

# 中日儿童绘本文化特色比较研究与推广

林嘉仪 宇聪  
大连东软信息学院

**摘要：**本项目基于“日语翻译工作坊”自主性翻译训练之日文绘本翻译项目成果，对中日两国热销儿童绘本所体现的文化特色进行了对比研究，中国绘本在传统故事的讲述上具有传统色彩、爱国情怀等特点，日本绘本则是在整体情感表达、页面设计等方面更为优秀，其相同点都在于内容都是正向且有深度的；不同点则在于故事叙述手法上不同，中国绘本中顺叙、平叙手法用得较多，主要突出强调故事的道理，日本绘本采用顺叙手法同样也很多，有个别会采用简单的插叙手法，整体看来相比于中国绘本要更加委婉的表达故事的真理。最终目的旨在推进中日两国儿童绘本文化交流，同时宣扬中国幼儿绘本教育特色。

**关键词：**绘本文化；比较研究；绘本推广

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2023.01.061

## 一、研究目的及意义

近年来随着时代的发展，国家中外语人才逐渐增加，信息传播方式同样也变得丰富多样，为了更好的让学习者提高对日语的学习兴趣，以及让更多人了解日本的文化特点及与中国文化的区别，本文将专注于宣传推广中日两国的儿童绘本，以及从两国绘本中发现两国绘本的特色及相同点，不同点。并总结的文化特点两方面作为切入点来宣传及推广中日绘本，通过调查统计，筛选出优秀的绘本，并将筛选出的绘本进行评选，选取具有人气的绘本进行推广，将推广绘本中的精彩部分进行截取，将截取内容进行展示引起读者们的兴趣，在添付书本相关介绍，让读者对推广书籍产生兴趣的同时也对内容有浅层次的印象，最终目的是为了更多的学习者能更好的从推广的绘本中了解更深层次的日本文化，并且将中国优秀的绘本更好的推广出去，从而提升中国绘本的影响力以及更好的宣传中国文化。

## 二、研究背景及先行研究

在《2021年图书零售市场报告》中显示过去一年，我国图书零售市场码洋规模为986.8亿元，较2020年上升1.65%，千亿规模的图书市场中，少儿类仍是码洋比重最大的类别，2014至2021年，少儿图书销售码洋占比从19.46%提升至28.15%，自2016年以来，这一品类已成为图书零售最大的细分市场。现如今的绘本市场中本土绘本的占比已经在不断的上涨的同时，一些显著问题同样也浮现出来，例如：引进绘本仍有很多，原创队伍仍有不足；儿童读者年龄划分不清；儿童绘本编排缺乏合理性；数字化时代带来影响等。

时娟芳（2015）在《关注本土绘本培植民族文化》中提出：“绘本对于孩子来说是一种多方面的教育，我们的祖先留下了无数文化瑰宝，民族精神同样也包含在其中，因此让本土的中国绘本中渗透着本国的人文情怀，童谣特色，传统节日传统艺术等特色文化，让孩子

们在阅读时能够将民族文化根植于心，让民族文化得到传承与发扬。”

李昂（2020）在《中国大陆地区传统文化题材原创儿童绘本出版现状研究》中提出：“传统文化题材作为原创儿童绘本的一大重要载体在各类文化产品融合发展的情况下，开始逐渐变得丰富多彩了起来，但就目前的问题来看仍存在着一部分问题，例如在主题方面，选题同质化严重，部分作品的内容与现今时代的需求契合程度不够，创作理念中，作品对于儿童年龄的定性不足从而导致作品没有深度，以及在传统因素上面内容表达生硬，仍拘泥于传统的表现形式。”

孙珑丹（2021）在我国输出原创儿童绘本研究——以《江苏凤凰少年儿童社、二十一世纪社（2015-2020）为例》一文中提出：“近年来随着绘本图书在国内市场的兴起，一批优质的原创儿童绘本走出国门并屡次斩获国际大奖从而不断向外国输出，但由于我国绘本起步晚，原创绘本质量参差不齐，不仅如此，因国内外文化差异，在一定程度上阻碍了绘本内容的有效传播，除此之外我国在原创绘本的宣传推广方面仍有不足。”

吉田佐治子（2011）在《通过绘本的亲子沟通的发展》一文中提到：“不同家庭形成的绘本的阅读风格是完全不同的，而且这取决于子女与父母双方的行动，且在学龄期这种读书自立的时期，绘本也起到了亲子间的交流工具这一作用。”

儿玉孝乃（2011）在《绘本是什么》中提出：“1908年日本的儿童文学诞生，文艺童话作家相继辈出，关于民间故事及神话类内容居多，1936年11月講談社以单行本的方式发行了绘本，在1946年战后的绘本开始发生变化，逐渐与世界融合，外国绘本的日译版也渐渐丰富起来；在调查绘本的重要性中也多次提出绘本对于孩子的头脑开发起着重要的作用，在后期日本也很注重绘本对于儿童的教育。”

综上所述，基于先行研究中学者们对于中国本土儿童绘本的研究表明，因中国绘本普及较晚，绘本整体在中国发展时间并不长，从而导致了从外国引进的绘本占据中国绘本市场的大部，本土绘本因此受到牵制，再加上中国原创优秀绘本并不多，导致本土绘本并不能良好的推广。因此本文将会以学生为中心，收集各平台网站信息，选取优秀中日绘本，项目成员充分阅读后以学生的视角去探索中日儿童绘本的文化特色，以此为突破点，探寻两国儿童绘本的差异及特性进行分析和研究，在研究过程中，找寻中日两国有文化深度及质量高的儿童绘本并结合先行研究中查找的优秀绘本进行比对，进行筛选最后利用小红书平台进行宣传及推广，努力将本国优秀的作品推广出去，让更多的人看到本土优秀的作品并将中国传统民族文化加以传承及发扬。

### 三、中国儿童绘本文化特色

首先，根据网上资料显示，“绘本”一词是外来语，在中国早期是没有“绘本”这个说法的，“绘本”一词源于日本。而至今对于绘本的定位就是“图画书”，是指一类以绘画为主并附有少量文字的书籍，绘本的作用不仅是讲故事，学知识，更是能全面帮助孩子构建精神世界，培养多元智能的书籍；因此在文化特色上分为传统性与独创性两大特色。

（一）传统性：现在中国的本土绘本最经典的就莫过于杨永青老师的绘本，杨永青老师是中国当代著名的国画家，连环画家，版画家和儿童美术教育家，绘本故事大多是中国古代神话或传统中国寓言故事，绘画风格与以前连环画的风格一样大量采用水墨画，让读者能清楚的感觉到中国传统古典书画的魅力，在绘本中不光描绘了寓言故事还穿插着中国地方传统建筑，戏剧，民俗文化等内容。

（二）独创性：在近几年新锐绘本作者中，央美绘本工作室可谓是贡献了巨大的力量，为中国的绘本注入了新鲜血液，以年轻人的视角去诠释每一个新的故事，不再拘泥于以前的神话而是将外国的一些文化元素与我国的古典文化元素相结合去碰撞出只属于中国绘本的一抹色彩，在收集素材的过程中偶然发现有创作者将刺绣和绘本两者相结合，着实让人眼前一亮；还有一些作品是根据作者自身的经历作为基调进行故事创作的，将自己的情感化作笔下的每一抹色彩每一个汉字，留下遐想让读者进行自我的思考和探寻。

### 四、日本儿童绘本文化特色

如上所述，在吴晓月（2014）的《中国原创儿童绘本出版的现状及对策研究》一文中提出了：“绘本”是来自日本的称呼，在19世纪末开始出现，经过了30年代的更替在40年代进入黄金期，在那时候儿童绘本已在

欧美地区形成成熟的市场，并已着重培养儿童的阅读能力，日本在二战后五六十年代中也紧随其后逐渐形成了自己的风格，其中包含了两大特色。

（一）多元性，在外观上绘画风格很多变，但基本封面都很可爱一眼就能认出来是日本的绘本，其原因是因为1868年日本在“民治维新”后，日本积极欧美现代文化，与此同时日本并没有丢弃传统文化，而是将本国文化与西方文化进行融合，将传统扎根并且加入新的元素足以适应现代，以此来创造出新型的日本文化，受当时的时代影响，日本绘本同样也是融合了各种文化色彩。

（二）文化性，在内容主题方面很大胆，具有一定的文化内涵，涉及范围也很广泛，绘本的内容可以是像高木直子老师一样将身边的小事用调侃的方式讲述出来，带给读者生活中细小的温暖，也可以像《小一休》一样，用一个个小故事来带来人生的一些固有道理，同样也可以是《死了100万次的猫》这种将死亡与爱的话题以绘本的方式告诉给孩子，让孩子开始尝试理解生、死和爱的问题，无论是哪一种方面的都有很优秀的作品，每一本绘本都努力的去讲述每一个温情的故事，这就是日本儿童绘本在文化上的特色。

### 五、中日儿童绘本文化特色比较

共同点：

（一）普及本国文化目的一致：两国儿童绘本都有关于本国传统文化的绘本，目的都是为了更好的传承本国的文化，让孩子从小接受文化的熏陶，同样也是为了孩子在以后的文化教育起到铺垫的作用；日本绘本在科普生活文化常识方面的绘本占比更大，中国则在宣传及传承中国传统文化方面做的很优秀，虽双方着重点不同，但共同点都是以普及本国文化为目的而创作儿童绘本的。

（二）对儿童文化教育的作用一致：应该说绘本就是带给孩子们面向世界各处的一扇窗户，带来世界各地的讯息，让孩子在书本里打开新世界的大门，并且教会孩子为人处世的许多道理，让孩子在潜移默化中受到熏陶，从而培养出健全而有魅力的品格；同时还有非常重要的一点，那就是儿童绘本在孩子与父母一起阅读的期间充当的是桥梁的作用，孩子透过书籍看见世界的一角，父母则在其中担任的是指引者的身份，树立正确的三观就是父母的职责。

（三）文化内涵深度相同：中日两国的优秀儿童绘本还有一个共通点，那就是优秀的绘本中的文化内涵深度相同，适合各个年龄层段的人，只有有深度的作品才能引起更多人的共鸣，往往很简单的问题更能引发读者们的深思，而在每个年龄段去看待事物的方式是有所不

同的，最终得出的答案都将是不同的，这一点是很有价值的，因此优秀的绘本都拥有着一定的文化内涵深度。

不同点：

1. 绘本中的页面设计手法不同：中国作为一个拥有悠久历史的大国来讲，中国元素乃是重头彩，中国传统绘本中的留白艺术是很值得考究的，以及不禁让人惊叹的极具灵魂的绘画手法，古典绘画艺术中的飞檐斗拱，市集繁华等场面所构成的恢宏大气永远是中国绘本的一大特色；日本绘本页面设计则更偏向于欧美绘本，简洁大气中透露着精致，页面不似中国绘本大开大合的设计但也有一股日本绘本独有的细腻柔和。

2. 两国绘本带来的观感不同：日本儿童绘本带给读者的是观感上细小的触动与感动，让读者仿佛置身与故事中一般能够像主人公一样体会到每一个场景所带来的情感，在处理感情细节方面日本儿童绘本真的做得很好，兴许是因为大多绘本作者都是女性的原因，绘本中最大的特点就是让人能体会到专属于女性气质的一种柔软与纯净，那种细致与温柔造就了日本绘本的独有观感；中国绘本在读后能体会到的是深厚的文化传统底蕴，尽管儿童绘本中所用的都是简单易懂的词汇，但博大精深的中文能将这些词汇串联起来形成具有中国特色的故事，读者能从中体会到中国文字的精妙之处。

### 六、中日儿童绘本推广方式

（一）筛选具有中国特色儿童绘本，在小红书进行推荐

在中国绘本方面，因主要推广的对象是中国优秀的儿童绘本，因此会着重强调中国绘本，结合中国文化特色，在前期调查中已调查过往年在亚马逊及当当等平台中年度大热绘本，进行阅读整合及吸睛内容记录，根据绘本特点选取绘本图画、编写文案；因在交互媒体上进行宣传效果会较为明显，最终选择在小红书平台进行，分八期进行讲解与推广，首先先从中日书店氛围上的区别入手，负责人在日本拍摄日本书店视频，组员们负责中国书店拍摄，与此同时双方收集适合的优秀绘本进行整合，将拍摄内容进行剪辑，编写文案后在小红书中进行发布，以图文视频结合的方式让读者们更能理解推荐绘本的魅力之处。

（二）询问身边有购买过日本绘本的家长进行优秀的日文绘本推荐

日本绘本方面，因本身日本绘本在中国市场占比很大，同中国绘本一样，首先收集近几年年度大热绘本进行汇总，除此之外询问周围人群是否有过购买过日本优秀绘本，将调查结果进行归纳总结，整理出优秀的绘本，从故事内容与画面入手，色彩柔和，内容丰富多彩

是日本绘本的特点，在此基础上同样也是采用在小红书中进行宣传与推广，让大家能够更快，有效的认识到更多的日本绘本。

### 结语

在文化特色的相同点与不同点中，难免会发现优秀的绘本永远都是无国界的，无年龄段限制的，其目的都是为了带给读者们新的知识，新的思考；同时培养孩子的美学观及树立健全的人格有重要的作用，在此期间，父母与孩子的有效交流也是必不可少的；而在不同点中会发现，无论是从绘画手法亦或是叙事手法上，中国绘本与日本绘本的表现方式是截然不同的，一方是极具中国特色代表的绘画风格与灵动的描写手法，另一方是日式清爽简约的绘画风格及轻松有趣的叙述方式，各具风格的两国绘本带来的体验感是完全不同的。

在推广方面，中国虽然起步较于日本来说较晚，近几年随着时代的变迁对外交流变得频繁以及人们思想的逐渐开放，中国的本土儿童绘本在融合了外国优秀的元素后形成了自己的风格后逐渐被全世界所看见，这是件很值得中国人所骄傲的事情；在此基础上采用了交互软件的信息传播的快速性及普及性，再加上当代国风产品推广的热潮，将中国优秀的儿童绘本更好的推广出去，更想让国人看见我们本国的优秀绘本，通过绘本将本国的传统文化进行传递，星火相传，让孩子们能逐渐在优秀的书籍的陪伴下培养出一个有魅力的健全的灵魂。

### 参考文献

- [1] 通过绘本的亲子沟通的发展[J]. 吉田佐治子, 海南大学教育研究. 2011. (01). 11-22
- [2] 绘本是什么[J]. 儿玉孝乃, 东海学院大学短期大学部纪要. 2011. (03). 23-34
- [3] 关注本土绘本 培植民族文化[J]. 时娟芳, 品牌. 2014. (10). 93
- [4] 中国大陆地区传统文化题材原创儿童绘本出版现状研究[J]. 李昂, 河北大学. 2020. 69
- [5] 在我国输出原创儿童绘本研究——以《江苏凤凰少年儿童社、二十一世纪社(2015-2020)为例》[J]. 孙珑丹, 安徽大学. 2022. 58

作者简介：林嘉仪，性别：女，单位：大连东软信息学院，研究方向：日语教育。

宇聪，性别：女，单位：大连东软信息学院，研究方向：日语教育。

基金项目：2022年上半年大连东软信息学院大学生创新创业项目：中日儿童绘本文化特色比较与推广研究，项目编号：2022000130