

高校图书馆阅读推广可持续发展机制探索

杨 敏（黎明职业大学图书馆 福建泉州 362000）

摘 要 目前高校图书馆的阅读推广活动大都集中在读书节前后，活动时间短，从长远效应来看对读者的阅读影响并不大。高校图书馆应探索可持续发展机制，将阅读推广活动纳入常规的基础服务体系，设置专门的阅读推广岗位，实施常规与创新相结合的推广策略，应用新技术推动阅读，同时做好文献资源建设保障工作，使阅读推广活动持续对读者产生影响，取得更好的推广实效。还要加强经验交流与合作，推动理论研究，促进阅读推广的可持续发展。

关键词 高校图书馆 阅读推广 可持续发展

近些年来，阅读推广逐渐成为图书馆的主流服务。高校图书馆在积极开展阅读推广的实践中已积累了不少经验，也取得了许多成绩，但是也存在活动时间短、缺乏连续性、对读者的长远影响不大等问题。目前高校图书馆的阅读活动大都集中在读书节前后，开幕式很隆重，但一番热闹过后便销声匿迹，虽起到了短期的轰动效果，但从长远效应来看，对读者的阅读影响并不大。

正如李克强总理 2015 年 4 月考察厦门大学时所说，世界读书日虽然只有一天，但我们应该天天读书，这种好习惯会让我们终身受益。^[1]高校图书馆的阅读推广活动也不应是应时、应景的节日型、运动型、短效性活动。高校图书馆应努力探索阅读推广的可持续发展机制，使阅读推广得到持续的人力与财力支持，成为图书馆的常规服务，贯穿于全年日常服务的始终，持续不间断地开展，真正起到激发读者阅读兴趣、不断提高读者阅读能力的作用。

1 合理定位：将阅读推广活动纳入常规的图书馆基础服务体系

要开展好阅读推广工作，首先需要将其定位为常规的图书馆基础服务。如果不纳入常规读者工作体系，就没有专门的馆员、部门、经费进行规划与维护，持久而深入阅读推广也无从谈起。

目前国内图书馆的阅读推广活动通常不是定位为常规的图书馆基础服务，而是定位为节日工程、亮点工程，开幕式往往铺张浪费，活动时间短，效果很有限。目前，明确将阅读推广纳入常规读者工作的高校图书馆尚在少数，大都是当作一年一度的“活动”来举办。

《普通高等学校图书馆规程》第三十二条明确规定，图书馆应积极参与校园文化建设，积极采用新媒体，开展阅读推广等文化活动。阅读推广是高校图书馆读者工作的组成部分，是图书馆学研究的范畴，与文献借阅、参考咨询、情报检索等同属一个范畴。^[2]因此，高校图书馆首先应该将阅读推广摆正位置，将其纳入常规的图书馆基础服务体系，作为一项基本服务来开展，这样阅读推广才能得到持续的人力与财力支持，走上可持续发展的道路。

2 人才培养：设置专门的阅读推广岗位，加强专业人才培养

2.1 设置专门的阅读推广岗位

高校图书馆应设置专门的阅读推广岗位，主要负责制订系统的阅读推广计划，对全年的活动进行整体规划，组织活动前后的调研，具体活动方案的策划、宣传、执行，以及活动效果评估等各项任务，从体制上为阅读推广的可持续发展给予有力保障。

目前很多高校的阅读推广活动由于没有设立常设机构,人员不固定,每年的阅读推广人员都是临时从各部门抽调,准备仓促,被当作紧急任务来完成,不像其他传统业务那样有丰富的经验积累,所以很难取得令人满意的推广效果。

设置专门的阅读推广岗位,能使负责阅读推广的成员固定,有益于经验的积累,培养阅读推广活动专家。也有益于促进活动的衔接与连续,生成阅读推广的系统知识,形成阅读推广的固定运作范式,使阅读推广工作走向常规化,从而提高效率,为实现阅读推广活动的可持续发展提供重要保障。

目前我国高校图书馆中已有沈阳师范大学图书馆、华侨大学图书馆等设立了专门负责阅读推广的部门,取得了显著的成效,为我们提供了有益的参考。

2.2 加强阅读推广人才的培养

馆员素质直接影响阅读推广工作的好坏,图书馆应特别关注阅读推广人才的选派与培养,建立一支高水平的阅读推广队伍。

负责阅读推广的馆员首先本身要热爱阅读,有良好的人文知识背景,对人文经典书籍有较为广泛的认识和较为深刻的理解,有正确指导学生阅读的能力。其次,应具有创新精神和学习热情,阅读推广活动需要不断进行服务创新以吸引读者,只有保持高度的学习热情,才能不断学习新的业务技能技巧,提高创新能力。此外,还需要具备良好的语言表达能力、人际交往能力、活动组织能力。因为阅读推广活动经常需要借助很多外部资源,如租借馆外场地、设备,组织志愿者举办活动,与其他部门合作开展活动等。

由于阅读推广是新型的图书馆服务,大部分馆员没有受过相关的训练。高校图书馆应制定一个长期的阅读推广人才培养规划,有计划、有目的地通过与先进院校图书馆进行经验交流、参加研讨会、专业培训等途径,加强阅读推广人才的培养,提高馆员阅读推广工作能力。

3 推广策略多元化:常规与创新相结合

3.1 以具有延续性的常规阅读推广活动为基础

由于有的阅读推广活动不具备可持久开展的特点,高校图书馆应该以一些具有延续性、受读者欢迎的常规阅读推广活动为基础,并对全年的活动进行整体规划,让活动贯穿全年日常服务的始终,持续不间断地开展。比如:书目推荐和优秀图书推介、精品图书展销、图书漂流、图书捐赠、评选“优秀读者”和“书香班级”、名著影视欣赏、名著名篇朗诵、名家讲座、电子资源使用培训、读者座谈会、摄影展、读书演讲比赛、读书方法辅导、网页设计大赛等活动。这些活动均可以在高校中长期开展,能持久地号召读者阅读。

3.2 重点做好图书推介与阅读方法辅导工作

随着现代经济与信息技术的发展,信息或图书的获取已经不再困难,如何选择却成了难事。有学者对杭州 16 所本科高校大学生阅读状况调查,发现学生在阅读中最主要的困惑是不知道读什么书和不知道怎样读,比例分别是 46.4%和 31.8%。^[3]这反映了我国高校大学生阅读的普遍问题,这个数据告诉我们高校阅读推广应该重点做好图书推介与阅读方法辅导工作。

图书推介能帮助读者去发现那些存在但他们并不知晓的好书,可以解决大学生对于“读什么书”的困惑。图书推介主要通过编制推荐书目、设置推荐图书专架来开展。

高校图书馆的推荐书目是一个体系，应该包括3种类型：第一类是学科类，推荐全国各学科第一流的专家、学者；第二类文学类，推荐对当代大学生影响最大的文学类书籍，特别是小说、散文、诗歌等体裁的中外经典文学名著和传记类、励志类、哲学类文学作品；第三类是心理健康教育书目。^[4]以此引导读者全面阅读，构建起完整的知识体系，心理得到健康发展。专业馆员开展书目推荐，应从诺贝尔文学奖、茅盾文学奖、陶风图书奖、文津图书奖等获奖图书中选择，同时应经常关注网络图书榜单，广泛收集大学校长推荐的书单来做好书目推荐工作。

设置推荐图书专架可将读者从海量馆藏引导到小范围值得阅读的优秀图书中来，提高所推荐图书的借阅率。清华大学图书馆的推荐书架以“专题书架”的形式开展，如“大学第一课”、“没有一场旅行可以说走就走”、“缪斯的歌声里”等。这些专题的转发量高，互动较好，取得了很好的推广效果。

阅读方法方面，许多读者阅读方法不科学，速度慢、效率低，对数字资源的使用不熟悉。图书馆在阅读推广方面，应该加强其“教育平台”的作用，通过开设数字资源文献检索课程、阅读方法与技巧讲座、阅读学课程、微信主题推送、网络博客等方式，对读者进行系统化的阅读技能培训和阅读辅导，使其熟练利用数字文献，掌握阅读技能技巧，提高阅读认知水平，提升阅读能力。例如，北京大学的“书间道——王波的博客”吸引了大量读者，中原工学院图书馆的公选课“阅读学”成为阅读课程类代表。

3.3 以新生入馆教育为抓手

相比大三、大四学生关注的焦点主要集中在实习、考研或就业等方面，新生读者对自己的大学生活充满了美好的向往，对图书馆也充满了好奇，通常都有强烈的阅读愿望和求知感。在适应新环境的过程中，他们也有很多问题需要去独自面对，心态需要调适，这些都为高校图书馆的阅读推广提供了很好的介入机会。

新生入馆教育一般都是强制参加，具有覆盖广、人气高的特点，非常适合对新生开展阅读推广服务的宣讲，引起新生对阅读的关注。因此应当将图书馆阅读推广服务嵌入到新生入馆教育中，让学生在入校时就了解图书馆可利用的阅读资源、阅读平台、服务项目，实现对阅读推广服务的营销；同时也能尽早激起新生对阅读的喜爱与热情，尽快地培养新生的阅读意识、阅读习惯，引导他们选读好书，提高阅读品味和理解能力，还可为新生疏导面对新生活、新环境时产生的焦虑等心理压力。

入馆教育阅读推广可以采用不同的方式，如可设置新生专架、推荐适合新生的阅读书目、推出“共同阅读”活动、移动阅读资源推荐、读书会等社团现场招募会员、学长学姐现身说法介绍大学时代阅读的意义等。

3.4 不断加入创新元素，增强阅读推广活动吸引力

创新是为了增强阅读推广活动的吸引力，扩大阅读推广服务影响力。创新包括活动形式与内容的创新。

王波将“图书馆阅读推广”定义为：指图书馆通过精心创意、策划，将读者的注意力从海量馆藏引导到小范围的有吸引力的馆藏，以提高馆藏的流通量和利用率的活动。^[5]这个定义规定了图书馆阅读推广的关键要素是“创意”、“策划”。^[5]这也是所有参与阅读推广的同行的一个共识，只要构思出好的创意，能吸引读者眼球，激起读者的兴趣，就预示着所开展的活动胜利在望。

如浙江工业大学图书馆百部经典名著活动，在原有活动内容的基础上进一步创新，推出了名著演绎大赛，成为最受师生喜爱的一项活动。通过读者自身的表演，加深了对经典的理解，也带动了更多的读者阅

读经典。四川大学图书馆通过微拍电子书的创新推广模式，采访校内名人谈书、荐书，并征集广大学生的自创微拍作品，推荐优秀读物，借用官方微博进行宣传展播，这种全新的阅读推广模式效果显著。^[6]武汉大学图书馆首创具有特色的阅读游戏化服务，将经典书籍与学生热爱的游戏加以融合，以图书馆吉祥物小布为主角，设置不同风格的精灵闯关关卡，使得广大学子在玩游戏的同时，加强了对经典图书的学习。^[7]这些案例都很有创意，有效地提高了读者关注度和推广效率。

4 新技术应用推动阅读：借助社交媒体，开展移动阅读服务

第13次全国国民阅读调查结果显示，2015年数字阅读特别是手机阅读持续快速发展，移动阅读、社交阅读正在成为国民新的阅读趋势。利用新技术开展服务是图书馆的必然选择。

4.1 借助微博、微信、博客等社交媒体开展阅读推广

微博、微信、博客等平台，因其具有资费低、开放、界面友好、可即时分享和讨论的特性，汇集了大量用户。社交媒体的出现为图书馆阅读推广提供了新的机会。微信等社交媒体能通过视频、动画、语音、音乐、图片、游戏、文字等，与读者进行全方位的沟通和互动。利用这些社交工具开展阅读推广，有利于实现图书馆与读者间的良性互动，吸引读者的持续关注。高校图书馆应加大微博、微信公众号、博客等的推广力度，实现对目标人群的全面覆盖，并充分利用这些社交工具对目标人群进行精准的信息推送，宣传与推广图书馆的阅读活动。如可以发布最新的阅读推广活动安排，公布各类讲座信息，组织读者参加阅读推广活动；也可以设置书目推荐专栏，推荐好书、新书、畅销书，上传图书的内容提要、推荐理由及书评，通过留言或评论相互交流读书心得；还可以进行阅读技巧、阅读方法的指导等等。

4.2 开展移动阅读服务，促进数字阅读推广

为适应数字媒介迅猛发展环境下数字阅读的需求，高校图书馆应该与时俱进，建设移动图书馆，开展移动阅读服务，改善图书馆的网络环境，使读者能在手机、Pad等移动终端设备上方便快捷地利用图书馆的数字资源，不受地域及时间的限制，可随时随地进行阅读，促进数字阅读推广。

5 文献资源建设：纸质文献与数字文献建设两手抓

优质的馆藏资源是阅读推广工作取得成效的前提。没有优质、充足的馆藏资源，阅读将成为无源之水、无本之木，阅读推广工作就很难达到预期的效果。文献资源包括纸质文献和数字文献。目前高校图书馆普遍存在反映学术前沿的专业书籍缺乏、经典文本种类少复本量小、热销图书更新慢、数字资源少等问题。

高校图书馆要做到对本校的专业设置、学科发展动态了如指掌，在对学生的阅读现状进行调研分析的基础上，制定内容丰富、结构合理、载体形式多样的馆藏资源建设方案，做好馆藏资源建设工作。对于专业类文献，可与学院的专业教师建立稳定的推荐制度。对于经典文献，参照相关领域专家学者圈选书目，选择优质出版社版本，根据读者的需求，适当增加复本数量。对于畅销书可以与当地书商合作，采用即阅、即选、即借方式：由合作书商将和市场同步的畅销书直接送到图书馆，读者选中的新书由资源部馆员现场编目加工，马上借给读者。针对我国高校图书馆目前可能更多地侧重于纸质资源建设的特点，应逐步增加数字资源的购买比例，特别是对于准备推广的、借阅率高的经典文本，购买同版本的电子书可以有效解决复本量小的问题。

6 交流与合作：加强馆际交流，促进馆社合作

他山之石，可以攻玉。加强馆际交流，可以及时总结并推广好的经验和做法，借鉴其他馆的经验和教训，不断提升阅读推广服务水平。高校图书馆应经常关注和参加中国图书馆学会、教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会、省高校图书馆情报工作委员会、省图书馆学会举办的阅读推广经验总结、学术交流研讨会和专业技能竞赛。如2015年10月，由教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会举办的首届全国高校图书馆阅读推广案例大赛总决赛，共有180多所高校图书馆、456个案例参赛。其中38个案例在决赛现场竞选，118个优秀案例参加了决赛现场的海报展示。^[7]这次大赛促进了高校图书馆之间的交流与学习，每个参加和关注这次比赛的图书馆员都受益匪浅。

同时，阅读推广活动面向校内的所有读者，活动的策划、实施过程都需要较多的人力、财力支持，图书馆单凭一己之力，很难取得满意的效果。图书馆要积极寻求与其他图书馆、学生社团、学校职能部门、社会慈善机构、政府机构等多种社会团体合作，探寻双赢的合作方式，提升阅读推广的质量与效果。

7 加强理论研究：做好阅读推广的调研与评估

范并思教授指出，当前我国图书馆阅读推广中存在的最大问题，就是图书馆员只关注项目的开展，不关注项目评估及其研究。^[8]“研究”能够帮助图书馆员有效收集数据和实施测评，帮助他们提高推广效率。^[9]活动准备前期对读者进行调查，可以准确了解其阅读兴趣和实际需求。活动后期及时调研与评估，可以调查了解读者对活动效果的反馈信息，发现缺点与不足，为日后阅读推广活动的进一步完善积累经验。加强理论研究，有助于促进阅读推广实践的创新与发展，使其更具有科学性与专业性。

综上所述，高校图书馆应积极探索构建阅读推广的可持续发展机制，将阅读推广活动纳入常规的图书馆基础服务体系，设置专门的阅读推广岗位，加强专业人才的培养，实施常规与创新相结合的推广策略，利用新技术应用推动阅读，做好文献资源建设的保障工作，让活动时时有，让阅读处处在，使阅读推广活动持续对读者产生影响，取得更好的推广实效。同时注重加强经验交流与合作，坚持理论研究，做好阅读推广的调研与评估，使阅读推广水平不断迈上一个新台阶，促进阅读推广的可持续发展。

参考文献

- 1 李克强.世界读书日虽然只有一天，但我们应该天天读书[EB/OL]. [2015-4-23].
<http://politics.people.com.cn/n/2015/0423/c1024-26891557.html>.
- 2 雷菊霞,乔婧,袁玉敏.新环境下图书馆阅读推广工作探析——北京师范大学阅读推广实践与思考[J].
大学图书馆学报,2014(5):86-91.
- 3 吴高,韦楠华.我国高校图书馆阅读推广所存在的问题与对策研究[J].图书情报工作,2013(3):47-51.
- 4 王波.高校图书馆阅读推广中的新生教育书目[J].图书情报研究,2015(2):3-15.
- 5 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(10):1-7.
- 6 许天才等.图书馆阅读推广的多元化趋势研究——以首届高校图书馆阅读推广大赛为案例[J].图书情报工作,2016(2):82-86.
- 7 首届全国高校图书馆阅读推广案例大赛总决赛暨研讨会在华中师范大学举办[J].大学图书馆学报,2015(6):50.
- 8 范并思.阅读推广的理论自觉[J].国家图书馆学刊,2014(06):3-8.

9 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(5):4-13.

杨 敏 女, 泉州黎明职业大学图书馆助理馆员。

(收稿日期: 2017-02-17. 龚永平编发。)