

TU SHU CHU BAN YE YU GUO JIA RUAN SHI LI

图书出版业与国家软实力

米淑惠◎著

光明日报出版社

TU SHU CHU BAN YE YU GUO JIA RUAN SHI LI

图书出版业与国家软实力

米淑惠◎著



光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图书出版业与国家软实力 / 米淑惠著. —北京: 光明日报出版社, 2015.5
ISBN 978-7-5112-8499-0

I. ①图… II. ①米… III. ①图书—出版工作—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第108140号

图书出版业与国家软实力

著 者: 米淑惠 著

责任编辑: 庄 宁

责任校对: 张 翀

封面设计: 三鼎甲

责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062

电 话: 010-67022197 (咨询), 67078870 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn zhuangning@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 北京京华虎彩印刷有限公司

装 订: 北京京华虎彩印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

字 数: 100千字 印 张: 3.25

版 次: 2015年5月第1版 印 次: 2015年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5112-8499-0

定 价: 28.00元

版权所有 翻印必究

前言

韩国 KBS 电视台在 2015 年播出了一个纪录片《超级中国》，用了 7 集内容，分别为：“十三亿人的力量”“钱的力量”“中国治世”“大陆的力量”“软实力”“中国共产党的领导力”“中国之路”。纪录片在韩国本土播出后，收视率超过 10%，引发韩国人民对中国发展的刮目相看，甚至担忧。近些年来随着中国国力增强，中国在国际上的地位越来越高，世界上对于中国元素的运用也越来越多，例如，学习汉语的人多了，电影中的中国元素多了，中国菜、中国武术、太极拳、气功等在国外日渐流行等等，这些都可以归为中国软实力。

中国的软实力代表的是一种中国气质，一种内在的影响力，而非武力以及经济上的强迫力。这种内在的影响力往往体现在文化上，文化是一种精神气质，而这种精神气质培育土壤之一就是出版。出版业的繁荣与发展，体现着国家和时代的精神，也体现着社会的文明素质。文字发明后，文化传播便开始有了载体，直至纸张和印刷术的发明、数字技术和网络技术的进步等等，出版一直在国家软实力的建设中功不可没，它不仅仅是传播知识的方式，还是一种引导社会价值取向，承担家庭、学校、社会教育的重要方式，更是启蒙社会制度建设和创新的能量。

改革开放以来，随着科学技术的进步，中国软实力的提升，出版业也得到了发展，尤其是直至今日，由于数字技术的进步、互联网的发展，传统的出版业面临着新的载体以及新的阅读对象的挑战，到了

必须转型的阶段。而新的数字出版处于正在试水阶段，其让整个出版界的体验性要求更高，服务性要求更高，个性化需求更高以及跨界的融合性要求更高，因此整个出版业面临的挑战很大。与此同时，我国的出版也存在着诸多问题，例如版权保护不够、出现了某种程度的出版功利化趋势、出版综合性人才欠缺等。这些问题在很大程度上影响和制约着整个出版行业的发展。

撰写本书的目的是和大家一起认识和了解这些重要问题，并探讨解决的办法，共同寻求出版业的方向，为增强中国软实力做贡献。

本书总共分为四篇，从认识国家软实力和出版、出版和软实力之间的关系、出版作为软实力的问题和挑战、提升出版软实力的方法四个方面做了详细阐释。也希望和诸多出版界同仁一起探讨。

在此，希望此书能给予大家一点思考，带给出版行业一点点帮助。

目 录

第一篇 概念与发展综述	1
第一章 国家软实力概述	1
第一节 软实力的概念和表现形式	1
第二节 软实力对于国家和个人的作用	3
第三节 硬实力和软实力的关系	5
第二章 出版业及发展概述	7
第一节 出版的起源和发展	7
第二节 出版的产品形态及特点	10
第三节 传统出版业与现代出版业	12
第二篇 出版业与国家软实力	17
第三章 出版业与国家软实力的关系	17
第一节 出版业与国家软实力的联系	17
第二节 出版业之于文化软实力的作用	19
第三节 出版业在我国历朝历代中的社会效应	22
第四章 出版业对国家软实力各大要素的影响	26
第一节 传播和影响社会文化	26
第二节 分承家庭、学校、社会教育职能	27
第三节 启蒙社会制度建设和创新	29
第三篇 出版作为文化软实力的现状、问题与挑战	33
第五章 出版软实力现状	33
第一节 从编辑市场向读者市场转变	33
第二节 出版呈现更多的融合性	35
第三节 读者体验时代来临	36

第六章 当前出版承载国家软实力存在的问题	38
第一节 出版市场化带来一些负面影响	38
第二节 “两重性”和“两个效益”的矛盾	40
第三节 一些出版人缺乏长远的眼光	43
第七章 出版作为文化软实力面临的挑战 and 对策	45
第一节 出版业面临的挑战	45
第二节 应对挑战的策略	49
 第四篇 提升图书出版水平，增强国家软实力策略.....	53
第八章 他国出版经验借鉴	53
第一节 美国	53
第二节 英国	58
第三节 日本	65
第四节 对他国出版的经验借鉴与创新	68
第九章 文化引导、政策支持和法律管理	71
第一节 出版工作者必须践行社会主义核心价值观	71
第二节 法律上加强知识产权监督和管理	75
第三节 加强数字出版法制建设	76
第十章 互联网时代出版企业转型	77
第一节 传统出版向现代出版转型的必要性	77
第二节 我国传统出版转型的有利条件和不利条件	79
第三节 传统出版如何向现代出版转型	82
第十一章 创新出版业，提升文化软实力	84
第一节 内容精品化	84
第二节 媒介创新	86
第三节 体制创新	87
参考文献.....	93

第一篇 概念与发展综述

第一章 国家软实力概述

第一节 软实力的概念和表现形式

在人际关系中，对于个人的评价主要涵盖两方面，一方面是其可外化的物理属性，例如其身高、体型、长相、健康程度、家庭背景、经济状况等等，这些都是直观的、物化的，这就是一个人的硬实力；另一方面是无法物化、通过个人行为表现出来的很难物化的内容，例如个人气质、品味、修养等，这些都是内在的、感性的，所表现出来的文化、价值观、行为方式都是软性的，这就是一个人的软实力。

对于国家而言也是如此。1990年，美国著名杂志《外交政策》上刊登了一篇关于“Soft Power”的文章，立刻引发了人们对于软实力的讨论，这也是软实力这个提法第一次出现在公众的视野中，提出软实力一词的是美国哈佛大学教授约瑟夫·奈尔，他将国家实力区分为硬实力和软实力，他认为：在国际关系中，硬实力表现为国家利用其经济实力和军事力量影响、甚至用来收买或者强迫其他国家的一种能力；相对于硬实力而言，软实力则表现为国家的“魅力”，“透过吸引和说服别国服从你的目标从而使你得到自己想要的东西的能力”。奈尔也是公认的软实力提出者。

在此之后，约瑟夫·奈尔接连发表了多篇关于软实力的



文章,以对此进行更为详尽的阐释。1999年,奈尔发表了《The Challenge of Soft Power》一文,在这篇文章中,他又对此进行了解释:软实力是国家文化及意识形态上所产生的吸引力,预期的结果是因为吸引力而非强迫的方式所获得的。它的内在的魅力使他人信服并追随,并因此使其会按照预期的制度及行为方式产生相应的效果。而到了2002年,他又进行了阐释,getting people to want what you want,让人们也需要你需要的,也就是说,你有把自己的需要变成人们的需要的能力。2006年,奈尔又对此进行了相应的解释:^①软实力是一种吸引力,达到自己意愿的行为,而非强制、诱惑的方式而使他人做出改变的行为。

对于软实力的作用外界有多种说法,有人甚至认为这种说法纯属虚构,而不少人对此持肯定态度。作为行为主义政治学的代表,罗伯特·达尔认为在多种影响力中,理性地说服作用是最值得提倡的,因为其站在道德高度的层面上。美国学者尼古拉斯·欧维那将军事之外的影响力都归结为软实力,例如政治倾向上、文化上的影响力等等。还有一种说法是认为软实力是一种相对的概念,只有在一定的条件下才能体现出来,才具备其意义性,也只有在一定的事件中才能够界定。对各国不同的界定而言,其都在各自国家的环境中具备特定的语境。因此,在理解其意义时,可根据其具体的外延要素进行理解。

那么,软实力的构成要素有哪些?

约瑟夫·奈尔认为软实力的要素涵盖了文化、国际制度以及意识形态。而在我国,2007年针对软实力的构建高峰论坛上,就有人提出软实力的要素包括:国家发展模式、文化、社会制度、价值观念,并由此而产生的国际影响力和本国参与国际事

① 引自2006年约瑟夫·奈尔撰写的《软实力的再思考》一文。

务的程度以及被其他国家所认可的程度等等。它是一个国家内核的东西，体现其凝聚力、创造力以及生命力，就像个人对外展现的精神品质对他人形成的感觉以及对外界的感召力。还有参会者提出，软实力涵盖在这几个方面：第一，国家整体的教育、文化、制度、法律、民众的形象和心态、整个民族的精神面貌形成的一种感召力和凝聚力；第二，涵盖整个民族文化发展过程中所产生的文化产品，如报刊杂志、影视录像、图书出版、社会文化活动等等。事实上，软实力最核心的本质就是文化，其他要素都可作为文化的变体，例如，教育的方向、宗教、法律的制定、民众心态等都是通过文化的影响，文化素质水平就决定了这些其他要素的发展。

总而言之，在当今社会不断前进的过程中，硬实力作为基础条件必不可少，但是社会向上发展、人类文明进步、国家真正强大更是要靠软实力。我国在软实力建设方面的力度在不断加大。对个人而言，提升个人自身软实力建设，发挥螺丝钉的作用，也是在为国家软实力建设奉献力量。

第二节 软实力对于国家和个人的作用

当物质匮乏时，硬实力就格外重要，例如在灾荒时代，物资的需求就尤为突显；而当物资的基本需求满足时，软实力的作用就逐步显现出来了。当今世界在逐步摆脱受困于基本物资需求的条件后，开始走向一个软实力竞争的时代。软实力对于个人而言就是性格、气质、文化水平、教育背景、才华等等。对于国家而言就是一个国家的基因身份证，国家是否有活力、创造力，是否具有较强的影响力都是软实力的展现。

从人类的发展历程而言，历经以下技术主导经济历程（见下图），然而当科技逐步发展，人类文明不断进步时，经济、



军事等硬实力在受到关注的同时,诸如文化、观念等软实力因素渐渐走上了舞台,一个国家的修养和素质被格外看重。这就如同一个人的外在标签逐步从你拥有多少财富转化到你是什么性格,你的品格如何。成熟的个人该具备自理能力,拥有较好的修养以及具有创造财富、衍化知识的能力等等。成熟的国家也是同理。假如你到了某个国家,发现这样的国家偷盗、欺诈行为横行,法律形同虚设,教育环境差,那么这个国家就是缺少吸引力的,其软实力状况较差。

① 人类经济史上的主导技术

领域	原始经济时代	农业经济时代	工业经济时代	知识经济时代
历史时间	人类诞生至公元前 4000 年	公元前 4000 年至公元 1763	公元 1763 年至公元 1970 年至	公元 1970 年至 2100 年
知识经济技术	结绳等	印刷、出版	职业科研与发明	计算机、网络
材料技术	天然和陶瓷材料	天然和金属材料	钢铁和复合材料	高性能、可循环材料
能源技术	取火(热能)生物能	机械能	矿物能、电能	核能、氢能生物能
通讯技术	号角	人工传递、邮递	电讯、电视	数字化信息技术
核心技术	食物采集技术	农业生产技术	工业大生产技术	知识信息生产应用
主导产业	自然食物获取	农牧业	工业	知识产业

在一个国家的发展过程中,软实力的作用就像一个人的修养,不可能起到立竿见影的功效,但是长期作用就是魂之所在。

① 中国现代化报告 2005: 经济现代化研究, 北京大学出版社, 2005 年版, 第 59 页。

首先，软实力能够影响当前全球发展的趋势，甚至改变全球发展趋势。不论是政治、经济、文化、军事哪方面，全球整体都呈现出并驾齐驱的现象。软实力在各个国家的综合实力的竞争中充当着越来越重要的角色，其作用在未来可能会越来越重要。

其次，软实力的发展也是全球政治格局不断变化的筹码。在历史的发展和衍化过程中，经济的繁荣、军事的发展都离不开文化等软实力的推动。软实力撬动的是整个社会的思想，改变的是在社会中起作用的人的思想。

再次，社会的物质生活正在被软实力所改变。不论是市场中经济体之间的竞争，还是个人与个人之间的竞争，从表象上看是经济之争，但是从实质上而言都是文化软实力之争，具备较强的软实力就更容易具备创造力，而创造力更容易形成竞争力。早有“文化搭台，市场唱戏”的说法，而今，则这种说法主角和配角之间进行了置换，这也是当前社会的重大变化。

最后，人们的精神生活正在发生变化。经过几十年经济发展，特别是改革开放以来，人们的物质生活不断充盈，但是精神生活方面赶不上经济发展的速度，带来了一系列的精神问题。因此，现在社会软实力的发展越来越得到重视，这也将使人们的精神生活发生巨大的变化。

第三节 硬实力和软实力的关系

软实力和硬实力之间的关系，国内外都有着基本一致的看法，不论是展现国家硬实力的经济、军事、科技，还是展现国家软实力的文化、制度或者政策等，都是整个国家综合实力的体现。硬实力更多的作为国家的后盾，而软实力则起到促进硬实力发展的作用。



国内学者董立人、寇晓宇、陈荣德认为：^①硬实力是软实力的有形载体、物化，软实力是硬实力的精神支柱，是硬实力的无形延伸。不过，对此观点学者门洪华则认为：^②之所以当前软实力中的文化、意识、发展模式受到人们的关注，主要源自于物质财富的不断增长，但是硬实力的发展并不代表软实力有着相应的发展。而假若过度依赖硬实力，便可能同时消损软实力的效用。例如，通过运用国家硬实力而对其他国家发动战争，并违反国际条约，致使自身与他国之间的关系恶化，从而使其在国际关系中的信誉降低，国际形象受到影响，势必导致他国的反感与抵抗，那么其国家软实力势必受到重创。

就中国而言，物质硬实力在积累的过程中，逐步形成了特定的民族精神、文化；特定的发展模式；制度以及思想观念。然而，硬实力转化为软实力需要一定的条件进行相应的培育，并具有追求高层次的政治、文化、教育等多方面的精神，否则不自觉地转化会历经较为漫长的过程才能逐步发展成为软实力。从另一方面来说，软实力的发展，也会影响硬实力，为硬实力创造出更适宜的社会制度、文化环境。

以美国为例，其软实力主要是通过影视、音乐、快餐、网络服务等多种文化消费方式以及经济、教育和科技成果，并以相应的制度规范使其产生深层次的文化影响力，从而让他国对美国民主制度产生向往。而在这个过程中，作为本土居民出于对自身荣誉感和责任感的需求，其在各项文化宣传活动中，本能地宣扬美国文化，这些业余的美国外交措施连在一起，形成

① 董立人、寇晓宇、陈荣德：《关于中国的“软实力”及其提升的思考》，《探索》，2005年第1期。

② 门洪华：《中国软实力评估报告》（上册），《国际观察》，2007年第2期。

一定的影响力。事实上,诸如此类的文化载体加强了美国文化的影响力。而这些载体在被其他非同一文化体系的人接触后,尤其对于那些思想不够成熟的青年人而言,就更容易被这种文化所感染,在内心不自觉地就接受了这种文化思想。这种大规模的影响就会逐渐形成美国的软实力。而在另一方面,美国也通过政府的力量以及利用民间力量的参与对其软实力进行对外推介。然而,对于一个国家而言,其说服力还要依靠其内在物质充盈度及外交上的取向。这也在一方面说明硬实力是软实力的后盾,是软实力的基础。美国就是如此。对于中国而言也是一样,在硬实力保障的基础上,软实力发挥其力量才能让整个国家刚柔相济,在国际社会上具备更多的话语权和影响力。

硬实力是保障,软实力是必然发展方向。中国在这些年的发展中不断加强软实力建设,创建了多种适合软实力发展的条件,例如鼓励文化的发展等等。而事实上,在经济飞速发展过后的今天,软实力不仅仅是当今国家的需求,更是人们精神的需求。因此,未来软实力的发展将会更加受到重视,得到进一步拓展和延伸。

第二章 出版业及发展概述

第一节 出版的起源和发展

“出版”这个词本义上都和印刷相关,最初的从业人员也都和印刷商有关系,因此一部出版史也是一部印刷史。而随着科技不断进步,人类文明不断发展,达到一定的阶段后,人们才意识到出版方式也是一种文明形式,传播人类社会文明的载体,从而影响社会大众。从另一个层面而言,阅读是出版的基



础，阅读的存在激励出版的发展，因此出版的发展也是人们阅读需求不断提升的过程，只有不断发展人们的阅读需求和渴望，才能让这个市场不断扩大。而出版业在人类发展过程中，在启迪人类智慧、启蒙文明上起到非常重要的作用。

在中国古代，最早的“版”是用来书写的竹片或者木片，而这些在中国不同朝代中也不同，在唐五代，有雕印、模勒、刻印板、梓行、镂板、雕刻、雕版等，而到了宋元时期，就发展了印刷、开板、幕刻、印行、入梓、版行等等，明清以前又有了印版等等。这些时期并未涉及编辑内容，只是单纯的印刷、发行。在印刷术还未面世时，最早出版活动雏形就属书籍手抄本，人们通过手抄本进行传递阅读。真正意义上的首次出版活动要算唐明宗长兴三年时期雕版印刷的“敕令国子监博士儒徒”。直到宋代活字印刷术的出现，使出版技术得到了变革式的发展，从而推动了整个出版行业的发展，也由此使一部分人成为书商。真正成就出版业的是近代铅字印刷术从国外的引入，真正算得上中国第一个印刷企业的是商务印书馆。创始人夏瑞芳说：“我国向无印刷辛业，君乃亲赴日本考察，有所得，归而仿行之。”^①在商务印书馆创办之初，其主要的业务并非真正的出版，而是印刷一些小件的商务报表。直到1901年，才开始了商务印书馆的转型，从印刷行业转入了出版行业。

近代的中国出版业就这样起步并发展，最初主要编辑出版中国的古书籍和西方的民主思想等，这也在一定程度上促进中国民主运动的发展。

新中国成立后，出版业也历经了几个不同的时期。

^① 另四位股东：鲍咸恩、鲍咸昌、鲍咸亨、高凤池，他们都是印刷工人出身。

从1949年新中国成立到1965年这段时间，建立了20余个科学、科技类的出版社以及一些地方综合性的出版社。到1956年年底，中国已经有出版社97家，出版的图书种类有28773种之多，印出17.84亿册书籍，是1949年的17倍之多^①。此时出版的书籍包含一批马克思、恩格斯、列宁、毛泽东、鲁迅等人的著作，如19卷《马克思恩格斯全集》，39卷中文版的《列宁全集》以及新编《马克思恩格斯选集》和《列宁选集》《毛泽东选集》《鲁迅全集》《鲁迅译文集》等，另外还有一些科技类和学术性的著作、中外文学作品、学校教材类的书籍等。1964—1965年，中国印刷代表团在赴日本西欧考察后，引入了一批电子分色机器，用以助推新中国的出版业，推动图书出版的发展。然而，“文革时期”，整个图书出版业的种类比1956年下降了34%。那10年是中国图书出版业的倒退期，除了出版一些毛泽东著作、马列著作和课本外，其他的学术著作以及文学类作品屈指可数，种类到1969年只剩下20种^②。

历经摧残，整个中国出版业萎靡不振，直到1971年周恩来总理召开全国出版工作座谈会，采取一系列措施来挽救奄奄一息的中国出版业，这才使出版业出现了新的转机。但是即使国务院设立国家出版事业管理局，但由于“四人帮”的干扰，出版业并未真正的好转。

从1977年至今，我国出版业历经了天翻地覆的变化。逐步实现了从卖方市场向买方市场的转变，出版从业人员逐步开始考虑读者的需求，调查市场的需要。而随着科技的不断发展进步，现如今，数字出版、“拇指出版物”不断涌现，使以往的出版

① 《中国出版年鉴》1980年卷。

② 《中国出版年鉴》1980年卷。



市场发生了巨大的变化，出版从专业出版人到了人人皆是出版人的时代，每个人都是自媒体，出版物也不再完全依赖出版社的出版发行。传统出版业无时无刻不受到新型出版行业的冲击，传统的出版人也面临着全新的出版挑战。

第二节 出版的产品形态及特点

出版的产品形态向来是随着科技的发展而变化的，例如在纸未出现前，最初的出版模型就是竹片上的手抄文字，当纸被发明后，出版就是公开发行的纸质报刊、图书、杂志等等。而当科技发展后，出版的外延被无限放大，例如电子书、电子期刊、光盘、电影作品、电视作品、网络游戏、网络出版物等等。

《辞海》及《中国大百科全书·新闻出版》对出版内涵的解释相对比较全面。

首先，出版是一种社会活动，其是对已经完成作品的深度开发。作者创作后，对其进行深加工，筛选和修改信息，使它变成适于其对象的出版物的过程。一部好的出版作品，是作者和出版社编辑共同作用的结果，尤其是针对现代市场而言，作者与编辑的结合一方面可使作品精品化，另一方面是编辑在一定程度上对于把握市场更为敏感，这就让书籍的出版不仅能表达作者的意图，而且让读者更易于理解，也更容易受读者欢迎。

其次，出版不仅在于加工已经完成的作品，更是对加工好的作品进行大量的复制，并使其成为商品，用于消费的过程。这与其他商品的出品、加工、销售过程是一致的。作者的作品属于原料，编辑是深加工的工人，加工后的产品用于售卖所以就变成了商品。出版的大规模复制就是印刷的过程，大量的复制才会让更多的人接触到出版物。

再次，大量复制后，将出版物以一定的渠道向其对象进行