

目 录

卷首语

- 出版是一门科学 / 宗 诚

专论·特约稿

- 共同促进世界出版业的繁荣和发展 / 石宗源
- 国际化出版促进世界和平与发展 / 刘 杲

编辑学·编辑工作

- 编辑学原理研究概述 / 范 军
- 编辑选择与理性选择和感情选择 / 徐柏容
- 编辑策划的实践性 / 高江梅
- 湖北长江出版集团挂牌成立 / 章雪峰
- 以人为本与编辑出版 / 杨小岩
- 《汉语大字典》版本述略 / 王重阳

出版学·出版工作

- 出版传播学的学科定位、研究方法及意义 / 李新祥
- 论大众传媒的社会责任 / 黄耀红
- 试论版权国际保护 / 徐礼永
- 邹韬奋研究论著索引(文章部分) / 王彦祥 王 琳

数字技术·多媒体·网络出版

- 试论我国学术期刊的集约式网络出版 / 常廷文
- 电子稿件的处理技术 / 刘武辉

书苑掇英

- 特色是科技期刊发展的根本 / 桂厚义
- 重视选题计划的制订 / 何小敏
- 读者呼唤图书品牌 / 李 晶
- 浅谈出版企业内部控制制度 / 徐丽娅

编辑史·出版史

- “文革”后期出版工作纪事(上) / 方厚枢

编辑随笔

- 出版自由与出版人的不自由 / 雷群明
- 社办期刊, 想说爱你不容易 / 夏向东

编者·作者·读者

- 说说我社的棋类书 / 王连弟
- 斯人已去 风范常存 / 周春健

品书录

- 一部务实求新的语义研究新作 / 程乐乐

出版传播学的学科定位、研究方法及意义

李新祥

摘 要: 出版传播学是出版学与传播学的有机结合, 是一门具有交叉、边缘、应用性的新兴社会科学, 同时具备综合整体性、开放发展性、依附互补性的学科特点。其学科地位在与上位学科(出版学、传播学及信息科学等)、分支传播学、分支出版学及其他相关学科的关系中得以确立。秉承马克思主义哲学为指导, 借鉴吸收其他学科的研究方法, 与学科理论本身的互动中生发出独特的出版传播研究方法。学习与研究出版传播学有助于出版理论建设并推动出版学学科建设, 有助于全面认识人类传播现象并推动传播学学科建设, 有助于解决出版活动中的现实问题并提高出版管理的科学化水平

关键词: 出版传播学 学科定位 研究方法 学科意义

第1页 共3页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#)

出版传播学就是通过对出版传播现象的研究, 揭示出版传播规律的科学。它是借鉴吸收传播学相关理论, 总结出版传播实践经验, 并对出版传播研究成果进行系统分析和有机整合的基础上形成的科学认识[1]。那么, 其学科属性与学科特点是什么? 与相关学科的关系怎样? 其研究方法与研究意义何在? 本文尝试作些回答。

一、学科属性与学科特点

(一) 出版传播学的学科属性

作为研究人类信息交往活动及其规律的学科, 传播学在吸收政治学、社会学、心理学、信息科学以及统计学等学科成果基础上形成, 它横跨了人文科学、社会科学和自然科学三大部类。通常认为, 传播学是一门位于诸多学科交叉、边缘地带的并具有一定应用性的新兴社会学科[2]。而出版学作为传播学的下位学科, 同样是具有交叉性、边缘性、应用性和新兴性的社会学科。如此, “出版传播学”则应是第三代交叉、边缘、应用性的新兴社会科学。它是其上位学科“出版学”与“传播学”的有机结合。当然, 我们对出版传播学的学科属性作如此总的理解和把握的同时, 要注意以下几方面。

1. 交叉性并不排斥独立性。在交叉学科基础上交叉形成的出版传播学具备交叉性, 但它同时也是相对独立的。一方面出版传播现象本身并非出版现象和传播现象的机械叠加, 而是两者的有机耦合, 出版传播学具有相对完整的体系、明晰确定的品格、个性独到的框架, 它追求稳固的逻辑线索、独到的话语系统以及学科内容与表达方式的有效统一性, 因此它具有独立自主的地位。另一方面, 在出版学尚不成熟(基本停留在基本技能和出版基础知识的层次)、传播学对出版又关心不够的现时代, 从传播的维度研究出版保持相对的独立性更为重要。

2. 边缘性并不排斥重要性。如果说传播学的基本理论是告诉人们信息运行的基本理论和信息传播的基本技巧, 那么出版传播学的任务就是要告诉人们应该如何实现作品信息的社会化传播。显然, 如果缺少出版传播或缺少出版传播学, 必将带来传播主体对作品传播的社会机理和社会秩序的困惑。可见, 出版传播学在传播学体系中具有重要作用, 在出版专业的教育体系中无疑是很必要的。

3. 应用性并不排斥理论性。应用学科是直接服务于社会实践的科学, 有很强的实践性。但它也有自己的理论基础和基本原理。出版传播学固然是要直接服务出版传播实践才

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

获得其生命活力,但同样也有自己深厚的理论基础。而且,从其服务出版学建设的角度而言,出版传播学恐怕要更多地起理论支撑之功,而非操作层面的引导之效。

4. 新兴性并不排斥继承性。出版传播学的年轻是显而易见的,但它同样具有深厚的理论渊源、丰富的历史经验,就是可资借鉴的学术话语和原理同样是丰厚的。所以,出版传播学在建构历程中对优秀学术传统的继承必不可少,也只有在继承中方能更好地体现创新。

5. 社会性并不排斥人文性。从根本上说,出版传播学属于社会科学。社会科学属性决定出版传播的功能发生是与社会实践紧密相关的。因为在实际的出版传播活动中,传播秩序的确立、传播规范的遵守和维护,传播主体行为价值的判断、分析,都与实际的社会集团利益密切相关,都与社会活动的质量和效率密切相联,都应付诸社会实践进行检验。另一方面,出版传播学同样具有一种不可忽视的人文属性。“从传播学的意义上看‘出版’,‘出版’就不再只是一种单纯的物态化生产行为,而是一种本身就蕴藏着生命和灵魂的精神行为。”“对出版媒介的解读实际上包含着对出版媒介的信息文本内容和出版媒介自身的双重解读。对出版信息文本内容的解读构成了出版传播关于接收者的阐释和接受理论,对出版媒介自身的解读构成了出版传播的社会与文化批判理论。可以说,出版传播本身蕴含着深刻的人文内涵。”[3]所以,在出版传播学的研究及其社会化过程中,有必要在把握社会属性的前提下警惕人文属性的缺失。

(二) 出版传播学的学科特点

出版传播学具备上述学科属性的同时,还为我们呈现出下述几个重要的学科特点。

1. 综合整体性。科学的发展在各种动因的推动下呈现着不断的持续性,但是,每一阶段则都因其内容、对象的不同体现出不同的特点[4]。现代科学和文化的发展呈现出高度综合性和整体性的特点,这不仅表现在自然科学内部各学科、各门类之间的交叉与融合,而且也扩展至自然科学和人文科学之间。出版传播学作为一门交叉的综合性科学,无疑也将汇入这一强大的潮流。实际上,人类出版传播的现代化进程,正是得益于多种学科知识和技术的交叉、渗透与融合,才得以迅速地展开。出版传播学同样也是在这种互为借鉴、互为补充、互为启示的多种学科交叉、渗透与融合中体现出科学与人文、技术与价值等多重关系的矛盾、对立乃至冲突。

2. 开放发展性。出版传播学是一门创造性的学科,绝不是固步自封的。既然它是严格地依照人类出版传播实践经验,建立在传播学、出版学、编辑学、信息学、文献学等诸多学科成就的基础上发展起来的,那么,它也必然要随着人类出版实践的发展,随着科学的发展,不断总结新经验、吸取新的科学成果,不断得到丰富、补充、完善,不断创新和发展。

3. 依附互补性。出版传播学是在出版实践和传播学理论发展到一定成熟阶段的产物,从总体上依附于出版学和传播学。当各国的出版实践发展到新的历史阶段,尤其是新型出版物大量问世、出版技术日新月异的当代,已有的主要围绕图书编辑活动来认识的出版规律、特点、范畴失去了原有的解释和反映能力,而从更大范围解释着人类信息活动的传播学理论却日渐成熟,反过来为出版研究提供了很好的方法论,出版传播学才得以出现。出版传播学的发展反过来则是对出版学和传播学的有益补充。

二、学科地位: 出版传播学 与其他学科的关系

(一) 出版传播学与上位学科的关系

1. 出版学。出版学是出版传播学的第一上位学科,出版传播学是出版学的分支。出版学是综合全面研究人类社会的出版现象,揭示出版规律的学科。它不仅研究出版传播现象,还研究出版文化、出版历史、出版管理、出版经济与出版产业、出版美学、出版策划与实务等诸多问题。可见出版传播学只是出版学的一个分支学科,或者说出版传播学只是出版学的一个学科维度。我们认为,出版是一种传播现象,但不仅仅是一种传播现象。所以,我们不赞成简单地在出版与出版传播之间画上等号。那种以为借鉴了传播学的理论和方法就能解决所有的对出版现象的认识和改造问题的想法恐怕是天真的,同样,把所有的出版研究都置于传播学的领域也是不可取的。

2. 传播学。传播学是研究人类社会信息系统及其运行规律的科学 [5]。出版传播学同样应属于传播学范畴，为传播学的分支学科。传播学是它的第二上位学科。出版是信息交流的一种方式，出版的首要目的是促进信息交流，出版的首要功能是促进信息传播，其最终结果要落实到接收者的信息接收和接受上，因此出版学属于信息传播学范畴。从传播学看来，出版传播只是人类传播的一个重要部分，我们不能仅靠研究出版传播而去通观与之有密切关系的教育传播、文化传播、政治传播、经济传播等。

(ID:702)

第1页 共3页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail：cbkx@163.com

技术支持：cgz@163.com

【您是第位访客】