

中图公司举办国际儿童图书节庆祝活动

中国出版传媒商报讯 4月15日~5月9日,国际儿童图书节在北京望京颐堤港站拉开帷幕,为小读者带来海内外最新的优秀童书。据悉,国际儿童图书节由国际儿童读物联盟发起设立,设在每年4月2日即安徒生日前后。从1967年开始,每年有1个主办国,由该国最优秀的插画家为全世界小读者绘制一幅精美的节日海报。

中国图书进出口(集团)有限公司特邀生命树童书网在北京策划呈现国际儿童图书节海报展。展览汇集了1969年~2021年历届国际儿童图书节的海报。展览以“长满书的大树”为主题,主办方还精选往届国际安徒



打造业界标杆

英国1992年创立的“阅读起步走”(Bookstart)项目是全球首个儿童早期阅读推广项目,如今已在全球许多国家推行。该项目1992年由英国图书信托基金会(Book Trust)发起,每年英国出版业为其提供价值560万英镑的图书,项目的其他部分以低价采购方式完成。该项目提供2个阅读包,一个为1岁以内孩子发放的婴儿包(Bookstart Pack),主要通过保健机构医护人员随诊时给家庭发放,另一个是给3~4岁孩子的宝藏包(Bookstart Treasure),通过托儿所等机构发放。此外,“阅读起步走”还为5岁以内失聪儿童开展“图书听得见”(Bookshine)活动,为5岁以内失明儿童开展“图书看得见”(Booktouch)活动,为3~5岁行动不便的儿童开展“阅读起步走明星”(Bookstart Star)活动。

“阅读起步走”项目为促进儿童早期阅读,一方面通过家庭分享图书、故事和儿歌,帮助孩子成为一个终身阅读者,还提供双语版本的阅读指导手册。另一方面为参与该项目的从业人员提供相关信息,如为图书馆馆员、保健机构人员提供行动指南和组织活动的建议。20多年来,“阅读起步走”项目已实现向每个英国5岁以下儿童发放阅读包的目标。

以年龄分级界限举办活动

在“阅读起步走”项目之外,图书信托基金会还开展了各种注重针对不同年龄读者的阅读推广活动。

首先面对入园和入学新生,基金会开发了“阅读时间”(Time to Read),在每年9月秋季开学季,通过学校和图书馆向新生发放阅读包,希望以阅读激发孩子的想象力,鼓励他们结交新朋友并应对各种变化,顺利度过入园入学焦虑期。这个阅读包里除了挑选适合这个年龄孩子阅读的图书《失控的豌豆》(The Runaway Pea, Kjartan Poskitt著, Alex Willmore绘),还制作了阅读指导手册,帮助家长进行亲子阅读。2020年秋季学期共向74万个孩子发放了这本书。围绕这本书活动策划方还设计了为期1周的活动,如周一至周五是阅读《失控的豌豆》,周二让孩子们绘制与图书相关的画作,周三~周五在老师的带领下进行延伸阅读。

面向幼儿园孩子,基金会还开展“Post Drwy Stori”双语活动,此项活动以阅读图书、做游戏和唱儿歌的形式开展,旨在提高孩子3个方面的能力:语言、识字和交际能力,其中包括数字、个人和社会发展、文化多样性等维度,此活动得到了威尔士政府的支持。

面向3~13岁孩子,基金会开展“邮政信箱书友会”(Letterbox Club),各地教育机构、学校和保健中心可报名参加该活动,每月收到阅读包后寄到学生家里,或者直接发给在校学生。书友会每年5~10月持续发放阅读包、数学游戏、文具和其他高质量的资料,并组织相应的阅读活动。

面向7~9年级学生的“学校图书馆阅读包”(The School Library Pack)里有15种、共40本图书,分为3类:未来经典、给不爱读书的人看的书和非虚构类。每一类里有5种,阅读包里选出5种适合共读的书各备6册,每本配有阅读手册和指导学生阅读的活页小贴士。这15种书覆盖了不同的图书类型,有利于鼓励学生尝试阅读不同类型和作者的作品。

为激发11~13岁孩子的阅读兴趣,基金会开展了“图书成热点”(BookBuzz)活动,各地学校均积极参与。基金会向每所学校提供17种图书,每种书各有2册,供学生选出喜欢的图书并带回家。为确保图书质量,基金会聘请由学校图书馆馆员和童书专家组成的专家团队精心挑选质量好、适合这个年龄的图书,鼓励孩子享受阅读的乐趣。书单上既有非虚构类图书,可以满足有好奇心的读者,也有情节紧凑、可以快速读完的书,满足爱看书的读者。“图书成热点”活动从3月开始接收学校报名,各校根据学生对书单上图书的打分情况订购图书,从9月开始,学校会陆续收到阅读包,学生阅读后一起参与竞猜游戏。

此外,基金会还针对特殊群体开展系列活动,如为改善少数民族儿童生存状况开展的“少数民族儿童也应受关注”(BookTrust Represents)活动,以及面向特殊学校的中小学学生开展的“Spark”活动,该活动提供内含2本书、2份配套资料和1封介绍信的阅读包,可以给读者有意义的

英国一直以来崇尚阅读,注重对国民阅读能力的培养。早在1850年该国颁布了世界上第一部全国性公共图书馆法,至今英国人均占有公共图书馆份额居全球之首。英国上至政府,下至各级教育文化机构、学校、图书馆和普通家庭都注重培养阅读素养,通过举办各种阅读推广活动、以及在家庭中进行亲子阅读和休闲阅读等方式,让阅读进入寻常百姓家,成为每个家庭生活的一部分。

感官体验,并感受到阅读的美好。

应对疫情进行创新

2020年新冠肺炎疫情给阅读推广活动带来了新挑战。为了让尽可能多的孩子有阅读的机会,基金会开展了“关爱包”(BookTrust Care Packages)活动,2020年4~7月,基金会与社区合作,通过学校、儿童中心、食品店和社区发放,图书分为早期阅读、中小学两类,共向英格兰、威尔士和北爱尔兰发放了近24万册图书和数千个关爱包。

疫情催生的宅经济带动了睡衣消费,基金会也以此为话题开展“睡衣狂热”(Pyjaramama)活动。在今年5月14日举办的第3次活动中,基金会邀请幼儿园、小学的孩子穿一天睡衣并捐赠1英镑,在网站登记后都即可申请领取一本图书,并帮助英国所有儿童都领取一本图书。该活动选择的图书既有让孩子对阅读产生兴奋的读物,也有睡前故事书。

基金会2020年还针对疫情采取了一系列措施,如在其网站上新增了精选的作家和插画家作品,供居家隔离的家长和孩子使用;与苏格兰图书基金会等机构合作,在推特上设立“#unitedbybooks”主题标签,发起图书相关话题。2020年5月1日,基金会还举办线上阅读节,与出版社、学校、当地机构等方面讨论如何吸引更多机构参与进来,家庭如何进行亲子阅读,还为母语非英语的读者开发了多语种的视频、竞猜活动和打印资料,供免费下载使用。

英国另一大阅读推广机构英国阅读推广机构TRA(The Reading Agency)在今年3月启动了为期3年的“阅读点亮人生”(Reading Sparks)计划,旨在通过阅读帮助4~11岁以及14~18岁青少年建立对STEM学科的自信。英国文化委员会和英国科学与技术设施委员会为该计划提供50多万英镑的基金支持。按照计划,英格兰的11家图书馆服务商将与青年团体、学校和社区合作,向家庭成员发放阅读资料、STEM图书及活动包。TRA将与出版社、专业科学机构、图书馆馆员和青年工作者共同设计新的阅读和科技活动,图书馆还设有阅读空间和数字化服务,为有4~11岁孩子的家庭提供支持。活动内容和阅读资料由诺桑比亚大学科学教育专家和英国科学协会共同设计,并通过该协会的科学科技创意奖(CREST Awards)来表彰年轻人的成果。DK、Otter Barry等出版社和英国科学与技术设施委员会都将提供内容支持。

链接
“阅读起步走”项目这样在英国起步

“阅读起步走”如今已成为全球最有标杆意义的阅读推广活动,从英国拓展到欧洲、亚洲、北美洲、中南美洲和大洋洲的多个国家。这个项目如何落地,其间经历了哪些过程?

首先,向婴儿发放阅读包。在项目启动初期,英国图书信托基金会与伯明翰图书馆与当地保健中心为执行单位,向有7~9个月婴儿的家庭发放阅读包,里面包括2本图画书、阅读指南和图书馆发出的分享图书的邀请函。

其次,进行项目论证。基金会委托伯明翰大学的两位教授进行调研,分别在1993年和1998年对300名婴儿做追踪回访后发现,获赠图书的整个家庭对图书的兴趣、亲子共读、去图书馆的次数都大大增加;这批从小接触图书的幼儿上小学后,基本学习能力的测试结果优于同龄人,不但英文水平高,数学能力也较为出色。该调研结果得到英国各界的重视。

再次,自下而上的认可和支持。1999~2000年间,塞恩斯伯里超市为该项目提供600万英镑赞助经费,共同策划“千禧年慈善项目”的全国阅读推广活动。2001年,基金会获得20家童书出版社资助,每年提供市值560万英镑的图书,红房子书友会为英国每个新生婴儿提供婴儿包。2000~2004年间,该项目获得文化部、教育部专项基金支持,也获得了社会各界的热烈响应,并成为遍布全国的婴幼儿阅读推广运动,每年有140万婴幼儿受益。从2004年开始,英国政府开始为“阅读起步走”提供资金支持,分别面向1岁以下、18个月婴儿以及3~4岁幼儿发放阅读包,由公共图书馆、教育和卫生等方面多家机构共同发放。英国4岁以下的婴幼儿均可受益。

生奖、凯迪克童书奖、BIB国际双年插画奖的35种获奖图书,这些图书在韬奋基金会的指导下,将作为教学书目在全国17个省及直辖市的220余所小学、30余万学生的绘本教学活动中进行实验性应用。

在国际儿童图书节举办期间,多位教育界、儿童阅读推广大咖也亲临现场,通过阅读分享教育和儿童阅读的心得。此次活动还特邀知名母婴自媒体V、时尚育儿大咖小小包麻麻作为海报展和阅读推广形象大使,包妈也是国内最大的绘本展——BIBF国际绘本展形象大使、中泰文化贸易交流大使,带领孩子通过阅读畅游世界。在西西弗书店颐堤港分店还举办了多场阅读体验活动,如接力出版社的“恐龙和昆虫谁才是真正的进化赢家?”活动,乐乐趣的“《关灯,雷纳德!》正面管教绘本,解决孩子怕黑的难题”交流及体验活动,BIBF绘本馆的I Love Mom亲子阅读工坊,以及北京书香文雅文化有限公司的“绘本里的世界”套系发布会。

(陆云)

英国
以“阅读起步走”为引领
阅读推广多方参与机制

中国出版传媒商报记者
渠竟帆

美国图书馆协会牵头主导

美国图书馆协会在美国阅读推广中居核心地位,新冠疫情爆发后,该协会积极调整相关阅读推广模式,不仅要做到活动不停,还要力求活动新颖。以“暑期阅读计划”为例,2020年,随着疫情蔓延,为确保公共安全,图书馆被迫纷纷关闭。民众可亲身参与的“暑期阅读计划”也随之取消。在经历了数月的不确定性之后,随着图书馆的重新开放,“暑期阅读计划”也重新启动。密歇根州坎顿市的坎顿公共图书馆往年通常在“暑期阅读计划”开展期间向来馆参加现场活动的民众发放装有阅读素材的包裹,2020年该馆为应对疫情迅速改变这一传统模式,转向采取向民众邮寄包裹的形式。2020年暑期,该图书馆共邮寄3.7万个阅读包裹。同时,坎顿公共图书馆还推出一系列线上互动活动,并命名为“62种方法度过62天”,其中包括利用配套的APP推送阅读清单、发送活动链接、开展寻宝游戏等。每当完成一项活动,用户就可累计相应积分并与图书馆数据共享。

2020年暑期,阅读挑战软件Beanstack得以大展身手,许多图书馆借助该平台开展线上阅读挑战活动。俄亥俄州乌尔巴纳市香槟县图书馆利用Beanstack开展线上读书打卡活动,儿童和青少年读者每完成规定数量的读书任务即可获得一枚阅读徽章。密歇根州卡拉马祖市的卡拉马祖公共图书馆则通过Beanstack软件开展向完成规定阅读任务的用户奖励一本书的活动。上述奖励措施大大提高了民众的参与热情,自从项目启动以来,参与的民众数量较往年相比不仅未出现流失反而有所增加。当其他图书馆纷纷转向线上活动时,肯塔基州奥温斯维尔的巴斯县纪念图书馆在疫情期间另辟蹊径,尝试采用图书订阅箱计划,即允许5个年龄段的100名参与者在整个“暑期阅读计划”开展期间每周可进行两次图书借阅,借阅图书被放在手提包中并可在室外自取。该项活动收到许多参与者的积极评价,也获得许多企业相应赞助,如提供优惠券、礼品等。

民间组织自发参与

除了美国图书馆协会及各类图书馆作为阅读推广活动的中流砥柱发挥着巨大的推动作用,民间组织也是美国阅读推广活动中一支不可小觑的力量。例如,“每个孩子都是读者”(Every Child a Reader)就是一家民间非营利组织,旨在向青少年、儿童及其家长提供免费资源,让阅读成为儿童及青少年日常生活中心必不可少的一部分,也让亲子阅读成为家庭生活的快乐源泉。该组织长期运营4个阅读推广活动:儿童读物周、国家青年文学大使、儿童及青少年图书选择奖和“此刻正在读”活动(Get Caught Reading)。该组织经费来源包括个人捐赠、财政拨款、基金会和儿童图书理事会。其中,“此刻正在读”活动是一项旨在促进各个年龄段人群进行阅读的全国性活动。该活动由美国出版商协会于1999年发起,期间有所停滞,2018年起由“每个孩子都是读者”接管并重新启动。活动资金由(洛伊丝·伦斯基·康维(Lois Lenski·Covey)基金会支持。该项活动每年会向公众电视、体育明星、作家和文学作品中人物正在读书的海报,并以名人效应吸引受众参与阅读活动。

疫情期间“生动的话”(Words Alive)活动现场。图片来源:《出版商周刊》



重新启动。活动资金由(洛伊丝·伦斯基·康维(Lois Lenski·Covey)基金会支持。该项活动每年会向公众电视、体育明星、作家和文学作品中人物正在读书的海报,并以名人效应吸引受众参与阅读活动。2021年,该活动官方公布的三张海报面孔分别为儿童小说家卡成·柯兰德(Kacen Callender)、奥运会金牌得主克里斯蒂·山口(Kristi Yamaguchi)和图

画书《蕾拉的幸福》(Layla's Happiness)中的角色蕾拉(Layla)。

同样作为非营利组织,“生动的话”(Words Alive)也吸引并影响了大量受众。1999年,社会工作者莱斯利·莱昂斯(Lesley Lyons)创办该组织,自成立以来,该组织一直在帮助有需要的儿童和家庭利用阅读的力量开创新的人生,并不断推出丰富多彩的阅读项目来弥补因社会阶层、收入等造成的教育鸿沟。如今,该组织的朗读志愿者服务5500多名学生及其家庭。2020年,面对疫情带来的健康隐患,该组织不得不考虑开辟新的活动模式。通过在线平台,该组织向用户提供写作课程以鼓励青少年坚持写作。通过Story Station网站完成每日线上故事诵读,让孩子及其家长在家中也能坚持阅读。同时,该组织还开辟“NovelIdeas”线上画廊来展示学生们的文章与绘画作品。除此之外,该组织还向成员分发1万多册由社区捐赠的儿童读物。资金一直是这类非营利性组织最为头痛的问题,疫情的影响使原本紧张的资金状况更加雪上加霜。为筹集资金该组织也采取了一系列线上募捐、拍卖等活动。

企业、名人积极响应

阅读推广活动不仅是企业的一种营销宣传手段,更是一种社会责任的体现。2018年5月30日,企鹅兰登书屋和苏斯博士公司(Dr. Seuss)联合举办了第一届苏斯博士单词挑战赛(Seus Word Challenge)活动。读者可以通过登录苏斯博士(Dr. Seuss)官方网站参与该项活动,还可以找到苏斯博士在企鹅兰登书屋出版的近150种书。这项挑战赛由Scripps全国拼字比赛和嘉年华邮轮公司支持赞助,并得到广大媒体、社会团体以及教育工作者的大力支持。为鼓励更多读者参与,嘉年华邮轮公司随机挑选1名参与者并奖励加勒比海游轮4人票和一张价值1500美元的机票兑换卡。同时,随机抽取2名参与者并向每人奖励一份苏斯博士藏书。

谈及参与阅读推广活动的名人,美国媒体名人奥普拉·温弗瑞当仁不让。由其主持的“奥普拉图书俱乐部”自1996年9月首次出现在电视荧屏至今已近25年。“奥普拉图书俱乐部”每月向电视观众推荐一本书,还会请作者到节目中与现场观众进行交流。每本图书都是由奥普拉亲自挑选,不受商业因素左右。在节目中,奥普拉会与作者围绕作品进行深入探讨,现场观众也可以对本书发表看法。奥普拉选择的书范围较广,不仅包括长篇小说等虚构类作品,也包括人物传记、回忆录等非虚构类读物。“奥普拉图书俱乐部”自节目开播以来,已经连续打造几十本畅销书,这些畅销书销售量之和达几千万册。她不仅能把新书变成畅销书,更能将经典重新推向读者视野。比如,小说《盖普·格利克山谷》(Gap, Greek)每年的印数只有1万册,经奥普拉推荐后,该书在1个月内卖了超过60万册。福克纳的作品《我弥留之际》《八月之光》《喧哗与骚动》从年销量只有14万册涨到90万册。《所罗门之歌》在奥普拉推荐之前19年间总销量为37.4万册,经她推荐后1个月内销量就增长到89.5万册,最终涨至140万册。由此可见奥普拉的号召力。

2019年,苹果公司宣布与奥普拉联合打造新版“奥普拉图书俱乐部”,并在苹果自有线上视频平台播出。该节目延续原有模式,即奥普拉选定图书进行推荐,每2个月推出1集。与苹果公司联姻后的第1期,奥普拉选择了塔那西斯·科茨(Ta-Nehisi Coates)的《水中舞者》(The Water Dancer),并于11月1日首播。截至2020年10月,该节目已在苹果官方流媒体网站更新7期,除2020年4月、5月美国疫情大规模爆发期间停止更新外,其余时间均按计划推进。为叠加合作效果,苹果公司同期还在苹果应用程序Apple Books中推出奥普拉的“全球读书俱乐部”。为此,读者通过手机端即可在线阅读奥普拉所荐图书。

多年来,美国阅读推广活动之所以可作各国民学习之典范,不仅靠大量政策法律倾斜及资金支持,官方、民间和个人力量有序配合,各类推广活动切实有效走进民众生活并被各社会阶层、各年龄段所接受才是活动成功之本。