公务员、事业单位、国企、医疗、教师等最新资料与真题
请扫一扫二维码或添加 18966160630（微信）孙老师 领取

实体书店，通向文化空间

近日有媒体报道，经历了 10 多年低潮后，实体书店行业又迎来了新的春天。在数字技术、网络技术、移动技术、智能技术不断革新的大浪潮中，实体书店该如何作为，才能彰显不可替代的社会价值，拥有历久弥新的时代意义呢？

首先，要正确认识阅读，正确认识阅读人群。凡是用眼睛与耳朵去做的事情，都可以称之为阅读。承载知识与信息的各种纸质与非纸质媒介形态，都是人们赖以阅读的工具。因此，阅读人群应该是所有拥有视觉能力、听觉能力与触觉能力的普罗大众。

其次，我们要认识实体书店在人们阅读选择中的正确地位与大致比例。原来人们几乎 100%依靠报刊图书获取知识与信息，现在这一方式可能仅占比 10%左右，甚至还会更低。这个变化绝不能说是人们不阅读了，而是阅读选择的媒介形态发生了变化。实体书店既要认识到这样的变化，又要相信自己在人们深度阅读选择中不可或缺的作用，把这个较小比例的“狭长地带”做深做透，紧紧黏住有阅读能力的人群。

再次，我们要正确认识实体书店的社会价值与人类价值，做成融通各种阅读社会心理的文化空间。从经济学角度看，阅读是对知识信息的选择和文本的消费过程，主要是受消费者所处时代社会心理的影响。在阅读过程中，影响受众接受的既有新奇性趋近心理、陌生化排斥心理、偏向性理解心理等个体心理机理，也有社会思维、社会影响与社会关系等社会心理因素，这些都影响着人们的阅读选择、阅读过程与阅读效果。

正因此，实体书店需要进行根本上的转型，就不能只是图书的简单展示台与销售处，而应该是能够融通上述各种个体心理与社会心理的文化空间。在这个文化空间里，不同圈层的人都能找到自己的心灵栖息地，并能在保持各自主体地位的同时，实现更多元的认可、认同或接受。在一个同时完全属于一个人和一群人的公共平台里，在浓郁的咖啡香味中，让各自的精神世界变得更加深邃而辽阔。

《光明日报》

最新的金华地区人事考试招聘信息，请关注公众号：金华人事考试招聘在线