

DAXUE
CHUBAN
JINGSHEN YU
DAXUE
CHUBANSHE DE
FAZHAN

—ZHONGGUO
DAXUE CHUBAN
FAZHAN WENHUA
YANJIU



◎肖启明 著

大学出版精神与 大学出版社的发展

——中国大学出版发展文化研究



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社



DAXUE
CHUBAN
JINGSHEN YU
DAXUE
CHUBANSHE DE
FAZHAN

—ZHONGGUO
DAXUE CHUBAN
FAZHAN WENHUA
YANJIU

大学出版精神与 大学出版社的发展

——中国大学出版发展文化研究

◎ 肖启明
著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

·桂林·

图书在版编目(CIP)数据

大学出版精神与大学出版社的发展：中国大学出版发展文化研究 / 肖启明著. —桂林：广西师范大学出版社，2008.4

ISBN 978-7-5633-7039-9

I. 大… II. 肖… III. 高等学校—出版工作—研究—中国 IV. G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第028761号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路22号 邮政编码：541001)
(网址：<http://www.bbtpress.com>)

出版人：何林夏
全国新华书店经销
桂林日报印刷厂印刷

(广西桂林市八桂路2号 邮政编码：541001)

开本：890 mm × 1 240 mm 1/32

印张：6.875 字数：160千字

2008年4月第1版 2008年4月第1次印刷

定价：18.00元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与印刷厂联系调换。



大学出版理论研究的重要成果 ——写在肖启明博士论文出版之前

马新国

知道肖启明的博士论文即将公开出版,我十分高兴。因为这部著作是肖启明十多年来从事大学出版工作,又在攻博期间潜心研究大学出版理论的成果。我相信,这一成果的面世,特别是它所提出的“大学出版精神”论,把大学出版理论研究提高到一个新层次,这不仅有理论创新价值,而且有实践意义,它将有助于推动中国大学出版事业的发展。

大学出版,源远流长。中国的大学出版在改革开放之后,异军突起,迅速发展,成为中国出版界的重要力量,也为世界出版领域增添了亮丽的风景。然而,中国大学出版的发展并非一帆风顺,而且各大学出版社之间有明显差距。大学出版社发展出现的这种曲折和不平衡状态,困扰着大学出版工作者,也引起他们的理论思考,肖启明就是其中之一。作为广西师范大学出版社社长,他针对实践中遇到的各种问题,不断进行理论探索,并用其指导实践。广西师大出版社之所以发展成全国著名的出版社,和肖启明及其同

仁的这种努力是分不开的。

然而,肖启明并不以解决一些具体实践问题为满足,他在思索大学出版的深层次的问题,试图寻找到大学出版的本质特征和发展规律。为此,在广西师范大学的支持下,他到美国做访问学者,研究文化传播理论,又于2002年考入北师大文艺学专业文化与出版传播研究方向,边工作边攻读博士学位。在北师大,他阅读了大量的理论书籍,聆听了诸多名家的教诲,跟我一起学习和研究“文化研究”的理论和方法,对大学出版发展的历史作形而上的思考。经过三年的不懈努力,他终于有所发现、有所创新,完成了高质量的博士论文,受到答辩委员会的诸位专家——北师大的童庆炳教授、李春青教授、赵勇教授,北京大学彭松建编审,清华大学刘建明教授,中国人民大学王霁教授,首都师大的陶东风教授的一致好评。

正如上述诸位专家指出的那样,肖启明的这篇博士论文的价值,在于它提出和论述了“大学出版精神”这一观念。它认为大学有自己的理念,出版有自己的属性。大学传统形成了大学的修身及人文精神、学术自由及创新精神、直接为国家和社会进步服务的精神;而出版的基本属性是:意识形态属性、文化传承建构属性和商业属性。大学出版是大学对出版的介入,这种介入有其合理性,但也有矛盾和不适应性。大学出版精神,就是在社会主义市场经济的历史条件下,大学理念和出版理念在实践中碰撞、融合的产物,大学出版精神——文化建设承担精神、求真与超越精神、打造特色品牌与企业经营服务精神,是对推动大学出版发展内在力量的高度概括。

一种理论是否有价值,要看它是否能令人信服地解释历史和指导实践。肖启明的这篇论文,史论结合,论从史出。它总结了中

国大学出版发展的四个历史阶段和五种发展模式,令人信服地说明了大学出版发展历程是大学出版精神逐渐形成的过程,并且根据大学出版精神对未来大学出版的发展提出了建议。论文指出,必须坚持大学的理念,又要依照出版社作为文化企业的特点,自觉地把握大学出版精神,才能推动大学出版不断发展。如果偏离了大学出版精神,就丢掉了大学出版的文化传承与创新的历史责任,大学出版只能沦为学校“印刷所”或只为赚钱的纯商业出版社,大学出版也就不成为“大学出版”,更谈不上发展。坚持大学出版精神,对中国大学出版的发展,具有重要的意义。

肖启明博士论文的写作成功,是理论和实践相结合的结果。肖启明担任广西师大出版社社长凡十年,有丰富的办大学出版的经验和体会,又兼做大学版协副理事长,经历了改革开放之后大学出版社发展的主要历程,对全国大学出版社的发展情况和问题也比较了解。没有这些条件,他不可能写出这篇论文。

肖启明博士论文的完成,也是他认真做学问,提升自己理论思维能力的结果。为写作这篇论文,他研究大学,阅读大量资料研究中国和西方大学发展历史,概括出大学文化精神特征;他研究出版,阅读中国和世界的出版史的有关书籍,提出自己对出版属性的认识。在此基础上,他研究在社会主义市场经济发展中,大学精神和出版理念在大学出版实践中,如何碰撞与融合,如何形成中国大学出版精神。这样,不但论文做到了逻辑和历史的统一,就是在对大学和出版的研究上,也提供了新的有价值的看法,受到专家学者的肯定。

做论文和做人是相关的,做学位论文是做人的集中表现。有些干部在职读研,目的是获取学位,为晋升增加一个筹码,因而论文写作极不严肃,拼凑抄袭,甚至捉刀代笔,蒙混过关。肖启明做

博士论文则十分严肃认真,对自己要求很高,因此他有过思路理不清楚的苦恼,也有过豁然开朗的喜悦,也敢于坚持自己的见解。正因如此,我在指导他的博士论文写作过程中,也受到启发,有所获益,教学相长,和肖启明建立了“亦师亦友”的情谊。

大学出版精神理论的提出,揭示了大学出版工作者长期隐约感觉到的大学出版不同于一般出版的特质,是大学出版理论研究的一次突破。这一观念虽然提出时间不久,但在报刊上已见到有人使用,可见它是具有生命力的。我相信这一理论会进一步完善、丰富,促进我国大学出版事业更加健康的发展。肖启明还很年轻,实践与理论都打下了相当好的基础。我相信他会以博士论文的出版为新起点,在实践和理论上不断探索,为中国出版事业的发展作出新贡献。

2008年春于北京师范大学



目 录

序 /001

绪 论:

一个出版工作者的个人情怀与大学出版文化研究 /001

第一章 出版理念与大学理念 /009

第一节 出版理念 /010

一、中国图书出版的意识形态属性 /010

二、出版的文化属性 /012

三、出版的商业属性 /013

第二节 大学理念 /015

一、大学的三种功能及其关系 /015

二、中国古代高等教育的发展 /016

三、西方大学的发展历程 /018

四、借鉴西方大学制度建设的现代中国大学 /020

五、大学理念的核心概念 /027

第二章 中国大学出版发展历程 /033

第一节 中国大学出版之滥觞——南洋公学译书院 /036

第二节 从“一家半出版社”到蔚为大观 /047

一、从 1955 年至 1990 年大学出版社数量的增加 /047

二、大学出版的管理体制 /050

三、大学出版合作协调机构的建立 /054

四、这个阶段大学出版的任务和发展 /058

第三节 商品意识的觉醒：中国大学出版的高速发展阶段 /063

一、商品意识觉醒的原因 /063

二、商品意识的觉醒在出版行为上的体现 /068

三、十年发展与显现的问题 /076

第四节 文化意识的高扬：中国大学出版的品牌建设阶段 /078

一、文化意识高扬的原因 /079

二、文化意识高扬的体现 /086

三、品牌建设作为文化意识的体现 /091

第三章 大学出版发展的总体格局和几种模式 /095

第一节 大学出版社出版方向划分格局 /096

一、大学出版的分工与发展 /096

二、大学出版的经济规模分布格局 /097

三、大学出版社多种发展模式并存的整体格局 /099

第二节 几家大学出版社发展模式 /100

一、外语教学与研究出版社的发展模式 /100

二、中国人民大学出版社的发展模式 /107

三、北京师范大学出版社的发展模式 /112

四、清华大学出版社的发展模式 /116

五、广西师范大学出版社的发展模式 /119

第四章 大学出版精神论 /125

第一节 大学出版精神的来源和形成 /127

第二节 大学出版精神阐释 /129

一、文化建设承担精神 /129

二、求真与超越精神 /140

三、打造特色品牌与企业经营服务精神 /148

第五章 大学出版精神与大学出版社的发展 /153

第一节 大学出版精神对大学出版发展的意义——对大学出版的
反思和批判 /155

一、力量分散的整体格局 /156

二、缺乏特色的出版形态 /157

三、安于现状的保守心理 /158

第二节 大学出版精神与大学出版社的发展 /161

一、大学出版精神与大学出版社企业文化 /161

二、大学出版精神与大学出版社的出版体制改革 /168

三、大学出版精神与大学出版社应对传播技术变革 /182

结语 /195

参考文献 /197

后记:不敢出书 /207

绪 论

一个出版工作者的个人情怀与 大学出版文化研究

大学出版,是指由隶属于大学的出版社共同组成的出版力量。

我的职业生涯,从一开始就同大学出版紧密地结合在一起。1987年6月,广西师范大学出版社建社还不到一年,我从广西师大中文系留校进入出版社,成为一名编辑,至今已整整20年,其间,担任出版社社长也有整整10年。这20年是中国大学出版蓬勃发展的黄金时期,我有幸躬逢其盛;不仅如此,我还亲历了广西师范大学出版社的成长壮大,从最开始的筚路蓝缕,到如今的得到读者和业界的广泛认可,其中的酸甜苦辣,每每感怀于心。而在工作之中、之余自然会思考、研究出版工作的诸多问题,大学出版无疑是思考的重点。

我国大学出版是以大陆大学出版社为主体的,港澳台地区大学出版社数量较少,力量也很薄弱。香港有4家大学出版社:香港大学出版社、香港中文大学出版社、城市大学出版社、公开大学出版社。这四家大学出版社专注于学术出版,市场灵活性不足,在财

政上依赖学校的补助。其中城市大学、公开大学两家出版社主要对内服务,“与其说是一家向外组稿的出版社,倒不如说是大学编印部门的一部分”^①。台湾的大学出版社也只有寥寥几家,“大部分学校仍把出版任务视为教务处出版组的二级单位的任务。少数学校虽然成立出版中心、出版编译中心,但限于经费、人员、市场、学校出版理念等因素,极少有能力自行规划选题,更谈不上全方位行销,与大陆百家出版社蓬勃发展的气象形成很大的反差”^②。而在大陆,大学出版社发展迅猛:从数量来看,截至2004年,大学出版社就有102家,占全国572家出版社的17.8%;^③从业绩来看,大学出版全年图书生产码洋105亿元,占大陆图书总生产码洋592.89亿元的17.7%;全年出版图书品种(含重印)53554种,占大陆全年出版品种208294种的25.7%。^④再考虑到大学出版在学术图书、教材出版等方面所起的作用及其社会影响力,我们完全可以用“举足轻重”这个词来形容大学出版在整个出版业中的地位。

如果将中外大学出版的基本情况做一简单的比较,我国大学出版在全国出版业中的重要性将更加明显。日本有4487家出版

① 陆国燊:《香港的大学出版社概述》,《出版参考》,2002年第23期,第24页。

② 陈信元:《台湾大学出版社积弱不振的原因》,《出版参考》,2002年第23期,第22页。

③ 由中国人民大学出版社2005年出版,教育部社政司编的《中国高校出版社发展报告(2001—2004)》的统计数字为:截至2004年,大陆有98家大学出版社。但该报告“前言”说明出于管理上的原因,未将国防大学出版社、国防科技大学出版社、第二军医大学出版社和第四军医大学出版社统计在内。故2004年大陆共有大学出版社102家。

④ 大陆图书全年生产码洋及出版品种数据来源于新闻出版总署计划财务司发布的《2004年全国新闻出版业基本情况》,《文汇报》,2005年9月9日。大学出版社全年生产码洋数据及出书品种据教育部社政司编《中国高校出版社发展报告(2001—2004)》,因该报告所提供的数据包括了人民教育出版社、高等教育出版社、教育科学出版社、语文出版社四家出版社的数据,本文数据为扣除以上四家出版社数据后得出。

社,而大学出版社只有 25 家;英国大学出版社只占全英出版社数量的 4%;美国有几千家正常进行出版业务的出版公司,而大学出版社只有 88 家。这些大学出版社年出版新书 9000 种,只占美国年出版新书品种总数 60000 种的 15%;美国大学出版社年销售额为 4.5 亿美元,只占美国年销售总额 250 亿美元的 2%。^① 显然,中国大学出版社无论是数量还是业绩,在全国出版业中的比重都是相当高的。

大学出版今天的成绩,是在并不算长的时期内取得的。虽然早在 20 世纪 50 年代中期,中国人民大学出版社和华东师范大学出版社就成立了,但不久先后停办。在漫长的“文革”期间,大陆的大学出版一片空白。20 世纪 80 年代,大陆大学出版进入高速发展阶段,到现在不过 20 余年。大学出版在中国出版发展史上谱写了辉煌的篇章,为世界大学出版史增添了一道亮丽的风景。

然而,尽管中国大学出版有着重要的地位和不俗的成绩,中国大学出版仍存在许多问题。比如,大学出版社的发展并不均衡,有年销售码洋达数亿元人民币,拥有很强的竞争力和很高的知名度的大社、强社,也有很多年销售码洋不满千万,知名度不高,总体能力很差的小社、弱社。而即使是那些发展得很好的出版社,仍然有不少问题,仍然面临新的严峻的挑战。中国大学出版社的发展面临一个“坎儿”,需要上一个新的台阶,如何上这个台阶,依靠什么上这个台阶,作为一个大学出版人,我在关注和试图解决自己所在出版社发展中遇到的各种具体问题的同时,一直在思考这个问题,我隐约感觉到大学出版有一种一般出版社不具有的东西,在左右

① 尤建忠:《英美日大学出版社概况》,《出版参考》,2002 年第 23 期,第 25 页。

大学出版的发展历程。顺应了它,大学出版就发展;违背了它,就会出各种问题。这个“东西”是什么?经过认真研究反复思考,我把它命名为“大学出版精神”。“大学出版精神”,是大学精神和出版精神的动力平衡。如果能通过对大学出版发展的文化研究,确立大学出版精神的内涵,对大学出版在未来的职责、使命和发展有清晰的认识和准确的定位,无疑能对推动大学出版的发展尽绵薄之力。2002年至2007年间,我在北京师范大学文艺学研究中心攻读博士学位,在导师的支持和鼓励下,我毫不犹豫地将“中国大学出版文化研究”作为自己博士论文的研究课题。

实际上,大学出版文化研究不仅是我的博士论文的研究课题,如前所述,它也是我多年来研究和思考的重心所在,因此它是在已有的文献资料、研究成果的基础上出发的,这些文献资料包括以下类型:第一,加入世界贸易组织后中国出版业面临的机遇和挑战的有关论文和研究报告,以及中央的有关政策文件;第二,从考察我国出版业的集团化建设的角度,从知识经济的视野,探讨我国出版业的变革和发展的论文、会议资料;第三,对出版产业的性质、功能、特征以及出版发展历史的研究的论文、著作及相关资料;第四,有关大学功能和作用研究的论文、著作,以及大学文化和大学发展史的资料;第五,直接研究大学出版的论文、著作,中宣部、教育部、新闻出版总署有关大学出版的论文及相关资料。这方面的文献资料与本选题直接相关,并有不少高质量的研究成果。有的在大学出版社的历史、功能、定位等问题上,对大学出版的方方面面进行了富有启发性的探讨。除了上述研究成果之外,一些资料汇编、内部文件等也是开展本项研究所必不可少的文献来源,如同济大学出版社1992年出版的《中国大学出版社一览》、上海交通大学出

版社 1993 年出版的《中国大学出版社概览(1955 年—1991 年)》、南京大学出版社 1997 年出版的《中国大学出版社概览(1992 年—1996 年)》、中国年鉴出版社等社出版的《中国出版年鉴》等^①。内部文件则包括每隔几年召开一次的全国大学出版社工作会议文件、大学版协或大学出版行政管理部門的有关统计数据等。

目前我们对大学出版的研究虽然取得了一些具体成果,但总体而言还是比较薄弱的。表现在以下几个方面:首先,以上各方面的研究大都从不同角度涉及大学出版,但我国大学出版的发展历程没有得到系统的总结,大学出版的特有性质和规律没有得到专门研究,大学出版未来的发展也着墨不多。其次,有两方面的不足存在于现有的研究成果。一方面,来自出版第一线的研究者,拥有丰富的实践经验,他们所讨论的问题,基本涉及出版的各个方面和出版过程的各个环节,但在分析之中,往往局限于现象的描述,对现象背后的原因缺乏更深入的分析 and 理性思考,更没有在宏观的背景下关注和思考大学出版社的发展状况;谈出版社的内部管理的时候,也是平铺直叙,泛泛而谈。在作出判断时,往往有不够严谨之处,甚至有主观臆断之嫌。此外很多文章引用的数据没有注明出处,缺乏严谨性。而另一方面,部分来自学院的博士硕士论文,虽然对出版业进行了较为深入的学理的探讨,但因为研究者对出版实务较为陌生,实践经验较为缺乏,因此在针对性、现实意义等诸多方面也存在难以令人满意的地方。对大学出版这个课题缺

^① 《中国出版年鉴》1980 至 2005 年共出版 24 卷,其中 1980 至 1986 年 7 卷由商务印书馆出版,1987 至 1991 年 4 卷(1990—1991 年为合刊)由中国书籍出版社出版。1990—1991 年合刊出版于 1993 年,开始使用国际标准刊号,正式由书改刊。1992 至 2004 年卷由中国年鉴出版社出版。

乏理论与实践相结合的深度研究,这说明,第一,大学出版社虽然在产业发展方面,已经成了中国出版的重要方面军,但从理论研究的角度来看,还没有引起研究者的足够重视;第二,大学出版社创业和发展任务之艰巨,大学出版人生存和发展的压力之大,使大学出版社工作者难以静下心来,对大学出版进行系统而宏观的研究。或者,大学出版界的很多有识之士,有各自的专业范围和研究领域,科研任务很重,有的还要承担教学工作,指导硕士、博士研究生等,无暇顾及大学出版领域本身的研究;第三,同时也可以说明,把握大学出版研究这一课题具有一定的难度。当然,无论如何,上述研究成果都给我的课题研究提供了前提:一方面它提供了许多具体的资料,另一方面也为我的研究提供了诸多理论上和方法上的启示和借鉴。同时它也是对本人的激励:应该在这些研究的基础上,对大学出版研究做出新的成绩。可喜的是,出版研究成果(包括博士论文)中有不少出自活跃在第一线的出版人之手,他们大都拥有相当长的从业经历和实践经验,同时又在不同学科受到专业训练,其研究成果既有理论深度,又有强烈的现实意义,很好地向前推进了出版理论研究,也给我的研究的开展提供了帮助。

我在研究中坚持以马克思主义辩证唯物论和历史唯物论作为理论指导,吸收文化研究的有关方法,研究大学出版这一文化现象的本质和推动其发展的力量。作为对中国大学出版的整体研究^①,

^① 鉴于以下几方面的原因,这项对中国大学出版的研究课题的范围限定在大陆的大学出版之内:1. 大陆的大学出版是中国大学出版的绝对主体和典型代表;2. 因为体制、历史等等方面的原因,大陆大学出版所具有的鲜明特色和发展规律为港澳台地区的大学出版所不具备,故不必将后者纳入整体论述中来。3. 研究港澳台地区的大学出版,资料收集方面存在一定难度。故凡下文文中使用的“中国大学出版”一词,其范围皆限定在大陆大学出版之内。

我的研究首先从历时性的角度,对中国大学出版的发展历程做历史分析,根据其在不同历史时期所体现的差异,对大学出版的历史进行阶段划分,并分析每个历史阶段里促进和阻碍大学出版向前发展的各种文化因素,探索大学出版自身所展现出来的有别于一般出版社的文化特质。

接下来,本书将从共时性的角度,分析大学出版的基本单位——大学出版社在地理分布、经济规模分布、出版方向分布等方面所展现的整体格局。然后本书着重分析以外研社、中国人民大学出版社、北京师范大学出版社、清华大学出版社、广西师范大学出版社等几家出版社为代表的几种大学出版社的发展模式,通过对几种模式的探寻和把握来总结大学出版社发展的文化动力。

在从历时性和共时性两个维度对大学出版的发展历程和发展模式进行分析和探讨之后,是本研究课题的核心部分——“大学出版精神论”。我的研究将从历史和逻辑两个方面探讨大学介入出版之后,大学文化和出版文化如何融合,并在大学出版的发展历程中或隐或显地引导大学出版前进的核心精神。如果说前几章对大学出版发展历程、发展格局、发展模式的探讨是从历史的角度从实践中总结经验和规律,为大学出版核心精神的提炼做必要的研究,那么,本章则主要是从逻辑的角度,从“大学出版”这一概念出发,探讨大学出版之为大学出版的核心精神,当然,逻辑的方法是同历史的方法结合在一起的,大学出版的核心精神亦是从实践中提炼而来的。本章还运用比较研究的方法、个案分析的方法,结合中外出版多个案例,从正反两个方面,或研究大学出版精神在出版活动中的作用,或探讨大学出版精神的缺乏所带来的后果。

最后,本书着眼于未来,探讨大学出版在面临传播技术变革、