

图书馆阅读推广研究的现状分析及建议

邓红生

(阜宁县图书馆 江苏 盐城 224400)

[摘要]从2014年起,“全民阅读”连续八次被写进政府工作报告,是“十三五”之后热度持高不下的重点话题之一,这在于“全民阅读”是切实可行的惠民工程建设,利在千秋。推广“全民阅读”活动,是在城乡或社会各阶层人民之间打破知识获取壁垒和缩小文化水平鸿沟的重要手段,也是时代要求。而要落实这一举措,图书馆作为阅读的主要场所,其阅读推广势不可挡。鉴于此,本文从图书馆阅读推广研究的现状展开分析,并提出了可行建议。

[关键词]图书馆阅读推广; 研究现状; 建议

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.06.065

前言

“书籍是屹立在时间的汪洋大海中的灯塔”,读书很重要的目的是获取知识、摆脱平庸、启蒙思想,而知识正是当代社会一切政治、经济、科技发展的基础,由此可见阅读推进人类社会的发展进步是毋庸置疑的。当今时代,无论是社会对国民文化知识水平的要求,还是国民自身对个人价值的追求,仅仅是扫除文盲已经难以在当代社会立足,国民必须不断阅读、不断提升知识水平才能跟上时代前进的脚步或实现自己的人生理想。我们国家对于“全民阅读”也一直非常关注,2014年至今一直不断强调其重要性,并将其上升为国家文化战略,明确指出国民素质的提升和人类智慧的挖掘都离不开阅读。在这一局面之下,图书馆作为阅读的重要环节重要场所必须引起高度重视,加大图书馆阅读推广的研究势在必行。

1 图书馆阅读推广理论的含义

阅读推广的根本含义主要是为了,培养广大民众书籍阅读意识,促进人们养成阅读的习惯。虽然我国在阅读推广方面起步略晚,但是基于对国外阅读推广经验的借鉴,并针对国民需求制定了多样性的阅读推广方案,采用激励或鼓励的方式,促进民众参与阅读的活动,并对阅读推广的模式与方式进行不断的优化与更新。随着科技技术的发展,在现代图书馆阅读推广方式上可融入科技信息资源来强化推广质量与效果。在图书馆实际推广中,可借助图书馆网络平台中的各类推广资源与活动宣传进行阅读推广,并以任何形式的阅读为载体,例如,电子书、纸质书、杂志、报纸、期刊等,以直接推广的方式推荐给广大民众,从而促进大众阅读习惯的培养、拓宽民众的见识与眼界,进而达到阅读推广的目的。

2 图书馆阅读推广的必要性

2.1 阅读危机对于图书馆的影响

在经过全民阅读情况的调查分析后发现,进行阅读的人群分布的并不均匀,而且城乡之间的图书馆中的图书量差距也比较大,所以人均进行的阅读量和时间都有很明显的下降,在信息的多元发展时代,反而出现了阅读的危机。为了应对这种危机就要将国民的文化素养进行提升,发挥图书馆作为文化传播的职能。结合现阶段的阅读发展,改变阅读服务,转变图书馆的发展理念,和信息技术相结合,实现图书馆的健康有序发展。

2.2 社会公众的阅读意识不断提升

自从党的十六大提出“全民阅读”这一理念,像图书馆这种进行公共文化服务的单位积极的进行多样化的阅读活动推广,不断的提升公民的阅读量,加强公民的阅读意识。图书馆可以根据年龄的不同,对于阅读的需求不同来对图书馆中的书籍进行分类整理,通过不同的阅读推广方式来加强公民对于阅读习惯的培养。同时还要注意在互联网的发展时代中,很多用户选择碎片化的阅读方式,图书馆可以通过app或者公众号进行线上的阅读服务推送,让用户可以主动地参与进阅读中,加速图书馆阅读服务的升级转变。

2.3 进行阅读服务推广的发展趋势

从传统的纸质媒体时代到现在的多媒体时代,信息的传播和收集发生了很大的变化,公众在阅读的方式上也发生了很大的改变,从纸质的文字阅读变成了电子图像的阅读,并且阅读的内容也从仔细研究内涵变成了匆匆一看。为了符合发展中的现阶段的阅读方式,图书馆在进行阅读服务的推广时要注意通过网络来进行推广,通过多媒体的合作方式进行推广,运用新兴的网络进行图书馆的线上阅读推广平台的建立,将纸质阅读和电子阅读有效的结合,以降低阅读危机带来的影响。

3 图书馆阅读推广现状

3.1 服务模式比较落后

由于地方经济和环境发展限制,在图书馆的建设上还延续着比较传统的方式,特别是在服务模式上,新的阅读方式还没有得到比较普遍的推广。人们在图书馆,仍然靠传统方式来查阅资料,阅读书籍,同时在阅读咨询、推广等服务工作上,也没有得到真正落实,往往只停留在表面工作。当前网络技术的应用,为图书馆的建设带来了更多的改革机遇,但是目前我国地方图书馆还没有全面地进行创新,服务的方式比较单一,也导致质量和水平无法得到有效提升,难以满足人们的阅读需求。

3.2 馆藏建设比较陈旧

虽然地方图书馆的管理条件、现代技术设施、资料书籍的储存量等,都有了较大的发展,但是其建设仍然比较陈旧。在科技发展日新月异的情况下,图书馆的建设无法随着技术的更新而实现实时的更新,还因此在许多建设、工作上没有达到相应的标准。另外就是在电子书籍逐渐普及的

情况下,还没有对电子文献进行建立数据库和设施的完善。当然,很大一部分原因是图书馆经费的有限,在成本的消耗上,没有进行事前控制和计划,导致在采购书籍时,使得图书的新鲜度和吸引力不够,很多资料得不到有效利用。虽然当前我国有比较大的社会图书馆,早早引进了计算机设备来开展书籍的管理、分类、查阅等多项工作,有效提高了服务的质量和工作的效率。但是一些地方图书馆在某些程度上,还没有充分发挥这些设备技术的效用。

3.3 图书馆未能形成推广模式的氛围

图书馆通常是一个区域的文化活动中心,是居民进行文化活动的重要场所,也是知识分享和传播的重要载体。对于图书馆而言,对于其自身功能的实现,对全民阅读推广的作用,应有更加深层次的思考和改变。而在实际阅读推广过程中,图书馆阅读推广机制的陈腐则无法适应新时期人们对阅读的要求。从全国图书馆的开发看,图书管理员作为图书馆的重要工作人员,其工作职责主要集中在图书的整理、分类、归纳以及对读者提供部分指引功能。而新时期,读者对阅读环境和氛围的要求,对人性化的知识传播途径,对现代化、科技化的阅读体验等均无法在老旧图书馆内部实现。

4 图书馆阅读推广的建议

4.1 优化基础设施,充分发挥图书馆社会服务功能

要落实图书馆阅读推广吸引读者群很重要,而图书馆的基础设施建设对读者的吸引力影响颇多。在过去,图书馆通常是严肃、刻板形象,整体的装修风格都是严谨甚至老旧的,一些图书馆的借阅流程也十分繁琐,没有合理的行动线规划,这样的图书馆风格是难以吸引追逐时髦的当代年轻人融入其中的。而现在,城市中多了许多建筑风格不一的有格调的图书馆,还设置有主题推荐书架、热读书架、期刊“阅读岛”等便民设施,从细微处提升读者满意度,这在一定程度上能够吸引年轻人,为其加入阅读活动增加助力。

4.2 举办阅读主题活动,将阅读推广常态化

目前许多图书馆仍采用传统化的推广方式,举办许多主题活动,例如:经典阅读大赛、征文比赛等,这在一定程度上能够吸引一些读者在短时间内进行大量阅读,然而这种阅读是不能形成长期的阅读习惯,进行持续地获取知识的。阅读推广必须形成常态化的推广机制,能够长期有效才是推广活动落实的判定标准,例如将阅读推广活动融入校园,作为第二课堂的部分内容长期发展,或是定期开展相关的捐书等公益活动,引导大学生以实际行动加入公益活动,同时充分发挥出图书馆的社会职能。如此一来,图书馆根据活动需要组建专业的、跨部门的宣传与阅读推广团队是很有必要的,有利于推广活动的长期进行和维护,策划环环相扣、步步递进的系列活动,进一步深化图书馆阅读推广改革,从而落实“全民阅读”的文化强国战略。

4.3 与时代接轨,开创新媒体融合阅读模式

随着互联网技术的全覆盖,信息时代高速发展,新型媒

介手段深入人们的日常生活。图书馆阅读推广作为一种有着宣传目的的传播行为,也应该与时俱进,适当借助微信、微博等新型媒体平台,利用其信息多元化、高互动性等特征,以音视频或文字的形式进行书目推送或分享读书心得,使图书馆阅读能够更接近人们的生活,也更有利于图书馆团队了解读者需求,靶向性提供高质量阅读服务。除此之外,许多新媒体文章在内容深度方面存在劣势,大多为碎片化的阅读的文章,图书馆阅读推广在这一环节可以重点从文章深度入手,利用传统媒体擅长的有深度的、多角度的高品质文章填补上这一信息鸿沟。图书馆阅读作为一种传统的阅读形式应该与新媒体相关的新型阅读模式进行优势互补,以此提高“全民阅读”平台广度、内容深度。

4.4 开展优质服务月活动,优化读者体验感

除了保持定期的阅读活动之外,个性化的创新型服务月活动也在图书馆阅读推广中也十分重要。活动策划者要了解市场需求,从读者的真实需求入手,个性化定制推广活动,可以从职业、代际、阅读偏好、圈层等各种角度展开定向吸引读者的活动,例如创建“周末共读”等系列活动、开展非物质文化遗产系列推广、角色换位挑战赛等创意性活动,还可以设计图书馆的卡通形象或文创产品,借此吸引更多读者。这在一定程度上能够有效提升读者参与活动的积极性和阅读兴趣,也使有共同特征的读者有相互沟通的机会,使读后感更多元化的同时为读者丰富了社交生活,并收获更优质的阅读体验。

结束语

综上所述,随着社会的发展进步,国家要求和国民需求的不断变化,图书馆阅读推广活动也要适应时代发展,在国家要求下匹配国民需求,构建长效、常态的推广机制,形成媒介融合的推广模式,落实阅读活动的策划,以形成“全民阅读”的局面,实现文化强国的最终目的。

参考文献

- [1]王璐.新媒体时代高校图书馆阅读推广服务的创新策略探究[J].科技经济市场,2018,(1).
- [2]彭洁.全民阅读背景下图书馆多元化阅读推广活动的策划与创意研讨[J].传播力研究,2018,2(09).
- [3]格桑措姆.全民阅读背景下完善图书馆阅读推广机制策略探究[J].国际公关,2019(07):263.
- [4]王超.公共图书馆“全民阅读”推广机制的社会效应研究[J].中国民族博览,2020(20):253-254.
- [5]陈清.图书馆阅读推广活动流程设计研究[J].内蒙古科技与经济,2020(20):153-156.
- [6]贾玉芳.分析高校图书馆阅读推广中存在的问题与对策[J].兰台内外,2020(11):66-67.
- [7]项伟莉,王萌.高校图书馆阅读推广中所存在的问题与对策[J].现代交际,2015(422):90-90.
- [8]赵晓洁.高校图书馆阅读推广中存在的问题与对策[J].办公室业务,2020(21):183-184.