

<<当代出版业研究>>

图书基本信息

书名：<<当代出版业研究>>

13位ISBN编号：9787220079283

10位ISBN编号：7220079281

出版时间：2009-8

出版时间：四川人民出版社

作者：陈焕仁

页数：309

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>

## <<当代出版业研究>>

### 内容概要

这是一本研究我国当代出版业的学术专著，这《四川省社会科学院研究生教材：当代出版业研究》同以往同类书有以下三个方面的不同。

《四川省社会科学院研究生教材：当代出版业研究》不像以往一些同类书那样，研究我国当代出版业，仅仅把关注的目光局限于图书出版，或者仅仅“中国的目光审视我国出版业而是从世界、中国改革开放30年，这么三种不同角度纵横交错地审视我国当代出版各个行业，特别是我国出版业发展中运用数字技术出现的新行业与新领域，大视野广角度地展示我国出版业全貌，揭示我国出版业的最新进展。

《四川省社会科学院研究生教材：当代出版业研究》的表述方式也有许多不同，不是像一般学术专著那样，从理论到理论，从概念到概念，从书本到书本，而是运用国内外的新理念，结合国内外的最新案例，演绎出具有创新意义的结论，以此开阅读者思路，扩大读者视野，培养读者创新思维方式，增强读者灵活驾驭日新月异发展的出版业的实际操控能力。

《四川省社会科学院研究生教材：当代出版业研究》不回避我国出版转型中的种种热点问题，以研究者的科学态度直面种种热点问题，从学术研究的角度大胆提出理性见解，视野更开阔更有前瞻性，不少见解令人耳目一新。

这是一本适合出版从业人员、出版管理者、正在大专院校学习出版专业的本科生、研究生，以及出版研究者阅读的书。

## <<当代出版业研究>>

### 作者简介

陈焕仁教授。

北京大学毕业后，先当10多年新闻记者。

改革开放年代，先后任省委领导秘书、省委宣传部副处长、省委机关报编委及副总编辑、省新闻出版局局长和省版权局局长。

近10年来任省社会科学院副院长（正厅级），研究员，文学硕士研究生导师，教授，是省政协第七届、第九届委员、省政协第九届文体医卫委员会副主任。

《当代出版业研究》是陈焕仁教授出版的最新学术专著，陈焕仁教授已经出版学术专著有《当代媒体新闻报道》《走进康巴》《红卫兵日记》，长篇小说有《谁是未来的省委书记》《康巴情缘》，长篇报告文学有《上将阎红彦之死》《台湾纪行》《美国人，中国人》《从跑马山到百花潭》《一朵溜溜的云》《英国文学浪漫之旅》等，还出版了散文集《小楼又东风》，杂文集《四海集》和《四海新集》等著作。

## <<当代出版业研究>>

### 书籍目录

前言第1章 当代中国出版业1.1 当代出版业与文化产业1.2 我国出版的社会主义方向1.2.1 坚持社会主义方向的宪法依据1.2.2 保障社会主义方向的法律体系1.2.3 《出版管理条例》1.2.4 出版自由1.3 我国出版的指导思想和根本任务1.3.1 我国出版业的指导思想1.3.2 我国出版业的根本任务1.4 加速转型的出版业1.4.1 出版理念呈现文化回归1.4.2 出版的社会属性明显增强1.4.3 出版体制改革有重大突破1.4.4 出版产业格局出现重大调整1.5 全面推进我国出版繁荣发展1.5.1 科学地确定发展思路，科学地制定总体布局，明确发展的重点，科学确定出版物的品种结构和质量效益，提出有前瞻性的产业发展意见，并通过编制中长期发展规划来实现1.5.2 运用先进科技成果，加快基础设施建设提高出版业的整体水平，以加快出版大国向出版强国迈进步伐1.5.3 建立有效引导、促进发展的宏观调控体系，建立运行良好、效益明显的经营管理体系，建立统一开放、竞争有序的市场营销体系，建立信息灵敏、服务高效的技术支撑体系1.5.4 我国出版实现繁荣发展必须实行精品战略、&ldquo;走出去&rdquo;战略和科教进步战略&hellip;&hellip;第2章 文化属性第3章 公共关系第4章 选题创意与策划第5章 变创意为出版物第6章 社会责任第7章 变化中的消费口味第8章 图书发行的&ldquo;三国演义&rdquo;第9章 动漫第10章 版权保护与版权贸易第11章 报纸与杂志第12章 有效发行第13章 广告第14章 数字出版第15章 传统印刷第16章 大趋势

## 章节摘录

我国报社、杂志社、出版社的从业人员，具有良好的社交能力者并非普遍。提高从业人员的公共关系能力也就是社交能力，是报社、杂志社、出版转型期面临的共同任务。

首先必须提高出版者社交的自信心，克服各种社交心理障碍。

出版者都应该成为合格的社会活动家。

这就要求充分了解交往对象，善于与人换位思考理解别人，社交中遇到困难与矛盾之时，要努力克制不好的情绪，要宽容别人并善于等待。

出版者的社交能力与其他能力一样，必须从广泛社交活动中不断总结与培养，从广交朋友中享受社交的魅力，从广泛的人脉关系中收获社交的成果。

报社、杂志社、出版社的不少年轻记者、编辑与发行、广告人员，其中不乏独生子女，自小从父母和家庭中非常容易得到过去多子女家庭中必须经过努力才能得到的东西，从而自幼产生从外界得到一切非常容易的错觉，缺乏从社会交往中获益的锻炼，学校教育又不太把社交能力培养当成一回事，因而不少人先天就缺乏社交能力。

当今媒介融合，使社会关系虚拟化，社会关系出现非人格关系，因此后天也缺乏社交锻炼的机会，从而影响他们成年后面对当今这个复杂的社会。

不少人心理非常脆弱，表现出缺乏社交能力和公关能力，不少人不能适应社会，更不懂得建立起生活工作必要的社会关系，甚至误以为社会会像自己的父母一样，把他们的一切都安排就绪。

但是当今社会却与他们的幼稚认知有不小的落差，他们步入纷繁复杂的现实社会，往往缺乏基本的适应能力与应付能力，社交能力就成为不小的挑战。

一个缺乏社交能力的媒介从业人员，不可能是一个称职的从业人员。

虽然公共关系能力与社交能力并不完全相同，但是社交能力是公共关系能力的基础，只有具备良好的社交能力的人，才能具有良好的公共关系能力，只有具备良好的社交能力的人，才能称之为称职的媒介从业人员。

具有良好的社交能力和公共关系能力的出版者，不仅能发现挖掘出别人难以发现和挖掘出的出版资源，而且能更多的吸取他人的智慧，产生好的策划与创意，还能很好地把产品推销给更广泛的消费者。

所以，社交能力和公共关系能力，是一个优秀的出版者必须具备的能力，每一个出版者都必须虚心地向他人学，在实践中不断地总结与摸索，把这种能力当成从业的基本素质孜孜不倦地追

&hellip;&hellip;

<<当代出版业研究>>

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>