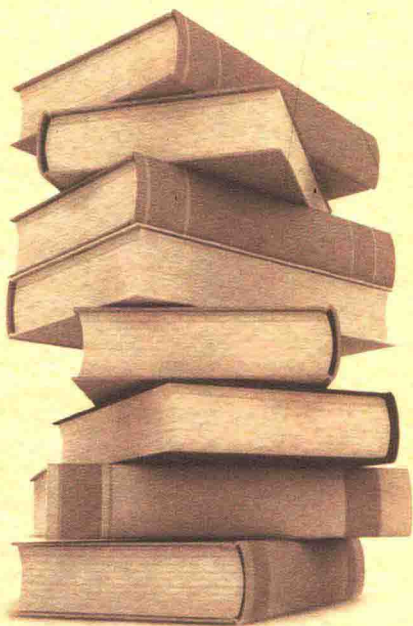


出版文化理性再研究

CHUBAN WENHUA LIXING ZAIYANJIU

■ 郝振省 著



中国书籍出版社

China Book Press

出版文化理性再研究

郝振省 著



中国书籍出版社

China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

出版文化理性再研究 / 郝振省著. — 北京: 中国书籍出版社, 2016. 3
ISBN 978 - 7 - 5068 - 5473 - 3

I. ①出… II. ①郝… III. ①出版工作 - 文集 IV. ①G23 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 052642 号

出版文化理性再研究

郝振省 著

责任编辑 庞元 许艳辉
责任印制 孙马飞 马芝
封面设计 方波
出版发行 中国书籍出版社
地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)
电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)
电子邮箱 eo@chinabp.com.cn
经 销 全国新华书店
印 刷 廊坊市三友印务装订有限公司
开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张 19
字 数 260 千字
版 次 2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5068 - 5473 - 3
定 价 66.00 元

版权所有 翻印必究

我为什么推崇“出版文化理性”

(代序)

也许是学哲学出身的缘故，自从进入研究出版的领域以后，笔者就一直比较重视对“出版文化”的研究，在研究“出版文化”的过程中，又更喜欢对出版文化背后的理性问题不断进行琢磨和探究。因为和理性对应的是本质，和感性对应的是现象，理性可以统摄感性和说明感性。因为只有理解了的东西我们才能更深刻地去感觉它、把握它。于是我的第一本文集就叫作《出版文化理性研究》，这第二本文集也就是即将出版的这个集子，又叫作《出版文化理性再研究》。

何谓理性：辞典上讲属于判断、推理活动的范畴，或者是指从理智上控制行为的能力。何谓理性认识，在认识论上，是指认识的高级阶段，即在感性认识的基础上，对所获得的感觉材料进行思考、分析，加以去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里的功夫（整理和改造），形成概念、判断、推理和结论。理性认识是感性认识的飞跃，它比感性认识高明的地方就在于它反映的是事物的本质和内部联系。而掌握了事物的本质及内部联系，就可以较好地观察现在，予知未来，就可以较好地得心应手地做事，从容淡定地获取，就可以较好地必然王国走向自由王国。

何谓文化理性，此种理性属于精神领域、属于思想领域、属于理论领域、属于学术领域，而不属于经济领域、不属于政治和宗教领域，更不属于军事领域。当然彼此间的联系是有的，但首先的区别是不同类型的事物。

研究文化理性是必要的，也是值得的，因为相对于 20 世纪上半叶的国际间军事抗争和 20 世纪下半叶的国际间经济与科技抗争，21 世纪国际间多是文化抗争。也因为我们目前社会出现的种种弊端和问题，大都可以从文化方面找到其最深层的原因，也只有从文化入手，才有可能较好地从根本上得以解决。

何谓出版文化理性：即对文化理性研究的范围也不是无限制的，而是做了相对明确的限制，限定在出版文化范围，是对出版文化说三道四，而不是对表演文化、绘画文化等其他什么文化发表议论，这既是笔者为客观条件所限制（耕作于新闻出版这块领地，已经有三十余年了），也是笔者主观作为的事实（所思考和发表的作品都是与出版相关连，与出版文化相纠结，笔者注）。从这个意义上讲，也许笔者的一些思考或许对于相关的读者朋友有所裨益。

从具体内容上看，这个文集大致分为三个板块：为《出版发行研究》撰写的卷首语是第一个板块，为《传媒》杂志撰写的刊首语是第二个板块，为一些重大科研成果、重要出版物和重大事件撰写的几篇分量稍重的文章是第三个板块。

就第一个板块而言，涉及出版改革与体制问题、出版策划与内容问题、出版市场与消费问题、出版集团与兼并问题、出版国企与民企问题、出版技术与转型问题、出版科研与规律问题、出版编辑与人才问题、出版规范与学术问题、出版精品与保障问题等等，就诸如此类的问题而言，似乎老生常谈的篇幅不在少数，但是笔者以为这些文稿的作用，其实在于其理性，在于其文化理性，在于其出版文化理性，在于其对出版文化理性的再研究。

比如，关于对“核心价值观”与“国民经济支柱产业”在实际运行中两难现象的原因分析及其处理，提出了出版业基本矛盾的概念及国家、行业、企业三个层面的应对策略。又比如，关于对民营书业发展的理论支点之研究，提出了四条规律说：一是文化消费在国民生活消费中比重不断加大的规律；二是“追求超过社会平均利润率”的经济规律；三是相克相生、相辅相成的对立统一规律；四是资本安全与意识形态安全的同心圆规律等。

再比如，从唐浩明先生等身上发现了作家与编辑的共生现象，从共生现象中寻找了编辑演变为作家的三条路径等。还有从国民精神的偏食主义说起，论述了科学理性与人文理性相互渗透的依存关系，对哲学的“生命导师”与编辑的“人文情怀”的关注，对阅读走势与阅读心理的捕捉，对我们党和新闻出版业深层关系的探讨等等，都孕含着关于出版文化理性的经验，读者朋友不妨捡拾若干并品评稍许。

这第二个大的板块，主要是为院里核心期刊《传媒》所撰写的刊首语，但也没有局限于新闻传媒的领地，而是从传媒现象着笔进而从文化理性的层面加以解析和阐释。传媒文化理性，实际也是出版文化理性。这方面的思考和着笔也有一些可提示之处。比如，关于社会主义核心价值观高于新闻真实性和时效性的理念；关于破坏性舆论监督与建设性舆论监督的分野；关于期刊业较之书业的刚性投入、弹性产出呈现出刚性产出、弹性投入的特点；关于互联网的两面性、浅薄症、影响记忆力、思考力、专注力问题的反思，等等。

这第三个板块主要是几篇大文章，其中有一篇是在《中国出版通史》（九卷本）出版座谈会上的主题发言，讲了这部通史研究编撰的大致进程、主要内容、创新特征、特殊质量保障措施等。其实从特定的角度看，绵延三千年的第一部出版通史的完成，其背后恰恰是出版文化理性的支撑及其演变，各个朝代的出版事件、出版巨著、出版人物实际上都表现了出版文化理性不同的运行而已。另一篇叫作《追溯曾经的光荣与梦想》实际上是《出版文化丛书·出版60年》的序，这是我在中国书籍出版社社长的兼职任上，规划设计的一套丛书，共三本分别是《名著的故事》《编辑的故事》《书店的故事》，目的就是寻觅名著、名编辑、名书店背后对于出版文化理性的皈依。还有一篇叫作《我国学术著作出版如何由“大”到“强”》，恰恰是从出版文化理性出发，批评那些在学术出版领域大量的非出版文化理性的现象的。再有一篇叫作《继往开来，潜心科研，为新闻出版大国迈向强国作出新贡献》，这是在纪念中国出版科研所建所25周年暨更名中国新闻出版研究院大会上的主旨讲话。这篇主旨讲话，以十个结合的方式回顾

了研究院走过了一条极不平凡的成长之路、发展之路，从时代、领导、业界、职工等四个方面追溯了研究所（院）成立与发展的根本性原因。如果再向纵深追溯，那么对于出版文化理性的孜孜不倦、十分虔诚地追求则是我们全部科研工作的准绳！

总之，我以为如果这些年自己的文字还有一些思想含量，自己的科研领导工作还有一定的运筹帷幄的话，那么这应归功于我和我的同事们对出版文化理性始终不懈的坚守和追求；如果我自己的文字还经常力不从心，自己所从事的科研领导工作还有这样那样的缺陷和软肋的话，那么这也应归咎于我自己对于出版文化理性的偏离和误判。而出版文化理性则成为理解我和我的文字、我和我的事业的一把钥匙，也恳望业界朋友以此来读懂我、理解我、评论我。

是为序！

郝振省

2016年2月14日

目 录

《出版发行研究》卷首语	1
☞ 2009 年	3
改革攻坚年的三个指向	3
“消费券”的联想	6
钟南山的批评与费云良的“锱铢必较”	9
研究民营书业的几个支点	11
我敬我友，但我更敬真知灼见 ——兼议研讨会要真正研讨问题	14
“金黎模式”的成功之道	17
为出版界辩护兼自我反省 ——就《人民日报》一文作出的反应	19
论科学理性之养成	21
谈谈编辑与作家的共生现象 ——由唐浩明先生的经历与业绩谈起	24
新闻出版行业正在日益“变宽”	27
☞ 2010 年	30
弥足珍贵的经验	30

转变新闻出版业发展方式从哪里着手?	33
一个重要而又紧迫的问题	
——再议出版业的“两难”现象	36
薄下来、短下来、精起来	
——发展方式转变的一个重要方面	39
从演唱会说到出版物	41
下死功夫 做真学问	
——就《故宫问学》稍作议论	44
哲学的“生命导师”与编辑的“人文关怀”	46
慢下来，深下去，长久些	
——谈对出版规律的一种尊重和保护	48
编辑如何成为学者和大家?	
——提升出版文化理性一个重要途径	51
谈谈内容资源的集约化经营问题	
——关于“十二五”的一点思考	54
 2011 年	56
四个方面不完全适应的问题	
——反思“十一五”，筹划“十二五”	56
算大账、算总账、算分账、算小账	
——推进文化产业、新闻出版产业成为支柱产业的一个重要问题 ...	59
如何协调“支柱产业”与“精神价值”?	
——感言“两会”代表委员关于文化问题的诸多议论	62
培养学者型编辑	
——谈总编辑应该抓好的一项重要工作	65
关注“中国模式”的几个亮点	
——初读《中国震撼》	67

坚持出版的本质与规律	
——读最近关于潘凯雄同志两篇文章之感受	70
党和他的出版活动	73
养成辩证思维的良好习惯	76
一本书的作用和对阅读心理的研究	79
怎么表述出版业核心价值观	81
到“十二五”末，新闻出版业如何实现3万亿总产出	83
☞ 2012 年	86
关于学术创新的联想	86
关于学术论文规范问题的议论	89
读书，缺少的仍然是深入.....	92
多元化与专业化	
——辽宁翰文企业集团给我们的启示	94
口子小些，研讨深些	
——主持2012年深圳文博会数字出版高峰论坛有感.....	97
一个出版人应有的“四力”	100
学术带头人应该做到的“三个结合”	
——2012年第1期院士专家理论研究班的学习收获之一	102
“引文”的尴尬及其他	
——出访韩国有感之一.....	104
制度·技术·政企关系	
——2012出版传媒集团主要负责人座谈会有感	107
☞ 2013 年	110
企业强、行业强，方能托起新闻出版强国的大厦	
——参加新闻出版总署十八大精神培训班的一点认识.....	110

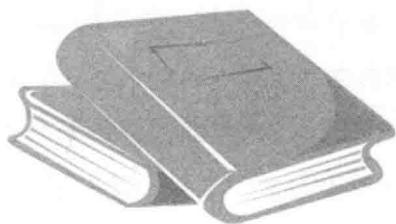
从傅高义那里可学到些什么?	112
请把一本书读完	
——读《邓小平时代》有感	114
中国梦与新闻出版强国梦	116
要重视群众文化的“菜篮子”工程	
——听伯海同志讲读刊史	119
申报项目要“志当存高远”	121
出版业要重视“母书”的编辑出版	
——在《出版词典》编纂工作培训会上的讲话摘编	123
《传媒》刊首语	125
☞ 2009 年	127
实施集团化战略的注意事项	
——美国论坛报业集团申请破产给我们的些微启示	127
为“职业经理人”呼吁	130
选择“社会主义+市场经济”之真谛	
——评看不见的手与看得见的手之作用	132
改到深处是产权	
——评《舟山日报》经营骨干持股改革	135
报纸要注重培养思想家	
——读尹明华文有感及对相关党报的希冀	138
一个基于新媒体的文学物种	
——感言“网络文学”十年盘点	140
让“他们”对中国的发展习惯起来	142
“男为悦己者容”	145
记者节的考虑	148

感恩传媒：我生命中的亲密伙伴·····	150
☞ 2010 年 ·····	153
慎用媒体的放大作用·····	153
为“慎用”支三招 ——再谈媒体放大作用·····	155
做永不迷失的记者 ——感悟《给年轻记者的信》·····	158
研究一下浙报集团的路子·····	161
问题的两极·····	163
且看华商报如何走市场·····	166
一个比较成功的跨媒体传媒集团·····	169
期刊业有自己独特的亮点·····	171
悼念“文化”范老·····	174
☞ 2011 年 ·····	177
全媒体业务与意识形态功能 ——在第七届“共和国党报”论坛上的点评与感受·····	177
市场与导向·····	180
互联网有无“浅薄症”？·····	182
记忆力、思考力、专注力 ——关于网络是否造成浅薄的再思考·····	184
“树木与森林”及“唯负面是从” ——漫谈西方媒体的两种新闻非理性现象·····	187
党的早期活动和党的早期报刊·····	190
一笔难得的财富 ——谈“默多克帝国”的轰然倒塌带给我们的启示·····	193

为什么人与做什么人	
——刍议“走基层、转作风、改文风”活动	196
应对公信力面临的挑战	
——关于整治虚假报道和信息的议论	199
我国科技期刊存在的问题及解决思路	202
关于新闻行业核心价值观的讨论	205
☞ 2012 年	208
从革命理性到文化理性	208
选择哪一种舆论监督?	210
春晚是年夜饭和驿站	212
好的新闻人应该是很好的文化人	214
三组关键词 一部创业史	
——评李庆文同志和他的优秀团队	216
研究一下“社区报”	218
涉足新媒体, 要抓好突破口	
——论“户外媒体”成功的意义	220
关于纪录片生产的一些原则	222
报业发展三问题	225
媒体要传播正能量	
——兼评《新商报》“城市家书”活动	227
品牌是新与旧的结合	
——兼谈期刊品牌	229
唱盛不唱衰	
——评介贾长华和他的今晚报团队	231

☞ 2013 年	233
新闻出版工作是我们护身看家的法宝	233
论“春晚”的功能	
——在 2013 年研究院春节联欢会上的致辞	235
你能娴熟运用祖国的古典诗词吗?	
——谈改进文风的一个重要方面	238
请陈平原教授讲讲读书的学问	241
梦想与辉煌	244
让另一个舆论场更好地释放正能量	
——怎么看待社会化媒体的地位与作用	246
有限还是无限, 崩溃还是发展?	
——也谈“互联网走在崩溃边缘”	248
负面报道与“坏消息综合征”	250
其他文章	253
不辱使命负重前行	
——关于《中国出版通史》研究编纂和出版情况的汇报	255
追溯曾经的光荣和梦想	
——《出版文化丛书·出版 60 年》序	264
一幅延续数千年的绚丽多彩的画卷	
——《中国彩印二千年》序	269
继往开来, 潜心科研, 为由新闻出版大国迈向强国作出新贡献	272
我国学术著作出版如何由“大”到“强”	279

《出版发行研究》卷首语





☞ 2009 年

改革攻坚年的三个指向

柳斌杰署长在刚闭幕的全国新闻出版（版权）局长会议上提出，今年是改革攻坚年，我以为攻坚年至少有三个指向：扩张、巩固、提升和创新已有的改革版图。

关于扩张已有的改革版图。这是既定方针，也是艰巨任务。总署党组根据中央要求，已经做出具体部署，到 2009 年年底，所有地方社、大学社完成转企任务；到 2010 年年底所有中央部委社完成转企任务。以这么大的气魄、这么大的规模来扩张已有的改革版图，最终实现改革没有空白点，确实鼓舞人心，催人振奋！当然，振奋之余也要看到，还有相当数量的出版单位的干部职工，特别是“当家人”，对于在这么短的时间内完成这么艰巨的扩充任务，缺乏必要的思想准备、组织准备和工作准备。不仅出版社的当家人，就是作为出版社主管、主办的部委领导们恐怕也没有足够的准备。这就需要通过一切可能的方式与手段，加快预热速度和力度，形成上下、前后、左右一条心，积极稳定促转企。

关于巩固已有的改革版图。所谓巩固，是指改企后的脱钩与转制等方面的工作。脱钩工作做得好不好，在很大程度上取决于转制工作的质量是否有保障。不少同志在讨论中提出改企、变换身份、完成工商注册登记虽然也难，但更难的是转制，是建立现代企业制度、完善法人治理结构，而建立现代企业制度和完善法人治理结构，就涉及产权制度的改革问题。再进一步追溯产权制度改革，就回避不了两个问题：一是投资主体多元化即