2023齐鲁书香节暨济南市第十三届“书香泉城”全民阅读节启动

全民阅读 共沐书香

4月21日上午,“奋进新征程 阅享新时代——2023齐鲁书香节暨济南市第十三届‘书香泉城’全民阅读节”启动仪式在济南举行。活动期间,全省各地将举办一系列主题鲜明、形式多样、内容丰富的阅读推广活动,推动全社会形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围,掀起新一轮全民阅读热潮。

◎山东商报·速豹新闻网
记者 许倩 实习生 王雯蓉 李兰婷

>>>

市民在第35届北京图书订货会分会场暨首届济南书市现场购书(资料图,记者 王晓峰 摄)

“书香山东”品牌建设成效显著

“奋进新征程 阅享新时代——2023齐鲁书香节暨济南市第十三届‘书香泉城’全民阅读节”由中共山东省委宣传部、山东省文化和旅游厅、济南市人民政府主办,中共济南市委宣传部、济南市文化和旅游局承办,以提升阅读吸引力、影响力,营造浓厚的书香社会氛围。

启动仪式上,全国人大代表、山东大学儒学高等研究院特聘教授杨朝明,北京大学信息管理系副教授、北京大学国家现代公共文化研究中心副主任张广钦作为“2023济南市全民阅读推广大使”分享了阅读感悟;公布了“书香泉城”100个阅读推广人、“书香泉城”100个优秀阅读推广品牌名单,并颁发证书和牌匾;介绍了全省高校师生开展“阅读新时代·书香润校园”阅读活动情况和省属企业开展“益企阅读”春风行动情况;展示了“山东全民阅读在线”平台建设情况,赋能全民阅读工作高质量发展。

作为中华民族和华夏文明的重要发祥地、儒家文化的发源地,山东自古就有“耕读传家、诗书继世”的优良传统。据悉,近年来,全省各市各单位广泛开展读书节、读书月、阅读季、惠民书展等丰富多彩的阅读活动,大力推动全民阅读进农村、进社区、进家庭、进学校、进机关、进企业、进军营,呈现出党委领导、部门协同、社会参与、活动经常、成效明显的良好格局。

据悉,去年以来,我省推出了《中国北斗》《靠山》等精品主题图书,开启《中华优秀传统文化少儿绘本大系》编纂出版工程,一大批精品力作受到市场认可、群众欢迎。省市联动举办了山东省首届全民阅读大会和2022山东书展,发放惠民书券超过千万元,全省共开展各类阅读推书活动两万余场次,参与人数达到1100余万人次。“书香山东·数字阅读”共享工程列入省政府“稳中求进”高质量发展政策清单。全民阅读稳步推进,形成了全民阅读工作的良好局面。

让全民阅读建设成果惠及民众

用阅读带活一座城,以文化涵养一座城。“看得见一城山色,听得见泉水叮咚,闻得见满城书香”,聚焦书香泉城建设,近年来,济南市多项举措取得了显著成效。据悉,目前全市建成开放泉城书房44家,“泉民悦读”数字阅读品牌覆盖1000个以上公共场馆、220辆公交车、3条地铁线路。

作为济南市规模最大、影响力最广泛的综合性群众文化活动,“书香泉城”全民阅读节已成功举办12届。本届阅读节以“奋进新征程 阅享新时代”为主题,聚焦品牌建设,重点工作、特色活动、融合共享、创新突破,重点推出建成一批新型公共文化空间、创建一个全民阅读品牌矩阵、实施一系列阅读推广工程、打造一批数字阅读项目、建设一支优秀阅读推广人才队伍、选树一批阅读先进典型等“六个一”系列,内涵更加丰富,群众知晓度、关注度、参与度将更高,也将取得更好效应。

据悉,活动期间,济南市将通过线上线下举办公益讲座、展览培训、阅读赛事、阅读典型选树等各类阅读活动1000余场。在第28个世界读书日到来之际,全省各地也将举办一系列主题鲜明、形式多样、内容丰富的阅读推广活动,推动全社会形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围,掀起新一轮全民阅读热潮。

《2023国民阅读洞察》发布

由精神食谱解锁阅读新型打开方式

在第28个世界读书日来临之际,当当网发布《2023国民阅读洞察》。报告通过对过去一年国民图书消费数量及品类的趋势分析,洞察国民精神食粮的“口味”,以期扫描民众的阅读趣味,探索精神文明建设的发展路径。透过报告数据描绘的民众阅读风向标,亦能解锁阅读的新型打开方式。

◎山东商报·速豹新闻网记者 许倩

>>>

刚需阅读坚挺,严肃文学回暖

《2023国民阅读洞察》发布同期,当当网还发布了国民阅读10大场景、2022国民购买最多的10本书、2022年国民购买最多的10本新书(出版时间为2022年)、影视剧热播带动图书消费榜、2022年国民图书消费经济榜、管理榜、社会科学榜等多个榜单,描绘国民阅读风向标,助力“书香中国”,并呼吁全民抵制盗版,齐力推动图书行业健康发展。

过去一年,更多人拿起书本,新一线顾客增长快。当当网图书顾客数同比涨幅超过两位数,更多人拿起书本开启精神丰盈之旅。从城市级别看,顾客数主要增长在新一线城市,其次是三线和二线;一线城市人均购书量最高。更多顾客通过社交电商、内容电商平台,拿起久违的书本。此外,学生用书、自我提升、抚慰情绪、职场进阶等位列国民阅读场景榜单前列。

国民图书消费品类方面,刚需阅读坚挺,严肃文学回暖。报告显示,大众对中小学用书、童书的消费量占比超过40%,占全民图书消费小半壁江山。在大语文时代,儿童和中小学阅读需求明显提升,在阅读领域“鸡娃”依然是主流。家长们不仅在“鸡娃”也在“自鸡”,哲学类、社会科学、严肃文学类、传记等图书消费高涨,经历疫情和国际国内复杂局势的历练,大众在阅读中追求思想的深度和人生的高度。

生活状态写照映射精神食谱变化

值得一提的是,过去一年人们生活状态的真实写照,亦能在精神食谱的变化中得以呈现。过去一年很多城市提出鼓励生育政策,引发消费孕产/胎教类图书顾客高增长;“刘畊宏女孩”在疫情期间风靡全网,引发更多国人对运动/体育类目图书消费热;在强身健体之余,国民在居家期间还用手工/DIY类书籍灵活自己的双手;随着高质量发展的深入,工业技术类顾客数增长明显……也正因如此,中小学用书、孕产/胎教、体育/运动、手工/DIY、工业技术均入选2022年国民图书消费顾客增长品类贡献榜TOP10。

此外,2022年民众购买最多的10本书中,心理学、疗愈类、成功励志、严肃文学、科幻书籍霸榜。边躺边卷是年度阅读主题,一方面读者通过自助心理类,心灵疗愈类、严肃文学类书籍对抗精神内耗,寻求自洽;一方面又通过成功励志、科幻类书籍等寻求积极,振奋的心态。而在2022年的新书爆款中,女性主义、动漫类、疗愈类、小人物等选题更符合年轻人士的阅读趣味和社会议题。精品短视频创作者的持续内容输出,助推新书爆款;中小学生阅读,考研需求持续旺盛。

在经济榜中,随着大国关系对经济活动的影响增强,国民对宏观经济的阅读需求提升;在管理榜中,“底层逻辑”荣登榜首,在变幻的商业时代洞悉基本规律更受业界人士欢迎;在社科榜中,女性主义类书籍霸榜四席,在追求脑力和服务力时代,“她”力量快速崛起。

过去一年是国产影视剧大年,一部《狂飙》带动全民热读《孙子兵法》,精品影视剧的热播也带动相关图书销量暴涨。电视剧《狂飙》《三体》,电影《流浪地球》《深海》等影视作品的原著均上榜影视剧热播带动图书消费榜TOP10。书影联动,相辅相成,使精品内容具备更旺盛的生命力和更好的IP价值,推动文化产业持续繁荣。