

2014年3月,国务院总理李克强在部署2014年的重点工作时,要求发展文化艺术、新闻出版、广播电影电视、档案等事业,繁荣发展哲学社会科学,倡导全民阅读。值得关注的是,倡导全民阅读首次写入政府工作报告。阅读,关乎一个民族的兴盛和进步。开展全民阅读,已逐渐成为我国的一项基本公共文化政策。

近年来,全国各地陆续开展多种多样的全民阅读活动。自

书香中国·第四届  
北京阅读季  
THE 4th BEIJING  
READING FESTIVAL  
www.bjyjdj.net

2011年起,北京市精心筹划、群策群力,凭借得天独厚的优势,倾力打造北京阅读季这一推广全民阅读的品牌,初步形成“政府推动、专家指导、社会参与”的运作模式,每年举办各种读书类活动上千场,千余万人次读者参与其中。2014年,第四届北京阅读季正式更名为“书香中国·北京阅读季”,成为全国首家国家级的全民阅读活动品牌。

全民  
书香

# 北京阅读季拓展文化品牌再升级

中国出版传媒商报记者 刘志伟

## 政府推广落实基层,典型活动亮点频出

北京阅读季系列活动已经连续开展了三年,北京市充分发挥首都政治文化中心的优势,整合全市资源,积极开展系列读书活动,全民阅读活动开展得如火如荼。北京阅读季领导小组牵头组织开展了一系列丰富多彩的读书活动,成功将“北京阅读季”打造为成为立足北京、面向全国的全民阅读活动品牌。

通过打造北京阅读季这一品牌读书活动,北京市形成了“政府主导、社会支持、群众参与”的机制,广泛调动了社会各界参与全民阅读的积极性,16个区县也各显其能,科学有效地推进相关工作。

这其中,西城区就是一个典型案例,从上到下贯彻了科学的管理理念和策划思路。一方面,北京市新闻出版广电局带领有关同志先后多次到西城区如何结合区域特点开展阅读活动进行了现场调研和会议,专门为其量身定制了“2014首届北京儿童阅读周”,同时还针对西城区“缺乏专业人才”的问题,为其引进了

专业高效的志愿者提供服务。另一方面,西城区结合自身实际,提出建设“书香西城文化家园”的工作目标,这一目标也直接与西城区的十三五文化战略目标联系。西城区多次召集所属部门专题研究部署文化工作,成立“书香西城”工作领导小组推进工作。

在北京市和西城区政府的推动下,西城区先后推出了“2014首届北京儿童阅读周”、北京法源寺丁香诗会等颇具号召性的品牌活动。不仅如此,西城区还在砖塔胡同万松老人塔院内设立北京诵读空间,免费对读者开放,定期参与组织、策划座谈、书评交流会、沙龙、讲座等文化活动,受到群众的积极响应。

相较于往年,重点区县不仅积极承办北京阅读季的统一活动,而且着重根据区县的特色开始有意识地打造自身的全民阅读品牌,涌现出不少各具特色的活动案例。

房山区以诵读活动推动阅读,形成了多个群众诵

读团体。由于已经连续多年每年举办千名群众的集体诵读,运行模式非常成熟,所以今年“书香中国·北京阅读季”的启动仪式选定在房山区举办。房山区的大中小学学生、部队战士、工人代表和社区居民3000余人组成了宏大的朗诵队伍一起诵读经典诗文,倡导全民阅读。

通州区内的新社区以及新生儿的数量在北京市占居前列,结合这一特色,他们今年启动“亲子阅读月”,以“同读·童乐”为主题,展开推广,并针对社区每周开展亲子共读活动,从5月一直持续到10月;东城区则针对女性读者设计系列女性阅读活动,其中有著名女作家田珍颖的主题讲座“阅读使人美丽”,有小雨姐姐的亲子故事会,有雨枫书馆会员组织的女子读书会,有女性诗歌的诵读会,还有书香生日会,让年长的阿姨、年轻的妈妈、年幼的孩子们都有喜爱的活动可以参与。

## 书香寄语

## 阅读专家

朱永新 全国政协常委,副秘书长、民进中央副主席

从一个教育学者的角度,我对于阅读有着十分清晰的认识。一个人的精神发育史就是他的阅读史;一个民族的精神境界取决于阅读水平。每个人的阅读水平,构成了一个民族的阅读高度,就决定着一个民族的精神高度。在我看来,从根本上说,一个民族、一个国家的竞争力不是取决于它的物质力量,而是取决于它的精神力量;而一个国家、一个民族的精神力量,不是取决于这个民族的人口数量,而是取决于阅读力量。阅读对于强化文化认同、凝聚国家民心、振奋民族精神,对于提高公民素质、淳化社会风气、建构核心价值具有十分重要的价值。

白冰 接力出版社总编辑

阅读让人有一双永远能够发现真善美的眼睛,阅读让人永远有一颗惊奇之心,一个孩子的阅读史,就是他的心灵发育史,阅读力是一个人终生的学习能力。

因为儿童心理智能的特殊性,儿童的阅读、儿童阅读习惯的养成需要陪伴和引领。亲子共读一家长的“陪伴阅读”,就是对孩子生命初期的阅读的最好陪伴和引领。

家庭是儿童养成良好阅读习惯的最佳场所。家长的陪伴阅读,是父母最真情大爱,家长的陪伴阅读是孩童一生最温暖的亲情记忆。

## 书香家庭

谢军家庭

昔日的国际象棋冠军谢军,一直都是海量阅读的践行者。阅读给了她成为好妈妈、好老师的力量。女儿吴佳颖从小是街坊邻居中的识字“小名人”,从上小学开始,多次获得年度学校“读书之星”,11岁已经成为高一学生。

据说,犹太人为婴幼儿的传统庆典活动中,都会为小孩子准备一本抹了蜂蜜的书。这样,当小孩子亲吻书本时,就会体验到书本的甜蜜滋味,从小喜欢读书。相信,阅读是犹太民族优秀基因的一个组成部分。当阅读成为生活的一部分,就可以从小培养孩子的热爱阅读尊重书本的习惯,让阅读成为孩子喜欢玩的游戏。让阅读成为一种生活习惯,良好的健康习惯对家庭建设意义重大。女儿成长过程中在认知领域的发展水平领先于同龄孩子,其主要优势便是小丫头从小喜欢读书,把阅读当成了一件好玩的事情来对待。家中,母亲最喜欢的是数学方面的书,父亲喜欢养生烹饪方面的读物;先生喜欢专业方面的刊物,女儿和我则兴趣广泛,但凡见了印刷品就拿来翻阅……阅读已经成为家庭的一种生活消遣方式。

不仅仅是孩子,对于成年人来讲,阅读是一个人的生活当中最可以不受外界环境干扰的生活方式。正是通过不断地阅读学习,我们吸取着来自外界的信息和知识养分,不断完善自我、超越自我。书海茫茫,珍宝潜藏其中,无论是处于求学阶段的孩子,还是家中退休之后的长辈,总有适合不同年龄段群体的读物。

赵春阳家庭

赵春阳、李凤琴夫妇经营着名叫“春阳垂钓园”的农家院。2010年建立起了京郊首家游客书屋。书屋建立起来之后,不仅带火了农家院的发展,促进家庭、邻里的和睦相处,还能实现“文化提升旅游,旅游传播文化”的目标,促进文化产业与旅游产业融合发展。

我是怀柔区渤海镇大榛峪村村民李凤琴,和丈夫赵春阳一起经营着名叫“春阳垂钓园”的农家院。2010年10月,在我们村大学生村官小李的联系和帮助下,建立起了京郊首家游客书屋。书屋建立起来之后,不仅增进了我们农家院的知名度和美誉度,还带来了其他一些可喜的变化。书屋的名字虽然叫“游客书屋”,但是在旅游淡季或者闲暇时,它又可以变为办在农家院里面的农家书屋,周边村民想要借书的,都可以随时过来。书屋大门不上锁,村民还可以随意出入借阅,并且不用登记,全部凭着邻里之间相互信任的关系。因为,我觉得,如果人家想来借书,还每次都要找你开门,还要登记,邻里之间就显得太生分了。当然,我们农村人都是十分淳朴的,谁家谁借了书,只要看完了,都会及时还回来。有时候,我们还会围绕书中的某些问题,尤其旅游和农家乐经营方面的问题,共同探讨,互相学习。甚至是以前往来较少的村民,也变得更加熟络了。

## 金牌推广人

绿茶(方晓绪)

绿茶从《新京报》到《文史参考》,直至今日的《绿茶书情》,一直秉承“阅读需要分享”的指导思路,为社会各界的读者朋友提供阅读资讯。他的个人品牌《绿茶书情》是当前中国阅读推广知名新媒体平台。

阅读需要分享。这是《绿茶书情》的口号,也是我一直坚持的阅读推广原则。我相信,每个人都有一颗爱阅读的心。

纪中展

已是成功风险投资人的纪中展,业余致力阅读推广。他的微信公众号“老纪读书”每天清晨推荐一本书,不到两年积累了17万用户,线下读书会超过5000会员。他的理念是:科技改变生活方式,更可以改变阅读推广的方式。

相信读书的力量,读书改变中国。(这个是老纪的观点,也是他推行幸福乡村图书馆,以及老纪读书会的动力)。



## 搭建资源融合平台,提供有效运作模式

在推广全民阅读的道路上,北京阅读季肩负着更重的责任,需付出更多的努力,以发挥更大的作用。作为政治文化中心,北京有着得天独厚的优势,文化精英、出版资源、媒体平台荟萃,政府如何主导全民阅读显得尤为重要。因而,北京阅读季是贯彻落实国家全民阅读活动的重要举措,具有推动国家文化产业发展的引领性,同时又具有在实践中形成一套有效运作模式的示范性,对推动首都文化活动具有重要探索性意义。

2014年的北京阅读季的定位在上述背景下更加清晰,明确提出搭建全面展示北京全民阅读风貌的综合平台。这个平台包括:由书店、图书馆、益民书屋、大中小学、市直机关、各类企业、社区文化中心等多种渠道构成的北京全民阅读公益平台;由50多家媒体和网站参与的北京全民阅读的媒体平台;由200多家出版机构和媒体机构参与的全民阅读资源平台;由上百位阅读推广人和资深书评人引领的全民阅读引导平台;由北京阅读季官网、活动

手册、微信、微博组成的全民阅读服务平台。为此,北京阅读季领导小组办公室吸收了专业力量,设立出版、媒体、品牌、执行等工作小组。

出版组作为重要的一环,其负责拓展阅读活动资源,广泛和全国200多家出版机构进行合作,及时沟通了解优质作者的动态和优秀新书信息,大大提高北京阅读季中各项全民阅读活动的品质和规模。与此同时,出版机构也积极响应,携带作者资源和自身产品,参与、组织了各类全民阅读活动。“北京阅读季”则以搭建平台为契机,统筹各界资源服务全民阅读。

特别是许多外省市的出版机构来京参加阅读活动时,北京阅读季充分起到了“搭台唱戏”的平台作用,为这些出版机构提供场地、资源等帮助,使得其在京的阅读推广活动有了“落脚点”。譬如,上海译文出版社在北京西城区第一图书馆举办了“诗体《莎士比亚全集》的研讨会暨新书发布会”;漓江出版社在北京三联韬奋书店举办了“《落花寻僧去》新书发布

会:徐刚对话禅者林谷芳”等,业内人士对北京阅读季这样的活动操作模式非常认可。

在全国媒体资源的整合方面,北京阅读季凭借媒体组积极搭建了服务阅读推广的外向型平台。其中《中国出版传媒商报》等30多家媒体开设专栏、专题、专版集中报道北京全民阅读活动;北京人民广播电台除开设9大台全时段广告,还在6档热点栏目开辟北京阅读季专题;北京交通台选择全台最高收听率的《一路畅通》《行走天下》《音乐来了》等栏目开展访谈节目,获得市民广泛好评。各级媒体通过报道活动,开设全民阅读专栏,组织活动等方式,有力营造了北京全民阅读的良好氛围。

不仅如此,北京阅读季在2014年还提出“阅读空间”的概念,启动“北京最美阅读空间”的评选,充分整合北京市的各大书店、民营书店、图书馆及益民书屋等空间资源。“阅读空间”着重强调读者在空间的参与、体验和感受。而美丽的阅读空间,传递着北京全民阅读的精神面貌,是一种独特的文化风景。

## 借助民间阅读力量,示范全民书香风尚

推动“全民阅读”活动的普及与广泛开展,不仅需要国家政策的大力提倡和指引,政府相关机构的主导与扶持,也需要出版机构、媒体资源等全社会高度认同与积极配合,需要更多的民间努力和阅读者的自愿参与。北京阅读季持续举办“书香示范社区”、“书香家庭”、“十大读书人物”、“金牌阅读推广人”等评选活动,为全民阅读提供借鉴、示范乃至复制繁衍的样本,这些举措为提升全民阅读的质量做出了卓有成效的努力。

最近几年时间,随着全民阅读活动深入推进,在北京及全国各地都出现了许多民间自发组织的读书活动,并逐渐形成了大大小小各种类型的民间读书会。第三届北京阅读季评选出海淀榆树湾社区、海淀建设社区、大兴金地格林社区、朝阳万科青青家园等10个北京阅读示范社区,并给每个社区发放万元社区阅读公益基金,扶持读书会的社区阅读推广活动。在一年之间,这些社区的阅读推广机构收到了来自全国各地、各界力量的邀请。目前有6个社区实现了成功复制。其中,榆树湾社区的阅读推广机构——第二书房已经开始吸收加盟,在全国多个城市开设社区图书馆。皮卡书屋收到多个政府项目的共建邀请。回龙观社区的爱心岛绘本馆成为当地

幼儿园、社区青年汇等合作对象,最近也准备开一个新的社区绘本馆。

2014年,新评选出的十大阅读示范社区也都各有特色。昌平区城北街道在创新园社区建立的雪绒花小书屋,不到一年便吸收600多位会员,组建了20多人的社区青年志愿者团队在社区开展义工服务。借阅读的力量,社区各类工作真正走近居民,提升社区的凝聚力。大兴翡翠城香留园社区的童立方绘本馆成立4年,吸收会员千余人,组织各类活动300场,至今依然保持每周两场活动的频率,被网络媒体誉为“北京地区最值得去的10个亲子活动场所”。百子湾金都杭城社区是北京知名的全职妈妈读书“妈妈悦读”的活动基地。这个读书会拥有70后和80后的全职妈妈近250位,大多拥有良好的教育和工作背景。通过嘉宾主持、好书分享、亲自互动、大群讨论等方式,以每周一次的频率推广阅读,受到了许多妈妈的认可。

在书香家庭方面也有很多典型的案例。例如,朝阳区师红霞家庭,从女儿出生,这个家庭就分外注重亲子阅读。女儿张睿睿因阅读量巨大,小小年纪就成为皮卡中英文绘本馆的终身会员。入学后更是品学兼优、均衡发展。母亲师红霞也已成为北京地区

小有名气的童书阅读推广人;又如,昔日的国际象棋冠军谢军,一直都是海量阅读的践行者。阅读给了她成为好妈妈、好老师的力量。女儿吴佳颖从小是街坊邻居中的识字“小名人”,从小学开始,多次获得年度学校“读书之星”,11岁已经成为高一学生。

最有意义是,这些“阅读示范社区”、“书香家庭”、“十大读书人物”、“金牌阅读推广人”,来自基层,又走进大众,正是全民阅读活动的初衷和宗旨所在。“未来,不仅可以鼓励更多社会力量参与到阅读推广事业中;而且能提供一些全民阅读推广的科学方法和示范典型,让大家的公益事业少走弯路,让良好的目的真正产生良好的结果。”

目前,正在各个省市、自治区征求意见的《全民阅读促进条例》草案,其重要目的就是让全民阅读活动向日常化、基层化和规范化发展。四年的北京阅读季,正是在这一方向上着力探索具有可复制性的方法和模式。2015年,北京阅读季期望能在制度建设上做更多探索,将全民阅读平台这一模式继续完善,吸引更多出版机构举办活动、更多场地提供阅读空间、更多媒体推广阅读内容,更多科研机构关注阅读,从而营造出更浓厚全民阅读氛围,让更多百姓从阅读中受益。