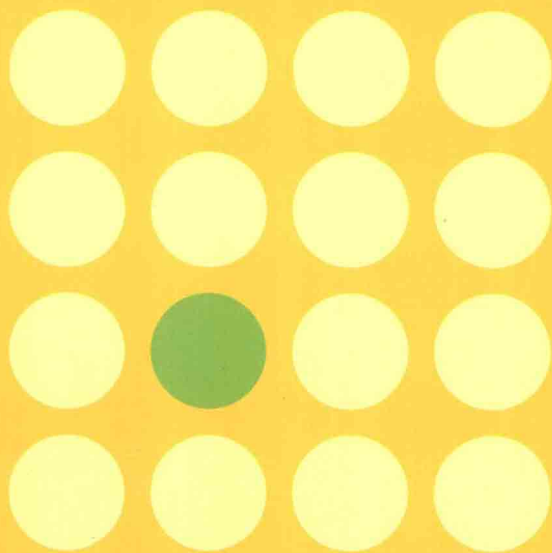


中国体育博士文丛

天津体育学院学术著作出版基金资助项目

中国体育 图书出版研究

吴文峰 著



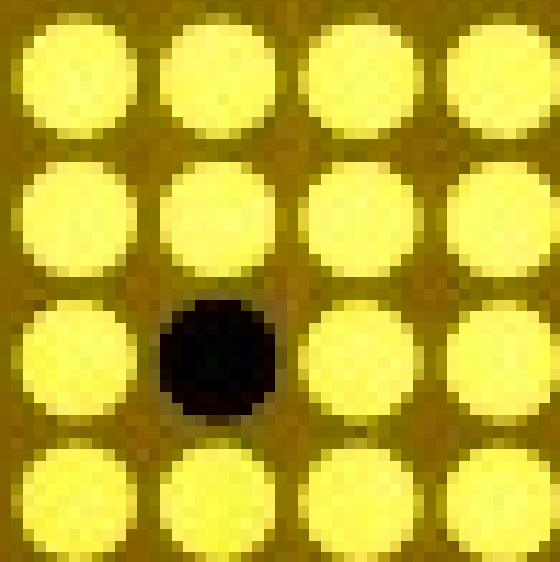
北京体育大学出版社

中国体育图书出版研究

中国体育图书出版研究

中国体育 图书出版研究

周士敏 著



北京体育大学出版社

天津体育学院学术著作出版基金资助项目

中国体育博士文丛

中国体育图书出版研究

Research on the Sport-book Publishing in China

吴文峰 著

北京体育大学出版社

策划编辑: 李 飞
责任编辑: 白 琚
审稿编辑: 李 飞
责任校对: 张 莹
责任印制: 陈 莎

图书在版编目(CIP)数据

中国体育图书出版研究/吴文峰著.—北京: 北京
体育大学出版社, 2010.12
ISBN 978-7-5644-0601-1

I. ①中… II. ①吴… III. ①体育—图书—出版工作—
研究—中国—1949~2008 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第247021号

中国体育图书出版研究

吴文峰 著

出 版: 北京体育大学出版社
地 址: 北京市海淀区信息路48号
邮 编: 100084
邮购部: 北京体育大学出版社读者服务部 010-62989432
发行部: 010-62989320
网 址: www.bsup.cn
印 刷: 北京昌联印刷有限公司
开 本: 787×1092 毫米 1/16
印 张: 10.5
字 数: 170千字

2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

定 价: 33.00元

(本书因装订质量不合格本社发行部负责调换)



作者简介

吴文峰，男，1974年9月出生于福建省福安市。2007年6月获得北京体育大学教育学博士学位，体育人文社会学专业，研究方向是体育新闻传播。现为天津体育学院体育文化传媒系新闻教研室教师。

1997年毕业于北京印刷学院管理工程系出版专业后，在《中华儿女》杂志社从事编辑、记者及书店管理工作。自2001年考入北京体育大学攻读硕士学位以来，利用所掌握的图书出版专业知识以及出版行业从业经验，致力于体育图书出版、文化传播方面的研究。

摘 要

综合我国自1949年到2008年所出版的21370种体育图书，本书从历年出版的品种数量情况、总体出版结构情况、参与体育图书出版的出版社数量情况等角度入手进行整理；以我国社会发展历史进程、图书出版发展史为参考，将我国体育图书出版事业发展划分为六个阶段，并结合各发展阶段中不同类别的体育图书出版选题在出版结构中的变化情况，为读者描绘了中国体育图书出版事业的发展历程和现状。

笔者通过文献资料分析法和问卷调查法，对我国体育图书出版现状进行研究后发现：体育图书出版作为一种大众传媒，为推动我国体育事业的发展、繁荣我国图书市场做出过重要贡献，但目前仍然存在不少问题，如体育图书出版仍停留在低水平过剩阶段，体育图书市场结构性失衡、有效供给不足，体育图书的社会效益以及对出版单位所带来的经济效益并不算很乐观等。因此，有必要对体育图书出版结构和选题进行深入研究，以便更好地发挥体育图书积累与传播体育知识的作用，满足人们日益增长的对体育知识的需要，进而促进我国体育事业的发展。

笔者运用模糊数学中模糊聚类分析方法，对影响我国体育图书出版结构构建的因素集进行分析，找出影响最重要的因素集，为体育图书出版结构的优化研究抓住了矛盾的主要方面，并在此分析的基础上，建立体育图书出版结构优化指标，设计出体育图书出版结构优化模型。

在体育图书出版选题研究中，结合现代体育图书选题策划在体育图书出版中的地位和功能，本书提出了三个层次把关的双向“三级策划制”模式，并以体育图书出版选题增长率和选题连带发展效应为指标，来衡量体育图书出版选题开发情况。

体育图书出版发行是一个出版者随着时间的变化而不断扩大体育运动精神劳动成果传播范围的过程，读者的自主性购买行为和从众性购买行为对这个过程具有显著影响。同时，当代中国文化从原来的政治文化格局向主流文化、精英文化、大众文化多元鼎立的文化格局迅速转型，这也决定着现代体育图书出版的文化走向和发展趋势。

关键词：体育图书出版；图书出版结构；出版选题；现状；发展战略



Abstract

This book, combining the changes of different sport-books in the whole publishing structure during different phases, makes a comprehensive research on the kinds and quantities, publishing structure, participating publishing houses with the 21370 sport-books published between 1949 and 2008 using both qualitative and quantitative methods such as literature analysis, inductive reasoning and the correlative analysis in advanced mathematics, and gives an overview on the development history of the sport-book publishing industry in China based on the principles of Publishing Science, Communication, Management, Informatics, Philosophy and Economics, thus realizing the integration on micro-level and macro-level.

According to the research, sport-book publishing has contributed to the development of society, sports industry and the exchange of sports culture, problems, however, still remains in some areas including low level surplus, structure imbalance, insufficiency of effective supply, low competitiveness in overseas market.

The book tries to make an analysis in advanced mathematics on the factors influencing the sport-book publishing in China and constructs a better indicator system to optimize the sport-book publishing structure. The emphasis is put on setting targets to optimize the sport-book publishing structure and designing an optimized model based on the analysis.

The ways to select sport-book topics for publishing are identified by studying on its significance and function to develop more selection resources and increase the sufficient supply of sport-books. An up-to-date selection topic model is designed to fit the modern publishing industry, and some methods are found to tap publishing resources in the book.

Sport-book publishing is under the remarkable influence of readers' purchasing action. As a complicated system, sport-book publishing is influenced collectively by contemporary cultural trend, mainstream culture controlling, elite culture marginalization and the rising of popular culture which will directly lead the cultural trend of contemporary Chinese sport-book publishing. Nevertheless, certain rules are still observed by the development of sport-book publishing.

Key words: sport-book publishing; publishing structure; selection topic; status; developing strategy.

目 录

前 言	1
第一章 体育图书出版的相关概念	17
第一节 体育图书出版基本概念的界定	17
第二节 体育图书出版的舆论引导功能	24
第二章 新中国体育图书出版事业发展的历史演进	30
第一节 曲折发展中的中国体育图书出版	31
第二节 中国体育图书出版改革开放30年	36
第三章 中国体育图书出版概述	44
第一节 我国体育图书出版总体情况	44
第二节 中国体育图书市场研究	50
第三节 体育图书海外出版研究	65

第四章 体育图书出版结构优化研究	71
第一节 我国体育图书出版结构分析	73
第二节 体育图书出版结构的优化	95
第五章 体育图书出版选题研究	105
第一节 体育图书出版选题内涵及功能	105
第二节 体育图书出版选题资源开发研究	116
第六章 中国体育图书出版发展趋势研究	126
第一节 体育图书出版发行趋势研究	126
第二节 当代中国体育图书出版的文化走向	135
参考文献	143
后 记	148



前言

一、课题研究的缘起

改革开放以来,随着我国国民生活水平和生活质量显著提高,余暇时间增多,人民对健康和休闲娱乐的需求急剧增加,投入了更多的关注。在人类进入信息时代和后工业时代后,大众传媒的高度介入,推动着现代体育在“为了个人的体质健康而锻炼身体”这一传统理念与功能向规模巨大的体育娱乐产业演变。现代体育运动的基本特征,如社会化、产业化、全球化、信息化、科技化、终身化等,与大众传媒之间已形成了高度的互相依赖、互相支持、互相渗透的紧密关系。大众传媒成为现代体育运动最强有力的发展动力之一。

体育信息的传播,也就是体育知识的传授、体育文化的传播和体育科学的推广。报纸、刊物、书籍作为大众传播媒介中历史最长的一批成员,始终在迅速、及时、公开、大量地向受众告知着体育领域的种种信息。

当自然经济形态中的“小体育”经过社会化,逐渐发展为商品经济形态中的“大体育”时,“体育”的文化内涵也得到发展。在这发展过程中,体育理论知识的积累与创新又都成为了推动体育发展的强有力的动力源。通过体育图书的出版,促进体育知识的普及、传播,使人们树立正确的体育观念、体育价值、体育理想、体育道德,提高对人自身价值的认识,树立正确的世界观,从而推动社会文明的进步。图书传播的文化知识是每一学科中的科学真理,当失去信息的价值后,能概括或升华为构成知识体系中的组成元素。图书正是作为这样一种积累和传播文化的有效手段,使得体育事业的发展必须借助于图书出版这种传播形式,促进我国体育事业科学、健康、快速和可持续发展。

随着我国全面建设小康社会的进程加快,国民经济高速发展,综合国力极大增强,人民生活水平更加殷实,我国体育事业得到迅猛发展。国家

通过制定“全民健身计划”、“奥运争光计划”和“体育产业发展纲要”等战略发展规划,逐步使群众体育工作由“软”变“硬”,呈现出生活化、社区化的发展趋势,全社会逐步形成比较完善的全民健身体系。

依据国家战略发展目标,2010年的中国体育事业奋斗目标是人人能够享有体育权利,全社会体育意识普遍增强,经常参加体育锻炼的人数达到总人口的40%。这些为我国体育事业的发展提供了充分的保障,也为体育图书出版业的发展准备了丰富的物质基础和培养了潜在读者群。特别是北京2008年奥运会的成功举办,全民健身高潮的掀起,为我国体育事业的发展带来了新契机,体育图书出版业将更有作为,势必成为体育产业的一个新的经济增长点。

(一) 问题的提出

1. 对体育传播学专家学者的问卷调查

笔者利用2005年7月24日至28日由中国体育科学学会体育新闻传播分会在成都体育学院举办的首届“体育新闻传播学”讲习班暨学术研讨会的机会,就体育图书出版对体育传播的影响,对来自全国20所开设体育新闻传播专业的体育专业院校、综合性大学及新华社、中央电视台体育部、中国体育报业总社的体育新闻媒体等43名代表(其中具有副高以上职称24人,中级职称9人,初级职称5人,体育新闻传播专业博士研究生3人,其他2人),发放问卷34份,回收有效问卷28份,回收率82%。

57%的与会代表认为:在纸质媒介中,体育类图书的出版对我国体育宣传、传播事业发展的影响一般,而认为“影响甚微”的占29%。同时,超过半数的专家认为在纸质媒介中,“报纸”是解决目前体育宣传、传播过程存在的问题的有效媒介(占54%),但没有人认为“体育图书能用于解决目前体育宣传、传播过程存在的问题”。

这说明,目前体育新闻传播方面的专家学者对体育图书出版用以解决体育宣传、传播的功能并不认可。一方面,是目前媒体技术的发展,电子媒体、数字媒体促进体育快速宣传、传播,在这种媒体环境中,体育图书对我国体育宣传、传播事业发展过程的作用被弱化了;另一方面,在众媒体分众的环境中,由于体育图书出版结构、选题合理科学与否及体育图书的内在质量等诸多原因的综合影响,使得体育图书出版在积累传承体育精神文化方面应有的作用受到质疑。

2. 对我国出版社的问卷调查

笔者在2008年9月,利用第15届北京国际图书博览会在天津举办的机会,对曾经参与我国体育图书出版的400多家出版社进行随机抽样问卷调查,发放问卷300份,回收253份,回收率84.33%,其中有效问卷239份,有效率为94.47%。

对问卷进行分析,结果发现:只有18.6%的出版单位把体育类图书出版列为常规出版选题,但有66.3%的出版单位有出版体育类图书的意向,没有体育图书出版意向的出版单位仅占8.7%。但总体上可以看出,体育类图书的出版对大部分出版单位来说是具有一定吸引力。

虽然2008年北京奥运会是体育界乃至我国社会生活的一件重要事件,在此之前许多出版单位也曾经为体育图书出版做过各种努力或积极准备。但在2008年把体育图书的出版列为出版重点,只有少数20.7%的出版单位这么做,而大部分出版单位(占66.3%)并没有把体育图书的出版作为本单位的出版重点。

有意向出版体育图书的出版单位,相对于专业类、理论类、技术类和经济效益小的体育选题,更愿意出版读者数量大、投入小、市场风险小的各种体育普及、初级读本,如各种入门类图书,运动休闲类,健身健美类图书。

在2008年后较2008年之前,对体育图书仍有出版意向的出版单位数有所下降;不确定的有所增加,但变化不太大;对体育图书没有出版意向的出版单位数有所上升,而且上升迅速。说明2008年后出版单位对体育图书的出版战略有所调整,但也有为数不少的出版单位对2008年以后体育图书出版形势看不清楚。

出版单位愿意涉足体育图书出版领域,主要看重的是体育信息的易获得性以及体育图书出版成本的低廉。此外,原有的体育图书出版经验和图书发行渠道保障也是出版单位出版体育类图书的凭借之一。出版单位更愿意出版低端体育图书,如果过度依赖专业编辑、作者,无疑会在很大程度上增加体育图书成本,因此,许多出版单位并不把专业编辑、作者、出版社品牌作为其出版体育类图书的优势。

从总体上看,体育图书给出版单位所带来的经济效益和社会效益并不算很乐观。

（二）课题研究的意义

当代大众传媒的发展正经历一个深刻变化的阶段。伴随着科技进步，新的媒介不断出现。从纸质媒体到电子媒体，从平面媒体到网络媒体，传播手段越来越丰富，并逐渐成为人们工作和生活中不可或缺的重要组成部分。因此，在人类新兴信息传播技术和手段不断出现的背景下，作为最古老的传统大众媒介和文化传播手段的图书如何应对时代的挑战，满足社会的需要和要求，已经成为图书出版界必须认真思考和研究的重大学题。同时，也是目前我国体育图书出版和发行实践中需要解决的重大问题。

在国内，虽然体育图书出版也曾经为繁荣我国的图书市场、推动我国体育事业的发展、传播我国体育文化做出了很大的贡献，但与发达国家相比，我国的新闻出版事业和传媒技术发展的整体水平还比较落后。目前，体育图书出版基本上是停留在粗放式经营阶段，相对于我国社会经济进步的要求、体育事业发展的需要、我国图书出版发展需要来说，还存在相当的差距。因此，如何高效地满足人民群众对各种体育知识的需要，普及提高国民的科学健身观、普及奥林匹克精神，弘扬爱国主义精神与体育精神，教育广大青少年和运动员遵守体育道德规范，引导舆论，维护稳定，塑造中国体育形象，扩大中外体育交流等都将成为我国新闻出版事业在这个特定历史发展阶段的一个光荣的使命。

1. 深化对体育图书出版重要性的认识

由于图书出版传播的是系统性、完整结构性的知识，这种特点使图书出版成为一种有效积累和传播文化的手段，可以说图书传承着人类的文明进步史。在体育发展的历史进程中，人类对体育的认识、对体育的思考以及所产生的各种智慧的结晶的积累与传播，也主要是由图书来承担的。

本课题研究采用出版学、传播学、社会学、体育学等多学科理论与研究方法，揭示和阐释在我国社会主义市场经济图景中，现代体育图书出版传播体育知识、体育文化、体育精神的本质和规律，从而作为体育新闻传播学研究的重要补充，与体育新闻传播学共同组织起体育文化传播完整的结构体系。

2. 为我国体育图书出版业改革与发展提供理论指导参考

随着我国全面建设小康社会的进程加快，国民生活生存质量的显著提

高，人们对健康、休闲娱乐更加关注。特别是北京奥运会的成功举办，极大激励了民族自尊心和民族自豪感，人们不仅想从报纸、杂志、电视等媒体上了解有关体育的信息，也亟需从图书中获得体育的各种知识。

近阶段体育图书虽然品种数大幅增长，但存在印数下降、退货增加、库存暴涨，效益下降等问题。体育图书出版所面临的这种滞胀局面，其实质是体育图书出版结构的不合理性，这种不合理性已经成为制约我国体育图书出版业发展的瓶颈。

图书出版结构显示出一个出版社、一个专业出版领域甚至整个出版事业的基本布局，因此，对体育图书出版结构的研究显得尤为重要。但通过对相关文献的检索和研究可以发现，目前出版理论界及体育理论界尚缺乏针对体育图书出版发展问题的系统分析和研究。因此，本书对如何构建或改善体育图书出版结构，为我国体育图书出版乃至我国图书出版业出版管理体制改革的思路，提供一定的理论参考。

二、研究的技术路线

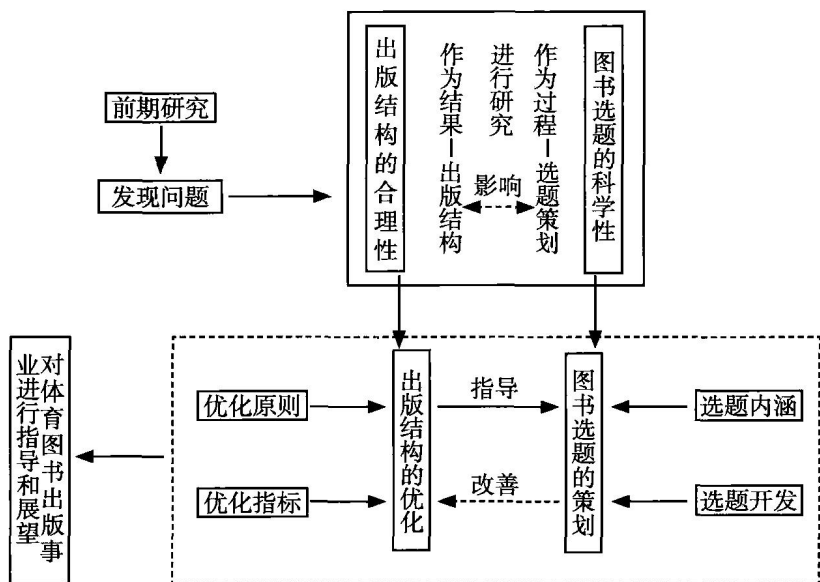
本书依据科技发展规律和经济规律，采取系统思考的原则，以出版学、传播学、管理学、信息学、哲学、经济学等理论为基础，应用系统科学、传播学和信息技术等相关学科领域研究成果，从具体产业层面对体育图书出版的内涵、市场环境、结构等方面，实现宏观与微观层面的结合，并进行综合考察。

马克思主义唯物辩证法是本文的方法论基础。本书主要研究体育图书出版中带有普遍性、规律性的问题，尤其将研究重点放在如何使体育图书的出版活动能有效推动我国体育事业和新闻出版业发展的方面。

在对图书出版现状的研究中发现，图书出版结构虽然是业界公认的影响图书出版发展的核心问题，但针对这个问题却鲜有进一步研究探讨，大多是寻求“头痛医头，脚疼治脚”的解决方法。这样，看似问题将会得到各种各样的解决方法，然而许多都将是治标不治本。图书市场状况、读者消费情况等确实是图书出版状况的一种反映，但图书市场状况、读者消费情况除受图书出版直接影响外，还受其他因素的制约，如当时的政治、经济环境的影响。因此，通过对图书市场状况、读者消费情况等研究只能片面地反映图书出版存在的问题，而无法真实还原图书出版核心问题。而如果从图书出版结构入手进行研究，就可以追本溯源解释图书市场状况及读者消费行为中出现的各种问题。

因此,本书试图抛开体育图书市场纷繁杂扰的现象,就图书结构这个核心问题以及形成图书出版结构的基础——出版选题这两个关键环节进行深入研究。

本书研究的技术路线遵循以下逻辑关系:发现问题——研究分析问题——解决问题——总结出经验及理论成果指导实践(如下图所示)。



研究技术路线图示

三、国内外体育图书出版研究现状简述

(一) 我国体育图书出版研究概况

我国出版界针对体育图书出版领域的研究很少。

目前这个领域的研究主要有“我国体育图书出版面临六大严峻问题”和^[1]“对北京市体育图书市场现状的调查与分析”^[2]两篇针对体育

[1] 吴文峰. 奥运类图书出版大盘点[N]. 中国图书商报, 2006年7月14日

[2] 吴文峰. 对北京市体育图书出版现状的调查与分析[D]. 北京体育大学硕士学位论文, 2004