

<<出版文化与产业专题研究>>

图书基本信息

书名：<<出版文化与产业专题研究>>

13位ISBN编号：9787562253990

10位ISBN编号：7562253994

出版时间：2012-3

出版时间：华中师范大学出版社

作者：范军 等著

页数：208

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>

<<出版文化与产业专题研究>>

内容概要

范军、段维、董中锋、严定友、沈东山所著的《出版文化与产业专题研究》以专题形式呈现，涵盖出版文化、出版评论、出版风格、出版品牌、版权产业法律保护、数字出版与数字出版产业、畅销书出版运作、发行管理与营销等，内容涉及现代出版的主要研究领域。

《出版文化与产业专题研究》各个专题的作者均是长期从事出版文化与产业研究的专家，且都具有丰富的出版工作经验。

全书理论与实践相结合，旁征博引，深入浅出，可供从事出版工作及出版研究的人员参考。

<<出版文化与产业专题研究>>

作者简介

范军，华中师范大学出版社有限责任公司董事长、社长，教授。

段维，华中师范大学出版社有限责任公司总编辑编，编审。

董中锋，华中师范大学出版社有限责任公司副社长，编审。

严定友，华中师范大学出版社有限责任公司副总编辑，编审。

沈东山，华中师范大学出版社有限责任公司副编审。

<<出版文化与产业专题研究>>

书籍目录

专题一 出版文化资源与出版文化创新

- 一、出版文化资源的开发和利用
- 二、编辑工作职能与出版文化创新
- 三、出版文化创新的理念及指向

专题二 出版评论的理论与实践

- 一、出版评论的提出及研究现状
- 二、出版评论的界定
- 三、如何加强出版评论

专题三 出版风格及其特征

- 一、什么是出版风格
- 二、出版风格的主要特征
- 三、出版风格的具体体现
- 四、出版风格与出版家的关系

专题四 出版品牌及其延伸

- 一、品牌及其意义
- 二、出版社的竞争进入品牌竞争阶段
- 三、图书品牌的几个层级
- 四、书刊的品牌延伸

专题五 版权产业及其法律保护

- 一、版权产业法律保护的沿革与内涵
- 二、版权产业的侵权与救济
- 三、版权产业法律保护的缺失及其修正
- 四、版权产业法律保护的途径

专题六 数字出版原理与数字出版产业

- 一、信息传递与出版的演变
- 二、数字时代的内容出版及其主要模式
- 三、数字时代内容出版的选题策划
- 四、数字出版产业与数字出版产业链
- 五、数字出版技术引领绿色出版

专题七 畅销书的出版运作

- 一、畅销书出版运作的一般模式
- 二、畅销书出版运作的典型模式
- 三、畅销书出版运作的特点

专题八 发行管理与营销策略

- 一、发行职能与发行方式
- 二、建立内外结合的管理机制
- 三、探索全面立体的促销方式
- 四、谋求整体发展的营销策略

章节摘录

出版风格的特征，概括地说是“三性”，即精神理念性、独创性、整体性。

关于风格的独创性、整体性比较好理解，此处侧重谈谈精神理念性。

我们说出版风格具有精神理念性，是与当今人们对出书特色的认识相对而言的。

近些年，出版社的社长、总编谈“出书特色”较多，且形成了一定程度的共识：所谓出书特色，概括地说就是出版社为满足部分读者的某种阅读需求，在某一图书门类、学科领域里集中或相继推出一批题材内容相关、形式风格相近的图书，这些图书无论从数量到质量都明显地居于领先地位，并产生了一定的社会影响，为社会所认可。

这个归纳是比较恰切的，它侧重反映了一个出版社在出书的题材、范围、结构、形式等方面的要求。

但我认为，出版社仅仅有出书特色是不够的，因为出书特色更多地表现为一种外在的区别，此其一；

其二，在同类出版社中，仅仅用题材内容、形式风格来形成优势与特色，更是不可能的。

这里就应有一种内在的精神理念的东西：出版风格。

它蕴涵着题材、形式等，但主要不是这些东西。

早在20世纪30年代，我国一些著名的出版家和他们的出版社便形成了自己的出版风格，如张元济和商务印书馆的学者式严谨风格，邹韬奋和生活书店的战士式泼辣风格，叶圣陶和开明书店的青春型风格，等等。

“学者式”、“战士式”、“青春型”是一种形象化的比喻说法，“严谨”、“泼辣”、“活泼”才是各自出版风格的内核和灵魂。

它是一种内在的精神理念性的东西，看不见摸不着，却又实实在在地存在着。

这就像谈到唐诗，人们常说“李白豪放飘逸，杜甫沉郁顿挫”，两位大诗人风格迥异。

其风格内涵与题材、格律、诗体等相关，但绝不是一回事。

文如其人。

风格是个性的显现，是内在精神的投影。

出版风格也是如此，它是一种成熟的编辑特色，是出版社创造精神的升华，是独特出版理念的聚合。

……

<<出版文化与产业专题研究>>

编辑推荐

让整个出版社成为知名企业，成为质量、特色、信誉的象征，这是每一个有理想的梦想。出版社的品牌是一种宝贵的无形资产，是同业市场上的一面旗帜；它能获得消费者广泛的心理认同，获得市场热烈而持久的欢迎。

<<出版文化与产业专题研究>>

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>