

# 以高水平理论研究促进高质量阅读

□本报记者 张雪娇 文/摄

4月24日,第二届全民阅读大会·全民阅读研究论坛暨全民阅读融媒体智库年度报告发布会在浙江杭州举行。本届论坛由中宣部出版局、中央文明办三局、浙江省委宣传部、杭州市人民政府指导,韬奋基金会、中国新闻出版传媒集团、中国新闻出版研究院主办,浙江出版联合集团有限公司、红旗出版社、“未来精英”中国少年儿童创意阅读季承办。

论坛以“阅读研究赋能新时代文化发展”为主题,与会领导、专家、学者汇聚一堂,围绕深入开展阅读实践、探究阅读行为,以期用阅读理论和研究成果指导阅读实践,深入推进全民阅读,助力社会主义文化强国建设。

## 顶层设计和实践探索相结合

党的二十大报告提出“深化全民阅读活动”,为做好全民阅读工作提供了行动指南。10年来,从“倡导全民阅读”到“深入推进全民阅读”,彰显了党和国家对全民阅读的高度重视和持续关注。

“开展全民阅读研究,是深化全民阅读活动的一项基础性工作。”论坛上,中宣部出版局副局长张怀海介绍,以韬奋基金会为代表的社会组织、以中国新闻出版传媒集团为代表的媒体单位、以中国新闻出版研究院为代表的科研院所,以及众多出版机构参与,在组织阅读调查、探索阅读机制建设、研究阅读推广案例、探析阅读心理、促进阅读发展等研究领域取得了一定成果,为全社会营造良好的书香氛围提供了有力支撑。

当前,随着全国各地阅读实践的蓬勃发展,如何科学开展阅读活动、怎样引导读者高效阅读、阅读行为如何影响阅读效果等理论性问题亟待学界作出科学性解答,阅读理论建设的重要性日渐凸显。

对此,张怀海提出,希望各有关单位认真贯彻落实习近平总书记致首届全民阅读大会贺信精神和关于全民阅读的一系列重要指示批示精神,进一步提升对全民阅读研究工作重要性的认识,持续深化理论研究,深刻阐释阅读的本质和意义,系统分析不同群体的特点和需求,不断创新研究的方式方法,努力形成更多研究成果,着力推动成果转化,以高水平研究促进高质量阅读。

“全民阅读需要在理论的突破上和突出问题的解决上进行研究和探索。”韬奋基金会理事长聂震宁指出,重视全民阅读理论建设,对我国全民阅读基本情况、阅读兴趣培养与阅读习惯养成、基于阅读的文化传承与创新和全民阅读的整体推进等进行系统和深入的研究,探讨和寻找全民阅读推进的规律、机制和路径,为我国全民阅读的推进提供决策参考和实际支持,是当下我们推进全民阅读的重点工作之一。

浙江出版联合集团副总编辑、浙江人民出版社社长叶国斌介绍,过去一年,浙版集团以内容为核心,优化阅读内容供给;以品牌为抓手,落实阅读惠民工程;以书房为阵地,点亮



全民阅读研究论坛现场。

城乡阅读之光;以改革为突破,引领数字阅读潮流,为全民阅读工作上交“浙版答卷”。

## 以读者需求为导向提供精准服务

为做好全民阅读研究工作,出版界、文学界、高等院校等社会各界多方力量资源都在行动。

为了推广科普阅读,中国地震局地质研究所研究员位梦华提出了“科学文学”的理念。“所谓‘科学文学’是在科普创作中增加文学元素,在文学创作中传播科学的种子。”位梦华表示,希望以此找到自然科学与大众阅读的交汇点,深入推广全民科普阅读,使读者既能学到科学知识、科学理念、科学思维、科学方法,又能得到艺术的享受、阅读的乐趣。

在中国寓言文学研究会会长孙建江看来,作为家长,应该引导孩子进行快乐阅读,让阅读引领孩子健康成长,从而让他们爱上阅读。对此,他提出,家长在引导孩子阅读时,应根据孩子身心特点来选品,选品时注意所选图书的品质、品位、品类、品阶和品种。

南京大学教授徐雁认为,当前,包括大学生群体在内,存在心理困扰的人不在少数。在高校阅读推广中引入“阅读疗愈”,充分利用高校图书馆的文献资源优势,给相应的读者开出“药方子”一样有助心理健康的“书单子”。徐雁呼吁,学校图书馆应尽早设立诸如“悦读吧”“暖心书屋”“忘忧书吧”“春暖书房”等“疗愈系阅读空间”,满足读者的特殊阅读需求。

在女性阅读推广方面,红旗出版社专题活动部主任、“书香三八”读书活动组委会常务副主任、韬奋基金会阅读组织联合会秘书长王华结合多年来组织“书香三八”读书活动实践指出,女性阅读推广活动是一项系统工程,需要全社会共同努力,创新探索“政府主导、社会参与、市场运营、惠及民众、资源互通”的可持续发展新模式。

## 基于不同群体构建多元阅读体系

从大众阅读行为来看,不同区域、年龄、职业和阅读需求的读者,其阅读行为和习惯存在差异。

国家图书馆副馆长、研究员霍瑞娟围绕大众借阅情况,解读大众的阅读行为,分析大众借阅行为的特点和趋势。比如,青少年读者更喜欢文学、科幻类作品;成年人则更喜欢社科、历史、心理等类别的作品;医生、教师等更喜欢专业类书籍等;学生更倾向于快速阅读和以笔记记录;职场人士更倾向于深度阅读和精读等。

针对这些差异,她指出,图书馆一是需要加强采购和引进,丰富馆藏,满足读者多元需求;二是需要提供多样化的阅读推广活动和服务,引起读者兴趣,引导读者形成正确的阅读方法,提高其阅读频率和实效;三是需要提供个性化的推荐服务,加强与读者的互动,为其提供针对性阅读指导和培训。

既然是全民阅读,就是要让人人都能享受到阅读资源。第20次全国国民阅读调查结果显示,2022年,我国城镇居民的图书阅读率为68.6%,农村居民的图书阅读率为50.2%。可见,在推进全民阅读方面,与城市相比,广大乡村地区的阅读基础设施尚不完善,阅读资源质量也参差不齐。

对此,青岛大学文学与新闻传播学院副院长、教授张彦彦指出,深刻认识到城市阅读和乡村阅读的关系,是深化我国全民阅读事业的关键点。张彦彦建议,我们可以将城市阅读推广经验、资源的孵化系统,通过政策扶持与制度规范,实现城市阅读推广向乡村阅读推广的有效延伸,在青少年阅读、农民阅读、书目推荐、数字化阅读、阅读设施建设等方面探索构建更符合乡村特征的阅读体系,从而实现全民阅读的城乡共振,推进全民阅读生态体系和谐健康发展。

## 加快全民阅读推广人培养

作为阅读推广活动的组织者和实施者,全民阅读推广人的素养和培育对促进全民阅读工作至关重要。但不可忽视的是,当前的全民阅读推广工作中,缺乏常态化、系统化的全民阅读推广人培训。

对此,四川大学出版学院副教授、国家新闻出版署出版融合发展(四川新华)重点实验室学术委员会委员曾元祥提出,“以研促培,可以成为加快全民阅读推广人培养的有益路径。”

在此方面,2020年,由韬奋基金会全民阅读促进会 and 四川新华出版发行集团共同发起,联合多家单位成立了全民阅读研究基地,同时在成都召开首届全民阅读研究年会。为推进全民阅读研究基地建设,充分发挥全民阅读智库平台作用,加强产学研互动,实验室联合四川大学出版学院,将2018年—2020年实验室全民阅读研究开放课题形成的第一批优秀研究成果汇编出版,并在第三届全民阅读研究年会上发布,成为产学研结合推进全民阅读研究的一次积极尝试。

“随着阅读推广活动的开展越来越丰富化、专业化、全面化,我们也需要数量更多、类型更丰富、素养更专业的阅读推广人。”在曾元祥看来,以研促培是推动全民阅读事业发展的必然要求,通过研究来促进推广人才的培养,才能推动全民阅读推广工作发挥更积极的效能,促进整个社会的阅读素养和阅读能力的提高。

在具体实践中,四川新华出版发行集团依托国家新闻出版署出版融合发展(四川新华)重点实验室,确定了全民阅读等领域为主攻方向,从2018年起立项资助了一批全民阅读研究开放课题。曾元祥表示,未来,四川新华将依托重点实验室继续支持开放课题研究,整合产学研资源推进联合攻关研究,在进一步汇集优秀成果的基础上,推进全民阅读推广人职业化培训实践探索。

## 2022—2023年度“书香中国”全民阅读品牌发展趋势报告发布——

# 提升全民阅读品牌传播力需从六方面发力

□本报记者 张雪娇

4月24日,第二届全民阅读大会·全民阅读研究论坛暨全民阅读融媒体智库年度报告发布会在浙江杭州举行。会上,中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长李忠发布了2022—2023年度“书香中国”全民阅读品牌发展趋势报告。

该报告是全民阅读与融媒体智库联合多领域专家,持续调研、跟踪各地全民阅读品牌发展,依托大数据及行业智慧,采用定量定性相结合的研究方法,对各地全民阅读品牌的传播影响力进行深入研究后推出的。李忠表示,希望通过该报告对各地全民阅读品牌的发展趋势、活动传播全貌、活动内涵等开展全面研究,为深入推进“书香中国”建设、推动全民阅读高质量发展提供有益参考。

## 呈现六大发展趋势

报告显示,各全民阅读品牌传播影响力逐步提升,全民阅读活动覆盖范围持续扩大,“书香中国”建设加速推进,为奋进新征程、建功新时代注入强大精神力量。

李忠介绍,2022—2023年度“书香中国”全民阅读品牌发展呈现出六大发展趋势。一是深入学习宣传贯彻党的二十大精神,加强主题阅读引领,传承红色基因。二是积极推动青少年阅读和家庭亲子阅读,持续打造重点阅读活动品牌。三是乡村阅读生态建设全面推进,进一步发挥阅读在乡村振兴中的文化引领作用。四是持续加强阅读引领,充分发挥阅读榜样示范带动作用。五是积极推进全民阅读工作与新媒体技术深度融合,以数字化助力全民阅读。六是紧扣全民阅读工作要求,结合地域、历史、文化特色,举办具有本地特色的阅读活动。

## 抓住六个着力点

对于全民阅读品牌的未来发展,李忠结合报告,提出了6个方面可提升的方向。

以高质量主题出版引领高质量主题阅读。2023年,各地全民阅读品牌应持续加强供给侧高质量精品出版工作,持续推出聚焦时代主题、紧扣重点工作、讴歌新时代的精品力作。同时,应兼顾专业领域的思想性、艺术性、可读性,增加符合广大人民群众需求的、“有趣易懂”的、“接地气”的优质主题阅读内容供给及相关阅读活动。

关注家庭阅读与亲子阅读,注重大学生经典阅读推广。目前,书香家庭的建设仍存在一定提升空间,需进一步开展针对家庭阅读与亲子阅读的相关活动,通过阅读活动培养父母自身阅读能力,挑选适当图书、引导孩子阅读的能力。同时在活动组织安排上增加父母陪伴孩子进行亲子阅读的频率及时间,进一步提升家庭阅读氛围。

促进全民阅读活动的融媒体传播,形成差异化、特色化传播,进一步提升知晓率与参与度。一方面,各地全民阅读品牌可在微博、微信、短视频平台等建立传播矩阵与内容分发矩阵,实现“一次生产、多次分发”;另一方面,可采用“阅读+”形式,将全民阅读活动与本地传统文化活动、特色民俗活动等相结合,同时要提高线上、线下阅读活动的参与度。

针对不同阅读群体,按需提供精准个性化服务及活动,保障特殊群体基本阅读权益。数据显示,当前我国已进入老龄化社会,同时全国残疾人口中0—14岁残疾人口占比约5%,60岁以上残疾人口占比超一半。下一步,各地全民阅读品牌应持续提高对残障儿童、中老年群体等阅读障碍群体的关注度。

通过乡村阅读活动的深入推广,持续缩小城乡阅读差距。通过数据分析,当前城乡居民图书阅读率差距逐步缩小,但仍存在较为明显的差异。未来,各地全民阅读品牌应持续建设乡村公共阅读服务设施,提高乡村整体阅读条件;开展乡村学生阅读活动,帮助乡村青少年养成良好的阅读习惯,进一步缩小城乡阅读差距,促进乡村阅读发展。

建立科学、合理、全面的全民阅读评价指标体系。目前,各全民阅读品牌对全民阅读活动整体管理服务水平、活动流程与效果的评价及考核仍需进一步推出更完善的相应管理机制。未来,各地全民阅读品牌应进一步在法治化、制度化上提升全民阅读工作水平和质量,建立统一的管理考核机制和全民阅读评价指标体系,同时促进对阅读资源及财政资金的统筹规划,提高政府管理和公共服务水平。

## 中国少儿阅读数智平台建设第一阶段成果发布——

# 建立“五位一体”0—3岁幼儿启蒙阅读评价体系

□本报记者 张雪娇

4月24日,第二届全民阅读大会·全民阅读研究论坛暨全民阅读融媒体智库年度报告发布会在浙江杭州举行。会上,全民阅读与融媒体智库研究员马萧萧以《数智赋能少儿阅读,助力全民阅读推广》为题,对中国少儿阅读数智平台建设第一阶段成果进行了展示,介绍了0—3岁幼儿阅读评价体系的初探成果。

据了解,中国少儿阅读数智平台作为集大数据采集、人工智能算法、优质内容推介为一体的综合性平台,致力于将大数据与少儿阅读市场需求、供给深度融合,推动数字化时代少儿阅读推广。

2022年,中国少儿阅读数智平台依托平台大数据和人工智能技术支撑,结合相关学术和研究资源,将定性研究与定量研究相结合,从供给侧、需求侧、阅读分级、社会环境、阅读质量等维度出发,推出第一阶段成果:建立“五位一体”的0—3岁幼儿启蒙阅读评价体系,发布《“五位一体”的0—3岁幼

儿启蒙阅读评价体系初探》研究报告。

报告显示,在阅读政策方面,各地重视0—3岁幼儿教育,从全民阅读推广、儿童阅读资源供给等角度促进幼儿启蒙阅读发展。在阅读特点方面,0—3岁是培养孩子阅读兴趣的最佳时期,亲子阅读时间不断提前。在阅读环境方面,各地通过特色阅读活动、阅读空间,新兴数字阅读方式为0—3岁幼儿启蒙阅读创作良好阅读环境。在阅读供给方面,幼儿绘本出版市场竞争激烈,数字阅读发展迅速。在持续加强评估指导方面,建立“五位一体”的0—3岁幼儿启蒙阅读评价体系。

马萧萧介绍,0—3岁幼儿启蒙阅读评价体系的建立遵循三大原则。一是引入大数据思维,建立幼儿出版物、有声读物、IP相关数据库,同时将各地涉幼儿阅读的相关数据及指标、公共图书馆涉幼儿阅读基础设施建设及活动开展情况、全民阅读中涉幼儿活动开展情况纳入评价范畴。

二是以亲子阅读为主,将父母等

监护人纳入评价体系。以培养幼儿认知、阅读兴趣和习惯为目的,将绘本、有声读物等不同阅读形式读物纳入评价体系。

三是全社会共同参与,将社会公共服务和基础设施、地区及城乡差异等供给因素纳入考察范围。

马萧萧说,0—3岁幼儿启蒙阅读评价体系的建立包含供给侧、需求侧、阅读分级、阅读质量、社会环境五个维度。

其中,供给侧方面,围绕幼儿启蒙阅读读物展开,对幼儿启蒙阅读出版物及其相关衍生品进行评估;需求侧方面,围绕幼儿启蒙阅读实际需求展开,对幼儿启蒙阅读环境进行评估;阅读分级方面,根据0—0.5岁、0.5—1岁、1—2岁、2—3岁不同阶段幼儿身心特点和发展规律,有针对性地提出适宜、有效的阅读策略、阅读载体、阅读内容;阅读质量方面,0—3岁幼儿启蒙阅读质量的评估,主要围绕幼儿阅读基本情况、亲子阅读、阅读有用性三个维

度展开;社会环境方面,主要围绕政策制定、公共基础设施、区域阅读情况、阅读推广、区域阅读差异展开。

下一步,中国少儿阅读数智平台将把握政策导向、紧跟时代潮流,持续迭代升级,助推少儿阅读健康有序发展。

具体来说,围绕大数据及人工智能技术进一步研发突破,平台不断更新迭代,持续加强数据建设,让数据在AI加持下“更具智慧和温度”;拓宽大数据应用范围,坚持纵向延伸与横向拓展相结合,从不同年龄段和不同类型儿童的角度持续深化少儿阅读领域研究;围绕需求端针对少儿阅读不同群体、线上线下出版、数字出版及衍生文化产品数据进行分析,助力优质少儿文化产品生产;为党政机构、出版发行机构、文化企业等提供基于大数据和人工智能的少儿阅读相关服务;建设少儿阅读优质内容推荐平台,增加集思想性、趣味性于一身的优质内容供给,进一步促进少儿阅读向精品化、优质化发展。