

地方的圖書館沒有兒童書，只有言情小說，這是他們閱讀的來源。一直到國中在朋友家看到一本《草原上的小木屋》（漢聲出版），才發現竟然有這麼好看的書，這種閱讀兒童讀物的美好經驗，雖然來得晚，但留下了深刻的印象。

大學就讀歷史系的何香慧，畢業後曾在出版社工作，有一次到法國旅遊時逛巴黎的書店，帶回了幾本有趣的童書，她欣喜地提報給公司主管，不料卻遭到駁回的命運。她開始思考臺灣的童書界，發現臺灣的童書長期以來都是以繪本和成長小說、知識類百科為主流，但童書其實有非常多元的樣貌，而臺灣讀者卻因為出版社的市場性考量而一直無緣見到。因此，何香慧離開原出版社後，找來原本在廣告公司工作的妹妹何香儒一起合作，在2002年成立米奇巴克出版社（取自Magic Box的音譯）。該年4月，出版了第一本創業作《薩琪到底有沒有小雞雞？》。

✿ 出版方向與選書角度

米奇巴克採取穩健發展的步伐，公司成員精簡。主編何香慧對於出版品質要求很高，文字的部分是她的長項，而擅長美術設計以及對外行銷的何香儒就擔任藝術總監，以及行銷企劃，此外還有一位法文編輯。米奇巴克每年出版量大約六本書左右，出版品以圖畫書和思考類讀本為主。

在國內，童書長期以圖畫書、成長小說、知識類百科為主流，即使童書在臺灣的發展已超過三十年，但陪伴孩子思考的童書卻長期缺席。因此，米奇巴克堅持出版哲學童書，是因為他們重視大人和小孩的思考，更希望透過「理性」幫助讀者成為一個懂得尊重自己和他人、關心世界、有熱情有夢想的人，而這時法國的童書就成了米奇巴克很重要的翻譯選書來源。

何香儒說：「法國童書的主題很廣，包含了藝術、世界文明、社會學、人類歷史、哲學……別訝異，這些都是寫給七歲小孩看的，一點都不艱澀、生硬，而且整本書美極了！」她認為這是因為法國人不會「預設」小孩的閱讀口味或能力，認為必須以「幼兒能理解」的方式來設計。法國童書不因主題「好像有點學術」，而被大人認為「不適合兒童」。而這樣主題嚴肅的書，當然是童書，因為它提供給孩子一個學習的入口，好奇與關心世界的起點，它的內容平易，說理清楚。沒有艱澀的學術理論，而是以平等尊重的態度，和孩子一起「誠懇」且「誠實」地認識這個世界。

何香儒說：「閱讀除了引發思考，更重要的是『溝通』，也就是理解文字背後的意義，並能清楚『表達』想法。然而，我們的教育幾乎沒有教孩子溝通、思考與表達，但這是非常實用的大能力，無論在婚姻、學業或人際……。哲學是鍛鍊思考的好方法，但它長時間被人們誤解，誤解的太久了。」因此米奇巴克希望讓大家接觸到哲學實用與趣味的一面。她以《哲學種子》為例，它貼近生活，有助創造思考；大人可以和七歲的小孩談快樂、工作與金錢、公平、自然與汙染，和小孩分享彼此的想法，不預設答案，「因為我們知道自己追求的不只是答案，



我們更關心思考的過程，最重要的是讓孩子喜歡和他人溝通。」

在挑選出書的標準上，何香儒說：「我們都是以讀者的角度去選書的。我們眼中的好書必須是：好看、有趣並且是生活化的，藝術的表現也要呈現多樣性。」儘管這樣，還是常被問到：「這個小孩看得懂嗎？」這時，她們想辦法和家長溝通觀念，「藝術作品是四、五歲的孩子到九十九歲的人都可以去『感受』的，而圖畫書是文字與圖像的結合，所以我們是以看藝術品的方式來看待圖畫書的。四、五歲的孩子也有他年齡的『懂』與感受，不能認為他們就不懂。」

再以米奇巴克另外一個重要的書種「圖畫書」來看，何香儒認為，「圖畫書做為一種藝術的表現形式，不應該有對象的限定，只給小孩或大人。在選擇出版哪些圖畫書時，我們會挑選不同的表現形式，例如市面上談生命死亡的書有不少，所以希望這本書除了個別故事的不同外，在故事的切入點、藝術的表現形式都要有新意，否則就不必再多一本類似的書出現了，這點上有一定的堅持。」

到目前為止，米奇巴克還沒有出版過本土原創圖畫書，關於這點，何香儒說明，「米奇巴克和許多插畫家、作家都是好朋友，但這麼多年來，我們還在培養默契。此外，最關鍵的問題是——編輯的『執行與溝通』能力仍有待加強。」觀察臺灣童書出版的發展，七〇年代漢聲出版社是由一個龐大的編輯群共同參與完整的編輯流程：從資料蒐集、討論、到整個企劃與書的完成。自製書紮實嚴謹的訓練，培養了編輯們的實力，從這種歷程所培養出來的編輯，現在都成為出版界的重要人物。但之後的二十年來，出版品都以翻譯為主，編輯們只有「看」沒有「做」一本書的經驗。以米奇巴克出版社的狀況，何香儒認為在編輯的部分實際上也只做了「後製」，就是把書變成中文版而已，如何培養自己的實力，也是米奇巴克需要克服和深思的課題。而這也是米奇巴克的自製書，一直還沒辦法出現的原因。

✿ 出版品質與市場行銷


和大型出版社相較，米奇巴克的出書量真的非常的少，甚至一整年的出書量也只等於大型出版社一個月的出書量。何香儒認為，「現在市場最大的問題是，新書量還是很大，但是書店平臺給的時間卻是很短的，只有十天，看起來好像不短，但是一般讀者並不會常去書店。所以有時有讀者反應，你們的書很不錯，我喜歡圖畫書，也常去書店，為什麼從沒看過你們的書？」事實上這也是小出版社遭遇的最大困擾，因為出版量太少，很快就淹沒在其他家陣容強大的新書當中。

既然出版量無法和其他出版社相較，米奇巴克努力建立品牌形象，這幾年出版社出版的童書屢獲國內各種書評獎項的鼓勵，建立了書籍品質保證的標誌，也獲得讀者的支持。

儘管出版社人員不多，資源有限，但在行銷活動的部分，除了書店通路之外，米奇巴克也善於和其他單位合作，和法國在臺協會合作，共同邀請書籍的作者或插畫家來臺訪問舉辦座

談或簽書活動，例如：在2008年邀請法國兒童哲學家奧斯卡·伯尼菲，也是「哲學·思考·遊戲」系列的作者，來臺和讀者面對面分享和孩子進行思考討論的經驗，以及親子教養觀；2009年邀請《敵人》的繪者沙基·布勒奇來臺，分享他的圖像與創作；2010年則邀請法國作家布莉姬·貝拉，也是「哲學種子系列」的作者在臺北國際書展期間來臺。

今年臺北國際書展期間幾場布莉姬·拉貝的座談活動上，她充滿活力與尊重孩子的對話態度，感染也鼓舞了許多前來聽講的大人，基隆故事協會的故事媽媽，還因此在基隆故事咖啡館發起「小小哲學咖啡座」活動，將兒童哲學的概念推廣給更多朋友認識。

米奇巴克在2002年成立，當時臺灣和全球的出版業一樣，已走過美好的年代。但何香儒說在米奇巴克有一句名言：「零等於無限大，當你已經是『零』的時候，就沒什麼好怕的。」隨著少子化的現況、紙張原物料的漲價，以及出版競爭的壓力，何香儒說：「什麼書會賣，什麼書不會賣，我們心裡都很清楚。哪些書會叫好不叫座的，我們心裡也有底。但這些有心理準備的書還是要出，因為有些類型或題材特殊的書需要時間去醞釀口碑。小型出版社的資源有限，但也因此，更讓我們不斷思考去做一些更『豐富的事』，如果，小型出版社對自己的定位沒有清楚的想法，很容易陷入泥沼。」而且她說：「說到生存，其實我們都還蠻幸運的，當然我們也很縮衣節食。雖然也知道去別的地方上班的話，薪水會比較好，但是我們還是想做自己想做的事。重點是，到目前為止，我們一直都玩得很高興。」



· 2009年，法國插畫家沙基·布勒奇應邀來臺交流，和米奇巴克工作同仁合影，左起為何香慧、布勒奇、何香儒和吳愉萱。（米奇巴克提供）