

2011 美國有聲童話繪本書強強滾

丘 引 ◎ 旅美文字工作者

美國是一個非常非常宗教化的國家，宗教連結商業，那樣的商機自然是無限的，最後，兩者的結合變成文化的一部份。因此，美國的三大節慶，不是新年，而是聖誕節、感恩節、和復活節。其重要性和所花的錢多少有直接關係，例如在聖誕夜的美國電視新聞報導，2011 年的聖誕節美國共消費了 443 兆美金（443 Trillion）。這麼龐大的數字究竟是多少錢？難道我聽錯了嗎？問一問我的美國室友，沒錯，聖誕節是美國最重要的節慶，所以，美國人大量消費，也就是買禮物給家人。相對於新年，美國人覺得就是擬新的計畫，是很個人的，如此而已。我們臺灣人常說，有錢沒錢討個老婆好過年，美國人則說，有錢沒錢買聖誕禮物送家人，所以，沒錢的人怎麼辦？典當家中物品，向銀行或錢莊借錢，還有就是用信用卡循環利息購買……，這對我們節儉的國人來說，太不可思議了。但，且慢，就書市來說，那可真是了不起的時刻啊！因為美國人愛閱讀，他們不只買書送給小朋友，也買書送給大人呢！在聖誕節之前，我特地數次到連鎖書店 Barnes & Noble 看看買書的人氣有多少？的確非常可觀，而且，通常買書當禮物的人絕不會只買一本書，是多本書啊！

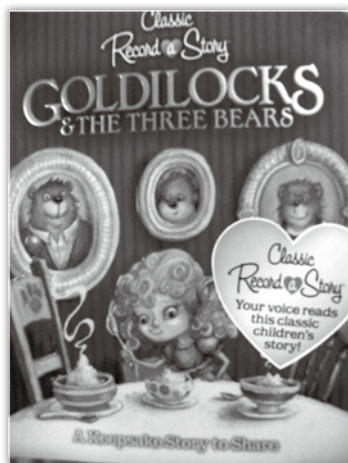
就以童書來說，2011 年的童書市場，出現了老書新賣，而且賣得頂呱呱。哪種老書可以新賣，還大賺其利？以這點來說，我們得非常佩服美國人的創意，用創意來讓人開心，也用創意來賺錢，讓自己的荷包滿滿滿。老書，當然是很老很老，老的沒有版權，所以，成本非常的低廉，價錢卻可以賣得很高，但，究竟有多高呢？在聖誕節之時，每本有聲童話繪本書賣價是美金 29.99 左右，再加上稅金，一本不到十頁的有聲繪本童書，價錢超過一千元臺幣，嚇不嚇人？價錢雖然如此的高貴，而且還強強滾，原因在哪兒？

家喻戶曉的「小紅帽」，從西方紅到東方，我們都讀過，沒什麼稀奇，但小孩是不斷的在出生，他們的媽媽也會讀小紅帽給她們聽。但大人也忙，如果要天天唸同一本書給小朋友聽，其實也挺煩的，不是嗎？我的孩子還小時，我講故事或唸書給他們聽時，都會順手用錄音機錄下來，下次孩子們要再聽同一個故事或同一本書，自己放媽媽的錄音帶就行了。我也得閒做自己的事。當時我認為是兩全其美，所花費的錢，就只有空白錄音帶和一臺錄音機，小朋友就可以隨時享受媽媽的聲音故事。現在，美國的 Publications International Ltd. 出版社直接在每一本書上裝上錄音設備和電池，不同的是，送書的人可以自己錄音，這樣收到書的小朋友只要打開書，就可以永遠的聽到這個人讀這本書，多好？尤其美國是地緣很廣大的國家，家人要相聚，還真



不容易哩！有聲書可以縮短家人的距離，多好！因此，有小朋友的家庭，樂得向親朋好友指定要哪一本書。送書的人，包括祖父母、叔叔伯伯阿姨、同事……，我的一個美國朋友更對我說，有一天，他上天堂後，他的子孫們還是可以繼續聽到他讀書給下一代聽，那是多麼偉大和美好的時刻啊！

一首童詩變成一本兒童繪本書，關於描述聖誕老公公的童詩，*Twas the Night Before Christmas*，就是 2011 年聖誕節火紅的錄音書。我翻開該書一聽，錄音效果不錯。翻開第一頁，指示著買書的人，錄下自己的名字和要送給的人。每翻一頁，讀書的聲音就出現，就像有人坐在你面前說書給你聽。還會配上音樂，如聖誕老公公的笑聲……。如果提前翻頁，讀書的聲音會自動跳頁。這樣的錄音書最大的好處是，小朋友學識字很快，還有發音也可以學得很好，同時因為自己有掌控權，因此，也同時容易養成讀書翻書的習慣。由於錄音書的出現，小朋友的耳朵既可以一邊聽故事，眼睛可以看書中的圖和文字，手還可以玩書，讓小朋友覺得讀書是那麼自然的事。有聲書又可以讓小朋友養成專注和聆聽的好習慣。這樣 All-in-One 的設計，的確是既便利又享受閱讀，讓小朋友主動接近書。這本已經錄好音的書賣價是美金 29.99，連書的封面和封底，總共十頁，好賺吧！



· 《三隻小熊》（圖片提供：丘引）。

還有《三隻小熊》這本書，頁數也不多，不同的是，這本書和小紅帽都由買書的人自己讀，自己錄音。價錢是美金 27.99。

我問一個美國朋友，為什麼他要花那麼多錢買一本只有幾頁的書？他說，我的女兒指定我買這些書給我的孫女，她覺得很好，我也認同。我同時買了幾本其他的錄音書給我妹妹的孫子女……，至於價錢，聖誕節嘛！一句話點出美國人宗教壓過一切。

這是 2011 年聖誕節之前出現的書。事實上，2010 年，這家出版公司也出了其他的兒童繪本錄音書，網路上的價錢，如亞馬遜網路購書，目前每本書的價錢是美金 13.59。是不是因為聖誕節過了，價錢下降，不得而知。

我翻看了錄音書，當然安全最重要，因此，書裡規定只能由大人更換電池。Publications International Ltd 的有聲書是在中國製造的，也和加拿大合作。因為創意，就激起了購買慾，對小朋友來說，何樂不為？對於養成讀書習慣，是很有趣，也挺有趣的。

從這樣的有聲古典兒童繪本書出版製作，影響所及的是一個國家社會文化的演進，閱讀向下扎根，如這些書的讀者群設定在二歲和以上的幼童，以那樣年紀的小朋友喜歡重複聽同個故事的特性來看，三歲時，小朋友的識字率將增高很多。我判斷，小朋友的記憶性很好，當她們

聽了一遍又一遍的有聲書後，很自然地，會跟著讀書人一起唸書，接著，整本書都深深的刻印在小朋友的記憶裡。這個影響將是，小朋友說完整的句子，還有學會句子的結構，將來寫作文時就駕輕就熟。思考能力也順理成章的成熟些。

由美國的有聲童話繪本書出版，反觀我們的重要節慶，農曆新年、中秋節、端午節等，似乎沒有什麼新意出現，書市也沒有因為這些節慶而豐收，當然出版社也沒有特地為這些節慶搜刮創意，非常可惜。和美國相比，我們的閱讀風氣太弱太低，當然也和社會的文化和學校及父母的教育和閱讀習慣有直接或間接的影響。更可能是我們的學校教育重視考試和分數太過度，學生每天為同一本教科書死讀，讀到厭煩，畢業了，當然不樂意走入書店，也沒有意願掏腰包買書。這樣的惡性循環，讓我們的下一代減少了接觸閱讀和享受閱讀的機會，社會的成熟度也降低，是社會的嚴重損失。更嚴重的是，這些人長大結婚了，他們也不懂或不會在家庭預算時，編列購書預算。當然，有可能是，我們的出版市場也保守些……，但出版社都想賺錢，書店也想賺錢，作家也想賺錢，大家的目標都一致，其實不難做事，只要把過去的包袱丟開，趁新的年度開始，用創意來激發閱讀，也用創意來改變出版市場，或者讓出版市場更多元。ISBN

