



文化软实力与出版体制机制创新

浏览：241

编者按 党的十七大明确提出“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”的任务。软实力的概念、内涵是什么，作为国家文化软实力重要组成部分的出版业与国家软实力是怎样的关系，出版业在国家文化软实力的建立中可以有怎样的作用与作为；对文化软实力的形成与提升出版业需要解决的核心问题是什么，如何解决；怎样以最有效的方法和途径向世界传播中华文化。本期我们从不同角度和层面编发了一组文章，对这些问题进行了探讨。

胡锦涛总书记在第八次文代会、第七次作代会上的讲话中指出：“如何找准我国文化发展的方位，创造民族文化的新辉煌，增强我国文化的国际竞争力，提升国家软实力，是摆在我们面前的一个重大现实课题。”在党的十七大报告中，又明确提出“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”的任务。可见党中央对文化软实力问题何等重视。文化软实力的形成与提升，与出版业的发展关系十分密切。因此，本文拟就文化软实力与出版体制机制创新问题，谈些初步的思考，就教于业内同仁。

一、提高文化软实力有赖于出版体制机制创新

“软实力”这个术语最早是由美国哈佛大学教授约瑟夫·奈提出的。他认为：一个国家的综合国力，既包括由经济、科技、军事等所体现的“硬实力”，也包括以文化和价值观念、社会制度、发展模式、生活方式、意识形态等吸引力所体现的“软实力”。在当代，文化作为“软实力”的重要组成部分，日益成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，成为综合国力竞争的重要因素。

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

文化软实力的强弱与文化发展水平和文化产业的发达程度密切相关。文化愈发展，文化产业愈发达，文化企业及其产品愈具有竞争力，就愈能够占领市场，赢得消费者，扩大吸引力和影响力，促进文化价值的认同。反之，文化发展水平低下，文化产业薄弱，文化软实力就难以提高。而出版作为文化成果发表、积累、传播的重要途径和方式，在文化产业中占有重要地位。据统计，新闻出版产业比重在文艺、电影、广播、电视、新闻、出版等领域中占到70%以上。出版业所生产的图书、报纸、期刊、音像和电子产品，作为文化的载体，对文化软实力的形成和提高，具有不可替代的作用。

令人遗憾的一个事实是，由于历史的原因，我国出版产业的发展远远落后于其他快速发展的行业。与西方发达国家相比，也有很大差距。无论就整体规模、综合实力、发展速度、竞争能力、产业地位和作用等方面，我们都落后于人家。这种状况，与中国的大国地位和改革开放以来经济的迅速崛起是极不相称的。

究其原因，至少有三点：第一，在改革开放前的长时间里，我们奉行了一整套“左”的路线、方针、政策，使出版业只能在崎岖的道路上摸索前进；第二，长期以来形成的关于出版业的一系列片面的错误认识，作为行动的先导，不断为“左”的路线所强化，并反过来为“左”的路线服务；第三，多年来实行的单一公有制的基本经济制度，计划经济的宏观调控体制，缺乏活力的微观运行机制，极大地束缚了出版生产力的发展。

党的十一届三中全会以来，上述第一个问题已根本解决；第二个问题有了一定程度的解决；惟有第三个问题，在出版业还没有完全解决。正如十七大报告所指出的，“社会主义市场经济体制初步建立，同时影响发展的体制机制障碍依然存在”。这是就全国而言的，而在出版业，这一点表现得更为突出。多年来，出版改革并没有从根本上改变旧的体制机制，旧体制机制的弊端仍然是影响改革发展的主要障碍。譬如，批准出版单位仍然是行政需要，没有发挥市场在出版资源配置中的基础性作用；产权制度改革举步维艰，条块分割、部门（地区）所有等体制壁垒，严重影响联合、收购、兼并等资本运营和资产重组，远没有形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化（出版）产业格局；出版社转制困难重重，进展缓慢，已实现转制的出版企业，距离建立现代企业制度的要求相去甚远；重塑出版市场主体这项出版改革的基础性工作，刚刚起步，无论创新微观运行机制，还是培育有实力、有活力、有竞争力和影响力的出版产业骨干企业，都收效不大，等等。可见，出版体制机制的弊端确实是影响当前出版产业发展的根源。而出版产业发展滞后，又大大影响文化软实

力的提高。因此，要贯彻落实十七大关于“提高国家文化软实力”的要求，从出版业的角度来说，必须突破体制机制障碍这一发展“瓶颈”。

二、文化传统对出版体制机制创新的双重作用

历史表明，文化软实力中的文化传统，对社会变革具有巨大的作用。同样，在当前的出版改革中，文化传统也表现了对出版体制机制创新的双重作用。

中华传统文化源远流长，博大精深，既有精华，也是糟粕。下面，我仅从文化传统与出版体制机制转变相互作用的角度，对传统文化作一概要的分析，揭示其几个基本特征。

1. 刚健有为

《周易大传》提出“刚健”的学说，《彖传》说：“天行健，君子以自强不息。”“刚健”之说虽不是孔子所提出，但《论语》的记载表明，孔子肯定“刚”是有价值的品德。孟子提出“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”，与《周易大传》的“刚健”思想有一致之处。中国文化主张“刚健”、“自强不息”，是有深刻意义的精粹思想，在历史上起了积极的激励作用。

2. 重义轻利

中国文化在价值论上，基本上是反功利主义的。重视人格的自我完善，主张人的行为要与道义、道德相符，而不计较功利。孔子说：“君子喻于义，小人喻于利。”董仲舒说：“正其义不谋其利，明其道不计其功。”这种义利观既有特别重视道德的积极作用，也有漠视物质利益追求的消极作用。

3. 中庸思想

“中庸”的观念是孔子在《论语》中提出的，所谓“中庸之为德，其至矣乎！民鲜久矣”。后经孔门弟子大加发挥，成为儒家的基本思想。中庸之道主张处事不偏不倚，无过无不及。道家的老子主张贵柔守雌，反对刚强和进取。由儒、道两家互补而成的中国文化的“中庸”、“无为”思想，在中国文化史上发生了巨大的深远影响，既对保持事物的稳定性起到积极作用，又对事物变革产生阻碍作用。

4. 同化力和包容性

梁漱溟先生在《中国文化要义》中，把“偌大民族之同化融合”列为中国文化的一大特征。他说：“从中国以往历史征之，其文化上同化他人之力量最为伟大。对于外来之不同文化，亦能包容吸收，而初不为其动摇变更。”张岱年先生在论及中国文化的基本精神时，也曾指出，中华民族有善于吸收外来文化成就藉以提高自己理论水平的优良传统，并举了佛教输入和流传的例子，证明中国文化有强大的同化力和包容性，既善于吸收外来文化，又能保持自己文化的独立性。

除了传统文化的上述特征以外，也应注意到“五四”新文化运动以来，马克思主义传入中国，开创了中国传统文化向现代文化转型的新时期。以毛泽东为代表的中共理论家们，在马克思主义中国化方面做了卓有成效的工作。建国以后，形成了以马克思主义为指导的包容中外优秀文化传统的社会主义文化体系。改革开放以来，社会主义文化进入了前所未有的繁荣发展时期。

从上述文化传统与出版体制机制创新的互动来考察，不难看出，社会主义文化所包含的社会主义核心价值体系、中国特色社会主义共同理想、以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神、社会主义荣辱观等，以及传统文化的刚健有为、重义轻利、同化力和包容性，都有利于深化出版改革，推进出版体制机制创新。而传统文化中的中庸之道、“存天理，灭人欲”等所造成的国民性的缺点，如折衷调和、知足常乐、安分守己、贫而无怨、不求进取等，则成为出版改革和体制机制创新的思想障碍。

制度经济学理论中有所谓制度变迁的路径依赖观点，指的是制度变迁中存在一种自我强化的机制。这种机制使制度的变迁一旦走上某一条路径，就会在以后的进程中得到自我强化。沿着既定的路径，经济或政治制度的变迁可能进入良性循环轨道，不断优化，也可能沿着原来的路径顽固前行，要想摆脱这种状况十分困难。很显然，文化传统中的负面影响，正是路径依赖自我强化机制的一个重要因素。不彻底破除它，体制机制创新就难以顺利实现。

三、突破出版体制机制创新的重点和难点

出版改革自上世纪80年代开始探索，虽然也有成绩，但在很长时间里，没有触及计划经济体制、所有制结构、企业组织形式、产业发展定位等深层次问

题。党的十六大提出公益性文化、经营性文化、文化产业等概念和文化体制改革的要求，出版改革才进入以体制机制创新为重点的阶段。这是一个攻坚的阶段，改革越深入，阻力和困难就越大。我认为，体制机制创新要取得实质性进展，必须突破以下四个重点和难点：

1. 彻底破除计划经济体制，发挥市场在出版资源配置中的基础性作用

中国改革的一个根本性变化，是由计划经济体制转变为市场经济体制。二者的基本区别是资源配置方式不同，前者是按行政计划配置资源，后者是按市场来配置资源。自1992年党的十四大确定建立社会主义市场经济体制的改革目标，经过十多年的努力，社会主义市场经济体制已初步建立。但在出版业内，按照原有计划经济体制配置资源的格局并没有改变，市场并未在资源配置中起基础性作用。在存量资产中，依然是部门（地区）所有，条块分割，壁垒林立；在增量资产的配置上，基本还是沿用按行政级次、行政区划分配的计划经济体制方式。这就难以形成统一开放的出版生产要素市场，形成资源的合理流动，实现产业布局、产业结构的调整和优化。中国以市场取向为基本特征的经济改革，已在各领域取得了世所公认的成就。出版产业虽然滞后，但绝不能例外。出版不应该也不能够拒绝市场。我们必须突破这一难关，使出版产业的资源配置，由计划经济的轨道转变为市场经济的轨道。

2. 建立现代企业制度，推进出版企业的公司制改造

按照中央关于文化体制改革的要求，大多数不专门承担公益性任务的出版社要转制为企业。出版企业应采取怎样的组织形式，是摆在我们面前的一个新课题。我认为，党的十四届三中全会和十五大关于建立现代企业制度的明确要求和原则规定，完全适用于出版产业。因此，中央《关于深化文化体制改革的若干意见》提出“按照现代企业制度的要求，加快推进国有文化企业的公司制改造，完善法人治理结构”。

所谓现代企业制度，是专指现代经济中的一种制度，即现代公司，其特点是所有权与经营权分离。现代企业制度有两个基本内容：第一是明晰产权关系，确立现代公司的多元所有制产权基础；第二是在股权多元化的基础上，建立规范的法人治理结构。十四届三中全会对建立现代企业制度提出了四句话的要求，即“产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学”。按照上述要求来看出版改革，无论已经组建的出版集团或出版总社，是否改建成公司，都远没有完成建立现代企业制度的任务。根据在于，第一，这些集团、总社（公司）大

多是国有独资，没有实现产权多元化、社会化；第二，没有建立规范的法人治理结构。规范的公司治理结构要求在所有者与经营者之间形成制衡关系。现在的集团、总社（公司）通常被各级政府指定为出资人代表，被授权对其管理的国有资产行使所有者职能。而集团、总社（公司）是一个企业，其所有者职能事实上是由企业的领导人承担的，而这些领导人同时又是经理人，这就发生了角色冲突，破坏了所有者与经营者之间的制衡关系。现代企业制度的核心是它的治理结构，做不到这一点就谈不上建立现代企业制度。因此，就大型出版集团、总社而言，下一步的改革应该把重点放在建立现代企业制度、实行公司制股份制改造上，力求有实质性的突破。

需要指出的是，出版企业组织形式的探索应该实事求是，从实际出发，因地制宜，不要搞“一刀切”。全国500余家出版社，具有不同的专业特点、经营规模、发展水平和历史文化传统，不可能有普遍适用的标准企业模式，只有适合自己情况的企业制度才是最好的。正如著名经济学家吴敬琏先生所说：

“一种企业制度安排是否优越，就看它能不能够降低交易成本，有利于企业的发展。”这应当成为我们探索出版企业组织形式的一个标准。

3. 加快产权制度改革，实现投资主体多元化

十七大报告重申“坚持和完善公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度”，提出“深化国有企业公司制股份制改革”，“以现代产权制度为基础，发展混合所有制经济”。我认为，这些要求也同样适用于出版产业。正如中央《关于深化文化体制改革的若干意见》中所指出的：“要大力推进文化领域所有制结构调整”，“形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局”。改革单一公有制结构，实现出版产业投资主体多元化，有利于提高资本的社会化程度，有利于克服国有企业所有者缺位的弊端，加快建立健全现代企业制度，完善法人治理结构，创新体制机制，增强整个出版产业的活力。

从目前出版产业的产权结构看，除出版物分销领域已对民营资本和外资开放外，出版领域仍然是国有资本的一统天下，不允许其他资本进入。其实这只是表面现象。由民营资本和外资所支撑的众多文化公司和工作室，借助出版社、期刊社的平台，进入出版领域已是一个不争的事实。面对这一现实应该怎么办？是继续维持单一国有经济的局面，还是深化产权制度改革，实现投资主体多元化。我的看法，还是要以“三个有利于”为标准，凡是有利于发展社会主义社会的生产力、有利于增强社会主义国家的综合国力、有利于提高人民生

活水平的，就应该大胆地试，大胆地闯。我认为，出版产业在保持国有经济控制力、影响力和带动力的前提下，应该吸纳其他社会资本，优化所有制结构，变多数国有独资企业为国有控股、国有参股企业，壮大产业实力，形成富有活力的市场微观主体，促进出版业快速发展。这样做符合“三个有利于”的标准，即有利于发展出版生产力，有利于增强文化软实力，有利于提高人民的精神生活水平。其实，早在1999年党的十五届四中全会《关于国企改革与发展若干重大问题的决定》中就已明确，国有经济需要控制的领域限于公益性、关系国家安全等四个行业，其余除少数国家必须垄断经营的企业外，所有公司都要实现股权多元化。实现投资主体多元化，也许有人会担心文化安全问题，这其实是多虑。文化安全与否，并不完全取决于所有制性质和结构，它们之间没有必然的联系，而是取决于能否有效地实施依法管理。我相信，解决这一出版体制机制创新的难点问题也是迟早的事。

4. 创新出版企业微观运行机制，重塑出版市场主体

如果说资本是出版产业的血液，那么企业就是产业的细胞，细胞缺乏活力，产业机体就不可能强健。我国出版产业之所以不够强大，从微观层面分析，主要是出版单位（有人说是“非事非企的怪胎”）的运行机制不活。因此，创新出版企业运行机制，打造富有活力和竞争力的市场主体，是当前出版改革的一项基础工程。

企业运行机制是指企业生产和经营活动的各环节、各方面相互制约、相互促进的内在功能体系。创新出版企业运行机制，我认为应该抓住以下四个重点：

（1）监督机制。监督机制不健全是导致企业经营不善，甚至发生腐败现象的重要原因。因此，完善企业监督机制至关重要。健全和完善监督机制的关键，是明确划分所有者、董事会和经理人员各自的权力、责任和义务，形成三者之间的制衡关系，使经营人员既有职有权，又受制于董事会和所有者。为此，无论国有独资公司，还是股份制公司，都应该由国有资产所有者代表，或股东会、董事会，制定对经营人员进行监督的有效制度，由国有资产所有者代表委托的组织或个人，或者监事会负责监督制度的执行（当然，监事会也有权监督董事会），以确保国有资产保值增值和股东的投资收益，实现股东价值的最大化。当然，作为出版企业，还要通过有效的监督，确保正确的出版导向和良好的社会效益。

(2) 激励约束机制。用一个概括的说法，建立激励约束机制是要解决

“有为”和“不为”的问题。经济学关于人类行为的分析，认为人都是经济人或理性人。人从事经济活动的直接目的是个人利益的最大化。对此我们既不能抹煞也不能放任，这是人类本性之使然。我们应该因势利导，把它控制在合理的范围内，即所谓“君子爱财，取之有道”，符合“道”的规定。因此，建立激励约束机制应从这一分析出发，激励人的积极性，抑制人的消极性。建立激励约束机制首要的是针对企业经营者，解决他们的“有为”和“不为”问题。即激励经营者改善企业经营，坚守文化责任，实现利润最大化。要做到这一点，最重要的是把经营者的利益直接与所有者的利益联系起来，如采取年薪制、分红制、股票期权等办法，最大限度地激发其积极性。同时，约束他们不能把企业搞糟了，更不能利用职权“寻租”，牟取私利。其次，也要通过激励和约束双重作用，解决职工的“有为”和“不为”问题。“有为”是指职工要有事业心、责任感，奋发有为地工作，创造一流业绩等；“不为”是指不能得过且过，敷衍塞责，不求进取，甚至违反制度和纪律，利用工作之便“寻租”等。

(3) 竞争机制。在某种意义上可以说，市场经济就是各市场主体通过市场在竞争中求生存谋发展的经济。正是因为有竞争，经济才发展，社会才进步。因此，在社会主义市场经济条件下搞出版，必须在业内增强竞争意识，建立竞争机制。就产业宏观环境来说，要通过竞争，实现优胜劣汰，改变出版企业“只生不灭”的怪现象，促进企业破产、兼并和重组。就企业微观运行来说，建立优胜劣汰的竞争机制，有利于激发职工的积极性和创造性，鼓励先进，鞭策后进，解放出版生产力，实现“管理人员能上能下、职工能进能出、收入能增能减”的改革目标。这样，出版企业和整个出版产业才能富有活力和竞争力。

(4) 创新机制。出版企业是精神产品的生产者，是文化内容的提供商，是在一定历史条件下从事生产的。而每一历史阶段的社会现实、时代精神、文化需求，都呈现不同的特点，并处于不断演进之中。因此，出版企业的生产必须与时俱进，追随时代的步伐，适应社会的变化，坚持产品内容和形式以及其他方面的创新，满足新的精神需求，并在创新中发展壮大。创新是出版企业保持生机和活力的源泉，是成长的内在动力。一个出版企业如果离开创新，因循守旧，固步自封，跟在别人后面亦步亦趋，终究难免面临危机甚至消亡。为此，我们要高度重视出版企业的创新问题。熊彼特认为创新是企业家对生产要素的新组合，包括新产品、新生产方法、新市场、新原料来源、新工业组织五个方面。我们要从出版产业的实际出发，联系当前出版业面临的新挑战和新机

遇，借鉴熊彼特的创新理论，思考和实践出版创新。特别是要通过大力倡导创新精神、创造宽松的内部环境、完善鼓励创新的管理规定、确立创新评价标准、改善业绩考核办法、建立奖励制约制度等切实可行的办法，形成有效的机制，以保证企业的创新行为。

(本文作者单位：生活·读书·新知三联书店)

[\[查看/评论\]](#) [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

