

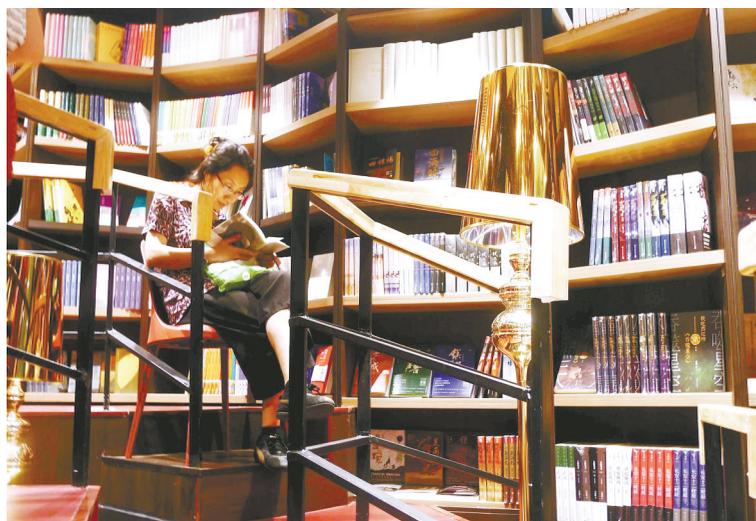
拍照打卡代替静心阅读

网红书店 书香应胜喧嚣

最近,高晓松的“晓书馆”开到南京,吸引不少文艺青年去打卡,一周内的预约都是满满的。虽然“晓书馆”的定位是公益图书馆,但在不少读者心目中,大概它和南京的先锋书店一样,都属于网红文学场所。最近,一个讨论吸引大家关注:网红书店,到底“毁掉”多少人?听起来很吓人,其实,这个灵魂拷问是,你到底是去拍照、打卡、遛娃、买文创、喝咖啡……还是去看书?



图为王府井书店。



图为钟书阁入选北京最美书店。

1 网红书店成为身边文化地标

说起去过的网红书店,大概都能举出不少:闹中取静的香港诚品、苏州诚品、成都方所、言几又、上海钟书阁、南京先锋书店等。比如,天津的滨海之眼,是近几年国内风头最盛的公共图书馆。据报道,2017年10月开放以来,以其新颖的结构吸引了近180万游客。被誉为“史上最孤独图书馆”的三联书店海边公益图书馆,位于秦皇岛北戴河新区的海边沙滩,距离大海不足百米。北京坊Page One书店,曾凭借漂亮的店内设计刷了一波屏:高大的“通天书墙”,令人如望星空的屋顶。

所谓网红书店,始于颜值,以其独特的设计感吸引人们去打卡,还提供各种交流讲座、互动,以及文创、咖啡等休闲方式,正在引领人们的文化消费生活潮流,以至于成为当地的文化地标。有人说:“每次来南京,都想去先锋逛逛,这里成了我对南京最最执念的地方。”

2 拍照打卡,代替静心阅读?

一种质疑的声音也来了:全民热衷打卡的时代,网红书店带动的是阅读吗?想象中的画面是,在书架上和读书清单里的书欣喜相逢,纸质书本里的字总比屏幕里的更有温度。拿起一本摊开的样书度过一个下午,好像又重拾学生时代在图书馆消磨的时光。对于忙碌的都市人来说,这样的休闲时光越来越“心向往之”。

现实是,涌动人潮令环境变得喧闹,人们在这里消费的不仅仅是书籍。据说在香港诚品书店,珍珠奶茶的营业额,是畅销书的70倍。有读者告诉记者:“小时候最爱去新华书店,一待就是大半天,捧一本书席地而坐就能津津有味读完。但当下热衷于去这些风格各异的网红书店打卡,可能是去遛娃,也可能是去听名人分享,或者就是和好友一起喝茶聊天,倒没有那么多时间,去真正坐下来好好读一本书。”确实,文化消费和休闲的意味,大于读书本身。

但也有读者认为,网红书店,毁掉年轻人?不存在的。愿意在朋友圈晒的,大多是值得炫耀的事情。愿意在书店拍照,说明大家把阅读当成值得骄傲的事情。网红书店至少坦然展现了,读书也是一件很“美”的事情。比如,它设计很花心思,建在各种你想不到的地方,甚至古镇、乡村。在这里可以翻书也可以闲逛,喝咖啡、听讲座,甚至24小时流浪,它代表了一种人们对精神生活的向往。

3 《读库》引发情怀买单,难以断舍离

遗憾的是,近年来消息不断传出,身边“结业”的网红书店不是一家两家。最近,“台北文化地标”诚品敦南24小时书店进入“熄灯倒数”,很多市民表示不舍,期待下一家24小时书店能顺利“接力开启”。很有意思的是,熟悉的书店要拆,就算平时根本不买书的人也会认为:城市没有这样的书店,绝对是损失。

今年“双11”,在读者中颇有影响力的综合性人文社科读物《读库》求助的消息,也把大家拉入严峻现实。“读库”发布了一篇网络求助信《把您的书房,变成读库的库房》,大

意为,因不可抗拒因素,位于北京市顺义区的库房面临大规模迁移,为筹措资金、腾空货位,号召广大读者购书帮助。结果引发很多读者为情怀买单,“双11”创造读库的购买新纪录。

《读库》创办人张立宪表示,出版行业不会被人工智能取代。另外,就是文字表达的稀缺性。现在人们都喜欢拍照,文字描述能力普遍不足,出版和阅读可以改变一些什么。书是人类向智慧进军的最有效手段。“我不是将自己的工作神圣化,因为书籍经过精心处理,它可以帮人们筛选有价值的信息,帮大家作出判断。”

4 网红书店,要以阅读的灵魂留住读者

业内人士认为,“书店火了就被涨房租”这也是一条行业潜规则,不是所有书店都是公益性质的,情怀不能当饭吃,实体书店商业化盈利能力不断面临考验。

书店工作人员告诉记者,论卖书,实体店无法跟网络渠道去竞争。在互联网的冲击下,所谓网红书店其实是一种行业转型和探索而已。纸质图书阅读受到手机阅读等各种挑战,图书本身的盈利必然不能承担“维护颜值”所需的费用。从某种意义上来说,成为网红打卡地、咖啡馆、艺术馆、科技体验馆等,书店探寻新的模式盈利,不仅提高书店“造血”功能,还拓展了书店文化的发展空间。

最近,故宫博物院原院长单霁翔说,不愿意被称为“网红”,因为快速碎片化的网红文化虽然被大众需要,但稍纵即逝,还是通过实践、积累、交流所积淀的文化更被大众需要。

图书界人士也认为,始于颜值,但不能止于颜值,过度依靠文创产品、餐饮供给、营销策划的套路,只追求成为一时的“网红”注定难逃过气的命运。书籍和阅读,才是书店的灵魂。打卡、拍照、撸猫这样的题外之意,不能代替书店本身的阅读和交流的功能。只有回归书店本身的价值,才能让书店真正持久地获得网红化效应。

据《扬子晚报》

■ 相关新闻

北京市年度“最美书店”评选揭晓

北京市自7月26日启动的2019年度全市特色书店(最美书店)评选结果出炉,经过近三个月的项目申报、初审、勘验、复审、终审等层层筛选,最终评选出85家北京特色书店、10家北京最美书店和2家北京最具影响力书店。

其中2家最具影响力书店为王府井书店和北京图书大厦。

10家北京最美书店为:全民畅读郎园店、钟书阁北京融科店、中信书店启皓店、春风习习前门店、建投书局国贸店、PageOne北京坊、模范书局诗空间、言几又·方寸王府中环店、上海三联书店READWAY、三联韬奋书店三里屯店。

据介绍,北京特色书店重点评选在内容、服务、主题定位、图书选品等方面具有特色,运营发展模式实践转型升级,社会效益良好,有一定品牌影响力的实体书店。

据《北京晚报》

■ 相关评论

书店除了“颜值”更要有“内涵”

□ 吴亚琦

富有新意和特色的装潢,别出心裁的图书陈列,相伴而生的咖啡水吧……如今,这样类似文化消费空间的网红书店,以其高颜值吸引了一大批粉丝。只不过,以前人们去书店的目的很明确:买书或者看书,但在大批走进网红书店的人眼中,书不是重点,拍照才是:找角度、摆POSE、摁快门,大功告成。当书店成为网红,甚至是一种景观,对于提升书店人气、促进文化消费无疑有着积极的意义。

但在人气背后,网红书店带动的究竟是什么?人潮涌动、环境喧嚣,当很多书店变得景点化和表面化,它们与真正意义上的阅读距离似乎也疏远了。

互联网时代,实体店会面临很多压力,追求转型也是必然的。为了吸引读者,丰富书店内涵,将其打造成一种文化平台和生活空间,不失是一种发展的途径和方向。但如果因此却拉远了自身与阅读的距离,不免有些本末倒置了。

书店的灵魂是文化,而人们之所以觉得书店有文化氛围,书是一个很重要的原因。

书店转变经营模式和发展思路,却不能偏离书籍和阅读的核心。书店的咖啡做得再好,装修得再精美,也只是营造整体空间品质氛围的道具和“装饰品”,不能大于读书本身。

书店的读者或消费者,也不能满足于去书店打卡,以为拍个照晒个图就算去过了。

若只是为颜值和拍照,仅仅“到此一游”,而与读书无关,对书店、对自己都是可惜的事。读书的乐趣,还是需要喧嚣背后靠自己主动来寻找的。

其实,书店能成为“网红”,就意味着它是被人们肯定和需要的。但如何保证不只是“昙花一现”,从“一时红”持续到“一直红”,除了“颜值”也要“内涵”,依旧需要回归书店本身的价值,通过阅读、积累和实践不断积淀文化,满足大众需求。

如何沉淀文化品位,或许也是网红书店下一步需要探索的。