



不止有书!农家书屋转型进行时

专家建议将书屋规范化运行融入基层治理实践

□ 本报记者 张守坤

2026年8月5日,正值暑假,上午10点左右,北京市朝阳区崔各庄地区京旺家园阅读空间的少儿阅览区里,六七个孩童正在看书;成人阅览区里,有人对着电脑轻轻敲字,有人捧着书靠在椅背上默然阅读。这个藏书1万余册的阅读空间,曾在2023年获评全国“最美农家书屋”,目前已持续为周边居民服务了5年多。

不只是京旺家园,暑期到来后,全国各地的农家书屋纷纷进入“旺季”。如何让农家书屋真正成为农村群众“不愿走”的文化阵地,始终是政策关注的焦点。就在两个月前,中央宣传部、财政部、农业农村部三部门联合印发《推进农家书屋改革提升促进乡村阅读行动方案》,要求认真落实《全民阅读促进条例》,切实盘活用好农家书屋等各类农村阅读设施。

政策之下,各地农家书屋现状如何?如何进一步推动农家书屋提质升级,进而助力乡村文化振兴?《法治日报》记者近日就此展开采访。

书屋衍生出新功能

2026年8月4日,记者来到天津市北辰区青光镇青光村农家书屋。

走进书屋后,最显眼的书柜上码放整齐的书籍,书屋内设置了独立阅览区域,角落的展板上印着图书借阅制度。记者在书屋的借阅单上看到,已有不少村民借阅书籍。

“书屋开放时间为每周一到周六的上午8点半到下午5点,目前的藏书能够满足绝大多数群体的阅读需求。”青光村宣传专干张洛恺说。

农家书屋的作用不止于此。

张洛恺告诉记者,青光村将农家书屋作为村内的重要文化活动策划,结合阅读推广,常态化开展各类形式丰富、贴近群众的活动。7月29日,青光村新时代文明实践站组织村内青少年在农家书屋开展了“书香润初心 星火传军魂”主题实践活动。志愿者带领孩子们在书屋内品读革命英雄故事,分享读书感悟、制作手工,引导青少年在书香中传承红色基因。

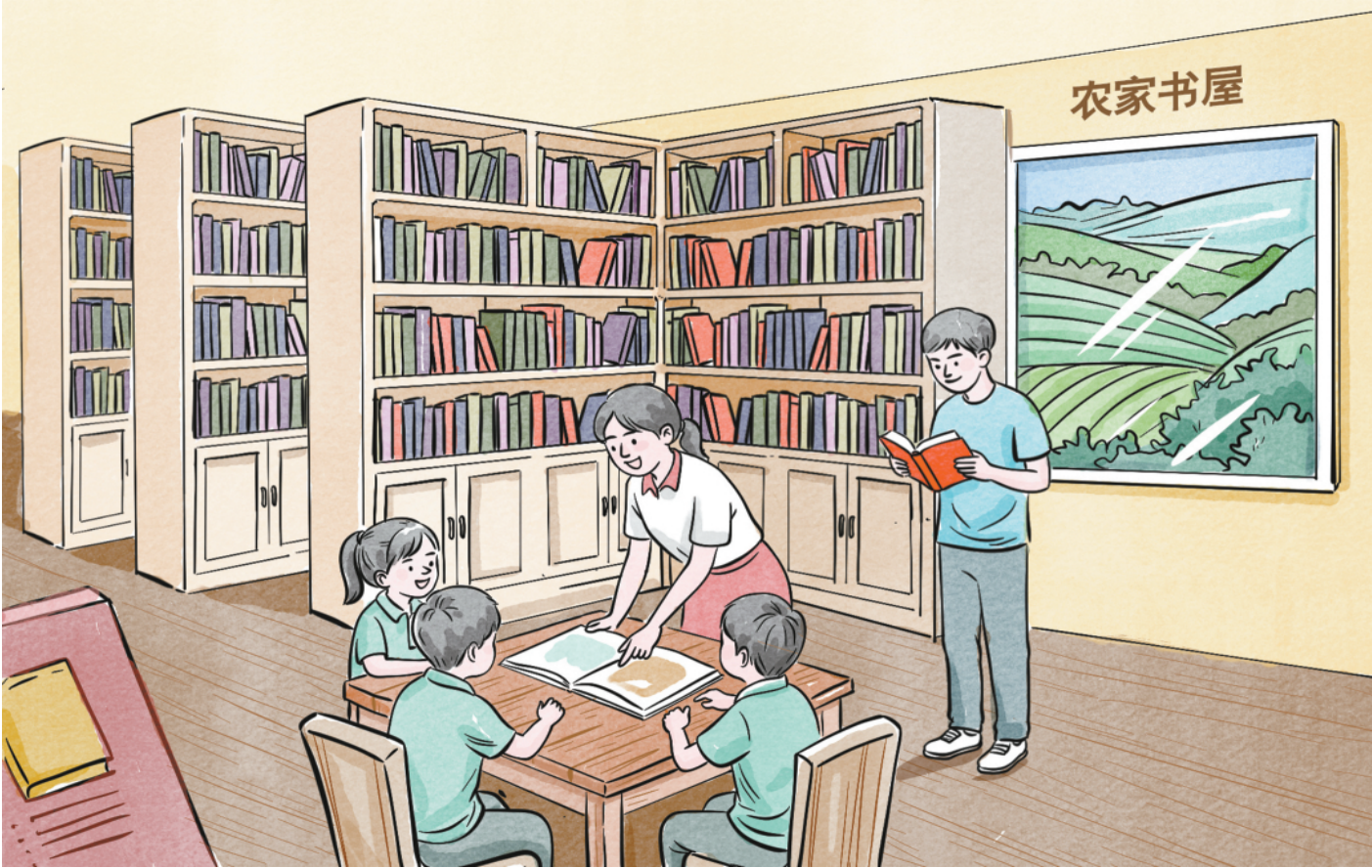
“未来,书屋将积极探索创新激励机制,推出阅读积分制度,将读书与村级文明积分联动,激发群众阅读热情。”张洛恺说。

7月22日上午,以暑期“春泥计划”学习课堂为契机,浙江省衢州市龙游县小南海镇新时代文明实践所组织开展“护苗·绿书签”书签DIY主题实践活动。

龙游县委宣传部出版科科长吴玲向记者介绍,除了这类主题实践活动之外,衢州还在寒暑假期间举办“我在农家书屋当馆长”招募活动,召集作家、教师、返乡大学生等到村子里的农家书屋担任馆长,既履行整理图书、辅导孩子作业等“固定职责”,也鼓励他们施展一技之长,开展绘本讲解、文艺教学等。

“近年来,龙游县发现农家书屋主要的服务对象是青少年,所以开设了‘激苗课堂’。激,指衢江龙游段,音同‘胡’,取‘护苗’的相似读音。将文明阅读理念融入课堂,根据需求到各书屋开展公益活动。平时主要在周末开展,节假日和寒暑假会增加活动频次。”吴玲说。

除了天津、衢州之外,国内多地农家书屋不



断拓展衍生功能。公开报道显示,近年来,湖南省多地农家书屋都在暑期进行角色升级。比如,祁阳市全域农家书屋已开放暑期托管服务,同时落地文体、科普等课程;韶山市依托书屋打造“书香假期成长营”,加入红色宣讲等内容;郴州市北湖区则推行“书屋主理人”制度,联动青年力量,把阅读服务延伸到田间地头。

建设价值意义丰富

在南京工业大学江苏省地方立法研究基地研究员侯嘉淳看来,推动农家书屋建设的价值意义丰富,主要体现在以下三个方面。

第一,从个人角度而言,有助于农民群众提升文化素养,增进知识技能水平。农家书屋是农民群众享受精神文化生活的重要场所,可以为农民群众提供内容丰富,环境舒适的阅读空间,满足其应有的阅读权利。

第二,从地区角度而言,有助于打通文化惠民“最后一公里”,对于提升乡村地区的精神文化风貌,培育乡村地区文化特色,凝聚乡村社会具有重要意义。

第三,从国家角度而言,有助于乡村全面振兴,城乡精神文明建设均衡发展。全民阅读是文化强国建设的基础工程,乡村阅读是其重要组成部分,《全民阅读促进条例》第三十四条明确了城乡基本公共文化服务均等化的要求,推动农家书屋建设也是落实法律保障,促进社会公平的体现。

“农家书屋作为一个开放的公共空间,可供村民议事、交流,在这里围绕村务共议政策,共商发展,能有效增进干群关系,激发村民的主体意识。”中国地质大学(武汉)公共管理学院法学系

副教授夏云娇补充道。

侯嘉淳表示,要想确保农家书屋能够建得好、用得好,在建设、使用、维护的过程中应注意以下问题:

第一,在建设中应避免“一刀切”的形式主义问题。我国农村地域辽阔,各地人口、资源、文化差异显著,建设农家书屋要贴合各地方乡村实际特色。

第二,在使用过程中,要避免陷入传统“阅览室”的功能局限。除了要征集群众意见选配图书,丰富群众的阅读体验,还可以因地制宜拓展农业技术培训、非遗传承等多元化功能。

第三,农家书屋在维护的过程中,要避免管理失位的问题。要建立包含图书借阅、场地维护、安全管理在内的精细化管理制度,实现常态化运营。此外,还应建立常态化监督反馈机制,广泛吸纳群众建议,及时优化服务。

要进一步提升升级

如何进一步推动农家书屋提质升级?

受访专家指出,作为乡村公共文化服务的重要载体,农家书屋的建设与管理应当依法依规推进,将其规范化运行融入基层治理实践。可以探索将书屋管理写入村规民约,明确村民借阅义务与损坏赔偿规则,使书屋在法治轨道上良性运行;同时,依托书屋平台开展常态化普法宣传,将法律知识送到田间地头,让书屋成为法治乡村建设的“文化粮仓”。

夏云娇认为,建好农家书屋,关键在于从“有什么读什么”向“要有什么、怎么方便怎么来”转变,具体可通过以下几方面完善。

其一,不断提升“书”的品质,精准提升供给质

量,让书既“有用”又“有味”。可成立选书顾问团,每次采购前,召开简单的书目“海选会”,听取群众需求。内容供给上,做到“韵味”要正,“农味”要鲜,“乡味”要浓。可以配置公信力强的政策解读、通俗读本;把最新的病虫害防治、养殖技术印成单页,按农时投放;还可以将本地村史、民俗等编印成口袋书或绘本,提升群众的认同感和自豪感。

其二,着力丰富“屋”的功能。丰富书屋空间功能,让书屋成为村里的文化活动阵地和乡村公共文化多功能综合服务体。例如,可针对留守儿童,开设“四点半课堂”或周末兴趣班,解决“孩子放学没人管、没处去”难题;可将书屋作为村级直播点,让“看书学技术”与“直播卖产品”无缝衔接;可开辟“村民作品展示墙”,让“屋”成为发现乡土人才的窗口。还应同步配齐法治类出版物,常态化开展以案释法、护苗行动,实现阅读推广与乡村普法双向赋能。

其三,用心培厚“读”的氛围。这是最关键的一环,核心是激发群众内生动力。既可以“榜样领读”,邀请本地乡贤、致富能手、最美家庭代表等担任“领读人”,分享故事经验;也可以“赛事促读”,组织知识竞赛等活动,给予适当奖励;还可以“积分励读”,用“小积分”撬动“大文明”。

其四,创新驱动“智”的转型。书屋可以与平台合作,引入数字图书馆、慕课资源,采购常规电子书、重点视频课程等,特别是农机修理现场教学、烹饪步骤分解这类实用内容。

“此外,还可以对祠堂、闲置民居等村里已有的闲置空间进行改造,打造沉浸式阅读空间,让书屋成为村民追溯历史、议事协商的‘公共客厅’。”夏云娇说。

漫画/高岳

□ 本报记者 韩丹东

当下,青少年近视防控成为许多家长关注的热点问题,随着低龄段近视检出率逐年上升,护眼消费市场体量也水涨船高。落地式“大灯灯”等护眼灯凭借“防控近视、抑制眼轴增长”等宣传走红网络,不少家长受商品宣传语吸引,高价购置灯具后,将近视防控寄托于照明设备。

“大灯灯”及类似灯具对近视防控究竟能起到多大作用?一些商家“防控近视”的宣传是否合法?若出现虚假宣传,经营者需要承担哪些法律责任?《法治日报》记者就此展开采访。

宣传语中加入医学词汇

记者在某电商平台以“大灯灯”“儿童落地护眼灯”等为关键词检索发现,相关商品销量从几百元到万元不等,价差较大。

价格方面,一些基础款护眼灯约400元,主流中端产品多在2000元至4000元,部分产品售价甚至达到万元。记者注意到,一些产品的宣传语不约而同地加入了“眼轴”“眼底”“屈光”等专业医学词汇,如“有效预防近视、控制度数上涨,抑制眼轴变长,养护眼底,阻断屈光不正发展”,还有不少智能款灯具,主打“动态哺光、模拟自然光干预防近视”等概念。有商家在直播时宣称“小学过半孩子近视,不买这款灯,每年涨一两百度”“普通灯光光线伤眼,只有‘大灯灯’能从根源防控近视”“眼科医院同款,上千家真实测度数稳定”。

“大灯灯”究竟效用几何?

北京某三甲医院的一位眼科医生告诉记者,多数低龄患儿存在每日4至6小时高强度近距离用眼,即便使用“顶配”灯具,也无法抵消持续近距离用眼带来的损伤。

相关消费测评也印证了医生的说法。2026年7月14日,上海市消费者权益保护委员会发布20款热销“大灯灯”比较试验结果。测试结果显示,光色色整体达标,个别样品色容存在偏差,还有个别样品电磁兼容未达标。

上海市消保委指出,“大灯灯”及读写台灯不具备逆转或治愈近视的功能,灯具的作用仅限于优化局部光照环境,缓解视觉疲劳,在一定程度上辅助延缓近视发展。真正有效的近视防控手段,仍以充足的日间户外活动、规范的读写姿势以及合理的用眼时长为核心。

虚假广告触碰法律红线

在对外经济贸易大学法学院教授徐海燕看来,一些灯具产品“防控近视”的宣传构成法律意义上的虚假广告。“商家在无真实、可验证科学临床依据的前提下,为普通灯具赋予明确近视防控功效承诺,该宣传内容足以左右家长购买决策,完全符合《广告法中虚假广告》的认定标准。”徐海燕指出,除此之外,一些商家的行为可能违反消费者权益保护法、电子商务法及反不正当竞争法。

专攻消费者权益保护的天津兰鼎(滨海)律师事务所律师孙证昊说:“‘防控近视、预防度数上涨’属于疾病预防、治疗类功效宣传,‘大灯灯’等灯具仅为普通读写照明器具,不在医疗器械目录内,若使用该宣传语进行宣传,则涉嫌违法。”

孙证昊介绍,依据广告法第五十八条,商品广告违规使用疾病防治医疗用语,市场监管部门可责令停止发布广告、消除影响,处广告费用一倍以上三倍以下罚款;情节严重的,处广告费用三倍以上五倍以下罚款,还可吊销营业执照、一年内不得受理相关广告主的广告审查申请。

记者了解到,市场监管总局2026年1月公布一批违法广告典型案例,某企业因发布的护眼灯具广告中含有涉及疾病预防的内容,被处以60万元罚款。

徐海燕告诉记者,目前该领域还存在违法成本偏低的现实短板。“单台高端灯具毛利可达数千元,头部品牌单品销量巨大,数十万元罚款和虚假宣传获取的收益相比,震慑作用有限;中小商家处罚金额常为数万元,难以形成长效约束。”她表示,目前监管层面已将儿童护眼产品、近视防护宣传列为重点整治领域,通过高额处罚、公开曝光强化警示,还需完善信用惩戒,加大处罚力度,压实电商平台审核义务。

建议理性消费依法维权

受访专家表示,网购模式不同,发生虚假宣传后,平台、商家各方法律责任也有所区分,消费者应理性消费,依法维权。

徐海燕梳理出几类责任划分情形:若平台自营灯具存在虚假宣传,则平台直接承担销售者全部民事赔偿责任;在第三方商家入驻模式下,若平台无法向消费者提供商家真实名称、地址、有效联系方式,消费者可直接要求平台先行赔偿,平台赔付后有权向实际经营者追偿;若平台明知商家发布涉“防控近视”虚假广告却不下架、不删除宣传内容,需承担连带赔偿责任。

孙证昊指出,直播间运营者如果没有清晰标注自身并非销售主体、公示实际商家信息,消费者可直接要求直播间运营者承担销售者赔偿责任;若相关宣传内容属于商业广告,主播、直播间运营者分别对应广告代言人、广告发布者身份,适用消费者权益保护法实施条例第十四条和《直播电商监督管理办法》第三十四条、第三十五条相关规定。

“如果主播明知是虚假宣传话术,仍持续带货推广,就需要和商家共同承担民事赔偿责任,同时面临相应行政处罚。”徐海燕补充提醒。

那么,遭遇商家虚假宣传的消费者具体可以提出哪些维权主张?又该如何固定证据,依法维权?

徐海燕表示,商家虚构近视防控功效属于消费欺诈,消费者拥有两项核心维权诉求,需要区分两种不同损害情形。“依据消费者权益保护法,灯具不具备商家承诺的效果,可主张全额退款、承担违约责任;如果商家存在欺诈行为,消费者则有权主张‘退一赔三’,主张三倍赔偿需完成三项举证——商家主动作出虚假功效陈述,该宣传让家长产生错误认知、虚假宣传直接促使自己完成购买。”徐海燕说。

“其中,订单截图、支付记录、电子发票、快递单号等均可算作交易凭证;虚假宣传核心证据包括商品详情页完整截图、直播间录屏等;辅助佐证材料则包括商家对外宣称的检测报告、临床数据截图等。”徐海燕提醒,对于易删除的直播、网页内容,可通过公证处、第三方可信时间戳等进行保全与固定,使相关材料具备完整的司法效力。

孙证昊建议,消费者应理性按需选购产品,如遇消费欺诈,可按梯度开展维权。“首先,消费者可以在订单售后通道上传全部证据,申请退款,协商赔偿,优先适用‘七天无理由退货’规则协商处理;其次,可拨打12315热线,或登录全国12315平台线上投诉,向属地消协组织申请调解;同时可以举报商家虚假广告,市场监管部门作出的行政处罚文书可作为民事诉讼重要佐证;如果涉案金额不大,可通过互联网法院线上立案。”孙证昊说,如涉案金额较高,商家拒不赔付,消费者可前往商家住所地、合同履行地基层人民法院提起民事诉讼;针对直播间违规宣传,可同步向销售平台举报。

部分商家宣称灯具能「防控近视」

专家：功效宣传缺乏科学依据涉嫌违法

从“各管一边”到“协同共治”

商丘以“七联”体系破解跨省婚姻家庭纠纷处置难题

□ 本报记者 赵红旗

河南省商丘市地处豫鲁苏皖四省交界处,跨省婚姻较为普遍。据统计,商丘市边界乡镇每年登记的跨省婚姻超过2000对,占当地登记婚姻总量的近两成。

由于分属不同省份,缺乏制度化的沟通渠道,一旦出现跨省婚姻家庭纠纷,即便两地基层组织都有调解意愿,也只能各自为战,效果大打折扣,这也让一些跨省婚姻纠纷长期处于“看得见管不了”“管得了看不见”的尴尬境地。

如何走出这一尴尬境地?

商丘市主动打破地域壁垒,坚持和发展新时代“枫桥经验”,创新探索出“机制联建、标准联定、红娘联管、矛盾联调、活动联办、典型联树、文化联育”的“七联”跨省协同治理体系,走出了一条以法治为纲、以德治为基,以自治为要的婚俗改革新路。

机制联建

转机始于一场打破省际壁垒的制度设计。

2024年以来,商丘市各县(市、区)主动走出去,分别与山东省曹县、安徽省砀山县等毗邻县(市、区)签署《毗邻地区婚俗改革协作框架协议》,这份协议并非一纸空文,而是建立起一整套常态化运行工作机制:每季度召开一次联席会议,设立边界乡镇联络员制度,指定专人负责日常沟通,构建跨省婚恋家庭问题信息共享平台,重大情况即时通报响应。

这套机制让跨省婚恋纠纷处置有了实在抓手。

永城市裴桥镇地处河南、安徽两省交界,豫皖两地跨省通婚现象普遍。2025年4月,一起涉及

豫皖两省夫妻感情纠纷警情被移交裴桥司法所调处。男方苏某为裴桥镇盐店村村民,女方刘某为安徽省亳州市观堂镇人,二人结婚8年,育有一子一女。发生冲突后,刘某情绪激动,返回娘家提出离婚,苏某拒绝离婚,多次上门劝说,双方亲属陆续介入,结果发生肢体冲突,刘某随即报警。

裴桥司法所接到派出所移交工单后,立即启动边界跨省婚姻纠纷联调预案,“司法所+派出所+跨省村委”三方联动,成立了专项调解工作组。调解员和责任民警分头走访两省村庄,围绕双方性格特点、争议焦点制定“一疏一引”差异化调解策略。

对苏某,调解员联合村干部耐心为其讲解婚姻自由原则;对刘某,村妇联干部耐心倾听开导,引导其规划未来。待双方情绪趋于平和后,在司法所组织下,双方当事人及直系长辈、两地村干部共同参与了联合调解会,就子女抚养、财产分割逐一释法。最终,双方同意解除婚姻,矛盾得到彻底化解。

标准联定

走进虞城县张集镇与山东省菏泽市单县杨楼镇的各个村庄,都可以看到村务公开栏里贴着的《跨省婚嫁嫁娶操办参考标准》:彩礼不超过3万元;婚车不超过6辆;宴席不超过10桌,每桌标准不超过300元;随礼一般不超过100元。

“这不是谁拍脑门定的,而是大伙儿你一言我一语谈出来的。”张集镇红白理事会会长张广明说,这些数字,是两镇红白理事会联合召集双方村民代表、老党员、老教师、致富带头人等一起商量出来的。

张广明回忆,起初也有人觉得3万元彩礼太

低,“拿不出手”,但他们带着大家算了一笔账:彩礼高了,男方家可能要背上沉甸甸的债务,小两口一结婚就还债,日子过得紧巴巴,矛盾能少吗?账算明白了,理也通了。最终,经过几轮讨论,两镇联合出台了这份标准。

标准立起来,关键在执行。两镇红白理事会建立起互相监督机制,谁家办喜事,信息提前上报。“办事”当天,两地理事会成员一起到场,既当“贺喜者”,又当“监督员”。对于违反规定的家庭,理事会成员会上门,释法理,讲道理,说情理。

这种柔性治理既给了群众面子,又管住了里子。标准实施以来,张集、杨楼两镇跨省婚姻平均彩礼支出大幅下降,婚娶规模普遍缩减。睢阳区宋集镇则在跨省彩礼纠纷调解中,探索出以法律标尺统一风俗争议的实践路径。2025年2月,宋集镇青年黄某与亳州姑娘宋某订婚,黄某送出20余万元彩礼及首饰。可订婚后,黄某发现宋某精神状况异常,原来,宋某的家人隐瞒了其病史。黄某要求退婚并返还共计24万余元的彩礼及消费支出,宋某则以“男方先毁约,彩礼已用于置办嫁妆”为由拒绝返还。双方各执一词,矛盾随时可能激化。

宋集司法所第一时间组织人民调解员开展调解,全面收集转账记录、消费票据、媒人证言等材料,厘清资金实物往来明细。调解过程中,调解员梳理两地风俗冲突点,结合全国范围内跨省婚恋彩礼纠纷生效判例,让双方清晰预判诉讼结果,理性调整心理预期,促成女方返还彩礼16万元及首饰,实现案结事了。

文化联育

“各位乡亲听我言,我把彩礼来谈谈。有的媒人胡乱编,漫天要价真敢言。男方有苦口难言,美

满姻缘变孽缘……”2026年8月8日傍晚,在虞城县站集镇文化广场上,一场由豫鲁两省民间艺人联袂演出的“边界普法巡演”正在进行。台上,两位乡土艺人正用豫东琴书演绎新编目戏《退彩礼》;台下,数百名群众看得津津有味,人群中不时爆发出阵阵掌声和笑声。

据商丘市司法局党组书记、局长李清伟介绍,豫鲁苏皖四省交界处方言相近,戏曲相通,豫剧、琴书、大鼓等民间艺术拥有深厚的群众基础。利用这一文脉优势,商丘市组织文艺工作者将婚姻家庭法律法规以及移风易俗的政策精神,编入群众喜闻乐见的曲艺节目,创作了《退彩礼》《喜事新办》等一批乡土法治文艺作品,由两省艺人共同编排演出,让群众在笑声和感动中辨明是非。

除了戏曲巡演,商丘市还组织法治宣传志愿者、“法律明白人”等,利用边界大集、庙会等人流密集的时机,摆摊设点开展法律咨询、发放宣传手册、播放普法微电影,将“家庭暴力是违法红线”“高价彩礼不受法律保护”等现代法治理念植根于四省交界处的每一个家庭。

“从‘各管一边’到‘协同共治’、从‘人情负担’到‘文明新风’,商丘市以婚俗改革这个‘小切口’,撬动了跨省域基层治理的大格局。”李清伟说。

李清伟表示,如今,文明简约的婚恋观念在年轻人中已经初步形成共识,越来越多的适龄青年和家庭主动加入移风易俗的行列。截至目前,商丘市边界乡镇的跨省婚姻平均彩礼支出从20万元左右降至5万元以下,零彩礼、低彩礼婚姻占比由不足10%提升至65%以上;因彩礼纠纷、婚姻家庭矛盾引发的诉讼案件数量较2024年下降52%。