

doi:10.3772/j.issn.2095-915x.2015.04.006

微媒体环境下高校图书馆阅读推广模式探究

——以辽宁大学图书馆为例

张立滨

(辽宁大学图书馆 沈阳 110036)

摘要: 本文调查分析了高校阅读推广活动实践现状,以辽宁大学图书馆阅读推广为例,提出微媒体时代高校图书馆全民阅读微服务推广模式创新实践的路径。

关键词: 高校图书馆, 微媒体, 阅读推广模式

中图分类号: G258

Research on the Reading Promotion Mode of University Library under the Environment of Micro Media

——Taking the Liaoning university library as an Example

ZHANG Libin

(Liaoning university library, shenyang 110036)

Abstract: This article investigates the status of reading promotion in university libraries. Taking the reading promotion of Liaoning University library as an example, the paper introduces the path of innovation practice of universal reading micro service for University Libraries in the Micro-media era.

Keywords: university library, Micro-media, Reading promotion mode

基金项目: 本研究得到 2013 年度辽宁省社科规划基金项目“辽宁数字阅读共享平台建设研究”(编号:L13BTQ004)资助。

作者简介: 张立滨, (1982-), 硕士, 馆员, 研究方向: 阅读推广、参考咨询, E-mail: zhangli_bin@sohu.com, 联系电话: 024-62202112-8502

传播媒介技术的飞速发展,以微博、微信、微电影为代表的“微”传播式新兴媒体不断涌现出来,人类社会步入微媒体时代。何谓微媒体,主要指以微博、微信及其衍生出来的信息发布与共享的新型网络传播媒体形式^[1]。因此,在“微”潮流的冲击下大学生的阅读方式发生根本的变化。很多大学生阅读缺少明确的目的性和系统性,“浅阅读”“碎片阅读”已正在成为一种潮流和趋势。因此,高校引导大学生的阅读做出正确地选择,阅读推广服务刻不容缓。

数 24.5%。而其他类图书则根据受访学生的专业不同而分布的有所差异,例如辽宁大学经济学专业为重点学科,在受访的学生中关注经济管理的图书所占的比例较高。因此,图书馆应该保证这部分图书的供应量,充分满足大学生的阅读需求,有针对性地阅读推广和指导,从而吸引同学们阅读的兴趣。

针对大学生喜欢的阅读方式的调查数据显示(如图 3),纸质阅读方式获得 117 票,占总投票人数 313 票的 37.4%。手机阅读有 114 票,占总投票人数的 36.4%。通过对调查问卷的分析不难发现,手机阅读和电子阅读器的阅读方式在当代大学生中已经可以和传统的纸质阅读相抗衡。

1 微环境下的阅读推广活动

1.1 高校阅读推广活动实践现状分析

1.1.1 阅读行为调查与分析

为了了解大学生的阅读兴趣和阅读习惯现状,通过调查问卷的形式了解大学生对阅读推广活动的接受情况,从而更好地促进阅读推广活动在高校的开展。笔者选取了辽宁大学本科和研究生作为抽样调查对象(如图 1)。专业涵盖经济学、计算机、法学、文学、管理学、英语应试类等。通过对调查问卷中大学生喜欢的图书类型数据进行整理。

通过调查结果分析在校大学生阅读兴趣,从而高校图书馆可以有针对性的开展阅读推广活动。针对大学生喜欢图书调查数据显示(如图 2),大学生最喜欢阅读的是文学类图书,占总投票人

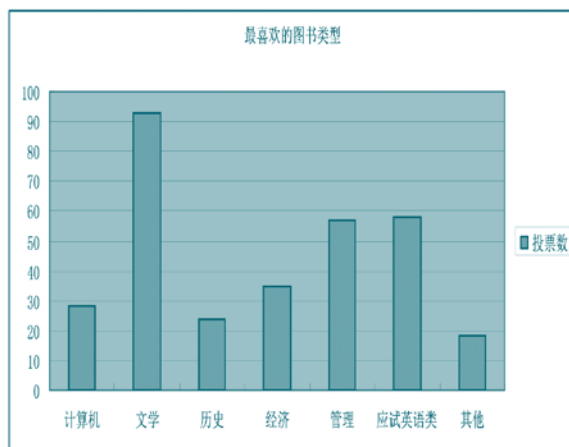


图 2 大学生喜欢图书分布图

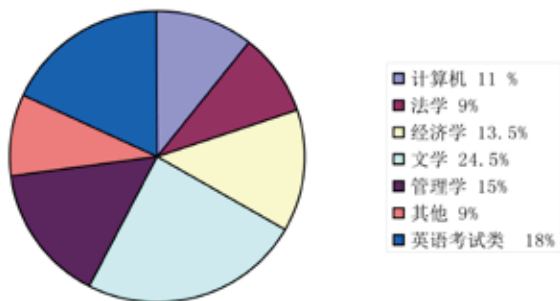


图 1 调查样本分布情况

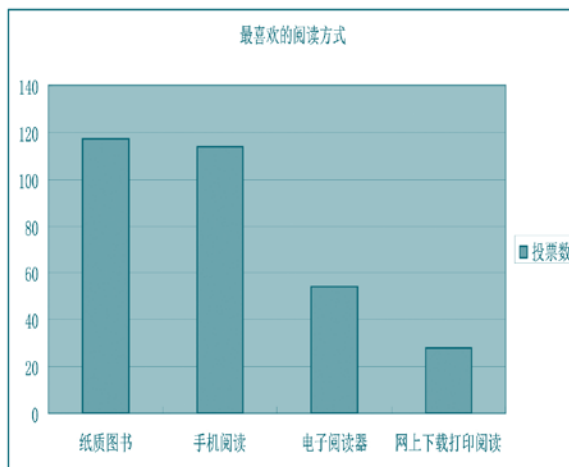


图 3 最喜欢的阅读方式分布图

高校读者有着极强好奇心和求知欲,是新兴科技最忠实的使用者和推广者。因此,数字阅读代替传统纸质阅读,碎片化的浅阅读代替精阅读已经是不争的事实。面对海量的网络信息,大学生很难准确地判断真正需要的是什么。因此,高校图书馆根据大学生的特点,加强数字图书馆的探索和研究,开展网络阅读引导和数字图书馆阅读推广活动。从而帮助大学生选择真正有益于他们身心健康电子图书。

1.1.2 高校阅读推广活动的影响因素

从调查问卷中可以看出,影响大学生阅读的因素主要是丰富多彩的校园社团活动和学业考试压力。目前高校大学生相对阅读量变小,阅读功利性增强,出现阅读通俗化、快餐化的现象。在大众快节奏化以及信息化生活需求的影响下,电脑、手机以及移动阅读器实现了网络化的有力支撑下,大学生的阅读习惯呈现碎片化、短平化、多元化的特点。大学生越来越习惯于阅读短文体,如手机报、口袋书等不同形式的微阅读方式。另外,丰富多彩的校园社团活动比安静地阅读对于大学生来说更具有吸引力。因此,各大高校图书馆在吸引大学生关注阅读方面下了很多功夫,争取学生到阅读阵营中来。图书馆联合各种学生社团和组织,开展不同的阅读推广活动来激发大学生的阅读兴趣,营造更加广泛的阅读氛围。

1.2 高校图书馆阅读推广实践活动的特点

1.2.1 时间阶段性

高校图书馆的阅读推广活动是高校阅读文化的建设的重要组成部分,高校阅读文化的建设、高校读者阅读习惯的养成是一项长期的文化底蕴和积淀过程^[9]。从辽宁省高校图书馆阅读推广活动调查的情况看,呈现明显的阶段性。阅读推广活动主要分为两种:一种是在一年中的特定的一个月开展阅读推广活动;另一种是在每个年度开

展阅读推广活动。如辽宁大学图书馆阅读推广活动主要有以世界图书日的主题的“读书月”和每年九月开展的“文化节”,一般持续1个月左右^[9]。而且还举办“浸润书香”讲坛、“藏智启思”读书会、真人图书馆等一系列读书文化活动。

1.2.2 读者参与度差异化

高校图书馆阅读推广开展的类型多样的活动,读者对于各项活动的参与度存在明显差异^[4]。高校图书馆在做活动策划时未调查学生的实际需求及阅读兴趣,无法充分调动学生的积极性,参与者比较少,从而使阅读推广活动收效甚微。例如,辽宁大学图书馆举办读书月活动期间,图书馆人寄予厚望的真人图书馆的读者参与状况却不甚理想,而纪念封设计大赛和经典诗词立体阅读体验活动却得到读者的踊跃参加。

1.2.3 服务对象单一化

高校图书馆的阅读推广活动对象大多针对大学生读者,而忽略了教师读者。大学生读者和教师读者的阅读兴趣、阅读目的的差异性较大。从调查结果看,大学生读者对时尚休闲类文献、语言应试类文献、专业技术类文献都有一定的需求,但是大学生读者阅读能力、阅读的主动意识比较差,文献检索策略能力较低。教师读者为了适应教学与科研工作,需要大量的阅读本专业和专业相关的参考资料,并具有较强的时效性。该群体需要的信息具有高、精、尖、准的特点,并具有较强的文献检索能力,需要深层次的信息服务。因此,高校图书馆开展的阅读推广活动应针对不同的读者进行。

1.2.4 缺乏评价机制

近年来,全国各地的高校图书馆纷纷开展阅读推广活动,旨在通过阅读推广活动激发读者的阅读兴趣,提高文献资源的利用率,营造良好的校园阅读氛围,创建和谐的校园阅读文化。高校图书馆的阅读推广活动需要花费一定的人力、财

表 1 辽宁大学图书馆学生社团阅读推广品牌活动

社团名称 / 学院	品牌活动
大梦想配音社、青芜汉服社、国学社	中华古典诗词大赛
新维度摄影工作室	摄影大赛
马克思主义学院 国际关系学院 新华国际商学院等	藏智启思读书会
就业指导中心 数据商	真人图书分享
本山艺术学院、三味书屋、文学院、特邀评论家	中华传统经典立体阅读之旅
团委	纪念封设计大赛

力，因此每次举办的阅读推广活动甚至是每项阅读推广活动是否达到了预期效果、是否使读者在阅读推广活动中有所收益等，都是阅读推广活动的主办人应该关注的问题，需要高校图书馆建立阅读推广活动评价机制。然而，从目前的研究情况看，尚缺乏完善的阅读推广活动评价机制。

2 辽宁大学图书馆阅读推广活动

辽宁大学图书馆与辽宁省社会科学联合会相互配合，形成了具有特色的品牌活动，使得辽宁大学阅读推广活动开展得有声有色。并且，辽宁大学图书馆通过多种推广平台和空间相结合的手段开展阅读推广活动，起到了很好的宣传推广作用。

2.1 与学生社团和学院部门相配合，引领校园文化

辽宁大学图书馆的阅读推广活动与学校团委、各院系、学生社团合作，获得更多的资金和人员上的支持，从而扩大活动知名度和参与度。在阅读推广的活动中，每个社团根据自身的阅读推广特点，开展品牌活动栏目（如表 1 所示）。并且社团之间相互合作，以“阅读无处不在”为活动宗旨。学生社团是高校阅读推广活动最重要的执行者和参与者。辽宁大学阅读推广活动中活跃的社团包括辽宁大学图书馆志愿者协会、大梦想配音社、青芜汉服社、国学社、三味书屋等。

在阅读推广活动中，为了扩大影响力和调动学生的积极性，辽宁大学联合校团委举办的“古典诗词鉴赏交流会”读者沙龙、纪念封设计大赛等活动；并且与本山艺术学院联合举办的“天辽地大，梦好情真中华传统经典唱诵快闪”活动。大学生们通过歌舞说唱等形式，把多首古典诗歌串联起来，新颖的表达形式吸引了很多学生参与，让大家感受到古典诗词的魅力。该活动受到了大学生的欢迎。以丰富多彩的活动吸引并带动学生参与，使图书馆文化节成为校园阅读文化的一面旗帜。

2.2 与社会图书馆合作

在全民阅读的大趋势下，高校图书馆根据地理上接近性，可以开展互助合作活动。高校图书馆利用自身丰富的图书资源来满足社会各界对图书的需求积极帮助社会图书馆建设，联合社会图书馆开展各种阅读推广活动。例如，辽宁大学图书馆在辽中县图书馆建立服务社会基地，搭建了高校与县级公共图书馆联合服务社会的平台，为辽中县图书馆社会服务工作注入了鲜活的动力。辽宁大学图书馆会利用高校特有的人才和资源优势，定期与辽中县图书馆合作开展服务社会的阅读推广活动，助力辽中县文化事业的发展。

2.3 多种推广平台和空间相结合，拓展校园文化宣传

辽宁图书馆与各部门及学生社团合作开展各

种共赢的阅读推广活动。学生社团可以更好地利用图书馆及学院的海报平台、展览空间、活动场馆等多种资源进行阅读推广活动。多渠道立体化宣传平台,通过调查问卷方式,了解读者的需求,从而进行最有效的宣传。辽宁大学图书馆不仅通过官方网站、微博、微信,还与辽宁大学广播台和众多学生社团平台的进行主题化的合作性宣传。辽宁大学第一届“中华传统经典立体阅读之旅”活动始于2015年4月的“世界读书日”活动期间。该模式以中华传统经典作品为核心,通过展览、讲坛、沙龙、文献阅读体验、快闪、知识竞赛、品尝美食、旅行等多维度体验方式,将单一的纸质及电子阅读转换成与学子进行有效互动的立体阅读,不仅可以激发学子对传统经典的兴趣,将传统经典有效的与学子生活紧密结合在一起,更能呼唤学子传承中华优秀传统文化的使命意识,延续中华民族的精神命脉。

3 微环境下高校图书馆推广阅读模式

随着信息技术迅猛地发展,微博、微信、微小说、微书评、微服务等“微”潮流纷纷登场,全社会已经步入微媒体时代。图书馆借助微媒体开辟阅读推广的新渠道,为读者提供碎片化、个性化、多元化的信息服务。

3.1 打造微媒体推广阅读的新范式

3.1.1 微媒体推送经典书目

高校图书馆通过微媒体实现用户随时随地了解数字阅读的资源与服务动态。高校图书馆定期推送给用户一些经典书目及部分章节精彩片段,从而吸引读者深读整本图书,把碎片化阅读引向精读。图书馆员利用公众平台的粉丝分组管理功能,按照专业或学历背景等标准对用户群进行分类。对不同群者的专业特点、研究方向等进行分

析,实现将各专业热门书籍信息推送给相关专业的用户等。图书馆通过微博建立阅读群,用户交流互动形成新的文化生态语境^[5]。如,辽宁大学图书馆微信平台专门设置了“我的图书馆”菜单,下设“热门图书”子菜单,方便读者查询和了解馆藏图书,并向读者推荐热门图书。

3.1.2 举办书友会

利用微信朋友圈举办书友会,吸引具有共同阅读偏好、研究背景的读者,为阅读爱好者建立分享交流平台。这种模式突破了时间、地域的限制,参与者可以在约定的时间聚集于朋友圈,利用微信“群聊”功能探讨问题。书友会之前,图书馆员将计划与话题发布于朋友圈,使具有共同的阅读偏好的读者在微信“书友会”里共读一本书、发表语音、文字或图片观点、分享阅读体会,也可以聘请一些专家、学者在必要时进行阅读引导。通过朋友圈的转发,扩大阅读话题的传播范围,带动更多的人阅读分享。

3.1.3 设立微书评投稿专栏

高校图书馆可以设置微书评投稿专栏,利用微书评鲜明的草根性和鲜活的生命力,吸引阅读爱好者发表评论,并对其进行挑选和精心编辑,再向用户推送优秀书评。不仅调动用户的阅读兴趣,也丰富了读者阅读体验。利用微书评引领特色阅读推广,从而提升学子阅读鉴赏能力和阅读效率。

3.1.4 制作微型视频,提高阅读推广吸引力

微型视频以其丰富视听信息容易吸引读者的注意力,并留下深刻的印象便于读者记忆和思考,从而提高图书馆强化阅读推广的效果。

3.2 开辟真人图书馆空间

微媒体阅读推广拉近了图书馆与读者间的距离。开辟真人图书馆空间^[6],图书馆将真人丰富的生活经验和隐性资源与用户分享。利用微媒体,

真人图书馆空间实现线下实体真人图书馆与移动真人图书馆共存的模式。邀请拥有不寻常人生的真人在微博上发表自己的人生经历或感悟,并将此链接发布在微信朋友圈里,某群用户参与评论,互相间的理念共享和思想交流碰撞,从而实现移动真人图书馆。例如,辽宁大学图书馆利用微媒体公众服务平台发布真人图书内容,组织实体受众用户群体交流,从而实现实体真人图书的阅读与共享。

3.3 优化微媒体个性化服务

微媒体环境下,高校图书馆突破地域和时间限制开展数阅读推广服务,并基于大数据分析提供用户个性化服务^[7]。用户通过微媒体咨询问题,获得自助或人工解答。馆员也可通过微媒体平台

推送阅读内容及回答问题。分析研究用户的兴趣爱好、专业特点、研究方向,提供优质个性化阅读新媒体服务。如设立“我的图书馆”,开发用户个性化数字阅读系统。微媒体服务平台系统实现图书馆数字阅读资源展示、导航、咨询、搜索、推荐等数字阅读全天候自助服务。

结语

高校图书馆微媒体服务模式作为阅读推广服务的新实践与新探索,是一项长期的、极具挑战性的工作。全民阅读微服务推广重在树立阅读推广服务理念,建立长效的运行机制,并不断结合自身的特点拓展和完善微服务推广模式。

参考文献:

- [1] 吴波.从“微媒体”到“自媒体”[J].商务周刊,2011(1):75-76.
- [2] 刘开琼.高校图书馆阅读推广模式探究[J].图书馆研究,2013(2):64-67.
- [3] 刘丽.高校阅读推广活动研究—以五所高校图书馆阅读推广活动为例[D].河北大学,2014:5-10.
- [4] 吴振忠.图书馆阅读推广活动的影响因素研究—以湛江地区学生市民阅读活动为例[J].图书馆学研
- [5] 牛波.图书馆微信阅读推广探析[J].晋图学刊,2014(4):29-32
- [6] 纪小丽.论高校图书馆经典阅读模式推广实践[J].兰台世界,2014(11):125-126
- [7] 王家莲.微服务视阈下高职图书馆数字资源共享探讨[J].哈尔滨职业技术学院学报,2015(1):7-9.