

公共图书馆少儿阅读推广方式探究

——以苏州图书馆少儿阅读推广为例

崔明芳

(苏州图书馆, 江苏 苏州 215002)

【摘 要】少年强则国强, 开展少儿阅读推广活动, 不仅是公共图书馆阅读推广职责, 也是文化强国的需要。本文从苏州图书馆少儿阅读推广活动中提取经典案例, 探究公共图书馆少儿阅读推广活动中存在的问题并提出解决方案, 以期实现公共图书馆少儿阅读推广活动的良好开展。

【关键词】少儿阅读推广; 公共图书馆; 宣传; 创新

一、引言

2021 年 4 月, 由中国新闻出版研究院发布的第十八次全国国民阅读调查显示 2020 年我国未成年人的人均图书阅读量为 10.71 本, 比 2019 年的 10.36 本增加了 0.35 本, 2020 年我国未成年人图书阅读率为 83.4%, 较 2019 年的 82.9% 提高了 0.5 个百分点^[1]。由此可见, 2020 年我国未成年人图书阅读量、阅读率均有提高, 对于公共图书馆界而言, 少年儿童的阅读推广是一项需要继续普及, 任重而道远的一项工作。

1995 年联合国教科文组织确定 4 月 23 日为“世界图书与版权日”(世界读书日), 2018 年, 《中华人民共和国公共图书馆法》实施, 公共图书馆作为重要的阅读推广阵地, 有了法律政策的支持。2021 年, 中国图书馆年会将“文化强国——图书馆的责任与使命”作为年会主题。在阅读推广活动中, 公共图书馆需要利用自身优势, 发挥引导作用。《公共图书馆宣言》

中, 公共图书馆使命的第一条就是“从小养成和增强儿童的阅读习惯”。本文以苏州图书馆少儿阅读推广活动为例, 探究少儿阅读推广方式, 对阅读推广过程中遇到的问题进行分析、加以思考并提出解决措施, 以期实现少儿阅读推广活动良好开展。

二、苏州图书馆少儿阅读推广概况

苏州图书馆于 2011 年启动了“悦读宝贝计划”, 该计划专为 0-3 岁婴幼儿提供阅读指导服务, 通过鼓励家长与孩子共同阅读, 分享故事和儿歌的方式, 培养孩子对阅读的终身爱好, 让每一个儿童都能够在早期阅读中受益, 并享受阅读的乐趣, 从而达到提高儿童素质, 促进全面发展的目的。除了免费发放“阅读大礼包”外, 图书馆还开展了一系列亲子阅读品牌活动, 如“未成年人流动图书大篷车进学校”“蹒跚起步来看书”“我给孩子讲故事”“宝贝今天读什么”等。许多活动不仅在总馆本部开展, 同时也在分馆及社区推广。主要内容见表 1。

表 1 苏州图书馆主要少儿阅读推广品牌活动

活动类别	活动名称	活动形式	活动内容
主题活动——悦读宝贝计划	“贝贝树”亲子阅读	绘本阅读	绘本故事、互动 亲子卡通涂色画、手工折纸
	“小龟漫读”绘本故事	亲子阅读	绘本故事、游戏、变废为宝
	悦读宝贝大篷车	送书上门、讲故事、念儿歌	流动的图书馆
	我给孩子讲故事	竞赛	
	“悦读妈妈”讲故事	志愿者进社区	
	悦悦姐姐教我念儿歌	招募家庭, 游戏互动等	
	悦悦姐姐教我巧动手	妙趣手工课堂	
	听故事姐姐讲故事	绘本讲演	
	悦悦姐姐叫我学画画	绘画、手工	
早教课	不一样的两岁半	小班授课	
	“泡泡园”之幼幼故事会	招募家庭, 游戏互动等形式	
科普知识	科创天地	小班授课、科学实验	
	“博学少年”成长计划	答题挑战	每年学点小知识, 争做博学好少年

通过多年的实践与发展,苏州图书馆开展的系列少儿阅读推广活动受到了读者的喜爱与社会各界的肯定。比如“不一样的2岁半”是苏州图书馆联合公益早教机构,着力家庭阅读推广,为广大入园前的孩子推出的全新品牌活动,给全市2.5-3岁的儿童及家庭提供的公益性亲子教育服务。每期课程三个月左右,共30节课程。每期课程有10对亲子家庭参与,每个孩子都有一位馆员结队,全方位观察孩子们的成长。课程根据孩子的发展特征,挖掘其潜能,循序渐进地促进孩子的认知、表达、运动、艺术、人际等能力的均衡发展,让孩子平稳过度到幼儿园及平常的生活中。

在少儿阅读推广活动中,苏州图书馆采用“蹭节点+地方传统文化”的形式刷新创造少儿阅读新的增长点。在每年的元宵、端午、中秋、重阳等传统节日,开展“我们的节日”相关主题阅读推广活动。苏州图书馆还注重非遗物质文化的传承与发展,例如推出“中国绳结艺术”“苏州园林与苏州盆景艺术”“创意刺绣DIY”等少儿体验活动,让少年儿童参与活动,了解传统工艺技巧及熏陶苏州传统文化底蕴。在少儿阅读推广活动中,苏州图书馆不忘城市新兴群体,推出“小候鸟”服务项目。2005年至今,“小候鸟”项目坚持在寒暑假期间面向外来务工人员子女开展丰富的阅读推广活动,以此来培养他们良好的阅读习惯,进而让他们了解苏州,热爱苏州。

为鼓励更多的幼儿园老师和孩子父母参与儿童的早期阅读,提升亲子阅读的水平和质量,自2010年起,苏州图书馆主办的“我给孩子讲故事”比赛在全市范围内举办。比赛专为广大父母家长和幼儿园老师量身打造,比赛也引发了社会对儿童阅读的更多关注,这也是公共图书馆创新低龄儿童阅读推广的一个举措。

作为社会文化教育的主要阵地,苏州图书馆致力于推进全民阅读,助力书香城市建设。阅读推广活动的成功举办并产生社会影响,很大程度上需要依托强有力的宣传。在举办各类活动前,利用苏州图书馆微博、微信公众号等同步宣传,确保读者能在第一时间获取活动信息。活动结束后,由参与馆员撰写活动报道,配合活动图片,发布到苏州图书馆网站、微博、微信公众号等媒体,让没有参加活动的读者也能了解活动开展情况,扩大活动知名度。

三、公共图书馆少儿阅读推广工作的思考

2021年,文化和旅游部发布《“十四五”公共文化服务体系建设规划》,明确指出“十四五”时期,我国将推进全民阅读作为各级公共图书馆的重要任务。其中“高度重视未成年人阅读习惯培养,实施青少年

阅读素养提升计划”也是公共图书馆少儿阅读推广任务中的重中之重。

公共图书馆作为阅读推广活动的主要执行人,近年来,在面向少年儿童群体的阅读推广方面积极的发挥着自己的作用。少年儿童是公共图书馆的重要读者群,面向少年儿童群体的绘本阅读、亲子阅读、故事会、阅读征文等各类阅读推广活动数量与品质都逐年上升。但在实际阅读推广过程中也存在对少儿阅读服务关注度不够、专业服务开展能力弱、地区发展不平衡、宣传力度不足、内容单一、形式重复、质量不高等问题。如何在传统少儿阅读推广项目基础上寻找新的少儿阅读推广资源和形态是今后公共图书馆少儿阅读推广需要进一步思考的问题。

(一)开展亲子阅读培训,提高家长亲子阅读技巧

亲子阅读倡导“阅读从0岁开始”,公共图书馆可以提前抓住亲子阅读理念的宣传机会,走进医疗机构,在准妈妈产前检查、新生儿降生以及产后检查、婴幼儿预防接种等时机,通过开办讲座,发放宣传资料、赠送阅读礼包的方式向婴幼儿家长宣传亲子阅读的重要性,吸引他们尽早尽快地带孩子来接受图书馆的服务。2018年“4·23”世界读书日,苏州图书馆与苏州市立医院合作,前往儿科现场发放大礼包;丰富“蹒跚起步来看书”活动内涵,形成集领取、敲章、优秀绘本推荐为一体的多层次亲子阅读推广活动。

家庭阅读推广作为阅读推广的分支,属于公共文化工程的一部分,身为公共文化服务体系机构的公共图书馆,责无旁贷地成为家庭阅读推广的核心力量。^[2]学龄前儿童年龄小,活动范围有限,开展亲子阅读是促进其基础阅读的重要方式。我国少年儿童阅读起始时间是2岁,发达国家0岁就开始。公共图书馆有必要对孩子家长进行直接培训,提供相应的学习及交流平台,提高家长幼儿选书方法,亲子阅读技巧,以便能更好的引导孩子的早期阅读。

(二)开展分级阅读服务,加快少儿分级阅读资源建设

少年儿童在不同成长时期的认知理解能力是不同的。分级阅读就是要按照儿童不同年龄段的智力和心理发育程度提供阶段性的书籍,开展针对性的活动。^[3]少儿由于心理及年龄特点,在阅读中,自控能力差,往往广泛而无目的,中高年级少儿由于学业重,时间紧,阅读又往往带有功利性。目前,分级阅读理论也已经受到出版界和图书届的普遍认可,成为图书馆馆藏资源建设的重要理论指导。^[4]对此,公共图书馆在开展少儿阅读推广活动中,首先要给不同年龄段和阅读能

力的青少年制定相应的阅读书目,开展公共图书馆分级阅读资源建设,方便家长和少儿有针对性的选择图书。其次要按照儿童生理和心理以及阅读能力发展的阶段性,在不同阶段实施不同的阅读训练。再次要跟踪测评分级阅读实施的效果,建立有效的测评体系。分级阅读的目的是通过对读物的分级划分来帮助少儿找到合适的图书,并循序渐进地开展阅读,消除少儿的阅读困难。

(三)加强与学校等社会教育机构的合作,发挥社会教育职能

专业的图书馆阅读推广的核心是供给。一是供给资源,包括馆藏、空间、舞台等;二是供给人才,组织社会有资质的专家、学者或者阅读推广人到图书馆开展阅读推广;三是供给服务,为阅读推广人提供空间舞台、环境布置、广告宣传、流程设计等服务。^[2]苏州图书馆在开展少儿阅读推广活动过程中,注重与公益社会机构的合作,比如2021年9月,苏州图书馆联合苏州市聋人协会、苏州市善爱手语公益服务中心,举办了首场“与众不同的绘本”亲子手语阅读活动。以阅读绘本的形式进行互动式手语学习,感受手语知识的乐趣。“与众不同的绘本”亲子手语活动的举办,让每一个人都能享受手语知识的乐趣,让更多的孩子了解手语,获得与世界平等对话的机会,促进社会多元包容,让手语沟通无障碍。

学校的阅读教学是青少年接受知识,培养阅读习惯的重要途径,传统阅读教学方法是老师讲,学生听,老师提问,学生回答的模式,也出现了鼓励课外阅读,但缺乏有效指导,教学中的阅读方法很难迁移到生活中的阅读等一些问题的。开展社会教育是公共图书馆的职能之一,公共图书馆开展社会教育也是对学校教育的一个重要补充。苏州图书馆自2008年以来,探索与苏州中小学、高校开展合作模式,馆校共建书香城市,并取得了一定的社会效益。

(四)在全社会传递爱心,开展亲子阅读志愿者培训

开展亲子阅读,不仅需要家庭父母的关注,更需要社会力量的参与,尤其是有志于亲子教育和亲子阅读的志愿者加入。通过建立专业的志愿者服务团队,以奉献爱心的形式传播知识的精神,志愿者团队可以深入到基层图书馆、社区、学校、家庭等,面向更多的孩子和家长开展活动,从而使更多的家庭和孩子获益。

从社会招募支援者,并对其进行全方位培训,不仅包含阅读技巧,还包含科学育儿、营养、沟通、成长、心理、智慧等多方面知识。对公共图书馆而言,亲子

阅读志愿者的加入,有助于缓解图书馆人员不足的窘况。少儿读者志愿者服务团队是苏州图书馆文化志愿者服务团队之一,全年大厅报名招募。如今,这支志愿者队伍已经成为协助图书管理、参与阅读活动组织的“主力军”。

表2:公共图书馆招募少儿阅读服务志愿者流程图



(五)创新手法,利用新媒体平台环境,建立数字阅读体系

网络技术的快速发展,带来了新型数字出版和数字阅读模式,我国少儿数字资源建设和服务也开始得到重视。公共图书馆也应将少儿读者对阅读和新技术的热爱结合起来,提高其阅读兴趣。对馆藏资源进行数字化,积极推广数字阅读,开发高质量的少儿阅读内容。

(六)重视少儿阅读推广品牌建设意识

品牌营销是实现图书馆阅读推广的重要途径,利用品牌符号在读者心目中形成对图书馆提供的服务、信息产品或活动的认可。^[5]苏州图书馆阅读推广活动品牌建设是一个慢慢积累的过程,目前“你是我的眼”“你选书,我买单”“悦读宝贝计划”等经典品牌活动已经得到读者和社会各界认可。重视品牌建设,也有利于提升公共图书馆的社会形象,能赢得更大的服务发展空间。少儿阅读活动品牌建设离不开专业的品牌策划、组织与管理、营销等环节。

四、小结

公共图书馆具有社会教育职能,其中包括少儿阅读指导的责任。如何让更多的少儿走进图书馆,养成多读书、读好书的良好习惯,是苏州图书馆少儿阅读推广工作的初心与使命。

参考文献:

- [1] 第十八次全国国民阅读调查报告[R].北京:中国新闻出版研究院,2021.
- [2] 陈宗雁.新媒体环境下公共图书馆阅读推广活动的研究[M].北京:中国商务出版社,2019.11.
- [3] 许晓霞,陈力勤,白帅敏等.公共图书馆低幼儿童服务[M].北京:国家图书馆出版社,2019.52.
- [4] 范并思,吕梅,胡海荣.公共图书馆未成年人服务[M].北京:北京师范大学出版社,2012.77.
- [5] 蔡迎春,金欢.图书馆阅读推广案例赏析[M].北京:国家图书馆出版社,2019.48.