

<<出版传播学>>

图书基本信息

书名：<<出版传播学>>

13位ISBN编号：9787308057172

10位ISBN编号：7308057178

出版时间：2007-12

出版时间：浙江大学出版社

作者：李新祥

页数：366

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>

<<出版传播学>>

内容概要

本书是我国第一部出版传播学专著。

作者使用文献分析法、唯物辩证法、抽象思辨法、历史分析法、理论移植法和实证分析法等研究方法，遵循逻辑与历史、宏观与微观、认识与实践辩证统一的原则，沿着考察出版传播的两条基本路径——一个体性考察和整体性考察，分析了出版传播的基本要素与基本过程，探讨了出版传播发展及其与社会发展的关系，初步建构了出版传播学的理论框架。

作者认为，在新的时代背景下，出版研究的传播学借鉴应实现对功利主义、工具水平的超越，使传播精神的出版学吸收成为当代出版学的应有内核。

出版学从传播学那里借鉴的应该是一种关于出版的全新的世界观，即出版传播观。

我们应把出版传播学提高到出版本质论的层次上来认识，提高到出版活动的基本规律上来认识。

出版遵循“传播的规律”，就是要在出版实践中把传播者对作品的社会性扩散与接收者的个体性接受高度统一起来，达到一种自由传通的境界。

出版传播学的历史使命就在于揭示这些客观规律，并用这些客观规律来指导人类社会的出版传播实践活动。

书籍目录

第一章 出版传播学的基本问题 第一节 出版传播学的基本概念 第二节 出版传播学的学科属性和学科特点 第三节 出版传播学的研究体系 第四节 出版传播学的研究方法 第五节 出版传播学的研究意义

第二章 出版传播者(上) 第一节 出版传播者概述 第二节 出版传播者的素质 第三节 出版传播组织 第四节 中国现代出版家的培育

第三章 出版传播者(下) 第一节 作者与出版创作 第二节 编者与出版编辑 第三节 制作者与出版复制 第四节 发行者与出版发行 第五节 出版传播者系统的建构与解构

第四章 作为传播内容的作品 第一节 作品的基本问题 第二节 作品信息 第三节 作品符号 第四节 作品的意义生成与存在方式

第五章 作为传播媒介的出版物 第一节 出版物媒介概述 第二节 图书 第三节 杂志 第四节 报纸 第五节 音像制品 第六节 电子出版物 第七节 网络出版物 第八节 出版物媒介的发展趋势

第六章 出版传播渠道 第一节 出版传播渠道的地位与类型 第二节 出版传播渠道的组建 第三节 出版传播渠道的几种具体形态 第四节 出版传播渠道的发展趋势

第七章 出版传播接收者 第一节 接收者概述 第二节 受众理论及其启示 第三节 出版物的群体接收 第四节 出版物的个体接收

第八章 出版传播过程 第一节 出版传播过程的内涵与模式 第二节 出版传播过程的基本规律 第三节 出版传播过程的发生机理 第四节 出版传播效果

第九章 出版传播策略 第一节 扩大信息流量的策略选择 第二节 追求出版价值的策略选择 第三节 追求易读指数的策略选择 第四节 追求美学品格的策略选择

第十章 出版传播发展历程 第一节 出版传播的起源 第二节 古代出版传播的发展 第三节 近代出版传播的发展 第四节 现代出版传播的发展

第十一章 出版传播的社会特征 第一节 出版传播的发展特征 第二节 出版传播的事业特征 第三节 出版传播的产业特征

第十二章 出版传播发展规律 第一节 社会发展对出版传播的控制 第二节 出版传播对社会发展的反作用 第三节 出版传播两条基本规律的关系

第十三章 出版传播自由 第一节 作为出版传播发展目的的出版自由 第二节 出版自由的缘起及发展 第三节 资本主义出版自由的实质 第四节 社会主义出版自由

第十四章 出版传播体制 第一节 出版传播体制概述 第二节 我国出版传播体制的形成及改革的必要性 第三节 我国出版传播体制改革的目标与措施

参考书目 图录和表录 后记

章节摘录

第一章 出版传播学的基本问题： 第一节 出版传播学的基本概念： 任何一门科学都是一个概念的系统，由一系列概念构成。这些概念各自在概念系统中的地位和作用不同。其中，有些是基本的概念；其中，又有一个是最基本的概念，即核心概念。这个核心概念是一门科学赖以建立的基石。它的确立是该门科学成熟的主要标志。这个核心概念蕴涵着该门科学的全部内容，是其全部内容的浓缩。换句话说，它的展开可以派生出该门科学其他的基本概念和一般概念，可以派生出该门科学的基本原理。一句话，它的完全而充分的展开就是该门科学的全部内容。

出版传播学亦如此。

出版传播学是关于出版传播的科学。

“出版传播”是出版传播学这个概念系统中的核心概念，是出版传播学的基石，整个出版传播学就是建立在“出版传播”基础之上的。

“出版传播”是出版传播学理论体系的逻辑核心。

全部出版传播学的概念乃至全部出版传播学的原理，都是由“出版传播”的逻辑展开而派生出来的。因此，我们研究出版传播学，构建出版传播学的理论体系，不能不首先着力研究“出版传播”这个出版传播学的核心概念。

一、出版传播（现象）： （一）出版传播（现象）的定义： 作为出版传播学的核心概念的“出版传播”，其定义应是科学定义而不能是普通定义。普通定义只满足于把下定义对象与其他概念区别开来就可以了，不一定要要求必须揭示其本质特征。作为“出版传播”的科学定义应当能够反映“出版传播”的普遍本质和具体特征。要想把握“出版传播”的普遍本质和具体特征，就必须从能够表现这种本质和特征的方面去分析它的规定性。

.....

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>