

當熟齡讀者走進繪本的世界

When Aging Readers Step Into the World of Picture Books

陳思潔

Sih-Jie Chen

財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心
科研資料組專案助理研究員

Project Research Assistant

Science & Technology Policy Research and Information Center
National Applied Research Laboratories

林雯瑤*

Wen-Yau Cathy Lin

淡江大學資訊與圖書館學系教授

Professor

Department of Information and Library Science
Tamkang University

【摘要 Abstract】

臺灣進入高齡化社會後，相關議題均受到極大關注，本研究以投入熟齡繪本推動工作的「搖滾爺奶有限公司」與「後青春繪本館」的5名機構人員和13名讀者為對象，透過訪談法探索熟齡繪本的輪廓，以及讀者接觸熟齡繪本的歷程。研究發現，熟齡繪本主題聚焦在生命意義、熟齡族群的需求與關注議題、人生下半場的生活規劃、在生活中面臨的心理困境等主題，且具備藝術賞析、觸動人心、引發共鳴與思考、檢視自身生命歷程等特質。若讀者對熟齡繪本無成見則更容易接受機構方對熟齡繪本所做的詮釋。研究建議：應使用「熟齡繪本」這個詞彙開創新的繪本類別，以打破繪本即兒童繪本的刻板印象；並設置獨立陳列區以區分熟齡與兒童繪本，提高熟齡繪本取得便利性。

本文改寫自第一作者陳思潔之碩士學位論文，最原始的研究議題則由其指導教授林雯瑤所啓發。

*通訊作者：林雯瑤 wylin@mail.tku.edu.tw

投稿日期：2022年11月30日；接受日期：2023年3月21日

Taiwan will be entering a phase called the super-aged society. In terms of the well-being of the elderly and whether or not people of all ages are equipped to face the aging of the entire social structure, this study interviewed 3 founders, 2 staff members, and 13 readers of Rock YeNai Co., Ltd. and Anke Picture Book House. The study found that picture books for aging readers often focus on the needs of the elderly population, and address issues and psychological dilemmas faced in life. They also possess qualities such as artistic appreciation, emotional impact, stimulating thoughts and reflection, examination of one's life journey, exchange of ideas, and sharing of experiences. From the process and changes in the thoughts of the interviewed readers in contact with picture books for aging readers, it can be found that if there is no prejudice against picture books for aging readers, it is easier to accept the interpretation of picture books for aging readers by institutions. According to the results, suggestions can be divided into two parts: first, the necessity of using picture books for aging readers phrase: in order to break the stereotype that picture books are children's picture books, the term picture books for aging readers should be used to create a new type of picture books, and second, the convenience of access picture books for aging readers: separate picture books for aging readers from children's picture books, set up independent display areas, and design corresponding promotion strategies and activities according to readers with different growth backgrounds, so as to make it easier to access and accept picture books for aging readers.

【 關鍵詞 Keywords 】

高齡者；繪本；熟齡繪本；閱讀推廣；閱讀服務

Elderly; Picture Book; Picture Books for Aging Readers; Reading Promotion; Reading Service

壹、前言

自2018年臺灣進入「高齡社會」後，人口老化是政府與全民需合力解決的社會議題，在2025年進入「超高齡社會」之前，國內的《人口政策白皮書》（行政院國家發展委員會，2013）、《高齡社會白皮書》（衛生福利部，2021）和曹平霞（2013）對於銀髮族休閒養生產業建立的定義中皆提到應協助高齡者活躍老化，並期望藉由某些機制影響人們，在老化過程中趨於正向價值發展（蕭文高，2010），故許多國家皆制訂正向老化（positive aging）之政策，透過不同機制運作達到活躍老化。愛爾蘭衛生署於2013年依據正向老化之概念發展出國家正向老化策略（The national positive ageing strategy: Positive ageing starts now），其中將正向老化的概念定義為「個人、社群、公眾、私部門都應以維持並改善高齡者的生理、情緒、心靈福祉為目標」（Department of Health, 2013）。

蔡長穎與呂朝賢（2018）整理出世界衛生組織於2002年提出「活躍老化」的概念，透過「健康」、「參與」、「安全」三個面向建立相應的政策計劃，提升高齡者的老年生活品質。陸洛與高旭繁（2016，p.280）利用成功老化和活躍老化的概念，建立正向老化的內涵與指標，並指出「正向老化應是個人對自身老化經驗全面、正向的評價，奠基於認知、情感，及自我概念這些基本心理歷程的運作，是一種生理、心理、社會及靈性的完整狀態」，並設計出相關指標構面測量臺灣高齡者內心對於正向老化的主觀感受，試圖找出在心理健康狀態不佳時有效的緩衝方法，建議高齡者在面對壓力與逆境時，保有正面的人生觀，從取捨與失敗經驗中學習調整合理的目標以維持生活品質，達到正向老化的目標。

除了政府政策強調正向老化的重要性之外，美國高等教育老年學會（Academy for Gerontology in Higher Education, AGHE）透過票選最佳的老化主題兒童文學為學齡前幼兒和小學兒童族群挑選繪本和圖書，從兒童教育推廣認識正向的高齡者特質，促進代間融合並消除年齡歧視，其遴選資格明確指出須提到老化觀念，且符合學齡前到小學的閱讀等級。評選標準主要有五項，分別為：描述有意義的老化、描繪正向的代間關係、多元包容性（性別、種族、身心障礙）、故事吸引魅力、故事情節的現實性等（Gerontological Society of America, 2020）。在McGuire（2016）明確列出在選擇老化主題的繪本時應考量其內容是否以刻板印象描繪高齡者的角色、是否描繪出高齡者對社會有價值與貢獻的內容、

高齡者在故事情節中是否為重要的角色、高齡者是否被描繪成獨立與活躍的形象。McDivitt (2020) 則以作家的身分投入「消除年齡歧視」的繪本創作，並在網站上透過繪本向兒童推廣不管在哪個生命階段皆應以正向的態度面對老化的觀念。

臺灣的樂齡學習中心與圖書館也在消除年齡歧視、協助民眾認識與適應老化過程的相關政策中具備執行者的角色，經常結合在地特色舉辦學習與知識、運動健康與健身、回饋服務、娛樂休憩等不同類型的活動。其中在學習與知識類當中不乏以「繪本」作為高齡閱讀推廣之媒材，並與高齡服務產業合作舉辦推廣活動，結合「繪本」進行的推廣活動融合動手創作、閱讀、生命經驗分享、討論互動、劇情表演、選書技巧等元素（林佳穎，2015）。

除了由政府所設立的樂齡學習中心外，民間機構也積極投入舉辦推廣樂齡者閱讀的相關活動。例如：早在2007年「臺灣老大人活力發展協會」即啟動「生命故事撰寫老人陪讀計畫」，協助高齡者整理並分享自身的生命歷程故事，並創作個人專屬的生命繪本（臺灣老大人活力發展協會，2017）。2017年03月「搖滾爺奶有限公司」成立，透過繪本讀書會的活動協助高齡者打開心胸並學習接納老化、面對老化，在過程中教導高齡者說故事的技巧，甚至在高齡者充分準備與練習後，可以向兒童及各年齡層的人們演繹繪本中的故事，讓繪本故事傳達出去的同時也達到退休人力再運用的功效（李珊璋，2020）。2017年10月「後青春繪本館」成立，透過網路專欄及實體帶領閱讀活動的方式向熟齡族推廣繪本閱讀，讓高齡者在帶讀繪本的過程中可以享受閱讀樂趣、刺激思考、與他人進行互動，也強化社會參與的功能（盧怡方，2019）。搖滾爺奶有限公司和後青春繪本館皆使用「熟齡繪本」推廣熟齡、中高齡、高齡族群的繪本閱讀或共讀事業。

國外以老化為主題的繪本推廣機構多以兒童為推廣對象，旨在建立並宣傳正向積極的老化觀念並且消除年齡歧視，達到促進代間融合的效果。而國內以老化為主題的繪本推廣機構則是將高齡者視為主要服務客群，更注重高齡者面臨老化過程中的身心需求，協助建立正確、積極、正向的老化觀念，為其提供相應的適性服務。故本研究以臺灣地區高齡者服務產業中的「熟齡繪本」推廣機構作為研究場域，從兩所推廣機構中的創辦人、職員與讀者接觸到熟齡繪本的歷程中不斷聚焦，從推廣者的角度瞭解「熟齡繪本」具備的特質與其賦予的意義與價值，以及讀者在不同階段對於「熟齡繪本」的認知、感受、行為上的變化，據此發展以下三個研究問題：

- 一、推廣機構對於「熟齡繪本」的含義詮釋與篩選標準為何？
- 二、推廣機構中的熟齡繪本讀者接觸到「熟齡繪本」閱讀推廣活動前後，對於推廣活動與「熟齡繪本」的看法為何？
- 三、推廣機構與讀者現階段對於「熟齡繪本」的看法與未來建議為何？

貳、文獻探討

一、從個體到群體論中高齡者的閱讀行為與服務

在不同的文化脈絡下，中高齡族群的閱讀行為與動機有截然不同的表現。Luyt與Ann（2011）於2009年透過觀察及訪談瞭解一間新加坡公共圖書館56～82歲的男性23位、女性9位，共32位中高齡族群的閱讀行為，發現新加坡的高齡族群在閱讀上是帶有目的性的，主要是為了能夠培養增加收入的技能而閱讀，在圖書館中也存在年齡歧視與財富階級的影響。臺灣的中高齡者在公共圖書館中的閱讀行為則呈現不同的樣貌，王尤敏與吳美美（2010）以Luyt的訪談大綱及調查問卷為依據，修訂後訪談臺北市立圖書館老年讀者4位、南投市立圖書館老年讀者5位，共9位年齡介於55歲到90歲的中高齡讀者，從研究結果可以發現臺灣與新加坡雖同樣為亞洲地區國家，但在閱讀行為上有明顯差異，臺灣高齡者在生理上受到視力衰退影響、年輕時因工作需求養成的閱讀習慣、以報紙雜誌滿足資訊需求、公共圖書館的地理位置影響，閱讀主題依序為健康休閒、政治社會類別。此研究結果與邱天助（2009）調查臺灣65歲以上高齡者閱讀習慣與在公共圖書館場域內的閱讀需求，從654份有效樣本分析的結果有幾處相似，包括高齡者因生理機能退化而形成閱讀障礙、高齡者在公共圖書館選擇報紙作為閱讀媒材的比例最高、透過醫療保健和商業財經的主題雜誌吸收資訊。

若鎖定雜誌作為閱讀行為與資訊傳遞的媒介，觀察雜誌中對於老化的描述方式，以及讀者接收之後的看法。Sawchuk與Ly（2022）透過半結構式訪談21位年齡介於57～78歲的女性閱讀女性雜誌的行為，發現這群女性藉由閱讀女性雜誌獲取穿著時尚、更現代的育兒視角、健康、飲食等相關的資訊，將雜誌內容作為知識基礎與不同世代建立共同話題，大部分受訪者不滿意雜誌內容描繪不切實際的老化樣貌，例如：過度聘用看起來較年輕的高齡模特、推崇無皺紋的女性等，這些過度修飾的老化形象造成追求年輕樣貌的壓力與缺乏真實感。

若將中高齡者的個體閱讀行為凝聚成群體，從讀書會的視角切入，

觀察中高齡者在其中的閱讀行為與活動，則會有不同的發現。何青蓉（2009）從讀書會的本質論析高齡者參與讀書會的意涵，將高齡者的生命經驗與歷程視為該年齡層的獨特性，期待高齡者在讀書會中扮演：（一）提供有智慧的看法；（二）詮釋不同年齡文化的生命意義；（三）提供溫暖支持與回顧之環境；（四）增加精神活動取代生理限制等角色，但其視角較缺乏對於高齡者生理及心理需求的重視，而是強調高齡者將自身生命經驗作為教育資源回饋社會的優勢。林麗惠與蔡侑倫（2009）則考量高齡者的生理、心理、社會互動層面提出讓高齡者樂於閱讀之建議，包括鼓勵高齡者積極主動參與閱讀活動、邀請親朋好友共組讀書會延續閱讀行為、以輕鬆和愉快的心情參與閱讀活動、將閱讀活動納入老年生活的規劃之中、廣泛蒐集閱讀活動資訊，擇其所好參與、將閱讀優勢作為保持閱讀習慣的動機。該研究也指出，在設計高齡者閱讀服務時，若能將高齡者之生命經驗和生理心理需求等各面向因素納入參考，或能提供更適性、更具創意、吸引力、長期參與之高齡者閱讀服務。

新加坡為因應該國的閱讀倡議活動（READ! Singapore）而發展出高齡讀書會，Luyt、Chow、Ng與Lim（2011）研究碧山公共圖書館樂齡讀書會中16位年齡介於57～75歲成員的參加歷程與動機，發現大多由讀書會成員口耳相傳介紹給親朋好友而加入，僅2%成員由館員介紹參加。主要參加的原因為增加知識和拓展人際關係增加社會參與（social engagement），並透過研究對象嘗試瞭解其他高齡者不參加讀書會可能的原因，共有四種可能性：（一）因為照顧孫子、做家务等因素過於忙碌而無暇參加。（二）教育程度和不識字因素而無法閱讀。（三）本身不喜歡閱讀而不參加。（四）不知道此讀書會的存在而沒有參加。

臺灣為迎接超高齡社會促進高齡人口活躍老化，建構適性的中高齡族群服務，國家圖書館（2019）出版《臺灣老年讀者圖書資訊服務指引》綜整各國圖書館學會指引與國內具實務經驗的館員組成焦點團體，基於現有的臺灣經驗共同商討未來發展方向，從館員對於老化觀念、高齡者異質性和失智症議題的關注，需定期實施高齡使用者行為研究，以掌握高齡者現況與樣貌，將其需求、特質與興趣反應至環境、館藏、服務、活動設計的改善。

此外，各館也應建立專責諮詢小組，小組成員須包含不同的角色，例如：館員、高齡者、志工、相關機構人員，以達到專業諮詢和資源整合的功能，從人力資源角度，將高齡者納入志工招募對象，除了可以對外展示圖書館活躍老化的多元友善形象，經過服務培訓後，高齡志工有助於實踐館內推動之高齡服務，例如：解決特殊族群與無法到館或無法

將館藏資源帶回家者的外展服務陪同、協助高齡族群的服務或活動推廣和溝通。從ISBN申請人填寫的圖書適讀對象來看，樂齡族群的專屬圖書占比從2017年的0.05%到2021年的0.10%有成長，但在數量上並非逐年劇烈成長，適讀對象屬於樂齡族群之圖書ISBN申請五年變化詳見表1，在圖書主題類型的分類中繪本與故事書皆被分在兒童讀物裡面，缺乏獨立的繪本類型，亦無成人繪本、熟齡繪本、高齡繪本之分（國家圖書館，2020，2022）。

二、繪本的推廣應用與其中的高齡者形象

臺灣自1974～1986年將現在廣為人知的繪本稱做圖畫故事書，並從兒童文學創作、圖畫故事獎項的徵選方式和兒童文學鑑賞與評論的文章中，可得知當時的民眾和創作者對於圖畫故事的認識不深，教育基金會、雜誌編輯、出版業界皆以兒童文學和教育價值的角度在推廣繪本，在此年代出版幼兒文學和兒童文學較知名的出版商有信誼基金會、漢聲出版社，這段時期也奠定了臺灣民眾對於繪本閱讀和應用皆以兒童教育為主的觀念（賴素秋，2003）。1990年代臺灣的出版社格林文化、遠流出版、臺灣麥克、青林國際、上誼文化等大量引進國外知名作家得獎繪本的同時，也召集國內的作家與繪者共同改編民間故事與諾貝爾文學名著，並創作適合親子共讀的原創繪本，使得臺灣本土繪本作家與繪者培育成熟，直至1998年和1999年幾米出版的《森林裡的秘密》、《微笑的魚》、《向左走，向右走》、《月亮忘記了》，才引起成人閱讀繪本的風潮，進而改編成音樂、電影、戲劇、動畫、互動式電子書等，將成人繪本的品牌形象深植人心，開拓成人對於繪本閱讀的關注和喜愛（謝鴻文，2014）。從幾米認識成人閱讀繪本這件事情，可以從其讀者目標設定為成人和創作理念刻畫在都市生活中人們的疏離與孤寂感、探尋生命意義的過程中體認到幸福感、追求心靈慰藉等主題，皆能明確分辨出成

表1

樂齡族群圖書ISBN申請之五年變化表

項目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
樂齡圖書數量	20	19	22	20	55
樂齡圖書百分比	0.05	0.05	0.06	0.06	0.10

資料來源：國家圖書館（2020，2022）。

人繪本與兒童建構認知的橋樑書繪本有強烈的差異（游珮芸，2014）。若將繪本的閱讀年齡層從成人提升至高齡者，日本學者Suzuki等人（2014）則以高齡者共讀繪本給兒童聽的方式，試圖找出延緩高齡者認知功能衰退的方法。

從楊璧璟（2019）探討繪本閱讀與消費因素的研究結果來看，親子共讀的經驗、繪本中傳遞的訊息和繪本激發想像力的特質等，都是產生繪本消費動機的共同點，購買原因的相異之處則與作家、畫風、紙本的材質與保存有關，讀過卻未消費的因素則與年齡成長後對於文字內容深淺的追求、文字大小的呈現以及價格相關。

從趙家民、楊璧璟與蘇展平（2018）分析2008～2017年碩博士論文系統中的繪本研究發展趨勢可見，以兒童為應用對象的教育與心理類研究居多，在2013年幾米的繪本改編成互動式電子書與電子書的興起亦成為熱門研究主題。若從全球的繪本研究結果來看，主流應用層面仍為兒童的閱讀干預、閱讀繪本到現實的知識轉換過程、性別平等教育、自閉症兒童的語言敘述能力；在亞洲地區的繪本研究結果則呈現較豐富、多元的樣貌，除了應用在兒童的教育科技、語言教育、性別議題之外，也有結合AR技術製作電腦輔助型式的多媒體繪本；成人閱讀繪本則以加強外語專業能力和開拓視野為目的進行閱讀，因著繪本的藝術性、豐富知識、可多層次閱讀等特性，該研究也建議未來可將繪本應用於心理諮商、發行成人繪本、評估成人繪本閱讀活動的學習效益（Wu, 2019）。

從繪本的多元議題探討來看，涂均翰（2021）使用繪本作為倡議發聲、觀念溝通管道，評析以憂鬱症患者視角創作的主題繪本，呈現了憂鬱症患者抗病歷程與照顧者的切身經驗，對於此類繪本的出版數量與教學或推廣應用，皆能反映出整個社會對於憂鬱症認知與防治的議題關注。

繪本中的高齡者形象亦反映出社會文化脈絡之下，對於高齡者的刻板印象，或是負面形象描繪，這些形象對於兒童建構老化、變老、祖父母與代間關係，皆產生了一定程度的影響，將繪本中的高齡者形象從身體特徵、穿著打扮、年齡刻板印象、年齡歧視標籤、世界衛生組織對於活躍老化的指標進行分析，可見大部分的生理特徵皆被刻畫成皺紋、灰白髮色、禿頭、彎腰駝背、缺牙、面容及胸部下垂，在刻板印象的描繪中多以生病狀態、需要照料、身體狀態不佳、虛弱的、抑鬱寡歡的、孤獨寂寞的、缺乏社會支持呈現，較正向的特質則為睿智的，這也形塑出高齡者的生活目標就只有幫助年輕人的觀念，在世界衛生組織對於活躍老化的指標反應上，多描繪具有良好經濟條件的高齡者形象，但卻較少

提及職業與收入來源的資訊，少數高齡者角色投入農業、園藝、林業、糕點製作、鞋子維修和警衛的工作，且除了作為祖父母照顧孫子之外的高齡者形象是較少被關注與描繪的（Avcı & Erhan, 2022; Crawford & Bhattacharya, 2014）。

參、研究方法

一、研究設計與實施

由於繪本具備可藉獨特的藝術風格表達情感及故事氛圍，以非文字的形式構築完整的故事，在互動性與故事解讀上有高度彈性與自由等特徵，且對於高齡者在閱讀以文字構成的書籍上造成的障礙相對較小，故本研究僅選擇使用繪本推廣高齡族群閱讀的機構作為研究場域。本研究在熟齡繪本推廣機構上採立意抽樣，取機構成立年分和熟齡繪本閱讀推廣服務相近者，由於搖滾爺奶有限公司和後青春繪本館皆於2017年成立，提供的熟齡繪本閱讀推廣服務皆採用已出版之繪本進行閱讀分享講座的活動模式，且兩者對於熟齡繪本的目標推廣族群皆有高齡者，此處排除臺灣老大人活力發展協會，因為此機構於2007年成立，與前兩者的成立年分差距較大之外，最主要的排除因素為在熟齡繪本閱讀推廣的形制上與前兩者不同，推廣活動並未著重於已出版的繪本閱讀，而是以回顧活動參與者的生命經歷作為題材製作屬於活動參與者的「生命繪本」為主軸，此外，還提供電子產品使用教學服務、多媒體遊戲課程等數位產品資訊活動，推廣內容無聚焦於熟齡繪本的推廣，故本研究僅選擇搖滾爺奶有限公司和後青春繪本館作為研究場域。

本研究採半結構式訪談法蒐集「搖滾爺奶有限公司」和「後青春繪本館」兩所機構的創辦人、職員與讀者，探討機構方對於熟齡繪本的含義詮釋與挑選依據，以及讀者在不同時期對於「熟齡繪本」的認知、看法與感受，根據研究問題建立相應的問題面向，並依序展開問題陳述，詳見表2與表3。

在研究實施的過程中為避免影響受訪者對於熟齡繪本的定義與看法，研究者統一以「在參與該推廣機構舉辦的熟齡繪本推廣活動中接觸到的繪本即為熟齡繪本」作為操作型定義回應受訪者；訪談結束後，將受訪者對於熟齡繪本的看法不斷歸納整理，逐漸匯聚成較清晰的熟齡繪本輪廓。

表2

熟齡繪本推廣機構創辦人與職員之半結構式深度訪談大綱

問題面向	問題陳述
推廣機構對於「熟齡繪本」的看法與挑選依據	<ol style="list-style-type: none">1. 請您分享貴機構對於熟齡繪本的含義詮釋？2. 貴機構在選擇熟齡繪本的過程中，有哪些篩選標準或考量的要素？3. 請問貴機構未來會考慮調整或修改選擇熟齡繪本的標準嗎？

表3

熟齡繪本讀者之半結構式深度訪談大綱

問題面向	問題陳述
讀者接觸前，對於「熟齡繪本」的看法與繪本閱讀經驗	<ol style="list-style-type: none">1. 請問您是在什麼情境之下第一次聽到熟齡繪本？2. 請問您在第一次聽到「熟齡繪本」時，對於這四個字的認知、理解或想像為何？3. 請問在您接觸到「熟齡繪本」之前是否有閱讀繪本的經驗？請詳述閱讀情境與繪本名稱或主題，若無閱讀繪本的經驗則請您闡述對於繪本的想像。
讀者接觸當時，對於推廣活動與「熟齡繪本」的看法	<ol style="list-style-type: none">4. 請問是什麼讓您決定參加熟齡繪本閱讀推廣活動？5. 是什麼樣的機緣使您持續參加此推廣機構所舉辦的「熟齡繪本」閱讀推廣活動？6. 參與過熟齡繪本閱讀推廣活動之後，請問您對熟齡繪本的認知、理解與想像產生哪些改變？或形成更深入的見解？
現階段對於「熟齡繪本」的看法與未來建議	<ol style="list-style-type: none">7. 若現在請您說出您對熟齡繪本的認知、理解與看法，您會如何描述？8. 基於您目前參與熟齡繪本閱讀推廣活動的經驗以及您對熟齡繪本的理解，請問您對於未來的熟齡繪本閱讀推廣（活動）有哪些期許或建議？

二、研究對象

本研究共訪談搖滾爺奶有限公司創辦人與職員3位、讀者6位，後青春繪本館共同創辦人2位、讀者7位。搖滾爺奶有限公司由3人組成，有2位女性職員教育程度為大學畢業，男性創辦人目前正在讀教育心理學的博士，3位皆於2017年搖滾爺奶有限公司創立時，就一直合作到現在，3位皆接受本研究之訪談。後青春繪本館有正式員工3位、兼職1位，共由4人組成。由於後青春繪本館的兼職人員為共同創辦人與多場活動之講師，在熟齡繪本的閱讀推廣上具有重要意義與品牌象徵，故將其納入訪談對象的機構雇員當中，視其受訪意願施行訪談，最終有2位共同創辦人

接受訪談，2位皆為研究所畢業，專業領域分別為新聞和幼兒教育，自2017年創立後青春繪本館以來，不斷為熟齡繪本推廣活動努力耕耘，受訪者背景資料請見表4，RA為搖滾爺奶，KA為後青春繪本館。

在熟齡繪本讀者的部分採立意抽樣，為呈現參與熟齡繪本閱讀推廣活動不同時期的讀者樣貌，以最少參加過一次熟齡繪本閱讀推廣活動為篩選標準，考量到推廣機構雇員與熟齡繪本讀者之間雙向的熟悉度與信任感，研究者先請兩所機構的雇員協助推薦熟齡繪本讀者，在接觸機構的過程中，透過雇員找到較積極參加活動、願意分享參與心得，以及在機構中較活躍的讀者們。研究者亦透過與讀者相處過程中，認識更多活躍且願意分享參加機構活動的讀者們。並且實際參與閱讀推廣活動，與讀者們接觸、認識、相處、建立良好關係後，再向讀者們說明本研究，徵詢其受訪意願，有意願參與本研究者，留下雙方的通訊方式以利聯絡。

搖滾爺奶有限公司接受訪談的六位讀者中，僅1位男性，其餘5位為女性，年齡介於50～59歲者有2位、60～69歲者有2位、70～79歲者有2位。教育程度有兩位高中畢業、專科畢業有兩位、大學與研究所畢業各1位。搖滾爺奶有限公司的活動類型單一，活動方式為一整天的熟齡繪本培訓課程，單次教授一本熟齡繪本，並於當天結束時頒發一張結訓證書。在活動參加次數的部分以受訪者口述方式記錄，多數受訪者透過結訓證書的張數計算參加活動的次數，僅RB06以每年參加的頻率說明參與活動的情況，若無因疫情停課，RB06每年會固定參加3～4次，而搖滾爺奶有限公司在2021年因新冠肺炎疫情嚴峻，依照中央防疫政策停課一年，讀者背景資料詳見表5。

表 4

兩所推廣機構創辦人與職員背景資料

受訪者	職位	訪談日期	性別	年齡	教育程度	入職時間
RA01	創辦人暨講師	2022.04.13	男	36～40	博士班研究生	2017年
RA02	行政庶務兼財務會計	2022.04.29	女	51～55	學士	2017年
RA03	社群公關	2022.05.20	女	41～45	學士	2017年
KA01	共同創辦人暨總監	2022.05.12	男	46～50	碩士	2017年
KA02	共同創辦人暨講師	2022.05.12	女	36～40	碩士	2017年

表5

搖滾爺奶有限公司讀者背景資料

受訪者	性別	年齡	教育程度	參加活動次數	第一次參加活動年分
RB01	女	61 ~ 65	高中	共6次	2020年2月
RB02	女	56 ~ 60	高中	共3次	2019年
RB03	男	66 ~ 70	專科	約4 ~ 5次	2019年年底
RB04	女	56 ~ 60	大學	共17次	2019年5月
RB05	女	71 ~ 75	研究所	共13次	2018年6月
RB06	女	71 ~ 75	專科	約12 ~ 16次 (一年3 ~ 4次)	2019年10月

後青春繪本館的7位受訪讀者皆為女性，年齡分布於35 ~ 39歲者有2位，50 ~ 59歲者有2位，60 ~ 69歲者有2位。從教育程度來看，有6位為學士，1位為碩士。在活動參與情況的部分，有兩位讀者在2022年每個月皆會參加線上悅讀會，詳見表6。

實際訪談日期從2022年4月3日至2022年4月29日，訪談時長由半小時至兩個小時不等，訪談形式僅1位在疫情嚴重之前採面對面實體訪談，其餘12位皆採取線上訪談，使用之通訊軟體有Microsoft Teams、LINE。

三、資料蒐集與分析

本研究透過半結構式深度訪談蒐集研究資料，研究者向研究對象說明研究概況、訪談大綱、訪談形式，並徵詢受訪者參與意願，讓受訪者充分理解自身的權益後，簽下訪談同意書。在訪談過程中，會進行錄音並搭配筆記記錄受訪者的應答狀態，當訪談大綱的問題都回答完後，也會詢問受訪者是否有任何有關此次訪談的疑慮，並留下雙方的聯絡資料，透過LINE、Facebook Messenger、E-mail等通訊軟體與受訪者保持聯繫。

訪談結束後，將錄音內容謄打為文字稿，並根據文字稿內容將受訪者的回覆依據研究問題做分類、歸納及整理。再依據受訪者的推廣機構與身分進行編碼，搖滾爺奶有限公司編為R、後青春會本館編為K、推廣機構創辦人與職員及講師為A、參與活動讀者編為B，再依據接受訪談之順序編入2位數之流水號，共會有RA、RB、KA、KB四種編碼類型。將每位受訪者的訪談內容根據訪談大綱的問題對應整理後，若有漏字或語意不清處，以[]補述內容，將清理後的文字稿與受訪者確認無誤解其表達的意思，檢證文字稿在語意表達上的完整性和正確性，在確認文字稿

表6

後青春繪本館讀者背景資料

受訪者	性別	年齡	教育程度	參加活動次數	第一次參加活動年分
KB01	女	55~60	大學	每個月皆參加	2018年
KB02	女	36~40	大學	3次	2020年
KB03	女	55~60	研究所	每個月皆參加	2019年
KB04	女	36~40	大學	共7次	2021年
KB05	女	46~50	大學	共5、6次	2021年
KB06	女	61~65	大學	共5次左右	2019年
KB07	女	66~70	大學	共6次以上	2019年

的過程中，其中有8位受訪者提出修改意見，有1位受訪者僅確認最後引註內容，有9位受訪者無任何修改意見，並針對有勾選需要研究成果者寄送本研究之摘要報告。

文字稿確認的過程中到最後文章撰寫與修訂，反覆依照回答段落進行詞句分析，機構讀者參與活動前後對於熟齡繪本認知理解與感受的變化，為理解讀者的想法變化歷程的影響和參與推廣機構活動的關係，逐步分析訪談過程中各受訪者回覆內容提及之年代氛圍、感受、想法等。

肆、研究結果

一、推廣機構對於「熟齡繪本」的含義詮釋與篩選標準

(一) 兩所機構對於「熟齡繪本」的含義詮釋

搖滾爺奶有限公司認為熟齡繪本是專注在自己身上，談生命意義的繪本，以正向心理學中的意義連結出發，以解決高齡者生活中面臨的心理困境。所以，不同的環境會造就出不一樣的熟齡繪本，這個熟齡繪本是跟在地的文化、社會脈絡，以及處在這之下的高齡者，有很深刻的連結。換句話說，每一個地方高齡者的心理困境，造就了當地獨有的熟齡繪本樣貌。後青春繪本館則認為適合熟齡族群閱讀跟參與的就是熟齡繪本，能夠應用在生活中，或是與生活產生連結的，就是熟齡繪本。熟齡的意涵是指已經退休後，進入人生下半場的人；或是尚未退休，但是會開始思考自己人生下半場的人。大致上將年紀訂在50歲，作為分界點，取自人生半百的意思，不斷的思考與調整自己的人生，並且更加成熟。

我自己在詮釋他可能就是storybook是for aging這可能是一種方法，或者是說我覺得熟齡繪本更多時候是要談自己比較多，而不是這種談生活認知（顏色、動物），我覺得熟齡繪本更多是談生命意義，所以在正向心理學裡面，有一個是meaning-making（意義連結），所以意義連結變得很重要……我覺得熟齡繪本是一個跟在地有很深連結的，跟文化有很緊密的關係。每一個不同的地方、不同的文化，它會產生出來的熟齡繪本會不太一樣，因為大家是生長在不同的國家、文化、社會脈絡底下，所以我剛剛有講到5個心理的困境：拒絕學習、孤單、生病、失智、社會互動之類的，這是我觀察臺灣的長輩他們缺乏的，所以我在議題的挑選上，我就會去選這些議題。可是今天換到西方國家，他們自己一個人都可以活得很自在、很夠味，他們可以不靠子女，可是他們會不會有另外一個困境。（RA01：412-415, 404-410）

適合熟齡閱讀跟參與的繪本就是熟齡繪本，慢慢抓出什麼是適合熟齡閱讀跟參與的價值，甚至把他變成應用方案，才能夠應用在生活、產生連結……但我自己的概念裡面就是說我們人不會在到了50歲就變成熟了，我們是不斷地在成熟，那你說50歲也持續在成熟、60歲、70歲、80歲，因為每一個人生階段都有不一樣的功課，那我想那個熟齡的概念應該是說，我覺得是到了50歲，他可能有一些生命的轉折是跟以前不一樣的了……（KA02：621, 622, 720-724）

（二）兩所機構對於「熟齡繪本」的挑選依據與考量要素

搖滾爺奶有限公司以正向心理學中的意義連結作為選書機制，創辦人認為臺灣高齡者有五項心理困境，分別為無法做自己、生命與長壽等議題、恐懼學習、失智症與遺忘、缺乏社會互動連結等，並依此選擇與高齡者生命歷程或現代議題相關的熟齡繪本，希望能夠幫助臺灣高齡者克服這些心裡困境。且考量到高齡者的身心狀態與閱讀方式，會以圖多文字少、好不好翻頁等要素篩選熟齡繪本，且若是繪本中有注音符號的、兒童學習認知的橋梁書等，則會直接淘汰。

繪本的議題一定要跟長輩是有關係的，……我想要挑選的繪本一定是跟長者的生命歷程要有一點關係，跟現在這個世代所發生的會有一點關係……現在的長者他們有面臨到什麼心理困

境，我覺得有五個，第一個就是他好像不太能做自己，所以這個系列的繪本我會挑出來……。第二個就是會有長壽或生病這樣的問題，活太久也是個問題啊！太早死也是個問題啊！死了要怎麼辦，也是個問題……。第三個會跟懼絕學習、不學習、害怕學習，所以「拒」絕學習的「拒」，比較是恐懼的「懼」，他有點害怕、他有一點不知道要怎麼學習，所以可能跟科技、新東西、創造力、想像力、不學習、很固執有關的，這種繪本我也會挑。可能跟失智症、忘記、回憶、記憶有關的繪本。再來是跟躲在家裡，不敢跟社會有連結的這一類繪本我會挑。我大概就會分這五類去共構出一個，我認為「熟齡」適合讀的繪本，為什麼會有這5個東西，是因為我從2017年一直在觀察搖滾爺奶，包含我博士班的研究，發現臺灣的長者有五大心理困境。（RA01：324-344）

後青春繪本館從熟齡族群關心的事情是什麼出發，瞭解熟齡的議題和需求，或者是熟齡這個生命階段會關注的主題建立挑選依據，例如說：人際關係、家庭、身體健康、意義回顧、傳承、一個人的老後、老得很優雅……等。確立熟齡繪本的挑選主題之後，在篩選上會考慮畫風和文字，從畫風來講，會以藝術賞析價值為主，在文字方面，會避免使用「淺語」書寫的繪本。淺語是指兒童聽的懂、淺顯明白的語言。但是，考量的要素仍以目標對象為首要條件。若是要陪伴有失能、失智、認知功能退化的住宿型機構高齡者們，在繪本的挑選上，則會以偏向兒童、線條與構圖簡單、淺語書寫的繪本為主。

如果我們要為熟齡選書的話，其實我覺得更多的重點是你要去瞭解熟齡的議題、需求有哪一些……譬如說：人際關係，那談人際關係的繪本就有很多啊！就是比如說哪一些主題或是哪一些議題會是熟齡這一個生命階段他會關注的，比如說家庭、人際關係、互動，然後可能身體健康、然後可能跟自己生命各個階段的整理，我們講說那個Erikson他不是都說老年階段在做生命統整嗎，可能就是意義回顧、然後甚至有一些傳承，可能我們會先從主題出發，可是主題太多了，我沒有辦法給你一個標準，我沒有辦法告訴你就是只能選這一些，因為所有的熟齡他們的異質性太多，每一個人的觀點都不一樣，所以有可能有人關心這個，有人關心那個，每一個人關心的點都不一樣，但是我們會去尋找哪一些議題、哪一些主題是熟齡他們會去有共

鳴感的……像我以前在選主題的時候，我要去看一些訪問有很多人在寫關於「老後生活」這件事情，他們都會抓一些議題，像是：一個人的老後、老得很優雅，這些書裡面都會去抓這一些熟齡人生下半場會關心的主題，那因為我們開始在研究熟齡，所以我們要去讀這一些，我會開始先從這一類、這一些在談論高齡老後生活的書籍裡面的主題尋找可以相呼應的繪本。

(KA02：429-450)

(三) 兩所機構未來對於熟齡繪本的挑選標準調整方向

由於搖滾爺奶有限公司的熟齡繪本的挑選依據是以臺灣高齡者的心理困境作為主要篩選條件，而臺灣高齡者的心理困境可能會因為社會文化、時代變遷等因素變化，所以，當感知到臺灣高齡者已經開始不一樣的時候，就會選擇調整或修改熟齡繪本的挑選依據，現階段是不會改變熟齡繪本的挑選依據。

由於後青春繪本館選書的標準是以對象為首要考量，所以當目標讀者的性質與需求不同時，就會以不同的標準去挑選繪本，所以熟齡繪本的挑選標準會依據每一場活動的目標族群特質不斷滾動式調整，例如：即將退休或已退休的中高齡者，會準備老後生活、人生下半場等議題繪本；若是安養機構中已有認知功能衰退情況的高齡者，則會選擇淺語書寫的繪本為主。

二、讀者接觸到「熟齡繪本」閱讀推廣活動前後，對於推廣活動與「熟齡繪本」的看法

(一) 資訊偶遇方式

兩所機構的受訪讀者有一半是從社群媒體上接觸到推廣資訊，另一半則是由親朋好友介紹認識到推廣資訊。搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB02、RB04皆是在臉書接觸到搖滾爺奶的資訊，受訪讀者RB06在LINE上接觸到搖滾爺奶有限公司的廣告，受訪讀者RB03和RB05則是以家人或朋友推薦介紹所瞭解。後青春繪本館的受訪讀者KB01、KB04、KB05、KB07皆在臉書上看見後青春繪本館的資訊，受訪讀者KB02、KB03、KB06則是透過社區大學的同儕及朋友介紹才知道後青春繪本館。

(二) 讀者對於熟齡繪本的第一印象

接觸到推廣資訊後，可以看到搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01和

RB02對「熟齡繪本」沒有概念，不知道這是什麼。RB04和RB05則認為大概就是將繪本推廣給與自己相近的年齡層，因為萌生好奇心、感覺很有趣而想要瞭解更多；讀者RB03雖然對繪本有主觀的印象，認為繪本皆具備正能量且用作兒童教育，但認為熟齡繪本是沒有接觸過的領域，願意放下成見，並且尊重別人的專業；研究者認為RB03對於繪本的主觀印象皆用作兒童教育與臺灣自1974～1986年的繪本進口商將其應用至兒童教育或許有關（賴素秋，2003）。讀者RB06則認為繪本就是繪本，講故事而已。後青春繪本館所有的受訪讀者KB01、KB02、KB03、KB04、KB05、KB06、KB07雖然都有繪本閱讀的經驗，但是對於熟齡繪本這個詞並無過多的想法與猜測，皆因為新奇、好奇跟不清楚何謂熟齡繪本，而想要瞭解這是在講什麼。

我自己雖然有主觀的認定，還沒有接觸這個之前的主觀認定，還好我都會告訴自己：這個不是我的專業，應該去瞭解一下、去聽聽看。當時對「熟齡繪本」的主觀認定：就是幾乎目前只要是能夠在我們國家圖書館拿到，不管是國外版權也好，本土作者也好，所做出來的繪本，我可以講說大概99.99%都是充滿正能量的，大概就是兒童教育裡面很重要的一環，而且比課堂的效果還要好。（RB03：133-139）

（三）先前的繪本閱讀經驗與看法

搖滾爺奶有限公司的4位受訪讀者RB01、RB02、RB04、RB06因孫兒幼年時期的唸故事需求，而有繪本共讀經驗。另外RB03和RB05則在接觸到熟齡繪本之前，無繪本閱讀經驗，覺得認為繪本是兒童在看的，或者是覺得繪本的內容無聊，所以不會主動閱讀，自己的童年跟兒時亦無繪本閱讀經驗。後青春繪本館的受訪讀者KB01、KB02、KB05、KB06、KB07皆在自己的孩子出生後，有唸繪本故事給孩子聽的經驗。KB03、KB04、KB06皆因從事兒童教育工作，而有繪本閱讀經驗，分別為兒童美語教學、兒童音樂教師及兒童發展師、托兒所教師。KB02也提到，自從認識熟齡繪本之後，給自己孩子看的繪本，與在職場中陪伴長者所用繪本的主題內容有所不同，兒童的繪本主題有反霸凌、自我保護、生活常規、情緒教育、食物營養等，長者所用之熟齡繪本則有爺爺奶奶形象的主題，或是與生活經驗相關。

（四）報名參加熟齡繪本閱讀推廣活動的動機

搖滾爺奶有限公司的受訪讀者們從資訊偶遇的發生，到實踐報名

的原因與動機來看，主要為自身的興趣與需求。RB1、RB03、RB05、RB06是因為覺得活動內容很有趣而決定報名的。RB02是因為照顧孫子需要說故事產生的需求，而決定報名的；RB04則是因為年輕時的家庭因素，無法瞭解，想要趁此機會體驗不同的人生。

後青春繪本館受訪讀者們的報名原因與動機，則相對多元，對於退休後的生活安排、陪伴長者的服務需求、職場工作進修、自身興趣……等，都是實踐報名的原因。受訪讀者KB01因為看見父母的晚年，希望自己退休後的生活，能有更好的安排，故而報名參加活動。受訪讀者KB02、KB03、KB04、KB05、KB06皆因想要學習透過繪本陪伴與服務長者，故而報名參加熟齡繪本閱讀推廣活動，但是其動機略有差異，KB02因從事社區指導員的工作，需進修銀髮陪伴和教育相關的技能、KB03希望參加過活動之後，能跟自己的母親共讀熟齡繪本、KB04將其視為新的職涯發展方向、KB06因擔任志工服務所需，KB05和KB07皆因為自身興趣與喜好而報名參加。

（五）願意持續參與熟齡繪本閱讀推廣活動的原因

搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB03、RB04因為認同推廣機構所倡導的理念，而願意持續參加付費的故事培訓班，另外RB02和RB06則是很喜歡每次故事培訓班散發正面歡樂的氛圍，而持續參加，而RB05則因參與閱讀推廣活動的過程中感到療癒放鬆，所以持續參加活動。

後青春繪本館的受訪讀者們願意持續參加閱讀推廣活動的原因相對多元，KB01認為對於退休後的生活安排，應該保持「學習」的習慣與行為，並讓自己的身體與大腦維持一定的活動量，在此機構中結識一群志同道合的朋友也是持續參加的原因。KB02則是因為工作性質需求和回饋社會所教的心態，而持續參加後青春繪本館所舉辦之活動。KB03和KB05出自於對繪本的喜愛，肯定後青春繪本館所推薦的熟齡繪本品質很好，且搭配臉書社團經營，提供了許多相關資源。KB04因為參加活動後，收穫良多，包括在學習繪本閱讀的過程中，漸漸沉澱自己，試著傾聽自己的內心，並與之對話。KB06認為後青春繪本館的團體氛圍很好，在其他夥伴身上可以學習到不少新的概念與技能，所以願意持續參加。KB07則因2位創辦人的魅力與獨特的熟齡繪本帶讀方式，而深受吸引。

（六）參與熟齡繪本閱讀推廣活動後，對於熟齡繪本的認知與看法

搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB02、RB04、RB05親自體驗過搖滾爺奶舉辦的熟齡繪本閱讀活動之後，對於熟齡繪本的印象與認

知有別於第一次資訊偶遇發生時，他們皆認為熟齡繪本不是專門給兒童看的，是能夠療癒、觸動到人心，能夠帶來啟發性思考的，且這個熟齡繪本是需要經過挑選的，這與兒童獨自閱讀或父母陪伴閱讀給兒童聽繪本的歷程是截然不同的，成人、熟齡或高齡族群在閱讀熟齡繪本時，更常關注自身的感受及生命經驗的回顧，例如：受訪讀者RB01、RB02、RB05皆有透過閱讀熟齡繪本療癒自身的經驗，RB01在閱讀《媽媽的一碗湯》時，將故事內容與自己失去母親的經驗串聯，RB02則透過閱讀熟齡繪本彌補自己童年的缺憾與療癒創傷，RB05認為在閱讀《發光的樹》與其他熟齡繪本時，能感到放鬆，若能將自身經歷融入繪本內容，閱讀療癒的效果不亞於創傷療法。RB02現在每次進入圖書館後，都會去繪本區翻看繪本，受訪讀者RB04更提到其實經過挑選的繪本，可視引導人的切入角度影響閱讀的深度；RB03與RB06 2位受訪讀者對於熟齡繪本的認知理解沒有發生變化，而且對於原本的既定印象有更強烈的感覺，RB03認為繪本就是應用在課程之外的兒童品格教育上有正向影響，RB06則認為繪本就是用來說故事的，沒有什麼熟齡繪本與兒童繪本之分。

後青春繪本館7位受訪的讀者對於熟齡繪本原先並無任何認知與理解，所以上完熟齡繪本閱讀推廣活動之後，從原本空白、好奇、充滿疑問的情況，開始對熟齡繪本產生認知，感受到一些有別於運用在兒童的繪本差異，例如：消化自己的情緒、透過故事情節回顧自己的生活經驗，並嘗試做出不同的改變、結合熟齡繪本故事設計出延伸活動。

有啊！我覺得繪本不是專門給小孩子看。其實繪本不是我們想像中，只是給小孩子看的，有很多繪本，我常常講說：「啊！小故事大啟示」就是一個小小的故事，可能裡面的一句話、一頁的圖片、別人的回饋，就會觸動我們的心、內在。（RB01：109-113）

參加過搖滾爺奶的課程以後，我才發現說：其實繪本的深度，是要看主講人怎麼樣去引導出來，假如是一個經典的繪本，它的深度是夠的，就是不同角度切入，針對不同的對象，來做引導或者做討論的話，它就會有不同的結果。我之前的理解，都以為是對小孩子。（RB04：161-164）

當然現在對於繪本的認知跟想像跟以前差別很大，一來就是因為以前使用繪本是有特定功能的，現在已經將功能性去除，所

以我會專注在文學性跟圖像表現的方面，因為我本人對這個非常有興趣……有好一陣子我對產生自我自信的主題繪本很有興趣，但我現在不會了，我覺得那時候我比較缺乏自信……若你回頭看這些過去，可以檢視自己的生命歷程……你每段時間喜歡的繪本主題其實就是反映當下的心情，這就是熟齡繪本很神奇的地方，因為小孩子不可能會有這樣的領悟，但是成年人、熟齡的人就比較會有。（KB03：158-160,167-172）

三、讀者現階段對於「熟齡繪本」的看法與未來建議

（一）受訪讀者現在對熟齡繪本的認知、理解與想像

搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB02、RB03、RB04、RB05認為有別於傳統的童話故事情節，熟齡繪本是能夠幫助你檢視自己的生命歷程，藉由繪本傳遞一些訊息、帶來一些省思或感觸，引發彼此的共鳴。RB03和RB06參加過多次熟齡繪本閱讀推廣活動之後，現階段對於熟齡繪本的主觀見解仍無變化，RB03原將繪本視作兒童教育使用，雖認同熟齡繪本有別於傳統的童話故事，但是接觸閱讀推廣活動後，也致力於尋找自己的說故事場域，且對象皆為兒童，過程中收到許多正向回饋，故更加篤定繪本是應用在課堂之外，兒童教育上很好的選擇。RB06因自身從事兒童教育工作，故有大量接觸繪本的經驗，雖然對於推廣機構的活動氛圍抱持正向態度，但是對於熟齡繪本的詞彙與機構詮釋較難以認同，其主觀意識仍認為「熟齡繪本和繪本一樣，就只是說故事而已」。從搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB03、RB04、RB05在熟齡繪本閱讀與共讀經驗來看，共讀的對象不一定要是高齡者，與不同的年齡層共讀熟齡繪本，可視帶讀人切入的角度與探討的主題，帶出不同深淺層次的議題。若共讀對象是兒童時，可輔以開放式問答，引發兒童思考的；若對象是高齡者，則建議以「分享」的方式，引導繪本閱讀，若以「教學」的姿態進行繪本共讀是互動的禁忌，因為高齡者豐富的生命經驗與強烈的自主意識，不宜以教與學的口吻進行熟齡繪本閱讀推廣活動，應選擇平等、對等、不同的想法交流、分享彼此意見等形式進行熟齡繪本閱讀推廣活動，流程會比較順暢、討論氛圍較佳。對於熟齡繪本的看法則多抱持開放、包容的態度，認為只要是繪本，不管適讀對象的年齡層設定為何，若能視共讀帶領者的引導方式和話題設定，皆能將繪本主題彈性運用。

由於後青春繪本館的7位受訪讀者對於熟齡繪本並無既定印象與想

像，很自然地就接受了後青春繪本館所推廣之熟齡繪本的意涵，但是從摘錄資料中可見得，現階段每個人所認知到的熟齡繪本意涵是有些許差異的。大致上可以整理出熟齡繪本具備的特質有主題多元性、將內容與生命經驗串聯、根據對象做挑選、作為與高齡者互動或溝通的媒介使用。

我覺得熟齡繪本，不管是去講給別人聽，或者只是去閱讀，這些繪本無形中會引導你去檢視過往的生命，對我來講是這樣。也許某個繪本的內容會讓你發覺生命裡是不是還有一些你想要追求的梦想。（RB05：132-134）

（二）受訪讀者對於熟齡繪本未來的閱讀推廣期許或建議

在熟齡繪本推廣方面，搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB01、RB04和RB05希望能有更多人能夠投入熟齡繪本的閱讀與推廣，RB01也期待有更多的年輕人加入熟齡繪本的閱讀與推廣，未來能夠說故事給受訪讀者們聽。RB02覺得應讓熟齡繪本更平民化，讓更多的人不一定要花錢參加活動也有機會接觸到熟齡繪本。RB03認為在南部應透過政府向高齡民眾建立學習者付費的觀念。從熟齡繪本的內容來看，搖滾爺奶有限公司的受訪讀者RB03探討至熟齡繪本的未來推廣時，則認為應以高齡者的成長背景或歷程，量身打造能與高齡者產生強烈共鳴的熟齡繪本，提升該年齡層對於熟齡繪本的接受度與認同。受訪讀者RB05和RB06皆有提到實踐說故事的相關建議。

後青春繪本館的受訪讀者KB01期許未來在高齡者繪本閱讀陪伴服務上，可以依據不同長輩們的特質設計出不一樣的延伸活動，更貼近他們的需求。KB02認為現有的熟齡繪本多以觀念傳達為主，建議以長輩們的狀況設計適合高齡者運動類的主題繪本。KB03從推廣角度建議，應讓更多人認知到熟齡繪本的美妙之處，若不懂得欣賞熟齡繪本之美，就會降低閱讀熟齡繪本的可能。KB06從自身兒童教育經歷指出，高齡者相較於兒童更缺乏主動性，建議參考兒童生活環境充滿繪本的特質與做法，為高齡者的生活環境設計增添取得熟齡繪本的方法。

你在一個族群裡面，假如年輕的要說故事給年長的這些爺爺奶奶聽的過程裡面，在繪本的設計上面來講的話，應該也是占一個很重要的比例啊！（RB03：178-183）

從我的經驗來看，長輩們相較兒童來說比較沒那麼主動，因為兒童即使不是繪本閱讀時間、他看不懂字，但是兒童所處的環境

境取得繪本資源的便利性是高的，繪本對他們來說是隨手可得的，即使他看不懂字，他也會把繪本拿出來翻看；但是我接觸到的長輩大概是70～80歲，他們的孫子都很大了，很多都有重孫，但基本上也不太可能帶重孫子，所以希望更多人能認識熟齡繪本，可能像日照中心平常就可以準備一些繪本，那如果我們再去分享、讀給他們聽，他們就會有不同的感受跟想法，之後再自己做閱讀也會很不一樣。（KB06：134-141）

伍、綜合討論

一、結論

本研究分析推廣機構方的詮釋與讀者的看法後，取得熟齡繪本較鮮明的輪廓，從閱讀歷程、共讀方式等視角出發，皆可發現應用在兒童教育或父母陪伴閱讀繪本的過程中無法找到的特質，包括：主題聚焦在生命意義、熟齡族群的需求與關注議題、人生下半場的生活規劃、高齡者在生活中面臨的心理困境，將熟齡繪本視為與不同或相同年齡層互動的媒介，透過熟齡繪本的閱讀或共讀，向讀者、聽者們傳達繪本中的訊息，其具備藝術賞析、觸動人心、能夠引發熟齡族群或高齡者的共鳴、啟發思考、檢視自身生命歷程、觀念交流、經驗分享等。

綜合兩所推廣機構不同受訪讀者的經驗，在參與機構推廣活動時，初期因為好奇什麼是熟齡繪本而關注此機構，本著對於繪本的喜愛與高齡族群的關懷而報名參加，且受到該機構的服務品質與營造之氛圍影響決定是否持續參加閱讀推廣活動，綜合讀者的閱讀歷程以及訪談中的意外發現，可從下面三項探討。

（一）受訪讀者對於繪本與熟齡繪本的看法，受其生長環境與閱讀經驗影響

本研究的受訪讀者年齡層分布與繪本閱讀經驗，皆能反映出較高齡者過去在兒童與青少年時期的生長背景是較缺乏繪本閱讀經驗的，年齡介於35～50歲的受訪讀者們在成年、結婚生子以後，才有親子共讀繪本、擔任故事志工媽媽的經驗，說故事的場域有醫院和學校，說故事的對象以兒童為主。55～70歲的熟齡與高齡者則多半是在這兩所推廣機構中接觸熟齡繪本之後，才開啟繪本共讀的說故事服務與志工活動。

在接觸到熟齡繪本之前與之後的閱讀經驗來看，結合文獻探討中不

同年代臺灣社會的繪本型態、名稱與用法，呈現不同的樣貌，這也與受訪讀者提到自身的生長環境與繪本閱讀經驗相呼應。較高齡的受訪讀者因在成長的過程中無繪本閱讀經驗，多半是透過親子共讀、兒童教學建立對於繪本的看法，即使無親子共讀與兒童教學的經驗，對於繪本的看法仍舊受到不同年代的繪本風貌與用途影響。

（二）參加閱讀推廣活動前，受訪讀者對於熟齡繪本的第一印象，會影響讀者接受推廣機構傳達熟齡繪本的意涵程度

從受訪讀者對於熟齡繪本的認知變化上得知，若資訊偶遇發生時，讀者單純抱持好奇、想要瞭解熟齡繪本是什麼的想法，以及無任何既定印象者，更容易接受推廣機構建立的熟齡繪本意涵與欲傳達的概念。當資訊偶遇發生時，讀者已將熟齡繪本等同於繪本的想法根深蒂固時，讀者即使參加過多場熟齡繪本閱讀推廣活動，也難以全盤接受推廣機構對於熟齡繪本的詮釋，對於熟齡繪本的看法也難以產生改變。

（三）參與兩所推廣機構舉辦的活動讀者皆以女性居多

在與兩所機構多次接觸，以及訪談讀者的過程中，研究者發現兩所機構皆有男性和女性參與人數懸殊的情況，並與受訪讀者談到此議題，試圖一同找出影響因素，包含對於「學習」的想法與態度不同、文化社會脈絡之下的「大男人主義」、過去在職場中的社經地位、動態與靜態活動偏好等影響。為增加男性參與人數，可採用不同的宣傳方式倡導閱讀熟齡繪本的形象是顛覆過去想像的，在活動內容上，可參考男性閱讀習慣與參與活動類型偏好調整，提升參與意願。

二、建議

根據上述研究結果與結論，提出以下兩點建議：

（一）使用「熟齡繪本」之名詞有其使用的必要

對於熟齡繪本的看法差異則受到新詞彙與繪本之間的既定印象連結影響，若要將熟齡繪本作為新詞彙，賦予其不同於應用在兒童教學或閱讀的意義連結，不同情境下的讀者會產生不同的反應；然而，社會大眾對於繪本的既定印象皆與兒童連結在一起，除了幾米的成人繪本品牌之外，鮮少有能將繪本與兒童區分開來的方法，故此，要讓大家知道這不是兒童繪本，就需要一個新的辭彙，作出鮮明的區隔，若能因此引起大眾的好奇心理，進而想要瞭解的話，那麼在推廣熟齡繪本上或可更加順利了。

針對不同的繪本閱讀經驗者，應設計不同的推廣方式，對於沒有繪本閱讀經驗者應從認識繪本閱讀、打破繪本既定印象著手，使其對於繪本閱讀和共讀產生親民且良好的形象與體驗，對於擁有豐富繪本閱讀經驗者，則能夠從深化繪本特質、藝術風格、文字內容等著手，代入進階且多元的視角與新穎的帶讀方法，使其在熟齡繪本閱讀與共讀上擁有與以往繪本閱讀不同的經驗，保持對於熟齡繪本的好奇與驚喜感。

但是從本研究亦可知，讀者參與熟齡繪本閱讀很大一部分的原因，來自於自己對於繪本的熱愛與興趣，有的是喜愛圖多文字少的特質，有的沉醉於藝術風格的賞析，但更明顯無法切開的是這些讀者對於兒童繪本閱讀的經歷，故此，亦是個推廣的突破口，從本研究可知多數讀者的童年是沒有繪本閱讀經歷的，多半皆是在孩子出生後為別人而讀，若能為他們創造美好的熟齡繪本閱讀經驗，或許也是一樁美事。

（二）強化熟齡繪本取得的便利性

為使更廣泛的讀者能夠接受熟齡繪本這個新的詞彙蘊含概念，熟齡繪本的涵義應該發展的更加健全，讓所有讀者在接觸到閱讀推廣活動後，對於熟齡繪本的認知與理解趨於統一，並且有一定的範疇，而不是發散的。在取得便利性上，應從源頭著手，也就是熟齡繪本本身的創作數量與主題開發需朝一致的方向發展，當逐漸成熟後，大家接觸到、閱讀到的熟齡繪本樣貌應較能夠與推廣機構的詮釋與欲傳達涵義趨於整合。

再者，從受訪讀者對於未來建議中所提，點出兒童即使不識字，也是生活在周遭都是繪本的環境之中，就算看不懂，也能輕易翻閱繪本，據此，為快速建立民眾閱讀熟齡繪本的經驗，可從社會大眾較便利且價格合理取得熟齡繪本的方法著手，也就是透過各縣市的公共圖書館。此處還需考慮是否有參與過熟齡繪本閱讀推廣活動，有參與過的人們，較能夠輕易從兒童繪本區中，揀選出熟齡繪本，但是沒參與過熟齡繪本閱讀推廣活動的人們，則需仰賴館員對於館藏規劃的能力了，且為區辨兒童繪本的差異，更應將熟齡繪本獨立成一區，或是放置於成人書區都有助於提升成人取得、閱讀熟齡繪本的機會（謝寶媛、徐景岳，2008）。除了藉由館員選擇合適的館藏之外，還需搭配活動宣傳，例如舉辦沙龍講座能使民眾對於熟齡繪本產生更深入的瞭解，再搭配舉辦定期讀書會，則能讓民眾體驗共讀樂趣，親自感受熟齡繪本的魅力。

誌謝

作者們感謝匿名審查者們所投注的心力與時間，並提供許多寶貴的修改意見，以使本文更臻完善。

參考文獻

- 王尤敏、吳美美（2010年7月）。公共圖書館老年讀者閱讀行為研究初探。論文發表於第十屆海峽兩岸圖書資訊學學術研討會，南京市，中國。【Wang, Y.-M., & Wu, M.-M. (2010, July). *A preliminary study on the reading behavior of the public libraries of the elderly*. Paper presented at the 10th海峡两岸圖書資訊學學術研討會, Nanjing, China. (in Chinese)】
- 行政院國家發展委員會（2013）。人口政策白皮書：少子女化、高齡化及移民。檢自<https://www.ndc.gov.tw/cp.aspx?n=fbbd5fe5e5f21981>【Executive Yuan National Development Council, Executive Yuan. (2013). *Population policy white paper: Fewer children, population aging and immigration*. Retrieved from <https://www.ndc.gov.tw/cp.aspx?n=fbbd5fe5e5f21981> (in Chinese)】
- 何青蓉（2009）。參與讀書會對於高齡者的意涵：從讀書會本質論析。臺灣圖書館管理季刊，5(3)，1-10。【Ho, C.-J. (2009). The significance of the reading group to the elderly: An analysis from the perspective of the essence of the reading group. *Interdisciplinary Journal of Taiwan Library Administration*, 5(3), 1-10. (in Chinese)】
- 李珊瑋（2020年8月）。老派當紅·樂齡人生：搖滾爺奶社會企業。臺灣光華雜誌。檢自<https://www.taiwan-panorama.com/Articles/Details?Guid=5412a9bf-0118-4c92-ad88-c229f253ddd1>【Lee, S.-W. (2020, August). A more fulfilling life for seniors: The social enterprise “Rock YeNai”. *Taiwan Panorama*. Retrieved from <https://www.taiwan-panorama.com/Articles/Details?Guid=5412a9bf-0118-4c92-ad88-c229f253ddd1> (in Chinese)】
- 邱天助（2009）。老人的閱讀習慣與公共圖書館閱讀需求之調查研

- 究。臺灣圖書館管理季刊，5(3)，11-30。【Chiou, T.-J. (2009). An investigation of the reading habits and the reading needs of public libraries of the elderly in Taiwan. *Interdisciplinary Journal of Taiwan Library Administration*, 5(3), 11-30. (in Chinese)】
- 林佳穎 (2015)。學習，讓樂齡生活更美好。臺北市立圖書館館訊，33(1)，35-44。【Lin, C.-Y. (2015). Learning makes senior life better. *Bulletin of the Taipei Public Library*, 33(1), 35-44. (in Chinese)】
- 林麗惠、蔡侑倫 (2009)。培養高齡者閱讀習慣之探究。臺灣圖書館管理季刊，5(3)，31-37。【Lin, L.-H., & Tsai, Y.-L. (2009). The explore of cultivation reading habit of elders. *Interdisciplinary Journal of Taiwan Library Administration*, 5(3), 31-37. (in Chinese)】
- 涂均翰 (2021)。繪本文學中對憂鬱症與躁鬱症患者之同理與關懷。臺灣出版與閱讀，16，72-78。【Tu, J.-H. (2021). Hui ben wen xue zhong dui you yu zheng yu zao yu zheng huan zhe zhi tong li yu guan huai. *Taiwan Publishing and Reading*, 16, 72-78. (in Chinese)】
- 曹平霞 (2013)。銀髮族休閒養生產業發展之建議。臺灣經濟論衡，11(10)，63-105。【Cao, P.-X. (2013). Yin fa zu xiu xian yang sheng chan ye fa zhan zhi jian yi. *Taiwan Economic Forum*, 11(10), 63-105. (in Chinese)】
- 陸洛、高旭繁 (2016)。正向老化之概念內涵及預測因子：一項對臺灣高齡者的縱貫研究。醫務管理期刊，17(4)，267-288。doi:10.6174/JHM2016.17(4).267【Lu, L., & Kao, S.-F. (2016). Conceptualizing and predicting positive aging: A longitudinal study among elderly Taiwanese. *Journal of Healthcare Management*, 17(4), 267-288. doi:10.6174/JHM2016.17(4).267 (in Chinese)】
- 國家圖書館 (2019)。臺灣老年讀者圖書資訊服務指引。臺北市：國家圖書館。【National Central Library. (2019). *Tai wan lao nian du zhe tu shu zi xun fu wu zhi yin*. Taipei: National Central Library. (in Chinese)】
- 國家圖書館 (2020)。108年臺灣圖書出版現況及趨勢報告。檢自<https://nclfile.ncl.edu.tw/files/202003/a54efba2-d2eb-4af4-be77-d1afc5bd6878.pdf>。【National Central Library. (2020). *108 Nian Taiwan tu shu chu ban xian kuang ji qu shi bao gao*. Retrieved from <https://nclfile.ncl.edu.tw/files/202003/a54efba2-d2eb-4af4-be77-d1afc5bd6878.pdf>. (in Chinese)】
- 國家圖書館 (2022)。110年臺灣圖書出版現況及趨勢報告。臺北市：國

- 家圖書館。【National Central Library. (2022). *110 Nian Taiwan tu shu chu ban xian kuang ji qu shi bao gao*. Taipei: National Central Library. (in Chinese)】
- 游珮芸 (2014)。幾米與成人繪本。文訊, 342, 88-95。【You, P.-Y. (2014). *Ji mi yu cheng ren hui ben*. *Wenhsun*, 342, 88-95. (in Chinese)】
- 楊璧璟 (2019)。探討讀者購買繪本的決策因素。文化事業與管理研究, 19(2), 1-22。【Yang, P.-C. (2019). Discussing with decision elements of reader's purchasing picture book. *Journal of Cultural Enterprise and Management*, 19(2), 1-22. (in Chinese)】
- 趙家民、楊璧璟、蘇展平 (2018)。臺灣繪本領域研究之回顧與展望。文化事業與管理研究, 18(3), 1-13。【Chao, C.-M., Yang, P.-C., & Su, C.-P. (2018). Taiwan hui ben ling yu yan jiu zhi hui gu yu zhan wang. *Journal of Cultural Enterprise and Management*, 18(3), 1-13. (in Chinese)】
- 臺灣老大人活力發展協會 (2017)。發展與意涵。檢自<http://www.activeageing.tw/about.php> 【Taiwan Energetic Elder Association. (2017). *Fa zhan yu yi han*. Retrieved from <http://www.activeageing.tw/about.php> (in Chinese)】
- 衛生福利部 (2021)。高齡社會白皮書。衛生福利部社會及家庭署。檢自<https://www.sfaa.gov.tw/SFAA/Pages/List.aspx?nodeid=1372> 【Ministry of Health and Welfare. (2021). *Gao ling she hui bai pi shu*. *Social and Family Affairs Administration, Ministry of Health and Welfare*. Retrieved from <https://www.sfaa.gov.tw/SFAA/Pages/List.aspx?nodeid=1372> (in Chinese)】
- 蔡長穎、呂朝賢 (2018)。積極老化與高齡志工之因應。通識教育與跨域研究, 18, 94-107。【Tsai, C.-Y., & Leu, C.-H. (2018). Active ageing and the coping of elderly volunteers. *General Education and Transdisciplinary Research*, 18, 94-107. (in Chinese)】
- 蕭文高 (2010)。活躍老化與照顧服務：理論、政策與實務。社區發展季刊, 132, 41-58。【Hsiao, W.-K. (2010). *Huo yue lao hua yu zhao gu fu wu: Li lun, zheng ce yu shi wu*. *Community Development Journal(Quarterly)*, 132, 41-58. (in Chinese)】
- 盧怡方 (2019)。大人味的繪本，就是這一味。安可人生。檢自<https://ankemedia.com/2018/7514> 【Lu, Y.-F. (2019). *Da ren wei de hui ben jiu shi zhe yi wei*. *Anke*. Retrieved from <https://ankemedia.com/2018/7514>

(in Chinese)】

- 賴素秋 (2003)。臺灣兒童圖畫書理念流變。兒童文學學刊, 10, 1-21。doi:10.6739/ttchl.200311_(10).0001 【Lai, S.-C. (2003). The transition of the concepts about picture books in Taiwan. *Children's Literature*, 10, 1-21. doi:10.6739/ttchl.200311_(10).0001 (in Chinese)】
- 謝鴻文 (2014)。90年代後兒童與成人繪本在臺灣出版×創作的共振與合奏。文訊, 342, 99-104。【Xie, H.-W. (2014). 90 nian dai hou er tong yu cheng ren hui ben zai Taiwan chu ban × chuang zuo de gong zhen yu he zou. *Wenhsun*, 342, 99-104. (in Chinese)】
- 謝寶媛、徐景岳 (2008)。從繪本閱讀族群解析看公共圖書館之繪本閱讀推廣。圖資與檔案學刊, 67, 51-71。【Hsieh, P.-N., & Hsu, C.-Y. (2008). The promotion of picture books in public library: From the perspective of the picture books readers. *Journal of InfoLib & Archives*, 67, 51-71. (in Chinese)】
- Avci, C., & Erhan, G. (2022). Ageing versus active aging: How old age is represented in children's books. *Educational Gerontology*, 48(4), 145-159. doi:10.1080/03601277.2021.2024399
- Crawford, P. A., & Bhattacharya, S. (2014). Grand images: Exploring images of grandparents in picture books. *Journal of Research in Childhood Education*, 28(1), 128-144. doi:10.1080/02568543.2013.853004
- Department of Health. (2013). *The national positive ageing strategy: Positive ageing starts now*. Retrieved from http://www.health.gov.ie/wp-content/uploads/2014/03/National_Positive_Ageing_Strategy_English.pdf
- Gerontological Society of America. (2020). *AGHE awards*. Retrieved from <https://www.geron.org/membership/awards/academy-for-gerontology-in-higher-education-awards?start=9>
- Luyt, B., & Ann, H. S. (2011). Reading, the library, and the elderly: A Singapore case study. *Journal of Librarianship and Information Science*, 43(4), 204-212. doi:10.1177/0961000611418813
- Luyt, B., Chow, Y. H., Ng, K. P., & Lim, J. (2011). Public library reading clubs and Singapore's elderly. *Libri*, 61(3), 205-210. doi:10.1515/libr.2011.017
- McDivitt, L. (2020). *A is for aging, B is for books*. Retrieved from <https://www.lindseymcdivitt.com/>
- McGuire, S. L. (2016). Early children's literature and aging. *Creative Education*, 7(17), 2604-2612. doi:10.4236/ce.2016.717245

- Sawchuk, D., & Ly, M. (2022). Older women using women's magazines: The construction of knowledgeable selves. *Ageing & Society, 42*(4), 765-785. doi:10.1017/S0144686X20001129
- Suzuki, H., Kuraoka, M., Yasunaga, M., Nonaka, K., Sakurai, R., Takeuchi, R., ... Fujiwara, Y. (2014). Cognitive intervention through a training program for picture book reading in community-dwelling older adults: A randomized controlled trial. *BMC Geriatrics, 14*, 122. doi:10.1186/1471-2318-14-122
- Wu, J.-F. (2019). Research on picture books: A comparative study of Asia and the world. *Malaysian Journal of Library and Information Science, 24*(2), 73-95. doi:10.22452/mjlis.vol24no2.5

When Aging Readers Step Into the World of Picture Books

Sih-Jie Chen

Project Research Assistant
Science & Technology Policy Research and Information Center
National Applied Research Laboratories

Wen-Yau Cathy Lin

Professor
Department of Information and Library Science
Tamkang University

Introduction

Taiwan will enter a “super-aged society” by 2025. The Population Policy White Paper (National Development Council, Executive Yuan, 2013), the White Paper on the Aged Society (Ministry of Health and Welfare, 2021), and the definition of the establishment of a leisure and wellness industry for the elderly by Cao (2013) indicate that the elderly should be helped to age actively. Some mechanisms are expected to influence people to develop positive values during the aging process (Hsiao, 2010). In addition to the government’s emphasis on the importance of positive aging, private organizations are also actively involved in promoting the well-being of an aging society by organizing reading promotion activities for aging readers. In March 2017, “Rock YeNai Co., Ltd.” was established, and “Anke Picture Book House” was established in October of the same year. These organizations use “picture books for aging readers” to promote picture book reading or shared reading for aging, middle-aged, and elderly groups (Lee, 2020; Lu, 2019). Therefore, this study used these two reading promotion organizations for “picture books

This article is based on the first author Sih-Jie Chen’s master thesis, and the original research idea is inspired by her advisor Wen-Yau Cathy Lin.

for aging readers” as the research site to explore the course of exposure of the founders, staff members, and readers of these two organizations to picture books for aging readers. The research purpose was to draw a more detailed profile for picture books for aging readers. Hence, the following three research questions were developed accordingly.

1. What are the promotion organizations’ interpretation and selection criteria for “picture books for aging readers?”
2. What is the opinion of the aging readers of picture books in the promotion organizations about the “picture books for aging readers” and the promotion activities before and after their exposure to the promotion activities of “picture books for aging readers?”
3. What are the promotion organizations’and readers’ current views and future suggestions regarding “picture books for aging readers?”

Methodology

This study used semi-structured interviews to collect data from five founders and thirteen readers from “Rock YeNai” and “Anke Picture Book House.” This study explored the interpretation of the meaning and the selection basis of picture books for aging readers of the organizations, as well as the readers’ perceptions, opinions, and feelings regarding “picture books for aging readers” at different times.

To avoid influencing the respondents’ definition and perception of picture books for aging readers, the researcher used the operational definition of “the picture books that I have come across during my participation in the promotion of picture books for aging readers organized by this promotion organization are picture books for aging readers” to respond to the participants. After the interviews, the respondents’ perceptions of picture books for aging readers were summarized and organized to form a clear profile of picture books for aging readers.

Results

1. Interpretation of the meaning of “picture books for aging readers” and selection criteria of the two organizations.

Rock YeNai believes that picture books for aging readers are picture books that focus on oneself and discuss the meaning of life while addressing the psychological dilemmas faced by senior citizens, starting from the meaningful connection in positive psychology. Anke Picture Book House, on the other hand, believes that picture books for aging readers are books suitable for the aging community to read and participate in. Picture books for aging readers can be applied or connected to life. Both organizations have established their selection criteria based on their interpretations.

2. Readers' perceptions of the "picture books for aging readers" and the promotion activities before and after their exposure to the promotion activities of "picture books for aging readers."

Half of the readers were exposed to the promotion information through social media, and the other half were introduced to the promotion information by friends and relatives. If readers did not have a subjective impression of "picture books for aging readers," they were more likely to accept the concept and meaning of picture books for aging readers established by the promotion organization. After participating in reading promotion activities, readers could feel the difference between picture books for aging readers and children's picture books.

3. Readers' current views on "picture books for aging readers" and recommendations for future studies.

Readers that participated in this study suggested that picture books for aging readers are not exclusively for children, but are rather healing, touching, and thought-provoking. Hence, these picture books for aging readers need to be specifically selected. This differs significantly from the journey of a child reading alone or a parent reading a picture book to a child. Adult, aging, or elderly groups often focus on their feelings and emotions when reading picture books for aging readers and recall their life experiences through the storyline. When it comes to recommendations for future reading promotion, the readers indicated that the content of picture books for aging readers can be created closer to the background of the aging readers to generate a stronger resonance and that the promotion can be combined with different extension activities so that more people can become familiar with picture books for aging readers.

Conclusions

Based on the above results, this study suggested that the term “picture books for aging readers” should create a new category of picture books to break the stereotype of picture books as children’s picture books and to consider the life experiences and needs of the elderly to create more picture books for the aging population that resonate with them. The promotion of picture books should consider the reading experience of different groups, with varying promotion methods, and separate display areas should be established to distinguish picture books for aging readers from children’s picture books to improve the accessibility of picture books for aging readers.

