

<<机器新娘>>

图书基本信息

书名：<<机器新娘>>

13位ISBN编号：9787300060248

10位ISBN编号：7300060242

出版时间：2004-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：马歇尔·麦克卢汉

页数：295

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>

## <<机器新娘>>

### 前言

麦克卢汉不但是电子时代的先知先觉，而且是大众文化的先知先觉。

半个世纪之前，他研究大众文化的第一部专著《机器新娘 - 工业人的民俗》(以下简称《机器新娘》)不仅受到冷遇，而且差一点胎死腹中，出版社举棋不定，整整给他拖了6年!他的研究仿佛是来得太早了。

麦克卢汉给世人留下的著作十余种，最著名的代表作有3部：《机器新娘》，讲工业人和广告；《谷登堡星汉璀璨》，讲印刷人；《理解媒介》，讲电子人。

他批判工业人，悲叹印刷人，赞美电子人。

诚然，他的世界声誉在1964年出版《理解媒介》之后才迅速崛起；但是早在50年代，他就已经在北美大陆广为人知了。

经过半个世纪的事事沧桑，《机器新娘》这本书还有价值吗？

回答是肯定的。

电子时代虽已来临，工业世界并未死亡，工业时代闪耀的广告明星还在每日每时轰炸我们，大众文化的滚滚洪流巨浪排空，有可能淹没我们。

如果不想被摧毁、被淹没，不想成为可怜的猎物，我们还要研究它们、理解它们、利用它们。

## <<机器新娘>>

### 内容概要

马歇尔·麦克卢汉是20世纪最富有原创性的媒介理论家之一。他那独特的人格魅力、非凡的感知能力将他推上了国际舞台，使他成为信息时代的先知。《机器新娘》是最早研究广告的学术专著，初版于1951年。有了这本书，麦克卢汉的现代大众传播最杰出、最风趣批评家的地位，就确立下来了。

## <<机器新娘>>

### 作者简介

马歇尔·麦克卢汉（1911—1980），信息社会、电子世界的先知，20世纪的思想巨人。他一生勤于学问，拿了百个学位，写了十余种书，留下几百万珍贵的文字，代表作有《机器新娘》、《理解媒介》、《谷登堡星汉璀璨》等。他一生完成了几次重大的学术转向，从工科转向文学、哲学、文学批评、社会批评、大众文化研究、媒介研究，成为多伦多传播学派的旗手和主帅。他提出的“技术媒介决定论”、“地球村”等理论，给人文学科留下了一笔丰富的遗产。他的思想现在仍然对若干学科产生影响，尤其是对媒介研究、现代艺术和符号学产生着重大的影响。

<<机器新娘>>

书籍目录

麦克卢汉自序50周年版序第1篇 报纸头版第2篇 新闻嗅觉第3篇 跳芭蕾舞的卢斯第4篇 革命无恙第5篇 深深的抚慰第6篇 木偶麦卡锡第7篇 豪华饭店里的圣贤第8篇 听节目的自由第9篇 时尚的书第10篇 与杰斐逊把酒共欢第11篇 犯罪无益第12篇 技艺第13篇 行政能力第14篇 走向失败第15篇 明白如话第16篇 伟大的书第17篇 盖洛普民意测验第18篇 市场研究第19篇 艾米丽·波斯特的礼仪第20篇 男女合校第21篇 贫穷的富人第22篇 杰出男人第23篇 讨人喜欢第24篇 小阿布纳第25篇 孤儿安妮第26篇 抚养父亲第27篇 金发焊妇第28篇 无畏的眼神第29篇 全身光鲜第30篇 仰视儿子第31篇 吸引眼球第32篇 镜中女第33篇 丈夫的选择第34篇 使情绪波动的魔力第35篇 淹死的人第36篇 实验室的声音第37篇 爱神装配线第38篇 机器新娘第39篇 超人第40篇 人猿泰山第41篇 作为静物照的尸体第42篇 从达芬奇到福尔摩斯第43篇 在家的第一顿早餐第44篇 理解美国第45篇 自由——美国风格第46篇 可乐与美女……译者后记

## <<机器新娘>>

### 章节摘录

两篇新闻嗅觉与《纽约时报》不同，赫斯特集团报纸的标题想把当日新闻组成一出富有个人色彩的戏剧，其基调是《吉姆·法利的故事》。

法利的故事》。

《纽约时报》宣称报道“一切适合印刷的新闻”。

《美国日志》自吹是“一张为美国人民办的美国报纸”。

仔细一看，这两种说法都怪诞难解。

《美国日志》的自吹也许还隐含另一层意思，美国就是世界。

请注意这样一些新闻：“士兵的最后愿望被剥夺”，“一个眼神使伙伴失去判断力”。

罗斯福说：“我们要让他们感到烟熏火燎（改组最高法院）。”

”当这些新闻上第一版，当一般的新闻与罗斯福的讲话排印在一起并得到同等的篇幅时，它们提供的是一种X光似的戏剧，映照出了人们心中共同的激情。

在这种情况下，即使国际政治风云也成了个人情感的镜子。

喜爱、仇恨、欺骗、雄心、失望等等，都成了经久不衰的伴音，始终伴随着风云变幻的社会事务和国家大事。

与此同时，我们看见这样一个悖论：一家很大的报纸面对巨人和怪物，却像是一个勇敢的小人物。

每一天，这家报纸都在警告或宣称拯救我们，使我们不至于被大的利益集团吞没，这些集团企图颠覆普通人的利益。

巨人稀少的时候，就必须虚构一些巨人。

这就是佩格勒的功能之一：寻找巨人并杀死巨人。

这类报纸把自己打扮成杀死巨人的杰克，它们给一般读者的印象是能够通天，可是私下里它们却认为公众是傻瓜，巴纳姆心目中那样的傻瓜。

## <<机器新娘>>

### 后记

我对麦克卢汉的介绍和评价，在以前的5部译作的序跋中已经有过比较详细的说明。请参考《理解媒介》、《麦克卢汉精粹》、《数字麦克卢汉》、《麦克卢汉·媒介及信使》和《麦克卢汉书简》。

除此之外，另有两点需要说明。

1. 从现在起，我们介绍麦克卢汉的著作进入两个系列。

一是中国人民大学出版社的《当代世界学术名著·新闻与传播学译丛·大师经典系列》，另一个是“麦克卢汉研究系列”。

请读者关注。

2. 与麦克卢汉的其他著作一样，《机器新娘》原文没有一条注释，为了给读者扫除阻碍，译者做了300余条脚注，希望我们的尺度把握得不过不及。

## <<机器新娘>>

### 媒体关注与评论

这是一本超前的书，它是最早研究广告的学术专著。

这是一本创新的书，它形式新颖，语言俏皮，图文并茂。

这是一本隽永的书，它常读常新，回味无穷。

这是一本经典之作，透露出深刻的文化批评和社会批评，文字幽默，态度严肃，调侃而不古板，戏谑而不僵硬。

——何道宽 深圳大学传播学院教授《机器新娘》评估了大众媒介文化和流行艺术对人的影响，麦克卢汉从狂轰滥炸的媒介中抽取数以百计的实物，进行分析说明，经过15年的磨砺，终于使该书得以问世。

《机器新娘》能够帮助人们确认并理解塑造自己生活的力量。

——菲利普·B·梅格斯弗吉尼亚 联合大学艺术学院教授



<<机器新娘>>

编辑推荐

《机器新娘:工业人的民俗》由中国人民大学出版社出版。

<<机器新娘>>

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>