

## 既要久久为功 也要只争朝夕

聂震宁

开展全民阅读推广活动，目的是建设书香社会。从《全民阅读促进条例》施行到书香社会建成，走好这条路，既要坚持长期主义，久久为功，也要只争朝夕，寻求短期突破。

建设书香社会最重要的就是培养国民的阅读习惯。尤其在海量短视频、碎片化信息争夺注意力的背景下，人们的耐心在减退，阅读习惯的养成愈发艰难。读屏的同时还是要读书，引导大众“忙时读屏，闲时读书”，避免“忙闲都读屏”。

但长期主义不等于“慢慢来”，不能把“长期”变成“等以后”，该做的事必须马上干、重点干、干出成效。要加大《全民阅读促进条例》宣传力度，通过媒体宣传、名人示范、身边案例，用讲座、直播、短视频等轻量化形式，激发公众阅读兴趣，让“阅读是刚需”“阅读力决定学习力”成为社会共识。事在人为，书香社会需要一批阅读推广人做种子，应加大这方面人才的培育力度。

要针对全民阅读难点堵点，拿出有效应对举措。制度设计上，可及时编制“全民阅读促进工作方案”“少年儿童阅读计划”“乡村阅读计划”等。出版供给侧应补齐短板，面向未成年人、老年人、残疾人等不同群体，提高出版质量。支持数字阅读与传统阅读相结合，推动优质数字阅读内容供给，提升数字阅读便利性和满意度。面对城乡阅读资源差距大问题，加强阅读设施建设，借助数字化、网络化手段，扩大农村阅读覆盖面。针对学生深阅读不足问题，可在教学计划中加大阅读分量，开设阅读课程，营造书香校园氛围。

全民阅读，事关民生，只要认真切实去做，哪怕只是一个小小的举措，都能散发出美好的书香。譬如，在地铁站等一些公共电子屏上滚动显示“权威媒体的重要新书推荐榜单”“公共图书馆借阅量最多的图书”等，使身边的阅读氛围更浓郁。如此积跬步，方能至千里，实现书香社会的最终目标——让“爱读书、读好书、善读书”成为大众内化于心的生活方式。（作者为中国出版协会全民阅读工作委员会主任）

如今，互联网上中长视频观看量格外亮眼，而这类视频的爆发正是从读书类内容开始的。一条450分钟讲《红楼梦》的视频，在抖音收获1337万点赞、3.7亿播放，150万人在平台完整观看。大量读书类中长视频的走红，印证了用户对深度知识内容的需求。

截至目前，抖音平台3分钟以上的知识类中长视频日均投稿提升了90%，日均播放提升了40%。这些数字说明，视频平台在全民阅读这件事上，完全有能力提供更好的服务和助力。在我看来，平台推进全民阅读，要通过三个“全”来落地。

首先是人群全。平台读书用户实现各地区、各年龄段全覆盖，不同群体展现出鲜明阅读偏好。80后关注商业、财经类内容，90后青睐情感、心理类内容，00后偏爱文学、艺术、科普类内容；地域差异则更有趣，调研发现，贵州用户最爱《中国鸟类观察手册》这样的博物类书籍。阅读从来不是一个模样，不同群体的生活方式会自然渗透在阅读选择中。

其次是形式全。运营中发现，同样讲解一个内容，传播效果大为不同，作者能否“出圈”的关键在创作手法。“混子哥”讲历史科普，通过栩栩如生、自带喜感的手绘，串起多样知识点；“大圆镜”科普用AI技术复原科学史上重要原理的诞生时刻，让人惊叹。在阅读领域，创作手法的丰富催生了“一本名著的N种表达”，《红楼梦》既有全本解读，也有角色分析、历史索隐甚至食物文化挖掘等趣味形式，让经典内容有了更多触达路径。

最后是品类全。图书类内容呈现两大趋势，一是经典再发现。共同记忆里的经典名著最能打动人心，2023年爆火的《我与地坛》，正是因为贴合当下社会情绪的解读，收获了年轻人喜爱。二是小众更“出圈”。《鹧鸪》《赶时间的人》等作品，凭借平台触媒效应收获大量关注。

事实证明，视频平台不只是娱乐载体，更能成为深度阅读沃土。未来，我们将继续深耕内容生态，挖掘优质创作者，链接各方资源，完善多类型平台生态，努力打造全民阅读的重要阵地，让更多人遇见好书、爱上阅读，让深度阅读在小小屏幕上生根发芽、枝繁叶茂。

（作者为抖音知识垂类相关负责人）

读书

本版邮箱: dushu@peopledaily.cn  
本版责编:董 阳 胡妍妍  
任飞帆 张明瑟  
版式设计:沈亦伶 张丹峰

# 推进全民阅读，我们能做些什么



书香是一种氛围，读书是最基本的文化建设。在《全民阅读促进条例》即将施行之际，人民日报社文艺部、人民网共同主办“推进全民阅读，我们能做些什么”圆桌会，邀请出版人、学者、作家、教师、视频博主等就阅读立法、阅读推广、数字阅读、阅读权益保障等展开交流讨论，本版摘编发言，以饕读者。期待在《全民阅读促进条例》推动下，全社会爱读书、读好书、善读书的氛围更加浓厚，全民阅读成为风尚，大地书香馥郁悠长。

——编者

生产优质内容 营造良好氛围

陈 炜

推进全民阅读是关乎民族精神底色、国家文化软实力、民族复兴伟业的“国之大者”。《全民阅读促进条例》让这项工作步入有法可依、有序推进的新阶段。这是出版行业的历史机遇，要求我们既当好文化产品的生产者，也做好书香氛围的营造者，为全民阅读高质量发展贡献力量。

服务全民阅读，要聚焦国家发展需要和人民文化需求，做好优质内容供给。中信出版深耕财经、科技、人文等多个领域，紧扣“十五五”规划建议和国家战略需求，推出“全球变局下的战略决策框架”“新质生产力生成与组织进化”“跨越古今的认知重构与世界洞察”等七大书系，为国家发展、社会进步提供智力支持。我们优化会员服务体系，提供图书、课程等多元化知识产品，满足读者多样化需求。我们还紧扣青年群体兴趣，以优质动漫等流行文化IP衍生图书为载体拓展新兴业务，推动全民阅读向年轻化、潮流化延伸。

促进全民阅读，要着力营造氛围，从书页拓展到实体空间和赛博空间。我们一方面运用AI技术打

打造“共同知识”

罗振宇

吗？读书的用处可太大了。不把有用的台阶给普通大众铺好，这是我们阅读推广人的失职。要看到，读书是会有表达、会有产出的，产出是会有成就感的，要让人们在这种成就感中喜欢上读书。

语言学家、认知心理学家史蒂芬·平克在《共同知识》一书中，将人类的知识分成两类，一类叫私人知识，一类叫共同知识。私人知识解决知识的创世问题，就是知识从无到有的问题。但知识可不是有了就行，必须变成共同知识，对社会才有作用。书最大的价值，就是在生产共同知识。当你知道，我知道，且我们都知彼此知道时，个体便不会有被知识共同体放逐的焦虑。

这也为全民阅读推广提供了思路。我在山东济南看到一家书店“藉书园”，它不靠卖书挣钱，而是靠收年度讲座费盈利。如今书籍资源不再稀缺，线下的阅读空间也是很充裕的，但比资源和空间更有价值的，是能生产共同知识的聚集场景。就像我办跨年演讲，明明手机上能看，电视上能看，为什么还有几千上万人要聚到现场看，那就是大家要找这种生产共同知识的感觉。躬身入局，把自己带进去，打造共同知识，这是对阅读的推广，也更符合书籍生产的本质。

（作者为得到APP创始人）

培养青少年一生受益的习惯

李晓阳

书，本质上是什么？是印在纸质载体上的一堆文字或者信息吗？如果从阅读的信息量上来看，这几年不仅是增长，而且增长幅度特别大。但书不是一般可供阅读的文字，它是三方面共同支撑起的社会共识：主流价值、专业内容和市场检验。出版业可能将来还会发生各种业态的演化，但说到底，多种社会力量达成的共识，这是出版业不变的本质。

因而，推广阅读就是在离散化的信息社会重建共识的过程。过去我们是要把书塞给不爱读书的人，现在我们能不能反过来，让人们在读书中建立成就感。经常有这样一种声音，“读书不应该追求有用”“读书无用”“无用之用”，道理当然是对的，但在中华民族绵延几千年的阅读历史中，读书真的没用

一下子变成身边的朋友了。有了心动的感觉，就会重视阅读了。

“读什么”很重要。现在不是没有书，是书太多了，对初读者来说，特别需要高质量、对胃口的推荐。举个例子，很多中学推荐杨伯峻的《论语译注》，这个版本很经典、很学术，但面对青少年，我更愿意推荐鲍鹏山的《〈论语〉导读》。它不止于注释，还跟读者讲清楚孔子的话是在什么情形下、针对什么事说的，对当下的我们有什么意义。更多时候，“适合”“对路”才能把人和书连接起来。

第三件事，读书是有方法和技巧的。越会读，就越喜欢读；越喜欢读，就会回过头来琢磨怎么去读。我曾用金圣叹的批注法教

孩子读《儒林外史》。他从觉得“没意思”，到读得兴致勃勃，也学着金圣叹的样子点评、批注、圈画。有了方法和技巧，就有了乐趣和心得，就会主动去读书。

最关键的是“读得怎么样”。很多活动止于倡导，缺的是效果闭环。我建议，可用设计“健身软件”的思维来打造激励系统。例如，举办“48小时跨媒介叙事共创营”，让阅读成果转化为广播剧、插画等生动作品；再如征集“写给书中人的一句话”，以低门槛的参与激发情感共鸣。让每一次阅读都被看见、被回应，习惯才能真正养成。

纸质书阅读，需要静下来、读进去，才会有感觉，回味悠长；手机短视频则是即时的、爽感的、“上头”的，对注意力的争夺是碾压式的。越是在这种情况下，越要重视养成阅读的底层能力，在关键环节下足功夫，培养青少年一生受益的习惯。

（作者为北京师范大学附属实验中学语文教研组组长）

我们希望平台流量分配能向阅读推广领域适度倾斜，让那些被埋没的好书和优质内容让更多人发现。我们也期待更多专家学者走进新媒体领域，将专业知识转化为大众喜闻乐见的内容。首个全民阅读活动周，可以邀约作家与读书博主走进文化胜地，让阅读行为与大地息息相关。可以去曲江感受“一日看尽长安花”，去铜川领略王维笔下的闲居生活，可以去华清池讲《长恨歌》……试问，在这样的情形下谁不想翻开一本唐诗？

依托中华文化的深厚土壤，相信只要我們善于创造，善于开辟新的阅读场域，就能让阅读成为文化生活的热门之选。

（作者为读书视频博主）

开展全民阅读，条件其实都有了。能力不是问题，目前高等教育毛入学率60.8%。政策不是问题，政府为倡导全民阅读已经做了很多工作。经济也不是问题，购买书籍占我们日常消费的比例很小。那么，问题出在哪儿？问题在没有兴趣。除了应付考学升职，一些人自主阅读的兴趣并不高。为什么我们呼吁了这么多年、用了那么大力气，效果还是不太理想？这涉及出版、书店、网络文化、学校教育问题，牵扯面很广。这里就一个小的切入口，说说如何提倡读书。

首先，我们必须直面短视频对阅读的冲击，这个冲击有好也有坏，取决于如何看待。很多人看不起短视频，尤其长期在学院里生活的，或自认为比较有修养的，都觉得那些遍地开花的短视频，实在低俗，不值得关注。几年前我就说过，今天的短视频，就是晚清的报纸。当年严复等人看不起梁启超写的那些报章文章，认为著述之文与报章之文有天壤之别，著述之文可以藏之名山、传之后世，值得认真经营；而报章之文因应时代变化，随手写作，当即刊出，没有长久价值。可是100年后，我们还在读梁启超的文章，还在谈晚清或五四时期的“新媒体”。

所有时代，新的媒介出来以后，都会有很多毛病，但请不要过早下结论，说它没有任何前途。关键在使用者，即你我是否善用其器。若不管内容好坏，一天狂刷十几个小时短视频，那是有点遗憾；但完全不看短视频，很可能无法真正理解这个时代。

任何“捕获”广大受众的新媒介，都值得好好琢磨，认真改造，尽可能为我所用。在我看来，短视频不仅仅是一种新的技术、新的体裁，更是一种新的文化。但目前短视频的内容确实有待提升，不能只往博眼球、追流量的方向走。要说“提倡读书”有什么抓手，不妨政府、学界、传媒联合起来，列一个长期计划，用制作精良的短视频，来谈读书的故事、读书的经验、读书的技巧，推荐好书。就像写文章一样，短视频也得苦心经营，粗制滥造，人家懒得打开。短视频首先要好看，同时也要思想正确，这样才能吸引受众点击观看。

（作者为北京大学哲学社会科学一级教授、中央文史研究馆馆员）

富养人的精神

王柳云

我来自湖南乡下。早年在偏远的农村，大家也是很愿意读书的。那个时候农民没有钱买书，上面捐助了一批书下来，或者哪个学校得到了几套书，村里人就在那里拼命地读，读得书页都散架了。遇到下雨天，聚在一起的时候，能说话道的人就站出来讲书，哪本书上，哪个时代，发生了什么事，绘声绘色讲下去。

我曾经的一位同事老唐，劳累一生，穷了一辈子，也坚持读了一辈子的书。我见到他时，60多岁了，人文气沉稳，捡了人家扔掉的很多书，戴着眼镜一本接一本读。阅读是他人生的重要陪伴。

对我来说，阅读也是最重要的精神陪伴。在城市里打工，所有的书店都张开宽容温暖的怀抱，在过节或不上班的时候，我便跑去最近的新华书店，选中一排书架，停下来阅读。这些书都是我渴望攻下的“上甘岭”，强大的敌人是我自己的心和大脑，一天翻它一二十本，逼它们变成我的智慧。

持续读了几十年的书，我居然也能写书了，先后出版了《青芥人生》《风吹起了月光》等。通过写作，我说出自己的经历，如饥者歌其食、劳者歌其事。时光逝去，读与写带来的收获像金色的矿脉闪光。

我对全民阅读的理解，就是国家在完成了脱贫攻坚这项艰巨工作之后，进行精神上的富民，提升社会的素质，富养人的精神。为什么有人热衷打牌赌博？因为他的精神空虚，精神没有可以依存的地方。为什么一些人不讲道义、不讲孝敬、不讲谦让，胡作非为？因为认知的偏颇、道德的缺失。相比于一门心思要赚钱、要享受、要出人头地，如果普通人都能从读书中提升道德，感悟平凡人生的真谛，回归简单淳朴，对生活知足，坦然面对困境，那对社会风气来说大有帮助。全民阅读就是要到群众中去，让人人都真实参与。充实精神，涵养人心，阅读的价值正在这里。

（作者为素人作家）

图①：浙江杭州良渚文化艺术中心书店夜景。  
丁俊豪摄（影像中国）  
图②：四川成都兴隆湖中信书店。  
毛 峰摄（影像中国）

