

高校图书馆阅读推广研究综述

郭秀梅

(中南民族大学 湖北武汉 430074)

摘要:近年来,在“全民阅读”“建设书香社会”的背景下,高校图书馆阅读推广逐渐成了学术界研究的热点。高校图书馆作为阅读推广的重要场所,在推动阅读推广中,具有非常重要的作用。同时,阅读推广也是高校图书馆服务育人的重要方式。本文就有关高校图书馆阅读推广研究成果进行分类总结,并对图书馆阅读推广的后续研究提出了展望。

关键词:高校图书馆 阅读推广

中图分类号: G258.6 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.43.134

一、高校图书馆阅读推广的背景

从2014年以来,“全民阅读”第九次写入国务院政府工作报告。在2022年4月22日,首届全民阅读大会在京开幕,充分体现了党中央对推动全民阅读、建设书香中国的高度重视。自推动“全民阅读”以来,各高校图书馆开展形式多样的阅读推广实践活动,有关高校图书馆阅读推广的研究日益成为学者们关注的热点,研究成果也逐渐丰富。本文通过对高校图书馆阅读推广相关研究成果进行梳理,聚焦研究的热点和趋势,总结了研究的方向和内容,以期为高校图书馆阅读推广的后续研究提供借鉴和参考。

二、高校图书馆阅读推广研究现状

本文以中国知网(CNKI)作为数据来源,选择高级检索模式,检索主题为“高校图书馆AND阅读推广”,检索时间截止到2022年6月,共检索到3996篇文献。其中,普通期刊为3820篇,核心期刊549篇,会议38篇,学位论文130篇,报纸2篇。对高校图书馆阅读推广最早的研究是在2010年,从2012年之后,研究数量开始逐年增加,主要研究的内容可以分为以下几个方面。

1. 阅读推广的概念

阅读推广的概念反映了阅读推广的目的及作用。张怀涛认为,阅读推广是社会团体为促进人们阅读而开展的各项活动,也就是将有益于人们和社会的一系列阅读活动进行推广^[1]。王波认为,阅读推广是为了促进人人阅读,提高人类文化素养,提升各民族软实力,以实现各国富强和民族振兴为战略目标,通过各国的机构与个人开展的培养人们的阅读兴趣和习惯,提高人们的阅读质量、阅读能力、阅读效果的活动^[2]。而在这一定义中,关于阅读推广的五个概念不是随意罗列的,彼此之间存在着先后的逻辑关系。关于阅读推广的意义,对于社会来说,高校图书馆阅读推广有助于推动全

民阅读,营造书香社会,增强人民的精神力量和文化素质。从读者个人角度,一方面,阅读推广活动的开展能够使读者通过阅读汲取知识养分,开拓视野,促进读者人文素质的提升和正确价值观的养成,培养其健全人格。另一方面,阅读推广能够为读者推荐有价值的书籍,使读者快速地了解相关书籍的背景,选择适合自己的书目,能够节省读者寻找书籍的时间,避免了在众多书目中难以选择和鉴别的困扰。

2. 从理论上对图书馆阅读推广的研究

范并思认为,阅读推广作为图书馆的实践范畴,其支撑理论包括应用性理论和图书馆学基础性理论。阅读推广的应用性理论主要是指在实践中的具体操作,如策划、准备、组织、宣传、实施,以及绩效测评等。阅读推广的图书馆学基础理论是阐释“阅读推广是什么、为什么、应该怎样做”。这一类问题,指明了阅读推广的目标和方向^[3]。为了有效地开展阅读推广活动,张晓娜从扎根理论视角讨论了高校图书馆推广经典阅读各因素之间的关系,构建了推广经典阅读影响因素的扎根理论框架,对影响经典阅读推广的主要因素,提出相应的改善策略^[4]。高校读书会作为大学生分享读书的一个组织,吸引了很多真正喜爱阅读的读者,是推动图书馆阅读推广的重要力量。陈哲彦等以分众阅读理论为指导,对图书馆借力读书会的可行性进行了分析,立足高校读书会优势,提出了图书馆借力读书会开展阅读推广的策略^[5]。

3. 高校图书馆阅读推广的形式

除了高校图书馆阅读推广所举办的讲座、竞赛、图书导读等活动,部分高校在阅读推广上不断地推出新意,在传承校史校风上给予读者不同的体验,如南京师范大学图书馆设计的校史主题阅读推广活动,将“校史阅读”作为2020到2024阅读推广的主要活动,通过梳理校史资源,构建特色校史文化空间,打造“饮冰图书”,整合“碎片化”校史内容,

设立“校史阅读”卡片,创新“校史阅读”笔记等^[6]。在阅读的过程中,读者还可以通过卡片、笔记分享自己的读书感受,深入地参与到校史阅读。河北科技大学图书馆所打造的“红色经典阅览室”,不仅为读者精心挑选中外文红色经典书籍,而且还配有专业的导读人员,为图书馆阅读推广创造了良好的环境,使读者能够快速浏览到优秀书籍。

4. 高校图书馆阅读推广存在的问题

虽然很多高校图书馆都尝试开展了不同类型的阅读推广活动,也取得了一些成效,但与期待的效果仍然存在一定差距。研究者们认为,目前阅读推广实践还存在以下几个方面的问题:一是阅读推广内容缺乏针对性。图书馆阅读推广的内容关系着阅读主体的接受能力和阅读质量。然而,很多高校图书馆在开展阅读推广的前期准备中对内容的选择上不能切合读者的兴趣需要,未能充分地考虑读者的差异性。高校图书馆服务的对象有不同年级、专业的学生,还有教师和研究人員。因此,在阅读推广过程中,如果不能充分地考虑读者的差异性,就很容易造成推广的内容不能够满足读者的需求,严重影响到阅读推广活动的效果。二是活动形式缺乏创新。有些高校图书馆把阅读推广作为完成图书推荐的任务,仅做一些简单的宣传、展览,仍然使用传统的推广方式,流于表面,毫无新意,并不在意是否吸引学生的注意力。三是阅读推广反馈及评价机制不健全。高校图书馆阅读推广活动的开展是一项系统的过程,每一次阅读推广活动的开展都应该是为下一次活动的开展积累经验,读者对于活动的反馈能够使组织者更加明确活动的不足之处,如果忽略阅读推广活动的反馈机制,组织者将难以获得读者对活动的满意度及建议,而对于读者来说也会降低对阅读推广的参与感。

5. 高校图书馆开展阅读推广的策略

针对阅读推广存在的内容不深、流于形式等问题。王炬颖等提出了精准化阅读推广策略和途径。在阅读推广的策略上,分别从活动中的拉新、留存、促活等不同环节,考虑和审视读者的需求,重视读者的阅读体验,创新推广模式,丰富阅读内容,优化数字阅读推广环境。在开展阅读推广的路径上,以人性化的目标加强读者对图书馆的黏性,以大数据分析提升精准的个性化阅读,提升馆员综合素质,完善阅读推广的制度体系,营造好的阅读氛围^[7]。为提高阅读的质量,秦疏影提出了精细化阅读推广的模式与评价。首先,在阅读推广前期,把明确读者的兴趣和需求作为阅读推广的关键点。其次,是策划阅读推广的主题和形式。然后,确定活

动时间,进行宣传及举办。在开展活动中,收集读者的意见反馈,活动结束后对阅读推广效果进行评价^[8]。

随着互联网的快速发展,传统的服务方式已经不能满足当代读者的阅读方式。微媒体阅读成为读者喜爱的一种媒介,也对读者的阅读行为产生了影响,王婷认为,在微媒体时代高校图书馆应更加关注读者微阅读的倾向,结合读者的阅读兴趣及特点,优化图书馆线上服务方式,创新阅读推广品牌,健全阅读推广的长效机制^[9]。

6. 高校图书馆阅读推广的评价

卢苗苗在对阅读推广活动分析的基础上,结合与图书馆管理者和馆员的非正式交谈,设计了活动保障、实施质量、读者满意度与受益度、活动绩效5个模块以及32个二级指标,然后,编制问卷让读者对各项指标评分,再运用变异系数法对指标赋权,最终得出各项评估指标的变异系数及其权重^[10]。刘喜球通过考查国内阅读推广评价指标体系,根据吉首大学阅读推广实践活动情况,邀请专家采用德尔菲法最终选取了活动组织、参与者评估、校园影响等三个一级指标,再运用层次分析法对各项指标进行权重测定^[11]。

三、总结和展望

1. 提高阅读推广研究的质量

从研究内容上来看,研究者们对高校图书馆阅读推广的概念、影响因素、模式、存在问题、策略与路径等方面都进行了研究,为高校开展阅读推广实践活动提供了建议和指导。但从期刊发文量来看,截止到2022年6月,共计3996篇文献,其中,普通期刊为3820篇,核心期刊仅549篇,若以核心期刊数量衡量研究的质量,而高校图书馆阅读推广在研究质量上仍有待提高。因此,这就要求高校图书馆阅读推广研究人员,更加注重研究内容的质量,加强与阅读推广一线工作人员进行交流和讨论,深入到阅读推广实践活动之中,以实践推动阅读推广理论研究。另外,也要注重开拓创新,避免研究内容过于片面,或在前人已有研究基础上进行重复研究。学者们应在已有研究基础上,审视当下阅读推广尚未解决的问题,积极地探索阅读推广的新趋势,了解不同层次读者的阅读特点和需求,尝试运用多种研究方法、多学科研究视角,开拓阅读推广研究的新领域。

2. 加强阅读推广评价研究

近年来,学术界虽然对高校图书馆阅读推广的研究非常重视,但关于阅读推广评估的研究成果却较少。究其原因,一方面,高校图书馆阅读推广为了营造浓厚的阅读氛围,吸引更多的读者喜爱阅读,研究者们更关注于对阅读推广的形

式、内容及策略的研究,而忽视了对阅读推广评价的研究。因此,高校图书馆相关部门及领导,在推进阅读推广活动的同时,也要更加重视对阅读推广评价的研究。另一方面,阅读推广活动的是一项系统工程,涉及多个环节及主体。一些研究者虽然已经构建了阅读推广评价指标体系,但在构建过程中未能充分地考虑阅读推广的实践情况,评价指标的确定不够全面,指标权重的设定,准确性和适用性有待于进一步检验,这也是导致阅读推广评价研究滞后的原因。在今后的研究中,应结合国内外高校图书馆阅读推广相关研究,在与阅读推广管理人员、读者进行深入交流的基础上,灵活应用多种研究方法,选定评价指标体系的维度,或邀请校内外专家确定其评价指标体系,然后将确定好的评价体系应用于阅读推广相关活动,经过检验和修改,最终构建能够客观、全面反映阅读推广活动实际成效的评价指标体系,为高校图书馆阅读推广提供具有针对性和适用性的建议。此外,随着新媒体、数字阅读等相关的阅读推广越来越受大学生的喜爱,研究者们还应注重对其有关评价方面的研究。

3. 注重阅读推广体系研究

很多高校图书馆阅读推广活动只是短暂开展几天,形式简单,宣传效果不佳,未能持续地将阅读推广开展下去,主要原因是在制度、人员、经费上未能得到保障。为了使阅读推广活动切实地开展下去,推动高校图书馆推广成为常态化,这就需要建立一个结构完整、功能完全、制度完善、组织有序的阅读推广机构体系,更好地发挥图书馆服务育人功能。一成立阅读推广部门,阅读推广部门是构建阅读推广服务体系的重要基础。阅读推广部门以服务阅读推广为主要任务,需要配备专业的阅读推广队伍、规范的规章制度、充足的活动经费、丰富的图书资源,这些是阅读推广顺利开展的重要保障。二是做好阅读推广活动的策划、宣传、实施和评估等工作。在“互联网+”时代,阅读推广人员也要做好线上与线下活动相结合,既要利用好图书馆的现有的馆藏资源,同时也要发挥好电子资源的阅读优势。

参考文献

- [1]张怀涛.阅读推广的概念与实施[J].河南图书馆学刊,2015,35(01):2-5.
- [2]王波.阅读推广、图书馆阅读推广的定义——兼论如何认识和学习图书馆时尚阅读推广案例[J].图书馆论坛,2015,35(10):1-7.
- [3]范并思.阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J].中国图书馆学报,2014,40(05):4-13.
- [4]张晓娜.基于扎根理论的高校图书馆推广经典阅读影响因素探究[J].图书馆理论与实践,2022(02):116-122.
- [5]陈哲彦,徐雁.分众阅读理论下借力读书会的高校图书馆阅读推广探析[J].图书馆理论与实践,2022(03):92-97.
- [6]朱茗,刘婧,袁华.高校图书馆主题阅读推广的实践与思考——以南京师范大学图书馆“校史阅读”推广为例[J].新世纪图书馆,2021(05):29-32+43.
- [7]王炬颖,刘根厚.高校图书馆开展精准化阅读推广的策略与路径[J].新世纪图书馆,2021(11):35-39.
- [8]秦疏影.高校图书馆精细化阅读推广模式研究与效果评价——以北京农学院图书馆阅读推广活动为例[J].图书情报工作,2015,59(16):45-49+89.
- [9]王婷.新媒体时代高校图书馆阅读推广策略研究[J].图书馆工作与研究,2017(11):89-92+128.
- [10]卢苗苗,方向明.高校图书馆阅读推广活动绩效评估指标体系构建研究[J].图书馆建设,2015(11):34-37.
- [11]刘喜球,王尧.高校图书馆阅读推广活动的绩效评估实证研究——基于吉首大学图书馆调查分析[J].现代情报,2016,36(07):96-100.

作者简介

郭秀梅(1996.06.02—),女,汉族,籍贯:河南周口,学历:研究生。