

# 全民阅读背景下图书馆阅读推广及策略分析

何丹燕

诸暨市图书馆 浙江诸暨 311800

**摘要:** 全民阅读是现代社会背景下文化自信宣传与树立的宏观要求对图书馆建设和发展提出的新挑战,图书馆作为承担文化传播和宣传工作的重要载体,其自身在发展建设中重视阅读推广工作不仅是对相关政府和要求的回应,也是促进图书馆长期稳定发展的有效策略。

**关键词:** 全民阅读; 阅读推广; 阅读权利

## 引言:

图书馆是人们获取知识文化的重要阵地,图书馆要重视阅读推广工作,引导人们参与到全民阅读活动中来,提高社会群众的文化素养。因此,新时期我们应重视图书馆的阅读推广工作,明确全民阅读背景下图书馆的任务、使命与方向,运用先进的方法有效开展图书馆阅读推广工作<sup>[1]</sup>。

## 1 图书馆阅读推广工作开展的重要意义

### 1.1 满足传统文化传播的需要

传统文化的内容具有内容丰富、内涵深刻、呈现形式多样的特征。文化教育类图书和传统文化经典是集中承载传统文化精华内容的重要载体。因此,作为图书馆工作人员,结合图书的基本类型和内容进行分析和研究,找准传统文化选产与推广的切入点,能够获得更好的文化宣传与推广效果。这也能够使群众在接触和阅读相关的典籍时对传统文化更加认同,实现传统文化宣传与推广的基本目标。相关工作人员只要注意结合不同文化基础层次和兴趣进行精准的阅读推广,就能更好地发挥文化宣传与推广的作用。

### 1.2 履行好图书馆的工作职责

阅读推广从本质上来讲就是作为图书馆工作者的一项基本职责,图书馆的工作人员应当首先从自己的本职工作角度出发,认识到阅读推广对于其工作质量的重要影响。从而在本职工作的内容体系中将阅读推广工作作为基本的工作内容要求,并且在员工的考核和评价中将阅读推广能力和文化宣传能力作为重点内容纳入,使得图书馆内部运行和管理中的本职工作质量得到针对性提升,这不仅有利于图书馆的长期稳定发展,也是体现出图书馆适应现代社会发展建设状态的重要方面。只有在基础的图书借阅工作基础上,为民众提供更加具有延伸性的阅读推广服务,才能更进一步推进全民阅读进程的

发展。

## 2 目前图书馆阅读推广中存在的问题

首先,缺乏专业化机构和团队来推广。部分图书馆并未将阅读推广任务摆放在重要位置,在实际落实中大部分都是以内部分工作人员为主,缺乏专业化机构和团队的支持,导致推广活动虽多,效果却并不尽如人意。特别是很多图书馆并未设置专门的阅读推广部门,推广前期缺乏科学目标规划设定,中期缺乏专业人士指导和建设,后期无有效总结和反思,使得阅读推广活动虽多,取得实质性突破效果的却寥寥无几,最终导致对阅读推广产生疲倦感和挫败感。其次,方法缺乏新颖度,数字化资源不足。从当前了解到的阅读推广发展中可以发现,很多图书馆都进行了尝试和创新,如开展“征文比赛”“阅读+电影”“阅读+讲座”等活动<sup>[2]</sup>。但这些形式无法起到长久吸引读者眼球,调动读者积极性,保持其阅读热情的效果,因此,在后期的阅读推广中经常出现“后续无力”的现象。此外,数字化图书资源不足也成为制约图书馆创新发展的主要因素之一,特别是在部分图书馆并未意识到数字化资源先进性的前提下,阅读推广也受到一定制约。最后,缺乏品牌意识,推广效果不理想。虽然各地图书馆都在积极探求阅读推广的有效途径,但因缺乏品牌意识,导致其创新缺乏。这些很难在读者心中留下深刻印象,对其推广宣传也难以产生积极推动作用。不仅如此,缺乏品牌宣传意识还导致图书馆难以在阅读推广服务中树立良好的品牌形象,无法形成凝聚力和向心力,对其后期推广活动无法产生积极推动和引流作用<sup>[3]</sup>。

## 3 图书馆阅读推广工作实施路径

### 3.1 唤醒国民阅读权利意识

全民阅读理念提出以来,国家层面陆续颁布实施了《中华人民共和国公共文化服务保障法》《全民阅读

“十三五”时期发展规划》《中华人民共和国公共图书馆法》等一系列法律法规，地方性的关于保障公民阅读权益的法规也相继出台，全民阅读成了一项国家文化发展战略。作为阅读推广工作的重要基础，图书馆应该引导国民了解阅读权利，唤醒阅读意识，从而愿意把时间用在阅读上。阅读权利是公民最基本的文化权利，《深圳经济特区全民阅读促进条例》（征求意见稿）的第三条中明确写道：阅读权利是指市民使用公共阅读设施、资源和设备的权利；市民组织、参与公共阅读活动的权利；市民从事阅读研究、创作的权利；市民的阅读成果依法受到保护的权利<sup>[4]</sup>。但现实是社会中青少年、老年、特殊困难群体等弱势群体相较于其他公民更难得到图书馆的阅读服务，而中西部等公共阅读资源欠发达地区处在经济与精神的双重贫瘠之中。人们习惯于将可自由支配的时间更多的花费在看电视、打游戏、休闲娱乐等活动中，甚至沉迷其中，忘记了阅读的乐趣。阅读推广是一个潜移默化过程，其最终目的是将全社会的阅读意识由引导转为自觉，鼓励人们产生自发的阅读行为，培养长期阅读习惯，创造良好的全民阅读氛围。为此，应该制定以政府为推广主导者，以图书馆为推广主体，以社会力量为重要推手的长效推广策略，通过引导、说服、教育、鼓励等方式将人们从浮躁的娱乐旋涡中带出来，倡导人们认识阅读、积极阅读、享受阅读<sup>[5]</sup>。

### 3.2 建立推广服务工作的长效机制

所谓长效机制的建立，主要是指工作人员在具体开展阅读推广工作时，可通过从宏观上建立相应的工作制度和流程，为日常的阅读推广工作提供指导。另外，当形成了系统性的推广服务机制后，整个阅读推广服务工作的开展也能够更加有序顺利地进行。除此之外，为了提升阅读推广工作的针对性和有效性，图书馆的管理人员还应当从匹配服务提供的角度出发，通过为不同岗位推广工作人员的工作进行制度化的规范，指导按照科学的方法和有效的流程开展相关的推广工作，提升推广与服务工作的规范性和高效性，体现出图书馆在现代社会背景下阅读推广工作的公信力，避免在推广工作中由于方式、方法的规范性和科学性不足，导致受众群体对推广工作的开展效果缺乏信任感。

### 3.3 重视推广人员团队的培养

阅读推广工作的持续性和现代社会环境下这项工作的先进性和灵活性要求，对推广工作人员也提出了更高的能力要求。在这种情况下，图书馆应当积极从人员培训教育的角度出发，面向相关工作人员加强培训教育，

提升相关工作人员的综合素质水平，并且从思想意识的提升和培养角度出发，通过采取针对性措施以实现工作人员思想引导和教育额的目标<sup>[6]</sup>。在具体的培训教育工作中，图书馆可通过定期开展理论知识培训的方式，指导推广工作人员首先从自身出发，对不同类别的书籍的阅读推广亮点进行分析和了解，在此基础上，再通过推广工作的技巧和创新思路的角度出发，提升培养工作的针对性和全面性，力求引导相关工作人员明确推广工作的方向，并掌握先进的技术与方法，为取得更好的推广效果提供支持。最后，人员培训工作还应当包括一部分匹配推广服务的培训，即从为读者提供延伸性的推广服务的角度对相关团队的人员进行培训，确保服务人员能够在阅读推广的工作实践中面向不同的受众群体推荐其有需求的图书，提升全民阅读的质量和效果。

### 3.4 创新图书馆推广模式，注重技术运用

图书馆的重要职能是传播文化知识，在传统模式下图书馆的推广模式也比较单一，主要是通过线下推广。但是，由于社会群体往往都忙于工作与生活，真正能够进行图书馆阅读的人少之又少。随着互联网技术的快速发展与应用，拓宽了人们的阅读途径，可以利用计算机、手机、平板、电子书等电子产品实现阅读的目的，传统的阅读推广模式也因此而失去其应有的价值。因此，在互联网背景下，图书馆应顺应时代发展，创新阅读推广的模式，比如借助互联网构建数字化图书馆，为广大读者提供线上服务<sup>[7]</sup>。利用数字化技术将馆藏资源转化为数字化资源，让读者利用各种电子设备进入数字化图书馆进行阅读。在数字化图书馆中提供线上检索、查询、阅读等全方位的服务，并且还可以利用大数据技术了解读者的阅读爱好，针对不同群体推荐相应的书籍内容，以提高读者的阅读兴趣，培养他们良好的阅读习惯。针对一些专业用书，读者可以通过官网进行查询、收藏，并利用线上预约功能进行预约，防止被他人借走。图书馆还可以为读者提供配送服务，读者通过网上商城订购所需书籍，完成订单后图书馆派专人提供送货上门服务。比如：现在学校用书就可以通过网上订购的方式，由家长在网上商城点选所需的学习用书，然后提交订单并完成付款，由商家统计整理后统一配送到学校，学校按班级、学生姓名确定所订书籍后安排发放，大大节约了时间，提高了工作效率<sup>[8]</sup>。

## 4 结束语

当前我国进入了信息化时代，经济高速发展，人们的思想意识形态发生了巨大转变，在新时期需要做好图

书馆阅读推广工作, 响应国家全民阅读的号召, 以提升群众的文化自信和综合素养。图书馆要明确自己的任务、使命与发展方向, 转变思想观念, 从增加图书馆资源与图书种类、做好图书馆服务工作、拓宽图书馆推广范围、创新图书馆推广模式等方面创新工作方式方法, 深入开展阅读推广工作, 提升图书馆的服务水平。

#### 参考文献:

[1]廖健羽, 谢春林. 新时代背景下高校图书馆阅读推广的路径研究[J]. 大众科技, 2021, 23(8): 168-170.

[2]祝宁. 全民阅读背景下公共图书馆服务转型及对策[J]. 文化创新比较研究, 2021, 3(33): 136-137.

[3]刘映潇. 浅析“互联网+”时代省级少儿公共图书

馆的特色阅读推广[J]. 文化创新比较研究, 2020, 4(11): 178-179.

[4]金雅茹. 全民阅读背景下公共图书馆阅读推广创新探究[J]. 出版广角, 2020(8): 84-86.

[5]柳斌杰. 新时代, 开启全民阅读新篇章[J]. 新阅读, 2021(11): 24-26.

[6]崔娜. 全媒体时代公共图书馆阅读推广策略研究[J]. 图书馆学刊, 2020, 42(9): 34-37.

[7]武洪兴. 基于互联网思维的图书馆阅读推广策略研究[J]. 图书馆工作与研究, 2020(2): 97-103.

[8]肖红凌. 我国公共图书馆阅读推广制度研究[J]. 图书馆建设, 2020(5): 53-63.