

# 《朗读者》对高校阅读活动的新启示

王艳艳

安阳师范学院图书馆 河南 安阳 455000

**【摘要】**《朗读者》节目的热播，引发了社会文化领域各界的关注，并使之一度成为2017年的现象级事件。《朗读者》节目中的朗读创意与图书馆的阅读推广理念相似，旨在推动全民阅读。以阅读作为联系二者的纽带，分析《朗读者》对高校图书馆阅读活动的影响和启示，以期从节目中多方位的解析出可以为图书馆借鉴的经验和创意，更好地服务于阅读活动的相关工作。

**【关键词】**朗读者；阅读；朗读；浏览式阅读；深阅读

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1637

文化情感类节目《朗读者》自2017年2月18日登陆央视综合频道以来，收视率一路领先。在娱乐至上的时下，可谓是实现了电视节目的清新突围。它恰似一股清流，缓慢地浸入了每一个有着中国传统文化情愫的国人心中。《朗读者》作为一档现象级栏目，它对我们所产生的影响已经超出了电视节目本身。从图书馆的视角，解析《朗读者》的节目形式和特点，总结出这档节目与图书馆阅读活动之间的相融共通之处，从而更好的服务于图书馆的阅读推广。

《朗读者》的节目定位为文化情感类节目，节目宗旨“将值得尊重的生命和值得关注的文字完美结合，以个人成长，情感体验，背景故事与传世佳作相结合的方式，选用精美的文字，用最平实的情感读出文字背后的价值”<sup>[1]</sup>（53）。《朗读者》节目的内核不外乎人和文，正如主持人所言，人是展现生命，文是传承文字。节目中采用人、文结合的模式，将经典的文，通过与节目中有故事的人重新组合的形式呈现于观众面前，使得观众可以深入解读经典文字背后的意义。据资料显示，《朗读者》自开播以来，便得到了《人民日报》等近50家平面媒体头版报道支持，累计报道1300篇次；在新媒体端，《朗读者》的阅读突破10万+的公众好文章已经有300余篇；在喜马拉雅的收听平台上，《朗读者》12期节目关注的人数超过48万，总播放量超过4亿次，一度飙升至喜马拉雅经典必听榜第一名，且连续12周蝉联第一<sup>[2]</sup>6。

## 一、《朗读者》对时下高校阅读推广的启发

### 1. 阅读活动品牌化

朗读活动作为高校图书馆阅读推广系列之一，已经不算新生事物，在每年的读书节活动中，它可谓是其中的热门之选。然而，在诸多高校图书馆中能够将其做成一个系列、形成一个阅读品牌的，还不多见。《朗读者》节目的热播，引发了读者的朗读热情，也使图情工作者对于朗读这种司空见惯的阅读活动有了一些新的思考。从《朗读者》节目的设置总期、主题串联、分季播放来看，朗读活动不应该只是图书馆读书节活动的专属，应该将朗读做到日常，综合各个图书馆的实际情况，以定期和不定期的方式打造出专属于某一个馆的朗读活动，并力求保持整个朗读活动的完整性；在这一朗读活动的各个分期中，图书馆可以通过每期设置不同的朗读主题，借以增强朗读活动对受众的新鲜感和吸引力，并将各个主题在某种意义上实现一个宏观的串联，形成一个馆的朗读品牌，甚至可以将其做成该馆的官方代言；《朗读者》节目中的设置流程，也可为图书馆的朗读活动提供范本。节目中，在主持人的引导下，嘉宾开始入场，以现身说法的形式向读者展示一本真人书，随后嘉宾会转换角色为朗读者，将自身的现实经历融入到凝练的文字之中，以自身的切实体悟为文本的作者代言，使抽象的文字描述在现实中有具体的映像。这一简单角色转换的过程，在朗读者和文本作者之间引发了共鸣，这种共鸣不仅激起了朗读者心底对文本的原始呼唤，升温了朗读者情怀，更加吸引和牵动了观众的情绪。正如康震：《朗读者》将个人诉说叠加进行的本色朗读，实现了节目形式和情感表达方式的创新。用朗读传承经典，用经典升华你我，用你我诉说故事，用故事凝聚人心<sup>[2]</sup>（9）。朗读者节目中的朗读模式，在某种意义上契合了图

书馆“为书找人”的阅读理念，它在固定主题下所选择的文本和嘉宾，在该期节目中实现了书和人的两者合一，文字是个人经验的抽象化总结，个人是文字叙述的具体化呈现，因此在阅读活动的设置上，也可以采用类似的为书找人模式，为书匹配读者，为读者寻找适宜的书。图书馆中的馆藏，不仅仅是书还包括其他的馆内资源，不应只是静静地呆在图书馆这个静静的地方，而要积极的为读者进行“自我推荐”，主动地为读者所熟知，而不是长年累月的被闲置甚至是束之高阁。如何能够使这些资源为读者知道，首先是知道其次才是应用的问题，就需要图书馆员全力做好自己的推荐人角色。馆员应该立足自身、了解读者、了解馆藏，在某个点上实现资源和读者的有效统一。图书馆可以通过推陈出新的朗读活动，使一些经典作品更好的为读者接受，正如《朗读者》活动所引发的部分朗读者进入热搜，部分作品再度引发阅读热潮一样。图书馆在将朗读活动做成到如此规格的前提下，便能以朗读带动书目，实现新的书目推荐形式；在朗读活动中，图书馆也可以将朗读的主题人物进行筛选，进而以真人书的形式和读者进行一场关于本人和经典的双重阅读，使得读者可以在一次的阅读中得到真实和理论的两种经验和感悟，这种阅读所得比之于传统的书本阅读将会更加深刻。其次，在日后的朗读活动筹划中，图书馆可以采用多样化的组合方式，如节目中的“人物访谈+文本朗读+专家评析”的模式，使阅读活动不单单只局限于对某篇文、某段字的解析，可以从情感角度，多纬度的调动起读者、文本作者、听众等多种人之间的情感联系，从内在建立起一种情感认知或共鸣，进而使文本本身呈现出更富有价值取向的东西，真正的为读者受益；此外，朗读活动的开展，也可以采用多个高校联合的形式，将同一地区不同学校的资源进行整合，汇聚多个院校的读者群体，将朗读活动的声势和规模造大，如朗读活动高校联盟的设立；将高校的朗读组织成立社团，与民间的朗读团体进行合作，在整个地区开展大规模的朗读活动。

### 2. 阅读空间新颖化

随着信息技术的不断革新，近年来，“互联网+技术”影响着人们生活的各个方面。在这种背景下，图书馆的传统功能和服务也面临着迫切的挑战，空间改造便成为了各馆锐意革新的热点之一。朗读亭是《朗读者》节目设置在线下的用于节目收集素材的场所，相对于遥远的电视节目现场而言，朗读亭在情感上拉近了电视和观众之间的距离，在两者之间营造出了一种亲民的氛围。在线下，节目组将朗读亭设置于各大城市的热闹街区、人流量密集之所。它高3米、占地面积约2.5平方米，相当于普通电话亭大小。亭外写着大大的朗读亭字样，24小时开放，亭内部有两个GO PRO摄像机以及一套完整的录音设备。近日，上海、广州、杭州、西安等全国各大城市的高校、图书馆、人流密集区域相继设立了朗读亭。在北京，五道口、前门大街的朗读亭外人头攒动；在广州，中山图书馆朗读亭吸引了无数年轻情侣来排队，自己的爱人读一首诗，成了浪漫新方式；在上海，朗读亭成为新晋网红，创下朗读3分钟，排队9小时的纪录；在潍坊，朗读亭特别设立了流动图书馆——捐书架，朗读者可将有价值的书籍放在上面，分享给其他朗读者免费阅读；在武汉，9天时间里共有1268名市民走进朗读亭进行朗读，创下了全国城市的日

均录制新纪录；在西安，朗读亭计划停留半个月，因为市民的热情延续到一个月31天共漂流10个点，共收获4000多名古城市民的心声<sup>[3]</sup>。朗读亭，它成就了每一个有着朗读情怀的普通人梦想，圆了每一个期待登上央视《朗读者》节目的观众期许，更是帮他们实现了由观众继而成为一名朗读者的华丽转身。朗读亭的设置，起初只是作为节目的线下宣传和素材收集之用，但是随着《朗读者》节目的热播，朗读亭业已独立成了一个品牌，诚如诚品书店，俨然已经成为了一个城市的文化坐标。从《朗读者》节目中朗读亭的受欢迎程度，我们可以想见读者的朗读热情有多么的高涨，他们对朗读亭的喜爱，也正印证了时下朗读空间的缺失。因此，朗读空间的设置在一定程度上可谓是弥补了图书馆读者的朗读需求，让他们心底的朗读热情得以释放。朗读亭对于新馆建设中的空间资源创设也是启发良多。空间改造这一创意的提出，不仅是图书馆突破自身的特点在新时期勇于自我创新的体现，更是在以人为本的倡导下，极大的彰显图书馆以读者至上的人文关怀。这一富于新意的空间，不仅使得图书馆的功能更加智能化、环境更加人性化、服务更加多元化，也是实现智慧图书馆的不二标配。近年来，图书馆作为保存纸本馆藏的物理空间储存角色日益下降，满足用户学习、交流、活动等空间利用及服务功能明显增强，越来越多的图书馆围绕用户需求创建了各种学习空间，信息共享空间，知识空间，研究空间，创客空间，技术体验区，休闲咖啡区等<sup>[4]</sup>（86-89）。图书馆在阅读氛围的塑造中，的确发挥了很好的作用，这种作用主要表现为读者提供一方静谧的读书之地。遍观各个图书馆，醒目的禁止喧哗的标示牌会有一种令人不敢高声喧闹的权威。久而久之，读者便会习惯图书馆的安静，并在这一环境中，开始调整自己的阅读行为，长久的默读便由此形成。然而，当朗读重新回归，图书馆的安静也终将被打破，这就推进了朗读空间的出现。如武汉大学图书馆珞珈阅读广场及多媒体阅览区，沈阳师范大学图书馆在学习共享空间里新设的“诵读空间”等。但相对于时下全民的朗读热潮，这几个馆能够提供的设施也还是杯水车薪。这就需要更多的图书馆都须借助《朗读者》这一节目的东风，在全民朗读热情被激发和升温时，借鉴朗读亭的品牌效应，在新馆的建设过程中，综合考量实际功用和读者的具体诉求，更加合理规划馆内的空间布局，平衡传统建筑和新型空间的构造比例，全方位的助力全民阅读下的朗读热潮。

### 3. 阅读习惯深层化

数字阅读时代，人们的阅读习惯已经由传统的纸质阅读向多元化阅读、随时随地阅读转变。个人有限的精力和所获得的海量资源之间的矛盾使得人们的阅读对象越发浅显。读者在阅读过程中更是习惯了蜻蜓点水式的浏览，只满足于信息量的获取，而忽略了信息本身的价值。当阅读的对象发生变化，不再只是传统的文字，而是以文本、图片、音频、视频等元素融合起来的综合体时，人们的阅读专注力更容易被信息的外在因素所诱导，以至难辨良莠。当浅层次的、碎片化的、不成系统的浏览式阅读成为现代社会普遍存在的一种阅读模式，现代人的阅读危机就已产生。在“互联网+”的时代，视觉影像作为一种重要的传播方式正在影响和改写着我们的社会和生活。有学者指出，人们越来越深切的感受到，中国当代的阅读文化正在或已经出现了某种困局，人们尤其是青年人的阅读方式已悄然发生变化，特别是数字化的电子媒介所催生的各种电子阅读大行其道，这极大的改变了国民的阅读行为和阅读习性，使得当下的阅读生态迥异于前<sup>[5]</sup>（144）。浏览式阅读，顾名思义，便是一种不求甚解式的阅读，以快、短、碎、浅为主要特征。它的出现固然与社会的经济、技术、文化的大环境密不可分，但是归根结底还是主要取决于读者本身的阅读习惯。现如今，浏览式阅读已使人们的阅读陷入了困境，因为在这种阅读中，真正能沉浸到内心并给人以精神滋养的深层次阅读并未进行。在浏览式阅读中，读者只会得到表面的、肤浅的信息，逐渐丧失了思考的本能，只能是因读书而读书，获取的仅是文字的表层陈述，反观内心而毫无所得，人们已经在不知不觉中中了浏览式阅读的“毒”。在碎片化阅读中，人们只能获得文本泛

滥、信息过载、无用积累的话语，片面追求阅读速度，使读者极易产生焦虑，把阅读学习简单化而失去了传统意义上的耐心，平和和宝贵的冥想<sup>[6]</sup>（28）。综合分析，无论是当今国人文化意识的觉醒，还是阅读传统的回归，都急需将人们的阅读拉回到深层次阅读的轨道之上。浸润式阅读习惯的创建之中，也需要图书馆从多方面加以引导和协调，在传统的阅读指导中，如何推陈出新，以改变人们当前的阅读不良习惯。阅读活动的进行，离不开阅读者和阅读文本，阅读习惯的创立也需要从这两方面着手。对阅读者而言，阅读者的素养在一定程度上决定了阅读的层次，这就需要图书馆从读者层面展开相应的阅读素养的培训，诸如如何让读者爱上阅读，阅读兴趣的吸引和提升等；其次，阅读文本的选择和推荐。阅读对象对于读者有着首要的吸引力，一本好书之于读者的影响是不能用言语加以形容的，它可大可小，可深可浅。如爱上一本书活动的举行。在阅读主体和客体都具备的情况下，图书馆还需要有相关的阅读方法的指导。得其法而入门，不啻于事半功倍。阅读方法是读者打开阅读之门的钥匙，有了阅读方法的指导，我们便等于是找到了阅读的不二法门。在阅读方法的指导方面，图书馆应该将阅读史、目录学等相关的学科知识进行贯通性的学习，参照古今阅读方法的相关书籍和专著，进行系统性的整理，让指导的理论性更加有针对性和实效性；当深度阅读逐渐为读者接受，图书馆便可适时引入经典阅读的引导，让经典与读者同在，用经典提升读者的阅读品味，让有价值的阅读更加深入化。

### 4. 阅读产品的新颖化

随着《朗读者》节目的热播，关于朗读的平台、手机app如雨后春笋般相继涌现，它们再次将朗读推向了一个新的高潮。之前，随着喜马拉雅等音频类节目的出现，听书媒介已经积累了很广的一部分受众。而对于新型的朗读平台和新程序的使用，这些听书受众自然也会是忠实的追随者，由听书类节目的受众变身为朗读者的个体。随着朗读平台的构建，图书馆在自身的技术和馆配支持下，也应该积极引进成熟的音频制作团队，勇于创新，打造全新的朗读平台，为全校师生提供朗读的技术保障；积极研发有本校特色的朗读应用程序。同时，这一全新的音频资料，也可以作为文献资源，图书馆可以从中筛选出一些有特色的音频，作为馆藏特色资源的一部分，甚至是将其做成数据库，在特色馆藏的创建中首开先河。音频类资源在图书馆藏的资源构成中，还是尚属新型资源，如何更好的搭建朗读平台，进而实现音频资源的更新和收藏，也是图书馆服务创新的一个新亮点。

《朗读者》的热播，不仅引发了读者对传统文化、经典人文的关注，更是推进了人们阅读行为的改变，使读者的阅读兴趣由朗读开始萌芽、生发，以朗读为基点，开始爱上阅读；其次，它也使图书馆人对阅读这一普遍的认知行为开始思考，反思当下不好的阅读习惯对读者的影响，思考在新的信息技术智能化时代，如何正确引导当下人们建立良好阅读习惯，使阅读变得更加有意义、有价值；如何在新的技术支撑下，实现纸质阅读和声音阅读的有效转换和对接，更好的服务于人们的阅读中。

### 参考文献

- [1]傅异非.从《朗读者》的主题词选择 谈综艺节目的价值导向[J].当代电视, 2017. (6).
  - [2]最是书香能致远-《朗读者》第一季研讨会纪要[J].电视研究, 2017. (6).
  - [3]蔺谷.“朗读亭”让朗读热情助力文化回归[N].新华书目报, 2017-05-12.
  - [4]曹志梅.高校图书馆旧馆舍空间重组探索[J].图书馆建设, 2016 (9).
  - [5]周宪.从“沉浸式”到“浏览式”阅读的转向[J].中国社会科学, 2016 (11).
  - [6]李新祥.阅读行为数字化嬗变的个体影响研究[J].浙江传媒学院学报, 2014. (6).
- 作者简介:  
王艳艳(1982-),女,河南洛阳,硕士研究生,主要从事图书馆研究。