

西部地区公共图书馆全民阅读推广研究

王海

(南充市图书馆 四川南充 637000)

【摘要】全民阅读是党和国家的重要举措，图书馆是实现阅读推广的主要阵地，在推进全民阅读中理应有所担当。本文从西部地区的现实情况出发，分析全民阅读推广现存的问题，探讨适合西部地区公共图书馆的全民阅读推广的路径。

【关键词】西部地区 公共图书馆 全民阅读 阅读推广

【作者简介】王海，1985，女，汉，新疆昭苏县，馆员，大专，研究方向：图书资料。

【中图分类号】G252.3

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)15-000244-03

1 图书馆推进全民阅读的重要意义

1.1 全民阅读是党和国家的重要举措

自2006年活动开展以来，在中宣部、文化部、教育部等部门的共同倡导下，全民阅读活动在全国各地迅速推广、日益扩大，成为贯彻落实党的十六大关于建设学习型社会要求的一项重要举措。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视全民阅读。2012年11月，党的十八大报告提出“开展全民阅读活动”。

2014年3月的“两会”上，“全民阅读”首次被列入国家层面的政府工作报告，提升到前所未有的国家高度。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》要求“推动全民阅读”，并将全民阅读工程列为“十三五”时期文化重大工程之一，进一步推动全民阅读工作常态化、规范化，为建设“书香”社会提出了明确方向。

2021年，文化和旅游部发布了关于印发《“十四五”公共文化服务体系建设规划》，《规划》要求广泛开展全民阅读活动，推动、引导、服务全民阅读作为公共图书馆的重要任务。围绕世界读书日、全民读书月以及重要节庆等，深入开展系列阅读推广活动。

1.2 全民阅读是坚定文化自信的重要途径

2016年，习近平总书记在中国共产党成立95周年大会上强调：“全党要坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。”同时，他特别指出，“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。”这一重要论述把文化自信在我们国家、中华民族发展道路上的深远意义提到了至关重要的地位。党的十九大报告指出：“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，

就没有中华民族伟大复兴。”

文化的提升，离不开阅读的支撑。全民阅读是文化传播的基础工程，是坚定文化自信的重要途径，是建设文化强国、实现中国梦的重要基石。全民阅读有效地继承和发扬传统文化，培养全民阅读意识，提高全民素养，推动社会主义文化繁荣兴盛，推动中华民族实现伟大复兴。

1.3 图书馆是推行全民阅读战略的主要阵地

2003年7月，全国各级图书馆在中国图书馆学会的指引下，积极地开始了的全民阅读工作。2004年，中国图书馆学会发布了《关于开展2004年全民阅读活动的通知》，借助“世界读书日”，大力推广全民阅读。2005年，将“倡导全民阅读”作为重要任务写入《中国图书馆学会章程》。2008年，《图书馆服务宣言》正式发布，其中第6条明确提出：图书馆努力促进全民阅读，图书馆为公民终身学习提供保障，促进学习型社会的建设。2017年，《公共文化服务保障法》和《公共图书馆法》相继出台，《全民阅读促进条例（草案）》也得到通过，这意味着国家对公共图书馆、对全民阅读的投入与管理进入法治轨道，图书馆开展全民阅读工作的基础保障更加有力，能更好地引领并带动全民阅读的发展。数年来，图书馆一直坚持推广和开拓全民阅读工作，成为党和政府推行全民阅读战略的主要阵地，成为全民阅读理念的主要倡导者和重要参与者。

2 西部地区公共图书馆在全民阅读工作中存在的问题

2.1 民众的文化需求相比东部发达地区较弱

尽管改革开放40年来，中国区域发展总体协调平稳，但东西部的差异还是存在。例如，2015年，上海全市图书外借量为1897万册次，共有82.9万读者在上海图书馆上海市中心图书馆借过书刊，该馆年人均外借量29.4册次，一半以上的读者

年外借量超过 13 册次。截至 2015 年底,上海市中心图书馆“一卡通”服务体系包括 258 家机构,服务网点数达到 304 个^[1]。2019 年,广东举办“世界读书日”主题活动,有逾 500 个共读点、超 6 万人次参与活动。相比之下,西部地区地市级公共图书馆读者全年借阅量,普遍在 10 万到 100 万册次不等,举办阅读推广活动参与人次也很难上万。从简单的数据中,不难发现西部地区民众文化需求的相对暗淡,这种暗淡,犹如釜底抽薪,严重制约着全民阅读推广工作的发展。

2.2 政府的支持力度还有待加强

经济基础决定上层建筑,西部地区的政府更多地将重心放在拉动经济发展上,而对于文化服务的重视程度还需加强。具体体现在以下几方面:一是缺乏相应的文化发展总体策略,文化建设顶层设计空泛,文化发展缺乏强有力的政策支撑;二是经费投入有限,据了解,西部某些县级图书馆,实际到位的经费只有寥寥几万元。这也直接导致公共文化资源匮乏,硬件设施落后,服务质量不佳,全民阅读推广工作缺乏基础支撑;三是人才引进困难,导致图书馆发展缺乏生机;四是监督考核力度不够,导致图书馆在落实任务时,偶有松懈,难以保证高质量发展。

2.3 西部地区的公共阅读资源亟待增加

由于西部地区经济、文化发展的相对滞后,导致公共阅读资源紧缺。(1) 服务网点不够健全,有效覆盖率较低,无法保证全民阅读推广服务的均衡性和便利性。(2) 馆藏建设不丰富、不具体系、不具特色,难以满足不同群众的基本需求。(3) 硬件设施建设不到位,使得全民阅读推广工作难以深入,且容易与时代脱轨,也很难激发读者的阅读兴趣。

2.4 西部地区公共图书馆的服务理念、服务水平相对落后

西部地区公共图书馆服务理念更新滞后,以人为本的服务意识根植不深,使得阅读推广工作的出发点和归宿不清晰深刻。对数字化、人工智能领域的探索不足,缺少时代气息,难以让民众基本的阅读需求得到满足。需求挖掘、主动服务、个性化服务、场景化服务的缺失,让阅读推广手段停留于被动服务阶段,读者阅读体验不佳。

3 西部地区公共图书馆推动全民阅读的路径探讨

3.1 加强资源建设,筑牢全民阅读基础保障

丰富的文献资源馆藏,是图书馆服务读者的基础,是全民阅读推广的重要载体。加强资源建设,要从西部地区公共图书馆的现实状况出发,科学利用有限的资金,实现资源利用价值最大化。因此西部地区公共图书馆在资源建设工作中,应遵循

以下原则:

系统性原则。公共图书馆不同于学校图书馆、党政图书馆、科学和专业等类型的图书馆,这类图书馆具有特定的用户群体,有设定的服务范畴和研究方向,而公共图书馆则需要对向广大社会的各层面群众,为他们提供广泛的阅读资源。这就要求公共图书馆必须要对馆藏资源进行系统设计,有规划、有组织、可持续地开展建设工作。

地域性原则。一方水土养一方人,每个地区都有自己专属的地域特色。南充的三国文化、丝绸文化、春节文化,四川的巴蜀文化、川剧文化、蜀绣文化,云南的自然风光、民族风情、古乐文化……

资源建设者要充分利用本地特色,将本地文化融入馆藏,打造独特而厚重的公共图书馆,实现一座图书馆即是一座城市的文化记忆。

实用性原则。资源建设者需要首先考虑本馆的性质、任务、目标和服务重点,对主要用户群体做好需求调研,了解本馆文献资源利用情况,从而更准确、更有放矢地进行资源建设。例如,基层图书馆需注重种植养殖、电焊维修等实用技术类,以及惠农政策类馆藏的建设。图书馆馆藏书籍切忌只追求数量,不注重质量,图书采购时,要严格把控,把一些内容空泛的书籍拦在门外,杜绝同类型书籍反复采购,也可以选择多和一些优质的出版社长期合作。

灵活性原则。图书馆馆藏资源服务于社会,服务于大众。为了不断贴合社会及民众动态变化的文化需求,馆藏资源建设不能一蹴而就,不能走固定模式。资源的更新频率要高,少量多次地进行,时间上,也要注意均匀分布。当有新的社会热点、重要时间节点,乃至一个简单的季节变换、一个小小的契机,都可以促使我们去建设与之相关的图书资源,为读者展现出应时应景的氛围感。此外,也要求馆藏结构能够随着图书馆的发展方向灵活调整。

3.2 加强服务网点建设,充分体现公共文化服务的公益性、均衡性、基本性和便利性原则

上文已经提到,西部地区公共图书馆服务网点不够健全,有效覆盖率较低,有的县有效运行的服务网点只有县图书馆本身,在各街道社区、乡镇并无分馆,有的乡镇文化站或图书室也形同虚设,这使得读者受众面不均衡,获取服务极不便捷。为了更好地推进全民阅读,保障公民基本文化需求,加大对图书馆服务网点建设的投入是十分必要的。

图书馆服务网点的建设,可以融入总分馆管理模式,科学统筹和合理布局各个网点。网点规划,需要综合考虑各地常住

人口数量、区域面积、各网点之间的距离、当地群众的实际文化需求、各个网点的辐射范围与服务承载能力等诸多因素。

还可以有针对性地建设一些具备特殊功能的专属网点，充分满足各类群众的阅读需求。例如，在公园、广场等人流量大的地方，可以增设城市书屋；在政府机关，可以设置党政专题的自习书房；在乡镇，可以建设农民工书屋；在小区，可以打造便民书房、亲子阅读天地、中老年人图书服务站；在景区，可以以旅游风光为主题，建立旅游休闲书吧；总之，在企业、在学校，在与人们生活息息相关的地方，在生产生活的各个领域，都可以打造为民服务的阅读网点。

3.3 注重兴趣培养，激发大众阅读需求的原动力

西部地区民众对文化知识的需求，有待进一步的增长，低迷的需求会严重制约全民阅读推广工作的发展。因此，全民阅读的根本路径，是要不断激发大众的阅读兴趣，为推进全民阅读输入原动力。

一是要以人为本，关注读者，挖掘读者潜在的阅读需求。除了从人文的角度，去思读者所思，想读者所想外，我们还可以借助数字化、大数据、人工智能等技术手段，对读者行为进行分析，挖掘读者潜在的和深层次的阅读需求，主动推出阅读服务。除了需求挖掘，我们还需要捕捉吸引读者阅读兴趣的点点滴滴，要捕捉与读者生活息息相关的事物或事件，围绕它们提供阅读素材或开展阅读活动。例如，读者身边发生的热点事件，当前社会生活中的热点现象，重要的节假日、纪念日，透过这些事件热点，背后反映了什么样的文化，可以开展什么样的阅读推广？

二是要加大宣传力度，主动吸引读者。图书馆可以通过多种宣传途径进行全面阅读推广。电视广播、网站平台、新媒体、自媒体都是良好的选择。不过在4G/5G横行、移动阅读盛行的当下，更推崇使用微信微博、抖音、视频号、直播间等新媒体平台。需要注意的是，在宣传过程中，一定要注意与读者的交流和互动，拉近彼此距离，吸引和留住一批忠实粉丝。

三是应用新技术、新设备，让阅读体验具备科技感、时代感、新鲜感。图书馆可以借助数字化、物理网、人工智能等技术，打造各种丰富生动的数字阅读平台，如有声图书馆、少儿国学、视频教育图书馆、云阅读等，打通图书馆到家的借阅通道，实现图书无缝传递，有条件的图书馆还可以引入机器人、3D导航、VR等智能服务。

3.4 打造特色文化品牌

一张好的文化名片，能使一座城市拥有灵魂。一个好的阅读品牌，能为全民阅读注入生命力。

创建全民阅读品牌，就是通过一系列创新性的阅读活动，形成具有差异性和区别化的服务模式，增强全民阅读的影响力和吸引力，打造具有独创性的公共图书馆核心价值，从而引领本地阅读纵深发展，将全民阅读的良好氛围推广至全社会^[2]。

阅读品牌的打造，要结合读者实际需求，要与读者产生共鸣。如针对学生可以开展知识竞答、演讲比赛等推广活动，面向儿童可以开展趣味绘本、故事大王等形式生动的阅读活动，面向市民，可以打造一城一书、经典共读、知识讲座、书画展览等各类阅读推广品牌。

阅读品牌的打造，要融入城市特色、本馆特色。以北碚图书馆“碚城同读一本书”为例，该品牌就很好地融入了本地文化特色，选书上，选用北碚名家老舍的《四世同堂》，既为读者引荐了名著，又宣扬了本土文化。

阅读品牌的打造，要注重持续性、延续性。在品牌的选择上，要考虑品牌生命周期，只办一次，只有一期的阅读品牌，很难深入人心，也无法发挥持续的影响力。例如，南充市图书馆与当地小学联合举办的“故事大王”，该活动每年举行一届，每届都能推陈出新，都有不同的面孔参与，都有不一样的闪光点，通过对不同故事的演绎，呈现出光彩夺目的舞台效果，激发小朋友们对阅读的浓厚兴趣。

高品质阅读品牌的打造，还需要当地政府的统筹协调，有的需要多部门联动配合，实现跨界合作。例如，可以以文旅融合为前提，打造与旅游有关的阅读品牌；也可以结合当地重要产业，实现文化和产业的跨界合作，以文化推动产业发展，以产业促进阅读推广。

阅读是一个民族的灵魂，爱阅读的你我就是民族的未来，全民阅读就是民族走向复兴的伟大工程。谨以此文献予广大图书馆人士共同探讨，以期倡导全民阅读，共建书香社会。

参考文献

- [1] 杨佳,赵斌,宋歌笙,等.上海市公共图书馆2015年阅读报告[J].图书馆杂志,2016(4):后插1-后插18.
- [2] 朱红.公共图书馆创立全民阅读品牌的实践探析——以重庆市北碚区“碚城同读一本书”活动为例[J].四川图书馆学报,2015(6):42-44. DOI:10.3969/j.issn.1003-7136.2015.06.011.