

数字时代高校图书馆阅读推广存在的问题及对策研究

王珍珍

湖北工业大学图书馆资源建设部, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年1月3日; 录用日期: 2025年2月10日; 发布日期: 2025年2月20日

摘要

阅读推广服务是图书馆的重要职能之一。文章描述了近年来高校图书馆阅读推广的现状, 指出了在高校图书馆进行阅读推广活动的重要性, 同时提出了阅读推广活动中存在的一些问题, 并针对问题提供了有用的对策。希望能为数字时代下高校图书馆阅读推广的发展提供有益的帮助。

关键词

数字时代, 高校图书馆, 阅读推广, 问题, 对策

Research on the Problems and Countermeasures of Reading Promotion in University Library in the Digital Age

Zhenzhen Wang

Resource Construction Department, Hubei University of Technology Library, Wuhan Hubei

Received: Jan. 3rd, 2025; accepted: Feb. 10th, 2025; published: Feb. 20th, 2025

Abstract

The service of reading promotion is one of the important functions of the library. This paper has described the current statement of reading promotion in university library in recent years. The paper points out the importance of reading promotion for university library. At the same time, the paper puts forward the problems of activity and provides useful strategies. The purpose of this paper is to provide beneficial help for university library that are living in the digital era.

Keywords

Digital Era, University Library, Reading Promotion, Problem, Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

阅读推广服务是图书馆的重要职能之一。阅读推广已经成为我国文化发展战略的重中之重，它是“全民阅读”的重要组成部分，高校图书馆承担着为高校师生服务的重任，同时也是大学生们人生发展的领航人，同时高校图书馆对于教师的终身学习也起着极为重要的作用。

2. 高校图书馆阅读推广的现状

目前，高校图书馆阅读推广途径呈现出多元化的特点。多数高校采用线上和线下相结合的方式。线上渠道多种多样，很多高校图书馆建立了完美的官方网站，设置了专门的阅读推广板块，同时凭借社交媒体的传播力，在微信平台上搭配图文并茂、生动有趣的推文来吸引读者。线下活动推陈出新，除了传统的书展、讲座活动外，主题阅读月活动备受欢迎。此外，很多高校定期举办系列讲座、知识竞赛、读书分享会等活动不断丰富读者的阅读体验。毋庸置疑，高校图书馆在阅读推广的过程中虽然得到了较多的收获，但是，随着数字时代的到来，大学生们对于网络媒体的信息越来越关注，而对于书籍借阅的关注度却越来越低[1]。就目前状况而言，部分高校图书馆的资源利用率较低，如何在数字时代的今天，让图书馆和学生之间能有更好的互动，能更好提升读者的阅读率，是众多高校图书馆急需认真思索的难题。高校图书馆是建设高校校园文化的重要力量，建立完善的阅读推广体系是十分重要的。本文针对高校图书馆在阅读推广中着实存在的一些难题提出了有用的对策，期待为数字时代下高校图书馆阅读推广的发展提供帮助。

3. 高校图书馆开展阅读推广的重要性

在数字时代的背景下，数字阅读越来越受读者的喜爱。因为数字阅读拥有丰富多彩的内容，交互性强的特点。这些特点能日益满足读者的需求。据研究表明，数字化阅读方式已经成为全民阅读的主要形式，而高校读者是其主要人群。高校图书馆不仅是学校的重要信息资源中心，它在培养人才方面也发挥着重要性[2]。首先，高校图书馆开展阅读推广有助于培养学生的综合素养。图书馆涵盖多学科、多领域的丰富知识，学生通过阅读推广活动能了解到更多的专业以外的知识，这对于拓宽学生知识，提升学生的综合素养非常有用。其次，通过阅读推广能有效提高学生的思维能力。由于不同书籍有着不同的思维方式，通过推广活动能激发学生的想象力与创造力。然后，阅读推广能让学生从书本中汲取精华和智慧，让学生领悟为人处世之道，并在无形之中增强学生们们的社会责任感与使命感。最后，阅读推广能更好地营造校园文化氛围。通过丰富多彩阅读推广活动，如读书节、书展、阅读讲座等，能在校园营造并形成浓郁的阅读氛围，有助于提升校园文化品位，增强学校文化软实力。同时也为师生搭建了一个良好的交流平台，让师生彼此增进了解，更好营造和谐的人际关系。

与此同时，图书馆承担着引导、帮助、服务读者的责任，同时也有义务帮助读者培养具有辨别、筛选、使用信息的能力，在数字化的时代尽可能帮助读者提升其数字阅读素养的能力[3]。此外，高校图书

馆在高校事业建设发展方面，以及教学科研、校园文化建设方面等都起着重大的作用。

4. 高校图书馆阅读推广存在的问题

高校图书馆阅读推广工作通过多年长期的努力已取得较大的进步，此工作对于提高师生素质和营造书香校园文化氛围方面发挥了重要的不可忽视的作用。但同时在其推广过程中也暴露了一些客观存在的问题。

4.1. 高校图书馆阅读推广组织机构不完善

高校图书馆阅读推广活动的开展和运行绕不开经费的问题，同样此活动的顺利进行需要得到学校各个部门的支持，这点是非常重要的，因为经费的投入直接影响着活动的效果。它决定着阅读推广活动能否可持续地发展下去。然而，目前部分高校或高校图书馆没有成立专门的阅读推广部门或机构，因而缺乏稳固的阅读推广部门或组织机构[4]。当需要进行阅读推广工作时，经常由高校某些相关部门或高校图书馆内相关部门成立临时的工作小组，伴随着活动的结束，推广活动也随之结束，所以暴露出阅读推广活动缺乏有效的指导和鼓励机制的问题。很多读者并没有因为参与了活动而养成了真正的爱读书的阅读习惯。相反，随着阅读推广活动的结束，许多读者的阅读热情逐渐减少。此外，高校图书馆馆员的综合素质参差不齐，然而阅读推广活动是需要大量具备专业知识的推广人员的，因为在阅读推广活动中读者有可能会问到方方面面的一些问题，如果馆员被问到问题时一问三不知，读者得不到较满意的答复，会给读者留下不好的印象。因此，在图书馆内部成立专门的阅读推广小组并对小组成员进行专门的相关知识的强化培训，相信阅读推广工作会完成得更好。

4.2. 推广内容缺乏吸引力，学生的阅读热情较低

尽管高校采取了丰富多彩的宣传方式，但是设置的阅读推广活动基本设在较为固定的时间点，例如每年的世界读书日之前或每年的寒暑假结尾时期，这种一年一次的活动，由于缺乏持续性，并不能很好地调动学生的阅读热情，阅读推广的价值没有真正的体现出来。特别是高校图书馆有时安排的阅读推广内容缺乏吸引力，每年周而复始，内容较陈旧，不能吸引学生的注意力，不能活跃学生的思想，不利于学生的学习和成长[5]。同时，在“内容为王”的时代，高校图书馆在从事阅读推广活动时首先就要十分明确活动安排的内容。伴随着数字技术的快速发展，数字资源容易检索、方便快捷、节约空间等优点逐渐替代了传统纸质资源。因为传统的纸质文献具有不易检索、不易复制、不便共享等特点，读者更倾向于选择便捷的数字资源。所以，在涵盖丰富多彩的数字资源背景下，建议高校图书馆在进行阅读推广活动时应积极帮助读者利用搜索引擎的方式来查询信息，以便帮助读者实现自己个人的阅读需求。高校图书馆数字资源内容信息庞大复杂，如何积极鼓励读者使用丰富的数字资源来获取知识是目前很多高校图书馆进行阅读推广活动时碰到的障碍。

4.3. 推广活动中没有充分使用多媒体

在现如今的数字时代下，越来越多的人喜欢选择电子书、有声读物、网络文学等方式进行阅读活动，因为生活快节奏的今天，数字阅读不受时间以及空间的限制，大多数人们会在闲暇之余利用碎片化时间使用手机阅读自己感兴趣的内容。鉴于目前的这种趋势，如果在阅读推广的活动中能很好地使用多媒体进行大规模和有深度的宣传，应该会有更多的人群参与到活动中来。通常意义上，阅读推广可以分为两个类别，分别是传统纸质分类和现代电子资源分类。这两种分类各有优势又各有缺陷，无法准确分析哪种效果会更好，但可以肯定的是，如果能在阅读推广活动中将这两者有效的结合和相互协调，阅读推广活动会得到有利的宣传和发展，从而使阅读推广工作达到良好的预期效果。

4.4. 学生的阅读倾向较功利化

近年来,很多高校的学生为了毕业之后能更好地解决学习,生活,工作中面临的各种问题,他们更倾向于阅读有关考研,职场、生活、心理、人际关系、升学升职、养生保健等较为实用的书籍,从某种意义上而言,学生的阅读倾向较为功利化。但阅读推广的最终目标是培养学生养成良好的阅读习惯,进一步发扬和传承博大精深的中华文化,努力实现中华民族文明的创新。因此,在学生学习的阶段,应该珍惜时间大量阅读有利于充实精神世界的经典名著,多投入时间阅读能滋润心灵和奠定文化基础的书籍。

5. 改进对策

5.1. 高校可以成立专门的阅读推广机构

高校应该成立专门的阅读推广机构,并且该机构应包含较为丰富的保障资源,例如活动的经费、活动的人员、活动的宣传、活动的创新以及活动的激励和评估机制等。积极利用这些保障资源,为阅读推广活动的有效开展提供有利的保障[6]。阅读推广系列活动应由图书馆的领导牵头,学校其他部门代表、学生代表等积极配合参与。同时高校图书馆也可以自主联合校内院系及相关部门共同支持阅读推广的相关工作,使阅读推广工作更为全面而深入地展开和进行。

5.2. 关注学生需求,提高学生的阅读热情

当前很多高校阅读推广活动在内容上创新性不强,形式上过于单一,难以吸引读者。高校在开展阅读推广活动时积极探索活动内容的不断创新,应及时关注和了解学生们需求,大量安排一些学生们感兴趣的内容。在如今数字化的时代,学生们每天接触大量的媒体信息,如果推广活动的内容与信息时代脱轨,很难引起学生的阅读兴趣。这就要求高校在进行阅读推广活动之前应安排相关的专业人员深入调查和了解学生们的阅读兴趣及需求,认真研究之后,紧跟时代积极策划创新型的阅读推广活动。让学生们切实体会到阅读的乐趣,从而提高学生的阅读热情。

5.3. 充分使用数字媒体资源

在数字时代的今天,高校学生经常使用的社交软件较多,充分使用数字媒体资源,对于图书馆的阅读推广工作来说非常重要。高校图书馆应充分利用数字形式进行阅读推广活动的宣传,这样不但能够全面地提高数字资源的利用率,大幅度提升学生们的活动兴趣,也能积极调动学生们的阅读热情[7]。同时,图书馆的相关工作馆员应当主动,及时地在各个反馈信息的平台上收集读者的反馈信息,充分了解学生们面临的困难和有待解决的问题。高校应积极促进图书馆与读者两者之间的沟通,以便吸引更多读者的眼球,让学生们积极主动的参与到高校图书馆的阅读推广活动中。

5.4. 拓宽推广渠道

随着信息技术的高速发展,越来越多的读者频繁使用新媒体。高校图书馆应积极加强和融合新媒体技术所带来的一系列优势,努力寻找进一步拓宽阅读推广的方式和渠道。例如:高校图书馆可以通过微信平台,QQ等常用的软件及时发布信息。图书馆可以在线上平台上积极设置具有不同特色的栏目内容,例如:分享经典阅读,撰写书评或影评,分享心得与体会,读者反馈及建议等。另外,通过阅读推广的宣传可以举办相应的有关阅读推广内容的讲座,可以吸引学生的关注,然后在活动讲座结束之后可以跟学生进行直接的面对面的沟通和交流,通过交流可以真实的了解到学生们不同的阅读需要,以及收集到学生们对于活动的不同意见和学生们提出的可以采纳的良好的建议,通过这种近距离的交流方式,有助于图书馆更好地开展阅读推广的活动。同时,高校图书馆还需要积极主动地与学校其他部门进行合作,通

过使用各类新媒体和新技术共同积极探索线上或线下不同方式的阅读推广工作。为了满足读者的不同需求图书馆可以细致的将阅读推广的活动内容按照不同分类,分多个不同渠道的方式开展具有特别针对性的阅读推广活动,这样可以充分激发读者的阅读热情,让更多的读者参与到活动中来。

5.5. 优化课程设置和改变考核激励机制, 解决学生阅读功利化的问题

为了解决学生阅读功利化的问题,一方面,学校可以优化课程设置。在课程中增添文学鉴赏、文化经典研读等人文素养类课程,将其设为必修课或选修课,引导学生积极认真的阅读经典名著,让学生深刻体会文学之美,避免学生只阅读跟自己专业相关的书籍。另一方面,对学生阅读成果的考核,除了传统的读书报告外,可以增加创意阅读展示环节,比如让学生制作与书籍相关的微电影、音频剧等,鼓励学生从多个不同的角度来阅读。然后,在学校内应当设立阅读奖励机制,对阅读广泛、有深度见解的学生给予奖励,如颁发“阅读之星”荣誉称号、提供购书基金等举措。这些方式都能极大地调动学生的阅读积极性,从而摆脱功利化的阅读倾向。

6. 结束语

阅读是提升自我的重要途径,是高校学生应该长期坚持的一项活动。高校应重视阅读推广工作,让学生们通过活动逐渐养成阅读的好习惯。让阅读成为学生生活中重要的一部分。

数字时代的到来对于高校阅读推广工作来说既是挑战又是机遇。高校图书馆应当着手致力于加强自身各个方面的全面建设与良好发展,以便能更好地做好服务工作,让广大的师生受益。

此外,高校图书馆应借助数字时代的资源并结合本校师生的实际需求,为师生提供高质量的阅读推广活动,从而更好地营造书香校园。

参考文献

- [1] 郑伟青. 高校图书馆阅读推广实践现状调查与分析——以“211 工程”高校图书馆为例[J]. 图书馆工作与研究, 2012(8): 108-112.
- [2] 苑世芬. 高校图书馆新媒体阅读推广策略研究[J]. 现代情报技术, 2013, 33(1): 74-77+81.
- [3] 喻丽, 李昆明. 我国财经高校图书馆阅读推广现状分析及反思[J]. 图书情报工作, 2015, 59(14): 73-79.
- [4] 曹国风. 高校图书馆阅读推广要素分析与实施策略——以顺德职业技术学院图书馆为例[J]. 图书馆研究, 2015, 45(6): 59-62.
- [5] 周肖云. 安徽省高校图书馆阅读推广实践活动调研和分析[J]. 图书馆工作, 2016(2): 47-51.
- [6] 刘宛珍. 高校图书馆数字阅读推广的问题及对策研究[J]. 四川图书馆学报, 2018(1): 66-69.
- [7] 陈小彬. 基于大学生阅读行为的高校图书馆阅读推广服务研究[J]. 河南图书馆学刊, 2020, 40(1): 50-52.