

儿童启蒙：“中国味道”PK“洋餐”，缺点啥？

东风”现象的一个缩影。

11月24日早晨，正正被妈妈郑蓉叫醒起床。她把一个MP3打开，放在他床头。MP3里有郑女士转存的《爱丽丝漫游仙境》、《夏洛的网》等西方儿童故事，正正很快就听入了迷，一直到上幼儿园的路上，他都在听。

先是国产动画电影《西游记之大圣归来》横空出世，上映62天劲收9.56亿元票房，成为大陆影史上票房最高的动画电影。电影里的孙猴子不仅风靡全国，也随着影片在国外放映而“惊艳四方”。然后是某综艺节目真人秀中的5岁混血娃刘诺一，“萌白甜”特质“圈粉”无数。因他在节目中动辄提《西游记》典故，被誉为“《西游记》十级学者”。其偶像也正是那只古灵精怪的孙猴子。

齐天大圣打败了哆啦A梦“伴孩子们同行”，妈妈是法国人的诺一成了“中国传统文化的传播者”（网友赠封号），这“反转的剧情”让一向崇尚西方文化教育的奶爸奶妈们不淡定了：昨咱老祖宗的东西还能这么好看？！用“中国味儿”熏陶出来的孩子也能分享有责任、肯担当？

“儿童启蒙的‘中国味道’PK‘洋餐’，欠缺的是火候和功夫。只要用心做了，咱‘本地佳肴’更能抓住孩子们的心。”一位网友说。

洋童书里成长起来的中国娃

眼下，奶爸奶妈尤其是高知爸妈们在对孩子的启蒙和教育上更青睐“洋货”是不争的事实。

这个事实有强大的数据支撑。以发展迅猛的童书市场为例，在国内最大的网络童书销售商当当网上，2014年度畅销童书排行榜前20名中16本是图画书，其中只有2本是国内原创，其余全为引进版。

而与童书密切相关的动画片市场，迪斯尼、皮克斯以及宫崎骏系列等动画电影，无论是在电影票房上，还是音像市场上，都比国产动画片口碑好很多。

家住北京市东城区的5岁男童正正（化名）的启蒙环境也许可以作为这种“西风压倒



讲好一个故事，而且这个故事要暖心的，让孩子一下子就爱上了。”家住南昌市，是两个孩子母亲的王平平近3年一直在做图画故事书阅读推广工作。她认为，整体而言，国产的图画书偏重于从大人的立场出发，说教味道较浓，比较侧重于让孩子听话、顺从，或者学知识；而外国的图画书则强调从孩子立场出发，更注重趣味性和创造性。后者显然比前者更受孩子欢迎。

重庆一家出版社的童书策划人杨晓冬介绍，国外的图书从产品的阅读体系来说，内容出版商便有意识从年龄上做出划分，比如0~2岁布书、玩具书，3~5岁绘本，6~8岁儿童语言，8~10岁校园小说，11~13岁奇幻、探险，包括性别都会有具体的关键词，方便父母挑选合适的书。而国内的出版圈追求畅销书而缺乏长期产品线划分。

此外，在表现形式上，国外图画书的绘图及涂色更精致，富于艺术感；综合采用立体、折叠、布艺等形式，更富趣味，易为孩子们接受。

杨晓冬认为，家长青睐外国图画书的现象折射出国内童书出版存在诸多缺陷与不足。

现阶段，国内专门为儿童设计书籍的专业人才和单位明显不足，而且版税很低，很难吸引人才在童书方面发展。纵观国内整个童书出版业，由于行业的风气比较浮躁，只追求快生产，出版单位大多难以静下心来去出版一些精细、高品质的儿童图书。

有多少“孙猴子”可以复制

尽管有种种不足，但记者采访中发现，大部分业内人士对做好儿童文化的“中式大餐”持乐观态度。尤其在图画书领域，多位出版业人士认为，我国原创图画书时代已经进入历史最好时期。

“中国味道”的亲和力应该是我们的最大优势。”熊女士认为，很多父母不是排斥“国产”，只要是经过精心制作，他们更倾向于选择“国产”，因为更容易在文化情感上产生共鸣。眼下，这类“国产精品”越来越多，比如曹文轩的《草房子》再版已经接近300次；《青铜葵花》再版150多次，并设立了“青铜葵花奖”，杨红樱的《笑猫日记》系列，出版9年，共19册，发行量突破3000万册。还有熊亮的

《小石狮》、《京剧猫》，在国际上得奖的朱成梁的《团圆》、郁蓉的《云朵一样的八哥》、黑眯的《辫子》等。这些颇具中国传统风格的作品受到了家长和孩子们的欢迎。

家住北京市西城区的年轻爸爸张勇在儿子两岁时给他买了一套《最爱中华老童谣》。出生于湖北农村的他在给孩子读童谣时，经常穿插自己小时候的故事。“儿子不仅超喜欢这些童谣，把几十首童谣全部背下来了，而且对我的家乡产生了浓厚兴趣。只要有空我就带他回老家，带他看看白墙黑瓦的老房子、雕花木床、摇摇车等，体验乡村生活。有种文化寻根、传承的感觉。”现在，儿子已经6岁，每晚张先生都带他读几首古诗，“感受古诗的韵律美”。

另一位北京妈妈白阳则向记者推荐一本童谣图画书——《一园青菜成了精》。画风是中国的水墨画，辣椒队里有“辣霸”，莲藕军中有“藕霸”，萝卜大王的娘娘红萝卜竟然还是坐在轿子上的……“这些菜咱每天早晨都能在菜市场见到，孩子一点都不陌生。光从这点说，外国图画书还真比不上咱自己的东西。比如有次孩子问我‘苹果派’‘菠萝派’长啥样儿，我描述了半天，最后还是带她去洋快餐店专点了一个‘派’，才打消了她的追问。”

《西游记之大圣归来》的成功也是“精品是硬道理”的有力印证。据报道，该影片制作历时8年，被誉为“良心之作”。

现实中有多少“孙猴子”可以复制？也许创作者们该听听这个故事：绘本画家几米和一家英国老牌儿童出版社合作一部绘本时，从创意到形象，从构图到色彩，从开本到装帧，英国图画编辑不远千里找到几米几次，反复商讨，不断修改。该绘本历时3年才完成。

我国知名原创图画书作家熊亮认为，绘本作家需要慢慢沉淀，沉下心来创作。要关注孩子们真正需要什么，然后用我们中国人特有的方式去表达。

中国未成年人有3.67亿人，包括童书文学出版和动画在内的儿童文化是一个巨大的产业。随着国家放开“二孩”政策，这个市场或将迎来另一轮增长空间。

探求文化的进化理论 厘清批评的诸种概念

邓崎凡

《地方的近代史》



罗志田 / 徐秀丽 / 李德英 主编
社会科学文献出版社

这本书是近代史研究杂志社与四川大学历史文化学院于2014年10月联合举办的第四期“中国近代史论坛”的成果集。以“地方的近代史：州县士庶的思想与生活”为主题，探讨了中国近代的时局变动与士绅感应、国家治理与地方应对、民间组织与地方秩序、小农经济与农村发展，以及近代以来的乡村建设、地方逻辑和农村的未来走向等问题。

《文化的进化》



[英]凯特·迪斯著 李冬梅 著/何自然译
世界图书出版公司

本书中，作者提出了一种文化进化的理论，并讨论了它如何能帮助我们理解人类文化的起源和发展。按照作者的观点，人类分享信息的渠道不仅有口语和手势语等自然语言，也有人工语言，即文字和乐谱等人类自身创造的媒介。所有这些语言均使人类能够接收和传递文化信息资源中的各种变异，并为文化的进化提供了一种新的解读机制。人类的这种元表征能力——对自身思维的思考——加速了文化的进化，因为它可以使文化信息从各种具体语言的概念约束中解脱出来。作者运用了本书中所概述的思维进化的理论，并将其与经济学、语言学和发展的生物学等学科相结合，为读者展示了她对人类文化复杂性和多样性独到的理解视角。

《批评的诸种概念》



[美]勒内·韦勒克著
罗钢 / 王馨馨 / 杨德友 / 曹雷雨译
世纪文景/上海人民出版社

本书是韦勒克经典著作的首次全本中文翻译。本书是韦勒克的一部重要的文学研究奠基之作。面对20世纪层出不穷的批评流派和言不及义的批评方式，韦勒克开宗明义地阐明了文学理论、文学批评和文学史之间的联系和区别，对文学批评中广被使用的重要概念如巴罗克、浪漫主义、现实主义、实证主义等的起源和演变也作了详细的论述，并总结了20世纪文学批评的主潮。在韦勒克看来，厘清这些概念和轮廓，是打破文学批评领域因众说纷纭而导致的言语“巴别塔”这一危机的唯一途径。

他的得力“干将”赞不绝口。“他创新开展的‘表卡定置管理’还多次被我们公司采纳呢，还在各供电所推广应用，有效提升了电能表管理的工作效率，降低了电能表安装的差错。”

任劳任怨 亲力亲为树新风

作为一名农电工作人员，他与企业一同行走，一同成长。

2007年，在公司创建“国一流”过程中，面对供电所基础资料不完整，电子文档资料几乎为零的不利情况，他深感创建压力之重。白天，挨个到台区绘制低压线路图，记录设备台帐；晚上，使用CAD将资料录入电脑。经过两个多月的日夜加班，终于将供电所三分之二共146个台区的低压线路图全部录入电脑，完善了基础资料，在验收中顺利过关。

他的这种任劳任怨、以所为家的精神慢慢地影响了整个供电所，一种爱岗敬业的工作作风在整个供电所辐射开来，他所在的供电所在各项考核指标中始终处于公司的前列。

（林爱芬）

全民阅读工作会议召开 8地代表传授经验

全国已有400多个城市常设读书活动

据新华社电 记者从全国全民阅读工作会议上获悉，截至目前，全国已有400多个城市常设读书活动，全民阅读工作取得显著成效。

据介绍，全国全民阅读工作取得显著成效，主要得益于以下几点：

一是全民阅读“七进”更加深入基层。

二是全民阅读“七进”更加深入基层。

三是全民阅读“七进”更加深入基层。

四是全民阅读“七进”更加深入基层。

五是全民阅读“七进”更加深入基层。

六是全民阅读“七进”更加深入基层。

七是全民阅读“七进”更加深入基层。

八是全民阅读“七进”更加深入基层。

九是全民阅读“七进”更加深入基层。

十是全民阅读“七进”更加深入基层。

十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

二十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

三十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

四十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

五十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十一是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十二是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十三是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十四是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十五是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十六是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十七是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十八是全民阅读“七进”更加深入基层。

六十九是全民阅读“七进”更加深入基层。

七十是全民阅读“七进”更加深入基层。

七十一是全民阅读“七进”更加深入基层。