

全媒体环境下图书馆深阅读推广研究*

王欣 余成斌

(六盘水师范学院图书馆, 贵州 六盘水 553001)

摘要: [目的/意义] 全媒体环境对阅读产生重要影响, 研究如何利用全媒体对现有阅读推广模式进行改进和优化, 促进图书馆阅读推广的深化, 具有现实意义。[方法/过程] 本文将全媒体与图书馆的阅读推广结合, 分析全媒体的优势及其在图书馆阅读推广中的作用, 并从平台、资源、品牌和读者等方面提出相应的阅读推广建议, 深层次挖掘深阅读推广活动的服务潜能, 构建更加合理、科学的阅读推广体系, 从而推动图书馆阅读推广活动的跨越式发展。[结果/结论] 本文提出利用全媒体开展阅读推广的策略: 注重新媒体利用, 创新深阅读推广模式; 推进数字化建设, 构建全媒体资源平台; 创新宣传方式, 打造阅读推广品牌; 完善组织机制, 强化队伍建设等。实施全媒体深阅读推广策略, 可以培养读者的阅读兴趣, 激发读者的阅读热情, 帮助读者养成良好的阅读习惯, 不断提高阅读效率, 促使有用有效的信息快速转化为知识, 促进自身全面发展, 推动深阅读持续开展。

关键词: 全媒体 深阅读 阅读推广 图书馆

分类号: G252

DOI: 10.31193/SSAP.J.ISSN.2096-6695.2021.04.08

0 引言

2018年3月20日, 十三届全国人大一次会议表决通过《政府工作报告》, 其中提出“倡导全民阅读, 建设学习型社会”这一重要内容。自2014年起, “全民阅读”连续八次写入政府工作报告。^[1]对于阅读的重要性, 习近平总书记曾说: “读书可以让人保持思想活力, 让人得到智慧启发, 让人滋养浩然之气。”^[2]崇尚阅读, 也是培养时代新人、传承文明、提高国民素养的重要途径。图书馆开展阅读推广, 重在激发读者阅读兴趣, 引导广大读者进行“深阅读”, 推进全社

* 本文系贵州省教育厅人文社科项目“‘双一流’背景下贵州省高校图书馆特色数字资源建设研究”(项目编号: 2019zc087)、2020年六盘水师范学院社科联项目(项目编号: LPSSYSKL0409)和2018年六盘水师范学院科技创新团队项目“图书馆建设与服务创新团队”(项目编号: LPSSYKJTD201803)研究成果之一。

[作者简介] 王欣(ORCID: 0000-0002-7621-0819), 女, 助理馆员, 研究方向为阅读推广及读者服务, Email: 497767765@qq.com; 余成斌(ORCID: 0000-0001-7654-386X), 男, 博士研究生, 副研究馆员, 研究方向为图书馆资源建设、信息服务及评价研究, Email: 584266998@qq.com(通讯作者)。



会形成“多读书、读好书、善读书”的良好氛围。

“深阅读”是丰富内涵、发展思维的精读、细读，是一种主动的阅读行为。这种以阅读喜好、个性需求、系统思考、分析判断为主的阅读方式，更能激发读者的阅读兴趣，提高其思辨能力，使其获取更多系统的新知识。图书馆进行“深阅读”推广，可以给读者带来高层次的阅读体验，丰富自我认知，强化知识体系，升华精神境界，是对“全民阅读”最好的实践和发展，促进“书香社会”“书香校园”建设向纵深推进，符合当下社会发展需要，意义重大。

随着互联网、大数据等技术的发展，新媒体应运而生，大众对新媒体的依赖越来越强，大众的阅读方式发生了根本性的变化。2020年，中国新闻出版研究院发布的第十七次全国国民阅读调查报告显示，2019年成年国民各媒介综合阅读率保持持续增长，其中数字化阅读方式的接触率为79.3%，较2018年上升了3.1个百分点，是近年来增长速度最快的阅读方式，数字化阅读的发展，也深刻地影响了人们的阅读偏好，数字阅读已经成为国民的主流阅读方式。^[3]在技术发展与数字化阅读需求的驱动下，传统媒体与新媒体交织并存、融合发展，信息传播渠道多元化与阅读方式多元化构成了全媒体环境和趋势。

在全媒体环境下，图书馆的阅读推广面临挑战和机遇。一方面，碎片化、快速阅读成为阅读新时尚，娱乐化、浅阅读盛行，而传统形式的线下阅读推广对读者的吸引力下降，其传播的辐射力和影响范围有限；另一方面，新媒体具有传播形式灵活多样、传播成本低、影响范围广等优势，为阅读推广提供了新方法、新渠道。因此，如何顺应阅读方式的变化和读者需求，充分利用新媒体技术进行深阅读推广；如何将传统的阅读推广方式与新媒体方式有机融合，形成全媒体阅读推广新模式，从而更有效地引导和帮助读者进行深阅读、克服浅阅读弊端，成为图书馆亟待解决的重要问题。

1 相关文献回顾

1.1 “全媒体”概念的提出

互联网的出现逐渐改变人们的生活方式，同时也改变了信息传播的格局，为媒体的蓬勃发展奠定了基础。随着传媒界的探索以及媒介融合的发展，“全媒体”的概念开始出现。为贯彻落实《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》(2006)，原新闻出版总署启动的“国家数字复合出版系统工程”进一步促进了“全媒体”的形成与发展。2008年，烟台日报业集团组建“全媒体新闻中心”，全媒体、全媒体运营以及全媒体报道的相关衍生概念随之出现，引起了广泛关注。2019年1月25日，习近平总书记在中共中央政治局的第十二次集体学习中就全媒体时代和媒体融合发展指出：“全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。”^[4]随着习近平总书记关于“全媒体”和“四全媒体”概念的提出，相关研究不断涌现，形成热潮。关于“全媒体”的定义，不同研究者有不同的看法，本文认同包玥晗^[5]关于“全媒体”的定义：全媒体是“新媒体”与“传统媒体”在不断进行的媒介融合实践探索与实践应用中依托“多媒体”“跨媒体”等相关概念而产生的，立足于现代技术发展与媒介融合过



程,综合多种媒体在传播方式、表现手段、媒介内容生产、媒介形态等方面的整合运用,通过文字、图像、视频、音频等传播手段在多种渠道与平台所进行全方位的信息融合与传播。

1.2 全媒体深阅读推广的相关研究

根据文献调查,关于全媒体与阅读推广,随着热度不断上升,出现了不少研究成果。如:张玥和罗瑞^[6]以“移动互联环境下的深阅读”为核心范畴,从用户、环境、文本和技术四个维度,构建出移动互联网环境下的深阅读影响因素整合框架,并基于各维度提出相应的策略。潘永胜^[7]从传统图书馆的优劣势来分析全媒体时代图书馆的发展方向。于准^[8]则从“四全媒体”背景下读者需求方面出发,提出图书馆应从时空、技术、主体和功能四个维度积极创新,加强阅读的“全程”拓展。邢雪^[9]分析了全媒体背景下公共图书馆面临的挑战与机遇,基于读者阅读需求,从读者导向、多功能载体和多元化服务等方面提出服务对策。李浩^[10]通过分析全媒体数字时代“浅阅读”的现状,提出经典阅读推广要从“深”和“广”方面下功夫。秦疏影^[11]从选好图书、尊重读者的阅读自由、借助学生志愿者、制造话题、利用全媒体环境下的新技术等方面探讨了全媒体环境下开展深阅读的流程、原则和方法。孔超^[12]等人采用频数分析、交叉分析等方法围绕大学生的阅读需求进行分析,引导大学生掌握数字化阅读工具,提升数字化深阅读质量。

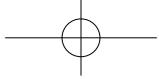
综观研究,关于全媒体和阅读推广的研究较多,这些研究或是探讨深阅读的影响因素和阅读方式,或是探讨全媒体的优劣势等情况,而针对全媒体研究图书馆深阅读推广的文章较少。本文对深阅读推广必要性和全媒体在深阅读推广中的作用进行分析,在此基础上,探讨图书馆全媒体深阅读推广模式和方法策略。

2 深阅读推广的必要性

“深阅读”是指具有目的性、学习性、系统性和研究性的深度阅读,是以提升学识涵养、理论思维和工作能力为目的的深层次阅读方式。深阅读推广的最终目的是让读者在多读书、读好书的基础上细精研读。

2.1 陶冶情操,提升文化素养

深阅读的推广可以给读者带来高层次的阅读体验,丰富自我认知,强化知识体系,升华精神境界。与浅阅读不同,深阅读多数以图文信息的方式进行传播,通过深阅读能够锻炼读者抽象思维能力,能够深层次地理解作者的情感表达和审美观念,尤其是经典文学作品,浅阅读的方式很难理解其中蕴含的深层次意义,只有通过深阅读才能够理解其中的内涵精髓。中国阅读学会会长徐雁^[13]指出:唯有深阅读,才能为人生插上理想的翅膀。唯有深阅读,能够改变人的气质,提升人的品位,成就人的事业。通过深阅读,可以使读者陶冶情操、愉悦身心,培养大众阅读兴趣,提升大众文化素养。因此,在全媒体背景下开展深阅读的推广,有利于读者真正进入深度阅读的状态,带着问题和目标阅读,达到阅读推广最大效果,也是读者提升自身素质和阅读素养的必要途径。



2.2 推动全民阅读长足发展

文化作为一种精神力量,对社会发展产生深刻影响。而阅读是涵养精神、提升文化底蕴的有效途径。党的十八大以来,国家将“开展全民阅读活动”纳入文化强国建设。通过加大阅读内容引领、组织开展重点阅读活动、加强优质内容供给,深入推进全民阅读,对加强社会主义精神文明建设、促进社会进步具有重要意义。^[14]倡导全民阅读、建设“书香社会”,有利于增强中华民族的创新力、文化自信和获得感,提升国家文化软实力。图书馆大力开展深阅读推广,与全民阅读的内涵是相契合的,是对建设学习型社会的积极响应。在全媒体时代,深阅读推广意义深远,图书馆要从受众的需求和喜好出发,关注阅读推广的形式和内生动力,激发深阅读推广的活力,保持其有效性,持续推动全民阅读长足发展,提升国民阅读水平,营造“读书好、好读书、读好书”的良好社会风气。

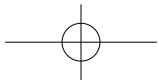
2.3 有效克服碎片化浅阅读的弊端

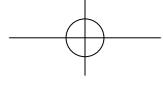
当下人们越来越习惯数字阅读,利用闲暇时间通过手机或台式电脑浏览网上新闻和各种信息,数字阅读的渠道多种多样,内容也丰富多彩,然而大量的信息参差不齐、鱼龙混杂,往往会很难辨别真伪,容易形成错误的认知。碎片化阅读让阅读变得轻松的同时,也让真正有效的阅读变得艰难。碎片化阅读还会使读者形成一种惰性的依赖,习惯于简便获得知识碎片,不容易形成深度的、系统的知识体系。特别是对于当代大学生,碎片化、娱乐化的阅读会影响价值观的形成,杂乱的信息不能变成真正意义上的知识。因此,阅读推广对读者进行深阅读的引导,是对个体精神和心灵成长引领,引领读者进入自我阅读的状态。深阅读的推广应该以受众需求为核心,活动的内容应多样化,提高阅读的深度和广度,不断吸引读者的兴趣,同时引导读者带着问题进行精读、细读,让读者获得很好的阅读体验,并在深阅读的过程中认真思考,形成良性的语言和思维发展模式,锻炼思维的逻辑性和严密性,更有利于构建完整的人生观、世界观和价值观,获得系统的有价值的知识体系,提升自我内在涵养。深阅读还能不断地趋利避害,让受众了解“碎片化阅读、功利化阅读”的弊端,知晓深阅读不可替代的重要性,不断强化自身学习能力,使其眼界真正通达明澈,心灵真正踏实富足。

随着全民阅读在全国各地的蓬勃发展,深阅读推广成为图书馆发展的核心所在。引导大众进行深阅读,有助于摒弃浅阅读带来的负面影响,获得系统的知识架构,不断提升自我、完善自我。通过深阅读推广,不仅能够提高阅读者的思考和思维能力,从群体的角度来说,还有利于社会整体文化素质的提升。在当前浅阅读盛行的数字时代,加强深阅读推广更加重要。

3 全媒体在阅读推广中的作用分析

全媒体是指所有媒介载体形式的总和,涵盖报刊纸媒、广播、电视、手机、互联网等传播渠道,同时也意含传统媒体与新媒体并存、融合的传播手段和模式。在以“全程、全息、全员、全效”为信息传播特征的全媒体时代背景下,以纸媒和线下活动为代表的传统阅读推广方式在激发读者的参与热情方面有较大局限,而以传统方式与新媒体方式相结合的全媒体阅读推广具有更大的优越性。





3.1 阅读推广模式多元化

由于新媒体技术的发展,读者对阅读的需求也相应发生改变。传统的阅读推广较为单一,读者也往往只是被动接受的角色,只能选择参与或者不参与。全媒体时代给人们营造一种全新的阅读环境,阅读推广结合新媒体给读者创造随时随地可以阅读的便捷方式。现在很多微信公众号、微博、短视频等发布信息的形式更加多元化、有更强的互动性,让广大读者更有参与感和阅读积极性。

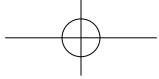
传统的阅读推广主要有展览、海报、讲座、访谈等线下活动方式,图书馆在传统形式的阅读推广方面有较为丰富的经验。全媒体时代的到来使得新媒体的运用十分普遍,信息传播平台众多,不同的传播平台又具有各自独特的风格。数字杂志、数字图书、移动电视、智能手机等新的媒体形态的出现,为阅读推广拓宽了推广渠道,也丰富了推广内容。例如,微博以150字以内的文字表述和图片为主,微信公众号以图文为主,抖音、火山小视频等则是以15秒到1分钟的短视频为主等等。图书馆可以积极搭建更加开放的、有针对性的阅读推广平台,根据不同平台的特点精心策划符合平台特色的内容,形成多元化的、丰富多彩的阅读推广形式,吸引不同读者群体。^[15]目前,一些城市的公共图书馆利用新媒体优势,围绕全民阅读,逐渐形成具有一定社会影响力的阅读推广案例,比如阅读达人秀、阅读书友会、经典读物展播等。并且,图书馆将推广活动内容与当前社会热点实现有机融合,对社会各阶层的人群具有很强的吸引力,不仅丰富了阅读模式,还进一步拓宽读者的阅读视野,提升了他们的文化知识水平,培养了良好的阅读习惯。

3.2 阅读推广资源丰富化

在全媒体时代,数字阅读已成为人们获取信息的主要途径,信息资源日渐增多,图书馆的馆藏资源也从单一的纸质图书,变为拥有纸质文献、数字文献、音频文献、图片资源、视频资源等多种类型的资源。这不仅减少了图书馆藏书的占地空间,也给读者带去了更多的便利,使其不再局限于排队借阅、下载文档、复制图片等方式浏览信息资源。数字资源丰富多样、形象生动,获取方式开放快捷的特点使得网络阅读更具生命力。图书馆利用全媒体资源,基于读者的个性化阅读需求,将传统阅读与数字媒体阅读有机结合,使得书香既留在纸本中,又留存于移动设备和网络中。同时,通过数字媒体阅读可以有效实现知识的交互相融,使得服务更具个性化、精准化,完善多元化数字阅读平台,让读者获得更好的阅读体验感。^[16]

3.3 阅读推广低成本与范围扩大化

过去,图书馆举行每一次阅读推广活动,涉及的人员、场景布置、新书推荐、讲座论坛等都需要一定经费支持,这给很多图书馆造成了压力,限制了很多活动的开展。全媒体环境下,阅读推广可以全面运用网络优势,综合利用新媒体资源,强化阅读推广的力度。例如,利用网络等新媒体构建阅读推广活动的网上虚拟场景,可以节省实体场景布置的成本并突破人数、场地、地域的限制,扩大受众范围;综合各媒体利用信息资源,可以大幅度降低阅读推广的成本,让受众所获得更加全面的信息。图书馆的阅读推广结合实际情况,推陈出新,将网络阅读设备和新型阅读推广相结合,形成多种体验场景相互交融的模式,让人们能够随时随地的进行阅读,实现具有时代意义深阅读推广。



3.4 阅读推广效率和质量提升

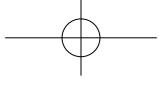
在过去一个时期,随着全民阅读的广泛开展,很多图书馆互相借鉴经验方法,在阅读推广模式、推广内容和推广方式等方面都是大同小异,有的甚至直接“抄袭照搬”,自身活动缺乏特色和创新,导致阅读推广的质量不高和效率低下。在新媒体普及的今天,图书馆有条件采用全媒体阅读推广模式,阅读载体更加多元化,阅读推广渠道更加宽广,活动形式更加多样,不再局限于海报、新书推荐、讲座、竞赛等传统形式。同时,图书馆可以利用全媒体技术,研究现代社会主流阅读群体的阅读特点,深挖不同年龄、不同阶层人们的阅读需求和阅读喜好,有的放矢地开展丰富多彩的活动,设计更加贴合读者阅读需求和习惯的推广形式及内容,挖掘潜在的阅读群体,不断扩大阅读服务范围,全面提升阅读推广的效率和质量。

4 利用全媒体开展深阅读推广的几点建议

在移动终端普及、网络利用率高、信息渠道和阅读方式多元化的全媒体环境下,深阅读推广活动面临全新的机遇和挑战。深入研究全媒体环境下如何引导深阅读是图书馆重要的职责所在。本文将结合实际案例,就如何利用全媒体开展深阅读推广提出如下建议。

4.1 注重新媒体利用,创新深阅读推广模式

全媒体时代的阅读推广迎来新的机遇,各类新媒体的迅猛发展为阅读推广宣传提供了更多选择。图书馆应及时对读者的阅读需求和阅读习惯进行研究,充分利用好新媒体特别是当下流行的微信、微博、抖音、快手等平台,结合传统阅读推广的宣传方式,实现创新发展,打造立体化、大众化的宣传阵地,拓宽深阅读推广的渠道,以达到深阅读推广最好的效果,营造良好的阅读氛围,让阅读真正成为大众精神文化生活的潮流。具体而言,从推广内容着手,利用官方微博、微信公众平台等各种新媒体,大力开展“微活动”,比如微信电影展、微信音乐周、微信读书分享沙龙、在线竞答等,使得阅读推广活动“活色生香”,吸引更多的读者关注并参与其中,获得阅读的乐趣和优质的阅读体验感。“微活动”的开展体现了深阅读推广的人性化、特色化、专业化等特点,有利于营造人人参与阅读的良好氛围。如:清华大学开展创意有奖征文“图书馆,我想对你说”的活动,增强了与学生的互动性,吸引学生的阅读兴趣;西南交通大学图书馆推出“书影时光”系列微电影,邀请优秀校友以短片的形式推荐读物,并借助微信平台进行经典阅读推广,同时,在线下开办“经典阅读读书报告竞赛”“带本书去旅行”等活动以及图书交流会,使阅读推广的方式更新颖、更生动、更具影响力。^[17]从阅读推广方式出发,打造形式多样的深阅读活动。例如:开展“阅读马拉松”“一年一本书”等长期性的阅读活动,在这些活动中将传统文献与数字文献结合,形成阅读主题,采用设计议题引导指导阅读、增加阅读中的交流互动、分级分阶段循序渐进阅读、系统阅读等方式,深化深阅读的内涵和方式,并充分运用全媒体的优势,开展线上线下阅读活动,形成内容丰富、形式多样的阅读活动,推动深阅读的发展,让读者从碎片化的浅阅读逐步向深阅读过渡,慢慢地深入反复阅读一本书,提升自身的阅读能力,促进自我全方位的成长。



4.2 加强数字化建设, 构建深阅读推广的全媒体资源平台

全媒体时代下, 各类信息技术发展速度迅猛, 随时随地获取新闻、资讯、知识的数字阅读模式非常方便快捷, 越来越受到人们的推崇。图书馆开展阅读推广, 要结合时代特点和读者的阅读行为习惯等进行模式创新, 利用新媒体的优势, 积极开展数字阅读推广活动, 通过网上阅读推广平台建设、数字资源建设和馆藏资源整合, 最大限度地为读者深阅读提供资源保障, 为读者提供更便捷、更有效的阅读条件。

4.2.1 利用新媒体技术构建网上阅读推广平台

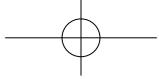
新媒体时代下, 图书馆需要积极引入新型媒体技术, 为线上阅读推广搭建丰富的互动交流平台, 比如建立图书馆微信公众号、官方微博、抖音官方账号等推送相关信息, 加强与读者的互动交流。此外, 通过构建图书馆资源检索、图书推荐、资讯导航等模块, 链接相关需求页面, 形成完整且高效化的数字检索系统, 方便读者快速选择自己想要的资源内容。^[18]在推广形式上做出改变, 从多角度多维度给读者带来舒适的阅读体验。比如, 微信公众号的推文要注重标题的创新, 易被大众所接纳; 还可以在推文中插入图片、短视频、VOLG、音乐背景、音频解说等, 不断丰富推送的内容, 满足不同读者的阅读需求, 切实发挥数字化阅读推广的价值。网络直播作为时下最流行的方式之一被人们所喜爱, 尤其是在新冠肺炎疫情爆发以来, 我国绝大多数的知识教育、培训会议和论坛会议等均采用了网络直播模式, 既及时方便, 也增强了和读者的互动。图书馆可以很好地借鉴和运用网络直播的模式, 在举办论坛、读书、知识竞赛、讲座等阅读推广活动时, 均可以采用这种形式。

4.2.2 推动数字化建设, 为全媒体深阅读提供资源保障

2017年是贵州全民阅读启动的第12个年头, 全民阅读工作列出的11项重点工作中就包括数字化建设的内容。2019年8月1日, 《贵州省全民阅读促进条例》正式施行, 条例中提到: “应当加强全民阅读设施的数字化建设, 推广运用贵州数字图书馆、书香贵州数字电视网络图书馆等数字阅读平台。鼓励运营平台免费提供阅读资源, 鼓励出版发行单位创新技术手段, 开发应用多媒体阅读产品, 推广网络阅读、电子阅读、电视阅读等数字阅读方式。”^[19-20]图书馆将文献信息资源加以数字化存储和利用, 加快图书馆数字化创新建设, 为读者数字化阅读提供资源保障和技术支撑, 是新时代发展的必然要求。图书馆要以读者为中心, 开展图书数字化建设, 让读者方便快捷精准的查阅资料。对于数字化图书馆来说, 除了建立基本的书目数据库之外, 还需要加强软硬件的升级更新, 利用数字化技术将纸质资源转换为数字资源, 建立全文数据库系统; 同时, 将声像、影音等电子资源加工整合, 形成更加便于利用、内容主题鲜明的数字资源体系。图书馆应结合自身特色和优势, 对数字资源进行有效的组织, 为读者深阅读提供更丰富的、多元化的资源支撑。

4.2.3 有效促进馆藏资源的整合

无论是传统的图书馆还是数字化图书馆, 馆藏图书资源都是其发展的灵魂所在, 也是阅读推广的资源保障。全媒体时代的到来, 信息载体和类型越来越多样化, 信息资源越来越丰富, 这就要求图书馆在发展中, 不断探索资源整合、资源保障的路径。图书馆要充分利用新媒体技术来实现馆藏资源的有效整合, 并不断扩大和丰富馆藏资源, 为读者提供更加多姿多彩的资源信



息。在数字化建设过程中, 图书馆要积极应用互联网、大数据、云计算等更先进的技术, 建立一个标准、规范的数据环境, 确保图书馆的馆藏资源能够得到充分利用。同时, 还需利用现代信息技术将馆藏的图书资源、知识信息进行精准推送, 增强与读者的互动交流。图书馆的数字化建设使得读者在视觉和触觉方面获得更多体验, 读者在获取阅读资料时也不会再受到时间和空间的限制。^[21] 数字化图书馆建设、新媒体技术利用使得图书馆资源的整合度更高, 快捷高效的信息网络也为统一规范的数字化建设提供了应用平台。数字化、智能化图书馆作为全媒体资源整合平台将为读者深阅读带来更人性化和个性化的新体验。

4.3 创新宣传方式, 打造阅读推广品牌

打造阅读推广品牌有助于彰显文化特质, 建立和提升社会形象, 扩大活动的影响范围和效果, 使得阅读推广活动更具生命力。在全媒体时代, 图书馆应积极利用各类媒体平台, 充分发挥全媒体的优势, 采用线下线上同步开展的方式, 积极推广全民阅读, 全力打造独具特色的阅读推广活动品牌。

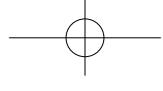
4.3.1 以全媒体推广方式打造经典阅读品牌

经典阅读是深阅读推广的重要内容。优秀传统文化是经历时代大浪淘沙后留下的文化精华, 经典文献(如经典文学作品)博大精深、内涵丰蕴, 是人类文明和智慧的结晶。有学者指出: “当前我们处于一个高度重视文化自信与优秀传统文化传承的时代, 推广经典阅读是行使这个时代使命的基础路径。”^[16] 图书馆重视传统文化, 推广经典阅读是对优秀传统文化的传承和弘扬, 也是提升文化软实力的必要要求。传统的阅读推广主要是以举办经典书展、开展征文活动、成立读书会、搭建漂流书屋等方式开展。这些推广方式较为普遍, 在推广中影响效果有限。图书馆有必要创新推广方式, 扩大传统文化的影响力, 提升读者关注度, 打造经典阅读品牌, 让阅读推广活动更具文化内涵和生命力。如举办“经典精讲”阅读推广活动, 邀请行业内专家针对传统文化经典开展讲座, 或是依托地方文化馆、博物馆、文化古迹、传统村落等打造主题鲜明、内容丰富的阅读推广活动, 并借助各类媒体平台推广和宣传经典阅读活动, 通过线上线下融合, 让读者通过经典阅读感受到文学与文字的力量, 激发读者的阅读兴趣, 进而有计划、有重点地进行深入阅读。

随着新媒体技术的发展, 阅读推广活动将更多与新媒体结合, 不仅要打造特色鲜明、内涵丰富、形式多样的阅读活动品牌, 还应该创新阅读推广方式, 充分利用各类媒体平台开展形式多样的阅读推广活动。例如借助新媒体技术开设网络读书论坛、阅读与欣赏网络公开课、阅读专题网站、阅读摄影展、阅读经典讲座视频、经典电影选映和点播等。也可以利用新媒体每天推出一首唐诗、宋词或经典语录等, 配以图画、音乐、朗读或赏析音频, 让读者随时随地进行阅读。^[22] 当下, 很多图书馆都建立移动图书馆, 运行日渐成熟, 依托微阅读的特点, 可以对电子资源进行归类, 不断丰富电子书籍, 还可以增加经典阅读排行榜、热门经典书籍推荐模块等, 向读者介绍中外优秀著作。

4.3.2 联合社会力量持续开展阅读推广活动, 形成品牌效应

其一, 结合自身优势与地域特色, 持续开展阅读推广活动, 并借助媒体宣传, 形成品牌效应。作为文化传播和社会教育重要机构之一的图书馆, 要充分认清社会发展形势, 结合全媒体时



代的特点,充分利用自身的特色和优势,结合当地的地域文化,举办引人注目的阅读推广活动,借助各类媒体宣传造势,形成阅读品牌效应。目前,图书馆主要以“世界读书日”“全民读书月”以及一些重要传统节日为契机,持续深入开展读者参与度高、影响范围大的阅读推广活动,逐渐形成各具特色的阅读推广品牌。例如天津图书馆的“海津讲坛”已举办了480期,该活动主要通过天津广播电视台等新闻媒体和微信公众平台开展宣传,走进公众视野^[23];宁波市图书馆与“天一阁”联手打造了“天一讲坛”“天一展览”等8大阅读推广活动品牌,以各种新闻报道、宁波图书馆官微推文和微视频等向公众推送^[24];河南省图书馆每周举办一次“豫图讲坛”活动,邀请热心公益事业的名家名师对一些社会热点话题进行讲解,以网络直播的形式播出,深受读者喜爱^[25];南京图书馆每年都会以一部经典著作作为主题,举办南图阅读节,通过官微、官网开展线上展览、在线课程和网络直播形式开展阅读,受到了读者的广泛追捧。^[26]

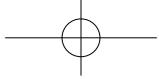
其二,图书馆可以与民间团体、学校等合作,采取一定的激励机制,引导社会力量参与全民阅读。全媒体的快速发展有利于图书馆联合社会各方面的力量,共同推动全民阅读推广活动。比如,图书馆与当地的读书会、书画协会、书店、中小学校等机构合作,借助“世界读书日”、春节、元宵节、清明节等重要节点,举办“图书馆之夜”、“阅读马拉松”、新春诗会、元宵猜灯谜、书之韵微博朗诵会等特色活动,人人可参与,让读者感受新颖可亲的阅读氛围,提高参与阅读推广的热情。在全媒体时代,图书馆要发挥社会力量丰富的优势,广泛引入社会力量参与阅读推广,形成基于全媒体环境的新型数字化阅读推广模式,实现线下线上资源一体化整合,定期、持续举办有特色的、读者喜爱的阅读活动,逐步扩大活动范围,形成具有区域影响力的阅读活动品牌,促进全民阅读高品质、高规格纵深融合发展,让全民阅读真正变成全民“悦”读。

4.4 创建社群,增加阅读受众

图书馆应该为读者提供丰富的线上交流平台,让他们能够自觉自愿地参与到全媒体的深阅读推广中来。目前很多高校运用得最多的媒体平台是微信公众平台,以此创建微信群,形成讨论的社群。公共图书馆和高校图书馆不仅要利用微信平台创建社群,还应该拓宽阅读推广的渠道,结合市民、学生的喜好,开通官方微博,利用微博发起特色话题,发布丰富的图片、视频等,吸引市民、学生参与讨论,尽情分享感悟,交流思想;同时,图书馆还应该利用抖音、快手等当下火热的短视频平台,开通官方抖音、快手账号等,将阅读推广的内容变成读者喜闻乐见的简短文字、小视频等,配以音乐或者朗诵等丰富的形式,创建交流社群,拓宽受众范围,让市民和学生能有更多的平台进行交流互动,全面增强全媒体阅读推广的影响,以达到促进全民阅读的目的。

4.5 完善组织机制,强化队伍建设

阅读推广是图书馆的重要工作之一,具有长期性。目前,除了部分有条件的高校图书馆设有阅读推广部负责常规的阅读推广工作,多数地方院校图书馆和部分公共图书馆未设立专门的阅读推广部门,多数的阅读推广工作由兼职人员来承担。这种状况不利于全媒体环境下阅读推广工作的高质量发展。当前“浅阅读”现象比较普遍,需要图书馆加强深阅读引导,开展具有主题性、系统性、层次性和不可替代性等特点的深阅读推广^[27],将“浅阅读”向“深阅读”转化,提升



王欣, 余成斌. 全媒体环境下图书馆深阅读推广研究 [J]. 文献与数据学报, 2021, 3(4): 084-095.

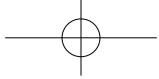
阅读的效果。另一方面, 全媒体在阅读推广中的运用, 需要更多更专业的人员来处理长时效、跟踪式、专业化的阅读辅导和推广。同时, 全媒体阅读推广还需要统筹图书馆多部门力量, 与社会各方合作, 共同努力才能实现。总之, 随着阅读推广工作的深化和扩展, 全媒体相关技术应用、深阅读引导的力度加大, 阅读推广工作对组织机制和推广人员的专业性有了更高的要求。这就需要图书馆创新组织机制, 加强队伍建设, 为全媒体深阅读推广提供组织和专业技术力量保障。可以从两个方面考虑: 一是在图书馆中设立阅读推广部门或增设专业阅读推广员岗位, 专人专事, 在阅读活动的策划、组织实施、跟踪后期成效及评价等方面形成闭环, 有效提升深阅读推广的质量和效果。二是强化阅读推广队伍建设。鼓励图书馆员通过自主学习, 提高深阅读推广和新媒体应用等相关理论素养和业务能力; 采用“请进来, 走出去”的方式, 邀请行业专家到馆开展专业化培训, 或是外派人员参加高级研修班、培训班接受专业化的培训; 根据全媒体深阅读推广工作要求选拔、引进优秀的推广人才, 形成一支有保障、专业化的推广队伍。从组织创新和队伍建设入手, 将图书馆的深阅读推广真正落到实处。

5 结语

2021年, 十三届全国人大四次会议批准了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》, 其中提出“深入推进全民阅读, 建设‘书香中国’”。文墨养心, 厚学养德。图书馆通过深阅读推广, 建设“书香社区”“书香校园”, 让读者畅游书海, 浸润在浓郁的文化氛围中, 培养广大读者爱上阅读, 喜欢阅读, 在阅读中体验快乐、感悟人生、追求真理。运用新媒体技术参与的阅读推广, 更方便快捷, 更能被大众接受。传统媒体与新媒体融合、线下与线上结合的全媒体阅读推广, 形式更加多样, 内容更加丰富, 渠道更加广泛, 为大众提供信息资源更完善, 读者范围更广, 互动性更强, 阅读推广的效果更加凸显。图书馆应结合自身的特点, 充分运用新媒体技术和网络资源, 积极开展形式多样、内容丰富的阅读推广, 吸引更多的读者参与其中, 推动全民阅读的进程。

【参考文献】

- [1] “全民阅读”连续8次被写入政府工作报告, 掌阅科技践行提升全民阅读质量 [EB/OL]. [2021-04-15]. <http://news.hexun.com/2021-03-08/203149819.html>.
- [2] 国家领导人谈读书 习近平: 启发智慧滋养浩然之气 [EB/OL]. (2014-02-10) [2021-02-15]. <http://culture.people.com.cn/n/2014/0210/c87423-24310798.html>
- [3] 第十七次全国国民阅读调查报告显示: 有声阅读成为国民阅读新增长点 [EB/OL]. (2020-04-21) [2021-04-15]. https://news.gmw.cn/2020-04/21/content_33755306.htm.
- [4] 习近平. 推动媒体融合向纵深发展巩固全党全国人民共同思想基础 [N]. 人民日报, 2019-01-26(1).
- [5] 包玥晗. 全媒体时代高校隐性思想政治教育研究 [D]. 东北石油大学, 2020.
- [6] 张玥, 罗瑞. 移动互联环境下深阅读影响因素及促进策略 [J]. 情报理论与实践, 2021, 44(11): 65-72.
- [7] 潘永胜. 全媒体时代传统图书馆的发展方向 [J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(9): 78-79.
- [8] 于准. “四全媒体”环境下图书馆阅读服务的“四维度”创新 [J]. 图书馆研究与工作, 2021, 4(1): 46-51.



[9] 邢雪. 全媒体环境下公共图书馆读者服务创新研究——以黑龙江省图书馆“龙江讲坛”为例[J]. 河南图书馆学刊, 2020, 40(11): 17-19.

[10] 李浩. “浅阅读”语境下推广经典阅读的价值研究及策略[J]. 农业图书情报学刊, 2014, 26(2): 127-130.

[11] 秦疏影. 全媒体环境下高校图书馆引导读者深阅读探析——以北京农学院图书馆“一年一书”深阅读活动为例[J]. 图书情报工作, 2017, 61(S2): 47-51.

[12] 孔超, 丁璇, 唐亦玲. 新媒体环境下大学生数字化深阅读行为调查研究[J]. 金陵科技学院学报(社会科学版), 2020, 34(4): 88-92.

[13] 徐雁. 让“导读”成为学校图书馆工作的有力抓手(上)——在第七届全国中小学图书馆长暑期研修班上的专题报告[J]. 中小学图书情报世界, 2007(8): 6-10.

[14] 中宣部印发《关于促进全民阅读工作的意见》深入推进全民阅读[EB/OL]. [2021-12-02]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-10/22/content_5553414.htm.

[15] 韩也平. 全媒体时代高校图书馆服务模式的探讨[J]. 农业图书情报学刊, 2016, 28(7): 160-162.

[16] 胡庆连. 公共图书馆致力“社会阅读”推广的逻辑起点[J]. 河南图书馆学刊, 2009, 29(2): 83-84.

[17] 张超. 基于创新推广理论的青少年阅读网络资源建设[D]. 山东师范大学, 2012.

[18] 范并思. 阅读推广的服务自觉[J]. 图书与情报, 2016(6): 72-76.

[19] 贵州省全民阅读促进条例[N]. 贵州日报, 2019-06-04(8).

[20] 贵州省人民代表大会常务委员会公告(2019第7号)[J]. 贵州省人民代表大会常务委员会公报, 2019(4): 33-38.

[21] 王铁军. 图书馆阅读推广体系建设与发展研究[J]. 图书馆学刊, 2020, 42(4): 21-25.

[22] 杨荔雯. 全媒体时代公共图书馆阅读推广工作探析[J]. 河南图书馆学刊, 2020, 40(8): 17-19.

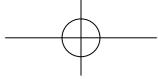
[23] 叶卿. 公共图书馆阅读推广活动策略研究——以天津图书馆为例[J]. 图书馆工作与研究, 2019(S1): 74-78.

[24] 刘燕. 公共图书馆读者服务品牌建设的创新实践——以宁波地区公共图书馆为例[J]. 图书馆研究与工作, 2018(12): 23-30.

[25] 李欣悦. 公共图书馆公益讲座的品牌构建及展望——以河南省图书馆“豫图讲坛”为例[J]. 河南图书馆学刊, 2020, 40(1): 25-27.

[26] 田丰. 品读伟人诗词 传扬先贤精神——第十二届南图阅读节暨庆祝建党100周年主题阅读活动综述[J]. 新世纪图书馆, 2021(7): 93-96.

[27] 肖珑, 刘雅琼, 张春红等. “浅阅读”时代高校图书馆的“深阅读”服务——以“北大读书讲座”为例[J]. 大学图书馆学报, 2019, 37(6): 119-125+99.



王欣, 余成斌. 全媒体环境下图书馆深阅读推广研究 [J]. 文献与数据学报, 2021, 3 (4) : 084-095.

Research on Library Deep Reading Promotion in an All Media Environment

WANG Xin YU Chengbin

(Liupanshui Normal University, Guizhou 553001, China)

Abstract: [**Purpose/significance**] The all media environment has an important impact on reading. It is of practical significance to study how to use all media to improve the existing reading promotion mode and promote the development of library deep reading promotion. [**Method/process**] This paper combines all media with library reading promotion, analyzes the advantages of all media and its role in library reading promotion, presents corresponding suggestions for reading promotion from the aspects of platforms, resources, brands and readers, makes full use of the service potential of deep reading promotion, and constructs a more reasonable and scientific reading promotion system, in order to achieve remarkable development of library reading promotion activities [**Result/conclusion**] This research study comes up with the strategy of using all media to carry out reading promotion: Using new media to broaden the horizon of deep reading promotion; Promoting digital resource construction and building all media technical and resource platform; Innovating publicity methods to create a reading promotion brand; and improving organizational mechanism and strengthening team building. The implementation of all media deep reading promotion strategy can cultivate readers' reading interest, foster readers' reading passion, help readers form good reading habits, continuously improve reading effectiveness, facilitate the rapid transformation of useful and effective information into knowledge, and consolidate their all-round development and promote the sustainable development of deep reading.

Keywords: All media; Deep reading; Reading Promotion; Library

(本文责编: 周 霞)