

<<编辑社会学>>

图书基本信息

书名：<<编辑社会学>>

13位ISBN编号：9787810183802

10位ISBN编号：781018380X

出版时间：1993-5

出版时间：河南大学出版社

作者：张如法

页数：336

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>

## <<编辑社会学>>

### 内容概要

《编辑社会学》论述了编辑与社会、编辑与作者、编辑与编辑、编辑与出版发行等方面问题。

## <<编辑社会学>>

### 书籍目录

第一章 编辑与社会一、缘起二、传播场中的编辑三、编辑与社会的双向作用四、市场经济中的编辑五、编辑的社会地位与角色第二章 编辑与作者一、合作伙伴的劳动关系二、作者的发现与精神产品的“订货”三、编辑的修改责任与作者的文责自负四、有限的大众传播窗与编辑退稿艺术第三章 编辑与编辑一、编辑新手心态的研究与对待二、编辑的领导与管理艺术三、编辑分工的新趋势与理论分析四、编辑的合作与竞争试探第四章 编辑与出版发行一、编辑与出版发行一般关系的探讨二、编辑必须研究出版发行的体制与渠道第五章 编辑与受众一、作为编辑的“上帝”与被导向者的受众二、为受众服务和与受众的联系三、受众市场预测四、受众及受众市场信息的反馈附录选择：编辑的历史使命与社会职责组构：编辑的文化学意义完善：编辑的一个本质含义拓展编辑学研究和编辑主体论试论编辑风格再版后记

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>