

当前基层公共图书馆宣传管理存在的问题及对策分析

李 锐

自贡市图书馆 四川 自贡 643000

摘 要：当前基层公共图书馆宣传管理面临诸多挑战，存在宣传意识淡薄、渠道单一、内容缺乏吸引力及缺乏有效激励机制等问题。这些问题严重影响图书馆的社会影响力和服务效能。本文针对这些问题进行深入分析，并提出加大资金投入、创新宣传方式、精准定位目标受众及建立评估机制等对策，旨在提升基层公共图书馆的宣传管理水平，促进图书馆资源的有效利用和文化的广泛传播。

关键词：基层公共图书馆；宣传管理；问题；对策

引言：随着信息化时代的到来，基层公共图书馆作为文化传播和知识服务的重要阵地，其宣传管理工作显得尤为重要。当前基层公共图书馆在宣传管理方面存在诸多不足，如宣传意识薄弱、宣传手段落后、宣传内容单一等，这些问题不仅制约图书馆服务范围的拓展，也影响图书馆在公众心目中的形象和地位。因此深入分析基层公共图书馆宣传管理存在的问题，并提出切实可行的对策，对于提升图书馆服务效能、推动文化事业发展具有重要意义。

1 基层公共图书馆宣传管理概述

1.1 基层公共图书馆宣传管理的内涵

基层公共图书馆宣传管理是指针对基层公共图书馆这一特定文化服务机构，通过有计划、有组织、有目标的宣传活动，提升图书馆的知名度、影响力和服务质量，进而促进图书馆资源的有效利用和社区文化的繁荣发展。它涵盖了宣传策略的制定、宣传内容的创意与设计、宣传渠道的选择与管理、宣传效果的评估与反馈等多个方面，旨在构建一个全方位、多层次的宣传体系，以满足不同读者群体的信息需求和文化期待。基层公共图书馆宣传管理不仅关注图书馆内部资源的整合与优化，还注重与外部环境的互动与融合，是实现图书馆社会价值和文化使命的重要手段。

1.2 基层公共图书馆宣传管理的主要内容

基层公共图书馆宣传管理的主要内容包括几个方面：（1）宣传策略规划：根据图书馆的发展目标、读者需求和外部环境，制定长期和短期的宣传策略，明确宣传的重点、方向和节奏。（2）宣传内容创作：围绕图书馆的藏书资源、服务项目、文化活动等，创作具有吸引力、创新性和针对性的宣传内容，包括文字、图片、视频等多种形式。（3）宣传渠道管理：选择和利用多种宣传渠道，如社交媒体、官方网站、线下海报、社区活

动等，构建多元化的宣传网络，确保信息的广泛传播和有效覆盖^[1]。（4）品牌形象塑造：通过持续的宣传和推广，塑造图书馆的独特品牌形象，提升其在公众心中的认知度和美誉度，增强读者的归属感和忠诚度。（5）宣传效果评估：定期对宣传活动的实际效果进行评估，包括读者参与度、媒体关注度、服务使用量等指标，及时调整宣传策略和内容，以实现最佳宣传效果。（6）读者关系维护：通过宣传管理建立与读者的良好沟通机制，收集读者反馈，解答读者疑问，增强读者与图书馆之间的互动和联系，提升服务满意度。

2 当前基层公共图书馆宣传管理存在的问题

2.1 宣传意识淡薄

在基层公共图书馆的日常运营中，宣传意识淡薄是一个不容忽视的问题。许多图书馆管理者过于专注于图书的收藏、管理和借阅等传统业务，而忽视了宣传工作在提升图书馆知名度、吸引读者、促进资源利用等方面的重要作用。这种淡薄的宣传意识导致宣传工作往往被边缘化，缺乏系统性的规划和主动性的执行。管理者可能认为宣传工作只是简单的信息发布，而未能将其视为一种战略性的营销手段，从而错失了通过宣传提升图书馆社会价值和影响力的良机。

2.2 宣传渠道单一且效果不佳

基层公共图书馆在宣传渠道的选择上存在明显的局限性，往往依赖于传统的、单一的宣传方式。这些方式，如海报、横幅、宣传册等，虽然在一定程度上能够覆盖到图书馆的周边社区，但受限于传播范围和互动性，其宣传效果往往不尽如人意。随着互联网的迅猛发展和新媒体的兴起，社交媒体、官方网站、移动应用等线上平台已成为信息传播的重要渠道。部分基层图书馆在新媒体运用方面显得滞后，未能及时跟上时代步伐，有效利用这些新兴渠道进行宣传。这导致图书馆的宣传

信息难以广泛传播,无法有效触达更广泛的读者群体,进而影响了宣传的整体效果。

2.3 宣传内容缺乏吸引力

宣传内容的吸引力是决定宣传效果的关键因素之一。在当前基层公共图书馆的宣传中,普遍存在着内容单调、缺乏创新的问题。宣传内容往往局限于图书馆的开放时间、藏书数量、借阅规则等基本信息,这些内容虽然重要,但缺乏足够的吸引力和趣味性,难以引起读者的兴趣和关注。图书馆未能深入挖掘和呈现自身的特色资源、文化活动、读者故事等更具吸引力的内容,导致宣传信息显得平淡无奇,无法激发读者的参与热情和好奇心。这种缺乏吸引力的宣传内容不仅影响宣传效果,也浪费了图书馆宝贵的宣传资源^[2]。

2.4 缺乏有效的激励机制

有效的激励机制是推动宣传工作持续发展的重要保障。在基层公共图书馆的宣传管理中,往往缺乏有效的激励机制来激发宣传人员和读者的积极性和创造力。对于宣传人员而言,缺乏明确的奖励机制和职业发展路径,导致他们缺乏足够的动力和热情去投入宣传工作。而对于读者而言,缺乏吸引他们参与宣传活动的有效手段,如奖励、优惠、荣誉等,导致他们对宣传活动的参与度不高。这种缺乏有效的激励机制的状况不仅影响了宣传工作的质量和效率,也制约了图书馆宣传工作的长期发展。因此建立有效的激励机制已成为基层公共图书馆宣传管理工作中亟待解决的问题之一。

3 解决基层公共图书馆宣传管理问题的对策

3.1 加大资金投入,优化资源配置

面对基层公共图书馆宣传管理意识淡薄的问题,首要对策是加大资金投入,以优化资源配置,为宣传工作提供坚实的物质基础。资金是宣传工作的血脉,没有足够的资金支持,宣传工作将难以开展。图书馆管理层应充分认识到宣传工作的重要性,将宣传经费纳入年度预算,并确保专款专用。加大资金投入的同时,要优化资源配置,确保每一分钱都用在刀刃上,这包括购置先进的宣传设备、引进专业的宣传人才、提升宣传人员的专业素养等。图书馆可以设立专门的宣传部门或岗位,负责宣传工作的规划、执行和评估,确保宣传工作的专业性和系统性。还可以通过与高校、广告公司等合作,引入外部智力资源,提升宣传工作的创新性和实效性。在资源配置上,要注重平衡和协调。既要确保传统宣传方式的投入,如海报、横幅等,以覆盖不同年龄段的读者;又要加大在新媒体平台上的投入,如社交媒体、官方网站等,以吸引年轻读者和远程读者。通过优化资源

配置,使宣传工作更加全面、立体、高效。

3.2 创新宣传方式,提高宣传效果

针对宣传渠道单一且效果不佳的问题,基层公共图书馆应积极探索和创新宣传方式,以提高宣传效果。在新媒体时代,图书馆应充分利用互联网和移动技术的优势,打造多元化的宣传渠道。一方面,要加强线上宣传。图书馆可以建立官方网站、微信公众号、微博等社交媒体账号,通过这些平台发布图书馆的最新动态、活动预告、阅读推荐等信息。还可以利用短视频、直播等新兴媒体形式,展示图书馆的特色资源和文化活动,吸引读者的关注和参与。线上宣传具有传播速度快、覆盖面广、互动性强等特点,能够迅速提升图书馆的知名度和影响力。另一方面,也不能忽视线下宣传,图书馆可以与社区、学校、企事业单位等建立合作关系,通过举办讲座、展览、读书会等活动,将图书馆的资源和服务推送到读者身边。线下宣传能够增强读者与图书馆之间的亲近感和信任感,促进读者对图书馆的深入了解和利用。在创新宣传方式的同时,要注重宣传内容的创意和策划。图书馆应结合自身特点和读者需求,设计具有吸引力、感染力和传播力的宣传内容。可以通过讲述图书馆的故事、展示读者的阅读成果、推荐优秀的图书等方式,激发读者的阅读兴趣和参与热情。还可以利用数据分析等技术手段,对宣传效果进行实时监测和评估,及时调整宣传策略和内容,确保宣传工作的针对性和有效性。

3.3 精准定位目标受众,提升宣传针对性

宣传内容缺乏吸引力的问题往往源于对目标受众的定位不准确。因此,基层公共图书馆应精准定位目标受众,根据不同类型的读者群体制定差异化的宣传策略和内容。首先,要对读者群体进行细分。图书馆可以通过问卷调查、数据分析等方式,了解读者的年龄、性别、职业、兴趣爱好等信息,将读者划分为不同的群体。例如,儿童读者可能更喜欢绘本故事和亲子活动;青年读者可能更关注时尚潮流和职业发展;老年读者可能更偏爱经典文学和健康养生等内容^[3]。其次,要根据不同读者群体的特点制定差异化的宣传策略,对于儿童读者,图书馆可以举办绘本阅读比赛、亲子故事会等活动;对于青年读者,可以推出新书速递、职业规划讲座等;对于老年读者,可以组织经典诵读、健康讲座等。通过差异化的宣传策略,满足不同类型读者的需求,提升宣传的针对性和吸引力。图书馆还可以利用大数据和人工智能技术,对读者的阅读行为和偏好进行深度分析,为每位读者提供个性化的阅读推荐和服务。这种个性化的宣传方式不仅能够提升读者的阅读体验,还能够增强读者对

图书馆的黏性和忠诚度。

3.4 建立宣传效果评估机制, 优化宣传策略

缺乏有效的宣传效果评估机制是导致宣传工作效果不佳的重要原因之一。基层公共图书馆应建立科学的宣传效果评估机制, 对宣传工作进行定期评估和总结, 以优化宣传策略。评估机制应包括定性和定量两个方面, 定性评估可以通过读者反馈、专家评价等方式进行, 了解读者对宣传工作的满意度和意见建议; 定量评估则可以通过数据分析、问卷调查等方式进行, 量化宣传工作的覆盖范围、参与人数、媒体关注度等指标。通过定性和定量相结合的方式, 全面、客观地评估宣传工作的效果。在评估的基础上, 图书馆应及时总结宣传工作的经验教训, 对成功的经验进行推广和复制, 对存在的问题进行剖析和整改。同时还要根据评估结果调整宣传策略和内容, 确保宣传工作始终紧跟时代步伐和读者需求。图书馆还可以建立宣传工作的激励机制和奖惩制度, 对于在宣传工作中表现突出的个人或团队给予表彰和奖励; 对于宣传工作效果不佳或存在失误的个人或团队则进行批评和惩罚。通过激励机制和奖惩制度的建立, 激发宣传人员的积极性和创造力, 推动宣传工作的持续改进和发展。

3.5 加强管理层对宣传工作的重视

解决基层公共图书馆宣传管理问题的一项重要对策是加强管理层对宣传工作的重视。管理层作为图书馆的决策者和引领者, 其对宣传工作的态度和重视程度直接影响着宣传工作的成效。因此必须从根本上转变管理层对宣传工作的认知, 使其充分认识到宣传在提升图书馆社会形象、扩大服务范围、增强读者粘性等方面的重要作用^[4]。具体而言, 管理层应将宣传工作纳入图书馆发展的战略规划中, 将其视为提升图书馆核心竞争力的重要手段。通过制定明确的宣传目标和计划, 为宣传工作

提供清晰的方向和指引。管理层还应积极参与宣传工作的决策过程, 为宣传团队提供必要的支持和资源, 确保宣传工作的顺利开展。管理层还应加强对宣传工作的监督和评估, 建立科学的评估体系, 定期对宣传工作的效果进行量化和质化的评估, 及时发现问题和不足, 并督促相关部门进行整改和优化。通过这种方式, 管理层不仅能够及时了解宣传工作的进展情况, 还能够对宣传工作进行有效的指导和调控, 确保宣传工作始终沿着正确的方向前进。加强管理层对宣传工作的重视是解决基层公共图书馆宣传管理问题的关键所在。只有管理层真正重视宣传工作, 才能够为宣传工作提供有力的支持和保障, 推动图书馆宣传工作的不断创新和发展, 进而提升图书馆的社会影响力和服务水平。

结束语

当前基层公共图书馆宣传管理存在的问题不容忽视, 它们直接制约了图书馆服务效能的发挥和文化传播功能的实现。通过深入分析这些问题, 提出针对性的对策, 旨在提升宣传管理的水平和效果。未来, 基层公共图书馆应持续加强宣传意识, 创新宣传方式, 精准定位受众, 并建立健全评估机制, 以更好地服务于广大读者, 推动图书馆事业和文化事业的繁荣发展。

参考文献

- [1]张婕.公共图书馆志愿服务项目化管理比较研究[J].图书馆,2021(3):106-111.
- [2]朱新理.公共图书馆文化志愿者服务发展中存在的问题与对策[J].科技资讯,2019,17(6):183-184.
- [3]刘健,王小菲.基于知识生态系统的智慧图书馆知识服务模式研究[J].情报科学,2021,39(9):18-24.
- [4]马赛.公共图书馆志愿者服务问题与对策[J].传媒论坛,2021,4(3):130-131.