



现代出版学研究丛书

现代出版学概论

庞沁文 主编



中国书籍出版社
China Book Press



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLISHING FUND PROJECT

现代出版学研究丛书

现代出版学概论

庞沁文 主编



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目(CIP)数据

现代出版学概论 / 庞沁文主编. — 北京:
中国书籍出版社, 2015.3

(现代出版学研究丛书 / 魏玉山主编)

ISBN 978-7-5068-4702-5

I. ①现… II. ①庞… III. ①出版学—概论 IV. ①G230

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第007728号

现代出版学概论

庞沁文 主编

责任编辑	毕磊 南恒轩
责任印制	孙马飞 马芝
封面设计	楠竹文化
出版发行	中国书籍出版社
地 址	北京市丰台区三路居路 97 号(邮编: 100073)
电 话	(010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)
电子邮箱	eo@chinabp.com.cn
经 销	全国新华书店
印 刷	北京温林源印刷有限公司
开 本	880毫米×1230毫米 1/16
印 张	38.75
字 数	558千字
版 次	2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5068-4702-5
定 价	69.00 元

总序

出版学研究要为出版改革发展服务

现代出版学研究丛书(一套五本)即将出版了,作为这一套丛书的负责人,终于可以松一口气了。这套书是国家哲学社会科学基金资助课题“出版学学科体系(与教材建设)研究”的成果之一。研究课题2005年立项,历时8年于2013年4月通过专家评审,顺利结项。但是与课题研究配套的教材编写却颇费周折,在国家出版基金办公室的资助下,教材以研究丛书的形式出版,也算是对整个课题有一个比较圆满的交代了。

出版学是一门年轻的学科。不仅比文学、史学、经济学等年轻,就是与新闻学、传播学等相比也很年轻。说它年轻是因为它形成的时间比较短,从1931年我国著名文献学家杨家骆在《图书年鉴》中提出出版学的概念至今不足百年,而我国的出版学研究真正起步是在改革开放以后,我国以出版学命名的图书是在20世纪80年代才出版的。在国外,出版学作为一个学科的起步时间也不早。1963年韩国学者安春根出版了《出版概论》,开始从学术的角度研究出版,1967年,日本学者清水英夫在《读书人》杂志发表了《建立出版学的可能性与必要性》,1972年出版了《现代出版学》一书,开始把出版学作为一门学科来构建。由于这一学科起步比较晚,所以其研究成果不足,教育界、学术界对其认识也不足,时至今日仍然有一些人认为出版无学也就不足为奇了。

出版学是一门独立的学科。它有区别于其他学科的独立的研究对象,有特有的概念、原理和范畴,有独特的知识体系和知识构成。它虽然与传播学、

管理学、文化学、图书馆学等有密切的关系，但是又不同于其他各学科。出版学之所以出现比较晚，是因为出版业作为独立的产业，作为一项重要的社会事业被大家关注较晚。

出版学是应用之学、实践之学、行业之学。出版学与文史哲等学科不一样，它是一门广泛运用于出版实践又紧随出版实践不断丰富与发展的应用科学。最近 30 多年来，中国出版业乃至世界出版业，都出现了新一轮的发展高潮，体制改革不断深化，新技术应用越来越广泛，金融资本的渗透越来越加剧，一方面呼唤出版理论支撑并为出版学的发展提供了丰富、鲜活的素材，一方面现有的理论又不能回答现实的许多关切；一方面需要有大批的具有专业知识的人才投身出版业，另一方面原有的教学体系包括教材又不能适应形势的需要。

为了总结出版改革与发展的实践经验，总结出版理论创新的成果，以便更好地服务于出版改革与发展，我主持申报了国家社会科学基金项目“出版学学科体系（与教材建设）研究”，目标是在多学科知识的基础上，以出版实践的理论升华为核心，形成自己特有的研究对象和研究方法，以及其他学科不可替代的学科内涵、概念、范畴和体系，对出版学科的课程体系予以明确，并编写部分核心课程的教材。通过研究，我们认为，出版学应当从新闻传播学、信息管理学等学科中划分出来，成为与新闻学、传播学并列的同一级学科。

随着出版学研究不断深入，出版学开始作为一门学科在许多高等学校设立，公开发表的出版学研究论文不可胜数，公开出版的出版学论著也颇为可观，出版学的学科地位正在逐渐得到有关方面的认可。1997 年国务院学位委员会和国家教育委员会颁布的《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》所设的 12 个学科门类、88 个一级学科、382 个二级学科中，出版学并不在其中；1998 年教育部修订颁布的《普通高等学校本科专业目录》将“编辑出版学”作为“新闻传播学”之下的二级学科；2010 年 9 月，国务院学位委员会发布关于下达 2010 年新增硕士专业学位授权点的通知，中国传媒大学、北京印刷学院等院校成为出版专业硕士授权点；2011 年教育部将出版正式列

入《专业学位授予和人才培养目录》。由此可见，出版学的学科地位正在由不明确逐渐走向明确（当然，时至今日，出版学依然没能与图书情报与档案管理、新闻传播学等并列成为独立的一级学科，出版学的学科体系也不十分明晰，各高校出版学专业的课程设置也比较随意，没有达到相对的统一，这在一定程度上影响了出版人才的培养与出版学理论研究的进一步深入）。

作为课题的重要组成部分，编写核心教材是我们的任务。经过多次的研讨，我们认为出版学、编辑学、数字出版学、出版法规、出版史等有关方面的知识，是出版教育的核心知识，为此我们组织中国新闻出版研究院及有关院校的中青年学者、教师共同承担这些核心教材的编写任务，由于这几本书带有探索性质，与正式教材不同，我们称之为现代出版学研究丛书。我们力求做到具有集成性、系统性、创新性、实用性、形象性，适应时代发展的需要，在一定程度上代表最新的出版科研水平，但是由于作者水平有限及客观条件的限制等原因，其结果与初衷定会有不小的差距，不妥之处衷心希望广大读者给予批评指正，以便我们将来修订再版时加以改正。

现代出版学研究丛书于2014年2月获得了国家出版基金的资助，可见国家出版基金办及评审专家对出版基础理论的研究是高度重视的，借本套丛书出版之机，谨向他们致以诚挚的谢意，并向所有支持、关心、参与本套丛书编写、审稿、出版的同志们表示真诚的感谢。

中国新闻出版研究院 魏玉山

2015年4月16日

目录

总 序	001
第一编 现代出版学基础理论	001
第一章 出版学基础	003
第一节 出版学的研究对象	003
第二节 出版学的研究内容	007
第三节 出版学的学科性质	013
第四节 出版学的学科体系	015
第五节 出版学的相关学科	018
第六节 出版学研究的方法	023
第七节 出版学研究的意义	028
本章小结	030
思考与练习题	030
参考文献	031
第二章 出版及出版的基本规律	032
第一节 出版的定义	032
第二节 出版的分类	037
第三节 出版的五大要素	046
第四节 出版过程及出版过程的四大环节	050
第五节 出版的基本问题与基本规律	054
本章小结	058
思考与练习题	059
参考文献	060
第三章 出版方针、原则与理念	061
第一节 出版的方针	061
第二节 出版的原则	065

第三节 出版的理念	068
第四节 出版的社会效益与经济效益	071
本章小结	074
思考与练习题	075
参考文献	075
第二编 出版的构成要素及相互关系	077
第四章 出版人与出版组织	079
第一节 出版人	079
第二节 出版组织	091
本章小结	096
思考与练习题	096
第五章 出版人与社会	097
第一节 社会的含义及构成	097
第二节 出版人与社会的关系	101
第三节 出版与经济、政治、文化的关系	107
第四节 出版与科学技术	112
第五节 出版资源的开发	117
本章小结	120
思考与练习题	121
第六章 出版人与作者	122
第一节 作者的含义与分类	122
第二节 出版人与作者的关系	127
第三节 出版人与作者的合作	132
本章小结	137
思考与练习题	137
第七章 出版人与出版物	138
第一节 出版物的内涵与外延	138
第二节 出版物的六种形态	143

第三节 出版物的发展趋势	159
本章小结	162
思考与练习题	163
第八章 出版人与受众	164
第一节 受众的内涵与分类	164
第二节 受众理论在出版中的应用	171
第三节 受众与出版人的关系	176
本章小结	179
思考与练习题	180
第三编 出版的过程	181
第九章 编辑与校对	183
第一节 编辑	183
第二节 校对	203
本章小结	210
思考与练习题	210
参考文献	211
第十章 整体设计与复制	212
第一节 出版物整体设计	212
第二节 复制	227
本章小结	239
思考与练习题	239
参考文献	240
第十一章 出版物发行	241
第一节 出版物发行主体	241
第二节 出版物发行渠道	246
第三节 出版物发行方式	252
第四节 出版物发行机制	259
本章小结	263

思考与练习题	264
参考文献	264
第十二章 出版反馈	266
第一节 出版反馈的含义与作用	266
第二节 出版反馈信息的内容	269
第三节 获取出版反馈信息的方式	272
本章小结	276
思考与练习题	277
参考文献	277
第四编 出版管理	279
第十三章 出版管理概述	281
第一节 出版管理的含义与分类	281
第二节 出版宏观管理的内容与手段	288
第三节 出版微观管理的内容与手段	293
本章小结	310
思考与练习题	311
参考文献	312
第十四章 出版单位的管理	313
第一节 出版的计划管理	314
第二节 出版财务管理	324
第三节 内容质量管理	344
第四节 出版人力资源管理	398
第五节 出版管理信息系统	410
第六节 出版品牌管理	422
第七节 出版的经验管理、制度管理与文化管理	432
第八节 出版核心竞争力	456
本章小结	464
思考与练习题	467

参考文献	468
第十五章 出版集团的管理	470
第一节 出版集团的管控模式	470
第二节 出版集团的资本运营	477
本章小结	490
思考与练习题	491
参考文献	491
第五编 出版市场营销	493
第十六章 出版市场与出版市场营销	495
第一节 出版市场的含义及基本模式	495
第二节 出版营销的含义与作用	511
第三节 出版营销观念的演变	519
本章小结	526
思考与练习题	528
参考文献	528
第十七章 出版市场细分与目标市场选择	530
第一节 出版市场细分	530
第二节 出版目标市场选择	544
本章小结	555
思考与练习题	555
参考文献	556
第十八章 出版市场营销组合	557
第一节 出版市场营销组合概述	557
第二节 市场营销组合理论在出版业的应用	564
本章小结	599
思考与练习题	600
参考文献	601
后 记	603

现代出版学概论

XIANDAI CHUBANXUE GAILUN



第一编

现代出版学基础理论

第一章 出版学基础

第二章 出版及出版的基本规律

第三章 出版方针、原则与理念

第一章 出版学基础

本章提要

目标：通过本章的学习，了解关于出版学研究对象的各种观点，帮助受众从系统论角度认识出版学研究对象；了解出版学的研究内容；把握出版学的学科性质、学科体系和相关学科，对出版学学科体系和学科归属有一个初步的认识；掌握出版学研究的方法，提高对出版学研究重要意义的认识，并学会用这些方法研究出版现实问题，从而初步了解出版学学科的基本理论框架。

重难点：出版学的研究对象；出版学的研究内容和相关学科；出版学的研究方法

当前，我国出版业高速发展，正在成为现代文化产业、创意产业和信息产业的核心部分，成为文化软实力的重要组成部分和支柱产业。同时，过去粗放式发展方式所掩盖的深层次矛盾开始显露，出版产业的外部环境也发生了巨大变化，这使我国的出版业面临着巨大的挑战和重大的机遇。抓住机遇、迎接挑战，是现代出版人的职责。出版实践的进步需要出版理论的指导，本章主要对出版学学科理论的基本框架进行阐述。

第一节 出版学的研究对象

研究对象是人们从事科学研究时作为认识目标的事物与客体，它与研究内容、科学定义密切相关。出版学的研究对象，是出版学基础理论研究的重要内容，一直都是出版学的研究重点。



一、关于出版学研究对象的各种观点

关于什么是出版学的研究对象,研究者们提出了各种观点和见解,这些观点大致可以分为五类。

(1) 规律说。很多学者主张出版学的研究对象应是出版规律。他们认为,出版学是研究出版活动的内在规律、出版各个环节之间的联系以及出版所产生的社会影响、出版发生发展的历史以及对人类文明的作用的学科。许力以在《中国大百科全书·新闻出版》的卷前长文“出版和出版学”中提出:“出版学是研究出版规律的科学,是研究出版的历史、社会作用的科学。”^①叶再生也认为,编辑出版学的研究对象“是知识信息的整理、交流和积累的规律,书刊编辑、制作和销售的规律,充实人们的精神生活、提高和美化人们的物质生活的规律,编辑出版的体系结构、经营管理,以及它们的基本工作方法的规律”^②。袁亮也持这种观点,他在《出版学概论》中指出:“出版学的研究对象可以表述为:出版学是研究出版物、出版工作的性质、功能和发展规律的学科。”^③张志强也认为:“出版学是研究出版的形成与发展以及探讨出版工作规律的社会科学。”^④

(2) 矛盾说。持这种观点的研究者试图从特定事物所具有的特殊矛盾来确定出版学的研究对象,但关于什么是出版领域的特殊矛盾,研究者持有不同观点。彭建炎认为:“出版物的生产和流通的矛盾是出版领域特有的矛盾,是出版学的研究对象。”^⑤罗紫初等认为:“出版学的研究对象应是出版物商品供求矛盾。”^⑥师曾志认为:“出版学的研究对象指的是社会信息的复制与传播之间的矛盾。”^⑦庞沁文认为:“出版人与出版物的关系问题是出版学的

① 许力以.出版和出版学[A]//中国大百科全书编委会.中国大百科全书·新闻出版卷[C].北京:中国大百科全书出版社,1990:8.

② 叶再生.编辑出版学概论[M].武汉:湖北人民出版社,1988:1.

③ 袁亮主编.出版学概论[M].沈阳:辽宁教育出版社,1997:14.

④ 张志强主编.现代出版学[M].苏州:苏州大学出版社,2003:16.

⑤ 彭建炎.出版学概论[M].长春:吉林大学出版社,1992:68.

⑥ 罗紫初,吴赞,王秋林.出版学基础[M].太原:山西人民出版社,2005:11.

⑦ 师曾志.现代出版学[M].北京:北京大学出版社,2006:37.

基本问题。具体地说,出版人如何出版出版物的问题又可分为为什么出、出什么、如何出三大问题。”^①

(3) 文化现象说。持该观点的学者们认为,出版学的研究不应局限于出版领域,而应将社会文化现象作为出版学的研究对象。例如,边春光在《出版词典》中认为,出版学是“把出版作为一种社会文化现象进行研究的学科”^②。日本学者清水英夫认为:“出版学,简单地说,就是把‘出版’作为社会现象,给予科学地研究并使之系统化,成为一门独立的学科。”^③韩国学者李钟国指出,在韩国“对出版学研究对象的认识,首先由创建韩国出版学会的安春根先生提出,他认为:出版学应把出版作用与社会机能及影响作为主要研究对象”^④。

(4) 出版要素及其关系说。持此观点的研究者们认为,出版活动由各种具体要素构成,如果要掌握出版活动规律,就要研究各种出版要素及其相互关系。余敏在《出版学》中指出,出版学的研究对象“主要有以下几方面:出版物、读者和受众、出版过程、出版队伍、出版物市场、出版组织管理体系”^⑤。赵航认为:“‘出版学’的重心无疑应放在把精神成果物化为物质产品的全过程之中。凡是对这一过程起作用、有影响的内涵与外延都应在这门学问之内,其他则为余赘。”^⑥林穗芳也认为:“出版学就是研究读者、出版物、出版业及其相互关系以揭示出版的规律和社会作用的综合性社会科学。”^⑦

(5) 出版活动说。持该观点的学者们认为,出版学是研究人类出版活动的产生、发展及其理论和实践的学科。如高斯认为,出版学“是研究‘出版’这一社会活动发展规律的科学”“出版学的任务,是从宏观到微观,对出版活动的历史和现状进行分析研究,找出其中的种种规律性,从理论上加以概括,

① 庞沁文.现行出版学概论教材存在的问题及解决对策[J].出版发行研究,2007(2):18.

② 边春光主编.出版词典[M].上海:上海辞书出版社,1992:3.

③ 清水英夫.现代出版学[M].沈洵澧,乐惟清译.北京:中国书籍出版社,1991:1.

④ [韩]李钟国.韩国出版学研究回顾与展望[J].出版发行研究,2002(5):19.

⑤ 余敏主编.出版学[M].北京:中国书籍出版社,2002:25~26.

⑥ 赵航.论出版学界说[J].编辑学刊,1992(2):21.

⑦ 林穗芳.明确“出版”概念,加强出版学研究[J].出版发行研究,1990(6):20.



建立一个相对完整的理论体系”。^①宋原放指出：“出版学是人类长期从事出版工作实践经验的总结和理论概括。”^②张涵和苗遂奇在《现代出版学导论》中对“出版活动说”进行了新的表述，他们认为：“现代出版学是对现代出版及其传播活动的整体属性、功能和规律进行综合研究的一门学科。”^③

上述观点虽然不完全相同，但是也存在共同点。第一，要以出版活动为研究对象，有些还具体指明要以出版物和出版业为研究对象。第二，需要探索和揭示出版活动的规律，有的认为要从微观层面研究出版内部各个环节的相互关系，有的则认为要从宏观层面研究出版与社会的互动关系。总之，以上这些观点都颇有见地。

二、从系统论角度看出版学的研究对象

参考上述观点，我们认为，出版学的研究对象是出版系统及其矛盾运动规律。理由如下。

第一，确定出版学的研究对象，需要系统地看待出版活动。包括人类社会在内的一切事物都处于一个统一运转的系统之中，这要求我们从整体的、系统的角度去看待出版学的研究对象。著名科学家钱学森曾指出：“把极其复杂的研制对象称为‘系统’，即由相互作用和相互依赖的若干组成部分结合成的具有特定功能的有机整体，而且这个‘系统’本身又是它所从属的一个更大系统的组成部分。”^④钱学森的这段话给了我们重要启示，即出版学的研究对象不是别的，正是出版系统本身。

第二，出版学的研究对象应该是能够反映出版活动本质特征的特殊矛盾。一门学科的研究对象，是客观世界发展过程中的某一阶段，或者是客观世界发展中的某一运动形式。不同阶段、不同运动形式，有着各自不同的特殊矛盾，

① 高斯.出版学[A]//边春光主编.编辑实用百科全书[C].北京:中国书籍出版社,1994:150.

② 宋原放.关于出版学的对象和任务[J].出版发行研究,1985(1):2.

③ 张涵,苗遂奇.现代出版学导论[M].北京:中国书籍出版社,2009:6.

④ 钱学森,许国志,王寿云.组织管理的技术——系统工程[J].上海理工大学学报,2011(Vol.33, No.6):521.