



愿书香氤氲绵长

□ 李哲

北京阅读季的盛宴,透露了城市的文化优雅:书事可为、阅读可期、民气可

用。愿书香氤氲绵长,生活从容雅致。

书香

善待碎片化阅读

连日来,“免费大礼包”带给了数字阅读爱好者不少的惊喜。北京阅读新媒体联盟联合阅文集团、掌阅文学、塔读文学、多看、豆瓣阅读、百度文学、网易云阅读、亚马逊、京东、当当、中文在线等20余家数字出版单位,举行了为期一个多月的“数字阅读金秋联合限免”惠民活动,使千万级的网友和读者享受到数字阅读精品。

今年4月20日,中国新闻出版研究院公布的第十二次全国国民阅读调查报告显示,我国成年国民数字化阅读方式的接触率为58.1%,首次超过图书阅读率,其中网络在线阅读、手机阅读和光盘阅读接触率均有所上升。目前,技术的高度发展、数字化内容的日益繁多、社会化媒体的渐趋成熟,无疑使得阅读获取更便利、载体更多样、内容更丰富。

伴随着数字化阅读的发展,诞生了一个新名词“碎片化阅读”。如今,对碎片化阅读的贬斥和探讨已经不再新鲜,“放下手机,拿起书本”的号召也不绝于耳。我们必须面对的现实是,无论它好与坏,碎片化阅读已然成为我们生活的一部分,因此,必须正视这种阅读状态,并善待碎片化阅读。

“在这么一个数字化时代,我们有了移动互联网作为阅读的载体,关键是内容好不好。所以要善待碎片化阅读,这不是阅读方式的问题,而是阅读内容的问题。我们的出版业,我们的IT业和通信业,要提供更多优美、感人的‘碎片’,让读者在低头的瞬间,能读到更多优雅、精彩的文字,更多优美、精致的短章,更多现代人的论语,要把移动互联网发展成为生动、活泼、清新的精神文化空间,这才是文化界、出版界有识之士应当尽力去做的事情。”北京印刷学院新闻出版学院院长聂震宁说。

在正视并善待碎片化阅读的同时,我们也必须清醒地认识到,阅读的意义远超娱乐,它不是轻松的消遣,个人、民族的成长都需要进行“难啃”的阅读、深度的思考。聂震宁认为:“读好一本书,几

本书,你一辈子都不会忘记,它能内化成你的一种思维,内化成你的一种精神状态。特别是我们需要提升国民的阅读能力、思维能力、创造能力的时候,这个时候靠只言片语,靠一点灵光闪现是完成不了一个民族的气质提升的,它需要有整体的深度的东西,需要难一些的东西来让我们读了以后得到提升。因此我觉得在这个时代,尤其需要善待碎片化阅读、强调整体化阅读。”

阅读要去功利化

走进不少高校附近的书店,满眼充斥的都是教材教辅、考试书籍;查看畅销书的榜单,往往能看到养生、理财等实用书籍的身影。阅读的功利化是人们浮躁生活的体现,去功利化阅读的倡导刻不容缓。

什么叫功利主义阅读?清华大学新闻与传播学院院长柳斌杰认为,“就是需要的东西他立即去学习,不需要的他毫不在意,导致的结果是现在很多年轻学生记忆力大大下降,大脑记忆中的知识减少了。这是一个弱势,读书能够很好地训练人的智力思维、逻辑能力,在读书的时候一定要伴随思考,而不是功利地使用阅读”。

应该说,基于学习和工作的功利性是推动阅读的有效动力,但没有阅读爱好和习性的养成,只有功利性和目的性的阅读也很难有阅读的升华,最终无法形成生活方式。“两种阅读动力相比我认为后者更需要多多培养,一旦养成便具有持久性。”北京发行集团董事长李湛军说。

事实上,阅读是这个世界上最美妙的一项活动,它首先是一种精神的享受。正如中国教育学会副会长朱永新所说,将一本好书拿到手里,享受写书人的创造成果,吃进别人种出的精神食粮,会使我们有一种进餐美食的快乐感。它同时又是一种精神操练,我们在阅读中会不断地思考和质疑,与作者进行无声的对话。阅读会增加我们自己的知识库存,而知识的丰富和充盈会使人精神上变得更加美好。

正是这些去功利化的阅读才可以全面提高一个人、一个民族的素质。“这是关系到民族千秋大业的事情,整个中华民族的复兴最根本的是每一

个人得到充分的发展,每一个人都感到幸福,每一个人能够把他的生命价值发挥出来,那么我们就真正地复兴了。这一点就要通过阅读,通过读书,通过获取知识来实现。”柳斌杰表示。

推广无止境

从春意融融到金风阵阵,2015年的“书香中国·北京阅读季”使“阅读是一种生活方式”的理念更加深入人心,整个京城因阅读而变得更加温润而厚重。在北京阅读季开展过的过去半年里,全国的阅读活动此起彼伏,精彩纷呈,千万读者在其中分享了阅读的快乐。从城市到农村,从东部到西部,从老人到儿童朗朗的读书声已经逐渐成为中国广袤大地上最优美的旋律。

“北京阅读季已经开展了5年的时间,可以说是全民阅读活动的一个缩影和典范。作为一个北京的市民,我本人也亲身感受到了北京浓郁的读书氛围。”国家新闻出版广电总局出版管理司副司长许正明说。

全民阅读是一项系统工程,需要政府、社会、公众同心协力。具体到阅读空间,李湛军建议道:希望各界加大对书店公益功能的打造。以西单、王府井、中关村图书大厦为例,近年来的图书客流比往年增加了21%,尽管购书量在下滑,但是客流在增加,所以把书店作为图书馆的功能来建设具有重要的阅读推广意义。

“PPP的方式是我们开展全民阅读、推动全民阅读非常好的方式。无论是我们阅读的空间,基础设施建设,还是阅读的活动组织,我认为政府和社会力量,无论是企业还是非营利组织共同来参与建设,是我们开展全民阅读的一个非常有效的方法和工具。我相信只有全民参与,才能让全民阅读真正深入到全民中去。”中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国提出了自己推广阅读的想法。

记者了解到,今年11月将首次召开全国全民阅读工作会议,“阅读是实现国家强盛、民族复兴的重要途径”已成为共识,让我们共同期待民族文脉在阅读中的丰富和书香中国的真正实现。

金中都第二书房 儿童书橱



穿过喧嚣的北京西二环,来到金中都城墙遗址公园,从飞檐斗拱之下走进宣阳驿站,迎面而来的是那直顶天地的书墙,以及借书墙梯子爬上爬下取书的孩子们。这里,就是有名的“第二书房”。这处占地1000多平方米的阅读空间,环境优雅,书香浓郁,藏书14000册,阅览席位150多个,设国学典藏图书阅读区、书画笔会区及手工艺品展示区。此外,以创始人李岩为核心的专业阅读推广团队,为读者策划了各种各样的阅读活动。据统计,仅2015年上半年,就举办活动24场次,参与活动人数达1440余人。

父母学堂

金中都第二书房是一个“阅读构筑梦想”的城市阅读空间,其定位是“父母学堂,儿童书馆”。“这里不仅能够看书,还可以组织专家讲座、父母沙龙,办理爱阅卡、爱阅托(小学生课后托管)等,我希望通过阅读一个影响一个,再影响一群。我的梦想,就是让更多的孩子在第二书房里编织自己的梦想。”李岩告诉记者。

“很多家长到第二书房都很吃惊,说这里的书他们在外面怎么都没见过!”说到这个话题,李岩很揪心,如果孩子从小接触不到真正值得阅读的好书,就很难形成阅读习惯。于是李岩决心去做社区图书馆,打通全民阅读最后一公里。

让人高兴的是,随着书香中国的推进,越来越多的人认识到了阅读的重要性。越来越多的人在选择住房的时候开始考虑小区是否有图书馆、是否有书香氛围,不少开发商已经意识到当下的房地产不再是拼硬件建设而是要比人文内涵,而政府更是肩负着推广全民阅读的重要使命。

金中都第二书房作为非营利性公共阅读空间,其场地是由西城区文化委员会无偿提供的,此外,西城区还为其提供会员办卡补贴、图书采购补贴等。李岩坦言,金中都第二书房开放后,找他们要求加盟的电话都快打爆了。“一天十几个,从海南三亚、新疆乌鲁木齐到黑龙江哈尔滨,全国各地都有,还吸引了不少同行前来观摩。”目前全国已陆续成立了11家第二书房,其发展速度之快甚至超出了李岩的想象。

“要带动更多的人爱读书,整个社会的氛围就会变得越来越好,书香中国才是一个可以实现梦想。”显然,第二书房的成功,证明李岩的想法得到了社会的高度回应。这不仅显示出人们对社区阅读空间的巨大渴求,也让人看到了书香中国的希望所在。

讲故事的凯叔——

阅读推广,我一生的荣幸

“宝贝,欢迎收听凯叔讲故事……”据不完全统计,目前有近260万的孩子是听着凯叔的声音进入梦乡的,这是一个多么有爱的画面。一年多之前,前央视主持人王凯创立了“凯叔讲故事”品牌,打造了微信最大的亲子社群,先后录制了近600个绘本故事。伴随孩子们的睡前一小时,“凯叔讲故事”不仅有“哄睡神器”之称,还实现了培养儿童阅读习惯、提升亲子沟通质量的目的。

这个讲故事平台可谓是“应运而生”,是孩子们巨大的阅读需求造就了它。“自打有了女儿之后,我发现我跟女儿交流最多的方式是用声音,是用故事来和她沟通。女儿每天至少要听上四五个新的故事,绝对不许重。所以,我讲故事的压力非常大,只好不断到各大书店、电商平台去淘绘本,平均一个月为她要买上一箱半到两箱的绘本,还未必能够。后来我就把这些故事录下来,并开始分享给其他家长,结果孩子们一听就特别上瘾。从那个时候开始到现在,我已经每天在为几百万的孩子们去讲故事。”王凯幸福地回忆着做这件事的初衷。

在收获幸福感的过程中,王凯也遇到了一些“无奈”。“不少家长发来投诉:你讲故事能不能不这么生动啊,孩子睡觉前听了一个又一个,听了一遍又一遍,越来越精神,你得负责任啊。”这不知道是表扬还是批评的“投诉”还是让王凯陷入了深思,某天,他突然想到了一个妙招。

“宝贝,现在这个故事讲完了,听凯叔来给你读一首诗。”故事之后,伴随着王凯一遍一遍重复读诗的声音,每一遍比上一遍声音小一点点,一直到最后似有似无。家长们纷纷反映,孩子不仅很快入睡,还会在不经意之间将这首“睡前诗”完整地背诵下来,真是一举多得,进一步提升了孩子们“听阅读”的质量。

事实上,这种“听阅读”绝不仅是给孩子解闷、哄睡,实际上它在传递一种读书的能量,带来一种阅读的习惯。讲故事、听故事,很可能成为带领孩子进入书本、进入阅读世界非常自由的一条路。据王凯介绍,有出版社向他透露,在他讲过某一个故事之后,承载这个故事的绘本月销量突然翻了一番。就这样,王凯的团队开始把重点放在推广阅读上,推广这个世界上经典的绘本。

“能做一个阅读推广人,是我一生的荣幸。”王凯说:希望因为我们有我们这个团队在,能够提升亲子沟通的质量,能够陪伴未来公民的成长。

