

<<现代图书编辑学>>

图书基本信息

书名：<<现代图书编辑学>>

13位ISBN编号：9787810817271

10位ISBN编号：7810817272

出版时间：2008-9

出版时间：湖南师大

作者：李琪 编著

页数：352

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>

<<现代图书编辑学>>

内容概要

集人之大成，同样是一项颇具意义的学术使命，集大成者可成大师。

被称为“传播学鼻祖”、“传播学之父”的美国传播学家施拉姆，对传播学发展的最大贡献就是集大成。

集大成并不是抄袭杂糅，集大成也是一项创造性劳动，是对他人已有成果的吸收、消化和借鉴。

施拉姆毕生致力于对与传播学有关的学科和理论进行整理、提炼与综合，从而建立起传播学的体系构架，使之成为一门独立的学科。

大师虽难以望其项背，然垂范于后世的做人、治学的精神、风范和原则，则值得我们永远学习。

凡人类文化史上的大师级人物，无不把对历史和未来负责的精神和崇高的使命感当作自己著书立说的原动力，承先启后的文化传承需要高度的责任感和使命感。

鲁迅先生告诫文学青年不要“聪明误”（《鲁迅译著书目》），他“俯首甘为孺子牛”，血荐轩辕，鞠躬尽瘁，死而后已。

他曾写道：“记得三四年前，有一个学生来买我的书，从衣袋里掏出钱来放在我手里，可钱上还带着体温。

这体温便烙印了我的心，至今要写文字时，还常使我怕毒害了这类的青年，迟疑不敢下笔。

”（《写在（坟）的后面》）在另一篇文章中他写道：“顽劣、钝滞，都足以使人没落，灭亡。

童年的情形，便是将来的命运。

<<现代图书编辑学>>

书籍目录

绪论 一、现代图书编辑学的概念 二、现代图书编辑学的性质 三、图书编辑学涵盖的内容 四、图书编辑学研究的对象 五、研究图书编辑学的方法第一章 我国图书编辑活动的历史回顾 第一节 古代图书编辑活动及其特点 第二节 近现代图书编辑活动 第三节 中华人民共和国成立以来的图书编辑事业第二章 图书编辑工作的性质、功能和规律 第一节 图书编辑工作的性质 第二节 图书编辑工作的功能 第三节 图书编辑工作的规律第三章 图书编辑工作的客体 第一节 出版物的特殊性 第二节 图书的性质和社会功能 第三节 图书的组成和分类- 第四节 图书形成过程的规律第四章 图书编辑工作的主体 第一节 现代图书编辑人员的构成 第二节 几种图书编辑的名称含义和作用 第三节 编辑的职责 第四节 编辑人员的素质第五章 图书编辑工作的几项基本制度 第一节 选题策划、申报、审批制度 第二节 书稿审读加工制度 第三节 书稿校对制度 第四节 编辑的资质管理制度 第五节 图书评奖的制度第六章 图书编辑的信息工作 第一节 信息工作的重要性 第二节 编辑工作的信息内容和收集 第三节 编辑对信息的处理和利用第七章 图书选题策划 第一节 选题策划的重要意义 第二节 选题策划的基本原则 第三节 确定选题的标准 第四节 策划选题的策略和方法第八章 编辑的组稿工作第九章 书稿的审读和加工第十章 图书装帧设计第十一章 编辑后期工作附录参考文献后记

<<现代图书编辑学>>

章节摘录

绪论 现代图书编辑学是一门什么样的学问?它的性质、内容、研究的对象等怎样?这一系列的问题应当首先要回答。

为了回答这些问题,应当先明确有关概念。

一、现代图书编辑学的概念 图书是属于出版物的范畴,是书籍、期刊、画册和图片等出版物的总称。

现代出版物的内涵和外延随着时代的发展而越来越宽广。

出版物是出版工作的成果和产品,是积累文化的重要工具,又是传播思想、知识、信息的重要媒介。它有广义和狭义之分。

广义的出版物,根据联合国教科文组织的规定,包括定期出版物和不定期出版物两大类。

定期出版物包括报纸和杂志,不定期出版物主要指图书。

一般图书与书籍是同义语,但在我国统计工作中,又将书籍、课本、图片三者总称为图书。

图书一般为不定期出版,但也有一些书事先规定大概出版日期、连续出版,称为丛书或丛刊。

传统的出版物,包括报纸、杂志和图书,都是印刷品。

随着现代技术的进步,出版物的物质形态和它所负载的内容相应都有许多新的发展。

人们把经过不同的技术手段复制,具有一定传播功能,成为精神产品载体的缩微胶片(卷)、录音带、录像带、软盘、光盘的生产,也称为出版,这一类产品也被视为出版物。

我国2001年12月颁布的《出版管理条例》中指出:“本条例所称出版物,是指报纸、期刊、图书、音像制品、电子出版物。

”由此,我们应明确出版物概念是比较广的一个范畴概念。

<<现代图书编辑学>>

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>