

公共图书馆联盟阅读推广活动的现状与对策

——以安徽省公共图书馆联盟为例

孙丽滨¹

(安徽省图书馆参考咨询部, 合肥 230001)

【摘要】:以安徽省公共图书馆联盟开展的阅读推广活动为典型案例进行分析研究,就阅读推广活动资源、推广活动的形式及阅读推广活动整体规划等方面进行了探讨,提出了拓展经费渠道、打造服务品牌、营造全面阅读的社会氛围、整合联盟资源、共同发展、完善考核评价体系等对策与建议。

【关键词】:阅读推广;公共图书馆联盟;服务品牌

【中图分类号】:G252.1;G258.2 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1008-3634(2019)02-0102-06

国家对阅读推广的推进始于2006年,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》首次提出“送书下乡”这一举措。中国共产党“十八大”首次将“开展全民阅读活动”列入党的工作报告^[1]。2013年全国两会期间,115位政协委员联名签署并提交了《关于制定实施国家全民阅读战略的提案》^[2]。在提案中,明确提出了“由全国人大制定《全民阅读法》、国务院制定《全民阅读条例》”的建议^[3]。2014年,中国第十二届全国人民代表大会首次将“倡导全民阅读”写入政府工作报告。《中华人民共和国公共图书馆法》于2018年1月1日起正式施行,为图书馆的发展带来新机遇^[4]。其中,第三十三条明确将阅读推广作为图书馆的核心服务,要求公共图书馆应当按照平等、开放、共享的要求向社会公众提供服务^[5]。阅读推广活动是图书馆推进公共文化均等化建设的重要举措之一,阅读推广能够最大限度地实现图书馆文献资源、场地资源和人力资源的共建共享,实现以强带弱、整体联动的服务新格局,更好地发挥图书馆的社会教育职能,进一步提升公共图书馆的服务水平。

然而,目前阅读推广活动开展存在阅读推广活动经费不足、活动内容单一、阅读氛围仍不浓厚、活动缺乏统一指导等问题。本文以安徽省公共图书馆联盟为例,就安徽省公共图书馆联盟阅读推广活动所存在的问题进行实证研究并提出相应对策,以期促进我省阅读推广活动更好地开展。

一、安徽省公共图书馆联盟阅读推广活动概况

1. 基本概况

安徽省于2014年正式成立了由107家公共图书馆共同组建的“全省公共图书馆阅读推广活动联盟”。联盟成立之后,充分发挥公共图书馆的社会职能,促进了全省公共图书馆的合作与交流,通过整体规划全省各级公共图书馆的各类读者活动,激发了公众的读书热情,引导了更多公众走进图书馆。随着联盟工作的不断推进,工作领域不断深入,2017年“安徽省公共图书馆阅读推广联盟”正式更名为“安徽省公共图书馆联盟”,成员图书馆也扩大到122家,截至2017年底,全省县(区)级以上公共图书馆已基

¹收稿日期:2018-10-31

作者简介:孙丽滨(1984-),女,安徽合肥人,馆员,硕士。

本纳入联盟体系。目前,联盟成员馆总建筑面积达 54 万平方米,各级成员馆共有分馆及服务点 3793 个,持证读者总数 192 万人,年接待读者 2145 万人次,外借文献 1687 万册次,举办各类读者活动 6 695 场次。^①详见下表 1。

表 1 2017 年安徽省公共图书馆联盟情况统计^②

级别	接待读者量(万人次)	文献外借量(万册次)	读者活动场次	持证读者数量(万)
省级馆	168.76	150.00	509	22.34
市级馆	845.12	570.57	2075	86.37
县(区)馆	1131.96	966.58	4111	83.74
合计	2145.84	1687.15	6695	192.45

2. 安徽省公共图书馆联盟阅读推广活动案例^③

从 2017 年的联盟情况统计数据来看,近几年各联盟成员馆在阅读推广活动上取得了一定的成绩,全省各级公共图书馆服务的辐射力和影响力也得到提升,形成了一定特色。

(1)安徽省图书馆“文化小市集”系列阅读推广活动安徽省图书馆开展了丰富的阅读推广活动,其中,“文化小市集”系列活动颇具代表性;这项系列活动的特点是结合传统文化和现代文化,以手工体验的方式与读者互动。

安徽省图书馆古籍藏量丰富,装帧形式多样,并于 2016 年成立了国家级古籍修复中心安徽传习所。为营造保护文化遗产的良好氛围,提高人民群众对文化遗产保护重要性的认识,安徽省图书馆开展了“文化小市集”系列活动,以“传承非遗文化,感受古典装帧之美——古籍线装册亲子活动”为载体,在活泼的气氛中营造了保护文化遗产的良好氛围;开展了读者扎染活动,让读者体验了传统染色技术;开展了陶艺活动,让读者感受到了陶艺制作的浪漫氛围,让读者认识了陶艺与绘画、雕塑、设计以及其他工艺美术等有着无法割断的传承与比照关系;开展了“浓情九月福满中秋”活动,让读者在手工制作月饼的过程中体验了传统佳节的新魅力。

“文化小市集”活动通过参与的方式,让读者更加深入地了解传统文化;并且,这种现场互动的方式拉近了馆员与读者间的距离,有利于图书馆服务水平的提升。

(2)合肥市少儿图书馆“‘流动的书香’——汽车图书馆”阅读推广活动 合肥市少年儿童图书馆“‘流动的书香’——汽车图书馆阅读推广活动”是以偏远地区和农村留守儿童为服务对象的。汽车图书馆由中巴车改造而来,内设书架和阅览座席,配备了无线 WiFi、显示屏等设备。书架可放置 1000 余册图书,通过无线上网与中心图书馆互连,实现通借通还。汽车图书馆几乎囊括了一个小型图书馆的所有服务功能,不仅能将内容丰富的图书送到孩子们身边,同时还可现场指导读者开展丰富有趣的读书活动,活动形式有绘本讲读、手工制作、绘画等。

合肥市少年儿童图书馆的汽车图书馆开展服务主要有三个方式:一是流动服务,通过图书馆主动联系和开通预约热线这两种方式进行。汽车图书馆可根据预约机构需要,提供所需类别的图书借阅和个性化活动等服务内容。二是流通点服务,汽车图书馆与当地学校、社区合作设立流通点,配备 500 至 2000 册图书,并不定期进行图书更换。三是设立分馆,通过共建的方式,将一些有条件的流通点变成固定的分馆,把流动送书改为固定借阅。分馆提供场地、硬件设施和管理人员,总馆提供业务辅导、书刊更换、新书预

^①数据来源:2017 年度安徽省公共图书馆联盟年度报告。

^②数据来源:2017 年度安徽省公共图书馆联盟基本情况统计表。

^③资料来源:2018 年度安徽省公共图书馆联盟阅读推广活动优秀创新案例。

约、报刊征订、读者活动等服务。截至 2017 年底,合肥市少年儿童图书馆的汽车图书馆,共设立金寨县斑竹园镇沙堰教学点等 4 个固定流通点,肥东县陈集乡小魏村阳光小学分馆、肥西县长镇民族初级中学分馆等 12 所分馆。汽车图书馆服务读者近 10 万人次,借阅图书 20 万册次,开展读书活动 100 余场次。

(3) 铜陵市图书馆“月读公社”阅读推广活动 铜陵市图书馆以一楼报告厅为主会场,每月由一个市直单位牵头举办“月读公社”阅读分享会。主要围绕一本书或一个主题,按领读、朗读、互动、点评的环节进行。“月读公社”还聘请了 12 名市领导作为领读人。每期活动,受聘的市领导都以领读人、点评人的身份全程参与。此外,为丰富阅读推广活动形式,“月读公社”通过微信公众号组织线上签到、在线阅读、心得体会上传、跟帖交流等每日任务,保证阅读推广活动持续进行。为鼓励市民参与,“月读公社”还设置积分奖励,社员信息与图书馆读者证连通,借阅图书、参与活动、完成任务都能获得积分;达到一定的积分,社员可以享受在市新华书店优惠购书的福利。此外,“月读公社”公众号平台还适时开展“网上知识竞赛”、“优秀社员”评比等活动,为读者提供一个共同交流分享的平台。

(4) 金寨县图书馆“群众点单,政府买单”阅读推广活动 地处大别山区的六安市金寨县信息相对闭塞,在文化建设中,金寨县图书馆承担着重要的工作。为提升公共文化服务实效,金寨县图书馆开展了“群众点单,政府买单”阅读推广活动,具体措施是通过网络、微信公众号、调查问卷、书籍需求登记本等方式采集群众所需书籍信息,进行精准采购和配送,加大了少儿阅读、农业技术、通俗读物类书籍的配送量,对于群众“点单”的书籍,尽量精准到村、到人;并利用流动图书车保证图书在各村之间每半年流转一次,促进了图书资源利用率的提高。自本项活动开展以来,群众“点单”图书的满足率达到 90%以上,2017 年金寨县图书馆的图书借阅量增长到超 20 万册次,图书借阅量由原来每年 6 万多册次增长到每年超过 20 万册次,读者满意率大幅提高。

(5) 宿州市埇桥区图书馆“关爱留守儿童,四点半读书屋”阅读推广活动 宿州市埇桥区图书馆联合乡镇文化站,积极为农村留守儿童服务,开展了“关爱留守儿童,四点半读书屋”阅读推广活动。根据留守儿童的年龄段分类购置不同类型的少儿读物,同时聘请志愿者作为图书阅览室管理员兼读书屋辅导员,利用四点半读书屋开展讲故事、学唱歌、练书法、进行词语接龙游戏等活动,拓展孩子们的知识面,丰富他们的课外生活,让农村留守儿童获取更多知识。

二、阅读推广活动存在的问题及分析

阅读推广工作已经不是应时的短效性、节日型、运动型工作,省内各公共图书馆都把阅读推广工作作为核心业务工作之一。目前各地的阅读推广活动各具特色,但也存在一些问题和不足。

1. 阅读推广活动经费不足

阅读推广活动的进行需要有地方财政的支撑,许多公共图书馆存在经费紧张的情况,仅能将有限的资金分配于购买文献资源,几乎没有多余的资金可供阅读推广活动的开展。阅读推广活动的策划、宣传、场地、嘉宾、工作人员等每一环节都涉及经费问题,经费的不足经常会造成一次好的策划首先是无法进行有效宣传,紧跟其后的场地、设备、器材等涉及费用的各环节都得一一压缩,使得活动无法达到前期的策划效果。阅读推广活动开展后可能还会对优秀推广案例进行评比奖励等,都需要足够的资金作为支撑。公共图书馆作为公益性事业单位,经费来源全部依靠财政拨款。随着图书馆事业的发展,大部分资金都用于图书馆文献资源、电子资源的采购,没有足够的经费支持阅读推广的活动,目前安徽省公共图书馆联盟碰到的情况也正如此。

2. 阅读推广活动内容单一

安徽省内各个公共图书馆开展的阅读推广活动基本是沿袭传统较多,推广活动思路不够开阔,还没有形成突出的品牌,内容仍以讲座、展览、演出等为主。这类活动主要采用集中宣传的方式,利用馆藏资源、技术设备、地域文化元素等资源,为读者提供阅读推广服务,因而有品牌、特色的内容偏少。同时,不同读者群体的需求和接受能力存在巨大差异,在阅读推广时如果缺乏阅读推

广主题细分,不能进行区别化推广,那么推广活动效果也将大打折扣。目前的实际状况是,一部分图书馆简单地将现有的各种展览、讲座和演出等活动不加区分地直接复制到面向全省甚至面向省外的阅读推广活动中,没有考虑不同地域的读者需求差别很大,这种推广活动的开展有时甚至只能算是完成了一次活动,推广效果事实上与活动之初的预估效果相差甚远。还有一部分基层图书馆在进行推广活动时仅仅是以现有资源为主,联合当地文化站共同举办,活动开展得比较被动,针对性不强,覆盖面偏低,没有深入到村社基层,特别是进城务工人员、农村留守儿童等重点人群的阅读普遍难以得到保障。

3. 社会阅读氛围不够浓厚

当前,社会对于阅读的重视程度有所增加,但大众阅读积极性普遍不高,多以休闲和打发时光为主,全民阅读的氛围仍不浓厚。同时,阅读群体比率不平衡,农民工等一些知识层次偏低的群体阅读数量和质量都亟须提高。与此同时,阅读方式的变化也带来了阅读内容的改变。现在很多网络、社交软件、移动客户端上提供的内容,较为表浅,呈现出娱乐化的倾向,真正能够提升素养、引发思考的内容偏少。传统阅读推广活动的进行方式,往往是公共图书馆在固定的时间段和相对固定的范围内进行,推广主题也多以传统文化、科学知识为主,这样的推广缺乏新颖性,因此也渐渐失去了吸引力,造成很多读者参与活动的积极性偏低。

4. 阅读推广活动缺乏统一指导

由于安徽省各市县发展不平衡,文化事业基础条件也不一样,公共图书馆在建设规模、水平和服务形式上存在着一些差异。在具体实践中,省馆对市县馆进行阅读推广活动指导后,各市县公共图书馆往往是根据自身资源情况以及对推广活动的重视程度来决定是否响应。这一过程有很大的随意性,因此造成阅读推广活动时常有脱节的情况产生,最终的推广效果往往不能达到预期的目标。各馆进行阅读推广活动往往是基于主观自愿,缺少协调统一,省、市、县馆之间没有建立成熟的协作体系,阅读推广活动的开展缺乏系统性、延续性。

5. 阅读推广活动资源的利用率偏低

联盟的资源利用仍较为分散,各成员馆虽然拥有各具特色的馆藏资源,尤其是一些珍贵的典藏资料、地方文献资料、古籍资料以及有价值的文献资源和数字资源,但是因思想观念存在差异,对馆藏资源的开发程度不高,在馆藏资源优化配置方面缺少有效途径,并因,正因为缺乏合理使用资源的有效措施,各图书馆在进行阅读推广活动时很难将特色馆藏资源串联起来形成整体,这就造成了资源利用率低下,一方面阅读推广活动缺少新思路没有新内容,很多推广活动缺乏特色,只是简单地重复,没有新鲜内容,无法吸引更多读者参与其中,另一方面则是很多值得推介的资源却因为缺乏有效的开发利用,无法和阅读推广活动联系起来,造成这部分资源无人问津的局面。

6. 阅读推广活动缺乏科学评价体系

各级图书馆在进行阅读推广活动过程中,管理上存在的不足之处也日益明显,这在一定程度上影响了活动效果。公共图书馆活动经费等是按照固有的模式与标准来进行配置的,推广活动缺乏标准,无法量化,因而无法进行评价,这样就造成“干多干少一个样”的局面,导致参与者积极性欠缺。此外,监督激励机制在很多方面没有细化,也使得不同的公共图书馆之间的阅读推广工作效率和服务质量有较大差异。

三、推进安徽省公共图书馆联盟阅读推广活动的对策与建议

1. 拓展经费渠道,保证推广效果

阅读推广活动的效果和推广范围在很大程度上受到经费的影响,只有充足的经费保障,才能让活动更好地开展。公共图书馆

作为公益性单位,所有经费都依赖政府拨款。因此,为了更好地进行阅读推广,需要拓展更多渠道来解决资金短缺问题。

具体来说,一方面,可以通过与其他单位合作的方式共同开展阅读推广活动。例如,铜陵市图书馆联合皖新传媒铜陵市新华书店开展“你读书,我买单——点读平台”阅读推广活动。共点借图书达 2 万册。这一活动为图书馆节约了阅读推广成本,同时为企业做了良好宣传,也给读者带去了许多新书、好书。另一方面,图书馆可以结合当地政府机构的宣传活动进行集中推广,这样一来,阅读推广活动可以获得事半功倍的效果。例如,阜南县图书馆通过结合当地政府宣传的冷庙乡“万亩桃花节”、方集镇“生态牡丹节”、中岗镇“清真文化旅游节”、地城镇“旅游美食节”等富有浓郁地方特色的集会,开展送书下乡活动,扩大了图书馆的社会影响,阅读推广活动收效显著。除此以外,还可以通过引进赞助、申请专项经费、与其他文化机构合作等方式来解决经费短缺问题,以确保阅读推广活动的顺利开展。

2. 丰富活动内容,打造服务品牌

在充分结合读者需求的基础上,可以以每年的“五一”、“十一”、“世界读书日”、“图书馆服务宣传周”等为时间点,有针对性地创新各种主题活动。各联盟馆应根据实际情况,通过共享资源、共同策划、差异对待,结合自身优势,对服务项目及内容创新设计,提炼出本馆最具特色的活动,注重品牌建设,据此进一步打造出联盟的特色品牌^[6]。

作为联盟牵头馆,省馆在主题活动上进行了一系列的尝试,例如,以传统节日腊八节为时间点,开展“关爱农民工·书籍送温暖”系列活动,活动得到各市县区馆的积极响应,通过开展送书进工地活动,鼓励农民工自立自强不断进步,同时也为他们带来关爱和理解。再比如,以纪念抗战为主题的一系列活动,包括读书征文及演讲比赛、在各联盟馆进行的纪念抗战的公益讲座巡讲和公益展览的巡展、积极设立纪念抗战的报纸书籍展等,这样一系列以建立品牌为指导思维而进行的实践探索活动,持续时间长,影响范围广,读者参与热情高,得到了社会的广泛关注和认可。各联盟馆也积极响应,结合本馆特色设计独具特色的地方阅读推广活动。例如,岳西县图书馆依托“古岳大讲堂”品牌,举办系列历史讲座;蚌埠市图书馆打造“冉冉姐姐故事会”、“妙趣手工坊”、“科学大讲堂”、“馨艺手创园”、“蚌图实验室”等特色活动品牌,形成固定的读者圈和粉丝群;淮南市图书馆邀请省内外知名学者专家、作家等开展系列公益讲座,打造“百姓文化大讲堂”和“淮河文化讲堂”公益文化品牌,这些都是联盟各成员馆根据本地文化特点并结合读者实际需求,在打造服务品牌方面所做出的探索。

3. 营造全面阅读的社会氛围

我们应在新媒体环境下探索网络媒体与传统方式相结合的新阅读推广宣传方式,合理引导公众了解图书馆,走进图书馆。应在网络新媒体较为普及的地区积极利用微博、微信及其它各类主动推送方式宣传阅读活动。各公共图书馆也可根据全省的统一安排,结合地方文化特色,立足完善长效运行机制,推出特色鲜明的读书活动,将传统的“读书周”推向“读书月”、“读书季”,让城乡居民更加便捷地享受数字阅读、网上写作、微信互动、移动阅读等新媒体阅读服务。

同时,公共图书馆也应当积极建设数字图书馆,将数字资源的使用延伸到馆外,方便读者通过数字图书馆上网浏览及查阅各种资源,消除公众因不了解数字图书馆及访问路径而产生的隔阂心理,促进公众养成享受读书乐趣的习惯,尽力营造“勤读书、多读书、读好书”的浓厚氛围。各联盟成员馆已经进行了一些实践探索,实施公共图书馆总分馆制建设,实行“统采统编”、“一卡通用、通借通还”等方式,让读者享受“一馆办证,多馆借书”、“一馆借书,多馆还书”等灵活、方便、快捷的图书借阅服务。例如,合肥市图书馆开展了“十大读书机关、十大读书企业、十大读书家庭和十大读书之星”全民评选,将读书活动推广到全市四区四县一市。繁昌县图书馆将县区图书馆、农家书屋和公共电子阅览室整合起来,形成了统一的服务网络。

4. 借助联盟平台,共同发展

积极借助于“安徽省公共图书馆联盟”组织,按照“共建共享、共同发展;上下联动、分工协作;重视服务、坚持效能”的原则,

协同成员馆共同开展全民阅读推广活动。以省馆为牵头馆,其他各成员馆充分利用自身优势,积极设计富有特色的阅读推广活动,在做好联盟统一安排的主题系列活动的的基础上,进一步打造区域内图书馆共同推进阅读推广活动的新景象。

以省馆为例,2017年省馆以开展讲座巡讲、展览巡展等为主要形式,举办了“品书香、赏年俗”文化展、第十一届“文津图书奖”图片展、“回望马克思·重温《资本论》”图文展、“掌声聚民心开启新时代——十九大报告图文展”等公益性基层巡展16次,协调联盟基层巡讲50余场。通过统一组织、统一安排,活动推进效率高,覆盖面大大扩展,活动成效对比以往分散开展的效果大大增强,收效显著。

5. 整合联盟资源,提升资源利用率

要更好地开展阅读推广活动,应形成整体齐步推进、协调共同发展的态势。首先是阅读联盟内部,要不断更新观念,打开思路,利用各馆场地和数字资源,通过逐步规范各类服务,建立完善整套联盟标准等方式提升各类资源的利用率,拓宽服务覆盖面,扩大活动的影响力。其次要积极建立学习共建,通过开放合作,积极推动省内联盟推广成果寻求更多更好的合作途径,从学习到共建,加强活动的深度融合,探索出一条独具特色的推广之路。同时,还要认真分析不同地区、不同类别读者群的阅读特点,将各个馆的特色资源进行统一合理的有效开发,植入到阅读推广活动中去,为读者带去更新、更全面的文化内容,进一步提高阅读推广效果。

以安徽省公共图书馆联盟为例,为降低联盟成员馆的数字资源采购成本,联盟组织国内主流的数字资源供应商进行沟通,协调各联盟馆需求,对联盟数字资源进行统系统购,降低了资源采购价格,进一步提升了联盟成员馆数字资源采购效率。同时,省馆积极探索并建立了数字资源远程访问系统,有效地突破了地域限制,通过该系统,联盟全体成员馆的读者,均能经过授权后正常访问省馆数字资源。这些措施都在资源整合及共享共建上进行了创新突破。

6. 完善考核评价体系,开展创先争优

要保证阅读推广活动达到预期效果,就要激发各成员馆开展阅读推广工作的积极性,这需要提高联盟运行效率;要达到提高运行效率的目的,需设置科学的评价指标,完善联盟评先评优标准;增强评价体系的可操作性,建立定期的联盟评先评优制度,对联盟成员馆参与联盟的工作实绩进行客观评价。在此基础上,进一步实施必要的奖惩措施,探索建立联盟动态考核管理制度,建立联盟成员馆退出制度等。这些措施有利于优化联盟结构,增强联盟活力,对于提升阅读推广活动水平和活动质量有着积极促进作用。

参考文献:

[1] 胡锦涛. 坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告[M]. 北京:人民出版社,2012.

[2] 中国新闻网. 百余名政协委员建议将全民阅读上升为国家战略[EB/OL]. (2013-03-08) [2018-12-14]. <http://www.chinanews.com/gn/2013/03-08/4625925.shtml>.

[3] 中华人民共和国新闻出版总署. 邬书林提案:建议制定实施国家全民阅读战略[EB/OL]. (2013-03-08) [2018-12-14]. <http://www.gapp.gov.cn/ztzd/rdzt1/2013lhzt/contents/3795/144493.shtml>.

[4] 王世伟. 人工智能与图书馆的服务重塑[J]. 图书与情报,2017(06):6-18.

[5] 陈家慧. 公共图书馆服务均等化的影响因素探析[J]. 经济研究导刊,2018(10):193-194.

[6] 王世伟. 论公共图书馆服务品牌 [J/OL]. 中国图书馆学报, 2018(06):1-24. <https://doi.org/10.13530/j.cnki.jlis.180016>.