

内蒙古地区高校图书馆阅读推广优化策略研究

张智霞

内蒙古财经大学 内蒙 呼和浩特 010000

【摘要】通过对国内外高校图书馆读者阅读推广研究的对比和分析,发现近年来特别是自2015年开始,内蒙古地区高校图书馆阅读推广提升显著,但仍存在阅读推广形式和组织单一;主题不突出;缺乏阅读推广特色品牌化服务;信息化技术应用能力欠缺;缺乏阅读推广专业团队建设等问题。本文就内蒙古地区高校图书馆现存问题提出相应的解决策略。

【关键词】高校图书馆;阅读推广;内蒙古地区;信息化技术

Study on Reading Promotion and Optimization Strategy in University Libraries in Inner Mongolia

Zhixia Zhang

Inner Mongolia University of Finance and Economics Inner Mongolia Hohhot 010000

Abstract: Through the comparison and analysis of reading promotion of domestic and foreign university libraries, it is found that in recent years, especially in 2015, only in reading promotion; lack of theme; lack of characteristic brand service for reading promotion; lack of information technology application ability; lack of professional team building in reading promotion, etc. This paper puts forward the corresponding strategies to solve the existing problems of university libraries in Inner Mongolia.

Keywords: University library; Reading and promotion; Inner Mongolia region; Information technology

自2006年中宣部会同新闻出版总署11部委共同发出《关于开展全民阅读活动的倡议书》以来,全民阅读活动广泛展开,并持续得到政府的高度关注。“全民阅读”在2014年-2019年的全国“两会”上,被连续六次写入《政府工作报告》。国民阅读调查结果显示,近年来全民阅读率明显提高,特别是继2018年之后,全民阅读第二次被补充写进政府工作报告。与2018年“倡导全民阅读,建设学习型社会”的表述相比,2019年升级为“倡导全民阅读,推进学习型社会建设”。由“建设学习型社会”修订为“推进学习型社会建设”,由此前的强调结果转为更加注重过程的推进。

1 阅读推广的研究意义

信息化WEB2.0时代,人类进入了信息化社会阶段,电子阅读日益流行,特别是互联网的发展,手机阅读、网络阅读成为了阅读的主要方式,数字阅读增长率逐年增加。人们在阅读观念上发生了重大转变,在阅读资源的选择上发生了巨大的改变。高校图书馆拥有庞大的资源体系,高校图书馆电子资源拥有量已远远超越了纸质资源的拥有量。全民阅读浪潮的推动下,高校图书馆应充分发挥新媒体技术和图书馆资源优势,培养大学生的阅读习惯,提高大学生的阅读水平,让阅读成为大学生生活学习中必不可少的部分,为学校培养人才及教育教学等打好基础。

2 国外高校阅读推广现状研究

全民阅读可以提升国民素质和国家竞争力,全民阅读能力是一个国家精神文明建设的重要途径。自1995年联合国教科文组织提出“Reading for All”以来,各国积极响应,特别是公

共图书馆开展了丰富多彩的阅读推广活动,比较有影响的有美国西雅图公共图书馆发起的“One City, One Book”活动,即一城一书,这一活动引导全体市民共读一本书,通过导读、讨论和文化的约会,引导市民对图书馆内容进行深度鉴赏,二十多年来,已成为西雅图公共图书馆的品牌活动。不仅如此,在全球也产生了深厚的影响。英国英超俱乐部“阅读之星”项目、英国Book Up阅读推广活动、“夏季阅读挑战”等都深具影响。澳大利亚2012国家阅读年,全国各地举办了4000多项阅读活动,在阅读年期间,全民共同参与,活动宣传大使推广,传承土著文化,加入图书馆等主题,培养读者终身阅读习惯,宣传科技和保存本土历史文化并重。

3 内蒙古地区高校图书馆阅读推广调查研究

内蒙古地区高校图书馆阅读推广活动主要以4月23日世界读书日为契机,集中在每年的4-6月开展。内蒙古地区高校图书馆的阅读推广始自2006年,早期的阅读推广内容一般是数据库使用培训和新生入馆教育。但是从后期读者反馈来看,不论在电子资源的使用方面,还是在图书馆服务理解方面,并没有达到预期的效果,阅读推广活动效果差强人意。2017年起,内蒙古地区高校图书馆让广大读者参与到图书馆的阅读推广活动中,改变了原有阅读推广模式的弊病。内蒙古财经大学图书馆和团委合作,建立了鸿展书社社团,社团由图书馆牵头,隶属于团委,每隔半个月对读者进行图书推荐,并举办读书活动,阅读推广内容一般是畅销书籍、经典阅读等,充分发挥馆员及读者的主观能动性,读书会上老师或者阅读之星分享图书,再由读者对相关分享进行展开提问或探讨,参与人数从几

十到几百不等,通过阅读推广,让更多的人了解经典和时尚书籍,效果显著。其他高校如内蒙古科技大学筹建了图书馆管理委员会,从而促进读者养成良好的阅读习惯。

随着移动互联网的发展,内蒙古地区高校图书馆如内蒙古大学、内蒙古财经大学、内蒙古农业大学等先后开通了微信公众平台,利用微信公众平台推送图书馆相关信息,包括通知公告、活动、资源等,读者可以在手机端获取到图书馆相关的资讯,从而拓展了图书馆服务的宣传力度,增强了传播影响力。

4 内蒙古地区高校图书馆阅读推广存在的问题

近些年内蒙古地区高校图书馆越来越重视阅读推广,但与优秀的阅读推广案例相比还有较大的差距,对比国内外阅读推广成功案例,内蒙古地区高校阅读推广存在如下不足。

4.1 阅读推广活动形式、组织及时间单一,主题不突出。

优秀的阅读推广案例应是长期的、连贯的、主题突出的。香港理工大学开展新生共读一本书的活动,精心挑选图书,举办了大大小小90多场研讨会、开设通识课程、犹太大屠杀展览及书展、图书同名电影欣赏会、与二战犹太大屠杀的幸存者会面、与年度书籍的原作者会面、英语反思写作比赛、PolyU Reads馆藏、回收计划等。该活动自2011年开始推行以来,是全港高校阅读推广范围最广、影响力最大的活动。而内蒙古地区高校图书馆阅读推广活动时间相对集中,由图书馆和团委合作,举办一些与文化相关的活动。活动形式局限于读书分享、知识竞答、展览展播等方面,各项活动连结性不是很紧密,读者参与的每一项活动都是独立的,活动间关联性不强。且每个高校所举办的活动大同小异,普遍存在主题不突出、重复性高,效果不理想等一系列问题。

4.2 缺乏阅读推广特色品牌化服务。

国内外优秀的阅读推广案例,无一不具有自己的品牌化服务,如武汉大学图书馆的在线游戏《拯救小布之消失的经典》,游戏的主人公小布是武汉大学图书馆的形象代言人。对比内蒙古地区高校图书馆阅读推广活动,品牌化的阅读推广活动相对较少。由于大部分活动依赖于数据库商提供支持,自主创新能力较差,没有常态化的品牌阅读推广工作来吸引读者的注意,所以影响力有限。对于内蒙地区高校来说,在国家“一带一路”草原丝绸之路建设背景下,若可以开展中文、蒙文、俄文多种语言书籍互译等阅读推广工作,势必对内蒙古地区的经济建设发展,促进草原丝绸之路发展起到积极的影响。

4.3 信息化技术应用能力欠缺。

哈佛大学应用高科技技术,实施开放馆藏计划和在线阅读计划,无条件地为读者提供全文服务;韩国江源大学将阅读推广、信息技术和学生的毕业认证挂钩;新加坡南洋理工大学学科屋(Subject Rooms)、学科图书馆博客(Subject Library Blogs)、口袋书屋、创造学习共享空间,国内许多优秀成功案

例,如香港理工大学的融媒体技术全程新生共读一本书,南京航空航天大学暑期阅读训练营线上交流等,无不是信息化技术推进下,阅读推广打破了时间和空间的限制的成功案例。内蒙古地区高校阅读推广活动的组织形式比较单一,吸引读者的手段也相对简单,虽然已使出浑身解数来为读者阅读能力提高做工作,但若不紧跟时代发展的脚步,读者是不会为这些活动买单的。

4.4 缺乏阅读推广专业团队建设。

许多国内高校也建立了自己的阅读推广办公室,该办公室作为学校阅读推广常态化工作的一部分,有专职的老师负责统筹全馆的各项阅读推广工作。中山大学网罗具有美学鉴赏、国际化视野、图书馆文化及阅读推广专业知识与理念等知识的多功能复合型人才组成专门的工作组,将阅读导读工作列入年度工作计划,称为“导读‘超能陆战队’”。内蒙古各大高校图书馆阅读推广活动主要是在读书宣传月开展前,从馆里挑选馆员负责开展活动项目,由于人员配置有限,有些老师兼顾好几项活动,如内蒙古科技大学的孙梅,杨颖,乌日哲等工作人员负责多项阅读推广活动,阅读推广作为了一项暂时性工作,每年4-6月宣传月时,老师们不但要承担自己的日常工作,还要同时做好阅读推广工作,导致能够投入到阅读推广工作中的经历十分有限。

5 内蒙古地区高校图书馆阅读推广创新措施

5.1 “互联网+”与内蒙古高校图书馆阅读推广服务深度融合。

近年来图书馆加快内涵建设,图书馆成为学校中读者最喜欢、学习氛围最强的区域,如内蒙古财经大学、内蒙古大学、内蒙古科技大学纷纷引进座位管理系统方便读者自选座位学习。借助信息技术的快速发展,图书馆近年来引进了大量的RFID技术、移动终端、信息资源系统,海量数据喷涌产生,图书馆应利用大数据分析技术和云计算将读者的阅读行为进行分析,了解读者阅读动向,进行精准的阅读推广。另提供专业相关的阅读推广,如内蒙古科技大学、内蒙古工业大学作为工科类院校,提供电气工程师、暖通工程师、网络工程师等考级考证阅读推广,相信能够获得很多读者的青睐。当然,也可以文理穿插阅读,提升读者的学科融合能力。同时将“互联网+”技术应用于读者的阅读推广,让更多读者有额外收获。

5.2 构建内蒙古高校图书馆阅读推广品牌化服务

内蒙古地区高校图书馆近年来在阅读推广方面取得了突破,不断借鉴国内外优秀的阅读推广案例,但在品牌化阅读推广工作还需注入自身的特色。如内蒙古财经大学,财政管理类专业为主,在管理类图书、草原丝绸之路图书等方面具有自己的优势,可以提供该类书籍的专业阅读推广,作为图书馆的常态化阅读推广机制,为读者推荐该类图书。图书馆品牌化阅读推广服务和其他产品的品牌化服务一样,可为读者提供长期的

有效的服务,建立起具有长期有效的机制,是读者对图书馆认可的一个标志性服务。如果图书馆能够把握自身,探索与自己相关的阅读推广活动,将这项活动融入到图书馆的日常工作中,经过多年的积累,一定会成为图书馆活动的经典品牌活动,常态化的阅读推广才能养成读者阅读习惯。

5.3 打造内蒙古高校图书馆阅读推广专业团队

一项活动开展的情况、影响力大部分取决于活动的策划、宣传、组织、回收等方面,其中,人才是图书馆阅读推广最重要的因素。一个好的阅读推广团队可以吸收优秀的阅读推广案例,结合自身的发展情况,制定符合自身图书馆发展的阅读推广活动策划,从而组织好自己相关的阅读推广活动。如中山大学汇集各界优秀人才及具有丰富阅读推广经验的工作人员成立阅读推广的“超能陆战队”打造精品阅读推广活动;上海交通大学图书馆高度重视阅读推广工作,成了IC2创新服务体系,以“点亮阅读、启迪人文、弘扬文化”为主旨,构建自己独具特色的阅读推广活动体系。

内蒙古地区高校图书馆应当根据自身阅读推广现状,培养图书馆阅读推广专业人才,进而建立阅读推广专业团队,加强高校全民阅读,加快推进少数民族阅读推广工作的开展。对于

内蒙古地区高校阅读推广专业团队要具备美学鉴赏、国际化视野、蒙汉兼通、热爱读书、学识渊博、图书馆文化及阅读推广专业知识与理念等知识的多功能复合型人才构成,提升高校阅读推广的综合实力的提高。

5.4 内蒙古高校图书馆阅读推广评价体系建立

建立合理的阅读推广评价机制是很必要的,如果单纯用活动开展的数量、参与人数、现场的情况分析显然对很多活动是不公平的。应根据大学生的具体情况,尤其是内蒙古地区大学生具体情况,建立与其相关的阅读评价机制,评价出好的、对大学生有益的阅读推广活动,以促进内蒙古地区高校图书馆阅读推广活动的建设和发展。高校阅读推广活动评价体系的建立,大学生是高校阅读推广的主体,应从大学生的角度来进行评价指标设置。

6 结论

内蒙古地区高校图书馆阅读推广助力全民阅读推广方面,还有很多的不足,但大部分高校图书馆已经意识到存在的问题,笔者相信在图书馆领导、专家、学者和工作人员共同努力下,内蒙古地区高校图书馆阅读推广会有长足的进步。

参考文献:

- [1] 马扬称.基层公共图书馆数字化阅读推广研究[J].兰台内外,2022(10):70-72.
- [2] 王军光.“互联网+”环境下高校图书馆阅读推广的发展现状与优化路径[J].科技风,2022(09):154-156.
- [3] 王丽娟,韩梅花,宁圣红.高校图书馆传统文化阅读推广团队素养构成研究[J].河南图书馆学刊,2022,42(03):50-53.

作者简介:张智霞,1983,05,02,女,内蒙古丰镇市,硕士研究生,副研究馆员,研究方向:智慧图书馆、大数据分析

课题:2018年内蒙古社科规划项目青年项目,互联网+环境下内蒙古地区草原书屋全民阅读推广模式创新研究 课题编号:2018NDC128