

传播学研究丛书

在文化传播 与市场运营之间

邓香莲 著

上海文化出版社

在文化传播与市场运营之间

——解析转型期的中国高等教育出版产业

邓香莲

上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

在文化传播与市场运营之间：解析转型期的中国高等教育出版产业/邓香莲编著. —上海：上海文化出版社，2008.5

ISBN 978-7-80740-287-9

I. 在… II. 邓… III. 高等学校-出版工作-研究-中国 IV. G239.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 053293 号

出品人 陈鸣华

责任编辑 吴志刚

特约编辑 孟涛

装帧设计 许菲

书 名 在文化传播与市场运营之间

出版发行 上海文化出版社

地 址 上海市绍兴路 74 号

电子信箱 csbcm@publicl. sta. net. cn

网 址 www. slcm. com

邮政编码 200020

印 刷 上海市印刷十厂有限公司

开 本 890×1240 1/32

印 张 8.25

字 数 26 万

版 次 2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月第 1 次印刷

印 数 1—3210 册

国际书号 ISBN 978-7-80740-287-9/G·464

定 价 28.00 元

告读者 本书如有质量问题请联系印刷厂质量科

T: 021-65410805

前 言

百年大计,教育为本。国运兴盛,系于教育。

21 世纪国家之间的竞争归根结底是人才的竞争。一个国家的经济增长水平和综合国力的增强与它的教育增长水平之间有着清晰的联系。自从“人力资本”理论初次被引入经济学分析时起,四十多年来这种联系一直很显著。在经合组织绝大多数关于经济增长的研究中,使用受教育年限不断提高的资料,国家人力资源和经济增长之间的联系都比以前更强^①。也正因为如此,在知识经济方兴未艾、全球化传播趋势越来越显著的今天,世界上无论是发达国家还是发展中国家,都把教育置于极其重要的地位。而我国在一段时期内的基本教育政策是:在全面普及基础教育、大力发展职业教育的前提下,把提高高等教育的质量作为一段时期内的高等教育发展目标^②。

高等教育作为整个教育体系中直接以培养高层次人才为目标的教育子系统,它的健康可持续发展对于提高一个国家的软实力,对于从各个领域增强一个国家的国际竞争力,在整体上提升一个国家的综合国力,都发挥着至关重要的作用。要全面提高我国各类型、各层次高等教育的质量,一个很重要的方面就是要有科学的高等教育教材体系以及配套的辅助教学资源来加以保障。而这正是高等教育出版产业的功能之所在。

① 白瑞·麦高(经合组织教育、就业、劳动与社会事务部副主任):2000 年“高等教育发展政策国际研讨会”开幕式上的讲话。

② <http://www.moe.edu.cn/>. 检索日期:2005-11-20。

但是,我国的高等教育出版产业^①是在中国特色的国情背景下产生和发展起来的,有着自己独特的发展规律。它自 20 世纪初伴随着我国高等教育的发端——京师大学堂的建立而产生,在经历了半个多世纪的缓慢而曲折的发展后,于 20 世纪 80 年代左右随着高等院校纷纷建立大学出版社而逐渐步入较快发展时期。

自从 20 世纪末至 21 世纪以来,随着建设有中国特色社会主义市场经济的进一步深入,以及我国加入 WTO,出版行业的市场化程度正在逐步加大,再加上受高等教育改革深化、新技术在出版领域和教育领域的广泛应用以及全球化趋势的不断加强等因素的影响,高等教育出版产业作为整个出版业中的一个重要分支,也同出版业中的其他细分市场一样,受到了前所未有的冲击和震荡,处于一个机遇与挑战并存的关键时期。

在新的国际国内形势下,我国的高等教育出版产业如何认清复杂的形势,充分利用新技术的优势,整合自身的资源,调整发展战略,以高质量的出版物产品和出版服务来为 21 世纪的大众化高等教育事业服务,并进一步实现产业自身的健康可持续发展,是一个值得深入研究的课题。

我国的高等教育出版产业既是整个出版业的重要组成部分,也是保证我国高等教育事业健康可持续发展的必不可少的重要环节。笔者认为,当前加强对我国高等教育出版产业的研究,探索在中国特色背景下转型的高等教育出版产业的发展规律,发现并剖析产业发

^① 注:论文中出现了高等教育出版事业、高等教育出版业以及高等教育出版产业的不同名称,主要是因为伴随市场经济体制改革的不断深入,出版行业的性质也发生了比较微妙的变化,因而具有不同时期如计划经济与市场经济条件下的不同特征,其实质则代表了不同时期出版行业所处的不同发展阶段。

展过程中出现的新情况、新问题,并在此基础上进一步加深对问题的认识,探讨解决问题的对策,既具有一定的理论意义,也具有的现实意义。

总的说来,对我国高等教育出版产业进行研究的意义至少体现在以下几点:

1. 拓展了出版学研究的领域,丰富了整个出版学研究的内容体系,在使得出版学研究的体系结构更趋完善的同时,还在一定程度上强化了对于专业出版领域相关问题的研究,从而使得理论上的出版学研究得以不断地发展和深化,并具有与时俱进的时代精神;

2. 通过对产业的全面、客观、深入的实证性研究,并加以科学的分析,提出切实可行的办法,可以为管理者制定相关的改革、发展和管理等方面的政策、措施提供现实依据,并为管理者进一步提高领导水平、决策水平和工作水平提供帮助和服务;

3. 通过发现和深入地剖析产业中出现的新情况、新问题,找到问题的症结所在和解决问题的科学途径,可以帮助相关的高等教育出版企业制定科学的发展战略,调整发展方向,克服发展中遇到的瓶颈,为相关出版企业的领导者提高决策水平,并为进一步增强整个出版企业的核心竞争力提供服务,最终实现高等教育出版产业的实质性飞跃;

4. 高等教育出版产业的出版物产品是直接为高等教育事业服务的。因此,加强对于高等教育出版产业的研究,可以帮助相关的出版企业提高生产和经营管理水平,全面提高高等教育出版物的质量,从而更好地为产业的目标市场——高等教育事业提供高质量的出版物产品和出版服务,切实保障各类型、各层次高等教育培养目标的实现。

对中国高等教育出版产业的研究是一个介于对中国高等教育研究与出版业中的教育出版产业研究之间的交叉领域。总的说来,由于对我国高等教育出版产业的研究起步较晚,所以相关的研究成果就显得比较零散,体系也不够成熟,更多的是对实践经验的归纳和总结。

就中国高等教育出版产业研究的内容体系而言,高等教育界的研究主要侧重于对高等教育体系中课程体系的设置、教材改革、建设与管理等方面。其中比较有代表性的专家学者和专著主要有:我国著名教育科学研究专家曾天山所著的《教材论》,华中师范大学教授廖哲勋与中央教育科学研究所副所长田慧生合编的《课程新论》,我国著名高等教育学家潘懋元教授和王伟廉教授合编的《高等教育学》,日本教育学家佐藤学著、钟启泉译的《课程与教师》,北京师范大学校长钟秉林博士在 OCED 会议上的讲话《中国高等教育大众化面临的挑战与对策》,以及教育学家吴康宁主编的《课程社会学研究》等等。而出版产业界和学界对于高等教育出版产业的研究,则较多地集中于对我国高等教育出版产业的实际操作研讨与交流,对出版实践经验的归纳和总结。因此,总体上来说,目前对于我国高等教育出版产业的研究比较分散,专著较少,内容体系也不够成熟,更多的是实践层面的描述和归纳,文章则散见于各种编辑出版类和高等教育类的图书、报刊等出版物。其中比较有代表性的专著和报刊主要有:上海交通大学出版社社长张天蔚主编的《大学出版发行工作探索》,《中国图书商报》社资深研究员杨贵山编著的《欧美书业概论》,南京大学张志强教授著的《20 世纪中国的出版研究》,中国出版科学研究所余敏主编的《出版集团研究》、《加入 WTO 与中国出版业发展》,期刊《出版发行研究》,《中国图书商报》、《中国新闻出版报》,

《中国教育报》等的教材专刊等等。

通过全面的普查我们发现,目前对于中国高等教育出版产业的研究,绝大部分都是在国内展开的,检索外文数据库发现的相关文献较少;研究时间上则以最近十年比较集中,1995 年以前的相关文献比较少。就以在中国学术期刊全文数据库中的检索为例,分别以“大学出版”和“高校教材”为关键词进行检索所得到的文献数量(篇)如下表:

表 1 文献检索情况表

检索时间: 2006 年 03 月

年份 关键词	1995 以前	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
大学出版	0	0	0	3	0	0	2	1	5	3	5	10
高校教材	0	2	0	4	2	6	6	5	5	7	13	3

在对相关文献进行全面普查和分析的基础之上^①,根据体制改革、高等教育发展、新技术的发展和应用以及全球化趋势等因素对于我国高等教育出版产业的影响,笔者认为,目前来说,对于我国高等教育出版产业的研究大体上可以分为两个阶段:

1. 20 世纪 90 年代中期以前,产业内对于实践经验的摸索和借鉴阶段。在我国的高等教育出版企业^②中,除了部属的高等教育出版社和少数几家大学出版社是 20 世纪 50 年代成立之外,其他的大

^① 注:其中 2005 年后期、2006 年以来的统计文献数量因数据库更新的时间原因未能收录完全。

^② 注:高等教育出版企业泛指所有参与高等教育出版的企业。这里仅就高等教育出版企业的主体之一——高等教育出版社和大学出版社而言。

学出版社基本上是在 20 世纪 80 年代左右成立的。在这一时期,一方面由于恢复高考、改革开放和市场经济的迅速发展,市场对于高等教育出版物的需求急剧上升,另一方面由于出版业作为国家文化事业的一部分,其市场化程度普遍偏低,再加上受高等教育发展规模、新技术应用等多种因素的影响,整个高等教育出版事业尚处在实践摸索的初级阶段。因此,从理论方面来讲,在这一阶段对我国高等教育出版业的研究力量非常薄弱,研究的内容较少,也比较零散,不成体系,主要是描述、介绍和借鉴产业内或者国外的一些比较成功的实践经验,研究内容也是散见于相关的文献中。例如,在 1994 年由尹均生等编审,华中师范大学出版社出版的《中南地区大学出版社优秀图书书评选》一书中,就有一部分是关于高校教材方面的评论。

2. 20 世纪 90 年代后期以来的研究兴起时期。到了 20 世纪 90 年代后期,随着全面建设社会主义市场经济的进一步深化、高等院校的急剧扩招、新技术在出版领域和教育领域的不断应用,以及全球化趋势的加强等因素的影响,整个高等教育出版产业在市场容量被急剧地放大的同时,产业内的竞争也日益激烈。在这种复杂的形势下,我国的高等教育出版产业要求得到更好的跨越式的发展,必须找到适合自己的发展模式。因此,高等教育出版产业和高等教育事业发展的双重需要,促成了产业内外对于以高等教育出版物为中心的高等教育出版产业研究的兴起和蓬勃发展。为了适应新形势发展的需要,高等教育界发表了不少关于课程改革和教材建设与管理的专著和文章,而高等教育出版产业内也就行业的发展发表了大量的相关报道和文章。这些都从理论上丰富了对我国高等教育出版产业研究的内容,使得整个研究的内容体系日见丰满。

值得一提的是,虽然对于我国高等教育出版产业的研究起步较

晚,体系也不够成熟和完善,但是后一时期的研究发展较快,成果较多,也产生了不少比较有影响的专家和学者。在理论研究方面,比较著名的专家和学者主要包括:曾天山、潘懋元、廖哲勋、田慧生、吴培华等;而在高等教育出版产业的实践研究方面,也形成了一支比较稳定的研究队伍,如刘志鹏、李鹏义等。对我国高等教育出版产业的系统性研究开始起步。

对我国高等教育出版产业的研究是教育界和出版界共同关心的课题。当前,对高等教育出版产业研究的特点和不足之处主要体现在以下几个方面:

1. 整个高等教育出版产业研究内容体系的不平衡性

我国的高等教育出版产业是在中国特色的国情背景下产生和发展起来的,它直接为我国的高等教育事业服务。因此,对我国高等教育出版产业的全面研究,应该既包括对体制演变进程中高等教育出版产业的研究,也包括对高等教育大众化背景、新技术的应用以及全球化趋势等对产业发展的影响、存在的问题以及发展的对策等等方面研究。

而实际上,目前对于我国高等教育出版产业的研究,相对集中于对市场条件下高等教育出版产业的研究、新技术条件下企业的信息化建设、产品开发形式以及国外优秀高校教材的版权引进等方面的研究,对于高等教育大众化给产业发展带来的影响、提出的新要求,以及我国的高等教育出版产业如何走出去等方面的研究相对较少。并且就目前已有的对高等教育出版产业各方面的研究来看,更多的是对于国外出版实践的翻译和介绍,或者是对于国内出版工作的归纳和总结,而将影响高等教育出版产业发展的各方面因素结合起来,进行比较深入而系统的研究则非常少见。伴随着我国高等教育进入

大众化高等教育的阶段,以及全球化趋势的日益加强,对我国的高等教育出版产业进行全面、深入的研究,不管是对于高等教育事业,还是对于高等教育出版产业来说都是必要的。

2. 高等教育领域和高等教育出版领域之间就高等教育出版物质量问题的交流和互动不够

之所以说以上二者之间的交流和互动不够,这主要是指,各类型、各层次高等教育的培养目标不能很好地通过一定的高质量教育出版物来予以保障。事实上,对高等教育出版产业的研究作为一个以高校教材为中心、介于高等教育研究和出版产业研究之间的交叉领域,二者之间应该有更多的互动与交流,也只有这样才能在实践的基础上得出比较科学的结论,才能适时地开发出更多更符合目标市场需求的高等教育出版物。然而现实的情况是,教育界对于高等教育出版物的相关研究,主要集中在以培养目标为中心的高校教材建设与管理;而出版界对于与高等教育出版物相关的研究,则更多的是从市场经济的角度,从产业发展的角度,来探讨高等教育出版物产品的研发与营销,对于如何科学地根据各类型、各层次高等教育的培养目标来组织高等教育出版物产品的内容则研究得比较少。这种高等教育研究领域与高等教育出版领域之间互动与交流的缺乏,必然会造成一定程度上各类型、各层次高等教育培养目标与相应的高等教育出版物内容组织之间的脱节,从而不能充分地发挥高等教育出版产业为高等教育事业服务的功能,也不符合商品生产的供求规律。

3. 对我国高等教育出版产业研究的局限性

我国的高等教育出版业虽然自 19 世纪末伴随着高等教育的产生——京师大学堂的建立就产生了,但是由于历史的原因,其经历了一个漫长而曲折的发展过程。新中国成立以前复杂的社会背景,以

及建国以后的文化大革命,都使得我国的高等教育出版业没有能够正常、健康地发展。到了 20 世纪 80 年代左右,随着高等院校纷纷设立大学出版社、出版体制改革以及一系列高等教育改革措施的陆续出台,我国的高等教育出版业才进入了一个崭新的发展阶段,才真正开始蓬勃发展起来。总的说来,由于实践发展的时间不长,一些新问题,新现象,如新技术的普遍应用给高等教育出版产业带来的机会与挑战、高等教育进入大众化阶段后我国高等教育出版产业发展的新思路以及全球化趋势下我国高等教育出版产业走出去的发展模式等问题,尚未完全充分地呈现出来。因此,整个高等教育出版产业发展的不够成熟,直接造成了对相应理论方面研究的稚嫩。而且就目前的研究情况来看,理论研究相对于产业的实践发展来说,还具有较大的滞后性。

因此,对我国高等教育出版产业的研究应随着实践的发展而不断地深入,从而真正发挥理论研究为实践发展提供指导和借鉴的目的。

本书共分 5 章,具体内容安排如下:

第一部分为体制演变进程中的中国高等教育出版产业。在该部分,首先对高校教材的双重属性即文化属性与商品属性进行了分析,在此基础上回顾了改革开放以来我国高等教育出版业的发展历程,总结出了体制演变进程中我国高等教育出版产业取得的成就:高等教育出版产业市场主体规模的增长、高等教育出版产业整体实力的增长以及高等教育出版企业的改革逐步展开。并就体制演变进程中我国高等教育出版产业中存在的几个问题:非国有书业在高等教育出版产业中的地位 and 角色、高校教材营销中的寻租行为及其治理、非法出版活动和非法出版物、高等教育出版物库存现状及原因分析等

进行了比较深入的探讨。

第二部分为高等教育大众化背景下的中国高等教育出版产业。该部分首先论述了我国高等教育出版产业存在的背景环境,即高等教育大众化;在此基础上,分析了高等教育大众化对我国高等教育事业和高等教育出版产业的影响,并着重研究了高等教育大众化背景下的高校教材质量管理、高校教材建设与评估等问题。

第三部分为新技术条件下的中国高等教育出版产业。该部分首先比较系统地介绍了与高等教育出版产业的发展密切相关的新技术——出版新技术和教育新技术,在此基础上分析了新技术的应用对我国高等教育出版产业的影响,探讨了新技术条件下我国高等教育出版企业的信息化建设问题,并就新技术条件下高等教育出版物的开发,提出了并行开发系列产品的新思路。

第四部分为全球化趋势下的中国高等教育出版产业。全球化是一个必然的趋势,全球化也是一把双刃剑。该部分首先从高等教育出版产业的视角,即文化传播的角度对相关的全球化问题做了比较全面的论述,然后分析了全球化趋势对我国高等教育出版产业的影响,并重点研究了我国高等教育出版产业走向全球化的途径问题。本书认为,我国高等教育出版产业走向全球化的主要途径包括版权贸易、图书贸易和合作出版。

第五部分为总结与展望。在本部分,首先对本书的整体研究做了简单的总结,并进一步对未来的研究工作做出了展望。

本书的研究限于篇幅、时间和能力,难以面面俱到。为此,笔者将研究的主体主要设定于:体制演变进程中主要是改革开放以来我国高等教育出版产业的发展历程及存在的问题;高等教育大众化背景下的高校教材质量管理、高校教材建设与评估;新技术条件下高等

教育出版企业的信息化建设与高等教育出版物的并行开发,以及目前来看我国高等教育出版产业走向全球化的主要途径——版权贸易、图书贸易和合作出版等等。这主要是因为在这一范围内,对于我国高等教育出版产业的统计资料和数据,相对来说比较翔实和完备,这也是开展研究所必要的资料和数据支持。在以以上范围为研究主体的同时,在必要的时候涉及和兼顾:建国至改革开放以前我国高等教育出版业的发展;教辅、报刊、音像、电子出版物、网络出版物等其他高等教育出版物的出版,以及非国有书业在高等教育出版产业中的地位和角色等等。

本书的研究力求以点带面,对我国的高等教育出版产业进行比较系统、深入的研究,达到较好的研究效果。

对中国高等教育出版产业的研究是一项理论性和实践性都比较强的课题。它必须以马克思主义的认识论和方法论为基础,一切从实际出发,理论联系实际,才有可能得出比较科学的论断。

然笔者能力所限,不妥之处,敬请各位前辈和广大读者不吝指正。

前言 / 1

1. 体制演变进程中的中国高等教育出版产业 / 1

1.1 高校教材的双重属性：文化属性和商品属性 / 1

1.2 体制演变进程中我国高等教育出版产业的发展
历程 / 4

1.2.1 出版体制改革及其对我国高等教育出版产业的
影响 / 4

1.2.2 改革开放以来我国高等教育出版产业取得的
成就 / 10

1.3 对体制演变进程中我国高等教育出版产业内几个问
题的思索 / 23

1.3.1 非国有书业在高等教育出版产业中的地位与
角色 / 24

1.3.2 高校教材营销中的寻租行为及其治理 / 33

1.3.3 非法出版活动和非法出版物 / 39

1.3.4 高等教育出版物库存现状及原因分析 / 48

2. 高等教育大众化背景下的中国高等教育出版
产业 / 68

2.1 高等教育大众化背景概述 / 68

2.1.1 高等教育事业与高等教育出版产业：一个系统论
的视角 / 69

2.1.2 高等教育大众化的由来和马丁·特罗的高等教育
大众化理论 / 71

2.1.3 我国的高等教育大众化现状 / 76

2.2 高等教育大众化对我国高等教育出版产业的影响
/ 81

2.2.1 高等教育大众化对我国高等教育出版产业的巨大
推动作用 / 81

2.2.2 高等教育大众化背景下我国高等教育出版物存在
的问题 / 85

- 2.3 高等教育大众化背景下的高校教材建设和评估 / 89
 - 2.3.1 高校教材生产的 ISO 9000 质量管理 / 90
 - 2.3.2 高等教育大众化背景下的高校教材建设 / 95
 - 2.3.3 高等教育大众化背景下的高校教材评估 / 104
- 3. 新技术条件下的中国高等教育出版产业 / 117**
 - 3.1 新技术概述 / 117
 - 3.1.1 出版新技术 / 119
 - 3.1.2 现代教育技术 / 127
 - 3.2 新技术对我国高等教育出版产业的影响 / 135
 - 3.2.1 新技术对高等教育出版产业的影响 / 135
 - 3.2.2 新技术对高等教育出版企业的影响 / 138
 - 3.2.3 新技术对高等教育出版物内容和品种的影响 / 144
 - 3.3 新技术条件下高等教育出版产业的信息化建设 / 148
 - 3.3.1 我国高等教育出版产业的信息化建设现状 / 149
 - 3.3.2 我国高等教育出版产业信息化建设的不足 / 152
 - 3.3.3 加强我国高等教育出版产业信息化建设的原则与目标 / 155
 - 3.3.4 加强我国高等教育出版产业信息化建设的措施 / 157
 - 3.4 新技术条件下高等教育出版物的并行开发 / 159
 - 3.4.1 高等教育出版物的并行开发思路 / 160
 - 3.4.2 高等教育出版物并行开发的特点、关键和核心 / 162
 - 3.4.3 并行开发高等教育出版物的过程分析与优化 / 167
 - 3.4.4 高等教育出版物的并行开发现状：“立体化教材”的开发 / 168
- 4. 全球化趋势下的中国高等教育出版产业 / 171**
 - 4.1 全球化概述 / 171
 - 4.1.1 全球化的概念及其形成原因 / 171
 - 4.1.2 全球化所带来的经济增长与不平等 / 175
 - 4.1.3 全球化趋势下的文化传播 / 178
 - 4.2 全球化趋势下的中国高等教育出版产业 / 184
 - 4.2.1 全球化对我国高校教材建设的影响 / 184
 - 4.2.2 高等教育出版产业走向全球化的表现 / 186

4.2.3	高等教育出版产业走向全球化的动力	/ 189
4.2.4	我国高等教育出版产业走向全球化的趋势和现状	/ 190
4.2.5	我国高等教育出版产业走向全球化应坚持的原则	/ 197
4.3	我国高等教育出版产业走向全球化的途径	/ 200
4.3.1	版权贸易	/ 201
4.3.2	图书贸易	/ 207
4.3.3	合作出版	/ 215
5.	结束语	/ 220
5.1	总结	/ 220
5.2	展望	/ 221
	图表索引	/ 225
	参考文献	/ 228
	后记	/ 243