

<<文化地理学>>

图书基本信息

<<文化地理学>>

内容概要

文化是怎样塑造日常空间的? 当代地理学研究中的“文化转向”,使地理学和文化的研究有了新的思维方式。

文化地理学的诞生,开辟了地理学研究的令人振奋的新领域,从而产生了新的关于空间和地方的地图。

文化地理学从地理的角度研究文化,着重研究文化是怎样影响我们的日常生活空间的。

因此,在文化地理学中,文化被视为现实生活实际情景中可定位的具体现象。

鉴于文化的定义复杂多样,本书作者研究了大量的实例,并对下列问题进行了探讨,如地区体验、地区与全球的关系、文化和经济的关系,以及该领域里一些悬而未决的问题。

作者深入思考了国家、帝国、民族、商业、公司、商店、商品、文学、音乐、电影等在文化中所起的作用,研究了消费文化和生产文化,也研究了地方(地区)是怎样对其居民产生影响和作用的,并对界定人的“地方性”这个问题进行了努力探索。

《文化地理学》对这一生机勃勃但很复杂的前沿学科领域,进行了准确的、跨学科的研究。

作者透过现实生活纷繁复杂、多姿多彩的现象,通过从世界各地撷取的丰富实例,对当今社会的变化以及文化中所表现出来的“选择与融合”这一发展趋势进行了焦点透视。

<<文化地理学>>

作者简介

本书是英国达勒姆大学地理学讲师迈克·克朗的学术专著

<<文化地理学>>

书籍目录

第一章 文化的定位 第二章 民族、地理景观和历史时期 第三章 地理景观的象征意义 第四章 文学地理景观：文学创作与地理 第五章 他者与自我：书写家园、书写空间、标记领土 第六章 成倍扩展的媒体空间：电影、电视和音乐 第七章 是地区还是空间？ 第八章 关于商品和消费的地理 第九章 生产文化 第十章 民族、家乡与杂居世界的文化归属 第十一章 科学文化：翻译和知识索引 插图 2.1 安德斯·左恩的加麦尔加德，达拉那，瑞典 3.1 阿布拉罕·波士作品《男性精神》1630年 3.2 卡拜尔人的房屋结构 5.1 简·范德尔·斯特雷特的蚀刻寓言画《韦斯普奇登上美洲》，1619年 5.2 拉科姆特·顿·诺伊的作品《雷米希斯在他的后宫》，1855年 5.3 摩洛哥的旅游广告画，1994年 5.4 《朋友》杂志封面，1902年 6.1 弗里兹·朗的影片《大都市》画面 8.1 哈特普码头区重建宣传手册 8.2 《道德消费者》杂志广告，1994年 8.3 塞恩斯伯利广告作品“墨西哥风味”，1995年 框 1.1 定义文化 2.1 文化、文化物质和再现 4.1 光明、权利与规划 5.1 相关特性 5.2 格式化 5.3 “客观”学科和种族 7.1 领土控制和城市策略 8.1 对地方进行仿制 8.2 商品崇拜：从香蕉中获得的启示 9.1 即时生产系统 9.2 文化资本 10.1 公共领域修订后记

<<文化地理学>>

编辑推荐

本书是英国达勒姆大学地理学讲师迈克·克朗的学术专著，全书对文化地理学进行了准确的、跨学科的研究。

作者运用新的思维方式，透过现实生活纷繁复杂、多姿多彩的现象，通过从世界各地撷取的丰富实例，对当今社会的变化以及文化中所表现出来的“是选择还是融合”这一难题进行了焦点透视。

<<文化地理学>>

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>