



郝振省：出版软实力与文化理性修炼

浏览：279

党的十七大报告提出了大力提升我国文化软实力的战略任务，作为文化大繁荣、大发展孵化器、助推器的出版业，作为演艺业、影视业、动漫业等文化产业内容来源的出版业，当然是文化软实力的重要的和主要的组成部分。因而就有了出版软实力的概念。

软实力这一概念，目前学术界多认为是美国哈佛大学肯尼迪政府学院院长约瑟夫·S·奈最早提出的。他认为，“软实力”是指国家通过自己的吸引力来实现发展目标，而不是靠武力威慑、武力报复、经济制裁等来实现发展目标。他强调，软实力是国家实力的重要形式，必须把它纳入到国家战略中来。在我国，伴随着知识经济和信息社会时代的到来，对于软实力问题的研究一时间成为舆论热点。纵观国内多数专家、学者的观点，一般谈及“软实力”是相对于生产总值、国防力量等硬实力而言的，是指文化、价值观念、社会制度等影响自身发展潜力和国际感召力的因素（参见2006年10月9日《文汇报》第五版丁元竹先生文）。文化软实力在很大程度上表现为文化事业与文化产业的总体实力与国际竞争力。出版软实力则是指出版事业与出版产业的总体实力与国际竞争力，表现为以出版物为标志的这种总体实力的渗透、引导、影响、辐射及潜移默化下国民的精神风貌、道德品格、人文素养及科技力量，表现在以走出去的广度与深度为标志的这种国际竞争力的积聚、整合、输出与覆盖及悄然无声中，表现为国际社会汲取的营养和国家在这种汲取中日益凸立的形象。

显然，出版软实力主要和首先不是指载体和介质的质地与样式，虽然它必须借助不同的载体和介质才得以实现和完成，主要和首先指的是其内容是否具有渗透力、影响力乃至穿透力；是否能感染人、熏陶人、提升人和发展人。这就是内容为王、品牌无限的道理。推而论之，深而究之，编印发三大环节孕育的书报刊、声光电六大领域，不管其形式如何五光十色，纷纭绚丽，能否为人

标题 关键字 搜索

热点聚焦

全国出版社网站建设工作交流会
第三届中国传媒创新年会
中国出版走出去
第14届北京国际图书博览会
2007北京国际出版论坛
第9届中韩出版学术年会
第2届中国数字出版博览会
2007报业经营模式创新论坛
第17届全国书市
第2届中国传媒创新年会

更多

专题集锦

出版业改革30年专题
回眸2007
中共十七大专题
出版发行业诚信体系建设专题
出版蓝皮书专题
农家书屋专题
全国国民阅读调查专题
出版集团建设专题
民营书业专题
优秀出版科研论文评奖专题

更多

们所认可，所接受，所购买，所阅读，最终还是取决于其内容的吸引力与感染力、渗透力乃至穿透力，取决于艺术出版物是否具有真实的灵性，文学出版物是否具有真实的感性，哲学出版物是否具有深邃的悟性，史学出版物是否具有历史的本性，科技、科普出版物是否具有真实的理性，伦理出版物是否具有高尚的德性，等等。

而内容是否真实地具备了上述的品格，往上追溯，又取决于编辑出版人的文化理性的修炼程度。

或者非常地充满智慧，拥有才识，目光犀利，而又不十分张扬，德性高尚而又兼备儒雅气质，他就能吸引来一流的作者、一流的专家、一流的大师写出灵动的作品，交付给自己进行深度加工。他决不是简单地吸引作者打剪“枝叶”，包装产品。他对作品加工程度，有时甚至超过了作者本人的第一次投入。有好多时候，作者的选题就是他给谋划的和提炼的。一部好作品的问世，往往是作者与编辑水乳交融、深度合作的结果，只不过编辑本人恪守“为他人作嫁衣裳”的信条，约束自己，宽待作者，不计酬劳罢了，如此这般又使他对作者更具吸引力，一个名牌出版社就是这样形成的。

或者也有些修炼、有些智慧，还算勤快，也有人脉，这样也可能吸引到多数二流作者、二流专家、少数一流作者、一流专家，推出少数精品和大量过得去、有效益的出版物。这是编辑的大多数。

或者干脆没有多少修炼，也说不上什么智慧，也压根不想去搞什么文化理性修炼，那就无药可救，只好另谋高就了。

文化理性修炼的问题就是这样尖锐地摆在我们面前，而且转制也好，转型也罢，都取代不了它，它反过来还要决定他们的实现程度。何去何从，我亲爱的编辑文化同仁？！（辰 目）

[\[查看/评论\]](#) [打印](#) [\[关闭窗口\]](#)

[相关文章](#)

[图片新闻](#)

[|>更多](#)

京ICP备05064761号

主管单位：新闻出版总署 主办单位：中国出版科学研究所

地 址：北京市丰台区三路居路 97号 邮编：100073

