

# 信息化新常态背景下高校图书馆阅读推广实践研究

## ——以西安电子科技大学图书馆为例

王孝文 王宇婷

(西安电子科技大学图书馆, 陕西 西安 710071)

**摘要:** 目的/意义: 探讨研究高校图书馆阅读推广活动具体开展的实践探索, 为兄弟院校图书馆在开展阅读推广中提供借鉴参考。方法/过程: 以西安电子科技大学图书馆“线上书友会”为例, 介绍活动的背景、活动的开展及活动的效果与反思。阐述了高校图书馆阅读推广活动的具体实践开展。结果/结论: 高校图书馆在开展阅读推广时应注重活动主题、计划、推广形式、推广内容及效果跟踪、经验总结等环节。在平台的搭建上, 应增加互动模块; 在类型上, 应考虑小而精, 灵活切换的内容; 在方式上应考虑节奏快、时长短、自由度大; 在内容选取上, 选择覆盖面广, 接受程度大, 讨论延展性强的内容。

**关键词:** 高校图书馆 阅读推广 微实践

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.20.10

图书馆作为学校公共文化服务的重要场所, 是高校师生读者获取信息资源和空间体验的重要场所。在支撑学校的有序教学工作中承担着重要的信息资源提供库的作用。如何将信息资源充分合理的融入大学的教学、科学、学科建设及人才培养当中是高校图书馆信息服务的重要职责之一。阅读推广作为资源推介最直接也最重要的方式, 在精准对接资源和需求间提供着有力的保障。所谓阅读推广, 广义上讲是图书馆基于自身馆藏资源, 利用自身在资源、设施、人才等方面的优势, 通过静心设计, 引导不同群体成为阅读用户, 并培养其阅读意识、阅读行为以及提升其信息素养的实践活动<sup>[1]</sup>。高校图书馆阅读推广的目的之一就是吸引更多的读者发生阅读行为, 通过前期不断的信息资源推介将资源整合推送到读者面前, 后期帮助读者由被动的阅读行为逐步转变为主动意识的阅读行为的发生。

随着阅读推广的实践累计, 在信息化水平普及日常的当下, 高校图书馆开展阅读推广则是由线下不断向线上服务与线下结合的模式探索, 形成高校图书馆阅读推广新的模式。高校图书馆具有承担阅读推广的社会责任, 在开展阅读推广时为读者提供科学精准的信息资源, 引导读者树立正确的价值观, 培养读者健全的人格和独立思考的能力。

### 一、高校图书馆阅读推广的服务困境

高校图书馆在阅读推广方面进行了深入的探索, 旨在增加受众群体数量, 扩大推广内容, 实施推广目的。当前环境下, 随着信息化进程的发展, 读者出处信息爆炸的时代, 大量的信息要素推送到读者面前, 占据了大量的时间, 碎片化阅读能够给读者带来短暂即时的信息获取, 在

读者群体中具有天然的优势, 这就给高校图书馆在开展阅读推广时带来了最直接的困难。高校图书馆阅读推广是为在校师生提供深度阅读的引导路径, 培养大学生深度学习的研究精神。面对信息化时代, 纷繁的社交媒体都在与高校图书馆争夺读者的时间。

#### (一) 信息病毒影响大学生心理健康

世界卫生组织指出, “信息病毒”是在卫生病毒背景下, 包括谣言、小道消息在内的大量信息通过手机、社交媒体、互联网以及其他通信技术快速传播的现象, 导致人们难以发现值得信任的信息来源和可以依靠的指导, 并妨碍卫生防控的有效措施。“信息病毒”最直观的后果, 是引发公众非理性的恐惧心理, 甚至是大规模的社会恐慌, 并最终对社会稳定造成破坏性的影响<sup>[2]</sup>。简而言之, “信息病毒”是指在传染病传播期间, 与防控有关的不实信息通过以社交网络为主的网络通信技术向全球公众即刻、广泛传播, 对特殊时期的正确防控造成重大妨碍, 撕裂全球卫生防控共识, 并进一步地助推病毒的全球蔓延, 而这种过量的信息病毒远超大学生的应急处理能力和信息判断能力。信息病毒对于高校大学生的心理健康会造成严重的影响, 对于学校卫生防控工作带来阻碍, 对于学校教学的有序开展、学生的有序生活起着不良的引导作用。

#### (二) 数字资源抢占焦点

2020年发布的第十七次全国国民阅读调查报告显示, 2019年我国成年国民各媒介综合阅读率均保持增长势头, 各类数字化阅读方式的接触率均有所增长, 手机和互联网成为我国成年国民每天接触媒介的主体<sup>[3]</sup>。值得注意的是,

纸质书、报刊的阅读时长有所减少，且成年国民人均纸质书报刊和电子书阅读量均有所下降。笔者对西安电子科技大学图书馆2013年至2021年的纸质图书借阅数量采集分析，不难看出，纸质图书的借阅量持续下降，这也是高校图书馆近年来的普遍现象。见图1。

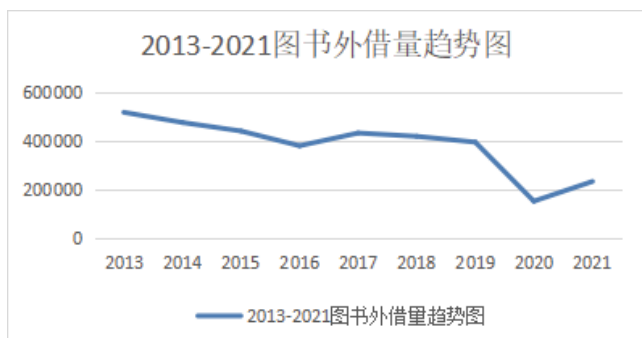


图1 西安电子科技大学图书馆2013至2021年图书外借量趋势图

### （三）馆员能力亟待提升

随着阅读环境、推广工作的常态化进行，线上阅读推广活动不断拓展，读者对于信息资源的快速获取的需求不断提升，在海量信息世界，高校图书馆学科信息与网络自媒体开展着一场大学生眼球的争夺战。关键字的精准提炼、数据库使用的熟练掌握和自媒体融合使用都在要求图书馆馆员能力的快速提升。目前高校图书馆馆员对于新媒体及各类数据库的使用不够熟悉，无法在第一时间提供准确解答和有效数据资源，不能熟练使用先进的网络、通信设备、社交媒体平台对数据库和数字文献资源进行资源推介，限制了数字资源的使用效率，导致线上阅读推广活动的效果产生不佳。

## 二、信息化新常态下阅读推广对策研究

### （一）推出数字资源专题，干预读者心理健康

面对信息病毒的时刻侵占，应对信息干扰可能产生的焦虑、恐慌等负面情绪的爆发和心理应激反应，帮助读者减轻特殊时期对心理的影响，高校图书馆通过公众号、图书馆主页等线上平台推出多期心理健康数字资源专题，及时干预读者心理，帮助读者及时识别信息干扰，为读者提供咨询帮助。期间，西安电子科技大学图书馆为师生提供信息干扰科普培训和馆藏数字资源推广服务，推荐优质读物资源，确保师生文献信息需求和心理健康防护需求，丰富师生精神文化生活，以知识为力量全面配合打赢信息病毒信息的干扰。同时对网上过量推送和分享的病毒信息进行合理整序和甄别真伪，为学生持续推送权威正面报道及国家、学校等防控措施。

### （二）加大数字资源的普及，提高推广力度

为继续支撑学校人才培养、科学研究和学科建设等活动，西安电子科技大学图书馆自2019年12月27日起推出十项针对数字资源的服务，分别为①提供从校外访问图书馆的各类数字资源途径4种；②电子书专项服务，除了在图书馆网站数据库中搜索电子书之外，无法找到的图书可以通过电子邮箱发送请求，由专员提供电子资源；③馆藏电子文献：期刊、学位论文、会议录、科技报告、专利等电子文献可利用图书馆主页检索框一站式检索；④移动端方式访问；⑤图书馆建有“智能咨询系统”，读者可通过图书馆主页、微信、书蜗小程序，以文字或语音提问，系统自动回复；⑥科技查新与查收查引；⑦电子书荐购；⑧纸质图书荐购；⑨信息素养教学课和线上讲座培训；⑩开展数字资源阅读推广活动；并定期通过图书馆主页和微信公众号推送相关数字资源科普内容。

### （三）加大馆员培训力度，提高业务实践能力

阅读推广人员的综合素质能力和创新能力，决定了阅读推广活动的质量和效果，因此要不断加强工作人员的培训学习，巩固现有的体系，不断更新完善培训内容，熟识当下的推广媒介与数据库，使阅读推广活动更具创新。根据馆舍高职能、人员结构、馆藏布局、办学方针为基本原则，建立科学系统的培训体系。培训的内容应分基础技能培训、业务范畴培训、综合能力培训、素质提升和团队精神等多方面的培训。培训的体系建设可以打破局限，各馆可立足本馆实际，制定符合自身的培训内容。同时，鼓励和引导开展图书馆基础内容宣传，加大全员对于本馆发展、馆藏布局、资源使用等的基础培训。信息化时代下，读者对于数字资源的接受度由小全体逐步衍变为社会现场，当下更应加大馆员对数字资源的平台使用、内容特点、针对人群及优势发展等的培训，从而更好地解答和服务读者。培训中可利用各类共享平台、专家讲座、优秀馆员组织专题培训和业务分享，馆员自身也可在线学习、检索知识培训等，线上线下同步进行的方式，增大馆员培训力度，提高馆员业务实践能力和馆员综合素质，为图书馆整体服务水平建立良好的人力资源队伍，也是为馆员个人发展奠定良好基础。

## 三、以“线上书友会”为例的信息化时代下阅读推广活动的开展

### （一）活动背景

西安电子科技大学图书馆拥有四项阅读推广活动平台，分别是四月的读书月、六月毕业季、九月开学季以及

十一月的优质服务月，通过活动月的主题开展阅读推广，贯穿全年。往年在各节点都会组织、举办各种线下活动，当下，特殊时期的宣传环境下，传统以线下活动等聚集性活动为主体的推广活动则成为不可实施和限定性实施的活动类型。为了能够保障线上教学师生学习资源及时有效对接，西安电子科技大学图书馆推出以“花开读书时”为主题的系列活动，活动包含文化活动24个、信息素养修炼系列讲座7场、资源利用讲座9场、微课堂3场，全部通过线上资源为师生打开新的信息资源获取方式，并且在活动期间不断通过微信推送为师生介绍本馆的数据库文献资源与各种在线服务，为读者打开数字阅读之门，让不同时期下的读书月各具特色。

### （二）活动内容

“线上书友会活动”是针对信息化时代背景下应运而生的阅读活动，总结传统的读者沙龙的活动优势和劣势，扬长避短推出线上书友活动。此活动，前期在图书馆已链接的读者群体中展开推广，包括动员、互动、喜好调研、活动方式、参与时间段、活动时长等均进行了前期调研，梳理总结活动内容，馆员进行书单整理，活动计划执行方案等。撰写活动推文，邀请读者参与。

每期活动通过线上的方式分享自己的阅读心得，每期一个主题书目分享，如心理、就业、财经、英语、推理等，主理人提前制定主题及参考书单，提出问题，制定讨论话题，安排个人及分组讨论环节。

活动每期分三个环节：环节一：开场进行“与书的三分钟约会”：介绍所推荐的图书，推荐理由或者心得体会。环节二：根据话题，围绕设定问题展开论述；环节三：最后进行自由的讨论与交流。环节四：当期活动与会者表现排名及反馈。每期时长控制在45分钟，旨在让更多的读者参与到活动当中，提高个体参与，鼓励和帮助读者多维度思考，培养读者的思辨能力、表达能力、倾听能力和协作能力。让原本一个人宅在家中独立的阅读，变成团体协作的分享阅读，让“坚持读书”这件事变得更加有趣，帮助学生阅读习惯的养成。

### （三）效果与反思

“线上书友会”的举办，经过活动的推广，获得了热爱阅读的读者参与，聚集了一群愿意分享的读者群体。在进行图书分享线上推广的活动探索中，“线上书友会”这一活动主题能够很好地反应出读者群体的特征。结合图书馆书

评活动，将参与者逐步衍变为经典推广者，这也正是高校图书馆阅读推广的初衷之一，壮大推广队伍，吸引更多的群体参与到阅读推广当中。

各馆结合学期特点和办学需求，通过策划举办不同主题的系列活动，反映出当下特殊时期，信息化迅速发展阶段，阅读推广活动需要与时俱进，展示平台需要不断创新，内容需要不断精简。在将传统的线下进行线上化的过程中，不能仅仅进行简单的复制搬运工作，而应分析线上活动的优劣势，发挥优势最大化，弱化劣势，挖掘资源，对接需求，建立资源与需求间的清晰桥梁。在推广机制上，应注重活动主题的策划、计划的制定、推广形式的多样、推广内容的选取及推广效果的跟踪、活动经验的总结等环节。在平台的搭建上，应增加互动模块，提高读者的参与感与主导权；在活动类型设置上，应考虑小而精，个人与团队能够灵活切换；在方式上节奏快、时长短、自由度高的方式；在活动的内容选取上，选择覆盖面广，接受程度大，讨论延展性强的内容。

### 四、结语

信息化时代背景下，高校传统的教学秩序也在不断演化，教学模式相应也发生了重大改变，图书馆作为学校的文献资源保障中心与学习中心，其服务模式与服务内容也必将随之改变，在服务探索的道路上不断创新。在开展教学的过程中，培养人才是办学的基本目的，高校图书馆应发挥其人才培养信息资源的职责，阅读推广应立足实际，展望未来，精准定位，挖掘资源，调研需求，将资源的便捷使用方式、获取途径精准的推荐给读者。在开展阅读推广的道路上，探索适合本馆实际，适合当下发展的推广模式。总结经验，给读者提供更多的阅读方式选择。线下参与线上活动并行推广，以本馆数字资源为基点，开启线上数字阅读之路，对接读者阅读需求，逐步完善信息化时代下阅读推广机制，全面推动数字化、智慧化图书馆建设。

### 参考文献

- [1]黄绿汀,张之阳.国内外高校图书馆阅读推广研究综述[J].教育教学论坛,2020(48):376-377.
- [2]徐剑,钱焯夫.“信息疫情”的定义、传播及治理[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2020,28(05):121-134.
- [3]刘彬.有声阅读成为国民阅读新增长点[N].光明日报,2020-04-21(09).