

# 中美公共图书馆阅读推广活动比较与分析\*

陈 雅 陆红如

**摘 要** 阅读推广是图书馆服务于阅读的方式之一,如今已成为公共图书馆理论与实践的重要领域。本文通过比较中美两国公共图书馆阅读推广活动的推广对象、主导团体、渠道与方式及特色活动,分析和归纳中美差异,并根据研究结论提出相应建议,以期对我国公共图书馆的阅读推广有所启发。参考文献 20。

**关键词** 中美 公共图书馆 阅读推广 比较

## Comparison and Analysis of the Reading Promotion Activities in China and the United States

Chen Ya Lu Hongru

**Abstract:** Reading promotion is one of the ways in which the library serves reading. Now it has become an important field of theory and practice of the public library. This paper analyzes and concludes the differences in public libraries between China and the United States by comparing promotion object, leading groups, channel mode and characteristic activities. Suggestions are proposed according to the conclusions of the study, in order to inspire public library reading promotion in China. 20 refs.

**Keywords:** China and the United States; Public Library; Reading Promotion; Comparison

### 1 引言

公共图书馆是我国阅读推广活动的重要引领者和承载者。2013年,文化部在第五次公共图书馆评估定级工作中增加了“阅读推广活动”指标。但目前,我国公共图书馆阅读推广活动仍存在推广对象不均衡、推广的科学性不足等众多问题,公共图书馆如何在阅读推广活动中更好地扮演领头羊的角色是值得深思的问题。比较分析中美公共图书馆阅读推广活动在推广对象、主导团体、渠道与方式及特色活动等方面的差异,并提出相应的发展建议,可以对我国公共图书馆阅读推广活动的开展有所启发。

### 2 中美公共图书馆阅读推广研究现状

#### 2.1 国内研究现状

笔者在CNKI中以“公共图书馆”和“阅读推

广”为篇名检索词进行组合检索,检索年限设定为2006年至2016年,共得到102篇核心期刊论文。这些研究成果或从理论角度介绍和探讨公共图书馆在阅读推广活动中扮演的角色、履行的职能,或从实践角度以某一具体公共图书馆为例,总结和探讨公共图书馆的阅读推广策略。按时间顺序,相关研究成果大致可分为如下三个阶段:

2006至2007年,国内图书馆界对公共图书馆阅读推广活动的研究处于初步探索阶段。该时期,学者们开始关注公共图书馆在全民阅读推广和书香社会构建中肩负的使命和发挥的作用,公共图书馆阅读推广活动及计划的调查和分析成为研究热点。陈书梅在分析我国台湾地区阅读推广活动后认为,公共图书馆应该提供阅读指导服务,引领民众阅读,塑造书香社会<sup>[1]</sup>。梁培之调查了广州和香港两地公共图书馆阅读推广活动

\* 本文系2014年国家社科基金项目“我国图书馆大众化服务模式定位和建设策略研究”(项目编号:14BTQ019)和2013年江苏省社科规划重点项目“图书馆大众化发展战略研究”(项目编号:13XWA001)的研究成果之一。

后认为,两地公共图书馆应重视阅读形式的创新,拓展推广对象的范围,扩大与其他机构的合作并加强两地间交流<sup>[2]</sup>。

2008至2011年,公共图书馆阅读推广活动研究进入快速发展阶段。随着公共图书馆阅读推广活动不断由浅入深、从泛到精,全民阅读、儿童阅读推广、活动推广策略等问题得到广泛关注。相关专家、学者及从业人员对公共图书馆阅读推广活动进行了系统地归纳与整理,各地区公共图书馆也积极探索阅读推广活动的理念和机制创新及服务体系构建。与此同时,阅读推广活动更加重视特殊服务对象,如女性和新市民子女群体。朱淑华认为,我国公共图书馆在儿童阅读推广工作中存在一些问题,可以通过童书评价推荐体系建设、开展儿童阅读成果的案例式研究等策略加以解决<sup>[3]</sup>。楼晶认为,针对不同服务对象族群应该设计更符合读者所需的推广活动,兼具知识性、趣味性、参与性和互动性的阅读推广活动能够吸引更多民众参与到图书馆推广活动中并有所收获<sup>[4]</sup>。张秀荣通过分析新市民子女面临的阅读现状,阐述了公共图书馆在新市民子女开展阅读推广工作中的重要地位<sup>[5]</sup>。

从2012到2016年,国内对于公共图书馆阅读推广的研究进入相对稳定的发展阶段,主要包括国内外阅读推广活动的分析与比较、儿童阅读推广研究、阅读推广空间构建等方面的内容。2013年,学界研究的热点是公共图书馆阅读推广活动的评估,以及如何面向特殊群体如残障儿童等开展阅读推广。2014年,侧重于公共图书馆阅读推广模式构建的研究。2015年,学者们较为关注公共图书馆阅读推广的发展趋势、公共图书馆在绘本阅读推广中的重要作用、新环境下公共图书馆阅读推广面临的问题。2016年,学者们开始重点探索我国省级、基层公共图书馆阅读推广的延伸服务、面临的挑战以及未来的发展思路。赵永斌通过对国内外图书馆阅读推广活动现状的比较分析,发现国内公共图书馆阅读推广活动存在众多问题,并提出跨媒体阅读等新举措<sup>[6]</sup>。吴捷认为,公共图书馆应整合社会资源,积极探索

绘本阅读推广及拓展的模式,促进绘本阅读环境的建立和阅读气氛的形成<sup>[7]</sup>。钟伟玲以广东省四会市图书馆为例,提出通过注重需求导向、构建多元合作等方式推动四会市图书馆阅读推广与延伸服务的发展<sup>[8]</sup>。

## 2.2 国外研究现状

以WOS为数据源,将检索标题设定为“public library reading promotion”、检索年限设为2006至2016年,检索出的文献数量不足10篇。故不做公共图书馆方面的限定,而以“library reading promotion”为标题扩大检索范围,进行国外图书馆阅读推广总体情况的调研。通过分析阅读推广相关研究成果发现,国外学者专注于实践基础上的图书馆与阅读推广的理论研究。

Madelein Bayard连续多年对美国各州政府推行的阅读推广活动进行研究,他总结出了三项州政府的主要活动方式:一是通过图书馆、出版社等机构的活动来完善文化基础设施建设;二是充分利用政府的资源来激发居民对当地特色文化的热情;三是开展读书会、影片放映等社区活动<sup>[9]</sup>。Sylva Simsova通过对阅读推广活动及反馈的研究得出,最好的阅读推广方法是针对读者的阅读需求而非一味教育公众,推广快乐阅读很重要<sup>[10]</sup>。Herry Quinn认为图书馆的工作人员需要与读者积极沟通,提供行之有效的阅读建议<sup>[11]</sup>。Marcoux、Elizabeth等认为高校图书馆可以充分发挥学校、教师与家长等团体的力量,共同促进学生阅读能力的提高<sup>[12]</sup>。Baro、Monica等人在分析加泰罗尼亚320个公共图书馆的基础上探讨阅读推广评估对阅读推广活动的影响<sup>[13]</sup>。Alvarez Zapata、Didier以麦德林市公共图书馆为例分析了公共图书馆、读者、阅读推广活动之间的密切关系<sup>[14]</sup>。

通过研究成果调研与分析发现,除了少量文献介绍一些国外比较有名的阅读推广活动,如美国纽波特纽斯市公共图书馆2005年发起的“探寻社区之根”阅读推广活动,芝加哥公共图书馆2008年举办的“绿色阅读,绿色生活”读书活动

等<sup>[15]</sup>,详细而系统调研国外公共图书馆阅读推广活动并提出优化策略的文献数量较少。探究国外著名公共图书馆阅读推广的先进典型案例,有利于为国内公共图书馆开展阅读推广工作提供更为具体化的行动策略。因此,本文以美国纽约公共图书馆的阅读推广活动为着眼点,从推广对象、主导团体、渠道与方式和特色活动等方面对比分析中美公共图书馆的阅读推广活动,以期为我国公共图书馆阅读推广实践提供有益的借鉴与启示。

### 3 美国纽约公共图书馆的阅读推广

纽约公共图书馆(The New York Public Library, NYPL)是美国主要的图书馆系统之一,和布鲁克林公共图书馆系统、皇后图书馆系统一起组成纽约市的三大公共图书馆系统<sup>[16]</sup>。纽约公共图书馆作为美国最大的公共图书馆体系,被称为“社会的智力和记忆”,其总分馆体系为纽约市以及整个美国的民众提供着丰富多样的资源和服务。作为世界最著名的城市公共图书馆之一,纽约公共图书馆以让每一位读者都能够自由平等地检索和使用馆藏为最崇高的使命,不论读者的身份、地位、年龄,力求为所有读者提供热情周到的服务<sup>[17]</sup>。基于这种理念和使命,纽约公共图书馆组织实施了丰富多彩的阅读推广活动,并在推广对象、主导团体、推广渠道、活动类型等方面特色鲜明。

#### 3.1 推广对象

纽约公共图书馆将服务对象分为儿童、青少年、成年人等类别。以“Summer Reading Challenge 2016”活动为例,所有年龄段的读者均可通过各种形式挑战“每天阅读 20 分钟”的任务。暑期阅读计划的书单根据读者类型采用不同的图书划分方式,如面向高等院校读者和学龄前读者分别有不同书单<sup>[18]</sup>。每种类别图书的选取都极具针对性,如学前读物有“吃彩虹”(即吃五颜六色的食物)等,成人读物中有“寻找好职业的指导”等<sup>[18]</sup>。

#### 3.2 主导团体

美国国会、联邦及各州政府都非常重视阅读推广活动,注重通过立法形式将阅读推广活动规范化和法律化。纽约公共图书馆阅读推广活动的主导团体主要有政府以及专业学会和协会等行业组织。例如,美国图书馆协会推动各类丰富的读书项目,其公共计划部门倡导的“一城一书”活动在全美社区推广阅读,丰富了纽约公共图书馆的阅读推广活动。另外,美国国家人文艺术基金会、美国中西部艺术基金会、美国博物馆和图书馆服务学会等机构联合发起的“大阅读计划”在全国范围内推行并成为了美国阅读社会建设的开端,为纽约公共图书馆的阅读推广活动提供助力<sup>[19]</sup>。

此外,纽约公共图书馆积极吸纳基金会、公司等多方力量参与阅读推广,为开展阅读推广活动的经费寻求保障。例如,纽约公共图书馆暑期阅读计划的合作伙伴有卡内基公司、纽约洋基基金会、罗纳贾菲基金会、HBO、纽约州立图书馆家庭扫盲图书馆服务补助计划、松树基金会等<sup>[18]</sup>。

#### 3.3 渠道与方式

##### (1) “自推广”平台

纽约公共图书馆官方网站 nypl.org 上的“我的图书馆(MY NYPL)”模块中,用户可以在“我的书架(MY SHELVES)”中创建“主题书单”(即根据自己的阅读心得,将与某一主题相关的若干本书集成一个书单,如“最喜欢的女性作家”书单),方便自己今后使用,或分享给他人参考;也可以查看别人列的主题书单,为自己的阅读提供参考。还可以在“我的社区”(MY COMMUNITY)中,选择关注自己感兴趣的人或群体,分享他们的阅读信息,当然也可以分享自己的阅读情况和阅读感悟。除此之外,图书馆还跟踪记录用户的借阅情况,利用对这些数据的分析,可以向不同用户推送更加个性化的阅读建议;帮助用户优化检索,找到更想要阅读的文献。这些阅读推送或建议都建立在每一位用户使用图书馆的基础上,是对广

大用户阅读智慧的整合和利用,使图书馆的每一位用户既是阅读推广的对象,又充当了阅读推广主体的角色,将图书馆的阅读推广深入到每一位用户使用图书馆的日常生活之中。由广大用户分享的阅读信息具备海量性、多样性、原创性,能够及时反映广大用户的关注热点,较好地体现出他们不断变化的阅读需求。利用这个平台,每一位用户可以自助式地寻找、发现自己感兴趣的信息资源,图书馆也可对这些信息进行整合、分析,从而对用户提供更加个性化、更加贴合用户需求的阅读推荐。

#### (2) My Library NYC 项目

纽约公共图书馆专门将针对本市教师和学生的阅读推广统一整合在 My Library NYC 项目中。该项目于 2011 年推出,由纽约市教育部门和城市三大公共图书馆——布鲁克林公共图书馆、纽约公共图书馆、皇后区图书馆合作开展,旨在为教育工作者和学生提供数以百万计的书籍资料和其它资源以支持课堂教学和自主阅读。目前,已经有横跨五个区的 500 多所公立学校参与其中。

My Library NYC 项目内容为:①参与学校可以使用图书馆内数以百万计的免费资源,包括外文图书、DVD 光盘、重要原始资料、电子资源、教育数据库、“教师资料集”等。②提供专门的学生和教育工作者借阅证,增加借阅特权——免费为教师寻找所借资料并送货上门,为所有教师和学生免除罚款;延长借阅期限,增加借阅数量限额等。③提供课程支持。与学校教育的核心和任务相一致,为学生提供区别于学校教育的丰富资源,满足学生多样化的学习需求,包括英语学习、独立阅读、项目研究等。学生只需要一张卡即可同时使用其他学校图书馆和公共图书馆的资源,为学生的学术研究和休闲阅读提供更多选择。

除此之外,纽约公共图书馆还推出了“教师博客”专栏,帮助教师们更好地了解图书馆内可供使用的教学资源。

### 3.4 特色推广活动

#### (1) NYPL 直播间

纽约公共图书馆推出的“NYPL 直播间”,就是邀请各领域的名人、学者来到图书馆,与读者就某方面的问题进行面对面交流,其本质是“真人秀”类型的阅读推广活动。“真人秀”是近年来比较热门的一种图书馆阅读推广活动。拥有某方面渊博知识的名人将他们的一部分人生智慧以面对面交流的形式传播给参与者,促进隐性知识的传播,而且口头交流的方式灵活、信息密度高,互动性、启发性强,因而受到读者的欢迎。该活动还设有专门针对儿童和青少年群体的“真人直播”内容,邀请儿童和青少年喜欢的作家、艺术家、制片人、音乐家等进行谈话、辩论和表演等。

#### (2) 丰富多样的展览

展览能够以一种比较直观的方式向社会大众展示图书馆收藏的丰富文献资源。纽约公共图书馆系统内的各馆善于利用本馆丰富的馆藏资源,尤其是利用特色文献资源举办各式各样的实体或网上免费展览,达到阅读推广的目的。例如,纽约公共图书馆斯考伯格黑人文化研究中心利用丰富的黑人文化文献资源和专门研究黑人文化的优势,举办“黑色生活很重要(Black Life Matters)”特色展览,向公众展示黑人的生活、历史和文化。

#### (3) 免费公共课程和讲座

开展免费课程,能够将图书馆的文献资源优势、人才优势与大众教育直接结合起来,体现图书馆的公益性和教育性。纽约公共图书馆系统内各馆积极推出各式各样的免费公共课程,利用图书馆资源优势帮助公民提高阅读方面的知识和技能水平。部分课程是由图书馆独立开展的,如图书馆开展的英语学习课程,更多的则是与其他教育培训中心、学校等多种机构合作开展,如纽约图书馆与宾夕法尼亚州巴托市教育中心合作开展的成人公共教育课程,与学校或相关组织合作开展的计算机技能培训。

#### (4) 免费的“图书馆之旅”

公共图书馆收藏有种类丰富、形式多样的资源,有些还具有深厚的历史文化底蕴或宝贵的研究价值。普通市民一般都缺乏对这些信息的全面了解,因而不能全方位、立体化地利用馆内的各种资源。如果由专业馆员引导公众进行“图书馆之旅”,为他们讲解图书馆的历史、文化、特色资源,不仅可以增长他们的知识,而且可以使他们更加深入地了解图书馆,这是一种新型的阅读推广方式。纽约公共图书馆系统内各馆组织“畅游纽约公共图书馆(Tours at NYPL)”活动,如“施瓦茨曼建筑之旅”“黑人文化研究中心之旅”等。

#### (5) 丰富多彩的读书活动

纽约公共图书馆系统内各分馆针对各个年龄层的用户推出了丰富多彩的读书活动,包括组织各种读书会、读书社团、读书俱乐部、读书计划、故事时间、亲子阅读等多种方式。如面向儿童和青少年的“大声阅读(Reading Aloud)”系列读书计划(包括“大声晨读”“学龄儿童大声读”等活动),以及“和宝宝一起读书!(R. E. A. D. with BB!)”“与马可尼一起读书!(R. E. A. D. With Marconi!)”“以阅读为中心:幼儿园故事时间(Reading Is Central; Preschool Story Time)”等。

## 4 我国公共图书馆的阅读推广

近年来,我国相继实施了县级图书馆修缮、全国文化信息资源共享、数字图书馆推广、公共电子阅览室建设、乡镇综合文化站建设等重点文化工程,全国各地各级公共图书馆的服务设施不断完善,数字化建设逐步推进,公共图书馆事业整体上呈现出较好的发展势头,公共图书馆阅读推广活动随之得以顺利开展。

### 4.1 推广对象

从阅读推广的目标人群来看,我国公共图书馆组织了针对婴幼儿、儿童、青少年、弱势群体等的阅读推广活动,最为关注的对象是青少年和儿童。

苏州图书馆推出“悦读宝贝”计划,旨在培养

儿童早期的阅读兴趣和能力并鼓励父母与孩子一起阅读;此外,还开展幼儿家长沙龙、“听故事姐姐讲故事”等长期的阅读推广活动,均取得了较大成效。张家港市图书馆举办青少年读书节活动,鼓励中小學生提高阅读能力,激发其阅读兴趣。广东省中山图书馆践行“均等化”服务原则,关注特殊人群,在广东省未成年犯管教所举办“求知图新”读书活动,鼓励误入歧途的少年们养成阅读习惯,增长知识,反省自身,提高思想道德境界。

除此之外,为满足我国老年读者的阅读需求,公共图书馆也推出了有针对性的阅读推广活动<sup>[4]</sup>。例如,金陵图书馆在老人节期间开展“夕阳红读书活动”。

### 4.2 主导团体

在公共图书馆领域,阅读推广活动的主导者目前主要为各个专业学会、团体以及政府。例如,中国图书馆学会阅读推广委员会已经陆续成立15个专业委员会,包括媒体与阅读委员会、青少年阅读推广委员会、社区与乡村阅读委员会等。这些专业委员会对阅读推广展开理论研究,并积极倡导阅读论坛、讲座、会议等各种阅读推广活动。

政府的参与也强有力地推动了阅读推广活动的开展,各地各级政府以公共图书馆为实施主体将阅读活动作为构建现代公共文化服务体系的重要组成部分。政府的财政拨款和政策文件也保障了阅读推广活动的有效宣传及顺利举办。

### 4.3 渠道与方式

我国公共图书馆界充分利用多种渠道和方式倡导阅读推广活动,如创办阅读专刊、设置网站专栏、响应社会时事等专题活动。

公共图书馆创办的阅读专刊为阅读推广提供了交流平台。例如,东莞图书馆创办的《易读》,每期都会有不同的主题,把书籍精华准确地推送到读者的面前。另外,该馆以《易读》为平台,在四楼阅读空间定期举办读书分享会、读书论坛、美文诵读等阅读活动。

此外,不少公共图书馆在网站首页设置导读专栏为读者的阅读选择出谋划策,或者提供在线阅读资源,让读者的阅读更加方便快捷,提高读者阅读积极性的同时,也保障了阅读推广活动的时效性。

在不同的节日期间,公共图书馆也会推出各项阅读纪念活动。例如,2015年8月,安徽省公共图书馆阅读推广联盟积极响应“纪念抗战胜利暨世界反法西斯战争胜利70周年”的主题,开展了读书征文、演讲比赛及亲子电子书创作馆藏大赛等一系列阅读推广活动。

#### 4.4 特色推广活动

目前,我国公共图书馆界常见的阅读推广活动形式主要有主题活动、讲座、读者培训、展览、视频展播、面向读者征文等<sup>[20]</sup>。近年来,又推出多种创新性及延伸性的阅读推广活动,例如知识竞赛、亲子阅读、图书漂流、网络文化活动、网上阅读社区、读者作者见面会、为特殊群体提供知识援助、草根演讲等。

### 5 中美公共图书馆阅读推广活动的比较分析

#### 5.1 推广对象的划分

图书馆的两大基本职能是保存知识与传播文化。从本质上来说,保存文献资源的目的是为了文献资源能够进行跨越时空的交流。现代公共图书馆则更强调通过为普通市民提供文献信息服务来实现其文化交流的职能。由于在年龄、性别、职业、兴趣、阅读能力和知识水平上存在差异,不同用户群体有不同的阅读需求。而且信息化社会更加注重体现用户的主体性,人们在获取信息时越来越看重便捷性。因此,公共图书馆面向不同用户群体进行有针对性、个性化的阅读推广活动将成为今后阅读推广的发展趋势。纽约公共图书馆在组织阅读推广活动时,充分考虑到不同群体的多样化阅读需求,提供了专门针对教师、学生、求职者、小生意人或小企业、残疾人、新移民者等群体的个性化阅读推广服务,充分体

现了“以人为本”和“以用户需求为中心”的阅读推广原则。

目前,我国公共图书馆的阅读推广活动则群体区分度不高,受到重视的群体一般只有儿童和学生,对其他用户则是无所区分或区分度不够精细。这样的阅读推广虽然可以最大限度地扩大活动的对象范围,但也会因针对性较弱而导致活动缺乏特色、知识含量低、服务对象不明确、人们缺乏参与兴趣和动力等问题。所以,我国公共图书馆阅读推广主体在策划阅读推广活动时应该考虑不同用户群体的阅读需求,有针对性地整合和推荐资源,使阅读推广活动能够更好地满足各个群体的需求,提升其吸引力。

此外,纽约公共图书馆将儿童和青少年作为重点阅读推广对象,开展了丰富多彩的阅读推广活动,如面向老师和学生的My Library NYC项目、面向儿童的“故事时间”“亲子阅读”、面向青少年的“暑期阅读”计划以及各式各样的青少年读书会等,这些阅读推广活动已经成为纽约公共图书馆体系的日常服务活动。相较而言,我国公共图书馆在儿童和青少年阅读推广方面做得还远远不够,活动一般仅以讲故事、读书会的方式进行,缺乏与学校或其他教育系统的合作,缺乏创意,举办活动的频率较低,缺乏研究和组织活动的专门人才。

#### 5.2 主导团体的合作

在信息化社会,阅读推广的发展趋势之一即阅读推广主体越来越呈现多元化特征,政府机构、出版发行单位、学校教育培训机构、甚至商业性机构如企业等都应成为阅读推广的主体。阅读推广的主体越多样化,阅读推广各主体间的合作越深入,阅读推广活动越深入公众生活,社会的阅读推广水平越高。而且公共图书馆进行阅读推广有其自身局限性,如公共图书馆是一个公益性机构,人力、物力、财力等资源有限,有赖于政府拨款和其他社会组织或个体的支持。如果图书馆和其他营利机构能够在阅读推广方面实现互利双赢的合作,就能很好地解决资源不足的问题。

美国的阅读推广活动一般是在政府、图书馆、各种教育机构、商业机构、民间机构的合作下进行,这使得活动所需的资金、人力、物力的来源具有多样性,影响范围也更大。纽约公共图书馆的多项阅读活动就是由图书馆和其它社会机构合作举办的,如上文介绍的 My Library NYC 项目由纽约市教育部门、城市三大公共图书馆、纽约市几百所学校合作推出,图书馆举办的很多免费公共课程也是与其他教育培训中心或学校合作推出。

而我国阅读推广活动主要依靠相关政府部门颁布相关政策或规划进行指导、图书馆和出版发行机构等若干主体进行阅读推广实践,而且各主体大多孤军奋战,没有很好地合作、融合,导致阅读推广活动资金、人力资源缺乏,影响面狭窄,影响时间短,阅读推广活动没有深入大众生活,没有走向常态化。我国阅读推广活动要走合作化道路,首先要开拓创新与大众媒体的合作,充分利用广播电台、电视、电脑、都市广告屏等大众媒体,以公益广告、活泼有趣的阅读短片和新书推荐等方式加强阅读推广宣传,还可以邀请有公众影响力的名人参与宣传或担任形象大使。其次,针对我国阅读推广资金和人力资源缺乏、主要依赖政府拨款的现状,图书馆这一阅读推广的中流砥柱必须加强与出版发行机构和书商的合作,如将新书展示、主题书展、好书评比、获奖图书展等阅读推广活动作为图书出版发行界新书宣传、成果展示的阵地,实现图书馆阅读推广和出版发行商宣传营销方面的双赢。

### 5.3 渠道方式的拓展

在信息化时代,图书馆网站在宣传图书馆资源和服务方面的作用不可小觑,公共图书馆阅读推广服务的开展与图书馆网站的关系十分密切:首先,图书馆开展的阅读推广活动几乎都要通过图书馆网站来宣传;其次,好的图书馆网站还应该能够线上支撑图书馆开展的阅读推广活动。

近年来,纽约公共图书馆官方网站的内容日益丰富、功能日益强大,致力于帮助全球用

户发现馆内可供利用的广泛资源和服务。另一方面,纽约公共图书馆还利用图书馆网站宣传近期举办的阅读推广活动,介绍已经取得的阅读推广成果。如在图书馆网站展示最近新入藏的图书、DVD、音乐资源,最近受到用户热评的资源,各种书单,发布近期举办的各种阅读推广活动信息等,充分发挥了网络跨越时间、空间的宣传效果。

然而,国内公共图书馆网站建设的现状却不容乐观。经笔者抽样调研发现,国内公共图书馆网站大多只注重提供本馆概况、服务指南、信息公开、网络导航、资源检索以及部分新书推荐、馆藏推荐等导读栏目,信息含量远远少于纽约公共图书馆网站,没有注重对图书馆内各种活动的宣传。国内的公共图书馆应借鉴纽约公共图书馆的网站设计方案,吸纳专门人才构建功能更加强大的图书馆门户网站,充分发挥网络传媒对阅读推广活动的巨大宣传推广作用。

### 5.4 推广活动的层次

纽约公共图书馆广泛分布的分支图书馆正在转化成能够提供免费书籍、资料和多样化资源的重要的社区中心。纽约公共图书馆几乎参与了社区内所有的公共活动,其中多以阅读推广为目的,如利用图书馆收藏的艺术品举办美术展、服装展、书法比赛、音乐欣赏、诗词朗诵会等活动;开展各种培训,如在暑期为不同年龄的中小学生举办读书会和计算机培训班。此外,纽约公共图书馆还致力于将阅读推广服务提供给社区内的每一个人,包括残疾人、学龄前儿童、退伍军人、移民(尤其是那些母语不是英语的)、监狱犯人、流浪汉等。任何人只要有兴趣学习新技能,或想体验纽约市丰富多彩的文化,都可以在纽约公共图书馆系统内各馆或其网站上发现相关信息,这体现了“人性化”与“以读者为中心”的服务宗旨。

我国的公共图书馆也应利用图书馆丰富的馆藏资源与各种文化团体、艺术组织开展合作,使图书馆成为名副其实的社区公共文化中心和教育活动空间,使阅读推广活动走进社区里的各个

群体,融入社区居民各种各样的文化活动之中。

## 5.5 推广活动的日常化

走向日常化是阅读推广活动品牌化的结果,标志着某一阅读推广活动的成熟。图书馆拥有的日常化的阅读推广活动越多,标志着该图书馆的阅读推广体系越成熟、完善。纽约公共图书馆的很多阅读推广活动都已经逐渐融入了图书馆的日常工作之中。图书馆内有大批的专业馆员根据不同用户群体的需求,从事深度揭示和有针对性推荐馆藏资源的工作,如整理儿童、青少年、老年人适用的多样化的书单,构建专门的电子书数据库、网站链接集合等。图书馆的一些艺文活动也走向日常化,如定期举办各种主题展览、读书会。

相比之下,国内公共图书馆因为缺乏专门负责阅读推广活动的组织,缺乏比较固定、充足的经费,举办阅读推广活动的周期往往较长,一般以比较盛大的“嘉年华”形式出现,如各公共图书馆一般会在4.23世界读书日前后举办盛大的阅读推广活动,但在活动热潮过后就进入活动低潮期。国内的公共图书馆要借鉴纽约公共图书馆的阅读推广模式,努力使阅读推广工作走向日常化。

## 6 结语

我国公共图书馆的阅读推广活动与西方发达国家公共图书馆的阅读推广活动相比还有较大差距。我们应在结合自身阅读推广工作具体情况的基础上,积极借鉴国外已经比较成功的模式。如加快图书馆立法进程,使图书馆的阅读推广职能得到法律性文件的规定、保障和促进;更加注意因人制宜,以不同用户群体的阅读需求为中心深度揭示和有针对性地推送资源;注重充分利用网络传媒的巨大宣传作用,完善图书馆网站的功能;注重与学校、教育培训机构、出版发行机构、书商、文艺界等社会各界开展多元合作;召集专业人才组成阅读推广小组,合理分配阅读推广资源,使阅读推广活动逐步走向日常化、常态

化;重视对儿童和青少年的阅读推广,培育“书香种子”从孩子做起;将阅读推广活动深入社区等等。总之,我们应不断地在实践中探索、总结,最终找到一条适合我们自身的阅读推广道路。

## 参考文献

- 1 陈书梅.从台湾阅读推广活动之现况谈公共图书馆之阅读指导服务[J].图书馆建设,2006(5).
- 2 梁培之.穗港公共图书馆阅读推广活动调查分析[J].中山大学研究生学刊(社会科学版),2007(2).
- 3 朱淑华.公共图书馆与儿童阅读推广[J].图书馆建设,2008(10).
- 4 楼晶.基于读者偏好的公共图书馆推广策略研究[D].浙江大学,2009.
- 5 张秀荣.谈公共图书馆对新市民子女群体的阅读推广工作[J].山东图书馆学刊,2010(6).
- 6 赵永斌.从国内外阅读推广现状谈新时期公共图书馆阅读推广服务[J].图书馆工作与研究,2014(7).
- 7 吴捷.论公共图书馆对绘本阅读推广模式的探索与实践[J].科技情报开发与经济,2015(9).
- 8 钟伟玲.基层公共图书馆阅读推广与延伸服务探索——以四会图书馆为例[J].决策与信息旬刊,2016(3).
- 9 Madeleine Bayard. State efforts to promote reading and literary activities in communities [EB/OL]. [2016-12-05]. <http://www.nga.org/Files/pdf/0602STATEREADING.pdf>,2011-4-3.
- 10 Sylva Simsova. Joy, not duty: reading and libraries[J].Aplis,2008(21):109-114.
- 11 Sherrey Quinn. Reading rewards: the evolution of a train the trainer course for public library reader advisers[J].Aplis,2008(21):44-54.
- 12 Marcoux Elizabeth, Loertscher David. The Role of a School Library in a School's Reading Program[J].Teacher Librarian,2009(37):8-14.

- 13 Monica Baro, et al. Reading promotion in public libraries in Catalonia: evaluation and results[J]. Profesional DE LA Informacion, 2012(3):277-281.
  - 14 Didier Alvarez Zapata, et al. Library representations about the Public library, reading, the reader, and promotion and encouragement to reading in Medellin, Colombia[J]. Investigacion Bibliotecologica, 2009(49):197-140.
  - 15 李晓敏. 中外图书馆阅读推广活动比较研究[D]. 洛阳: 河南科技大学, 2012.
  - 16 The New York Public Library[EB/OL]. [2016-12-05]. <http://www.nypl.org>.
  - 17 冯洁音. 美国大都市图书馆服务述略——以纽约、芝加哥和西雅图公共图书馆为例[J]. 图书与情报, 2013(3).
  - 18 黄娇. 美国公共图书馆全民阅读的活动实践[J]. 图书馆学研究, 2016(18).
  - 19 卢容. 中外阅读推广的体制机制比较[J]. 出版广角, 2015(Z1).
  - 20 曹树金, 王志红. 中美城市公共图书馆战略规划中阅读推广策略比较研究[J]. 图书情报研究, 2016(1).
- (陈雅教授 南京大学信息管理学院, 陆红如 南京大学信息管理学院图书馆学专业 2015 级硕士研究生)

收稿日期: 2016-07-18