

# 邁向自我品牌 之路—— 臺灣兒童圖畫書 的發展與挑戰

## Towards to Our Own Brand —— The Development and Challenge of Children Illustration Book in Taiwan

Text & Image by  
陳玉金 (輔仁大學中文系兼任助理教授)

戰後臺灣的兒童文學發展，在各項文類當中，以童話、民間故事、兒歌、童詩、少年小說等發展為先，在 21 世紀來臨之前，伴隨著經濟的蓬勃發展和各種出版條件的成熟，兒童圖畫書躍升為臺灣兒童文學中最熱門的文類。

| 探索兒童文學樂園

| Exploring Children  
Literature Paradise

### 圖畫書的萌芽與推廣

圖畫書的出版，需要文、圖創作者和編輯共同完成。最早藉由出版，同時培養臺灣文字和插圖創作人才的系列叢書是「中華兒童叢書」。1961 年，陳梅生受命為教育廳第四科科長，承辦「國民教育改進 5 年計畫」，其中一項為「兒童讀物編輯」，希望由本地人才創作出版「世界級」的兒童讀物。

由於初期出版計畫得到聯合國兒童基金會贊助，1964 年 6 月成立「兒童讀物編輯小組」，由彭震球擔任總編輯，林海音、潘人木和柯泰分別負責「中華兒童叢書」文學類、健康類、科學類的編輯，曾謀賢擔任美編，陣容完整，皆是一時之選。「中華兒童叢書」適合低年級閱讀的部分，以圖畫書形式編輯，其中有不少佳作，例如：林良撰文、趙國宗繪圖的《我要大公雞》。「中華兒童叢書」持續出版，培育許多創作人才，直到 2002 年底，兒童讀物編輯小組遭受裁撤，才停止出版。

臺灣在經濟起飛之後，民間出版社大量引進翻譯經典圖畫書，以套書販售，書市呈現空前榮景，原本輕圖畫、重文字的閱讀習慣，因為圖畫書的帶動，使得兒童插畫受到重視。讀者也因為國際優秀經典作品的引入，視野大開，促成圖畫書從讀者陌生的文類，逐漸為大眾所熟悉。

### 繪本的精緻化與國際化

1992 年，由郝廣才企劃、遠流出版的「繪本童話中國」系列，以繪本取代圖畫書為系列名稱，促銷廣告文案強調暗示繪本的意涵，包括繪本的精緻與質感，其意義已逸出繪本原來意涵，脫離文類層次，代之以商品角度看待。而強調精美質感的繪本，因為售價高，也讓圖畫書消費和閱讀與上層階級緊密結合，隱含菁英主義思維。直到 1996 年，因為消費意識抬頭，加上以兒童閱讀為主的兒童書店經營條件成熟、各種閱讀團體和親子共讀概念與活動盛行，家長相關知識增長，希望掌握主動選書權，迫使出版商順應趨勢，進行「套書解套」。

郝廣才在 1993 年成立格林文化，主導企劃與編輯流程，以出版圖畫書為主，百分之 70 為自製書，因為大量使用國外插畫者，常被誤認為外國童書。1995 年，「格林」得到布拉迪斯拉國際插畫雙年展 (Biennial of Illustrations Bratislava) 評選為世界最佳出版社榮譽。又因為格林出版的圖畫書插畫，連續 5 年入選義大利波隆那兒童書展插畫展，1996 年他受邀擔任義大利波隆那兒童書展插畫展評審，為歷屆最年輕評審、且是亞洲第一人，而引起注意。國際市場是格林文化成立之初，即持續關注國際市場，也獲得世界關注。格林與全球超過 400 位國外畫家合作，提供新秀出版機會。



- 1, 2 2018年，義大利波隆那兒童書展的臺灣館由鄒駿昇設計（陳玉金攝影）。
- 3 林良撰文、趙國宗繪圖的《我要大公雞》。
- 4 文圖皆由劉伯樂創作的《我看見一隻鳥》。

### 多元素材與本土議題抬頭

而在臺灣，本土原創生存空間，受到大量翻譯作品擠壓，許多原本從事童書插畫或繪本的工作者，在1996年起，因為教育改革開放民營出版商編印小學教科書，轉往參與教科書插畫製作，部分插畫家或改以公部門出版圖畫書為主要創作發表來源，而教科書講究插畫和文字的高度配合，公部門以主題式的作品也有一定要求，往往限制了插畫創作者的發揮空間。

2002年，臺灣加入世界貿易組織。這一波全球化的浪潮席捲全球，西方強勢文化透過各種形式，影響地球上所有人的生活，臺灣也無法避免。此時，公部門的圖畫書出版，透過各地文化局出版以當地特色為素材者增加迅速，幾乎各縣市政府皆有出版。再者，因應社會族群變化，出現多元文化素材，原住民和新住民議題開始被重視。而參與圖畫書創作，也因為部分文化局邀請當地兒童參與，展現更多元的風貌。公部門出版圖畫書受到出版時間和內容要求限制，有時較難充分發揮，卻也有少量佳作獲得國際青睞，如劉伯樂的《我看見一隻鳥》，得到第三屆豐子愷兒童圖畫書獎首獎。

民間出版亦關注本土題材圖畫書，例如遠流2003年出版的「臺灣真少年」圖畫書、2005年的「福爾摩沙自然繪本」系列，和英文化開始出版由「我們的故事」圖畫書系列等。其他如部分標榜人文繪本者或是關注生態環境者，也開始出現。值得注意的是陳璐茜引領手製繪本，引起風潮，擴大不同階層的圖畫書創作者參與，然而從手製繪本到商品化的生產，創作者仍有許多難題要克服，缺乏專業編輯的協助，最後仍然只是滿足嚮往創作的手製繪本。

### 臺灣創作者的挑戰

臺灣童書出版社透過跨文化學習，以後發經濟優勢，快速吸取外來經驗，然而受到人口結構數量小限制，創作付出和所得，難以達到平衡。在全球化的壓力之下，創作者必須面臨作品一旦進入童書市場，即須與世界第一流創作者的競逐壓力，只有少數出類拔萃者，能透過繪本豐富的說故事能力，跨越語言障礙和年齡限制，售出國際版權，爭取更多所得。儘管如此，臺灣兒童圖畫書仍是最具有對外拓展能力的一種類型，多家童書出版社以原創繪本增強版權交易，年輕世代插畫家到海外學習者增加，透過個人力量獲得獎項，獲得注目和爭取創作出版機會。

近年來，臺灣文創議題爭論不休，對於自身的文化，需要透過更多認識，以及理解本地創作，來建立自信，也才有能力在世界浪潮中擁有一席之地，而非隨波逐流。隨著出版市場面臨緊縮，加上全球化的壓力，如果沒有足以立足的自我文化，也只能被完全西化。透過歷史回顧，可發現臺灣創作者仍有實力發揮，期待有更多力量匯聚，共同強化環境，提供給創作者更多作品產出的機會，讓臺灣兒童圖畫書能跳脫缺乏自我的品牌混搭，邁向自我品牌之路。

