绘本阅读与图书馆儿童读者服务

——以吴翠红及其团队的儿童绘本阅读推广实践为中心

陈　菁　陈哲彦（南京大学信息管理学院）

摘　要　绘本阅读推广是目前图书馆以及相关机构为了促进绘本阅读面向儿童群体所开展的主要读者服务之一。文章采用访谈法和文献调研法，回溯性梳理吴翠红及其团队十余年儿童绘本阅读推广实践历程，认为在其努力下，广州图书馆和广州少年儿童图书馆成为我国绘本阅读推广领域内优秀的行业典范，并在空间建设、推广模式、人员培训、基地搭建和宣传推广等方面为其他图书馆提供了鲜活的实践案例。吴翠红团队秉承“知行合一”的理念，将多年以来的研究及实践成果凝结成理论与实践并重的三部专著，为图书馆提供了绘本阅读服务与推广的实用型工作指南。文章从行动准则、服务理念、工作方法、战略规划4个方面来说明吴翠红及其团队的绘本阅读推广实践的重要经验。

关键词　绘本阅读　儿童阅读　绘本阅读推广　吴翠红

DOI: 10.13663/j.cnki.lj.2023.03.010

Picture Book Reading and Reader Service for Children in Public Libraries: Focusing on Wu Cuihong and Her Team's Picture Book Reading Promotion Practices

Chen Jing, Chen Zheyan (School of Information Management, Nanjing University)

Abstract　Picture book reading promotion is currently one of the main reader services for children developed by libraries and related institutions. Using interviews and literature research, the article retrospectively sorts out Wu Cuihong and her team's more than ten years of pioneering picture book reading promotion practices, and finds that Guangzhou Library and Guangzhou Children's Library have stood out in the field of picture book reading promotion as a result of their efforts. They have also provided valuable practical experience for other libraries in multiple dimensions such as space construction, activity forms, personnel training, and venue construction. Wu Cuihong's team adheres to the concept of "unity of knowing and doing", converting years of research and practical results into three monographs which equally emphasize theory and practice. They are useful practical guide for picture book reading. From the four aspects of action guidelines, service concepts, working methods, and strategic planning, the article showed the important experience of Wu Cuihong and her team in the practice of pragmatic and refined picture book reading promotion.

Keywords　Picture book reading, Children reading, Picture book reading promotion, Wu Cuihong

绘本（picture book），或译为图画书，是以图画为主、文字为辅或无文字的作品，其透过生动丰富的图画和故事，表达意义深远的内涵。绘本符合儿童的心理特点和阅读习惯，因此被公认为儿童早期阅读和教育的最佳读物。早在20世纪前期，绘本出版和阅读在欧美地区就迎来了蓬勃发展阶段。50年代后，绘本在日本、韩国和我国台湾等亚洲地区开始流行起来。到90年代，绘本阅读在欧美和日韩等国家早已形成成熟的推广模式，并成为社会共同参与的阅读活动。但在21世纪初，我国大陆才真正接触到绘本这一特殊的儿童文学形式。

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

绘本作为一种舶来品，在我国大陆地区流行的时间较短，因此对绘本阅读的理念、方法、应用与推广的认知是相对缺乏的。2006年后我国大陆地区绘本市场持续向好，在出版界已经开始大力引进、生产绘本书之时[1]，图书馆也开始关注“绘本阅读”这块沃土，并开启了绘本阅读推广的探索道路，其中广州图书馆成为我国最早投入绘本阅读推广实践的公共图书馆之一[2]。时任广州图书馆副馆长的吴翠红带领其工作团队，开展了一系列绘本阅读推广项目并取得了令人瞩目的成果，使得广州图书馆成为图书馆绘本阅读领域内的行业标杆。时至今日，从历史发展的纵向维度来看，吴翠红及其团队十年如一日的在公共图书馆少儿阅读推广领域深耕，其成功实践的绘本阅读推广并非“昙花一现”，而是持续创新发力，日渐形成了较为完善的服务体系；从其产生的横向影响来看，吴翠红团队将其实践经验上升到理论层面，将“个性”经验凝结成可供同行采用的“共性”智慧，形成了一套可复制、灵活应用的有效推广模式，将广州地区的独体经验推向全市、全省乃至全国。以吴翠红为代表的阅读推广人在图书馆儿童读者服务与儿童阅读推广领域的坚守与创新实践经验，值得深入挖掘和及时总结。

1 敢为人先：十余年绘本阅读推广实践历程回瞻

吴翠红，现任中国图书馆学会未成年人图书馆分会图画书专委会主任委员、广东省图书馆学会未成年人服务专委会主任委员、广州市少年儿童图书馆（下文简称“广少图”）副馆长等。2009年就任广州图书馆副馆长期间，她申请并主持了广州市社会科学规划项目“由绘本爱上阅读——公共图书馆少年儿童阅读推广服务研究”。通过该科研项目，吴翠红组建起了以王蓉、付跃安、黄新慧等人为核心骨干的广州图书馆绘本阅读推广队伍，自此拉开了“儿童绘本阅读推广”的帷幕。吴翠红2015年转任广少图副馆长后至今，仍带领着其团队冲锋在绘本阅读推广的前线。笔者在2021年6月期间，通过对吴翠红进行线上访谈，深入了解其团队在绘本阅读推广领域的多年实践过程及感想，结合其他相关文献，对其十余年的绘本阅读推广历程及经验进行了回溯性梳理和分析。

1.1 开展符合儿童审美心理的绘本阅读空间再造

儿童对空间环境具有较为直接、强烈的感受能力，传统的图书馆布局对儿童读者而言缺乏趣味性和吸引力。吴翠红在儿童绘本阅读推广之初，便意识到阅读空间设计的重要性，认为应将儿童在认知、发展与行为上的特质纳入儿童阅读空间的规划中。在发现广州图书馆少儿部当时的室内外环境非常陈旧、缺乏童趣和生机，不利于儿童阅读活动的开展后，她随即决定对少儿部进行全方位的改造：（1）重新整合空间功能，打造视觉新亮点。通过合理调整空间布局，划分不同功能区域提升利用率，并打造与主题空间相匹配的视觉中心以增加空间对儿童读者的吸引力。（2）发挥空间色彩的导向性，烘托适合儿童的阅读氛围。通过合理的设计，寻求色彩鲜艳的阅读空间和宁静平和的阅读氛围之间的平衡。（3）配备适宜家具软装，安全性与舒适性兼备。通过营造舒适、有趣的环境让儿童读者沉浸在阅读中，并照顾其生理需求，完善图书馆基础设施建设，如配置适合不同年龄儿童使用的桌椅用品等。吴翠红将本次改造经过以论文的形式记录下来，及时向大众传达其儿童阅读空间再造的宝贵实践经验[3]。

“美好的阅读空间，才能吸引孩子们到来，也才能让孩子们沉浸在阅读之中。”吴翠红如是说。事实证明，她对阅读空间的重视一直贯穿着其少儿阅读推广事业始终。2015年转任广少图副馆长后，吴翠红重点针对不同主题馆的资源特色及儿童读者的年龄段，对独立建制的广少图进行了大刀阔斧的特色主题馆改造，如用本土原创动漫形象“喜羊羊”与“灰太狼”装饰的童趣馆；用童话的概念，重新打造了融“绘本森林、动漫车站、小镇剧场、阅读梯田、阅读河流”等场景于一体的绘本馆。

对儿童阅读空间进行再造，表面上是对图书馆空间的改善，实质上更是对图书馆儿童读者服务的创新，推动了其基于空间资源的服务内容变革。专门的阅读空间为后续的馆藏资

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

源建设、主题活动开展等提供了适宜的服务场所。

1.2 “阶梯式”绘本阅读推广活动的服务模式

在打造好儿童阅读空间的基础上，吴翠红团队结合儿童的身心特点、馆藏特色和图书馆业务实际，通过多年的理论研究和推广实践，构建了一套“阶梯式”图书馆绘本阅读推广的服务模式。

（1）以“讲故事＋亲子读书会”为主的初阶模式。从2009年6月开始，广州图书馆开始举办以绘本故事分享、亲子阅读等为主要活动内容的“爱绘本，爱阅读”亲子读书会，以期培养儿童良好的阅读兴趣和阅读习惯，增进亲子互动，使参与者享受亲子相处的和谐和阅读的乐趣[4]236。读书会以馆员带领亲子家庭共读为基本模式，衍生出话剧表演式、讨论辩论式、故事朗诵式等多种活动形式。经过多年的读书会实践，吴翠红、王蓉带领团队通过深挖潜力，科学组织，培育出数十个可直接应用的精品案例。

（2）以“故事衣创作”为主的进阶模式。故事衣，或称故事围裙（story apron），大多以吊带围裙、连衣裙等形式出现，是一种辅助绘本阅读的专用服装，其作用是在讲故事时突出故事角色、强化故事场景和充当演示道具，以此提高儿童参与阅读活动的好奇心和乐趣[5]。台湾著名儿童阅读推广人方素珍率先在台湾地区引进和倡导了故事衣的形式，并积极向大陆的儿童阅读机构推广，但如何将其合理纳入图书馆儿童阅读服务中，是吴翠红团队做出的创新探索。2017年初，由广少图主办的全国少年儿童“图画故事衣”创作大赛向业界组织发动，并在启动阶段组织全国图书馆“图画书故事衣”创作研修班，让图书馆界迅速加入活动中。2017年6月至9月，广少图及省内各地图书馆、学校等机构共举办故事衣制作培训和应用活动近200场，并且迅速辐射全国，活动案例成果体现出多元化、实用性强的突出优势。

（3）以“绘本制作”为主的高阶模式。随着亲子读书会活动渐入佳境并取得一定的成果，吴翠红带领课题团队提出了绘本推广的进一步目标——把读者变成作者，激发读者主观能动性，积极参与到个性化的绘本制作上来。手工制作绘本书让孩子能够自行创作、设计、制作一本书，整个过程是孩子与书的另一种亲密接触，是培养青少年爱上阅读的创新形式[4]242。通过DIY做书，鼓励读者实现从“做一本书”到“认识一本书、阅读一本书”的过渡。

1.3 组织绘本阅读指导人员的系统培训

通过艾登·钱伯斯的“阅读循环圈”理论可知，在儿童阅读中，“协助能力的大人”处于中心地位，对有效完成整个阅读过程起到了关键性作用。在图书馆环境下，图书馆员、志愿者等是指导儿童绘本阅读的主要人员；在生活中，与儿童阅读成长密切相关的成人也是绘本阅读的重要指导人员。基于此，吴翠红团队对三类主要的绘本阅读指导人员开展了长期有效的培训教学活动。

（1）公共图书馆馆员。“公共图书馆少年儿童阅读推广服务研究”课题立项之初，以广州图书馆少年儿童借阅部原有的馆员为基础，吴翠红向馆内招聘有志于从事绘本阅读推广的员工，并根据不同馆员的技能特长和研究需要，课题分成了“绘本理论研究组”“精品案例组”“绘本制作组”和“大型主题活动组”4个专项小组，从而建立起一支结构合理、专兼结合、素质优良的研究和实践团队。在吴翠红转调至广少图后，这批馆员成广少图新馆的中坚力量，保证了绘本阅读推广顺利落地，也为未来的各项创新举措提供了稳定的人员保障。

（2）家长和教师群体。将父母和学校教师纳入绘本阅读的指导培训范围内，是遵循儿童阅读心理特点、符合儿童成长规律的必然选择。针对家长群体，吴翠红团队通过组织亲子读书会，让家长与孩子在多种形式的阅读过程中，增进亲子互动、享受亲子和谐相处和阅读乐趣的同时，掌握科学的绘本阅读指导能力；并以讲座、“绘本书工作坊”的形式，向家长普及绘本阅读的基础知识，儿童心理成长规律以及亲子沟通技巧等。面向教师群体，对全市多家幼儿师范学校、中小学、基层文化中心等的少儿教职人员进行集体培训。这些培训有效扩展了绘本阅读在家庭、学校等环境中的应用场景。

（3）志愿者和社会机构。吴翠红及其团队

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

在课题进行过程中，还广泛吸收、培训了许多关注绘本阅读的个人和民间机构，主要包括来自高校志愿者协会的大学生和来自社会的民间志愿团体。图书馆通过培训志愿者和社会机构，提高他们对绘本阅读的认知水平，鼓励其发挥自身的独特优势，在不同社会场景下推广绘本阅读。

1.4 搭建绘本阅读推广的社会合作网络

稳定对接的平台是绘本阅读推广走向社会化的基础。在绘本阅读推广初期，吴翠红团队通过亲子读书会在图书馆内部建立起固定的绘本阅读基地，培养了一批忠实的用户，并发挥“群际效应”吸引了更多的读书会参与者[6]。另外，课题团队积极开展在图书馆外的绘本推广活动，努力打破“阅读只在学校与图书馆”的藩篱，建立起广泛的社会阅读推广网络。据统计，仅2009年至2013年期间，广州市图书馆在幼儿园、中小学、社区、残联、医院和乡镇等举办推广绘本阅读活动累计703场次[7]。

（1）幼儿园、中小学等教育机构。广州图书馆与多家教育机构合作建设实验基地，推广绘本阅读教育理论与实践应用，效果显著。多间学校及教育机构从中得到启发，将绘本阅读融入日常教学中，并成为学校“读书节”的主要活动形式，如广东实验中学、天河区昌乐小学以绘本大赛为蓝本开展校园读书节活动。（2）居民社区与农村基层。广州图书馆与中山大学博雅班合作带领大学生走进社区、乡镇等地开展绘本阅读推广项目，参与由民盟华师小蜜蜂公益悦读中心举办的五一“小蜜蜂”乡村阅读公益助学活动等[8]。（3）弱势群体服务组织。课题团队与华南农业大学的义务工作协会合作，赴南方医院为重症儿童开展积极乐观的绘本阅读活动。团队核心成员、时任广州图书馆少年儿童借阅部主任的王蓉带领团队举办了影响较大的公益性阅读推广活动，因此被亲切称为绘本阅读推广领域的“花婆婆”[4]241。（4）民间培训机构。在课题团队成立初期，针对本馆馆员在绘本阅读推广方面整体水平不足的现状，课题团队将幼儿培训机构作为合作对象，积极吸收幼师在幼儿教育方面的经验，同时也积极向幼师群体介绍和推广故事方案，普及绘本知识，如邀请馆外培训机构合作开展英文绘本读书会，让儿童跳出中文绘本阅读的局限。课题组也尝试与当地美术机构合作，发挥美术机构在设计美学的指导作用，如与奇想工作室等艺术培训机构合作，让儿童对绘本的理解延伸到画笔中。

从吴翠红团队的做法中可知，图书馆只是儿童进行绘本阅读的主要场所之一，要想真正将绘本阅读融入儿童的成长生活，应该联合家庭、学校、社区等搭建起完善的社会网络。

1.5 实行全方位的图书馆绘本阅读宣传推广策略

近年来，跨界融合的发展趋势带来的竞争压力，需要图书馆界更加积极的应对[9]，通过合理的营销主动彰显自身价值对图书馆而言显得日益重要[10]。吴翠红及其团队在课题项目开展期间，就树立了先进的宣传推广理念，通过搭建宣传平台、创新宣传手段、扩大社会影响力等做法，使得受众对绘本阅读的概念更加了解，促进图书馆与社会各类受众的联系。

具体而言，其绘本阅读的宣传推广策略有以下几点：（1）建立一站式的专题信息门户。随着信息技术、通信技术的不断发展，网络成为图书馆发挥宣传推广职能的重要途径。广州图书馆建立的“由绘本爱上阅读”的专题网站，便充分发挥了绘本阅读指引、特色资源供给、阅读推广活动展示的重要作用。不仅为课题项目成果的实时更新提供了窗口，更为其绘本阅读服务打开了线上宣传渠道。（2）充分利用多种社会传播媒介。一方面，吴翠红及其团队通过举办展览、专家研讨会的方式，在民间和业内引发了一定的关注，充分展现了图书馆绘本阅读推广取得的成就，形成良好的口碑；另一方面，与新闻媒体记者建立了良好的合作关系，南方电视台、南方都市报、广州电视台等多家媒体多次对课题负责人进行专访，并对相关活动进行大篇幅的专题性报道。这些做法大大促进社会对儿童阅读的重视，掀起绘本阅读推广的高潮。（3）紧抓社会热点契机推广绘本阅读。吴翠红及其团队巧妙运用“余光策略”开展宣传活动[4]65，通过直接参与社会热点事件和以社会热点为主题开展活动两种方式，使得宣传力度上升到较高的水平，吸引了更大

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

范围内受众的关注。如“广州市青少年绘本制作”大赛举办时适逢第16届亚洲运动会在广州召开，课题团队运用了阅读活动与全城盛事相结合的推广思路，取得了更大范围内的社会宣传效果。

2　知行合一：集成绘本阅读推广实践成果的“三部曲”

吴翠红作为一名绘本阅读推广领域的实干家，并没有忽视理论研究，在实践中，她对发达国家和地区研究绘本阅读的代表性理论进行了深度研究并适当参考、借鉴。她还结合多年来宝贵的实践经验，发表了多篇论文，并带领团队编写了三部绘本阅读的著作，将它们编辑成册出版发行，致力于对本课题研究的成果进行理论提升。

2.1 《阅读　创意　互动：绘本阅读推广的多元化策略》（广州出版社，2013年版）

《阅读　创意　互动：绘本阅读推广的多元化策略》是首部集中展现了吴翠红团队实践付出的专著。此书由中山大学程焕文教授作序，分为上中下篇，其中上篇共四章，分别回答了“什么是绘本书”“什么是绘本书阅读推广”“为什么要推广绘本阅读”以及“如何采用多元化策略推广绘本阅读”等问题。中篇以7个主题共23个亲子读书会活动为案例，详细介绍了这些亲子读书会的设想构思、举办过程和活动效果。下篇由手工绘本书制作的基本知识、方法和案例组成。最后附有附录和后记。

吴翠红团队的首部著作充分体现了“研以致用”的学术研究和写作理念，丰富的实践案例、平易近人的图文风格，使得本书雅俗共赏，对图书馆员、家长、老师及其他绘本阅读推广人都极具启发意义[11]，能让不同身份的读者都能从中获得知识启发和实践指导，这“充分地体现了图书馆学作为一门致用科学的科学意义与价值”[12]。

2.2 《让阅读“动”起来——手工绘本制作宝典》（南方日报出版社，2014年版）

吴翠红团队《阅读　创意　互动：绘本阅读推广的多元化策略》的末篇首次引出了“绘本书制作”的概念和方法，在《让阅读“动”起来——手工绘本制作宝典》一书中，他们对“化静为动”的绘本阅读推广理念深入阐释。这是一本手工制作绘本书的操作指南，开篇简要地介绍了绘本书的概念、意义、主题、内容、形式和元素等理论知识，随后即进入实操的部分。从准备工作开始，详尽地演示了不同种类绘本书的制作方法和流程，并贴心地提示了值得注意的细节。书的最后展示了一些优秀案例和精彩点评。

作为一本实操工具书，其采用通俗易懂的语言，配以色彩生动的图片，还别出心裁地配备了随书光盘，以视频的形式为读者提供“手把手”教学的制作教程。程焕文教授在序中不吝夸奖，本书的主题——制作手工绘本可以将阅读活动“变静为动”，使小读者们对于阅读“乐在其中”，这为从根本上培养儿童的阅读兴趣提供了创新路径[13]。

2.3 《把故事精灵穿上身——图画书“故事衣”创作与阅读推广应用》（新世纪出版社，2021年版）

《把故事精灵穿上身——图画书“故事衣”创作与阅读推广应用》是吴翠红团队绘本阅读推广领域的最新力作，全书分成五章，第一章从理论方面介绍了故事衣的概念定义、价值作用、主题内容、形式、主要元素和特点等；第二章从实操层面介绍了故事衣和手指偶的准备材料和制作流程；第三章开始从更加宏观的角度，运用多个故事衣应用案例，讲述在绘本阅读推广中如何充分运用故事衣的特色和功能；第四章则以创作大赛为案例，着重总结了广少图开展大型阅读推广活动的经验；最后一章图文并茂地展示了大量的故事衣优秀作品和精彩构思。

早在20世纪80年代，图书馆员就关注如何运用可视化工具，实现儿童读者与图画书和馆员之间的交互性，从而提高绘本阅读的吸引力和儿童的专注力[14]。90年代起，故事衣作为一种具有演示功能的绘本阅读辅助工具，在欧美的图书馆流行起来[15]。在我国，故事衣经由台湾地区引进至大陆，逐渐成为公共图书馆儿童阅读推广服务的一种新潮流。《把故事精灵穿上身——图画书“故事衣”创作与阅读推广应用》作为我国图书馆界第一本有关故事衣

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

的著作，对于这一新潮流“将会起到进一步推波助澜的作用”[5]：首先，它引进国际儿童阅读推广的先进成果，为我国大陆公共图书馆的儿童阅读推广事业打开了一扇看向国际视野的天窗。其次，此书以指导实践为导向，为图书馆界开展故事衣阅读推广服务提供了实用的实践指南。最后，这部集成了广少图“故事衣”阅读推广经典案例之作，向全国各地推广先进经验。

吴翠红提出，应该将儿童阅读绘本分为3个阶段：在启蒙阶段，儿童在成年人带领下读绘本、讲故事，培养理解能力；进阶阶段中，儿童通过听故事、做手工，理解能力、动手能力和想象力得到进一步开发；而高级阶段的绘本阅读通过引导儿童自主创作故事并制作手工绘本，锻炼了儿童的思考、表达和动手能力[16]1。这“绘本阅读三部曲”，正是对应了这3个阶段：《阅读　创意　互动：绘本阅读推广的多元化策略》重点关注了儿童阅读初阶段的问题，《让阅读“动”起来——手工绘本制作宝典》适用于绘本阅读的高级阶段，《把故事精灵穿上身——图画书“故事衣”创作与阅读推广应用》则将研究视野落在绘本阅读的进阶阶段。三部著作共同组成了吴翠红团队系统性的关于绘本阅读的理论研究体系，完整地展现了立足于该理论实施的阅读推广实践成果和经验，可作为图书馆、学校或培训机构进行儿童阅读推广的工作手册及参考书。

3　务实求精：对儿童读者服务与绘本阅读推广的启示

吴翠红及其团队数十年来的实践和研究历程，为公共图书馆开展儿童读者服务与绘本阅读推广提供了诸多值得学习和汲取的宝贵经验。笔者从中总结提取出4个方面的重要启示，期望为各图书馆提供能够在实际运用中结合共性与个性，因地制宜地发挥切合自身实际的推广策略。

3.1　“实践先行，理论保障”的行动准则

“托之空言，莫如见之实行”。吴翠红十余年在儿童绘本阅读推广工作上脚踏实地、苦干力行，是图书馆领域内一位真正的实干家。在早期图书馆界并未对绘本给予足够关注之时，吴翠红凭借自身的职业敏锐度精准地捕捉到了绘本在儿童阅读推广工作中的重要作用，率先将绘本阅读和绘本制作的形式融入儿童阅读工作中来；她大胆创新地将“故事衣”概念与绘本阅读相结合，并衍生出“走秀”“展览”“文创”等多元展现手法，在全国范围内尚属首创，表现出了敢闯敢试、敢为人先的勇气与胆识。

图书馆读者服务和阅读推广的持续发展离不开理论的科学指导。吴翠红重点强调：过于抽象、深奥的理论指导是很难让馆员理解和执行的。因此她主编的3本专著都具有较强的可操作性和实用性，以朴实无华、平易近人的语言真实阐述了课题研究或工作实践的成果，并不拘泥于纯学术理论研究，而是用大量的笔墨着眼于绘本阅读活动实践案例的展现。吴翠红及其团队数年来的绘本阅读推广经验传达出一种行动理念：“行”是基础和前提，“知”是重点和关键，以行促知、以知助行，做到知行合一。正因如此，绘本阅读理论研究的目的不仅在于总结、归纳实践工作本身，而是为了唤起行动，进一步为实践夯实地基。

3.2　“儿童本位，亲子共读”的服务理念

首先，图书馆界在面向儿童读者的服务与研究中，应建构以儿童视角为核心的话语体系[17]。儿童读者与成人读者在阅读水平、理解能力、思维方式上有诸多差异，因此在进行绘本阅读时，应尊重儿童读者的个体差异性，摒弃对文本的单一和标准化解读，才能促进儿童在分享和交流中达成对文本的超越性认识，从而使得儿童在阅读活动中保留自身的独立性和自主性[18]254。“故事衣制作”的思路正是一种保留和鼓励儿童对文本进行创造性解读的有效方式。其次，在绘本阅读推广活动方面，吴翠红提出将绘本与儿童教育有效结合起来，既保留阅读乐趣、不让读者被说教和解读淹没，又能实现语言、情感、认知多维度的教育价值，提供一种有趣且有效的阅读形态。在儿童主题空间改造上，吴翠红及其团队也为图书馆空间再造提供了以儿童审美心理为中心的环境设计思路。同时，他们突出了将家长纳入绘本阅读推广体系中的重要性。绘本阅读的对象并非只有儿童读者，

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

家长也是不可忽略的群体。注重在家庭环境中播撒下绘本阅读的种子，并提升家长的阅读指导能力，是绘本阅读推广至关重要的环节。

3.3 “强化品牌，精准定位”的工作方法

公共图书馆的服务品牌是一种象征着图书馆文化品质的识别标志，是图书馆服务从数量型增长转向质量型提升的重要抓手[19]。吴翠红及其团队精准地把握住了服务品牌与阅读推广之间的互动规律，将国外与我国台湾地区等绘本阅读推广的生动经验，与图书馆实践相结合。他们所打造的绘本阅读服务品牌之所以能为业界称道，源于其所提供的内容具有较高的吸引力和感召力，这与吴翠红团队“分龄分层，精准定位”的科学工作方法脱离不开。例如基于馆藏资源特色及儿童读者的不同年龄段，对主题馆进行系列改造，针对低龄的婴幼儿群体开展“玩具＋绘本”的阅读推广等。儿童年龄特点是儿童在成长发展过程中与一定年岁对应的相对稳定的生理、心理特征和社会文化程度的综合表现，是儿童读者服务首要考虑的因素[20]101。因此，图书馆在开始儿童读者服务和绘本阅读活动时应遵循科学的划分原则，精准展开推广工作。另外，尽管图书馆进行绘本阅读推广的受众主要是儿童群体，但是还包括与儿童成长密切相关的成人，针对这些成人群体也宜采用分众的理念开展针对性推广服务。

3.4 “积微成著，胸怀大局”的战略规划

从独体建设到共建共享是公共图书馆服务品牌的时代逻辑之一[19]。发展目标一致、性质相近的一批公共图书馆之间协同合力、共办主题活动是推进活动品牌常态化、深化发展的有效渠道之一，可以扩大绘本阅读推广的传播范围，释放规模化效益，这一做法更是准确地捕捉到了未来图书馆发展以互助合作为核心的主要特征。从青少年绘本制作大赛到少年儿童“图画故事衣”创作大赛的成功，吴翠红并不止步于一馆一地的成就，而是带领团队积极整合广州市乃至广东省的多方力量，协作举办相同主旨的阅读推广活动，点、线、面结合层层联动，发挥旗舰馆的辐射带动作用，广泛铺展活动，较系统地发动广州地区的少儿服务体系，以保证活动开展质量。可以说，广少图绘本阅读推广事业的成功离不开本地区内多元化主体的广泛支持与帮助，离不开图书馆与媒体、学校、社区、家庭等的紧密合作。以广少图为中心馆，开展组织多方社会培训，促进了绘本阅读推广工作走出图书馆，深入到广州市的各县、区级图书馆，走进幼儿园及中、小学校，发动社会各界人士参与进来，使绘本阅读活动的影响力推向全省甚至全国。

4　结语

阅读推广是一项系统性的长久工程，提高儿童阅读水平是全民阅读促进的首要环节。及时为儿童的精神底板赋予“书香”的亮色，具有基础工程的战略意义。吴翠红及其团队在儿童阅读推广之旅上筚路蓝缕十余年，在我国极具开创性地探索了儿童绘本阅读空间再造与空间服务，进行了“讲故事—故事衣制作—绘本创作”的立体阅读模式的有益实践，同时又通过培育专业化的儿童阅读推广人，搭建更广阔的儿童阅读社会网络体系，成功地实行了绘本阅读宣传推广策略，并将其十年实践经验浓缩出版为“绘本阅读三部曲”，进一步为图书馆的绘本阅读与儿童读者服务提供理论支撑。吴翠红团队的十年实践及三部力作中展现出令人赞叹的前瞻性、创新性、实用性，为全国儿童阅读推广乃至全民阅读推广持续贡献着“广州智慧”。

参考文献

[1] 李欣人，孟丽丽．少儿出版发展的风向标——2006年全国少儿图书订货会扫描 [J]. 中国出版，2006(10)：39-41.
[2] 蔡思明．公共图书馆儿童绘本阅读推广研究——以广州、合肥、江阴三地的儿童绘本阅读推广为例 [J]. 图书馆杂志，2012，31(11)：46-50.
[3] 吴翠红．营造孩子们的阅读天堂——广州图书馆少年儿童借阅部的装修改造 [J]. 图书馆建设，2009(2)：110-113.
[4] 吴翠红．阅读 创意 互动：绘本阅读推广的多元化策略 [M]. 广州：广州出版社，2013.
[5] 程焕文．图画书故事衣：公共图书馆儿童阅读推广的新潮流 [J]. 图书馆建设，2020(2)：78-82.
[6] 吴翠红．由绘本爱上阅读——广州图书馆绘本阅读推广实践研究综述 [J]. 图书馆杂志，2011，30(9)：105-109.
[7] 广州图书馆绘本阅读推广案例 [N]. 新华书目报，

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

2014-11-21（B14）.
[8] 王蓉 . 绘本阅读服务：广州图书馆的探索 [J]. 图书馆杂志，2014，33（4）：72-74；63.
[9] 屠淑敏 . “十四五”时期我国公共图书馆发展环境分析和战略思考 [J]. 国家图书馆学刊，2021，30（2）：3-12.
[10] 张靖，任佳艺 . 战略规划中的公共图书馆营销 [J]. 图书馆论坛，2022，42（2）：1-13.
[11] 朱琳 . 阅读·创意·互动：基于儿童绘本阅读推广的多元化策略 [J]. 图书馆杂志，2013，32（10）：107-109.
[12] 程焕文 . 绘本阅读：公共图书馆的活力与使命——《阅读 创意 互动——绘本阅读推广的多元化策略》序 [J]. 图书馆研究与工作，2013（1）：2-4.
[13] 程焕文 . 变静为动 乐在其中——《让阅读“动”起来——手工绘本制作宝典》序言 [J]. 图书馆论坛，2015，35（2）：120-121.
[14] Keeler，Kathleen. Making picture books come alive[J]. School Library Journal，1989，35（9）：49.
[15] Wilson，Patricia，Potter，et al. Creating story aprons for library and classroom use[J]. School Library Media Activities Monthly，1999，16（3）：26.
[16] 吴翠红，王蓉 . 把故事精灵穿上身——图画书“故事衣”创作与阅读推广应用 [M]. 广州：新世纪出版社，2021.
[17] 王翩然，徐建华，李耀昌 . 倾听儿童的声音：让儿童成为自己图书馆的评价主体 [J]. 中国图书馆学报，2017，43（5）：102-115.
[18] 宁欢 . 中国儿童阅读图画书的反应研究 [M]. 郑州：海燕出版社，2020.
[19] 王世伟 . 论公共图书馆服务品牌 [J]. 中国图书馆学报，2018，44（6）：4-24.
[20] 李世娟，李东来 . 图书馆绘本阅读推广 [M]. 北京：朝华出版社，2017.

陈 菁 南京大学信息管理学院，2021级博士研究生。研究方向：阅读文化学与全民阅读推广。作者贡献：论文的选题及框架确定，论文写作、修改与投稿。E-mail：MG1914001@smail.nju.edu.cn 江苏南京 210023
陈哲彦 南京大学信息管理学院，2020级硕士研究生。研究方向：阅读文化学与全民阅读推广。作者贡献：论文的资料收集与整理，论文写作与修改。江苏南京 210023

（收稿日期：2022-02-25 修回日期：2022-05-07）

（上接第58页）

参考文献

[1] 管红星 . 2019年江苏高等学校图书馆发展报告 [M]. 南京：南京师范大学出版社，2020：30-37.
[2] 王亚林 . 电子资源的编目策略 [J]. 图书馆建设，2012（2）：47-49；53.
[3] 贾延霞，杨慧 . 利用数据库商提供的电子资源MARC数据的策略 [J]. 图书馆建设，2012（8）：25-27.
[4] 贾延霞，杨慧 . 电子资源批量编目的实践及研究 [J]. 图书情报工作，2014（18）：117-121.
[5] 贾延霞，杨慧 .Excel和元数据处理工具在电子资源批量编目中的应用 [J]. 图书馆杂志，2014（1）：40-44.
[6] 汪初芸，苏建华 . 图书馆电子资源编目研究进展分析 [J]. 现代情报，2016（4）：134-136.
[7] Bareau V. Resource management data domains[EB/OL]. [2021-08-14]. https://wiki.FOLIO.org/display/PLATFORM/Resource+Management+Data+Domains.
[8] 许磊，夏翠娟 . 第三代图书馆服务平台的元数据管理——以FOLIO的Codex方案为例 [J]. 中国图书馆学报，2020（1）：99-113.
[9] Bareau V，Warner S. The Codex Vision[EB/OL]. [2021-08-14]. https://wiki.FOLIO.org/display/PLATFORM/The+Codex+Vision.
[10] FOLIO Project Wiki[EB/OL]. [2021-08-14]. https://wiki.FOLIO.org/.
[11] Bareau V，Ladisch J. The Codex Metadata Model [EB/OL]. [2021-08-14]. https://wiki.FOLIO.org/pages/viewpage.action?pageId = 1415393.
[12] 肖铮，林俊伟 . 用微服务构架下一代图书馆服务平台——以FOLIO为例 [J]. 图书馆杂志，2018（11）：63-69.
[13] 郭利敏，张磊 .FOLIO的技术选型与运营模式研究 [J]. 中国图书馆学报，2020（1）：92-98.
[14] 孙宇，周纲 . 基于微服务架构的资源发现系统平台构建研究 [J]. 中国图书馆学报，2020（1）：114-124.
[15] 林伟明，杨巍 . 基于微服务构建的新一代图书馆服务平台 [J]. 图书馆杂志，2020（8）：66-74.
[16] 国家图书馆 . 新版中国机读目录格式使用手册 [M]. 北京：北京图书馆出版社，2004：50-171.
[17] 国家图书馆MARC21格式使用手册课题组 .MARC21书目数据格式使用手册 [M]. 北京：北京图书馆出版社，2005：33-85.

华苏永 东南大学图书馆，馆员。研究方向：图书馆学。E-mail：101010508@seu.edu.cn 江苏南京 211189

（收稿日期：2021-12-28 修回日期：2022-03-02）

(C)1994-2023 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net