

# 少年儿童图书馆线上阅读推广的思考与研究

王一先

(长春市少年儿童图书馆, 吉林 长春 130041)

**摘要:** 图书馆是国家文化发展水平的重要标志, 是滋养民族心灵、培育文化自信的重要场所。阅读推广活动是图书馆发挥公共文化服务职能的重要途径, 尤其对于少年儿童图书馆亲子阅读起着重要的作用。在现实环境下, 线下阅读推广活动开展中受到一定因素制约, 要突破空间与时间的壁垒, 运用传统媒体与新媒体相互融合的理念, 以新兴科技手段为载体, 为读者群体提供阅读推广服务, 更好地发挥少年儿童图书馆的社会普惠作用。

**关键词:** 少年儿童图书馆 线上阅读推广 融媒体

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.13.56

基于新时代的新变化, 各行各业不断变革以适应当下快速的发展形势。随着智慧型图书馆的理念不断深入, 少儿图书馆由于其服务对象的具体性以及特殊性, 在这场“变革”中必须要具备创新性及前沿性。传统阅读模式在图书馆中占据的主要地位, 随科技发展所衍生而来的数字化、智慧化势头突飞猛进, 为线上阅读推广起到了助推作用。

## 一、阅读推广的概念及特征

阅读推广是图书馆发挥公共文化服务职能的重要途径, 对于弘扬优秀文化具有重要的作用。图书馆阅读推广是指图书馆通过不同种类、模式的活动, 在具备可行性的基础之上, 精心设计的有关阅读的活动, 旨在引导读者深入研究书目, 带来精神层面的提升, 满足精神文化需求, 营造书香社会的良好氛围。

### (一) 多样性

图书馆阅读推广活动形式多样, 能够根据不同阅读主题的需求进行有针对性的策划和开展。例如郑州大学在充分考虑到学生群体的性格特征, 开创了“阅读达人秀”经典阅读品牌项目, 将阅读从幕后搬到台前, 通过演绎将书本“秀”出来, 达到了良好的推广效果。长春市少年儿童图书馆开展“阳光下的心灵家园”美育实践系列活动, 包含诗歌分享会、阅读成果展演等多项内容, 让家长、孩子们能够与作家、诗人等专业人士面对面交流沟通, 领悟诗歌创作的内涵, 提升写作能力。秦皇岛市在2022年策划开展了“长城内外山海情 全民阅读沐书香”全民阅读线上活动, 包含读书沙龙、朗诵红色作品经典片段等内容, 借助媒体平台实现全面阅读推广, 让城市充满书香。此外, 阅读推广还包含了读书会、阅读分享会、讲座、展览等多种多样的形式。

### (二) 丰富性

在传统的阅读推广活动中, 通过不同形式的活动, 读

者可以跳出作品之外, 在朗诵、演绎等形式中加深对于作品的理解。尤其是在国内外经典作品中, 多种形式的阅读推广不仅能够调动阅读兴趣, 还可以通过阅读不同的版本实现各年龄层的全面推广。近年来, 随着5G网络、大数据、云计算、物联网、区块链等支撑, 人工智能AI发展的技术快、速度快, 智慧城市和智慧社会建设日益成为各国共同关注的全球议题, 各行业都深刻感受到智慧化转型的机遇与挑战, 图书馆行业也围绕资源、服务、设施、管理等领域的智慧化转型开展深入研究。<sup>[1]</sup>基于目前融媒体的发展潮流之下, 阅读推广更要朝着群体化不断迈进。网络用户的阅读习惯、偏好等因素, 决定了当下的阅读推广必须要在分享与互动中进行, 在分享中不仅扩大了阅读推广的作用, 让用户享受到衍生资源, 还能增加用户黏性, 使得图书馆更契合时代的发展。

## 二、新形势下少儿阅读推广工作的阻碍

阅读推广是图书馆对外传播的重要手段, 是图书馆与读者之间最直接的沟通桥梁。随着研究的不断深入, 阅读推广活动的开展形式也越来越多样。《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2021年6月, 我国网民规模达10.11亿, 较2020年12月增长2175万, 互联网普及率达71.6%。十亿用户接入互联网, 形成了全球最为庞大, 且一直在发展壮大数字社会。不再仅仅拘泥于传统的读书会、海报展板等形式, 而是加大了与科技、社会力量的联动, 让阅读行动普惠到更多的读者与市民。

### (一) 线下活动因诸多因素受阻

图书馆阅读推广形式多样, 包含了绘本故事会、亲子读书会、手工制作等形式。活动从不同的角度出发, 加深青少年儿童对于书籍的理解和印象, 拉近亲子关系, 增加双方有效互动。受诸多因素影响, 线下活动无法如期举

办，家长要考虑到儿童的时间、安全等问题，导致线下活动的开展受到冲击，图书馆如何更有效地、更好地发挥职能作用，成为现实环境下的首要问题。在线下阅读推广活动中，儿童更倾向于与父母之间肢体和情感上的沟通与交流，在热闹而又温馨环境中，汲取知识的效果也是更好的，更能提升同龄人群的沟通能力，达到阅读推广活动中以外的效果，达到全方位发展。目前阅读推广活动受到参与人数、活动频次因素的制约，活动效果受到了不小的影响。

### （二）线上活动宣传效果不够理想

近年来，智慧型图书馆逐步进入大众视野，各地图书馆正在加快速度搭建智慧平台，以适应现代社会以及读者的各层面需求。尽管图书馆是以传统阅读模式为主，但必要的数字化辅助也是同样重要的。通过创立微信公众号、抖音账号、头条号，微博账号等形式，越来越成为图书馆对外输出的主要平台。虽然其具备便捷性、趣味性，但同样也凸显了一定的弊端。线上阅读推广不够直观，无法面对面地进行交流，获取信息与反馈信息都不够及时。线上信息纷繁复杂，信息传播指向性受限。阅读书籍是需要花费时间成本以及专注力的持续性过程，在受到外界干扰的情况下，无法保证阅读推广工作的有效开展。同时，读者虽然能够享受到线上活动现代化科技带来的全新体验，但却无法控制读者在参与活动时的专注力，活动设计是否足够能够吸引到读者，亦或者活动中设计的拐点是否能恰到好处的引导读者参与活动当中来，都是线上活动设计者需要着重把控的重要因素。<sup>[2]</sup>在阅读推广活动中，达到良好的交互性是其中的重要一环。由于无法像线下活动一样面对面交流，线上活动由于资金、平台等问题大多数只能选择单向输出，读者只能被动地接受图书馆传递出去的信息，导致交互性边缘化，无法确定读者是否完全投入到活动当中，也无法切实的根据环境等因素的变化及时调整活动结构，导致读者参与感、体验感不能达到一个良好的效果。

### （三）数字化平台建设有多重因素限制

伴随着5G时代、融媒体时代的到来，图书馆也在朝着智慧型图书馆建设加速迈进。但无论是从资金、时间等多重因素考虑来看，数字化平台的建设都有着诸多限制。针对少儿图书馆的数字化平台建设需要考虑双重层面，它的视觉设计既要满足家长的使用习惯，又要做到调动起少儿群体阅读的积极性。同类平台的海量建设，受众在选择时容易视觉疲劳，如果没有发掘自身品牌的创新点，则很容易被淹没在大数据海洋之中。数字化平台的建设需要系统的架构框架，目前存在的普遍问题是海量资源的堆砌，

无法科学化的分类，造成一定资源的浪费。在平台的建设上，存在很多同质化的情况，不能从根本上了解用户实际需求，这其实就是数据资源库不完善的表现。在建设之初，应当考虑到进行数据收集及分析的资源整合问题，这样在后期开展活动的时候可以更具针对性，满足读者各方面的需求。同时，平台还存在着使用方式烦琐的问题，不能够优化平台内容，在页面转换中未能实际考虑到用户的使用需求，导致使用感欠佳。

## 三、新阶段下少儿阅读推广的策略分析

根据《2021年国民经济和社会发展统计公报》显示，我国互联网上网人数10.32亿人，其中手机上网人数10.29亿人。线下阅读推广活动在大环境下存在这诸多不确定因素，少儿阅读推广就要加快创新的步伐，融入科技元素，突破现实壁垒，将优质内容传递出去，完成图书馆社会价值的传递。

### （一）转变思维 传统阅读模式的跨界发展

在困局中要寻求突破，仅限于传统阅读模式下的群体性阅读推广，稍显举步维艰，少年儿童群体阅读的发展势必必要借助更有效的工具才能有效铺开。不难看出，实际限制少年儿童阅读活动开展壁垒，在于其特定空间壁垒的打破和用户时间线性的统一。空间上，单一用户无法形成实质、有效的阅读推广链，致使每一个用户的“点”无法汇聚成“线”，很难再现线下阅读推广活动所营造的阅读群体性蔓延。时间上，传统阅读用户迫于诸多因素的直接干预，人们在被动改变着阅读习惯，摆脱群体阅读模式下的互助模式。原有阅读模式的趋势运动，阅读推广工作的重心也要从阅读活动的“形式”转变为“手段”。从“如何去办好一个线上、线下的阅读活动”转变为“怎么让分散的用户集体性参与到阅读活动当中”。利用集群化数字办公、教育软件同样可以为少年儿童阅读模式的推广有效助力，使我们的少年儿童群体以网络终端的形式参与到线上阅读活动中来，完成传统阅读模式下的“点”到“面”的汇聚。时间上，线上互动过程产生的用户数据可以让我们科学化的查阅用户的阅读状态，做到更及时的阅读内容推送，实现知识、信息的高效化传递。当今的互联网科技手段早已无法制约传统阅读模式的转型，身为阅读模式制造者的我们，要善于运用时下更为受众倾向的终端工具，去实现阅读普遍传递的目的。

### （二）借助融媒体优势 打造阅读空间感

少年儿童群体的注意力是很容易被新奇事物所吸引的，这就是推广该群体阅读工作的优势之一。融媒体指多

种媒体进行融合互补后形成的新型媒体，它打破了新兴媒体与传统媒体之间的敌对状态，既不排斥传统媒体参与文化传播，又充分利用新兴媒体速度快、覆盖面广等传播优势。<sup>[1]</sup>新媒体与融媒体之间最大的差异即是包容性，在融媒体的环境下，将资源突破现实空间，多元化地呈现在阅读群体面前，阅读书目借助科技化力量，更生动地展现给少年儿童群体，带来除文字价值本身的内容，实现图书馆社会价值的传递，这同样是符合融媒体“资源通融、宣传互融、利益共融”的宣传理念。

同时，通过虚拟现实、人工智能等手段与阅读推广相互融合，使读书会、分享会、书目展览等传统方式能够走出既有形式之外，让读者走进书目之中，通过分享、互动、游戏等方式提升阅读的体验感，打造一个寓教于乐的科学阅读空间，为实现亲子阅读提供优质平台。

优质平台的建立将会更有利于馆藏建设，通过数字化形式来存储馆内资源，让馆藏信息不易丢失和损坏。在信息调取阶段，可以通过信息检索软件，快速抓取主要消息关键词，实现消息的快速调取，为今后的信息使用提供了极便利的条件。另外，基于融媒体平台的优势并不仅仅局限于消息本身的可视化存放和消息内容即时化调取，其实质的优势在于，可以随时利用平台内现有消息产生的数据加以分析，对历史数据所表现出来的趋势进行运算，从而得出有效用户偏好和需求，即数据重组与计算下的“消息产物”。

如同央视打造的“中央厨房”，任何平台的建设绝不是简单的生搬硬套，要抓住主要矛盾，立足自身定位，打造经典品牌优势。图书馆与融媒体之间的互融互通，是能够满足家长对于服务便捷性的需求，减轻对于阅读指导层面的压力，运用社群运营概念，增加读者群体对于“社群”的依赖，提升用户黏度。

### （三）配合专业团队 输出优质内容

除了为少年儿童群体打造一个寓教于乐的阅读空间来提升阅读的专注力外，同时也需要人为因素的介入来进行辅助，这两者是相辅相成的。家长在除亲子阅读的时间外，主要是辅助作用。图书馆处在家长与少儿读者之间，起到非常重要的媒介作用。

2016年被称为直播元年，伴随着抖音、快手等一些短视频平台的上线，生活习惯、消费模式都在发生着潜移默化的改变。与直播带货所带来的经济效益相同，图书馆在阅读推广时也可以通过相同的方式，在同质中寻求差异化，最大区别则是要通过这种路径实现社会效益。<sup>[4]</sup>与少年儿童沟通是需要方式方法的，语态语气、节奏变化等因素都能够影响阅读推广的效果。在信息爆炸的大环境下，想

要得到受众的关注是不易的。因此，图书馆要加大力度培养专业化人才，能够了解到受众人群的特征，进行精准推送。图书馆的“直播带货”同样需要日常小视频流量的积累，因此专业人才的采、编能力是同样重要的。

提升馆员与少年儿童“对话”的能力。在没有时空限制的媒体平台之中，属于“主播”与受众之间的距离，实际上很大程度的被缩短，很容易被带入该情境之中。因此，如何将阅读推广做的有趣，且具备吸引力，在书目推荐中如何加入趣味性的内容，如何把平面化的展览打造成立体维度，以及是否可以通过连线等形式提升用户黏性，这些也同样是非常重要的。因此，要更加重视人才的因素，在业务能力上下功夫，与新兴技术多接触，多实践，多学习，多摸索，首要提升馆员的专业能力。例如最近在抖音平台带来火爆反响的东方甄选，让大家看到文化传递与直播的融合大有广阔天地。文化传播并不单单是枯燥与乏味的单纯讲解，东方甄选的直播热度也证明了目前大众对于精神层面的需求确实是更高标准的，同时也是热爱的。图书馆也可以聘请专业的直播技术团队，有计划的、循序渐进的将阅读推广传递出去，设置趣味互动，图书馆的“带货”是书香的传递，是文化价值的认同感，是拉近读者与图书馆距离的有效途径。

## 四、结语

少年儿童图书馆是孩子们学校之外的第二课堂，是对培育少年儿童阅读素养，提升亲子阅读能力的重要场所。要充分利用好数字资源，打造经典活动品牌，利用直播互动、虚拟现实等科技力量，实现对于文化知识的传播。同时，充分利用传统模式与社会力量、新兴科技等多元化力量相联动，在阅读领域碰撞出更多的火花，为家庭阅读提供指导。要突破时间与空间的限制，加大力度培养专业人员，打造专业队伍，提升馆员文化素养在困境中寻求突破。更好地运用融媒体的理念与优势为少年儿童及其家长提供服务，实现职能作用发挥，传递社会价值。

## 参考文献

- [1]陈丽萍.融媒体环境下公共图书馆阅读推广质量提升策略研究[J].图书馆界,2022(02):91-94.
- [2]吴仲平,刘冬,凌佳,吴白羽.少儿图书馆家庭阅读推广中的家长阅读探讨[J].图书馆研究与作,2021(12):32-36.
- [3]高芳,田天圆.融媒体在高校图书馆阅读推广中的应用研究[J].新闻阅读,2021(11):56-58.
- [4]江蓝,徐水琴.信息素养视角下少儿图书馆阅读推广活动策略探析[J].图书馆,2021(10):34-40.