



# 你看,你看,绘本的中国面孔



10月经管类图书销售排行榜

排名	书名	作者
1	重新定义公司:谷歌是如何运营的	埃里克·施密特
2	央企品格	邱宝林
3	互联网+:国家战略行动路线图	马化腾
4	从0到1:开启商业与未来的秘密	彼得·蒂尔, 布莱克·马斯特斯
5	大数据时代:生活、工作与思维的大变革	维克托·迈尔-舍恩伯格, 肯尼思·库克耶
6	创业维艰:如何完成比难更难的事	本·霍洛维茨
7	万达哲学:王健林首次自述经营之道	王健林
8	创京东:刘强东亲述创业之路	李志刚

(榜单由开卷公司提供)

绘本,绘本,长着什么样的脸?提起绘本,人们首先想起的可能就是那些来自欧美日韩的知名绘本。事实上,在千姿百态的绘本花园中,“中国面孔”的原创绘本正在悄然萌芽生长,散发出独特的芬芳。好的原创绘本什么样?中国原创绘本走得又快还是太慢?原创绘本路在何方?

## 小荷才露

我们更加坚信自己的眼光和对精品原创图画书的出版追求

“绘本”是图画书“Picture Book”的译名,通常指那些专为儿童创作的图书,有儿童“人生中的第一本书”之称。与一般的图画书不同,绘本中的图画与文字紧密结合,共同担负起滋润小小心灵的重任。

什么是原创绘本?10月20日,在北京阅读季和悠贝亲子图书馆共同举办的“中国原创绘本发展论坛”上,国家图书馆少儿馆阅读推广人负责人康瑜给出的定义是:大陆地区出版,文图作者其一为中国国籍;或者文图作者其一为中国国籍,首版在非大陆地区出版,但大陆出版社已引进出版。

事实上,早在清末民初,随着现代出版业的发展,我国就已出现大量插图的图书杂志。上世纪五六十年代,专业儿童出版社和美术出版社也出版了大量优秀的连环画作品。但是,这些大多是为成人而作,并非现代意义上的绘本。

直到最近十年,中国绘本市场才迎来了春天。资深绘本翻译、飓风社董事长猿渡静子在中国与绘本打了15年交道,先后翻译了《可爱的鼠小弟》《可爱的身体》等300多本绘本。据她回忆,2004年—2006年期间,新经典文化出版的3000本《爱心树》花了两年时间半卖半送,5000套《可爱的鼠小弟》也卖了很长时间。而如今,《爱心树》每年销量超过10万本,累计超过100万本,《可爱的鼠小弟》则累计超过600多万本。

正是在这种背景下,中国原创绘本开始了多元化的探索并崭露头角。越来越多的出版社投入到原创绘本的开发创作中来,他们有的注重民族特色、有的重现经典文学,还有的借鉴国外经验。一批优秀的原创绘本作家也涌现出来,如彭聃、熊亮、彭懿、保冬妮、刘旭恭、周翔、向华、麦克小奎等,屡有佳作。2015年初,由彭懿、九儿创作的《妖怪山》掀起了一股原创绘本“旋风”,该书首发一周就紧急加印。在今年9月举行的第25届布拉迪斯拉发国际插图双年奖(BIB)大赛上,年轻插画家黑咪创作的《辫子》一举夺得金苹果奖。

天天出版社副总编张昀韬告诉记者,《辫子》是原创图画书系列“童年中国”中的一本,该系列对主题并不做严格限定,只要是童年中的记忆、物事、情感、心绪,都可以成为作者表现的主题。“我们想记录一本本原创图画书的生长,记录我们的图画书向国际靠拢的每一步。《辫子》获奖也让我们更加坚信自己的眼光和对精品原创图画书的出版追求。”

“去年我们做了一百场的原创推广,从一线城市到乡镇,有10万多个家庭参与了这个过程”。北京师范大学出版集团大众少儿研发中心主任胡苗认为,读者对原创绘本的接受度和需求量都在提高。

当当网的数据也印证这一点。据当当童书资深编辑温婷介绍,2015年原创图画书的品种数量在当当童书的占比为32%,虽然比例的变化不太突出,但今年原创图画书销售码洋同比增长超过40%。这说明,中国的童书市场逐渐成熟,家长的选书标准越来越理性和专业化,对品类的需求也更加多元化。当当童书还将2016年的年度主题定为“中国力量”,加大对原创绘本的推广力度。

更可喜的是,一批优秀的中国原创绘本不仅在国内外畅销,还受到海外市场的认可。例如,禹田文化出品的《中国民间童话系列》被法国和英国进行了版权引进;浙江少年儿童出版社推出的“中国原创绘本精品系列”中《晒龙袍的六月六》《水与墨的故事》等输出到了英国;蒲蒲兰的《北京:中轴线上的城

熊丽



市》《悟空,乖!》《荷塘月色》等书输出到了日本。

## 共育沃土

比绘本作者更缺少的,是好的绘本编辑和好的绘本出版人

然而,与引进版绘本的出版数量、品质和推广程度相比,刚刚起步的中国原创绘本仍显稚嫩。据悠贝亲子图书馆创始人林丹介绍,一项面向读者的网络调查显示,80%的读者选择“非常希望孩子能从小就经常接触原创绘本,得到中国文化的熏陶”,但是,还有近2/3的读者表示,原创绘本“种类太少”“故事说教得太多”,“很少有特别适合3岁以下低龄宝宝的书”。

国家图书馆少儿馆在去年曾制作了一个“绘本100”的书单,其中纳入了15本原创绘本,但康瑜坦言,“如果单纯从绘本质量来讲,可能是占不到15%这样一个比例的。”目前,国图正在做“原创100”的书单,以2015年3月份以前的作品作为评选对象,从入围情况看,好作品的作者相对集中,民俗和传统故事数量偏多,童趣作品略少,大多数作品图画质量一般。而且,原创作品在图文结合上还需更加着力,写实作品偏多,富有想象力的新创作故事偏少。“我们的绘本中叙事力量不够,讲故事水平高的人参与不够,是一个很明显的现实问题。所以名家散文配图作品开始逐渐多起来,而且一般都是配名画家的作品。考虑到图文之间的衔接,效果其实不是那么理想。”康瑜说。

作者资源缺乏、精品难得、持续创作难以为继,是原创图画书面临的主要问题。张昀韬认为,中国原创经过这些年的发展,有几个高峰,但是没有高原,甚至没有平原。“我们不知道我们的原创处于什么样的位置,我们需要通过国外的返照证明我们自己,有的时候想想这是件哀伤的事情。”

懂孩子的书才是最好的。享有“日本绘本之父”美誉的松居直曾说过,“好的图画书用趣味盎然的方式,呈现孩子喜欢的事物,让孩子可以清楚地看见,并且深深地被感动。”作为国内高校中唯一一个绘本专业——中央美术学院绘本创作工作室的老师,也是《悟空,乖!》《小鲸鱼回家》等畅销绘本的作者,向华认为,“好的文字作者一定不要得意于自己是一个好的文字作者,好的绘画作者也不要得意于自己是一个好的绘画作者。我这些年

来学会的,就是要放下大人的,尤其是放下写字人的各种各样的积习。”他举例说,比如麦克小奎的《跑跑镇》的文字就是反反复复,一些批评者觉得这太无聊了,但是孩子会特别喜欢这些东西。黑咪则是向内寻找自己的儿童性。黑咪虽然和孩子接触的不多,但儿时的一些杂乱、深刻的记忆在心里反复酝酿沉淀,终于在做毕业设计时找到了一个出口,然后又被出版社编辑发现,几经打磨变成绘本《辫子》。她说,“我是为了自己的童年在创作”。

“其实,比绘本作者更缺少的,是好的绘本编辑和好的绘本出版人。”向华认为,好的绘本编辑,既不是过去的童书编辑,也不是引进编辑,而是要能够更好地理解绘本,更好地与文字、图画作者建立关系,把不连贯的创作变成完整的绘本作品,“出版社是要培养作者的”。

在耕林童书馆总编辑敖德看来,只要是孩子需要的书,好不好卖不重要,重要的是要先做出来。近年来,耕林“精耕”小众市场,推出了政治教育、宗教、哲学、美育、生态等方面的原创绘本,比如今年5月份首发的《池上池下》《我们去钓鱼》《我们的森林》等8本原创绘本,目前已经第3次印刷,数量累计达到2万多册,“虽然很小众,但我们用心去做,读者很支持。”

对于原创童书,不仅要有耐心,也需要更好地推广。目前,从公共文化机构到民间阅读推广机构,开展的各类阅读讲座、沙龙、工作坊、原创作品展等活动,都在为原创绘本的发展积极贡献力量。在这方面,日本“绘本美术馆”的经验值得借鉴。据日本安昙野千弘美术馆副馆长、日本绘本学会监事竹迫祐子介绍说,“绘本美术馆”是专门收集绘本原画和绘本作家的作品资料并进行管理、研究、展示等的美术场馆,能够使读者与绘本建立更紧密的联系。现在,日本大大小小的绘本美术馆超过35家,一年有近三百次的绘本原画展,这在其他国家是比较少见的。

## 中国之美

让我们一代一代的人知道中国的故事特别多、特别牛、特别好,这才是有意义的

怎样的原创绘本更受读者喜爱呢?悠

贝的调查显示,“故事情节生动、有想象力,或者贴合孩子日常生活和兴趣,适合讲给孩子听”被列为第一选项,其次是“绘本的画面蕴含中国文化元素,如剪纸、水墨、工笔等”,选这两项的读者分别占75%和70%。

在这方面,我国已有十几家主流童书出版机构进行了探索,他们致力于让孩子从小就遇见中国之美,展现属于中国人的童年记忆和情感力量。比如,蒲蒲兰推出的“名著绘本系列”用绘本的形式展现近现代中国的名家名作,如《从百草园到三味书屋》《荷塘月色》《北京的春节》等。尚童童书挖掘出版的《大师中国绘·传统故事系列》,在国画大师杨永青的丹青水墨间讲述了《司马光砸缸》《曹冲称象》等7个中华民族古代少年的故事。北师大出版社的《九色鹿》,用国画大师刘巨德的绘画来为孩子讲述敦煌壁画故事。启发出品的《蝴蝶·豌豆花》则选取了中国20诗人的经典童诗,由10位知名儿童文学插画家为诗作画。蒲公英童书馆整理出版的《中国优秀图画书典藏》系列,则集结了《猪八戒吃西瓜》《小马过河》《拔萝卜》等70后、80后熟悉的老图画书。

《中国民间童话系列》目前已经出了8本,向华说,“对于中国的故事中国的童话来讲,再多,这一套书也太少。我希望更多人来讲这些书,让我们一代一代的人知道中国的故事特别多、特别牛、特别好,这才是有意义的”。但向华也指出,传统文化并非“一做就灵”。可借鉴的东西好做,而传统文化需要很大的力度去推,“我们做得慢,慢是很重要的。一年做一本,都算是很快的速度,两三年出一本是很正常的,但在国内出版社是不可接受的”。

而在敖德看来,中国原创绘本未必一定要强调“中国风”,如果所有的绘本只有一个特色,那就糟糕了,要尝试多元化的创作风格和表达方式,给孩子打开一扇扇不同的窗户。而且,中国的市场很大,世界市场更大,跨越不同文化的作品,更容易获得全球市场的认同。

“绘本市场急速扩张,绘本创作飞速发展”。这是竹迫祐子对近十年来中国绘本的观察。但是,会不会走得太快了?猿渡静子有些担忧。她说,日本绘本走了60年,经过了20年的引进出版之后,才真正有了自己的绘本创作和绘本大家。

对此,绘本创作者田宇认为,走得太小心,可能连想去哪里都不知道。“中国原创走得快也好,慢也好,我觉得不怕跌倒,这一次跌倒了,下一次别跌倒。如果总是跌倒,把台阶填平,就走上去了。跌跌撞撞走,这才是中国绘本发展的状态。”

或许,再过一个十年,等到这一代“喂”故事书长大的孩子们成长为绘本创作者,中国原创绘本的春天也将真正到来!



《奇妙的尘埃》——

## 小小尘埃亦敌亦友

乐倚萍

无论是否爱好科学,2013年的雾霾一定让你记住了“PM2.5”这个热词。直径小于2.5微米的颗粒物,仅是头发丝直径的1/40,却令人自危全副武装。雾霾最严重的时候,中药、口罩都卖到断货,天气预报的PM2.5指数成为每天最受人瞩目的数字。

其实,小身材大威力的物质在我们周围还有很多。科普作家汉娜·霍姆斯的《奇妙的尘埃》像是一台触手可及的显微镜,带我们了解这些无处不在、不容小觑的尘埃。朝夕相处,我们与它们的亲密程度要比我们想象的更甚,它们可能就是它们的一部分,也可能危及我们的健康。

显微镜下,肉眼看不到的世界何等壮观,但细细观之,又难免哀人生之多艰。工业化的污染改变了气候,微粒漂洋过海,散布于空气中,没有地区可以独善其身。我们或许知道,有些特殊工种会导致职业病,如煤矿工人、石棉工人、生物实验员,因长期吸入的微粒引发肺部疾病,可是鲜少留意,他们的家人也常有患病之虞。

间接的接触防不胜防,户外的花粉、孢子容易诱发过敏,细菌、病毒悄悄沾染在衣物上。进门先洗手是幼儿园小朋友受到的第一份训诫,那么我们“纤尘不染”的房间是不是安全的庇护所呢?霍姆斯的显微镜一扫,结果出人意料。房间地毯上的微尘是绝大多数吸尘器清理不干净的,空气净化器只是障人耳目的“伪”清洁用品、厨房的烹饪颗粒诱发疾病、潮湿的浴室是病菌滋生的温床,还有新家具里的甲醛、塑料百叶窗老化释放的铅、婴儿爽身粉、不完全燃烧的香薰蜡烛、衣服上抖落的皮屑粉尘,都威胁着我们的健康。

科学研究的目的自然不是耸人听闻,令人举步维艰。虽然我们生活的环境不可能无尘,却可以改善环境中的微粒组成。小到限制某些物品的使用、居室的合理布局、低碳出行,大到工业建设的国际公约、气候的人工调控、疾病的防治,相对宜居的环境仍然可待。

值得一提的是,人类和尘埃的化敌为友大有前景。随着对微观物质研究的深入,一些广受关注却难以攻克的问题,或能借此得到解答。譬如发病率逐年攀升的哮喘,控制空气中的过敏就求助于微观手段。还有些科学家认为,过于干净的生活环境是哮喘的一大诱因,甚至尝试喷洒尘埃微粒来治疗这一顽疾。

成也尘埃,败也尘埃。人类要与尘埃和谐相处,先要知己知彼,才能让它们的潜力为我们所用。不妨换个视角观察我们细小的伙伴们,想一想每天都有一颗新鲜的星际尘埃落在你的车顶上,是否可以暂扫PM2.5的阴霾?

