

# 出版文化产业发展的路径分析

阿勒哈别克·合依程汗

(民族出版社, 北京 100013)

**摘要:** 随着我国经济水平的进步, 科学技术也在不断发展, 我国逐渐进入信息化时代, 这对于我们的生活来说有利也有弊, 但对于出版文化产业来说则是新的机遇和挑战。在新时代, 人们看新闻、了解时事热点、读书等大部分都是通过微信、抖音、微博等平台, 这对于出版文化产业来说是极其不利的。而出版文化产业要想继续发展, 必须认识到自身传统的经营方法存在的欠缺, 了解新时代的特征, 了解大数据的特点, 紧跟时代潮流, 提高产业的数字化水平。基于此, 本文先对文化产业的含义和特征进行了阐述, 接着从传统文化产业的现状入手, 分析了产业融合的新路径, 并提出对出版文化产业进行完善的措施。希望本文能够促进出版文化产业打破传统的经营方法和出版方法, 在新的方向寻找新的发展路径, 做好出版文化产业从“数字出版”到“大数据出版”的过渡工作。

**关键词:** 出版文化产业; 发展; 路径分析

**中图分类号:** G230

**DOI:** 10.12230/j.issn.2095-6657.2022.27.041

**文献标识码:** A

近年来, 我国的信息科技在不断发展, 我们生活中的大部分东西都变得更加智能, 比如智能建筑、智能开关等, 对于文化产业来说, 文化信息的储存、分析和传播等方式都发生了根本性改变。之前传播信息基本上都是通过报纸、杂志等来实现的, 而现在我们只要打开微博、微信、抖音等平台就可以看到信息, 报纸、杂志等不再受到人们追捧, 甚至开始被冷落, 从这一点我们就可以看出出版文化产业受新媒体冲击是非常大的。因此, 出版文化产业要紧跟时代的潮流, 进行改革和创新, 在新的时代, 利用新的技术, 在科技不断发展的同时抓住文化产业的新机遇, 对出版文化产业目前存在的问题进行分析, 开辟出新的发展路径, 这是出版文化产业必须要做的事, 也是时代对文化产业的要求。在网络阅读已成为大趋势的当下, 出版文化产业遇到了前所未有的挑战, 若是没有寻找到合适的发展路径, 那么出版文化产业终究会被社会所淘汰。

## 1 文化产业的含义与特征

### 1.1 文化产业的含义

文化产业, 从字面意思上来看, 可以把它看作是文化和产业的有机结合。文化有广义和狭义之分, 广义的文化主要是人类创造的, 即人们对动物、植物或者其他物品进行改造, 改造之后的物品能够满足人类内心的需要, 换句话说就是人们自己创造的精神财富和物质财富的总称; 狭义的文化主要是指精神文化。而产业是经济活动的总和, 但这里的经济活动必须是同一类经济活动。将文化和产业结合起来就是文化产业, 它的定义在我国并没有统一的意见, 目前比较主流的意见主要有两

种: 一种是叶朗教授对它的定义, 即对文化产品和文化服务进行生产经营活动, 并为这种活动提供相关服务的行业; 另一种则是国家统计局提出的给人们提供文化、娱乐产品和服务的相关活动。一般来说, 我们所理解的文化产业就是对一些娱乐产品或文化产品和服务进行销售, 而这些产品和服务能满足我们内心的需要<sup>[1]</sup>。

### 1.2 文化产业的特点

#### (1) 服务性与营利性

文化产业在我们生活中的体现就是把一些小说、新闻、时事等打印出来, 供我们消费和享受的商品, 其中的小说、新闻、时事等就是人们的智力、知识、精神等的书面形式, 可以说文化产业就是为了满足人们对精神文化的需要而产生的, 从这一点来看文化产业具有服务性特点。同时, 在如今这个时代, 一些文化企业会为了自身的运转去追求最大的利益, 也就是说这些文化企业生产的主要目的就是利益, 因此文化产业也就具有了营利性。

#### (2) 知识性与创造性

一般来说, 文化产业以音像、艺术、文字、信息等多种形式来为人们提供精神食粮, 以此来满足人们的内心需要, 所以与文化产业相关的文化产品和文化服务就可以被赋予文化的含义, 也就使文化产业有了一定的知识性。而创造性有多种含义, 对于文化产业来说就是创新, 这是文化产品产生的关键。一个好的文化产品需要创新, 它也许会借鉴前人的经验, 但它必定会在相关内容上再有所创新, 取其精华去其糟粕, 这样才能创造出一个好的文化产品。如果一个文化产品是抄袭的, 即使它

可能会流行一段时间，最终也必然会被淘汰。因此文化产业是具有创造性的。

### 1.3 文化产业对我国社会、经济和文化发展的作用

对于一个国家、民族来说，文化就是它的根，就相当于灵魂对人的重要性，如果一个人没有灵魂，那么他将像行尸走肉一般没有任何生机，没有文化，国家和民族也终将被社会所淘汰。积极的文化可以产生积极的作用，它对人们道德观念的树立起着引导作用，也能够满足人们对于精神财富的追求，它可以促进国家和民族精神文明的建设。同时文化产业具有一定的营利性，如果一种文化产品卖得很好，与它相关联的产品也会有很好的收益，从这一点看文化产业对于我国经济的发展也有一定的推动作用。

## 2 传统出版文化产业的现状分析

### 2.1 出版文化产业的经营链比较落后

目前，出版文化产业的经营主要是通过经销商、出版文化制作商、分销商来完成的。经销商主要是利用信息技术对出版文化产品进行宣传；而出版文化制作商则要根据销量对出版文化产品的数量进行控制；分销商负责销售。也许在之前，这样的经营链是没有问题的，但是其与新形势下“大数据出版”的经营流程相比有很大的差距，传统的出版文化经营链对于经营商和消费客户来说，并不利于他们获得利益。出版文化产业要紧跟时代潮流，拥有数字型出版物，但这种产品需要有一条更加高效的、与传统出版文化产业不同的经营链，如果使用传统的经营链，那么出版文化产业所需的环节就会比较落后，对于出版社来说可能会产生巨大的损失，甚至还有可能会因此失去固定的阅读群体<sup>[2]</sup>。

### 2.2 经营流程不够完善

在新时代，出版文化产业在出版数字产品的过程中会不断加大规模，也许出版的产品的质量有一定的保证，但是在出版的过程中，由于经营流程不够完善，业务运作程序的文化产品加工、内容和技术融合的过程，以及市场的反馈就会出现参数表排列不一致的结果，业务信息的反馈也可能不及时，这样一来产品的出版时间就会比较滞后。长此以往，消费者就不会太重视企业的出版物，也没有太大的欲望来看出版产品，加之出版产品的数据不流通、业务资源也不能得到同步享用，使消费者的利益得不到满足，出版文化产业的利益就会受到很严重的影响。

### 2.3 没有较好的综合运作能力

出版文化产业的这一问题具体表现在三个方面：

第一，出版物的质量。现在人们对于文化的追求比较直接也比较热情，高质量出版物给人们的印象会比较好，就会有

兴趣去读。但在出版过程中，有的出版社可能会为了降低印刷成本而使出版物的印刷质量很差，存在印刷简陋、装饰简陋的现象，即使出版物的内容质量再好，也不会有人去愿意看或对其进行收藏。

第二，数字出版主要是从文字中获得信息的，情感也是从文字的字里行间感受的，所以数字出版要求文字必须精准、内容必须准确，这不仅是对读者负责，更是对文化负责。出版文化产业要想长远发展，其内容必须足够准确，要符合读者的需要，既要有经济效益，又要使内容的质量过关，当然内容也要时刻紧跟时代潮流，这样出版文化产业才能在社会上立足，才能健康发展。

第三，出版文化产业向“大数据出版”的方向过渡的过程较慢，出版文化产业要想在第一时间被读者看到，对于实体出版物，它的装饰和版面就必须符合时代特征，符合内容特征，这样才能够吸引到读者，对于数字出版，传播面要更广一些，感情也要描述得更加真实<sup>[3]</sup>。

## 3 产业融合的路径分析

### 3.1 对发展理念进行更新

在过去，出版文化产业一般是指实体出版物，而如今这个时代，出版文化产业要向“数字出版”的方向发展，从这一点我们可以看出出版文化是一个时代科技水平的代表。不管是哪个时期的生产发展，只有在时代科技水平方面领先，才能立于不败之地，实现自身的价值。因此，对于出版文化产业来说，传统的发展理念已经不再适用于如今这个时代，我们必须要对它进行更新，只有这样它才不至于被社会所淘汰。所以我们要加快传统出版向“数字出版”和“大数据出版”方向过渡的进程，当然相关企业也要认识到出版文化产业所面临的挑战和机遇，对它的发展理念进行更新，将它与新时代的特征相结合，不能坐井观天，把自己困在传统出版文化产业的发展理念里<sup>[4]</sup>。

### 3.2 提升科技水平

在如今这个时代，信息科技就是时代的产物，大部分事物都与智能化挂钩，出版文化产业要想紧跟时代发展，不被社会淘汰，就必须提升科技水平，顺应时代发展，将其与先进技术进行结合。对于数字出版来说，必须要有科技的支撑，不断对传统出版的不足进行补充和完善，对技术进行提升，只有这样，出版文化产业的发展才有足够的支持。我们都知道科技是第一生产力，不仅工业生产要用到科技，出版文化产业也要对科技加以运用。因此，我们可以对出版文化产品进行更新，并根据企业的实际情况，寻找多个经营渠道，比如，对于数字出版我

们可以采用外包的方法，将数字出版的技术外包出去，如果企业的经济实力比较弱，可以借助在数字出版这一方面比较强的团队来完成出版工作，这对于出版文化产业的过渡也有很好的促进作用。

### 3.3 培养技术人才

任何一个产业都要有人才支持，如果企业经营没有足够的人才，那么这个产业总有一天将不再适应市场经济的需求，会被社会所淘汰，出版文化产业也不例外。对于数字出版来说，尽管一经出现，其发展速度就非常快，逐步适应了市场需求，但也因为发展速度过快，而社会上相关专业的人才极为稀缺，缺少人才支撑，这对于出版文化产业的发展来说是极大的阻碍。虽然我们可以暂时借助社会人才的力量来缓解这一矛盾，但是新兴数字出版的相关专业人才必须要有过硬的专业技能，要对数字技术有足够的了解，一直借助社会上的人才力量是远远不够的，我们必须要对相关专业的人才进行培养，提高他们的专业技能，当然相关部门也要定期开展专业课程，对数字出版中的一些问题进行研究，有了足够的人才支撑，出版文化产业才能得到持续健康的发展。

## 4 对出版文化产业进行完善的措施

### 4.1 利用互联网为出版文化产业建立数据库

在信息时代，大部分产业都有属于自己的数据库，这也是产业中所必需的信息平台，出版文化产业要想得到发展就必须建立一个数据库，这是最基础的也是最关键的。在出版文化产业的数据库里，从事相关产业的人可以将自己的工作经历和内容展示给对这方面有需求的人，这样相关人员就能很便捷地获取自己所需要的信息。如今这个时代是属于互联网的时代，出版文化产业要根据时代特征对自身产业进行改革和创新，利用互联网技术来建立数据库，对大数据进行利用，这样才能促进产业的发展。出版文化产业可以利用互联网开发一个新的文化阵地，这样它的发展就有了新的路径。对于大多数人来说，出版文化产业都起着一定的导向作用，它对于政治、经济和文化的发展也有一定的促进作用，所以出版文化产业对于文化传播途径的开辟承担着一定的责任。因此，出版文化产业要尽可能早地利用互联网技术建立数据库，这样它的营销模式就会有一定的创新，不仅能在数据上支持数字出版的文化产品，更能对其进行多次循环利用，这对于出版文化产业的健康发展有一定的促进作用<sup>[5]</sup>。

### 4.2 对出版内容进行更新和设计

我们都知道数据库只是一个平台，平台建设得再好，如果

没有精彩的内容作为支撑也没有什么效果，所以我们要对出版文化产业的内容进行更新和设计，使其更能满足社会的需要。而在如今这个时代，内容的更新设计可以通过科技来进行，比如说自媒体，这就相当于大数据，当我们面对一个新的事物时，我们要做的就是将它从实体出版向“数字出版”和“大数据出版”转变，做好它的过渡过程，这样这种新事物就不再像传统事物一样平凡，而是被赋予了新的意义，能够吸引到更多的读者。对于数字出版来说，它有一个显著的特征，就是内容过于“碎片化”，难以让人抓住内容的重点，而我们要做的就是对其进行整合，向“大数据出版”演进，满足现在人们对多样化的信息的需求。当然，出版文化产业还要对市场进行考察，对用户的需求进行调查，了解现在他们需要什么，我们就可以从该方面入手，然后再由数据库或者是读者订阅的营销号等推送给读者，这样一来，不仅出版文化产业的成本能得到大幅降低，还能够最大限度地满足人们的需要，促进出版文化产业的发展。

## 5 结语

在新时代，文化产业的更新和改革是必要的。因此出版文化产业要不断创新，结合时代的特征，使用先进的科技，建立数据库，对出版内容进行更新和设计，对相关专业的人才进行培养，找到最适合当前时代的发展道路。当然出版文化产业也要敢于利用科技拓宽文化发展的新路径，向“数字出版”和“大数据出版”过渡，促进出版文化产业持续健康地发展。

### 参考文献：

- [1] 史雪莲. 出版文化产业发展的路径分析[J]. 中国传媒科技, 2018, (09): 119-120.
- [2] 陈力. 传统图书出版编辑如何应对大数据时代的挑战[J]. 传媒论坛, 2018, 1(23): 146-147.
- [3] 何军民. 大数据思维与出版高质量发展的路径选择[J]. 出版科学, 2018, 26(05): 82-86.
- [4] 牛禄青. 新时代出版业发展路径分析[J]. 新经济导刊, 2018, (10): 64-68.
- [5] 李闯. 主题出版的策划要素与实施分析[J]. 出版广角, 2020, (03): 19-21.

作者简介：阿勒哈别克·合依程汗（1984-），男，新疆富蕴人，大学本科，副编审，主要从事编辑出版、汉语-哈萨克语翻译研究。