



出版业与文化软实力

浏览：43

当今时代，文化与政治、经济的联系越来越紧密，文化的地位越来越突出，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的源泉，越来越成为综合国力的重要组成部分。胡锦涛总书记在党的十七大报告中指出：“要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力，使人民基本文化权益得到更好保障，使社会文化生活更加丰富多彩，使人民精神风貌更加昂扬向上。”在党的文件中，十七大报告第一次正式提出了“文化软实力”这一概念。作为国家文化建设重要门类的出版业，如何认识自己的文化使命和文化责任，在推动社会主义文化大发展大繁荣中如何为建设国家文化软实力发挥自己应有的作用，这是我们应该思考的问题。本文试就此作一些探讨。

一、概念：从政治到文化

软实力起初是由美国的约瑟夫·奈于1990年提出之后又不断加以论述的一个国际关系概念。他认为，冷战时期东西方对抗的是硬实力，冷战结束以后，随着全球化的到来，软实力在国际社会中的作用和地位越来越突出。按他所说，软实力是和硬实力相对而言的。“所谓硬实力，是指以军事、经济和科技等传统权利资源为主的强制性权利（command power），它主要是利用‘经济胡萝卜’或‘军事大棒’来利诱和威胁他国去干他们不想干的事，本质上属于对抗性权力；软实力则是一种精神性力量，是指一国的文化、价值观念、社会制度、发展模式的国际影响力和感召力，它通过文化和价值观念的对外输出、道德和意识形态的说教、国际组织的规则制定等渠道，向他国发挥‘影响’、‘吸引’和‘说服’的作用，本质上是一种合作性权力（cooperative power），是通过同化形式而非高压形式在国际事务中达到目的的能力。”

[1] 后来，软实力这个概念逐渐被运用到经济、文化等领域，成为一个适用

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

面比较宽泛的概念。

作为软实力主要载体和具体体现的文化，不仅代表着国家的身份和民族的象征，而且还是经济和社会发展的强大动力。社会发展的很多问题都与文化有关。“在我们这个时代，文化是一种决定性的力量。许多从表面上看来是政治性的冲突，实际上反映了文化上的深刻分歧……尽管这个事实通常被政治家和经济学家所忽视，但我们时代的地缘政治冲突不仅是一个政治问题或经济问题，它首先是一个文化问题，其深刻的根源是历史上形成的价值观念和感情。” [2] 所以文化软实力被高度重视，我国是把它作为一个特定的概念提出来的。所谓文化软实力，是指文化所具有的创造力、凝聚力、生命力、传播力以及由此而产生的影响力和感召力。从它的内涵来看，文化软实力具有这样三个特点：第一，精神性。文化软实力属于精神性力量，看不见，摸不着。第二，模糊性。文化软实力不能物化、指标化和市场化。第三，征服性。它是一种通过吸引别人而不是强制他们来达到你想要达到的目的的能力。

二、联系：统一于文化范畴之中

现代社会，文化与政治、经济相互交融，文化已渗透到了社会的各个领域和各个角落。文化“就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他才能和习惯的复合体” [3]。实际上，文化所包含的内容则更为广泛。作为以文化为主要内容的出版业和文化软实力，就更是文化中的文化了。它们同属于文化的范畴，在文化的发展方向上有着超前性和趋同性的特点，所以二者之间存在着千丝万缕的联系。出版业的发展壮大，对文化软实力的增强具有重要的作用，因为出版业对于文化积累和文化传播历来就是主力军，对于文化事业和文化产业的发展也有举足轻重的作用。文化软实力是各种文化的综合影响力和感召力。文化要有影响力和感召力，首先就要有积累，要有基础，然后再传播出去，产生影响，发挥作用。在各种文化中，出版文化不仅是文化的一个重要组成部分，而且还可以通过出版的形式，把各种文化综合起来，组织起来。通过复制和传播，各种文化之间经过载体和表现形式的转换，取长补短，相互融合，共同发展，最后形成成为一种文化软实力。此外，出版物作为一种特殊的商品，内在地蕴涵着一定的思想和观念，读者对出版物的认同就意味着一定程度上对某种观念的认同，在阅读出版物的同时就有可能接受其中的价值观念、意识形态和文化理念。因此，“文化产品的流通输出同时也就是文化观念的传播辐射。文化产业越发达，就越有利于文化思想的传播和渗透，越有利于该文化认同度的提升，从而增强了该文化的吸引力，这样也就在无形之中强化了文化

产品输出国的政治、经济以及军事的力量” [4]。而文化软实力的增强又可以促进出版业的发展，这主要表现在两个方面：一方面，文化软实力是文化综合实力的反映，文化内部各个组成部分和要素之间是需要协调发展的，文化的整体发展对出版业具有带动和促进作用。另一方面，文化软实力本身又具有文化的吸引力，强大的吸引力不仅能够催生本土文化的发展，而且还能够吸纳外来文化；文化的发展又可以带动文化事业和文化产业的发展，形成文化与经济的良性互动。

在相互影响、相互渗透中，出版业与文化软实力又有着各自不同的内涵。出版业属于文化产品和创意产业的一部分，是一种业态。这种业态主要靠出版物的流通进行传播，是把文化或精神经过物化以后再传播的，在传播的过程中虽然能够形成一定的权力，但主要的还是追求一种不同于“软权力”的社会效益，同时也追求一定的经济效益，力求达到两个效益的最佳统一。而文化软实力是一种权力，这种“‘软权力’的力量来自其扩散性。只有当一种文化广泛传播时，‘软权力’才会产生越来越强大的力量。而如果封闭或垄断一种文化，那么就不能使它构成‘软权力’的基本的支柱。‘软权力’基于文化，在现代社会中，文化是一种广义的信息，德鲁克言，信息早已跨越了国界”

[5]。文化软实力不同于文化产业和文化门类，所以它不等于文化产值和文化GDP。

三、建设：出版业之于文化软实力

1. 文化精神建设

文化精神是文化软实力的核心。文化之所以具有辐射力、影响力，在很大程度上靠的是文化精神。出版业在文化精神的建设上是能够大有作为的，这主要表现在以下三个方面：第一，构建社会主义核心价值体系。由于不同的社会中存在着不同的经济利益和社会结构，所以有不同的价值观念和价值体系。

“每一个社会都有自己占主导地位的价值观，这些价值观又都有自己的核心价值体系，它们是在一定社会基本的经济、政治制度的基础上形成并为巩固和发展经济、政治制度服务的。” [6] 出版业通过出版物的出版和传播来建设社会主义的价值观，使社会主义核心价值体系得以建构、得以巩固，从而抵御各种不良价值观和价值体系的侵蚀。第二，弘扬民族精神。民族精神是一个民族优秀传统文化最集中的表现，体现了一个民族的精神特质。出版业除了出版直接反映民族精神的出版物外，还要在出版物中灌注我们的民族精神，体现我们的民族意志、民族品格和民族气质，使中华民族的精神在出版物中自然而然地

发扬光大。第三，发掘普世价值理念。中国传统文化理念有许多都具有世界意义，在全球化时代，中国传统文化可以发挥独特的作用。“中国传统文化追求‘和谐’，讲究‘和而不同’，主张平等相待、诚信合作、互利互惠的理念，在化解人与自然、人与人、国与国、家与家之间的冲突方面可以发挥作用，实现不同文明之间的和谐发展。” [7] 通过创造出具有强大魅力和普世意义的出版物，可以在不同文化之间传播中国传统文化，从而增强中华文化的精神力量。

2. 文化传统建设

人类社会发展到今天，已积累了无数优秀的传统文化。传统文化能够流传下来，说明它具有与现实相关联的价值存在。“传统是文化的传统，它附着于社会的现实生活之上。” [8] 中国传统文化精神曾从春秋战国时代经过，也曾曾在唐宋明清驻足，但中国传统文化的本质既不是唐宋明清，更不就是孔子的说教，它就存在于现实的民族精神之中。将传统文化的现实价值转化为一种现实需求，转化为可以物化的形态，这就为出版提供了广阔的前景和无限的可能。许多成功的出版物就是在传统与现代的结合中产生的，例如传统文化中丰富的道德思想在市场经济的今天仍然有着重要的作用，这就是出版选题的契机。在建立社会主义市场经济的过程中，由于某些制度还不是很完善，出现了一些道德滑坡的现象，传统美德、社会风尚受到了严峻挑战。在这种情况下，儒家文化关于道德修养方面的种种论述，对当今社会公德和道德自觉性的提倡，对于抚慰人们的心灵，无疑是一剂良药。这时，作为一种泛道德主义文化，传统文化所强调的道德的自觉性和社会公德意识就为时代所需。从传统文化资源中引申出现代文化，或将传统文化资源转换为现代文化，在传统和现代的关联中，文化具有了当代意义，被人们所普遍关注，成为一种精神的需求。这时，借助中央电视台“百家讲坛”，将传统文化的讲座策划成为图书便应运而生，且大受欢迎。这就告诉我们，在出版物中，传统文化与现代社会对接，能产生巨大的文化力量。

3. 文化创新建设

社会的进步，需要文化来维护和支持，需要文化内部各要素之间协调发展。文化要发展，就需要有创新的、先进的文化要素来促进，使文化之间的生态保持平衡。如果文化要素中缺少了先进性和创新性的成分，文化就会死水一潭，就没有生机和活力，也就不会有什么竞争力。因此，文化创新是社会发展的需要，也是文化软实力的重要内容。就出版来说，文化创新是一个常谈常新

的话题。从大的方面来看，出版文化创新是国家文化创新的重要组成部分；从小的方面来讲，出版文化创新是出版社生存和发展的基石。我们在理解出版文化创新的时候，不能把它理解得过于狭窄，因为它不仅仅限于学术的创新，还包括大众文化、传统文化、民族文化等各个方面的文化创新。出版文化创新虽然主要是靠作者完成的，在出版领域只是体现在出版的某个环节上，即体现在编辑的组稿、选稿和加工之中，但出版文化创新涵盖了文化的各个方面，对整个文化的影响也是巨大的。在市场经济条件下，尽管出版文化创新在实践中遇到了一些新的挑战，但还是可以有所作为的。如果国家在政策上给予更多支持的话，出版业的文化创新定会有自己的一片天地。

4. 文化安全建设

在政治多极化、经济全球化、社会信息化、文化多元化的今天，各国的文化出现了相互渗透、相互融合的局面，同时也存在着强势文化对弱势文化的挤占、兼并甚至侵略，还有政治文化的渗透。这种状况在出版文化领域里也是大量存在的。因此，中国有必要建立出版文化安全预警机制，在提高出版物文化竞争力和出版人文化安全意识的同时，有效地保障国家和民族文化的安全。为了保障自己的文化安全，中国必须制定自己的出版文化安全战略，通过加强自身的出版文化建设、发展民族文化来保障国家的文化安全。出版业的文化安全，可以从战略的高度加以建设。

(1) 国家投资战略。一个国家和民族发展到一定阶段以后，就有许多与社会发展相一致的文化积淀和文化需求，从而需要进行一些重大的出版文化建设。但在市场经济条件下，重大的出版文化建设必须依靠国家投资。因为投资巨大，而且不可能有大的经济效益，所以仅靠某个部门和单位是无力支撑的。在现阶段，中国的经济在高速发展的同时，与之相适应的文化发展、文化建设的需求也很迫切。为此，国家应该从战略上发展文化事业，用国家投资的方式来建设一批重大的出版文化工程。除此之外，国家还应该多进行一些有利于社会长远利益的文化投资，扩大其投资的文化层面。国家发展到现阶段，是有能力多进行一些文化投资的。

(2) 政策扶持战略。文化的安全，离不开文化的发展；文化的发展，离不开政策的扶持。只有自己的文化强盛起来了，才不至于被外来文化所吞食。许多国家的文化发展都说明了这一点，并且已经积累了很好的经验。韩国当年在其经济起飞、综合实力上升之际，以倾国之力振兴文化产业，创造了经济和文化腾飞的奇迹。加拿大与美国同属北美自由贸易区，且语言相通，但加拿大

政府为维护其独特的多元文化做了许多努力，其中之一就是政府以财政支持的方式直接补贴文化产业。这些政策和措施是值得我们借鉴的。在现阶段，政府应该出台一系列政策，鼓励和支持民族文化出版物的出版，而且还要从经济上给予补贴，使民族文化出版物健康发展，以增强国际影响力和竞争力。

(3) 整合发展战略。文化是动态的，是随着经济基础的变化而变化的。在变化中，各种不同的文化都会争先恐后地顽强地表现自己。多种文化的自我张扬与凸显，必然带来多元文化之间的文化冲突、碰撞、摩擦、博弈。从冲突到融合、到再冲突再融合，波浪式地前进，螺旋式地上升，最终便形成文化的整合发展。文化的整合发展具有良性发展的态势，对于促进民族文化的发展、增强国家的文化安全有着不可替代的战略作用。文化安全战略，也是一种发展战略，二者是统一的。只有文化发展了，文化安全才有保障；只有文化安全了，文化才能更好地发展。在社会已经进入数字化的时代，出版文化要实行整合，在整合中发展，似可在以下三个方面进行。第一，实行出版文化的价值整合。每一种文化都有自己的价值取向。正因为有不同的价值取向，所以不同的文化之间发生冲突是不可避免的。发生冲突并不可怕，关键是要及时处理，妥善解决。中国近代文化史就是中西文化冲突、交流和融合的历史。在文化的冲突、交流过程中，马克思主义传入中国，结果成为了中国化的马克思主义，马克思主义也就成为了我们国家和民族的主流文化。在中华民族文化的发展过程中，出版文化的价值整合起到了非常重要的作用。第二，实行出版文化的规范整合。每一种文化有每一种文化的规范。不同规范的文化之间虽然有冲突，但还是可以相互影响、相互借鉴、相互融合的。不同规范的文化交流有多种载体，其中，出版物是非常好的一种形式。通过出版文化的规范整合，可以不断吸取优秀文化的养分，壮大自己的文化优势。第三，实行出版文化的结构整合。文化是一个多层次的结合体，包括文化各要素之间，文化与经济、政治、社会之间，区域文化之间等几方面的层次，各层次之间相互协调，形成为一个完整的结构。出版文化的结构既包括整体的文化结构，又包括区域的甚至是某个出版单位的文化结构，这种结构应该是协调的、合理的，如果出现了不协调的混乱状况，就要作相应的调整，进行结构上的整合。日本出版业一度大崩溃，原因是多方面的，但很重要的一点就是出版文化在结构上失调，导致了整个出版文化乃至社会文化的失衡。这个教训是深刻的，也是需要我们吸取的。无数事实证明，通过出版文化的结构整合，可以促进某种文化的整体发展，使国家和民族文化始终处于领先的地位。

[1] 陆继鹏. 软实力与中国对东南亚外交. 东南亚之窗, 2007 (2).

[2] [美] 欧文·拉兹洛编辑. 多种文化的星球——联合国教科文组织国际专家小组的报告. 戴侃、辛未译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001: 211.

[3] [英] 泰勒. 原始文化. 连树声译. 谢继胜等校. 上海: 上海文艺出版社, 1992: 1.

[4] 魏明. 文化: 综合国力中的“软实力”. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2007 (2).

[5] 王沪宁. 作为国家实力的文化: 软权力. 复旦学报(社会科学版), 1993 (3).

[6] 教育部邓小平理论和“三个代表”重要思想研究中心. 社会主义核心价值体系是和谐文化建设的根本. 光明日报, 2007-09-25 (9).

[7] 于运全. 中国文化软实力建设任重道远. 对外大传播, 2007 (1).

[8] 杨善民, 韩锋. 文化哲学. 济南: 山东大学出版社, 2002: 265.

(本文作者单位: 华中师范大学出版社)

[\[查看/评论\]](#) [打印](#) [\[关闭窗口\]](#)

[相关文章](#)

[图片新闻](#)

[|>更多](#)

版权所有 2007 中国出版网

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

