

· 专题研究 ·

论公共图书馆宣传体系的构建

牟 兰

(南山图书馆 深圳 518052)

〔摘 要〕 随着公共图书馆事业的发展,宣传工作在公共图书馆的业务工作中从不被重视变得很有必要。本文就公共图书馆宣传体系构建的意义、作用、结构、经验与尝试、发展趋势等方面进行探讨,认为公共图书馆的宣传工作应该纳入图书馆业务工作中来。

〔关键词〕 公共图书馆 宣传

〔分类号〕 G258.2

1 建立公共图书馆宣传体系的意义与作用

据中国社会调查事务所在北京、上海、广州、天津进行的问卷调查,提取有效问卷 674 份进行分析,在对公众“对各级图书馆的具体职能认识”的调查中,有 44.5% 的公众表示“不了解图书馆的情况”。这对于公共图书馆的从业人员来说是一个悲哀的现实。纵观国外和国内著名企业,宣传广告的投入在产品运作成本中所占比例不小。据尼尔森媒介研究(NielsenMediaResearch)最新调查显示,中国内地 2004 年的广告花费(尼尔森媒介研究所监测的电视和平面媒体范围)已攀升至 2614 亿元人民币,比上年增长 32%,其中电视广告占 76%。宝洁公司广告投入呈“爆炸式”增长,成为 2004 年广告界的一大看点。可口可乐每年在全球的广告投入也是非常庞大的,超过 6 亿美元。据媒体报道,五粮液 2008 年公司境外广告投入将增长 20% 以上,初步测算其 2008 年境外广告投入将达到 5000 万元左右。戴尔电脑、英特尔、微软等国际跨国 IT 公司,在百度都投入大量推广费用,都是百度的重要客户。从中可以看出,广告是市场营销的重要要素之一,在建立品牌过程中起着非常重要的作用。作为公共图书馆,历来宣传工作滞后,在重视包装和推广的今天,公共图书馆依然“养在深闺”,显然跟不上当今社会文化事业的发展步伐,因此加强图书馆的宣传工作就显得尤为重要和必要。如果说,业务工作是图书馆发展的“硬件”,那么宣传工作就可以看成是“软件”,没有“软件”的配合,“硬件”工作再出色,也不能产生最佳的工作效应。因此,深入开展业务工作,加强图书馆宣传工作,二者有益的结合,以宣传带动业务工作发展,才能使全社会了解图书馆、信任图书馆、支持图书馆,最终才能利用图书馆资源为大众服务。

2 公共图书馆宣传体系的构成

“宣传”一词在《辞源》中作如下解释:个人或团体借助各种媒介表达自己的观念和主张,以影响群众的态度和思想的社会活动。由宣传者、宣传内容、传播媒介、宣传对象诸多因素构成,具有目的性、社会性、依附性等特点。按形式分由口头宣传、文字宣传、形象宣传等。《辞海》将“宣传”定义为:即是灌输或扩散一种观念,以劝服接收者的含目的性的社会行为。从以上解释和定义我们可以看出:宣传对于企业和产品来说,是企业求经济效益、求发展的有效手段,与经济领域相比,公共图书馆的宣传不以追求经济效益为目的,而是依附于图书馆实体,通过声、视、报、刊等各种媒介以及图书馆自身的如公告栏、电子屏幕、网站等诸多介质,传达图书馆的信息,加强图书馆与公众的相互交流,以引导公众的阅读倾向和行为,提高自身的知名度和美誉度,扩大消费图书馆服务产品的受众面。公共图书馆的宣传体系由宣传主体和客体、内容构成。

2.1 宣传主体

宣传主体是指图书馆的宣传工作者,选用宣传人员时应该从两方面考虑,首先宣传人员应该来自于图书馆、具备热爱图书馆宣传工作的道德素养;熟悉图书馆各方面情况、熟悉馆藏、了解读者心理、能够准确的向读

者传达宣传内容的业务素养;具备综合性科学文化知识的科学文化素养。同时还能系统掌握图书馆宣传规律,具备开放式思维,能够不断开创形式新颖的宣传活动;具有较好的语言文字与口头表达能力。

2.2 宣传客体

即指读者的各种类型,按职业性质可分为工人、农民、科研人员、教师、学生、儿童等。按地域可分为国外及国内读者。按使用情况可分为潜在读者、现实读者和受益读者等。只有在建设宣传主体工作的基础上,才能更好的开展宣传工作,做好对宣传客体的服务。

2.3 宣传内容

2.3.1 馆情介绍

馆情介绍是一个图书馆最基本也最必要的宣传。可以制作全面概括某图书馆情况的宣传册,文字与图片并用,对初次进馆的读者有一个迅速便捷了解该图书馆大致情况的渠道,对于读者下一步的借阅起到一个导向作用。另外,办好馆刊也是馆情介绍的一个有效的宣传手段,它可以使一个图书馆的办馆理念、学术水平及实力、馆员素质、馆内工作情况等向业界和读者作持续的、全面的展示,以此达到树立图书馆形象、建设图书馆品牌的宣传效应。同样,不定期的出版相关的文集,也可以将图书馆一段时间的工作成绩作一个汇总,让业界和读者更加深入的了解到一个图书馆的历史、现状及未来的发展方向。

2.3.2 馆藏介绍

馆藏介绍是目前国内图书馆在图书馆宣传方面做得最多的一种宣传方式,很多图书馆都不同程度的向读者推出了自己的馆藏资源介绍。但我们也看到,很多馆藏资源的介绍比较笼统,不详细。其实作为一个图书馆最基本的办馆定位,馆藏资源的建设是反映一个图书馆办馆水平的最重要的参数之一,因此,在馆藏资源的宣传方面,图书馆人应该通过各种形式,如全面概括性的馆藏介绍、对某人的个人图书收藏的介绍、某个专题的图书收藏推介、甚至某个时期为一个特定主题所收藏的图书作各种形式,不同内容的宣传。

2.3.3 服务内容介绍

服务内容是直接针对广大读者的,宣传内容涉及一个图书馆基本的部门设置、人员配备、各部门的工作范围和内容,服务的宗旨,使读者在进入图书馆时,能够通过这些宣传资料的指引,方便地找到自己需要的服务。通过服务内容的宣传,使读者在熟悉和使用图书馆时得到有效的服务。因此,作为服务内容而开展的业务活动宣传就是我们宣传内容的重点,宣传的成功不仅可以促使读者更多的参与进来,也同时促使图书馆人在开展业务活动时更加精益求精,以达到和宣传内容的高度一致。通过这样的宣传手段,促使图书馆人在开发和拓展自己的服务内容时眼界开阔、内容精彩,从而达到吸引读者了解并喜爱图书馆,走入图书馆的目的。

2.3.4 其它介绍

在馆情、馆藏、服务内容的介绍之外,对于图书馆的外部环境、建

筑、辅助部门如后勤、物业服务等方面的介绍也不可缺少。比如在很多图书馆引起馆员与读者纠纷的“读者存包”规定,就可以在读者进馆时,由工作人员递上相关简单明了的宣传页,让读者了解和遵守这一规定,从而减少不必要的纠纷,让读者进馆舒心,馆员工作愉快。

以上宣传,图书馆可以通过文字、画册、宣传页、网络等方式进行,如简介、图书专题的推介、不定期或定期的读者活动预告、某个主题的阅读计划介绍、甚至外延至图书馆之外,向读者展示某图书馆相关区域的各种服务,这样,读者得到的信息就是全面的、立体的,而图书馆在读者心目中也不再是一个孤立的个体,它将会与相关地域的生活服务内容共存于读者的心目中,成为读者的生活内容之一。

3 公共图书馆宣传的经验与尝试

3.1 香港公共图书馆的宣传经验

香港现有 74 家图书馆,分为中央图书馆、主要图书馆、分区图书馆、小型图书馆、流动图书馆等,它的宣传工作由中央图书馆统一部署并加以实施,宣传资料也有专门的部门统一制作并加以推广。在编辑业务宣传资料方面,香港中央图书馆的做法值得借鉴,该馆不仅有全面介绍总馆及分馆情况的资料,而且细分到各个部门都有各种各样的宣传资料。既有馆藏资料、特色藏书资料,也有涉及读者阅读推广资料,读者活动等。如香港中央图书馆的青少年图书馆,在 2002 年夏季就编辑有《校园专题研习》、《如何赢取友谊》、《青少年问题面面观》、《漫画巡礼》、《一人有一个故事》、《科学之门》、《求职全攻略·青年篇》、《2002 中学生升学资讯》、《夏日乐趣书中寻》等资料,这些资料印刷精美、设计新颖,按照专题向青少年读者推荐相关书籍、杂志、视听资料、剪报、网络数据库等。《青少年问题面面观》涉及到青少年的犯罪问题、滥用药物问题、自杀问题及抑郁问题,全面而又细致,这些宣传资料对于读者来说,有很专业的指导意义,不仅关注了青少年的求知、求职,还关注了青少年的心理问题,对于读者来说非常实用。这样的宣传手段,会使读者在日积月累的阅读过程中,对公共图书馆产生一种依赖,感觉到图书馆对读者的一种人文关怀。他们会发现,利用图书馆,有时候是可以解决自己的某些问题的。又如儿童图书馆,既有《儿童网站推介》、《探访艺术家》,也有《亲子阅读座谈会》、《亲子故事坊》,资料设计以卡通形式为主,适合儿童的心理特点。其它如参考图书馆、艺术资源中心、艺术品装置、残疾人士专用设施、玩具图书馆、报刊阅览服务、多媒体资讯系统等等资料,甚至芬兰、日本、台湾等地的旅游资料,香港大众娱乐的《赛马指南》等都是面向读者任意取阅。这些资料有单页、双页,也有小册子,传递给读者的信息量很大,从中可以得到各种需要的讯息,使图书馆的宣传服务不仅作用于图书馆本身,还外延至社会文化服务的各个方面,在公众心中树立了图书馆的形象,使之成为公众文化生活中不可缺少的重要部分。

3.2 国内公共图书馆宣传工作的尝试与实践

3.2.1 引入“企业形象识别系统”(CIS)

企业形象识别系统(Corporate Identification System)是 20 世纪 60 年代初产生于美国的一种管理系统工程,由理念识别(MI)、行为识别(BI)、视觉识别(VI)三大部分组成。即明确企业的经营理念、价值体现、企业文化,通过统一严格的组织制度、管理培训、行为规范、公共贡献等一系列的活动,有组织有计划地传达给社会,使社会公众产生认同感和共同价值观,从而树立企业完美形象,体现企业的个性和精神。这一系统已经成为当今世界许多著名企业在商场中制胜的法宝之一。公共图书馆虽然属于文化事业范畴,但借鉴企业的先进经验,在图书馆引入 CIS 十分必要并切实可行,使图书馆的自我宣传更系统化、正规化。上海图书馆是我国最早成功引入 CIS 的公共图书馆,在 1996 年新馆建馆之初,就全面推行 CIS,如今“上图”已成为上海市的形象工程之一。广东部分公共图书馆也在近年使用 CIS,如深圳市图书馆、深圳福田区图书馆、深圳龙岗图书馆、深圳南山图书馆都在引入 CIS 系统中作了有益的尝试,使之成为宣传工作的一部分。南山图书馆从 2005 年开

始引入 CIS,由于经费限制,着重于视觉识别(VI)系统的建设工作,与深圳锐度广告公司合作,由专业人士设计,对图书馆标识图案、招牌、导向牌、部门标识牌、吊牌、水牌、公告栏、工作证、贵宾卡、来宾卡、信签纸、信封、工作服、手提袋、纸杯等进行了一系列形象设计及应用,作为图书馆理念的外在表现,运用静态的形象符号,用恰当统一的视觉语言传达了南山图书馆的理念系统,使图书馆的视觉形象焕然一新。从 2005 年至今,南山图书馆的 VI 标识系统从字体、颜色都有明确的规范,从大门的水牌、广告栏,到馆内服务台、书库、阅览室、检索台及提示牌、指示牌,员工工作服等都统一制作并使用,使南山图书馆的整体视觉形象高度统一,给广大读者一个鲜明的识别南山图书馆的视觉符号。

3.2.2 馆刊的宣传效应

国内许多公共图书馆都有自己的内部刊物,如浙江图书馆的《图书馆工作》、深圳图书馆的《深图通讯》、佛山图书馆的《佛图通讯》、沙头角图书馆《读书与生活》等等,都多角度多方面的向业界展示着该馆的形象与服务内容。如南山图书馆馆刊《南图时空》于 1998 年创刊,最初只是一个八开小报,2004 年底《南图时空》全面改版,当年推出《南图时空》2004 年冬季号,以全新的版式设计、栏目设置及丰富的内容为业界所瞩目,该刊为季刊,设置《图苑争鸣》、《艺文集粹》、《信息纵横》、《读者园地》、《南图纪事》等 5 个栏目,在《艺文集粹》、《信息纵横》下面再设《摄影园地》、《图片新闻》等栏目,几乎囊括了该馆员工的学术成果、才艺展示、工作讯息、读者反馈等各个方面的内容。至 2007 年底,已推出改版后的《南图时空》13 期(总 34 期)。该刊改版的宗旨很明确,就是一个向业界展示南山图书馆的“窗口”,同时也是员工交流学术心得、展示才情的一个平台和“园地”。但在与业界交流后得到的实际效果有些出人意料,不仅得到业界如潮好评,而且成了一些同行图书馆仿效的对象,同行图书馆的馆刊也纷纷改版。由此使我们认识到,即使是一本限于内部交流的刊物,只要有明确的定位、鲜活生动的内容以及专业精良的视觉设计,一样可以在一定范围内使图书馆的社会形象和专业形象得到提升。作为一个区级图书馆,南山图书馆先进的办馆理念得到广大同行的认可,馆刊的宣传效应在其中所起的作用不容小视。

3.2.3 与媒体加强合作

电视、广播、报纸、网络是当今社会传播速度最快、范围最广、受众最多的大众媒体,利用广播、电视、报纸、互联网是宣传图书馆的最可行。最有效的方式。虽然电视和广播对于刊登和播放图书馆的公益广告是行之有效的宣传手段,但实际上由于图书馆经费的限制,至今还不能看到图书馆在电视上和广播中所作的公益宣传。目前最多和最常用的,还是与纸质媒体的合作以及在网络上的可行性操作。因此,公共图书馆与当地新闻单位建立稳固的关系,及时通报图书馆的消息及动态就显得尤为重要。

近年来,许多共同图书馆都意识到与媒体的良好合作,对于提高读者对图书馆的使用率、对宣传和推广图书馆的业务工作,有着事半功倍的效果,因此,加强和利用媒体对图书馆的报道,达到和谐社会,推广图书馆品牌、服务读者、服务大众的目的在于公共图书馆宣传的一个重要途径。公共图书馆可以与报纸联合,参与报纸的栏目制作,如每周公益讲座简介、每周新书榜、图书馆热线等。南山图书馆自建馆之初,就重视与媒体的合作,以本地本区域报刊杂志为载体,为南山图书馆的整体形象作了长达 10 余年的宣传报道,2006-2007 年,媒体报道的篇数都保持在 60 篇左右。每当馆内有重大读者活动或者相关信息,相关工作人员都会主动撰稿或联系媒体记者,往往第一时间通过报纸和网站发布消息,有关竞赛试题也在报纸上刊登,以便及时将有关信息向公众公布,许多读者就是从媒体上面了解到相关信息从而迈上走向图书馆的道路。2008 年春运期间,由于雪灾,许多外来人员不能回家过年,南山图书馆决定延长开馆时间,为留深过年的人们提供一个可去之处,并及时挑选一批图书,送到在火车站滞留的人们手中,相关情况在当地报纸都有连续报道。2007 年,南山图书馆的读者进馆

人数首次突破130万,这与南山图书馆和所在区域的媒体,建立长期相对固定的良好合作有直接的关系。

3.2.4 整合自身优势,发挥宣传效应

公共图书馆在日常工作中,应该充分发挥自己与读者的互动性,利用各种手段宣传图书馆,如利用告示栏、宣传栏、读者手册、各种展览、各类读者活动、编制二、三次文献资料来提升图书馆在大众中的知名度,让更多的大众知道和了解图书馆,从而吸引更多的读者进馆。南山图书馆2007年共举办读者活动246场,参加人数48722人次,全年共发放新的借书证12095个,进馆人数突破130万,取得了良好的社会文化效益。

(1)编辑业务宣传资料也是图书馆宣传的一个可行性手段,如根据馆藏特色,编辑藏书目录、新书推荐目录。南山图书馆特色服务部根据自己旅游藏书的特点,定期推出“南图旅讯”和“主题新书推介”就是一个例子。扩大图书馆服务范围,将读者咨询工作突破于传统的藏书咨询之外,如南山图书馆的“星期天法律服务日”、“星期五心灵之约心理健康日”两个常设栏目的设置与运行,在引导大众认识公共图书馆方面作了有益尝试,它使大众认识到公共图书馆不仅是一个获得文化知识和信息资源的地方,而且还是一个有时候可以解决困扰自己的生活和工作的难题的地方。

(2)利用网络可以取得宣传效果已是一个不争的事实。如开通图书馆网站,在网站上发布各类读者需要的信息、从馆藏、馆舍、各部门设置、开馆时间到读者可以参与的互动项目如网上荐书,查阅馆藏、网上办理续借等,使部分读者通过网络就可以认识和了解图书馆的服务内容,同时办理相关业务。南山图书馆2007年为读者开通了“视频点播”,不仅增加了自身的服务项目,使喜欢通过网络来获取知识的读者找到了新的学习途径。

4 公共图书馆宣传体系的发展趋势与展望

据统计,截止2006年初,全国拥有公共图书馆总量为2700所左右,这意味着平均每45.7万人拥有1所公共图书馆。然而,图书馆的公众利用率在历次各机构的调查报告中,却在常住人口中所占比例极小,据中国科协2001年对我国公众科学素养的调查,2000年我国公众

没有去过图书馆或图书阅览室的比例竟高达78%。一方面图书馆人在致力于图书馆事业的发展,另一方面却要面对读者上门不多的尴尬局面。这与图书馆疏于宣传、大众图书馆意识淡薄有关。因此,在公共图书馆事业不断向规模化、多元化发展的今天,构建公共图书馆的宣传体系已是图书馆人在图书馆工作实践中必须而且应该重视的重要内容之一。公共图书馆的宣传体系也有向规模化、多元化发展的趋势,图书馆的宣传体系不再停留于对某个单一的图书馆的宣传策略上,而是整合行业的各类信息,由相关政府主管部门向全社会发布。香港中央图书馆在这方面的工作已颇具规模,该地区公共图书馆的相关宣传都由总馆统一部署、统一制作和发布。早在2004年,深圳市文化局就开始制作《深圳市公共图书馆网络概览》的宣传册,将全市、区各级图书馆的简介、地址、开馆时间等收录其中,向广大公众展示了“图书馆之城”的网络立体图。2008年“4.23世界阅读日”,一本面向全市的包括各级图书馆的读者活动情况汇览的宣传册也即将出炉。我们相信,在致力于公共图书馆宣传体系构建长期化、系统化的今天,公共图书馆将越来越为大众所了解、接受和利用,成为大众生活中不可缺少的文化内容之一。

(来稿时间:2008年4月)

参考文献:

1. 余子牛. 图书馆总馆/分馆制的研究与实践. 图书馆, 2006(3)
2. 刘兵. 图书馆宣传的原则和策略. 图书馆学刊, 2005(3)
3. 罗丽娟. 图书馆广告宣传. 贵州民族学院学报, 2005(6)
4. 陈素旭. 图书馆宣传策划. 中山大学学报论丛, 2004(1)
5. 许超. 公共关系在公共图书馆宣传中的运用. 图书情报论坛, 2006(3)
6. 郑建民, 罗庭芝. 浅谈公共图书馆的宣传工作. 图书馆, 2005(3)
7. 郝雁, 顾江. 图书馆宣传工作的思考. 上海高校图书馆情报工作研究, 2006(2)
8. 蔡艳青. 新时期公共图书馆宣传工作略论. 晋图学刊, 2003(4)
9. 邱五芳. 论图书馆的公众性. 中国图书馆学报, 2001(6)
10. 南山图书馆. 2007年年报. 2008. 2

An Analysis on the Creation of Propaganda System of Public Library

Mu Lan (NanShang Library)

[Abstract] With the development of library affairs, propaganda job is becoming an necessary thing though it was despised before. This essay is trying to discuss on the significance, effect, structure, experiences, attempt and developing tendency of propaganda system of public library, then the author of this essay think that the job of propaganda of public library should bring into the professional work of the library.

[作者简介] 牟兰,深圳南山图书馆馆员,已发表论文数篇。

(上接97页)

参考文献:

1. 李伟超,王兰敬. 美国数字图书馆项目建设回顾. 新世纪图书馆, 2003(3): 63-68
2. 张兴华. 美国数字图书馆的发展对我国数字图书馆建设的启

示. 医学情报工作, 2004. 25(2): 81-83

3. 黄晓斌. 美国数字图书馆研究的发展. 图书馆建设, 1996(6): 74-76
4. 张真一. 浅论中国数字图书馆的发展. 甘肃科技纵横, 2004. 33(4): 33

Comparative Research of the Digital Libraries Between China and the United States between China and the United States

Li Yeqiang (Huaihua Medical College)

[Abstract] In recent years, the general attention of the countries all over the world has been received in the development of the digital library. The writer in this paper makes the comparative analysis of the development of the digital libraries between China and the United States and proposes that the construction of digital library of our country should be on the basis of using advanced experience of construction of digital library of U. S. A. for reference, combine the concrete conditions of our country, and build the digital library with characteristic of Chinese.

[作者简介] 李叶强,任职于湖南怀化医学高等专科学校图书馆。