



從現代出版學叢書——

看大陸出版學的時代關照



▲ 現代出版學叢書之一
——《現代出版學》

隨著中國大陸出版市場逐步開放，為配合出版業改制轉型，同時培育相關人才，由蘇州大學出版社總編輯吳培華先生邀請在出版理論研究、出版教育、出版實踐活動等各個方面的專家編寫一套「現代出版學叢書」。該叢書共7本，包括《現代出版業發展論》（于友先著）、《現代出版學》（張志強主編）、《現代印刷技術概論》（鄧普君主編）、《現代圖書編輯學概論》（朱勝龍編著）、《現代書業企業管理學》（朱靜雯主編）、《現代圖書營銷學》（劉擁軍編著）、《中國編輯出版史》（黃鎮偉編著），基本上掌握了出版學學科體系理論、應用和史料三大部分的重要內涵。

◆ 出版白皮書——《現代出版業發展論》

于友先著的《現代出版業發展論》列於叢書之首，其地位可見一斑。的確，該書作為中國大陸第一部論述現代出版業的著述，具有重大的意義。1994年中國大陸新聞出版總署提出新聞出版工作要從規模數量的發展向優質高效轉變，進而從以傳統的事業管理為主轉向以產業管理為主。《現代出版業發展論》正是根據這一政策背景下編寫而成的。于友先曾任大陸新聞出版署署長，他以一個政治家的遠見卓識，在書中提出了今後出版產業發展的重要方向及任務。

《現代出版業發展論》所關注的議題是現代出版業及出版人。在現代出版產業部份，作者首先回顧了世界出版業的百年歷史，揭示現代出版業的整體內涵及經營管理，以出版產業經典理論為立論基礎，旁及國外大出版社的成功之例，接著展望跨世紀的出版物革命。同時書中為叱吒風雲的出版巨人特闢章節，講述其艱辛的奮鬥歷程，這些知名的出版家多半深刻體認出版產業經濟運作規律，並富有出版文化使命，同時藉著傳媒廣大的影響力，灌溉滋養了出版產業這方沃土，在作者生動的筆調下，一個個鮮明的形象躍然紙上，其風範值得後人學習借鏡。在最後的結論部分，作者落實到中國現代出版業自身，指出一條造就中華現代出版巨人的道路。

該書長足之處，是在論述中兼顧中外發展，除了力求準確反映

南京大學資訊管理系研究生
◎ 李佩芬

國內面貌，並注意到國外不同型態且具代表性的出版社，經過實地考察、尋訪資深的出版人士，分析國內外現代出版業方面的論著及原始資料，配合翔實的資料及經典實例予以呈現，如此將中國大陸出版產業的發展置身於全球化的話語下進行考察，又積極呼籲建設本土化的出版產業，頗具指導性，堪稱一部「出版產業白皮書」。

◆ 理論出版學——《現代出版學》

理論出版學從理論上探討出版業及其發展的規律，是出版學學科的基礎。在介紹張志強主編《現代出版學》之前，先簡單回顧一下相關重要著作。

中國大陸第一本以出版學之名命名的著作，是1992年由彭建炎編著、吉林大學出版社出版的《出版學概論》，書中分別就中國出版業的產生與發展、出版的社會環境和社會功能、出版學、出版系統、出版編輯、出版經濟學等問題進行了論述，該書明確界定出版學及其研究範疇，對後來出版學學科理論的發展影響很大。後來袁亮主編的《出版學概論》（遼寧教育出版社，1997年版）吸收了國內外出版學研究的主要成果，全面地介紹了古今中外出版活動積累的寶貴經驗和各種觀點，可以說是出版學研究方面具代表性的傑出之作。羅紫初著的《出版學原理》（武漢大學出版社，1999年版），則對出版領域的相關理論問題進行了系統的闡述，包含出版學學科理論探討、出版活動一般規律闡釋、出版事業發展規律研究三個方面的內容。近年來肇因於科技發展帶來的電子出版迅速崛起與加入世界貿易組織對出版市場的衝擊，皆讓出版業發生了很大的變化，正是在這樣一種環境下，《現代出版學》的編寫應運而生。

《現代出版學》一書共分九章。第一章「出版與出版學」，簡要回顧出版與出版學的歷史及學科理論體系；第二章「出版與社會」，揭示社會對出版的影響和出版對社會的影響，亦即兩者之間的互動關係；第三章「出版方針與原則」，指出出版過程中應該遵循的方針與原則；第四章「出版組織與管理」，介紹出版組織的設立方式及國家對出版業的管理方式；第五章「出版物的生產與流通」，闡述出版物的概念、種類與生產流通過程；第六章「出版人員的素質與職業道德」，分析出版人員的結構以及應該具有的素質和職業道德；最後一章「新時代的出版業與未來展望」，介紹近年來資訊科技發展與全球化現象對出版業產生的變化，並前瞻性地指出了出版業的未來發展趨勢。該書對出版業的歷史、現狀和未來與宏觀微觀的層面帶領讀者認識出版學，同時反映了出版學的最新發展狀況。

◆ 應用出版學——《現代印刷技術概論》、《現代圖書編輯學概論》、《現代書業企業管理學》、《現代圖書營銷學》。

應用出版學是對印刷、編輯、管理、營銷等方面工作及其規律的研究。「現代出版學叢書」在出版應用領域部分編寫了《現代印刷技術概論》、《現代圖書編輯學概論》、《現代書業企業管理學》、《現代圖書營銷學》四本書。

在印刷研究方面，在鄧普君主編的《現代印刷技術概論》一書中，主要介紹了當今印刷行



業在製版、印刷、印後加工等方面採用的新技術，像是現代印刷業中常用的平板印刷、凸板印刷、凹版印刷、孔板四大印刷原理及工藝皆有清晰的解說，同時針對目前短版印刷市場最具優勢的數字印刷技術詳加說明的，並提供印刷質量要求的相關標準和管理條件作為參考。由於該書主要是針對圖書出版等非印刷業相關人員而編寫的，所以比一般印刷技術方面的著作來的淺顯易懂。

在圖書編輯研究方面，自改革開放以來，對書刊編輯學理論及編輯工作規律的探討，是出版研究中最突出的領域。除了在普通編輯學有了長足的進步，並在深度和廣度上擴展了編輯學的研究。在深度方面，有大量對科技圖書編輯、期刊編輯等分科編輯學著作的問世，此外，也有編輯工作中選題、校對等環節進行探討。在廣度方面則出現將編輯學與其他學科連接的著作，如張如法著的《編輯社會學》（河南大學出版社，1993 年版）及薛鴻羸著的《編輯心理學》（山東教育出版社，1995 年版）。

朱勝龍編著的《現代圖書編輯學概論》作為現代圖書編輯學的著作，除了探討圖書編輯工作的性質、原則、制度和基本流程外，用了較多的篇幅對圖書選題策劃、圖書評論與宣傳、圖書編輯面臨的挑戰和編輯隊伍建設等現代圖書編輯重視的課題進行研究，可見本書對於圖書編輯的論述突破了僅從編輯主客體立論的局限，而更貼近時代脈動，尤其特別關注圖書編輯面臨的挑戰和機遇，可謂捉住了這個時代中圖書編輯的實際及其特徵。

在圖書營銷研究方面，20 世紀 90 年代，胡點世、練小川編著的《圖書營銷學》（武漢大學出版社，1990 年版）問世，標誌著圖書營銷學研究的起步，嗣後有關圖書營銷的理論研究廣泛開展，研究者輩出，著述亦日益繁富，包括孟凡舟編著的《圖書營銷學》（書海出版社，1991 年版），方卿、姚永春著的《圖書營銷學》（山西經濟出版社，1998 年版），文碩、吳興文編著的《圖書營銷》（企業管理出版社，1997 年版）與《圖書營銷傳播》（中國廣播電視出版社，2000 年版），其中《圖書營銷傳播》一書中大量列舉了有關的營銷案例來做說明，對從事圖書營銷實務工作相當有幫助。

由劉擁軍編著的《現代圖書營銷學》迎接了 21 世紀圖書出版營銷時代的來臨，反映了圖書營銷工作的最新進展。該書在架構上共分十章，第一章開宗明義的表述了圖書營銷學產生的時代背景與概念，接下來九章可以分為兩個部份，第一個部分（第二到第六章）是論述出版社與市場的關係，分析影響圖書營銷的環境因素、圖書市場需求和讀者購買行為、市場細分和選擇目標市場的理論和方法以及市場調查內容，第二部份（第七到第十章）是營銷活動與決策研究，亦即大家所熟悉的 4Ps 理論，包括產品策略、渠道策略、定價策略和促銷策略研究。

在出版管理研究方面，隨著出版社從計劃經濟走向社會主義市場經濟體制，出版社的管理工作日益受到重視。最早將出版社視為企業實體提出管理概念的是在趙曉恩主編的《出版企業管理概論》（東方出版社，1991 年版），但該書只粗略涉及出版企業管理的基本知識，直到由朱靜雯主編《現代書業企業管理學》一書出版，才得以窺見書業企業管理理論體系的雛型。該書力求將管理學的基本理論與方法有效地應用於書業企業管理，對管理學理論發展的脈絡、出版

管理體制、書業企業戰略管理、組織管理、人力資源管理、質量管理、資訊管理等主題進行了系統的論述。書中特別強調必須認知出版物商品特殊的文化屬性，以制定合適的管理方法和手段，例如大陸的出版管理體制兼採預防制和追懲制，並綜合了法律、行政、行業、經濟等多種手段，形成了書業的獨特管理運作模式；同時亦對書業人力資源管理予以高度重視，認為在市場經濟條件下，書業企業人力資源開發與管理是提升競爭力的關鍵所在。

書業企業管理學作為應用出版學的一個分支，雖然體系目前還不十分完善，其基本理論框架和操作方法，都與管理學基本一致，移植管理學科的痕跡依舊十分明顯，但從長遠的眼光來看，在某個程度上，這些著作將有利地促進出版學學科的跨學科發展，使研究具有學科相互交叉、結合的特點及優勢，繼而突破傳統研究的窠臼，提出創造性的觀點。

◆典型在夙昔——《中國編輯出版史》

研究出版學而不研究其歷史，就不能得其教訓和精髓。1990年代初，姚福申著的《中國編輯史》（復旦大學出版社，1990年版），是中國大陸最早出版的編輯史方面的研究著作。該書分為古代和近現代兩個部分來探討編輯思想的源流和演變，而這種演變主要體現在歷代編輯的內容、方法、人員和機構等方面之繼承、發展與創新。該書對於資料的徵引極其廣博，列舉的編輯著作、人物和機構高達兩千多種，表明作者深厚廣博的治史功力，同時其編著體例大大影響了日後出版的同類著述，具有一定的指標意義。此外，宋原放、李白堅的《中國出版史》（中國書籍出版社，1991年版）、肖東發主編的《中國編輯出版史》（遼寧教育出版社，1996年版）等，也均具有很高的學術價值。前者在出版史的理論上另創新局，把出版納入整個文化背景下來觀察，包含政治社會、哲學思想等諸側面的研究。後者作為第一部編輯出版史的著作，在敘述方法上別立途徑，從編輯出版發展特色的角度出發，將中國編輯出版分以下九個時期予以探討，分別是：萌芽時期（上古至西周）、草創時期（春秋戰國）、奠基時期（秦漢）、初興時期（魏晉南北朝）、發展時期（隋唐五代）、壯大時期（宋遼金元）、興盛時期（明和清前期）、變革時期（清代後期）、鬥爭時期（中華民國），使得編輯出版史的研究更系統而富有規律。

回到「現代出版學叢書」中，黃鎮偉編著的《中國編輯出版史》除緒論外，共分八章。緒論中對書籍制度的演變、圖書的分類、歷代政府的編纂制度與出版機構等方面加以概述，接著分別對夏商、春秋戰國、秦漢、魏晉南北朝、隋唐五代、宋遼金元、明清和中華民國時期的編輯出版展開敘述，各章節的內容主要包含重要的典籍編輯出版、編撰機構的創辦發展、傑出編輯出版家的業績及編輯出版技術與制度，這四個部份組成一個動態的整體，向讀者展示中國編輯出版活動的歷史軌跡和發展規律，最後總結編輯出版活動的歷史經驗和教訓。

該書研究中國編輯出版與社會歷史諸方面的關係時，更側重傳播的角度，力圖探討編輯出版這一文化現象與當時社會歷史諸方面的傳播，例如編撰體例與受眾需求、出版現象與社會傳播、文化思潮與出版事業等關係，從書中可以認知到作者對於編輯出版與社會傳播關係深刻的把握，獨具匠心，是本書的價值所在。



「現代出版學」叢書繼承了傳統出版學研究的內涵，但又有所拓展，結合中外出版學的最新研究成果和出版業改革發展動態，以資出版事業專業人員借鑑，並為出版學學科人才的培育上提供了必要的參考，令這部叢書具有了鮮明的時代特色，頗具學識膽略，對日後出版學的未來發展，具有積極的正面影響。

參考書目

1. 現代出版產業發展論 于友先著 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902245
2. 現代出版學 張志強主編 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 781090258X
3. 現代印刷技術概論 鄧普君主編 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902563
4. 現代圖書編輯學概論 朱勝龍編著 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902512
5. 現代書業企業管理學 朱靜雯主編 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902555
6. 現代圖書營銷學 劉擁軍編著 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902539
7. 中國編輯出版史 黃鎮偉編著 蘇州：蘇州大學出版社 2003.12 ISBN 7810902547

