

高校图书馆阅读推广活动成效的提升路径研究

——基于大学生阅读行为的问卷调查

张洁¹ 师丽娟² 常鏐鏐³

(1. 山西工程科技职业大学图书馆, 晋中 030619; 2. 中国农业大学图书馆, 北京 100083;
3. 首都医科大学图书馆, 北京 100069)

摘要:掌握大学生的阅读行为规律有助于更有针对性地设计阅读推广活动,提高大学生的活动参与度,深化阅读对大学生的影响,从而有效提升阅读推广活动的成效。为深入分析大学生阅读行为现状,通过问卷调查,从大学生的阅读动机、阅读时长、阅读环境、阅读载体与设备选择,以及阅读行为与阅读推广之间的关系等方面进行调查并展开分析,以期全面描绘大学生阅读行为全貌。研究发现,大学生的阅读行为呈现传统阅读与数字阅读并行的特点,阅读动机以兴趣爱好为主,阅读兴趣与阅读推广人显著相关,现场参加阅读推广活动的读者受益度更高。由此提出4条有效提升阅读推广活动成效的路径:兼顾传统阅读推广与数字阅读推广、开展支撑教学和科研的阅读推广活动、跨界合作打造第二课堂、创设沉浸式阅读体验活动。

关键词:阅读行为; 问卷调查; 阅读推广; 大学生

中图分类号: G251.3 DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2024.02.008

引文格式: 张洁, 师丽娟, 常鏐鏐. 高校图书馆阅读推广活动成效的提升路径研究: 基于大学生阅读行为的问卷调查[J]. 数字图书馆论坛, 2024, 20(2): 82-88.

目前高校图书馆的阅读推广活动已经取得一些成绩,但仍存在不少问题。杨新涯等^[1]指出,当前高校图书馆阅读推广活动存在定位不明、主题单调、活动效果有限、较少考虑大学生个性化需求等问题。刘先瑞等^[2]指出,图书馆阅读推广活动存在参与度较低的问题。与公共图书馆不同,高校图书馆主要服务大学生,以支撑专业教学和科学研究为服务重点,因此可以围绕学生展开工作,重点了解关注大学生的阅读行为和阅读需求,发现当下大学生的阅读行为特点,基于行为特点有针对性地改进阅读推广活动,提升活动成效。

1 大学生阅读行为调查相关研究

国内外关于阅读行为的研究非常丰富,问卷调查

法是常用的调查研究方法之一,可以用于调研各类群体的阅读行为。郑志励^[3]研究了大学生数字阅读的行为模式,调查了阅读设备偏好、阅读时长、数字阅读成本、阅读内容题材等情况,对数字阅读和纸质阅读进行相关性和差异性分析,并讨论了数字阅读的采纳与行为模式。胥雅^[4]从阅读内容、阅读终端、阅读场景、阅读动机、阅读意愿和阅读效能6个方面调查了大学生的移动阅读行为,通过社会化批注行为来衡量大学生移动阅读的深阅读程度。陈桂玲^[5]调查了广东高职院校学生的阅读行为,包括阅读时间、阅读数量、阅读方式、阅读来源,还调研了学生的阅读理解和阅读反馈情况。张文亮等^[6]将数字阅读行为分为内容选择行为、媒介(载体)选择行为、互动参与行为。内容选择是指对阅读材料内容的选择,媒介(载体)选择行为是指对纸质、

数字载体的选择行为, 互动参与行为是指作者-读者互动、人机交互等行为。Rivo等^[7]通过问卷调查了解了卢布尔雅那大学的学生如何在移动设备上搜索信息, 并调查大学生对使用移动设备阅读电子资源的态度以及使用/不使用的影响因素, 从而为规划和实施移动图书馆服务提供宝贵的建议。

以上关于大学生阅读行为的问卷调查多从阅读内容、载体、时长、动机、环境等方面着手调查大学生的阅读行为, 却较少关注阅读行为与阅读推广之间的关系。阅读行为是阅读推广的基础, 阅读推广是阅读行为延伸的方向。使用问卷调查的方式可以总结大学生的阅读行为规律, 基于行为规律进行有针对性的阅读推广, 提高阅读推广活动的质量与成效; 同时, 行之有效的阅读推广活动反过来又可以影响大学生的阅读选择, 引导大学生的阅读行为。本研究通过调查大学生的阅读行为, 归纳行为规律, 为提升大学校园内的阅读推广活动成效提供有益指导。

2 问卷设计与数据收集

本次问卷调查以我国华北地区的在校大学生为主要调查对象, 参与调查的学校包括太原理工大学、山西工程科技职业大学、首都医科大学、中国农业大学。样本选择具有如下特点: ①院校类型具有代表性。中国农业大学为“双一流”高校, 入选“985工程”与“211工程”; 太原理工大学为“双一流”高校、第一批“卓越工程师教育培养计划”实施高校, 入选“211工程”; 首都医科大学为市属重点院校、第一批“卓越医生教育培养计划”试点高校; 山西工程科技职业大学为省属公办本科职业大学。②专业门类全方位涵盖理科、工科、农科和医学。③覆盖本科生与研究生。因此, 调查样本具有很高的代表性。

本次问卷结合阅读行为和阅读推广相关要素共设计21道问题, 包括13道单选题、7道多选题和1道主观题。1~3题调查学生的基本信息, 4~13题调查学生的阅读方式、阅读时间、阅读推广人偏好、阅读内容、阅读动机、阅读兴趣等, 14~21题调查学生对阅读推广的了解程度、认可度、受益度等。

本次调查利用社交媒体渠道发放问卷链接, 调查时间为2023年5月1—15日。共回收643份有效问卷, 其中首都医科大学400份、太原理工大学100份、中国农业大学

100份、山西工程科技职业大学43份。其中: 男性252名, 占39.2%; 女性391名, 占60.8%。按调查对象教育阶段划分, 在读本科生有378人, 占58.8%; 在读硕士生有162人, 占25.2%; 在读博士生及其他阶段学生有103人, 占16.0%。按调查对象的所在专业划分, 理学102人, 占15.9%; 工学72人, 占11.2%; 农学96人, 占14.9%; 医学351人, 占54.6%; 其他22人, 占3.4%。本次调查对象在各性别、教育阶段、专业门类上均有分布, 符合调查目的和调查需求。调研数据与真实情况吻合, 表明本次问卷调查具有统计学意义。对回收后的问卷进行编码化处理, 采用SPSS 26.0软件进行数据分析, 归纳总结大学生的阅读行为特点。

3 大学生阅读行为特点

3.1 传统阅读与数字阅读并行

数字阅读是全民阅读推广的重要组成部分^[8], 主要有两个含义: 一是阅读对象的数字化, 二是阅读方式的数字化^[9]。阅读对象的数字化是指以数字化形式呈现阅读内容, 包括通过手机、计算机等设备可以查看的各种多媒体信息资源, 如新闻资讯、地图、社交动态、电子期刊、电子书等。阅读方式的数字化主要涉及电子阅读载体, 包括计算机、手机、平板电脑、阅读器等阅读设备^[10]。本文所指数字阅读为后者, 即阅读方式的数字化。

调查问卷以多选题的形式调查阅读方式, 提供4个选项供学生选择, 分别是实体书、手机、笔记本电脑、平板电脑, 并把使用手机、笔记本电脑、平板电脑进行阅读归为数字阅读方式, 把阅读实体书归为传统阅读方式。经调查统计, 选择手机阅读的占65.5%, 选择实体书阅读的占65.0%, 同时选择实体书阅读与手机阅读的占37.2%, 选择笔记本电脑阅读的占25.2%, 选择平板电脑阅读的占35.3%。可见, 手机和实体书是大学生选择较多的阅读方式。手机易于携带, 成为大学生最青睐的数字阅读工具。值得注意的是, 在数字阅读盛行的当下, 以实体书为代表的传统阅读方式依然难以被取代, 大学生的阅读行为存在传统阅读与数字阅读并行的特点。从信息载体替代的角度分析, 新载体(数字设备)在存贮方面优于旧载体(纸书), 而在携带、传递、利用等环节, 纸书因其传递简单、携带方便等优点依然

有着不可取代的地位。另外不可忽视的是,相比冷冰冰的“屏幕阅读”,翻动式的书本阅读更具备人文关怀。更深入地说,数字阅读是以获取资讯为目的的阅读行为,偏功利,而传统阅读则是修身养性、陶冶情操的途径^[11]。这两个不同特点的阅读方式并不能相互取代,而是并行发展。

在阅读时间方面,将阅读实体书的时间视为纸质阅读时间,将通过手机、笔记本电脑、平板电脑进行阅读的时间视为数字阅读时间。经调查统计,63%的大学生每天的纸质阅读时间不超过1 h,37%的学生的纸质阅读时间在1 h以上。44%的大学生每天的数字阅读时间不超过1 h,56%的学生的数字阅读时间在1 h以上。

阅读方式、阅读时间体现了大学生的阅读习惯。只有常态化运作的阅读推广活动才能达到较好的营销效果^[12]。阅读推广活动应该符合大学生的阅读习惯并持续开展,从而提升学生的参加意愿,产生长远影响。

3.2 阅读动机以兴趣爱好为主

本次问卷以多选题的形式调查了大学生的阅读动机和喜欢阅读的书籍类型。基于对大学生阅读动机的调查结果(见表1)可知,兴趣爱好、增长知识见闻、休闲娱乐是排名前3的阅读动机,紧接其后的是学习考试、解决心理困惑、关注社会现实。李武^[13]结合前人的研究,将阅读动机分为三大类别、6个维度,分别是内在性动机(信息获取、情感抒发、兴趣爱好)、社交性动机(社会交往、社会认同)和成就性动机(个人发展)。本次调查结果显示,排名前3的阅读动机都属于内在性动机。

表1 大学生的阅读动机

序号	阅读动机	选择人数	占比/%
1	兴趣爱好	524	81.49
2	增加知识见闻	425	66.10
3	休闲娱乐	337	52.41
4	学习考试	262	40.75
5	解决心理困惑	225	34.99
6	关注社会现实	177	27.53
7	其他	12	1.87

基于对大学生喜欢阅读的书籍类型的调查结果(见表2)可知,喜欢经典文学、小说传记的学生最多,占比77.29%。相较于其他几类书籍,经典文学、小说传记是最受大学生喜欢的书籍类型。

表2 大学生喜欢阅读的书籍类型

序号	书籍类型	选择人数	占比/%
1	经典文学、小说传记类	497	77.29
2	理工农医专业书	254	39.50
3	艺术、旅游、摄影类	210	32.66
4	社科、经管类	207	32.19
5	心灵鸡汤、成功励志类	199	30.95
6	其他	43	6.69

已有研究表明,阅读动机和阅读行为存在显著关联^[14]。经典文学、小说传记类的书籍属于消遣性读物,与学生的专业学习没有直接联系,但是与学生的兴趣爱好、休闲娱乐等阅读动机密切相关。在本次调查中,喜欢阅读理工农医类专业书籍的学生占比为39.50%,虽排名第2,但与经典文学、小说传记类选择占比相差甚远。消遣性读物浅显易懂、内容生动有趣,而专业性书籍晦涩难懂、略显枯燥,学生难以发自内心喜爱专业性书籍。蒋文英^[15]在对高校图书馆专业阅读推广的调查分析中指出,高达65%的学生的阅读兴趣集中于“快餐文学”,浅阅读现象显著,这不利于大学生的专业精神培养和学术文化积淀。大学生对专业性书籍的阅读主动性有待提高。高校图书馆作为支撑教学科研的重要阵地,可以引导学生的阅读行为,在进行阅读推广时输出具有学术性和专业性的阅读材料,以此提高学生专业书籍的阅读兴趣,培养学生科学研究、独立思考、主动学习的能力。

3.3 阅读推广人可以提升大学生的阅读兴趣

问卷调查阅读推广提升阅读兴趣的情况。有396人认为阅读推广提升了阅读兴趣,占61.68%;有247人认为阅读推广并未提升阅读兴趣,占38.47%。可见,大部分大学生认为阅读推广起到了提升阅读兴趣的作用。

阅读推广人是阅读推广活动的策划者、组织者、实施者,书籍推荐是阅读推广的重要环节,而书籍推荐人可以被视作不同身份的阅读推广人。本次问卷调查了“应该由谁推荐爱看的书籍”,有401名学生认为自己不需要别人推荐书籍,占比62.36%。242名学生认为应该由阅读推广人推荐书籍,占比37.64%,其中,选择读书博主、知识博主的有99人(见表3)。有影响力的读书博主、知识博主能以较低的发送成本、接受成本^[16]帮助大

表3 阅读推广人调查结果

类别	选择人数	占比/%
读书博主、知识博主	99	15.40
本专业行业内专家	50	7.78
热门书店、网购平台	49	7.62
图书馆员	19	2.95
专业教师	25	3.89

学生完成阅读选择。大学生在线上通过社交媒体平台,以低成本、便捷的方式就可以获取关于书籍的内容信息和价值信息。选择本专业行业内专家的有50人,占比7.78%。本行业的专家是学术领域内的权威人士,对于专业领域的学习具有系统性的认识和学习经验,对于领域内的现状和发展趋势有深刻了解和前瞻性思考,其对大学生的阅读行为也有较大影响。

对有无阅读推广人对提升阅读兴趣的影响进行显著性分析(见表4)。原假设为阅读推广人与提升阅读兴趣是相互独立的。卡方独立性检验显示,显著性水平为0.05,自由度为1,卡方临界值为3.841,实际卡方值为25.142。实际卡方值大于临界值,拒绝原假设,因此阅读推广人与提升阅读兴趣之间存在关系。具体分析显示,在选择阅读推广人的学生群体中,有73.97%提升了阅读兴趣,而在认为不需要阅读推广人的学生群体中,阅读兴趣的提升率为54.11%。根据卡方检验结果,两个群体具有显著差异,即阅读推广人能提升学生的阅读兴趣。阅读推广人是打造阅读推广品牌的中坚力量,有名气、有影响力的阅读推广人本身作为一种符号,对营造浓厚的校园阅读文化氛围有推动作用^[17]。

表4 阅读推广人对提升阅读兴趣影响的显著性分析

阅读兴趣情况	人数		卡方值	渐进显著性	自由度
	有阅读推广人	无阅读推广人			
提升	179	217	25.142	0	1
未提升	63	184			

3.4 现场参加阅读推广活动的读者受益度更高

采用李克特五级量表调查了阅读推广活动的读者受益度和读者满意度,为完全不符合、不符合、一般、符合、完全符合赋予1~5分,很不满意、不满意、一般、满意、很满意赋予1~5分。读者受益度和满意度代表着阅读推广活动的成效。问卷还调查了大学生是否愿意现场参加推广活动,有352人(55%)认为需要现场参加,291人(45%)认为不需要。

一般情况下,基于李克特量表的调查数据服从正态分布,可以进行独立样本 t 检验。对读者受益度和读者满意度调查数据进行独立样本 t 检验(见表5),根据莱文方差等同性检验结果,读者受益度的 F 值为4.413,显著性

为0.036(<0.05),即假设方差不相等,则 $t=2.351$,自由度为593,显著性(双尾)为0.019(<0.05),可以认为是否去现场参加阅读推广活动对读者受益度有显著影响。读者满意度的 F 值为2.459,显著性为0.117(>0.05),即假定方差相等,则 $t=1.562$,自由度为641,显著性(双尾)为0.119(>0.05),可以认为是否现场参加阅读推广活动对读者满意度无显著影响。

如表6所示,就读者受益度而言,在认为需要现场参加阅读推广活动的学生中,读者受益度的平均值为3.80,标准偏差为0.93。在认为不需要现场参加阅读推广活动的学生中,读者受益度平均值为3.61,标准偏差为1.03。 $t=2.373$,显著性(双尾)为0.018(<0.05),说明两个群体的受益度差异存在统计学意义,前者的受益度高于后者。

表5 独立样本 t 检验结果

类别	莱文方差等同性检验		平均值等同性 t 检验		显著性(双尾)	
	F	显著性	t	自由度		
读者受益度	假定等方差	4.413	0.036	2.373	641	0.018
	不假定等方差			2.351	593	0.019
读者满意度	假定等方差	2.459	0.117	1.562	641	0.119
	不假定等方差			1.556	607	0.120

表6 读者受益度的相关统计量

对现场参加阅读推广活动的态度	个案数	受益度平均值	受益度标准偏差
需要	352	3.80	0.93
不需要	291	3.61	1.03

4 高校图书馆阅读推广活动成效的提升路径

4.1 兼顾传统阅读推广与数字阅读推广

全媒体时代,掌上阅读的便利化使得学生将越来越多的时间用于数字阅读,然而实体书阅读模式并没有萎缩,传统阅读与数字阅读齐头并进。有研究表明,数字阅读与纸本阅读会受到设备类型和文本类型的共同影响,但在阅读效果上不存在显著差异,数字阅读可以在教育领域进行推广^[18]。

数字阅读可聚合文字、图片、视频、音乐等,但必须借助各种电子阅读设备。例如医学生若要阅读3D互动式解剖学数据库中的内容,必须借助平板电脑、电子阅读器等电子阅读工具。因此,医学院校图书馆可以基于馆内的电子阅读器等设备,推出以解剖数据库为主题的阅读推广活动,既彰显院校特色,又帮助医学生了解专业领域的教学资源,提高数据库的使用频率。数字载体的信息更新速度快,远高于传统出版物的更新速度,从而可及时发布专题资讯。例如,纽约罗切斯特公共图书馆长期提供阿片类药物(毒品)的专题网站和专业数据库,并通过公共论坛向读者宣传其相关内容^[19]。可利用高校图书馆内的巨型显示屏,循环播放与传统阅读内容相关的图片、视频,将古典雅致、富有人文气息的内容以当代科技手段展现出来,在潜移默化中激活图书馆的文化氛围,激发学生的阅读兴趣。图书馆可以依托馆内的设备设施和文献资源丰富阅读推广活动的形式,灵活使用图书馆大厅内的瀑布流式显示屏、智慧信息墙推广文献资源,实现传统阅读与数字阅读的融合发展。

4.2 开展支撑教学和科研的阅读推广活动

根据调查结果,学生的阅读动机以兴趣爱好为主,阅读书籍大多是经典文学、小说传记类,大学生缺乏阅

读专业教材、经典著作的主动性。与公共图书馆的公益性不同,高校图书馆有对教学和科研的支撑作用,在培养学生人文素养的同时,应该重点关注其专业素养和学术底蕴,彰显学术性和专业性^[15]。Banou等^[20]通过研究大学生的阅读行为模式,提出学术图书馆可以根据本科生的阅读习惯和行为,针对专业阅读和休闲阅读制定不同的具体政策。例如,2007—2016年,佛蒙特大学的健康科学图书馆有4年参与在校大学生的公共阅读计划,在上一学期为学生推荐必读的书单,所选择的书籍与健康和医药相关^[21]。

有研究者指出,当下高校图书馆应该从教学源头推广,主动参与学校的课程建设^[22]。图书馆可以联合院系专业教师、校内外行业专家,围绕学校重点建设专业的课程体系配置专业资源,确保专业课程资源与学科教学内容相互衔接、紧密贴合,并按照学生的课程设置提前准备思政课程、专业课程需要使用的教材及拓展学习材料。依据自身学校一流学科、重点学科的特色及图书馆收藏的文献资源,开展具有影响力的、以学科为主题的阅读推广活动,将专业课程资源与学科教学内容相互衔接。

4.3 跨界合作打造高校图书馆的第二课堂

调查发现,读书博主、知识博主、本行业内的专家是学生青睐的阅读推广人。代言人的专业性是广告有效性的重要影响因素,特别是拥有领域内知识和经验的人一般更具有权威性^[23]。因此,可以巧用名人效应,邀请有影响力的人物担任阅读推广人,加深学生群体对阅读推广活动的印象。通过与当下的知识网红合作,打造高校图书馆的第二课堂,越过象牙塔的围墙,让大学生感知社会流行的脉搏,探寻知识财富。

王芸^[24]基于新媒体知识传播现状,从影响力差异角度分析了图书馆与民间博主在微信公众号、B站、抖音等平台的影响力差距。从阅读或观看、评论、点赞、转发的数据来看,民间博主的各指标数据显著高于图书馆,民间博主发布的视频有明确的主题、固定的版式、优质的内容、醒目的标题,形成了巨大的优势和影响力。各大平台博主的主要受众是有知识渴求、追求进步的年轻人,这与高校图书馆的读者群体是相近的。高校图书馆在构建阅读推广活动时,可以将这类民间博主纳入阅读推广人的队伍。

本行业的专家深耕专业领域,有编著教材、专著的

经验,对本专业内应该阅读的专业书籍、文献资料有自己的独到见解。高校图书馆可以结合学校专业领域,邀请行业资深教授推荐本专业应读、必读和拓展书目,作为第一教学课堂的有益补充和延伸,巩固和深化学生在第一课堂所学的理论知识,培养学生阅读学术专著的兴趣,提升学生的学术能力。

4.4 基于阅读推广空间创设沉浸式体验活动

根据数据分析结果,现场参加阅读推广活动的读者受益度更高。阅读推广空间是读者参加阅读推广活动的物理场所,打造一个持续吸引学生注意、引发学生共鸣、提供深度体验的阅读推广空间是增强阅读推广活动黏性、保证活动影响力和可持续性的关键。当下,提供沉浸式阅读体验是阅读推广努力的方向。基于虚拟现实技术,可实现“文化+科技”,充分调动读者的感官体验,使得读者进入完全沉浸的状态。例如,国家图书馆以《永乐大典》为主题,利用虚拟现实技术打造“《永乐大典》VR全景文化典籍”,介绍《永乐大典》的辑佚情况和入藏修复、影印出版的过程,让读者充分了解中华典籍的传承历程,为读者带来智慧阅读体验^[25]。中国科学技术大学图书馆将“密室逃脱”游戏与馆藏资源相结合,设定“探秘图书馆”主题活动,将沉浸式体验和阅读推广有机结合。学生通过全身心参与活动,了解图书馆的空间格局,学习查阅资料和获取文献的方式。综上,可烘托阅读推广空间环境氛围、升级设备设施、精选馆藏资源^[26],通过设计品牌活动,借助虚拟现实等技术提升学生的沉浸式体验,从而有效激发学生的阅读兴趣,改善阅读推广活动的效果。

5 结语

阅读推广是高校图书馆的常态化工作之一。通过调查大学生的阅读行为可以了解大学生的阅读习惯和行为特点,以其为抓手提出有效提升阅读推广活动成效的路径。高校图书馆既要充分考虑大学生的阅读心理和行为习惯,力争吸引学生注意力,唤起学生的情感共鸣,又要引导学生朝着深阅读、专业阅读的方向前进,切实提高学生的阅读能力和专业素养,以履行高校图书馆职责,实现阅读推广工作的长足进步。

参考文献

- [1] 杨新涯,尹伟宏,王莹.论大学图书馆阅读推广的转型[J].图书情报工作,2020,64(17):58-63.
- [2] 刘先瑞,李桂华.全媒体时代阅读推广活动参与度的提升路径[J].图书馆论坛,2020,40(1):38-45,152.
- [3] 郑志励.基于TAM的大学生数字阅读行为模式的实证研究[D].上海:复旦大学,2014.
- [4] 胥雅.当代大学生移动深阅读行为影响因素研究[D].武汉:华中科技大学,2019.
- [5] 陈桂玲.高职院校大学生阅读行为及对策研究:以广东省6所高职院校学生阅读调查为例[J].图书馆学刊,2019,41(5):56-62.
- [6] 张文亮,刘培旺.国内外数字阅读行为研究综述[J].农业图书情报,2019,31(12):5-13.
- [7] RIVO K, ŽUMER M. Academic libraries and use of mobile devices: case study of Slovenia[J]. The Journal of Academic Librarianship, 2022, 48(3): 102507.
- [8] 赵文军,陈焕之,蒋伟进.近10年来国内外数字阅读研究综述[J].图书情报工作,2017,61(18):128-136.
- [9] 张俐俐,李子运.10年来中外数字阅读研究对比分析[J].图书情报工作,2016,60(2):137-145.
- [10] 姜洪伟.数字阅读概念辨析及其类型特征[J].图书馆理论与实践,2013(9):9-11.
- [11] 李会丽.寻找传统纸质阅读与数字阅读的平衡点[J].青年记者,2011(19):60-61.
- [12] 石继华.国外阅读推广的品牌化运作及启示[J].图书情报工作,2015,59(2):56-60.
- [13] 李武.青少年社会化阅读动机研究:以上海初高中生微信阅读为例[J].中国图书馆学报,2014,40(6):115-128.
- [14] 欧继花,李科生,罗紫初.阅读动机的研究进展[J].图书馆,2015(12):36-45.
- [15] 蒋文英.本科振兴背景下高校图书馆专业阅读推广的调查分析:基于广西15所本科高校大学生专业阅读调查[J].图书馆研究,2023,53(1):63-70.
- [16] 王开明,万君康.论知识的转移与扩散[J].外国经济与管理,2000,22(10):2-7.
- [17] 夏立新,李成龙,孙晶琼.论名人效应在阅读推广人机制中的应用价值:“Premier League Reading Stars”项目的启示[J].图书情报工作,2015,59(22):141-147.
- [18] 周钰,王娟,陈憬,等.信息载体影响文本阅读的实证研究:基

- 于数字阅读与纸质阅读的比较[J]. 中国远程教育, 2015 (10): 21-26, 79-80.
- [19] 刘京翰, 王春迎, 石庆功. 美国公共图书馆健康信息素养教育历程、特点及启示[J]. 国家图书馆学刊, 2022, 31 (6): 59-69.
- [20] BANOUC, KOSTAGIOLAS P A, OLENOGLOU A M. The reading behavioural patterns of the Ionian University graduate students: reading policy of the Greek academic libraries[J]. Library Management, 2008, 29 (6/7): 489-503.
- [21] DELWICHE F A. Health sciences library support of a university common reading program: a case study[J]. Medical Reference Services Quarterly, 2017, 36 (2): 150-164.
- [22] 王波. 王波谈高校图书馆阅读推广的发展方向[J]. 晋图学刊, 2019 (4): 1-12.
- [23] 陈宁. 不同年龄广告名人效应的心理加工机制研究[J]. 心理科学, 2003, 26 (1): 37-40.
- [24] 王芸. 新媒体环境下民间主体文化知识传播影响力及其对图书馆的启示[J]. 图书馆学刊, 2023, 45 (5): 38-43, 55.
- [25] 周笑盈. 国家图书馆“《永乐大典》VR全景文化典籍”实践探索: 虚拟现实赋能图书馆沉浸式阅读推广的创新路径[J]. 国家图书馆学刊, 2022, 31 (6): 80-89.
- [26] 徐璟, 董笑菊, 李新碗. 大学图书馆未来学习中心建设的思考与实践[J]. 大学图书馆学报, 2022, 43 (4): 12-18.

作者简介

张洁, 女, 学士, 馆员, 研究方向: 图书馆管理及文化建设。

师丽娟, 女, 博士, 研究馆员, 研究方向: 数据分析与情报研究。

常鏐鏐, 女, 硕士, 助理馆员, 通信作者, 研究方向: 数据分析与情报研究, E-mail: changliuliu0707@163.com。

Improvement Path of Reading Promotion Activities in University Libraries: Based on Questionnaire Survey of College Students' Reading Behavior

ZHANG Jie¹ SHI LiJuan² CHANG LiuLiu³

(1. Library of Shanxi Vocational University of Engineering Science and Technology, Jinzhong 030619, P. R. China;

2. Library of China Agricultural University, Beijing 100083, P. R. China; 3. Capital Medical University Library, Beijing 100069, P. R. China)

Abstract: The rules of college students' reading behavior can be used to guide the reading promotion activities, enhance the participation of college students in activities, deepen the influence of reading on college students, and effectively improve the effectiveness of reading promotion activities. In order to deeply analyze the current situation of reading behavior in college life, questionnaire survey is conducted from the aspects of college students' reading motivation, reading time, reading environment, reading carrier and equipment selection, and the relationship between reading behavior and reading promotion, with a view to comprehensively describing the overall picture of reading behavior in college life. The research finds that the reading behavior of college students exhibits a parallel characteristic of traditional reading and digital reading. The reading motivation is mainly based on interests and hobbies, and reading interests are significantly related to reading promoters. Readers who participate in reading promotion activities on site benefit more. Based on the behavioral characteristics, four ways to effectively promote reading activities are proposed, including balancing traditional reading promotion and digital reading promotion, carrying out reading promotion activities supporting teaching and scientific research, creating cross-border cooperation to create a second classroom, and setting up immersive reading activities.

Keywords: Reading Behavior; Questionnaire Survey; Reading Promotion; College Student

(责任编辑: 王玮)