何道宽

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>

<<理解新媒介>>

内容概要

“如其运转，则已过时。

”新媒介发展之迅速，让人们无法跟上其脚步。

新媒介景观迷惑了我们的双眼，它与社会、与生活、与个体如此紧密地联系在一起，如同鱼和水，你能说清：谁依赖谁？

媒介哲学家麦克卢汉如先知一般地预言了——媒介是人的延伸，他的亲密战友、著名媒介学者洛根再度断言——人延伸了媒介。

在《理解新媒介：延伸麦克卢汉》一书中，罗伯特·洛根展示了物理学家的气质：严密的逻辑、透辟的解析、系统的视野，麦克卢汉的思想被推进至新的高度。

这是一部卷帙浩繁、巨细无靡的新媒介百科，各种新媒介形态纷纷登场；也是一部思想深邃、充满洞见的学术专著。

罗伯特·洛根对新媒介的语言迷思、生成语法、发展定律的深刻解读，将为您撩开新媒介的面纱。

<<理解新媒介>>

作者简介

作者：（加拿大）罗伯特·洛根（Robert K.Logan）译者：何道宽 罗伯特·洛根（Robert K. Logan, 1939—），加拿大物理学家、传播学家，从事跨学科研究，是麦克卢汉思想圈子的核心成员、媒介环境学派第二代代表人物。

著有《字母表效应：拼音文字与西方文明》、《第六语言 学会在互联网时代生存》、《心灵的延伸：语言、心灵和文化的滥觞》、《理解新媒介：延伸麦克卢汉》等。

《第六语言》2000年获媒介环境学会苏珊·朗格奖。

<<理解新媒介>>

书籍目录

总序 译者代序 洛根中文版序 前言 谢辞 1 “新媒介”与麦克卢汉：绪论 1.1 本书宗旨 1.2 麦克卢汉方法论，读者可能的收获 1.3 什么是“新媒介”？
 1.4 “新媒介”变化之中的外观/背景 1.5 “新媒介”分类 1.6 媒介是技术，是工具，是语言，是 1.7 站在巨人的肩头上 1.8 麦克卢汉论新媒介 第一部方法论 麦克卢汉的方法论：媒介是人的延伸媒介即讯息 2.1 他的猖狂中寓有方法 2.2 麦克卢汉方法论小结 2.3 麦克卢汉主张技术决定论吗？
 五个传播时代：加上模拟式传播时代和互动式数字时代 3.1 更新麦克卢汉的三个传播时代 3.2 麦克卢汉的三个传播时代：口语传播时代、书面传播时代、电力传播时代 3.3 语言的起源与演化 3.4 细析口语传播与书面传播之差异 3.5 媒介生态与媒介生态系统 “新媒介”多大程度上确认或反驳了麦克卢汉的预测 4.1 “新媒介”的新模式 4.2 媒介定律与技术演化 4.3 “新媒介”使书面文化逆转，使大众媒介的负面效应逆转 4.4 新媒介强化了麦克卢汉指明的电力媒介趋势 4.5 超越光速 “新媒介”的14条讯息：概述 5.0 “新媒介”与大众媒介的区别 5.1 双向传播 5.2 “新媒介”使信息容易获取和传播 5.3 “新媒介”有利于继续学习 5.4 组合与整合 5.5 社群的构建 5.6 便携性 5.7 媒介融合 5.8 互操作性 5.9 内容的聚合 5.10 多样性、选择性与长尾现象 5.11 消费者与生产者的再整合 5.12 社会的集体行为与赛博空间里的合作 5.13 再混合文化 5.14 从产品到服务的转变 5.15 新旧媒介的比较与“新媒介”的14条讯息 5.16 “新媒介”基于使用者的变化 “数字经济”：知识经济的扩张 6.1 “数字经济”述略 6.2 重要的是获取信息而不是占有信息 6.3 从信息到知识的范式转移 6.4 知识管理与互联网 6.5 终生学习：互联网时代的就业保障 叠加的和串联的技术与媒介 7.1 媒介是人的延伸 7.2 媒介与技术的演化：延伸的延伸 7.3 串联的技术与媒介：如何理解“新媒介是旧媒介的延伸”或“延伸的延伸” 7.4 什么是媒介的实际内容？
 7.5 新二元论与符号域 7.6 符号域分为媒介域和心灵域 第二部新媒介如何影响《理解媒介》所分析的媒介 第二部 新媒介如何影响《理解媒介》所分析的媒介 口语词：“新媒介”对口语词的冲击 书面词 9.1 “新媒介”对书面词的冲击 9.2 第三种口语或数字口语 9.3 书写文本的终结？
 9.4 互动文本 道路与纸路 数字 11.1 第一次数字革命 11.2 “零”的发明 11.3 从数字到数字化 服装 住宅 货币 14.1 “新媒介”对货币的冲击 14.2 自动取款机 14.3 电子商务 14.4 网上拍卖与固定价销售 14.5 网上购物付款方式：信用卡与电子货币 时钟 印刷术 滑稽漫画 印刷词与书籍 18.1 “新媒介”对书籍和学术刊物的冲击 18.2 可供选择的文本格式 18.3 电子书 18.4 有声读物 18.5 电子杂志 18.6 图书馆 轮子、自行车和飞机 照片 报纸与新闻 21.1 “新媒介”对新闻的冲击 21.2 “新”新闻的消费者 21.3 “新”新闻的生产者 汽车 广告 23.1 大众媒介上的广告 23.2 互联网、万维网和其他“新媒介”上的广告 23.3 网上的病毒式营销 第三部《理解媒介》没有做的新媒介分析 附录麦克卢汉方法论：他的猖狂中寓有方法 参考文献 译者后记 补记

<<理解新媒介>>

章节摘录

版权页： 1.2 麦克卢汉方法论，读者可能的收获 本书第一部介绍我们的研究，阐述本书的理论背景和方法论背景；第二部分分析麦克卢汉在《理解媒介》里研究的传统媒介；第三部集中研究“新媒介”。我尝试以逻辑顺序的方式介绍本书的课题，但由于“新媒介”的发展及其影响所固有的非线性性质，逻辑顺序的组织是行不通的。

第二部里的课题按照麦克卢汉《理解媒介》的顺序安排，这就是本书的第8—33章。

因为第二部描绘“新媒介”如何改变旧媒介，所以我们必须在第二部里描绘“新媒介”的一些属性和特征，然后才能进入第三部。

因此，读者不妨从一个章节跳到另一个章节，不必按照章节的顺序读下去。

换言之，你不妨尝试用阅读超链接文本的方式去阅读本书。

我用括号表明可以参考的章节，比如(y.x)就表示某章某节(A.x)就表示附录的某一节。

希望这样的参照有用，但我不能保证，我预计到了每一位读者的需要，所以我提供参照时就格外小心。

“新媒介”的发展不是一个线性的进程，其“故事”非常复杂，其首、中、尾三段未必与本书首、中、尾三段一致。

因此，读者不妨在书里跳来跳去。

如果遇见不熟悉的词语，另一个可用的工具是网址WWW.webope.dia.com。

这一工具提供相关的网络词典和搜索引擎。

再一个很好的资源是我们在“51.10”那一节里描绘的网上百科全书。

因为“新媒介”是极富流动性的课题，所以我大量使用网络资源而不是书本资源。

我用统一资源标识符(URL)表明其网址。

其中一些网址可能已经退出，读者可能难以找到文献的源头。

它保存若干年里的网址。

实际上，我就在早已退休的服务器上恢复了我自己写的网页。

在本书写作过程中，我将《理解媒介》作为模板，以分析“新媒介”的冲击和余波，考察麦克卢汉研究的旧媒介对“新媒介”的回应。

和《理解媒介》的前7章一样，本书的第一部讨论理论问题和方法论问题。

第2章简要勾勒麦克卢汉分析媒介和技术的方法论，这也是本书如何更新麦克卢汉的方法论，当然我们做了必要的补充。

此外，第2章还探讨技术决定论这个问题，意在说明，麦克卢汉的媒介因果观不是批评者指责的那样头脑简单，他们并没有仔细或透彻地阅读他的书。

第3章延伸麦克卢汉提出的三个传播时代，即口语传播时代、书面文化传播时代和电力传播时代，又补充了两个时代：前口语的模拟式(mimetic)传播时代和数字互动的“新媒介”时代。

第4章描绘“新媒介”的新模式。

第5章总览“新媒介”的影响，描绘“新媒介”的14个特征或讯息。

<<理解新媒介>>

编辑推荐

《理解新媒介:延伸麦克卢汉》由复旦大学出版社出版。

<<理解新媒介>>

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>