

市级公共图书馆的阅读推广活动与公众参与度提升

王优

新疆维吾尔自治区伊宁市图书馆, 新疆 伊宁 835000

DOI:10.61369/HASS.2025060029

摘 要 : 市级公共图书馆是城市文化建设的重要构成, 开展的阅读推广活动和公众文化素养提升密切相关, 同时也和城市精神文明建设的深度和广度紧密相连。文章将会分别从目前阅读推广活动的开展现状、阅读推广活动与公众参与度提升的策略切入分析, 期望为相关单位提供借鉴作用。

关 键 词 : 市级公共图书馆; 阅读推广; 公众参与度

The Reading Promotion Activities of Municipal Public Libraries and the Improvement of Public Participation

Wang You

Yining City Library, Xinjiang Uygur Autonomous Region, Yining, Xinjiang 835000

Abstract : Municipal public libraries are an important component of urban cultural construction. The reading promotion activities they carry out are closely related to the improvement of the public's cultural literacy, and are also closely linked to the depth and breadth of urban spiritual civilization construction. The article will respectively analyze the current status of the implementation of reading promotion activities and the strategies for enhancing public participation in reading promotion activities, hoping to provide reference for relevant units.

Keywords : municipal public library; reading promotion; public participation

引言

市级公共图书馆是城市文化建设的载体, 是知识存储和传播的枢纽, 也是培养公众阅读习惯和提高社会文明水平的基本支撑。在近年来, 各地图书馆积极开展形式多样的阅读推广活动, 从经典诵读、作家见面会到数字资源体验等, 试图打破传统借阅服务的局限, 拉近与公众的距离, 但纵观现实情况, 可发现活动仍然面临部分问题, 包括参与群体单一、互动性匮乏、推广影响力有限等。在此背景下, 市级公共图书馆迫切需要优化完善阅读推广活动的表现, 逐渐提升公众参与度。

一、市级公共图书馆的阅读推广活动现状

(一) 参与群体相对单一

目前市级公共图书馆在开展读书宣传方面存在着严重的平衡度缺乏的现象, 参加阅读推广的人群主要是大学生和退休职工。由于受学校的指导和空闲的时间比较多, 大学生在参加图书馆举办的读书活动方面的积极性处于较高水平, 退休职工因为有充分的空闲时间和对知识汲取的热爱, 所以其参加度也处在相对较高的水平^[1]。与上述两者相反, 平常需要就职的年轻群体很少出现在图书馆内, 原因是此类群体被工作所限制, 没有充足的时间参加图书馆举办的活动。此外, 大学生群体的思维相对活跃, 如果实际图书馆开展的活动和内容选题无法切实有效地契合学生的事

业发展和爱好, 就很难让学生积极参与其内。此外残疾人和边远地区居民等特定人群由于交通不便和信息获取渠道有限, 很少有机会参加此类活动, 此种现状同样会限制图书馆开展宣传工作的范围, 很难让社会各界都受益。

(二) 互动性匮乏

市级图书馆的工作开展需要有良好的交互体系的支持, 这样才可以满足阅读推广的需要, 进而提高公众参与度, 但是结合实际情况即可发现, 大部分活动仍然是以传统的、单向的方式进行的, 如开展阅读演讲, 讲者口若悬河, 而观众则是在被动地倾听, 缺少双向沟通机制的支持, 无法让观众产生深度思想和表达欲, 读书讲座作为目前的主要阅读推广方式, 其问题正在越发显著地暴露出来。同时书籍展示也只局限在展示本身, 没有让参与

者产生共享参观的感受体验,也没有引导其发表自己的简介和观点^[2]。即便部分活动存在互动环节的支持,但其整体表现仍然单调乏味,通常是以较简单的问题和抽签方式共同构成,很难切实有效地将参加者的热情激发起来。更为关键的是,现代化、数字化技术下的图书馆活动衔接却并不顺畅,导致线上与线下的交流不能很好地进行,如线上活动没有及时地给予读者反馈;线下活动则是没有将自己的影响力发挥到最大,这使得读者的参与程度很低,很难在读者和图书馆之间、读者之间形成密切的交流。

（三）推广影响力有限

首先,市级图书馆所采用的宣传手段相对保守落后,过多地依靠场馆海报、宣传栏等传统的手段,并未做到充分运用社交媒体、短视频平台等新型的传播阵地,导致活动的信息很难准确地触及到可能的目标群体,甚至还有许多市民不知道有哪些精彩活动,或者说甚至不知道市级图书馆会定期开展活动。其次,活动品牌塑造意识淡薄,图书馆开展的活动间缺少系统性的统筹融合,很难发挥出实际图书馆应有的规模效益和品牌影响力。目前来看,部分市级图书馆还同步存在着与外界组织合作的深度、广度缺乏的问题,具体表现是未能有效地调动起更多的社会力量,在跨领域、跨行业合作推广方面没有做好足够的工作,使得读书促销在更大范围、更广泛的人群中受到制约,对应的阅读推广活动的影响力严重被削弱,被限定在图书馆周围的特定的范围,很难更好地为城市文化建设服务^[3]。

二、市级公共图书馆的阅读推广活动和公众参与度提升措施

（一）精准定位群体需要

在全民阅读背景下,市级公共图书馆应发挥其阅读推广主阵地的优势,采取有效的阅读推广策略,以激发民众的阅读兴趣,吸引更多人加入阅读队伍,提升国民整体文化素养,为构建学习型社会、建设书香中国添砖加瓦。为此便需要精准地定位使用者的需要,此举是提高大众参与程度的先决条件,为此,市级图书馆在日常工作内,有必要从人群特点出发,打造系统化的需求调查体系,以此来定位各种群体的阅读需求,可选择线上问卷调查、线下访谈和活动反馈等多种途径,获取必要的信息,而后则可以结合信息,精准地完成对不同年龄、不同职业和不同文化水平的人群的综合整理,认识其阅读喜好和参与需要^[4]。以此为前提条件,即可针对不同人群的特点,突破以往“一刀切”的活动设计模式,而是需要精准地实现对人群特点和阅读资源的准确搭配,为各类人群量身定做个性化的阅读活动,使推广能够更好地满足广大群众的现实需要。

除准确地定位,市级图书馆在未来工作内,还需要注重做好分层化和个性化的活动设计,以此来切实加强大众的参与热情,具体而言,对学生群体,市级图书馆可在后续工作内根据学校的教学制度,开展延伸阅读活动和科普体验活动,充分激发其阅读兴趣和探索精神。面向职场中的工作者,有鉴于其时间使用相对受限,市级图书馆可以开展碎片化阅读辅导、行业前沿图书

分享会、职业技能提升演讲等活动,以满足此类群体的工作需要;针对老年人则可以开展健康知识讲座,传统戏曲和文学欣赏活动,跨代阅读交流,以满足老年群体的精神和文化需要。此外还要注意对特定人群的阅读需要,如为残疾人开展无障碍阅读活动,针对农民工开展城市文化融合主题阅读分享等,以此来保证所有群体都可以在阅读推广活动内寻找到符合自己需要的内容。

（二）创新互动形式机制

若想要提高市民在推广活动内的参与度,便有必要突破传统的单向交互方式,要在未来工作内逐渐建立多维度、沉浸式的交互情景,在线下活动内可以采用情景模拟、角色扮演、小组合作等方式,使学员由消极的听众变为积极的听众,以经典名著为例,阅读推广可以着手演绎活动,鼓励和组织读者结合自身对作品片段的演绎和改编,展开系统化的讨论交流。在科普阅读活动期间,可以针对性地引入实验操作和科学体验活动,以此来保证读者能够在实际操作中加深对科学知识的认识。以此为前提条件,还应强化对活动的及时反馈机制的建立,可以采用主持人指导、互动游戏和现场投票等形式,引导参与者发表自己的看法和看法,营造良好的互动气氛。借助此种身临其境、交互式的阅读推广活动,可以极大地激发读者的参与热情,实现由静态传播到动态参与的转变^[5]。

线上和线下的深层次交互结合可以突破空间和时间的局限,拓展交互的空间和时长是市级图书馆打造全新的交互机制,实现理论研究和实践研究的重要趋势,后续图书馆可以建立诸如活动直播、在线讨论区、阅读打卡小程序等在线交互平台,使如因工作需要无法正常出席的中青年读者朋友能够在线上参加活动,并和线下的参与者进行即时沟通;在活动完成之后,可以将活动视频、精彩瞬间和讨论话题转移到网络平台,让大家继续分享自己的感受和讨论,从而实现线下活动和在线支持的交互。此外也可以逐渐开发各种强互动阅读推广活动,利用线上读书会、虚拟阅读空间、读者作品展示墙等具有较高交互性的数码阅读产品,引导社会大众在线上分享阅读成果,交流阅读心得,加强读者与图书馆、读者与读者的联系。

（三）打造特色品牌活动体系

根据图书馆自身的资源和城市的文化特征,市级图书馆可以在后续工作内逐渐开发出识别性强、个性化鲜明、有特色的活动IP,以此来逐渐拓展自身具备的社会影响力,更好地吸引公众的关注。在具体工作内,可以将1-2个主题作为中心,建立以本土的历史和人文为基础的城市记忆图书交流会,围绕家庭中心的童阅时光亲子阅读活动,或者以年轻人为对象的思想碰撞跨领域交流会。此类IP活动需要在内容中坚持专业化,在形式上坚持创新化,要设置定期的举办活动的周期,同时还需要设定视觉标识,在持续性的主题加深中深化社会公众对品牌的认识和期望,进而将IP和市级图书馆绑定,以此来形成社会的普遍认识。

随着时间推移,IP品牌影响力持续扩大,市级图书馆则可以将此作为中心,进行次级活动的扩展,以主品牌引领和子活动补充的矩阵架构实现,如童阅时光的阅读活动可以整合绘画表演、亲子手工阅读、父母育儿读书会等子项目,以此满足对不同家庭

的细分需要。此后则可以将此作为前提条件，逐步构建起对品牌活动进行评价和优化的体系，期间可以结合参与者反馈信息，对活动数据进行分析，对活动内容、活动方法等进行及时的修改优化，使其始终具有新颖性和吸引力^[6]。

（四）深化跨领域合作

要突破图书馆资源限制，扩大阅读推广的覆盖面，市级图书馆需要着手强化和其他领域的合作，包括文化、教育、旅游等各种部门，同时也可以尝试着和地方企业展开协作，以此来达到资源共享和优势互补的目的。比如与高校联合举办读书走进校园的活动，把图书馆的信息和学校的教育有机地联系起来，形成良好的读书氛围；与文化和旅游部联合实施读书+旅游计划，在风景名胜、文化场馆等地方设立读书地点，开展特别读书活动，使得参观景点的游客可以在参观期间同步体验读书的乐趣。而和企业的合作则可以主要利用平台及资源来进行各种活动的推广，并为公司的工作人员提供个性化的读书体验，进而达到双赢的目标。

跨领域合作的效果发挥需要建立长期的、深入的协作机制，市级图书馆和合作方签署战略伙伴关系，确定各自的权力和责任，制订出长远的战略规划和目的，在此期间还可以定期展开交流和协作，对协作过程中遇到的问题进行及时处理，持续改进协作方式；通过共同的计划和执行，将各方面的要素融合到读书宣传中去，使读书的内容和方式更加多样化，提高其吸引力和影响力。如与出版社和作者共同举办新书发布会和座谈会，让读者可以与自己喜欢的作者有更亲密的接触机会；亦或者是与美术院校的联合，将读书与绘画、音乐、戏剧等多种形式的交叉融合，使阅读变得更加生动和多样，从而更好地激活读者的参与兴趣，使其能积极主动地参加阅读。

（五）强化人工智能技术应用

目前人工智能技术的发展越发健全完善，在未来工作内，需

要积极地强化对其应用，用来提高图书馆的读书推介工作的智能化程度和服务效能，在后续工作内，还可以依托人工智能对读者工作进行对应调整，如研发能够24小时为用户进行活动咨询和图书推荐等功能的智能化咨询机器人，并对用户提出的问题进行即时的回答，突破传统的阅读服务模式，彰显服务的便利性。此外还可以依托人工智能技术，系统化地分析用户的借阅记录和活动参与历史等，从而准确地掌握读者群体的喜好和需要，将个性化的活动资讯和读书资源推荐给此类读者，逐步提高其对活动的关注和参与程度。在未来工作内，市级图书馆还需要积极地强化对人工智能技术在图书智能分类、借阅等方面的应用，使其逐渐朝向自动化的方向发展，以此来提升图书馆的运作效率，使工作人员能够更加专注于活动的规划和安排。有鉴于目前人工智能技术得到越发深刻的应用，也可以将其和各种读书促销相互整合，如使用AR、VR技术等创造出身临其境的体验，使得读者对阅读内容产生更为直观形象的认识。

三、结束语

综上所述，2020年中宣部印发关于推进全民阅读的工作意见，深刻地让我们明白阅读是中华民族的优秀传统，是提升国民文化素质水平的必经之路，是社会主义精神文明建设的关键举措，对于维护社会稳定，保持经济持续增长具有重要意义。在此背景下，提升市级公共图书馆阅读推广活动的公众参与度绝非某环节的优化，而是需要从多元化视角着手，渠道、途径、方式、工具等都需要有对应的调整改进，未来伴随技术赋能和理念更新，让市级公共图书馆的阅读推广活动更加有色彩，这样才可以让每位市民都可以积极地参与期内，共享文化发展成果。

参考文献

[1]徐益波,陈莹.宁波市公共图书馆服务体系创新实践:做法、成效与未来展望[J].图书馆研究,2024,(12):6-9.
[2]叶康伟.浙江省市级公共图书馆微信公众号运营现状与策略研究[J].新媒体研究,2024,10(22):33-39.
[3]慕小妮.全民阅读:市级公共图书馆阅读推广的引擎[J].文化产业,2024,(26):85-87.
[4]胡圆圆.内蒙古地区市级公共图书馆阅读推广活动开展情况及影响因素调查分析[D].安徽大学,2022.
[5]周雪梅.市级党校图书馆开展阅读推广活动刍议[J].中共乐山市委党校学报(新论),2021,23(06):98-101.
[6]高峰.公共图书馆服务高质量发展研究[J].图书馆学刊,2021,43(06):80-83.