

目 录

卷首语

- 科学发展观与出版业的发展 / 王建辉

专论·特约稿

- 出版社转制的必要性及其重要意义 / 宋木文

编辑学·编辑工作

- 编辑学理论研究需要新的提升 / 蔡克难
- 试谈编辑基本规律 / 王志刚
- 期刊编辑结构与编辑规律 / 徐柏容
- 也谈编辑方法 / 阙道隆
- 应该建立一个近现代汉语电子文献库 / 黄河清

出版学·出版工作

- 产业结构分析与中小出版社的竞争战略 / 李波
- 经济全球化与出版文化的民族特色 / 杨小岩
- 出版业价值链的管理与整合 / 姚德海 刘丽华
- 美学在科技期刊广告设计中的应用 / 黄寿恩

数字技术·多媒体·网络出版

- 我国网络出版发展与出版组织变革的关联性研究 / 尹章池 曾建华
- 试论电子商务涉及的版权问题 / 段维

书苑掇英

- 选题策划的科学思维和预测 / 郭有声
- 由“资格考试”说到“偏科教育” / 赵健
- 电子出版——伸向科普传播的橄榄枝 / 方玮
- 创办心血管病科普期刊的可行性分析 / 寿宇红

编辑史·出版史

- 鲁迅的翻译出版思想与实践 / 刘霞
- 近代史上第一刊:《察世俗每月统记传》探微 / 杨勇
- 刘禹锡与图书编撰 / 曹之
- 章士钊与《独立周报》 / 龙敏贤

编辑随笔

- 弘扬韬奋精神 / 巢峰
- 《中国出版编年史》(上、下)问世 / 边集
- 《现代出版:理论与实务》第一辑出版 / 凡丁

编者·作者·读者

经济全球化与出版文化的民族特色

杨小岩

摘 要: 经济全球化决不意味着文化趋同化, 更不是“全盘西化”; 坚持发展出版文化的民族特色是惟一正确的选择; 要从弘扬民族精神、坚持“三贴近”原则和深化改革、不断创新等方面坚持和发展出版文化的民族特色。

关键词: 经济全球化 出版文化 民族特色

第1共2页 >> [1页](#) [2页](#)

当今世界, 人类已经进入经济全球化的时代。这既是社会生产力、信息技术和知识经济发展的要求, 又是发达资本主义国家出于自身利益并利用自身经济、科技优势有意识地进行操纵和推动的结果。面对这种错综复杂的形势, 出版文化必须既能适应它, 又能坚持并发展自己的民族特色, 才能为人类文化的丰富和繁荣作出应有的贡献。

一、经济全球化不等于文化趋同化

按照国际货币基金组织的定义, 所谓经济全球化“是指跨国商品与服务交易及国际资本流通规模和形式的增加, 以及技术的广泛迅速传播使世界各国的经济相互依赖性增强”[1]。这就是经济全球化的基本特征, 也是现代社会发展的总体趋势。由于生产力的发展、科技的进步, 世界各国经济相互交流、相互依赖的程度日益加深, 在这种发展态势下, 任何一个国家完全脱离世界经济而孤立地发展, 是根本不可能的。

经济全球化是不是意味着文化一定要趋同化呢? 回答应当是否定的。

首先, 从现实情况来看, 我们生活的世界是复杂的, 丰富多彩的, 不可能是单一的, 趋同化的。且不说作为“一定社会的政治和经济在观念形态上的反映”[2]的文化要多元化发展, 就是正在全球化发展的世界各国的经济也是存在着一定差异的, 而这种差异并没有随着经济全球化发展而缩小。这里, 不仅我国实行的社会主义市场经济体制与资本主义市场经济体制有本质的区别, 就是资本主义国家的市场经济体制也不尽相同。德国的市场经济体制被称为社会市场经济, 就不同于英美的自由放任的市场经济, 东亚的市场经济则由于其严重的政府干预又有别于其他各国的市场经济体制。经济上是如此, 反映在文化层面上, 其差异就更大了。

第二, 从民族形成和发展的历史来看, 经济全球化也不能使各民族的文化趋同化。按照马克思主义的观点, 文化是人类共同劳动创造出来的, 不同的民族有着不同的民族文化特点, 不同的民族文化特点是区别不同民族的重要标志。一个民族如果没有本民族的文化特点, 它和其他民族的差别也就消失了, 这个民族也就不复存在了。有人说:“无科技无以强国, 无文化足以亡种。”这的确是发人深省的。

第三, 出版, 作为一个民族的文化载体和体现, 同样也不能因为经济全球化而走向趋同化。马克思在批评普鲁士官方的书报检查令时说过一段非常精辟的话。他说:“你们赞美大自然悦人眼目的千变万化和无穷无尽的丰富宝藏, 你们并不要求玫瑰和紫罗兰发出同样的芳香, 但你们为什么却要求世界上最丰富的东西——精神只能有一种存在的形式呢?”[3]这里, 马克思的批评是针对普鲁士官方企图通过书报检查令强制推行其“官方色彩”的个案而言的, 但是从中可以悟出一个普遍性的道理。那就是在普鲁士, 作为一个民族的精神太阳的出版文化, 都不能推行千篇一律的“官方色彩”, 为什么在今天, 由多个民族国家组成的世界大家庭中, 某些发达资本主义国家的大人先生们还要借口经济全球

- 出版研究的文化视野 / 蔡学俭
- 科学与艺术的完美结晶 / 戴建国 李爱萍
- 打造作文培优的品牌 / 万 忠

◆ 各期杂志

- 2000: 第3期 第4期
2001: 第2期 第3期 第4期
2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊
2003: 第1期 第2期 第3期 第4期
2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

化, 极力鼓吹文化趋同化, 强行给其他民族的出版文化涂上“西方色彩”, 最后甚至用自己的出版文化取代其他民族的出版文化呢? 世界上每一片绿叶不同, 每一朵鲜花也不同, 每一个国家的出版文化更是争妍斗艳, 各放异彩。我们爱护每一片绿叶, 爱护每一朵鲜花, 我们更应当尊重每一个国家的出版文化的民族特色, 只有这样, 世界出版文化才会随着经济全球化的发展而更加艳丽多彩, 更加富有生命力!

二、发展出版文化的民族特色是惟一正确的选择

为什么要提出发展出版文化的民族特色是惟一正确的选择, 这是由国内外经济政治发展的形势和出版文化自身发展的要求决定的。

首先, 随着经济全球化的深入发展, 西方传媒巨头已通过或正通过各种各样的直接和间接的手段插足我国出版市场, 像英国的朗文培生集团、剑桥大学出版社、美国的麦克劳一希尔、新加坡的泛太平洋公司等外资分销商已在积极申请书刊分销经营权, 我国虽未承诺要放开图书出版业, 但是自2003年5月1日起放开图书零售业, 2004年12月1日放开图书批发业。这种图书出版市场的对外放开, 一方面固然可以带来西方积极的进步的思想、观念和精神文明, 另一方面, 西方一些不健康的价值观念、生活方式和文化垃圾也会纷至沓来, 腐蚀人们的思想, 敌对势力会乘机利用这些东西加紧实施“西化”“分化”我们的战略, 形势的发展更趋复杂。由此可见, 两种文明观和价值观的斗争, 渗透与反渗透,

“西化”与反“西化”、“分化”与反“分化”的斗争将是长期的。这对我们来说, 既是良好的机遇, 又是严峻的挑战, 而发展出版文化的民族特色正为我们正确把握机遇和迎对挑战奠定思想基础, 也是广大出版工作者应对“西化”“分化”斗争的需要。

第二, 发展出版文化的民族特色, 是全面建设小康社会的需要。党的十六大确立了全面建设小康社会的宏伟纲领。全面建设小康社会不仅应当有繁荣的经济, 也应当有繁荣的文化。丰富健康的文化生活不仅是衡量人们生活质量的重要标志, 也是实现人的全面发展的决定性因素。改革开放以来, 我国经济社会长足发展, 人民生活总体上达到小康水平, 人们对精神文化生活提出了新的更高的要求。面对这种形势, 根本的问题是大力发展出版文化的民族特色, 加快社会主义文化建设, 多出精品力作, 不断满足人民群众多方位、多层次、多样化的精神文化需求。只有这样, 才能为全面建设小康社会, 推动经济社会进步和人的全面发展作出应有的贡献。(ID:608)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬, 网络转载必须注明作者及本刊网址
武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话: 027 68753799 传真: 68753799 E-mail: cbkx@163.com
技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】