

世界第28个读书日

大江南北 书香浓浓(下)

阅读关爱项目，助力留守儿童共沐书香，截至2022年底，全国各地共组织亲子阅读主题活动86万多场，吸引3亿多家长、儿童参与。

阅读活动丰富多彩，科技带来个性化体验

4月23日上午，位于北京市丰台区的中华书局迎来数百位读者。中华书局举办一年一度的读者开放日活动，这也是中国出版集团2023读者开放日系列活动之一。

除了讲座、展览、展示、优惠购书，中华书局还增设古筝表演、古文朗诵、评书演出等活动，设置了水墨丹青、印刷有术、东坡表情包等创新互动体验区，加入了句读、i识字等融合现代科技的活动板块。“我们的目的是使读者能沉浸式地参与到阅读活动中，让全民阅读得以成为生活的日常。”中华书局党委书记周绚隆说。

4月23日，国家图书馆正式启动“一本书·一个人·一座城”国图讲坛全国联讲活动，推出由国图讲坛主办的首场沙龙“老舍和北京城——与心灵相粘

合的历史与情思”。国家图书馆2023年公共图书馆服务宣传周暨“4·23世界读书日”系列活动，为读者准备了四大类、数十场丰富的线上线下活动。

同一天，由广西师范大学出版社联合国内数十家出版机构发起的第六届“阅读一小时”全民阅读推广活动，在全国多个城市举办。今年的“阅读一小时”特别设立银发板块和少儿板块，银发板块与各地老年大学、养老院等机构合作，通过书籍共读、诗歌朗诵、戏剧展演等方式满足老年人的精神文化需求。少儿板块开展乡村教师阅读指导公益直播等活动，与孩子们一起阅读。

第二十次全国国民阅读调查显示，中国成年国民对阅读活动的诉求较高。

为满足居民对阅读活动的需求，各地全民阅读主管部

门推出了精彩纷呈的全民阅读品牌活动。据统计，全国400多个城市常设读书节、读书月等活动，涌现出“北京阅读季”“上海读书周”“书香江苏”“长江读书节”“南国书香节”“深圳读书月”“广州读书月”“天府书展”等知名阅读活动品牌。

据中国新闻出版研究院调查，2022年中国成年国民对全民阅读品牌活动的知晓率达73.7%。其中，“本地城市读书节”和“书展书市”的知晓率最高，选择比例均为30.1%；“机关企业/校园读书活动”选择比例为28.9%；“本地读书会”“城市读书大讲堂”的知晓率选择比例分别为27.3%和22.9%。

丰富多彩的阅读活动普及了全民阅读理念，提升了读者的阅读兴趣，扩大了阅读群体，而随着技术

的飞速发展，阅读日益变得更加便捷、个性化，更富有吸引力。

在杭州召开的第二届全民阅读大会上，中国移动咪咕推出“全民阅读元宇宙”，读者可通过VR(虚拟现实)眼镜、个人电脑、手机三大终端进入，以换装等方式打造独特的数字化形象，交同好书友，还能创造属于自己的风格独特的个人书房，自定义书架并邀请好友访问共读，享受元宇宙阅读新体验。“未来的阅读将

更加凸显互动性、沉浸性，将会突破各种物理条件的限制，随时随地阅读，阅读无处不在。”中国移动咪咕负责人说。

技术改变了传统的阅读方式，越来越多读者倾向于听书。中国新闻出版研究院对成年国民听书习惯的考察发现，2022年中国有三成以上(35.5%)的成年国民有听书习惯，较2021年的平均水平(32.7%)提高了2.8个百分点。

来源：中国新闻网



听书成老年人生活新时尚，喜马拉雅为老年群体打造线下听书空间



深圳大学简阅书吧



调兵山站前社区书屋