

古籍整理 出版丛谈

全国古籍整理出版规划
领导小组办公室 编

■ 整理
古籍，
把祖国
宝贵的文
化遗产继
承下来，是
一项十分重
要的、关系
到子孙后
代的工作。

广陵书社

黄人漆

全国古籍整理出版规划
领导小组办公室 编

古籍整理 出版丛谈

广陵书社

-36

图书在版编目(CIP)数据

古籍整理出版丛谈 / 全国古籍整理出版规划领导小组办公室编. — 扬州: 广陵书社, 2005.7

ISBN 7-80694-108-8

I. 古... II. 全... III. ①古籍整理—文集②古籍—出版—文集 IV. G256.1-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 082490 号

古籍整理出版丛谈

全国古籍整理出版规划领导小组办公室 编

出版发行	广陵书社
社 址	扬州市凤凰桥街 24-6 号
邮政编码	225002
网 址	http://www.yzgipub.com
	E-mail glss@yztoday.com
印 刷	扬州鑫华印刷有限公司
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	6.75
版 次	2005 年 7 月第 1 版第 1 次印刷
印 数	1-2000
标准书号	ISBN 7-80694-108-8/Z·12
定 价	16.00 元

凡广陵书社版图书印装错误均可与出版社联系调换



前言

2004年9月,全国古籍整理出版规划领导小组办公室在北京举办了第四期全国古籍社编辑培训班。这一期的授课内容主要是从出版业的改革形势和出版界的热点问题这一角度出发,给广大古籍社编辑,尤其是参加工作不久的年轻编辑以专业知识和技术的传授和指点,并提供一些选题方面的新思路。

改革开放以来我国的古籍整理事业成绩喜人。“近20年整理出版的古籍图书,占新中国古籍整理出版物总量的80%。这个比例直接反映了改革开放以来古籍整理出版所取得的成绩”(杨牧之:《新中国古籍整理出版工作回顾与展望》,载《功在千秋的事业——新中国古籍整理出版成就》,全国古籍整理出版规划领导小组办公室编,中华书局2003年出版)。20多年来,中国的古籍整理事业在这一方向的指引下,加快了整理和出版的步伐,取得了可喜的成就。但是,截止到2002年,新中国整理出版的古籍图书总计才1万多种,仅是现存传世古籍总量的十分之一,所以,更多的古籍整理出版工作还有待将来。

古籍整理事业的发展,专业人才的培养和储备是关键。中共中央《关于整理我国古籍的指示》中也着重强调了古籍整理出版队伍领导班子建设和人才培养的急迫性、必要性。本着培养古籍整理专业人才的目的,全国古籍整理出版规划领导小组办公室于2001、2002、2003、2004年连续举办了四期全国古籍社编辑



培训班,聘请全国各地古籍整理出版方面的专家授课,在古籍整理出版业务方面给予学员们以专业知识与技术的传授和指点。从目前来看,这一举措得到了良好的反响。今后,全国古籍整理出版规划领导小组办公室决定把举办培训班作为一种制度,每年举办一次,争取为全国的古籍整理出版行业培养尽可能多的人才。前三期培训班专家的讲稿编为《古籍整理出版十讲》、《古籍编辑工作漫谈》、《古籍整理出版漫谈》,已分别交由岳麓书社、齐鲁书社和上海古籍出版社出版,第四期培训班专家的讲稿编为《古籍整理出版丛谈》(按授课先后排序),交由广陵书社出版,作为全国古籍社编辑培训班系列讲座的出版物,希望能对未参加培训班的全国古籍编辑业务水平的提高有所裨益。

全国古籍整理出版规划领导小组办公室

2005年4月

目 录



前言	(1)
出版改革与古籍整理出版工作	杨牧之 (1)
古籍编辑与图书成本核算	宫晓卫 (21)
大型影印古籍图书的策划、编辑与运作	王兴康 (39)
乾嘉学派研究与乾嘉学术文献整理	陈祖武 (53)
经学研究的热点与出版契机	彭林 (69)
文学研究与古籍整理杂说	徐公持 (95)
古籍数字化	陈力 (117)
古籍整理与版本之选择	吴格 (135)
再谈出土简帛文书的整理和出版	徐苹芳 (149)
古籍整理与古籍工具书	张力伟 (159)
古籍整理出版规范化问题漫谈	徐俊 (183)



出版改革与古籍整理出版工作

杨牧之

古籍社编辑培训班这次已是第四期，前三期的讲课的材料都印成了书。今天中午我把这三本书都翻了一遍，觉得讲得确实很好，非常扎实，特别是对于我们从事古籍整理和出版工作的同志来说，这些都是基本功。有很多课还对学科的现状进行了描述和展望，很有参考价值。今天我的题目是出版改革形势和任务，我想讲一讲这方面的情况以及当前的进展和存在的一些问题，其中特别是关于古籍出版社、古籍整理出版事业和当前的形势怎样联系在一起、我们怎样把这方面工作做得更好，我想这些都是非常重要的课题。

今天我主要讲四个问题：一、中国出版业的现状；二、世界文化产业发展的现状和发展趋势；三、在这趋势过程中，中国出版业的一些重大问题；四、古籍整理出版事业的历史使命和我们从事这项工作应该在哪些方面做出努力。谈一些想法和大家讨论。

一、中国出版业的现状

大家在各种各样的媒体上看到很多材料、很多情况，主要是讲我国出版业这些年发展迅速，成绩巨大，目前又面临着深化改革、转制的重要任务。我们该怎样理解这些问题，怎样看待当前出版业的形势？我现在正在做中国出版集团的工作，中国出版集



团是由原来新闻出版总署所属的 10 家出版社加上新华书店总店、中图公司（中国图书进出口公司）和中国出版外贸公司这 3 个发行公司，一共 13 家组成，出版社大小小加起来有 26 家（包括副牌社），杂志社加起来有 47 家，报纸有 3 种。2001 年 12 月中旬，新闻出版总署石宗源署长签发报告给中央，中国出版集团的组建方案经过胡锦涛同志、李岚清同志、吴邦国同志、丁关根同志和曾庆红同志亲自批准，2002 年 4 月 9 日正式挂牌。不久前的 2004 年 3 月 25 日，国务院又下发了一个文件，即国函 22 号文——《国务院关于中国出版集团转制为中国出版集团公司并授权管理国有资产等有关问题的批复》。文件下发后，新闻联播滚动式播发，公布了这个文件，各大报都用了新华社的通稿。一个出版集团的成立，要经过中央这样高层次的领导批准它的方案，一个出版集团的转制，要由政府最高的部门国务院来下发文件，大家会想，为什么这样重视？有的同志会讲，可能因为这是第一家，是因为过去新闻出版总署领导的这些出版社很有影响，这可能是一个原因，但我觉得这不是根本原因。根本的原因在于这些出版单位本来是事业性质企业化管理，或者是事业单位，现在要转制成企业，所以中央这样重视。为什么由事业转制成企业，中央就这么重视？这要从中国的国情来看。因为我国是一向重视意识形态的国家，无论什么时候都强调以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想来指导我们的文化工作，指导我们的新闻出版工作，强调它的意识形态的属性，强调它正确的导向，所以长期以来把这方面的部门作为事业来管理。今天要把它变成企业来管理，这可以说是一个在中国出版史上具有划时代意义的大事，它标志着中国出版产业开始了一个新的阶段。企业的本质是拿产品去赚钱，产品生产得越好，赚钱越多，这个企业也就越成功，换一句话说叫做“追求利润最大



化”；但事业单位、出版社一向强调导向，强调社会效益。小平同志很早就讲过：“思想文化教育卫生部门，都要以社会效益为一切活动的惟一准则，它们所属的企业也要以社会效益为最高准则。”既然是企业，就要赚钱，就要自负盈亏，自主经营，自我发展，可是还要坚持导向、坚持社会效益第一，这一矛盾就非常尖锐地摆在我们面前。如何处理好和解决好这一矛盾，显示出这个问题的重要性，所以说，它开始了出版业具有划时代意义的新阶段，所以中央才这么重视。也可以说，如何在保证正确的导向的前提下又能赚钱，保证经济效益的增长，这就是我们当前探讨文化体制改革的关键之处。

为了说明这个问题，把解决这个问题的重大意义弄清楚，我们有必要回顾一下新中国特别是十一届三中全会以来，中国的出版业是怎样一步步走到今天的。从今天再走下去，就是转制，就是深化改革。过去我写过一篇文章，把中国出版业的改革分成三个阶段，第一阶段是1978年到1985年，十一届三中全会后，我把这一阶段称做拨乱反正、重新确立出版方针的阶段。

在座的各位都很年轻，可能不一定了解当时的情况。在“文化大革命”期间和“文化大革命”结束以后的一段时间里，出书要以阶级斗争为纲，还要紧密配合现实的政治斗争。有什么政治运动或政治活动，赶快出本书配合一下。大家可以想见，这样出书的话能否把书出好。但当时确实是这样做的。所以十一届三中全会之后，首先抛弃了以阶级斗争为纲，抛弃了为当前政治任务服务的“左”的方针，承认图书不仅具有政治功能，还具有认识功能、审美功能和娱乐功能。并提出，把社会效益放在首位，同时注重经济效益。肯定了图书是商品，有两重性，出版工作也是一种经营活动。今天我们讲这样的一个变化，大家可能觉得好像没什么了不起，好像是常识，可是在当时，在上世纪七八十年代，这



个提法有突破传统观念的意义,对新时期出版业的发展有重大指导意义。在这样的一个变化中,很快又出台了一系列具体的政策,比如说调整出版社的出书方针——因为过去,地方的出版社只允许面向本省、本地方,要求地方化、群众化和通俗化。如果只能为本省服务,那出书的局限该有多大。1979年,提出要立足本地,面向全国,大大解放了出版生产力。后来又允许自办发行,允许经营个体书摊、书亭,后来提出出版社要由单纯的生产型向生产经营型转变。什么叫生产型?就是把书生产出来就可以了。什么叫生产经营型?就是书不仅要生产出来,还要把它卖出去。这应该说是一个很大的变化。

有了指导思想的变化、方针政策的变化和具体政策的出台,到了1985年,出版业出现了一个非常明显的高潮,我用三组数字做比较:1975年,全国出版社共有75家,出书1.37万种,图书总印数是35亿册;到了1985年,出版社发展到416家,出书的品种发展到4.6万种,图书的印数达到61亿册。短短的10年间,发生这么大的变化,这是党的方针政策指导的结果,是拨乱反正的结果。

第二阶段,是从1986年到1995年。1986年10月,国务院把文化部所属的国家出版局恢复为国务院直属机构。1987年1月成立了新闻出版署,这都表明了国家对新闻出版事业的高度重视,体现了新闻出版业在当时背景下的极端重要性。不久出台了两个文件,一个是《关于当前出版改革的若干意见》,一个是《关于当前图书发行体制改革的若干意见》,在这两个文件的推动下,出版业的改革出现了新的高潮。同时出现了许多新情况:出版社方面,新社和老社都处在同一个起跑线上,特别是一部分新社和小社,较少有传统观念,经营又灵活,所以跑得非常快,但另一方面由于缺少出版管理的经验,法制观念不健全,选题下



放,项目承包,编印发一条龙,表现出异常的竞争意识。编辑呢,在那种改革的形势下,突破框框,突破传统观念,四面出击,反应快速,抢占兴奋点,热点频出,当时什么言情小说热、武侠热、弗洛伊德热、萨特热、尼采热、侦探热、未来学热等等,要不了几个月就出一批热点的书。在这时候,就出现了一批很热闹的书。最先是吉林延边人民出版社出版的《玫瑰梦》,是从美国引进的一本档次很低的言情小说,夹杂了大量的色情淫秽内容,受到了处分。接下来是中国工人出版社的《情场赌徒》和华夏出版社的《影都艳妇》,这也是两本从国外引进的夹杂色情淫秽内容的图书。我记得那一两年间出版了200多种这类的书,尤其是在1989年,上海文艺出版社出版了《性风俗》,惹了一个大乱子,导致十几个省的穆斯林示威游行。当时的情况是,一方面改革向前推进,人们思想大大解放,另一方面,出了一些坏书。在这种背景下,中央提出要治散治乱。到了1995年,中央政治局常委会议听取新闻出版署党组汇报,会上对在社会主义市场经济条件下做好新闻出版工作做了重要指示。指示的核心是:“出版工作是一项非常重要的事业,出版物是特殊商品,不能完全交给市场去调节。”这是最关键的一句。以上是第二阶段,出版业迅速发展,要求规范管理,一手抓繁荣,一手抓管理,新闻出版业开始治散治乱。

第三阶段从1996年开始,也可以概括到现在,也可以概括到105号文件的出台。——因为到105号文件出台以后,出版业的改革又注入了许多新的内容,又有本质的不同了。1996年十四届六中全会的决议中明确指出,包括新闻出版业在内的文化事业迫切需要一个大的发展。怎样健康有序地发展,怎样深化改革同时又能加强管理,提到日程上来了。党的十五大提出这样三句话:新闻出版业要加强管理、优化结构、提高质量,所以我把



这第三阶段概括为出版工作转入理性发展的阶段。其标志有以下几个方面：

一是1997年1月，国务院发布了《出版管理条例》，其作用相当于出版法，这是新中国成立以来第一个比较全面系统的出版管理行政法规。1997年6月颁布了《图书质量保障体系》，共5章50条，总结了建国以来在图书质量方面的各个环节的一些需要注意的问题。可以说，如果《图书质量保障体系》的50条都能做到的话，出版管理不会出任何问题，出版社一定会管理得很好，书一定会出得很好，所以大家应该找出《图书质量保障体系》，再重新看一看。1998年12月，新闻出版署批准了广东出版集团、上海世纪出版集团、广东发行集团、四川新华发行集团、江苏发行集团作为全国的试点单位。2001年4月，国务院决定将中华人民共和国新闻出版署调整为中华人民共和国新闻出版总署，升格为正部级。2001年8月24日，中办、国办转发经中央同意的《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》。自上世纪80年代初期开始，我国的出版业一步步地深化改革，认识一步步地提高，到现在为止，共建立了出版集团11家，发行集团9家，期刊集团1家，报业集团39家，印刷集团1家。我把我们从十一届三中全会以来中国出版业的发展大体概括成这三个阶段。当然，这样分我只是为了说明问题方便，并不一定只有这样一种分法。

分成这三个阶段，我觉得能够比较清楚地说明我们这20多年是怎样一步步走过来的。我们出版业走到今天，发展得很快，达到了一个很高的水平。到20世纪末，全系统的销售收入在全部国有及规模以上的行业排序中占第21位，利润总额在各行业的排序中占第5位，仅次于电力、蒸汽热水生产供应业、电子通讯设备制造业、石油和天然气开采业和烟草加工业。而我们利



润率是第一位,百分之九点几。这很值得我们思考。我们出了许许多多的好书,这些书是过去不可想像的,比如说敦煌文献,过去有人说敦煌虽然在中国,但敦煌研究、敦煌学在国外,敦煌的书是外国人出的,现在,我们有一大批敦煌文献都得到了出版。还有很多科技的书,都达到了国际水平,如《工程控制论》、《杂交水稻育种栽培学》。还有很争气的书,比如说,过去收汉字最多的字典是日本的《大汉和字典》,随后是我们的同胞台湾出版的《中文大字典》,只有我们《汉语大字典》出来后,收汉字56400多,才是收汉字最多的,我们这个用汉字的民族出了涵纳汉字最多的字典。我只举这几个例子,至于很多很精彩的有代表性的图书,大家都知道,我就不多说了。

我们这样比较,确实很能鼓舞士气,觉得我们前进得很快,发展得很快。但是,这还是纵向的比较,是拿我们的今天和过去相比。现在已经是远远超越纵向比较的时代了,应当作横向比较,同周边的国家、欧美国家相比,看看我们的水平是什么样的,只有这样我们才能在全世界看到我们的位置,看到我们的差距,找到我们前进的方向和动力,激发我们的斗志。举几个例子:我们的人均图书消费量,长期徘徊在五六册的水平上,但发达国家已经达到了10册到30册了。报纸虽然我们有2000多种,但是人均消费量千人天/份数仅为78.45。发达国家已经到了千人天/份数200,是我们的两三倍。虽说现在的报纸三分之一、甚至一半的篇幅都是广告,但广告收入只有196亿元人民币,不到25亿美元,而美国的广告收入是221亿美元。出版物的结构不合理,所以我常讲,我们不要天天讲我们多么富,多么有钱,真正分析一下我们出版物的结构会发现,我们的钱百分之五六十产生于教材教辅。如果把教材教辅去掉,我们还有多少钱能够支持我们的出版事业,能有多少钱能够支持我们的学术著作和科技著



作的出版?那是很危险的局面。所以现在有些观点,我觉得是不了解实际情况的——比如说把教材全社会招标,发行全社会招标,理论上讲是对的,因为招标的面越大,成本就会降得越低,对读者来讲就越有利。但如果把教材教辅能赚的这点钱让全社会来分摊,那出版业靠什么来支撑学术著作和理论著作的出版,靠什么来支撑文化积累产品的出版?如果真这样做的话,对出版业来说是灾难性的。——当然,如果国家拿出钱来补贴也可以。但现在百废俱兴,能有那么多钱补给出版业吗?所以出版业严重依赖教材教辅的现实,不能不面对。简单地一刀切下去,恐怕不符合实际。

从发行来看,我们现在以各种手段不遗余力地发书,自办啊,书市啊,展销啊,直销啊,征订啊,但并没有真正地把书送到读者手中。这也并不仅仅由于发行能力不够,还有很重要的原因就是选题问题,但总之发行很滞后。大部分县级店也就千把种书,省会店一般就两三万种书,个别大的书城,能达到五六万种、七八万种的,都是少数。我们现在一年出书 19 万种,说明大部分的图书并没有到市场中去就不了了之了。我觉得这就是我们的现状。从这点看,发展很快,差距很大,纵向比较很不错,横向比较吓一跳。所以结论就是一句话,要深化改革。

二、世界文化产业发展的现状和趋势

现在我们整天讲文化产业,文化产业的认识是一个历史的动态的过程。很久以来,文化与产业被认为是两个风马牛不相及的事,文化产业这个词最早是欧洲法兰克福学派提出来的,当时的表述叫文化工业,是对大众流行文化的一种带有贬义的称呼。一些人认为,文化是高尚的、高雅的,产业就是工业,工业怎么能



和文化联系在一起呢?文化产业的发展从上个世纪到现在,经历了一个巨大变化、波澜起伏的过程,一般来说,大家都把上个世纪五六十年代作为文化产业发展的第一个阶段。第二次世界大战之后,欧洲饱受战争的灾难,百废待兴,这时候美国的大众文化一下子就发展起来了。欧洲的法兰克福学派对美国的文化当时持一种批判的态度,认为那是流水线生产出来的产品,而不是文化创作。但美国不理睬这一套,它乘着欧洲顾不过来的时候,突飞猛进地向前发展。而且不但得到理论界的支持,金融资本和产业资本也介入,于是如虎添翼,发展得非常快。这是第一阶段。

到上个世纪 90 年代初,苏联解体,所谓的冷战结束,世界政治经济格局发生了巨大的变化,高新科技推动新经济快速增长,引发了国际文化产业新的竞争,出现了很多大的传媒集团,接下来又出现了大的传媒集团的购并,比如前几年的美国在线和时代华纳的重组,就是一个典型的例子。美国传媒集团大举向国际市场进军,法国和德国感到文化侵略的威胁,开始构建自己的文化产业发展战略,想和美国抗衡。这是第二阶段。

第三阶段,就是当前,在世界范围内展开了文化产业的竞争,随着经济全球化、信息网络化、传播集团的跨国化,美国文化产业的国际扩张到了无孔不入的地步。

有很多具体的数字,可以说明美国的文化产品发展得多么快:比如美国的视听产品,它的出口由仅次于波音飞机而变成第一位。美国的电影的生产总量占全世界 5%,但放映时间却占了全世界 50%以上。美国人非常自豪,布热津斯基曾经说过:“如果说罗马奉献给世界的是法律,大不列颠奉献给世界的是议会民主政体,法兰西奉献给世界的是共和制,那么美利坚奉献给世界的是高新科技和大众文化。”现在不但欧洲一些国家,也有亚



洲一些国家,包括韩国、日本,都想在竞争过程中不断扩大他们的市场份额。我举一个典型的例子,比如说法国和美国在文化产业发展上的激烈的交锋。美国因为文化产业发展非常快,就希望向全世界进军,要求各国家放开文化市场。法国要保留自己的民族文化,就提出文化例外,不能放开文化市场,不能任其自由流通。这就出现了乌拉圭回合。最后美法虽然不分胜负,但可以看出斗争之激烈。这是法国和美国针对文化产品和文化市场的第一次交锋。随后法国又提出一个新口号,叫文化多样性,其理论根据在于,“911”事件之后,世界都在反思,法国认为发生“911”事件的一个原因就是缺乏文化方面的理解和沟通,这是造成西方和其他地区冲突的一个原因。不管法国是否找到了“911”事件的本质,但提出这样的理论同美国要求开放文化市场进行斗争,还是积极的。法国提出来的文化多样性的观点,中国也是赞成的。中国有关方面的领导在参加法国的中国文化年开幕式的时候,明确地赞成这一观点。

在文化产业、文化产品与文化市场方面,斗争非常激烈,法国与美国长期以来进行尖锐的斗争。法国实行严格的配额制,规定国产电影放映多长时间,国产电视放映多长时间等等,尽管如此,美国的电影还是占据了法国电影市场的60%。它还占据了英国电影市场的90%,占据了意大利电影市场的95%。这就是当前世界文化产业发展的状况和趋势。这样激烈的斗争,这么激烈地争夺市场,无论从理论上、口号上还是实际运作上,都是要扩大和分割文化市场。刚才我也讲了亚洲的韩国和日本也在文化产业上加快发展。大家总说“韩流”,韩国的电影、电视,尽管在电视上放映时都是很晚的时间,但看的人还是很多。若干年前在上海电影节的时候,韩国的电影出口仅仅20多万美元,但现在已经到了2000多万美元,可见发展之快。韩国用许多手段来



保护它本民族本国的文化。日本则各个方面联合一气,产业部门、官府和学术研究部门联合在一起,发展文化产业。最有代表性的是,文化产业进入了老的传统的一些大公司、大企业,产生了新的效益。比如 SONY 公司,本来它的电器产品已经不行了,但它利用和文化产业的结合,又重新焕发了活力,带动了老企业的改革。这些状况值得我们深入思考。正是在这种背景下,中国出版业的改革紧锣密鼓地开展和深入地进行。世界文化产业发展的态势带给我们极大的冲击。

三、世界文化产业的发展给我们带来的思考, 中国出版业的一些重大问题

信息、传媒和文化,因为拥有人类社会持续发展所必需的资源、沟通和人文的三大要素,成为 21 世纪战略家、思想家和科学家关注的焦点。综合这三大热点形成的文化产业,今天已经成为综合国力竞争的重要方面。正是在这种形势下,党中央、国务院非常关注文化产业改革的发展。2000 年 10 月,中共十五届五中全会第一次提出要完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动文化产业发展。2001 年 3 月,文化产业发展正式纳入全国“十五”规划纲要。2002 年 11 月,党的十六大明确提出积极发展文化事业和文化产业,要求完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。2003 年 7 月,“两办”文件提出:“抓紧制定文化体制改革的总体方案,深化文化体制改革,积极发展文化事业和文化产业,是新世纪新阶段宣传文化战线的一项战略性任务。”2004 年 3 月,国务院 22 号文件批转中国出版集团转制为公司,转制为企业。回顾近几年来,在文化事业和文化产业的发展方面,几个月就有一个重大决