

# 开展分级阅读 建设书香校园

□本报记者 郝天韵



主题: 阅读推广与分级阅读  
嘉宾: 韬奋基金会第四届理事会理事长、中国出版集团原总裁 聂震宁(左二)  
首都师范大学教授、儿童分级阅读指导行业标准研制首席专家 王蕾(右二)  
哈尔滨慧文书院文化传媒集团董事长、哈尔滨市出版发行行业协会会长 白云鹏(右一)  
主持:《中国新闻出版广电报》记者 郝天韵

优秀的童书能够成为孩子成长道路上的一盏心灯,为他们打好精神底色。同时,优秀的童书也需要更加精准、科学、专业的推广。1月12日,韬奋基金会第四届理事会理事长、中国出版集团原总裁聂震宁,首都师范大学教授、儿童分级阅读指导行业标准研制首席专家王蕾,哈尔滨慧文书院文化传媒集团董事长、哈尔滨市出版发行行业协会会长白云鹏3位嘉宾做客全民阅读“红沙发”系列访谈,从儿童分级阅读、儿童阅读推广等方面,为高质量儿童阅读建言献策。

## “什么年龄段的孩子看什么书”

当前,全民阅读已上升为国家文化战略,少儿阅读作为全民阅读的重要组成部分,长期以来受到各界密切关注。

“在全民阅读的群体中,青少年是非常重要的对象。”聂震宁是全民阅读践行者与推广者,他曾作为全国政协委员,以第一提案人的身份提出《关于开展全国全民阅读活动的建议》,致力于在全社会形成爱读、善读、会读的良好风尚。在他看来,一个人阅读习惯的养成是从青少年时期开始;形成人人爱读书的良好氛围,必须要从孩子抓起。

如今,人们对儿童阅读教育愈发重视,童书市场也是形势喜人,这时间问题来了:面对浩瀚如海的童书,究竟如何选择适合孩子阅读的书籍,如何选择让孩子感兴趣的书籍,到底应该让孩子自己选书还是由家长来为孩子选书?这让很多家庭都陷入了选书难的困境。

访谈中,聂震宁提到了2023年3月教育部等八部门印发的《全国青少年学生读书行动实施方案》。他认为,如今,青少年有着良好的阅读环境。这时就需要更加科学的读书形式,“要想有效地推动儿童阅读,就需要采用科学化的方式,分级阅读即是解决方之一”。

据他介绍,分级阅读是一种逐步提高阅读能力的阅读解决方法:“分级阅读是基于对少年儿童生理和心理特征的科学分析,根据他们在不同成长时期智力提高和心理发育程度以及阅读内容、阅读能力的差异,提供科学的阅读计划,由浅入深、循序渐进地提供有针对性的、难度适宜的分级读物,使儿童在每个年龄段都能找到对应的读物,在阅读中不断学习,提升自己的阅读能力。”

正所谓“什么年龄段的孩子看什么书”。可以说,分级阅读体现了我国古代因材施教的教育思想和循序渐进的读书方法。对此,聂震宁曾撰写多本专著详细分享自己对于分级阅读的思考:《阅读力决定学习力:提高阅读力的11堂课》,讲述0—6岁儿童的阅读课;《爱上阅读:学龄前儿童分级阅读》,讲述0—6岁儿童的分级阅读;《阅读力决定学习力:提高阅读力的11堂课》,讲述1—

12年级学生的分级阅读。“我们可以从亲子阅读做起,精心挑选国内新近出版的分级阅读读物,认真考察孩子的阅读能力,为孩子挑选适宜的读物,有针对性地采取适当的阅读方法,逐步提升孩子的阅读能力和阅读素养,促进他们的人格发展与精神成长。”聂震宁表示,相信只要家长们用心地按此去做,在海量的书海面前,选书难的问题应当会得到较好解决。

## 16级划分科学把握孩子身心特点

阶梯化的分级读物与指导系统解决了儿童读什么、怎么读、读了如何评价3个根本性的阅读教育难点与重点。分级阅读的核心是将同水平的书与读者进行有效联结,分级标准的研制是关键。2016年开始,王蕾带领团队历经3年,打造了“鉴阅”分级标准,从学术层面构建了中文分级阅读体系,给出划分的标准与依据。

“这一学术标准虽然是高校研究者有关儿童阅读所做的分级标准,但并不意味它是纯理论的标准。虽然被称为学术标准,但这一标准是以科学儿童阅读理论服务于教育现场,非常具有实践性。”王蕾谈道,标准研制首先依托大量课业实践,这就保证了分级标准的实践性质,而不是仅仅依靠学者的理论推理。同时研制之后推出的标准反过来又推动阅读教育实践。

王蕾进而表示,这一学术标准基于两个主要内容进行探讨:一是什么样的读物适合不同发展阶段的孩子,二是每个阶段的孩子处于什么样的阅读发展水平。

具体而言,这一分级标准分为读物水平与读者水平两项内容,小学阶段分为1—16级,每一级与小学生的学段设置紧密对应。如1级对应小学一年级上学期,2级对应一年级下学期,以此类推。但到三、四年级,标准的级别增加为每学期两级,即5、6级对应三年级上学期,7、8级对应三年级下学期,“这是因为三、四年级作为阅读能力发展的关键期,由绘本、桥梁书跨越到章回故事的阅读阶段,分级应该更细,以便给予这个阶段儿童更细化的指导。”

在聂震宁看来,这16级划分科学地把握了小学生从一年级至六年级的身心特点,比较科学、合理,能让对应的读物得到很好的阅读效果。

这一标准自2019年发布以来4年多的时间里,在分级阅读教育领域取得丰硕的实践成果,王蕾按照16级细分体系创作的儿童读物《面小豆分级阅读树》就是其中显著成果之一。这套读物每册图书由原创故事、阅读游戏、拓展阅读书目三大板块组成。三大板块的精心设置,旨在通过阶梯化的分级阅读,阶梯化、系统化提升儿童的阅读素养与审美能力,让小学不同阶段的孩子都能在适读范围内找到适合自己

自己的读物,从而建立阅读自信,获得阅读成就。

## 将适配读物推送到孩子手中

听了聂震宁与王蕾的阅读推广与分级阅读理念,有着30多年阅读推广经历的“老兵”白云鹏很是兴奋和感慨:“我作为一名发行人、一家文化公司负责人、一位阅读推广者,能参与到全民阅读大潮中,感到特别荣耀和骄傲。希望能够通过我们的努力,把科学合理的理念与高质量的儿童读物,带给更多地区的孩子。”

白云鹏所在的哈尔滨慧文书院文化传媒集团有限公司(以下简称慧文集团),创建于1995年,是集图书选题策划、功能研发、全国总发、联盟、直营、直营等一体化运营模式的集团公司。慧文集团同时创建521爱书网APP,实现线上线下同品同价,为书店和读者提供一站式交易交互服务平台。历经30余年,慧文集团业务现已发展至全国30个省(区、市)。这些年来,慧文集团精心铸造青少年阅读品牌,走编印一体化之路,以“3+X”融合模式为核心,打造以521爱网APP为主,以淘宝、天猫、京东、当当、抖音、拼多多等为辅的互联网交易交互平台,构筑出版与阅读文化产业新生态。

多年来,慧文集团特别致力于系列青少年阅读品牌的打造。同时作为“摆渡船阅读”项目推广中心负责人的白云鹏介绍道,“摆渡船阅读”项目面向青少年儿童群体开展,得到了黑龙江省委宣传部、哈尔滨市委宣传部等单位的指导和支持,并由儿童文学作家、摆渡船船长梅子涵倡导和发起,蕴含的文学理想是“带领孩子们从生活的此岸,到达梦想的彼岸”。到目前,“摆渡船阅读”项目已与全国多个省(区、市)的宣传与文化部门达成战略合作,将图书馆、中大型实体书店和文化空间作为平台,持续创新全民阅读服务方式,深入开展各类阅读活动。

近几年,慧文集团已向全国30多个省(区、市)捐赠了500所摆渡船阅读主题图书馆,通过黑龙江省委宣传部向黑龙江地区中小学捐赠了价值850万元图书,并在2022、2023年两届全民阅读大会活动中,累计向“摆渡船阅读”项目捐赠了价值4000多万元码洋的图书。截至2023年10月,慧文集团已为全国中小学校捐赠价值4550万元码洋图书,为在校师生提供精神食粮的同时,也带来了系统性的阅读活动和全国名家名师优质资源,提升学生阅读能力和语文核心素养,推动“书香校园”建设。

“未来,我们在推动儿童阅读、推广全民阅读的路上要做得更好、更精、更高,以分级阅读标准为抓手,更有方向、有目标,更科学地推广阅读,将适配的读物精准推送到各个年龄段孩子手中。”白云鹏说。

# 推动文化出海 讲好中国故事

□本报记者 孟真



主题: 全民阅读与文化出海  
嘉宾: 中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长 李忠(中)  
全民阅读与融媒体智库研究员、中新宽维传媒科技有限公司总经理 马萧萧(右)  
主持:《中国新闻出版广电报》记者 孟真

2022年成立的上海临港·文化出海基地,以文化IP为基础,深入前沿技术应用,搭建内容制作团队,深耕海外传播渠道,成为打造高质量、高水准的大数据、人工智能、区块链应用技术平台。1月11日,中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长李忠,全民阅读与融媒体智库研究员、中新宽维传媒科技有限公司总经理马萧萧共同做客全民阅读“红沙发”系列访谈,以“全民阅读与文化出海”为主题,围绕上海临港·文化出海基地建设情况,分享他们对于融合出版与文化走出去的探索与思考。

## 探索多元赋能新模式 扩大中华文化影响力

据李忠介绍,上海临港·文化出海基地自觉担当文化使命,服务“中华文化走出去”国家战略与临港国际数据港发展,结合新片区先行先试政策优势,创新国际传播实践,通过与各省级报业集团、广电集团、新媒体集团、国际传播中心共建合作,打造全国数字文化内容和数字版权的聚合地,建设全国数字文化IP和版权内容的国际交易、授权、传播、运营平台,以文化IP发掘为基础,创新洞察前沿技术应用场景,积极搭建内容制作运营团队,深耕海外渠道,推动全国影视、出版、网络文学、数字游戏、数字文旅、文化IP走出去。

## 发挥专业技术优势 搭建文化出海桥梁

2018年3月,中国新闻出版传媒集团自主研发的“网络文学IP大数据服务平台”项目入选国家新闻出版广电总局“国家新闻出版改革发展项目库”;之后,该项目升级为“全民阅读中台”,并入选中宣部“国家文化产业项目库”。据李忠介绍,中国新闻出版传媒集团、中国全民阅读媒体联盟联合社会力量,自2016年起,利用大数据、人工智能等现代技术,结合新闻出版行业资源,探索建立文化大数据研究与传播平台。2019年年初,牵头联合多家机构成立了全民阅读与融媒体智库(以下简称智库),2022年年底联合社会力量,成立上海临港·文化出海基地。

“基地结合新片区的政策优势和临港国际数据港的发展机遇,创新国际传播实践。”李忠表示,上海临港·文化出海基地以文化IP为基础,深入前沿技术应用,搭建内容制作团队,并深耕海外传播渠道,“这一战略涵盖影视、出版、网络文学、数字游戏、文旅、教育等多个领域,助力推动提升中国文化IP的全球影响力”。

自成立以来,上海临港·文化出海基地以“国家战略、市场主体、文化出海、数字赋能”为定位,在社会各界的关心与帮助下,依托临港国际数据港试点数据跨境流动制度优势,在临港新片区打造高质量、高水准的大数据、人工智能、区块链应用技术平台,服务国家海外传播和文化走出去战略,建设国家级数智平台,发挥专业资源技术优势,搭建架起中华文化出海桥梁和通道,聚焦文化出海、跨境数字贸易服务、大数据开发及应用,以技术驱动中国文化出海,积极探索中华文化与产品走出去。

基地推动国际传播与文化出海,开展中华文化走出去与数字贸易等领域的业务,取得了一系列阶段性的成果。“例如,基地运营企业中新宽维获批成为2023年上海市高新技术企业,获得上海市首批数字贸易创新企业100强企业、上海市(临港)数字经济领军企业、上海临港新片区重点产业企业荣誉,得到上海市政府及临港新片区管委会

的高度关注与充分肯定。两年间,基地已在技术、内容、场景搭建等方面,迈出了第一步,这个基地的运营模式具有可复制性、可推广性。”李忠说。

## 探索多元赋能新模式 扩大中华文化影响力

马萧萧从4个方面详细介绍了上海临港·文化出海基地的探索与实践。“为进一步拓展文化出海新思路、新方法,中国新闻出版传媒集团、全民阅读与融媒体智库和中新宽维传媒科技有限公司,探索了以民间出海和商业合作运营的方式开展国际传播,即通过海外社交媒体平台建设民间账号矩阵,将内容投放至账号矩阵中,取得了良好的传播和运营效果,实现了社会效益与经济效益双丰收。”他表示,目前集团在中国IP海外传播、各地国际传播中心共建合作、数字文化走出去、融合出版/传播海外传播这4个方面,不断总结成功经验、挖掘典型案例,为进一步推动中国文化走出去提供有益借鉴。

关于融合出版如何助力中华文化走向世界,马萧萧强调了数字化在海外传播中的重要性:“通过运用最新的人工智能、AIGC等技术,传统出版物得以快速批量升级为可视化、互动化和沉浸式的数字内容,如有声书、漫画等。这不仅拓宽了传播渠道,也降低了制作和传播成本。这种创新方式让中华文化更易被海外受众接受。”他表示,此外,基地还将制作知识付费视频,以满足海外用户对中华文化的兴趣。这些视频将基于丰富的数字内容和优质文化IP,服务和带动传统工艺(篆刻、书法、刺绣、紫砂、陶瓷、编织、戏曲、玉雕、木雕、铜器、景泰蓝、漆器、微雕)、非遗文化(民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药、民俗)、文博文旅(博物馆、历史古迹、名人故居、古城古镇古村、民族民俗文化、文化商业街区、文化主题公园、文化旅游综合体)等,为用户提供多元化的学习体验。这不仅推广了优秀出版作品,还促进了跨文化交流。在拓展海外市场方面,将利用海外新媒体平台进

行图书线上销售。通过与海外电商平台合作,国内优秀出版物将更容易进入国际市场,进一步扩大中华文化的影响力。

最后,马萧萧提到开发图书IP文创的重要性:“通过深入挖掘品牌内涵,图书IP的海外传播价值得以最大化。这不仅提升了国家文化软实力,还有助于树立中华文化的国际形象。”他认为,融合出版是推动中华文化走向海外的重要途径,只有通过不断创新和拓展,才能更好地传播中华文化的精髓,增进国际社会对中国的了解和认同。

## 探索出版融合走出去 引领文化出海新征程

李忠表示,在媒体融合背景下,出版企业走出去既面临机遇也面临挑战,需要借助数字技术的巨大驱动力实现企业升级与转型,以出版创新推动出版企业走出去,以走出去带动出版企业的融合与创新发展。

目前,中国新闻出版传媒集团充分利用上海临港·文化出海基地文化出海的政策、技术优势,致力于从以下方面探索出版业融合出版走出去。

一是推动传统出版物以数字化形式海外传播。集团将致力于通过运用数字技术,将传统出版物与人工智能、虚拟现实、增强现实、5G等新技术手段相结合,打造可视化呈现、互动化传播、沉浸式体验的精品数字出版物,推动传统出版物以有声书等数字化形式在海外新媒体平台传播,从而拓宽出版渠道。

二是制作知识付费视频在海外新媒体平台投放。集团将围绕优秀出版作品及衍生品的海外运营、传播展开合作,策划制作知识推广、科普教育视频内容,基于出海基地丰富的数字内容资源及各地优质数字文化IP,围绕海外用户感兴趣的内容,策划、创作彰显中华优秀传统文化内涵,品类多样的知识付费视频,在海外新媒体平台投放。

三是拓展国内优秀出版物海外销售。集团将致力于通过内容传播图书介绍视频结合图书电商模式,在讲好中国故事的同时,拓展国内优秀出版物海外销售。

四是开发图书IP文创拓展海外品牌内涵。作为打造世界级文化符号、提升国家文化软实力的有效路径和方法,IP出海已经成为文化走出去的关键环节。未来,集团将致力于开发出版物IP文创,从策划、选题、内容制作等维度拓展出版物品牌内涵,实现图书IP海外传播价值最大化,推动中华文化走向世界。

“中国新闻出版传媒集团有责任、有义务,也有一份热忱,通过科技与文化的紧密结合,在文化出海、国际传播、数字文化贸易等领域持续创新赋能,推动产业合作发展,促进多方贯通融合。为讲好中国故事,推动中华文化走出去、促进全球文明互鉴以及加大国际传播效能作出自己的贡献。”访谈最后,李忠表示。

(本版图片均由本报记者刘振兴摄)