

阅读推广人图鉴：全民阅读背后的“点灯人”

中国出版传媒商报记者 张佳璇

全民阅读推广10余年来，涌现出一批活跃在一线的阅读推广人。他们身份多元——图书馆员、书院领读人、书店选书师、社区读书会发起人、新媒体读书博主等等，虽角色各异，却都在以不同方式点燃他人的阅读热情。本期专题聚焦这些全民阅读背后的“点灯人”，通过个体故事呈现全民阅读推广的多样生态与深层温度。



陈慧娜：成人本位思维，是少儿阅读推广最大阻力

■受访人：陈慧娜（国图典藏阅览部副主任、国图少儿馆副馆长） □采访人：张佳璇（中国出版传媒商报记者）

《全民阅读促进条例》（以下简称《条例》）第二十九条明确规定：“政府设立的公共图书馆应当设置少年儿童阅览区域，根据少年儿童的特点配备相应的专业人员，开展面向少年儿童的阅读指导。”然而，在短视频、社交媒体、互动游戏轮番争夺注意力的时代，一个令人忧虑的现象正在浮现：孩子们的专注力正在被切割成碎片，静下心来读完一本书，变得越来越难。当声光电的快速反馈成为常态，当算法推送不断强化兴趣“舒适圈”，少儿深度阅读的习惯养成正面临前所未有的挑战。越是如此，少儿阅读推广的意义就越发凸显——它不仅关乎一个孩子能否爱上读书，更关乎他们能否在信息洪流中保有持续思考的能力、想象的空间和沉静的心灵。

国家图书馆典藏阅览部副主任、少儿馆副馆长陈慧娜是少儿阅读推广人。从成人馆调任至少儿馆，她见证了无数孩子与书籍的相遇。在她看来，阅读不是任务，而是邀请；不是考核，而是陪伴。而《条例》的施行，正为少儿阅读推广提供了从“倡导”走向“保障”的制度支撑。

陈慧娜走上少儿阅读推广之路，源于一次工作调整。当时少儿馆新成立，她从成人馆调任过来。最初，她的心态很简单——完成好岗位职责即可。但真正开始接触儿童读者后，她逐渐发现，少儿阅读与成人阅读有本质不同。在陪伴孩子选书、讲故事、观察他们沉浸于一本书或阅读活动的过程中，她感受到了一种成人阅读中很难见到的纯粹与热情。这让她慢慢意识到，阅读推广不是一项流程性的工作，而是一件可以影响孩子成长轨迹的事。

在陈慧娜看来，让孩子爱上阅读，应该是兴趣使然。“阅读不是任务，阅读是邀请。”对于儿童而言，阅读习惯的养成，应该源自内心的热爱。首先，把阅读的权力还给孩子。读什么、读多久、读不读完，应由孩子自主决定。我们提供书，但把选择权交给他们。其次，尊重孩子的阅读感受。允许孩子不读完一本书，允许他翻到中间、跳到最后、只喜欢看图画、只反复看同一页。这些不是“坏习惯”，而是他用自己方式探索书的过程。我们要保护的，是“还想再翻开下一本”的意愿。再者，尊重儿童阅读发展规律。分级不是限制，而是顺应。此外，创设适宜的阅读环境与氛围。让书出现在客厅、床头、车上，封面朝外展示。身边的人也应成为阅读氛围的参与者——成人要求孩子阅读，而自己却在刷手机视频，这种主张与行为的相悖不利于儿童阅读习惯的养成。最后，打破阅读与“任务”“收获”的强关联。阅读不是绩效考核，不宜规定时长、不宜强制反馈、不宜追问“读懂了什么”。儿童在阅读中感受到故事的情感流动，欣赏到图

画带来的美感，这些才是让孩子爱上阅读的真正基础。

应对不同年龄段孩子的阅读需求，关键在于分级分类、因势利导。0—3岁以感官探索为主，重点在摸、翻、听和父母的语音陪伴；3—6岁是绘本故事期，适合重复阅读、角色扮演和开放式提问；6—9岁处于图文过渡的桥梁期，需要章节短小、情节有趣的读物；9—12岁进入自主阅读期，应尊重其选书权，支持校园、冒险、科普等多元题材。分类不是标签化，而是让孩子在适合自己的阅读台阶上自然向上走。

从少儿阅读的内容来看，阅读主题呈现出多样化趋势，情绪管理、生命教育、科学启蒙、哲学思辨、传统文化等主题大量涌现。从载体与形式来看，沉浸式故事会、绘本剧、有声书、互动电子书等不断拓展“阅读”的边界。陈慧娜坦言，国内少儿阅读推广依旧存在有待提升的一面。新技术的推陈出新，在丰富阅读体验的同时，也从根本上改变着未成年人的认知习惯。基于算法推荐所打造的“信息茧房”，虽然满足了个性化阅读需求，却窄化了知识视野，阻碍了批判性思维的养成。其次，资源不均与专业人士匮乏依旧是不可回避的问题。经济发达地区与欠发达地区差距显著，不少推广活动依旧停留在“讲故事”层面，缺乏必要的儿童心理与教育方法的系统训练。

当前少儿阅读推广最大的阻力，来自成人本位思维。无论是阅读书单、阅读任务、打卡、考核，都是从“有用”出发，而不是从“儿童本位”出发。同时，儿童深度阅读也面临冲击：各类多

媒体互动体验大多停留在“玩一下”“点一点”的浅层接触，孩子习惯了声光电的快速反馈后，反而更难静下心来走进一个安静的故事。

陈慧娜认为，《条例》最根本的改变是：阅读推广从“倡导”走向“保障”，从“可做可不做”变成“有法可依、有责可循”。《条例》施行后，各级政府及相关部门被赋予法定职责，图书馆、学校、社区等在申请资源、推动项目时有了明确的法律支撑。有了法律依据，后续配套的标准、评估、人才培养体系将逐步完善。在《条例》施行的背景下，公共图书馆应承担起体系化服务的核心职责；民间阅读推广机构应发挥灵活性与专业化优势；而个人则应积极营造家庭阅读氛围，尊重儿童阅读兴趣与规律，不宜将阅读功利化、任务化。阅读推广不能只靠热情，而应走向规范化发展。只有在规范的框架下，多元的力量才能真正汇聚成支持孩子爱上阅读的生态。

陈慧娜分享了一个让她至今难忘的故事。有一次，她带着儿童文学作家前往经济欠发达地区开展阅读活动。活动结束后合影时，一位小读者突然流泪不止。问及原因，居然是因为见到了自己特别喜欢的儿童文学创作者，她实在太高兴、太激动了。合影后，就在大家准备离开时，小姑娘突然说：“谢谢叔叔阿姨，我一定会好好学习，等我长大了，我也要成为一名儿童作家，写我的家乡，写我们的生活，我还要走出去，看看外面的世界。”陈慧娜感慨道，也许对于推广人而言，这不过是一场简简单单的阅读活动，但就是这样一场再普通不过的活动，却可能真的改变一个孩子的一生。

一本不显眼的书如何被看见？

■受访人：中信书店选书师 □采访人：张佳璇（中国出版传媒商报记者）

《全民阅读促进条例》明确提出要推动全民阅读服务体系建设和在这张日益庞大的阅读网络之中，有一群人的角色长期被低估——他们不是作家，不是编辑，也不是图书馆员，但他们决定了书店里哪本书会出现最显眼的位置，哪本书会被放在一起，哪本书可能被一个原本不打算读它的人遇见。他们是选书师。在电商低价冲击的背景下，实体书店的存在本身就已经是一种“逆行”。而选书师，正是这个空间里最核心的内容架构者。他们不是简单地“摆书”，而是通过选品、组织、呈现，为读者搭建一条进入内容的路径。他们不追求改变某个人，而是为某种“相遇”创造条件。此次采访，中信书店的选书师从选书到陈列，从调性与销量的平衡到与电商平台的差异化竞争，从最触动他的瞬间到对《条例》的期待进行陈述。

在中信书店，选书师的工作远不止挑选图书。从新书报订、每月选品会、重点新书与主题书单的制定，到图书主题策展、作者活动的内容配合——一本书进入书店后，如何被放置、如何被解释、如何与其他图书和主题建立联系，都属于选书师的职责范围。选书师更接近于书店的内容架构者。这个岗位既不同于单纯的采购，也不同于纯粹的图书编辑。采购更多考虑渠道和成本，编辑主要对单本书的内容负责，而选书师面对的是整家书店的内容结构、读者路径和图书呈现方式。你选什么书、如何呈现，最终会决定一家书店想与读者建立怎样的关系。

选书师的核心能力有三：判断力——从海量出版信息中识别出真正值得被看见的书；翻译能力——将一本书的价值通过文案、点位和主题转换为读者可感知的人口；组织能力——不孤立地推一本书，而是把单本书放进更大的出版趋势、社会议题与空间语境之中。

“选书师不是在选书，是在为读者选一个遇见”，对于这句话，选书师深表认同。他认为，“遇见”并不是一个轻巧的说法。很多时候，它更像一次真正发生的事件，读者原本没有计划接触某类内容，却因为一个点位、一组组合或一句推荐语而停下来，最终进入了一本书。这种偏离原定路径的瞬间，正是实体书店的重要价值所在。

在算法不断强化既有偏好的今天，书店之所以仍然必要，正在于它还保留了发现未知的可能。平台更多是在确认既有偏好，书店则保留着意外的可能。选书师与读者的关系，不是简单的“服务”与“被服务”，而是帮助读者建立一条进入内容的路径。有时这种帮

助甚至包含一种温和的引导，并不只是满足现成需求，而是把读者引向一个稍微更远一点的位置。

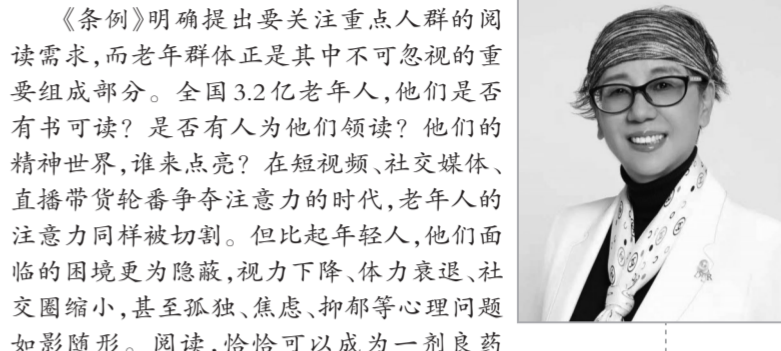
让书“说话”是选品与陈列的逻辑。选书首先建立在持续的信息获取之上：出版社新书资料、编辑推荐、豆瓣与文化媒体的讨论、个人长期建立的阅读脉络。真正困难的不是获得信息，而是在有限架位中完成取舍——每一本留下来的书，都要有不可替代的理由。不同场景下，选书逻辑各不相同。新书选品强调敏感度与判断速度；开店选书更重结构，先搭建品类骨架、经典畅销与重点方向；主题选书则需要围绕某个问题形成层次，把不同门类、不同深度的图书组织成一个完整的阅读单元。陈列则是通过空间建立阅读秩序。常规书架必须有清楚的学科骨架，让读者知道去哪里寻找什么；主题展台则可以在学科基础之上重新组织关系，让不同门类围绕同一个问题展开对话。所谓“让书说话”，并不是替它说太多，而是给它一个恰当的位置，让它在适合的秩序中自然开口。

调性与销量相当于面包与玫瑰。选书师坦言，有很多他自己非常喜欢但销量平平的书。畅销书始终是少数，真正构成书店内容厚度的，大量是中长尾图书。选书师的价值，就在于让那些销量平平但闪光的书被看到。坚持推荐并不意味着强推。一本学术性强、传播力弱的书，不适合放在所有人都会经过的位置上反复消耗，而更适合进入一个准确的主题语境，去寻找真正需要它的读者。调性与销量并非天敌，而是可以通过策划实现兼容。畅销书像是书店的面包，是基础盘；冷门好书更像玫瑰，定义书店的气质。两者互

相补充，缺一不可。

电商低价冲击下，选书师的价值何在？“电商解决的是‘买到’，而书店解决的是‘遇到’。平台检索的前提是读者已经知道自己要寻找什么；而大量真正重要的阅读，恰恰始于‘不知道自己原来需要什么’。我的工作，一方面是在做过滤，替读者前置大量试错成本；另一方面是在做组织，把一本到店里的书放进一套有判断的结构之中。此外，实体书店还有一种平台无法替代的具体经验，一本书到底是否适合自己，往往并不只由简介和评分决定，也来自翻开之后的纸张、字体、装帧、重量和阅读手感。”值得一提的是，选书师还有一种更慢、但更重要的价值——信任。一个读者如果因为你的推荐，连续几次遇到真正适合自己的书，就会慢慢形成一种稳定判断：这家店的选择值得相信。这种信任无法通过低价迅速获得，它来自一本本书、一段段推荐语和一次次真实的交流。

“《条例》释放了一个清晰的信号，阅读不是一种可有可无的个人兴趣，而是被认真对待的公共文化事务。我更期待《条例》带来的长周期改变——让公共阅读空间获得更稳定的支持，让一线阅读推广工作少一些形式主义的短期热闹，多一些可以持续推进的条件；也让‘选书师’‘阅读推广人’这类岗位被社会更多理解，这并不是随意可替代的角色，而是需要判断力、经验和长期积累的专业工作。《条例》可以点亮方向，但真正让阅读发生的，仍然是一本到店的具体图书，一场场具体的活动，以及许多发生在书店空间里的微小相遇。”



《条例》明确提出要关注重点人群的阅读需求，而老年群体正是其中不可忽视的重要组成部分。全国3.2亿老年人，他们是否有书可读？是否有人为他们朗读？他们的精神世界，谁来点亮？在短视频、社交媒体、直播带货轮番争夺注意力的时代，老年人的注意力同样被切割。但比起年轻人，他们面临的困境更为隐蔽，视力下降、体力衰退、社交圈缩小，甚至孤独、焦虑、抑郁等心理问题如影随形。阅读，恰恰可以成为一剂良药——它能刺激大脑皮层、保持思维敏锐度，更能提供情感慰藉与心理疗愈。然而，传统阅读形式对部分老人吸引力不足，专业领读者严重匮乏，银龄阅读推广的紧迫性与必要性不言而喻。

银龄书院创始人、院长薛晓萍，在银龄阅读推广这条路上走了20年。从临终关怀到领读培训，从图书情景剧到“急救包”主持，她创造了一套独特的“适老化”阅读体系。她见过焦虑症老人放下水果刀，见过失独老人从死亡边缘被拉回，见过96岁老人站上领读台。在她看来，银龄阅读的春天真的来了——政策有热度，需求很旺盛，而她要做的，是为夕阳点亮一盏灯。

“因从小受家庭影响很早就开始读书，我走上银龄阅读推广之路，似是水到渠成。”薛晓萍回忆道。她深信，读书给了自己工作中的定力，一路都是在书的引领下走过来的，“就觉得必须把它做下去”。最初，她和团队在养老机构做临终关怀，给老人讲书、做服饰搭配、当领读人。但老人们说，他们走了以后自己会更孤独。大约20年前，薛晓萍开始做银龄阅读推广，一做便是20年。近些年，她在北京电视台《老年之友》每周解读一本书，在银龄书院每周也解读一本。疫情期间，最多一天做2场公益直播，累计观看量超过290万次。

在薛晓萍看来，老年人通过阅读获得的不止于知识，更不是为了考试而读。它是从生存需求到生命价值的螺旋上升过程。阅读让老年人的生命从被动养老走向主动重树、重生。它是高强度脑力活动，能刺激大脑皮层，保持大脑敏锐度。更重要的是心理疗愈，让老人能掌控情绪，对世界、对身边人报以温暖友好的态度，提升自我调控能力。

她总结出三点核心价值：第一，被倾听的权利；第二，被看见的价值，比如96岁老人都能做领读者；第三，被需要的幸福感。由此，家庭和睦、婆媳关系、代际关系都得到很大改善，形成一个美丽闭环。银龄书院开发了“观影读经典”“银龄领读者培训”“金童银龄共读书”等课程。薛晓萍透露，研发逻辑就是构建感官、能力、代际的三维闭环，遵循递进逻辑：个体激活能量—领读者孵化—代际融合，打造良好循环的老年阅读生态。在适老化上，团队考虑到了老人眼睛看不清、书太重端不动等问题。他们选择真正经典、能改编成电影的作品，精确到一帧一帧卡点讲解；核心是“授人以渔”，让老人在家也能给孩子讲，实现代际传递。

“领读者不是朗读者，而是翻译官与摆渡人。”薛晓萍提到领读者不是简单的朗读者，而是集引导、陪伴、赋能于一体的综合性角色。优秀的领读者是书籍的翻译官、情感的摆渡人。从认知层面，要降低门槛、把书读薄、拆解内容，只选择能慰藉老人、给老人勇气和快乐的内容做主题阅读，不灌输标准答案。她强调，情感价值远大于知识传递，真正实现了“赋能”。她培养的银发领读者很多都在社区，有的管理五六个读书会，带留守儿童的爷爷奶奶、带青少年阅读，“比我还忙”。团队还有独创的“急救包”，应对各种突发状况，让领读者能稳稳站住场。至今，银龄书院的阅读活动已超4000场，领读者培训也做了几百场。

银龄书院的图书情景剧已经排了500多部。这个创意的底层逻辑是：看见沉默背后的渴望。有的老人年纪大，表达能力欠缺，但演戏没问题。薛晓萍希望实现从阅读到演绎的跨越，做立体化、沉浸式、创作性阅读，让老人“活在书里面”，既能锻炼肢体、记忆力、表演能力，又能达到身心愉悦，形成又一个闭环。

当被问及阅读推广中最难忘的一件事，薛晓萍说，难忘的不是一件事，是一群人的事。有一位退休老人得了严重焦虑症，常被送急诊，在家盯着水果刀。团队带他做手工、晒作品、参与阅读、演情景剧，最后宣布不再吃抑郁药；另一位失独老人，打电话说要去天堂找孩子。元宵节薛晓萍在四合院里，买了汤圆，带大家一起读书。读到苏轼的“人有悲欢离合”，这位18天没吃没睡的老人失声痛哭说“我不活了”。

谈及银龄阅读的现状，薛晓萍充满信心。银龄阅读的春天真的来了——政策有热度，需求很旺盛，实践经验很深。虽然是夕阳红、将近黄昏，但它是需要精细耕耘的长期事业，正在走向朝阳时代。国家有《条例》，有指导意见，给出了具体目标，工作从倡议走向制度化、常态化、法治化，“我们从边缘走到了中心”。全国有3.2亿老人，新老人是主力，他们不愿意退出历史舞台，前景非常好。

当前银龄阅读推广面临的困境包括：专业领读者仍然不够，专家学者和老人之间有距离；老年人书籍推荐不能一刀切，要按生存状态、受教育程度、家庭结构分级分类；传统阅读形式对部分老人吸引力不足。但希望同样清晰：政策支持越来越实，场地、资源越来越多；老人参与热情越来越高，领读者队伍越来越壮大；创新形式受欢迎，社会重视程度持续提升。

薛晓萍认为，《条例》的施行带来了四方面实质性改变：第一，提供阅读场地的多了，以前自己租场地，现在被主动邀请；第二，街道、社区、养老机构要做领读者培训的多了——没有领读者，阅读推广很难落地；第三，要求推荐书籍的多了，但老年阅读必须分级分类；第四，整体重视程度、老人阅读热情、参与活动的人数都明显增加。在她看来，《条例》为银龄阅读推广提供了前所未有的制度保障，而她要做的，就是把这条路继续走下去，为更多夕阳点亮那盏灯。

薛晓萍：阅读让老人从被动养老走向主动重生

受访人：薛晓萍（银龄书院创始人、院长）
采访人：张佳璇（中国出版传媒商报记者）