

# 全民阅读高质量发展下图书馆领读人服务价值、 现状、困境与对策

范新美

(南通市海门区图书馆, 南通 226100)

**摘要:** [目的 / 意义] 图书馆领读人作为推进全民阅读的重要力量, 发挥着阅读引领, 提升文化素质, 涵育阅读风尚的重要作用, 提升领读人服务能力是助力全民阅读高质量发展的重要路径之一。本文围绕领读服务中的阻滞因素, 研究其解决策略, 以期推动全民阅读扩大覆盖、提升品质、增强实效。[方法 / 过程] 通过网络调查、文献检索等方式对 32 家图书馆领读人领读服务项目情况进行调查研究, 指出其领读服务中的问题与困境。[结果 / 结论] 研究发现, 领读人缺少引入评判机制, 自身沉淀不足; 领读服务方式陈旧, 内容同质化; 忽略细分阅读本质, 脱离受众异质需求; 缺少社群阅读联动, 无法形成资源合力等问题。基于此, 提出相应的解决策略, 旨为相关工作的开展提供理论参考。

**关键词:** 全民阅读; 高质量发展; 图书馆; 领读人

**中图分类号:** G258

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1002-1248 (2023) 10-0060-11

**引用本文:** 范新美. 全民阅读高质量发展下图书馆领读人服务价值、现状、困境与对策[J]. 农业图书情报学报, 2023, 35(10): 60-70.

全民阅读已连续 9 年写入政府工作报告, 作为文化强国建设的重要抓手, 全民阅读已上升为国家战略。2022 年党的二十大报告提出“深化全民阅读活动”的任务<sup>[1]</sup>, 指出全民阅读已迈入高质量发展的阶段。推动全民阅读实现高质量发展, 健全现代公共文化服务体系, 从“倡导”到“大力推动”再到当前的“深入推进”表明政府对全民阅读的重视程度、指导力度达到了空前的力度, 更坚定了推动全民阅读走深走实的信心和决心。全民阅读高质量发展背景下, 对于图书馆等公共文化服务机构提出了更高的要求, 一方面要求实现公共文化机构服务的高质量; 另一方面要求全民

阅读整体水平的高质量, 图书馆领读人作为推进全民阅读的一股重要力量, 发挥着阅读引领, 提升文化素质, 涵育阅读风尚的重要作用, 在全民阅读过程中起着“指引”与“导航”的作用, 领读人掌握着整场读书会方向、内容、风格、思想以及给读者带来的阅读价值, 其服务能力的高低一定程度上影响着读者阅读质量的高低。因此, 本文围绕图书馆领读人服务提升中的阻滞因素进行分析, 揭示当下领读人服务提升面临的现实困境, 并提出相应的解决策略, 充分发挥领读人承担阅读倡导、传递阅读理念、价值引领的社会责任与历史使命, 以期不断推动全民阅读扩大覆盖、

收稿日期: 2023-07-20

基金项目: 江苏省图书馆学会 2022 年度一般课题“图书馆精准领读人服务策略研究”(22YB052)

作者简介: 范新美 (1979-), 馆员, 南通市海门区图书馆, 研究方向为阅读推广服务、阅读学、图书馆空间管理、图书馆服务与创新等

提升品质、增强实效。

## 1 全民阅读高质量发展的阐释

“十四五”时期，中国全民阅读迈入高质量发展新阶段，对图书馆而言，推进全民阅读高质量发展需在阅读推广服务方面下功夫，笔者认为全民阅读高质量发展其核心是推动阅读推广“培养与引领”“数量与质量”“供给与需求”“制度与治理”之间的平衡与融合，围绕解决阅读推广中存在的问题与矛盾，以满足读者多层次、多样化的阅读需求。首先，如今受互联网碎片化阅读、短视频阅读等形式冲击，其阅读信息不完整，脱离生动内容、丰富情感，给读者的阅读习惯与成效带来了不利影响。阅读推广机构在丰富阅读资源、多元阅读渠道、改善阅读体验，积极培养阅读兴趣的同时通过制定相关的策略，引领读者回归正确的阅读模式与方法，让阅读成为人们“自我赋能”的内生发展需要。其次，阅读推广已成为图书馆等文化机构的常态业务，“高质量发展”成为引领阅读推广的主题，以读者为中心的阅读推广需注重阅读数量与阅读质量的并重。传统意义上，阅读推广发展多聚焦于活动形式的规模扩张、推广主体的数量增长等，而全民阅读高质量发展时期要求量和质的紧密融合。因此，需在充分考虑阅读需求基础上推进资源供给数量、质量的紧密结合，以推动阅读扩大覆盖、提升品质。第三，全民阅读高质量发展应关注阅读资源供求体系的高质量运行，不但要提高供给体系质量，还要兼顾需求体系的质量。盘点高质量的阅读资源内容、阅读资源供给模式、阅读资源供给渠道等背后的“个性化”阅读需求池，不断调整服务模式和服务配置来精准匹配需求点，提升读者的满意度。第四，专业化的阅读推广队伍、完善的阅读推广机制是保障阅读推广高质量发展的基础支撑和体系保障，不断提升阅读推广人的专业知识与技能，完善阅读推广机制的规范性、可行性。充分发挥机制优势，推进、转化为推广效能、推动各行业阅读推广主体更好协同。同时，在阅读推广服务发展的重点领域、关键环节上积极探索，

寻求突破。坚持在规范中发展、发展中规范，尤其是在阅读推广政策先行的前提下能够拓展阅读推广相关组织、机构协同治理，形成长效合作机制，共同为高质量发展贡献力量<sup>[2]</sup>。

## 2 全民阅读高质量发展下图书馆领读人服务提升的意义

### 2.1 健全与完善领读体系

推动全民阅读高质量发展，本着有广度与深度、有高度与精度、有温度与力度的阅读理念。首先，领读人需从自身的综合能力素养、服务侧内容供给规范、组织流程的合理设计、多种领读手段和渠道的融合运用、领读服务方法的不断创新、领读品牌的打造策略等方面持续提升，以读者为中心，提升读者满意度、获取度、忠诚度为目的的领读活动为一系列构成要素，形成合理的服务策略和完整的领读链条。这些方面的提升要求图书馆等公共文化服务机构从顶层设计出发，在领读人的招募、选拔、服务、管理等多个方面建立规范和标准，重点在服务的内容覆盖、服务流程、服务模式上做实做细。其次，在领读人的培育和发展上给与相关的政策支持，包括领读人的能力培训、激励手段、职业发展规划等，构建“精细化、规范化、体系化”的发展态势，不断提升领读服务和壮大领读队伍，对于整个领读服务体系的健全与完善有积极的推进作用，促进图书馆阅读推广业务水平的实质提升。

### 2.2 促进供需端动态化平衡

伴随国民阅读水平和阅读形态的不断升级，读者的阅读需求产生了显著的变化，随着这类需求变化的快速更新，服务供给侧逐渐表现出脱节的问题，导致供需两端出现不平衡，从而产生供需两端的矛盾。供给和需求是构成领读服务不可或缺的两个方面，领读服务能力的提升很大程度上取决于处理好供需两端的的关系。领读人把控好供需两个方面的变化与趋势，适应新形势下读者不断变化的阅读需求，领读人需注重读者需求端的管理，把握读者阅读的“集中点、兴趣

点、热门点、趋势点”，紧扣“需求导向、问题导向、效果导向”这一条主线，以此为基础，推进供给端结构调整，优化领读服务配置和调整服务模式，来与之匹配读者的内生需求，集中力量解决读者在阅读内容、阅读体验、阅读价值等方面的问题，增强读者对领读服务的亲近度、信任度和归依感。通过不断优化领读供需关系，促进供需端动态化平衡，使需求端管理和供给端改革相辅相成、相得益彰，形成“以需定供、以供促需”供需良性互动的格局。

### 2.3 提升服务认可度与价值

图书馆是为读者提供信息知识和解决问题的服务平台，如今信息大爆炸的时代，各类信息资源遍地开花，这类信息资源的集合体，数量庞大、富含价值，它们高度分散的文献中、图书中、网络中，找到读者所需要的、有价值的信息是领读人的重要任务。领读人积极适应信息时代服务的变革，通过对各类信息资源的挖掘、收集、梳理、整合各类资源中的显性及隐性知识，通过自己的理解与解读，提炼出信息中的重点内容，开展阅读分享、诠释内容知识、对读者给予相关帮助、解决读者的疑惑与问题、达成目标。领读人真正从知识服务、文化高度、思路层面等多方面做引导，融入大众和主流的思想体系，传递正能量，增长见识、开阔眼界，帮助读者实现阅读价值导向，使读者对领读服务产生满意度，从而形成对服务依赖、信任的一贯建立。通过这类优质的领读服务能不断带给用户阅读价值，不管是直接的价值还是间接的价值，这种行为可触发读者的好评与留存黏性，有利于提升图书馆领读服务的认可度，让图书馆在文化知识服务过程发挥更多、更大的价值。

## 3 图书馆领读人服务项目活动现状

### 3.1 领读服务相关研究

近年来，随着一系列与全民阅读高质量发展的相关政策出台，学者们围绕图书馆领读人阅读推广服务创新、全民阅读工作的高质量发展策略以及公共图书

馆服务提升等多方面进行了探讨。胡清认为图书馆领读人服务提升需抓牢读者的阅读习惯优化内容呈现、构建起“深、浅”阅读共融的阅读推广模式<sup>[3]</sup>；石慧等结合全媒体时代阅读的理念，提出导读服务创新需强化读者的主体性和构建全媒体下的领读服务链<sup>[4]</sup>；刘艳分析了目前领读模式的弊端，发现目前领读服务缺少参与灵活性、空间有限、传播广度上存在不足，提出领读人阅读推广中需注重内容、场景、流量三要素，以人为媒介构建公私流量推广矩阵、设定与垂直领域打造馆员个人标签、塑造多元化场景实行立体阅读、抓牢读者的阅读习惯，优化内容呈现<sup>[5]</sup>；陈雅以新媒体阅读推广视角从图书馆内部优势、外部机遇、存在不足、外部挑战几方面分析，提出推广机制规范化、阅读推广数字化、推广主体多元化、领读人专业化、评价反馈系统化、推广品牌特色化<sup>[6]</sup>；雷勇从全民阅读视角分析图书馆在全民阅读中的地位，提出公共图书馆服务效能提升策略，包括文献资源结构优化、图书馆空间优化、阅读推广活动创新优化、服务体系建设、推进跨界合作、新技术的利用<sup>[7]</sup>；等等。纵观前述，现有研究成果对推进全民阅读高质量发展的探索仍停留在宏观层面，对图书馆领读服务的具体运用和采取措施缺乏整体性深度阐发，忽略多媒介时代读者异质化需求、领读人自身沉淀及整个领读服务体系建设等带来的问题与挑战。

### 3.2 领读人服务现状调查

笔者通过查询官方网站、微信公众号、文献调查等方式收集、整理了32家图书馆及文化机构开展的领读服务项目活动情况，调查时间截至2023年9月31日。调查内容包括领读活动项目名称、领读人身份、领读服务内容、领读服务渠道、实施主体等。因调查样本数量较多，为避免造成数据冗余，笔者从中分别选取了省级图书馆、市级图书馆、区级图书馆、县级图书馆、高校图书馆及文化单位的24家领读项目数据作为研究样本，此外，对同一领读项目的多期开展不做统计。图书馆及文化机构开展领读项目活动情况如表1所示。

表1 图书馆及文化机构开展领读项目活动情况

Table 1 Map of library and cultural institutions carrying out reading leader project activities

领读项目名称	领读人身份	领读服务内容简介	服务渠道	实施主体
e海悦读·家庭领读者	亲子家庭	邀请亲子家庭开展阅读分享,活动通过微博直播平台进行了全程直播,推动全民阅读深入基层	线下、微博	湖北省图书馆
西安最美领读人	文人、学者	每期图书分享推荐、通过微信、微博、抖音等渠道为广大市民、读者,推荐分享馆藏图书,引领读者畅游浩瀚书海,感受传统文化魅力	微信、微博、抖音	西安图书馆
红色经典领读人	社会人员	推动党史学习教育深入群众、深入基层、深入人心,带领广大读者朋友共读红色经典,传承红色基因,汇聚奋进力量,将读书的种子遍洒津城	线下	天津图书馆
“阅享”领读志愿者服务活动	社会人员	聆听故事、开展游戏、阅览图书、分享阅读成果、形式多样的少儿读书活动,以寓教于乐的形式倡导少儿阅读	线下	常德市图书馆
“交享阅”书房领读人活动	馆员、社会荐读人	通过分享阅读体验,交流阅读感悟,带领现场读者共读图书、共探图书价值	线下、微博	济南市图书馆
品味书香·悦读哈密	社会人员	通过弹奏、演唱、创作书法,分享名著、渊源典故,等一同感悟阅读的魅力	密语APP、哈密e游、哈密市图书馆微信公众号	哈密市图书馆
乐读绘本	阅读爱好者	开展线上线下的“绘本讲读”活动,通过为小朋友们读绘本、讲故事及开展手工拓展活动,使孩子们在绘本故事的熏陶滋养下快乐成长	线下	枣庄市图书馆
“建人民城、过芜湖年”领读活动	社会人员	讲述在芜湖过年的经历和故事,畅谈在芜湖城市建设发展中的所见所闻,以及自己作为共建人民城市的一员的感触和愿景	线上、线下	芜湖市图书馆
“悦悦姐姐”领读活动	老师	运用多媒体等手段,在与孩子们拉近距离的同时,致力于少儿阅读推广,帮助孩子们通过阅读描绘人生底色	线上	苏州图书馆少儿馆
点亮童心,“益”起阅读	语文教师、讲师	组织和孩子们基于语文教材的分享会,通过画思维导图、小型辩论、舞台剧等,让书籍成为他们终生的“亲密朋友”	线下	天津市滨海新区图书馆
书润梨乡·悦读启航	老师、学者	以“践行党的二十大精神,奋进新征程”为主题,在山东渤海军区教导旅成立旧址举办领读活动,打造阳信县全民阅读活动的特色品牌,营造多读书、读好书的人文环境	线上、线下	滨州市阳信县图书馆
阅读新时代,书香添助力	政协委员、校长、企业领导	推荐经典作品和精品书籍,帮助广大读者不断提高思想境界、审美水平和阅读修养	线下	无锡市梁溪区图书馆
文化阅读之旅	社会人员	以“领读人+图书”的形式进行推广与传播,营造“百人领读、千册阅读、万人共享”的全民阅读书香风尚	线上、线下	天津市和平区图书馆
喜迎“二十大”,书香伴我行	社会人员	通过领读人引导广大家长重视亲子阅读,教会孩子如何热爱生活、享受生活。进一步汇聚提升“书香福安”的正能量	线上、线下	宁德市福安市图书馆
“安阳城市领读人”活动	读者、书友	一位领读人认读一本书、撰写一篇导读文章、拍摄一段导读视频、举办一场阅读分享活动。读书让生活更丰富多彩,阅读让安阳更温暖	线下	安阳市图书馆
领读人计划	教授、学者	围绕历史、人物、文化、教育等方面开展领读服务,打造的一项品牌阅读分享活动,旨在鼓励读者进行系统性、有深度的阅读	线上、线下	中国科学院大学图书馆、中国科学院文献情报中心、北京市怀柔区图书馆

表1 (续)

Table 1 (Continuous)

领读项目名称	领读人身份	领读服务内容简介	服务渠道	实施主体
《南京长江大桥·亲历亲见亲闻实录》	老师、教授	围绕《南京长江大桥：亲历·亲见·亲闻实录》展开活动，包括线上专家导读、线下实地寻访、线下专家讲座3部分	线上、线下	东南大学图书馆
学党史、沐书香，做红色领读人	在校大学生	围绕中国共产党的光辉历程，讲述一个个红色故事，引导广大学生学习党史，做到知史爱党、知史爱国	线下	延边大学图书馆
红色经典领读人进校园	党史研究者	以沈阳的“红色原点”为主题，讲述沈阳的革命前辈坚定共产主义信仰，创造的红色传奇，传承红色基因	线下	沈阳师范大学图书馆
商贸“领读人”用声音传递阅读力量	学生	以推荐书籍、阅读分享、名句共读、互动研讨等方式，向读者全面展示“我与书籍”的故事，持续推动书香校园文化建设	线下	安徽商贸职业技术学院图书馆
青衿领读·同心同阅		采取线上线下相结合的方式，利用朗读、话剧、PPT展演等多形式向全校师生推荐优秀书籍，注重阅读带来的心灵感受和精神思索，营造良好读书风气	线上、线下	邵阳学院
“相约两小时”领读活动	辅导员、讲师、学者	通过领读活动营造书香东林浓厚的读书氛围，为广大师生搭建读书交流的平台，培养师生爱读书、勤读书、善读书、读好书的习惯	线下	东北林业大学图书馆
“品读南山·我是南山领读人”	学生、公司职员、馆员、市民群众	组织分享交流会，激发南山区城区阅读活力，致力于讲好“南山阅读故事”，强化阅读引领，助力谱写南山区高质量发展新篇章	线上、线下	深圳市南山区委宣传部
“共读共富”全城领读接力活动	作家、教授	邀请作家与嘉宾，围绕江南文化传承与创新、时代发展先进经验及成果，揭示其所著书籍创作背景及内涵，通过共读以及知行之旅情景阅读的方式	线上、线下	苏州市文化广电和旅游局

调研发现，①领读人身份。通过整理发现领读人的身份纷繁复杂、形态各异，有馆员、教师、学者、大学生、公司职员、社会人员等，这些人员来自社会多个行业，其阅读素养和服务能力各有差异，作为图书馆领读人其领读成效难免不均。②领读主题及内容。图书馆领读服务开展的主题较为丰富，常见主题有儿童类、党史类、红色文化类、区域文化类等，但多数图书馆领读内容、形式同质化，主题的新颖性、创新性有待提高。③领读方式。一些图书馆领读项目的服务方式还驻足于图书推荐、线下讲座、阅读沙龙、现场共读、线下辩论会等传统的服务方式，尽管有些图书馆开展了基于线上线下的领读模式，但缺少在互联网多媒介渠道的融合式模式，以及领读场景的打造、领读形式的多元运用。④领读渠道。线下渠道还是图书馆领读人的主要渠道，此外线上的服务渠道多数为

“三微一端”，少数图书馆基于自己的图书馆 APP 应用开展服务。

从调查样本的数据来看，目前图书馆领读服务主要集中在几个问题：领读主题虽较广，但是缺少细分场景、阅读标签、内容 IP 等；领读方式陈旧，没有贴合读者的异质化的阅读需求；阅读渠道的运用较为单一，忽视了互联网时代多场景、多媒介融合运用的阅读体验；同时领读人的自身能力沉淀、阅读素养及领读能力没有评判标准，缺少相关的准入机制和服务策略的具体运用，此外领读人、领读项目呈“单打独斗”的局面，没能形成领读资源、项目的协作，把领读项目资源价值最大化。这类问题的存在给领读服务的提升造成了“壁垒”，对全民阅读高质量发展的进程造成了一定程度的阻碍。

## 4 全民阅读高质量发展下图书馆领读人服务提升困境

### 4.1 缺少准入机制，领读人自身沉淀不足

领读人在全民阅读中起到推波助澜的作用，对公众阅读习惯的形成起到表率作用，领读人需有足够多的知识积累和清晰的思想理念，善于把书中的知识点与精华总结归纳，这些都要求领读人自身具备深厚的阅历与沉淀。然而，当前图书馆领读人的角色往往是通过选取图书馆馆员充当，或通过招募、聘用和邀请在校大学生、阅读爱好者、文化工作者等充当公益领读人，亦或是成立读书会等形式开展服务。此外，从一些图书馆发布的领读人招募信息要求上看，多数仅聚焦在“热爱分享、乐于交流、善于表达”等基础能力方面要求，而对于其“人格特征、思想意识、知识体系、能力素养”等深层次方面缺乏综合评估与考核，导致其在信息知识供给服务方面受到限制，这也是造成领读人服务能力较低的重要原因。领读人准入条件不足，缺少相关的准入机制，导致领读人在自身沉淀、综合能力方面参差不齐，服务水平自然千差万别。领读行业相关准入机制与行业准则的缺乏，给领读人服务环境形成了“隐形壁垒”，给领读人服务持续、高效发展带来不利因素。

### 4.2 领读服务模式陈旧，缺乏多媒介融合运用

全媒体时代，读者的阅读形式和阅读习惯发生了显著变化<sup>[4]</sup>，网络阅读、移动阅读、有声阅读等新的阅读形式层出不穷，多媒介阅读逐渐成为当前阅读主流。当前，由于图书馆领读人身份，信息素养以及相关领读培训缺乏的影响，对当前多媒介的领读服务认知有限，致使当前多数领读人仍停留在到馆服务、馆内服务和单纯的网上引流等传统媒介服务模式。首先，一些图书馆领读服务还驻足于线下，表现为基于馆内的书单推荐、内容讲解、撰写书评、公益讲座等“单一化”“平面化”的方式，刻板死守。其次，服务媒介运用单一，缺乏多媒介下领读人以网络信息知识搜集、

加工、分析、储备和传递为主要路径的职责与能力，忽略了互联网多媒介多元性、交互性、高效性等传播特点，表现为领读人还留存在“三微一端”的宣传概念上，缺少“短视频导读、长视频导读、听书APP导读、问答社区导读、社群平台导读”等多媒介平台的融合运用，没能形成互联网信息大潮下既可“走出去”又可“引进来”的互联网信息服务融合的“立体化”服务模式。此外，领读服务不具针对性，领读活动没有摸清读者的诉求和欲望，表现为领读人缺乏对读者群体、阅读偏好、行为习惯、心理特征等方面的调研分析，内容供给侧不贴合读者需求，致使读者的粘性和忠诚度不强。服务模式陈旧、服务媒介渠道单一、服务不具针对性，在一定程度上影响图书馆信息知识服务的发挥，冲击了读者对图书馆服务的认可度。

### 4.3 忽略细分阅读本质，脱离受众异质化需求

任何形式的阅读推广活动都要有其目标客户和受众市场，细分阅读服务的本质是细分读者、读物，了解不同人群的阅读需求，寻找不同读物的内容特点与思想，并提供有针对性的阅读服务，细分阅读有利于实现阅读服务的均等化与高效化。长期以来，图书馆领读人受“领读频率、领读人数”等官方“指标数据”的影响，过度的数据量化，限制了其服务目标群体的细分思考，忽略了受众细分阅读的本质，缺少细分阅读的相关服务策略，受众异质化带来的多层次特征和对阅读的差异需求考虑不周，与新时代阅读推广、阅读指导、阅读咨询服务层面、资源层面的实际问题需求脱节，导致阅读推广活动的针对性、匹配性、贴合性不佳。表现为领读人仅重点关注某些群体、或某些内容、或某些资源的阅读，没有系统考虑这些群体的年龄大小、阅读偏好、心理特征、互动关系等因素，以及系统整个阅读群体、阅读内容、阅读环境的各方渗透与联系，以这种“粗线条”的形式开展阅读服务。这类“同质化”的阅读只会逐步被市场淘汰，无差异的阅读推广往往导致领读成效不佳，甚至出现抵抗式阅读，致使社群受众的阅读忠诚度会大幅度降低，而领读人服务也会出现“孤芳自赏”的病态发展，一定

程度上阻碍了领读服务高效发展的进程。

#### 4.4 缺少社群阅读联动，无法形成资源合力

从媒介与信息的视角来看，网络社群是在全媒体背景下，读者与读者之间从信息知识连接到情感共振的结果，他们根据自己的文化偏好进入不同的社群，在社群链路中完成寻找、获取、阅读、评论及互动的完整过程。当前领读人在服务开展中会以媒介为单位组建社群，在网络空间中这些性情相投、志同道合的读者间彼此聚合一起，本应有明显的同质性和紧密的互动性，但由于大部分领读人对媒介化阅读认知上存在局限性，导致其缺乏对社群阅读服务内容与功能的理解，无法充分认识到社群阅读服务给读者带来的价值。表现为缺乏对社群管理、引导及社交联动，更多的是组建社群后，以“收集信息、布置任务、完成打卡、发布公告”等常规的操作为主，没形成对社群内部的联动利用及各媒介社群间的联动，包括抛出话题，开展内容讨论、分享阅读感想、畅谈阅读过程、体系知识共创、探讨各自阅读遇到的问题和解决方法等，社群阅读逐渐步入沉寂的困局，从而降低了社群文化层面的情感共振及阅读价值的认同。此外，领读人社群之间、领读项目之间的资源共享、信息交流、组织协作也没能形成联动，表现为领读人领读服务只关注自己的业务，缺少领读项目之间的合作共享、借鉴交流的意识，呈现“单打独立”的局面，不能将行业资源集中化、有效化、最大化利用，领读服务资源无法形成合力。

### 5 全民阅读高质量发展下图书馆领读人服务提升策略

#### 5.1 建立领读人准入制度，完善领读规范与策略

建立领读人准入制度，明确对引入领读人的评判，有助于领读人专业、系统、长效地开展阅读服务活动；完善领读服务规范，可全面打破领读人因众多差异导

致的领读节奏偏差与阅读成效差异。具体措施可从以下4方面考虑：①领读人招聘、招募时可采取多维度考评机制，如人格特征、思想意识、知识体系、能力素养、践行能力等，通过设定各方权重，设置“笔试+面试+试讲”的流程模式，采取打分制，考核其综合素养；②通过考核，对于不同层次的领读人在服务范围、服务受众、服务平台、服务目标等方面定制化、差异化，充分发挥其领读强项，提供更加精细化的服务支持；③制定相关领读服务策略，如领读服务中内容供给的规范、服务流程结构的制定、领读模式与渠道的选取，明确与规范每一环节相关服务品质的标准，确保服务水准和质量的一致性；④明确和执行领读人的帮扶计划，同行结对，师友辅导，具体落实传帮带的执行和操作，全面对接外部学习型这类组织，同时邀请大学教授、金牌导师、文人学者等对领读人开展基于情感、沟通、运营等能力方面的培训，不断提升领读人自身的能力沉淀，加强其领读交付能力。

#### 5.2 构建领读人项目资源库，打造领读服务“智库”

随着领读服务的深入开展，社会各界领读人士都参与到阅读推广服务中，其服务形式、内容、渠道越来越多样，积累了丰富的经验和实践案例。①借助大数据平台、区块链、云计算等前沿技术，通过收集整理各类领读案例，归纳分类领读资源和材料，梳理分析实践案例，本着开放共享的理念，构建领读人项目资源库。②资源库具有情景性的汇总、知识的重组和服务的创新，通过开放共享资源库信息能促进领读人之间、组织主体之间、区域合作之间的资源整合和多元化合作；另一方面，有助于领读策划者对项目资源开展分析，了解不同受众读者的推广模式、资源、路径和渠道等<sup>[8]</sup>，提高领读贴合度。③通过对案例数据、特征的全局分析，帮助全民阅读决策者更加完整、系统地掌握国内或区域的领读服务工作状况。④借助大数据技术的汇聚、溯源为研究者发现领读推广工作的发展规律和事实演变，给理论研究提供支持。通过共建共享领读项目资源库的形式，形成领读人信息交流、

合作、查询的桥梁平台，加强领读人内容供给、活动服务模式的交流借鉴，把领读项目资源价值最大化利用，打造领读服务“智库”，促进领读推广工作的互动合作，努力推进高质量全民阅读新格局。

### 5.3 开展社群阅读联动，形成读者资源成效合力

社群阅读联动是开展社群传播中有效合力的推进方式，是网络阅读行为中重要的一环，主要体现为认知盈余下的生产革命、聚合与分化中的混合式文本、内容与关系驱动的共享式阅读，以及多终端、跨平台的融合场景<sup>[9]</sup>。信息化阅读时代，阅读活动从传统的低频讲演模式逐渐过渡到线上线下联动的社群化阅读模式<sup>[10]</sup>，读者之间逐渐形成了“以书会友”的趣缘关系，组成一个个基于以“关系+情感”为纽带的社群。领读人以读书分享的形式，把读者聚在一起，借助社群平台，互相促进、共同探讨、互帮互补、共同提升的一种新的学习形式，在社群中，领读人需引出话题，读者们可以讨论阅读话题，分享阅读体会，解答阅读疑问等<sup>[11]</sup>。同时，社群的社交属性有利于阅读习惯的相互影响，领读人可利用这些有利因素，带动社群阅读联动频率的提升，如：①管理员每天早上6:00早安问候，发布10分钟左右的阅读方法学习音频和配套的视觉化图片；②邀请阅读大咖和优秀学员在每周末固定时段分享阅读方法；③设定学员每天坚持打卡输出感悟或摘读金句，进行积分；④推行阅读积分制度，每周对积分排名前列的读者进行赠书奖励等激励。让社群读者形成共读、分享、共创的阅读联动效应，在知识上形成各方交流、思想上形成交互碰撞，真正体现一个全面的“交互性”社群联动阅读特征，提升信息传递时效，并推动信息的跨域传播，在多方位互动的影下，加深聚类读者对知识的认知，形成认知盈余下资源成效合力。

### 5.4 注重分级阅读服务，精准匹配读者内生需求

分级阅读服务是推动全民阅读高质量发展的有效

方法之一，分级阅读是基于不同年龄段读者的智力和身心发育程度，通过深入分析他们阅读水平的差异，提出科学、合理的读书方案，由浅入深、循序渐进地提供有针对性的、难度适宜的分级读物，使读者在每一个阶段都可以得到相应的读物，精准匹配其内生需求，提升阅读成效。首先，服务过程中领读人选择适合他们自身特点的学习内容和学习方式，需综合考虑契合其心理承受程度、智力、领悟力等方面，进行有针对性地开展领读服务，才能有效激发读者对阅读的兴趣，注重连接每一个群体背后的真实受众需求，使得他们读有所得。如国外为准确推荐书籍做了分级阅读的概念，北美常用的分级阅读体系主要有 Guided Reading Level (GRL)、Developmental Reading Assessment (DRA)、Lexile 等，国内有的学校、图书馆也有自己设计的一套分级阅读体系，但是无论采用何种分级体系，其精准推荐的本质是不变的<sup>[12]</sup>。其次，笔者认为精准推荐书籍可以参考分级的概念指导进行做更深层次的细分，如根据读者的“大小年龄段、兴趣爱好层、专业方向类”三大方面划界，采取“分级分众、分层分类、分时分地”的阅读方式，逐层渗透，逐点细化，根据不同方向为其选择推荐与之精准匹配的书籍，找“准”读者需求点，才能有的放矢，解决读者的痛点，能起到事半功倍的阅读成效。

### 5.5 树立优质内容 IP，打造领读服务品牌力

伴随领读服务内容的不断丰富，穿越内容红海，树立具备明确的个体识别和价值主张的 IP 内容，是领读服务进入公众视野突出重围的关键。首先，IP 内容的生产要求领读人对作品内容深度理解的基础上，进行提炼、改编、深层次开发，并把自己创意方向加入其中，打造其阅读品牌。这些 IP 内容有着自己内容壁垒和形式壁垒，不会被轻易抄袭、夺取，在内容生产上需要坚持个体识别性、注重情节完整性、提升创意特征等，以此引发社群读者的共鸣。其次，服务中的形态可根据不同层次类别进行灵活地调整，偏好类、标签类、场景类等，这类 IP 化内容具有很高的识别度，如财经作家吴晓波在爱奇艺上开设的财经脱口秀



节目《吴晓波频道》，内容创作注重专业性和延展性，强调观点独特、见解深刻的内容，并保持内容与社群受众需求的一致性，树立自己的IP特征，截至2020年10月吴晓波频道已经上线几十期节目，粉丝量高达400多万，总播放量突破9000万，逼近1亿大关，稳坐国内财经视频节目的头把交椅<sup>[13]</sup>。此类优质的品牌IP内容显示出极强的用户特性，具有强大的用户粘性和传播势能，通过定期发布，坚持内容运营方向，保持每一期与IP化目标一致，不断强化读者和观众对它的印象和认知，打造阅读服务品牌效应。

### 5.6 精准溯源阅读画像，优化内容侧呈现

大数据时代，数据已渗透到每个行业中，面对庞大繁杂的阅读数据，溯源阅读画像能为领读人优化服务侧内容提供数据支撑。首先，阅读画像面向的角度多样，可从虚拟的视角、目标导向的视角、角色的视角及参与的视角等对画像进行区分，阅读画像不仅要描绘目标群体的使用场景和使用行为，而且要刻画典型用户的心理特征和社交特征<sup>[14]</sup>。其次，借助类聚平台可分析读者的性别、年龄、用户地区、阅读途径、流量来源、阅读时长、活跃时间等基本特征，还可以挖掘读者群体的阅读场景、阅读行为，刻画典型读者的阅读偏好、心理特征、互动关系等社交特征，将这些数据通过专业数据平台整理和分析，能客观地、精准地、全方位地反映读者的性格习惯以及行为特征。如利用网易的有数大数据分析平台、GeekData大数据用户行为分析平台等，借助这类大数据、AI人工智能等分析平台，有利于领读人持续的、有针对性地推进服务改革，促使领读服务与读者需求的贴合，助力领读人不断优化内容的呈现。

### 5.7 利用意见领袖，扩大传播影响力

意见领袖又称舆论领袖，是在某个方面有出色的文化资本、广泛的人际关系与超强的人格魅力。意见领袖有一套相对完整的价值观，能经常在较多话题上提出令人拍案叫绝的犀利意见，他们精通时事、足智多谋，言论举止具有强烈的影响力和号召力，可以左

右读者的思路与情绪。首先，领读服务过程中，可以借助他们在某个领域丰富的专业知识和巨大的影响力传播大众，意见领袖在阅读服务中擅长和读者紧密融合、打成一片，与社群粉丝互动，用活跃的思维影响着同处一个社群的读者。其次，在对领袖的讨论研究中我们发现，他们的意见至关重要，读者往往会跟随领袖的意见或者建议，其有效性与群体的思想保持一致。如网易蜗牛读书的领读人活动邀请了一批名人、作家、教授等，有周鸿祎、华杉、梁鸿、采铜、简叔等，通过这类具有影响力的个体，用户认可度、信任度往往是稳定的，在阅读的效果上立竿见影。网易蜗牛读书从上线短短一年的时间，就积累了超600万粉丝，读者在平台书籍在读率高达97.5%<sup>[15]</sup>，迅速在阅读领域占领了一席之地。在领读服务实施中需利用好这类的方法，寻找在行业有较高知名度或受大众关注的人物，邀请扮演意见领袖角色，借助他们号召力、凝聚力给读者指明阅读方向，在阅读推广中形成灯塔式的存在，从而扩大传播影响力。

## 6 结 语

全民阅读持续高效开展，给领读人提供了广阔的施展舞台，提升领读人自身沉淀，激活领读人的积极性、创造性，加速全民阅读高质量的进程。图书馆等文化机构需不断从领读政策、领读体系、领读模式等方面进一步提升完善，从顶层设计优化领读服务，完善领读策略，同时，在阅读推广中需鼓励与互联网新兴媒介紧密结合、汇聚融合，形成信息传输通道多元化的模式，以满足信息化时代读者多元化、多渠道的阅读需求，打造阅读服务不断升级，持续推进全民阅读高质量发展，对铸就社会主义文化新辉煌具有重要意义。

#### 参考文献:

- [1] 以书香中国建设促进文化强国建设[EB/OL]. [2022-12-22]. <https://m.gmw.cn/baijia/2022-12/22/36249809.html>.
- [2] 赵发珍. 阅读推广高质量发展: 内涵特征、支撑体系与行动路径[J]. 图书馆学研究, 2023(7): 83-91.

- ZHAO F Z. High-quality development of reading promotion: Connotation characteristics, support system and action path[J]. Research on library science, 2023(7): 83-91.
- [3] 胡清. 图书馆领读人阅读推广策略研究[J]. 山东图书馆学刊, 2023(1): 73-77.
- HU Q. Study on the reading promotion strategies of library reader leader[J]. The library journal of Shandong, 2023(1): 73-77.
- [4] 石慧, 曹艺. 全媒体时代馆员导读服务创新实践与启示——以济南市图书馆“交享阅”领读人活动为例[J]. 图书馆工作与研究, 2020(S1): 101-106.
- SHI H, CAO Y. Innovative practice and enlightenment of librarians' reading guidance service in the all-media era - Taking the reader's activity of "sharing and enjoying reading" in Jinan library as an example[J]. Library work and study, 2020(S1): 101-106.
- [5] 刘艳. 阅读推广中的领读人研究: 涵义、传播方式、关键要素与启示[J]. 图书馆建设, 2022(5): 141-150.
- LIU Y. Research on reading leaders in reading promotion: Meaning, dissemination, key elements and implications[J]. Library development, 2022(5): 141-150.
- [6] 陈雅. 新媒体环境下公共图书馆阅读推广服务研究——基于SWOT矩阵分析[J]. 图书馆工作与研究, 2022(3): 101-107.
- CHEN Y. Research on reading promotion innovation service of public library under the new media environment - Based on SWOT matrix analysis[J]. Library work and study, 2022(3): 101-107.
- [7] 雷勇. 全民阅读背景下公共图书馆服务效能提升策略研究[J]. 图书馆, 2022(8): 99-104.
- LEI Y. Research on the service promotion strategy of public library under the background of nationwide reading[J]. Library, 2022(8): 99-104.
- [8] 周云峰, 刘琼, 刘桂锋. 全民阅读背景下阅读推广案例库建设研究[J]. 图书馆学研究, 2021(8): 57-65.
- ZHOU Y F, LIU Q, LIU G F. A research on the construction of reading promotion case base under the background of nationwide reading[J]. Research on library science, 2021(8): 57-65.
- [9] 蔡骥. 网络社群传播与社会化阅读的发展[J]. 新闻记者, 2016(10): 55-60.
- CAI Q. Network community communication and the development of socialized reading[J]. Journalism review, 2016(10): 55-60.
- [10] 何映霏. 社群化阅读视域下读书会转型探究[J]. 出版发行研究, 2019(1): 94-98.
- HE Y F. Research on the transformation of reading clubs in the context of socialized reading[J]. Publishing research, 2019(1): 94-98.
- [11] 易斌, 贾松林, 冷选英. 大学生手机阅读行为实证研究——以江西省为例[J]. 河北科技图苑, 2015, 28(5): 84-86, 76.
- YI B, JIA S L, LENG X Y. An empirical study on college students' mobile reading behavior - Taking Jiangxi Province as an example[J]. Hebei library journal of science and technology, 2015, 28 (5): 84-86, 76.
- [12] 国外的阅读分级标准[EB/OL]. [2021-07-11]. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/388709341>.
- [13] 再次将吴晓波的致富经映射到聚光灯下[EB/OL]. [2019-03-18]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1628313259877261795&wfr=spider&for=pc>.
- [14] 肖海清, 朱会华. 基于参与式用户画像的高校图书馆精准阅读推广模式构建[J]. 图书馆工作与研究, 2020(6): 122-128.
- XIAO H Q, ZHU H H. Construction of precise reading promotion model of university library from the perspective of participatory user profile[J]. Library work and study, 2020(6): 122-128.
- [15] 网易蜗牛读书上线一周年读者逾 600 万 实践网易泛文化布局[EB/OL]. [2018-03-27]. <http://tech.china.com.cn/internet/20180327/339066.shtml>.

## Value, Current Situation, Difficulties, and Countermeasures of Reading Leader Service in Public Libraries under the High Quality Development of National Reading

FAN Xinmei

(Nantong Haimen District Library, Nantong 226100)

**Abstract:** [Purpose/Significance] The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China proposed the task of "deepening the activities of reading for all", pointing out that reading for all has entered a stage of high-quality development. As an important force to promote reading for all, library readers play an important role in promoting reading, improving cultural quality, and cultivating reading fashion. Improving the delivery ability and quality of reading services will be conducive to promoting the high-quality development of reading for all, helping the high-quality development of reading for all to deepen and consolidate the cultural foundation of Chinese path to modernization. This article aims to study the direction and strategies for improving reading services from different perspectives and dimensions and provide theoretical support and practical reference for the high-quality development of reading promotion. [Method/Process] This article elaborates on the core of high-quality development of reading for all, and analyzes the significance and value of improving library reader services. At the same time, a survey was conducted through online surveys, literature searches, and other methods to investigate the status of reading leader services provided by 32 libraries and cultural institutions nationwide. Based on the survey results, research was conducted on the current status of the reading leader services, with a focus on the obstacles in the development of the services, as well as issues such as a lack of coordination and sufficiency. The problems and difficulties in the services were pointed out. [Results/Conclusions] Current reading leaders lack the introduction of evaluation mechanisms and their own accumulation is insufficient. The reading service method is outdated and the content is homogeneous. The service neglects the essence of segmented reading and deviates from the heterogeneous needs of the audience. There is a lack of community reading linkage and inability to form resource synergy. Based on these findings, several solutions are proposed: establishing a system for reading leaders, improving reading standards and strategies, building a resource library for reading leader projects, creating a "think tank" for reading services, carrying out community reading linkage, building a synergy of reader resources, emphasizing graded reading services, accurately matching the internal needs of readers, establishing high-quality content IPs, building a brand power for reading services, accurately tracing reading portraits, and optimizing content side presentation and utilizing opinion leaders to expand communication influence. Undoubtedly, there are still issues with incomplete case studies in this article, and more in-depth research and analysis will be conducted in the future.

**Keywords:** national reading; high quality development; library; reading leader