

文化全球化视野下的 中国数字出版业

左文 著

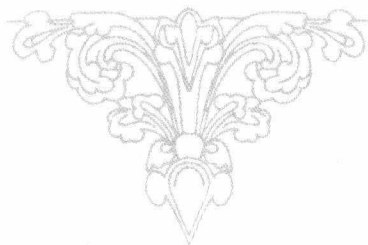
Zuo Wen



清华大学出版社

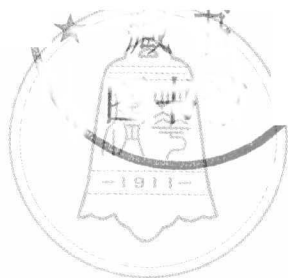


C13028682



文化全球化视野下的 中国数字出版业

左文 著
Zuo Wen



清华大学出版社

内 容 简 介

党的十七届六中全会提出了建设文化强国的宏伟目标,作为我国文化事业和文化产业的重要组成部分,中国的数字出版业发展面临着难得的历史机遇,但也正面临着的一系列严峻挑战,同时也存在着一系列突出矛盾。为此,作者以文化全球化的视野,对国外发达国家和国内数字出版业背景和现状进行了系统分析,提出了推动我国数字出版业发展的十大对策:完善出版法规,理顺出版管理体制;引导传统出版业理性面对数字出版;形成较为完善的商业模式;打造较为健全的产业链;改进利益分成模式,切实保障各方利益;促进内容提供商与技术提供商的合作共赢;合理制定技术标准,减少行业发展内耗;实现传统出版内容资源与数字出版内容资源的互利互补;加大数字出版人才培养力度;培养用户数字阅读习惯,营造数字出版消费氛围。

全书在客观冷静的分析中,透露出作者对中国数字出版业未来发展的坚定信心。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

文化全球化视野下的中国数字出版业/左文著. —北京:清华大学出版社,2012.12
ISBN 978-7-302-30537-8

I. ①文… II. ①左… III. ①电子出版物—出版工作—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第257585号

责任编辑:张瑞庆

封面设计:傅瑞学

责任校对:梁毅

责任印制:杨艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印装者: 清华大学印刷厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 165mm×230mm 印 张: 8.75 插 页: 1 字 数: 169千字

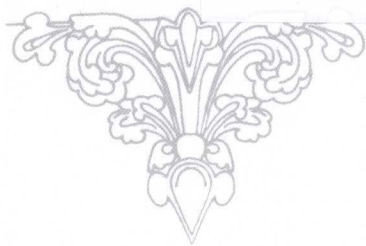
版 次: 2012年12月第1版

印 次: 2012年12月第1次印刷

印 数: 1~2000

定 价: 29.00元

产品编号: 049506-01



作者简介



左文 男，1978年生，湖南湘乡人。先后毕业于湖南师范大学和北京师范大学，获文学学士、硕士、博士学位，清华大学新闻与传播学院博士后。现为国务院参事室处级干部。曾获国家电视剧“飞天奖”理论奖等30余项奖励。承担国家级、省市级课题多项，已在《人民日报》、《光明日报》、《学习时报》等各级各类报刊发表论文、评论、随笔100余万字。学术著作《非常传媒——左联期刊研究》由北京出版社2010年5月出版，评论集《艰难的蜕变》由大众文艺出版社2010年6月出版。系中国图书评论学会理事，北京市作家协会会员，北京工业大学文化创意产业研究所兼职教授。



前言

文化全球化是一个由来已久的全球命题,作为全球新兴技术方兴未艾的产物,数字出版显然为这一命题注入了全新的因子。中国出版业应该积极面对文化全球化,积极面对出版数字化的客观趋势,这已经形成了一种普遍共识。

中国数字出版产业的庞大市场和诱人前景正吸引着无数人的目光。在数字出版业前线,2011年10月,卓越亚马逊(Joyo Amazon)公司正式更名为亚马逊中国公司,并开始使用域名 amazon.cn,2011年下半年,亚马逊中国的网站操作员开始收集中国各个出版社的书籍资料;作为中国最大的网上书商,当当网于2011年12月21日正式宣布上线,成为第一个“吃螃蟹”的电子书零售商;2012年2月20日,中国最大的在线家电城——京东商城推出了其数字书店,提供了8000册电子书以供挑选,并使其成为中国第三大在线图书零售商。

在电信运营商方面,自从3G网络在中国出现以来,三大电信巨头都推出了自己的数字阅读平台。中国移动通信(China Mobile)集团公司于2009年10月推出数字书平台,是国内首个推出数字书平台的电信公司。同一年,中国移动通信集团公司开始与三大科技公司——汉王(Hanvon)、大唐(Datang)和华为(Huawei)科技公司合作生产支持3G的电子墨水阅读器;中国电信(China Telecom)集团公司于2010年9月推出其手机阅读平台——天逸(Tianyi);中国联通(China Unicom)股份有限公司于2011年4月发布其平台——沃阅读(Wo iRead),2011年12月其类似于苹果公司应用软件商店的“沃+平台”正式开业。

在技术开发商方面,2009年,方正科技公司联袂搜索门户中搜(Zhongsou)创建了电子书平台番薯网(fanshu.com),旨在打造“全球最大的电子书门户”,并很快夺得了中国最大的电子藏书库之一的桂冠;2011年,方正科技公司发明了阿帕比(Apabi)软件作为一个为出版社、新闻机构、高等学校和图书馆提供数字出版支持的技术平台,目前方正科技公司是中国最有建树的数字出版技术供应商。汉王书店(Hanvon Book Store)于2009年上线,并在中国香港和中国台湾地区设点,汉王科技公司作为中国生产便携式阅读装置的最大制造商,其旗下几乎所有的电子书平台都支持“汉王”的设备,更诱人之处在于它有6000册左右

的电子书可供读者免费下载。

在文学网站方面,自从文学网站于20世纪90年代首次登陆中国市场以来,创造了一系列的阅读神话。目前,中国畅销文学(爱情小说、武打小说、都市小说、魔幻小说等)中的“大哥大”——小说体裁——无一例外地发源于文学网站。用手机或数字设备阅读,这一流行趋势的始作俑者仍是在线文学网站。绝大多数的中国文学网站——起点中文、榕树下、红袖添香和潇湘书院等网站,基本上都被盛大(Cloudary)公司收编于旗下。作为文学网站中的“大哥大”,盛大公司主要的电子书销售平台——云中书城已于2011年2月开始上线。

在搜索门户网站方面,中国搜索门户的“领头羊”百度公司于2009年创建了文档共享网站——百度文库。2010年,百度文库扩编为“文库书店”,提供电子书的销售和下载。2011年8月,百度公司收购了番薯网的部分股权,并在其百度图书馆的主页上提供番薯网的电子书销售链接。2011年9月,百度公司推出了百度阅读。这是一个基于百度图书馆和番薯网的内容与科技的“开放平台”,并且与文学网站和传统出版社合力打造一个著作权人能上传并直接销售资料的平台。

其他数字出版业的参与者也制造了不少的动静。例如,豆瓣网已成为了中国最大的集中生产书籍、电影和音乐等娱乐产品的社交网站。豆瓣网的用户组成了中国最大的在线文化消费社区。

面对国内外业界的跃跃欲试乃至频频出手的大手笔,中国政府主管部门不能不有所察觉。虽然截至目前,我国还未正式颁布成体系的规范数字出版业发展的法律法规,然而,新近实施的一些重大举措对于帮助业内科学研判、提振行业发展信心无疑大有裨益。2010年5月,新闻出版总署召开了一次电子图书行业研究研讨会;2010年7月,中国新闻出版总署成立了一个“电子书(内容)标准化工作小组”,计划于2010年11月出台关于电子书内容标准化的初稿;2010年10月,新闻出版总署发布了《发展电子图书行业的20个建议》;2010年11月,中国新闻出版总署将“电子书行业商业许可证”授予了21个包括汉王科技公司、盛大公司在内的企业。2011年4月,新闻出版总署相继出台了《新闻出版业“十二五”时期发展规划》和《数字出版“十二五”时期发展规划》,深刻分析了我国出版行业所取得的成就以及所面临的新形势,明确提出中国的新闻出版产业格局已经进入战略调整期,产业形态的升级换代已经进入加速期,因此将数字出版列入以“做优做大做强新闻出版产业、提高新闻出版业整体实力和竞争力为目标”的“五大产业”之一。

本书的基本脉络,就是将中国数字出版业的发展放在文化全球化的视野下

来考量,通过对比发达国家数字出版业发展状况以及经验教训,得出中国数字出版业发展的应对之策。其基本出发点是国内数字出版业所处的环境、所拥有的优势和所面临的挑战,其最终的落脚点是如何促进中国数字出版业又好又快地发展。但愿这种基于客观事实之上的考察及所得出的结论,能给中国的数字出版业的发展带来些许启发。

作者

2012年8月

目 录

第 0 章 引言	1
第 1 章 绪论	3
1.1 文化全球化视野与中国数字出版业	3
1.1.1 文化全球化的概念辨析	3
1.1.2 数字出版是文化全球化的重要象征	4
1.1.3 文化全球化背景下发展中国数字出版业是当务之急	5
1.2 数字出版概念辨析	8
1.3 我国数字出版发展历程简述	9
1.3.1 第一阶段:小荷才露尖尖角——数字出版技术的萌芽时期(20 世纪 70—80 年代)	9
1.3.2 第二阶段:春江水暖鸭先知——数字出版逐渐兴起时期(20 世纪 90 年代至 21 世纪初)	10
1.3.3 第三阶段:风起云涌——数字出版的兴盛时期(21 世纪初至今)	11
1.4 课题意义	12
1.5 文献综述	14
1.5.1 国外研究动态	14
1.5.2 国内研究动态	15
1.6 研究思路与研究方法	17
1.6.1 研究思路	17
1.6.2 研究方法	17
1.7 本书的构成与研究内容	17

第2章 数字出版业的国际背景分析	19
2.1 国际背景之一：数字出版技术影响巨大	19
2.2 国际背景之二：数字出版业务带来了优质资源的整合	23
2.3 国际背景之三：数字出版业务风起云涌	24
2.4 国际背景之四：数字出版对传统出版具有颠覆性的 潜在冲击力	24
第3章 发达国家数字出版发展现状考量	27
3.1 发达国家数字出版业个案扫描	27
3.1.1 麦格劳·希尔公司	27
3.1.2 培生教育集团	29
3.1.3 施普林格出版集团	30
3.1.4 纽约时报	34
3.2 发达国家数字出版业成功经验分析	34
3.2.1 数字出版资源的规模化与集约化	35
3.2.2 完善的知识产权保护制度	37
3.2.3 成功的商业模式	38
3.2.4 出色的营销策略	42
3.2.5 多样化合作出版策略	43
第4章 中国数字出版业发展背景分析	44
4.1 国内背景之一：数字出版前景诱人	44
4.2 国内背景之二：数字化转型未走出迷局	46
4.3 国内背景之三：“突破式创新”和“增量式创新” 的结合趋势明显	47
4.4 国内背景之四：“全面服务”的产业形态面临体制束缚	49
4.5 国内背景之五：技术崛起的优势与内容匮乏的困境并存	50
第5章 中国数字出版业发展现状与特点分析	53
5.1 我国数字出版业发展现状	53
5.1.1 数字出版产业市场规模分析	53
5.1.2 数字出版产品供给状况分析	56
5.1.3 数字出版产品需求状况分析	59
5.2 中国数字出版产业发展特点	61

5.2.1	政府大力支持推动	61
5.2.2	技术提供商成为行业发展先锋	63
5.2.3	集团化和集群式发展趋势明显	64
5.3	全球数字出版浪潮给中国出版业带来的变革	68
5.3.1	信息传播模式的变革	68
5.3.2	出版载体的变革	69
5.3.3	出版方式的变革	69
第6章	中国数字出版业面临的机遇与挑战	75
6.1	中国发展数字出版面临的机遇	75
6.1.1	国内经济发展又好又快	75
6.1.2	出版体制改革进程加快	76
6.1.3	数字出版技术与与时俱进	82
6.1.4	数字出版受众数量无与伦比	83
6.2	我国发展数字出版业面临的主要挑战	86
6.2.1	版权问题依然突出	86
6.2.2	传统出版发行面对电商平台惊慌失措	88
6.2.3	商业模式不成熟	89
6.2.4	产业链不健全	91
6.2.5	数字出版业各方收益分配不合理、不透明	93
6.3	我国发展数字出版业亟待解决的几个主要矛盾	94
6.3.1	内容提供商与技术提供商的矛盾	94
6.3.2	各个不同标准之间的矛盾	95
6.3.3	传统出版内容资源丰富与数字出版内容资源 匮乏之间的矛盾	97
6.3.4	技术完善与人才缺乏之间的矛盾	101
6.3.5	数字载体形式与读者阅读习惯之间的矛盾	103
第7章	文化全球化视野下中国数字出版业的发展对策	105
7.1	完善出版法规,理顺出版管理体制	105
7.1.1	完善数字出版法规建设是长久之计	105
7.1.2	理顺数字出版管理体制是当务之急	107
7.2	引导传统出版业理性面对数字出版	108
7.3	形成较为完善的商业模式	109

7.3.1 强制引入第三方监控机制·····	109
7.3.2 开启多元化盈利模式·····	109
7.4 打造较为健全的产业链·····	111
7.4.1 传统出版业必须习惯从自我主导产业链条转变到 集成合作的运营模式·····	111
7.4.2 形成产业链各个环节有机协调的合力·····	112
7.5 改进利益分成模式,切实保障各方利益·····	113
7.6 促进内容提供商与技术提供商的合作共赢·····	114
7.7 合理制定技术标准,减少行业发展内耗·····	115
7.8 实现传统出版内容资源与数字出版内容资源的互利互补·····	117
7.8.1 传统出版资源与数字出版资源可以互为内容·····	117
7.8.2 传统出版资源与数字出版资源要发挥各自优势·····	118
7.8.3 内容资源的深度加工是必由之路·····	118
7.9 加大数字出版人才培养力度·····	119
7.10 培养用户数字阅读习惯,营造数字出版消费氛围·····	120
7.10.1 提供“碎片化”内容·····	121
7.10.2 提供物美价廉的数字阅读器·····	121
7.10.3 进一步占领细分市场·····	122
结论·····	123
后记——我们全部的尊严包含在思想中·····	125
参考文献·····	128

第0章 引 言

文化全球化是当今世界发展的必然趋势。数字出版是文化全球化的重要象征。在文化全球化的浪潮中,拥有五千年悠久历史的中华文化正以日益自觉、日益自信的姿态,融入了全球多元文化共同发展繁荣的时代潮流之中。文化全球化对中国数字出版业的影响日益加剧,可以说,中国数字出版业的发展是文化全球化的必然结果,以二进制技术为基础的数字出版作为一种全新的出版模式,正深刻地影响着中国出版业的发展走向。

当前,以电子书、数字化期刊、网络游戏以及手机出版等为代表的数字出版产业迅速发展,而大多数中国传统出版社则由于主观上依赖于纸质图书出版以及书号配发等制度性保护,客观上受到资金、技术、人才等方面的限制,在和依托强大资金和技术优势的数字技术服务商以及国外同行的竞争中处于相对劣势。数字出版的不断发展壮大,促使传统出版业变革,以适应新的发展要求,这种变革表现为信息传播模式的变革、出版载体的变革和出版方式的变革。

数字出版对于中国出版业来说,是一次具有历史意义的重大技术革命,它既带来了千载难逢的发展良机,也带来了无可规避的严峻挑战与突出矛盾。发展机遇主要表现在:国内经济发展又好又快、出版体制改革进程加快、数字出版技术与与时俱进、数字出版受众数量无与伦比等;我国发展数字出版业面临着五大严峻挑战:版权问题依然突出、传统出版发行面对电商平台惊慌失措、商业模式不成熟、产业链不健全、数字出版业各方收益分配不合理并且不透明等;还面临着亟待解决的五大突出矛盾:内容提供商与技术提供商的矛盾、各个不同标准之间的矛盾、传统出版内容资源丰富与数字出版内容资源匮乏之间的矛盾、技术完善与人才缺乏之间的矛盾、数字载体形式与读者阅读习惯之间的矛盾等。

在对国内外数字出版业进行大量实证分析的基础上,笔者围绕上述五大挑战和五大问题,有针对性地提出文化全球化视野下中国数字出版业的发展对策,

主要有十条：一是完善出版法规；二是引导传统出版业理性面对数字出版；三是形成较为完善的商业模式；四是打造较为健全的产业链；五是改进利益分配模式，切实保障各方利益；六是促进内容提供商与技术提供商的合作共赢；七是合理协调技术标准，减少行业发展内耗；八是实现传统出版内容资源与数字出版内容资源的互利互补；九是加大数字出版人才培养力度；十是培养用户数字阅读习惯，营造数字出版消费氛围。

第1章 绪论

1.1 文化全球化视野与中国数字出版业

1.1.1 文化全球化的概念辨析

全球化(globalization)是近年来颇受全世界学者关注的一个概念,20世纪80年代开始在西方报纸上出现,20世纪90年代,时任联合国秘书长的加利宣布“世界进入了全球化时代”,这一概念开始被广泛引用和接受。全球化目前有诸多定义,但通常意义上是指将全世界视为一个有机联系的整体,国与国之间的联系不断增强,人类生活在全球规模的基础上发展,全球意识的崛起,以及国与国之间在政治、经济贸易上相互依存。由于经济基础对人类社会起决定性作用,全球化一开始常常指的是经济全球化(economic globalization),即世界经济活动超越国界,通过对外贸易、资本流动、技术转移、提供服务、相互依存、相互联系而形成的全球范围的有机经济整体,从而使世界经济日益成为紧密联系的整体。但是,20世纪90年代后,随着全球化趋势对人类社会影响层面的不断渗透与扩张,已逐渐引起各国政治、教育、社会及文化等学科领域的重视,研究热潮不断涌现。文化全球化(globlized cultures)就是全球化趋势在全世界文化领域不断发展后形成的一个重要概念。

笔者认为,文化全球化是当前世界多元文化交融共生的表征。在这里有必要对这一概念进行适当的辨析。首先,“文化全球化”是客观存在的一种文化现象,不是生造出来的一个概念,“文化全球化”是“全球化”必然结果之一,“文化全球化”概念是“全球化”概念的重要组成部分;其次,“文化全球化”不等同于“文化趋同化趋势”,或者说不等同于文化的同质化,而是世界不同文化之间的交融共生,是当今信息高度发达、国际交往日益频繁密集条件下的文明多样化和文化多元化的象征;最后,“文化全球化”并不意味着“文化的殖民化”,相反,“文化全球

化”客观上反对的是“文化的殖民化”，因为它的最终结果是实现世界各种文化平等相待、和平共处、交流互惠、共享繁荣。正如中央文史研究馆馆长、著名学者袁行霈先生所提出的“文化的馈赠”一样，文化全球化也是极富活力和魅力的文明创新活动，各个民族既把自己的好东西馈赠给他人，也乐意接受他人的馈赠。馈赠的态度是彼此尊重，尊重他人的选择，决不强加于人。馈赠和接受的过程是取长补短、融会贯通。馈赠和接受的结果是多种文明互相交融、共同发展，以形成全球多元文明的高度繁荣。因为多元的文明本来就各具本色，吸取外来文明的内容、分量和方式又不相同，交融之后出现的人类文明仍然是千姿百态，我们的世界仍然是异彩纷呈。袁行霈先生指出：“一切有良知的学者，在这个关系人类命运和前途的重大问题上，应率先采取互相尊重的态度，担负起文化馈赠的任务，并影响自己的政府寻求不同文明的和平共处，以保持文明的多样性……总之，与经济全球化同时到来的，既不是单一的全球文明，也不是文明的冲突，而是文明的自主、馈赠，以及多元文明的繁荣。这种新的文明生态的出现和确立，是人类进化到更高阶段的一个重要标志。”^①

随着经济全球化的不断发展，文化全球化成为了世界发展的必然趋势。经济固然为文化发展注入了动力，但文化有时也可以为经济打头阵，美国的三片——芯片、薯片、大片（电影）大行其道就是非常明显的例证。因此，经济全球化与文化全球化是相互促进、相辅相成的关系。随着交通技术、通信技术尤其是互联网技术的迅猛发展，地球正日益变成“地球村”，世界各国人们之间的交流变得异常快速便捷，世界不同文化体之间的交流与合作越来越不可避免，文化全球化已经成为了世界发展的必然趋势。因此，世界上各种不同的文化体，只有主动顺应这一趋势，积极融入文化全球化进程，展示自身传统与特色，并结合自身实际不断汲取新元素、体现新特征，才能永葆自身文化的生命力与创造力，才能为共同构建全球文化新体系作出自己的贡献。

1.1.2 数字出版是文化全球化的重要象征

英国开放大学政治学与社会学教授戴维·赫尔德等人在《全球大变革：全球化时代的政治、经济与文化》一书中，从全球网络的广度、全球相互联系的强度、全球流动的速度、全球相互联系的影响四种维度，描绘了现当代文化全球化的形态。他们认为，现当代文化全球化的发展经历了三个阶段：^①在现代早期（1500—1850年），是文化的传播与模仿，主要通过迁移、战争和贸易形成。例

^① 袁行霈：《文化的馈赠》，国务院参事室网站，<http://www.counsellor.gov.cn/Item/1331.aspx>，2009年5月4日。

如,由于人口和军事上的优势,基督教传播到美洲,西方文化对新大陆以外地区的渗透和影响还非常有限。②在现代时期(1850—1945年),是欧洲全球性帝国的世俗意识形态,例如社会主义、国家主义和自由主义等的全球性影响。他们率先建立了跨大陆、跨国家的和区域内部的电信基础,西方的全球性帝国将欧洲语言发展为一种重要的全球性语系,越来越多的文化制度和文化交流在新兴的民族国家层次上形成。③在当代时期(1945年至今),是大型的、公共的和私有的媒体、旅游、交通和通信公司主导世界文化传播的时期。随着电信、语言互动和交通等基础设施较以前更为广泛,文化接受、传播的新方式(电视、广播、互联网以及日新月异的新媒体等)在全球的普及,已经逐渐形成了文化全球化的当代形态。例如,信息和图像的数字化、卫星传播和远程电话、新电缆和光纤技术以及全球互联网、移动互联网等,使全球的文化生产和传播的形式跨越了民族文化和民族国家的界限,从而以一种截然不同的交流与传播形态,使当代文化全球化具有直接性、即时性和广泛性的特点。①

笔者认为,作为出版业与高新技术相结合产生的新兴出版业态,数字出版已经成为了文化全球化的重要象征。因为数字出版实现了文化内容生产数字化、文化管理过程数字化、文化产品形态数字化和文化传播渠道网络化。其传播途径主要包括有线互联网、无线通信网和卫星网络等,具有明显的直接性、即时性和广泛性特点。关于数字出版的概念及特点,后续章节还会专门论及。可以说,数字出版正在逐渐融入全球的每个角落,也潜移默化地影响着全球每一个人的文化和生活。

1.1.3 文化全球化背景下发展中国数字出版业是当务之急

全球化尤其是经济全球化使中国进入了一个前所未有的国际经济大循环之中,这个大循环的直接后果就是文化全球化。对外开放构成了中国与外部世界的互动关系,它意味着中国文化已经不再是一个封闭自足的体系,而是成为了处于开放和互动的全球化文化网络的一个组成部分。在文化全球化的语境中,外部世界必然会对当代中国文化产生重要的影响和作用,它反映在诸多方面。其中一个重要方面就是当代中国文化的发展变动与世界潮流的同步。正如吉登斯所言,全球化可以被定义为远距作用,即全球化不断强化的趋势和瞬间全球通信以及公众交通联系在一起。数字出版业一个最重要的特性就是数字技术导致文化资源的全球共享,这对中国数字出版业而言,是一个巨大的机遇,因为这意味着

① (英)戴维·赫尔德等:《全球大变革:全球化时代的政治、经济与文化》,社会科学文献出版社2001年4月出版。

着中国的出版业可以在全球数字出版技术的浪潮中进行资源重组和产业布局,抢占行业发展制高点,从而促进整个中国出版业的新飞跃;同时,这也是中国出版业面临的一个巨大挑战,因为中国出版业的改革发展面临着一系列历史和现实的问题,数字出版技术在全球发展的迅猛趋势及其对中国出版业的影响尚未被国内出版业充分认识,重视程度有待进一步提高,历史遗留问题有待进一步解决,发展举措有待进一步完善。

2011年10月15日—18日召开的中共中央第十七届六中全会,专题研究了深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展、大繁荣的重大问题,这是继1996年十四届六中全会讨论思想道德和文化建设问题之后,中央决策层再一次集中探讨文化课题,其战略部署和文化意义不言而喻。从大会发表的公报可以看出,这是党中央关注全球化背景下社会主义文化建设的一次非常重要的会议。公报指出,要深入贯彻落实科学发展观,坚持社会主义先进文化前进方向,以科学发展为主题,以建设社会主义核心价值体系为根本任务,以满足人民精神文化需求为出发点和落脚点,以改革创新为动力,发展面向现代化、面向世界、面向未来的、民族的、科学的、大众的社会主义文化,培养高度的文化自觉和文化自信,提高全民族文明素质,增强国家文化软实力,弘扬中华文化,努力建设社会主义文化强国。^①其中的三个“面向”,应该就是基于文化全球化的角度考虑的。从中国数字出版业的特质来看,其与十七届六中全会的精神是高度契合的。因此,在文化全球化视野下发展中国数字出版业,既是一个全新的课题,也是中国出版业乃至国家文化事业未来健康发展的题中应有之义。

1.1.3.1 发展数字出版业是文化强国战略的必然要求

党的十七届六中全会提出了建设文化强国的宏伟目标。按照实现全面建设小康社会奋斗目标新要求,到2020年,我国文化改革发展奋斗目标是:社会主义核心价值体系建设深入推进,良好思想道德风尚进一步弘扬,公民素质明显提高;适应人民需要的文化产品更加丰富,精品力作不断涌现;文化事业全面繁荣,覆盖全社会的公共文化服务体系基本建立,努力实现基本公共文化服务均等化;文化产业成为国民经济支柱性产业,整体实力和国际竞争力显著增强,公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成;文化管理体制和文化产品生产运营机制充满活力、富有效率,以民族文化为主体、吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局进一步完善;高素质文化人才队伍发展壮大,

^① 《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,新华社2011年10月25日电。