



分类号.....

UDC.....

密级 公开.....

黑龙江大学

硕士研究生学位论文

公共图书馆少儿绘本阅读推广研究

申请人: 王朔

学号: 2171809

培养单位: 信息管理学院

学科专业: 图书情报硕士

研究方向: 图书馆管理

指导教师: 黄丽霞 教授

完成日期: 2019年3月1日



分类号.....
UDC.....
密 级 公 开.....

黑龙江大学

硕士研究生学位论文

公共图书馆少儿绘本阅读推广研究

申 请 人: 王朔

学 号: 2171819

培养单位: 信息管理学院

学科专业: 图书情报硕士

研究方向: 图书馆管理

指导教师: 黄丽霞 教授

完成日期: 2019年3月1日

中文摘要

绘本于 17 世纪诞生于欧洲，上世纪 80 年代传入我国，绘本按适应对象可分为成人绘本和少儿绘本。本文的研究对象为少儿绘本，是一种图画篇幅大且生动有趣，文字简短易懂且有深意的儿童读物，非常适合学龄前及小学阶段的儿童阅读，有益于激发儿童的阅读兴趣，培养儿童的阅读习惯，丰富儿童的想象力和创造力，对儿童的身心健康发展具有不可替代的作用。本文先对绘本的相关概念进行了简要的概述、对公共图书开展绘本阅读推广的必要性和可行性进行了分析，后对普通阅读推广和少儿绘本阅读推广的对象、方式和内容进行了辨析，再利用 SWOT 分析法对公共图书馆开展绘本阅读推广的优势、劣势、机会和威胁进行全面系统的分析，又列举并探讨了部分国内外公共图书馆绘本阅读推广的案例，最后总结并提出公共图书馆绘本阅读推广的优化策略。

关键词：少儿绘本；公共图书馆；阅读推广

Abstract

The picture book was born in Europe in the 17th century. It was introduced to China in the 1980s. The picture book can be divided into adult picture books and children's picture books according to the adaptation objects. The research object of this paper is a children's picture book. It is a children's book with large and vivid pictures and short and easy-to-understand text. It is very suitable for children's reading in preschool and elementary school, which is beneficial to stimulate children's reading interest and cultivate children. Reading habits, enriching children's imagination and creativity, have an irreplaceable role in the development of children's physical and mental health. Today in the 21st century, picture book reading has become the fashion of children's reading in the world. The cognition and practice of picture book reading in China's mainland is still in its infancy, and it is vigorously promoting the reading of pictures. This paper firstly gives a brief overview of the related concepts of the picture book, analyzes the necessity and feasibility of the public book to carry out the reading and promotion of the picture book, and then analyzes the object, method and content of the general reading promotion and picture book reading promotion. Using SWOT analysis method to conduct a comprehensive and systematic analysis of the advantages, disadvantages, opportunities and threats of public library in the reading and promotion of picture books, and enumerate and discuss some cases of reading and promotion of picture books in public libraries at home and abroad, and finally summarize and propose public libraries. The optimization strategy of picture book reading promotion.

Keywords: Picture book; Public libraries; Reading promotion

目 录

中文摘要	I
Abstract	II
第一章 绪论	1
第一节 研究目的及实践意义	1
一、研究目的	1
二、实践意义	1
第二节 国内外研究现状	4
一、国外研究现状	4
二、国内研究现状	5
三、国内外研究现状述评	6
第三节 研究内容及方法	6
一、研究内容	6
二、研究方法	7
第四节 本文的创新点	8
第二章 相关理论基础	9
第一节 绘本概述	9
一、绘本的定义	9
二、绘本的特征	9
三、绘本的分类	10
第二节 公共图书馆开展少儿绘本阅读推广必要性及可行性分析	11
一、必要性分析	11
二、可行性分析	12
第三章 公共图书馆普通阅读推广与少儿绘本阅读推广辨析	14
第一节 面向对象辨析	14

一、普通阅读推广面向的对象·····	14
二、少儿绘本阅读推广面向的对象·····	15
三、二者辨析·····	15
第二节 推广方式辨析·····	15
一、普通阅读推广方式·····	15
二、少儿绘本阅读推广方式·····	16
三、二者辨析·····	16
第三节 推广内容辨析·····	17
一、普通阅读推广内容·····	17
二、少儿绘本阅读推广内容·····	17
三、二者辨析·····	18
第四章 公共图书馆开展少儿绘本阅读推广的 SWOT 分析·····	19
第一节 内部优势·····	19
一、阅读环境优势·····	19
二、馆藏资源优势·····	19
三、人力资源优势·····	20
第二节 内部劣势·····	20
一、经费不足·····	20
二、活动方式单一·····	21
第三节 外部机会·····	22
一、政策支持·····	22
二、技术支持·····	22
第四节 外部威胁·····	24
一、家长对绘本阅读重视程度不足·····	24
二、儿童成长中的外部因素诱惑·····	25
第五章 公共图书馆少儿绘本阅读推广实践案例分析·····	26

第一节 国外公共图书馆绘本阅读推广案例与经验总结	26
一、国外案例	26
二、经验总结	27
第二节 国内公共图书馆少儿绘本阅读推广案例与经验总结	27
一、国内案例	27
二、经验总结	29
第六章 公共图书馆绘本阅读推广的优化策略	31
第一节 加大绘本阅读宣传力度	31
一、传统媒体宣传	31
二、新媒体宣传	31
第二节 重视个性化绘本阅读推广	33
一、重视身体残障和心理障碍儿童的阅读推广	33
二、针对不同年龄段儿童的阅读分级	34
第三节 全方位增强公共图书馆少儿绘本阅读影响力	35
一、丰富绘本阅读推广方式	35
二、拓宽绘本阅读推广渠道	36
第四节 建立多方合作机制	37
一、图书馆与出版社合作	37
二、图书馆与书店绘本馆合作	38
三、图书馆与学校合作	39
四、各图书馆之间加强合作	40
五、图书馆与阅读推广人及志愿者合作	41
六、图书馆与公众人物合作	42
第七章 总结	44
第一节 研究总结	44
第二节 研究不足	45

参考文献	46
致 谢	49
攻读学位期间发表论文	50
独创性声明	51

第一章 绪论

第一节 研究目的及实践意义

一、研究目的

近年来，我国在国家层面上对公共文化事业的重视程度越来越强，在政策法规上的顶层设计对文化事业有了更多的关注度。《中华人民共和国公共图书馆法》在第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议上已经通过，并施行于2018年1月1日。这部法律的出台，标志着我国公共图书馆事业正式纳入法治轨道，是我国图书馆发展史上极为重要的里程碑，其中第一章第三条规定：作为组成社会主义公共文化服务体系之一的公共图书馆，需要主动承担推动、引导、服务全民阅读的任务^[1]。为此，学术界有责任、有必要扛起公共图书馆服务优化任务中理论建设的大旗，不断推动阅读推广理论层面的完善和发展，并进一步应用到实践中去。

本文的研究目的在于深度剖析少儿绘本阅读推广的相关理论基础，对公共图书馆开展这项工作的优势、劣势、机会、威胁展开深入的分析，对国内外部分公共图书馆在少儿绘本阅读推广方面所做的工作和目前发展状况深入探索，并着重分析了国内公共图书馆少儿绘本阅读推广现状、问题，进一步提出多项优化策略，以期引起学界重视，为今后的研究提供参考，并有效推广到公共图书馆少儿绘本阅读推广工作中去。

二、实践意义

（一）对儿童的意义

1. 绘本阅读可以发展儿童的语言能力

语言能力是一个人儿童时期所要发展的重要能力之一，同时儿童时期也是发展语言能力的关键时期。著名的美国生理学家玛莉安·伍尔夫在对儿童阅读中大

脑变化情况进行研究的过程中，了解到儿童左、右大脑两区域在其阅读期间会同时活动，而语言学习能力在超过该时期之后就会逐渐减弱，成年人阅读过程中处于工作状态的仅有一个大脑半球^[2]。儿童的语言能力包括：听的能力、读的能力、说的能力。在听绘本的过程中孩子可以学习到丰富的词汇，认识到恰到好处的修辞，感受语言的节奏，初识语法的规则，感知语言的魅力，在潜移默化中提升语言能力。孩子的语言发展得早则一生都会有较强的语言能力，从很多家长关注的现实角度来说，阅读绘本可以从根本上解决孩子的识字问题。很小就爱阅读的孩子，基本都能在阅读的过程中，自然而然的识得大量文字，家长并不需要特意教孩子认字。上学后，爱阅读的孩子会组词，爱阅读的孩子会造句，爱阅读的孩子会作文，这些都是语言能力增强的具体表现。

2. 绘本阅读可以拓展儿童对知识世界的认知

绘本可以将儿童的知识世界拓展到无穷，动物、植物、历史、地理、宇宙、人物等等。爱阅读的孩子懂得多、知识丰富，这是公认的事实。人类的阅读并不是被动地解读作者写出的东西，而总是依靠我们已有的知识和经验，因此，阅读越多的儿童懂的越多，懂的越多的儿童能够读的就越多，儿童对于知识的学习就进入了良性循环。如台湾的《小牛顿》系列绘本可以让儿童在趣味阅读中学到大量科学知识；日本的《一百层的房子》系列绘本可以让儿童了解到丰富的动物、昆虫和海底生物的知识。

3. 绘本阅读可以提高儿童的理解能力、注意力、观察力和想象力

知识是我们要获得的结果，学习知识的能力和方法是达到结果的必要条件。绘本阅读的功效绝不仅仅是提高儿童的知识储备，还能点燃儿童的思维火花，打开儿童的思维版图，发展孩子的理解能力、领悟能力等。从根本上说，阅读与语言、思考相关。读书过程论认为：人类在阅读时，会不知不觉开发思考力；儿童沉浸在阅读中能长时间地集中注意力。一个不认识字的儿童，可以通过读图了解故事的发展，找到画面中隐藏的线索，观察能力得到提高，并在不连续的画面中发挥想象能力。画面文字故事，更可以让一千个孩子读到一千个不同的哈姆雷

特，使儿童的想象能力得到充分发挥。如《太阳面包》、《云朵面包》温馨有趣又能激发孩子的想象力。

4. 绘本阅读可以塑造儿童的气质，并帮助儿童形成正确的价值观

书籍是保存人类精神文明成果的主要形式，而读书便是对这些成果的享用，并将其逐渐转化为自己的东西。阅读可以让人思接千载，视通万里，与智者建立起交谈，与伟人对话^[3]。阅读可以让儿童经历他人的人生，间接获得作者或是书中主人公的人生经验。阅读可以穿越时空，让孩子把世界上所有的伟人都当作自己的老师。腹有诗书气自华，孩子长大以后，就是用成年前经历的事情、体验的感情、阅读的文字及收获自书本中的基本价值观，并在友爱、诚实、善良、感恩和团结等品质的运用下建立起自己的内心世界^[4]。我们的生活其实有两个世界：物质的世界和精神的世界。一个人的世界有多大，取决于这两个世界有多大。一旦儿童爱上阅读，即可构建出独立于物质生活外的精神生活，人生会更加幸福且富有质感。

（二）对国家和社会的意义

对儿童阅读的重视与否，是一个国家在国家发展、民族未来战略问题上能否实现宏观布局的真实反映。国民素质状况与阅读情况之间有着正相关关系存在，且十分密切，同时与社会发展也有关联作用，多数西方发达国家中，通常都是以促进综合国力提升的国家项目来看待儿童阅读推广，政府作为主导，由国家领导人亲自推广，并成为全民阅读工程的突破口^[5]，为培养具有国际竞争力的人才而将阅读推广上升到非比寻常的高度。

儿童阅读与终身阅读之间有重要关系。著名的美国心理学家陶森著作了《怎样做父母》，该书中明确表述了在生命的前五年可以为爱书和爱读书奠定基础^[6]。研究发现，早期阅读对未来阅读能力和学业成就具有奠基作用。儿童早期阅读的条件、环境、能力与他们的未来阅读能力以及所有学业成就具有很大的关连。统计数据表明，成年人在童年阶段中便已将读书习惯养成，爱读书的成年人中，约有三分之二的在12岁前便十分喜爱读书；而不爱读书的群体中，多数人在儿童时

期对读书也没有兴趣，日本学者七田真指出，孩子若是在 3 岁时便可将书本轻松阅读，那么以后必然会充满读书欲^[7]。

综合以上两点，我们可以得出结论，相对于成年人中阅读的推广而言，加大儿童中书本阅读的推广力度所具有的战略意义更为重要，更能够造成深远的影响^[8]。如果我们能抓住“儿童”这一敏感期就能更容易地让一个人爱上阅读，而且，一爱就是一辈子。我们每帮助一个儿童爱上阅读，就等于塑造了一个终生热爱阅读的人。而错过童年，我们很难再让一个人爱上阅读，很有可能是终生的错失。

第二节 国内外研究现状

一、国外研究现状

为了全面了解国外关于特色馆藏研究现状，笔者在中国知网，按照“主题=（‘picture book’或含‘children book’）并含‘library’并含‘reading promotion’”检索，时间截止到 2019 年 3 月 1 日，将无意义及重复文献去除之后，查询到共计 81 篇文献。就国外所开展的研究来看，多是从儿童自身角度出发，尊重儿童的有限的理解能力和不同类型儿童的个性化需求，注重阅读环境与阅读行为之间的关系，关注图书馆的适用性。

Beamish 在《Examination of Picture Books Depicting Libraries for Children Ages Birth to Seven Years》中描述了适合 0 岁至 7 岁儿童的图书馆，研究了韦根图书馆将图书馆从简单的物理结构扩展到可转移价值的范例^[9]。NOGUCHI Taeko 在《Attraction of book : Smell of Book, Smell of Library. and Child Picture Book》中探讨了书的气味、图书馆的气味与儿童绘本的关系^[10]。山田惠美探讨了建立幼儿园课堂图书馆中心与儿童图画书阅读风格的关系。Xinyu Yu 在《Exploring visual perception and children's interpretations of picture books》中提出视觉感知对儿童的分类有影响，视觉感知是处理和组织视觉信息的能力，它在识别和分类信息方面发挥着作用，许多生理和心理因素在意义的分类和解释方面都会对视觉感知的深度产生影响，儿童绘本结合文字和图片向孩子们讲述故事可以互动表现出与视觉感

知的关系,可以为儿童欣赏艺术提供资源,增强他们的视觉感知^[11]。Katarina Švab,Maja Žumer 在《The Value of a Library Catalog for Selecting Children's Picture Books》对 36 名年龄在 1 至 6 岁的学龄前儿童的父母进行了访谈和观察,让他们从六个书目记录中选择了一本版本的灰姑娘,然后从六个物理版本中选择,父母描述了他们选择的标准和原因,结果表明,父母在使用图书馆目录和选择绘本版本方面的确会遇到困难^[12]。Makoto Nakashima 提出了一个实现图书馆新的儿童阅读环境的系统,设计一个称为 BrowsReader 的系统,目的是实现一个新的环境,儿童可以在大型虚拟书架上浏览,并可以轻松找到他们感兴趣的数字化或打印的图画书。Patricia A. Larkin-Lieffers 提出改善幼儿进入公共图书馆的各种图书的机会同时支持娱乐和教育需求,需要在图书馆布局中加以考虑。

二、国内研究现状

为了了解我国公共图书馆少儿绘本阅读推广研究的现状,分析公共图书馆少儿绘本阅读推广现有文献研究热点、分布特征,笔者在《中国学术文献网络出版总库》按照“主题=‘图书馆’并含(‘少儿绘本’或含‘图画书’)并含‘阅读推广’”时间截止到 2019 年 3 月 1 日,共检索出期刊文献 30 篇,会议论文 3 篇,硕士论文 1 篇,共 34 篇文献。文献主题分布为两大类:公共图书馆绘本阅读推广理论研究和公共图书馆绘本阅读推广策略探索。

(一) 理论研究

理论层面主要讨论了通过公共图书馆进行绘本阅读推广的重要意义、作用以及进行绘本阅读推广对于儿童成长的价值,并提出通过公共图书馆进行绘本阅读推广所需要注意的问题等。黄若涛在博士论文《绘本书的传播功能研究》中从传播学的角度对绘本书的传播功能进行了系统的分析^[13]。陶丽珍在《对公共图书馆开展学龄前儿童绘本阅读推广的思考》中详细介绍了开展学龄前儿童绘本阅读的意义,指出目前相关工作存在的问题,并对日后绘本阅读推广工作的发展提出了新的思考^[14]。陈蔚在《基于绘本的公共图书馆儿童阅读推广研究》中介绍了绘本阅

读对童心愈疗的作用和各类少儿阅读推广模式^[15]。

（二）策略探索

策略探索方向的研究主要为提出公共图书馆进行绘本阅读推广的具体实施方案，主要包括活动策划，策略构思，图书甄选，安全防护等等。

殷宏淼在《基于绘本的早期阅读推广实践研究——以国家图书馆少年儿童馆为例》中详细介绍了国图少儿馆的绘本阅读推广方案^[16]。冯莉在《公共图书馆英文绘本阅读推广策略初探》中围绕广州图书馆英文绘本阅读的实践活动,综合地介绍了公共图书馆英文绘本阅读活动策划、推广策略、以及推广过程中所遇到的问题及解决方案，对其进行了详细的分析并提出了合适的解决建议^[17]。台湾地区的研究多是关注于阅读推广方式，是结合公共图书馆自身特点，积极组织、召开亲子阅读、儿童读书会等活动，曹桂平对台湾故事活动形式与转变着重展开了分析，同时也论述了图书馆讲故事活动的开展实例、成效，是值得我们学习和大力推广的^[18]。赖苑玲在《云林县行动玩具书巡回车对国小二年级学童阅读动机之影响》中介绍了台湾云林县的阅读推广方式^[19]。黄燕妮在《香港公共图书馆儿童、青少年阅读推广经验总结与启示》中总结了香港经验并指出了大陆图书馆应学习借鉴之处^[20]。

三、国内外研究现状述评

目前我国学界公共图书馆儿童绘本阅读推广研究尚处于起步阶段，国内多数已有的文献资源是关于儿童阅读推广，而关注到公共图书馆绘本阅读推广的系统的理论研究少之又少，且目前学界的研究方向大都趋于案例上的研究，理论和模式研究相对较少。相对而言，国外学界对公共图书馆儿童绘本阅读推广工作的研究起步时间较早，发展程度较高，研究范围广，探讨层次深，论题的关注点和切入点更切合实际，紧跟时代发展的步伐。同时国外研究文献中提供了很多可供参考的公共图书馆绘本阅读公共服务的成功案例，提出了不同领域共同联动促进儿童阅读的多项新颖举措，为我们进一步研究图书馆儿童绘本阅读推广策略、方式、

服务内容、服务要点、等注意事项上提供了诸多可供借鉴的思路。

第三节 研究内容及方法

一、研究内容

本论文主要论述了下列内容：

第一章，绪论部分对本文研究意义、内容、方法及国内外研究现状等内容着重进行了分析。

第二章，相关理论基础部分首先简要介绍了绘本的概念，随后分析了公共图书馆绘本阅读推广开展的必要性与可行性。

第三章，对普通阅读推广和绘本阅读推广对象、内容及方式展开了探索。

第四章，在 SWOT 分析法的运用下，全面、系统性的分析了公共图书馆开展绘本阅读推广的优势、劣势、机会和威胁。

第五章，列举并探讨了部分国内外公共图书馆绘本阅读推广的案例。

第六章，结合文献资料和实践经验的总结提出公共图书馆绘本阅读推广的优化策略。

第七章，对本文研究结论及不足进行了总结，并展望了未来研究。

二、研究方法

（一）文献资料法

通过中国知网、全国图书馆参考咨询联盟、CALIS 外文期刊网等中外文数据库对国内外有关公共图书馆绘本阅读推广方面的相关文献进行检索、收集、阅读与研究，访问各公共图书馆的官方网站的参考性文件，总结并分析了同类型的研究，在此基础上吸收和借鉴了已有研究经验，最后总结出自己的思考和建议。

（二）SWOT 分析法

SWOT 分析法，即态势分析法，由哈佛安德鲁斯(Andrews)1971 年在《公司战

略概念》中提出（一说为 20 世纪 80 年代初由美国旧金山大学的管理学教授韦里克提出）将密切关联着研究对象的内部优势、劣势及外部机会威胁等多项内容在调查之后全部列举出来，同时结合矩阵形式对其进行排列，并在系统分析思想的运用下，匹配各类因素并予以分析，如此一来即可将相应的结论收获。而在收获的结论之中，基本都具备决策性^[21]。在该方法的运用下，能够全面、准确且系统地对研究对象所处情景展开研究，并以研究结果为根据合理进行发展战略、计划及对策的制定。本文据此系统分析了公共图书馆进行绘本阅读推广的内部优势、内部劣势、外部机会和外部威胁。

（三）案例分析法

介绍了国内外部分公共图书馆进行绘本阅读推广的案例，对成功经验进行总结和借鉴，提出需要注意和更改的意见，研究探讨更为成熟且行之有效的绘本阅读推广策略。

第四节 本文的创新点

本文的创新之处体现在如下几点：

第一，对普通阅读推广和绘本阅读推广的对象、方式和内容进行了辨析。已有的研究成果大多关注图书馆阅读推广或儿童阅读推广，却鲜有将图书馆阅读推广和少儿绘本阅读推广进行辨析的内容。本文分析了二者的异同之处，提出了少儿绘本阅读推广工作需要格外注意的工作事项。

第二，采用 SWOT 分析法对公共图书馆绘本阅读推广的优势、劣势、机会和威胁进行全面系统的分析。国内外现有文献资料大多侧重于公共图书馆阅读推广方面的研究，而对于绘本阅读推广方向较深层次的研究却很少见。

第三，提出了公共图书馆绘本阅读推广的优化策略。从阅读推广的宣传力度、绘本阅读推广机制、增强图书馆影响力、建立多方合作机制等方面提出多项优化策略。

第二章 相关理论基础

第一节 绘本概述

一、绘本的定义

绘本也就是图画书，英文称“picture book”是一种由图画和文字有机融合的儿童读物^[22]。在瑞士学者 Maria Nikolajeva 和美国学者 Carole Scott 联合完成的著作《How picture books Work》中对绘本给出了如下的界定：“绘本书是在文字语言、视觉图片彼此关联关系的运用下发挥叙述故事情节作用的图书类型，作为书内容的图片会出现在绘本书的每一页中，在故事完整叙述中所发挥的作用极为关键^[23]。

绘本不同于我国近现代流行的连环画、漫画、小人书和评话本，图片并不依附于文字，并不主要靠文字来推动故事情节，没有固定形式和布局，是通过手绘图描述故事的少儿读物，其“以图为主，以文为辅”的特点，为儿童的阅读过程赋予了无限遐想空间，是儿童阅读启蒙阶段的重要媒介。绘本在数百年的历史发展中，凭借形象生动、通俗易懂的优势引导着全球儿童走进阅读、热爱阅读。绘本阅读在讲故事的同时，能够帮助孩子构建精神家园，培养多元智能。

二、绘本的特征

（一）视觉性

视觉性是指绘本会使用大量篇幅的图画，借助视觉语言进行情节的表达，能使读者依据图画便将故事内容、原因了解清楚。绘本中的每一页具有独立性，同时其中各页的图片又具有连贯性和叙事性，图画并非仅是与文字简单脱离的插图，而是色彩饱满艳丽，内容丰富宏大同时又有着精细的细节设计的整体呈现。可以让看不懂文字的孩子也能完整的理解故事的内容并得到视觉享受，这是图画书视觉传达的一大特色。

（二）灵活性

不同绘本的绘本之间形式和结构有很大的差异，绘本中的图片与文字没有固定的搭配形式，不论是在位置、数量还是形式上。有的绘本使用的文字多，有的绘本使用的文字少，但是绘本书在文字的使用上都遵循一点，就是充分考虑故事情节和人物关系的变化，出现在关键的地方，言语不多但是起到画龙点睛的作用。让故事画面生动流畅、完整和谐。

（三）哲思性

就讲故事的方式而言，哲学意义上类似于漫画。然而彼此之间的差异在于，漫画更为突出故事情节，具有严谨的形式和结构，且人物间也有着清晰的对话，尽管图画书有着简洁的文字，但仅仅凭借几个字却能将读者的思维有效激发，无限的哲理融入了简单的画面之中，在儿童启蒙教育中十分适用。经典绘本凭借简单图画、文字可实现深刻内涵的表达，借助有趣画面、简单文字也可实现人生哲理的表达。如《猜猜我有多爱你》中，在大小兔子间有趣、浪漫的互动及爱的互相展示之下，让小朋友和家长生动地感受到亲子之间的爱。

三、绘本的分类

广义的图画书包括成人图画书儿童图画书甚至玩具书等，狭义的图画书则专指儿童图画书。

（一）按形式分类

儿童图画书按着形式分类可以分为许多不同的种类，具体包含玩具书、数数书、概念书、字母书、折叠书、立体书等等^[24]。随着出版行业的发展脚步逐渐加快，少儿绘本的打开和阅读形式也越来越丰富多彩，更全面多角度地契合儿童身心发展特点，更能抓住少儿的好奇心和兴趣点，吸引着小读者们打开绘本、阅读绘本进而爱上绘本。

（二）按内容深度分类

少儿绘本按着内容的深刻程度，可以划分为不同级别的绘本图书，有些出版机构会以儿童具体年龄段为根据，围绕他们的不同生理、心理特点进行图书的设计，以便满足各个儿童有关阅读方面的需求^[25]。目前，许多公共图书馆是按照小读者的年龄进行分区和对绘本进行分类上架。这样的分类方式可以让小读者和家长很容易根据自己的年龄和心理特征来找到适合自己的绘本，缺点是许多绘本到底属于哪个年龄层次很难界定区分，且查找检索也比较麻烦。

（三）按主题分类

绘本按主题分类可以分为通识教育类、行为规范类、自我探索类、心灵成长类等等。目前许多公共图书馆是按照《中国图书馆图书分类法》的 22 大类来对少儿绘本进行分类和上架。即 A 列宁主义、马克思主义、邓小平理论、毛泽东思想；B 宗教、哲学；C 社会科学总论；D 法律、政治；E 军事；F 经济；G 文化、教育、体育、科学；H 文字、语言；I 文学；J 艺术；K 历史、地理；N 自然科学总论；O 数理科学和化学；P 天文学、地球科学；Q 生物科学；R 卫生、医药；S 农业科学；T 工业技术；U 交通运输；V 航天、航空；X 环境科学、劳动保护科学（安全科学）；Z 综合性图书^[26]。其中 I 类文学类绘本一般是公共图书馆藏书量最多的也是出版量最多的，其中 I3 类亚洲文学、I5 类欧洲文学和 I7 类美洲文学的绘本数量占比最高，也是备受出版机构推崇和家长及小读者的青睐。G 类、H 类、J 类、K 类、P 类、Q 类、Z 类等也是借阅量较大的绘本书种类。

这样的分类和上架方式有了利于检索和查找，使家长和小读者能够按所需内容类型快速找到自己所需的绘本，缺点是同类绘本数量多、内容广，需要逐本打开翻阅才能知道该本书适不适合自己的年龄层次和心智水平，需要图书馆工作人员的阅读指导和建议。

第二节 公共图书馆开展少儿绘本阅读推广必要性及可行性分析

一、必要性分析

《公共图书馆宣言》（联合国教科文组织颁布）中，明确要求:要从小对儿童阅读习惯进行培养、强化，激发将其想象力和创造力，国际图联也针对婴儿、学步儿童进一步制定了图书馆服务指南，要求图书馆在服务婴幼儿方面的重视程度应当同等于服务于成人的重视程度^[27]。著名教育学家杜威先生也指出，“儿童能力初期萌芽极为关键，在儿童初期自然趋向引导下，能将其基本习惯固定，并将其未来能力趋向确定。”根据国外在分组跟踪研究方面的数据得知，儿童阶段良好学习能力、阅读习惯养成之后，相对于并未对阅读能力培养予以重视的人而言，18岁之后可降低70%的犯罪率，就业率高达96%，且会呈现出高于社会评价指标的生存状态和生命质量。如此一来不难发现，公共图书馆绘本阅读推广活动开展的重要性、必要性。

2018年起正式实施的《中华人民共和国公共图书馆法》第二章第三十四条中明确指出，由政府主导设立的公共图书馆需要落实少年儿童阅览区域的设置，以少年儿童特点为根据合理进行专业人员的配备，并面向儿童开展阅读指导、社会教育活动，同时向学校有关课外活动提供支持，个别地区倘若具备条件，可独自进行少年儿童图书馆的设立^[28]。由此可见，从国外到国内，都将少年儿童的阅读推广工作的重要性放到了前所未有的新高度上。绘本阅读推广应作为儿童阅读推广工作的突破口和排头兵。

二、可行性分析

儿童的阅读推广主要依赖家庭、学校和图书馆三大系统的配合和协调。而公共图书馆最大的特征即具备良好环境、馆藏资源丰富，导读馆员可为读者供给针对性服务等，更利于进行儿童绘本阅读推广工作的开展。

（一）广博的绘本阅读资源

普通家庭想要大量的收藏绘本，在经济上具有一定的压力，因为绘本的价格相对于其他童书价格较高。公共图书馆的采购员，因需深入绘本图书市场进行相关书籍的采购，故而也就更明白儿童都对什么样的读物更感兴趣，从而对本馆儿童读者年龄、性格特征、阅读爱好等多项特征展开分析，在购书费用有限的情况下，确定适合不同年龄阶段的绘本采购比例，品种分配，以及绘本分类上架。有针对性和选择性地采购国内外优秀绘本，使图书馆拥有多样且海量的绘本阅读资源。

（二）优良的绘本阅读环境

阅读质量受环境的影响较大，若要保证阅读效果，在儿童阅读时，应注意为其提供轻松自由、舒适安静的阅读环境，让他们更愿意在这一环境下进行阅读。公共图书馆儿童绘本阅读区阅读环境都具备安全、舒适、开放等优势与特征，且具备布局合理的功能区的划分：儿童绘本阅读区又被细分为手工区、阅读区、亲子共读区等多个类别；在装饰方面也强调个体化，主要结合儿童心理特征选择对应的风格，尽可能的营造良好集体阅读气氛。

（三）丰富的绘本阅读活动

绘本讲读与阅读拓展活动属于公共图书馆绘本阅读的两种主要形式，其中的阅读拓展活动可采取的举措相当多，典型的如绘本自编自画、结合绘本进行手工制作、绘本剧编演等。绘本讲读实质即是根据绘本内容进行内容讲读，使读者体会到其中的乐趣，使得阅读积极性被激发，确保阅读习惯能慢慢养成，并能经常到图书馆阅读区开展阅读行为。开展阅读拓展活动的目的即让小读者们的注意力得到集中，更愿意到图书馆进行书籍阅读，而不会对图书馆产生排斥行为，于潜移默化中对绘本阅读更感兴趣，最终爱上读书。

第三章 公共图书馆普通阅读推广与少儿绘本阅读推广 辨析

第一节 面向对象辨析

一、普通阅读推广面向的对象

阅读推广的出现不得不提到英语单词“Reading Promotion”，“Promotion”，它不单单能够理解成“推广”的意思，另具备提升、促进之意，故而部分学者把“Reading Promotion”的理解成阅读促进之意^[29]。世界读书日为每年的4月23日，这一有意义日子的存在主要是1995年联合国教科文组织定下而定，第二年该组织又组织开展了“全民阅读”活动，该活动后，这一词的应用与关注度大大提高，且出现在联合国教科文组织、美国国会图书馆、等一系列积极推动全民阅读的机构工作报告及网站中^[30]。

当全民阅读在欧洲掀起了热潮并得到了公众的认可后，我国在该领域逐渐涉足，也逐渐引用和倡导“Reading Promotion”的概念，相关专家及学者将其理解成阅读推广。自此后，阅读推广也在不知不觉间变成我国各大出版业、图书馆界的热点词、常用词。站在字面上对该词进行分析，阅读推广不难看出即为带动全民积极开展阅读而实施的引导、激励活动的概称；基于狭义的视角对阅读推广进行理解实质即社会组织或个人根据既定主体而进行的相当完善的阅读活动（典型的即图书报告、比赛等），能够通过具体操作实践来将其阅读行为落实到位的推广活动；基于广义视角进行阅读推广的概述则可将理解成以阅读这一行为为主而开展的多样化文化活动与对应的事业，牵涉面广（典型的即全民读书活动等）。面向对象是全馆的读者，和全社会未进馆的居民。从年龄上看包括各个年龄段的读者，儿童、青少年、成年人、老年人；从职业来看包括农民、工人、知识分子、专业技术人员、学生、离退休及失业人员等各行各业各类人员；从阅读需求来看，既包括寻求科研信息、决策信息的读者，也包括寻求日常生活信息、娱乐信息等

信息的各种读者，同时也包含所有少数群体和社会弱势群体。

二、少儿绘本阅读推广面向的对象

少儿绘本阅读推广的对象非常广泛，包括进馆阅读的小读者和其家长，包括社会上其他未进到图书馆的儿童和其家长，包括热爱绘本的儿童，也包括没看过或者没听说过绘本书的儿童和家长，包括小学及幼儿教育界、美术界、出版界、师范院校等领域的老师和从业人员，甚至包括社会上所有对儿童、儿童阅读、绘本阅读感兴趣的潜在阅读推广人和潜在志愿者。

三、二者辨析

普通阅读推广面向的对象和少儿绘本阅读推广面向的对象有相同点也有不同点，有重叠的部分也有相互转化的部分。有时馆内的其他普通读者会受到绘本阅读推广活动的影响成为或者带领亲人朋友成为本馆的少儿绘本读者，反之亦如此。因此开展少儿绘本阅读推广活动的面向对象既要有所侧重同时也要注意不能偏颇，既要重视局部又要重视整体。

第二节 推广方式辨析

一、普通阅读推广方式

图书馆阅读推广即借助充满个性化的、独特的活动方式来使读者阅读兴趣增强，通过浓厚的、自由的阅读氛围以及轻松愉悦的阅读空间来使读者在其中体会到阅读的乐趣，从而将精力投入到阅读行为中，实现良好阅读习惯的养成，依靠海量文献资源来增长读者兴趣率，提高读者阅读质量与效率，通过馆员的专业化阅读指导使读者阅读能力增强，通过完整的、有可操作性的阅读推广方案实现阅读效果的提升。促进阅读服务是以故事会、推荐书目、作家见面会、演讲、讲座、比赛、读书俱乐部、书展等形式向社会成员宣传图书、引导阅读的活动，很多图书馆也会开展各类兴趣沙龙、观影活动、各类培训、及各类节日庆祝活动，

还有许多图书馆有游学、研学、真人图书馆等阅读推广方式。近年来许多城市会结合自身特色举办自己的读书节，如“南国书香节”和“上海读书节”等已成为当地有影响力的文化品牌和城市名片。

二、少儿绘本阅读推广方式

少儿绘本阅读推广方式是面向少儿绘本阅读推广对象进行推广所采用的方法、策略。绘本阅读推广的形式更是多种多样，如举行绘本故事会、儿童读书会、绘本阅读讲座、绘本精读会等，还可以组织小读者线上或线下分享阅读记录，制定绘本导读手册、提供专业的阅读推荐，进行绘本演绎与原创绘本等一系列活动的开展，使儿童阅读者在参与阅读活动的过程中通过相互交流，拉近双方关系，加强馆员与小读者之间和馆员与家长之间的沟通互动。

随着技术的发展和阅读需求的升级，许多地区的公共图书馆提供了全新形式的阅读推广形式，典型的即江苏省少儿数字图书馆结合儿童读者年龄、性格等多项要素推出了一系列有针对性的数字阅读推广方法，使资源推广方法更加多样，满足儿童阅读特征，也使家长在少儿数字资源使用方面的疑虑被打破，保障了少儿数字阅读推广工作的顺利开展。江苏省少儿数字图书馆精选 11 种国内主流全形态资源总结起来有：贝贝国学、中华连环画数字阅读馆、宝宝智库亲子育儿馆等，资源表现形式涵盖了少年儿童喜闻乐见的动漫、视频、有声绘本、电子书、3D 立体书等。服务读者年龄为 0-15 岁，包括面向孕妇及婴幼儿服务的数字资源，通过网站、手机 APP 和微信、触控大屏等多平台，实现“线上资源访问与活动结合、线下设备访问体验与现场活动呼应”的 O2O 服务模式^[31]。

三、二者辨析

图书馆内过去采取的阅读推广理念中提到阅读实质是阅读者通过文字分析来进行信息接受。但这种仅为阅读者提供书籍借阅的服务方法与推广形式对一些文字识别能力较差的阅读者（如儿童）来讲根本就不适用。因此也就使得儿童早期

阅读需求得不到满足，学龄前儿童文化权益得不到最大化保障。因此不同主题和不同目的的阅读推广方式要有针对性。少儿绘本阅读推广的方式要格外轻松活泼，要有新意有创意。要形式多样，丰富多彩，深深地抓住少儿读者和家长的注意力，满足其多样化阅读需求。

第三节 推广内容辨析

一、普通阅读推广内容

于良芝教授在《图书馆阅读推广——循证图书馆学的典型领域》中提到：面对海量馆藏资源，读者根本就不知如何选择，若能把读者注意力成功的转移至小范围的吸引力较强的图书推广中，则可使图书流通量大大提高，由此可以得到图书馆阅读推广的真正含义，理解起来即图书馆经精心创意、策划，把读者注意力由海量馆藏转移至小领域的吸引力极强的馆藏中，促馆藏流通量与使用率提升的活动^[32]。故而不少公共图书馆均进行多样化阅读推广活动开展，为读者提供多样化服务，并使读者坚持到图书馆进行书籍阅读的行为得到激发，且可爱上图书馆，最终回归到图书馆的报纸、期刊、图书、影音资源、数字资源等本馆文献上来。因此此处对阅读推广内容所涉及的 5 项要素进行总结即，阅读者阅读兴趣激发、阅读者阅读行为习惯培养、阅读质量提升、阅读能力培养和阅读效果升华。

二、少儿绘本阅读推广内容

少儿绘本阅读推广的内容即儿童阅读推广的客体。包括绘本阅读的兴趣、阅读能力、适合低幼儿童的绘本读物、推荐书单、新书推荐、绘本导读、作者译者和绘者简介等等。

（一）推荐书单

因儿童阅历不足、年龄受限，若要让儿童独立选择有阅读价值的读物以及可使得他们的阅读喜好得到培养的绘本是有一定难度的，很多教师和父母对于该问

题也相当困惑与迷茫，而推荐书单则可实现该问题的轻松解决，属于可行举措之一。现今不少公共图书馆的数字化网站中都已专门针对儿童这一群体增设了绘本书籍推荐书单，书单的内容一般也是最受读者欢迎的阅读资源类型。

（二）分类建档

结合不同年龄段儿童年龄、性格特征等进行个人档案建构，从而做到有计划的、有目的的引导儿童加入到阅读启蒙行列中来。目前许多公共图书馆会给小读者分发阅读手册，先制定出阅读手册的填写内容和规范，然后让小读者依据阅读指导建议和自己的喜好，填写和创作属于自己的阅读手册，使每个小朋友都有自己的阅读档案，既增加了阅读的趣味性又加强了管理和指导。

三、二者辨析

目前许多地区的公共图书馆已成立了阅读推广部门，专门组织策划和执行本馆的阅读推广活动。而少儿阅读推广活动的内容相对来说小而精，很多图书馆是由少儿图书馆或本馆绘本馆来负责，因此有时会带来职责不明晰的麻烦。且举办阅读推广活动需要一个部门牵头，其他多个部门相互配合共同完成，这样任务内容分配上和沟通协调上就容易出现问題。

第四章 公共图书馆开展少儿绘本阅读推广的 SWOT 分析

第一节 内部优势

一、阅读环境优势

（一）硬环境

公共图书馆的地理位置一般处于城市的中心地区，交通便利、易于找到，且我国图书馆实行总分馆制，一家大型图书馆一般有十几家到几十家的分馆，还有大量的社区图书室、农家书屋和街道上的移动图书馆，使儿童阅读和借还绘本书十分的便利。少儿图书馆和儿童绘本阅读区有布局合理的功能区的划分：儿童自由阅读区、亲子共读区、活动区、手工区、演绎区等；有色彩明快的装修风格和带有卡通图案的书架和桌椅。

（二）软环境

儿童在阅读的过程中需要一个相对轻松、自由安全的阅读氛围，从心理上能感到舒适和平等。公共图书馆的桌椅大小和高度适合幼儿读者，圆角设计和舒适的靠垫和榻榻米等设施使小读者可以安全舒适地读书。高度适宜的书架、展示架、借阅机、咨询台、洗手间等设施人性化的设计可以让各个年龄段的儿童自如地使用。满足各种身体特质的小读者的需求，使每个小读者在图书馆中感受到平等和尊重。

二、馆藏资源优势

因绘本的价格相对于其他童书价格较高，所以相较于家庭、幼儿园、学校和民间绘本馆，公共图书馆在财政支持下可以采购大量的、多样的绘本图书，县级以上的公共图书馆绘本藏书量少则几百上千，多则上万本，涵盖着国内外、获奖作

品、原创作品、经典绘本、新书绘本等种类齐全的绘本书，能满足各个年龄段和各类兴趣点的小读者的阅读需求。且图书馆与采购商、图书公司有常年的合作关系，可以以较低的价格采购到丰富的、优质的绘本书。

三、人力资源优势

公共图书馆的图书馆员多为受过高的教育的专业馆员或受过专门的培训，一般具有专业的学科知识。采编工作人员可以根据本馆绘本的借阅量、借阅种类、库存量、市场上的流行绘本书、学校老师及专家推荐的绘本书单等制定出专业合理的采购书单，筛选出内容适宜、种类齐全的绘本图书。阅读推广馆员会依据不同的时令、节日、读者需求等制定出有创意的内容丰富的阅读推广方案，吸引着小读者和家长参与绘本活动爱上阅读绘本。

第二节 内部劣势

一、经费不足

美国的公共图书馆数量非常多，人均馆比例可达 80:1，而英国的公共图书馆人均馆之比是 2000:1，以色列在公共图书馆方面人员数量和图书馆数量的比例为 4000:1，台湾人均馆之比是 17000:1；不过中国大陆在这方面则明显有所不足，人均馆之比是 100000:1，这一数据结果能够看出我们平均每 1 人仅拥有书籍资源 0.3 册，这一数字充分表明，相较于其它国家地区，我国公共资源数量严重不足，存在严重差距。

从公共图书馆的性质上来讲，它属于一个非营利性公益组织，主要是靠国家政府财政拨款来维持运营与发展。和发达国家地区进行比较，我国图书馆经费不足，并且受地区经济发展不平衡等因素影响，国家政府在教育投资方面存在的差异性（即各个省市投入到公共图书馆建设方面的资金不同）等的影响，以致于进行数字资源研发或推广活动开展的资金严重不足，最终也就陷入发展困境，使图书馆生存能力大打折扣。但儿童阅读推广活动的开展又确实需要用到大量资金，如儿

童阅览室硬件设施建设、室内布置等所用到的花销等；绘本购买价格较高，经费不足；活动开展前需进行道具购买，宣传过程也需花费成本等，这一系列问题均会为儿童阅读推广活动的顺利开展造成影响，以致于图书馆在活动开展中有心无力、瞻前顾后，始终在当前推广水平上停滞不前。针对儿童这一特殊群体的阅读未引起高度重视，在全民阅读中也未被视作重要问题来展开针对性研究，以致于儿童阅读推广不可观、不均衡。港澳台地区相对发达，大陆地区相对落后。沿海地带经济发达，而其它省市经济发展则较落后；城市在阅读推广方面的实施力度较强，而农村地区显得薄弱，尤其是不发达地区的区县级图书馆童书资源陈旧，专业人员缺乏，能够做儿童阅读推广的人才十分缺乏。

二、活动方式单一

方法雷同、形式单一、效果不理想等问题仍属于现今我国不少公共图书馆阅读推广方面值得解决的、需引起重视的问题，有些图书馆依旧是传统的征文比赛和演讲比赛，赛制简单老套毫无创新点和吸引力可言。活动的策划与开展缺少与小读者和家长之间的沟通。许多图书馆阅读推广活动一般只在每年的固定日举行，如世界读书日、全民读书月等。还有一些图书馆在日常开展阅读推广的活动中，只是机械的按照上级的政策指令开展，或按照之前所开展活动的惯例，并没有做出针对性的修改，也没有对小读者的绘本阅读需求和个人兴趣作深入的调查，没有对阅读推广活动进行深层次的思考和长期的计划。开展的活动没有针对性、建设性和创新性。

部分图书馆员对儿童阅读研究不够，认为儿童阅读活动是小儿科，活动或者流于形式，唱唱跳跳，缺乏思想内核；或者沿袭传统做法，无法真正促进阅读。儿童阅读推广活动缺乏长期性、系统性、计划性。各个活动之间缺乏联系，没有形成品牌，缺乏影响。我国部分阅读推广活动开展得十分被动，不少图书馆仅将阅读推广活动信息展现在自己的网站上或图书馆内的告示板上，家长和儿童缺乏在信息了解方面的途径。受信息不对称的影响以致于参与活动的儿童数量少之又

少，有的图书馆并未将其阅读推广领域延伸至社区、学校，这种坐井观天式的服务模式根本就无法使儿童阅读需求得到满足。

第三节 外部机会

一、政策支持

习总书记提到：“文化是一个国家和民族的灵魂，文化兴旺，则国运兴旺，文化强，则民族强，缺少高度的文化自信，缺少文化的兴盛繁荣，中华民族伟大复兴就无从谈起^[33]。”立足于国家的角度，“全民阅读”在2012年被写入十八大报告、2014年被写入政府工作报告，接着全国多省地市纷纷出台了全民阅读促进办法，“十三五”规划纲要等重要文件反复强调“提倡全民阅读，构建书香社会”，2017年3月1日起施行《中华人民共和国公共服务保障法》，2018年1月1日起施行《中华人民共和国公共图书馆法》众多的法律和政策先后颁布，使得图书馆事业有了明确的发展方向，给予其有效保障，证明我国对全民阅读的重视程度已经上升到了一个全新的高度。公共图书馆在共建书香社会、推动全民阅读中所发挥的作用极为显著。

二、技术支持

现阶段，现代科学技术得到了迅猛发展，特别是人工智能、云计算、大数据、互联网等信息技术的出现，显著改变了人们的生活，也将更多机遇和更大的挑战带给了图书馆。

（一）电子书与有声书

近年来有声书和知识付费受到了人们的密切关注，其被看作阅读产业不断升级的重要体现。而在2018年7月20日第28届全国图书教育博览会上，由华泰证券和中南传媒产业合理开展的第一届阅读产业资本论坛将《阅读产业发展报告（2017）》发布了出来，从报告中可知，纸质书市场规模呈不断扩大的趋势，整

体规模在 1800 亿元左右：数字阅读整体规模在 110 亿元左右，其中，电子书规模和网络文学市场规模分别为 20 亿元、90 亿元。2017 年我国有声书市场规模约为 30 亿元，增长强劲。《出版人》杂志执行主编、中南传媒创业研究院研究院曾指出：“以往我们觉得电子书会替代传统出版，但从现阶段的情况可以看出，电子书推动传统出版的效应比其替代效应更大。而在一些领域，知识付费表现出很强的替代传统纸质书的效应。大部分时候一本书出版电子书，因为带来更多流量和关注度，反而会提高传统纸书的销量。”

和纸质绘本相比，电子绘本涉及了多样化的交互功能；和传统的绘本相比，其趣味性更强，电子绘本可以朗读出相关文字，或朗读出儿童点到的某些字词，这些交互功能有利于促进儿童的语言发展。但是，并不是电子绘本中全部的交互功能都有积极作用，尤其是电子绘本中所具有的游戏和视频时间较长，对儿童的成长起不到丝毫的积极作用，甚至会危害到他们。对这些交互功能有没有好处进行评价一般是立足于教师或父母的角度，也就是有没有教育意义。虽然交互功能可以增强电子绘本的吸引力和趣味性，但是在儿童对电子绘本进行阅读的时候，和纸质绘本相比，亲子交流的时间更少。可见，有时候威胁与机会是可以相互转化的。

（二）新媒体

现阶段，社会化媒体主要为微信和微博等社交软件为主，其已慢慢成为读者阅读的主要媒介，各年龄阶段的读者更喜欢借助社会化媒介将自己的信息量增多。和传统阅读方式相比，社会化媒体具有更加明显的优点。手机等移动终端不受时间和空间的限制，携带起来更加方便，具有更大的信息资源储存量，图文并茂，检索起来极为便捷。传统图书馆并不具备这些优点，但同时图书馆可以把社会化媒体当作读者之间互动的重要桥梁，微信微博等社会化媒体也对图书馆展开阅读推广服务十分有利。合作有利于图书馆更好地展开阅读推广、加快图书馆知识传播速度、提高图书馆自身形象和美誉度。但是就现阶段图书馆在社会化媒体中的影响力可以看出，这项工作还有极大的发展和提高空间。

“绘本时光”新浪微博账号，是中国社会福利基金和中国教学会合理开展，光年意象组织运营，海豚传媒发起并承办，以发掘原创绘本人才和作品为初始目而创建的，“绘本时光计划”在中国社会独立基金会童享工程中设立，发起机构为海豚传媒和中国福基会，京东公益和京东图书馆合理发起，启蒙听听、秒拍、微博在2017年5月将“绘本超人大挑战”活动发起，活动向社会各界名人发出邀请，通过录制并上传分享自己讲绘本故事的方式，分享有趣的体验和感受，与其他的微博用户互动，一定程度上为普及全民绘本阅读提供了有利条件。诸多影视娱乐行业名人参与了此项活动，如欧阳娜娜、郑元畅、任家萱、侯明昊、易烊千玺等，同时也有大量的普通微博用户参与。整个活动的转发量在400万以上，评论量和点赞数量分别在90万以上和500万以上。这次活动让人们密切关注起绘本阅读推广工作，同时为图书馆开展绘本阅读推广带来了一定的网络影响力。

第四节 外部威胁

一、家长对绘本阅读重视程度不足

在儿童成长和学习中家庭发挥着极为重要的作用，亲子阅读直接影响着学龄前儿童的健康成长。亲子阅读即父母和儿童通过互动、对话、合作的阅读方式，用适合儿童的阅读材料开展分享、交流和讨论的阅读活动。少儿是需要由家长领进图书馆的，少儿阅读的绘本需要家长代为借阅或购买，亲子阅读绘本需要家长讲演或朗读给孩子听，如果家长片面理解和忽视绘本阅读就会导致诸多儿童没有机会展开绘本阅读。

在我国现阶段的升学压力和教育体制下，大部分家长对儿童的阅读产生了很大的功利性，加上人们对于绘本的旧有认知，很多家长认为绘本就是没什么营养的“小人书”、连环画，他们宁愿让孩子读一些认字书，甚至超越孩子所在的年龄和年级，多学算数等“有用的”知识。此外，在一些传统观念的影响下，在大部分家长看来，孩子只要到了一定的年龄，便会接受学校和教师的教导，忽视孩子的早期教育特别是阅读启蒙。

二、儿童成长中的外部因素诱惑

立足于十四次全国国民阅读调查可知,2016年我国18岁以下未成年人图书阅读量为85%,和2015年相比,提高了3.9%,未成年人的人均图书阅读量为8.34本,和2015年相比,增加了1.15本。8岁以下有阅读行为的儿童家庭中,有九成的家庭平时有陪孩子读书的习惯,这些家庭中家长平均要用24.15分钟陪孩子一同读书,除此之外,2016年8岁以下的儿童的家长平均每年带孩子逛书店的次数为3.07次,相较于2015年,增加了2.98次^[34]。有46.6%的8岁以下儿童的家长6个月以内会带孩子逛至少一次的书店,其中34.8%的家长会在1-3个月内逛一次书店。

儿童成长过程中的时间精力有限,却又常常被各种各样的事情占用。在家庭生活中除去必备的衣食住行的时间,剩下可自由支配的时间非常少。在很多家庭中,这仅有的时间还要被用做家人和孩子一起看电视、打电子游戏、玩手机、看动画片等等家庭娱乐活动中。而在社会生活中,家长休息放假的时间里,很多家长会选择带孩子到公园、游乐场、淘气堡等游戏娱乐场所。儿童成长过程中的游戏娱乐活动的确符合儿童天性、有利于儿童健康成长,而有限的时间精力都用在休闲娱乐中而不是启蒙阅读中也不利于儿童的全面成长。虽然相较于动画片、电视节目等新媒介,绘本对儿童的吸引力更弱,但少儿早期阅读应尽可能阅读纸质绘本。立足于相关研究可知,太早看动画片等电子资源既会使视力受到损伤,还会影响他们的大脑活跃度,同时动画片的质量参差不齐,会误导儿童的情感认知。

第五章 公共图书馆少儿绘本阅读推广实践案例分析

第一节 国外公共图书馆绘本阅读推广案例与经验总结

一、国外案例

如果说当今世界上儿童阅本推广方式最成熟的国家，无疑是美国。首先是其起步较早，而且一直得到政府的大力支持，所以在政策和财政上有很大的保障。同时其推广方式的多样性，以及新颖程度，很值得我们学习和借鉴。

2011年纽约的街道实验室发起了一个名为 Uni 的阅读推广项目，这个项目主要是为了将城市环境改善，进一步强化纽约社区居民之间的关系，促进公共场所活力的增强，将一种良好的学习文化打造出来，使教育变成城市生活中常见的重要组织部分^[35]。他的服务范围只是局限在纽约市，但是开启了一种新的阅读推广模式，项目的核心服务的主要工具是一个多功能的柜子，我们可以把他简单理解为带有凳子的书柜推车，柜内可以容纳 300 多本书册；其方便快捷的移动性，使其成为一个可移动的阅览室，便于志愿者们在街边，公园，以及各种公共场所开展各样的主题活动。而且项目运行之初，就将纽约市周边的偏远地区，配套设施不全的地区作为主要的服务地点。活动的重点在于鼓励人们在公共场所一起阅读，项目一经运行就等到了纽约市民的认可，并且得到了社会上各种团体和个人的大量图书捐赠，丰富了 Uni 项目的馆藏。Uni 一直在向其他机构推广这一服务模式，并以工具包的形式赚取收入，但是项目还是以公益性质为主，商业化并不明显，下面我们要介绍的推广方式可以说是图书推广与商业运行的完美结合。

我们国内现在电影的主要宣传场所还是电影院，很少有在公共图书馆宣传的，但是在美国这并不是什么新鲜事，早在 2012 年《饥饿游戏》上映的前一天，电影发行方与弗里斯克公共图书馆进行合作，选择了在该馆的少年儿童专区，进行首映式的庆祝，在庆祝会上发行方不仅播放了电影预告片，而且还和参与者进行了丰富多彩的游戏，由发行方提供服装和道具，进行服装比赛和饥饿游戏训练等；

而图书馆方面者借此机会为小朋友准备了该书的纸质本和电子书，供儿童阅读，在电影得到宣传的同时，也让孩子融入到图书馆当中，起到了很好的宣传推广效果。

其实弗里斯克比不是第一个和电影产业合作的公共图书馆，美国最大的公共图书馆--纽约公共图书馆。也许我们并未去过，但是我们可以经常在电影中看到它，比如《蜘蛛侠》、《捉鬼队》、《后天》、《蒂凡尼早餐》、《新绿野仙踪》等等，都有在公共图书馆取景。

二、经验总结

（一）主动合作

纽约市图书馆、社区、电影发行方主动合作。国内诸多开展儿童阅读推广、绘本阅读仍是独立开展，阅读活动均是图书馆一方单独负责开展、宣传、筹备、策划、总结，政府并未发挥出统领作用，图书馆之间也没有展开密切的合作，缺少媒体、学校、社区、家庭的合作，并未和民间儿童阅读推广组织展开密切合作。所以，现阶段的儿童阅读推广仍处于图书馆独立展开的阶段，推广活动水平各不相同，需要图书界和图书馆展开统一规划和整个社会的密切合作。

（二）因地制宜

开展少儿绘本阅读推广工作，与当地文化、经济发展水平息息相关，我们可以以国内外一些先进经验为参考开展少儿阅读推广，但不能生搬硬套，要立足于当地文化和经济发展水平，将符合自己需求和特点的少儿绘本阅读推广活动和模式制定出来。

第二节 国内公共图书馆少儿绘本阅读推广案例与经验总结

一、国内案例

广州图书馆打造了“亲子绘本阅读馆”服务阵地，服务对象集中于 0 岁至小

学低年级的儿童及家长、绘本爱好者。馆内设咨询总台、自助借还区、玩具图书馆、小剧场、婴幼儿区、绘本区等 6 个区域，通过馆藏文献、空间造型、环境装饰营造亲子悦读功能空间。亲子绘本阅读馆拥有馆藏文献 12 万册，重点入藏一系列获得“凯迪克大奖”“国际安徒生大奖”“丰子恺儿童图画书奖”等国内外大奖的绘本；同时收录知名童书品牌，如爱心树、启发、蒲蒲兰、麦克米伦、乐乐趣等机构出版的绘本。

广州图书馆十分注重绘本阅读指导人员的专业化培训，侧重导读员知识体系及人文情怀的培养。绘本阅读指导人员都经过精心挑选进入课题组，轮流担任导读员。他们阅读积累深厚，对绘本有较精准的判断和选择能力，善于发掘绘本的内在价值，并能够迅速应对和解决儿童及家长阅读过程中遇到的各种问题。

广州图书馆注重绘本阅读实践活动的组织与开展，通过亲子读书会、绘本制作、开展社会培训等形式推广绘本阅读。现阶段，儿童绘本阅读的推广形式主要以“爱绘本、爱阅读”亲子读书会为主，该活动每周六举行一次，内容包括绘本故事分享、个人才艺表演、延伸活动、亲子阅读、家长培训等方面。每场活动限 20 个家庭，时长约 2 小时且预留 30 分钟进行亲子共读。活动一般由馆员担任主持人，有时邀请出版社编辑、“故事妈妈”、大学生志愿者、外国志愿者帮忙主持。根据绘本主题，每期活动的主持人精心设计一系列内容，与儿童及家长就故事情节、人物性格等展开讨论，分享各自看法，体验不同情感。活动中，主持人利用表演、绘画、音乐等形式和音频、视频等技术，尽量把绘本故事展现得更为生动有趣。在绘本故事讲述中，主持人往往会赋予绘本新的生命力及思考方向，或培养儿童的生活能力，或引导儿童积极健康的情感发展。如在绘本故事《爱心树》中谈到了“爱与接纳”；在《獾的礼物》中，深入探讨“意义和价值”；在《逃家小兔》中，教导孩子学会“爱与尊重”等。主持人还会利用巧妙的提问来了解孩子的想法，并尝试着引导孩子逐步学会去倾听他人的观点。亲子读书会尊重孩子注意力时间短的天性及发展规律，采用“静-动-静”的策略：充分抓住孩子专注力最为集中的开场 20 分钟时间讲述故事内容，以“讲”和“朗读”相结合的方式，

吸引孩子的注意力；之后配以短暂的休息或小组游戏，让孩子“动”起来；最后再回归到“静”的状态，通过诸如“小小故事家”“小小辩论家”“小小梦想家”等形式让孩子重温故事情节。每期亲子读书会活动，亲子家庭不仅能够共同分享绘本故事的乐趣，还可以加入到富有创意的主题阅读延伸活动中去。例如通过绘本故事演绎舞台情景剧，由儿童表演“我是小小图书管理员”等。这些延伸活动能让孩子更加热爱绘本阅读，同时也提高了他们各方面的技能。亲子读书会为家长搭建了一个相互学习与交流的专门平台。组织“阅读策略沙龙，能促进家长分享经验和交流互动，相互学习、借鉴，共同探讨阅读技巧活动保证了亲子家庭的定期聚会，为提升亲子伴读效果提供空间，为亲子关系提供机会，为家长间分享感悟提供条件。

“让阅读动起来——绘本DIY”的创新实践，是将绘本DIY、你创作我收藏、从纸质绘本到数字绘本这3个层次有机地结合起来，建立起完善的绘本制作系统，极大地激发了儿童对阅读及动手的兴趣。组织社会培训则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。

二、经验总结

（一）专业化服务

从以上公共图书馆少儿绘本阅读推广项目实践可以看出，注重绘本阅读指导人员的专业化培训，邀请专业的阅读推广人和有学科背景的志愿者对开展绘本阅读推广工作非常重要。具有专业知识和人文素养、了解儿童心理的活动组织和执行者能更有效地抓住儿童兴趣点，培养儿童的阅读能力，使阅读推广活动影响深远，广州图书馆亲子阅读会活动无论是从项目的主题还是从组织形式上看，都体现了释放与顺从儿童天性的服务特点。

（二）服务基层

许多丰富多彩阅读推广活动的确有效，但大都是针对城市的儿童和家长，而

且如绘本读书会等活动每次参与人数仅十几人或几十人。优秀的服务却只能惠及少数的家庭，还有大量的儿童生活在农村或城市偏远地区，还有因身体或其他原因无法到馆的儿童，他们很难接受到绘本阅读推广服务。广州图书馆积极将成功的经验向外推广，大力培训区县级基层图书馆，使活动的影响力惠及更远更广，进一步使更多的读者认识到绘本的魅力。

第六章 公共图书馆绘本阅读推广的优化策略

第一节 加大绘本阅读宣传力度

一、传统媒体宣传

为扩大绘本阅读的知名度和影响力，具备一定规模和实力的公共图书馆可以牵头召开绘本阅读研讨会议，邀请业内专家学者、阅读推广人、绘本作者、绘本译者、出版界专家、教育界专家与会。也可以印制和发放绘本阅读宣传册，张贴绘本阅读宣传海报，通过广播、电视、报纸等平台发布本馆的绘本阅读推广活动信息。近年来，许多电视台和影视公司都紧跟形势，积极地投入到阅读推广工作的大潮中来。如“4·23世界读书日”之际，湖南卫视举办的“2017书香中国”全民阅读系列活动。又如《神奇图书馆在哪里》这样的有趣的图书馆文化探险类真人秀节目，都是有效的图书馆绘本阅读宣传方式。

二、新媒体宣传

在网络时代，公共图书馆要重视新兴媒体的影响力，创建和提供具有多样化优势的阅读推广数字资源，将本馆的绘本阅读推广活动及时发布在本馆网站、公众号、微博等社交媒体平台。芝加哥公共馆的“每月一作家”栏目提供了有关儿童文学作家的作品、创作资料和互动话题，足以让孩子们了解书籍背后的故事^[36]。

在这一栏目中，既有本月推荐作品的书目检索链接，且还有一些详细的书目信息，如图书封面、主题、出版年、适合年龄段等；作家视频，对自己的创作故事进行讲述；互问互答，比如灵感来自于哪里，小时候哪位作家、哪部作品最喜欢；和这一本书有关的活动扩展、主题扩展等其它内容；主题相同的其它作品推荐；同位作家的其它作品推荐，将深度整合的数字资源体现出来；包括作家个人主页以及作家作品主页在内的作家网站链接，小读者能够对这一作家与作品有更深入的了解；小读者写书评，不但可将自己的想法表达出来，也能够对其它阅读

者的感受予以了解，如此他们的自信心就会不断增强，使自我认知和群体认同感产生，而这也是较为有效的一种阅读推广方式^[37]。在建设阅读推广资源方面，应把少儿数字资源纳入重点内容中，实施资源分层，将服务对象拓宽。我国公共图书馆在少儿阅读推广数字资源方面可以学习美国的做法，即将对象分为两部分，即儿童和青少年，甚至还可再进行细分。之所以要这样做主要是因为阶段不同的幼儿具有不同的少儿信息需求与理解接受能力，所以将针对性的信息资源提供给他们非常有必要。与此同时，公共图书馆还应改变自身定位，即不应再以少儿的资源导航为主，其也应成为与少儿成长教育相关人员的信息资源导航，包括是父母、教师等，将阅读指导资源提供给他们，发挥网络资源的优势进行扩充与延伸。从美国公共图书馆少儿数字阅读资源中我们可以看出，诸多网络资源整合和链接均包含其中能够。而这一方面，我国公共图书馆就表现得不理想，为此需第一时间将有用资源找出，并利用起来，争取合作和支持，以达到共建共享资源的目的。公共图书馆应从将诸多界限打破，包括条块、地区、系统和行业，同有关少儿教育文学机构建立良好合作关系，联合共建数字资源，使各个图书馆与机构相辅相成。

第二节 重视个性化绘本阅读推广

一、重视身体残障和心理障碍儿童的阅读推广

（一）身体残障和心理障碍儿童的阅读现状

我国大多数公共图书馆都设有盲人阅览室，其中包含盲文文献，然而盲文文献仅占整个图书馆藏书的一小部分且主要适合视障成人读者，缺乏专门针对视障儿童的盲文书籍^[39]。除了缺乏特殊教育的书籍，如手语教学、盲文教学、儿童盲文文献，图书馆藏书还缺少专门为智障儿童和其他类型的残疾儿童设计的文献，如盲文儿童绘本和适合精神及心理治疗的书籍。

同时部分公共图书馆缺乏有创造性的工作计划和科学评估。残疾儿童阅读推

广活动比分散，没有长期计划和一系列品牌，或根据活动策划人员的主观意图组织活动，或由特殊教育学校自己提供书籍，或参照其他地方开展阅读推广方法设计活动形式相同，主题不新颖，缺乏科学和创造性。此外，在组织残疾儿童阅读推广活动时，图书馆工作人员大多未对读者进行深入研究，活动评价仅基于活动现场规模，参加人数和其他指标，不设定活动的短期目标和中期目标，并为对其进行科学评估。

参加阅读推广活动的残疾儿童群体有限，由于身体原因、心理障碍、文化教育等诸多因素，许多残疾儿童没有图书馆意识，不了解图书馆，有意识地来图书馆的残疾儿童人数阅读是少数。因缺乏到馆的残疾儿童读者，所以许多图书馆经常和特殊教育学校、残疾人联合会、妇联等单位联合开展阅读推广活动，而分散在社会的残疾儿童则无法参加这种阅读推广活动。

（二）建立针对身体残障和心理障碍儿童的绘本阅读推广策略

现代图书馆的一项核心价值就是公平，而若要将这一价值建立起来，就要求公共图书馆应将图书馆设施提供给每一位读者，使之在获取图书馆资源方面享有平等权，除了强调图书馆提供服务给所有人，《公共图书馆的宣言》还特别强调为无法正常使用图书馆服务和资源的人创造条件和寻找方法^[38]。

公共图书馆应牢记使命，对身体残障和心理障碍儿童的重视程度应不低于对其他儿童读者的重视程度。在专门的阅读区或残疾人阅览室增加适合各个年龄段的身体残障和心理障碍儿童的书籍，针对其知识学习需要、心灵成长需要、心理疗愈需要、认识社会需要、与人交往需要增设种类齐全、内容丰富、数量充足的绘本和其他类型童书。同时结合新技术，图书馆可以增设听书机、将绘本书与线上有声故事结合使视障少儿读者更灵活方便地听书，还要加强童书数字资源建设，使肢残儿童在家也能获得丰富的学习资源。图书馆要在特殊教育学校，社会福利机构和其他地方设图书馆服务点，提供上门借阅和还回服务。此外还要丰富的服务活动内容，如故事讲述，手工艺制作，艺术表演和残疾儿童参观活动，都可以激发他们的阅读兴趣，引起社会公众的关注。服务应整合形成品牌系列活动，实

现良好的社会效益。还可以针对身体残障和心理障碍、阅读障碍的儿童的身心特点和阅读需求，建立常态化推广机制，邀请其参观图书馆，欣赏电影、音乐，体验书籍借阅服务，参加读书会、展览等。图书馆可以定期邀请专业社工和老师利用图书馆资源辅导阅读障碍的儿童、心理障碍的儿童和智力障碍的儿童阅读，组织专家和志愿者为身体残障儿童讲绘本、演绘本，并针对其特点发挥残障儿童的特长（如爱唱歌等）邀请其参与其中，担当一定角色、承担一定责任，有助于他们增加自信、增进友谊、融入社会。

二、针对不同年龄段的儿童的阅读分级

目前针对不同年龄段的读者，一般按 3 岁以下婴幼儿，3 到 6 岁低龄儿童，6 到 9 岁儿童和 9 岁以上四个年龄层次进行分级。

0-3 岁是儿童脑部发育的黄金时期，也是进行绘本阅读的重要阶段，婴幼儿第一次接触图书，简单且有趣的游戏书、翻翻书、洞洞书和玩具书会让这一年龄段的孩子更多的用手去摸，去感受图书，在翻折中找到乐趣，感受到不同的触感，开始认识颜色和数字、学会分辨形状。

3-6 岁的低龄儿童已进入到幼儿园阶段，开始走出家庭迈进学校、了解社会和认识世界，这个年龄段的儿童会有很强的好奇心，对所见到的一切都想了解，都想问个为什么，同时还具有着天马行空的想象力，对成年人的充满着规则的世界感到难以接受，此时大量内容丰富有趣的绘本书就成了他们最好的伙伴。许多教育类的绘本书可以帮助其一点点了解这个社会，明白各种规则如公共场所要排队、讲卫生等等，了解各种社会机构如医院、学校等等。同时大量的故事书包括童话故事、寓言故事或其他有趣的天马行空的故事如《我是最帅的大野狼》等都会很有效地培养这一年龄段儿童的语言认知能力和情感体验能力，对于其今后的阅读和表达有极大的助力作用，甚至可以说是一生中心灵营养的根基。6-9 岁的儿童已经进入小学阶段，可以认识大量的字，此时不需要他人陪同或讲解，自己便能独立阅读绘本了。此时儿童也具有独立挑选绘本的能力了，他们会根据自己的爱

好和兴趣去选择，阅读较有深度的绘本书，其中自然生物、交通、天文、考古、工业等科普绘本如《繁忙的建筑工地》、《地铁开通了》、《恐龙大逃亡》等会成为他们的最爱。

9岁以上的小读者一般还未完全脱离儿童阶段的稚气，但也在逐步向少年阶段迈进，此时的小读者已经会开始思考更深奥的问题了，包括生命和死亡、宇宙的运行规律、社会在运行中的弊病，还有在学校和生活中遇到的问题和困难都会使其更丰富更深刻。富含哲理的绘本如《很大很大的大问题》、《痒痒熊》，关注世界上的焦点问题的如《这片草地真美丽》关注环保问题、《希望》关注灾后重建问题，这些书会成为他们更好地认识自己、认识世界的重要工具。

第三节 全方位增强公共图书馆少儿绘本阅读影响力

一、丰富绘本阅读推广方式

在图书馆全年推广的工作中，几乎都能够看到少儿阅读推广活动，但其却并未有较高的社会认识和参与度。所以，公共图书馆需从传统思维中突破出来，积极进行调查研究，努力改变老套无效的活动。

（一）创造品牌化活动

公共图书馆要有与全社会合作的胆识，大胆引入社会力量办活动，在开展活动时选择合作或者品牌输出的方式，对选秀类活动，又或是知识抢答类活动模式予以借鉴或运用，结合商业策划和公益活动。在策划时将品牌设计理念引入进来，品牌化既可以让图书馆的知名度大幅提升，也可获得更高的美誉度，达到读者预期，将其响应活动的积极性激发出来。同时应为整个绘本阅读推广活动设计形象，比如设计一个生动活泼的吉祥物，定期开展不同主题但同一模式的常规化活动，使之深入人心，让儿童和家长形成习惯。

（二）利用新技术和数字资源

公共图书馆要善于将一些新技术利用起来，全方位开展活动，让线上线下联

动传播成功实现。如深圳图书馆联合“哪吒看书”举办了“跟着绘本游丝路——亲自数字阅读活动”通过对电子绘本的讲解和演示，展示丝路历史、丝路路线图、风俗地貌等。如果儿童阅读绘本由专业图书馆员指导，阅读效果会更好。而香港公共图书馆便对“网上讨论区”予以了设立，鼓励读书会成员通过互联网和导师进行讨论交流，使彼此之间的沟通联系进一步加强。

（三）增加馆员与读者的互动

榜样具有巨大的力量，因而公共图书馆需寻找读书榜样，将阅读“达人”找出来。以点带面，让阅读小达人带动更多的小读者。阅读推广工作者的责任就像一个老师。正确的领导能激发孩子们真正理解图画书中的每一个元素。正确、权威的阅读和引导技巧可以传达绘本的精髓，促进孩子想象力和创造力的释放，避免思维方式固化。

二、拓宽绘本阅读推广渠道

在中国共产党第十九次全国代表大会上明确指出，我国社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活的需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。现阶段，四级公共图书馆系统（国家、省（区）、市、县）已在我国建立起来，但从总体上来说，随着人民精神文化需求的不断提高，其不论是数量还是质量都不理想。这正是我国社会主要矛盾在图书馆领域的主要体现。

作为社区居民身边的文化中心，社区图书馆和阅览室具有非常广的辐射面，可很好地普及大众的阅读理念，为其示范正确的阅读行为，让诸多家庭漠视儿童早期阅读的情况得到明显改善，使之将早期阅读理念树立起来。亲子阅读可以使婴幼儿的情绪发展得到稳定，让儿童的依恋心理得到满足，让他们感到外部环境的安全和心灵的安全，可将儿童多元潜能激发出来，对其社会性发展起到积极促进作用。且亲子共读绘本也能够创设良好的家庭关系情境，营造和谐温馨的气氛，增强儿童和家长的幸福感。因此社区图书馆一定要重视少儿原生家庭的阅读指导，在工作计划中纳入指导家长以家庭为阵地进行亲子共读这一项目。受个体能力的

影响，儿童并不是图书馆的常规使用者，所以推广人员一定要定期为家长答疑解惑，将阅读材料与阅读方法等方面的指导提供给家长。指导父母开展亲子阅读时利用，合作式、对话式和互动式等策略，把儿童的阅读兴趣激发出来，实现亲子之间的有效互动和交流。

而在占我国人口大多数的农村地区，儿童的阅读情况却不容乐观，大量农家书屋不仅缺乏种类齐全的少儿绘本和其他童书，更是缺乏具备专业知识的图书管员，使大量的农村地区的儿童无法获得与城市儿童或发达地区儿童相同的阅读机会和阅读指导。在我国普遍实行的总分馆体制下，区县级图书馆可以为村镇级图书馆提供培训、辅导和技术、资源支持，而这又往往受到一个地区经济发展水平、财政支持力度和当地对文化事业重视程度、思想观念、文化习俗等因素的制约。因此各村镇图书馆的总馆不仅要加大支持和帮扶力度，定期组织针对农家书屋图书管员的培训活动、按各地村镇儿童数量提供绘本资源、组织阅读推广馆员到农家书屋调研指导并开展活动，还要培养农家书屋的自建能力，辅助其逐渐依靠自身力量开展少儿绘本阅读推广活动并建立激励反馈机制，使其发展科学化常态化。还要引入社会力量，吸引企业和基金项目的资金支持，引发公益团体的重视和全社会的关注。

第四节 建立多方合作机制

《公共图书馆法》中明确提出：应鼓励社会力量积极加入到公共图书馆事业中，在进一步细化的基础上将相关配套政策落到实处；今后不断参与到公共图书馆事业的社会各方会有益的补充图书馆服务体系，并和政府主办的公共图书馆相辅相成，一起促进，进而使供需不平衡、不充分的矛盾得到有效缓解，对社会资源予以充分调动，不断激发社会活力^[40]，充分涌流所有对图书馆事业发展有利的社会要素，让图书馆事业发展的强大合力汇聚，势必能够把发展图书馆的优良环境营造出来，使完备的服务体系被构筑起来，对社会主义文化阵地予以巩固，在书香社会建设中将图书馆行业的重要作用充分发挥出来。

一、图书馆与出版社合作

一直以来，在中国儿童阅读推广领域，出版业均是活跃度较高的一部分。图书馆与出版社合作将会带来事半功倍的效果。近年来，儿童图书已成为中国出版业最具活力的部分，将创意、引进、合作、推广相结合的出版业务模式逐步形成。中国出版协会儿童阅读委员会主任海飞在 2012 年发现，美国儿童应阅读的 100 种书籍中有 78 种已被引入中国，所以他认为中国儿童和美国儿童有着同样的阅读起点。

为了促进读者对优秀儿童书籍的认可，在儿童图书出版业开展了各种阅读推广活动，例如与学术界、评论家和媒体联合举办各种研讨会，组织儿童作家和画家进入校园为，图书馆儿童阅读推广提供支持。例如，21 世纪出版社已作为常设机构举办了七届“中国儿童阅读推广论坛”：中国儿童图书出版业也 1990 年加入国际儿童阅读联盟（IBBY），并将国际儿童图书节引入中国，每年 4 月 2 日为“中国儿童阅读日”。出版界的努力丰富了中国儿童书籍，使中国成为世界第二大儿童书籍出版国，促进了童书传播。在出版业中还有很多有影响力的儿童阅读推动者，如人民教育出版社的王林博士，他在人人教育学会小学语文教育网推出了“萤火虫阅读俱乐部”，鼓励教师阅读和学习儿童文学作品，还帮助教师有效地将绘本带入课堂，并在学校层面推广课堂阅读俱乐部，从而促使全国各地的儿童参与到绘本阅读中来。

二、图书馆与书店绘本馆合作

作为一种民间图书馆，绘本馆以城市儿童为主要服务对象，并向其提供文化服务，多以会员制的形式来达到创收的目的。近年来城市人口的大量增长、儿童早期教育和启蒙阅读的需求增大、公共文化资源的缺失和地域分布不均等现状促进了民营绘本馆的产生。目前许多城市绘本馆的数量甚至要远远高于公共图书馆的数量。在一定程度上，绘本馆既类似于社区图书馆，但二者也又不同之处，绘本馆因为得到了诸多民间力量的资助，所以在办馆方式呈现出多样化的特点，一

些绘本馆以儿童早教为服务特色。民营绘本馆的出现既能够对儿童的阅读兴趣予以培养，让公共图书馆服务的缺陷得到有效弥补，促进社区文化氛围的提升，还能够将一定的交流空间提供给家长，使之交流育儿经验。

在全民阅读的大背景下，绘本馆等民间公益儿童阅读组织逐渐兴起，并和公共图书馆之间建立了良好合作关系，二者之间经常开展少儿阅读推广活动。作为官方推广阅读活动的一个重要阵地，公共图书馆在诸多方面均具有非常大的优势，包括馆内环境、软硬件设施、文献资源、人才资源等，而民间形成的阅读团体具有非常强的生命力，灵活的形式，并拥有自己的志愿者团队，因而二者的合作是可行的，且对双方也有极大的帮助。

诸如故事会、读书会、培训班、公益讲座、绘本剧表演等均是二者经常选择的合作形式。公益儿童阅读组织和公共图书馆的合作范围对双方在合作中的权利义务进行了规范，使之尽量把各自的优势发挥出来，长远有序的进行合作^[41]。

图书馆应该具备开放的理念，走向共赢的道路，积极与绘本馆交流学习，进一步参与其中，扩大自身影响范围。对街道与社区的图书馆来说，必须要注重合作，打造更加完善的合作平台，将自身的主导作用体现出来。为了保证图书馆这项工作的正常进行，需要由专门的部门进行负责，通过做好统筹规划工作，让阅读推广活动在开展中取得更好的效果。图书馆中所有员工也要转变思想意识，发挥出自己才能，积极的提出自己的意见，不断改进阅读推广活动的内容，创新其形式，并做好宣传工作，将已有的带动效应体现出来。公共图书馆也要拓宽合作渠道，可以与民间公益阅读组织加强合作，形成更多影响力强的项目，体现出品牌辐射带动效果。如在儿童阅读品牌打造中，应该保证其内容与形式具备较强的吸引力，能够引起儿童的兴趣，并与实际生活加强联系。此外，图书馆在开展阅读推广活动时应该循序渐进，不能半途而废，不断的在活动开展中进行创新，灵活运用多种形式，保证其能够形成长久吸引力。

三、图书馆与学校合作

阅读在教育里始终是个备受推崇的概念。伴随教育改革的步伐，中国教育界在近十几年也在不断探讨和强调阅读的作用，讨论语文教学的改革和“书香校园”的建设的科研项目不断开展。在现行的教育体制下，很多教育工作者也在力所能及的范围内采用各种方式推广阅读，根据自己可以影响的范围从校园环境营造、读书组织建立、阅读活动开展、师资力量培训、发动家长参与、阅读效果展示、学生激励等方面，全方位推动儿童阅读。

图书馆要和幼儿园、小学等加强联系，一起开展绘本资源推送工作，带动更多儿童参与到绘本阅读活动中。图书馆可以从当地已有幼儿园、小学校情况出发，通过对合作协议的签订实现文献资源共享，让儿童接触到更多的绘本资源。图书馆可以与幼儿园及小学校合作共建阅读基地，将阅读课长期定期地开在图书馆内，充分利用馆内绘本资源和人力资源优势，图书馆工作人员也可以适时深入到幼儿园、小学校与儿童一起进行阅读，并邀请幼儿及其家长到图书馆参观。以上合作能让绘本资源得到进一步利用，同时也有利于幼儿园及小学教师开展教学活动，更有利于儿童在绘本阅读中感受快乐、积累知识、提升阅读能力和语言素养。

黑龙江省图书馆在 2018 年举办了以“我最喜爱的童书”为主题的校园阅读推广活动，向哈尔滨、黑河、伊春、绥化等地市小学、留守儿童较为集中的农村小学，共计 9 所小学送去童书，并派出阅读推广馆员、联合出版社童书编辑组建阅读推广团队开展校园读书会。期间包含介绍“我最喜爱的童书”中 30 种提名童书及作者和故事背景、进行关于阅读习惯的养成的阅读指导和百科知识有奖问答等活动，使同学们收获知识和阅读方法。

四、各图书馆之间加强合作

目前我国已有许多城市实现了本市内各个图书馆图书的通借通还，然而联合开展阅读推广活动的图书馆却很少见，跨地区的合作则更为少见。各类型各级别图书馆之间要加强绘本阅读推广工作的横向交流和互鉴互动，构建少儿绘本阅读

推广研究和服务的共享平台。

图书馆要想让绘本阅读推广活动正常进行，应该找到突破点，针对可以通过打造儿童阅读推广图书馆联盟的方式，对各图书馆进行统一部署，让广大儿童享受到更好的服务。同时也要积极加快总分馆建设步伐，注重对流通站的建设，并采取阵地服务、社区活动以及送书上门等措施。要充分认识到儿童读者是主要服务对象，在阅读推广活动进行中，应该注重共享数字资源，让儿童有更多阅读的机会，逐步实现自身思维能力的发展，也促进儿童的健康成长。

五、图书馆与阅读推广人及志愿者合作

（一）与阅读推广人合作

当前很多图书馆在服务上缺乏足够的人才，要想避免发生这种问题，可以选择货币化措施，在服务工作中吸引社会力量，与各界阅读推广人合作，为图书馆建设和少儿绘本阅读推广提供人才支持。社会上专业人士也参与到图书馆服务工作中，可以为图书馆服务工作带来活力和创意，有利于儿童的绘本阅读活动顺利开展。

图书馆应该采取多种方式吸引人才，可以是邀请阅读推广人开展特色类活动，或者是整体打包服务，或者是采用购买服务的方式，让图书馆儿童阅读服务质量实现提升，达到预期的效果。例如在母亲节到来之际，百色市图书馆邀请了著名阅读推广人、绘本翻译家林静老师和著名阅读推广人、“全脑思维读绘本”创始人南子老师开展了一次“我有一个读书给我听的妈妈”主题亲子阅读活动。期间阅读推广人林静在音乐中吟诵了《生命的故事》，南子老师讲读了《安的种子》，活动中还有与小读者的问答互动、游戏、画图等活动，这次合作共赢的绘本阅读推广活动不仅促进了儿童阅读绘本，而且增强了图书馆的影响力。

（二）与志愿者合作

公共图书馆引入志愿者服务，既让社会公众有更好的志愿平台，为社会与他人提供优质服务，同时可以解决图书馆人才不足，经费匮乏等问题，使图书馆履

行好自身功能，增强图书馆和读者的互动，实现服务效率的提升，为社会主义精神文明建设创造更好的条件^[42]。我国在实行《公共图书馆服务规范》以后，对志愿者活动作出了明确的规定，文化部也在图书馆评估定级标准中增加了志愿者管理的内容。对志愿者构成来说，可以是社会各个层面的人员，包括家长、教师、学生以及图书馆工作人员等，他们需要具备一定的经验与技能。图书馆在儿童绘本阅读推广活动应更加关注志愿服务，开展图书阅读推广活动时，应该将志愿者的分工合理确定下来，将自己的职责履行到位，全面参与到场地建设、故事讲述、摄影录像和网络发布等过程。例如对一些具备较强语言表达能力的志愿者来说，可以进行讲故事工作，而对于方案设计、文字总结等工作来说，则由文字组织能力较强的人员负责。图书馆员由于缺乏婴幼儿阅读教育的专业内容，应该吸引一些在儿童阅读上感兴趣的志愿者如幼儿师范专业的在校生，或者是由相关专家开展亲子阅读课程，此外也要加强对志愿教师的培养工作，为亲子阅读创造更好的条件。通过培训，使其意识到早期阅读的重要性，掌握讲故事的方法，并在专业示范中进行锻炼，为活动的开展奠定良好基础。如哈尔滨市南岗区图书馆与哈尔滨幼儿师范高等专科学校志愿者团队长期合作，每周六、日上午在其少儿馆开展志愿活动，包括绘本故事会和手工DIY等，幼儿师范学校的志愿者们学习过教学方法和幼儿心理等专业知识，提前准备好每期要讲读的绘本的演示文稿和讲读技巧，能够在两个小时的绘本故事会中让孩子听得深陷故事当中，不愿结束。同时志愿者们也可以收获实践经验，提升教学能力。

六、图书馆与公众人物合作

（一）名人效应

名人的出现所达成的引人注意、强化事物、扩大影响的效应，或人们模仿名人的心理现象统称为名人效应^[43]。名人效应对生活的各个方面都有深远的影响，在少儿绘本推广中的应用主要通过宣传推广来实现。如知名演员邓超曾在其个人微博上发布了其在幼儿园为小朋友们讲绘本的视频，其中包括《是谁嗯嗯在我头

上》等多本广受好评的儿童绘本。这一行为引发了大量关注并极大地带动了绘本阅读。名人效应可以促进图书馆图书的阅读和推广，它能够发动更多人进行阅读。同时图书馆服务上有着越来越多的功能，图书与资源不断增多，越能够发挥出名人社会效应。在自身影响力增强后，将有更多读者参与进来，也让图书馆进行阅读推广活动有可靠基础条件。

（二）广泛合作

图书馆在开展少儿绘本阅读推广工作中，可以广泛向社会各界征求建议，可以让阅读推广工作有良好的群众基础，保证活动的顺利开展，取得更大的效果，进一步促使全民阅读水平的提升。在名人效应的影响下，图书馆增强了对广大读者的吸引力也有利于维持自身的社会形象，通过利用这种方法，还能够让图书馆有更多方面的支持，包括社会各界的基金捐赠和图书捐赠等。对此今后图书馆在开展阅读推广的过程中，应该将名人的作用充分体现出来，形成更明显的名人效应，使少儿绘本的推广能够健康有序地进行。

第七章 总结

第一节 研究总结

本文的研究范围从国外到国内，介绍了国际儿童阅读推广组织、国际图书馆界公例条约、国内法律、行政举措。选取并介绍了适合我们学习借鉴的国内外公共图书馆的绘本阅读推广案例，从多角度分析论述了我们要吸收的经验和更改的不足。研究内容同时穿插着绘本阅读、图书馆阅读推广、婴幼儿阅读、青少年阅读和亲子阅读的概念。研究角度包括政府、公共图书馆、出版机构、学校、教育界、学术界、儿童、家长、阅读推广人、志愿者及普通读者。研究结论总结如下：

第一、通过对国内外学界已有的研究结果分析研究，对绘本的概念、特征、分类和绘本阅读推广的必要性可行性研究发现，从国际上到我国内部，都将少年儿童的阅读推广工作的重要性放到了前所未有的新高度上，由此可见公共图书馆开展绘本阅读推广活动的意义和作用。

第二、通过对普通阅读推广和绘本阅读推广的对象、方式和内容的辨析，找到了二者的异同之处。公共图书馆开展少儿绘本阅读推广工作要制定有针对性有预见性的方案，不能完全照搬照抄其他阅读推广方案。

第三、通过 SWOT 分析法对公共图书馆绘本阅读推广的优势、劣势、机会和威胁进行全面系统的分析后，发现公共图书馆具有丰富的少儿绘本文献资源，专业的阅读指导人力资源，优越的阅读环境和地理位置，同时有着法律政策的支持和新技术的支持，但却有经费不足、辐射范围不广、发展不均匀、活动方式单一缺乏创新等问题。需要公共图书馆多学习先进经验，扬长补短。

第四、本文提出了公共图书馆绘本阅读推广的优化策略。提出要加大各种方式的宣传力度，讲图书馆营销推向现代化，扩大图书馆的影响力，宣传绘本阅读对于儿童成长的重要性，对于国家和民族未来人才梯队的重要性，多角度多方面增加阅读推广方式、拓宽阅读推广渠道，让绘本走向家庭、走向社区、走向农村，重视社会弱势群体和残障儿童，与多方合作等多项优化策略。

第二节 研究不足

因绘本传入我国的历史较短，致使我国公共图书馆对于少儿绘本阅读推广工作开展得也较晚，因此可借鉴的先关文献资料 and 理论研究都较少，可参考到的实践经验也较少，不能形成更全面更完整的研究结果。此外研究中还缺乏我国港澳台地区的公共图书馆少儿绘本阅读推广经验。且本文在推广渠道的拓展方面研究还不够深入，未能深入到农家书屋及基层分馆实地考察，望今后的研究工作能对这一领域进行深入的研究。

参考文献

- [1] 《中华人民共和国公共图书馆法》[J].图书馆,2019(01):112.
- [2] 郭志贤.义务教育阶段外来务工随迁子女课外阅读现状及提升策略[J].福建教育学院学报,2017,18(08):23-24.
- [3] 朱淑华.从战略高度推进儿童阅读[J].图书馆理论与实践,2010(02):75-79.
- [4] 朱永新.孩子早期的经验对成长非常重要教育[J].教育,2013(08):35-37.
- [5] 华婧.关于公共图书馆少儿阅读推广工作的实践与思考[A].全国中小型公共图书馆联合会、中国知网·中国知识资源总库编委会.全国中小型公共图书馆联合会2014年研讨会论文集[C].全国中小型公共图书馆联合会、中国知网·中国知识资源总库编委会:全国中小型公共图书馆联合会.2014:6.
- [6] 廖连生.基于问卷调查的学前教育阶段(3-6岁)儿童阅读推广分析与思考[J].儿童发展研究,2018(01):9-14.
- [7] 黄娟娟.0—3岁幼儿阅读发展与培养[M].上海:上海科学技术出版社,2005:40.
- [8] 刘晓英.少年儿童图书馆与青少年阅读[J].图书馆工作与研究,2005(4):94-96.
- [9] Beamish. Examination of Picture Books Depicting Libraries for Children Ages Birth to Seven Years[J]. New Review of Children's Literature and Librarianship,2018,24(2).
- [10] NOGUCHI Taeko. Attraction of book : Smell of Book, Smell of Library. and Child Picture Book[J]. Nursing and information: journal of the Japan Nursing Library Association,2009,16(0).
- [11] Xinyu Yu. Exploring visual perception and children's interpretations of picture books[J]. Library and Information Science Research,2012,34(4).
- [12] Katarina Švab,Maja Žumer. The Value of a Library Catalog for Selecting Children's Picture Books[J]. Cataloging & Classification Quarterly,2015,53(7).
- [13] 黄若涛.绘本书的传播功能研究[D].中国传媒大学,2006.
- [14] 陶丽珍.对公共图书馆开展学龄前儿童绘本阅读推广的思考[J].贵图学刊,2012(02):35-36.
- [15] 陈蔚.基于绘本的公共图书馆儿童阅读推广研究[D].南京大学,2012.

- [16] 殷宏淼.基于绘本的早期阅读推广实践研究——以国家图书馆少年儿童馆为例[J].图书馆研究与工作,2019(02):54-57.
- [17] 冯莉.公共图书馆英文绘本阅读推广策略初探[J].山东图书馆学刊,2015(05):49-53.
- [18] 冯睿.近 20 年我国图书馆未成年人阅读研究综述[J].图书馆学刊,2015,37(01):131-135.
- [19] 赖苑玲.云林县行动玩具书巡回车对国小二年级学童阅读动机之影响[D].2017.
- [20] 黄燕妮.香港公共图书馆儿童、青少年阅读推广经验总结与启示[J].现代情报,2013,33(08):140-143.
- [21] 张爱邦. SWOT 分析法及其在高校管理中的应用[J].沈阳工程学院学报(社会科学版),2006(04): :471-473.
- [22] 王喜明,王金娜,康丽峰.政府购买民营绘本馆儿童阅读推广服务研究[J].图书馆建设,2016(10):92-97.
- [23] 祁重卓,甄丽娜.绘本创意戏剧表演问题的再探讨[J].陕西学前师范学院学报,2016,32(10):46-51.
- [24] 惠琳.宿州市全民健康阅读体系的构建[J].管理观察,2017(14) :177-179.
- [25] 陈雅梅.公共图书馆开展家庭绘本阅读推广的应用研究[J].四川图书馆学报,2017(05):71-74.
- [26] 国家图书馆《中国图书馆分类法》编辑委员会.中国图书馆分类法[M].北京:国家图书馆出版社,2010.
- [27] 王方园.公共图书馆利用绘本推广早期阅读策略研究[J].图书馆工作与研究,2015(01) :105-108.
- [28] 赵紫薇.公共图书馆未成年人阅读推广服务策略[J].图书馆学刊,2018,40(06) :69-72+77.
- [29] 陈小杰,王蕾.知识付费时代儿童阅读推广新平台构建刍议[J].出版参考,2018(03) :69-72+77.
- [30] 王波.阅读推广、图书馆阅读推广的定义——兼论如何认识和学习图书馆时尚

阅读推广案例[J].图书馆论坛,2015,35(10):1-7.

[31] 梁雯雯.创新建设服务模式 普惠江苏少年儿童[N].新华书目报,2018-09-21.

[32] 于良芝,于斌斌.图书馆阅读推广——循证图书馆学(EBL)的典型领域[J].国家图书馆学刊,2014,23(06):9-16.

[33] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[M].北京:人民出版社,2017.

[34] 郑鸿基.三明学院图书馆组建师范生志愿服务儿童阅读辅导队伍的实践与思考[J].福建图书馆学刊,2019,2(01):47-50.

[35] 张浩如.从店面图书馆到 Uni 项目:美国波士顿街道实验室组织的实践及启示[J].晋图学刊,2018(01):34-38.

[36] 刘明福.中美公共图书馆网站少儿服务比较研究[J].图书馆工作与研究,2014(10):109-112.

[37] 武娇.浅谈美国公共图书馆少儿阅读推广数字资源建设[J].科技情报开发与经济,2013,23(24):32-35.

[38] 邓春艳.0—3 岁婴幼儿认知特点与公共图书馆绘本阅读推广[J].江苏科技信息,2016(29):14-15+34.

[39] 周娴.公共图书馆残障儿童阅读推广的思考[J].河北科技图苑,2013,26(06):71-73.

[40] 李晋.推进依法办馆,共建书香社会[N].新华书目报,2018-12-07(002).

[41] 杨婧.公共图书馆与民间公益儿童阅读组织合作模式探析[J].图书馆工作与研究,2015(04).

[42] 蒋丽.青少年阅读推广与志愿者服务[J].图书馆学刊,2014,36(01):73-75.

[43] 冉明仙,孙亚琴.公务员微博影响力提升路径探讨——基于新浪公务员微博与民间意见领袖微博异同比较[J].新闻爱好者,2015(03):69-72.

致 谢

黑龙江大学以博学慎思、参天尽物的校训激励着我成长，以博大的胸襟、丰富的校园生活育我成人。两年的学习生涯即将结束，在此我谨向母校黑龙江大学表达最美好的祝愿，并向所有关心、爱护和帮助过我的师友、亲人表示最诚挚的感谢。

本论文是在导师黄丽霞教授的悉心指导之下完成的。两年来，黄丽霞教授渊博的专业知识，严谨的科研态度，精益求精的工作作风和诲人不倦的高尚师德，对我影响深远，导师不仅教我学问科研，更教我做人处事。本论文从选题到完成，多次修改，每一步都是在导师的指导下完成的，导师为我倾注了大量的时间、精力和心血，在此我向我的导师黄丽霞教授表示深切的谢意与祝福！

同时本论文的完成也离不开其他各位老师、同学和朋友的关心与帮助。在此也要感谢蒋永福教授、王迎胜教授、赵丽梅副教授、王丹丹副教授、于准副教授等各位老师，在论文开题、初稿、中期答辩和答辩期间所提出的宝贵意见。还要感谢同门的同学们谢琪、胡南、李雪莹、恽如冰和我同寝室的同学们韩冬雪、张琪、汤弘昱，感谢她们在我完成论文的过程中给了我许多鼓励和帮助。

回想整个论文的写作过程，几经挫败，虽有不易，却让我除却浮躁，学会了思考和反思，也更加深切地体会到了图书情报学的精髓和意义，因此倍感珍惜。

攻读学位期间发表论文

[1]王朔.名人效应与图书馆绘本阅读推广——基于新浪微博“绘本时光计划”的研究[J].传媒论坛,2018,1(12):149-150.

