

<<数字出版理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<数字出版理论与实践>>

13位ISBN编号：9787107217098

10位ISBN编号：7107217097

出版时间：2009-6

出版单位：人民教育出版社

作者：陈生明

页数：504

字数：515000

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>

## <<数字出版理论与实践>>

### 内容概要

数字出版方兴未艾，对它的实践以及研究正在日臻成熟之中，许多经验需要总结，理论体系需要探索。

本书旨在研究数字出版现象及其发展规律，并以数字出版的发展规律、基本理论、操作方式、整合营销和管理监督作为主要研究对象。

数字出版作为一种新兴的产业，具有综合性特点，涉及人文和科技多方面知识：具有发展的灵活性，需要与时俱进的创新精神；具有很强的实践性，强调实事求是的治学态度。

本书经过十年编撰几易其稿，笔者结合了多年的工作实践和理论探讨，参考了大量中外学术资料，并在多所院校进行教学交流。

<<数字出版理论与实践>>

作者简介

陈生明，江苏电子音像出版社总编辑、编审第三届“全国百佳出版工作者”南京大学、南京艺术学院特聘教授策划《辉煌五十年》电子出版项目编创产品获得十七项国家奖、国际奖三次荣获全国出版科研优秀论文奖。

## 书籍目录

序 开篇导读 第一章 数字出版的概念及特征 1.1 数字出版新理念 1.1.1 数字出版的概念  
1.1.2 概念范畴的讨论 1.1.3 数字出版的主体 1.1.4 数字出版的客体 1.2 数字媒体新特  
征 1.2.1 新老媒体之异同 1.2.2 新媒体的数字特征 1.2.3 新媒体的网络特征 1.2.4  
新媒体的综合特征 第二章 出版科技更新与环境 2.1 科学技术的动力 2.1.1 出版科技的作用  
2.1.2 广电影视的发展 2.1.3 网络传媒的巨变 2.1.4 书刊的网上传播 2.2 出版环境的革新  
2.2.1 观念转变的环境 2.2.2 网络化技术环境 2.2.3 媒体融合的环境 2.2.4 视觉文化  
的环境 第三章 电子出版物的设计制作 3.1 内容的策划编创 3.1.1 选题策划与论证 3.1.2 脚  
本与程序设计 3.1.3 素材的收集处理 3.2 屏幕界面的设计 3.2.1 人机交互界面 3.2.2  
屏幕版式特点 3.2.3 屏幕色彩搭配 3.3 产品整合与检测 3.3.1 整合技术及表现 3.3.2  
媒体整合的美学 3.3.3 产品检测与监督 第四章 网络出版物编辑策划 4.1 网页的构思编制  
4.1.1 网页的媒介属性 4.1.2 网页的信息结构 4.1.3 网页的编辑方法 4.2 网页技术与表现  
4.2.1 网页的技术方案 4.2.2 网页的布局特点 4.2.3 页面的构图设计 4.2.4 网页的视听  
表现 4.3 网络出版物的传播 4.3.1 网页的出版方式 4.3.2 网络出版的矛盾 4.3.3 网络出版  
物重点 第五章 数字出版人才与管理 第六章 数字出版的产业机制 第七章 数字出版的市场机制 第八  
章 数字出版物精品解析 第九章 数字出版历程与前瞻 第十章 数字出版研究与教学 附录 1997-2009  
年电子与网络出版物获奖名录 参考文献 后记

章节摘录

第一章 数字出版的概念及特征 1.1 数字出版新理念 1.1.1 数字出版的概念 数字出版不同于成熟的单一媒体的概念，而是一种新的出版业态的快速成长过程。它涉及出版行业生产力和社会关系的巨大变革和全面调整，是一个从具体到抽象的过程。由于数字出版还处于初创和发展阶段，理论和实践都在探索之中，对其概念及特征的界定，尚未形成精确的定义，《中国大百科全书》《辞海》等权威性的工具书也未及编写相应的条目，而新闻出版界、信息产业界、文化娱乐界，以及政府部门、立法机构则分别从不同的角度做出了解释，在讲解数字出版的概念及特征时经常出现多元化的情况。

<<数字出版理论与实践>>

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>