

民俗文化与出版融合发展

——以山西为中心

李娜

商务印书馆太原分馆

摘要：民俗文化是地域文化的宝贵精神财富，也是中华优秀传统文化的有机组成部分。出版能够记载、保存、推广优秀民俗文化内容，推动民俗文化的传播和发展。山西作为传统文化资源大省，拥有灿烂辉煌的非物质文化遗产和独具风格的民俗文化，素有“中国古代文化博物馆”之称。将此类文化资源变为出版资源，既可以深掘地方文化的精髓，实现对地方民俗文化的保护和传承，又可以扩大其传播影响力，让更多的读者了解山西民俗，让民俗文化“走出去”。本文以山西为中心，从民俗文化出版的背景、市场现状和融合创新出版三个方面来探讨民俗文化出版在当下的发展路径。

关键词：民俗文化；出版；融合发展；山西

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.06.240

一、民俗文化出版的背景

非物质文化遗产（以下简称“非遗”）是中华民族瑰宝，是促进人类文明互鉴、传递中国文化价值的窗口。目前，我国共有各级非遗代表性项目10万余项，其中入选联合国教科文组织非遗名录（名册）43项，居世界第一。为了让非遗更好地“走出去”，我国积极开展同其他国家和地区的交流合作，成立了亚太地区非遗国际培训中心，并通过举办系列宣传活动推广非遗文化，举办国际非遗节，搭建交流平台和论坛，取得良好效果。习近平总书记强调，要扎实做好非遗的系统性保护，更好满足人民日益增长的精神文化需求，推进文化自信自强。近年来，我国非遗保护工作取得显著成效，数字化保护传承稳步推进，国际交流合作不断深化，对于增强文化自信、促进文化强国建设具有重要意义。

2017年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》。意见指出，鼓励编纂出版系列文化经典，通过新旧不同载体进行宣传，如利用传统传播方式电视、广播、报刊等媒介，及传播范围更广的互联网站、自媒体平台，将多方力量统筹汇集，采用更多新颖的表达方式展现传统文化的魅力。其中少数民族优秀文化的宣传与保护成为重要内容之一，鼓励做好少数民族文化的语言、文学作品出版工作。而且还覆盖了民族音乐、民间文学的传承与出版。^[1]

2021年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》。意见将接下来的主体目标定为：截至2025年，非遗保护工作要从三方面得到深化，分别为工作制度科学高效，非遗项目全面保护，非遗保护理念深入群众，实现非遗

的当代价值。指出要加强非遗相关出版工作，出版非遗通识教育读本等。^[2]

在此大背景下，山西的非遗名录体系日益完善，理论研究和数据库建设初见成效，相关的政策法规也较为完备。颁布实施《山西省非物质文化遗产条例》《山西省传统村落保护发展管理办法》《“乡村文化记忆工程”建设规范》以及涉及省级非遗专项资金管理、传统工艺振兴、传承人培训等方面的规范文件。实施了民间文学和民俗保护工程，保护传承较为有力。

山西的民俗文化底蕴深厚，表里山河的大地孕育出多姿多彩的民俗文化，这些民俗遗产是当今社会文化发展的一笔宝贵财富，无论从历史价值、文化研究价值，还是艺术价值方面都值得我们挖掘。总体来说，非遗项目种类繁多，形式多样，共分为十大门类：民间文学，传统美术，传统舞蹈，传统戏剧，传统音乐，曲艺，传统体育、游艺与杂技，传统医药，传统技艺和民俗。目前，山西省已有182项国家级非遗代表性项目名录、754项省级非遗代表性项目名录（含非遗扩展项目名录），较具代表性的有赵氏孤儿、杨家将、董永、尧、舜、禹的传说等民间文学类项目，晋南威风锣鼓、左权开花调、上当八音会等传统音乐，晋剧、上党梆子、蒲州梆子等传统戏剧，平阳木版年画、中阳剪纸、上党堆锦等传统美术，以及介休寒食清明习俗、社火、河曲河灯会、关公信俗等民俗。

对出版业来说，这些类目蕴含着丰富的选题资源，搜集、整理和出版这些资源，可以增加图书选题的多样性，繁荣文化出版市场。对文化研究来说，这类图书为多学科的研究提供了重要依据，是重要的文化成果。这些图书记录了山西的人文历史，体现了地方的发展与

变革，为我们当前的社会发展提供了丰富、有价值的史料。对“走出去”来说，如何将我国得天独厚的文化资源条件，各地区各民族独特的民俗文化元素介绍给世界，就需要出版助力，推动“中国元素”转化为文化资本走向全球的文化市场。

二、民俗文化出版的市场现状

近十年来围绕“非遗”的相关活动逐渐增多，民俗文化走进大众视野，成为公共文化活动，图书出版就是其中一个领域。山西的民俗文化丰富多彩，每一项都蕴含着巨大的开发潜力，都可能成为图书选题的对象。山西民俗文化相关的图书有《淳风厚韵》《山西民间故事大系》《晋中国家级文化生态保护区图典》《山西省非物质文化遗产代表性项目名录》《民俗山西》等等。这些关于地方文化的系列图书就是对山西人文历史的最好总结，集文化性、资料性、艺术性于一体，推动了山西民俗文化的传播。但民俗文化出版的总体情况不容乐观，比如涉及的出版社相对较少，印量较小，市场影响力不够强等，种种现实情况使得民俗文化类图书只能成为“小众类”的产品，所占市场份额较小。目前，市场上的此类出版物主要存在的问题有：

（一）选题角度单一、内容重复

民俗多是介绍某一地区或某一民族的，读者群容易受限。民俗文化类的选题出于拯救和保护的角度考虑，重视对文化的抢救性记录、整理、研究，缺乏对其传播性与普及性的考量，使得出版物多为研究类图书，大众接受度低，缺乏实用性。^[3]翻看市面上的民俗出版物，多具有此类问题，图书都是关于某一省的民俗概况介绍类丛书，将全省的民俗事项全部列出，追求图书的包装和设计，但没有深入挖掘民俗文化的特殊价值。这类出版物不是站在读者的角度策划挖掘，缺乏活力，且对民俗文化的传播起不到任何有益作用，导致长期以来民俗文化出版物都得不到应有的市场份额和影响力。图书印数过万的很少，几乎都是几百册、几千册，并不畅销。这在一定程度上表明我们对民俗文化未给予足够重视，资源开发能力不足。

同时，由于选题角度单一，不愿深挖细化，甚至有个别出版社盲目跟风，导致市场上很多民俗文化类产品选题高度一致，图书的内容、形式相似，没有多大的改变和创新。搜索市面上的山西民俗文化类图书会发现，很多书不仅书名都为“山西民间故事”，图书的同质化还表现在封面设计和内容两方面。读者在购买时也会因为图书选题的相似和重复无法做出选择，最终导致市场供求关系不平衡。在此种固定模式的发展下，市场会渐

渐失去活力，出版机构的盈利也无法得到保证。

（二）定价高，读者无购买力

民俗文化出版物一般时间跨度长，作者做搜集、整理工作耗时长，要花几年时间完成田野作业和普查，从选题到出版可能隔四五年，这种长战线、高成本的制作过程，再加上此类出版物在工艺、材料、设计等方面的高要求，导致出版门槛较高、价格贵。且制作过程长也容易错过传播、销售的最佳时机。

从民俗文化出版物购买市场来看，大部分为本专业的专家学者和研究者，其次是图书馆馆藏，普通民众购买较少。究其原因，主要是由于此类出版物学术性较强、多为学术著作或作为项目成果出版，多册书售价高，这些都成为制约市场份额的因素。

三、民俗文化出版的融合发展

作为出版工作者，如何在民俗文化出版方面形成特色，为读者呈现精品，既把社会效益放在首位，又做到社会效益与经济效益相统一，是我们必须思考的问题。首先，我们要坚持出版价值原则，以传播优秀民俗文化、弘扬中国优秀文化为己任，推动优秀民俗文化成为全民族的凝聚力、向心力。其次，在实际的工作中，要精耕细作，多角度选题，深度发掘地方民俗文化资源，既重视民俗文化的记录、整理、研究类的深度出版工作，又紧贴读者需求，拓展民俗文化出版物的宽度，以小见大，以地方民俗文化为切入点，多角度、立体化地展现地方特色故事。最后，加强出版与数字资源的结合，促进民俗文化与出版各个环节的融合发展，实现民俗文化的传承弘扬与创新开发。

（一）多角度选题策划

首先，要寻找优质的作者资源，提升出版的学术深度。要提升民俗文化出版物的质量，避免选题雷同、内容重复等问题，就不能局限于对地方民俗文化的粗浅介绍，要深挖选题，做细做精，寻求优秀的作者资源合作，提升此类出版物的内容深度和学术高度。山西民俗文化中有大量可挖掘、研究的优秀学术选题，如黄河文化、云岗文化、五台山文化等，出版社可以与高校教师合作，一起策划选题。一方面，支持学者集中力量，组织专家、学者进行调研，并充分利用在校资源，将散落各地的优秀文化进行集中整理，及时整理和保护缺乏关注的优秀传统文化；另一方面，鼓励学者站在读者的角度进行民俗文化的学术创新，为读者提供阅读此类出版物的新视角，挖掘有较高的学术思想水平和先进的学术研究方法的作品，从社会学、人类学、历史学、艺术学等多学科视角发掘新选题，推广民俗文化的深入发展。

其次,要细化并落实选题,提高民俗出版物的大众接受度。要找到既贴合读者需求又实现民俗文化创新呈现的切入点,不图选题的大而全,而是在民俗选题的细微处入手,寻求与大众息息相关的“痛点”,激发读者的阅读兴趣。这就要求我们做精品图书,创新民俗出版物的内容和呈现形式,得到学术与通俗的统一。比如,在开发选题时可以只讲一个民俗事项,找到不同的角度叙述,深入挖掘,让民间工艺的专家参与图书编写和研讨,让传承人讲述背后的故事,使民俗不再是冰冷的技术和文字,具有温度;挖掘民俗文化旅游类出版资源,近年来,随着人们生活水平的提高,旅游已成为人们生活中必不可少的元素,民俗与旅游相结合,可使民俗类图书具有更多“实用价值”;关注通识教育民俗出版物,随着对非遗的普及和推广,很多地区陆续出台政策和文件,提出要重视民俗出版物,推动民俗进课堂活动,随之而来的针对中小学生的民俗课本和读物也必然成为出版社的一大关注点,我们应跟进这一社会需求,针对各地不同政策和学校的课程安排、学生的水平,经过研讨邀请专家编写出版相关图书。出版社可根据精准定位,将某些“小众需求”的民俗文化内容推送给特定读者,还可以根据读者需求定制某些特定内容,更好地实现营销与内容相关联。这些选题切入点小,但文化传播的张力很大,加之呈现样态丰富,不仅从文化上追根溯源,更可与社会学、文化人类学、宗教学结合探讨民俗文化。^[4]

长久以来,我们对待民俗文化的态度重在保护,比如抢救民俗文化遗存、保护本土民俗事象等。然而从长远来看只有将保护与创新相结合,文化与科技相融合,才能真正实现民俗文化的可持续发展。出版从业者应以好书取胜,挖掘自己的出版优势,着眼于长线产品,长短结合,既深挖民俗文化的深度,又要拓展此类出版物的宽度。并在出版过程中考虑读者的购买力,平装书精做,图文并茂,集知识性、观赏性、可读性、趣味性、收藏性为一体;可将大部头从书中相对独立的部分分别出平装单本发售,读者可根据兴趣和个人情况购买,满足读者的收藏、实用、研究等不同需求,不同的出版形式既可以保留完整的民俗风貌,又可以减轻读者的购买压力。

(二) 出版融合创新

民俗文化形式多样,内容丰富,此类出版物具有较强的生命力和表现力。在出版过程中,出版社应当利用新媒体资源,多方合作,尽可能地使民俗文化出版形态多样化。出版社应根据民俗文化出版物的特点,将纸

质图书和数字媒体、文创产品等创新结合。如纸质书出版和纪录片、电影融合,尤其适合民俗文化类的推广。精心打造民俗文创产品,如民间工艺品、笔记本、书签等,读者购书时既可单独购买纸质书,也可选择文创产品一同下单,提供多样化选择。可让读者自己体验制作民间工艺品,深化民俗文化出版物的内核。积极尝试开发“民俗+教育”“民俗+旅游”等特色项目,以文旅融合的形式促进经济增长,促进地方民俗文化发展。这些都是出版社突破单一生产形式,转向多元化发展的有效举措。

在发行推广时,出版社也应根据出版物内容,调动大众的积极性,使读者成为宣传推广的发起者,增强读者对民俗文化的习得感和体验感,形成线上与线下、文字与影像的全方位、立体化传播方式。通过多平台进行推广和宣传,如微博、抖音、官方视频号等;借助不同形式的活动让读者分享阅读感受,在大型书展举办民俗打卡点,现场进行民俗展示,吸引更多读者体验,让读者参与进来;还能以与纪录片、有声书合作的形式推广,积极尝试跨界联合营销。借助新兴技术5G、AI、AR/VR等,准确找到读者兴趣点,给读者独一无二的定制体验,是出版未来发展的重中之重。^[5]

结语

民俗文化出版是当前保护非遗、传承传统文化的应有之义。作为出版从业者,应以出版的内容质量为先,以出版促进民俗文化发展与创新,挖掘民俗文化出版空间,做读者喜爱的精品图书。借助融媒体的力量,精准定位读者需求,制定宣传推广活动,将传统传播模式变为利用数字出版技术、大数据分析技术的新模式,可以使民俗文化出版市场实现新的繁荣和创新突破,让读者找到真正需要的书籍,让民俗走入民众的心灵,创造当代价值,焕发新的生机!

参考文献

- [1] https://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.
- [2] https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5633447.htm.
- [3] 樊丽,王欣.民俗文化出版物类型反思[J].中国出版,2017(04):55-57.
- [4] 李苓,金舒扬,顾子慧.民俗文化出版发展之思——以台湾汉声模式为鉴[J].中国编辑,2015(05):41-44.
- [5] 张炯.大数据视角下民俗文化出版资源开发探寻——以湖北省为例[J].出版参考,2015(08):59-61.