

<<新中国书刊海外发行传播60>>

图书基本信息

书名：<<新中国书刊海外发行传播60>>

13位ISBN编号：9787506820660

10位ISBN编号：7506820668

出版时间：2010-3

出版时间：中国书籍出版社

作者：何明星

页数：316

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<新中国书刊海外发行传播60>>

前言

60年前的12月2日，中国国际图书贸易总公司的前身——国际书店正式成立，由此揭开中国图书进出口事业发展的序幕。

60年来，国图总公司累计将40多种语言的13亿册书、报、刊，发行到全球180多个国家和地区，在90多个国家和地区举办、参加了上千次书展，搭建起了一座座中外文化交流之桥、友好合作之桥和书刊贸易之桥。

可以说，国图总公司的历史就是新中国图书进出口事业的发展史。

60年后的今天，由高等教育出版社何明星撰写的《新中国书刊海外发行传播60年》一书与读者见面了。

它以国图总公司的发展历程为立足点，以翔实的数据、资料，描绘了一幅中国书刊在亚洲、非洲、拉丁美洲、西欧、北美、苏俄和东欧地区发行传播的全景图。

为新中国60年诞辰献上了一份厚重的礼物。

在书中，作者将新中国书刊海外发行历程分为前后两个30年(以1978年为界)，并就两个时期中国书刊海外发行的内在需求，传播策略、手段等进行了对比分析，指出各自的得与失，同时围绕“文化传播行为的生命周期”、“文化传播的核心目标”、“文化机构的组织核心原则”等关乎文化传播内在规律的重要问题进行探讨，一些观点颇具启发性。

<<新中国书刊海外发行传播60>>

内容概要

本书用大量鲜为人知的历史资料，以中国国际图书贸易总公司的发展历程为立足点；以翔实的数据、资料，描绘了一幅中国书刊在亚洲、非洲、拉丁美洲、西欧、北美、苏俄和东欧地区发行传播的全景图，并用传播学的理论视角对60年来中国书刊在海外传播的文化特征、传播效果、经验教训给予了分析和总结。

历史总会对未来指明方向。

未来中国书刊该如何“走出去”？

怎样做才能走得更远？

中华文化如何才能对世界产生更大的影响力？

可供参考的路径，都在曾经的历史印迹之中。

<<新中国书刊海外发行传播60>>

作者简介

何明星，北京师范大学文学博士。

长期致力于出版文化研究，曾有三十几篇论文，被《新华文摘》、《新闻与传播》（人大复印资料）、《出版发行研究》等期刊发表或转载，并在《出版人》《出版营销》等杂志常年开设专栏。

著有出版文化史专著《著述与宗族—清人文集编刻方式的社会学考察》（中华书局，2007年9月）一书。

<<新中国书刊海外发行传播60>>

书籍目录

序言 北京大学新闻传播学院程曼丽教授导论 第一章、新中国书刊在亚洲及日本的发行传播60年 第一节、亚洲诸国的历史背景 第二节、新中国书刊在亚洲传播的第一阶段（1949—1960） 一、新中国书刊在朝鲜、越南、蒙古的发行 二、新中国书刊在印度、巴基斯坦、尼泊尔、缅甸等南亚国家 三、新中国书刊在印度尼西亚、泰国等东南亚国家 第三节、新中国书刊在亚洲发行的第二阶段（1961—1977） 第四节、新中国书刊在亚洲发行的第三阶段（1978—2009） 一、新时期中国书刊在印度、巴基斯坦、孟加拉等南亚国家 二、新时期中国书刊在印度尼西亚、新加坡、马来西亚等东南亚国家 三、中国书刊在东南亚的新挑战 四、新时期中国书刊在韩国的发行 1、中国书刊在韩国的传播历程（1988—2009） 2、中国书刊在韩国的影响力 第五节、新中国书刊在日本发行传播60年 一、新中国书刊在日本发行传播的第一阶段（1950—1972） 二、新中国书刊在日本发行传播的第二阶段（1972—1988） 三、新中国书刊在日本发行传播的新时期（1989—2009） 四、新中国书刊在日本60年传播效果 第六节、新中国书刊在亚洲发行的特点——悠久历史传统上的新枝叶 第二章、新中国书刊在中东、非洲地区发行传播60年 第一节、中东、非洲的历史概况 第二节、新中国书刊在中东、非洲发行传播的前30年（1949—1978） 第三节、新中国书刊在中东、非洲发行传播的后30年（1978—2009） 一、渠道的调整（1978—1999） 二、出版物内容的转变（1978—1999） 三、经营方式的转变 错误！

四、政治、经贸蓬勃发展而书刊往来相对沉默的新世纪（2000—2009） 第三章、新中国书刊在拉丁美洲发行传播60年 第一节、拉丁美洲的历史概况 第二节、新中国书刊在拉丁美洲的第一阶段（1952—1961） 第三节、新中国书刊在拉丁美洲的第二阶段（1962—1977） 第四节、新中国书刊在拉丁美洲的新时期（1978—1988） 第五节、中国与拉美文化交流的新时期（1988—2009） 一、与跨越式发展的中拉经贸关系相比，书刊交流滞后 二、新世纪中国在拉美的艰巨挑战 第四章、新中国书刊在西欧、北美发行传播60年 第一节、新中国书刊在北美、西欧发行的第一阶段（1950—1962） 第二节、新中国书刊在北美、西欧发行传播的第二阶段（1963—1977） 第三节、在北美、欧洲发行传播的调整期（1978—1999） 一、发行品种的调整 二、曾经业务的恢复与新市场开发 三、经营机制的改革 四、渠道的调整与新生 1、友好团体主办的中小书店（包括华侨书店） 2、北美、西欧地区各国共产党、左派团体所办的图书发行机构 3、友协系统的中国书刊代销网络 4、北美、西欧地区的大中型批发商 5、北美、西欧地区的个人代销户 第四节、中国书刊发行传播的新世纪（2000—2009） 一、中国书刊发行传播的多元化、多样化和国际化 二、中国书刊在欧洲、北美等西方文化核心区的传播重任 第五章、新中国书刊在苏俄、东欧地区发行传播60年 第一节、新中国与前苏联、东欧地区的书刊往来（1949—1960） 一、中国国际书店对苏联图书期刊的进出口 二、中国国际书店对东欧等国家的进出口 第二节、新中国与前苏联、东欧书刊往来的第二阶段（1960—1980） 第三节、新中国与苏俄、东欧地区书刊往来的新时期（1981—2009） 一、中国与苏俄的书刊进出口 二、文学影响——文化政治时代的巨大遗产 三、中国与东欧国家的书刊进出口 第六章、新中国书刊海外发行60年的传播效果、经验与教训 第一节、新中国书刊在海外发行传播60年的效果评估 一、以德、法两国为例，看新中国书刊在欧洲的传播效果 1、法国对中国文学作品的接受： 2、德国对中国文学作品的接受 第二节、新中国书刊海外发行传播60年的经验 一、前三十年以民族独立胜利的经验为传播核心，成功塑造了新中国国家形象 二、奠定了中国书刊海外发行网的基础，培育了一大批中国文化的读者、爱好者以及文化事业的坚定伙伴 三、发展改革三十年，探索经营文化、输出文化、作大作强文化之路 第三节、新中国书刊海外发行传播60年的教训与启示 一、文化传播行为的生命周期？

二、文化传播的核心目标？

三、文化机构的组织核心原则？

后记

<<新中国书刊海外发行传播60>>

章节摘录

插图：从毛泽东著作到《大藏经》——新中国书刊在尼泊尔（何明星） 2008年4月16日《人民日报》刊登了一篇题为“尼泊尔酝酿历史性变革”的报道，文章中说到：“随着尼泊尔制宪会议选举结果日益明朗化，这个喜马拉雅山深处的国度将经历一次史无前例的巨大变革。

4月10日，两度被推迟的尼泊尔制宪会议选举终于如期举行……而尼泊尔共产党（毛主义）则多年来一直在深山老林之中进行反政府斗争，直到2006年和执政党签署和平协议之后才成为参政党……尼泊尔选举委员会12日宣布，制宪会议选举已有21个选区完成计票工作，结果显示，尼泊尔共产党（毛主义）赢得其中11个选区的胜利。

在开始计票的121个选区中，尼泊尔共产党（毛主义）在其中61个都处于领先地位。

当地媒体纷纷以《尼泊尔共产党有望领导国家》为题报道了不完全计票结果。

西方观察家们也开始认为，尼泊尔共产党成为此次选举的最大赢家”。

这样一则报道引起了我的浓厚兴趣。

原因在于，刚刚完成的《新中国书刊海外发行传播60年》一书里，我曾尝试着对新中国前30年具有浓厚时代特色的海外发行传播历史予以总结分析：第一次走出国门的新中国书刊，取得了哪些传播效果？

这种效果是正向的还是负向的？

其中有哪些因素导致了传播效果的发生？

60年后的今天，拭去历史表面的浮尘，总能可以分析出一些值得今天的中国出版界汲取的经验。

其实《人民日报》所报道的这个左派，就是尼泊尔共产党（毛主义）派，它1994年从“尼共（团结中心）”中分出，从1996年开始使用现在的名称。

该派信仰毛泽东思想，从1996年2月13日开始发动了“人民战争”。

在96年初起事时这支游击队只有十人，到2001年已发展成为一支拥有5000多名正规军和1万多名左右游击队员的武装力量。

他们最初主要以西部山区的巴迪亚、贾贾科特、鲁孔、萨利亚纳、罗尔帕和皮乌坦等县为基地，后迅速向全国发展，目前已控制了包括中部山区的廓尔喀、达丁、辛杜帕尔乔克、多拉卡、卡波雷帕兰乔克、拉梅查普、辛杜利和达努沙等全国75个县中的20个县，并在这些县建立了人民政府，其活动和影响范围已波及到58个县，曾经控制了全国70%的地方，并从2004年底开始，对首都加德满都围城。

在2006年11月8日，尼泊尔7党联盟与尼共（毛主义）签署了全面和平协议，双方同意结束内战，启动和平进程，并将选举产生制宪会议作为和平进程的最终目标。

这样一个党派是从什么时候接受毛泽东思想的影响的？

依笔者的推测，应该是从20世纪50年代开始的。

因为那个时候也正是新中国以一个崭新的形象面向世界，而以传播新中国取得民族独立的经验的书刊也是在这个时候发行到尼泊尔。

其中有位于加德满都的费迪亚书店，位于比特纳加尔市的沙加玛特书店均在这一时期与国际书店建立了联系，并是这一历史时期新中国书刊在尼泊尔的主要代销人。

尼泊尔的费迪亚书店曾把中文出版物大量翻译成尼泊尔文出版。

在1988年中国国际书店40周年纪念文集里，收入了该书店经理费迪亚（N.G.Vaidya）的一篇回忆文章，记述了自1959—1988年在尼泊尔发行中国书刊的经历：在这漫长的岁月中，我们尽力向尼泊尔人民发行中国书刊。

1963年后的几年内我们还向印度人民发行中国书刊，使对印度供应中国书刊目前取得很大进展。

我们将许多中国书籍翻译成尼泊尔文，也有一些翻译成印地文出版，其中大多数是毛主席、刘少奇、周恩来、邓小平、茅盾、鲁迅和杨沫等人著作。

最近出版了尼泊尔文版《周恩来传略》，这类出版工作目前仍在进行。

我们出版的目的是增进尼中之间的友好关系并促进尼泊尔人民对中国政治、社会、文化、科学发展方面的了解。

一开始我只能出售极少量《北京周报》《中国画报》《中国建设》。

<<新中国书刊海外发行传播60>>

那时候要出售10本也是困难的。

我们曾在当地报纸上刊登中国期刊的广告，同时我还亲自挨门挨户去推销。

后来中国书刊的读者逐年增长，不用登广告，读者也能上门来购买中国的新书和刊物，不仅在加德满都，在尼泊尔全国各地都有中国出版物的读者。

目前我们拥有成千上万的中国书刊的读者。

根据这篇回忆录可知，新中国书刊在尼泊尔的发行与传播是一个渐进的过程。

尼泊尔人接受了哪些中国书刊的影响，不接受哪些思想，取决于尼泊尔人民的思想习惯与当地社会发展需要。

但尼共（毛主义）派信仰毛泽东思想，并取得政治上的长足进步，应该说是新中国书刊在50年代在喜马拉雅山南麓广泛传播的一个结果。

改革开放后，中国与尼泊尔之间的书刊交往与前30年大为不同。

首先是大量时政性内容逐步减少，取而代之的是大量的中华民族、传统文化的内容。

比如2003年8月30日，国图公司参与在尼泊尔举办的“中国节”活动，带出大批外文局版的各种外文图书，不仅丰富了“中国节”内容，还受到当地读者的喜爱。

尤其是2007年国图公司作为新闻出版总署主办的“感知中国”系列活动的承办单位之一，在6月6日至10日与尼泊尔世界文化网在尼泊尔首都加德满都市政展览大厅举行“尼泊尔中国图书展销会”。

本届图书展销会应该说是中国图书出版界进入新世纪之后在尼泊尔举办的规模最大的一次书展。

展会精心准备了中、英、藏三种文版2000余种图书、音像制品及中国工艺品，涉及中国历史、中医药、经典文学名著、汉语教学教材、少儿读物，还有介绍尼泊尔年轻人非常迷恋的中国功夫的图书。

此外，展销会不仅展出了《中华大藏经》等珍贵出版物，参观者还可以买到有关中国少数民族歌舞等音像制品，以及文房四宝等有中国特色和西藏民族特色的工艺制品。

中国国际图书贸易总公司准备的2000多种共4000多册书刊，仅3天就被热情的读者和图书经销商抢购得所剩无几，不得不提前一天结束展出。

书展吸引了2000多名读者和书商，藏文书刊、画册最受欢迎，其中包括价格不菲的《中华大藏经》等珍贵出版品。

除藏文书籍外，英文少儿出版物和汉语教材也十分畅销。

读者还喜爱英文版的关于中国经济建设和社会发展的书刊。

中国展团团长王国庆表示，参加此次展会有两个“没想到”：一是尼泊尔人民如此喜爱中国书刊；二是尼泊尔图书音像出版市场相当活跃，为中国图书提供了发展空间。

展会承办者之一的尼泊尔世界文化网主席迪帕克说，他也有两个“没想到”：一是中国图书不论纸张、印刷还是装帧质量都堪称一流；二是中国经济发展如此之快，已完全不是许多上了年纪的尼泊尔人印象中的中国。

在展会期间的6月7日，中国新闻出版总署还举办了向尼泊尔加德满都大学赠送图书仪式，由中国国际图书贸易总公司精选的1042册、672种图书将供加德满都大学师生们阅读，这是该所大学第一次得到大批量的中国图书；其次，新时期中国与尼泊尔的文化交往，开始从书刊的翻译、发行到共同举办汉语培训学院方向发展，中国文化开始在尼泊尔落地生根。

比如2007年2月，尼中两国合作，在加德满都大学创办了孔子学院，同年6月13日，孔子学院举办开课仪式。

这是加德满都大学历史上的一个新的里程碑，也是中国在新世纪海外传播在尼泊尔的落地。

从毛泽东著作到《大藏经》，新中国书刊经过半个世纪的发行传播，在尼泊尔人民的心中中国形象将更加丰富、完整、多元的。

（2010-3-15）

后记

与所有读书人一样，逛书店成为我们一家人的习惯。

2008年3月1日，我和妻子偶然走进了在北京大学47号院一个专营旧书的店铺，在一个角落里发现了三本印刷完好的内部资料——《中国国际图书贸易总公司大事记》《回忆录》《史论集》。

这些完成于1988年，尚未公开出版的资料，完整提供了中国书刊海外发行传播40年的历史。

这三本内部资料，要价200元，显然店铺的经营者是一个业内老手。

经过讨价还价，我用120元抱回了家。

这三本内部资料，正回答了本书导论中提出的问题：在世界上，谁在看中国出版的书刊？喜欢看哪些内容？送到海外读者面前的这些中国书刊，经历了哪些不为人知的历程？通过这三本内部资料，我熟悉了下列这些曾经为新中国书刊走向世界而筚路蓝缕的开拓者们：曹健飞、彭树椿、王文秀、武庭杰、杨洁，裴国成、高进录、刘彬祺、黄华珍、宋广浦、常青原、屠琳芳、景连如、王庸声、钟虹、郭毓基、刘丕源、崔树屏、周保昌、胡克强、由延惠……正是这些国际书店的老职工写于20年前的文字记载，才保留下了新中国书刊海外发行的第一步历史印迹。

本书在写作过程中，得到了新闻出版总署对外交流与合作司、中国国际图书贸易总公司、中国出版对外贸易总公司的大力支持。

媒体关注与评论

在书中，作者将新中国书刊海外发行历程分为前后两个30年(以1978年为界)，并就两个时期中国书刊海外发行的内在需求，传播策略、手段等进行了对比分析，指出各自的得与失，同时围绕“文化传播行为的生命周期”、“文化传播的核心目标”、“文化机构的组织核心原则”等关乎文化传播内在规律的重要问题进行探讨，一些观点颇具启发性。

与国内其他介绍图书出版、发行历史的书籍不同，本书作者没有把目光锁定在出版领域，而是将中国国际图书贸易总公司视为对外传播(发行)的主体，将国内书刊的海外发行视为一种对外文化传播活动……在这样的思路框架下，中国书刊的海外发行，就被纳入党和政府所倡导的“大外宣”的格局中，并且与国家“软实力”的提升紧密地联系起来。

——北京大学新闻传播学院副院长、教授、博士生导师 程曼丽

编辑推荐

《新中国书刊海外发行传播60年(1949-2009)》：世界上哪里毛泽东著作需求量最大？
欧美的“红色书店”今天怎样重生？
建国以来大量资料首次公开，记录新中国海外影响力的变迁。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>