

读书日：新媒体时代如何阅读经典

这个周末是世界读书日。读书已经成为我们生活乃至生命的重要组成部分，读书岂能仅仅局限于每年4月23日这一天？其实，联合国教科文组织在确定这个节日时，目的是呼吁人们享受阅读的乐趣，并从中获得全人类文明的营养。那么，处于当今这个传播方式日益简便、快捷和多元的时代，究竟应该如何看待读书呢？——我们还需要读书吗？如果答案是肯定的，那我们究竟该读哪些书？这个时代之间不会产生在互联网兴起之前，那时人人都知道读书的益处；这个时代之间只能产生于新媒体诞生之后，且人们竞相奔波于经济生活的当下。特定时代产生特定的问题，真可谓读书之“时义大矣哉”。

呼吁大家阅读纸质书籍的我，既不漠视新媒体的存在，也不反对电子书，就像我喜欢鲁粤川闽等南北菜品时，也同时常用快餐裹腹和以零食充饥。不过让我天天只吃快餐零食，恐怕会有肥胖症或者营养不良。饮食上的缺憾或者可以马上弥补或者立即治疗，精神世界的缺憾则会陪伴终生。且不论电子屏幕带来的诸多身体伤害，其中内容的驳杂、差讹就足以迷乱我们的心神。况且，读书具有极强的主观性，被动接受与主动求索，最终的结果极可能南辕北辙。本来仅供参考的消息，你非得当真，最终或许会将趴在墙上的苍蝇误以为钉子；本来仅是一副帮助你康复身体的双拐，你非得让它长久地替



代你的两腿，最终沦为瘸子又能怪谁呢？

如此看来，即使传播方式日新月异的当今以及可以预知的未来，读纸质书还是我们了解乃至参透人类文明成果的主要手段。当今印刷业异常发达，最大的疑问也随之而来：书是读不完的，当一年出版图书数万种，如今的图书品种多到不仅可以汗牛充栋，甚至可“汗卡车”“充楼宇”。生也有涯而知也无涯，如何在有限的生命里，从书籍的海洋中取一瓢饮呢？阅读经典无疑是最佳捷径。

阅读经典首先要排除非经典。上古时代人们结绳记事，后来代之以用刀刻和用笔写；先是刻写在龟壳甲骨上或金铜铭器上，后来写在竹木绢帛上，东汉以后才写在纸上。印刷传播则出现于隋唐及以后，至今不过一千五六百年。如今，将纸质文字印刷成册已经是再普通不过的事了，书商们将印刷品冠以书的名字，你可不要把它们统统当作真正的书籍来看。不是所有的石头都叫玉石；同样，专业类图书、实用类图书等等，都不在经典阅读的范围之内。

联合国教科文组织于1995年宣布每年的4月23日为“世界读书日”，同时这一天也是西班牙作家塞万提斯和英国作家莎士比亚的逝世纪念日。小说《唐·吉诃德》是经典、戏剧《哈姆雷特》是经典，中国的四书五经是经典、唐诗宋词是经典、四大名著是经

典，包括这些书在内的中外经典足够你一生阅读和消化。记得清末民初有位硕儒曾经慨叹：中国书我都读完了。四库全书八万卷10亿字，几辈子也读不完，他为何说读完了呢？原来这是位极高明的读书人，因为他知道，只有经典才值得去读。到底哪些是经典呢？时代不同答案也有些差异。百余年前张之洞写了一本叫《书目答问》的书，开列了两千多种书的书单；后来梁启超等又开列了一个书目，也有上百种之多；再后来有一位名叫黄侃的学者仅列出《史记》等八部书为经典。时代在变化，经典的数量或许在增加，但是上述最具原创性的书很难被排除在外。

在今年读书日来临之际，还要提醒的是，经典阅读在本质上是超功利的。如果说阅读经典有什么功利因素的话，那从大处说应该是为了探究天人之际，通晓古今之变，解悟生死之义；往小里讲，则是为了祛除内心疑惑，乐享先贤圣哲的哲理与诗意。我们只有在这样的读书状态中，才能感受到生活就是读书，读书即是生活。

文/许秉智



近九成老人倾向居家养老 低龄老人更具消费活力

中国消费者协会发布《2022年养老消费调查项目研究报告》建议推进涉老服务标准化

居家养老更关注“日常所需”

调查数据显示，家政、清洁（24.6%），餐饮、老年饭桌（23.4%），社会交往（23.4%）是居家养老更需要的服务内容，其中80岁及以上的老年人更需要康复护理和日间照料服务。但老人需求转化为实际消费行为的比例较低，购买过家政清洁等日常照料服务的受访者占比27.84%，慢性病诊疗及康复护理等医疗服务的购买者占比22.48%，购买过餐饮服务、老年饭桌等服务的占比20.59%。近四成老年消费者对相关服务的认同感不高，价格不透明（29.3%）、泄露过多人信息（25.2%）、遭遇其他亲情销售（23.1%）为主要槽点。

机构养老服务性价比更受关注

4月19日，中国消费者协会发布《2022年养老消费调查项目研究报告》。报告发现，老人居家养老需求重在家政清洁、餐饮、老年饭桌等“日常所需”。机构养老需求重在“医养结合”，特殊护理用品、辅助用品需求增加。低龄老年人更具消费活力，升级型消费需求明显，高龄老人养老亟需加大支持力度。整体而言，老年人消费环境仍需“适老化”提升。

（24.47%）。机构养老的老人对翻身机（28.3%）、按摩椅（27.8%）、助卧助浴（18.1%）和特殊用品（16.5%）需求度更高。失能老人对特殊用品（成人尿不湿、护理品）的需求度最大。

低龄老人升级型消费需求明显

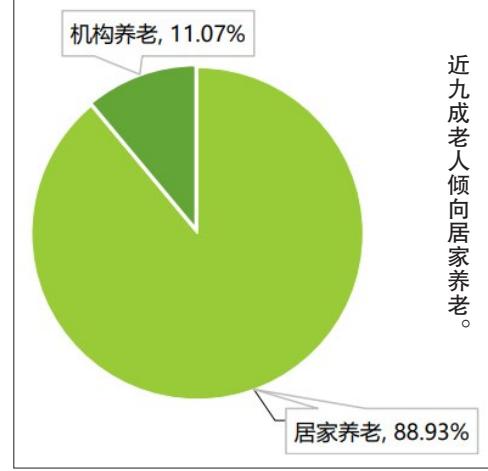
低龄老年人收入水平相对较高，受教育程度高，身体健康程度更好，生活爱好丰富多元，外出社交场景多，除了基本日常生活品的购买需求，对文化娱乐、时尚服饰、电子产品、保健产品购买意愿更加强烈，因此，低龄老年人更具消费活力，尤其是对老年保健品和专用食品认同度较高。45.35%的消费者认为老年保健品和专用食品有效果，食用有益健康，36.67%的消费者不确定食用实际效果，但愿意尝试。

身心和观念影响老年人消费选择

居家养老是老人首选，对机构养老尚有多重顾虑。近九成老人倾向居家养老，一成老人倾向机构养老。从养老观念来看，有53.81%的老人更希望和儿女家人同住养老，41.20%的老人在身体条件允许下，愿意居家和配偶或独自居家养老。本次调查中，老年人对机构养老的担忧较多，33.72%的人认为养老机构条件不好，32.37%的人认为养老机构稳定性差，不可靠，29.24%的人认为养老机构收费太高不划算。老年人出于身体自理情况、年龄、收入等客观因素，倾向于“主动”选择在熟悉的环境中养老。

同时，有近四成老人不愿子女安装

近九成老人倾向居家养老。



监控，37.88%的老人认为这样侵犯其隐私，30.87%的老人表示部分接受，可在不涉及隐私的公共区域安装。近六成的老年人使用电子产品时存在困难，字体小、操作复杂学不会、声音小是主要问题，表明老人在跨越“数字鸿沟”，充分享受信息技术带来的便捷生活上，仍需更多的帮助。

建议：构建老年消费便利圈

中消协建议，应开展老年用品与涉老服务质量专项提升行动。深化开展涉老产品质量专项整治与提升，加强质量评测与监管，推进涉老服务标准化，促进养老服务整体能力提升。加大高龄老人养老服务供给支持力度，鼓励居家与机构养老服务更多聚焦高龄老人，加大政策补贴支持力度。

此外，还应该畅通老年消费渠道，构建老年消费便利圈。通过持续推进老年人融入数字经济，打通线上消费渠道。遵循老人消费观念和习惯，支持引导线下老年用品实体店布局，构建老人便利生活消费圈。依托养老服务智慧化和科技化，推动养老服务与其他行业融合发展，推动科技助老，营造“适老”消费环境，通过加强养老消费安全宣传教育，强化重点领域养老消费维权，改善老年消费维权环境。

观海新闻/青岛晚报 记者 高静文

静文逛市场



扫码进群，在这里寻味青岛生活