

## 目录

## 卷首语

- 出版业要为构建和谐社会做贡献 / 宗诚

## 专论·特约稿

- 努力评论营造诚信的出版环境 / 伍杰

## 编辑学·编辑工作

- 电子编辑和电子出版物: 概念、起源和早期发展(上) / 林穗芳
- 2004年出版科研大扫描 / 徐升国 孙鲁燕 刘兰肖
- 编辑选择的规律—价值综合评估律 / 刘辰
- 精心加工提升书稿质量 / 林华

## 出版学·出版工作

- 著作权保护的基础性制度 / 张耀明
- 试析我国出版集团扩张战略 / 章雪峰
- 浅议出版产业的核心竞争力 / 刘蔚绥
- 试论校对思维的基本特征 / 周奇
- 图书产品成本简易测算法新探 / 杨蕾

## 数字技术·多媒体·网络出版

- 编辑学研究网站概貌及思考 /
- 电子商务与出版集团竞争优势及发展分析 / 何伟

## 书苑掇英

- 小, 也许更好更有效益—美国小出版社与大出版集团出书比较 / 欧阳群 何娟
- 选题的全程策划 / 李俊
- 书稿审读加工五忌 / 吴艳玲

## 编辑史·出版史

- 出版文化史研究论著目录(2000—2004) / 范军 辑录

## 编辑随笔

- 编辑当有所为, 有所不为 / 赖洁玉

## 品书录

- 人生理念与人生实践的交响乐章—读《毛泽东的人生哲学》 / 石仲泉

## 出版专业职业资格考试

- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格考试试题 /

## 出版专业职业资格制度

- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格考试试题答案 /

## ◆ 各期杂志

## 2004年出版科研大扫描

徐升国 孙鲁燕 刘兰肖

第1页 共2页 >> [1页](#) [2页](#)

## 一、出版理论研究: 拓展对象 表现平稳

2004年, 最值得一提的是编辑学、出版学以及出版教育领域方面的研究成果。这里有两个重要会议是值得关注的: 一个是2004年8月31日, 教育部、新闻出版总署联合主办了“纪念编辑出版学专业创办20周年座谈会”, 一个是在武汉召开了“第十一届国际出版学研讨会”。

编辑学: 2004年, 有关编辑学的研究基本还是间接以编辑工作过程为主, 探讨各门类编辑工作的特点、方法和技巧, 总结编辑工作经验和编辑思想。

1. 编辑规律是编辑学研究的重要内容, 也是难点和重点。从数量和内容上看, 这个问题仍是2004年度编辑学研究中的重点, 占有较大比例。陈景春在《选择与加工: 编辑活动基本规律的核心》(《出版科学》2004. 2)、王志刚在《试谈编辑基本规律》(《出版科学》2004. 4)、刘辰在《编辑活动的基本规律》(《出版科学》2004. 6)、丛林在《编辑规律探索旁议》(《出版科学》2004. 6)中对20年来关于编辑规律问题的研究进行回顾和总结, 对编辑规律进行了探讨, 但编辑规律的新观点较少。不过, 有的研究者对编辑规律进行了重新概括。如刘辰提出, 规律有别于政策、法规, 有别于原则, 规律有客观性。编辑活动的基本规律, 应是以中介位操作, 对人类创造的精神文明成果进行收集、选择、加工、整理、复制并通过载体向社会传播。这是把四项内容纳入传播的视角, 进行规律的探讨。

2. 呼吁学科基础理论框架的建立和完善。蔡克难在《编辑学理论研究需要新的提升》(《出版科学》2004. 4)中, 针对近一时期基础理论框架研究较为冷清, 基本概念和理论体系的阐明进展不大, 关注这一问题的年轻理论研究者相对较少的现象, 提出编辑学学科的理论研究框架需要突破, 需要新的提升。编辑学必须建立学科的基础理论框架, 既要适应一般学科体系的基本要求, 又要有自己的学科范畴和基本概念体系, 建立自己独立的研究领域, 形成独立研究的学科。基础理论框架设立的原则应是对编辑学应用理论的宏观指导和编辑活动规律的根本认识。框架的建设要从大处着眼, 小处着手。既要从全局看待编辑学理论的社会价值, 从整个人类的文化发展史和各种形式的编辑实践中去综合分析编辑活动的本质规律; 框架的具体的理论探讨又必须从小处着手, 从基本概念的理论阐明开始, 严谨深入地展开。但对这一理论框架系统的研究并未展开。

3. 把个案研究法纳入编辑学研究。个案研究法在出版业管理体制和生产方式发生变化, 大多数出版社面临向企业转制的时期, 显得更有意义和价值。陈燕、康宁在《个案研究法在新时期编辑学中的应用》(《编辑之友》2004. 5)中专门就编辑学研究中引入个案研究法进行了论述。个案研究的对象相当广泛, 包括编辑从业人员和机构、编辑工作的各

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

个环节, 以及生产运作、某一编辑问题、现象、事件深层次的个案分析研究。个案研究法对编辑学这门年轻的学科来说会带来理论和实践上的重大突破, 也可为编辑学的理论研究和教学实践奠定基础。

出版学: 与编辑学研究相比, 出版学的研究还比较薄弱, 相对成果较少。但仍有一些重要的研究问题开始归入出版学的研究和学科建设领域, 为今后的学科研究揭示了新的视角。

1. 从大文化角度研究出版业, 拓展行业和学科研究领域。很多研究者都从大的文化领域对出版业的地位、作用以及热点问题进行探讨。从学科建设来看, 对大的文化概念的关注极大地丰富了出版学的研究领域和研究视角。石峰在《论出版工作的文化取向》(《出版科学》2004. 5)中提出, 出版业要从大的角度重新认识文化的特殊地位和文化建设的特别重要性。文化综合了一个国家、一个民族、一个社会中占主流地位的思想意识、知识成就、价值观念和道德取向, 既是经济、政治发展水平的重要表征, 也对经济、政治的发展起着重要的推动作用。文化作为一种内容经济, 已经逐渐发展成为国民经济中的一个重要分支, 表现在产业规模不断扩大, 产业经营模式正在革新, 产品日益丰富, 其所创造的经济价值在国内生产总值构成中所占的比重不断增加, 文化生产力已经成为社会生产力中的重要组成部分。要正确认识文化的意识形态属性与产业属性的关系, 树立新的文化地位观、发展观和效益观。充分尊重文化产业的市场规律, 解决好发展文化的体制和机制问题。向新阳在《试论出版文化》(《出版科学》2004. 2)中也从大文化的角度对出版业进行研究, 认为出版文化在人类社会结构中占有重要地位, 在现代社会的地位更显突出。出版文化是在一定社会政治、经济和文化基础上产生的出版观念以及在此基础上进行出版实践和所产生的出版成果及其影响的总和。出版文化既是人类文化发展的必然结果, 又是人类文化的重要组成部分; 既是传播和积累人类文化的重要媒介, 又是发展人类文化的必要条件, 而书籍正是出版文化的直接标志。

2. 出版企业文化研究。在从大文化的角度研究出版业的过程中, 不少研究者已开始关注出版企业文化的研究。郭爱民在《出版企业文化的层次及特征》(《编辑之友》2004. 6)、张建中在《出版业转制后更应坚持文化出版的核心理念》(《编辑之友》2004. 5)、王茂森在《出版社企业文化现存的六大问题》中都对出版企业文化进行了论述。认为出版企业文化是指出版企业在长期出版实践中形成的为本企业全体员工认同并遵循的出版思想、价值观念、行为规范、道德准则、企业精神、经营哲学、规章制度、传统习惯和发展目标的总和。出版企业文化包含了物质文化、制度文化和精神文化, 包括具有远景目标、注重培育人才、鼓励积极进取、讲求诚实守信、强调忧患意识、重视执行能力、倡导团队精神、追求变革创新等内容。他们认为出版社转制后更应该重视企业文化, 这是出版企业的核心竞争力。但目前, 出版企业文化还存在不少问题, 如有名无实, 缺乏宣传、培训和管理, 没有真正体现人文精神, 缺少个性, 不注意培养团队精神, 片面理解企业文化等。

3. 出版社属性的重新考证。2004年, 在出版体制改革试点工作起步, 出版单位向企业转制的背景下, 曾经担任新闻出版署署长的宋木文同志对出版社属性问题的重新回顾和考证, 在业界引起了强烈反响。对出版社性质问题进行重新回顾和探讨, 是为出版社的转制提供历史和理论依据。宋木文在《关于出版社企业属性问题的通信》(《出版科学》2004. 2)中, 重新回顾了出版社事业和企业属性问题的由来, 以亲历者的身份对出版社的企业属性进行了考证。在出版社向企业转制的过程中, 重新考证和深入探讨出版社的性质问题, 对出版实践以及出版学的学科建设都具有重要意义。

4. 出版传播学概念的提出。2004年的出版学研究中, 李新祥在《出版传播学的基本概念及其理论体系的提出》(《出版科学》2004. 5)中对建立出版传播学的概念和理论体系进行了详细论述。这实际是在更广泛的领域拓展出版学的研究。他认为出版传播学不是简单用传播学的原理研究出版领域中的传播现象和传播规律, 而是以出版传播现象为研究对

象，揭示出版传播的规律，关注传播对出版的本质规定。从学科体系来说，出版传播学概念和理论体系的提出，不是对传播学的简单借鉴，而是提出一种全新的出版传播观。李新祥根据个体层次和整体层次、逻辑与历史相统一、宏观与微观相统一、认识与实践相统一的原则，为出版传播学设计了出版传播学概论、出版传播过程、出版传播发展几方面的总体大框架和分支，提出了较为系统的学科理论。

编辑出版学教育：2004年的编辑出版教育研究是在专业创建20周年的背景下进行的。柳斌杰在《人才是出版业的核心创造力》（《编辑之友》2004. 5）、吴启迪在《积极推动编辑出版学专业教育持续健康地发展》（《中国编辑》2004. 6）、邵益文在《加强学科建设，推进专业教育》（《中国编辑》2004. 6）、黄先蓉和陶莉在《我国编辑出版学教育的发展趋势》（《出版科学》2004. 6）中都对我国的编辑出版学教育进行了总结和评价。

1. 学科地位确立，为高校教育、出版科学研究和出版业繁荣作出了贡献。20年来，我国的编辑出版学教育从无到有，从小到大，从弱到强，已经成为我国高等教育中不可或缺的新兴专业之一。它的建立和完善，有力地提升了编辑出版学学科的地位，繁荣了出版科学研究，使编辑出版学教育、出版科学研究以及编辑出版实践之间形成良好的互动。据统计，目前我国已有46所高校开办编辑出版学专业，100多所院校开设有与图书、期刊、报纸、广播电视、广告、电子出版、网络出版等有关的编辑、制作、印刷、发行、版权、市场营销、软件编程、数字技术、媒介管理、多媒体技术等专业课程。几大名牌高校、一些综合性大学都开设了编辑出版学专业，形成了文、理、工、商、师五类高校各具特色的编辑出版学专业教学体系。

2. 专业教育已根据各自特点形成不同类型。编辑出版学总体来说应属于应用教育。专业设置和教学过程中，不同院校根据自己的特点和行业的人才需求形成了不同类型。据黄先蓉、陶莉的总结，目前的编辑出版学课程体系大致形成了图书出版发行学、编辑学、编辑出版学三种类型。以武汉大学出版科学系编辑出版学专业为代表的图书出版发行型，直接产生于该校最早建立图书发行学专业以及书业营销、企业管理、印刷工艺、出版技术等方面的人才需要；以南开大学中文系编辑出版学专业为代表的编辑学习型适应了编辑理论与业务的不断发展，教学内容侧重文学、编辑和各类媒体的编辑工作，以培养各类媒体的采编文字等人员为目标；编辑出版学型是在编辑学和出版学交叉融合的基础上发展起来的，设置方式较广泛，有的设在人文学院或中文系，有的设在信息管理学院或图书馆学系，有的设在新闻传播学院或新闻系、传播系，还有的设在文法学院、商学院以及独立的出版学系。编辑出版学专业已经形成包含编印发过程，史、论等基础理论知识、应用知识，以本科生培养为主体，研究生教育为拓展，尝试培养博士学位人才的较为正规和完善的学科体系和教育体系。

3. 编辑出版学专业的人才培养目标。业界普遍认为。编辑出版学专业应按“大出版”的观念，宽口径培养复合型人才。专业设置应针对有些专业分得太细的情况进行整合，更好地为培养高层次复合型人才服务。同时应调整和改革教学计划，调整教学内容，构建新的课程体系，形成产学研相结合的办学模式和人才培养模式。编辑出版学专业还应根据实际需要建立新的教育体系。建立符合行业需要、适合从业人员专业素质培养和提高的在职培训方式。为配合出版专业职业资格制度的建立，还应将专业教育与出版职业资格证书考试结合，可将考试科目分解为本科教学课程，将内容纳入教学体系。

4. 编辑出版学教育存在的问题及发展趋势。编辑出版学专业目前规模和数量已经不小，但教育规格和质量还需进一步提高，课程建设和教材建设需进一步规范，尤其对核心课程要有统一的标准和要求，把编辑出版学专业的教学和改革纳入整个高等教育体系。专业结构上应注重学科的融合和渗透。针对目前专业结构偏重文科的情况，应加强多学科课程的教学，注重文理学科的交叉和渗透。编辑出版学专业的发展应按照出版产业发展的要求，解决学科、学制以及教材编写中的问题，在学科建设与课程体系设置上重视学生综合

能力尤其是经营管理能力的培养。

(ID:749)

第1页 共2页 >> [1页](#) [2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](mailto:cbkx@163.com)

技术支持: [cgz@163.com](mailto:cgz@163.com)

【您是第位访客】