

【时文选粹】我们的国产童书到底怎么了？

编者按：“读书是门槛最低的高贵之举。”诚如斯言，古时无数人通过读书改变了自己的命运。如今，越来越多的家长认识到阅读对孩子成长的重要性，于是从小培养孩子的阅读习惯，就成了家长心中的头等大事。睡前读一会，每天半小时，也就成为父母的必修课。但是我们也发现，出现在童书市场的大部分都是外国图书。外国童书读多了会不会影响孩子对自身传统文化的认同？中国童书是否一无是处？

读本文，除了探究以上两个问题，也要培养自己的问题意识，国产童书如何才能发扬光大？

本宝宝想看国产童书

以网络语言展示文本内容，表达期盼之情。“宝宝”一词让人会心一笑，亲切。

①如今，越来越多家长认识到阅读对于孩子成长的重要性。从小培养孩子的阅读习惯，成为不少家长心中的大事。一本童书，不仅是给孩子打开一个未知的世界，更承载着父母的殷切之心。给孩子买书，也成了父母们最舍得的投资，由此成就了童书市场的繁荣发展。当前，童书已经成为图书零售市场中最大的细分市场，并且有数据显示，我国少儿阅读的年龄段还存在整体前移的现象，0-6岁少儿图书的销售占比不断提高。儿童接触图书的年龄越来越早，对童书的需求越来越大，这预示着童书市场的巨大潜力，也见证着重视阅读、重视教育的理念愈加深入人心。

①以数据的结果揭示当今童书市场的现状，客观。

②但是，在火热的童书市场背后，也潜藏着不少隐忧。近日，有媒体对当地的童书阅读情况进行调查，发现在童书购买排行榜的前十名中，从0-2岁孩子喜欢的启蒙绘本，到适合3-6岁孩子阅读的故事图书，再到关注人文百科的科普读本，基本90%以上都是外国图书。而不少家长也感慨，现在孩子看的基本都是《大卫，不可以》《不一样的卡梅拉》《窗边的小豆豆》等国外童书，可供选择的优质国产童书其实并不多。而2013年—2017年某网站童书畅销榜单前1000名中，原创品类与引进品类的比例也保持在3:7。由此可见，引进图书在我国童书市场占据着明显的优势地位。

②通过具体的数据表达隐忧：90%以上的图书都是外国图书。数据对比明显，引人深思。

③家长们更加青睐引进的国外童书，这其中可能有一些对国产童书的偏见和刻板印象，但也确实从侧面提醒我们，当前在童书原创能力上的薄弱。这些年来，我国童书创作取得很大进步，但原创队伍不足、优质内容缺乏、经典品牌较少的

③分析外国童书盛行的原因：国产童书原创能力不足。短短一段文字把国产童书存在的问题剖析得全面细致。

问题也仍然存在。这与我们起步较晚，在**经验积累、市场运作方面不够成熟有关，也与市场稍显浮躁的风气有关**。当前，庞大的童书市场产生的利润诱惑，让一些创作者放弃了对品质的追求，快产快销、批量化生产等，导致一些童书出现同质化、标签化、成人化等问题。而网上流传的，童书作者“自己写出来的书不给自己的子看”的话，也在无形中放大了不少家长对国产童书品质的焦虑。如何让孩子拥有高品质的早期阅读？这是困扰不少家长的现实问题。

④的确，孩童时期的阅读，会对一个人产生深远的影响。好比鲁迅，在回忆童年时，仍然对那本绘图的《山海经》念念不忘。因为童书里，承载着孩子们对这个世界丰富性最初的探索与想象。而另一方面，孩童时期接触的书籍、玩具、动画等，也都会在潜移默化中影响着儿童对外界的认知，建构着儿童的社会性格，影响着他们未来的行为选择。因此，**格林曾经说过，所有童书都是预言书**。也正是从这层意义出发，很多人担心如果大量引进外国图书，让孩子们的精神餐桌上都是“西餐”，那些外国图书背后的行为逻辑与文化思维，会影响孩子们对自身传统文化的认识。

⑤让孩子们从小对传统文化建立起更多的亲近感、信任感，亟待我们**提高国产童书的原创能力，在童书中包裹更多优秀传统文化的内核**。近些年来，从在童书中注入更多中国元素，到对传统故事进行重新创作，类似的探索，不仅给孩子们带来了独特的审美体验，也让童书成为了孩子们了解传统文化的重要载体。比如《京剧猫》等原创绘本，将猫作为主角，来演绎京剧中的经典剧目，颇受孩子们的欢迎。未来，在题材、内容、艺术风格上更加丰富多样，我们就能为孩子们提供更优质的精神营养。

⑥儿童文学作品的创作，需要深入地把握儿童的心理需求和审美趣味，通过简单的文本传递给他们对待生活的态度、对于情感的体悟、对于文化的关注。**对于创作者来说，没有一颗宝贵的童心，没有对孩子们的爱心，没有对艺术的进取之心，是很难创作出这样的优秀作品的**。因此，进一步提高童

④阅读对人产生深远的影响。以鲁迅为例，有代表性。本段从反面论述国外童书盛行对中华儿童的不利影响。

⑤举例说明童书中注入中国元素不失为提升原创能力的做法。

⑥以假设方式提出对创作者的要求。言辞恳切。

书原创能力，不仅需要我们的创作者在专业性上有更大的提升，更要在创作的出发点上有更多的责任。

⑦这正是：创作有童心，尤须添责任。

⑦结句对称，意蕴悠长。

来源：人民日报评论 作者：张凡 日期：2018-06-01

【时代警句】

在童书中注入更多中国元素，到对传统故事进行重新创作，类似的探索，不仅给孩子们带来了独特的审美体验，也让童书成为了孩子们了解传统文化的重要载体。与此同时，创作者也要在专业性上有更大的提升，更要在创作的出发点上有更多的责任。惟其如此，我们的国产童书才能有真正的质的提升，带给中国家长更多的信任，带给孩子更多的亲近。

【思维串联】



【相关链接】

“洋货”满市场国产童书当自强

随着“二胎政策”的逐步推进，眼下童书出版进入“蓝海时代”，2018年北京图书订货会上发布的《2017年中国图书零售市场报告》显示，2017年中国图书零售市场总规模为803.2亿元，其中童书占整个图书零售市场的码洋比达到24.64%。然后在某电商平台，记者以“童

书”为关键字进行搜索，却发现排名前二十多的多数都是洋货，国产童书到底怎么了？

曾几何时，中国本土原创童书，也有过自己的黄金时代，如叶圣陶、丰子恺、叶永烈、郑渊洁等，不少文艺大家当年都积极投身儿童文学创作。可最近的十几年间，这个优秀传统却被忽略了。放眼市场，《不一样的卡梅拉》《我妈妈》《猜猜我有多爱你》等外国童书，几乎成为中国家长选择童书的启蒙书。国内原创童书的困境，跟现在的影视行业差不多，流量成了陷阱。眼看着引进版童书都是经典之作，出版社操作起来快速、方便，因此，很多出版社一哄而上，把钱和资源都砸向了“洋货”。另一方面，国内童书在从创作者到推广者都把童书当成包治百病的万能药，急于出名，急于爆款，随便把成年人的故事改成绘本就投入市场，内容空洞，容易以讲大道理结尾，缺乏想象力，造成本土原创能力不足的恶性循环。

事实上，面对国外童书上百年的知识积累，中国原创童书的发展的确需要一个过程，但“国货”也不必妄自菲薄，对比国外童书里不接地气的古堡和森林，我们也有自己的独特优势——对中国历史和文化的理解和表达。实践证明，只要能通过童书传承文化血脉，一样可以俘获国内读者，由中国科学院地理资源所研究人员精心策划编撰的《这就是二十四节气》，用适合孩子阅读的图画书形式，把中国传统智慧和现代生活方式结合起来，揭示了自然界的魅力和农业的趣味，自2015年11月上市以来，累计销售了近40万册。

所有过去，皆为序曲，所有未来，都在路上。凭借独特文化重新夺回儿童市场，或许就将成为国产童书“突围”的下个风口。

来源：2018-05-31 每日新报 作者：于穆铭

编者：王雷

优秀青年教师
高三把关老师

白杨：

中学语文高级教师
多年高三把关
河南省学术技术带头人
国家二级心理咨询师

曲朝廷：

高级教师
省级名师



关注“新课标作文”微信公众号
[我的] - [课件下载]栏目
下载大量作文资料，每天更新之