

# 我国公共图书馆阅读推广空间建设实践进展研究<sup>\*</sup>

伍玉伟 洪芳林 毛望平

**摘 要** 以 2020 年中国图书馆学会阅读推广空间案例征集活动获奖的 16 家公共图书馆为调研对象,分析其空间类型、空间管理、空间设计、空间服务现状。研究发现,当前我国公共图书馆阅读推广空间类型定位鲜明且多元发展;空间管理强调纳入第三方协同管理与营销;空间设计注重场景与情境的构建;空间服务内容不断细分和创新。在此基础上提出公共图书馆阅读推广空间建设策略:提供满足阅读推广需求的空间规划设计、打造图书馆阅读推广空间管理人才队伍、加强与阅读推广空间利益相关者的合作、探索图书馆阅读推广空间治理模式与方法。

**关键词** 阅读与素养;阅读推广空间;公共图书馆

**分类号** G258.2

**本文引用格式**

伍玉伟,洪芳林,毛望平.我国公共图书馆阅读推广空间建设实践进展研究[J].图书馆工作与研究,2021(12):32-40.

## 1 引言

空间服务已成为图书馆的重要服务形式之一,与阅读推广服务相结合的空间设计与改造更强化了这一服务<sup>[1]</sup>。陈幼华等<sup>[2]76</sup>指出,当前我国图书馆阅读推广工作如火如荼,有的依托读者服务相关部门,有的成立专门的阅读推广部,部分图书馆从组织机构、阅读推广空间设计两方面确保阅读推广工作系统、全面地推进。阅读推广空间是为满足各类阅读推广服务需求而设计的一类空间,能够通过动态化、个性化、场景化、情境化的环境设计更好地帮助用户理解和接受相关知识和信息,促进用户阅读。

多元文化体验需求日益旺盛对图书馆的传统空间设计理念带来冲击,图书馆空间不再仅仅是阅读书籍的场所,更是人们感知和体验多元文化、交流思想、共享知识,以及开展各类创新创造活动的场所<sup>[3]</sup>。公共图书馆向读者提

供空间服务是阅读推广服务的重要内容<sup>[4]</sup>,其与技术环境、社会文化环境等共同作用于阅读推广服务的内容、形式和效果。面向用户需求的阅读推广空间也是当前公共图书馆空间分级分区、功能调整的重要部分,如何通过空间设计促进用户阅读是业界亟待解决的问题。公共图书馆在近年的新馆空间建设和旧馆阅览空间改造中开展了大量的阅读推广空间建设实践,涌现出主题图书馆、绘本图书馆、玩具图书馆、文创空间、地方文化或古籍特藏室等一大批特色阅读推广空间,积累了宝贵经验。基于此,本研究通过调查分析我国公共图书馆阅读推广空间建设实践现状与进展、典型案例与经验,提出相应建议,以期为深化公共图书馆阅读推广空间建设及服务提供参考借鉴。

## 2 我国公共图书馆阅读推广空间研究概况

以中国知网(CNKI)为数据来源,以“阅读推广”“空间”“公共图书馆”作为主题检索词,检索

<sup>\*</sup> 本文系广州市教育科学规划课题“环境行为理论视角下的图书馆空间促进阅读研究”(项目编号:202012567)研究成果之一。

得到相关论文 187 篇,检索时间为 2021 年 2 月 28 日。通过人工筛选和整理发现,相关研究将图书馆阅读推广空间分为以下 4 类:

### 2.1 数字阅读推广空间

数字阅读推广即迎合当前民众阅读更加依赖于互联网等虚拟空间的变化,通过多种手段、方式传递数字阅读信息、激发用户阅读欲望、促进数字阅读行为<sup>[5]53</sup>。通过多元空间再造打造泛在化的阅读环境是数字阅读推广服务的创新路径之一<sup>[6]</sup>。有研究显示,美国超过 82% 的公共图书馆为儿童提供个性化的数字阅读分区,开展儿童数字分级阅读推广活动,通过为儿童提供科学的自主阅读环境推动儿童数字阅读推广的发展<sup>[7]</sup>。

在互联网环境下,一些用户不愿阅读、不擅长阅读等弱点会在虚拟空间中被进一步放大<sup>[8]</sup>,因此更需加强对数字阅读推广具体空间场景的建设<sup>[9]</sup>。茆意宏<sup>[5]57</sup>强调,图书馆建筑空间的地理地域、具体场景等会对数字阅读推广的全要素、全过程或部分要素、部分环节产生影响,推广主体可基于各种空间场景和条件因地制宜开展特色阅读推广。

### 2.2 经典阅读推广空间

在经典阅读推广情境下,图书馆的文化空间价值进一步彰显,在空间布局设计上,图书馆总体建筑设计、室内装饰、区域划分、功能设置、资源摆放、设施配备等要能直接体现出对经典阅读推广的支持<sup>[10]</sup>。经典阅读推广的重点在于营造经典阅读的个体心境和集体氛围<sup>[11]</sup>。相关研究提出图书馆经典阅读推广空间建设的详细方案,涉及基于分类读物推广理念的传记读物阅览室<sup>[12]</sup>、推广经典阅读的新型文化阅读空间<sup>[13]</sup>和经典诵读空间<sup>[14]</sup>,以及“五位一体”的经典阅读体系<sup>[15]</sup>、经典阅读推广体系与平台设计<sup>[2]70</sup>等。

### 2.3 绘本阅读推广空间

图书馆绘本阅读推广是对绘本或其阅读行为的推广<sup>[16]</sup>,而图书馆的实体场馆、人文环境等“硬环境”与到馆家长和儿童的阅读行为

体现的“软环境”可以让到馆儿童迅速投入绘本的世界,发挥很好的阅读推广效果<sup>[17]</sup>。绘本阅读推广的主要对象是儿童,而面向儿童尤其是空间感受能力更为强烈的低龄儿童的阅读推广离不开阅读空间的打造。适宜的阅读空间往往能够激发儿童的阅读兴趣,增强其对阅读行为规范的理解,培养其良好的阅读习惯<sup>[18]</sup>。

### 2.4 素养阅读推广空间

优化阅读环境、拓展阅读空间是图书馆提升阅读素养、促进阅读推广的重要途径<sup>[19]</sup>。表面上看,素养教育与空间再造是两种不同的实践,但是其中有着必然联系。素养教育需要空间环境的支撑,空间环境的作用需要通过素养教育活动实现<sup>[20]</sup>。而当前的素养教育模式多是向受众推送其在相关研究领域所需的基础研究信息,限制了受众的自主探索。实践环节缺失成为目前素养教育普遍存在的问题,而解决这一问题的直接方案就是打造以素养教育为主题的实践空间<sup>[21]</sup>。厦门大学图书馆打造“影像创意空间”促进读者艺术素养教育的创新服务案例<sup>[22]</sup>表明,空间在促进用户素养教育方面发挥了重要而独特的作用。

## 3 我国公共图书馆阅读推广空间实践调查与分析

本研究采用案例研究的方法对 2020 年中国图书馆学会“发现图书馆阅读推广特色人文空间”专题征集活动获奖的公共图书馆空间展开调查分析。该活动共收到来自全国公共图书馆和高校图书馆的案例 51 个。研议和评审出一二三等奖作品 22 个,其中,公共图书馆 16 个,占比约 72.73%,反映出公共图书馆比较重视阅读推广空间的建设和取得了较好的效果和经验,为了解我国公共图书馆阅读推广空间实践情况、具体类型和服务内容等提供了高质量的案例。将这 16 个公共图书馆案例作为调查研究的样本,其基本情况如表 1 所示。

表1 2020年度获奖的16个样本公共图书馆案例

奖项	阅读推广空间案例	所属图书馆	空间合作建设力量
一等奖	萧红文学馆的资源建设和文化推广	黑龙江省图书馆	黑龙江省萧红研究会
	真情传递温暖,阅读点亮人生——台州市无障碍图书馆架起无障碍阅读的桥梁	台州市图书馆	无
二等奖	关于打造广西首家阅读推广特色人文空间基地——柳州市图书馆引进社会力量参与建设与实践	柳州市图书馆	广西柳博文化发展有限公司
	温州市图书馆新媒体阅览空间	温州市图书馆	无
	杭州图书馆钢琴主题分馆	杭州图书馆	朗朗艺术世界
	记忆·品读·传承——基于地方文化活动品牌构建的特色人文空间服务	佛山市图书馆	无
	宁波市友城书房	宁波图书馆	无
	创新阅读空间联结人与城市——长春市图书馆“阅书房”建设探索与实践	长春市图书馆	净月区文化旅游局、如美文化旅游发展有限公司、长春万科分公司、吉阅七舍等
	开放·融合·赋能·共赢——打造智慧空间塑造文化生态	杭州市余杭区图书馆	阿里云和华东勘测设计研究院、临平区文化和广电旅游体育局、临平街道
三等奖	名泉·名人·名城——济南市图书馆特色阅读空间构建	济南市图书馆	无
	为视障读者打造人文阅读空间——中国盲文图书馆特色服务案例	中国盲文图书馆	中国视障文化资讯服务中心
	广州市海珠区图书馆华洲分馆阅读推广特色人文空间改造案例——根据英国专家艾登·钱伯斯的阅读循环圈理论进行改造	广州市海珠区图书馆	广州市海珠区满天星青少年公益发展中心
	台州市路桥区图书馆“阅读推广特色人文空间”——女子馆	路桥区图书馆	无
	南京市浦口区图书馆阅读推广特色人文空间——山居书屋	浦口区图书馆	无
	青田县图书馆特色人文空间——坐忘阁	青田县图书馆	青田县下官庄村“坐忘阁”书屋民宿
	武进地方文献展览馆	武进区图书馆	无

2020年案例征集活动呈现出以下3个特点:①在覆盖人群上,空间所面向的特殊群体范围得以扩大。在2018年首届案例征集活动中获奖的23个公共图书馆阅读推广案例空间中,上海浦东图书馆数字体验·青少年创客中心、云和县图书馆木玩具图书馆、扬州市少年儿童图书馆创客空间、温州市少年儿童图书馆文化驿站主要面向青少年和儿童群体,本届获奖案例中增加了视障阅读空间、女子馆、无障碍图书馆等更加细化至弱势人群的阅读推广空间。②从所属地理区位看,以东部地区公共图书馆为主。16个获奖案例中有13个来自东

部地区,其中浙江省最多,有7个,广东、江苏两省各有2个,北京市和山东省各1个;中西部地区仅有3个。③从空间设计基本理念看,促进用户阅读和素养教育的空间特征更加突出。如推介地方文化资源和历史经典、促进视力障碍和其他特殊人群阅读等。

系统科学新兴的“协同理论”强调通过系统各要素间的协作建序打破系统间的障碍。德国物理学家赫尔曼·哈肯<sup>[23]</sup>将其定义为各部分相互协作产生的集体效应或整体效应。公共图书馆阅读推广空间也应协同空间本体、管理、产品和服务4个要素发挥整体效益。因

此,笔者通过进一步调查上述样本图书馆官网、微信公众号、微博及相关网站获取其阅读推广空间建设情况,并选择部分图书馆进行实地考察及馆员访谈。结合文献和网络调研结果,从阅读推广空间的类型、管理、设计、服务 4 个方面展开论述。

### 3.1 阅读推广空间类型

阅读推广空间是近年图书馆界重点建设的适应阅读活动需求的不同于传统藏阅空间的一类空间,尚无明确的概念界定和严格的外延划定。本研究中的阅读推广空间是指广义层面能够为图书馆各类阅读推广活动、阅读服务人群提供所需的硬件设施设备、软件与环境场景的空间,与图书馆阅读推广技术环境、管理制度等共同组成了完整的图书馆阅读推广环境体系。

阅读推广活动和素养教育工作发生在具体的时空场景和文化场域内,拥有丰富、专业和有序馆藏资源的图书馆阅读推广空间是非常重要的城市公共文化空间和阅读空间。本研究根据阅读推广空间的服务用户和主要功能性质将样本图书馆阅读推广空间划分为 7 类(如图 1 所示)。以下类型基本涵盖了目前国内特色人文阅读推广空间形式和具有代表性的重点案例,也代表了我国公共图书馆阅读推广空间建设的大体方向。

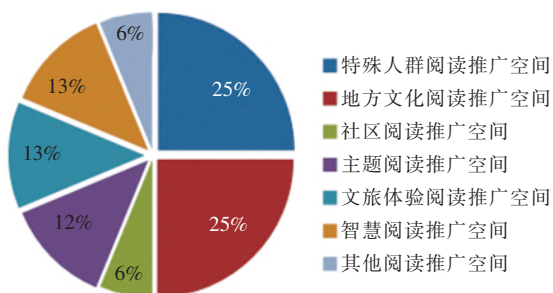


图 1 样本图书馆阅读推广空间类型分布

### 3.2 阅读推广空间管理

#### 3.2.1 重视社会力量参与图书馆阅读推广空间建设

重视社会力量参与图书馆阅读推广空间

建设是阅读推广空间运营管理的重要特征。2020 年获奖案例重视与企业、科研院所,以及政府机构、文旅民宿、公益组织等组织机构开展合作。如柳州市图书馆与广西柳博文化发展有限公司打造的阅甫轻艺术生活空间;杭州图书馆与朗朗艺术世界合作建设的钢琴主题分馆;青田县图书馆授牌青田县下官庄村“坐忘阁”书屋建立的民宿特色人文空间“坐忘阁”;广州市海珠区图书馆与广州市海珠区满天星青少年公益发展中心合作建立的华洲分馆等。

#### 3.2.2 强化对图书馆阅读推广空间的融媒体营销

样本案例非常重视空间及服务的多元媒介营销,通过自身或所属图书馆微信公众号、微博、网站等进行宣传,其营销媒介与数量如图 2 所示:

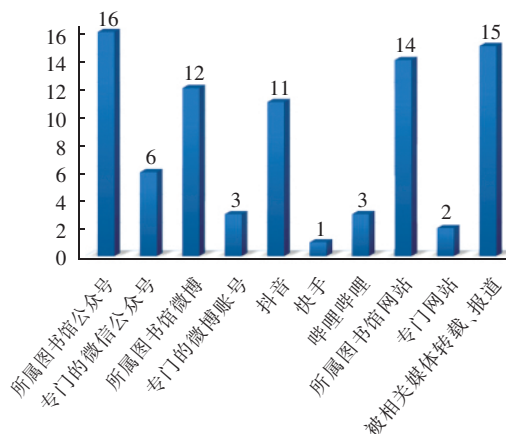


图 2 样本图书馆阅读推广空间营销媒介与数量

黑龙江省图书馆萧红文学馆开通了微博账号(“萧红文学馆”),“坐忘阁”建立了专门网站(<http://www.zuowangge.com>),积极与上级图书馆及其他媒体合作,借助其宣传平台进行宣传。华洲分馆同时借助海珠区图书馆公众号、满天星社区图书馆公众号开展宣传;杭州图书馆钢琴主题分馆借助杭州图书馆和朗朗艺术世界交流中心公众号开展宣传;台州市无障碍图书馆通过“台州晚报”“台图在线”“台州微城市”“台州交通广播”等多家官方媒体微博发布服务资讯。

### 3.3 阅读推广空间设计

就图书馆阅读推广空间环境的服务机理而言,阅读推广服务相对于文献服务具有更高的影响力,且人员流动频繁,因此,图书馆阅读推广需要与以往文献信息服务完全不同的新的服务环境<sup>[24]</sup>。访谈中有部分馆员提出“图书馆需要更适合举办活动的专门空间,避免打扰其他安静阅读的读者”“孩子们更加活泼好动,所以我们的空间使用了很多降噪材料、圆角桌椅和醒目标识”等。

#### 3.3.1 促进阅读与素养教育的空间规划设计

##### (1) 空间布局规划设计

获奖案例空间多由外部空间或旧馆内部空间改造而来,楼层普遍较低,位于负一层或三层以下,而智慧阅读空间一般楼层较高,位于五层或六层。能够获取面积信息的8个案例空间大都介于400—800平方米,也有两个案例空间面积超过3000平方米,均能较好地适应和满足自身阅读推广工作的特点和需要。

##### (2) 空间选址规划设计

空间可及性是影响读者到馆参与阅读推广活动的核心因素,样本空间的选址比较靠近文化中心或居民区。杭州市余杭区图书馆智慧分馆位于临平市文化艺术长廊北侧,将图书馆与健身区、戏曲广场、室外剧场、儿童活动区等相结合,市民在进行社区活动时可以直接进入图书馆参加阅读推广活动;杭州图书馆钢琴主题分馆建在朗朗艺术世界,人们在参观朗朗艺术世界的同时,可在钢琴主题分馆感受钢琴文化,提升艺术素养。

##### (3) 空间氛围与装饰设计

空间装饰设计可以营造不同的空间氛围,影响用户的阅读体验。适宜的空间设计可以营造良好的阅读氛围,提升用户的阅读体验和阅读意愿。柳州市图书馆阅甫轻艺术生活空间采用原木风设计,木质桌椅配有暖黄色小台灯及充电接口,还摆放了大量书籍和柳州文创产品,通过暖色系的设计促进用户休闲阅读。浦口区图书馆山居书屋的博学厅采用厚重的

中国风家具,并与山居书屋中式园林景观建筑、小桥、流水、亭台楼阁交相辉映的整体环境相呼应,营造古典的国学氛围。

#### 3.3.2 促进特殊人群阅读与素养教育的空间规划设计

特殊人群阅读推广内容、形式和特点的独特性是公共图书馆阅读推广空间设计必须考虑的,获奖案例中面向特殊人群的阅读推广空间的规划设计主要包括:

##### (1) 提供专门阅读区域

台州市图书馆一楼的无障碍图书馆分为光盘视听区、光盘外借区、盲文阅览区等。馆内盲道与市政盲道相连,从大门至无障碍图书馆铺设一条醒目的金属盲道。中国盲文图书馆在馆内部署了盲人无障碍智能定位导航服务系统,方便视障读者在馆内活动,设有盲人读物制作、典藏和借阅、盲人文化展览展示和教育培训等区域,分设盲文社科与文艺阅览区、盲文科技与医学阅览区、有声读物视听区、儿童阅览区、大字本阅览区和综合阅览室6个阅览区。

##### (2) 配备辅助阅读设施与设备

杭州图书馆在中心馆和分馆提供了尿布台、轮椅、急救箱、老花镜、放大镜、智慧红十字一体机、自助复印机等;台州市无障碍图书馆视障区的每台电脑都安装了盲人语音阅读器和读屏器,还配备了盲人打字机与打印机、盲人电子助视器、弱视助视器、电脑点写器等设备,可外借的智能听书机为视障读者提供了数字阅读支持。

### 3.4 阅读推广空间服务

公共图书馆打造有生命力的服务空间离不开持续举办与之相匹配的活动项目,而不同类型的读者活动也应依托于恰当的空间,两者互为推动。第十七次全国国民阅读调查结果显示,近四成的成年国民认为自己的阅读量较少,国民对当地有关部门举办阅读活动的呼声较高<sup>[25]</sup>。在城市文化空间助力阅读推广活动和书香城市建设中,公共图书馆扮演了重要的

角色。EPS 统计数据检索与预测平台发布的事实数据表明,我国公共图书馆 2008—2017 年阅读空间面积、推广活动数量均稳步增长(如图 3 所示)。

阅读推广活动已成为衡量公共图书馆服务能力和绩效的重要指标。样本图书馆面向用户举办了较为丰富的阅读推广服务活动(如表 2 所示)。未来一段时间内拟建、在建或即将建成的公共图书馆新馆、分馆及其馆内阅读推广空间必将为阅读推广服务提供更加坚实的空间支持。

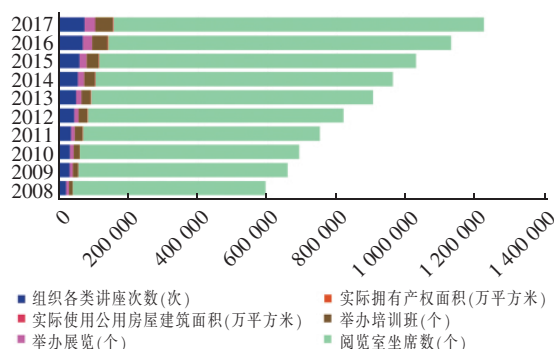


图 3 2008—2017 年我国公共图书馆阅读推广空间服务统计

表 2 样本图书馆阅读推广服务类型及案例

服务类型	服务内容及案例
展览类	①名人展览,如萧红文学馆不定期推出萧红专题展览(特展),与常规展览结合 ②艺术展览,如柳州市图书馆《青春信见》书信·音乐·影像展、“毓秀古郡·壮美象州”象州籍书画艺术家优秀作品巡展、“庆国庆·迎大庆”柳州画院新一届艺委会美术作品展等 ③科普展览,如临平图书馆的“侏罗纪的世界——恐龙展”“多元智慧·科技未来——主题科技展”等 ④文化产品展览,如柳州地方特色文创产品展览、“工匠精神·建筑模型展”等;友城书房推出的宁波市与多个国际友城交互的 150 余件图书及纪念品展
讲座类	①知识类讲座,如台州市图书馆举办的“信息学竞赛与简单编程介绍”讲座、数据库推广讲座等 ②文学类讲座,如萧红文学馆在鹤岗市新华书店、上海交通大学等地举办的萧红专题讲座 ③文化类讲座,如友城书房推出的“探索世界”系列讲座;山居书屋举办的面向儿童的春节绘本主题讲座;阅甬轻艺术生活空间的古籍善本修复知识及古纸技艺讲座;临平图书馆的“临平文化大讲堂”等 ④科普类讲座,如台州市无障碍图书馆的“台州科普大讲堂”等
课程类	①面向特殊人群的课程,包括:女性,如路桥区女子馆开设的女性课堂《花·境——插花艺术欣赏》等系列课程;老人,如台州市图书馆的“乐龄 E 课堂——老年人计算机基础知识入门培训班”;儿童,如台州市图书馆人工智能编程角、科学小实验等 ②面向特殊技能的课程,包括:音乐,如杭州图书馆钢琴主题分馆的“运河琴音”音乐系列课程;书法,如山居书屋于八亭角举办的书法课堂等;绘画,临平图书馆的“阅读萌芽计划·绘色临动”,每一期举办不同的绘画课程,如素描等
体验类	①参与式文化体验活动,如柳州市图书馆的非遗课堂,制作瓦当、书本装帧等;青田县图书馆的“坐忘阁”开展“文创+非遗”手工制作活动:青田石雕鉴赏制作体验、品咖啡红酒体验青田侨乡生活等 ②动手能力培养活动,如台州市图书馆“小小建筑师”乐高趣味活动、DIY 万花筒、手工制作电动滑翔机等 ③高新科技体验活动,如余杭区图书馆 VR 体验馆、人脸识别区等
竞赛类	①知识竞赛,如台州市图书馆“月圆颂风雅,馨意吟中秋”线上诗词大赛等 ②趣味竞赛,如临平图书馆玩具创意大赛 ③其他竞赛,如台州市无障碍图书馆每年举办盲道接力赛、听歌猜歌名、你描述我来猜等
其他	①读书会,如萧红经典作品读书会;阅甬轻艺术生活空间“亲子读书沙龙活动”;华洲分馆“英文故事会” ②影视作品欣赏,如温州市图书馆新媒体阅览空间放映区提供“新数·影”主题周末电影活动和寒假电影专场等 ③有声阅读推广空间服务,如杭州市余杭区图书馆智慧城市分馆耳朵森林、书林阅读和喜马拉雅阅读亭 ④研学、发展规划等主题论坛,如海珠区图书馆“阅读让海珠文化更自信”活动圆桌论坛;青田县图书馆“坐忘阁”的“浙江省文旅融合背景下的图书馆总分馆服务创新”交流研讨会、武进地方文献展览馆的全国图书馆系统地方文献培训研讨会等 ⑤演唱、表演活动,如书籍签售会和志愿类服务等

公共图书馆作为使用公共资金为公众提供阅读保障的社会机构,其开展阅读推广活动时应尽可能协调个性服务与普适服务的关系。一方面,将阅读推广空间内的展览、讲座、竞赛、体验互动类推广活动项目延展至线上,并关注读者的数字阅读行为特点及数字阅读平台使用需求;另一方面,在新冠肺炎疫情等非常态环境下,将各阅读推广空间的资源数据化,以契合用户更倾向于利用手机上网进行碎片化浅阅读的需求。

#### 4 我国公共图书馆阅读推广空间建设策略

##### 4.1 优化图书馆阅读推广空间规划设计

图书馆在全民阅读中的定位与担当之一就是提供促进阅读与素养教育的阅读推广空间。阅读推广活动归根到底要依托一定的实体或虚拟空间开展,而空间具有可认知性,不同的空间距离、色彩、光照和噪音控制设计会给读者带来不同的感受,空间条件不足会影响阅读推广活动实施及阅读推广作用的发挥。符合服务人群活动特点、阅读需求和行为特点的阅读推广空间和场景是图书馆促进阅读和素养教育的重要条件。如2019年对外开放的杭州图书馆钢琴主题分馆是国内首家以钢琴为空间设计主题的特色钢琴专业图书馆,也是目前国内首个与国际大师工作室融为一体的精品小型专业图书馆<sup>[26]</sup>。又如民宿图书馆“坐忘阁”结合各种阅读推广活动对馆藏资源进行专题组织、空间装饰、展品和设备设施设计,达到促进阅读和素养教育的目标。

同时,图书馆在规划设计符合阅读推广功能和业务需求的空间时需要考虑诸多要素,包括选址、入口、通道、照明、噪音、家具、室内装饰、视觉标识,以及安全性等。这些要素的设计还需要与图书馆阅读推广空间所处地理与人文环境有机融合。如种植本地树种和提供花园景观,实现本地馆藏多元展示和对本地历史文化名人的挖掘,以促进读者阅读体验和交互学习,增

强馆员服务动力、实现图书馆空间价值。

##### 4.2 打造图书馆阅读推广空间管理人才队伍

馆员队伍建设是图书馆创新发展的根本,也是图书馆创新与变革的关键<sup>[27]</sup>。如何赋能馆员,打造精干的战斗团队<sup>[28]</sup>是图书馆“十四五”规划要重点考虑的关键问题。随着空间资源论得到普遍认同,阅读推广空间建设对馆员的空间素养提出了新的要求:①基于前期阅读推广空间规划设计的角度,馆员作为核心主导者和责任相关者,其自身具备的空间设计理念、基本目标、认知素养和能力水平直接决定了空间的性质和服务成效。②基于后续运营、管理和服务的角度,图书馆空间管理与服务团队是图书馆空间体系变革的重要因素,其素质和能力直接关系到读者空间感知和利用评价的效果。因此,公共图书馆阅读推广空间建设不仅要重视空间实体物理环境、设施设备、服务等要素,更要建设一支专业化的阅读推广空间管理人才队伍。

业界普遍重视公共图书馆阅读推广空间馆员的培养,并举办了大量提升馆员空间管理能力的培训活动。如中国图书馆学会2020年“书香助力战‘疫’,阅读通达未来——图书馆员业务能力提升”主题活动的内容包括公共阅读空间建设与发展;2019年第十五期“阅读推广人”培育行动以“图书馆阅读推广空间建设”为主题,围绕经典阅读推广空间、少儿阅读推广空间、特色阅读推广空间等不同功能和主题的阅读推广空间建设授课。从实践看,我国设置了“空间馆员”职位或相关岗位保障阅读推广空间管理的图书馆大都是近年进行过或已经完成空间再造的图书馆。但大部分图书馆目前在组织结构上仍以直线型、职能型为主,可考虑在专门的阅读推广部门或“儿童与青少年部”等兼具阅读推广职责的部门组建“节点”团队,承担中长期阅读推广空间服务工作,以提高馆员的灵活性和专业性。

##### 4.3 加强与阅读推广空间利益相关者的合作

公共图书馆在协调阅读推广的公益性与

部分外部合作伙伴的商业性冲突、明确基本服务与延伸服务的边界外延等基本关系的基础上,可与核心利益相关者共建、共享阅读推广空间。与样本图书馆展开多方合作的阅读推广空间核心利益相关者有:各类基金会、各级政府和街道、政府机构下设的事业单位、国有企业和民营企业、社会公益组织/志愿团队与个人、文旅民宿、科研院所等。这些政府、社会和个人力量参与公共图书馆阅读推广空间建设实践取得了良好的效果。如“阅书房”是以社会效益为导向的文化公益单位,长春市图书馆和以市场为导向的文化企业如美文化旅游发展有限公司通过优势资源整合实现合作共赢。又如,与不同合作力量建设主题图书馆的“杭州模式”、与民宿等合作的“浙江现象”等。

在强化与利益相关者合作的过程中,最重要的是尽可能多地争取和获得政府的支持。研究结果显示,我国公共图书馆阅读推广空间建设东部地区的发展水平远高于中西部地区,其中以浙江省的表现最为突出。政府层面的支持不仅体现在资金投入的增加,还体现在通过一系列政策法规的出台明确了图书馆阅读推广空间建设的政策方向。

#### 4.4 探索图书馆阅读推广空间治理的模式与方法

图书馆阅读推广的理论突破既要解答阅读推广的基础理论命题,又要对实践中广受关注的热点概念作出阐释和回应<sup>[29]</sup>。尤其是随着阅读推广类型细分的推广服务活动不断深化,对公共图书馆阅读推广空间提出了更高标准的要求。所以,公共图书馆在空间规划设计阶段要明确自身所处地理环境、政策环境、技术环境、服务环境,以及自身具备的基础和优势,明确阅读推广空间的性质和类型。前述基于新技术、新环境和新理念的阅读推广空间案例作出了很好的空间治理示范:

##### (1) 文旅阅读推广空间

当前,各地公共图书馆积极探索阅读推广

空间建设与治理的模式及方法。公共文化空间中典型的文旅阅读空间作为推广地方文化的窗口,发挥了科普教育和文化遗产等素养教育的作用,案例中的“坐忘阁”“阅书房”和其他省市公共图书馆文旅融合项目中的民宿阅读推广空间等都是很好的示范。同时,空间场景是文化的展场,图书馆阅读推广空间能够融合所在景区、社区及自然地理环境的特点,并被读者认同和接受,是图书馆阅读推广空间规划设计需秉持的重要理念。

##### (2) 智慧阅读推广空间

智慧图书馆实现了图书馆空间设施设备、阅读场景和阅读环境的智能互联,并注重创新挖掘和运用人工智能技术打造一体化智能阅读推广空间系统。当前,在公共图书馆新馆空间中利用机器人实现智能导航、问答、互动等人机交互,或利用智能管理系统实现书单推送已较为普遍。而以智能技术构建“人”“资源”“空间”三要素相融合的智慧阅读推广服务体系是重要的发展方向。如在图书馆新馆空间,馆员可佩戴AR人脸识别眼镜识别读者的身份信息、历史借阅记录和活动预约情况,快速精准地获知读者的阅读喜好,助力阅读推广服务。

##### 参考文献:

- [1]于静,弓建华,孙媛媛,等.创意,让阅读空间“活起来”——北京师范大学图书馆阅读主题空间创意设计实践[J].图书馆杂志,2020(5):58-66.
- [2]陈幼华,蒋丽丽.图书馆经典阅读推广体系与平台设计研究[J].大学图书馆学报,2016(6).
- [3]饶权.回顾与前瞻:图书馆转型发展面临的问题与思考[J].中国图书馆学报,2020(1):4-15.
- [4]范并思.图书馆阅读推广的合理性审视[J].图书情报工作,2017(23):34-39.
- [5]郭意宏.数字阅读推广的概念、机制与模式[J].图书情报知识,2020(2):51-59.
- [6]孙鹏,王振伟.图书馆数字阅读推广服务创新路径研究[J].图书馆工作与研究,2017(11):53-56.
- [7]严玲艳,胡泊.美国公共图书馆儿童数字阅读推广实践调查及启示[J].图书情报工作,2018(4):137-144.
- [8]冯莉.玩具馆服务对儿童阅读行为促进性的分析与研究——

- 以广州图书馆为例[J]. 四川图书馆学报, 2020(2): 80-85.
- [9] 钱红红. 图书馆数字阅读推广的发展与实施策略——基于《2018年度中国数字阅读白皮书》的启示[J]. 图书与情报, 2019(2): 72-75.
- [10] 李志杰, 熊伟. 图书馆经典阅读推广专业支持系统建设[J]. 图书馆工作与研究, 2018(3): 92-96.
- [11] 杨广锋. 经典阅读推广服务化转型及模式建构[J]. 图书馆建设, 2019(S1): 63-66, 69.
- [12] 张思瑶. 以人为镜, 鉴彼知己——基于分类读物推广理念的“传记读物阅览室”建设[J]. 图书馆杂志, 2019(11): 49-55.
- [13] 张岩. 从经典阅读到返本开新的文化建设——以深圳图书馆“南书房”经典阅读空间为例[J]. 图书馆论坛, 2016(1): 61-66.
- [14] 王宇, 刘偲偲. 经典阅读: 图书馆阅读推广的永恒主题——以沈阳师范大学图书馆为例[J]. 图书情报工作, 2017(6): 11-15.
- [15] 朱原谅, 周梅. “五维一体”的大学经典阅读体系构建与实践——以常熟理工学院为例[J]. 图书情报工作, 2017(12): 101-105.
- [16] 王玮. 从绘本推广到阅读推广——我国绘本阅读推广的理论建设探讨[J]. 出版广角, 2017(16): 28-30.
- [17] 芦婷婷, 邓文池. 影响因素视角下的图书馆儿童绘本阅读推广探析[J]. 图书馆建设, 2017(3).
- [18] 万宇. 多元理论维度中的儿童阅读空间构建——以我国公共图书馆儿童阅览室为例[J]. 图书馆杂志, 2014(4): 42-47.
- [19] 蒋楹. 基于阅读素养视角的学校图书馆阅读推广的实践性研究[J]. 图书馆建设, 2019(S1): 70-73.
- [20] 王宇, 王磊, 尹丽馨. 图书馆信息素养教育与空间再造的融合[J]. 图书馆学刊, 2019(1): 4-7, 11.
- [21] 焦海霞. 基于创客空间的图书馆信息素养教育体系构建与运行机制研究[J]. 图书馆学研究, 2018(19): 20-27.
- [22] 向琳艳, 陈全松, 毕媛媛. 基于艺术素养教育的高校图书馆创新服务研究——以厦门大学图书馆“影像创意空间”为例[J]. 图书馆建设, 2017(1): 85-90.
- [23] 赫尔曼·哈肯. 协同学: 大自然成功的奥秘[M]. 上海: 上海译文出版社, 2005: 7-15.
- [24] 范并思. 拓展图书馆阅读推广的理论疆域[J]. 图书情报知识, 2019(6).
- [25] 新闻出版研究院: 第十七次全国国民阅读调查[EB/OL]. [2020-10-17]. <http://www.199it.com/archives/1040053.html>.
- [26] 李苑. 国内首家钢琴主题分馆在拱墅区开馆[J]. 杭州, 2019(20): 60.
- [27] 王敏, 徐宽. 美国图书馆创客空间实践对我国的借鉴研究[J]. 图书情报工作, 2013(12): 97-100.
- [28] 柯平. 图书馆未来 2035 与“十四五”规划编制[J]. 图书馆杂志, 2020(10): 13-17.
- [29] 李桂华. 深阅读: 概念构建与路径探索[J]. 中国图书馆学报, 2017(6): 50-62.

#### 作者简介:

伍玉伟(1973—), 男, 研究馆员, 广州大学图书馆, 广东, 广州, 510006;

洪芳林(1996—), 男, 华南师范大学经济与管理学院 2019 级图书馆学专业在读硕士研究生, 通讯作者, 华南师范大学经济与管理学院, 广东, 广州, 510006;

毛望平(1998—), 女, 华南师范大学经济与管理学院 2020 级图书馆学专业在读硕士研究生, 华南师范大学经济与管理学院, 广东, 广州, 510006。

## Research on the Practice Progress of Reading Promotion Space Construction in Chinese Public Libraries

Wu Yuwei, Hong Fanglin, Mao Wangping

**Abstract** The article takes 16 public libraries that won the 2020 Library Society of China Reading Promotion Space Case Collection Activity as the research objects, and analyzes their space types, space management, space design and status of space services. The study found that the current public library reading promotion space are clearly positioned and diversified; space management emphasizes the integration of third-party collaborative management and marketing; space design focuses on the construction of scenes and situations; space service content is continuously subdivided and expanded. On this basis, it puts forward strategies of reading promotion space construction in public libraries including providing space planning and design to meet the needs of reading promotion, building a talent team for library reading promotion space management, strengthening cooperation with stakeholders in reading promotion space, and exploring library reading promotion space governance models and methods.

**Keywords** Reading and literacy; Reading promotion; Space; Public library

**Class Number** G258.2