

<<出版文化理性研究>>

图书基本信息

书名：<<出版文化理性研究>>

13位ISBN编号：9787506817431

10位ISBN编号：7506817438

出版时间：2008-9

出版时间：中国书籍出版社

作者：郝振省

页数：403

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>

<<出版文化理性研究>>

内容概要

文集主要围绕“出版文化理性”收入了作者近十五年来在出版、传媒方面的约100篇文章和演讲，共分为六个板块：一是文化理性板块，就主题做深度挖掘，尝试性回答了什么是出版文化理性，为什么要研究出版文化理性，文化理性的养成与修炼的路径等问题；二是方法理性板块，从理性角度考量方法，主张方法比结论重要；三是改革理性板块，对改革进行理性剖析，主张向改革的深层挺进；四是发展理性板块，对发展进行实证梳理，主张发展要以理性为依托；五是阅读理性板块，透析阅读与综合国力的关系，倡导阅读成为国民理性成长的基本生活方式；六是网络理性板块，关注整个行业的技术转型，追求转型中的理性张扬。

<<出版文化理性研究>>

作者简介

郝振省，中国出版科学研究所所长、党委书记，首席研究员，博士研究生导师，中国编辑学会副会长。

1982年、1985年先后从北京大学获哲学学士、哲学硕士学位，后分配至中共北京市委做政策研究工作，1988年调至中国新闻出版报社主持理论评论工作，1999年调任中国出版科学研究所副所长，2005年9月起任现职。

著有《分工论——一个历史和现实的哲学命题》等著作。

撰写了一系列有影响的出版科研理论文章，《世界观的回归与方法论的突破》一文曾获1997年中国新闻奖论文一等奖。

2006年获“韬奋出版新人奖”。

系享受国务院特殊津贴专家。

独立主持国家社科基金重大项目《小康社会出版业指标体系研究》等，合作主持国家社科基金重点项目《中国出版通史》（被评定为优秀等级）等。

与他领导的科研团队共同打造形成了《全国国民阅读与购买倾向调查》、《中国出版蓝皮书》，《国际出版蓝皮书》、《数字出版年度报告》、《民营书业发展年度报告》等系列科研成果品牌。

<<出版文化理性研究>>

书籍目录

第一辑 文化理性篇 关于出版业文化理性问题研究 哲学•文化•管理 ——岳凤先的新闻观 强项需要强手 ——记人民日报评论部主任于宁 革命英雄主义重返精神家园 ——《红岩》、《红日》等文学名著再度畅销 为了培养学者专家型编辑 ——中国大百科全书出版社坚持四年举办高层次学术讲座纪实 补充学识加强学养 产业化运作与诗意般存在 建立我们自己的文化形象 你是专家型编辑吗？

学态•学养•学风 关注编辑：出版科研的新课题 媒体创新与构建创新文化 “商务”之魂：文化追求与商业利益的统一 ——论“商务”出版理念之真谛，兼论出版发行体制改革之目标 让我们以文化人自居 ——感谈编辑的文化含量 文化力：报业竞争力之魂 ——“固本培源”再解 把内容产业的文章做下去 ——由中国出版集团举办“图书选题创新论坛”所想到的 为名编辑的骄傲与悲哀 出版软实力与文化理性修炼 从两个层面研究编辑工作的文化修炼问题 重复出版现象再研究 可以不相信神明，但不能不崇尚神圣 ——与《著述与宗族》作者切磋 进行一次“认真文化”的普及教育 你有核心产品吗？

——转企改制中一个十分重要的命题 当前出版理论研究亟须关注的八大问题 ——访中国出版科学研究所所长郝振省第二辑 方法理性篇 报纸理论：一种匆匆忙忙的理论第三辑 改革理性篇第四辑 发展理性篇第五辑 阅读理性篇第六辑 网络理性篇

章节摘录

第一辑 文化理性篇 关于出版业文化理性问题研究 在我看来,无论是宏观层面还是微观层面,无论是政府层面还是企业层面,出版业目前至少需要关注三个问题:体制创新、技术创新和内容创新。

其中,体制创新解决的是出版生产关系问题,技术创新解决的是出版生产力问题,内容创新则是出版业、出版企业的核心竞争力问题。

而能否真正做到内容创新,实际上就关联到文化理性问题。

出版生产力与出版生产关系的正向矛盾运动则最终体现在文化理性深厚与否,内容创新能力的强弱与否等方面。

一、为什么要强调出版业的文化理性研究?

1. 现实的需要。

当前出版界存在着文化弱化、甚至是较为严重的“非文化”现象。

出版业的核心是文化经营或者说是经营文化。

目前,恰恰是出版这个属于文化范畴的行业出现了许多“非文化”的现象。

柳斌杰同志在谈到出版物内容质量问题时说:要么你出的书没人看;要么人家想看的书你不出。

我以为这两种情况都可以从出版业的文化理性方面找到原因。

根据总署计财司的统计数据,2006年图书纯销售与历年库存积压几乎不相上下,都是500多亿。

库存积压成为出版单位的沉重包袱,也成为全行业面临的危机之一。

这种现象的产生,原因固然是多方面的,但相当重要的一个因素是出版物“水”了,出版物的文化含量降低了。

“文化产业没有文化,内容产业内容匮乏”的现象让书业蒙羞,让出版物尴尬(如发生在城乡贸易中心、发生在春节地坛庙会“论斤卖书”的现象等)。

<<出版文化理性研究>>

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>