

市场经济与出版导向

杨小岩

本文从图书生产的两重性、图书的两个不同性质的生产过程以及人们的精神需要的复杂性和多样性等方面阐述了出版工作不能以市场为导向。提出了在社会主义市场经济条件下,出版工作应当坚持不断满足社会和广大读者日益增长的物质生活和精神生活需要为导向;要正确处理普及与提高,社会效益与经济效益,显形需要与隐性需要等几个方面的关系,不断地解决面向市场的问题,努力做到适应市场、开拓市场、指导市场,确保出版事业沿着社会主义方向健康发展。

党的十四大明确地提出建立社会主义市场经济体制的战略目标,这对我国的社会主义经济基础和上层建筑的各个领域,物质文明建设和精神文明建设的各个方面,必将产生越来越长远和深刻的影响。作为精神生产产业的重要部门的文化出版事业,面对市场经济的大潮,是随波逐流,甚至让大潮吞没,还是主动搏击,牢牢把握正确的出版导向,这是我们必须明确认识和妥善解决的一个重大原则问题。

图书,是文化商品,现在已基本成为人们的一种共识。人们正是从这种共识出发,积极思考如何面向市场,参加竞争的一系列理论问题和实践问题。应当说,这是对我国传统计划经济体制的一个重大突破,也是出版单位由生产型向生产经营型转变的一个可喜开端。

图书,既然是一种文化商品,自然不能不具有商品的属性,不能不受商品交换的基本规律——价值规律的制约,出版界的同志也不能不因此努力确立自己的市场意识、竞争意识和经营意识,不能不主动考虑进一步深化出版体制改革,使之更好地与社会主义市场经济运行机制相适应的问题。但是,是不是这就意味着我们的出版工作要以市场作为导向呢?回答应当是否定的。

第一,图书商品的两重性决定了图书出版工作不能以市场为导向。我们必须明确,图书,虽然是文化商品,具有商品的属性;但是图书并不是一般的商品,而是一种特殊的商品——文化商品,具有社会的属性。正是图书商品的商品性、社会性这种两重性决定了图书作为文化商品,除了一般商品所共有的交换价值(即价值)和使用价值之外,还存在一种特有的精神价值。

这种特有的精神价值又具体表现为它的交流知识信息,积累科学文化,美化人们生活,促进社会进步独特的社会贡献上,而这是绝不当也决不可能用市场导向来加以评价和调节的。

不错,市场可以作为图书价值实现的一种媒介。但市场对图书的评价只能是一种经济价值的评价,它考虑的仅仅只是社会需要的数量,即社会销售量。社会销售量大,其经济价值就大;社会销售量小,其经济价值就小。当然这种市场的经济价值的评价在一般情况下也可以作为图书的精神文化价值的评价的参照系,但决不可作为图书的精神文化价值评价的标准。因为它考虑的仅仅是社会需要的数量体系,即销售量的大小。至于这种社会需要是积极的,还是消极的,是健康的,还是病态的,是高尚的,还是庸俗的,是进步的,还是反动的,那种社会需要的数量体系对此是无能为力的,是无法评价的。

· 第二,图书的两个不同性质的生产过程也决定了图书出版不能以市场为导向 我们知道,图书,这种精神产品的生产,与一般物质产品的生产有所不同。它存在着两个不同性质的生产过程。它不仅有一个精神产品的物化过程,即图书的物质内容及其表现形式形成的物质生产过程,而且还有一个精神生产过程,即书稿的思想内容及其表现形式的精神生产过程。图书的物质生产过程一般是可以社会必要劳动时间来计算劳动创造的价值的。图书的精神生产过程则是一种特殊的生产劳动过程,它和一般的物质生产劳动不同,它不仅需要无法用通常的社会必要劳动时间来计算的长期的生活和科学文化知识的积累,而且还需要无法用一般的市场和货币来配置的特殊科研能力资源和智慧的迸发,因此,图书作为一种特殊商品,是很难用一般的劳动量来衡量它的价值和使用价值,更不用说以此来衡量它的精神文化价值。往往有这样的情况,一部不朽的学术专著比成千上万的平庸之作的价格不知要高出多少倍,而一个天才的学者、专家的一朝的智慧闪光和灵感的迸发,也并非一般人们成年累月的勤奋劳动所能取代的。

第三,人们的精神需要的复杂性和多样性也决定了图书出版不能以市场为导向 按照马克思主义的观点,人们的精神需要不仅从根本上来说受社会经济条件的制约,而且在很大程度上还要受社会文化水平和大众文化素质的制约,它比人们的物质需求更具有复杂性和多样性。一般来说,人们的物质需求是比较容易一致,而人们在精神需求方面,无论是价值观,还是审美观,就不那么容易一致了,这就构成了图书的内在质量和文化品位与图书市场之间的复杂关系。经常出现这样的情况,一些品位高、质量精,被列为国家文化建设重点工程的图书,可能缺少大众读者而不具有多大的市场需求,呈现曲高和寡现象,基本没有经济效益。对这样一些重点图书,很难以质论价,甚至很难以其所投入的社会必要劳动量来论价。相反的,一些品位并不高,质量并不精的通俗读物,有些甚至还掺杂有错误的倾向或低级的趣味,却拥有较多的读者,并且获得较高的利润。如果看不到这样的一些情况,坚持以市场为导向,势必造成高层次的有重大精神文化价值的图书很难出版、甚至不能出版,而低劣图书却泛滥成灾。这样,既不利于图书事业的繁荣与发展,也不利于整个中华民族的科学文化素质的逐步提高。

第四,出版改革的根本任务和目的决定了图书出版也决不能以市场为导向 近几年来,特别是在党的十四大的精神鼓舞下,我们的出版改革不仅迈开了步子,而且正在逐步深化,而我们出版改革的根本任务和目的就是使出版工作在市场经济的条件下通过建立优胜劣汰的公平竞争机制,提高精神产品的质量和出版队伍的素质,增强出版实力,为社会和广大读者多出和快出好书,一句话,通过改革,不断解放和发展图书生产力。从图书出版这个根本任务和目的就可以清楚看到,市场只是一种手段,并不是目的。如果把市场作为目的,作为出版导向,那就势必本末倒置,背离我们解放和发展图书生产力的这样的改革的目标。这是其一。其二,市场既

然只是改革的手段,那么我们不仅要适应市场,更要开拓市场,指导市场,使市场更好地为繁荣社会主义出版事业服务;其三,图书出版事业既要适应社会主义市场经济的需要,更要符合社会主义精神文明建设的要求,向社会和广大读者提供更好的精神食粮,努力促进两个文明建设,这是检验我们的出版改革成败的唯一标准。如果坚持以市场为导向,恰恰在这样一些根本问题上偏离了出版改革的正确方向。

二

我们的图书出版不能以市场为导向,这个问题如果已经解决了的话,那么,我们还必须进一步解决图书出版究竟应该以什么来作为自己的导向的问题。

我以为,坚持以不断满足社会和广大读者日益增长的物质生活和精神文化生活的需要为我们的出版导向是比较合适的。因为,首先,这完全符合社会主义经济发展的基本规律的要求。社会主义社会的主要矛盾是人民日益增长的物质文化生活需要同落后的社会生产力之间的矛盾。为了解决这个矛盾,我们必须把发展生产力摆在首要地位,坚持以经济建设为中心,推动社会全面进步。正因为此,邓小平同志明确指出:“社会主义的首要任务是发展生产力,逐步提高人民的物质文化生活水平。”^①江泽民同志在党的十四大的报告中也指出:“加快改革开放和发展经济,目的都是为了满足人民日益增长的物质文化生活的需要。”^②十分清楚,作为精神产品的图书的生产,坚持以不断满足社会和广大读者增长的物质生活和文化生活的需要为导向,完全符合社会主义经济发展的基本规律的要求。其次,这也是社会主义精神文明建设的需要。《中共中央关于社会主义精神文明建设指导方针的决议》指出:“社会主义建设的根本任务,是适应社会主义现代化建设的需要,培养有理想、有道德、有文化、守纪律的社会主义公民,提高整个中华民族的思想道德素质和科学文化素质。”^③《中共中央和国务院关于进一步加强出版工作的决定》也指出:“社会主义的出版工作,首先要注意出版物影响精神世界和指导实践活动的社会效果,同时要注意出版物作为商品出售而产生的经济效果,出版部门要坚持质量第一,尽最大努力,把最好的精神文化食粮供给人民。”^④出版部门坚持以不断满足社会和广大读者日益增长的物质生活和文化生活的需要为导向,就正是为适应社会主义精神文明建设的需要而提出的。这是我们全面推动社会进步的唯一的正确的出版导向。

这里必须指出的是,人们的物质生活需要特别是人们的精神生活需要是多方面的,多层次的,要坚持正确的出版导向,还有许多工作要做,还有许多问题需要探讨。

第一,要正确处理普及和提高自己的关系 我国经过 40 多年的社会主义的发展,以生产资料公有制为基础的社会主义经济制度,人民民主专政的社会主义政治制度和马克思主义在意识形态领域中的指导地位已经确立,国家经济实力有了巨大增长,教育科学文化事业有了相当发展。但是也应该看到,我国人口多,底子薄,人均国民生产总值仍居于世界后列,普遍的科学文化水平不高,文盲和半文盲还将近占人口的四分之一。这样的现实情况就向教育科学文化事业单位,特别是向我们出版界尖锐地提出了全民性的普及科学文化知识,提高整个中华民族的思想道德和科学文化素质的任务。

十分清楚,切实抓紧思想理论和科学文化知识的普及是我们出版部门的一项经常性的重要工作。在这方面我们的道路是广阔的,有许多工作要做。我们不仅要向渴求知识的青少年读者作基础性的普及工作,而且还要向不同文化层次的中老年读者作专题性的普及工作;我们不仅要普及自然科学知识,而且还要普及人文社会科学知识;我们不仅要普及科学文化知识,而

且还要普及马列主义、毛泽东思想的基本理论知识。所以说,普及工作是重要的,一切轻视和忽视普及工作的态度都是错误的。

但是,提高的工作也是很重要的。人民要求普及,跟着也就要求提高,因为不仅广大读者的思想理论和科学文化水平在不断提高,而且因为社会主义物质文明建设和精神文明建设中层出不穷的新问题、新情况、新经验,也需要我们去总结,去提高。如果我们忽视或者轻视了这个总结和提高,那么,不仅我们的普及工作就会因此失去坚强有力的指导和坚定正确的方向,而且我们发展马克思主义和科学文化的伟大事业也会因此受到削弱,甚至遭到损害。所以我们既要重视普及,又要重视提高。毛泽东同志说过:“在这里,普及是人民普及,提高也是人民的提高,而这种提高,不是从空中提高,而是在普及基础上的提高,这种提高为普及所决定,同时又给普及以指导。”^⑩

基于这样的认识,我们的出版社就应当按照各自的分工,发挥自己的特点和优势,切切实实在专业分工范围内搞好自己的普及和提高工作。我们高校出版社,既然是以为学校教学、科研服务为中心,那么,理所当然的要重视图书出版传播和积累知识的作用,大量出版反映人类有史以来一切先进科学技术和文化知识的图书,特别是注意出版研究现代化建设提出的新问题,总结当代各门学科的新成果的人文社会科学和自然科学的高层次的学术专著,出版宣传和研究马列主义、毛泽东思想和邓小平的建设有中国特色社会主义理论的学术专著,这是我们大学出版社的责无旁贷的义务,也是出版提高工作对我们的要求。与此同时,我们还应当在提高的指导下,坚持从社会主义现代化建设和改革开放的实际出发,从学校优势和学校特点的实际出发,积极做好思想理论和科学文化知识的普及工作,作好马克思主义通俗化的宣传工作,以满足社会和广大读者日益增长的物质生活和文化生活的需要。

第二,要正确处理社会效益和经济效益的关系 社会效益与经济效益的关系问题是一个十分复杂的问题。应当说,两者之间是有统一的一面的。因为,一部图书,如果它的政治方向是正确的,学术(艺术)质量越高,读者越多,经济效益越好,社会效益也就越大。从这个意义上讲,对经济效益的重视,也就是对社会效益的重视。经济效益成为实现社会效益的中介和桥梁。两个效益的这种统一是一种最理想的境界,也是我们坚持追求的最高目标。但是,从现实情况来看,这样的理想境界一时是很难达到的,或者是很少达到的。大多数的情况是,一些品位高、学术(艺术)价值高的因而社会效益好的图书却读者少,发行量下降,其经济效益低,甚至是一个负增长,而一些品位低、质量差,有的甚至包含殴斗凶杀、淫秽色情内容的东西,却反而发行量大,其经济效益也就比较大,甚至很大。在这种情况下,经济效益与社会效益完全背离。那种低劣的精神产品生产者的收益越大,对社会的危害也越大。实际上这是出版部门必须严肃对待并且认真加以解决的一个原则问题。邓小平同志曾经明确指出:“思想文化教育卫生部门,都要以社会效益为一切活动的唯一准则,它们所属的企业也要以社会效益为最高准则。思想文化界要多出好的精神产品。”

正确处理经济效益与社会效益的关系,是在改革开放中坚持社会主义方向的关键。出版工作必须坚持把社会效益放在首位,努力把品位高、质量优,社会效益好的精神食粮奉献给社会和广大读者。在经济效益和社会效益发生矛盾,甚至相互背离的情况下,坚持以经济效益服从社会效益,做到赚钱不出坏书,赔钱也要出好书。当然,在社会主义市场经济的条件下,出版工作不能不遵循价值规律,不能不讲经济效益。这是因为,不仅人类的思想文化成果的物化要经济作基础,就是精神产品的生产也需要一定的物质条件为保证,需要一定水平的的生活资料和相当数量的生产资料,所有这一切,都有待于经济效益的不断提高而得到妥善解决。但是,出版部

门毕竟是从从事精神产品的生产,有着很强的政治思想要求,要为宣传教育和传播积累科学文化知识服务,要为不断满足社会和广大读者日益增长的物质生活和文化生活的需要服务,不能单纯追求经济效益,更不能见钱眼开、见利忘义,滑向“一切向钱看”的邪路上去。

在现实生活中,经济效益与社会效益确实存在着矛盾。但从长远观点来看,这种矛盾还是可以逐步解决,并最终实现经济效益和社会效益的和谐统一。而社会主义市场经济体制的建立,正是为更好地实现这个和谐的统一创造了条件。因为我们发展的是社会主义市场经济,它要求我们精神产品的生产必须是在有利于社会主义精神文明建设的前提下的生产,不仅要讲经济效益,而且要注重社会效益。现在的任务是,要在图书质量、品种特色、社会需要、出版时效和优质服务这些经济效益和社会效益相统一的结合点上下功夫,花气力。

第三,要正确处理显形需要和潜在需要的关系 从现实的情况来看,读者的需要一般都是显形的,看得见摸得着的。读者的这些显形需要往往为社会热点、焦点所孕育,所启发,所激化,表现为一股又一股的社会热潮,反映这些热点、焦点的图书一出版,往往一下就被抢购一空,一版再版也不能满足需要。我们不少出版单位就在这些热潮中实现了自己的经济效益,当然也包括程度不一的社会效益。对于社会读者的这些显形需要我们是认真抓住的。这是问题的一个方面。问题还有另外一个方面,那就是社会和读者的潜在需要。这种潜在需要我们一般容易忽视,殊不知这些潜在需要往往就是未来社会热点和焦点的源头,只要善于发现,因势利导,就会使之一下变成社会和读者的显形需要,形成新的社会热点和焦点,促使图书市场从一个高潮走向另一个高潮。有眼力、有胆识的出版家就要善于通过自己的艰苦工作把社会和读者的潜在需要变成显形需要,并坚持用自己的创造性的劳动生产出来的精神产品启迪和帮助读者意识到他们应当意识而又未曾意识到的需要,启迪和帮助读者提高他们的思想理论和科学文化素质。在这方面,我们出版工作是可以大有作为的。

三

出版工作不能以市场为导向,是不是要回到过去那种僵化的计划体制的老路上去呢?回答当然是否定的。现在的问题是,我们要认真解决如何正确面向市场的问题。

第一,要适应市场 社会主义的出版工作是为最广大的人民群众服务的,是为社会主义服务的,因而具有广泛的群众性,它要给社会和广大读者提供多方面的、适应各种不同程度的、丰富多彩的精神食粮。因此,出版部门一定要深入调查和倾听读者的意见和要求,了解图书市场信息,并根据读者的要求和市场的信息来制订和修改选题计划,组织作者队伍,编辑与出版内容充实、适销对路的精神产品,以适应市场的需要。

我们之所以提出要适应市场的问题,这是因为精神产品和物质产品一样,只有通过读者的消费才得到最后的完成。如果没有读者的消费,这种精神产品只是可能性的商品,而不具有现实性。诚然,生产产生消费,没有精神产品的生产,就没有精神产品的消费,但从根本意义上来说,消费又决定生产,没有精神产品的消费,便不会有真正意义上的精神产品的生产。马克思说:“消费在观念上提出生产的对象,作为内心的意象,作为需要,作为动力和目的,消费创造出还是主观形式上的生产对象。没有需要,就没有生产,而消费则把需要再生产出来。”^⑥既然消费是生产的动力,消费创造出生产的动力,那么,作为精神产品的生产者和生产参与者的出版编辑工作者,就应当主动去适应和满足读者对精神产品不断增长的消费需要,适应和满足不断变化着的图书市场的需要。

第二,要开拓市场 我们提出出版工作要适应市场,并不意味着我们要消极被动的迎合。适应,本来就是为了积极进取,主动开拓,因此,开拓市场是至关重要的。

所谓开拓市场,主要是选题的开拓。在制订选题计划时,就要有开拓精神。不仅耳要聪,目要明,鼻要灵,而且要善于根据瞬息万变的图书市场信息来不断调整和充实我们的选题计划,切实保证做到“人无我有,人有我优,以质取胜,不断创新”,用最好的精神产品打开市场的销路。

第三,要指导市场 江泽民同志在党的十四大的报告中指出:“我们要大力发展全国统一市场,进一步扩大市场的作用,并依据客观规律的作用,运用好经济政策,经济法规,计划指导和必要的行政手段,引导市场健康发展。”^①这就说明,对于图书市场,不仅要适应,要开拓,更要指导,保证沿着社会主义方向发展,真正为社会主义物质文明建设和精神文明建设作贡献。

指导市场,首先是无形的指导,这就是说我们的出版单位要有计划、有组织编辑出版构建祖国文化建设重点工程的图书,这里既有品位高、质量优的宣传和研究马列主义、毛泽东思想和建设有中国特色社会主义理论的新作,又有一批经过深入研究、具有丰富新颖内容,评述各种见解,文字鲜明生动的人文社会科学和自然科学的学术著作,既有宣传和介绍共产主义思想以及在共产主义思想指导下进行爱国主义、集体主义、社会主义教育的基础知识和基础理论的读物,又有帮助广大群众开展健康、愉快、生动活泼、丰富多彩的群众性娱乐活动的思想健康、趣味高尚的通俗读物。只有切实抓好了以上这些图书,我们就会最有效,最充分地占领应当占领的图书市场,形成一种整体的阵地优势,对整个图书市场起到巨大的不可替代的指导作用。

积极开展书评活动,是指导市场必须采取的又一重要举措。图书市场,浩如烟海,优秀的公正而严厉的书评就是广大读者在书海中前进的航标。我们的出版编辑人员在编辑出版图书的同时,就要组织好书评,有的重点图书、出版编辑部门除自己写好书评外,还要约请有关学者专家撰写专文,或者召开出版座谈会,以扩大优秀图书的社会影响。

指导市场,还有一项重要的工作,那就是要进一步探索综合运用法律的、行政、经济的、舆论的各种手段,来加强管理,为出版工作创造出一个良好的环境,确保我们的出版事业沿着社会主义方向健康发展,真正实现江泽民同志在全国宣传工作会议上提出的以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的情操塑造人,以优秀的作品鼓舞人的伟大任务。

注 释:

- ① 邓小平:《建设有中国特色的社会主义》(修订本),人民出版社1987年3月第2版,第104页。
- ② 《中国共产党第十四次全国代表大会文件汇编》,人民出版社1992年10月第1版,第88页。
- ③④ 《坚持以马克思主义为指导,繁荣社会主义出版发行事业》中国书籍出版社1991年11月第1版,第14、4页。
- ⑤ 《毛泽东著作选读》(下册),人民出版社1986年8月第1版,第539—540页。
- ⑥ 《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1972年第2版,第94页。
- ⑦ 《中国共产党第十四次全国代表大会文件汇编》,人民出版社1992年10月第1版,第22页。

(责任编辑 江 平)