

探讨公共图书馆阅读推广中的读者激励机制

段小娇

贵州省图书馆

【摘要】公共图书馆所面向的是群众,和专业图书馆相较而言的话,公共图书馆所面向的群体范围更加广泛,其中不仅包含成人,同时也包含儿童在内的所有合法公民。通过对公共图书馆的推广,能够让居民日常阅读变得更加便捷。公共图书馆在进行阅读推广的过程中,要能够利用好新时代信息技术手段,为读者创造优质的阅读空间,促进公共图书馆的快速发展。公共图书馆能够开展与新时代特征相互符合的阅读推广活动,对其阅读模式、阅读资源以及阅读平台进行创新,不断促进阅读推广的发展。本文探究了阅读推广活动中读者激励机制的基本思路和方法。

【关键词】公共图书馆; 阅读推广; 读者; 激励机制

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.1089

引言

随着新技术的开发和应用,社会服务呈现信息化趋势。移动技术的发展改变了公共图书馆用户的阅读体验和阅读模式。读者活动呈现个性化、多元化和移动化特征。目前大部分公共图书馆积极开展阅读推广活动,但对用户的阅读需求、阅读行为定位不够精准,影响了阅读推广效果。公共图书馆的管理应该结合信息技术的发展,采取行之有效的服务策略。

1 公共图书馆阅读推广相关概述

1.1 公共图书馆职能阐述

在详细阐述公共图书馆职能之前,我们首先还应该要对公共图书馆的概念有一个较为清晰的认知。所谓公共图书馆,主要就是一个对各类文献进行收集、整理以及传播机构。除此之外,该机构还可以为民众提供各类文献。可以说,在公共图书馆中,文献是最基础也是最重要的组成部分,起到一定的核心作用。关于公共图书馆的具体职能,主要可以概括为四个方面。第一方面,公共图书馆是在全社会范围内开展教育。当今我国的整体经济发展十分迅速,而知识已经成为现阶段人们的重要资本之一。公众图书馆的存在,能够让教育进入民众生活之中,进而能够提升民众的文化素养。第二方面,公共图书馆是对人类文化遗产进行保存。详细来说,图书馆存在的主要目的就是为了对人类的文化遗产进行储存。正是由于图书馆的存在,才使得前人的一些社会经验以及文化等得到传承与保存。第三方面,公共图书馆是科学情报的传递。关于这一职能主要是为了反映当前公众图书馆内各类图书资源的丰富程度。图书馆的存在,不仅仅可以供人们进行阅读,同时也为一些科学研究工作的开展,提供较为丰富的资料支撑。最后一点,公共图书馆是对智力资源的开发。图书馆内的各类信息,其实也可以被称之为一种智力上的资源,而这些资源如果能够被合理利用与分析,将能够实现智力资源的二次开发。从公共图书馆上述几项职能中,我们了解到,公共图书馆对于社会整体发展来说,其意义是不容忽视的。

1.2 公共图书馆阅读推广必要性

公共图书馆进行阅读推广的必要性,主要可以概括为三个方面。首先,随着我国互联网不断发展,人们接受信息的途径也在不断增加。在日常,人们往往能够从网络上接收到大量信息,这从一定程度上改变了人们的阅读方式。虽然

这种阅读方式更为便捷,但是由于各平台所推送的内容十分丰富且信息量十分巨大,一些推送的信息存在错误,可能会对阅读人员产生一些不良影响。如果长期接收大量碎片化信息,习惯于此种模式所带来的满足感,久而久之可能会对一些专业性信息失去兴趣。为改善此类情况,还需要科学进行公共图书馆的阅读与推广工作,提高人们的阅读质量,减少大量不良信息给人们带来的不良影响。其次,公共图书馆阅读推广工作的开展,也有利于我国传统文化的传播。随着当前各类智能产品的开发,人们对手机等各类电子产品的依赖程度越来越高,在这一前提下,人们往往会忽视对传统文化的传承。这种现象对传统文化产生很大冲击,为引起人们的重视,公共图书馆阅读推广活动的开展十分必要。通过此类活动的开展,能够为人们提供一种更加良好的阅读方式,帮助人们意识到传统文化的重要性。最后,进行图书馆的阅读推广,也有利于全民素质的提升。其实很多时候,阅读这件事并不仅仅是一个人的事情。当一个国家整体阅读量得到提升,那么这个国家的整体道德水平往往也能得到一定提升。通过公共图书馆阅读推广工作的开展,有利于发扬全面阅读活动,从而可以进一步提升我国国民素质。

2 公共图书馆在阅读推广过程中存在的问题

2.1 公共图书馆中阅读推广的专业人才稀缺

图书馆是一项公益事业,对人才的吸引力较低,到公共图书馆中从事相关工作的专业管理人员不多,所以,信息化环境下公共图书馆阅读推广的专业人员较少。虽然公共图书馆拥有自己的网络宣传平台,但缺乏专业的人才从事阅读推广工作。而一些宣传平台中的阅读推广内容过于单一化,缺乏特色,无法激起人们强烈的阅读欲望。阅读推广专业人才的缺乏导致公共图书馆无法实现阅读推广工作的创新。

2.2 公共图书馆的阅读推广意识不足

公共图书馆开展信息化建设多数会借助社交平台进行阅读推广工作,且整体的阅读推广频率会维持在一周一次或一周两次。推广的内容多以美文的方式呈现,且内容多为新的书籍信息及政策调整等。对于借阅者而言,整体的宣传工作并没有到位,无法实现阅读推广的效果。有些公共图书馆整体的阅读推广多通过微信公众号这一平台进行,一周推送一次,内容多为周末讲座及相应的时间安排、活动及相应的时间安排、图书馆新到图书等所有的内容以图文形式进行推送。这些阅读推广的内容虽有一定的创新,但整体的营销效

果并不显著,无法吸引更多的群众,所以难以实现相应的推广目标。

2.3私人独立图书馆建设数量增多,环境更为优美

信息化环境下公共图书馆的创新阅读推广能力低于一些文化宣传企业,无论是公共图书馆开展的活动,还是图书馆中的文献检索等内容,与私人独立图书馆相比都较为逊色。特别是当前读者习惯于对自己的独特需求进行专项消费,而公共图书馆对这一问题的重视程度较低。一些私人独立的图书馆在文化传承、文化发展方面的阅读推广创新程度十分高,吸引了很多读者。而公共图书馆受自身或者市场经济形势的限制,整体的阅读推广创新程度不够。

3 公共图书馆数字阅读推广模式下读者激励机制的探析

3.1加强图书馆的导读、宣传、推荐工作

公共图书馆在信息化环境下要做好导读工作。公共图书馆阅读推广活动的开展离不开地方政府的支持。公共图书馆可以设置专人解决读者问题,也可以通过公众号的方式对热门书籍进行及时补充,并完成图书内容的推送,便于读者更好地了解与公共图书馆相关的内容。图书馆的阅读推广活动也要纳入读书发展行列中,通过开展相关的导读工作,培养借阅者的阅读兴趣,并不时改进推送内容,如可以在公众号中推送借阅者的读后感,介绍与读者生活学习相关的内容,帮助读者更好地完成知识内容的学习,提升公共图书馆的利用率。

3.2科学开展阅读推广活动

阅读推广这一工作环节,对于提升图书馆的服务效能有着不容忽视意义。因此,对于图书馆而言,在进行阅读推广活动时,还需要提前制订好科学的推广计划。实际上,对于图书馆来说,进行图书推广的主要目的就是帮助更多人养成阅读的良好习惯。对此,图书馆可以尝试为读者提供一些比较新颖的阅读主题。比如,在当前这一时期,育儿以及人际关系等问题十分受人们关注,因此图书馆可以以此为主题来开展阅读推广活动。对于图书馆来说,只有尝试举办各种丰富多彩的阅读推广活动,才能够让更多人参与到阅读中来,进一步提升人们的阅读兴趣,也使图书馆自身的阅读推广得到进一步拓展。

3.3借助互联网拓宽阅读推广领域

随着互联网不断发展,也为图书馆行业带来新的契机。对于图书馆来说,可以借助互联网来拓展阅读推广领域。此类依托于互联网电子书籍,能够让人们在日常休息的时候,随时进行阅读。这种碎片化阅读方式,如今已经成为很多人的主要阅读方式之一。对于公共图书馆来说,也可以依托互联网来改变现有的阅读推广模式。图书馆可以对现有读者人群流量进行分析,并依托于大数据等相关技术,来分析出读者的阅读习惯,从而制定出符合本地区实际情况的阅读推广形式。

3.4阅读推广活动要将读者放在首位

新时代背景下,公共图书馆在进行阅读推广活动时,要将读者作为阅读推广活动的主体,将读者放在阅读推广活动的首位,这样才能促进公共图书馆阅读推广的更好发展。公共图书馆在进行阅读推广活动设计时,要更加全面地考虑读

者需求,重视读者在阅读推广活动中的阅读感受,为读者提供良好的阅读体验,提升阅读推广效果。如果图书馆进行的是少儿图书阅读推广活动,在进行阅读推广地点设计时,可以使用动画人物,如HelloKitty、哆啦A梦、喜羊羊与灰太狼等进行装饰,要能够更加贴合少儿的阅读心理,使图书阅读推广地点能够吸引少儿眼球,调动其阅读兴趣。图书阅读摆放高度也要根据少儿的不同身高进行设计,为少儿图书阅读提供更多便利。如果少儿参加图书阅读推广活动,图书馆可以向其赠送精美礼品,提高他们参与阅读推广活动的积极性,促进阅读推广工作更好发展。

3.5个性化激励机制方案设计原则

高校在设计制定个性化激励方案时,必须坚持以下原则,首先,最大限度地反映个体差异性,即满足人员需求的最大可能性。由于高校读者群和文化层次存在差异,因此需求也不相同,图书馆员工应据此开展不同形式的读者咨询服务,突显个性化的读者服务特征。其次,公平原则。个性化激励方案并非随意满足每个员工的个性化要求,而是提供多种奖励给员工自主选择。如同“超市”中的产品一般,每位员工都能够挑选自己最喜爱的“产品”。对读者来说,图书馆也有义务满足各种身份读者的需要和对馆藏资源的使用权利。即凡是图书馆中收集的、没有规定或特别限制的文献信息资料,均将毫无保留地提供给读者,也不应因为读者的行业、身份、地位等因素人为地设置障碍或者予以限制。

3.6读者激励机制的建立

读者参与数字阅读推广活动,尤其是线上活动,只要用户前端操作便捷,指引清晰,其自身就可以完成活动绝大多数任务,图书馆需要做的,只是激发读者参与的热情。短期热情可以通过奖励激发,但若想激励读者持续性的参与活动,则需针对目标读者群开展一系列活动,建立合适的激励流程体系,并对其加以正确引导,令其发挥主观能动性,积极参与到活动乃至图书馆资源建设中来,从而对活动产生归属感,同时辐射周边读者,提高活动参与比重,进而促进数字阅读推广活动的整体效果的提升才是根本解决之道。

结束语

综上所述,在信息化环境下,相关工作人员要更加重视公共图书馆阅读推广工作的创新,并在此过程中完成对文化内容的转变工作。对公共图书馆现有资源的运用及开拓,可以帮助更多的人提升文化知识内涵,让不同的群众在公共图书馆中找寻到自己的快乐,可以通过信息技术使人们在家就能阅读资源内容,也可以通过读者激励机制强化公共图书馆阅读推广工作,提升借阅者的文化素养。

参考文献

- [1]何慧芳.浅析高校图书馆个性化读者服务[J].科技情报开发与经济,2013,23(02):43-44+61.
- [2]徐晖.高校图书馆开展个性化读者服务的思考[J].高校图书馆情报论坛,2007(01):17-19.
- [3]席志德.总分馆制下高校图书馆开展创新服务的探讨[J].科技情报开发与经济,2015(16):46-47+48.
- [4]耿麒麟.智慧图书馆趋势下高校图书馆读者服务工作研究[J].内蒙古科技与经济,2019(15):147-148.