

doi:10.3772/j.issn.2095-915x.2015.01.013

全媒体时代高校图书馆阅读推广精细化尝试^{*}

秦疏影¹, 吴雪芝², 关静霞¹

(1 北京农学院图书馆 北京 102206; 2 首都师范大学图书馆 北京 100048)

摘要: 通过调研了解我国阅读推广研究的现状及发展趋势, 在成功案例分析中发现高校图书馆阅读推广工作必须具有主题新颖、专人负责、领导重视、经费支持、演化为常规性工作等特点, 认为全媒体时代高校图书馆阅读推广需要精细化, 并指出高校图书馆的阅读推广只有在兼顾读者、馆员、图书馆等多方利益、共同发展的前提下才能持久开展。

关键词: 高校图书馆, 阅读推广, 精细化, 全媒体时代

Elaborate Tries on Academic Library Reading Promotion at Omnimedia Times

QIN shuying¹, WU xuezhi², GUAN jingxia¹

(1 Beijing University of Agriculture Library, Beijing, 102206; 2 Capital Normal University Library, Beijing, 100048)

Abstract: This paper tries to comprehend the current situation and development trend of reading promotion research through varieties of surveys. After the analysis of successful cases, it reveals that academic library reading promotion must possess such characteristics as novel themes, dedicated staff, leaders' attention, financial support, routine work and so on. It is considered that reading promotion at omnimedia times should be elaborate and only in the context of taking both the interests and joint development of readers, librarians and libraries into account can it maintain its sustainability and vitality.

Keywords: University library, reading promotion, elaborate, omnimedia times

^{*} 基金项目: CALIS 全国农学文献信息中心研究项目“高校图书馆的阅读推广策略研究(项目编号: 2014003)”。

作者简介: 秦疏影, 女, 硕士, 馆员, 研究方向为文献资源建设、阅读推广研究; 吴雪芝, 女, 硕士, 馆员, 研究方向为数学学科信息服务与用户服务及文献资源建设; 关静霞, 女, 学士, 副研究馆员, 研究方向为文献资源建设。

1 引言

今年，笔者开始关注高校图书馆开展的阅读推广活动，并参与所在馆的阅读推广活动工作。在开展此项工作前对我国近年来阅读推广活动现状需有一定的了解，因此，笔者采用文献调研、现场参观、电话咨询、研讨学习等方法，了解我国阅读推广的主要研究成果、经典案例等内容，这不仅可以学习怎样开展活动，还能寻找深入开展阅读推广活动的空间，根据相关调研结果，探讨未来高校图书馆开展阅读推广活动需要注意的问题。

2 阅读推广文献调研

笔者从 CNKI 数据库中获取关于阅读推广研究论文的检索数据，通过主题检索来获得关于阅读推广这一主题的相关研究论文。检索式为“SU=阅读推广”，进行跨库检索，检索日期为 2014 年

10月22日。因为是学术性文章，故选择了期刊、硕士、博士、国内会议、国际会议5个子数据库，共得到1773个检索结果，其中除去会议通知、启示、快报等167篇，硕士论文37篇，会议论文128篇，共获得1441篇学术期刊论文。检索发现CNKI数据库中检索到的关于阅读推广研究的第一篇文章发表于2005年。且最近10年来，我国阅读推广研究文献在不同年份发表的文章数量不同，在2005年以前，关于这类研究的文献基本没有。在2005年之后，逐年增多，尤其是在2010年后，发表文章数量显著上升（参见表1及对应的图1）。这可能是因为党和政府对于阅读推广活动的高度重视，引起了广大学者的研究热情，学术界对阅读推广问题的研究日益升温，越来越多的学者投入到了阅读推广问题的研究中。这从另一角度也说明，阅读推广的重要性和作用越来越被社会所承认，因此，开展阅读推广在当前全民阅读图书量偏低的实际情况下，很有必要。

表 1 2005-2014 年的阅读推广期刊论文统计

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	合计
论文数量	2	6	9	17	34	69	147	239	456	462	1441

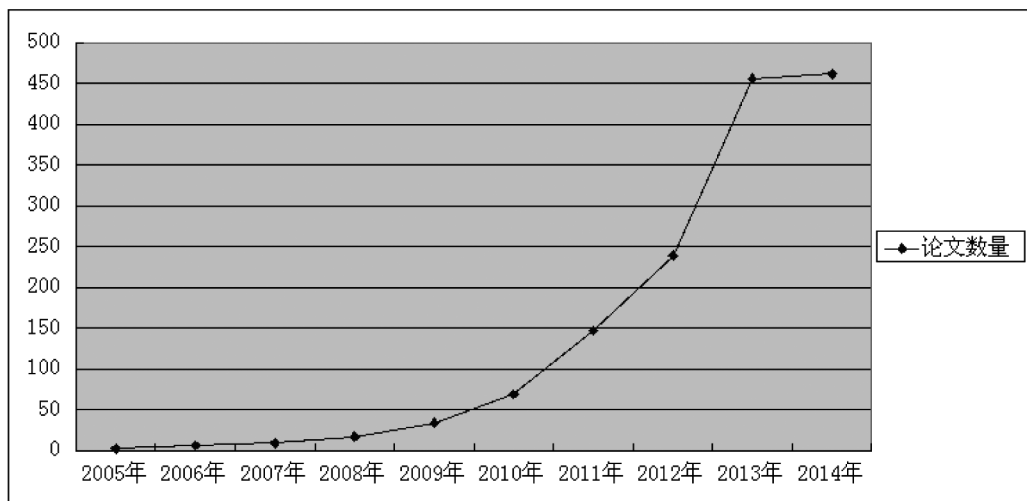


图 1 2005-2014 年的阅读推广期刊论文统计

由图1可以发现：近十年来，关于阅读推广的研究一直处于发展阶段，且还未到达峰值，可以预测未来几年还将处于上升发展阶段，这与2012年11月，十八大首次将“开展全面阅读”列入到党的工作报告中；2014年3月，政府工作报告中首次把“倡导全民阅读”列为2014年政府重点工作等举措相吻合，这也从另一个角度旁证了阅读推广的重要性。

在笔者的另一篇文章“阅读推广研究的学术影响力分析”中，根据“发表阅读推广类论文被引频次20次及以上”的分析数据来看，在被引频次比较高的文献中，有9位研究人员来自公共图书馆，5位研究人员来自高等院校图书馆，显然公共图书馆在阅读推广研究方面比高校图书馆要深入，这也间接说明了公共图书馆的阅读推广活动比高校图书馆的阅读推广活动要深入^[1]。那么，在全民阅读的时代，高校图书馆将如何根据自己的特点来开展阅读推广活动呢？

自古以来，图书馆就是收集、整理和保存文献资料的机构。图书馆作为产生文明、传播文明的地方，不仅是保存文化，而且也是传承和传播文化的场所^[2]。高校作为文化传承的基本载体和文化创新的重要基地，承担着光荣而艰巨的历史使命。那么全媒体时代高校图书馆在阅读推广活动中扮演着怎样的角色、开展什么样的活动以及怎样开展活动呢？笔者以几所高校图书馆开展的阅读推广活动成功案例和阅读推广活动构想为例，进行探讨。

3 高校图书馆阅读推广活动成功案例

高校图书馆开展的阅读推广活动一般为：读者服务月、读书节、书展（专题书架、通识课程专架、大学生必读书专架）、新书推荐（每周新书推荐、馆员推荐、教授推荐、新媒体推荐等）、真人图书馆、阅读疗法等。高校图书馆服务的对

象以大学生、研究生群体为主，这一群体具备一定知识水平和学习能力，且思维活跃，能快速地接受各种各样的先进技术，能通过各种渠道获得自己所需要的资讯，且在阅读中有其独特性。因此，为迎合他们的需求特点，各高校图书馆在阅读推广活动方面做了很多创新与发展，并逐步深入、精细化。下面以3所高校图书馆的阅读推广活动为例探讨高校图书馆阅读推广精细化尝试。

3.1 清华大学以专题书架展开的阅读推广尝试

清华大学图书馆在阅读推广方面开展了各种各样的活动，比较引人注目的专题书架工作是在图书馆馆藏与读者之间建立一条畅通渠道。据清华大学图书馆老师介绍，这项工作于2013年4月启动，每两个月推出一期，每期的主题结合社会热点及清华元素，制作专题海报，配置优美的文字与图片。比如2013年4月结合清华大学102周年校庆推出的第一期“清华人与清华大学”，配置文字中有一段为：“2013年4月，在第102周年校庆日来临之际，图书馆推出首期专题书架——‘清华人与清华大学’。我们从校图书馆（逸夫馆、老馆）馆藏中精选138本图书，这些图书有的是官方校史，有的是校友忆作，有的是校史研究著作，还有的是清华子弟的回忆文章……读书之乐何如？绿满窗前草不除。在这个美好的春日，欢迎大家选书阅览^[3]。”2013年11月21日，结合诺贝尔文学奖的话题，图书馆推出第四期专题书架——“缪斯的歌声里”，海报上配置的文字有这样几句：“文学就像是灯，就像是路，在持之以恒地阅读之后，文学为我们打开了一扇窗，带来了一个全新的世界。我们策划这期专题书架时收到了2007年诺贝尔文学奖获得者多丽丝·莱辛去世的消息，大师转身离去，而她的著作犹如缪斯的歌声千古传唱，我们用阅读来纪念。”^[4]

2013年和2014年秋天新生入学之际，清华大

表2 清华大学专题书架内容

序号	专架主题	展出时间	展出图书数量	网页点击量
第一期	清华人与清华大学	2013.4.26-2013.5.30	138 本	不详
第二期	人与大气环境	2013.6.9-2013.9.1	223 本	2301
第三期	大学第一课	2013.9.17-2013.11.20	149 种	2749
第四期	缪斯的歌声里	2013.11.26-2013.12.31	193 种	2499
第五期	没有一场旅行可以说走就走	2014.1.2-2014.4.21	243 种	2502
第六期	跑进春天里	2014.4.22-2014.6.16	115 种	2449
第七期	年轻人, 创业吧	2014.6.17-2014.8.31	149 种	1568
第八期	大学第一课	2014.9.1 至今	206 种	1092

学图书馆推出了两期“迎新生专题书架”其主题为“大学第一课”，其中2014年8月迎新生专题书架在保留2013年迎新专题书架150多种图书的基础上，增补57种新书目，专架图书内容涉及大学新生心理调适、大学生活规划、体育锻炼、阅读方法、清华校史等方面，辅以一些经典著作。鼓励大学生在他们人生中最美好的季节，在图书馆中读些“无用之书”，在百年书香中浸染与熏陶，让书籍来点亮他们的大学之路^[5]。

清华大学从2013年4月开始，到现在已经总共举办了8期专题书架，在2014年北京高校图书馆的一次研讨会上，清华大学图书馆老师提供的清华大学图书馆每期的专题书架内容和展出时间见表2。

虽然近年来，清华大学图书馆的整体借阅量有所下降，但清华大学图书馆的专题书架却受到了同学们的热烈欢迎，凡是专题书架推荐的图书，其借阅量都得到了大幅度提升。即使在专架图书重新回到阅览室之后，其借阅量也不曾下降，这不禁让人思索其原因何在。据清华大学图书馆老师介绍经验说，这主要是因为他们的专题书架主题与学生的生活非常接近，而且融合了社会热点与清华元素，这样，不仅让学生紧跟时代步伐，而且也有自己的校园特色，很符合学生的阅读特点。我们从表2的“专架主题”和海报上的宣传

文字可以看出专题书架的这些鲜明特点，同时，精致海报上优美的文字让人不由自主地产生先睹为快的冲动，这就不难理解为什么专架图书的借阅量一直呈上升趋势了。其次，清华大学图书馆为了更好地开展专题书架的工作，在人员紧张的今天，依然从流通部、资源建设部、信息部3个部门抽出了10位老师参与该项工作，专门成立工作小组，核心成员5人。从选题、选书、专题书架导语撰写、宣传海报制作、推荐书目甄选和宣传、专题书上架及后期维护到读者留言回复这一系列工作，小组成员都投入了很多心力。每个老师既能在每个环节充分发挥自己的特长，又能在整个活动中通力合作，保证了专题书架工作的顺利开展并最终赢得了全校读者的认可。

3.2 泰山医学院图书馆的“阅读疗法”

泰山医学院图书馆开展阅读疗法的诱因是：1998年，泰州医学院连续发生了两起恶性事件：一个女生因厌学和抑郁情绪而投水自尽；一名男生因单恋引发心理障碍，走向极端，扎了女生11刀^[6]。大学生的这种因心理问题得不到及时的疏导和排解而造成的自杀和犯罪的恶性事件对图书馆馆员的触动很大，因此，馆员们便萌发了利用图书馆丰富的馆藏资源，帮助学生克服单恋、失恋，走出抑郁、战胜焦虑、超越自卑，避免此类极端

事件发生的想法。

从1998年到现在,泰山医学院图书馆开展的“阅读疗法”活动取得了巨大成功,成为全国图书馆学习“阅读疗法”活动的样板馆。多年来,虽然很多图书馆也尝试开展“阅读疗法”活动,但始终无法超越泰山医学院图书馆。那么,其原因何在呢?通过大量的文献阅读与分析,笔者认为,泰山医学院图书馆之所以能取得如此巨大的成功,是有一定原因的。首先,该馆有部分馆员具有医学和心理学的相关专业背景;其次,图书馆开展“阅读疗法”活动得到了该校相关专家教授的支持,同时学校给予了大量经费支持;第三,“阅读疗法”活动并不是由图书馆一个部门单打独斗完成的,他们的阅读疗法小组成员是由图书馆员、心理医生、学生处干部、大学生辅导员等多个部门的成员共同组成的,正是由于各个部门的通力合作,才能多年来一直坚持开展相关工作与研究。比如结合时代特点于2006年10月,在新浪网开了“书疗小屋——大学生健心房”博客,开始了网络阅疗的探索。设立了排忧解难、阅疗心得、阅疗书方、阅疗手记、警示文章、心灵鸡汤、为人处世、就业智慧、情感故事等大学生非常喜欢的10个栏目,为大学生搭起了与心理医生交流的平台,与阅疗师交流的平台和同伴间的交流平台^[7]。同时该馆的馆员十几年持续不断地做关于阅读疗法的科研项目,发表大量的科研成果,扩大了该项活动的影响力,馆员自身也得到了较好的发展,得到了很大的提升。图书馆的工作反响越来越好,馆员的研究水平也越来越高,形成了研究指导工作,工作推动研究的良性循环。

3.3 首都医科大学图书馆“微信”服务

2013年3月,首都医科大学图书馆开通微信服务,其昵称为“小图”。开通微信的初衷是吸引年轻读者,使图书馆成为“有趣有料的图书馆”。其表现是在推送消息时,伴随着撒娇卖萌、风趣

幽默,使小图成为学生无话不说的朋友。首都医科大学图书馆强调小图与学生有很强的互动功能,且保持神秘感,开展活动时的小奖品不是直接发放给读者,而是通过有趣的寻宝活动,让读者在熟悉图书馆资源、设施、服务及空间的过程中获取自己的奖品,寻宝的过程既让读者增加了对图书馆的了解和认识,又满足了年轻学生好奇求知和冒险娱乐的心理特点。为了让小图工作顺利开展,首都医科大学图书馆由专人负责小图的所有工作,无论是活动主题策划还是读者提问的回复,都是在老师反复斟酌、深思熟虑之后才推出的。

首都医科大学微信小图提供的服务有:基本消息、最新资讯、信息反馈、休闲娱乐等,推广途径有:网站、纸质公告、活动现场、好友推荐等。在2014年北京高校图书馆的一次研讨会上,首都医科大学图书馆老师介绍说,截止到2014年10月23日,小图已经有3860个用户量,平均每日回复消息55条,最高日回复消息数量为530条,而且还在与日俱增。他们的经验是:和读者做朋友,别居高临下,坚持做到每条必回;对于读者来说,小图是个人,是一个能交流的活生生的人,而不是一个冷冰冰的代码;需要注意的是,小图回复的内容不要太正式,因为图书馆发布的正式内容已经太多太多,那么,小图的回复就要通过各种幽默诙谐的方式回答读者的提问,这样,才能拉近读者与小图的距离,增加读者对于图书馆的亲切感。但同时,需要坚持存在感,进行正确的舆论引导,大方向是不能变的。首都医科大学图书馆的小图坚持的宗旨是要能为读者办实事,能为读者解决实际问题,当然,小图的能力是有限的,有些问题无法解决。遇到这种情况,小图也决不会推开就完事,而是了解到哪个部门能解决此事,然后,把结果告诉读者,让读者有一个解决问题的渠道。首都医科大学图书馆把微信小图的服务作为图书馆的特色服务,采取专人负责、领导支持、常规服务的精细化推广策略,力求尽善尽美。

小图让读者更多地了解了图书馆，赢得了广大读者的青睐。

首都医科大学图书馆老师分享经验时，也谈到了他们所面临的问题，比如：在这一年多运转中，会出现力不从心、江郎才尽、捕捉不到敏感信息的时候；同时还存在自动回复功能不够完善、读者反映的问题图书馆无法解决等无奈。虽然有各种困难，但馆员们不是知难而退，而是迎难而上，积极面对困难，争取在能力范围内，打造校园文化，紧跟时代特点，尽最大的努力为读者提供服务。首都医科大学图书馆下一步的规划是：小图将使用公众平台接口进行开发、与图书馆业务系统打通、开发更多学生相关功能，并加强推广，在读者心中树立“信小图有前途”的信念。

4 高校图书馆精细化阅读推广构想

笔者所在的北京农学院图书馆多年来一直坚持开展阅读推广活动，比如：新生入学培训、数据库培训、征文比赛、摄影展览、阅读力量的宣传、优秀读者的评选等。尤其是每年四月份，结合“读者服务月”活动，开展读者会谈活动、还书促进活动、意见征集活动、中外文书展活动。应该说，阅读推广活动开展得不少，但有特色、有亮点、能强烈吸引读者的几乎没有。相信这不仅仅是笔者所在图书馆的特例，究其原因，就是所有阅读推广活动都泛泛地开展，呈现“嘉年华”式的短期活动，没有深入下去。笔者认为任何一个图书馆，如果想在阅读推广活动中有亮点就必须选择一项适合本馆、长期坚持开展的特色活动，形成常规性工作。下面以两所高校图书馆的阅读推广活动构想为例探讨高校图书馆在阅读推广活动中怎样进行进一步的阅读推广精细化尝试，以期找到每个馆在阅读推广活动中的亮点，形成自己的特色。

4.1 北京农学院图书馆“阅读保健”活动构想

笔者之所以提出“阅读保健”活动的构想，

是受到泰山医学院图书馆“阅读疗法”活动的启发，但考虑到笔者所在图书馆与泰山医学院图书馆的差异，是没有办法做到照猫画虎的。首先，本馆没有任何一位馆员具有心理学或医学的专业背景；其次，图书馆作为学校的教辅单位，很难得到学校专项活动的经费支持；第三，本馆还没有与心理医生、辅导员、学生处干部合作的任何经验。考虑到目前的实际状况，如果要像泰山医学院图书馆一样开展“阅读疗法”活动，就显得不切实际。但从泰山医学院图书馆开展“阅读疗法”所取得的成就来看，又确实值得我们图书馆同仁学习。如果因为目前所遇到的困难，就放弃该活动，确实让人扼腕叹息。因此，综合泰山医学院图书馆“阅读疗法”活动的经验和笔者所在图书馆的实际情况，笔者提出了“阅读保健”的构想。

根据治疗主体的不同，“阅读疗法”分为“临床阅读疗法”和“发展阅读疗法”^[8]，笔者根据这两个概念，按照自己的理解，对“阅读保健”的概念描述为：由受过阅读和选书训练的图书馆员向读者推荐阅读材料，帮助读者领悟人生，完善人格，保持健康心态，预防疾病的发生^[8]；或者对于不健康心理状态中的一般心理问题通过阅读进行调解，争取康复。相对于“阅读疗法”活动，“阅读保健”活动开展的范围是不一样的。从图2来看，“阅读疗法”活动是在精神科医生或者心理科医生的指导下，对于心理异常和心理正常的患者，都可以进行“阅读疗法”活动的辅助治疗，目的是配合医生的治疗，促进患者的康复。但从笔者所在馆的实际情况来看，要想在专业医生的指导下开展“阅读疗法”活动显然是没有条件的。但没有专业医生的指导，图书馆馆员独立开展“阅读疗法”活动则有相当的风险，比如，有的抑郁症患者在阅读有关图书后，抑郁情绪反而加重，这种风险不是图书馆员所能承担的。考虑到这些实际情况，笔者把图书馆开展的“阅读保健”活动范围限定在心理正常人群。按照心理学的划分，

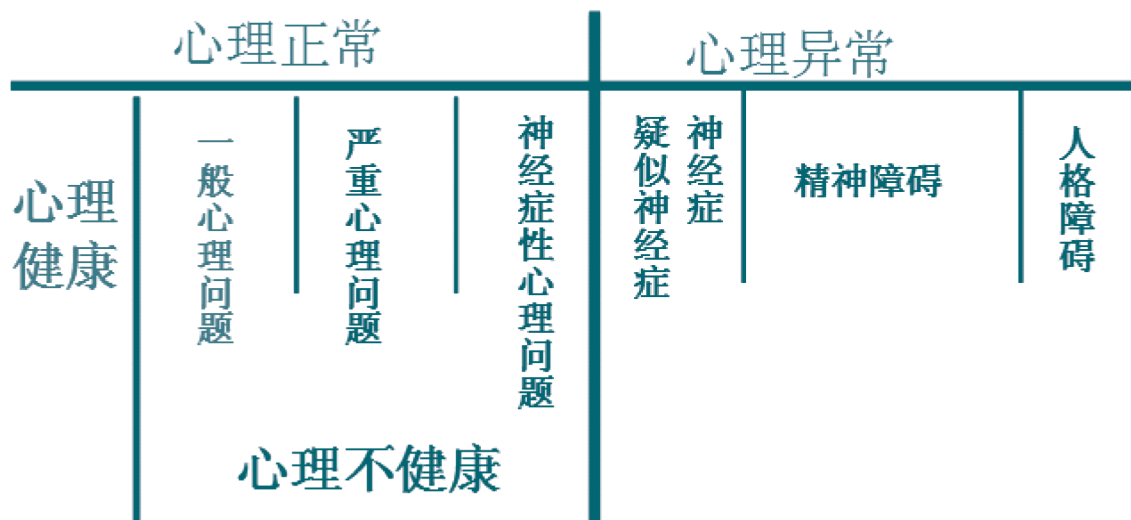


图2 “阅读保健” 活动开展的范围

心理正常又分为“心理健康”人群和“心理不健康”人群；“心理不健康”分为“一般心理问题”、“严重心理问题”和“神经症性心理问题”。“阅读保健”活动开展的范围就限定在“心理健康”人群和“心理不健康”中的“一般心理问题”人群。也就是图2中红色字体的部分。

据调查，目前大学校园使用频率最高的词汇就是“郁闷”，这说明大学生在成长过程中思想是有波动的，心理上也存在一定的异常。所以，开展“阅读保健”活动对于大学生来说，是非常有必要的。而作为图书馆来说，有丰富的馆藏文献，读者从这些文献中是完全可以找到适合调整自己情绪或者解决自己问题的图书的。

目前，笔者正在尝试该活动的开展。由于经费、场馆、人员条件的限制，不可能按照构想一步到位。结合清华大学专题书架的成功案例，笔者所在馆开始尝试“阅读保健”专题书架的建设。我们与心理咨询中心的老师合作，请他们帮助推荐与“阅读保健”相关的专题图书，初步确定第一期“阅读保健”专题书架的主题为“情绪管理”，推出之后，根据效果反馈，将陆续推出其它与“阅读保健”有关的其它主题图书。

根据本馆开展“好书阅读推广网络投票活动”的经验，一项活动要想成功，除了要有能吸引学生的创意，还需要有多种途径的宣传。比如：按照传统方式，可以发放宣传手册，张贴宣传海报，在图书馆宣传栏张贴活动通知。在利用传统宣传方式的同时，还要充分利用网络平台和移动平台，比如：可以通过校园网主页和图书馆主页宣传活动，利用手机微信平台发送消息。还可以通过开设阅读保健的有关课程、系列讲座来推广宣传，通过与院系老师电话联系来推动活动的进行。活动宣传具有两个作用：一个起到图书馆与大学生的联系作用；另一个起到一种校园阅读文化的烘托作用^[9]。总之，图书馆要利用一切可能的条件扩大图书馆的宣传力度，让更多的读者参与到图书馆的阅读保健活动中来。

阅读保健活动要持久深入地开展，必须要有阅读保健方面的专业人才。阅读保健专业人员不仅要具有图书馆学的专业背景，还需要学习心理学、教育学等相关学科的知识，对阅读保健人才的综合素质要求较高。因此，笔者以及其他工作人员正在努力学习相关知识，以便能胜任该项活动的开展。

综上所述,笔者认为在本馆开展“阅读保健”活动是可行的,同时,如果在此项活动开展之后,能学习泰山医学院图书馆“阅读疗法”活动的开展方式,坚持不懈、持之以恒地深入开展下去,将会成为本馆阅读推广活动中的一个亮点。

4.2 首都师范大学图书馆与阅读推广相关活动精细化设想

首都师范大学图书馆自2006年至今,已经连续举办了九届“读者服务月”,近些年来,为迎合时代发展,“读者服务月”逐步演变为以阅读推广为主导,其目的是推介图书馆资源,营造阅读氛围,构建满足个性化阅读的环境,打造学习型图书馆。2014年首都师范大学图书馆“读者服务月”主题为“读书、阅网,我的阅读我做主”,活动在“世界读书日”拉开序幕,期望在大学生中间开展一场有关阅读的讨论,并欢迎在校生动利用图书馆资源,通过“读书、阅网”促进学习,提高修养,树立终身学习的理念。活动内容包括:阅读推广、资源推送、环境设施改进、互动交流等,且活动形式多样化,比如专题讲座(“世界读书日”主题讲座)、辩论赛、设置专题书架(首都师范大学大学生阅读书目,大学生心理学专架)、图书馆优秀读者表彰会,朋辈讲座,信息发布、需求问卷调查等。未来首都师范大学图书馆在阅读推广方面需要重点开展的工作就是将其中的一项或是某几项精细化。比如,利用学习共享空间的场地优势,将现在长期开展的大学生就业与心理指导的专题书展,学习清华大学图书馆成功的经验,制作海报,加大宣传力度,并定期配置相关主题讲座,使其功能优势最大化。首都师范大学图书馆长期开展的图书漂流活动,可以借鉴北京大学图书馆的大家换书活动,将图书漂流与大家换书组合,征集读者的书籍,能找到适合自己的图书就换书,留下的图书做漂流,以书会友,和谐发展。还有首都师范大学于2013年开通的移

动图书馆,可以学习北京师范大学图书馆,争取提高其影响力,为更多读者提供便利。

5 阅读推广精细化尝试中馆员的成长

图书馆作为教辅单位,难以得到领导的重视,图书馆员在学校地位不高,上升空间也有限,并且图书馆作为服务单位,从事的是基础性的服务工作,工作出色的馆员除了获取好的口碑,很难取得突破性的研究成果,更不用说做出多少为学校争光添彩的事情。学校不重视,馆员自身发展空间有限,工作时缺乏激情与活力,没有创新,而全媒体时代,科技飞速发展,固步不前必将落后,提供的服务将无法满足不同读者的需求。这又将影响图书馆自身的发展。因此,结合2014年3月,政府工作报告中把“倡导全民阅读”列为2014年政府重点工作事项的契机,高校图书馆将阅读推广重视起来,鼓励和吸引图书馆员开展阅读推广活动及开展相关研究,在落实图书馆实际工作的同时,提升自己的研究能力及科研水平。同时也呼吁相关期刊及其编辑,适当给馆员留些版面,刊登关于图书馆实际工作案例方面的文章,让实实在在开展图书馆基础工作、对图书馆日常业务如数家珍的馆员有展示的平台,同时给后续开展相关工作的同行提供借鉴,这也符合节能发展、资源共享的理念,因为通过文献资源了解某项工作的发展及具体操作,比每个馆开展某项工作,就派出大批人马各地、各馆调研考察可能更有效率。

同时,我们知道阅读推广工作要想深入开展,每个图书馆需要有形成自己特色的推广活动,每项活动必须精细化,这就一定离不开人,只有馆员认真负责、扎扎实实地把这项活动持之以恒地开展下去,精细化阅读推广才有可能实现。而馆员能深入长久地开展精细化阅读推广活动的原动力,在于馆员能从开展活动中找到自己的成长空

间。因此,图书馆在积极思索怎样开展活动吸引读者的同时,也要考虑馆员的利益,鼓励馆员把阅读推广工作和阅读推广研究结合起来,提供学习、研究机会,让馆员形成自己的研究特色,在图书馆阅读推广工作发展的同时,馆员自身也获得了成长。馆员有了上升空间,也就更有积极性来开展阅读推广活动了,阅读推广的精细化尝试就会取得成功。同时,只有馆员把自己的实际工作与理论研究相结合,才能形成工作促进研究,研究推动工作的良性循环,这样图书馆的阅读推广精细化工作才有可能长久深入、持之以恒地开展下去。

6 结语

从阅读推广成功的案例看,真正做得比较出色的推广活动都具有主题新颖、专人负责、领导重视、经费支持、并已经演化为常规性工作等特点。因为主题新颖才能吸引读者参与,领导重视才有可能配置专人开展工作和一定的经费支持,只有专人开展才有可能使其逐步演化为图书馆常规性工作,只有成为图书馆常规性工作,才能在读者

心中保持其存在感,才能形成图书馆的特色服务。

目前,阅读推广不再是喊口号,浩浩荡荡的初始阶段,而是已经进入到精细化阶段。高校图书馆想在这场活动中做出自己的特色,就必须根据自身的条件及特点,细致深入、长久专注地开展一项或某几项活动,在活动中不仅考虑到读者的利益,同时也要兼顾活动的工作人员的发展以及图书馆自身的发展,只有在活动中多方共同受益与发展,活动才可能持久长远,才能经得住时间的考验。

2014年ACRL发布的学术图书馆七大发展趋势中之一为:移动设备市场的扩大和多样化,要求图书馆网站与服务的设计采用用户响应式设计,表明载体的进步让数字服务日趋成熟^[10]。高校图书馆针对大学生、研究生的特点,需要加入全媒体时代诸多元素,开展精细化的阅读推广活动。当这些年轻的学生毕业之后,将会成为社会的中流砥柱,他们的阅读水平将会带动一大批国民的阅读水平,从而提高全民族的阅读水平,为实现全民阅读做出自己的贡献。

参考文献

- [1] 秦疏影. 阅读推广研究的学术影响力分析——基于2005-2013年CNKI论文数据的分析[J]. 贵图学刊, 2014(3):14-17.
- [2] 张燕, 刘蕾. 发挥高校图书馆优势促进文化传承与创新[J]. 河北联合大学学报(医学版), 2012, 14(3): 441-441.
- [3] 图书馆推出“清华人与清华大学”专题书架论[EB/OL].[2014-10-26]. <http://lib.tsinghua.edu.cn/dra/news/newbooks/4667>.
- [4] 图书馆推出“缪斯的歌声里”专题书架[EB/OL].[2014-10-26]. <http://lib.tsinghua.edu.cn/dra/news/announcement/5291>.
- [5] 图书馆推出迎新专题书架——“大学第一课”[EB/OL].[2014-10-26]. <http://lib.tsinghua.edu.cn/dra/>

news/announcement/5722.

- [6] 宫梅玲. 泰山医学院的阅读疗法研究与实践[J]. 图书与情报, 2009(2):8-13.
- [7] 宫梅玲, 邹立森. 开办书疗小屋探索网络阅读[J]. 图书馆杂志, 2007(6):38-39.
- [8] 方婧. 阅读疗法在高校图书馆的应用研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2009.
- [9] 陈斌华. 基于问卷调查的高校图书馆阅读推广活动分析[J]. 图书馆论坛, 2012, 32(3): 140-143.
- [10] Top trends in academic libraries(学术图书馆大趋势)[EB/OL].[2014-8-29]. <http://wenku.baidu.com/link?url=ag21Vaz3orbib-5epwzZYvM-BynlZB5RfWQYGGezVaDojcHTnMVSINjy1DBSNOOnGmUd8OHYCX5wJRCyd1clxehKtgadZO6eowRwm0Gd7ID3>.