

童書出版現象觀察

銜接圖像，進入文字閱讀的橋梁書

陳玉金 ◎ 兒童文學工作者

去年（2006）在幾家童書出版社的廣告DM上，為低、中年級學童閱讀設計的書籍文宣中，一種名為「橋梁書」的類型書，占據了大半篇幅。為了告知讀者：什麼是「橋梁書」？還特別做了各種文字說明。

舉例來說，天衛出版社在2006年12月10日出刊的《小魯讀友雜誌》中，製作了「神奇的橋梁書」專題，以問答方式回答「什麼是橋梁書」：「橋梁書是指由繪本過度到文字書的銜接書籍。孩子在幼兒時期認識的字彙不多，多半閱讀以圖為主、而文字量少的繪本。開始上小學後，由於學校課本內容的簡化，不足以建立起他應有的閱讀能力，所以就需以課外閱讀來補強。但課外閱讀如果一直限於繪本，閱讀能力會原地打轉；要是一下子就給他文字書，又會因為字太多，讓他感到害怕。這時就需要橋梁書了。它的文字量與難度高於繪本，又經過特別設計，能使孩子讀起來不覺得吃力或沒興趣。」

信誼出版社在「兒童閱讀列車」系列的廣告文宣上，指出這套書是為幫助孩子從「圖像閱讀」進入「文字閱讀」而設計，並且「集結小朋友最感興趣的生活題材。多元的文體，增進孩子的閱讀能力。包括對話、散文、短篇小說、章節小說、傳統故事改寫、語文遊戲……等不同的體裁和寫作技巧。豐富的表現手法，幫助孩子從閱讀中增進語言之事，建立理解策略。」小兵出版社在「小兵快樂讀本」系列說明也指出，這套書籍：「不是一般繪本，它是專為引導孩子『獨立閱讀』設計的『橋梁書』——字體很大，不傷眼睛，還有精美豐富的插圖。」

從上述各家出版社的宣傳說明，可看出「橋梁書」的界定已很清楚，對象為小學低、中年級；在書籍的設計上，字體較大，文字量比圖畫書多，圖量比圖畫書少；內容為生活題材；文體多元化。而這些有別於其他書籍的設計，都是為了幫助中、低年級的兒童逐漸脫離對圖像的依賴，進入文字閱讀的世界。

◆「橋梁書」源自西方童書分類

究竟「橋梁書」的名稱起於何時？從何而來的呢？根據曾任職誠品書店童書企劃、兒童商品採購的張淑瓊表示，在誠品書店出刊的《誠品好讀》雜誌中，曾陸續引用國外書目上的 Bridging Books 概念，翻譯為「橋梁書」，介紹國外的童書。但首次正式行文使用這個名詞，應是在《誠品報告2003》當中的「專題十三」〈在圖與字之間——孩子的閱讀也要有階段性〉（頁



892-893)。該文清楚說明，西方國家為不同年齡層的孩童發展設計的童書，架構劃分得十分精緻，隨著對孩子的了解越多，分類也更加細緻：

圖畫書向下延伸至嬰幼兒的幼幼書（board books），故事書又依年齡層（大約5或6歲左右）分為「轉接讀本」（transitional readers或chapter books）和「簡易讀本」（easy readers）。後面兩種經常被稱為「橋梁書」（bridging books）。bridging顧名思義就是架接，而兩種讀本的架接功能便設定在「由圖畫書的少字多圖」漸進至「純文字的青少年文學」、「中介的插圖書」或「篇章較短，故事結構較清晰簡易的兒童文學」，即透過圖文的比例、內容敘述的繁複性、生活性、趣味性，以漸進的方式，讓孩子建立自我閱讀的自信。

可見西方童書出版社對於「橋梁書」的概念，是希望藉由圖文的適當比例，引起孩子獨立閱讀的興趣，甚至建立自我閱讀的信心。此時，插圖已退居輔助角色，不再像圖畫書中的圖像，占據書籍頁面至少四分之三的比例。而「橋梁書」的出版使得出版社在填補閱讀空缺，以及進行更細部的分齡出版時，成為銜接從圖像進入文字的重要階段性讀物。

◆ 臺灣的橋梁書並未缺席

根據《誠品報告 2003》〈在圖與字之間——孩子的閱讀也要有階段性〉一文分析，2003 年臺灣的童書出版社，即使沒有使用「橋梁書」作為類型名稱，但此種書籍在臺灣童書出版品中，也並沒有缺席，只不過沒有引起太多關注。當時包括信誼基金會出版的「兒童閱讀列車」系列、民生報的「童話森林」系列、遠流的「蘇斯博士小孩學讀書」系列、小魯「我自己讀的故事書」系列、東方的「法蘭茲」系列、以及小天下的「內褲超人」、「黃毛狄多福」系列，都試圖為這個正學習用文字思考的年齡層孩子，製作適合他們閱讀的出版品。

在上述《誠品報告2003》指出以橋梁書概念出版的書籍中，由信誼出版社出版的「兒童閱讀列車」系列，以及民生報的「童話森林」系列，是出版社推出的自製書籍。根據信誼出版社總編輯高明美指出，「兒童閱讀列車」系列首批五冊於 1993 年 8 月推出，當時出版參考自國外的「我會讀」（I Can Read）系列出版概念，也因為觀察到臺灣為低年級兒童出版的書籍並不多，市場出現中空區段。再者希望藉由臺灣本地作者的圖文創作，為臺灣兒童造像，建構出本地孩童的形象，因此這系列故事內容多以本地孩子的生活故事做為創作主軸，例如由小野撰文、何雲姿繪圖的《聖誕不快樂》，即是小野家中發生的故事。閱讀對象設定為六至十歲，書籍大小為25開，每一本書的字數在三千到四千字之間，頁數不到一百頁，圖文各半，插圖是建構故事的一部分，輔助文字，但不干擾文字的進行，內頁的字體級數較一般兒童書大，且加注音。本系列推出時以幼年童話的概念行銷，初推出時，並未受到重視，目前則以「兒童閱讀列車」做為系列名，全套已累積至 35 冊，也逐漸受到專家及市場重視。

而民生報的「童話森林」系列，則是從 1995 年 3 月起，網羅華文界的童話寫作高手，以短篇童話創作為內容，明確標示適讀年齡為國小中低年級的學童。此系列除了童話篇幅更多，每一本收錄童話篇數不一，大約十餘篇，每篇字數二千字左右，插圖的分布較少，大致上，一篇文章搭配一張圖畫，出版至今，也已累積了21本。雖然內容是為中低年級學童設計，但如以這

兩年出版社各自為「橋梁書」所做的界定，這系列書籍蒐羅的內容篇幅與字數，均較目前各出版社推出的「橋梁書」在內容與篇幅上顯得更加厚重。

而遠流的「蘇斯博士小孩學讀書」系列，原本就是「橋梁書」的經典之作，全套 18 本，中文版於 1992 年 12 月出版。這是美國著名的童書作家蘇斯博士（Dr. Seuss）與他的妻子受出版社邀約一同策劃的。「小孩學讀書」（Beginner Books）系列書中以最少與最簡單的字彙寫出逗趣的故事。美國《生活》雜誌在 1954 年 5 月報導美國小學生的語文程度低落，為了引發兒童的閱讀動機，當時已是知名兒童作家的蘇斯博士利用大量的趣味韻文發展出有趣的故事，並且配上插圖，出版後大受孩子們的喜愛，也在美國引發兒童教材讀本的大變革。

在《誠品報告 2003》中，分析 2003 年臺灣童書出版社出版的「橋梁書」製作品質並不差，書店通路也曾主動以「橋梁書」為題主動行銷，只是出版社並未標舉「橋梁書」的功用，多數人並沒有「橋梁書」的概念，市場反應不如預期，該報告推測，關鍵原因或許在於為孩子選書的家長身上。由於此一階段的家長小時候並沒有類似的閱讀經驗，似乎還未意識到孩子對於這類書的需求，概念也很模糊。

近十餘年來，家長們最為熟悉的兒童類型書，應屬受到大力推廣的「圖畫書」。由於出版社大量翻譯圖畫書，加上故事媽媽們借助圖畫書說故事，圖畫書不僅年產量大增，對於「何謂圖畫書」也有一定的認知。但在推廣的同時，卻也引發另一種聲音，憂心圖像閱讀的強大優勢，導致孩子們對於文字閱讀興趣缺缺。至於這兩者之間是否為因果關係，學界並沒有相關論述，因此也僅止於臆測式的結論。但這類反應已引起童書界的關心，加上這幾年世界上優秀的圖畫書已多數被引進翻譯的情況下，圖畫書市場漸漸飽和，轉而進入另一個中空市場，於是「橋梁書」也成了下一個有待填補的市場。

◆ 日漸增多的橋梁書

在《誠品報告 2003》對於橋梁書的專文出現後，童書出版界對於「橋梁書」也開始採取定義式的宣導與推廣，不論在 DM 文案，或書籍的介紹上，都標舉橋梁書是「從圖畫書過渡到文字書的銜接書籍」。

其實除了前述幾家出版社起步較早之外，小兵出版社在 2003 年 7 月即在臺東大學兒童文學研究所林文寶教授的企劃下，推出「小兵童話精選」6 冊，將讀者設定為中低年級，除了文字之外，也配插圖，但所占份量不似圖畫書多。在「橋梁書」名稱逐漸明晰後，小兵出版社在 2006 至 2007 年更進一步推出「小兵快樂讀本」標明為「橋梁書」，目前已出版 6 冊。

日本橋梁書的引進，則有小魯文化的「我自己讀的故事書」、「我自己讀的童話書」等，和融出版社的「童心圖畫故事系列」，以及東方出版社的「故事摩天輪」系列。「我自己讀的故事書」系列編號第 1 本的《怪獸突突》在 2001 年出版，接著陸續推出，至 2006 年已出版至編號第 12 本的《南瓜弟弟送東西》。該系列中除了《小保學畫畫》為本土作、繪者創作之外，其餘 11 冊皆為翻譯自日本的書籍。而「我自己讀的童話書」系列共計 10 冊，首冊《小熊沃夫》初版年為 2004 年，末冊《你好，小熊沃夫！》初版年為 2006 年，在陸續推出的書籍中，4 冊為華



人創作、4冊為日人創作，兩冊為翻譯自德國人的作品，可見出版社除了引入翻譯作品，也試圖吸取他人經驗，推出原創性作品。

其他以日文橋梁書為主的「童心圖畫故事系列」，自2002年起就陸續推出，書籍皆為25開，頁數少，短小輕薄，文字加注音，內容有趣，圖文俱佳，滿足低年級學童的閱讀所需，推出後銷售成績耀眼，截至目前為止，已出版7本系列書。東方出版社的「故事摩天輪」系列從2005年10月起，陸續推出《冰箱裡的企鵝》等6本翻譯自日本的橋梁書，由於所選的書籍原本即為適合六到八歲小朋友閱讀所設計，圖文搭配大字注音，廣告宣傳即標明為「橋梁書」。

2003年之後，在本土創作部份，以天下雜誌在2006年1月推出的「字的童話」系列最受矚目，共計7冊，也以圖文並茂的方式進行，並加注音，適讀年齡設定為七至十二歲，由於故事內容有趣、題材新鮮，書籍推出後也讓「橋梁書」的內容更加多元化。

◆ 橋梁書的他山之石

國內童書出版社不論是有系統性的引入，或者拼湊組裝出橋梁書的隊形，至少藉助國外發展成熟的類型書，已然得到快速成長。而以信誼出版社在2001年推出的美國著名童書作、畫家艾諾·洛貝爾（Arnold Lobel）所創作的「青蛙和蟾蜍」（Frog and Toad）系列為例，這系列書在美國即已受到肯定，是學童必讀的精選作品。該系列書由Haper出版社規劃在I Can Read的系列中，共有4冊，分別是《青蛙和蟾蜍——好朋友》（*Frog and Toad are Friends*）、《青蛙和蟾蜍——好伙伴》（*Frog and Toad Together*）、《青蛙和蟾蜍——快樂時光》（*Days with Frog and Toad*）、《青蛙和蟾蜍——快樂年年》（*Frog and Toad All Year*），總計有20個小故事，故事內容圍繞著主角青蛙和蟾蜍這對好朋友的日常生活趣事。

「青蛙和蟾蜍」系列書故事以青蛙和蟾蜍為書中的主角，採擬人化的方式寫作，文字使用簡短、精練，內容情節完整，英文的部分採用過去式語法，並以第三人稱敘事方式，其間夾著第一人稱的人物對話等，這些細心經營的部分，都為學童的閱讀奠定基礎，也符合系列「I Can Read」的名稱，讓小讀者可獨立完成閱讀之外，也有利於他們熟悉短篇小說的寫作模式，以準備日後的進階閱讀。

國內「橋梁書」的編輯如能從國外這些他山之石學得一二，除了在文、圖比例與頁數多寡，符合「橋梁書」的形式之外，內容部分能結合兒童發展以及語文教育，注重文字、情節與架構、故事敘事手法等實質內涵，亦是更需要細膩設計的部分，特別在如何運用常用字在故事中，注意句子的長短適中，採用中文的基本句型等，這些細節也將是影響這類書籍能否被兒童接受的重要因素。

從《誠品報告2003》〈在圖與字之間——孩子的閱讀也要有階段性〉開始標舉「橋梁書」的重要性，並預期再過一段時間，這些「文字有點多，圖畫有點少」的出版品應該會在書市找到屬於它們的位置。去年已有越來越多出版社投入這類書籍的研發與出版，看來「橋梁書」的市場已逐漸壯大且正蓬勃發展！

