

中国少数民族图书出版的问题及对策

金强¹, 闪晓宇²

(1. 河北大学 新闻传播学院, 河北 保定 071002; 2. 保定学院 教务处, 河北 保定 071000)

摘要:改革开放以来,中国少数民族图书出版业得到了较大发展,图书出版规模和质量都有显著提高。但各民族间的出版状况非常不均衡,个别少数民族语言文字的出版已经濒临绝境,民族题材专业编辑和创意人员较少,民族出版机构的分布和业务范围存在局限,民族图书的深度和广度徘徊不前,这些都是亟待克服的宏观问题。从具体情况来看,也存在诸如少数民族图书读者流失严重、出版资金匮乏、受众市场狭小、数字出版跟进缓慢等突出问题。研究认为,针对少数民族的出版应该特事特办,不仅要在资金上给予继续扶持,还要在人才培养上给予重点关照,在民族院校加强出版专业教学和科研,鼓励开展出版合作交流活动等。

关键词:少数民族;出版物;读者;民族地区;图书

中图分类号:G239

文献标志码:A

文章编号 1671-6248(2015)02-0092-07

据第六次全国人口普查数据显示,中国55个少数民族人口总数约1.14亿人,占全国总人口的8.49%。做好少数民族的图书出版和文化教育事关整个国家国民素质的总体提高与民族和谐发展。可见,少数民族图书的出版具有特殊性和重要性。

一、少数民族图书出版概况

少数民族图书主要有两类:一类是指用少数民族语言创作的图书,这类图书的作者往往是本民族语言文字的使用者,他们熟悉并且能够自由运用本民族语言进行写作;另一类是指用汉文创作的有关少数民族题材的图书,这类图书主要是面向有本民族语言而无文字,以及无本民族语言文字而通用汉语言文字的少数民族及非本民族的读者。近年来,随着社会经济的不断发展,科学文化水平不断提高,少数民族出版业得到了前所未有的发展。据统计,

目前中国有38家民族出版机构,使用23种民族文字,出版的图书涵盖了政治、经济、文化、科技等各个领域。据2005年《中国民族统计年鉴》统计,2004年全国少数民族出版的图书达到5457种,印数达到6355万册,其中新出版的有2430种^[1]。2007年,全国出版少数民族文字图书5561种,印数达到6444万册,其中新疆的少数民族文字出版物种数和总印数均约占全国的一半。无论是出版社数量、出版物数量,还是出版投入和出版物的内容丰富程度,中国都堪称此方面的出版大国。

2009年10月举办的第61届法兰克福书展上,作为主办国的中国开辟了9部分展区,其中就包括首次设立民族出版物展区。“中国民族版协组织国内20多家民族出版单位携带近年来出版的蒙古、维吾尔、哈萨克、朝鲜、彝、壮等23种民族文字图书和汉文、英文少数民族题材图书140余种、近200册参展,内容涉及政治、经济、少儿、文化、科技、民族文

收稿日期:2014-10-28

基金项目:国家社会科学基金项目(14BXW060);中国传媒大学亚洲传媒研究中心亚洲传媒国别研究系列项目

作者简介:金强(1980-),男,河北河间人,副教授。

化遗产和工具书等各门类。这是中国迄今为止第一次在国外全面展示民族出版成果”^[2]。

二、少数民族图书出版存在的主要问题

(一) 出版资金匮乏

少数民族图书的主要读者群是少数民族地区的居民。由于历史、地理等各个因素,中国少数民族主要居住在比较偏远和相对落后的地区。一些少数民族居民的生活水平还不是很,这在很大程度上限制了少数民族图书出版业的发展。

随着经济水平的不断提高,出版从业者的工资在涨,图书出版所需要的各种材料价格在涨,图书出版的成本也相应地提高。在这种情况下,出版社要想有盈利,必须要确保把书卖出去,而且越多越好。但是,由于少数民族地区居民的经济水平较低,少数民族图书在发行量上受到很大的影响。按照一般的图书发行规律,一本书只有发行量在5 000册以上才有可能盈利。但是中国少数民族图书多数只能印1 000~3 000册,有的只印两三百册。由于少数民族图书市场狭小,读者购买能力有限,图书的定价也不能过高,有时候还是平价出售。此外,出于促进少数民族地区文化交流、提高少数民族地区居民文化水平的目的,有些少数民族图书的定价还会低于其成本。在这种情况下,少数民族出版社想要获得一定的利润来维持社内的正常出版活动就倍感艰难。

在这种入不敷出的情况下,少数民族出版社的一切工作都会受到严重的阻碍。国家为促进少数民族文化的发展,在一定程度上对少数民族图书出版进行各方面的补贴,但是这种支持力度却远远不能满足少数民族图书出版的需求。以新疆维吾尔自治区为例,1987年以来,该自治区财政对全区出版社的财政补贴是1 700万元,后增至1 900万元,多年未变。“十五”期间列入国家重点图书规划的17种新疆图书选题,只完成了12种,其余均因经费不到位无法组织出版。该区出版社多年组织策划的一些精品选题,只有列入国家新闻出版广电总局的“少数民族优秀图书出版资金”的才有机会出版,但这类图书一年只有十几种,对新疆民族图书出版来讲只是杯水车薪,解决不了根本问题^[3]。因此,在这种出版资金严重不足的情况下,少数民族出版社自身

的经营都难以为继,更没有余力去出版那些社会效益大但是经济效益难以保证的图书。

(二) 出版人才缺乏

1. 专业出版人才流失严重

一个国家人才的数量和质量直接影响到这个国家的兴衰。在少数民族图书出版中也是如此,少数民族图书出版人才也直接影响着中国少数民族图书出版的规模和质量。

在改革开放之前,由于民族出版单位的事业单位性质和行业特点,各民族出版社都或多或少地拥有一批在专业领域上有经验和才能的专业人才,他们带动并推进了中国民族出版业的初步繁荣,并且得到了一定程度的价值体现。但是在改革开放,特别是民族融合现象越来越普遍之后,少数民族出版物的需求量越来越小。加之出版社转企改制,少数民族出版社没有办法实现盈利,员工工资水平也难以提高,不少好的出版选题难以得到实施,一些出版发展措施和理念也难以贯彻实行。在这种情况下,为谋求更好的发展,少数民族出版人才多倾向于外流,去寻找更广阔的发展空间。

少数民族出版社这种举步维艰的经营状况,导致其不仅留不住人才,还没有办法招揽到优秀的人才。据有关资料统计,在民族出版社蒙、藏、维、哈、朝5个民族文字编辑室,20世纪90年代初有编校人员210多人,每个文种编辑室平均40多人,而到了2002年不足100人,每个文种编辑室平均不到20人;内蒙古人民出版社、延边人民出版社近几年没有进人,已出现了人才断档;云南民族出版社原有高级职称职工40人,现在只核准10人左右,只好高职低聘^[4]。人才的空档、断档与退档势必进一步加剧少数民族出版社与非少数民族出版社之间的差距。

2. 原有出版人员能力跟不上

由于人员引进难、外流率高,坚守在少数民族出版社里的出版工作人员基本维持着出版社的正常经营发展。其中有部分人员的业务素质相对较低,思想观念较落后,工作缺乏主动性和创造性。

大多数少数民族出版单位很少对出版人员进行编、印、发等业务知识和能力的系统的职业培训,这让其编辑没有做好在市场经济条件下去进行激烈市场竞争的准备。一些资格老、经验丰富的从业者是

支撑出版社运作的中坚力量,但由于主客观条件的限制,他们缺乏对新鲜事物的感知和新技能的运用,往往局限在原有的既定空间之内,用老经验去应对不断发展变化的图书市场,比较容易出现“上气不接下气”的状况。促进和推动少数民族出版社发展的人才,除了要有过硬的专业素质,还要能够全面掌握整个出版流程和发行市场,真正脚踏实地分析具体问题,不效仿不盲从,开辟属于自己出版社的特色发展道路。

(三) 读者流失严重

少数民族出版物的读者大致可以分为4类:第一类是少数民族成员,并且能用本民族文字进行阅读,他们是民族图书的主要读者;第二类是不懂本民族语言文字的少数民族成员,因为种种原因,他们已经无法用本民族文字进行阅读,他们一般购买的是有关本民族内容的汉文版书籍;第三类是少数民族文化的爱好者,出于旅游、好奇、认知等需要而购买少数民族图书;第四类是少数民族语言文化的研究人员,出于研究目的而购书。当然,还有部分与国内民族具有相同语言和相似生活习惯的外籍人士。但是,这些实有或潜在客户正在流失。少数民族图书市场占有率和占有率的下降,实际上就是少数民族图书读者减少的体现,这也充分表明了中国少数民族出版业所面临的市场狭小的困境。为什么会出现这种情况呢?究其原因,可以总结出以下4点。

1. 部分读者买不起书

由于历史、地理等原因,中国少数民族的居处环境大多是在地广人稀的边陲地区,经济水平、交通状况远远落后于东部发达地区,文化虽然具有历史传承性和丰富多样性,但还是较为缺乏对外传播的能力、技巧和效果,这其中起决定作用的还是经济原因。据统计,2005年少数民族聚居地区的农村绝对贫困人口为1 170.4万人,占全国农村绝对贫困人口的49.5%;初步解决温饱的农村低收入人口为2 048万人,占全国的50.4%;贫困发生率为6.9%,比全国高4.4个百分点。其中,约有20个民族390万人贫困程度较深,贫困发生率高达23.9%^[5]。据2012年数据,2011年中国少数民族地区的农村贫困人口为3 917万人,占这些地区农村户籍人口的26.5%,占全国农村扶贫总人口数的32%^[6]。在基本生活都

没有保障的情况下,再让他们花十几块钱甚至几十块钱去买书来看,显然不大现实。

2. 买书困难,买不到书

笔者曾对广西壮族自治区来宾市武宣县城内包括新华书店在内的7家规模大小不一的书店进行了探访。结果发现,只有新华书店一家售有一册关于壮族风俗民情的图书,还有一本关于民族旅游的图书,而用壮语或者其他民族文字出版的图书则是一本都没有。经过交谈后发现,店主们认为现在大家都用汉语了,民族语言文字图书已经没有市场了。而对于一些看不懂汉语的、年纪稍长的人来说,事实并非如此。在广西一些地区,五十岁以上的壮族同胞基本上只能用壮语进行日常的生活交流,认识汉字的为数不多。他们没有办法读懂汉语书,想看用壮语写的书却没有地方购买。另外,在一些更加偏远的地区,书店或者是流动书摊几乎没有办法到达,居民要想买书,就要走数十公里甚至更远的路程去买,费时费力又费钱。长此以往,这自然会减少读者购书的欲望,更难以吸引新读者加入。

3. 翻译过来的书读者较难读懂

为丰富少数民族居民的阅读,推广优秀的民族文化,少数民族出版社往往会在政府的支持下将一些优秀的外文或者汉文图书翻译成少数民族语言文字出版,以供读者欣赏和学习。

由于经济发展水平的制约,少数民族群众的阅读广度、深度受到很大的限制。在这种情况下,只有通俗易懂、接近生活的语言文字较容易被他们接受和吸收。但由于译者往往很难从读者和受众的角度去考虑问题,在将汉文或者外文翻译成少数民族语言文字时,无法将书翻译得符合少数民族居民阅读习惯,带给读者的不是美的享受,而是理解障碍和阅读阻力。更有一些译者因为自身业务能力不过硬,在翻译过程中缺乏变通,甚至生搬硬造,这样一来,读者减少也是情理之中的事情了。

4. 读者缺乏购买图书的热情

随着各民族间或快或慢的交流与融合,普通话基本普及,部分少数民族语言文字在学习和生活中的地位有所下降。近年来国际化的发展,又使很多少数民族学生逐渐放弃了原先的双语学习(即汉语和本民族语言的学习),转而把更多的时间和精力

放到学习英语、日语等前景更为明朗的外语上,这也导致了少数民族语言文字教材读者市场的萎缩。以内蒙古自治区为例,1980 年以来,使用蒙古语授课人数每年大约以万人的速度递减,1990 年以来,流失速度每年以 10% 的速度递增。全国蒙古族人口有 580 万,内蒙古自治区有 417 万人,其中 300 多万人兼用蒙古语和汉语或者主要使用汉语,完全使用和学习蒙古语的人口只有 100 多万。过去一年级的课本《蒙语文》过去可发行 5 万余册,2008 年仅发行 2.2 万册^[7]。无独有偶,这种现象在云南、新疆等少数民族地区的出版业中也都出现了。

同时,一些少数民族图书的内容单一,基本集中在少数民族语言、文学、历史 3 个学科上,缺乏创新,无法满足广大读者日益发展的阅读需求和市场变化。翻看一些少数民族图书,不难发现其内容基本都是介绍少数民族基本情况的,如人口、地理位置、民族历史、民族风俗习惯、民族节日、民族服饰等,这些应该能引起少数民族爱好者的兴趣,但书中的描写往往是枯燥无味、毫无特色的,无怪乎不能引起读者兴趣。笔者曾经在河北大学图书馆查询有关少数民族的图书,发现虽然其种类较为丰富,但存在两个问题:一是这些书的出版年份都较早,二是借阅率较低,部分书籍像刚买来的一样,没有借阅记录。

此外,有些少数民族人数较少,又缺少必要的宣传,致使各族群众对其认知度较低,像阿昌族、普米族、德昂族、保安族等人口在 5 万以下的民族,人们大都难以准确说出他们明显的民族特征。而人口最少的珞巴族,因为生活在山高林密的高海拔地带,生活十分艰难,人口存活率、增长率相对较低,更是难以引起人们的注意。

三、少数民族图书出版的发展对策

(一) 提高少数民族地区的经济文化水平

社会经济发展水平制约着全社会出版物需求总量的增长。少数民族地区经济发展滞后,从根本上制约了少数民族文化的发展。2006 年,中国少数民族自治地区城镇居民人均文化娱乐服务消费支出 847.7 元,是全国平均水平的 70.4%、西部平均水平

的 83.0%、东部平均水平的 53.1%;农村居民家庭人均文化娱乐服务消费支出 195.1 元,是全国平均水平的 63.9%、西部平均水平的 94.4%、东部平均水平的 45.3%^[8]。文化消费水平相对较低,已经成为制约中国少数民族文化发展的重要阻力。

由此可见,要解决少数民族读者买不起书的问题,除国家政策资金支持外,关键还在于提高少数民族出版物的读者购买力,实际上就是要提高少数民族地区的经济水平。当经济水平提升到足够的程度,读者才能有足够的时间和能力去顾及精神生活。当然,只有经济水平的提高也不足以让少数民族地区的居民必然产生购书、读书的欲望,还应发展好当地的文化事业。因为文化的提升会使人不满足于当前的所知而要求进一步去学习,这便产生了购书的热情,形成良性循环。

要努力使文化与经济联姻,让经济生产和文化生产有一种直接的联系,培育文化的经济效能,使文化活动衍生经济收益,使民族图书出版融入大文化产业,实现内容共享和自我补给。

(二) 制定实施少数民族图书科学发展战略

1. 实施少数民族图书“多元化”战略

在计划经济条件下,只依靠单个或者固定几个出版物就能让一个出版社处于“衣食无忧”的良好境地,这是在行政干预和“卖方市场”的先决条件下形成的,而出版少数民族图书则有一个别样的市场规则。少数民族图书的“多元化”战略主要体现在两个方面:

第一,调整图书选题结构,让图书内容及形式多元化。前面提到,少数民族图书的内容选题过于单一,加之在描写叙述方面大多平铺直叙,无波澜起伏,全是已有知识的堆积。这样的图书,对一般读者来说,则是枯燥乏味、不得要领。此外,在选题上,少数民族图书应该以市场为导向进行多元化选择。如食品烹饪类图书,少数民族地区有很多菜品是用料考究而又营养丰富的,应就此策划选题,介绍不同少数民族的健康菜肴,传授做法,讲明其对身体所能起到的益处,这样可以适应在饮食日益多元化的需要,满足相应的市场需求。相对神秘的少数民族文化是值得探索的,但怎样包装、怎样呈现,这就必须勇于

开拓创新。阿来的《尘埃落定》、霍达的《穆斯林的葬礼》都是成功的例子,这两本少数民族文学图书虽说是小说,但是其中所蕴涵的少数民族文化内容和受少数民族艺术影响而体现出来的形式与技巧就蔚为大观。读者在欣赏小说故事情节的同时,也会被其中所体现出来的特殊的少数民族风俗文化所吸引,从而对少数民族有更深入的了解。这两本书的畅销也说明,少数民族题材的作品是有市场的,需要捕捉到市场的喜好,进行多元化的创作和改编。

第二,在突出主营业务的同时,让图书经营多元化。营销方式陈旧、沟通方式存在问题,这一直是少数民族图书“走出去”的一块绊脚石。“外国的出版商和我们都在法兰克福书展这个平台上互相选择合作对象。我们的民族出版物,内容都很好,国外很多人都很喜欢。但是用一种国外读者能够接受的表达方式来推销我们的文化,而非灌输式的意识形态宣传,这是需要我们创新的方面。”^[2]这是民族出版社社长禹宾熙在民族出版社的“编辑沙龙”上接受记者采访时道出的心声。在出版活动中,除单个出版社自身的运作外,联合其他少数民族出版社,甚至是联合其他具有一定实力的非少数民族出版社,运用集体智慧和关系网络能起到“1 + 1 > 2”的效果:(1)在发行上,主要依赖新华书店这条主线的时候,要发挥自身能力,开辟多条发行线路;还尝试不同的发行方式,如网上销售、流动销售、特约销售、会议销售等;(2)在经营市场上,在专注国内市场的同时,通过版权贸易,涉足到国际市场中,开辟不一样的市场,建立属于自身的品牌特色,这也是多元化的一个重要体现;(3)还可以依托孔子学院,让相邻国家和相似文化的国外族群多了解中国的少数民族。

2. 实行少数民族图书“走出去”战略

少数民族图书出版作为一项还在起步阶段并且自我发展能力相对较弱的事业,如何“走出去”就成为一个关键的问题。近年来,国际上兴起了一股研究蒙古学、藏学、西域文化、古纳西文化的热潮,随着“一带一路”的建设,越来越多的外国人对中国独特的少数民族文化展现出强烈的兴趣,更有不少外国人深入到某些少数民族聚居地进行实地考察,进行纪录片的拍摄。这些少数民族文化无疑是很好的图书出版素材。少数民族文化越来越受到国外游人的重视,有关民族语言双语词典和民族文化旅游中外

文工具有成为热销书的可能。我们应该看到这样的契机,把丰富的出版资源转化成经济优势,在了解国际市场的前提下,有计划地组织一批外向型民族图书,定期在外国的一些国际性大城市举办民族图书展,并逐步扩大展区规模。

在强调少数民族图书走向更广阔的大市场的同时,有一个特殊的市场不能忽略,那就是与中国一些少数民族地区接壤的周边国家。这些周边国家由于地缘方面的优势,往往与其邻近的中国某些少数民族地区有着紧密联系,这些邻国会成为少数民族图书的潜在市场。新疆与周边哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、巴基斯坦等8个国家接壤,在出版物“走出去”方面有独特的优势。新疆的哈萨克、柯尔克孜、塔吉克、乌孜别克等民族与周边国家的相同民族尽管文字不同,但在语言、文化、宗教信仰、生活习俗等方面基本相同,这为中国民族图书出版“走出去”奠定了良好的基础。新疆人民出版社与吉尔吉斯斯坦出版方合作,把中国三大民族史诗之一的《玛纳斯》推向吉尔吉斯斯坦,收到了良好的社会效益。新疆维吾尔自治区对外文化交流协会主办的哈萨克斯坦文字的《友邻》杂志通过与哈萨克斯坦方面合办的方式,成功进入哈萨克斯坦并在该国公开发行,在政治上、经济上都颇有收获^[9]。除了新疆,内蒙古和与其相接的蒙古国,同样有着深远的历史渊源,他们的文化、语言、生活习惯等方面有很多共通之处。可以仿效新疆的做法,加强内蒙古与蒙古国文化交流,把内蒙古出版物推销到蒙古国去,这样一来无形中就扩大了蒙古族出版物的市场范围。

少数民族图书出版的“走出去”工作一定要坚持走下去,使图书出版贸易也能够像普通的经济贸易一样顺利而自然展开,成为一种正常的贸易活动。

(三) 加大政府对少数民族图书出版的扶持力度

最近几年,政府在扶持少数民族图书出版方面做出了很大的努力。例如在国家设立的出版基金中,对少数民族文字重大出版项目的出版给予重点资助,并对少数民族文字出版物的各项税收给予优惠,进行政策补贴等。如国家新闻出版部门在行业内筹集了1 000余万元资金,建立了全国少数民族优秀图书出版资金,分4批资助了共约256种少数民族优秀图书的出版,涉及26种民族文字。自2007

年起,通过中央财政,每年对少数民族地区专项转移支付3 000万元资金,重点补贴少数民族文字重大出版项目、人才培养、设备更新和技术改造,以及“走出去”项目等。

但仅仅这样是不够的,政府应该继续加强对少数民族出版的扶持力度,并且把每一步走实、走稳。除更多的资金外,少数民族出版社还需要更多专业技术过硬,了解市场、擅长营销,能够对市场进行正确判断,并把出版物成功推销出去的人才。所以,在某些政策上,国家应该考虑在以少数民族地区为主的高校设立专门的少数民族图书出版专业。现在全国开设编辑出版专业的高校不少,但是基本没有设置少数民族出版专业的学校,也没有设立相关必修或选修课程。这是因为少数民族出版专业面比较狭窄,不适合日后的具体工作需要,也是没意识到少数民族图书出版在整个国家出版中所起到的重要作用。因此,应建立相关的专业学科,有专门的教师去进行教学,培养懂少数民族图书出版、针对市场做出相应策划的专门的人才,这样才能起到激活少数民族图书出版的作用。在这种基础上,国家还应该要对这样的人才实行奖励机制,以鼓励更多的人投入到少数民族出版中,给其注入鲜活的血液。

四川藏族地区现在正在推行“9+3”教育,即9年义务制教育结束后,把藏族学生再集中起来,增加3年学习时间,主要学习藏语和用藏语传授现代的科技知识,这在一定程度上是在培养少数民族图书出版的工作人员。为保证少数民族居民能够更好地学习本民族的语言文字,国家还应该在少数民族地区推广双语教学。在不丢失本民族语言的同时,又能够更好地学习汉语,这样就能培养出喜爱民族图书、感知外界图书、拥有出版梦想的新出版人。

此外,对于民族出版来说,虽说政府已经出了大力去帮助其发展,但是真正能够惠及到的个体还是不多。政府在努力保证政策执行好、资金落实到位的同时,要想方设法引导少数民族出版社,帮助其找到更好的发展道路,改变单一的经济救助模式,使救助洪流尽可能顾及到需求细流。

(四)加强少数民族图书的选题策划

成功的选题是成功出版一本图书的先决条件。要赢得读者,获得更广阔的市场,图书选题工作是不

能马虎的。少数民族图书读者市场萎缩的原因之一是读者读不懂书,读不到自己想读的书。策划图书时,摸黑作业、纸上谈兵、自说自话,导致读者读不懂、没兴趣读,这样的书自然就没有市场。

要想赢得更多读者,少数民族图书在选题上要注意几个方面:第一,要明确读者群,做好读者定位。如果期望太大,不进行特殊定位,什么书都编,甚至靠卖书号生存,那么少数民族出版社的生存状态就会比较混乱,也不可能保持好自己的特色,更不可能打造出品牌。少数民族出版社要想争取属于自己的“奶酪”,就必须要做好读者定位,不断强化、细化和优化自身的读者对象。第二,要明确读者群的信息能力和反馈能力,有针对性地利用有限资源出版让读者满意的图书。第三,要在充分收集资料、全面分析的基础上,总结出少数民族读者对民族出版物最实际、最迫切的需求,摸索出一条不同于非民族类出版社的出版经验。比如,针对少数民族农牧民,这就要求策划人员要考虑到他们内心世界及其心理需求,以尊重实际、保持传统、开拓创新的心态去循序渐进地做好出版。在语言文字方面,要注意贴近少数民族的生活实际,贴近少数民族读者的阅读需求,贴近少数民族读者的阅读习惯。

四、结语

少数民族图书出版业作为民族文化传播的重要媒介,在中国各民族“共同团结奋斗,共同繁荣发展”和构建社会主义和谐社会中发挥着不可替代的作用。尽管目前面临着一些不可避免的困境,但随着国家相关的战略以及外交政策的调整,机遇也是显而易见的。只要各方面多调研、多论证,做出正确的决策,并贯彻落实好,各民族文化就将能够百花齐放、姹紫嫣红。

参考文献:

- [1] 国家民族事务委员会经济发展司,国家统计局国民经济综合统计司.中国民族统计年鉴:2005[Z].北京:民族出版社,2006.
- [2] 王珍.民族出版业:既要“走出去”,还要“引进来”[N].中国民族报,2009-11-06(6).
- [3] 阿不都热合曼·艾白.关于新疆少数民族出版工作现状与发展的思考[J].新疆新闻出版,2006(5):64-66.

- [4] 毅立特,李海燕.全国民族图书出版现状及其发展对策[J].中央民族大学学报:哲学社会科学版,2004,31(5):139-142.
- [5] 牛志男.少数民族事业规划:民族工作走向科学化的新起点:访国家民委副主任丹珠昂奔[J].中国民族杂志,2007(5):4-6.
- [6] 黄小希.中国去年少数民族地区农村贫困人口数近4 000万[EB/OL].(2012-12-28)[2014-10-20].http://news.xinhuanet.com/politics/2012-11/28/c_113836728.htm.
- [7] 白玉峰.加快少数民族地区经济社会全面发展是少数民族出版业摆脱困境的根本出路[J].内蒙古科技与经济,2009(4):6-9.
- [8] 中华人民共和国国家统计局.中国统计年鉴 2007[M].北京:中国统计出版社,2007.
- [9] 廖健太.中国当代民族出版研究[D].兰州:兰州大学,2008.

Problems and countermeasures of minority books publishing in China

JIN Qiang¹, SHAN Xiao-yu²

- (1. School of Journalism and Communication, Hebei University, Baoding 071002, Hebei, China;
- 2. Office of Academic Affairs, Baoding University, Baoding 071000, Hebei, China)

Abstract: Since the reform and opening up, minority books publishing industry in China has developed greatly and book publishing scale and quality also have improved obviously. However, publishing status in different nationalities is very uneven. Some individual minorities language publishing are on the verge of extinction, the theme of ethnic professional editorial and creative personnel are less, the distribution and business scope of minority publishing institutions are limited, and the depth and breadth of the minority books are stumbled. All these problems need to be solved urgently. From the specific situation, some serious problems also exist, such as the serious loss of minority book readers, lack of publishing funds, small audience market, slow digital publishing pace, and so on. In view of the problems above, this paper proposed that some special measures should be taken for the minority publishing, not only giving continued support in funds, but also giving special attention to personnel training such as strengthening the publishing professional teaching and research in minority universities, and encouraging them to develop communication and cooperation with foreign publishing institutions.

Key words: minority; publication; reader; minority area; books