



一名小朋友在认真地读着绘本。

延伸阅读

让孩子爱上阅读 才是绘本正确打开方式

本报记者 徐洁

济南市锦屏幼儿园的卢迎新老师一直致力于儿童绘本的推广,她利用业余时间录制了大量的绘本故事并在微信上免费分享。在与许多家长交流后,她认为,虽然许多家长意识到阅读对孩子成长的重要,但家庭阅读还是有一些误区:一是功利心强,有的家长给孩子读绘本的目的就是想让孩子学到些东西,或者是认字,或者是某些道理,否则就认为白读了;再就是家长为了锻炼孩子某种能力,一边给孩子读一边提问,生怕孩子不好好听、不理解,但这其实就像去看场电影还被要求写篇读后感一样,带着压力和任务去做一件本来愉快的事情,即使是成年人,兴趣也会大打折扣;还有的父母虽然在为孩子读书,但实际上惦记着其他的事,情绪和精力都不投入,那么孩子对读书这件事的兴趣和投入度也不会高。

在与孩子们分享绘本《彩虹鱼》后,卢迎新很有感触。《彩虹鱼》的主角是一条长满了彩色鳞片的小鱼,她拒绝把身上彩色的鳞片送给别的小鱼,被认为自私,在大海中没有朋友,直到她把身上好看的鳞片分享出去,才收获了友谊。这一绘本本来讲述的是分享的道理,但讲完这一故事后,孩子们说:“我可不能把鳞片分享出去,我会死的”,“老师,我看到市场上杀鱼的叔叔都是把鳞片刮下来,没有鳞片,彩虹鱼就死了,很惨啊!”

由此,卢迎新感觉,孩子心里有许多很本真的东西,而大人却急于用自己的观点讲述道理。她认为,读绘本也是一样,不要急于给故事贴上标签,要让孩子自由地去感受,某个故事即使不能马上辨析出明确的道理,也会给孩子留下思考和触动。

那孩子到底应该怎么读书呢?面对琳琅满目的推荐书单和阅读指南,山东大学副教授林静说,分级阅读是一种普遍需要,比如,0-1岁是孩子亲近书本的时期,可以提供不同形状、大小、质地的书,如布书、洞洞书,供孩子摸索、拍打;1-2岁是启蒙阶段,韵律感很强的书都可以给孩子读;3-4岁,可以让孩子尝试冒险、惊奇的书,有想象力的故事、符合幼儿园生活的书他们也很喜欢;5-6岁,孩子们开始了对语言的探索和萌发,可以尝试看故事情节和逻辑结构比较完整的书,如科学类、传记类图书,也可以尝试写自己的故事,通过阅读爱上写作。

不过,她认为,最佳的阅读选择还是应当根据每个孩子的视角和需要,孩子喜欢什么就提供什么,父母可以带孩子到书店、绘本馆,让孩子选择自己喜欢的书大量阅读,孩子才能获取自己的阅读喜好和经验。她强调,这种需要是一种乐趣需要,而不是知识性的需要。比如孩子一段时间喜欢恐龙,那么家长就可以把恐龙的书提供给他们,这需要父母用心观察。

说这是一个绘本阅读的时代,一点儿都不夸张。在当下,绘本的创作、出版、推广正形成热潮,铺天盖地涌来。绘本亲子阅读的益处自不必多说,但也应看到繁华阅读表象下的暗涌:盗版绘本无处不在,市场上缺少真正中国元素的原创力量,而实际阅读中面对不同内容和价值观的绘本,有些妈妈又无所适从……

给三岁娃买绘本 两年花了两万多

绘本产业迎来“黄金十年” 不少妈妈却陷入“选择恐惧症”

文/片 本报记者 师文静

不少家庭 储备数百本绘本

在一个山大毕业生聚集的妈妈群里,一位“新手妈妈”发出了自己的焦虑:“我家宝贝现在7个月了,为什么她对书就是不感兴趣?”而在跟进留言中可以感受到年轻妈妈们对孩子阅读投入的极大热情——“7个月的宝贝开始感知新鲜事物,应从布书,有声书,触摸书、洞洞书、立体书,绘本等开始读了”“阅读一定要从娃娃抓起,再不抓紧就晚了”……

在一家公司做大数据分析的刘岩,孩子刚满3岁半,在绘本阅读大潮的影响下,她在孩子几个月时就注重培养其对绘本的兴趣,两年多下来已攒下了一整面墙的书,接近千册。除去那些定价在40元-60元的精装大绘本,若按每本20元计算,刘岩在亲子阅读上已投入2万多。而像刘岩这样的妈妈不在少数,在出版社工作的孙芳每月都要给孩子买两箱绘本,投入至少800元。上述聊天群中,很多家庭都储备几百本绘本。

在当下,“70后”“80后”开始进入养儿育女的阶段,较之上二代父母,一些高学历的年轻父母更愿意在亲子阅读方面投入更多金钱和精力。图画书的命运,也从十几年前国人刚接触它时的“没几个字,全是图”的不理解,转变成“飞入寻常百姓家”,实现了从边缘到主流的逆袭。

新兴绘本阅读阶层的兴起,也有数据支撑。仅当当一家电商去年就卖出了2亿多册童书,其中绘本占据很大比重。绘本被认为是图书产业“最后一块蛋糕”,2016年品种飞速增长,引进与原创都达到2000种,占童书全部品种的1/10,销量逐年飙升。也就是说,市场上每年都在新增4000多种(万余册)的新品绘本供年轻父母们选择。

刘岩说,很多父母在育儿上比较焦虑,既怕智力开发和早教落在别人后面,又怕家庭教育起步晚耽误孩子。“似乎平息各种焦虑的方法就是掏钱。而当下各种绘本公号的盛行,绘本馆的遍地开花,阅读推广活动的日益增多,都起了助推作用。”

盗版作品充斥市场 外版绘本又不合国情

家长对阅读的重视,背后是这两年童书产业的迅速膨胀。2016年少儿出版呈井喷之势,全国580多家出版社中有540多家出版社参与童书竞争。随着放开二胎,绘本产业被认为即将迎来又一个“黄金十年”。书多了,购买渠道丰富了,自媒体阅读推广如雨春笋般现身,但不少妈妈却陷入了“选择恐惧症”,或者掉进了绘本阅读的“陷阱与误区”。

最近,年轻妈妈赵楠发现自己购买的一套《小熊宝宝绘本》竟然是盗版,这让她感觉比吃了一只苍蝇还恶心。“是正规出版社的模仿之作,跟佐佐木洋子的那套很像,但远没有其精致,普通人分不清是李鬼还是李逵。”据媒体报道,去年,明星李小璐带女儿甜馨做公益推广亲子阅读,她手中拿的那本大名鼎鼎的绘本《猜猜我有多爱你》竟然也是盗版。火速发展的行业往往鱼龙混杂,不少妈妈只能吃一堑长一智,也在实战中积累了辨别盗版书的经验。

而按照好评度购书,孙芳发现买来的全是引进版绘本,很少见原创,而原创又一

直被诟病“少童趣”“好说教”。以购买的大批日本绘本为例,孙芳称在给与孩子阅读中发现,它们并不适合中国小孩和中国家庭。“比如名气很大的《我吃饱了》充满日本饮食文化,《电梯上行》中宣扬的是相扑等文化,超级有名的‘开车出发系列’里全是日本建筑与风景,孩子共鸣不多。”孙芳的观点是,这些绘本很好,她也不反对孩子接触多元文化,但更希望孩子在小时候能多了解我们自己的风俗、节气、风景和人文社会生活。

改换思路丢弃说教 原创才能迎来春天

以上受访者的吐槽,其实反映了绘本行业当下的困境:外版绘本垄断市场,抄袭作品层出不穷,原创优秀绘本则大面积缺失。明天出版社副总编辑刘蕾告诉记者,因为引进版绘本只需要翻译过来,作品设计也不太费劲,不容易走弯路,在十年的绘本迅速发展期,国内出版社都是先做引进版绘本,将欧美与日本绘本发展小百年历史中的作品基本都“拿来主义”了。

对于家长们最希望看到的“增加中国元素,传递传统文化又适合中国家庭观念的”原创绘本何时崛起,在绘本行业耕耘了多年的刘蕾称,“做原创绘本是一个无中生有的过程,急需要绘画人才,也需要好的作家来讲故事,图文的搭配也要做到最好,非常考验功力。绘本是一个专业度很高的行业,做原创绘本投入大,生产周期很长,导致好的原创作品出现得很慢。”

但随着引进版权的“预付金”越来越高,很多出版社已经玩不起引进了,更多出版商也认识到引进版并不是万能钥匙,也会砸在手中卖不出去。原创绘本产业似乎正在迎来大时代,到了撬动外版绘本地位的冲击阶段。刘蕾也称,业内其实早就认识到了不能只做引进,还要在此基础上做原创,并开始布局,也出现了一些好作品,比如《团圆》《老轮胎》《这就是二十四节气》《跑跑镇》等,近两年绘本“时代奖”也评选出了不少优秀的原创绘本。

但是原创绘本是一个需要认真磨、换思维丢“说教”的过程,只要读者有足够耐心,一定会等来原创的春天。

“少一些焦虑, 多一些探索”

刘岩在亲子阅读中也遇到过不少迷惑和烦恼。“最大的困惑是,我们有一面墙的书,但孩子真正喜欢的并不多。比如《小快活卡由》等绘本存在对孩子的错误引导,教会孩子不吃蔬菜等行为。白花钱我也很窝火,还造成了浪费。”她说,一些“网红”绘本其实被一些营销夸大了魅力,并没有那么温暖和有趣,而一些涉及死亡与伤痛的绘本,也并不见得就适合小孩。

困惑与误区并存,我们是否真的需要过早介入孩子的阅读?专家认为,答案是肯定的,但具体问题要具体分析。“家长认为的绘本中‘糟心’的行为,其实对孩子来说并不一定。很多家长太焦虑了,不许孩子这个不许那个,会剥夺孩子阅读的乐趣。要少一些焦虑,多一些探索。”儿童阅读推广人、小海豚书店品牌策划人向丽萍说,不能以成人价值观去约束孩子。“很多书,看似好书,在告诉孩子道理,对与错,在教化孩子,但这恰是坏的书。很功利地要求孩子去明白书中的智慧和道理,阅读就打折了。”