

浅谈基层公共图书馆阅读推广品牌的创建

——以龙海市“图书馆杯”经典美文朗诵比赛为例

蒋一中（龙海市图书馆 福建 363100）

摘要 以龙海市图书馆创建阅读推广品牌为例，分析基层公共图书馆创建阅读推广品牌的必要性和如何创建阅读推广品牌，以及在创建品牌时应遵循哪些原则，如何提高阅读推广品牌的含金量。

关键词 基层公共图书馆 阅读推广 品牌 创建

李克强总理在 2014 年和 2015 年的政府工作报告中，均提出“倡导全民阅读，建设书香社会”的号召，全民阅读的理念已经深入人心。公共图书馆作为社会公共文化服务体系中的一员，在推广全民阅读方面具有独特的优势，也有不可推辞的责任。基层公共图书馆相对于大城市图书馆来说，多处于文化教育相对落后、人们阅读意识较为淡薄的地区，因此开展好阅读推广工作显得更为重要。

1 基层公共图书馆创建阅读推广品牌的必要性

品牌是区别于同类产品的主要标志和价值体现，也是一个公共图书馆区别于其他公共图书馆的核心要素。创建阅读推广品牌，就是通过阅读推广活动，吸引广大市民和读者的兴趣，通过一定的形式参与到活动中来，带动广大市民和全社会进行阅读，经过一定时间的活动积累，成为当地家喻户晓、有一定影响力的活动，形成具有地方独特魅力的品牌，从而形成品牌效应。

1.1 推广全民阅读的有力抓手

近年来，全民阅读意识逐渐深入人心，成为全社会的共识，政府主导、全社会参与是其发展的主要趋势，基层公共图书馆应顺势而为，成为一支阅读推广方面的主力军。基层公共图书馆要在这方面有所作为，必须依靠一定的载体形式。“龙海市‘图书馆杯’经典美文朗诵比赛”（以下简称“朗诵比赛”）就是在这样的背景下应运而生的。该活动的参与对象覆盖全市中小学生、机关企事业单位干部职工等各层次群众，参与范围广。朗诵比赛由政府发文件，上升为政府行为，扩大了活动的影响力和宣传面，得到广大市民的积极响应，成为我市开展全民阅读推广工作的有力抓手，也是落实全民阅读的重要举措。

1.2 提高阅读质量和水平

以龙海市图书馆“图书馆杯”经典美文朗诵比赛为例，通过举办比赛，可在一定程度上提高读者的阅读质量和水平。为在比赛中取得较好的成绩，参赛者必须对参赛作品有深入了解，对作品进行全面解读，加深对作品的认识与了解，甚至为了更好的理解作品而拓展阅读，涉猎更多同类型作品，从而提高参赛者自身的阅读质量和水平。如朗诵比赛的作品之一《木兰诗》，参赛者为了取得更好的效果，通过对服装、背景、道具、动作等的选择和编排，使大家对作品有了更深刻的理解，并利用声、光、电等舞台手段，让参赛者和观众更加深刻地感受到这首诗作所体现的情境，从而增强对这一作品的理解，在一定程度上提高了阅读质量和水平。

1.3 带动更多人走进图书馆

作为公共文化服务主要载体的图书馆，让更多的人走进图书馆、利用图书馆是图书馆人的神圣职责和光荣使命。图书馆的读者越多，生命力就越旺盛，就越突显其存在价值。因此，如何让更多的人走进图书

馆是图书馆人必须认真思考的问题。打造阅读推广品牌，正是符合时代潮流、符合图书馆的发展要求。如朗诵比赛在龙海市影响范围大，程度深，成为龙海市图书馆的一个金字招牌，说起市图书馆，人们就会联想到朗诵比赛；说起朗诵比赛，人们就会想起市图书馆。该活动开展以来，到馆人次连续两年大幅增长，2015年第一届朗诵比赛开展期间入馆读者达25万人次，比2014年增长40%；2016年举办第二届朗诵比赛，入馆读者达35万人次，比2015年又增长40%，图书借阅量也跟着大幅增长，达到了推广全民阅读的目的。

2 阅读推广品牌的选择

近几年，全国各地阅读推广项目种类繁多，百花争艳，但总体上存在规模小、重复率高、缺乏创新、影响力小、生命力弱等不足，未能给广大读者留下深刻印象，推广效果十分有限。所以选择合适的阅读推广项目进行品牌创建非常重要。

2.1 主题要符合时代发展潮流

要创建阅读推广品牌，主题内容要符合时代发展潮流，紧扣社会发展主旋律，这样才会有吸引力，才能得到广大人民群众积极响应。如朗诵比赛就是以朗诵经典美文为主要内容，以比赛形式为载体，可以对广大市民和青少年起到一定的激发作用，达到弘扬中华优秀传统文化、激发爱国主义情怀的目的。

2.2 形式上要简单易行

推广全民阅读，顾名思义就是要扩大阅读推广辐射范围，搭建一个全民参与的活动平台，调动广大公众参与阅读的积极性。比如朗诵比赛形式上可多种多样，不拘一格，有个人赛也有团体赛；可分小学组、中学组和青年组；不设比赛门槛，只要报名就可以参加比赛；内容既可以是唐诗、宋词，也可以是古代或现代优秀散文，给参与者提供了广阔的选择空间，简单易行，适合向公众推广。

2.3 具有可持续性，容易形成品牌效应

创立阅读推广品牌项目，必须着眼长远，眼未来，不能急功近利，应具有连续性和可持续性。比如朗诵比赛，可成为年年开展的活动，每年一届，保证活动的连续性和可持续性。具备影响力后，再进一步丰富比赛内容，扩大参赛者范围，创新活动形式，让该项活动朝着赛事一届比一届精彩，参赛人员一届比一届多，主办单位一届比一届重视，比赛水平一届比一届高，含金量一届比一届高，影响力也一届比一届大的趋势发展，阅读推广的效果显著。

3 阅读推广品牌的塑造

阅读推广品牌的形成不可能一蹴而就，它是根据读者活动目标定位及自身特点，按照一定的流程来运作。以龙海市图书馆朗诵比赛为例，包括策划、宣传、发动、实施、报道和推广、开发的过程。

3.1 前期策划为活动奠定基调

确定一个活动项目以后，就要进行具体的运作，首先要精心策划，做好活动计划准备工作，为整个活动定下基调。策划的内容包括活动的规模和范围、参与对象、活动时间、地点以及人员分工、活动细则、奖项设置、参与单位、后期事宜等。以朗诵比赛为例，确定该项活动由中共龙海市委宣传部等4个部门联合主办，由龙海市图书馆承办，范围覆盖全市各行各业，参与对象为全市中小学生和机关企事业单位和个人。由于涉及的单位和个人较多，需要多个部门配合，因此由市委宣传部牵头，召开协调会，落实具体分工，明确部门职责，为该项活动的成功举办提供政府支持。

3.2 宣传发动力度决定活动参与度

阅读推广的目的就是要让尽可能多的人参与阅读，要让更多的人了解活动，参与活动，就必须进行宣传发动。应使用多种宣传手段，让各层面的人都能了解活动情况，激发他们的参与热情，例如可通过政府发文、会议通知、宣传海报、报纸、电视、网站、微信、微博、甚至电话、口头传播等各种渠道开展宣传工作。除媒体宣传外，图书馆主动邀请相关单位参加也是非常必要的。比如举办第一届朗诵比赛时，很多单位还处在观望状态，图书馆工作人员向他们耐心解释说明，热忱邀请各单位参与，使得更多的单位组队参加比赛。在我们的努力下，第一届参赛人数达到 700 多人，为朗诵比赛的成功举办打下坚实的基础。

3.3 活动实施过程是活动成败的关键

举办活动是一项系统工程，特别是大型的比赛活动，涉及到方方面面。活动的实施过程包括赛前的组织、协调、人员分工、抽签、排序、演练以及比赛过程中的应急、拍摄、引导、秩序维护、氛围布置等等。活动现场的跟踪报道是活动的重要组成部分，如果能把活动过程中一些比较有趣的事件进行报道，让广大市民及时了解活动进度，也可以让赛事得到更广泛的宣传，吸引和带动更多的市民参与。在朗诵比赛过程中，我馆力邀当地媒体对比赛的彩排过程、准备过程等进行实时报道，营造了良好的舆论氛围，让赛事一直保持较高的关注度，提升活动的影响力和认知度，从而达到举办活动的目的。

3.4 后续推广和二次开发利用使社会效益最大化

塑造阅读推广品牌，还要注意活动的后续推广和二次开发，使之社会效益最大化。以朗诵比赛为例，比赛结束后，我们将比赛视频制作成光盘，赠给相关单位和个人，并在电视台开设专栏播放，还把视频上传到相关网站和微信平台，供市民观看，使该项活动的宣传进一步延伸，让没有到现场观看的市民也可以通过多种途径看到比赛的情况，达到最佳的推广效果。还可利用赛事的影响力，邀请优秀选手定期参加图书馆举办的其他活动，或推选他们到更高层次的平台参加比赛，延伸比赛效应。

4 提高阅读推广品牌的含金量

社会影响力是检验一个活动品牌含金量的重要组成部分。图书馆阅读推广品牌的社会影响力越大，含金量越高，品牌效应越好，阅读推广的效果自然就越好。

4.1 需要时间的积累与沉淀

一个品牌的形成有其自身的规律，一般包括初步建立、快速发展和稳定成长 3 个阶段。初步建立阶段是品牌形成的初期阶段，这一过程决定了一项活动能否打造成为品牌，活动初期市民的认可度和参与度决定了其能产生的社会效益和影响力。快速发展阶段是指品牌形成的中期阶段，要比初期阶段发展更迅速，成果更显著，社会影响更明显，活动的质量和水平也在不断提高，逐渐形成持续的社会效应和影响力。在快速发展阶段，活动自身存在的一些不足与缺陷也会不断暴露，需要主办方及时修改活动方案，关注活动效果，不断提高质量，最终形成品牌。只有经过一定时间的积累，从量变到质变，活动的品牌效应才会逐渐出现，开始进入稳定成长阶段。在这一阶段，需要稳定发挥活动的品牌效应，并加强活动的内涵建设，加大宣传力度，促进品牌的发展与成长。

4.2 政府的重视和参与

政府如果能够重视和参与当地的阅读推广活动，那么它的社会认可度就越高，而且政府级别越高，权威性就越高，含金量就越大。公共图书馆作为社会公共文化服务体系的重要组成部分，政府对图书馆的发展和功能的发挥有着不可推卸的责任，应在政策和经费等方面给予必要支持。2015年俄罗斯总统普京签署

《关于在俄罗斯联邦举办文学年》的第426号总统令，同年10月29日，俄罗斯联邦会议下议院国家杜马通过《关于2015年开展俄罗斯联邦文学年主要项目的计划》，从国家战略的角度进行阅读推广，值得我们借鉴。龙海市“图书馆杯”朗诵比赛则是由中共龙海市委宣传部等4部门联合主办，由市图书馆承办，是全市级别最高的一个赛事，为这一品牌的形成提供了政策保障。

4.3 适当的表彰和奖励

对比赛中脱颖而出的选手给予适当的表彰和奖励，更能激发选手们参与的热情，吸引更多的优秀选手参与活动，这样活动的知名度就会越来越高，含金量也越来越大。我们在朗诵比赛中设定表彰评选环节，对获奖选手给予一定的表彰鼓励，在多种媒体上通报表扬，增加获奖者的自豪感和荣誉感，并将荣誉纳入参赛单位的“评优评先”体系中，增加该项活动的认可度和含金量。

5 结语

龙海市“图书馆杯”经典美文朗诵比赛作为龙海市图书馆阅读推广活动的典型代表，在促进全民阅读中取得了良好的社会效益。2016年我馆到馆读者达35万人次，借书量达30万册，均比2015年增长近40%。这些快速增长的读者量大多得益于该项活动的影响。一花独放不是春，百花齐放春满园。阅读推广品牌的不断成长和壮大，可加深社会各界的全民阅读意识，为建设书香社会营造良好氛围。

参考文献

- 1 朱红. 公共图书馆创立全民阅读品牌的实践探析[J]. 四川图书馆学报, 2015(6):42-44.
- 2 曹国风. 高校图书馆阅读推广活动品牌创建与思考[J]. 情报与探索, 2015(10):96-102.

蒋一中 龙海市图书馆馆长，中学高级教师。

(收稿日期：2017-02-27。范华秀编发。)