

<<媒介地理学>>

图书基本信息

书名：<<媒介地理学>>

13位ISBN编号：9787565700552

10位ISBN编号：756570055X

出版时间：2010-9

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：邵培仁,杨丽萍

页数：318

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>

前言

今天的中国，一个发展中的大国形象，已昂然崛起于世界的东方，让人刮目相看。世界惊奇发现，中国社会面貌光彩焕然，已非昔日可比，这似乎只是弹指一挥间。回首过去，我们看到了辉煌的成就和灿烂的微笑，同时也看到了艰辛的汗水和坚实的脚步。中国的媒介与传播研究，也与我们的时代同命运、共呼吸，演绎出激越曼妙的交响，我们既取得了累累硕果，也面临着重重挑战。

作为一名长期从事媒介与传播研究的中国学者，我亲身体验感受到了这些年中国学界所走过的不凡历程，可以说是发展与困惑同在，成就与问题并存，我深深体会到祖国给予的坚强支撑，历史带来的巨大机会。

人至三十当是而立之年，而当中国改革开放迎来他的三十周年之际，中国的媒介与传播研究似乎再一次走到了一个历史的十字路口，正处于一个前所未有的“困惑与选择之中”，面临着“向何处去”的问题。

那么，在这一特殊的历史转折关头，中国媒介与传播研究最明智的选择是什么呢？

我认为，最明智选择应该是。

<<媒介地理学>>

内容概要

浙江省哲学社会科学基金重点课题浙江省社科学术著作出版资金资助这是一部全面、系统、深入论述媒介地理思想、试图建立媒介地理学体系的学术专著。

本书运用媒介地理学原理和方法，继承中国传统文化中“天地人合一、天学地学人学同源”的思想，坚守“天地人媒”整体互动、和谐平衡、共存共荣的研究方针，对媒介地理学的研究对象、体系和领域进行了分析和论证，对中外媒介地理学的历史进行了回顾和总结，对媒介地理学中的空间、时间、地方、景观和尺度等基本概念进行了深入分析和探讨，对媒介地理学的主要应用领域进行了描述和阐述，为科学了解、认识、研究和实践媒介地理学提出了一系列全新的思想观点和独特的理论视维。

<<媒介地理学>>

作者简介

邵培仁，浙江大学人文学部副主任，浙江大学传播研究所所长、教授、博士生导师，中国传播学会副会长，浙江省传播学会会长，浙江省会展学会会长，《中国传媒报告》杂志主编。

《传播学原理与应用》奠定了其传播学研究的原点，《当代传播学丛书》开拓了传播研究领域，《传播学》则是其传播理论精华的集成。

近年.他又努力开辟媒介管理学研究的疆域，《媒介管理学》、《媒介生态学》是这方面的代表作。

先后发表论文260余篇，出版专著20种。

著作获得省级一等奖一次，二等奖三次.个人于2004年获浙江省有突出贡献的中青年专家称号，于2007年荣获教育部宝钢优秀教师奖。

<<媒介地理学>>

书籍目录

上编 媒介地理学的基本源流 第一章 媒介地理学的对象与意义 第一节 作为交叉融合的媒介地理学 第二节 媒介地理学的对象与体系 第三节 媒介地理学的研究意义 第二章 媒介地理学的历史与现状 第一节 媒介地理学的历史轨迹 第二节 作为地理中的媒介形态 第三节 作为媒介中的地理样本 第四节 媒介地理学的研究现状 第三章 媒介地理学的科学性与学术性 第一节 媒介地理学的关键矢量 第二节 媒介：天地人一体与延伸 第三节 媒介地理学的学术追求中编 媒介地理学的基本概念 第四章 空间：媒介传播环境中的材料与景观 第一节 空间作为语境假定物 第二节 不同空间的特点与景观 第三节 空间感的转变与解读 第四节 媒介与空间的互动与博弈 第五章 时间：媒介地理系统的变化与流动 第一节 时间的概念及性质 第二节 媒介：变革时间的观念及分配 第三节 时间：影响媒介的生产 第四节 媒介时间：媒介研究的新视角 第六章 地方：媒介地理要素的社会建构与文化记忆 第一节 地方是媒介地理学的核心概念 第二节 全球化视野中的地方维度与意义 第三节 消失的地域与媒介地方感的形成 第四节 地方性：是媒介的进步还是倒退 第七章 景观：媒介对世界的描述与解释 第一节 景观的多重含义 第二节 景观的生产与消费 第三节 景观的象征意义 第四节 媒介与景观社会 第八章 尺度：媒介传播的本土性与全球性 第一节 作为梯状和同心圆状的尺度 第二节 本土性、全球性与尺度 第三节 媒介与本土性 第四节 媒介与全球性下编 媒介地理学的基本问题 第九章 传者与受众地理 第一节 传播者的地理特征 第二节 作为社会群体的受众与地理 第三节 作为消费者的受众与地理 第四节 作为权利主体的受众与地理 第十章 媒介符号地理 第一节 符号及其性质 第二节 媒介符号与地理 第三节 媒介中的语言符号与地理 第四节 媒介中的非语言符号与地理 第十一章 报刊地理：阅读景观的营造 第一节 地理与近代报刊的产生 第二节 地域文化对报刊的影响 第三节 报刊的地域性特点 第四节 报纸对地理景观的塑造与想象 第十二章 广播地理：听觉的空间魅力 第一节 广播收听的变迁 第二节 广播发展中的“催化剂” 第三节 广播节目与地理 第四节 广播对地理的塑造 第十三章 电影地理：眩晕的影像景观 第一节 电影视觉接受的地理变迁 第二节 电影：艺术呈现地理景观和想象世界 第三节 电影是对现实地理的重建与延伸 第四节 电影生产与经营中的地理因素 第十四章 电视地理：集聚地理能量的利器 第一节 电视的产生发展与地理 第二节 电视收视与地理 第三节 电视内容与地理 第四节 电视传播技术与地理 第十五章 网络地理：自由的赛博空间 第一节 网络是人类社会进步的加速器 第二节 网络地理的颠覆与重建 第三节 地理制约网络的发展 第四节 建设与营造网络新文明参考文献后记

<<媒介地理学>>

章节摘录

同样，传播作为人类的活动，也是人性和生活的建筑材料。

其实当我们说“字如其人”、“文如其人”、“传如其人”时，也等于在说“传如其地”。

音乐地理学告诉我们，渔歌、牧歌、秧歌、山歌等，就既是唱歌人面貌和人格的本质反映，也是其自身所处的地理环境的真实写照。

陕北民歌信天游是流传在我国西北广大地区的一种民歌形式，这是一种用老镢镌刻在西北黄土高原上的传世巨著，是黄坡黄水之间的一朵奇葩。

信天游是陕北劳动人民精神、思想、感情的结晶，是陕北人民最亲近的伴侣，是陕北地理环境最直接的反映。

陕北，地处黄土高原，山连着山，沟接着沟。

生活在这里的人们或是在山上劳作耕耘，或是赶着牲灵在险峻的山路和深深的沟壑之间跋涉。

在繁重而单调的生活中，一则为了排遣心头的忧愁和寂寞，宣泄孤独，自慰消遣，二则思念起家人、朋友、恋人，便见景生情，以景寄情，信口编唱，用高亢而悠长的歌声抒发自己的感情、感触，诉说自己对爱情和美好生活的追求、向往，以释放积压在心头的郁闷和愁苦。

信天游的传唱之境，是一片广漠无垠的黄土高原，这高原千沟万壑，连绵起伏，苍茫、恢宏而又深藏着凄然、悲壮；清峻、刚毅而又饱含着沉郁、顿挫。

千百年来，它以自己的个性潜在地影响着陕北人的生活习俗，塑造了性格鲜明的高原文化，塑造了苍凉、宏壮而沉郁的信天游。

4.空间、景观与地方的视觉元素已经成为当下媒介的重要内容当下媒介所关注的空间、景观和地方等视觉元素，在邻里、城市、区域、国家等所有尺度上，都不是简单的观念，而是各种现象的综合体；也不只是自然的、地理的现象，还是社会的和媒介的反映对象和传播内容。

不同的空间、景观和地方角度既可被视为具体的物质形式，也可看作是文化层面的多种精神建构和内容产业，具有观念形态的特征。

大众媒介的广泛介入极大地推动了空间复苏、景观转向和地方觉醒，同时又使得人类的空间感由实境转向虚境，由时间模式转向空间模式，由直接的亲身体验转向间接的媒介体验，于是视觉传播打败了听觉传播和触觉传播，本来以呈现和表达社会为己任的媒介反而成为社会必须关注、使用和依赖的对象，否则就会威胁到它生存与发展的空间。

后记

本书是浙江省哲学社会科学基金项目重大课题《媒介地理与传播生态研究》和浙江大学基督教与跨文化研究中心“985工程”建设项目《跨文化传播视野中的媒介地理学研究》的最终成果，也是以《媒介地理学：媒介作为文化图景的研究》书名申请获得批准的浙江省社科学术著作出版资金资助项目。我从事传播学和媒介理论研究算起来至今已有26年，而从事传播与媒介交叉研究也有20多年的历史。1988年我与戴元光、龚炜在兰州大学出版社合作出版了中国大陆第一本传播学著作《传播学原理与应用》，在中国传播学界引起巨大反响。

当时我就预测到传播学总论和大众传播学、组织传播学、人际传播学等分层传播研究会成为热点，而交叉传播研究在当时可能会被学界所忽视，而这正是传播学研究的突破口和创新点。

于是我着手进行传播学交叉研究，并从1990年开始先后在江苏人民出版社和南京大学出版社主撰主编出版了《经济传播学》（1990）、《政治传播学》（1991）、《教育传播学》（1992）、《艺术传播学》（1992）、《新闻传播学》（1995）和《传播社会学》（1994）等著作；接着转入媒介管理学研究领域，先后合作出版了《媒介经营管理学》（1998）、《媒介管理学》（2002）等著作。

本想就此打住，从此专心致志地搞传播学和媒介管理学研究。

未曾想自己在国内又率先发表了多篇媒介生态学和媒介地理学方面的学术论文，引起学界和媒体关注，研究课题被列入浙江大学学科交叉预研基金的资助范围，本人还成了传媒学院与计算机学院共建的学科交叉研究中心及项目负责人。

接着本人又以《媒介地理与媒介生态研究》为题分别申报了浙江大学基督教与跨文化研究中心“985工程”建设项目和浙江省哲学社会科学基金项目重大课题，分别获得正式立项，从而形成了非研究不可的基本态势。

2008年本人主撰的《媒介生态学：媒介作为绿色生态的研究》在中国传媒大学出版社正式出版，并在当年完成结题任务。

<<媒介地理学>>

编辑推荐

《媒介地理学》是21世纪媒介理论丛书之一。

<<媒介地理学>>

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>