

# 传统文化类童书“创造性转化、创新性发展”探析

## ——以广东地方社打造岭南文化精品图书为例

◆钟蕴华

(广东新世纪出版社)

摘要:中华优秀传统文化,是中华民族共有的精神家园,“和而不同”“和为贵”“天下大同”上至与我国的国家制度,下至与人们日常生活、学习、工作都息息相关。文章从传统文化的历史背景、传统文化类童书市场现状、地方社挖掘本土特色打造地方传统文化品牌等方面,在儿童图书策划上探析传统文化“创造性转化、创新性发展”的路径。

关键词:传统文化;创造性转化;创新性发展;岭南文化;儿童图书策划;出版+

如何让传统文化创造性地、创新性地传而统之,让读者掩卷而思时,不自觉地找回看得见的情怀和乡愁,并用传统文化的思想理念、传统美德、人文精神等精华精髓滋养心灵。笔者尝试分析儿童图书市场上成功案例,并结合个人图书策划经验,从传统文化横向和纵向两个维度展开论述。

### 一、传统文化童书市场的现状和传承瓶颈

#### (一)传统文化童书市场现状

开卷数据显示,截至2018年9月,有关“传统文化”的图书达4713个品种,销量前100位的少儿类图书占85个品种,销量榜单前20位的全部是少儿类图书,其中湖南美术出版社的《中华传统文化·经典国学丛书·三字经》(全彩绘注音版)以月销12815册,累计销量191510册占据榜首,加上网店和其他渠道发行,可推算该品种图书销量接近77万册。显然,从规模到精品,从社会影响力到销售数量,传统文化类图书市场基本被童书占据。由此可见,深挖传统文化在童书市场大有可为,精品图书还将得到社会效益与经济效益双丰收。

然而,笔者发现,市场上的传统文化类图书集中在“四书五经”、诸子百家、唐诗宋词、中华故事、《三字经》、成语等公版图书上。开卷数据显示,前100位传统文化类图书,公共版权图书的彩绘版、注音版、有声朗读版等品种占83%,表现形式雷同,平均定价15元,多以低价策略占据市场。

#### (二)寻找传统文化类图书出版空地

近年,《我在故宫修文物》《六神磊磊读唐诗》《半小时漫画中国史》等作品红遍大江南北,深受读者青睐。正如中国著名影视编剧、作者梁晓声评价《我在故宫修文物》所说的“在目前这么浮躁的时代,还有这样一些人,我心里是非常尊敬的。一生只做一件事,修复师所做的事情,实际上是传统文化真正的守望者。”这类作品均是有效进行了传统文化的“创造性转化、创新性发展”。

由此可见,只有另辟蹊径,从一个全新角度或全新表现方法,展现传统文化的另外一面,才是传统文化类畅销书的制胜法宝。而充分利用出版社地域优势和编辑专长,寻找当地传统文化空地,也是重要条件。

### 二、地方社如何打造岭南文化图书创新品牌

#### (一)寻找岭南文化发展新坐标

在实施中华优秀传统文化传承工作上,全国各地均结合当地文化真抓实干。2018年3月,习近平总书记参加十三届全国人大一次会议广东代表团审议时发表重要讲话,对广东提出“四个走在全国前列”的要求,他特别指出广东要“实施中华优秀传统文化传承工程,推动岭南文化传承创新。”

广东,是古百越之地,广东音乐、岭南美术、地方戏曲、岭南方言、书法、舞蹈、民间文艺等文化积淀深厚,岭南文化基因强大,如何把中华优秀传统文化、优秀岭南传统文化全方位融入思想道德、文化知识教育、社会实践等各个环节,贯穿于启蒙教育、基础教育、职业教育、高等教育、继续教育各领域,是广东地区各出版社共同思考的问题。

#### (二)地方社打造岭南文化图书新品牌

笔者所在的新世纪出版社作为广东唯一一家专业的少儿出版社,近年也尝试在粤语说书、广东音乐、岭南画派、木雕剪纸、农民画等传统文化资源上,寻找青少年感兴趣的表现手法,让优秀传统文化回归课堂、回归学生。自2016年起,笔者陆续策划推出以非物质文化遗产粤语说书为展现形式的《童说岭南——听彭嘉志讲古仔》系列(6册)、结合岭南方言与广东音乐的《粤韵唐诗》、以龙门农民画配儿童诗歌的《倾听春风的声音:农民画改革童诗颂开放》等图书。其中《童说岭南——听彭嘉志讲古仔》不仅获得广东省扶持文化走出去专项资金、广东省原创精品出版、广东省委宣传部主题出版等3项扶持资金,目前总销量达6万册。《粤韵唐诗》入选2018年广东省教育厅暑期推荐书目,出版一年销量5.3万册,两个品种的岭南文化类儿童图书均达到社会效益和经济效益的双赢。

接下来,笔者还将陆续推出以岭南画派与视觉转译岭南童谣结合的《绘声绘色看方言》系列图书,以及从旅游、历史故事入手,策划《行走大湾区》系列丛书,希望打造具有鲜明岭南风格、让青少年喜闻乐见的传统文化图书品牌。

#### 三、“创造性转化、创新性发展”的未来方向

“创造性转化、创新性发展”在实际操作中,可以理解为让优秀传统文化“活”起来,让传统文化内涵更好地融入生活场景。如何结合儿童图书特点活化传统文化,笔者认为应当以下两个方向进行探索。

##### (一)细节入手活化传统文化

笔者以为,把传统文化中与青少年有关的精髓提炼出来,通过通俗易懂的方式,推出让青少年“悦读”的图书,需要策划编辑善于站在读者的视觉设计细节。

2017年8月,笔者策划推出《粤韵唐诗》,通过【粤读分析】栏目,分析诗句中与岭南地区历史、人物、饮食、语言等传统文化相对应的知识点,书中配音频便于读者进行粤语跟读唐诗。2018年,编辑团队继续发掘其中可以活化的岭南特色元素,请该书作者之一陈辉权为书中的唐诗增加广东音乐元素,于2017年下半年起,陆续为《池上》《游子吟》《惠州一绝食荔枝》等谱曲,并请学生录制歌曲,通过进校园活动、上线QQ音乐、增加原有二维码内容等方式,为读者“加餐”。一本书同时承载并有机融合古典文学——唐诗、岭南特色曲艺——广东音乐、岭南方言——粤语三大岭南特色项目,深受青少年读者喜爱。

##### (二)巧用“出版+”战术

2018年8月南国书香节期间,笔者在现场随机抽取儿童图书约100个品种,书中附着二维码的占65%左右,大部分具有实质内容,多以扫码免费听音频、看视频呈现,少量含有知识付费,或结合VR/AR技术。事实证明,出版界已经迈进“出版+数字”“出版+互联网”“出版+粉丝经济”的“出版+”时代。

在图书内容质量过硬的前提下,二维码与图书的融合不妨在听书领域进行拓宽,与微信读书、百道学习、喜马拉雅FM等APP合作,尝试把传统文化的内容纳入听书范围,可以想象,当读者利用零碎时间,键入某一本图书,便突破文字表达的桎梏,在生动的音频下感受更形象的阅读体验。

其次,越来越多读者愿意为知识付费,书中二维码内容增加作者问答、作者直播、读者圈等设置,也有可能为纸质书带来二次收入。目前,笔者探索为2016年出版的传统文化类图书《童说岭南:听彭嘉志讲古仔》增设粤语说书直播课程,让青少年读者通过订购、预购直播课程,在家中学习粤语讲故事的技巧。

笔者认为,紧贴时代潮流,充分利用“出版+”各种组合,才能很好地让传统文化“创造性转化、创新性发展”。