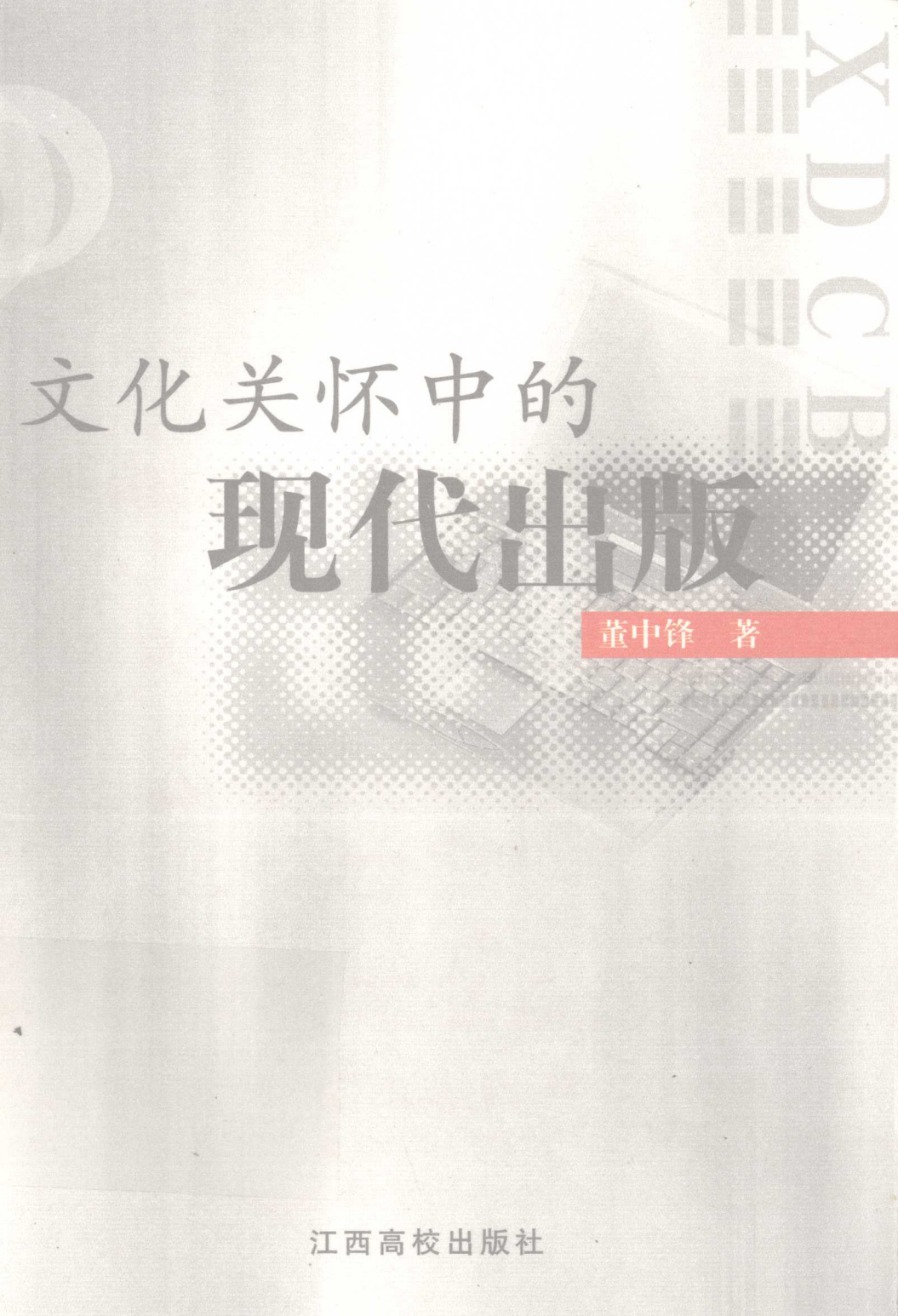




文化关怀中的 现代出版

董中锋 著

江西高校出版社

文化关怀中的 现代出版

X D C B

● 董中锋 著

江西高校出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化关怀中的现代出版/董中锋著. —南昌:江西高校出版社,2005
ISBN 7-81075-660-5

I. 文… II. 董… III. 出版工作—文集 IV. G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 080765 号

文化关怀中的现代出版

董中锋 著

出版发行	江西高校出版社
社 址	江西南昌市洪都北大道 96 号
邮政编码	330046
电 话	(0791)8513396 8504319 8511422
印 刷	江西教育印刷厂
经 销	各地书店
版次印次	2005 年 6 月第 1 版第 1 次印刷
印 数	1~1500 册
开 本	880mm×1230mm 1/32
印 张	8.375
字 数	200 千字
定 价	25.00 元

版权所有 侵权必究

□ 蔡学俭

什么是现代出版？讲现代出版，不能不提到古代出版和近代出版，也不能不提到计划经济时期的出版。

我国古代出版，谋义而不谋利，历代帝王主持或支持编纂出版皇皇巨著，其目的是寻求治国御民之道，讲究经世致用，不惜耗费巨资。民间刻书者也就是出版商，自然在商言商，要赚点钱，才能维持再生产。但通观出版史，未见有多少富商巨贾，倒是有许多像明末清初毛晋这样因刻书而毁家的事。这是因为在封建社会，经济文化落后，包括

出版在内的文化基本上为贵族、士大夫等社会上层所掌握，与平民百姓关系不深。商品经济的出现促使文化向下层普及，文化与经济的联系才逐渐加强，书籍的需求量也随之扩大。

中国近代出版，一个显著特征是既讲义又讲利，用邹韬奋的话说是既讲文化性又讲商业性，商务印书馆、中华书局、三联书店便是著名的例子。

计划经济时的出版，十分注重社会效益，但也不是现在有些人说的完全不讲经济效益。20世纪50年代以还，我国的出版社，事业单位也好，企业单位也好，经营方针是薄利多销、以书养书，靠政府资助的是少数，多数能够自负盈亏，还向国家上交利润。当然这是垄断体制下形成的，谈不上面向市场。

现代出版是近代出版的延续和发展，是高科技与市场经济发展的产物。它的特点是，随着经济、文化的不断发展，出版的产业趋势越来越明显，出版产业成为国民经济中的支柱产业。现代出版与高新技术相结合，出现了革命性的变化，出版外延扩大，多媒体与跨媒体融合形成出版主流。国际化出版成为令人关注的现象。

在市场经济条件下，现代出版的商业性

更加凸显,市场运作是出版经营的一种重要方式。这是不言而喻的。问题是,现代出版是否改变了出版本质,还要不要讲意识形态属性和社会效益,是不是要用经济性取代文化性。出版转制中有论者认为,西方发达国家的出版商追求利润最大化,我国出版转制作为一种企业同样应该如此,并认为将社会效益置于首位的提法已经过时。这种论点是站不住脚的。事实是,西方出版业在创造巨大经济价值的同时,也创造了巨大的文化价值。西方主流媒体竭力追求维护西方价值观的社会效益,并不遗余力地推销其价值观。出版从古代到现代,从雕版印刷、活字印刷到数字印刷,载体伴随技术发展出现了很大变化,商业性在加强,但同时商业性与文化性交融的趋势也日益明显。互联网是高科技的产物,网络小说、网络游戏、网络歌手等网络文化热迭起,说明高科技进一步促进文化走向大众,也更加密切了文化与经济的联系。文化性与商业性这个出版两重性的本质不仅没有丝毫改变,而且两者的结合在加强。

正是基于这样一种认识,我十分欣赏中锋同志的这部著作。书名《文化关怀中的现代出版》就体现了现代出版中的文化取向。正如作者在《后记》中所说:“这部书是试图从文化的角度来观照现代出版。”全书38篇文章,贯穿其中的一条主线就是“从文化角度来研究某些出版问题”(后记)。谈出版产业,要注意“先进文化前进方向的价值维度”;谈出版转制,强调它“离不开固有的文化特性”;谈职业精神,要体现它“与先进文化的内在协同性”;谈编辑工作,要重视“编辑的人文关怀”;谈选题策划,不能忽视其中的“文化价值取向”;谈品牌营销,要注意“文化运作”。如此等等。

作者并没有轻视出版的经济性,许多地方提到市场对出版产业发展的至关重要的作用,同时,他怀着一种忧虑的心情,注意观察出版产业迅速发展情况下出现的忽视文化取向的种种问题,例如,

否定出版工作的特性，忽视甚至主张取消社会效益，追求利润最大化，滋长低级、媚俗倾向，背离诚信等职业道德。作者将这些表现归因于“在市场经济条件下，某些出版社在文化建设上出现了价值的自我迷失”（79页）。不仅如此，这种“价值的自我迷失”还将制约、影响出版产业的健康发展。作者引述日本小田一博所著《出版大崩溃》中的若干材料后，作了这样的分析：“对市场的时尚的亦步亦趋扭曲了原本的文化教育和文化追求；文化变成了对市场和时尚的讨好与追求；出版对阅读口味和视野的引导，变成了对读者偏好的迁就和附合。读者的口味愈下降，出版就愈迁就，长此下去，读者和出版者的素质都会下降，社会文化也会日益滑落。”（151页）这不是杞人忧天，这些警示应该引起出版界的高度重视。

现代出版中的文化关怀或者文化关怀中的现代出版，是一个值得探讨和实践的重要课题。对现代出版，人们可以根据自己的认识做出种种解读，并本着这种解读去实践，但其前提必须是实事求是地按照出版的本质去认识出版，科学地探讨出版固有的客观规律。出版是一门科学，我们要科学地对待出版，包括科学地认识出版和科学地实践出版。我国出版产业的发展，必须符合科学发

展观的要求。主观片面是科学的大敌。

中锋同志正值壮年。他勤奋好学，长于思考，善于即小见大，从一些看似细微的“小”事中概括出发人深省的“大”道理，书中多处可见这些笔锋常带理性的分析和见解。他是我省一位崭露头角的出版科研新秀，衷心祝愿他今后做出更大的成绩。

2005年6月11日（端午节）

目 录

1/现代出版与出版本质(序言)(蔡学俭)

文化与产业论

3/我国文化产业的现状及其发展态势

20/先进文化前进方向的价值维度

35/论出版职业精神与先进文化的内在协同性

宏观出版论

51/事业和产业双重关联下的内部管理

58/转型时期我国图书市场的嬗变与态势

65/转制：离不开固有的文化特性

69/依托学府办出版

74/社办期刊的探索与尝试

选题策划论

- 79/图书选题策划中的文化价值取向
- 89/文化产业背景下的图书选题策划
- 98/选题策划中的科学发展观
- 105/精品图书：从选题开始
- 110/选题实现率与“解放编辑”
- 113/多重解读“老书新出”
- 116/大学生读物：有待深度开发
- 120/选题创新与学术创见

编辑实务论

- 133/编辑的人文关怀
- 143/责任编辑的文化责任
- 152/一次审稿会的启示
- 155/语言的“约定俗成”
- 157/释词与佛教文化
- 160/成语释义与哲学启示
- 164/文后参考文献著录格式例说

出版品牌论

- 177/品牌出版：值得注意的十大关联
- 188/从市场看文教图书的品牌出版
- 196/质量：品牌出版的核心
- 200/品牌出版 诚信是金
- 203/文化运作与品牌营销

图书品评论

- 209/争鸣的学术精神
- 212/“桂岳书系”：荟萃大师的学术精华
- 218/理念治校的理论与实践
- 225/村治研究：散发泥土芳香的学问
- 231/诗学观察与哲学思考
- 234/千淘万漉 吹沙到金
- 240/走近文化困境中的徐迟
- 244/开放性的研究和深层次的探索
- 247/马克思主义文论的系统阐发
-
- 251/参考文献
- 255/后 记

文化与产业论

文化关怀中的现代出版

我国文化产业的现状及其发展态势

文化产业是 21 世纪的朝阳产业，也是知识经济时代的核心产业。一些专家和学者认为，本世纪全球最有发展前途的产业有两个，一个是高新技术产业，一个是文化产业。随着物质财富的增长和物质需求的增加，满足人们的文化需求和精神需求已成为人类社会健康发展的重要条件，成为可持续发展的重要内容。随着生产力的发展和人们生活水平的提高，文化消费、精神消费将大大增加；随着社会的发展，文化已加入为资本，成为一个国家或地区综合实力的重要指标。但在我国，虽然历史文化资源丰富，文化市场广阔，文化潜力巨大，但文化产业起步较晚，

市场化程度较低，规模不够，经营管理水平有限。因此，正确认识我国文化产业的现状及其发展态势，对于推动文化产业健康、稳步的发展，对于妥善处理好文化事业与文化产业的关系，都具有积极的作用和重要的意义。

一、文化产业：一种独立的业态

1. 文化产业的提出

从世界范围来看，文化产业是伴随着工业化和现代化的产生而发展起来的。在第二次世界大战之前，西方一些发达国家就出现了文化产业体系，由一个附属的产业形态逐渐形成一个独立的产业门类。在我国，文化产业是随着改革开放的进行和市场经济的发展而出现的，作为一个概念的提出，还是近几年的事情。《中共中央关于制定国民经济与社会发展第十个五年计划的建议》和“十五”计划纲要都明确提出“要完善文化产业政策，加强文化市场建设和管理，推动有关文化产业发展”。这是“文化产业”首次出现在中央文件上。十六大报告提出要“积极发展文化事业和文化产业。发展各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求，始终把社会效益放在首位”。十六大报告把文化事业和文化产业作为两个概念提

在第二次世界大战之前，西方一些发达国家就出现了文化产业体系，由一个附属的产业形态逐渐形成一个独立的产业门类。在我国，文化产业是随着改革开放的进行和市场经济的发展而出现的，作为一个概念的提出，还是近几年的事情。

出来,并把文化产业定性为“繁荣社会主义文化,满足人民群众精神文化需求的重要途径”,这在文化产业理论上是一个重大突破。2003年10月14日中共十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》,对文化产业提出了更明确的要求:“经营性文化产业单位要创新体制,转换机制,面向市场,壮大实力。健全文化市场体系,建立富有活力的文化产品生产经营体制。完善文化产业政策,鼓励多渠道资金投入,促进各类文化产业共同发展,形成一批大型文化企业集团,增强文化产业的整体实力和国际竞争力。”这从体制和政策上为文化产业的发展提出了更明确的要求,同时也为文化产业的发展指明了方向。

联合国教科文组织将文化产业定义为按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。也可以说是以文化作为主体资源,通过生产经营和市场运作而赢利,为消费者提供精神文化产品和服务,为经济社会发展注入文化力量的企业和行业的总称。值得注意的是,随着数字化信息的出现,文化产业通过与信息产业的融合,完成了从早期文化产业向现代文化产业的转型。早期文化产业按照传统工业标准划分部门,并局限在传统的传媒业范围内;而现代文化产业则横跨通讯、传媒、计算机等新兴综合产业,有“内容产业”之称。

2. 文化产业的特征

大凡产业,都有它作为产业的相同之处。文化产业有与其他产业相同的一般特征,它同样具有规模效益、品牌经营、市场运作等,但也有自己的独特性,也就是文化产业不同于其他产业的特征。

第一,精神的经济性。

文化产品属于精神产品,它是通过生产、再生产或复制或服务等而完成的,有着很强的意识形态性。正是文化产品所包含的意识形态性和精神的内容,所以它与传统制造业中的商品有了很大的区别。在传

统的制造业中原材料等的成本价值在商品中占了很大的比例，而文化产品由于精神含量较高，其原材料等物质的成本价值只占商品价值很小的部分，而科研人员、管理人员、创作人员的思维、思想、知识、品质意志、创作等精神价值就占据了商品价值的很大部分。在文化产品中，精神已物化为一种商品，精神价值已成为商品价值的重要组成部分，并且在价格中占有绝对的比重，体现了经济与文化互相渗透的趋势。

第二，文化与高新技术的结合。

文化产业是文化与高新技术相结合的产物。在数字化信息技术出现以后，国际文化产业发生了很大的变化，完成了从早期文化产业向现代文化产业的转型，使得文化产业增加了许多新的内容和新的范围。早期的文化产业大都集中在传统的传媒业里，且按照传统的工业标准划分门类；而现代文化产业是一个新型的综合产业，它所负载的内容和范围更广。高新技术的发展和在文化领域的广泛运用，使文化产品可以大量复制和批量生产，从而形成产业。如在传统的艺术行业中，戏剧、话剧、歌剧、舞蹈等艺术只能在剧场里演出和在剧场里观看，因此，很难形成产业。但到了现在，同样是这些艺术形式，除了剧场之外，既可以通过电视转播，还可

在文化产品中，精神已物化为一种商品，精神价值已成为商品价值的重要组成部分，并且在价格中占有绝对的比重，体现了经济与文化互相渗透的趋势。

高新技术的发展和在文化领域的广泛运用，使文化产品可以大量复制和批量生产，从而形成产业。
