

彭俊玲 著

# 出版产业与出版文化 研究



印刷工业出版社

本书获得北京印刷学院引进人才项目资助

彭俊玲 著

# 出版产业与出版文化 研究



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

出版产业与出版文化研究 / 彭俊玲著. —北京: 印刷工业出版社, 2009. 12  
ISBN 978-7-80000-894-8

I. 出… II. 彭… III. 出版工作—研究—中国 IV. G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第219387号

## 出版产业与出版文化研究

彭俊玲 著

---

责任编辑: 张宇华

责任校对: 郭平

责任印制: 张利君

责任设计: 张羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: [www.keyin.cn](http://www.keyin.cn) [www.pprint.cn](http://www.pprint.cn)

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京通州丽源印刷厂

---

开 本: 880mm×1230mm 1/32

字 数: 220千字

印 张: 8.875

印 次: 2009年12月第1版 2009年12月第1次印刷

定 价: 35.00元

I S B N: 978-7-80000-894-8

---

如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 010-88275602

# 前 言

本书是我从2005年秋天进入北京印刷学院工作以来对出版产业与出版文化领域的问题进行学习与思考的初步成果。回顾这4年来的工作、学习与研究历程，我一方面立足于学校图书馆的实际工作，为把北京印刷学院图书馆建设成为适应学校教学科研发展需要的文献信息中心和公共文化阵地而努力，另一方面还担任本校出版传播与管理学院的硕士生导师。作为“出版产业”方向的研究生指导教师，我每年指导着一名研究生，师生之间教学相长，共同在出版传播学领域探索与跋涉。担负教学指导任务就会有持续学习与研究的压力和动力，鞭策着自己不断探索新问题，不断有新的见识和体会，这样才能在学生面前发挥教学指导与研究辅导的良师益友的作用。所以说，这本书的形成，首先归因于我作为研究生导师的责任和义务。

我虽然在本科、硕士、博士阶段的学习专业都是图书馆学，其实对编辑出版学也是颇有兴趣和关注的。这两门学科是姊妹学科，国内很多院校把图书情报学和编辑出版学统一归在信息管理学下面，还有把编辑出版学挂在图书馆学下的，可见它们之间关系的紧密。记得我

在武汉大学的本科毕业论文就是写的《商务印书馆与近代出版史的关系》，当时还专程到北京找到位于王府井的商务印书馆进行了调研和收集资料。后来在工作阶段还从事了3年多的期刊编辑出版活动，指导了3名“科技信息编辑与传播”方向的研究生。所以，自己的知识结构和从业经历一直使我有一种把图书馆学、编辑出版学、传播学糅合起来思考与研究的意愿。本书中的一些专题如“出版产业与出版文化”、“版本特藏馆、文献博物馆、版本图书馆与出版文化”、“农家书屋与出版工程”、“图像传播与出版”等，就是这种综合思考与交叉研究的尝试。我在指导“出版产业方向”的研究生曾辉同学时，就是从信息管理学和编辑出版学、传播学的多学科领域着眼，他的硕士学位论文选题是关于跨媒介传播与出版产业发展的理论研究。在他2009年春季研究生毕业后，我将他引荐到国家新闻出版总署信息中心（国家版本图书馆）版本文化处工作，经过他本人的努力和领导的关怀与指导，现在他的工作非常胜任、愉快。这也算是一个实践的良好成果吧。

本书中的部分内容曾经先后在国内一些学术刊物公开发表过，如《出版发行研究》《北京社会科学》《全国新书目》《北京印刷学院学报》《图书馆理论与实践》《图书情报工作》等，还有一部分是本人参加一些重要项目如“首都出版业发展模式研究”、“北京出版史”、“读书益民工程理论研究”等的研究成果，在此，特别

向北京印刷学院党委书记崔文志研究员、副院长乔东亮教授表示衷心感谢，在他们率领的研究课题项目中，我得到指导和锻炼，并形成了一些研究成果。北京印刷学院院长助理兼出版传播与管理学院院长王关义教授赠送给我的大作《中国出版业体制改革研究》一书给了我及时的参考和启发。国家新闻出版总署信息中心（国家版本图书馆）的艾立民主任热情提供了有关资料。我的研究生曾辉同学、刘杰同学在资料收集方面给我很多帮助。我的上级领导和同事、图书馆党支部于春荣书记在日常工作与管理中给予我很多悉心指导和关照，使我在顺利完成图书馆业务管理工作的同时，能够安心做一点学术研究。我的一些图书馆同事如张雄刚、王娟熔、张高林、杨雯、包云洁、徐浩等在帮我收集资料、整理资料方面给予了热情帮助，在此一并向他们表示感谢！

本书的出版得益于北京印刷学院引进人才项目的资助，特此向院长曲德森教授、人事处与科研处和研究生处的领导表示感谢！

印刷工业出版社是近年来很受业界关注与称道的富有生机与活力的出版社，感谢副社长兼副总编刘积英先生和责任编辑张宇华女士对本书编辑出版方面的支持和帮助！

本书作为本人在编辑出版学领域的处女作，其肤浅和稚嫩甚至谬误一定不少，权且把它当做自己学习思考

与实践探索的总结和阶段性积累吧，现在怀着忐忑不安的心情把它公开出版，希望能够得到专家与同行的批评指正！

谨此自叙。

彭俊玲

2009年10月于北京

前言 ..... 1

第一章 出版产业与出版文化的基础层面之思考 ..... 1

- 一、出版产业的基本概念体系与产业定位 / 1
- 二、出版文化的内涵与外延 / 5
- 三、出版文化的体系构成 / 17
- 四、研究出版产业与出版文化之间关系的重要意义 / 19

第二章 出版业的创新论 ..... 24

- 一、出版业创新系统的构建 / 24
- 二、出版产业创新系统的内涵 / 35
- 三、我国出版业创新体系构建的背景与战略定位 / 39
- 四、我国出版业创新体系的框架构成 / 43
- 五、创新体系框架下的我国出版业可持续发展模式构想 / 45
- 六、对我国出版业创新体系建设的建议 / 52
- 七、技术创新对出版业创新的意义 / 54



### 第三章 对我国出版产业理论研究的思考 56

- 一、我国出版产业研究领域的现状 / 56
- 二、出版产业研究的突破是新时期出版学研究的  
一项重要使命 / 61
- 三、思维方式与理论创新 / 63
- 四、从创新系统的研究角度探索我国出版产业的  
改革与发展 / 65

### 第四章 中国出版业的书号现象 72

- 一、中国书号管理制度变迁轨迹 / 72
- 二、中国现行书号管理制度分析 / 78
- 三、中国书号审批制度及书号异化现象成因分析 / 82
- 四、中国书号管理制度改革建议 / 85

### 第五章 农家书屋与出版业 89

- 一、“读书益民工程”理论意义的多维度解析 / 89
- 二、益民书屋内涵与功能研究 / 102
- 三、从藏书楼—书院—图书馆—农家书屋的沿革  
看社会主义和谐出版文化建设 / 118

### 第六章 20世纪50年代的中国出版业与 北京出版业 130

- 一、我国20世纪50年代出版图书统计 / 130
- 二、我国20世纪50年代版本图书收藏概况及其特征 / 134

三、20世纪50年代出版环境与出版业发展的关系 / 138

四、20世纪50年代我国出版图书的总体特点 / 139

五、“一五”时期的北京出版史（1950~1956年） / 140

## 第七章 北京出版产业改革与实践研究 157

一、出版业的管理体制改革 / 158

二、运行机制改革 / 162

三、培育出版市场的改革尝试 / 166

四、出版市场环境的净化与优化 / 168

五、存在的问题 / 169

六、促进北京出版产业创新发展的建议 / 171

## 第八章 出版业的书评与书话 180

一、书评的释义及于出版业的功能 / 180

二、2000年以来我国书评发展及研究概况 / 183

三、书话的释义及与出版业的关系 / 191

四、关于书话类图书的不完全统计 / 195

## 第九章 版本文献的开发与出版文化的弘扬 209

一、对北京印刷学院图书馆开发版本文献的所思所为 / 209

二、我国建设出版博物馆的重要意义 / 217

## 第十章 图像传播与“读图时代”的出版 222

一、视觉文化对印刷出版文化的冲击 / 222

- 二、关于图像传播研究的基本问题 / 223
- 三、图像传播的现象观察及其原因探悉 / 235
- 四、图像传播的社会文化功能 / 249
- 五、“读图时代”的负面影响及出版界的警醒 / 253

附录 ..... 260

附录 1：文化及相关产业分类 / 261

附录 2：含有部分文化活动的行业类别 / 271

# 第一章

## 出版产业与出版文化的基础层面之思考

### 一、出版产业的基本概念体系与产业定位

出版产业属于文化产业范畴，要了解出版产业这个概念的内涵和外延，我们有必要先辨析清楚以下几个基本概念：

文化：“文化”一词最早出现在西汉刘向的《说苑·指武》：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，为不服也；文化不改，然后加诛。”在中国古代，文化成为“文治”与“教化”的总称，主要包括思想观念和礼乐制度建设及对人的教育感化。我们今天所用“文化”这一词的意义与古代有所不同。1871年英国学者泰勒在《原始文化》中将文化定义为“包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习惯以及其他人类作为社会的成员而获得的种种能力、习性在内的一种复合的整体”。这一定义得到学术界的广泛认同。不过，人们对于“文化”的探讨一直没有停止。如今，文化概念已成为各种文献中

出现频率最高、歧义最多的一个词，据不完全统计，各类不同的文化定义已有 200 多个。<sup>[1]</sup>

尽管对文化的内涵存在各种认识上的差异，但却有着共同性，即文化是由人所创造的、为人所特有的东西，是人类精神的、观念的范畴。与“自然”相对。

产业：属于经济学范畴的概念，产业是同类企业、事业的总和。研究产业首先要从社会分工开始。政府不包含在产业内，只能引导产业，调控产业（政策）。

文化产业：是指生产文化产品或提供文化服务以满足社会精神需求的各类行业门类的总称。2004 年，国家统计局在与中宣部及国务院有关部门共同研究的基础上，制定了《文化及相关产业分类》（见附录 2），从国家有关政策方针和课题组的研究宗旨出发，结合我国的实际情况，将文化及相关产业概念界定为：为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。

根据这一概念，文化产业的范围为：

(1) 为社会公众提供实物形态的文化产品和娱乐产品的活动，如书籍、报纸、音像、数据库的出版、制作、发行等。

(2) 为社会公众提供可参与和选择的文化服务和娱乐服务，如广播电视服务、电影服务、文艺表演服务等。

(3) 提供文化管理和研究等服务，如文物和文化遗产保护、图书馆服务、文化社会团体活动等。

(4) 提供文化、娱乐产品所必需的设备、材料的生产 and 销售活动，如印刷设备、文具等生产经营活动。

(5) 提供文化、娱乐服务所必需的设备、用品的生产 and 销售活动，如广播电视设备、电影设备等生产经营活动。

(6) 与文化、娱乐相关的其他活动，如工艺美术、设计等活动。

### 1. 出版产业

广义的出版产业是指生产出版产品以及提供出版服务以满足人们精神需求的出版门类的总称。狭义的出版产业是与出版事业相对应的，它是把出版产品和出版服务作为一种经营性行为、按照一般的经济运行规律而从事的活动。

纵观文字、印刷、出版产生发展的历程，可以看出，在农业社会，出版业主要是为宗教、为宫廷、为上层社会的统治、为政治上层建筑服务的，出版基本上起着一种教化的功能。在工业社会，出版的功能逐渐从宗教思想传播扩展到科学文化知识传播，以及大众信息的传播；在工业社会，知识和信息还没有成为生产的一个环节，人们通过知识的中介而在生产中发挥作用，知识还外在于生产过程，所以，作为知识的生产与传播的出版是作为消费行为而进入经济活动的。在知识经济中，知识和信息成为经济过程中的要素，“科学技术是第一生产力”，出版作为知识和信息载体的提供者而发展成为一种产业，最终从产业外的行业（意识形态和宣传）进入产业内的行业（信息服务业），形成真正意义上的出版产业。

产业化是一个整合概念，而不是一个孤立的纯粹的经济学概念。产业化是与一个国家的政治、经济、文化的发展过程既相协调又相包容的一个概念，而不能脱离一个国家具体的政治、经济和文化的发展现状。就我国出版产业目前的发展情况来看，我们依照的是在基本保持原有的所有制性质、政治立场和编辑方针不变的前提下，对内进行企业化经营、对外实行市场化运作，从而在整体上按照产业发展规律逐步推进。另外，由于出

版业本身的特殊性，它生产的产品是精神产品，它既是一项经济活动，又是一项文化活动。

出版产业化是一个“过程”，是渐变式的，要随着出版改革的逐步深入，不断发展与完善。

## 2. 出版业与出版产业

这两个概念在内涵和外延上有所区别。出版业（包括图书、报纸、期刊、音像、电子、网络六大领域）“既是文化事业和文化产业的重要组成部分，也是国民经济的重要产业部门之一。出版业是信息、文化、知识传播的主要渠道，是文化产业的核心部分，肩负着传播科学理论、传承优秀文化、引导时代思想潮流、增强文化软实力的重要历史使命。”<sup>[2]</sup>出版业统指出版事业与出版产业的总称，其内涵和外延大于出版产业，出版业代表出版行业的总类。而出版产业特指产业经济层面上的那一部分出版业，着眼于经济运行和经济统计的内涵。

人们经常用“出版业”来泛指出版事业和出版产业总类的出版活动。本书中在泛指一切出版活动时也用“出版业”来统括出版事业和出版产业。

信息产业：是以信息生产和信息服务为内容满足人们对信息需求的的活动。它既包括信息技术的生产和服务（硬件），也包括信息内容的生产和服务（软件）。出版可以看做信息内容服务的一个部分。国外一般将出版产业划分到信息产业大类之中。

自20世纪90年代以来，从美国到欧洲发达国家已经基本上解除了通信业、传媒业、信息业之间的行业管理壁垒。信息业与文化内容产业的全面融合，使信息产业不再是传统的信息业，文化内容已经成为新时代信息产业部门的最前沿领域。

### 3. 出版业在信息产业群中的定位

1997年,美国率先发布了“北美行业分类系统(NA-ICS)”。该系统将信息产业重新定义为“将信息转变成商品”的行业,不但包括软件、数据库、各种无线通信服务和在线信息服务,还包括了传统的报纸、书刊、电影和音像产品的出版,相反却把计算机和通信设备的生产排除在外,而将其划入制造业的一个分支。它实际上是宣布将信息内容特别是文化内容作为信息产业的主导。

在欧盟“Info2000计划”中,把内容产业的主体定义为“那些制造、开发、包装和销售信息产品及其服务的产业”。这是与北美产业分类标准中信息产业的范围相呼应和基本吻合的,即包括出版业(含软件出版)、电影业、录音业、广播和通信业、信息服务和数据处理服务业。

在我国,随着信息技术的进步,信息产业已经从信息基础设施建设进入到信息资源开发利用的新阶段。对信息资源的开发利用直接导致了文化内容产业的诞生。它涉及动漫、游戏、影视、数字出版、数字创作、数字馆藏、数字广告、互联网、信息服务咨询、移动内容、数字化教育、内容软件等。还包括规划整合文化内容资源、历史文化内容资源规划、现实文化生态资源的利用、建立文化资源开发的人才战略、实施文化资源开发的政府管理、建设文化内容产业基地。

## 二、出版文化的内涵与外延

出版与文化的渊源是很深的。出版的产生和发展,本身就



是一种文化现象，是人类社会发展到一定阶段所创造的文明成果。出版是传承文化的重要手段，从产生之日起，其主要功能就是记载、传播和积累人类在生产活动和社会活动中所产生的各种思想、知识和信息，文化特点很鲜明。

出版文化是在出版实践开始以后，逐渐萌生和发展的。我国先秦时代，就已开始了以复制图籍供给阅读和收藏为特性的出版活动。以后连续不断，绵延至今数千年，形成了历史极其悠久、内容非常丰富、体系相当完备的出版文化。出版文化是在一定社会政治、经济和文化基础上产生的出版观念、在一定出版观念支配下进行出版实践和由出版实践所创造的出版成果及其影响的总和。出版文化的各构成要素之间相互依存、相互制约，是一个统一的整体。

笔者于2008年以“出版文化”为关键词，在中国知网上进行检索，共搜索到相关文章57篇。在这些文章中，涉及出版文化的概念的，主要如下：

李白坚在《20世纪中国出版文化的两个视角》<sup>[3]</sup>一文中指出，“文化”在中古英语和拉丁语里通常具有“耕作”或“耕种土地”之意，此中，有一种人类借助于工具，按照自己的理想改造和支配自然使之成为对人类有用的东西的意思。后来又引申为由人的教育、培养、创造而建立、发展起来的人化的各种事物。因此，所有被称为文化的东西，都是被人所创造的并被打上了人的精神烙印的东西。这样，我们就可以把一切现代的、古代的器物以及出土的文物统统归于文化的麾下；我们也可以把思想、意识、风俗、习惯放在文化学中进行研究；我们还应该把编辑、出版、印刷、发行的行为以及一切出版的古今中外的书籍，统称为出版文化。