



数字时代图书馆学情报学研究论丛 (第二辑)

出版学研究进展

■ 方 卿 主编

Progress In Research on Publishing Science



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS



数字时代图书馆学情报学研究论丛 (第二辑)

G230
13

G123
13

出版学研究进展

■ 主 编 方 卿

■ 副主编 黄先蓉 朱静雯 徐丽芳

Progress in Research on Publishing Science



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

出版学研究进展/方卿主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2010. 9
数字时代图书馆学情报学研究论丛. 第2辑
ISBN 978-7-307-08174-1

I. 出… II. 方… III. 出版工作—理论研究 IV. G230

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 179043 号

责任编辑: 辛 凯 责任校对: 刘 欣 版式设计: 马 佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 荆州市鸿盛印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 30.5 字数: 435 千字 插页: 2

版次: 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-08174-1/G · 1800 定价: 56.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

近几年来出版学基础理论研究情况综述

..... 罗紫初 吴亮芳 杨 欢 (1)

编辑学五年 (2006—2010) 吴 平 黄 星 (24)

我国出版业的产业经济研究述评

..... 张美娟 何国军 周 瑜 (43)

近五年来我国出版营销研究进展 (2006—2010)

..... 方 卿 许 洁 (74)

中国出版业“走出去”战略研究综述 姚永春 马清燕 (130)

“十一五”期间版权贸易研究进展 王 清 杨 威 (159)

2006—2010 年数字出版研究进展

..... 徐丽芳 方 卿 邹 莉 丛 挺 (199)

2006—2010 年中国出版体制改革研究综述

..... 朱静雯 胡誉耀 刘志杰 (275)

2005 年以来我国出版业资本运营研究述评

..... 徐建华 梁浩光 (347)

我国出版法制建设的研究进展 (2006—2010)

..... 黄先蓉 刘玲武 (375)

近五年 (2006—2010) 出版教育研究述评

..... 肖 超 张志强 (398)

2006—2010 年中国出版史研究综述

..... 范 军 (429)

近几年来出版学基础理论研究情况综述

罗紫初 吴亮芳 杨 欢

(武汉大学信息管理学院)

【摘 要】 作为出版学知识体系重要组成部分的出版学基础理论研究,也随着出版研究的整体发展越来越引起国内外出版界人士的广泛关注。近几年来,研究者们重点对出版学的研究对象、出版学的学科体系、出版学与编辑学的关系、出版专业教育等方面进行了探讨。本文即从四个方面对这些出版学基础理论重点内容的研究探讨情况进行综合评述。

【关键词】 出版学 基础理论 研究状况 综述

A Review of the Basic Theory of Publishing Science in Recent Years

Luo Zichu Wu Liangfang Yang Huan

(School of Information Management, Wuhan University)

【Abstract】 As an important part of the publishing knowledge system, the publishing basics theory is widely concerned by more and more publishing researchers with the general development of publishing research. In recent years, the researchers mainly examined the research object of the publishing science, the disciplinary system of publishing science, the relationship between the publishing science and the editing



subject science, the specialized education of publishing and so on. This article is just based on the four aspects, to comprehensively summarize on the research status of publishing science's important basic theories.

【Keywords】 publishing science basic theories research status review

从 21 世纪头十年的中期开始,我国的出版学研究有了进一步的发展。以中国出版科学研究所、中国编辑学会、中国图书商报等机构带头组织的全国性出版理论研讨会十分活跃,《出版科学》、《出版经济》、《编辑学报》、《电子出版》等一批高质量出版学术刊物的创办使出版科研园地大为拓展,大批教材、学术专著及研究文集的出版,如北京大学出版社 2006 年出版师曾志的《现代出版学》、浙江大学出版社 2007 年出版李新祥的《出版传播学》、首都师范大学出版社 2007 年出版仓理新的《书籍传播与社会发展——出版产业的文化社会学研究》、湖南师范大学 2008 年出版易图强的《出版学概论》、湖南大学 2008 年出版罗紫初的《编辑出版学导论》、中国社会科学出版社 2009 年出版吴贇的《文化与经济的博弈》等,使此期间出版研究呈现出硕果累累的景象。无疑,上述出版学理论研究的种种发展,将使人们对出版实践的认识更为丰富,也会使出版学理论体系的建立不断完善。

作为出版学知识体系重要组成部分的出版学基础理论研究,也随着出版研究的整体发展越来越引起国内外出版界人士的广泛关注。中外学者对出版学基础理论的探索,主要集中在以下几个方面。下面分别对其进行简要描述与评价。

1 关于出版学研究对象的探讨

对出版学研究对象的探讨,作为出版学基础理论研究的基本内容,在出版学理论研究的任何时期,都是一个重点的研究方向。

此前,大量的研究者对出版学研究对象的探讨,大体形成以下

五类观点：

一是规律说。持此类观点的学者，将出版学的研究对象确定为出版领域的有关规律，但究竟以何种规律作为出版学的研究对象，各位学者又有着不同的看法。有的主张：“出版学是研究出版工作及其发展规律的科学。出版工作包括编辑出版、印刷、发行以及出版物资供应、出版管理等各项工作，出版学就是在对这些工作进行综合研究的基础上建立起来的。”^① 有的则认为：“出版学是研究了解与掌握出版规律的科学，是研究出版历史及其对社会所发生作用的科学。”^② 还有的认为：“出版学研究编辑后续工序中的规律和本质。”^③ 其研究对象的含义则更为狭窄了。

二是矛盾说。持此类观点的学者，根据毛泽东同志的论断：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所持有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”^④ 试图从科学对象所具有的特殊矛盾性上来确定出版学的研究对象。然而对于什么是出版领域的特有矛盾，各位学者却有着不同的理解。彭建炎主张：“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 林岳生则认为：“出版发行领域的特有矛盾，是出版发行活动的社会效益与经济效益的矛盾。”^⑥

三是文化现象说。持此类观点的学者，认为出版学的研究不应局限于出版发行领域，而应将社会科学文化现象作为研究对象。持

① 孙树松，林人．中国现代编辑学辞典 [M]．哈尔滨：黑龙江人民出版社，1991：2．

② 中国出版科学研究所．出版科研论文选粹 [M]．杭州：浙江教育出版社，1992．

③ 高斯，洪帆．图书编辑学概论 [M]．南京：江苏教育出版社，1989：9．

④ 毛泽东．毛泽东选集 [M]．北京：人民出版社，1972．

⑤ 彭建炎．出版学概论 [M]．长春：吉林大学出版社，1992：68．

⑥ 林岳生．图书发行学研究对象的研究 [J]．图书发行研究，1992（3）．



此类观点者，当以日本学者清水英夫为代表。他认为：“出版学是把出版作为社会文化现象科学地进行调查研究的学问。与作为传播学的新闻学有类似性，但研究对象不一定以作为大众媒介的出版为限。在与出版有关的研究领域，从来就有书志学、书籍学、图书馆学、读书学、印刷学，要把它们加以综合，并借助邻近的学科就出版的功能、过程、效果等问题从历史和现实的角度加以阐明。”^①

四是出版要素及其关系说。持此类观点的人认为，出版发行活动是由各种具体要素构成的，要掌握出版发行活动的规律就要对各种出版要素及其相互关系进行研究。林穗芳是持此观点的代表。他在“明确‘出版’概念，加强出版科学研究”一文中指出：“出版学的研究对象包含3个主要成分：①读者（阅听人）——出版工作的服务对象和出发点，他们既是阅读出版物的社会主体，又是作者、出版者和出版物施加影响的社会客体；②出版物——出版者用以为读者服务的主要产品；③出版业——实现出版物编辑、制作和传播过程的人员和组织。”因此，他给出版学下的定义是：“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。”^② 叶再生在其所著的《编辑出版学概论》一书中也提出：“出版学的研究对象是书刊出版的技术、经济、版式工艺，以及书刊出版过程中各环节、各工序间相互关系的内在联系和规律。”^③

五是出版活动说。持此种观点的学者主张出版学的研究对象是具体的出版活动，包括出版活动的历史、出版活动的组织以及出版活动对社会的影响等。如《编辑实用百科全书》认为：“出版学是一个新开拓的学术领域，它的研究对象，除了实体（图书）的出版活动之外，还涉及数千年之久的图书出版发行历程，图书出版形

① 平凡社·大百科事典第7卷[M]。日本：平凡社，1985。

② 中国出版科学研究所·全国首届出版科学学术讨论会论文选集[M]。重庆：重庆出版社，1987：101，106。

③ 叶再生·编辑出版学概论[M]。武汉：湖北人民出版社，1988：4，5。

态在各种不同条件下的演变，以及出版作为一种规模性的事业对全社会产生的影响。”^①

近五年来的研究，结合新时期出版产业发展的新特点，在表述上进行了一些新的归纳，但从本质上讲，对出版学研究对象的认知仍未脱离上述五类观点的范围。

苗遂奇在“现代出版学刍议”一文中提出：“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。现代出版的整体属性主要表现在四个方面：一是文化属性；二是产业属性；三是工程属性；四是科技属性。出版的功能则可表现为存储文化、传播文化、创新文化、塑造人类社会等诸多方面。它的规律则是遵循文化创造与传播规律、产业运作与市场规律、科技创新与审美规律等。”^②不难看出，作者主张出版学是对出版活动的属性、功能、规律进行探讨，实质上是出版活动说新的表述。

罗紫初在《编辑出版学导论》一书中对前述五类观点进行了新的评述：“持规律说者将出版学的研究对象确定为出版领域的有关规律，我们认为这是将研究目的误认为研究对象。探讨出版活动的各种规律，是出版学研究的目的，而不是出版学研究的对象；持文化现象说者将出版学的研究对象概括得过于宽泛，没有将出版学的本质特征揭示出来。将文化现象作为研究对象的学科实在太多，况且，出版也并非是一种纯粹的文化现象；持出版要素及其关系说者以及持出版活动说者都是将出版学的具体研究内容看成是出版学的研究对象，对出版学研究的描述过于具体且不是很准确。因此，我们赞成从科学对象所具有的特殊本质，也即从特殊的矛盾性上来确定出版学研究对象的主张。然而，我们却不赞成彭建炎和林岳生的意见。出版物的生产和流通，作为出版活动的两个主要环节，在大多数情况下是不矛盾的，并且，出版物的产、销矛盾还要受供求

① 中国出版科学研究所. 编辑实用百科全书 [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1994: 150, 161.

② 苗遂奇. 现代出版学刍议. 大学出版 [J]. 2009 (3).



市场的制约,充其量也只是供求矛盾的一部分,所以,将出版物的生产和流通的矛盾当成出版学的研究对象,其理由是不充分的。出版发行活动中的经济效益与社会效益的矛盾,实际上在任何领域都存在,而且,经济效益与社会效益的矛盾在出版发行领域并不具有普遍性,通过经济效益与社会效益矛盾的研究是很难达到掌握出版发行活动基本规律的目的。所以,出版发行中的经济效益与社会效益的矛盾,也不应成为出版学的研究对象。”^①同时,对自己所主张的“出版学的研究对象应是出版物商品供求矛盾”进行了新的更为全面的阐释:“由于出版物商品供求矛盾是出版领域所特有的矛盾,它能反映出版活动的本质特征;出版物商品供求矛盾是出版领域最主要的矛盾,它能反映出版活动的基本状况;出版物商品供求矛盾普遍存在于出版物再生产过程之中,它能全面反映出版活动中的各种经济关系。所以,研究出版物商品供求矛盾,就能把握出版活动的规律。”^②

张志强在“二十年来的出版学概论著作评述”一文中,将二十年来学者们论述出版学研究对象的观点归纳为四类:矛盾说、文化现象说、规律说、出版要素说,在——举例介绍了各类观点后指出:“可见,出版学概论著作中对出版学研究对象的认知还存在着较大分歧。但是,矛盾说和规律说仍占主流。”^③

2 关于出版学学科体系的探讨

出版学由哪些分支学科构成,也是出版学学科理论中一个无法

① 罗紫初. 编辑出版学导论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008: 54.

② 罗紫初. 编辑出版学导论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008: 56.

③ 张志强. 二十年来的出版学概论著作评述 [J]. 中国出版, 2008 (6): 19.

回避的问题。张志强将学者们对出版学学科体系的认识分类进行了归纳：一是将出版学分为三类学科：理论出版学、业务和技术出版学、应用出版学；二是将出版学分为三大部分：理论出版学、应用出版学、出版史学；三是将出版学学科体系描述成树状结构；四是将出版学分为五类学科；五是将出版学学科体系分为四个部分。他主张：“无论是将出版学分为三类学科、五类学科，还是将出版学分为三大部分、四大部分，出版理论、出版实务、出版史三大部分仍然是出版学学科体系中必不可少的部分。对出版学学科体系的划分，应该更为简约，而不是趋向于复杂。”^①

易图强在《出版学概论》中提出：“出版学的学科体系包括四大部分：出版学学科概貌、出版学原理、出版业务和出版前景展望。出版学学科概貌部分主要从学科建设和学术史的角度来进行阐述，出版学学理部分主要从理论上探讨出版功能、出版物等内容，出版业务部分具体内容包括出版物编辑工作、出版物市场营销等，出版前景展望部分是对出版活动的发展趋势、前景的展望。”^②

罗紫初在其新著《编辑出版学导论》中，首先对出版学分支学科的概念内涵进行了阐释：“所谓出版学的分支学科，即指从某一特定角度、某一特定侧面探讨出版物商品供求矛盾的发展变化规律，其成果能共同构成对出版学研究对象整体认识的学科。构成出版学的分支学科必须具备一定的条件：一是形成了一个相对独立的知识体系，二是其研究对象与出版学研究对象紧密相关，三是其研究成果能构成对出版学研究对象的整体认识。”然后，根据这些条件对出版学的分支学科进行了阐述：“出版学的学科体系，应由五类分支学科组成：一是探讨出版活动基本原理与一般规律的学科，如出版概论、出版美学、出版经济学、出版文化学、出版社会学、比较出版学、中外出版史等；二是研究出版活动构成要素的学科，如图书学、出版企业管理学、出版信息学、读者学等；三是研究出版

① 张志强. 二十年来的出版学概论著作评述 [J]. 中国出版, 2008 (6): 19.

② 易图强. 出版学概论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008.



物生产流通过程的学科,如编辑学、发行学、出版物制作学、市场营销学、书刊储运学、书评学等;四是研究出版活动环境的学科,如出版物市场学、出版法学、出版业宏观管理学等;五是研究出版活动的组织技术与方法的学科,如出版财务学、出版统计学、出版业计算机应用、出版物的分类与编目、出版网络技术。”^①

李新祥在“试论出版学的学科体系”一文中提出了按出版物形态来设置应用出版学的主张,即在出版学这一母学科下,设置理论出版学、出版史学、图书出版学、期刊出版学、报纸出版学、音像与电子出版学、网络与手机出版学七个子学科。并且详细地论证了这样做的好处有:“^①有效避免子学科交叉重复。不同的出版物形态,其出版原理自有不同,比如同属平面出版物的书、报、刊,其编辑、印刷、发行业务尽管有相同之处,但也大不一样。图书编辑学、杂志编辑学和报纸编辑学同时存在,就可证明三种出版现象的不同。同理,三者的发行业务也不尽相同。音像与电子出版、网络出版的基本原理与平面出版物的出版原理有本质不同,编辑、复制、发行诸环节也不一致,因此,对它们的研究应独立自主。再说,共性的东西可以在普通出版学中研究,应用出版学则可以着重研究个性的出版主题。已有的编辑学也好,发行学也好,主要内容其实是图书编辑学和图书发行学,不如整合到图书出版学的范畴。要建构涵盖所有出版物形态的普通编辑学和普通发行学,难度很大。即使建构出来了,也难免留有图书的烙印,于报刊及其他形态的出版指导意义并不强。与其如此,不如按照出版物形态来发展应用出版学,基础的理论出版学应该先搞好普通出版学。^②有利于提高出版学专业教育的有效性。所谓出版学专业教育的有效性,就是要通过出版学课程的认真学习和严格训练,使学生的某一种或某几种出版物形态的出版能力(含采访、创作、策划、编辑、制作、校对、发行等多种能力)发生显著的变化。要求出版专业学生的出

^① 罗紫初. 编辑出版学导论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008: 59.



版能力与非出版专业学生的出版能力，无论是量上还是质上，都应有较大的差距——就像艺术专业本科生的艺术创作和欣赏能力一般比非艺术专业的本科生要高出很多。从而，真正提高学生的出版水平，显示出版专业学生专业性、职业性的技能特征，进而赢得较强的就业竞争优势。按照出版物形态来发展应用出版学，有助于学生明确兴趣和专业定位。通过四年的学习，切实掌握某一种或某几种出版物的出版技能，就业的路子反倒可以宽阔一些。基于此，自然有助于出版学专业教育的课程建设和高校出版学教育特色的培育。反观国外出版教育，基本上也是针对特定形态的出版物展开的。”^①

除此之外，随着出版发行实践的进一步发展以及出版学理论研究的不断深入，目前还较零碎的某些方面的知识，也会形成较系统的知识体系，形成许多新的分支学科，如出版资源学、出版人才学、版权贸易学、书刊推销学、出版网络学等。这样，出版学学科体系将更为庞大。

3 关于出版学与编辑学关系的探讨

出版学与编辑学的关系长期以来一直是学术界讨论的焦点和关注的话题，至今尚未有一致的结论。近期研究中有三种观点颇具代表性。

一是王和平从传播学的视野提出的出版学与编辑学互不隶属，二者是一种并列关系的主张。他在《从传播看编辑出版学学科名称的不合理性》一文中指出：“中国的编辑学和出版学如果不在传播学的观照下开展研究也不能不说是一大遗憾。只有站在传播的角度，我们才能科学、准确地认识和把握编辑和出版的关系，才能对

^① 李新祥. 试论出版学的学科体系 [J]. 科技与出版, 2009 (11): 73.



编辑出版学学科名称的不合理性作进一步的分析和论证。理清了出版与编辑的关系,就较容易分析编辑学和出版学的关系。我们认为,编辑学和出版学互不隶属,二者之间是一种并列的关系。事实上,编辑学研究范围绝不仅仅限定在出版领域,而是早已延伸到了出版领域之外的其他传媒领域。因此,编辑学不可能是出版学的分支。同样,由于出版学研究的不仅仅是出版领域的编辑活动,更有其他的诸如印刷、发行、营销、管理等活动,牵涉的内容广泛,因而出版学也不可能是编辑学的分支。专门研究出版领域编辑活动的学科是一种交叉学科,应该称之为出版编辑学,而不是编辑出版学。”^①

二是罗紫初提出的编辑学与出版学是部分与整体关系的主张。罗紫初在《编辑出版学导论》一书中,首先对出版理论界关于编辑学与出版学关系的认识进行了归纳:“理论界关于编辑学与出版学关系的认识,可大体分为四种类型:一是认为编辑学是出版学的一门分支学科;二是认为编辑学是出版学的相关学科;三是认为编辑学的研究范围比出版学要广,编辑学涵盖了出版学;四是认为编辑学与出版学不存在包容与涵盖之类的关系,编辑学是文化学的一个分支。”然后指出:“上述四类观点中,后三类观点是建立在两个认知误区之上的。一是在出版社处于单纯生产型时代所形成的‘编辑中心论’。随着出版社的转型,与市场相连接的其他出版环节重要性日益突出,一切以编辑为中心的运作思路也必须调整。二是认为出版有广义与狭义之分,而出版学中的‘出版’是狭义的,这种说法虽然很流行但却缺乏科学性。”^②同时,进一步强调:“编辑工作的核心地位,只有在出版活动中才能充分体现出来……这就是编辑学研究为什么在出版界异常火爆,而在其他领域却无人

① 王和平.从传播看编辑出版学学科名称的不合理性[J].出版发行研究,2009(8):24.

② 罗紫初.编辑出版学导论[M].长沙:湖南大学出版社,2008:63.

问津的根本原因”^①。在此基础上，罗紫初得出的结论是：“我们主张编辑学应该成为出版学的一门分支学科，编辑学与出版学的关系，是部分与整体的关系。”^②

三是吴贇提出的编辑学与出版学是交叉关系的主张。吴贇在“对编辑学与出版学关系的再思考”一文中提出，要正确认识和处理编辑学与出版学的关系，必须合理界定研究的逻辑起点——“编辑”和“出版”概念的内涵，应对“编辑”和“出版”进行层次对等的概念对应，而不应以广义的“编辑”概念去对应狭义的“出版”概念，或以广义的“出版”概念去对应狭义的“编辑”概念。对编辑学和出版学关系的考察，应适当参照编辑学与其他近邻学科的关系。编辑学与出版学的学科关系比较类似于编辑学与新闻学的关系。与出版活动中天然地存在编辑元素类似的是，新闻活动中也天然地存在信息的编辑、策划元素。然而为什么前者有关编辑学与新闻学的学科关系问题讨论得比较少，而编辑学与出版学的关系问题吸引了较多的注意力？其中的主要原因在于：发轫于20世纪初的新闻学已经形成了比较稳定的研究对象和知识框架，新闻学也研究新闻编辑活动和现象，对此编辑学界没有多大异议，因此，编辑学与新闻学的关系被定位为密切的近邻关系或交叉关系。而与此形成鲜明对照的是，出版学学科概念虽然早20世纪30年代即被提出，但出版学研究正式肇始于20世纪70年代末，基本上与编辑学研究同期起步，而且建立“现代编辑学”和“现代出版学”的目标又几乎同时被中国出版界、学界提出，因此，这两个学科的研究对象、知识版图自然发生了一些“碰撞”。我们在考察编辑学和出版学关系时，或许真应跳至局外，适当参照编辑学与其他近邻学科的关系。以此为前提，吴贇提出了自己对编辑学与出版学关系的主张：“编辑学与出版学不是从属关系，说二者是并列

① 罗紫初. 编辑出版学导论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008: 64.

② 罗紫初. 编辑出版学导论 [M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2008: 64.



或平行关系也不十分确切,而是‘你中有我、我中有你’的交叉关系。”^①

在探讨编辑学与出版学关系时,研究者对编辑出版学这一专业名称的科学性也进行了思考。大体形成了两类意见。

王和平在其“从传播看编辑出版学学科名称的不合理性”一文中明确指出:“‘编辑出版’‘编辑出版学’这两个名称指代不明,名实不符,既不能反映编辑活动和出版活动的历史和现状,也不能体现编辑学和出版学各自研究的历史和现状。因此,我们郑重呼吁,在口头表达和交流中,应该尽量避免这样的表述;在各种书面表述中,应当停用这样的术语。”“编辑就是编辑,出版就是出版,不可将这两个概念混为一谈;编辑学就是编辑学,出版学就是出版学,二者相互独立,互不隶属,不能把它们合二为一。‘编辑出版学’既不能等同于编辑学,也不能等同于出版学,因而这一名称应当废止。”^②

吴贻则对此提出了不同的看法,他认为:“目前国家学科专业目录中的‘编辑出版学’概念,虽是折中的称谓,但在现阶段有一定的合理性,符合这一领域发展的需要。历史上的‘编辑学’‘出版发行学’两个专业在1998年教育部颁布的《普通高等学校本科专业目录》中以一个专业名称——‘编辑出版学’出现。虽然这一学科专业名称是一种折中的称谓,编辑出版学科的发展还未完全定型,但在现状下采用‘编辑出版学’的学科名称具有一定的合理性,符合学科专业发展的需要。我们可将‘编辑出版学’领域视为一个‘学科联邦’或‘学科联合体’。目前,在国家正式的本科专业目录中,编辑出版学是‘新闻学与传播学’一级学科之下的二级学科专业,而在国家正式颁布的《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》和‘国标’《学科分类与代

① 吴贻. 对编辑学与出版学关系的再思考 [J]. 中国出版, 2009 (2): 25.

② 王和平. 从传播看编辑出版学学科名称的不合理性 [J]. 出版发行研究, 2009 (8): 26.

码》中尚未见编辑出版学学科。假使有朝一日如我们编辑出版学界所愿，编辑出版学被升格为一级学科，那么可以考虑在编辑出版学一级学科下设编辑学、出版学两个二级学科，其下再细分方向。‘一个专业、不同表述’是目前编辑出版学教育、研究现状的真实写照——在编辑出版学这一‘学科联邦’的版图内，不同的主体对这一领域有不同阐释。目前教育部允许各高校根据自身历史和办学优势开办编辑出版学专业，因此各校编辑出版学专业各具特色，异彩纷呈。从院系归属来看，有的高校将编辑出版学专业置于新闻传播院系，有的置于信息管理学院系，还有的开设在中文或历史院系。从教学特色和培养目标来看，有的高校以培养平面媒体编辑人才为主，有的高校以培养出版营销或版权贸易人才为特色，还有的高校长于培养广播影视编辑、编导人才。如此看来，我们是否可以说，在学科发展层面，我国编辑出版研究界所论争的编辑学与出版学关系问题或许只是一个学科符号问题，而‘编辑出版学’是目前能为大多数人接受的一个学科称谓。”^①

4 关于出版专业教育的探讨

2009年2月，国务院学位委员会、教育部为规范和加强学科专业的设置与管理，进一步发挥学科专业目录在学位授予、人才培养和学科建设中的指导作用，特制订了《学位授予和人才培养学科目录设置与管理办法》，并下发全国。其中指出，学科专业目录适用于学士、硕士、博士的学位授予与人才培养，并用于学科建设和教育统计分类等工作；学科目录分为学科门类、一级学科（本科教育中称为“专业类”）和二级学科（本科专业目录中为“专业”）三级。学科门类和一级学科是国家进行学位授权审核与学科

^① 吴赞. 对编辑学与出版学关系的再思考 [J]. 中国出版, 2009 (2): 26.