

马克思主义出版观研究的历史进程、 热点主题与逻辑进路

张懋学 万安伦

[摘要] 马克思主义出版观研究历经文艺理论阶段、新闻观阶段、新闻出版观阶段与出版观阶段四个时期,研究主题集中于出版家、出版理论、出版学科、出版人才、出版业等方面,图书评介、出版自由、红色出版、出版文化等也是研究的焦点。目前研究已取得较为丰硕的成果,但仍存在思维程式化与视角单一化、主题趋时希利与重点厚今薄古、人员缺乏互动与方法重学轻术、成果形式单一与内容范围偏窄等美中不足之处。在未来的马克思主义出版观研究中,需要在思维视角、主题重点、方法范式、内容范围等方面进一步拓展创新。

[关键词] 马克思主义出版观 历史进程 热点主题 逻辑进路

编辑出版学

理论与实践

中国出版活动历史悠久,自唐代早期发明雕版印刷术以来^[1],我国出版业就长期屹立于世界之巅,对人类文明的演进产生了重要影响。在发达的出版技术与庞大的出版产业基础上,与出版密切相关的版本学、目录学、校勘学等学科应运而生,将“出版”作为一种专门的学问来研究可谓由来已久。然而,版本目录、编辑校勘之学长期被置于文学之属,我国明确提出建立出版学已晚至20世纪40年代末至50年代初,有关马克思主义出版观的研究则更晚。经过社会各界多年的探索与讨论,马克思主义出版观研究已取得较为丰硕的成果,同时又不可避免地存有一些美中不足之处。本文在系统梳理马克思主义出版观研究历史进程的基础上,考察马克思主义出版观研究的热点主题与逻辑进路,以期能为构建中国出版学自主知识体系夯实基础,同时推动文化强国、出版强国的建设。

一、马克思主义出版观研究的历史进程

截至目前,有关马克思主义出版观的研究成果主要以论文为主,论著、论题等为辅。将相关论文的年度发表量作为基点,根据论文发

表的总体趋势和相关主题论著、论题的出版立项情况,可以大体勾勒出马克思主义出版观研究的历史进程。

(一) 孕育期:马克思主义文艺理论阶段(1978—1992年)

我国于1978年进入改革开放新时期,出版人在解决“书荒”难题之时,开启了对马克思主义出版观的探索与思考。1983年6月,《中共中央、国务院关于加强出版工作的决定》对出版的地位、性质与任务等作出全新阐释,要求加强出版、印刷、发行的科研工作。同年10月,钱学森在考察国防工业出版社时表示,应当总结经验,不断提高,创造出一门马克思主义列宁主义的编辑科学^[2];11月,宋原放在首届出版工作者年会上指出,为了总结、探索和逐步明确这些带有规律性的问题,迫切需要建立社会主义出版学^[3]。

“马克思列宁主义的编辑科学”“社会主义出版学”等虽与“马克思主义出版观”相近,但彼时意在号召建设出版学科,并未明确提出“马克思主义出版观”这一理论概念。当时学者大多在“马克思主义文艺理论”这一宽泛概念下讨论出版,可以看作马克思主义出版观研究的“孕育期”。与马克思主义出版观主题相关的论文最早发表于四十多年前(1983年),

此时期主要以图书评介或出版家研究为主。中国展望出版社迟于1985年开始策划“编辑与出版丛书”，并于次年出版中宣部出版局编《马克思恩格斯关于出版问题的言论》，《编辑家列传》《书海耕耘——编辑札记》《编辑与出版基础课程》《简明编辑出版词典》《中国古代编辑家列传》等书也相继出版，极大地推动了出版的研究进程和理论建设。

（二）探索期：马克思主义新闻观阶段（1992—2001年）

1992年，社会主义市场经济全面开启，新闻出版领域思想进一步解放。从实践与理论的关系来看，早期马克思主义者有关新闻出版规律、立场和方法的认识大都源于创办报纸、杂志等社会实践，最初的新闻传播离不开报纸、期刊与书籍的出版，所以马克思主义出版观与马克思主义新闻观起初密不可分。在马克思主义传播理论体系中，新闻观最先被提出、研究与总结。“马克思主义新闻观”的概念首先被林枫提出^[4]，但这一概念在当时学界并未引起多大反响。

真正关于“马克思主义新闻观”的讨论始于2001年，这与中国记者协会举办“马克思主义新闻观学习教育活动座谈会”有关。林枫于同年稍晚发表系列文章，阐述马克思主义新闻观的基本内涵，随后文有仁论述新闻观的喉舌观、党性观、真实观、效益观、自由观五个方面^[5]。由学界提出、业界推动的有关“马克思主义新闻观”的讨论一直持续至今，近年讨论热度又有上升趋势。在“马克思主义新闻观”概念下讨论出版的时期，可以看作马克思主义出版观研究的“探索期”，研究成果不多，相关概念的辨析成为此阶段讨论的热点。

（三）发展期：马克思主义新闻出版观阶段（2001—2018年）

随着我国出版业的迅猛发展，“马克思主义新闻观”这一理论概念已略显窄化。2003年10月，全国新闻战线开展“三项学习教育活动”，“马克思主义新闻出版观”被首次提出。在“新闻”后增“出版”一词，使马克思主义理论的指导范围更广，这也反映出国家对出版

业的高度重视。

“马克思主义新闻出版观”甫出，立即引起学界的广泛讨论，时任新闻出版总署署长的石宗源发表专论，从党性原则、马克思主义指导地位、坚持正确导向、坚持“二为”方向、注重社会效益、坚持“双百”方针、弘扬主旋律与提倡多样化、坚持“三贴近”、坚持党的领导、坚持政治家办报等方面阐释马克思主义新闻出版观的内涵^[6]。在“马克思主义新闻出版观”概念下讨论出版的时期，可以看作马克思主义出版观研究的“发展期”。相关论文的发表量在2004年达到第一个高峰，呈现多角度、多层次之态势，研究热点除图书评介、出版家与出版理论外，出版人才、出版自由等也开始成为社会各界关注的焦点。

（四）深化期：马克思主义出版观阶段（2018年至今）

“马克思主义出版观”的提法其实由来已久，在全国出版行业开展“三项学习教育活动”时，已有多位业界人士呼吁要牢固树立马克思主义出版观，坚守出版阵地。然而在此后相当长一段时间内，出版一般都被置于“马克思主义新闻观”或“马克思主义新闻出版观”下讨论。出版观从“新闻出版观”分离，离不开国家政策的指引。2018年中宣部开始统一管理新闻出版工作，2020年中宣部出版局组织出版学科专业建设专题研讨会。2022年7月，首届全国出版学科共建工作会在北京召开；同年9月，《研究生教育学科专业目录（2022年）》公布，新增“出版（0553）”一项。在中宣部、教育部等部门的联合指导下，出版学科专业共建工作稳步推进，马克思主义出版观研究也迎来热潮。

有关马克思主义出版观主题的论文在2021年开始涌现，并呈现爆发式增长。如今“中国特色出版学系列教材”的编纂工作正在持续推进，国家社科基金特别委托项目“中国出版业繁荣发展重大理论和实践问题研究”也已结项，“马克思主义出版观研究”被列为子课题之一。此阶段可以看作马克思主义出版观研究的“深化期”，出版学科建设、出版业高质量发展等成为大家讨论的热点。



二、马克思主义出版观研究的热点主题

通过分析过去四十余年有关马克思主义出版观的研究成果发现,研究主题既有一定的聚焦性与持续性,又有一定的变化性与时代性,主要集中于出版家、出版理论、出版学科、出版人才、出版业等方面,图书评介、出版自由、红色出版、出版文化等也是大家的关注热点。

(一) 先进出版家研究

马克思主义出版观源于马克思、恩格斯、列宁等人的出版实践,中国早期的马克思主义者如李大钊、瞿秋白等,都曾通过创办报纸、杂志或撰写文章、书籍等来推广马克思主义思想。出版家作为出版践行者的代表,自然成为马克思主义出版观研究的重点,尤其在“孕育期”占比较大。

党和国家领导人关于新闻出版工作的重要论述均有专文研究,部分重要出版家如鲁迅、胡乔木、邹韬奋等也有专论。此类研究大多出自不同学者之手,仅有少数学者曾研究过多位出版家,呈现一定的随机性与分散性。还有少数研究聚焦于某些出版家群体,如讨论出版家传记的内涵阐释、记忆建构与当代价值,探讨出版家的传统与情怀。《出版史料》《出版家文摘》等期刊也先后创刊,其中都曾有相对固定的栏目刊登有关出版家的研究文章。

与发表论文、创办期刊大约同时,研究出版家的专著或资料性文集也陆续出版,并逐渐成为出版家研究成果的主要形式。较早的代表作有《近代出版家张元济》(1984年)、《马克思恩格斯关于出版问题的言论》(1986年)、《怀念出版家徐伯昕》(1988年)等,随着“20世纪中国著名编辑出版家研究资料辑”“中国出版家丛书”等大部头丛书的出版,研究出版家的资料性专著日渐丰富。有关出版家的研究课题也于近年开始出现,出版经纪人、出版人口述史、出版人群体等皆为学者的研究对象。

(二) 科学出版理论研究

出版实践决定出版理论,当出版实践发展到一定阶段,必然需要总结出版规律、提炼出版概念、构建出版理论体系来指导出版活

动。由于出版理论的指导性作用,相关研究成为出版领域最基本也是最为重要的一个方面。马克思、恩格斯最初阐述的新闻思想与出版思想密不可分,因而有关出版理论的探讨最早包含于新闻观研究之中。后来学界曾长时间在“马克思主义新闻出版观”理论框架下讨论新闻和出版,石宗源最早阐释“马克思主义新闻出版观”,随后学者从马克思主义新闻出版观在新媒体环境下的现实关照^[7]、马克思主义新闻出版观转化为“物质力量”等不同角度分析此概念^[8],但大都未能超出石宗源阐释的范畴。

2020年以后有关马克思主义出版观研究的文章不断涌现,并且标题大都明确标明“马克思主义出版观”。王炎龙梳理马克思主义出版观的演进历程,总结出出版的基本概念、学科知识体系和实践拓展^[9]。张养志提炼新时代马克思主义出版观中国化的理论特质,阐释我国出版理论创新逻辑^[10]。高杨文将马克思主义新闻观与马克思主义出版观统置于马克思主义传播观之下,认为马克思主义传播观具有更强的包容性与拓展性,并从多角度尝试建构马克思主义出版观理论体系^[11]。郑保卫建议借鉴马克思主义新闻观的研究经验来创新马克思主义出版观研究理论^[12]。潘文年以马克思主义出版观为理论视角阐释出版的内涵、体现与路径^[13]。万安伦在马克思主义出版观指导下探讨出版的功能、属性与价值等^[14]。与此同时,部分学者开始关注马克思主义出版观的中国化与时代化。

(三) 出版学科建设研究

从马克思主义出版观的角度研究出版学科建设,最早可以追溯至国社科项目“出版学学科体系(与教材建设)研究”(2005年)。2021年12月28日,国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》,提出要“加强出版学学科建设和专业人才培养,构建中国特色社会主义出版学学科体系”。2023年11月30日,中宣部、教育部联合印发《关于推进出版学科专业共建工作的实施意见》,从十五个方面为出版学科建设提供指导意见。目前已有十多所高校与各省省委宣传部等共建出版学院、出版研究院,社会各界也开始讨论出版学科建设问题。

编辑出版学

理论与实践

在梳理总结我国出版学科建设经验的基础上,广大专家学者纷纷为出版学科建设建言献策,特别是对构建出版学自主知识体系相关问题的讨论已然成为近期研究的热点。编写教材是出版学科建设的基石,中国特色出版学系列教材编纂工作已于2023年3月启动。

(四) 出版人才培养研究

出版人才是出版活动的发起者与实践者,也是文化强国、出版强国建设的主力军。经过多年努力,我国已基本建成从中专到博士全层次出版人才培养体系。目前已有多所高校获批出版专硕、专博点,许多出版社与高校联合建成出版博士后流动站,这都是出版人才培养体系的重要支撑。

有关出版人才的讨论最早始于宏观层面,继而扩展到总结出版人才发展评价指标体系与发展路径,考察出版人才协同培养的路径等^[15]。为响应习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述,结合《关于推动出版深度融合发展的实施意见》等政策文件,部分学者针对融合出版人才的培养展开讨论,积极为出版人才培养建言献策。与此同时,部分科研项目如“出版强国背景下我国出版高等教育人才培养体系优化研究”(2019年)也获准立项,推动了出版人才培养研究。

(五) 出版业研究

新中国成立后,中国共产党以马克思主义出版观为指导,通过解放思想、改革出版体制、调整出版政策等系列措施,重塑了我国的出版业。出版业作为国民经济与文化建设的重要一环,向来是马克思主义出版观研究的重要领域之一。除出版产业,出版业还应包含与之密切相关的出版工作者、出版机构、出版政策等方面。

一是出版工作者研究。研究成果大都出自处在一线的业界人士,出版从业者能自发对自己的职业身份进行思考,与出版界开展的出版观教育息息相关。古籍编辑、学报编辑、图书编辑、数字编辑等分别从自身角度出发,分析总结做好出版工作的策略。二是出版机构研究。研究者多来自出版业界,大都从行业出版社、地方人民出版社、大学出版社等不同类型的出

版机构入手,侧重讨论出版机构践行马克思主义出版观的路径。三是出版政策研究。我国出版政策以马克思主义出版观为指导,是引领出版业高质量发展的重要保障。一部分学者总结我国在出版制度建设方面的成就与经验,概括出版政策的内容、特点与成效,从而为出版政策的发展优化建言献策;另一部分学者通过课题立项,研究出版社转企改制、出版产业政策、出版业管理机制等。四是出版产业研究。研究成果主要来源于高校学者,聚焦于出版业高质量发展与中国式现代化,出版业高质量发展也是近年国社科基金项目的高频词汇。

(六) 其他方面研究

有关马克思主义出版观的研究除以上五大热点主题外,还有一些小范围的、规模不大但十分重要的研究方向。这些主题虽然参与研究的人尚少,但与零散的、碎片化的研究相比已初具规模,是马克思主义出版观研究的重要补充。

一是图书评介方面。马克思、恩格斯既是书评写作的践行者,又是书评理论的提出者,不但重视书评的宣传效果,而且看重书评本身的质量与客观公正性。两人曾在《双周评论》《未来报》《自由报》等几十种报刊上发表过书评,内容涉及哲学、经济学、社会学等多个领域。国内学者在马克思主义出版观的指导下,介绍《唯物主义和经验批判主义》《辞海》《时代风云变幻中的马克思主义》等书的内容价值。二是出版自由方面。出版自由是马克思主义出版观的特质之一,马克思曾站在革命民主主义的立场上捍卫出版自由,认为出版物在任何情况下都是人类自由的体现^[16]。自马克思以后,国内外众多的马克思主义者都曾阐释过出版自由。最早论及出版自由的研究成果,大都源于对马克思主义自由观的宏观论述,仅有少数学者专门讨论出版自由^[17],或在探讨出版学其他问题之时论及出版自由。三是红色出版方面。红色出版不仅是出版史研究的重要领域,同时也是马克思主义出版观研究的重要方面,专家学者不但梳理中国共产党领导的出版业的演变,而且总结延安时期中国共产党构建的新闻传播类图书出版体系的历史地位^[18]。红色图书、报刊等也是国家社科基金项目中的常见词汇。四是出版文化方面。出版既能



记录与传播文化，又能赓续与传承文明，文化属性是出版固有之属性。有文章论证当代出版文化与社会主义核心价值观的关系、新闻出版与建设现代文明的关系，建议从多维度将马克思主义同中华优秀传统文化出版文化相结合，从而促进中华文明的发展。部分课题还关注出版文化的理论建构、数字时代中国出版文化等。

三、马克思主义出版观研究的逻辑进路

马克思主义出版观是马克思主义理论的重要组成部分，是指导社会主义出版活动的根本性和总体性原则。分析总结马克思主义出版观研究的历史进程和热点主题，不但能推进出版观研究的进一步深入，同时也是推动文化强国、出版强国建设的基础。

（一）马克思主义出版观研究的美中不足

马克思主义出版观研究起步虽晚，但经过社会各界的不懈努力，已经取得较为丰硕的研究成果。然而白璧微瑕，在肯定相关研究取得较大成就的同时，必须正视其中存在的美中不足之处。

一是研究思维程式化，研究视角单一化。在“马克思主义出版观”正式提出之前，相关理论探讨都被置于“马克思主义新闻观”或“马克思主义新闻出版观”之下，很大程度上制约了出版理论研究的思维与进度。现有研究虽在不断开拓创新，但尚未彻底摆脱马克思主义新闻观或马克思主义新闻出版观研究时期的思维定式。学界目前仍未厘清马克思主义出版观与马克思主义新闻观之间的联系、差异，相关研究具有一定的思维惯性，如将马克思主义新闻观所倡导的党性人民性统一、“双效”统一等原则照搬至马克思主义出版观，显然不利于出版理论体系的构建。与此同时，有关马克思主义出版观的讨论尚局限于出版学、新闻传播学等少数学科的部分学者之中，还未引起教育学、艺术学、经济学等领域学者的足够关注。这导致现有研究多从史学、传播学等传统的单一视角展开，多学科交叉融合视域下展开系统性研究者较少。

二是研究主题趋时希利，研究重点厚今薄古。出版学从新闻传播学脱胎而来，许多出版学者本身就来自于新闻传播学领域，因而研究者关注的主题具有明显的趋时希利性。与国家政策紧密相关的出版学科、出版人才、出版业等主题研究井喷，内容构思多陈陈相因，缺乏创新沉淀。而基础性、长期性、攻关性研究却相对不足，如马克思主义出版观的概念、内涵、外延、功能与价值等元问题仍需进一步探索。当下学者研究重点还具有厚今薄古的特点，多研究现当代的出版人或出版活动，未能将马克思主义出版观同中华优秀传统文化、中华优秀印刷文化相结合，去挖掘我国漫长出版历史中那灿若星辰的出版人物与出版活动，文明交流互鉴视域下出版文化的内在阐释与国际传播研究也亟须加强。

三是研究人员缺乏互动，研究方法重学轻术。构建中国出版学自主知识体系既需要学界的智力支持，也需要业界的出版实践，学界与业界是推动马克思主义出版观研究的双擎。然而在实际的研究之中，学界和业界研究者之间常缺乏有效互动，出版业研究便是显例。出版从业者多关注出版工作者与出版机构，而有关出版政策与出版产业的研究成果则主要出自高校学者之手。以学者研究为主的马克思主义出版观研究，有时会出现重学轻术的现象。在研究出版学科建设、出版人才培养与出版业高质量发展等实践性较强的问题时，学者一般在梳理社会背景、分析国家政策、论证价值意义的基础上提出应对措施，但这些策略多为口号式或理想化的普遍性方案，并未通过实际调研弄清出版教育的困境、出版人才缺口以及出版业转型的瓶颈等现实情况。

四是研究成果形式单一，研究内容范围偏窄。除以出版家为主题的研究成果是论文、论著并重外，其余主题的研究成果以思辨性的论文为主，智库报告、课题立项、会议论坛等较为稀少。即使有关出版家研究的书籍多有出版，但大都侧重资料性和普及性，缺乏学术性与理论性。马克思主义出版观研究的内容范围依然偏窄，关注的主题仍较少。以出版学科建设为例，教师、教材、教研等也是学科建设的

重要组成部分，相关研究亟须加强。学者多关注某位出版家、某个出版机构或某一时段的出版现象，而系统研究某出版家群体、某类出版机构或全时段出版历史者少，相关研究呈现碎片化、浅表化的特点，缺乏系统性与深度性。

（二）马克思主义出版观研究的突破之路

针对马克思主义出版观研究中存在的不足，未来应从思维视角、主题重点、方法范式、内容范围等方面进一步拓展创新。

一要突破惯性思维，运用多元视角。马克思主义出版观已从马克思主义新闻观或马克思主义新闻出版观脱离，要想推动出版观的科学研究，必须突破过去的新闻思维，摆脱新闻理论的束缚。在肯定马克思主义出版观与马克思主义新闻观联系密切的同时，应尽快厘清两者之间的差异，划清两者的研究外延。既杜绝一成不变的“拿来主义”，扬弃马克思主义新闻观的优点与不足，同时也无须谈“新闻”色变，因为马克思主义出版观的最大特质是其与封建主义出版观、资本主义出版观的区别，而不是与马克思主义新闻观的区别。出版学是一门新兴的多学科交叉融合的学科^[19]，当务之急是提高出版学科地位，增强学科认同感。推动马克思主义出版观在文学、管理学、新闻传播学等学科深入讨论的同时，还需通过政府引导、业界搭桥和学者合作等方式强化出版学术共同体的建设，吸引教育学、经济学、艺术学、法学等领域学者的关注，提倡运用多学科交叉融合的视角去系统研究马克思主义出版观。

二要坚持守正创新，兼顾古今中外。出版学作为一门专门的学科，必然有诸多基础性、长期性的议题需要解决。马克思主义出版观是出版学的重要分支，有关马克思主义出版观是什么、马克思主义出版观的属性特征及其发展历程等根本性问题仍悬而未决。这就需要研究者守正创新，注重探源性的原创研究，而非一味地追逐热点、避重就轻。习近平总书记曾高度概括我国出版文化的特点，即坚持历史典籍与当代书籍相结合、传统文明与现代文明相结合、传播中华文化与借鉴世界各国有益文化相结合，坚持古今中外、兼收并蓄，这就是当代中国出版文化的特点和特色^[20]。研究者当以

马克思主义出版观为指导，既关注现当代的出版活动，又考察古代的出版活动，同时借鉴世界各国的优秀出版文化，从而提炼中国出版的精神标识与文化精髓，提升中华优秀出版文化的国际传播效能。

三要鼓励破圈跨界，提倡术学并重。研究者不同的研究面向，凸显社会各界、各学科学者之间兴趣、视角和方法的差异。要推动马克思主义出版观研究的科学发展，必须鼓励政产学研用各界之间、人文社科与自然科学等不同学科之间破圈跨界，提倡实践与理论研究并重。可以通过设立出版智库、建设出版实验室、组织学术论坛等方式为研究者提供学术交流平台，既鼓励业界、政界导师进高校，也鼓励高校学者进企业、政府借调挂职，打造多元互通的交流通道。马克思主义出版观研究在重视理论思辨的同时，也要注重基于出版实践的质化研究、量化研究。一方面鼓励学者去企业做调查、拿数据；另一方面也鼓励出版从业者从出版实际出发，积极参与一些出版理论的探讨。同时也鼓励组建具有多学科背景、多行业经历的科研团队，以针对性地回答出版实践中的现实问题。

四要扩大研究范围，丰富研究成果。马克思主义出版观影响着出版活动的方方面面，必须扩大研究范围，丰富研究成果。首先，要加强基础性研究。既要加强主题出版、图书评介等薄弱环节的研究，也要开拓新的研究领域，如出版传播、出版技术、国际出版及相关史料的搜集整理等。其次，要加强应用性研究。马克思主义出版观是一个系统性、开放性的理论体系，既具有突出的理论性，又具有较强的实践性。研究者要从行业的现实问题出发探寻解决策略，结合出版的典型案例加强实证研究。再次，要加强综合性研究。马克思主义出版观不仅指导印刷、校对和销售等出版环节，还对前置的生产写作环节与后置的阅读接受环节具有一定的指导作用，因而作者与读者也应被纳入马克思主义出版观的研究视野。最后，要丰富研究成果的形式。研究者除撰写论文、论著外，高校、企业、行业协会等可以多组织一些主题论坛，相关管理部门可适当增加一些出版类科研立项。



四、结语

马克思主义出版观经过马克思和恩格斯的创始奠基、列宁等人的继承发展和中国共产党人的丰富创新,成为马克思主义理论的重要组成部分。分析近四十余年来的研究成果发现,马克思主义出版观研究历经了马克思主义文艺理论阶段、马克思主义新闻观阶段、马克思主义新闻出版观阶段与马克思主义出版观阶段等历史阶段,每个阶段都与当时的国家政策密切相关,有关马克思主义出版观研究的成果数量不断增多,成果形式渐趋丰富,成果主题也更加聚焦,总体呈现与时俱进、不断发展的特点。得益于近年来出版学的迅猛发展,马克思主义出版观已逐渐从马克思主义新闻观或马克思主义新闻出版观中独立出来,对出版业发展、出版学科专业建设以及出版人才培养等方面都具有重要的指导意义。同时,在肯定马克思主义出版观研究取得一定成就的同时,应该让更多不同学科背景的学者参与进来,进一步拓展马克思主义出版观研究的深度与广度。

注释:

- [1] 张懋学, 万安伦. 从早期印品遗存看雕版印刷术的起源. 现代出版, 2023 (1): 105-113.
- [2] 史秉能, 袁有雄, 卢胜军. 钱学森科技情报工作及学术文选. 北京: 国防工业出版社, 2015: 125.
- [3] 宋原放. 迫切需要建立社会主义出版学. 出版工作, 1984 (1): 11-13.
- [4] 林枫. 继续成为宣传马克思主义新闻观的坚强阵地. 新闻与写作, 1994 (9): 12-13.
- [5] 文有仁. 马克思主义新闻观的基本方面: 一. 新闻三昧, 2001 (7): 40-41.
- [6] 石宗源. 牢固树立马克思主义新闻出版观始终坚持正确的出版导向. 求是, 2004 (18): 20-23.
- [7] 靳安广. 马克思主义新闻出版观及其对新媒体环境的现实观照. 广西社会科学, 2018 (11): 134-137.
- [8] 易华勇, 吕立志. 马克思主义新闻出版观的当代实践. 中国出版, 2019 (11): 42-45.
- [9] 王炎龙, 江澜. 基本概念、知识体系与实践拓展: 出版学研究的阐释向度. 中国编辑, 2023 (9): 22-26, 39.
- [10] 张养志. 中国共产党百年出版理论的守正与创新. 科技与出版, 2022 (11): 36-51.
- [11] 高杨文. 马克思主义出版观理论体系的构建: 范畴、概念和逻辑. 编辑之友, 2023 (12): 11-19.
- [12] 郑保卫, 郑权. 学习借鉴马克思主义新闻观研究经验 促进马克思主义出版观研究理论创新. 科技与出版, 2024 (1): 6-17.
- [13] 潘文年, 万安伦, 卢继海. 出版的价值: 内涵、体现及路径——以马克思主义出版观为理论视角. 中国编辑, 2025 (5): 34-41.
- [14] 万安伦, 李梦竹. 中国出版学自主知识体系构建的四个基本向度. 现代出版, 2025 (5): 54-64.
- [15] 徐立萍, 施勇勤, 余丹阳. 共建学院背景下出版专业人才培养模式协同创新研究. 出版广角, 2022 (17): 47-50, 74.
- [16] 马克思恩格斯全集. 北京: 人民出版社, 1956: 62.
- [17] 高文苗. 马克思主义自由观视阈下网络出版行为的若干问题研究. 中国出版, 2012 (20): 65-67.
- [18] 吴锋, 潘英杰. 论延安时期中国共产党新闻传播类图书出版体系及历史地位. 出版发行研究, 2022 (4): 90-97, 64.
- [19] 万安伦, 王金英. 出版学: 大交叉大融合的新文科. 出版发行研究, 2024 (3): 12-18.
- [20] 习近平. 加强文化交流 促进世界和平: 在第六十一届法兰克福国际书展开幕式上的致辞. 人民日报, 2009-10-14 (3).
- [本文系北京市属高校基本科研业务费专项资金资助项目“孔子遗说出版与儒家文化传播研究”(XJQN25A004)阶段性成果]
- (作者单位: 北京第二外国语学院文明阐释与国际传播研究中心、北京师范大学新闻传播学院)
- [责任编辑: 余大品]