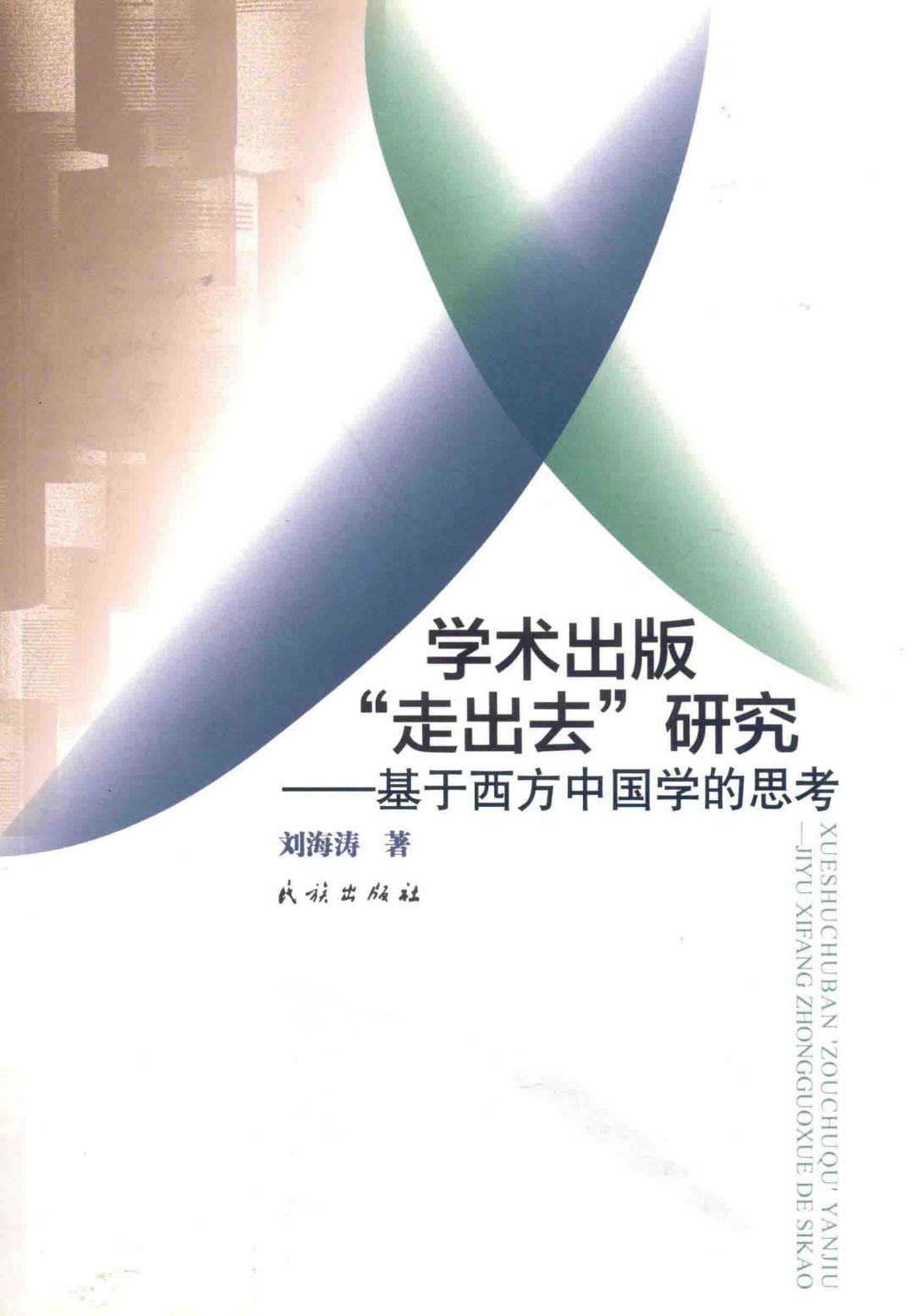




学术出版 “走出去”研究

——基于西方中国学的思考

刘海涛 著

民族出版社

XUESHUCHUBAN 'ZOUCHUQU' YANJIU
—JITU XIFANG ZHONGGUOXUE DE SIKAO

学术出版 “走出去”研究

——基于西方中国学的思考

刘海涛 著

民族出版社

图书在版编目(CIP)数据

学术出版“走出去”研究:基于西方中国学的思考/刘海涛
著. —北京:民族出版社,2018. 6

ISBN 978-7-105-15402-9

I. ①学… II. ①刘… III. ①学术工作—出版物—图书
出版—研究—中国 IV. ①G237

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 124976 号

学术出版“走出去”研究——基于西方中国学的思考

责任编辑:韩继红

封面设计:金 晔

出版发行:民族出版社

地 址:北京市和平里北街 14 号

邮 编:100013

网 址:<http://www.mzpub.com>

印 刷:北京中石油彩色印刷有限责任公司

经 销:各地新华书店

版 次:2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月北京第 1 次印刷

开 本:880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数:230 千字

印 张:9.5

定 价:45.00 元

ISBN 978-7-105-15402-9/G · 2114(汉 1013)

该书如有印装质量问题,请与本社发行部联系退换

编辑室电话:010-64228001;发行部电话:010-64224782

刘海涛 中央民族大学哲学博士，民族出版社副编审，主要研究方向为学术出版“走出去”，基督教与中国文化。已出版《河北基督教史》（独著）、《基督教在中国：处境化的智慧》（合著）等著作5部，在《世界宗教文化》《中国民族报》等报刊上发表文章几十篇。

XUESHUCHUAN ZOUCHUQUE YANJIU
—JIYU XIFANG ZHONGGUOXUE DE SIKAO

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 学术出版“走出去”概述	(1)
一、学术出版“走出去”的含义	(1)
二、学术出版“走出去”的必要性	(9)
三、学术出版“走出去”的现实性	(16)
四、学术出版“走出去”的主要方式	(26)
第二节 关于“中国学”	(30)
一、“中国学”的概念界定	(30)
二、西方中国学的产生与发展	(40)
三、汉学与国学	(41)
第二章 我国学术出版“走出去”的现状与特点	(45)
第一节 学术出版“走出去”的现状	(45)
一、推动版权输出的商务印书馆	(46)
二、中国人民大学出版社学术出版的国际化之路	(48)
三、上海交通大学出版社的大力推进	(50)
四、构建学术出版话语体系的社会科学文献出版社	(54)
五、民族出版社学术图书“走出去”的个案分析	(56)

六、其他出版社的努力	(65)
第二节 学术出版“走出去”的特点	(71)
一、学术出版“走出去”的优势	(72)
二、学术出版“走出去”的不足	(75)
第三章 西方中国学的产生与发展	(85)
第一节 西方中国学的酝酿	(85)
一、西方对中国认识的起源	(85)
二、西方汉学(中国学)的奠基	(89)
第二节 法国汉学(中国学)的产生和发展	(125)
一、19世纪的汉学	(125)
二、20世纪的汉学(中国学)	(140)
第三节 英国汉学(中国学)的产生和发展	(165)
一、19世纪的汉学	(165)
二、20世纪的汉学(中国学)	(178)
第四节 德国汉学的产生和发展	(189)
一、19世纪及20世纪初的汉学	(189)
二、二战后的汉学(中国学)	(202)
第五节 美国中国学的产生与发展	(212)
第四章 西方中国学与我国学术出版“走出去”	(221)
第一节 西方中国学为学术出版“走出去”提供的 机遇	(222)
一、中国学为学术出版“走出去”奠定了坚实的 历史基础	(222)

二、“中国中心论”的确立为学术出版“走出去”奠定了观念基础·····	(225)
三、中国学家是学术出版“走出去”的桥梁与纽带·····	(226)
四、中国学有助于学术出版“走出去”内容质量的提升·····	(228)
五、中国学有利于翻译问题的解决·····	(229)
六、中国学的研究主题为学术出版精准“走出去”的选题提供参考·····	(231)
七、中国学的迅速发展为出版“走出去”提供了市场空间·····	(233)
八、各种学术机构、组织及交流活动为学术出版“走出去”提供了与专家面对面交流的机会与平台·····	(236)
九、人才辈出的中国学为学术出版“走出去”提供了人才保障·····	(238)
十、中国学学科地位的提升为学术出版“走出去”提供了更加广阔的前景·····	(240)
第二节 西方中国学对学术出版“走出去”提出的挑战·····	(242)
一、西方中心主义影响对中国学术出版物进行客观评价·····	(242)
二、中国学在推动民众接受中国出版物、形成对中国的客观认识方面作用有限·····	(244)
三、意识形态方面分歧的克服任重道远·····	(245)

第五章 学术出版“走出去”的策略与路径	(248)
第一节 学术出版“走出去”的策略	(248)
一、增强信心,提升“走出去”意识	(248)
二、找准定位,突出特色	(250)
三、设立专业部门,形成输出常态	(252)
四、追求学术理想与经济效益的平衡	(253)
五、学习先进的国际经验	(254)
第二节 学术出版“走出去”的路径	(255)
一、选题方向	(255)
二、选题定位	(256)
三、选题规模	(256)
四、作者挖掘	(257)
五、精准翻译	(259)
六、遵行国际规范	(259)
七、借船出海	(260)
八、数字出版	(262)
九、多元化营销	(265)
十、“融合”的盈利模式	(266)
第六章 结 语	(269)
主要参考文献	(275)
后 记	(294)

第一章 绪 论

第一节 学术出版“走出去”概述

一、学术出版“走出去”的含义

(一) 学术出版

人类社会的信息传播活动大致经历了口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播四个时期。最早的出版活动萌芽于文字传播时代，因为文字的出现不仅丰富了人类传递信息和交流想法的方式，而且突破了人类信息交流时间和空间方面的限制，是出版活动产生的基础。

关于最早的文字起源于何时，至今尚无统一的结论。有专家认为，最早的书写制度发源于人类刚刚开始从流动的狩猎和采集的生活转向以农业为主的定居生活的新石器时代，“最早的一批文件是

在公元前 3400 年写成，来自美索不达米亚^①的乌鲁克城（Uruk），它们用刻在黏土板上的简单形象和记号记录了面包和啤酒的配给、税款的交付，以及其他的交易”^②。也有人认为：“1988 年，河南舞阳贾湖新石器时代遗址内，出土了一批甲骨，其上所刻的符号，个别的形体与河南殷墟甲骨文的某些字形相似，似应一脉相承……这批甲骨的时代距今约 8000 年。”^③ 不过，可以肯定的是，文字不止起源于一个地方，是在绘画经验中逐渐形成的。^④

可见，人类的出版历史源远流长。中国是世界上出版活动出现最早、最发达的国家之一。诚如美国学者钱存训所说：

在世界文明史中，中国文字纪录的多产、连续和普遍性最为突出。中国典籍数量的庞大、时间的久远、传播的广泛和纪录的详细，在 15 世纪结束以前，都可以说是举世无双的。自远古以来，中国文献大量流传，史籍的创作从未间断，而百万字的著作所在多有。在东亚文化圈的范围以内，用中国文字著述的书籍，不仅在中国境内流传，亦为中国以外其他民族所共同使用 and 分享。^⑤

① 美索不达米亚，是古希腊对两河流域的称谓，意为“（两条）河流之间的地方”，这两条河指的是幼发拉底河和底格里斯河，主要在今伊拉克境内。

② 汤姆·斯丹迪奇：《从莎草纸到互联网——社交媒体 2000 年》，林华译，23 页，北京，中信出版社，2015。

③ 肖东发、于文主编：《中外出版史》，4 页，北京，中国人民大学出版社，2010。

④ 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》（第二版），何道宽译，9 页，北京，中国人民大学出版社，2010。

⑤ 钱存训：《印刷术在中国传统文化中的作用》，载《文献》，1991（2）。

不过,“出版”一词是日本人用了汉语中的“出”和“版”组成“出版”来翻译了英文中的“publish”,然后中国人又于19世纪下半叶从日本借用的。^①因此,收词止于1840年的《辞源》中并没有收入,但有“刊行”“板本”“印板”“雕版”等与“出版”相关的词。依据“《德川幕府时代书籍考》(1912年版)所载资料表明,‘出板’一词在1756年已见于日本文献。日本《世界大百科事典》(平凡社1957年版)‘出版’条解释,在木版印刷时代使用的是板木,所以当时写作‘出板’,而不用‘版’字。后来随着西方活版印刷术在日本推广,‘出板’的写法逐渐为‘出版’所取代”^②。

关于出版概念的含义,古往今来的解释是多样的。英语publish一词源自拉丁语动词publicare。《牛津英语大词典》1989年第2版第12卷publish条的解释是:“发行或向公众提供用抄写、印刷或任何其他方法复制的书籍、地图、版画、照片、歌篇或其他作品。”该词1450年前后即开始用来表示“出版”。《英汉双解出版印刷词典》(第2版)的释义为:拥有一份文件(如目录、书、杂志、报纸),并将其书写和印刷,然后销售或分发给公众。^③

《现代汉语词典》这样解释“出版”:“把书刊、图画、音像制

① 据考证,清朝末年思想家黄遵宪在1879年同日本友人龟谷省轩的笔谈中使用了“出版”一词。1895年,黄遵宪耗时8年写就的《日本国志》得以刊行,书中谈及日本的出版活动时再次使用了“出版”一词。于翠玲:《“出版”溯源与中国出版活动的演变》,载《延安大学学报》(哲学社会科学版),2008(1);王益:《“出版”再探源》,载《出版发行研究》,1999(6)。

② 林穗芳:《明确“出版”概念,加强出版学研究》,载《出版发行研究》,1990(6)。

③ 科林:《英汉双解出版印刷词典》,韩闽红等译,31页,北京,外语教学与研究出版社,2002。

品等编印或制作出来，向公众发行。”^①

依据《辞海》，出版是：“编辑、复制作品并向公众发行的活动。一般包括三个阶段：编辑阶段是以完善、提高精神文化产品的内容质量为目的，策划、组织、审读、选择和加工作品，在出版活动中居于中心地位；复制阶段是用印刷、电磁转换、光电转换、模压等技术手段，依据经过编辑的作品原稿制作成一份或多份与其内容信息相同的出版物；发行阶段是通过商品交换将出版物传送给消费者。狭义仅指将作品编辑后转化成出版物。中国很早就有出版活动，但古时一般称为‘梓行’、‘雕印’、‘版印’。据现有资料，汉语‘出版’一词于1833年出现。”^② 在中国古代，版是指上面刻有文字或图形以供印刷的木片，五代时有刻印板、镂板，宋代有开板、刻板、雕版（板与版在古代意通）等词。用雕版印刷的书籍，称雕版书。

另外，很多国家在关于出版的相关法律、法规中对“出版”作出了更为严谨与规范的界定。如日本1887年颁布的《出版条例》规定：凡以机械、化学或任何其他方法印刷之文书图画予以发售或散布者，均为出版。1906年清政府颁布的《大清印刷物专律》，是我国第一个使用“出版”这一术语的法律文件，从“记载物件”（出版物）角度进行了界定：“所谓记载物件者，或定期出版或不定期出版，即新闻丛录等，依本律名目谓之记载物件。”1991年颁布的《中华人民共和国著作权法实施条例》第五条第六款将“出版”界定为：指将作品编辑加工后，经过复制向公众发行。该条例同时在该条第五款对“发行”概念做出了规定：“为满足公众的合

① 《现代汉语词典》（第7版），187~188页，北京，商务印书馆，2016。

② 《辞海》（第六版缩印版），250页，上海，上海辞书出版社，2015。

理需求,通过出售、出租等方式向公众提供一定数量的作品复制件。”2010年修订的《中华人民共和国著作权法》,延续了2001年修订后对出版的规定,其附则第五十八条指出:本法第二条所称的出版,指作品的复制、发行。该法总则第三条对作品进行了解释:本法所称的作品,包括以下列形式创作的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等作品:(一)文字作品;(二)口述作品;(三)音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品;(四)美术、建筑作品;(五)摄影作品;(六)电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品;(七)工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品;(八)计算机软件;(九)法律、行政法规规定的其他作品。

国际上较为认同的出版定义则为1952年通过、1971年修订的《世界版权公约》中的规定:“可供阅读或视觉可以感知的著作以有形的形式复制并向公众普遍发行的行为。”

当然,也有众多的学者从不同的角度对出版进行了界定,如认为出版是“将文字、图像或其他内容进行加工、整理,通过印刷等方式复制后向社会广泛传播的一种社会活动”^①。

① 张志强:《现代出版学》,10页,苏州,苏州大学出版社,2003。其他界定可参考:罗紫初:《出版学导论》,4页,武汉,武汉大学出版社,2014;师曾志:《现代出版学》,28页,北京,北京大学出版社,2006;赵晓恩:《出版词典》,3页,北京,中国书籍出版社,1991;斯坦利·昂温:《出版概论》,151~155页,北京,中国书籍出版社,1989。董琦琦、刘益:《数字环境下对“出版”定义的再认识》,载《今传媒》,2017(10);阎晓宏:《关于出版、数字出版与版权的几个问题》,载《新华文摘》,2013(15);李新祥:《出版定义的类型分析与出版本质的界定》,载《浙江传媒学院学报》,2006(2);杨晓鸣:《出版是什么》,载《出版科学》,2001(3);施勇勤:《出版构成要素分析》,载《编辑学刊》,2001(2);林穗芳:《明确“出版”概念,加强出版学研究》,载《出版发行研究》,1990(6),等等。

但是,综合看来,大家对出版含义的理解基本一致,就是将一定的内容加工整理后,通过适当的方式公之于众。出版工作的任务是记录、传承、传播。

《现代汉语词典》对学术的定义是:有系统的、较专门的学问。^① 学术出版、大众出版、教育出版是出版产业的三大版块。学术出版作为出版领域的一个相对独立范畴,居于出版业的顶端,主要反映学者的学问研究成果,也意味着具有特定的阅读定位和受众对象。^② 学术出版在本书中是指以学术研究成果为内容的出版活动。

第二次世界大战以后,学术出版,再也不是少数文化人、科研工作者思想交流的工具,而是变成了一个庞大的产业。目前,学术出版的总份额占世界出版的32%,是整个出版业当中市场最稳定、利润率最高、回报最可靠的产业部门。^③

学术出版是一个国家学术成果与世界学人对话的平台,是推动世界学术交流的桥梁与纽带。学术出版是一个国家思想创新、科技创新、文化传承的最直接的体现,学术出版的实力和水准是一个国家经济与文化发展水平的重要标志,集中反映了一个国家的文化软实力和影响力。^④

从某种意义上说,学术出版是以科研成果和重大文化建设工程为基础的,一流的学术出版必定需要一流的科研和文化建设成果。但有一流的科研、文化建设成果,未必有一流的学术出版。如果学

① 《现代汉语词典》(第7版),1489页,北京,商务印书馆,2017。

② 孙玮:《传播中国声音:谈学术与主题出版的“走出去”路径》,载《出版广角》,2016(1)。

③ 李英整理:《学术出版“走出去”,任重道远》,载《出版广角》,2013(1)。

④ 邬书林:《打牢中华民族伟大复兴的知识根基》,载《文汇报》,2013年8月16日。

术出版人不去发现、不去组织、不去催化、不努力开拓、不作为，恐难有一流的学术出版成果。^①

（二）“走出去”

走出去战略是 21 世纪之初我国订立的新世纪四大战略之一，是我国对外开放基本国策的重要内容。2000 年 3 月，全国人大九届三次会议正式提出走出去战略，指出要把引进来和走出去紧密结合起来，更好地利用国内、国际两种资源、两个市场。同年召开的党的十五届五中全会最终将走出去战略作为实行对外开放基本国策的一项重要内容，并在“十一五”时期国民经济各领域、各行业全面铺开。近年来，“一带一路”倡议的提出，使得走出去战略得以进一步深化。“政府主导，企业主体”一直是走出去战略的重要原则。

国际经济学理论认为，走出去是中国政府或者企业利用自身比较优势和竞争优势，使自己的产品、服务、资本、技术、劳动力、自然人和管理经验以及企业自身走向国际市场，参与全球化市场竞争和国际化经营的一种形象化的表述方式。^②

一般情况下，走出去可分商品输出和资本输出两个阶段。商品输出阶段指货物、技术、服务和管理等商品与要素的输出，主要涉及货物贸易、技术贸易、服务贸易和劳务承包等；资本输出阶段也就是对外直接投资，主要涉及海外投资建厂和投资建店。如果企业的海外投资规模达到一定的程度（在两个或两个以上国家拥有企

① 庄智象：《学术出版与学术走出去的若干问题》，载《编辑学刊》，2014（1）。

② 邓洪波：《中国企业“走出去”的产业分析》，2 页，北京，人民出版社，2004。

业),那么该企业就变成了跨国公司。^①

可见,简单说走出去就是企业或者其他部门单位走向世界,进行国际性的经营、展示活动,一方面提升自我,一方面影响世界。

伴随全球化的推进和信息技术的发展,世界出版业正经历着有史以来最为广泛、深刻的变化,其最直接的体现就是不可逆转的全球化趋势。最近二十多年来,国际出版商纷纷进入中国市场,而中国出版社在与其合作和竞争中逐渐获得了国际化的视野,初步具备了进入国际市场、参与国际竞争的能力。

(三) 学术出版“走出去”

学术出版走出去是中国出版走出去的有机组成部分,中国出版走出去是:中国出版从产业(文化产业的经济和文化属性)和产品(出版物)两个视角,以及出版作为出版物内容传播的方式的角度向世界传播中国内容和中国文化并获取和建立有效的传播效力和效果。^②简言之,中国出版走出去是指国内出版企业利用自身比较优势和竞争优势,把图书商品或版权通过不同途径直接或间接推向国际图书市场的一种过程。

出版走出去,既有物理层面的走出去,即出版人员、图书、期刊、报纸、数据库的走出去,又有出版文化、出版渠道等的走出去,还有独立运作、合作运作等模式的走出去。^③

中国出版走出去的最主要目的是推动中国文化走出去。中国文

① 刘英奎:《中国企业实施“走出去”战略研究》,42页,沈阳,辽海出版社,2005。

② 张宏:《中国出版走出去的话语权和传播力构建》,11页,苏州,苏州大学出版社,2015。

③ 关燕云:《对高校出版社“走出去”模式的探究》,载《新闻传播》,2017(6)。