

《文化生意》

图书基本信息

书名：《文化生意》

13位ISBN编号：9787308146979

出版时间：2015-6

作者：王志毅

页数：122

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《文化生意》

内容概要

王志毅著的《文化生意--印刷与出版史札记》主要讨论了商业力量在中西方出版史上的作用，采用了比较的视角，在对国内外已有的出版史研究成果进行综合提炼的基础上，提出了一些自己的观点。国内学者对早期中国出版史的研究更多侧重于图书史本身，对商业化的作用以及图书对思想和文化的影响的讨论相对较少，本书试图对此作一些尝试与探索。

《文化生意》

作者简介

作者是北京启真馆文化传播有限责任公司总经理

书籍目录

序

引论

数字出版的兴起

政府对文化产业的影响

本书所涉

印刷术与宋代思想的变迁

一、印刷术的出现

二、印刷术的成熟

三、印刷术与宋代思想的新特色

四、印刷术与理学思想的完成

五、结语

从士大夫走向四民——明代的商业文学与商业出版

一、商业出版走向成熟

二、从《三国演义》看商业文学的兴起

三、通俗文化的再造：“经典化”还是“流行化”

四、结语

贩卖知识——印刷出版与知识的商业维度

一、印刷出版的兴起

二、出版商主导的生产模式

三、出版与专业化

四、出版商如何主导生产

五、知识的传播与保存

六、出版形态对知识生成的影响

参考文献

《文化生意》

精彩短评

1、获得赠书

2、一手材料读得太少，引用的基本是二手材料。

3、作者对印刷和出版史做了简要的概述，重点还是讲了出版的“商业经”。

要想了解出版史，还需要阅读相关方面的书籍资料才可以。

4、浮皮潦草

5、正如题目所写“出版史札记”，也是作者对出版史的一些思考，内容相对浅显，其中关于《三国演义》的商业化和经典化过程的描写挺有意思。出版本来就是政治和商业势力的博弈场，在媒介变革的过程中他们都希望能够抢占高地，前者是为维护自己的合法性和权威性不受威胁，后者是为了追逐商业利益而同时也促进了知识更大范围的传播。

《文化生意》

精彩书评

1、周末读书，是浙江大学出版社6月出版的王志毅的新书《文化生意：印刷与出版史札记》。书的标题吸引眼球，内容也不俗，从印刷术的起源谈到数字时代出版业的运作。作为专业出版人，能旁征博引，涉及社科、人文诸多学术著作，可见其开阔的视野。见过王先生几次，看上去腼腆，我一直以为是个生意人，没有想到却是个年轻学者。

《文化生意》

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：www.tushu000.com