

“4·23世界读书日”特稿

全民阅读应成为国家战略

□ 朱永新

一个民族的思想基础和核心价值体系的建设离不开阅读,中华民族共同的精神家园建设更离不开阅读。为了寻找我们的历史,寻找我们的自身,我们需要共读我们的神话和历史,通过共读盘古开天地、女娲补天、后羿射日、嫦娥奔月、精卫填海、夸父追日、炎帝和黄帝的战争与结盟,我们将真正成为中华民族祖先的文化后裔。然后再通过阅读希腊神话、希伯来神话,通过阅读美洲发现的历史,通过阅读美国南北战争解放黑人的历史,我们了解了其他民族的历史和传说,整个人类的文明才能在更大的生活图景里融为一体。这些都是通过阅读来完成的,没有其他的途径可走。

国际阅读学会在总结阅读对于人类最大益处的时候,曾经做过一份报告,报告指出,阅读能力的高低,直接影响到一个国家和民族的未来。因此,世界很多国家把阅读作为重要的国家战略,用尽各种办法推动全民阅读。

亚洲四小龙中最具危机意识的新加坡,提出 Thinking Schools, Learning Nation(思考型学校,学习型国家)的口号。从2001年11月开始,新加坡婴儿出生时,医院的护士叮嘱产妇的事项中,竟然有“如何读书给婴儿听”一项。小娃娃一出生,除了喂奶睡觉,还有资格办借书证,政府鼓励婴儿与母亲亲情联系的方式,是以读简单的故事、唱儿歌的方式进行。这就是新加坡政府提出的“天生读书种,读书天伦乐”(Born to Read, Read to Bond)。

在美国,不管是克林顿时代的“美国阅读挑战”运动,还是布什的“阅读优先”方案,都大力提倡读书。1997年末美国政府掀起了一场“阅读挑战行动”,当时克林顿总统亲自作了“美国阅读挑战行动报告”,在《为美国的教育,行动起来!》的演说中提出了教育发展的三大目标和应遵循的十大原则,其中的十大原则之一是开展阅读运动。布什政府在2001年初发布了《不让一个孩子落后》(No Child Left Behind Act)的教育改革议案,其中指出,美国存在两个民族:一个能阅读,另一个不能。该法案中关于阅读改革的力度之大令全球瞩目,仅仅2001年就为“阅读领先”行动投资了9亿美元。

在世界上有“最爱阅读的国家”美誉的俄罗斯,1.4亿俄罗斯人的私人藏书多达200亿册,每个家庭平均藏书近300册。即使如此,俄罗斯政府仍痛感国民阅读量下降,2012年,俄罗斯政府在国家范围内采取紧急措施,制定《民族阅读大纲》,保证俄罗斯读者人数的快速增长。这一大纲调动俄联邦政府各个部门、地区行政机构、社会团体、出版业、传媒、作家协会等各方力量,并以国家法律作为保障。

此类重视阅读,把全民阅读作为国家战略的国家,正越来越多。“国家战略”一词的使用,最早出自美国。中国学术界对此尚无统一定义,一般认为,它是指导国家各个领域的总方略,其任务是依据国际国内情况,综合运用政治、军事、经济、科技、文化等国家力量,筹划指导国家建设与发展,维护国家

安全,达成国家目标。我国先后提出过知识产权国家战略、能源问题国家战略等,但遗憾的是从来没有把全民阅读作为国家战略。

最近几年,我国在国家领导人以及社会各界的倡导下,全民阅读问题已经引起广泛的重视。但是与发达国家相比,我们的差距仍然很大。作为世界上最大的图书生产国,我们却又是人均阅读量最少的国家之一:我国每年出版的图书不下40万种,但是人均消费图书只有1.75本,我国国民读书的现状令人担忧。

我建议,可以采取以下做法加大力度推广全民阅读活动:

第一,成立国家全民阅读指导委员会。为了推进全国性的“全民阅读活

动”,这也有利于开展形式多样的阅读推广活动。

尽管我们已有多种形式的地方性读书节、读书月等活动,但是这些区域性、零星的,由于时间、标准不统一,造成社会影响力和实际效果较弱。设立国家阅读指导大纲《阅读社会指标体系》,加大对阅读的投入力度,同时直接负责、指导、组织、参与国家阅读节或其他相关阅读活动,利用自身的影响力倡导阅读,在全社会形成崇尚阅读的风尚。

第三,各级领导干部应该亲自倡导和推动全民阅读。

最近两年,全民阅读的风气渐浓。这

组织,特别是经济发达地区,积极扶持和帮助经济不发达的农村地区建设图书馆、图书室等公共读书场所。目前,很多县的图书馆新书很少,利用率极低。国家应该实行图书馆达标制度,对是否达标,由独立的评审机构确定。

第五,认真做好优秀图书的推介工作。

图书推介是一项极其重要的知识工程,国家要做好优秀图书的推介工作,尽快组织力量研制适合各领域人群的基础阅读推荐书目,最终形成中国人的基础阅读书目。通过这些书目让全体国民尽快了解优秀图书的出版信息。注意推介工作的多样性(运用多种媒体)、层次性(不同读者群)、艺术性(吸引读者眼球),从而激发读者阅读的愿望与激情。要推进独立书评人制度,在全国主要媒体开设阅读的频道与栏目,由独立的专家委员会向全社会推荐优秀书目。

第六,开展丰富多彩的读书活动。

以阅读节的影响力、号召力为起点,以阅读日常化、生活化为目标,将节日的庆典狂欢延伸至每个角落,可开展读书沙龙、读书知识竞赛、读书演讲比赛或读书征文、图书漂流、中华经典阅读大赛等活动,营造良好的读书氛围,推动全民读书活动的可持续发展。

第七,开展多种形式的评比活动。

评比是推动全民阅读的有力杠杆,通过评比促进学习型学校、社区和城市的建设。可在全国范围内开展学习型城市创建活动,评选“全国阅读十佳”城市。在同一个城市可以评选书香家庭、书香社区、书香学校等,也可评选某个城市的“读书十佳”等。设立全国级的读书节,此奖的评审,也由独立的专家委员会评出。此读书奖,并不一定限制在读书上,还可以是“论文竞赛”。在法国的历史上,这样的论文竞赛,成就了不少大师级的人物如卢梭等,同时使读书成为热潮。

在推进“全民阅读”的过程中,可以采取以下策略:

首先可由城市带动农村。根据我国城市经济较农村发达、市民文化素质较农村居民高、读书意识较农村居民强等特点,我认为推进“全民读书活动”应采取“由城市带动农村”的策略。首先在全国大中城市推进“全民阅读活动”,由城市向农村辐射。同时可由学校带动家庭与社区。学校是学习的中心,为了使学校成为学习型校园,学校应开展“营造书香校园”活动,提倡青少年阅读经典名著,丰富师生的精神生活。通过学生带动家庭(学生的父母)的读书活动,通过建立学校与社区的经常性联系带动社区的读书活动,形成书香家庭与书香社区。

当我们真正审视全民阅读在提高民族文化素质和国家竞争力上的重要意义,必将重新发现全民阅读所具有的这种独特而又持久的重大价值。若能将其作为重要的国家战略,全力以赴地推行,受益的不仅是当下国人,更能濡染子孙后代,复兴并强盛中华文明。

(朱永新,全国人大常委会,民进中央副主席,中国教育学会副会长,苏州大学教授,2012年4月23日被新闻出版总署聘为全民阅读形象代言人。)



让我读读你的书 4月1日,合肥市特殊教育学校的视障儿童金玉莲(左二)教小朋友用手“阅读”盲文读物。当日,合肥市丁香社区组织视障儿童与幼儿园的小朋友开展“让我读读你的书”阅读体验活动。 新华社记者 刘军喜摄

动”,应成立一个领导机构——国家全民阅读指导委员会。该领导机构建议由国家领导人担任主任,办公室设在中央宣传部或国家新闻出版广电总局之下,其基本职能是定期推荐“全民阅读活动”书目,可根据不同年龄和群体分类分层推荐,以期获得更好的效果;制定和适时调整或完善“全民阅读”政策,以期使“全民读书活动”稳步、健康、持续和卓有成效地开展下去;策划全国性的读书活动;定期发布全国读书指数;开展学习型城市的创建与评选活动等。各城市与乡镇建立相应的领导机构,从而形成一个全国性的“全民读书活动”领导网络。

第二,设立国家阅读节。

建议将每年9月28日的孔子诞辰日设定为国家阅读节。9月28日是我国著名的教育家孔子的诞辰日,孔子作为在世界文化史上影响最大的中国人,目前没有专门的纪念日是不可思议的。将孔子诞辰日设立为阅读节,既有纪念意义,能够得到广泛认同,也有利于扩大中国文化在全世界范围内的弘扬与发展,提升我国文化软实力。

同时,每年九月份,正是大、中、小学生秋季开学不久,是教育新循环周期的开端,此时以阅读节倡导读书,是非常好的时机。另外,九月下旬这一时间段距离“十一”黄金周以及传统佳节中秋节很

与党和国家领导人的亲自推动有密切关系。在中央党校2009年春季学期第二批进修班的开学典礼上,时任中共中央政治局常委、中央书记处书记、中央党校校长习近平指出,各级领导干部要深刻认识到现代领导活动与读书学习的密切关系,深刻认识到读书学习水平在很大程度上决定着工作水平和领导水平;真正把读书学习当成一种生活态度、一种工作责任、一种精神追求,自觉做到爱读书、读好书、善读书,积极推动学习型政党、学习型社会建设。今年3月1日,习近平再次在中央党校发出号召,希望领导干部做读书学习的表率。建议国家领导人和各省、市、县等各级主要领导每届任期内至少一次到校园与学生一起读书,以推动全民阅读。时间选择上,在国家阅读节设立前,可以选择在世界读书日;在国家阅读节设立后,则选择在国家阅读节。

第四,大力加强各级各类图书馆建设。

图书馆建设是开展读书活动的基础工程,没有布局合理、藏书丰富的图书馆,很难想象会有学习型学校、社区和城镇。为此,建议制定学习型学校、社区和城镇的图书馆建设标准,对图书馆的建筑面积、环境设施、图书数量、服务质量等作出相应的规定。同时,倡导和鼓励“十一”黄金周以及传统佳节中秋节很

专家专论

推动文化大发展大繁荣,建设文化强国,需要建设一批品牌卓越、实力雄厚、具有国际竞争力的骨干出版传媒集团。目前,出版传媒集团在发展中还面临一些障碍,需要企业的努力和政府的助力突破障碍,打破困局。

破除行政壁垒,加大整合力度,推动出版传媒集团跨区域跨媒体发展

培育更多“跨媒体、跨行业、跨地区、跨所有制、跨国界”发展的骨干出版传媒集团,是出版传媒产业发展壮大的客观要求和战略选择。近年来,凭借文化体制改革东风和利好政策的支持,出版传媒企业大力实施转企改革和股改上市,积极整合文化资源,加快结构调整,涌现出一批发展较快的骨干出版传媒集团。但总体来看,由于历史和现实等诸多原因,全国统一开放的出版市场还未形成,书报刊及广播电视等各类媒体资源区域分割、条块保护、低效运营的状况尚未从根本上破解,出版传媒企业跨地区跨媒体兼并重组仍面临着重重困难和阻力。为此,急需中央和地方党委和政府研究出台新的改革举措,对出版传媒企业跨地区兼并重组、跨媒体整合

改革管理体制,完善管理方式,推动出版传媒企业加快发展自主发展

在推进文化体制改革和产业发展的

努力加助力 破解出版传媒集团发展困局

□ 杜金卿

进程中,党委、政府和企业各自肩负着不同的责任和使命。党委的职责是把握正确导向,管理重要干部;政府的责任是建立市场秩序,改善行业管理,提高服务水平;企业的使命是创新市场主体,壮大文化产业。转企改革以来,出版传媒企业在党委政府的领导下,全面创新管理机制,实施企业化管理,有力地促进了产业的发展壮大。但与此同时,原有的文化管理体制和管理方式与出版产业企业化、市场化进程不适应问题也越来越突出,在一定程度上束缚了企业的手脚,制约了企业高效运营。各级党政主管部门,应当针对文化改革发展带来的新情况,特别是股改上市后的新变化,及时研究出台管理文化企业的新办法,更加科学有效地履行出资人和行业管理者的职责,推进企业又好又快发展。目前,应当抓紧制定完善针对国有文化企业的绩效考核、奖惩激励机制;落实国有或国有

控股文化企业干部任免、管理决策自主权,支持企业根据自身改革发展的需要及时作出重大决策和调配使用干部;加快推进实施股权激励政策,真正形成对企业高管的长效激励机制,推动企业做大做强。

放宽上市限制,强化协调指导,推动更多出版传媒企业上市融资

我国出版产业快速发展的实践证明,上市融资既是骨干出版传媒企业借力资本市场的重要途径,也是跨行业、跨媒体发展的重要渠道。因此,企业上市经营管

“全国古籍普查拾珍”④

西藏博物馆藏《释量论》元至元间第三帝师达玛巴拉大都刻本

2010年9月,当西藏自治区古籍保护中心专家及西藏博物馆专家一同再次对天竺法称所造《释量论》进行多角度分析、论证时,有一个惊人的发现:这一文献是一部极具写本特征的元刻本。首页页眉上,西藏三大寺之一哲蚌寺藏书号昭然其上,更表明了由西藏博物馆所藏的这一文献与西藏自治区图书馆所藏萨迦·班智达所造《量理宝藏》原为同一地方所藏。

一个月前,天竺法称所造《释量论》在西藏自治区古籍普查登记工作中被首次发现。因其页面上无任何刊刻迹象,古籍工作者曾认为其是13世纪写本。

《释量论》是继西藏自治区图书馆藏元刻《因明正解藏论》之后发现的第二部元刻本。两部元刻本的出现,推翻了元代无刊印藏文文献和明代以前无藏文印刷实物的旧说。而此前无藏文刊印本,比藏文永乐版《大藏经》问世要早一个世纪。

法称论师于公元六世纪末到七世纪初左右出生于南天竺一个婆罗门家庭,自小通达世间各种学问。十六七岁时,他对佛教产生了浓厚的兴趣,于是皈依佛门,师从陈那论师弟子智军学习《集量论》。法称论师创造了著名的《因明七论》,准确、详尽地解释了陈那论师的因明观点。《因明七论》有三个根本论和四个支分论,三个根本的论典即《释量论》、《定量论》、《理滴论》,四个支分论典即《因滴论》、《关系论》、《悟他论》、《净理论》。因明七论,是学习因明最权威的著作,尤其是《释量论》,作为必学五部大论之一,在藏传佛教中备受推崇和重视。令人欣慰的是,法称的著作及思想,虽然未能传入汉地,但在藏地,通过萨迦·班智达、宗喀巴等

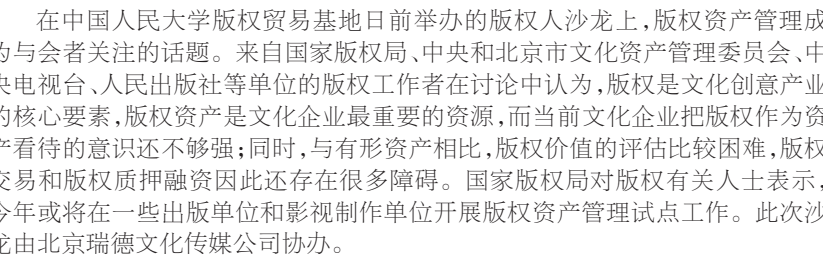
大师的开显,得到了十足的发展。大师们解释法称因明的著作,在藏传佛教各大寺院中传讲研习和继承原有思想的基础上,进一步提高发展了这门学科,使得法称思想的精髓,在藏传佛教中得到了充分展现。

正因为《释量论》是因明学者必备的重要典籍,元代皇家在大都(今北京)施刊了500函。扉画中刻印的文殊像和法称像具有元代典型的藏汉艺术风格,与吐蕃和宋代画像风格迥然不同。尾跋中明确记载该文献由元第三帝师达玛巴拉的倡议下刊刻而成。

继蒙古阔端王与藏传佛教萨迦派四祖贡嘎坚赞(1182年—1251年)于1247年会晤于凉州之后,元时期继续保持与萨迦派的密切关系。并且,延续西夏时期奉藏传佛教高僧为帝师之例,元世祖忽必烈奉萨迦五祖八思巴为帝师,掀起了元代历任皇帝奉萨迦派高僧为帝师之风。元代共出现十四位帝师,所称第三帝师达玛巴拉,即八思巴同母弟恰那多吉之遗腹子,生于1268年,13岁时入宫已去世,由他担任萨迦座主。1282年到大都,朝见忽必烈,被奉为帝师。约于1286年授命回藏管理藏务,死于途中,于是皈依佛门,师从陈那论师弟子智军学习《集量论》。法称论师创造了著名的《因明七论》,准确、详尽地解释了陈那论师的因明观点。《因明七论》有三个根本论和四个支分论,三个根本的论典即《释量论》、《定量论》、《理滴论》,四个支分论典即《因滴论》、《关系论》、《悟他论》、《净理论》。因明七论,是学习因明最权威的著作,尤其是《释量论》,作为必学五部大论之一,在藏传佛教中备受推崇和重视。令人欣慰的是,法称的著作及思想,虽然未能传入汉地,但在藏地,通过萨迦·班智达、宗喀巴等

再次面世,不仅体现了元朝礼遇藏传佛教,并以藏传佛教来治理西藏的国家政策,更充分说明了中央与西藏地方政权的密切关系。

(西藏自治区古籍保护中心 白张、萨仁高娃)



元第三帝师达玛巴拉大都刻本《释量论》

湖南省重点图书选题座谈会召开

湖南省新闻出版局主办的2013年湖南省重点图书选题座谈会日前在京召开。会议邀请了来自中央党史研究室、中央文献研究室、全国哲学社会科学规划办、中国社科院、北京大学、清华大学、中国人民大学等单位的16位知名专家学者,对湖南省今年的重点图书选题进行讨论,提出意见和建议。在京举办选题论证座谈会是湖南出版界独有的做法,取得了良好效果。座谈会自2008年开始举办,今年已是第四次。

“版权人沙龙”关注版权资产管理

在中国人民大学版权贸易基地日前举办的版权人沙龙上,版权资产管理成为与会者关注的话题。来自国家版权局、中央和北京市文化资产管理委员会、中央电视台、人民出版社等单位的版权工作者在讨论中认为,版权是文化创意产业的核心要素,版权资产是企业最重要的资源,而当前文化企业把版权作为资产看待的意识还不够强;同时,与有形资产相比,版权价值的评估比较困难,版权交易和版权质押融资因此还存在很多障碍。国家版权局对版权人士表示,今年或将将在一些出版单位和影视制作单位开展版权资产管理试点工作。此次沙龙由北京瑞德文化传媒公司协办。

加强引导规范,加大扶持投入,推动出版传媒集团加速转型升级

推进出版数字化,是出版产业适应文化与科技融合的大趋势,加快转型升级,实现可持续发展的必然要求。近年

来,我国出版传媒企业紧跟数字出版发展态势,积极打造数字出版新业态,探索转型升级新途径,有了良好的起步。但总体来看,目前出版企业推进转型升级的力度还不够大,步伐还不够快,还没有取得根本性的突破。其中既有企业自身认识不够、投入不足和人才匮乏等方面的原因,也有外部环境的问题。特别是目前数字出版行业标准建设滞后于产业发展,内容提供商缺乏话语权等问题日渐突出;数字出版的版权保护机制不完善,现有产业游戏规则滞后,著作权人的合法权利和出版企业的版权收益难以得到基本保障和有效维护,等等,已经严重影响整个数字出版产业的健康发展。因此,政府有关部门应进一步研究出台更具指导性、引领性的产业规划和产业政策,有序发展;研究改进著作权保护的政策法规,解决好著作权人版权保护与出版企业纸质版权和数字版权运营脱节的问题;加大国家财政资金扶持,重点支持骨干出版传媒集团的数字化项目建设和产品研发。(作者为河北出版传媒集团公司董事长)