

书榜荐读,一路书香:“辽图好书榜”实践模式及其启示

郝庆¹ 陈雪²

[1.辽宁省图书馆(辽宁省古籍保护中心),辽宁 沈阳 110167;

2.鲁迅美术学院图书馆,辽宁 沈阳 110004]

[摘要]“辽图好书榜”作为辽宁省图书馆阅读推广的工作品牌,经过十多年的实践探索,不断优化细分读者需求,精准定位,通过深度挖掘阅读数据、书目推荐、主题活动、延伸服务、空间体验等实践,激发读者共鸣,形成了阅读推广服务的聚合效应。“辽图好书榜”是引导读者进行高效阅读和深度阅读的成功案例,其实践给公共图书馆阅读推广服务实践带来有益启示。

[关键词]阅读推广 好书榜 荐读

[分类号]G258.2

1 引言

据第21次全国国民阅读调查,2023年我国成年国民人均纸质图书阅读量为4.75本,人均电子书阅读量为3.40本^[1]。我国成年国民对当地举办全民阅读活动的呼声较高。各地全民阅读品牌活动影响力进一步扩大,2023年我国成年国民对全民阅读品牌活动的参与度达67.5%,较2022年增长了0.8个百分点。阅读推广逐渐成为“全民阅读”重要举措和图书馆工作的核心内容之一。

笔者在工作实践中发现,当前图书馆阅读推广工作仍存在问题:一是没有真正建立以读者需求为导向的图书馆藏以及配套活动的阅读推广体系,阅读推广理念比较单一,比如只单向根据馆藏荐书。二是形式僵化,新书架的阅读导读功能利用率有限,新书相关配套推广活动较少。三是辐射范围不大,线上线下推荐衔接不够,没有充分发挥新媒体技术的优势,推广范围有限。

辽宁省图书馆针对以上问题,不断摸索创新实践,形成以书榜为主体,动态与静态荐书相结合,线上与线下服务相结合,流动服务与多元化读者活动相结合的阅读推广体系,打造了“辽图好书榜”阅读推广品牌,引导读者进行高效阅读和深度阅读。“辽图好书榜”实施十多年来,不断细分读者需求,精准定位,通过多平台、多角度、多主题、多形式推荐文献20931册次。其中主题推荐167次;展览63次;编发微文(含视频vlog)1893篇,推荐书目3651种;网约平台“辽图约书”的“好书榜”推荐书目4560册次,点击量约为6.2万人次;“辽图领读者”主题推荐63场次;书友会推荐161期;流动图书馆“好书榜”专架推荐6830册次。“辽图好书榜”推出后,取得了不俗的成绩,服务读者累计超十万人

次,得到读者的广泛赞誉。

2 书榜荐读,菜单式阅读推广模式

“辽图好书榜”旨在推广分众化阅读,以菜单模式为读者推荐高质量的文献资源,提升公众的文化素养和审美水平。在项目初期就明确了突出榜单书目思想性的重要原则,榜单文献资源兼顾艺术性,强调文化的引领、文化的渗透、文化的传承等选书标准,迎合了众多读者对时下畅销书、流行书的阅读需求,让书有其读者。在此基础上,将“辽图好书榜”与特定空间、专家讲座、展览和沙龙等多载体相融合,通过线上线下多途径与读者互动,尊重读者个性化阅读,自主化阅读,让读者有其书。自2013年5月服务项目推出以来,“辽图好书榜”以复合开放、多元融合的项目运作机制,在促进全民阅读的实践中发挥了积极作用。经过十多年的实践探索,以图书榜单为中心开展多方合作,以多样化的阅读推广活动为载体,大力推广全民阅读,形成了具有辽图特色的文化服务品牌。

2.1 为人找书:让书香浓起来

如今图书浩如烟海,但好书难寻,是不争的事实。“读什么”的问题,已经上升到比阅读本身更重要的位置。而读者做出自己的阅读选择,是对启动阅读行为至关重要的第一步^[2]。精选好书榜单的意义,不仅在于对书目情况进行总结,更在于择优汰劣,为广大读者解决选择性难题,从而促进全民阅读。让读者快速、准确地筛选出适合自己阅读的文献,是辽宁省图书馆开展好书榜阅读推广服务的首要任务。

“辽图好书榜”以书目榜单为中心,将图书馆、读者、文献资源以及多元化的推广模式有机结合,在一定时空范围内进行科学设计、组合、配置,引领读者积极参与阅读,形

成了多元化载体文献融合、多样化阅读推广活动融合的阅读推广工作格局,为图书馆阅读推广工作的可持续、多元化、系统性、高质量发展注入了活力,践行了图书馆为人找书的服务原则。

2.2 为书找人:让书“活”起来

“辽图好书榜”及时把握阅读走向,开创有前瞻性的选书流程,汲取出版界对图书市场的评估经验,采用了多种技术手段,开发不同的合作渠道,从而集中优质文献资源,为阅读推广工作打下良好基础。每个特定的分众领域都有不同类别的经典好书。为好书寻找适合的读者,这正是“好书榜”阅读推广的意义所在,真正践行为书找人的原则,达到了让书“活”起来的目的。

3 构建“书榜荐读”机制,形成全面系统的阅读推广服务体系架构

阅读推广各项工作能否顺利开展并取得成效,取决于阅读推广工作是否构建一个架构完整、功能齐全、制度完善的体系。辽宁省图书馆为保证阅读推广工作的持续深入发展,在实践中不断探索,尝试建立“书榜荐读”的科学运作机制,整合馆内各种资源,形成了以“辽图好书榜”为依托的全面、系统、务实的阅读推广服务体系构架。

3.1 拓宽文献资源获取渠道,夯实“辽图好书榜”文献基础

为有效发挥“辽图好书榜”导读、荐读的功能,真正实现“为人找书、为书找人”的目的,辽宁省图书馆密切关注图书发行市场的走势以及社会文化热点,准确判断和把握读者阅读需求特点,在深入调研的基础上,规范选书流程,开发不同合作渠道,保证“好书榜”入选书目的品质及更新速度,让“好书榜”荐读书目禁得住读者的检验。

3.1.1 与图书数据分析公司合作,精准定位图书市场需求

图书数据分析公司熟练掌握图书市场数据分析工具,有着对图书市场数据分析的强大技术实力,能够精准定位图书市场需求。“辽图好书榜”是国内首次图书馆与图书数据分析公司合作的有益实践,创造了通过标准书目网以书榜的形式分批下载书目的工作模式。辽宁省图书馆通过与北京开卷图书数据公司合作,能够一次性获取指定作者或出版机构的所有图书资讯,获得图书第一手信息源,采集更具吸引力的文献资源,为“好书榜”的运营打下坚实的文献信息基础,为图书馆优化采购策略提供了科学依据,大大提高了图书馆文献资源建设效率和读者服务的工作效能。开卷新书网推出的热门作者专题书目,为辽宁省图书馆围绕作品开展丰富多彩的推广活动提供了便利。

3.1.2 整合优质资源,全力打造精品榜单

“辽图好书榜”榜单依托辽宁省图书馆馆藏优势,挖掘优质资源,汲取亚马逊、当当书城、京东商城、凤凰读书、豆瓣阅读等数十家知名图书网站的畅销书榜信息,参选国际、国内重大奖项的获奖作品书单、“文津图书奖”书目及《新周刊》《出版传媒商报》等传统纸媒推出的阅读推荐书目信息,全力打造精品书榜。

3.1.3 融合线上线下协调发展,满足读者即时性阅读需求

“辽图好书榜”利用各类图书馆读者微信群、官方网站、新媒体交流平台,及时捕捉公众阅读需求。通过QQ群、微信群等多种形式与广大读者互动交流,以月为周期在群内开办“好书榜之书香下午茶”阅读分享活动,每期平均30分钟至120分钟不等,由读者互荐图书,累计推出160余期。同时,以书为媒,经常举办书友会和读书会等活动,将文献资源优势与读者群的特点相结合,深度延展书单的价值,并将读者推荐的优质好书精选后集中整合到“辽图好书榜”的书单上,既有利于加深读者的互动性,又保证了入选书目的品质及更新速度,同时也进一步优化了馆藏资源。

3.2 创新阅读服务新场景,提升服务品牌的黏性

辽宁省图书馆从读者需求的视角出发,精心设计并建造了“辽图好书榜”特色空间,致力于打造一个集思想交流、阅读兴趣激发以及创新思维培育于一体的独特阅读空间。空间内书墙摒弃了原有的水平垂直书架排列方式,采用45度倾斜的书架,复古风情的双人靠背椅环绕木制方茶几,连廊式的墙壁上挂着历届诺贝尔文学奖海报,让身处其中的读者拥有舒适感、安全感和归属感。每周更新的好书榜文献资源激发读者阅读兴趣,形成固定读者群,保证“辽图好书榜”的持续服务能力,强化了阅读推广服务的黏性。“辽图好书榜”品牌服务与多元、实用、创新的阅读特色空间相融合,为读者打造一种虚拟与实体相互作用的全新空间形态。

3.3 由点及面,诠释多维阅读推广服务

3.3.1 着力激励性引导,开展多元化主题活动

主题鲜明、内容新颖的阅读推广活动能够提升文化传播的效能和阅读推广服务的精准性。“辽图好书榜”针对不同读者群体,从系列主题定位到重点主题推荐,策划了多元化的主题活动(见表1),努力追求分众、多样、创新、持续、精准、高效的服务效果。

多主题系列榜单书目引领社会阅读潮流,择优汰劣,实时更新,为广大读者提供丰富的阅读参考信息,有效发挥了书目的导读荐读作用。实践证明,“辽图好书榜”对为

表1 “辽图好书榜”多元化主题活动

年份	主题活动	读者人群	参与人次	活动目的
2012	“阅读的美好”及“阅读的灵性”主题书展	普通读者	612	为书找人,让读者感知阅读魅力
2013	“礼迎全运·魅力阅读”文化服务	全运会服务人员	1012	营造良好全运文化氛围,吸引全国媒体关注
2014	“名人·名家·名著”图书专题	成人读者	2102	引领阅读重温经典文献
2015	“书式过寒假,阅读伴我行”寒假阅读专题	青少年读者	706	精心挑选百余册经典青少年读物,培养青少年阅读习惯
2016	“文溯书苑”国学阅读专题	成人读者	1209	通过传统文化相关文献的阅读推荐,树立和增强民族自尊心和自信心
2017	党的“十九大”主题书架	成人读者	1450	通过红色文献宣传推广来展示中国共产党取得的辉煌成就
2018	文献的记忆——改革开放40周年馆藏期刊特展	报刊读者	609	展示馆藏期刊文献,激发期刊资源利用率
2019	“诺贝尔”奖系列专题	成人读者	2378	拉近诺贝尔奖与普通读者的距离
2020	“最美人间六月天”主题书架	青少年读者	760	在“六一”儿童节及父亲节期间引导孩子与家长共读,在阅读中寻找心中的最美人间
2021	“礼赞百年·阅读传承”庆祝中国共产党成立100周年专题文献	成人读者	1190	引导读者阅读红色书籍、感悟百年党史、弘扬红色文化,在阅读中汲取精神营养、丰富文化底蕴
2022	“冰雪情缘,逐梦前行”冬奥系列文献专题推荐	成人读者 青少年读者	1090	普及冬奥会和冰雪运动知识,弘扬奥运精神

读者选择阅读书目、培养阅读习惯、提升图书馆资源的利用率和效能大有裨益。

3.3.2 多种服务形态联动,强化阅读推广服务效果

(1)“流动服务+辽图好书榜”模式

辽宁省图书馆在图书流动车上设立“辽图好书榜”专架,打造流动荐读空间,每周更新专架图书,并根据不同主题,设立如“少儿推荐”“文溯书苑”等荐书专区,形成流动图书馆的阅读推广服务特色。2015年,世界读书日期间图书流动车上推出“文溯书苑”专题推荐书目,并以此为服务平台举办了微型书法、京剧等传统文化体验活动。中国书法家协会辽宁分会会员及文化志愿者现场展现书法艺术的魅力,沈阳师范大学学生演出京剧选段《卖水》,流动图书馆成为读者欢聚的精神家园。

(2)“网借服务+辽图好书榜”模式

2018年4月,辽宁省图书馆启动“辽图约书”网约书项目,在“辽图约书”主页专设“辽图好书榜”。每日更新推荐书目,将最有品质的优秀作品推荐给读者。让读者利用碎片时间高效获取信息资源。“辽图约书”对“好书榜”的嵌入,大大延伸了“好书榜”的传播范围,让“好书榜”的价值远远超越了书目本身的价值,让省级图书馆面向全省读者服务的目标更加接近现实。以思想性和艺术性为引领的推荐书目,让全省范围的读者通过“好书榜”了解辽宁省图书馆及其所提供的服务,引导读者走近图书馆,走近阅读,提升了阅读推广服务的效能,增强了好书榜的影响力。截

至2023年6月,“辽图约书”平台通过“好书榜”推荐各类主题书目达4200余册次,借阅量达62000余人次。

(3)“网络自媒体服务+辽图好书榜”模式

自2014年2月,“好书榜”创办了微展览服务。微展览是将图书资讯、书籍相关网络图片利用多媒体技术做成视频,推送给网络平台的全新荐书形式。2020年起,又推出了图书荐读Vlog、扫码阅读、在线听书等阅读推广新模式。这种适应全媒体时代技术特点和读者使用习惯的阅读推广模式,让读者从新的视角品味阅读,发现知识亮点,获得良好阅读体验,同时这种新兴的“互联网+”模式也拓展了服务受众的范围,吸引着越来越多的读者走近图书馆,走近阅读。

(4)“品牌读者活动+辽图好书榜”模式

2015年以来,辽宁省图书馆一直尝试将“辽图好书榜”嵌入品牌阅读推广活动,以馆藏优质文献为支撑,大力推广中华优秀传统文化,立体展现中华优秀传统文化。其中,最具特色的“文溯书房·真人图书馆”系列活动已举办四十余期线下活动、三十余期线上活动,内容涵盖书法、雕塑、插花、茶道、皮影、脸谱、面塑、盘纸等。“辽图领读者”采用线上与线下相结合的形式同步开展阅读推广活动,邀请不同领域专家、嘉宾解读、品评好书榜文献,为读者深入解读相关领域知识。如“矛盾奖系列主题”“5G领域解读”“法律直通车”“振兴东北 文化先行”“讲好辽宁故事”“弘扬辽宁‘六地’精神”等系列主题活动,均与“辽图好书榜”有

效衔接和融合,吸引了大量忠实读者,以面对面形式交流和分享知识。

4 “辽图好书榜”的实践启示

“辽宁好书榜”经过十多年的运作,服务内容与形式不断丰富,服务的品牌化效应日益彰显。这一案例给公共图书馆阅读推广工作实践带来诸多启示。

4.1 优化阅读推广服务形式,搭建一体化阅读推广体系

阅读推广不仅是让读者阅读一本或几本书的内容,而是要进一步引领“深阅读”和“深思考”。这就需要后续多种形式的阅读体验来激励读者前行。辽宁省图书馆将图书馆、读者、文献资源以及多元化推广模式等要素在一定时空范围内进行设计、整合、组织和配置,不断为读者搭建和完善阅读推广服务体系,依托“辽图好书榜”建立多元化的服务机制,形成了品牌服务的综合效应。这一服务模式为公共图书馆深化优化阅读推广服务提供了经验借鉴,搭建多维度、立体化的阅读推广服务体系,不断丰富阅读推广工作的内容与形式,提升阅读推广服务效能,各级公共图书馆仍需要深入探索与实践。

4.2 建立健全品牌孵化机制,增强服务品牌的影响力

优质的服务内容供给是阅读品牌的核心竞争力,舒适的阅读环境、优质的文本、有创意的活动内容、专业化的阅读指导是形成阅读品牌的核心要素^[9]。辽宁省图书馆以“辽图好书榜”为载体,孵化形成了以不同主题书目推荐为中心,将线上与线下、静态与动态、流动服务与阵地服务、多元活动与特色主题相结合的综合性阅读推广模式,产生了广泛的品牌服务影响力。这一案例启示我们,公共图书馆阅读推广服务需要立足专业化、精品化,进一步深耕专业化服务,精益求精,着力塑造品牌形象,建立健全阅读推广品牌孵化机制,形成阅读推广服务的增值效应和聚合效应,努力打造服务品牌。

4.3 科学评价服务效果,促进读者阅读良性发展

公共图书馆阅读推广服务的最终目标是大力增强读者阅读意愿、激发读者持续阅读行为,营造良好的全民阅读氛围和社会阅读风气。“辽图好书榜”在构建读者阅读推广传播矩阵、培养读者阅读思维的同时,从活动内容、活动形式、组织过程、活动吸引力、活动影响力等方面不断进行科学策划和设计,取得了显著的服务效能。但就当前实践来看,很多图书馆阅读推广服务缺乏科学的评价机制和评价规范。公共图书馆应建立以读者参与活动数据、读者评价反馈、效能发挥等为指标的多维评价机制,最终以读者满意度、受益度和忠诚度来评价阅读推广服务的效果。并

以评估结果为依据,及时优化阅读推广服务的实践路径,提升服务效能,持续推动新环境下阅读推广服务高质量发展^[9]。

4.4 紧扣文旅融合发展的时代命题,以“阅读+旅游+其他业态”共建全民阅读新生态

以构建“图书馆+”融合发展体系为导向,主动顺应文旅消费转型升级新趋势,公共图书馆应打造“体验式、参与式、社群式”的文旅融合服务场景,将图书馆文献资源及服务与当下文化热点有机结合,特别是要加强特色文化资源、地方文化资源的开发、揭示和传播利用,满足读者“个性化、仪式感、品质型”的深层文化需求,将公共图书馆建设成为社会公众研学旅行、文化休闲的精神殿堂。

5 结语

“辽图好书榜”经过十多年的实践探索,不断调整、拓展、优化服务领域和服务策略,取得了显著成效,形成了阅读推广工作品牌。当前,在工作实践中“好书榜”还存在一些局限性。虽然“好书榜”采用辽宁省图书馆官网、官微、抖音号、网约书平台、张贴海报等多种途径宣传,但宣传触角仍未走出图书馆业内平台,宣传力度有待加强。未来应不断加强与跨领域媒体的合作,强化“辽图好书榜”的品牌影响力。此外,“辽图好书榜”的线上活动还需进一步强化和优化,要善于发掘、整理和调配各种新媒体资源,让好书真正能走出图书馆,被更多的读者熟知和利用。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府第21次全国国民阅读调查结果发布[EB/OL].[2024-04-23].https://www.gov.cn/yaowenliebiao/202404/content_6947066.htm.
- [2] 聂凌睿,王萍,赵春辉.书林玫瑰分外香——《好书中的好书:2015年28家好书榜精选书目》评荐[J].新世纪图书馆,2016(4):5-11.
- [3] 傅宝珍.上海思南读书会阅读推广特点及启示[J].图书馆研究,2024(2):101-109.
- [4] 吕冰玉.基于网络社群的高校图书馆阅读推广模式及实践路径研究[J].图书馆工作与研究,2024(6):99-105.

郝庆男,1982年生。本科学历,馆员。研究方向:图书馆学、阅读推广。

陈雪女,1984年生。硕士,副研究馆员。研究方向:图书馆学。

(收稿日期:2023-06-20;责编:徐向东。)