

传统节日文化图书出版现状及对策研究

张远满

摘要：随着国家对法定节假日的调整，近十年来传统节日受到了官方和民间的共同关注，围绕传统节日的图书出版物逐年增多。文章试从传统节日文化图书出版现状入手，探讨出版业在传统节日保护工作中不可替代的地位和作用，并针对存在的问题提出相应对策，以促进节日文化的繁荣发展。

关键词：传统节日；图书出版；现状；对策

作者简介：张远满，女，讲师，民俗学博士。（浙江传媒学院 播音与主持艺术学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G230

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2016) 06-0131-05

节日文化是一个国家和民族生活文化的集中展示。2007年国务院《关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定》，正式将清明节、端午节、中秋节三大传统节日列入国家法定假日体系，“现代国家的节假日体系是反映一个国家根本的价值取向和民族精神状态的风向标，是反映政府与人民、国家与社会关系的重要指标”。^[1]近十年来，围绕传统节日的相关活动，客观上不断推动了节日文化进入公众视野，民众在享受传统节假日的同时，也产生了对传统节日认知和研究的需求，图书出版是其中一个不可忽视的领域，因为“图书在其中承担记录和保存的功能，或者在未来的使用中，提供一个底本”。^[2]通过检索国家图书馆馆藏书目、多所大学图书馆及相关读书网站发现，目前国内已出版节日类图书三百多部。

一、出版现状

上述三百多部图书的出版单位既有中华书局、商务印书馆、三联书店、中国社会科学出版社、人民文学出版社等国家一流出版机构，也有各省的古籍出版社和人民出版社等较高层次的出版社，还有一些学校出版社出版的少量节日图书。根据研究的相关程度和资料的有限性，对出版内容进行整理分析，我们可以将其分为节日学术研究出版物、节日民俗普及出版物和节日教材建设出版物三部分，其中节日学术研究出版物占据了一半以上的比重。从文化接近性的角度来说，节日文化出版物在内容上应更贴近民众生活，但从实际市场状况来看，节日出版物的购买者仍以从事相关学术研究的学者为主，其次是图书馆馆藏，节日民俗普及出版物并没有占据一定市场，与节日文化的日常传播样态不相匹配。

学术研究类出版物可分为节日理论研究、节日应用研究和节日文化交流三个方面，^[3]这类著作往往着重学理探究，出版物以独著居多，专家学者综合运用多种研究方法和研究视角，将节日研究提升到了一个较高的水平。首先，节日理论研究是此类图书的主题，主要包括节日特征、节日的功能与价值、节日的起源、节日民间信仰、节日与民间艺术这几个方面的内容，如萧放《岁时——传统中国民众的时间生活》（中华书局，2004）、常建华《岁时节日里的中国》（中华书局，2006）、廖冬梅《节日沉浮问：节日的定义、结构与功能》（广西师范大学出版社，2007）、张宏梅《唐代节日与风俗》（山西人民出版社，2010）、张勃《唐代节日研究》（中国社会科学出版社，2013）等。其次，节日应用研究是近年来出现的新现象，主要包括节日复兴与非物质文化遗产的保护传承、推动节日纳入法定假日体系、节日休闲与节日表演等方面，如萧放《传统节日与非物质文化遗产》（学苑出版社，2011）、王文章

《弘扬传统节日文化现状与对策：中国传统节日文化调研实录》（文化艺术出版社，2012）等。第三，近十年中国传统节日文化交流频繁，由此也诞生了不少节日文化交流的图书，主要包括中外节日比较研究和介绍国外节日风俗这两大类，如刘晓峰《东亚的时间：岁时文化的比较研究》（中华书局，2007）、彭方《世界各地节日文化与民俗百科》（中国社会科学出版社，2009）、王辉云《闲聊美国节日的历史与文化》（三联书店，2013）等。

除了对传统节日进行专题学术研究以外，一些出版社和有关学术机构也组织学者撰写了一些节日民俗普及著作，以适应民众对传统节日了解和认知的阅读需求。首先，这类图书学理程度不如学术研究类出版物，出版形式以编著为主，大多根据时间顺序描述中国传统节日，主要包括节日的传说、饮食、游艺、祭祀等习俗，内容通俗易懂，如王文章主编的《中国传统节日》（中央编译出版社，2010），刘德斌、杨军主编的《节日情韵：中国传统节庆文化》（世界知识出版社，2013）等。其次，面向社会公众的节日出版物常常是系列知识性、普及性的丛书，如“中国民俗文化丛书节日系列”（中国社会科学出版社，2006）^①、“节日中国丛书”（三联书店，2009）^②、“我们的节日丛书”（中国文联出版社，2009）^③。第三，此类图书出版物以图文并茂的形式帮助公众更直观地了解传统节日，引起大众读者的兴趣，如李露露《中国节：图说民间传统节日》（福建人民出版社，2005）、王早早《中国记忆：传统节日图画书》（北京师范大学出版社，2012）等，还有的侧重于介绍中国丰富多彩的少数民族节日习俗，如邢莉《中国少数民族节日》（五洲传播出版社，2007）、季诚迁《少数民族节日》（中国社会科学出版社，2008）等。

还有一类图书是节日教材，是针对大学文化通识课的出版物，大学生作为节日文化传承的主要人群之一，他们对传统节日文化的接受现状是传统节日文化实现传承的关键所在。笔者于所在院校开设了《节日文化解析》课程，针对中国八大传统节日和少数民族节日进行专题课教学，以培养学生的节日文化自觉。但是，笔者在教学的过程中发现，专门的节日教材非常少，搜集到的图书资料中仅有彭晓铃和张申平编著的《中华传统节日文化》（西南交通大学出版社，2009），书中明确提及这是一本高校理工科类学生人文素质教育教材，全书按课堂教学与课外实践教学两个体系构建。之所以将节日教材作为单独一类图书出版物分类，是因为学术研究类出版物对于非民俗学等相关专业的学生来说，掌握起来有一定难度，而民俗普及类出版物又不能完全符合课堂教学的需求，因此这一部分出版市场目前仍有相当大的空缺。

无论是学术研究类著作，还是民俗普及类图书，抑或是相关的课程教材，这些出版物对传统节日的保护与传播都是不可或缺的，也是传统节日出版的一个方向，对今后这一领域的图书出版工作有着重要的指导意义。出版作为文化积累的一种有效形式，对传统文化的发展起到了积极的推动作用。传统节日是民众的“发明”，节日的被创造来自于民众对它所寄予的精神和情感需求，比如“有钱没钱、回家过年”道出了老百姓对于春节团聚的情感功能，“每逢佳节倍思亲”更是突出了节日在民众精神层面的重要性。同时，随着时代的发展和外来文化的浸入，当下民众喜欢将春节与圣诞节、七夕节与情人节拿来比较，甚至抱怨现代社会洋节冲淡了传统节日的味道，其原因在于不少人缺乏对本民族传统文化的认知，缺乏文化自信心。出版业是宣传和推广节日民俗的重要渠道，如果能够保质保量地加大节日文化出版物的出版，让民众通过出版物了解我们传统节日的文化内涵，必然会树立民众对民族文化的自信，促使他们主动去实践节日的相关习俗。而各个时代、各个地区通过出版物的传播也能实现节

① 该丛书由刘魁立主编，出版节日系列有《春节》《清明节》《端午节》《中秋节》《重阳节》等。

② 该丛书由叶涛策划，出版有《春节》（萧放）、《清明》（张勃）、《端午》（刘晓峰）、《中秋》（黄涛）、《重阳》（杨琳）。

③ 该丛书由冯骥才主编，中国民间文艺家协会组织编纂，出版有《春节》《清明》《端午》《中秋》。

日真正的“活态”传承。

二、对策研究

近年来，随着国家层面的重视和出版层面的推广，人们保护和传承传统节日的文化意识不断增强，节日图书出版物在数量上较之以前取得了不小的上升，但总体上节日类图书所占的出版市场份额仍然比较小且不稳定，在当下中国出版产业实现版权经济创新发展的格局中远未形成其应有的影响力。如何加大节日类图书的出版比例？在一个营销手段多元化的时代，利用传统节日打造合适的出版物是其发展的关键，我们可以从以下几个方面来分析。

（一）支持出版节日研究类图书，增加节日民俗普及图书的出版比重

“民俗图书在其制作过程中存在原创性不足、出版计划性不强、与市场联系不紧密等问题，这些问题表现在图书上就是内容比较生涩，不太符合大众读者的口味和需求，同时装帧设计也显得比较缺乏时代感，难以吸引读者关注。”^[4]近十年法定节假日的调整使传统节日重新回归到民众的生活中来，这不仅让以民俗学为主的专家学者投入到传统节日的理论研究中来，而且给以传统节日为代表的民俗图书走向大众提供了难得的机遇。

综上所述，目前有关节日的理论研究相对来说已经比较系统、成熟了，图书出版物也占据了较大的比重，但是满足社会大众认知需求的、普及传统节日文化知识的读物仍显不足。这就需要出版单位一方面继续加大对专家学者的节日研究类图书的出版力度，因为节日出版物记载和积累节日资料的同时，还能促进学术文化的交流，出版物作为有形文化载体，可以为作者和读者提供知识共享的平台；另一方面要加大出版节日民俗普及出版物的比重，节日其实是在民间传承的，除了供学者进行专门研究以外，大多数民众并不了解传统节日的完整的文化内涵，知识只有从研究者手里传达出去，才能最大程度上实现其文化上的意义和价值。因此，节日文化图书的出版不能一味追求“精英化”的研究，还应走入大众，内容上更贴近生活、形式上图文并茂、清晰明了。现代出版市场需要出版大量的普及传统节日知识的读物。

（二）培养民众对节日文化的认知，加大出版适合青少年学习的节日教材

专门的节日教材在出版市场上有较大空缺，需要进一步补充。目前，越来越多的省、市教育系统已把民俗文化的相关内容设置为中小学生的必读书目或学习课程，每个青少年要在学校了解本地区、本民族的民俗文化。传统节日作为民俗文化鲜活的代表，民众自主选择过节方式也是对传统节日文化进行重构的过程，培养民众对节日文化的认知和认可是非常重要的。出版社可以根据这一社会需求，针对青少年的认知水平和各省市地区的具体情况，有针对性地出版相关图书，或者请熟知当地文化的地方精英将传统节日编写入乡土教材，让民众从小就感知中国节日文化的魅力，这对于传统节日的保护与传承有着长远的意义。

另外，大学生作为先进知识的掌握者，是中华民族伟大复兴的生力军，肩负着继承和发扬中华优秀传统文化的重任。部分高校已意识到中国传统节日的重要性，开始举办传统节日文化讲座，开设了节日文化通选课，在传统节日文化教育方面做出了积极的努力。将中国传统节日文化应用于高校课堂中，是增强大学生对本民族文化认同、传承中华优秀传统文化的有效途径。因此，传统节日的教育功能对于图书出版而言，意味着在全国拥有了一个庞大的市场，出版的前景不言而喻。

（三）跳出传统出版模式，提升节日图书质量，加大节日图书的宣传和推介力度

要增加节日类图书在出版市场上的份额，就必须出版高质量的图书，这是节日文化走向大众、得到传播的有效途径，也是由被动出版向积极出版转变的必经之路。学者、地方文化精英应立足于对节日文化的了解展开图书写作，出版社也要跳出传统的出版模式，探索全新的、适合新时代受众诉求的编辑方式和出版形式，同时要把握好国家政策，获得相关的出版资金，以增加印刷数量。柳斌杰早在2005年的“出版界支持中国民间文化遗产抢救工程成果发布会”上就明确表示：“新闻出版总署在出

版资源和国家出版基金方面尽可能地提供支持与方便,并表态将配专门书号支持中国民间文化遗产抢救工程成果出版。”^[5]

同时,传统的书报宣传在互联网迅速发展的今天已日益显得单薄和有限,很多优秀的节日图书并未得到好的宣传和推介,导致图书销售不佳。为了适应现代化的市场,出版社应当积极转型,利用多媒体的平台来赋予节日文化更加多样化的出版形式。一方面,“不拘泥于文字出版,跨媒体、跨行业的合作往往能带来1+1>2的效果”,^[6]通过媒体的传播进行立体化的宣传。如2011年央视推出的纪录片《舌尖上的中国》火遍全国后,出版社顺势推出了同名图书,也十分畅销,可见图书出版与多媒体的跨界合作不仅能够达到文化传播的最佳效果,还能使双方获得一定的市场效益。另一方面,出版社可以综合运用图文声像等多种元素打造产品,使节日文化出版不再局限于静态的图书出版,而是可以融入更多的技术因素和创意想法,提高节日文化出版的艺术表现力。此外,还可以将节日图书的出版市场同地方旅游结合起来,扩大出版市场,从而实现节日文化新的繁荣和出版市场新的突破。

(四) 让传统节日出版物“走出去”

随着中国政治、经济、军事等各方面实力的增强,中国的传统文化走向了全世界,如孔子学院的建立,中国功夫、美食、汉语等受到世界各地人民的追捧,以春节为代表的传统节日更是走出了国门;华人聚集较多的新加坡在农历春节到来前一个月左右,政府要员都要前往牛车水街举行亮灯仪式,整个活动持续到正月十五元宵节;美国从2006年起每到中国农历新年,纽约标志性建筑帝国大厦的1327只彩灯就会一改往日美国星条旗的红白蓝色,亮起象征中国元素的红色和金色;英国每年农历新年都会举办新春庆典,由大规模的游行队伍、传统舞台表演、美食小吃和烟火表演组成,游行队伍中常常能见到中国传统的舞龙耍狮、打花鼓等民间游艺活动,十分热闹。“春节之所以越来越受到世界各国人民的喜爱,与其本身的文化魅力与价值固然有关,但更重要的是中国国际地位提升、海外华人数目增多、与世界各个国家文化交流日益深入的结果。”^[7]

进入新世纪以来,虽然中国传统节日的元素已被世界知晓,但对节日进一步的了解仍需通过大量的图书、音像制品来完成。出版物作为文化的重要载体,是文化传播与传承必不可少的重要工具,加快发展对外出版发行工作也是提高文化软实力、建设文化强国的需要。近年来,台湾地区作为保护和传播民间文化的佼佼者,其在节日文化出版领域的实践经验具有一定的示范价值。台湾书店林立,除了节日研究类图书外还有大量的节日民俗普及类图书,笔者就曾在当地购买过一本名为《台湾民俗笔记》^[8]的图书,该书把台湾较具代表性的民俗庙会与节庆活动做了一个系统的整理与归类,如对平溪元宵放天灯、台东炸寒单、中元节头城抢孤等民俗风情,作者用平实的语调、生动的描绘娓娓道来一一介绍,其中最具特色的是每一个节庆都配有英文翻译和大量的现场图片,以便各地民众了解、掌握台湾节庆文化。这种采用田野调查、拍摄节日仪式、呈现高端作品、配备英文翻译等手法,记录下丰富多彩的节日文化,让海外受众通过接触、学习传统节日出版物,熟悉中国的传统文化的做法,是传统节日对外出版发行的一条有效路径。

2013年,在国务院新闻办的大力支持下,中国人类学民族学研究会民族节庆专业委员会与安徽人民出版社联合推出了《中国节庆文化丛书》。2014年9月,这部丛书的第一辑中英文版出版发行,精选了中华大地上有代表性的10个民族节庆,每册图书对一个节日的起源与发展、空间流布、节日习俗、海外传播、现代主要活动形式等都分别进行了详细介绍和深度挖掘,将一幅幅绚丽多彩的中华节庆文化画卷呈现在中外读者面前。2015年6月,该书的韩文版面世,满足了许多韩国读者对了解和探究中国民俗文化的浓厚兴趣。基于这些案例,我们可以看到,中国的出版业加快传统节日出版物的海外发行,以优秀的精品出版物影响海外读者,使节日文化健康地“走出去”,对我国在国际社会重塑民族形象,增强国际影响力,也是至关重要的。

总之,传统节日的保护和传播是一项巨大的、系统的社会工程,需要国家、民众、专家学者的通力合作。其中图书出版起着十分重要的作用。传统节日为图书出版提供了丰富的内容资源,而出版物也

承担着传统节日保护与传播的载体功能。图书出版如何介入到传统节日的传播中去，有多种方法需要我们不断地总结和实践。总之，面对我国丰富多彩的传统节日，出版社理应发现它们的文化价值，出版发行多样化的成果形式，让海内外民众了解中国的传统节日，提高我国的文化软实力，增强民众的文化自信心。

参考文献：

- [1] 高丙中. 文化自觉与中国节假日制度的改进 [A]. 周星. 国家与民俗 [C]. 北京：中国社会科学出版社，2011：177.
- [2] 谢迪南. 非物质文化遗产图书三大变化最抢眼 [N]. 中国图书商报，2010-06-08.
- [3] 萧放，董德英. 中国近十年岁时节日研究综述 [J]. 民俗研究，2014（2）：80-88.
- [4] 丛挺，梁春芳. 编辑：发展民俗文化的有力推手——析法定节假日调整对我国民俗图书出版的机遇和挑战 [J]. 出版发行研究，2008（4）.
- [5] 李小燕. 非物质文化遗产：出版的使命和富矿 [J]. 出版发行研究，2007（11）.
- [6] 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（5）：44.
- [7] 肖阳. 世界红火中国年 [J]. 环境，2012（1）.
- [8] 蔡文婷. 台湾民俗笔记 [M]. 台北：华光画报杂志社，2007.

[责任编辑：詹小路]

