

转型之年:2010年新闻出版业研究评述

郜书锴

摘要: 过去的一年,我国已成为世界第二大经济体,国际政治地位快步提升,我国由出版大国向出版强国迈进的任务更加迫切,新闻出版业的体制与机制建设成为首要任务,转型过程中的出版体制改革、出版法规建设、版权与著作权保护机制和交易机制的健全等任务迫在眉睫。同时,围绕建设出版强国的目标,理论与实践研究掀起新热潮,理论上涌现出新成果与新突破,实践上表现在新尝试与新对策,出版战略、出版理论与实践、数字出版等领域成为学者所关注的重点研究领域。今年乃至今后一段时期,发展环保、绿色、低碳的新闻出版业成为新的热点。

关键词: 出版强国;新闻出版;出版体制;数字出版

作者简介: 郜书锴,男,副教授,文学博士。(河南理工大学,河南 焦作,454100)

中图分类号: G239.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552 (2011) 06-0037-04

2010年是我国国民经济和社会发展“十一五”规划的收尾之年,新闻出版领域的改革与发展取得举世瞩目的成就。在此期间,我国继续加快新闻出版体制机制改革创新,加快构建公共文化服务体系建设,加快发展新闻出版产业,加强对新闻出版产品创作生产的引导,新闻出版业呈现出大改革、大发展、大变化、大跨越态势,中国特色新闻出版业科学发展框架初步形成。围绕这一宏伟目标,新闻出版业一方面探索出版强国的体制与机制建设,一方面繁荣新闻出版的理论与实践创新,两个方面取得的巨大成就值得关注。

笔者以目前较能全面反映我国新闻出版研究全貌的“二次文献”中国人民大学报刊复印资料《出版业》2010年各期(月刊,共12期)为样本,以《中国出版》杂志(2010年《中国出版》论文转载量位居“新闻传播类”期刊榜首)被转载的全部30篇文章为内容(其中,《2009年出版理论与实务研究概览》发表时分为上、下两部分,《出版业》在转载时合为完整的一篇;另一篇文章与本文研究主题无关,在统计与研究时予以排除),对过去一年我国新闻出版研究作简要回顾。从“体制与机制建设”方面来看,转载文章数量为13篇,占总数的43.3%;从“理论与实践研究”方面来看,转载文章数量为17篇,占总数的56.7%;总体印象可以概括为:加快转型步伐,推进出版强国。

—

2010年,我国已成为世界第二大经济体,国际政治地位快步提升。与此相适应,我国由出版大国向出版强国迈进的任务更加迫切,新闻出版业的体制与机制建设成为首要任务。围绕这一主题,主要的讨论涉及以下领域:出版体制改革、出版法规建设、版权与著作权保护机制和交易机制等。

努力打造世界级文化名牌企业、名牌产品、名牌工程、名牌市场,加快构建覆盖广泛、技术先进的传播体系,用先进内容和先进技术相统一的产品占领国内外市场,这是我国新闻出版改革发展的根本

任务之一。柳斌杰《在2010年全国新闻出版局长座谈会上的讲话》（《出版业》2010年第10期）中提出了新闻出版体制改革与建设的总纲领——按照建设新闻出版强国的目标，进一步加快转变新闻出版业发展方式，提高新闻出版业发展的质量和水平，切实开创新闻出版业改革发展的新局面。围绕体制机制创新，坚定不移地推进改革，加大、加快新闻出版体制改革力度，基本完成经营性出版单位转制工作，稳步实施报刊出版单位分类改革，确保新闻出版体制改革始终走在整个文化体制改革的前列。在这一纲领的主导下，新闻出版总署出台了进一步推进新闻出版体制改革的指导意见，吹响了新时期新闻出版体制改革的号角。张世海、徐艳红在《论新闻传播体制改革与媒介机构交易费用的降低》（《出版业》2010年第2期）中指出，在市场经济条件下，必须从根本上改变原来的新闻出版体制，使媒介机构成为有市场主体地位的企业。基于此，新闻出版体制的改革势在必行，第一步就是要建立媒介机构的市场主体地位。市场主体地位不仅涉及到国有出版社转企改制，还事关民营书业的生存发展。李彬、袁国女在《民营书业进入企业化时代》（《出版业》2010年第2期）中提出，中国民营书业第一次被提高到了“新兴出版生产力”的高度，中国民营书业走进了快速发展的春天。

新闻出版体制的改革离不开法律与制度建设，依法出版才能保证新闻出版业的科学健康发展。张泽青在《国家标准应和国家现行法规相一致》（《出版业》2010年第10期）中提出的问题虽小，但不可忽视。作者认为现有的国家标准《期刊编排格式》的部分“标准”与现行的《出版管理条例》、《期刊出版管理规定》等法规存在多处矛盾和不一致，认为在国家标准的制（修）订上要注重政策性，更要认真贯彻国家的法律法规。桂本东在《关于建立健全出版产品准入制度的思考》（《出版业》2010年第4期）中提出，出版产品准入是指按照法律、法规、规章的规定，对进入市场发行的出版物进行质量审核把关的管理制度。新闻出版总署明确提出在出版领域建立法人准入、产品准入、职业准入、岗位准入这四大准入制度，这一制度的实施将会更好地保证出版物的质量、维护消费者的合法权益，更好地维护出版市场的秩序、促进出版业的健康发展，树立新闻出版业的良好形象。版面费是期刊出版的一个敏感话题，从法律角度进行的探索与思考有了认识上的突破。刘长秋的《单位受贿罪视野下的“版面费”》（《出版业》2010年第1期）和欧阳明的《关于我国期刊收取版面费的思考》（《出版业》2010年第1期），两文都不约而同认为，版面费的争论不仅仅是道德层面的问题，更是法律层面的问题。学术期刊向作者收取版面费的行为实际上已经不单单是一种不道德的学术腐败行为，而更是一种具有严重社会危害性的犯罪行为，在特征上完全符合我国刑法关于单位受贿罪的规定；版面费的治理要在德治的同时，又必须严格法治，在法治的基础上确立正确的行业规范、习惯。

版权与著作权是新闻出版法规的重要内容，这一问题在网络时代变得更加严峻，受到的关注程度超过往年，这一领域的三篇文章都是最直接的“网络话题”。张静的《网络版权的国际保护及其对于我国的借鉴》（《出版业》2010年第5期）、肖尤丹的《我国网络著作权制度发展路径研究（1999～2009）》（《出版业》2010年第2期）和刘悦的《试论博客著作权法律问题》（《出版业》2010年第3期）都直接探讨网络著作权与版权的法律研究与保护。张文指出，网络版权的国际保护争议最多的一个焦点是网络版权侵权的司法管辖问题，核心是网络著作权纠纷如何选择诉讼地及适用法律。网上侵权行为一旦发生，国际间的法律救济问题便会涉及到国家主权。肖文提出我国应当尽快建立开放创新与保护权利间的平衡机制、完善著作权集体管理的中介机制、建立著作权利益扩散的回馈机制、完善网络信息领域的共享机制，以实现著作权侵权与互联网发展从对立走向共赢的结构性转变，建构良性和谐的网络著作权生态环境。刘文认为，博客对人格权、言论自由、著作权等造成的问题，从现有法律里都能找到处理方法，目前存在的不是立法不到位的问题，而是司法的适用和界定问题。另有文章直接“用事实说话”，唐仙丽在《“Google侵权门”引发的数字图书馆版权问题》（《出版业》2010年第11期）中以“Google侵权门”为例，提出目前的版权保护制度已经不能满足数字图书馆发展的需要。协调信息传播与版权保护制度之间的平衡，实现作者版权保护与数字图书馆发展的双赢，成为各国以及国际社会需要进一步研究的问题。

交易机制是出版经济领域的最热门话题，这一领域文章的特点是专业性较强。郑雯在《中国音像业标准化版权价值评估的构建》（《出版业》2010年第3期）中认为，音像出版业标准化版权价值评估模式的构建，将既有益于版权交易、投融资、侵权索赔等相关经济活动，也为知识产权产业的整体规范发展奠定基础。这是知识经济发展的客观要求，也是版权产业驱动经济增长的客观要求。周正兵在《图书定价机制60年回眸》（《出版业》2010年第3期）中认为，图书定价具有配置出版资源的重要功能，对图书的供给和需求发挥着决定性作用，因而，图书定价机制的改革是出版体制改革中最为重要的一项。从印张定价模式到利润定价模式再到市场定价模式，我国图书定价机制的演变就是从计划价格走向社会主义市场价格，从政府计划定价的机制走向市场形成价格的机制，从政府直接行政管理走向政府间接经济管理的过程。张世海、徐艳红在《论新闻传播体制改革与媒介机构交易费用的降低》（《出版业》2010年第2期）中指出，新闻传播体制的改革，就是要废除旧制度、建立新制度。对媒介机构而言，就是要明确其市场主体地位，让市场的力量自发发挥作用。在经济活动中，制度的主要目的就在于便利经济活动，降低人们之间的交易的费用，使专业化和分工带来的好处能充分实现。

二

2010年，围绕建设出版强国的宏伟目标，体制与机制建设与探索成就斐然，理论与实践研究掀起新热潮，理论上涌现出新成果与新突破，实践上表现在新尝试与新对策。围绕这一主题，学者们把主要目光投射到以下领域：出版战略、出版理论与实践、数字出版等。

建设出版强国与国家的经济、政治地位密不可分，制定和探索实现文化输出是推进出版战略的首要任务。2010年，出版“走出去”步伐加快，形式不断丰富，越来越多实力雄厚的出版集团走上了与海外出版企业资本合作和战略合作的路子。越是国际化加快，越要关注本土化。潘文年在《中国出版业“走出去”：跨国经营的本土化分析》（《出版业》2010年第12期）中提出，中国出版业进行跨国经营时需要全面实施本土化，以尽可能融入当地的社会、经济、文化环境，规避和防范源于经营环境差异的环境威胁和环境风险，为我国的新闻出版强国建设，为中国出版业进一步融入世界，为中国文化的海外传播奠定更加坚实的基础。当然，本土化要放眼全球视野，借鉴国外新闻出版经验非常必要，这是出版国际化的客观要求。李红强在《国际出版集团的战略角色研究》（《出版业》2010年第11期）中提出，出版产业近一年来更见活力，新一轮的出版改制风起云涌，“中国速度”令人振奋，但实现“出版强国”仍然任重道远。国际出版集团带给我们的启示，首先要拆除资本的行业边界，再要破除融资上市的制度障碍，三要以“大文化”来构筑“大出版”，最后要固本培元集约经营。诸葛蔚东在《日本出版走向海外的途径分析》（《出版业》2010年第8期）中提出，推动日本出版走向海外的力量，一是政府出台系列政策，通过免费提供版权、出版资助等形式激励日本出版物在海外的出版；二是数字出版技术触动了日本传统的出版格局，企业转而到出版环境不同的海外市场寻求出路。这对我国出版“走出去”战略具有借鉴价值，而来自德国出版业的经验同样值得学习。毛小红在《浅析法兰克福国际书展的成功之道》（《出版业》2010年第1期）中指出，法兰克福国际书展成功的奥秘在于悠久的历史和丰富的内涵、国际视野和战略、创新精神和高效专业的运营团队、得天独厚的展览条件等。这些成功经验对我国举办国内国际书展、繁荣新闻出版、实现出版强国目标弥足珍贵。

在出版理论与实践上，黄强在《2009年出版理论与实务研究概览》（《出版业》2010年第1期）中认为，2009年是“中国出版改革年”，出版体制机制改革仍是研究的重中之重。当年出版理论与实务研究的热点主要集中在出版理论研究、出版实务研究、出版体制与机制改革研究、数字出版研究、图书发行与书展研究和图书出版史论研究。新媒体技术发展、国家图书出版战略、民营书业发展等引起了学者广泛的兴趣。这些“重点领域”和“新领域”的研究已在2010年得到充分重视。桂晓风在《编辑要树立“大文化·大媒体·大编辑”的理念》（《出版业》2010年第12期）中提出，当中华民族站在历史新起点上的特殊时刻，中国编辑群体要开拓宽广视野，把握历史高度，弘扬人文精神，深入文化层面，对文化、媒体和编辑三者关系进行高层次、宽领域、多角度的再思考和再认识，从而进一步认

清编辑界尤其是领军人物的使命,创造出无愧于时代的编辑业绩。为此,有必要建立“大文化·大媒体·大编辑”的理念。以此,“大出版”的概念浮出水面。肖东发、李武在《基于“大出版”视角培养出版人才》(《出版业》2010年第2期)中提出,“媒介融合”已经成为当今新闻出版发展的一大显著趋势,传统的出版业也正在力求变革,积极尝试“跨媒体出版”实践。大学的教育应该适应社会的发展,编辑出版专业人才的培养模式要立足于“大出版”视角。朱杰人、袁国女在《大学出版社正处于第三次创业的关键时期》(《出版业》2010年第9期)中提出,随着后转企改制时代的到来,出版产业的多元化发展,以及出版形态的日新月异,大学出版在机遇与挑战面前,要探索学术出版与商业出版有效结合的最佳路径,取得社会效益和经济效益的双丰收。邓锟在《出版产业进入“形式时代”》(《出版业》2010年第6期)中提出,出版的本质在于内容而非形式,这一“圭臬”正在经受考验。在某种意义上,出版形式已经高出对出版内容的选择,甚至已经有“形式为王”的趋势。未来的出版,在于内容的垄断产出,更在于同质内容的创意出版。出版世界,已开启“形式时代”。以上是中观层面以上的分析,微观实践层面的分析,分别见于孙显军、冯斌的《关于学术期刊“面对面”审稿模式的设想》(《出版业》2010年第11期)、宋应离的《新中国成立初期的图书评论》(《出版业》2010年第8期)和赵均的《编辑出版学中的“期待视野”》(《出版业》2010年第8期),他们对出版业都提出了独到见解,成为新闻出版业理论与实践研究智库的重要内容。

积极发展数字出版、网络出版、手机出版等以数字化内容、数字化生产和数字化传输为主要特征的战略新兴新闻出版业态,突出数字化内容、数字化生产和数字化传输等关键技术的研发和应用,推动数字出版产业在国际上领先发展,吸引了学界、业界研究者的高度关注。金更达、王同裕在《数字出版及其产业认识与思考》(《出版业》2010年第8期)中提出,传统出版单位理应抓住国家对数字出版产业发展的整体规划和政策导向,既要大力发展传统出版产品数字化延伸工作,又要积极谋划进入数字内容产业新领域,充分发挥自身优势,逐步提升自身在数字内容产业中的核心竞争力。而提升竞争力正是出版数字化转型的目标,王昇在《关于中国科技出版数字化转型的思考》(《出版业》2010年第4期)中提出,当前国际科技出版领域的黄金法则就是两条:出版的内容必须在线,必须能够被及时的发现和获取。数字出版是出版业的未来和明天,因而,中国的科技出版企业必须全面实现数字化,提升出版产品的传播力和竞争力。谭晓婷在《出版社应成为电子书产业的主导者》(《出版业》2010年第11期)中提出,在电子书产业方兴未艾的发展浪潮中,出版社必须牢牢占据内容提供商的位置,采取更加积极主动的态度,加强联合,加快扩张,形成规模,推出成熟的赢利模式,稳居电子书产业发展中的主导地位。在数字出版日益主流化的时代,传统出版是否会走向消亡?于文在《图书出版业:终结还是新生?》(《出版业》2010年第3期)中回答道,出版业的新生会在各种新旧方式的相互冲撞中往复进行,而不是简单的替代或是颠覆。“媒介相对位移理论”揭示了这样的道理——每当一个新的媒体出现后,其他媒体就会相互移动各自的位子。没有媒介会彻底消失,而只是改变而已。而“传递知识与思想”的核心功能永远是图书出版业生生不息的根本。图书出版业的本质属性是另一个需要严肃思考的问题,秦艳华在《新媒体时代“泛偶像化”出版现象的思考》(《出版业》2010年第1期)中提出,当出版面对新媒体制造的“泛偶像化”现象时,就不能不做出自己的判断和选择。这关系到如何看待出版的本质属性的问题——文化性是第一位的,它的商业性必须与文化性保持统一,它的价值呈现不是肤浅的娱乐性,而是更倾向于深刻的思想性,不是即时的消费性,而是更侧重于创造的积累性……对“泛偶像化”出版现象进行思考,是引导我们切入问题实质的一个视角。

由此观之,如果说2009年是中国“出版改革年”,那2010年就是中国的“出版转型年”,发展环保、绿色、低碳的新闻出版业将成为2011年乃至今后一段时期的热点。当下,新闻出版产业格局已进入战略调整期,新闻出版业转型升级也将加速进行。发展方式的转变,首先需要思想方式的转变。中国新闻出版要在体制机制的改革上转变思想方式,在理论实践探索上转变思想方式,这是建设出版强国、驱动理论探索的根本动力。唯有如此,实现“出版大国”到“出版强国”的梦想才不会太遥远!