

《媒体等同》

图书基本信息

书名：《媒体等同》

13位ISBN编号：9787309030167

10位ISBN编号：7309030168

出版时间：2001-12

出版社：复旦大学出版社

作者：卢大川 等

页数：231

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《媒体等同》

内容概要

“ 纳斯和李维斯过去十年一直致力于研究社会对技术的反应。我们邀请他们加入我们的团队，他们向我们展示了一些令人惊人的事物。” ——比尔·盖茨（Bill Gates），微软公司总裁及首席执行官

“ 这是一项非常出色的探索，具有观点的描述，显示了惊人的内涵。处处反映出未来我们必须与机器共享实际应用和深刻的启示。对任何关心媒体发展趋势的人来说，本书都是必读材料。” ——保罗·沙夫（

《媒体等同》

书籍目录

- 第一部分 引言
- 第一章 媒体等同
- 第二部分 媒体举止
- 第二章 礼貌的行为
- 第三章 人际距离
- 第四章 恭维
- 第五章 评判他人和自我
- 第三部分 媒体与人类
- 第六章 人物个性
- 第七章 界面的个性
- 第八章 人格模拟
- 第四部分 媒体和情感
- 第九章 好与坏
- 第十章 负面影响

《媒体等同》

精彩短评

- 1、写读后感之书 观点好 实验有趣
- 2、natural & social
- 3、自购/图书馆A501 G206.2/bzh68
- 4、在北师大盛世情书店淘到，惊喜啊
- 5、没有深刻缜密细致入微的思考，也就永远无法设计出伟大的产品。
- 6、很有意思的研究
- 7、跨了好多学科哦。。算了暂时读不来这种。。就是激发度和专家那块儿有些共鸣。。恩恩
- 8、前瞻性，实验设计巧妙有趣。虽然我个人对媒体等同的认知前设和推论存疑：人与人之间在理解世界的需要和愿望上几乎不存在差别，不同社会文化背景的人对媒体的反应都很相似。
- 9、MIT教授的一部经典

《媒体等同》

精彩书评

1、喻老师在课上也曾经说过对待这类研究的态度，应该把已有的研究作为既定的事件，在此基础上沿着自己的逻辑向前走，这比深究这个研究成果的不合理性更加“重要”。我觉得非常有道理，所以，纵然媒体等同理论的建构并不完美，有很多漏洞，但我们还是应该向前看。即使承认了新媒体和人之间基本的、甚至是本体论意义上的区别，人们还是必须承认“媒体等同”这一说法的价值带来的重要后果。现在是去研究一个新的经验领域，一个媒体的领域，一个用一种方式将日常生活解构、又不同于工业社会的人机关系的领域——迫在眉睫的时候了。第一步是要认识新媒体与人类之间构成的关系，一方面不同于人与自然物的关系、人与机械的关系，另一方面也不同于人与人之间的关系。这个世界上有一些新的东西，我们必须对此有所理解和阐释。[7]文章太长，不方便发上来，发个结语吧，大家多交流。

2、这本书总的来说还可以,我完整的读完了,读完了之后你会发现他们的研究方法挺有意思的!实践调查,拿机器和媒体作比较!

3、相对于其他的传播理论书，这本书更像是指导实践的书。读他的时候，能够很深切的了解到，我们与西方人的思想基础并不同。他们认为不需要解释的东西我们往往不理解，他们放了很多笔墨的内容我们却觉得没必要。但总的来说，是一本能够引起我思考的书，详细书评稍后放上来。

《媒体等同》

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:www.tushu000.com