

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2页 共3页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#)

3. 信息科学。信息科学是以信息为基本研究对象, 以信息运动规律和应用方法为主要研究内容, 以扩展人类信息功能为中心研究目标而形成的一个横断性、综合性学科群体。由于信息现象的广泛渗透性, 无论是在自然科学和工程技术方面, 还是在社会科学和人文科学方面, 甚至哲学方面, 都存在着对信息现象进行研究的大量学科领域。但归根结底, 信息科学群的目标是提高人类信息功能的整体水平。以这一目标为中心, 信息科学群的发展将越来越深刻地揭示和阐明自然界和社会领域中信息运动的客观规律, 越来越深刻地揭示和阐明人类思维领域中信息加工和处理的内在机制, 从而为人类认识世界和改造世界, 为人类智能的充分释放提供有效的理论、方法和工具。综合有关研究, 信息科学群的研究范围应包括: 哲学中有关信息范畴的研究; 控制论、系统论、协同论和耗散结构理论中有关信息一般功能的研究; 认识论、认知科学、思维科学和脑科学中有关人类精神信息与智能活动的研究; 探索信息本质特性的信息论、符号学、语义学、元信息学; 以信息交流与管理为对象的传播学、新闻学、出版学、图书馆学、文献学、档案学、博物馆学、教育学、情报学、信息学等; 与社会科学各分支的交叉学科如信息社会学、信息经济学、信息心理学、信息政治学、信息法学等; 自然科学和工程技术诸领域中有关各种物理信息、生物信息、生理信息、遗传信息、工程信息、机器信息的研究, 等等[6]。由此, 出版传播中的丰富信息是信息科学的研究对象范畴, 出版传播中的信息运动规律应是信息科学研究内容之一, 出版传播中大量运用现代信息技术, 必须借鉴信息科学的方法论, 出版传播可以扩展人的信息功能, 因此出版传播学应属于信息科学范畴, 信息科学是出版传播学的第三上位科学。

需要说明的是, 对出版传播学的上位学科及其相互关系的认识, 说到底还是要受到对出版本质的理解的影响。假如将出版视为一种经济现象, 其上位学科会成为经济学; 把出版看作是文化活动, 上位学科相应地成为文化学。其实这种情形毫不奇怪, 恰巧反映了不同学科之间的关联和互动。学科生态本身就不是机械的线性的, 也不仅仅只是一棵“学科之树”, 而是交织的共生的一种“环境生态”。

(二) 出版传播学与相关分支传播学的关系

1. 新闻传播学。新闻传播学是指研究人类新闻传播现象、新闻传播事业及其发展规律的科学[7]。新闻传播学属于传播学特别是大众传播学的一个重要分支, 它运用新闻学、传播学、社会学、心理学等相关学科的理论与方法, 研究新闻传播现象及其规律

◆ 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

性。出版传播学与新闻传播学同属传播学的重要分支,但由于出版传播与新闻传播是两种有显著区别的传播现象,这就规定了两门学科在研究对象、研究任务、研究内容及研究方法上有不同之处。不过先期发展起来的新闻传播学对出版传播学而言,无疑具有重要的参照价值。

2. 文献传播学。文献传播学是综合应用图书馆学、情报学、传播学、阐释学、社会学和文化学等学科的研究方法,研究文献传播现象的学科。它将文献看作“是人类文化的、精神的符号交流系统,是人类凭借组织编码的有序语义信息的文本传播人类信息的重要传播媒介”[8]。可见,出版传播学与文献传播学具有一定的交叉性,但两者的切入点是有所差异的。前者从作品及其信息入手,着眼于作品转化为出版物并向接收者传播的过程;后者则把包括出版物在内的各种文献看作是一个整体媒介展开讨论。

3. 知识传播学。“知识传播学是研究人类社会特有的知识活动现象的专门性学科,是对涉及到社会生活多个方面的人类社会知识传播规律进行总结、提炼的综合性学科,是对人类社会成员知识传播活动实践具有指导功能的应用性学科”[9]。出版传播学与知识传播学的关系同样有区别又有联系,因为从出版传播的内容来看很大一部分是序化的理论化的信息——知识,所以两者的部分原理、研究方法上是相通的。但两者在研究旨趣、关注焦点、研究任务上有所不同。就传播知识而言,出版传播重在把需要传播的知识转化为可以传播的形态,即把出版物的内容与形式结合起来。

4. 文化传播学。文化传播是人类特有的各种文化要素的传递扩散和迁移继传现象,是各种文化资源和文化信息在时间和空间中的流变、共享、互动和重组,是人类生存符号化和社会化的过程,是传播者的编码和解码者的解码互动阐释的过程,是主体间进行文化交往的创造性的精神活动[10]。文化传播学在20世纪50年代前后产生并逐步发展成为一个独立学科。它以传播作为研究文化的入口,洞察人类的文化行为和研究人类如何传播和分享文化。不过由于文化的“所指”对象是如此丰富和抽象,文化传播研究总带有“边界不清”和“多元共生”的特点。文化传播学在发展过程中形成了许多不同的原理、机制和规律,如维模原理、适应原理、进化原理、圈层原理、融合原理、增殖原理、积淀原理、分层原理、变换原理等[11]。这些原理对出版传播学研究是有帮助的,毕竟出版传播也是一种文化传播。它通过出版物的独特内涵和丰富深刻的内容把握来实现文化传播和积累的目的。因此,出版传播学与文化传播学的联系天然地非常密切。

(三) 出版传播学与其他分支出版学的关系

出版传播学与出版编辑学、出版技术学、出版营销(发行)学、出版美学、出版经济学等出版学体系中的其他学科的关系非常密切。因为出版传播学是研究各出版学分支共同性问题的,这些问题往往带有方针性、战略性、方法论的性质,所以它是出版学的基础学科,是出版学各分支学科的理论基础,对出版学各分支学科的研究有着重要的理论指导作用。出版传播学对其他出版学分支学科的研究具有方法论的意义,并且是学习和研究其他出版学分支学科的准备或入门“向导”。当前要着力强化出版传播学的基础地位,深化出版传播学的研究。同时,出版传播学要紧密切联系出版现实,就必须从出版实践中获得营养。出版传播学与出版学其他学科的结合,反过来对于出版传播学自身的发展同样有十分重要的作用。出版传播学若不与出版史、部门出版学结合,很可能会陷入空泛和滥说无根的窘境,也不能起到前导学科的作用,不能对出版学其他学科予以理论上的指导。正是各个分支学科的相互促进和共同发展,为求得整个出版学的繁荣提供了有力支撑。

(四) 出版传播学与其他相关学科的关系

除上述学科以外,出版传播学与写作学、图书学、新闻学以及图书馆学、文献学等许多学科也有着密切的联系。比如,写作学作为一门研究人类写作行为基本规律的人文科学,从学科体系的结构来看,它包括写作意识、写作过程、写作主体、写作史、写作评析、写作学史等内容[12]。它的研究对象——写作行为同出版传播具有某些相似的特征,如均有“非在场性、不易把握的难度”,都是“一种具体时空背景下、当下性、针对性行为”等[13]。所以,写作学对研究对象的把握思路和方法可以为出版传播研究提供借鉴。同时,写作学的相关成果可以为出版传播研究尤其是作者及其出版创作研究提供养料。又比如,图书学通过研究图书的定义、特点、构成要素、社会意义、起源与发展、内容、形式(含图书的载体材料、版式、结构、装帧设计等)等[14],可以为出版传播研

究中关于传播媒介——出版物的研究提供帮助，毕竟图书可以说是一种典型的出版传播媒介。出版传播学正是在学习相关学科的研究方法与借鉴吸收它们的研究成果的基础上发展起来的。

三、出版传播学的研究方法

（一）研究方法更新与变革的重要性

1. 更新与变革研究方法是出版传播实践发展的内在要求。从根本而言，研究方法是指人们为了实现改造世界这一基本目的而去认识世界所采取的手段和途径，是认识、分析与解决问题的工具。可见，出版传播实践的发展是研究方法更新与变革的内在驱动力。快速发展的出版传播事业既为我们展现出许多新景观，也形成了不少困惑。欲全面、立体、动态地把握新问题，传统方法和单一方法势必会显示出它的局限性，需要开拓和发展新的方法。研究方法的更新与发展，不仅能够帮助我们对令人迷眩的出版传播现实世界保持足够的定力与评判力，而且能够有效促进出版传播实践。从历史观之，出版传播发展本身就是一个生动的方法创新过程。

2. 更新与变革研究方法是发展出版传播学的需要。从某种程度上说，正如社会生产力的提高与进步在很大程度上是生产工具的更新与变革一样，一门学科发展史也是方法的更新变革史与发达史。正是因为方法的革命性替代或补充，人们得以用更为有力与多样的工具重新认识事物，对客体与对象获得全新的认识，服务于自身的需要。如果认为学术研究服务于问题，则“可行、向前看、后果、创新及解决问题”就是判定方法好坏的标准，也是各种方法综合化趋势的基础。出版传播学研究从总体上也服从于这一论断，不仅出版传播的发展使传统或者单一方法捉襟见肘，而且出版传播学理论也因囿于固定的出版学与传播学的框架与视角难以有所发展，方法的更新与变革因此成为出版传播学理论发展的重要工具。可见，研究方法的创新促成了出版传播学的确立，也是出版传播学发展和成熟的内在需求。

3. 更新和变革研究方法是确立出版学学术地位，体现其学科专业特性与学术价值的需求。当前出版学的独立程度较低，表现为研究方法上较多地依赖或者借用图书编辑出版实务总结、现象描述等方法，这使出版学的学术价值在很大程度上受到削弱。这与研究方法的陈旧与单一不无关系。实务总结和现象描述当然需要也很必要。但是，过多地使用则说明出版学不是也难以成为一个独立的具有专业精神与价值的成熟学科。尤为重要的是，如果没有或者缺乏出版学独有的研究与分析方法，则不仅其学术价值受到削弱，就连出版学存在的必要性都会受到质疑与挑战。随着我国出版改革的深入，发展出版学独有研究方法就成为树立其独立学术地位与品格的必经之途。如果方法得到更新，不仅出版学理论有较大发展的可能，其学术价值也会日益被人们重新认识，从而能更好地服务于社会主义出版事业发展的需要，彰显出版学的学科特性与专业价值，并逐步树立起出版学的学术尊严。显然，对基于方法创新而建立的出版传播学的研究方法的探讨是可以为此做出贡献的。

（二）指导思想：科学的马克思主义哲学

出版传播学理论的构建，首先必须确立正确的科学的哲学指导思想。传播学起源于美国，没有提出明确的科学哲学指导思想。如果说有一点哲学指导思想的话，也是隐蔽的，并在后来传播学的内容不断扩充中逐渐显露出来的实用主义倾向而已。以实用主义倾向为指导思想构建起来的传播学，虽不乏某些科学的元素，但它的局限性也是很明显的。我们认为，只有确立马克思主义的指导地位，才能构建起中国特色的为我所用、为我所有的出版传播学。

我们讲只有确立马克思主义的指导地位，才能构建起科学的出版传播理论体系，绝对不是出于意识形态的嗜好，而是出于马克思主义本身的科学性。出版传播研究要有哲学头脑、哲学训练，要运用马克思主义哲学这一伟大的认识工具和根本方法，使我们的研究成果多一些规律性的东西。正如恩格斯所说，要想揭示事物的本质和规律，只有对研究者进行哲学训练，具备了足够的哲学素养，掌握了哲学世界观和方法论，其他科学方法才能发挥应有效应，才能观照现象蕴含的本质，发现事物内部的稳定性联系及规律。具体而言，马克思主义哲学对出版传播学的指导作用表现在三方面。

首先，马克思主义哲学提供了总体的科学方法论。马克思的整个世界观不是教义，而是方法。它提供的不是现成的教条，而是进一步研究的出发点和供这种研究使用的方法。它不仅是科学的世界观，更是科学的方法论。从内容上说，马克思主义哲学是唯物论和辩证法达到高度统一、唯物辩证的自然观与历史观达到高度统一的完整严密、开放发展的科学体系；从社会作用上说，它是指导我们认识世界和改造世界的思想武器，当然也是出版传播学研究的基本方法。出版传播本质和特征、历史发展、社会功能等关于出版传播的诸多基本问题的研究，都离不开唯物辩证法和历史唯物论。

其次，马克思主义体系之中直接论述精神交往及与此相关的出版传播理论，不仅直接构成出版传播学的重要内容，也不乏具体方法论的指导。

第三，发展形态的马克思主义理论——列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论以及“三个代表”重要思想，同样是出版传播学的重要指导思想。比如列宁关于出版自由、党报党性，毛泽东关于出版的地位和作用、出版工作方针、出版自由、出版管理，邓小平关于出版体制改革、编辑工作、出版方向和准则、出版任务建设，以及新时期出版传播的“三个代表”的工作方向等理论，都是出版传播研究的重要内容和重要方法 [15]。

总之，进行出版传播学理论研究，必须确立马克思主义哲学这一科学的指导思想。但是，不能被动地发挥它在构建出版传播学中的指导作用，应该有机地渗透于出版传播学的理论体系之中。当然，出版传播学的理论创建过程同样可以为马克思主义哲学的理论创新提供有益的营养。(ID:702)

第2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】