

全民阅读新常态发展 策略探索

QUANMIN YUEDU XINCHANGTAI FAZHAN
CELUE TANSUO

王 宇 丁振伟 张艳伟 主编



海洋出版社

全民阅读新常态发展策略探索

王 宇 丁振伟 张艳伟 主编

海洋出版社

2016 年 · 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

全民阅读新常态发展策略探索/王宇, 丁振伟, 张艳伟主编. —北京: 海洋出版社, 2016. 1

ISBN 978 - 7 - 5027 - 9369 - 2

I. ①全… II. ①王… ②丁… ③张… III. ①读书活动 - 研究 - 中国
IV. ①G252. 17

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 161796 号

责任编辑: 杨海萍 张 欣

责任印制: 赵麟苏

海洋出版社 出版发行

<http://www.oceanpress.com.cn>

北京市海淀区大慧寺路 8 号 邮编: 100081

北京朝阳印刷厂有限责任公司印刷 新华书店发行所经销

2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 9.5

字数: 166 千字 定价: 36.00 元

发行部: 62132549 邮购部: 68038093 总编室: 62114335

海洋版图书印、装错误可随时退换

目 次

第一章 全民阅读推广思路与方法的转型	(1)
一、全民阅读推广及其发展现状	(1)
二、全民阅读推广思路的升级	(8)
三、全民阅读推广工作方法的转型	(12)
四、全社会合力共同建设书香社会	(18)
第二章 全民阅读工程法律与政策环境	(22)
一、全民阅读的缘起与发展概况	(22)
二、全民阅读工程的法律政策环境	(24)
三、全民阅读工程法律政策环境评价	(30)
四、全民阅读工程立法为当务之急	(31)
五、地方政府全民阅读规章相继出台	(33)
第三章 全民阅读数字化资源保障与引领	(40)
一、数字阅读被纳入全民阅读计划	(40)
二、全媒体时代数字化阅读特征	(41)
三、数字化阅读存在的问题	(43)
四、数字化内容的监控与正能量引导	(44)
第四章 全民阅读活动中激励策略之运用	(49)
一、激励及其在全民阅读活动中的作用	(49)
二、全民阅读活动中激励手段的运用措施	(51)
三、全民阅读活动中激励手段的运作模式	(53)
四、实现良好激励效能助推全民阅读	(55)
第五章 全民阅读志愿者队伍及其支撑作用	(57)
一、全民阅读志愿者队伍及其涵义	(57)
二、全民阅读志愿者队伍的支撑作用	(59)
三、全民阅读志愿者队伍构建运行方式	(61)

四、弘扬志愿文化推广全民阅读	(64)
第六章 全民阅读工程亟须“独立书评人”	(66)
一、书评与书评人的含义	(66)
二、书评人遭遇诚信危机	(68)
三、书评人职业道德底线	(69)
四、建立独立书评人制度不容忽视	(71)
第七章 公益性民间读书会及其与图书馆的合作机制	(75)
一、民间读书会及其发展现状	(75)
二、民间读书会的能量价值	(78)
三、民间读书会坚守的困惑	(80)
四、民间读书会与图书馆的合作机制	(82)
第八章 全民阅读联合会及其阅读推广作用	(86)
一、阅读联合会及其组织结构	(86)
二、中国的阅读联合会发展现状及其问题	(88)
三、阅读联合会在全民阅读推广中的作用	(90)
四、促进全民阅读联合会的持续发展	(94)
第九章 阅读形象大使及其常态机制	(100)
一、“阅读形象大使”的涵义	(100)
二、阅读形象大使的示范作用	(101)
三、阅读形象大使的选聘策略	(103)
四、阅读形象大使的选聘来源	(104)
五、构建阅读形象大使常态机制	(106)
第十章 全民阅读需要“分众阅读指导”	(110)
一、“分众阅读指导”的含义	(110)
二、国内外“分众阅读指导”状况	(111)
三、“分众阅读指导”的作用与意义	(114)
四、阅读推广“分众阅读指导”运作	(114)
第十一章 真人图书馆:农家书屋创新服务之佳选	(122)
一、农家书屋活动现状及存在问题	(122)
二、农家书屋“真人图书馆”的特点与意义	(124)
三、农家书屋“真人图书馆”运作策略	(126)

四、构建农家书屋的新型服务模式	(129)
第十二章 辽宁省全民阅读工程优化推进策略	(131)
一、辽宁省全民阅读工程的定位	(131)
二、优化辽宁全民阅读工程的必要	(132)
三、治理辽宁全民阅读工程的策略	(134)
四、推广阅读是建设辽宁强基固本的战略	(136)

第一章 全民阅读推广思路与方法的转型

近年来，党和国家高度重视推广全民阅读，推出了一系列文化惠民工程，其中较显著的有农家书屋工程、全民阅读工程、促进西部少数民族群众阅读的“东风工程”等。全民阅读作为一项提高国民文化素质的基础工作，是提高国家文化软实力、增强综合国力的重要内容。2006年，由中宣部、中央文明办、新闻出版总署等11部委联合倡导开展全民阅读工程，并成立全民阅读组织协调办公室，推动全民阅读活动在全国各地蓬勃发展。全民阅读活动开展以来，各地组织了读书节、读书月、读书周、阅读日等活动，涌现出一大批品牌活动，产生了广泛的社会影响。全民阅读活动经过近10年的发展，已取得长足的发展，收到良好的效果。目前，全民阅读推广工作已成为国家战略，正在向深度和广度推进，因此，在传统式组织活动基础上，如何创新推广思路，拓展组织活动方法，全社会多角度推进书香社会建设，是今后一段时间的工作目标，旨在更好地推进全民阅读、建设书香社会。

一、全民阅读推广及其发展现状

（一）全民阅读活动的缘起

阅读对人成长具有重大的影响，一本好书往往能改变人的一生，而一个民族的精神境界。在很大程度上取决于全民族的阅读水平。在知识与信息经济时代，阅读能力还是国家文化软实力 and 综合国力的核心元素之一。正是意识到推广国民阅读的重要性，联合国教科文组织于1972年提出了建设阅读社会的目标，1995年把每年的4月23日定为“世界阅读日”，在全球范围内推进阅读工程。世界上多个国家以这一天为中心，大力推进国民阅读工程，把促进国民阅读当做国策来抓，实行文化强国战略。自1995年起，美国相继提出了“美国阅读挑战”、“卓越阅读方案”、“阅读高峰会”等计划，并不断推动以立法的形式将早期阅读能力培养制度化，成立了国际阅读协会及全美

阅读小组等专业机构,从事早期阅读的相关促进工作。英国政府为了营造读书环境,曾创造性地将读书周延长为阅读年。通过阅读年,政府拨出专款,为全国中小学图书馆购置大量图书,同时在小学每天开设一小时的阅读课程,专门用来提高读写能力。此外,法、日、德、俄等许多国家都设立了全国性的读书机构和读书活动,如日本有“读书协会”、“日本读书周”,法国有“图书节”、“图书与阅读月”。近年来,通过开展阅读节活动来促进全民阅读已成为世界各国比较普遍的做法,中国的各种读书活动源于此。

(二) 中国全民阅读活动的发展

1. “振兴中华读书”活动

在中国,倡导国民阅读,提高国民文化素质,一直受到党和政府及社会各界的高度重视。上世纪80年代,伴随着思想解放、改革开放和社会主义现代化建设的时代大潮,上海市率先开展了“振兴中华读书活动”。1982年3月,上海市总工会、解放日报社、共青团上海市委员会、上海市新闻出版局在上海职工读书活动的基础上,共同酝酿掀起一个读书活动的新高潮。同年4月,上海市成立振兴中华读书指导委员会,重点组织开展读书活动,提升上海市民素质,创建学习型社会。读书活动开始就以人生观、世界观教育为核心,以读中国近代史、中国革命史、社会发展史“三史”为重点;以“自愿报名、自学为主、自由组合、自选书目”为读书活动原则;以“干什么、学什么、缺什么、补什么”为主要内容;以“岗位读书、岗位成才”为宗旨的群众性读书活动在上海兴起,这标志着振兴中华读书活动进入一个全新的领域,并开始确立在社会化大教育格局中的独特地位。如今,上海振兴中华读书活动与全民阅读高度融合,距今已有30多年,他们与时俱进,不断适应社会、企业、职工和市民的需要,紧紧围绕学习型城市建设和构建和谐社会的要求,锐意进取,开拓创新,进而成为学习型城市的标志项目,群众性文化的经典品牌^[1]。

2. “中国青少年新世纪读书计划”活动

上世纪90年代,各种大型青少年读书活动风起云涌,这些活动不仅内容丰富、形式多样、而且持续坚持很好。1993年由中宣部、教育部、新闻出版总署和全国妇联联合发起的“全国青少年爱国主义教育读书活动”。该活动吸引了3.6亿人次青少年参加,各地坚持读书与活动融为一体,寓教育于各种

活动之中,成为在全国青少年中参加人数最多、持续时间最长、教育效果最好的读书活动,迄今为止已经举办过 21 届。1998 年 12 月,共青团中央联合中宣部、教育部、科技部、文化部、广电总局、新闻出版署、中国科协、总政组织部共同发起了“中国青少年新世纪读书计划”。这项活动以共青团组织为主导,旨在通过社会化和市场化方式运作,组织青少年开展读书活动并为他们读书成才提供服务,不断提高青少年的思想道德素质和科学文化素质。该计划主要包括:①着力形成良好的读书导向,引导青少年多读书、读好书;②大力开展主题读书活动,广泛吸引青少年参与;③积极构建读书网络和阵地,推进读书计划的事业化发展,努力为青少年读者提供扎实有效的服务;④实施助学行动,为青少年读书成才服务^[2]。

3. 全国“知识工程”活动

“知识工程”是以发展图书馆事业为手段,以倡导读书、传播知识、推动社会文明与进步为目的的一项社会文化系统工程。这一做法由广西壮族自治区首倡,他们自 1994 年起在全区开展“知识工程”活动,收到了很好的社会效果。1997 年中宣部、文化部、新闻出版总署、全国总工会、共青团中央、全国妇联等九个部委联合发出《关于在全国组织实施“知识工程”的通知》,启动实施了“倡导全民读书,建设阅读社会”的“知识工程”。随之成立了全国“知识工程”领导小组;提出开展“知识工程”活动的四点要求;印发了全国“知识工程”实施方案。《方案》中明确规定了从 1997 年到 2010 年活动的总体四大目标:①形成全社会爱书、读书、利用图书馆的良好风尚,提高全民族的思想道德素质和科学文化素质。②完善图书馆布点及条件建设,使图书馆网点遍及城乡各地。③把知识送到农村去,提高广大农民素质,为科教兴农贡献力量。④提高各级各类型图书馆的服务质量、服务水平与服务能力,发挥图书馆在两个文明建设中的作用。

同时制定了六条实施措施,明确由全国“知识工程”领导小组负责组织管理工作。在知识工程实施过程中,全国各级各类型图书馆逐步实现了由封闭型向开放型、内向型向辐射型的转变,变被动服务为主动服务,使图书馆的科学、教育、文化、信息等职能得到充分发挥^[3]。

4. 创建“学习型社会”

中国于 2002 年 11 月党的十六大把建设学习型社会,列为全面建设小康社会的重要目标,由此拉开了中国创建学习型社会的帷幕。所谓学习型社会,

就是有相应的机制和手段促进和保障全民学习和终身学习的社会,它包括学习型公民、学习型组织、学习型城市、学习型政党和学习型政府等内容。其基本特征是善于不断学习,形成全民学习、终身学习、积极向上的社会风气。其核心内涵是全民学习、终生学习。在创建学习型城市及各类学习型组织中党委政府是领导主体,各个部门是创建职能的管理主体,其中教育主管部门是各类教育的综合领导部门,基层政权组织及单位则是组织实施的主体;在党委政府领导下,上下各方协调沟通,统一部署,分工落实,将实现创建各类学习型组织的工作推向深入。在学习型社会构建过程中,全国从社会主义现代化建设的高度,认真学习理论,扎实做好工作^[4]。通过各级部门的认真部署和实践,推进了学习型社会形态的进一步深入发展。创建学习型社会与全民阅读是相辅相成的关系。创建学习型社会离不开全民阅读。

5. 多部门联合倡导的“全民阅读”

在2006年“世界图书日”到来之际,中宣部、中央文明办、新闻出版总署、文化部、教育部、解放军总政治部宣传部、中华全国总工会、共青团中央、中华全国妇女联合会、中国作协发布《关于开展全民阅读活动的倡议书》,倡导全民阅读。2009年4月23日,温家宝总理专程到商务印书馆和国家图书馆参加“世界读书日”活动,并提出“读书决定个人的修养和境界,关系一个民族的素质和力量,影响一个国家的前途和命运。一个不读书的人、不读书的民族,是没有希望的”^[5]。2009年5月,习近平主席在中央党校2009年春季学期第二批进修班暨专题研讨班开学典礼上,作了题为《领导干部要爱读书读好书善读书》的重要讲话,指出:“领导干部要爱读书、读好书、善读书,推动学习型政党、学习型社会建设”^[6]。党和国家对读书问题的高度重视进一步掀起全国读书活动新高潮。在党和国家领导人的直接参与和推动下,全民阅读活动开展得越来越活跃,从中央各相关部委到全国31个省、市,都开展了大量的阅读活动。据不完全统计,约有400多个城市自发开展了读书节、读书月等活动,从而使全民阅读的观念深入人心,读书的氛围日益浓厚。2009年,长沙等一批城市开展了首届读书节活动,广州、深圳、苏州、杭州等一些城市在连续举办多年读书节的基础上,将读书节活动掀起新的高潮。读书节成为盛大节日,读书游园会、晒书大会、图书漂流、市民书屋、机关读书会、诵读经典活动等一些创新性读书活动在各地涌现并受到读者热烈追捧。

6. 全民阅读活动的深入推进

随着社会各界对读书活动认识的不断深化,促进阅读,提升城市品位,成为各地促进阅读的共同认知,读书活动在全国各地风起云涌,全民阅读进入大发展的历史时期。2010年至2011年,全民阅读活动作为促进建设书香社会、提高国民文化素质、拉动文化消费的重要举措,进一步得到了社会的广泛认可。各级政府、教育界、出版界、图书馆及民间阅读组织等成为推动阅读的主要力量。在历年经验积累的基础上,全民阅读活动的举办方式得以丰富与开拓,社会影响和参与范围继续扩大,活动所取得的成效,进一步彰显了社会转型时期倡导阅读对文化建设和文化引导的战略意义。2012年以后,全民阅读推广工作进入了社会平台化运作的新阶段。全国各省、自治区、直辖市都建立起特色的全民阅读推广活动,内容丰富、形式多样、方法灵活,全民阅读推广工作呈现出以人为本的个性化价值取向、与时俱进的数字化发展取向以及全民参与的多元化价值取向。

2014年4月,中国新闻出版研究院组织实施的“第十一次全国国民阅读调查”结果显示,2013年中国国民阅读的主要表现:①2013年中国成年国民图书阅读率稳步上升,各媒介综合阅读率上升为76.7%,较2012年上升了0.4%。②与2012年相比,纸质图书、电子书的阅读率略有提升,报纸和期刊的阅读率均有所下降。成年国民人均纸质图书和电子书合计阅读量为7.25本,比2012年上升了0.51本。③中国成年国民每天接触传统纸质媒介时长均有不同程度的减少;新兴媒介中,上网时长和手机阅读的接触时长呈增长趋势。④2013年中国成年国民的网络在线阅读、手机阅读和电子阅读器阅读均有所上升。⑤中国成年国民对图书、期刊的价格承受能力与去年基本持平,电子书的价格承受能力略有下降。⑥有数字化阅读行为的成年人中超过九成成为49周岁以下人群,六成以上国民倾向纸质阅读方式。⑦超五成的成年国民认为自己的阅读数量较少,六成以上国民希望当地有关部门举办阅读活动。⑧0—17周岁未成年人图书阅读率为76.1%,未成年人的人均图书阅读量为6.97本,较2012年提高了1.48本。⑨在0—8周岁有阅读行为的儿童家庭中,平时有陪孩子读书习惯的家庭占到86.5%^[7]。根据本次阅读调查结果中成年国民图书阅读率、媒介综合阅读率、数字化阅读率、人均纸质阅读量等数字,可以看出全民阅读整体呈现良好发展态势,阅读习惯呈现变化趋势。但是与一些国外发达国家相比,

中国国民的阅读水平还相对较低,在全民阅读的推广工作中还存在很多问题亟须解决,需要国家、社会及全体国民共同努力,从总体上促进国民素质及国家文化软实力的提升。

(三) 全民阅读推广现实存在的问题

总体看来,目前中国全民阅读推广工作存在着重视短期效果,忽视长远规划,可持续性弱等特点,主要表现在以下几个方面:

1. 缺乏国家层面的全民阅读组织机构

阅读推广涉及面广,需要强有力的组织机构来调动社会各种资源,提高推广活动的系统性,效果才会更加显著。美国成立了全国性的“国际阅读协会”及“全美阅读小组”等专司阅读的组织机构,从事全民阅读的促进工作,美国出版商协会负责畅销书排名,组织图书评奖,研制阅读书目并举办各种阅读推广活动。日本建构专门的“读书协会”,经常举办“日本读书周”之类的全民阅读活动。中国的全民阅读活动近年主要由国家新闻出版总署负责,也成立了全民阅读活动组织协调办公室,统一组织管理全民阅读活动,推动了全民阅读活动的广泛开展。但该办公室层级较低,权威性不够,缺乏社会资源协调与整合的力度,虽然各地全民阅读推广活动内容不断丰富,但仍显组织不够有序,实施不够深入,缺乏可持续发展机制。

2. 国家读书节一直未能建立

设立“国家阅读节”源于今天的全民阅读现实,虽然许多人大代表、专家学者连年提议案呼吁和呐喊设立“国家阅读节”,从2006年全民阅读倡导以来至今近10年的光景迟迟不能建立,不利于各级政府重视全民阅读,不利于媒体宣传推广全民阅读,更不利于读书理念植根于广大民众心中。目前中国全民阅读正面临许多问题,在综合国力不断提高,人民群众生活不断改善的背景下,国民阅读情况却不尽如人意,国民阅读率比较低。从历年的全国国民阅读调查结果来看,中国国民年人均阅读图书和人均图书消费均不容乐观,低于韩国、法国、日本、以色列、德国等国。尽管中国每年出版图书数量已经位居世界第一,但国民阅读指数并不高,甚至有“中国人不爱读书”令人尴尬的说法。从大文化背景来说,阅读,尤其是真正意义上的文化阅读,正在受到商业物质主义的冲击和挑战,这是令人倍感焦虑和困惑的。读书关系到一个人的思想境界和修养,关系到一个民族的素质,关系到一个国家的

兴旺发达。一个不读书的人是没有前途的，一个不读书的民族也是没有前途的。设立“国家阅读节”就是出于这样的文化与精神共识。

3. 全民阅读推广无法可依

世界上许多国家都以立法的形式来保障和推进全民阅读。如美国的《卓越阅读法》和《不让一个孩子落后法案》、日本的《关于推进儿童读书活动的法律》和《文字印刷文化振兴法案》、韩国的《图书馆及读书振兴法》和《读书文化振兴法》、俄罗斯的《民族阅读大纲》等。这些法规的制定都紧密结合本国具体实际，对本国国民读书活动推动作用极大。中国系统开展全民阅读推广活动的历史较短，目前尚没有对全民阅读立法，虽然有一些地方性的阅读推广规划文件，但缺乏系统性和持续性。例如，推荐书目虽是阅读推广的重要方法，但书目编制需要科学研究，切不可沦为商业工具；目前全民阅读研究机构之间的交流沟通不足，阅读研究的学科交叉不够；阅读学的学科定位不够清晰，学科地位尚未得到学术界的广泛认可；对一些具体的学术问题，诸如数字阅读的积极作用和负面影响研究还不够深入。所有这些问题，都需要制定全国性质的阅读规划，指导全民阅读活动的开展。中国的全民阅读是一项系统工程，建立国家全民阅读法规，通过立法赋予推广全民阅读的合法地位，保障实现全民阅读的实质性推进，符合中国读书的国情，不仅需要，而且必要，更是当务之急。

4. 缺乏国家阅读基金

世界上许多国家通过公共财政提供资金设立国家阅读基金，推进国民阅读的持续深入开展。如1992年英国成立的图书信托基金会，每年由国家财政投入资金并吸纳社会慈善资金，开展以“阅读起跑线”为核心的全民阅读；德国在1988年成立德国促进阅读基金会，其历任名誉主席都由德国总统担任；俄罗斯也在1994年建立俄罗斯读书基金会。此外，美国、保加利亚、日本、韩国和泰国等很多国家也都设立了各类阅读基金会或国民阅读扶持工程。在中国全民阅读已经开展10余年，可喜的是近年地方发起成立了几家，如广东省的南方阅读公益基金会，是首家致力于推动中国青少年公益阅读活动的专项基金；深圳市爱阅公益基金会、深圳市天图教育基金会、陕西纯山教育基金会等，国家层面的全民阅读公益基金会一直没有建立，更没有用于全民阅读的公益基金，这不能不说是一种遗憾。

二、全民阅读推广思路的升级

（一）坚持以人为本的人性化

全民阅读推广必须坚持以人为本，注重推送，加强引导，在锁定读书爱好者上下工夫，让更多的人了解为什么阅读需要推广以及阅读正在怎样推广，最终落实到调查、总结和提升的用户行为调研上。阅读推广工作过程中不能忽略阅读群体分类，群体不同，阅读取向、目标和目的都不相同，一概而论很难奏效。在引导和发展读者个性化阅读方面，图书馆还需要进一步做好工作。

1. 开展民众阅读教育

目前许多民众对为什么开展全民阅读没有足够认识，读书意识还很淡薄，一般家庭基本很少购书投入，用于读书的时间更少之又少，导致利用图书馆文献资源能力也比较差。因此，全民阅读推广要重视民众阅读教育。要让民众认识和了解全民阅读的作用与意义，对读者进行阅读道德和阅读方法教育，以及图书馆使用方法和文献检索教育等。开展读者教育的目的就在于提高读者信息素养，促进读者的个性化阅读，让读者通过各种有效的方式方法自我满足文献信息需求。

2. 做好网络导读工作

莱辛曾说：“一本大书，就是一桩大罪。”这表明，阅读是需要指导的，减少其无序性和盲目性。无论是传统的纸本阅读，还是时下流行的数字阅读，图书馆都应该做好导读工作，如编制推荐书目或导读书目，针对网络阅读建立网络导航等。推荐书目或网络导航要体现文献信息的及时性，并结合读者的专业、兴趣爱好和文化程度等因素，选择最优秀、最基本和最必需的文獻信息，有针对性地满足读者阅读需求。建立好各级全民阅读网站，发挥网站的作用，充分利用网络指导全民阅读。

3. 加强文献资源建设

开展全民阅读，文献资源建设是保障前提，只有建设丰富的纸质资源和数字化资源才是开展全民阅读活动的坚实后盾。为了更好地开展推广全民阅读，图书、期刊、报纸等纸质资源以及各种文献数据库等数字化资源是越齐全越好，尤其是地方特色文献资源建设更有意义。各地公共图书馆要重点建

设和形成若干特色文献专藏。地方文献资源建设,是公共图书馆建设的重要内容。地方特色文献资源建设的内容可包括地方政治、经济、文化和风俗民情等资源。

4. 强化阅读服务意识

作为全民阅读推广服务部门,要更新和强化阅读服务意识。“服务”是图书馆永恒的话题,也是其赖以存在的生命线。图书馆应强化全民阅读服务意识,将民众读书摆在首要位置,一切工作都应围绕服务阅读展开。敞开大门,热情服务,尽可能地为所有读者提供便捷细致的服务,尤其是针对老弱病残等弱势群体,更要体现人性化服务。而馆员素质高低对图书馆服务有着重要影响,也与图书馆的持续性发展紧密相连。促进个性化阅读的发展,需要馆员较高的思想素质、职业素质和专业素质,只有全面提升馆员的自身素质才能更好地推动社会阅读的发展^[8]。

(二) 实现全民阅读的多元化

“倡导全民阅读,建设书香社会”需要我们每个人的参与,因为这本身就是一个“全民总动员”的过程。无论是在政府层面对全民阅读战略的制定,还是相关机构对阅读的倡导,亦或是家庭对阅读氛围的营造,全民阅读需要一点一滴的积累,以更为丰富多彩的形式深入人心,最终才能化茧成蝶。随着图书馆事业的蓬勃发展,应对读者服务理念进一步深化。为了让广大读者更好地利用图书馆,各地图书馆积极响应国家号召与各种政策,紧跟时代步伐,恪守公共图书馆的社会职责,充分发挥馆藏和各种媒介的海量资源。通过网络化开放式服务、多馆联盟资源共享等服务模式满足广大读者的需求;创办丰富多彩的读书活动,打造文化讲座品牌;创建总分馆制服务模式,搭建网络信息平台;开展送书、好书导荐、文化展览、电影展播、读者调查、专题服务等活动,把图书馆的服务和资源延伸至城乡各地,提供给社会各阶层读者。各图书馆在追求利民的同时,还要不断更新活动形式,根据自身优势开展特色活动,如定期组织周边学校的学生参观图书馆;向周边的乡镇(街道)综合文化站、村(社区)活动室及市民免费赠予阅读卡;设立读者体验区,让读者推荐馆藏活动;爱心义卖活动,故事会、读书会、送书下乡、图书漂流以及借助网络平台建立虚拟QQ阅读社群等,加强群众与图书馆直接的接触,让读者参加其中、乐在其中,更加全面地了解并利用公共图书馆多元化的服务功能。

（三）注重与时俱进的数字化

随着全球数字化迅速发展，媒体格局转变，互联网、移动互联网等新兴媒体逐渐成为人们获取信息的主要途径。截至2014年12月，中国网民规模超过6亿；手机网民规模逐渐壮大，达到5.57亿^[9]。庞大的用户规模为数字阅读的发展创造了良好广阔的市场空间。在2015年“两会”的政府工作报告中，李克强总理提出中国将实施“互联网+”行动计划，借助互联网应用、移动互联网、云计算、大数据、物联网等现代技术挖掘和拓宽新的产业经济增长点。同时，总理再次提及“全民阅读计划”，并明确表示，会继续把“全民阅读”写进政府工作报告，期望全民阅读能够形成一种氛围，无处不在。这无疑给数字阅读产业极大的信心和政策支持。随着科技不断发展，数字阅读以其便捷的优势，吸引了越来越多的读者，也成为未来的发展趋势。然而对于“互联网+阅读”的大热，著名作家梁晓声发出了不同的声音。作为国内最早拥有电脑的作家之一，他却至今坚持用笔写作，坚持传统纸质阅读。他认为传统阅读是无法取代的，完美的阅读方式应是二者的结合，既享受数字阅读带来的便利，也要继承传统阅读的优势，能在时代的匆匆脚步里静下心来，沉淀下来，深入思考。

以网络阅读为代表的数字化阅读方式的兴起，给传统阅读的发展带来了冲击，也带来了一定的机遇。数字化阅读为读者提供了一种全新的阅读体验，与传统阅读是相辅相成的，共同构成人类阅读的两股力量。传统阅读的价值与历史作用，是新型的数字化阅读不可替代的，数字化阅读的优势也是传统阅读无法比拟的，数字化阅读无法完全取代传统阅读，然而不可否认的是，数字化阅读将成为人类阅读的主流。传统阅读也好，数字化阅读也罢，都只是阅读工具而已，关键的还是在于内容的选择。郝明义在《阅读的风貌》一书中提到，在阅读的世界里，使用传统的纸本书籍，像是步行走路；使用网络，像是驾驶汽车。有了汽车，没有理由不使用这种交通工具的方便；但有了汽车之后，也不表示每个人都不需要走路。重要的是如何适当地交互使用。无论是传统阅读，还是数字化阅读，归根到底只是“方式”的不同，重要的还是要看阅读的“内容”。不管通过哪种阅读方式来阅读，书籍出版的本质是不应该改变的，书籍依然是承载传播信息、承载文明、资政育人、服务社会职责的大众媒介。

（四）促进阅读推广的常态化

1. 强化权力机构是有力保障

没有规矩，不成方圆。推广全民阅读是一项系统的、复杂的知识工程，是全社会的行为，仅靠图书馆“单打独斗”是不行的，政府应占据主导地位，形成政府负责、社会协同、公众参与的社会阅读管理格局和服务体系，发挥各方面的职能作用：一是政府要建立相应的权力机构和相关政策；二是赋予图书馆一定的开展活动的权利，比如涉及有关部门的支持、人财物等问题；三是图书馆内部的机构设置要适应政府的机构设置需要且固定乃至长久不变，保持稳定性。主管权力机构要与时俱进，充满活力，营造氛围，通过多渠道的宣传和互动，为读者营造一种阅读无处不在的“书香社会”氛围。

2. 强化品牌效应是发展动力

图书馆推广全民阅读活动要系列化、新颖化、亲民化、制度化。阅读是非常个性化的事情，图书馆应尊重市民阅读方式，满足市民个性化阅读需求，把市民的需求作为阅读活动的诉求，把外来务工人员纳入阅读辐射范围，发展民间阅读组织，将市民认知率转化为参与率，拓展阅读新领域，丰富阅读新形式，占领新阅读前沿阵地。开展儿童阅读、亲子阅读、学生阅读、青工阅读、主题阅读、图书漂流、读书俱乐部、书友会、读书沙龙、读书知识竞赛、读书演讲比赛或读书征文等系列活动并形成品牌，活动要经常化、制度化，真正让老百姓接受和参与，激发人们的读书热情与创作激情，并从中获得快乐，创造条件满足他们的阅读渴求，努力提高他们的文化素养和幸福指数。走生活化的“亲民”路线，营造良好的阅读氛围，力求让读者感受到阅读活动始终在身边，活动是因其而办，内容是投其所好。

3. 强化网络阅读建设是重要手段

全民阅读除了图书、期刊、报纸等实体资源外，还包括各类订购的数字资源、基于网络的免费资源、联盟间的共享资源等，能够将这些资源有效的整合并通过门户网站进行集成，依托三网融合的技术基础，通过网络、数字电视、智能手机等多种途径和设备向广大民众提供服务，将会极大的促进提高全民数字化阅读的价值和作用。网络是推广阅读服务的重要工具，既要重视网络对好书的介绍，让好书走近广大读者，又要加强自身网站的建设，宣传网页力求做到图文并茂、生动活泼，将精彩呈现给读者，从而产生巨大的