

# 高校图书馆阅读推广存在的问题与优化方法分析

文/张婷

**摘要：**在信息爆炸的时代，高校图书馆作为知识的宝库和学术交流的中心，扮演着极为重要的角色。随着信息化和数字化的快速发展，人们的阅读习惯和阅读方式也在发生变化，高校图书馆阅读推广面临着新的挑战和机遇。本文通过分析高校图书馆阅读推广存在的问题，探讨如何通过高校图书馆阅读推广来提高学生的阅读能力，进而提高图书馆资源利用率。

**关键词：**高校图书馆；阅读推广；读者；优化方法

高校图书馆作为学术研究和知识传承的重要场所，承载着培养学生阅读兴趣和提升信息素养的重要责任。然而，在实际推广过程中，高校图书馆阅读推广面临着一些问题，如读者参与度不高、推广策略不够灵活等。为了提升高校图书馆阅读推广的效果，本文将对这些问题进行分析，并提出相应的优化方法。通过对高校图书馆阅读推广问题的深入研究，旨在为高校图书馆提供有针对性的改进方案，进一步推动阅读文化的普及和发展。

## 一、高校图书馆阅读推广存在的问题

### （一）活动主题和宣传媒介单一

一些高校图书馆在组织阅读推广活动时，活动主题单一，缺乏创意。这种情况容易造成读者对阅读推广活动的兴趣降低。例如，一些高校图书馆会组织相同类型的阅读推广活动，如文学讲座、名著阅读会等。这些活动虽然有一定的受众，但长期如此，读者的参与热情难免会降低。因此，高校图书馆应该根据读者的兴趣和需求，创新阅读推广主题和形式，吸引更多读者参与。在信息化时代背景下，高校图书馆宣传活动应该从传统的宣传形式转变为新媒体宣传形式。虽然大部分高校开始重视新媒体方式的阅读活动宣传运营，但是相对来说，宣传媒介仍然较为单一，最常见的是采用公众微信号发布阅读相关活动，但读者可能没有及时关注和查看信息导致错过活动时间。或者以官方门户网站进行阅读推广，但读者接收信息的渠道众多，官方门户网站的访问量相对于其他推广媒介来说查阅度较低，信息的曝光度更低。再加上信息缺乏及时更新也会限制图书馆阅读的宣传<sup>[1]</sup>。

### （二）阅读宣传活动持续性差

一般来说，高校图书馆的阅读推广活动时间主要集中在上半年的4至5月份。这是因为4月23日是世界读书日，许多高校图书馆会在这段时间开展大型的阅读推广活动，以响应世界读书日的号召。然而，有的高校图书馆对阅读推广活动的持续性和创新性不够重视，加上缺乏读者的支持，短期的阅读推广活动很难产生持久性的影响。要提高读者阅读能力、改善阅读习惯，需要长期积累和培养。高校图书馆开展阅读推广活动时，面临人力、财力和内部管理等多种因素的限制。比如，人力资源有限，无法长期投入阅读推广工作中；财力方面，图书馆的经费主要用于购买图书和维护设施，对于阅读推广活动的投入较少。此外，图书馆内部管理也存在一些问题，如缺乏专门的推广团队和机制，导致阅读推广活动无法得到有效组织和管理。

### （三）阅读推广服务不够精准

首先，有的高校图书馆在推荐书籍、文章等阅读材料时，缺乏针对性和个性化，往往根据书籍的热度或者作者的知名度来推荐，忽视了读者的个人需求和兴趣。这样一来，读者可能会遇到推荐的书籍和文章与自己的学科专业或者兴趣爱好不符，导致阅读效果不佳。其次，有的高校图书馆在阅读推广服务中缺乏对读者需求的深入了解和他分析，只是简单地提供一些通用的阅读推广活动，没有针对不同读者进行个性化推荐。这样一来，读者无法找到适合自己的阅读材料，阅读推广的效果也就打了折扣<sup>[2]</sup>。此外，有的高校图书馆仍采用海报、宣传册等推广方式，虽然简单直

接,但难以引起学生的注意和兴趣。高校图书馆应该借助现代科技手段,如社交媒体、移动应用等,将阅读推广活动更好地融入学生的日常生活,提高活动的传播效果和参与度。

#### (四) 阅读推广资金不足

大部分高校将资金投入文献资源的购买,除此之外,设备维护也需要占用大量经费,导致阅读推广活动得不到有效的资金支持<sup>[3]</sup>。由于缺乏资金支持,高校图书馆馆员无法购买足够的阅读推广材料,如图书、期刊、报纸等,以及相关的宣传品和奖品。这限制了阅读推广活动的内容和范围,使得活动的吸引力和影响力大打折扣。此外,资金不足也影响了阅读推广活动的宣传和推广效果。在资金有限的情况下,图书馆馆员往往无法进行大规模的宣传推广活动,如海报、传单、校内广播等。这就导致师生对阅读推广活动的了解程度不高,无法充分参与其中。

## 二、高校图书馆阅读推广的优化方法

### (一) 构建多元化的活动主题和宣传方式

高校图书馆可以通过多元化的阅读推广活动主题和形式来吸引更多读者参与。例如,可以组织阅读俱乐部、文学沙龙、书展、阅读马拉松等活动。此外,也可以将阅读推广活动与其他文化活动相结合,如与学术研讨会、文化节等联合举办,提高阅读推广的影响力。除了线下的阅读推广活动之外,也要建立线上的门户网站,帮助访问者了解阅读活动的相关内容。利用网站推广阅读活动时,应该注意栏目内容要及时更新滞后信息,否则会降低读者的参与程度。在推荐图书时应兼有数字图书和纸质图书的推荐,同时推荐图书的讲座栏目可以设置为PPT允许上传和下载。也可利用热点话题的形式形成推广品牌,例如,建立微信公众号形成专题栏目,定时推送图书馆阅读活动的相关内容,让用户能够建立起第一时间查看信息的习惯,保持持续性的信息更新<sup>[4]</sup>。

### (二) 分层次开展阅读活动,增加阅读推广的持续性

高校图书馆阅读活动推广过程中,可以通过分层次开展阅读活动,增加活动的持续性。在信息化时代背景下,要紧跟现代青年人习惯和喜欢的阅读方式开展阅读推广活动,高校图书馆管理者和工作者可以联合师生,共同建立一支具有较高稳定性和较强专业性的推广队伍,对不同专业、不同年级、不同兴趣的阅读用户进行分析,按照区域划分的形式,对不同需求的读者推广不同的阅读文本。图书馆可与各院系学科合作,共同开展阅读的专题推广活动,引导学生延伸

阅读知识,积极参与到阅读活动中,促进学生的阅读知识和能力的再提高。也可以联合学校社团开展推广活动,利用多方资源加强新闻媒体与图书馆阅读活动的共同合作,通过媒体的号召力和影响力倡导公益性的阅读活动推广,加大宣传力度。除此之外,还可以联合民间组织开展阅读交流活动。

### (三) 加强阅读推广服务

高校图书馆可以根据阅读推广工作者和志愿者的实际需要,开展实用性强、案例分析丰富的阅读推广培训,提高阅读推广工作者和志愿者的实际操作能力。例如,可以邀请阅读推广领域的专家、学者为阅读推广工作者和志愿者授课,分享经验和案例,提高阅读推广工作者和志愿者的能力水平。高校图书馆可以通过加强对读者的调查研究,了解他们的阅读需求和兴趣,并根据读者的需求,推荐合适的阅读材料。例如,可以通过问卷调查、读者建议邮箱等方式,收集读者对阅读推广活动的反馈建议,根据读者的需求和反馈,调整阅读推广活动的方向和内容。高校图书馆还可以增加阅读空间的舒适度和便捷性,提高阅读座位的数量和品质,为读者提供良好的阅读环境。此外,也可以增加阅读空间的娱乐性和互动性,例如,增加阅读推广主题的展示,增加互动游戏等,吸引读者的注意力,提高阅读推广的效果<sup>[5]</sup>。

### (四) 加大对阅读推广活动的资金投入力度

高校图书馆主办的阅读推广活动是文化知识教育的有效传播途径。高校图书馆阅读推广活动有助于建设书香社会,提高学生综合素质和综合能力,并能够带动社会读者参与到其中。只有充足的资金才能够保证活动持续性开展。因此,高校图书馆可以通过邀请赞助商的方式来获取经费支持。高校图书馆在采购图书和文献资源时,通常会与供应商保持密切联系。可以利用这一优势,邀请赞助商参与图书馆的推广活动。赞助商可以为图书馆提供经费支持,也可以在推广活动中获得品牌曝光和宣传机会,实现双赢的局面。同时,高校图书馆应积极开展校友会,通过与校友建立联系,向他们介绍图书馆的发展规划和阅读推广活动的重要性,争取他们的支持和捐赠。此外,高校图书馆可以申请各类图书馆建设和阅读推广的专项资金,用于图书馆设备更新、文献资源采购、阅读推广活动的开展等方面<sup>[6]</sup>。

## 三、高校图书馆阅读推广实施路径

### (一) 锁定阅读群体

为进一步提高高校图书馆阅读推广活动的关注度,应首先锁定阅读群体。有的高校学生对自己学校

图书馆的阅读推广活动关注度不高,活动中不能收集到学生的反馈意见。线下图书馆阅读推广活动受到场地限制,活动范围较小,花费的成本更高而回报率更低。相比较线下推广,线上推广的影响作用更大,不受时间、地点的限制,且花费的人力物力少。锁定阅读用户群体后,应将用户范围扩大,利用公众号、官方网站等,增加阅读推广活动的曝光度,吸引阅读群众<sup>[7]</sup>。

### (二) 组织阅读内容

高校图书馆阅读推广活动承担了公共图书馆的部分职责。为了达到个性化推广的效果,阅读内容不仅要有普适性、针对性,还要有足够大的存储空间和流动渠道。在图书资源分类过程中,图书资源的分类应该根据不同的主题、学科、类型等进行划分,以便读者能够快速准确地找到自己所需的资源。同时,图书馆还可以根据读者的借阅记录、阅读偏好等信息,进行个性化推荐,为读者提供更加符合其需求的阅读材料。

### (三) 构建阅读场景

构建阅读场景是根据受众的行为习惯,将时空、内容、服务和社交等要素组合,形成独特的阅读体验。场景可分为时空场景、内容场景、服务场景和社交场景,将场景进行组合,形成对应受众的唯一场景。时空场景注重行为发生的时间节点,如什么时间推广什么内容,互动时间节点,平台推送的时间节点等。内容场景是指阅读群体在不同的内容表现形式下产生的差异性行为,这些行为能够表现出阅读群体对阅读的载体、阅读内容和阅读形式的偏好。服务场景则是用户在什么场景下,对高校图书馆的服务模块进行查阅订阅等活动。社交场景则是阅读全体在社会网络中的表现,网络态度以及时间节点等相关内容<sup>[8]</sup>。

### (四) 全线传播阅读

在图书馆阅读推广活动中,除了要有良好的推广内容,还要与阅读群体互动交流,增加更多的关注度和流量。活动宣传可借助社交网络平台,根据平台特点选择推广内容。同时,建立平台之间的联系,扩大阅读推广活动的传播范围,囊括更多用户节点,加强与阅读群体之间的联系,形成品牌效应。在具体的传播过程中,要利用好社交网络平台,实现阅读推广活动的全线传播。例如,可以通过微信公众号的推送功能,将精选的阅读内容定期推送给订阅用户。通过精

心策划和编辑,确保推送内容的质量和吸引力,吸引用户的阅读兴趣。同时,通过设置分享按钮,鼓励用户将内容分享至朋友圈或其他社交媒体平台,进一步扩大阅读内容的传播范围。

### (五) 构建阅读评价体系

通过建立完善的评价体系,可以保证推广活动的良好效果。建立健全评价机制,能够及时接收读者群体的反馈意见,有效调整阅读推广活动内容、活动方式,延续优势,改善薄弱环节。长期规划的阅读推广活动中,需要有阅读评价来衡量整体服务质量。阅读推广活动的评价体系的意义,是从阅读的需求角度出发,将有限的人力和物力充分利用,最大限度地发挥活动作用。

## 四、结语

阅读推广已经成为高校图书馆的重要职责之一。然而,阅读推广活动中存在的问题依然较为突出,如推广活动缺乏针对性,宣传方式单一等。为了达到更好的阅读推广效果,需要针对不同的读者群体,开展有针对性的阅读推广活动,加大推广宣传力度,提高学生的阅读兴趣和阅读能力,让更多的人受益于图书馆资源。

### 参考文献:

- [1]杨玉华.高校图书馆阅读推广的策略研究[J].图书情报工作,2021(17):56-60.
- [2]范琼琼.高校图书馆阅读推广问题及其对策[J].现代信息,2022,39(20):107-108.
- [3]郭雪丽.如何开展高校图书馆阅读推广工作[J].图书情报工作,2018,62(17):98-100.
- [4]王芳芳,田苗.浅谈高校图书馆阅读空间规划[J].新世纪图书馆,2020(8):56-58.
- [5]王莉,张伟.高校图书馆阅读推广活动的多样化策略[J].图书情报工作,2019,63(22):126-128.
- [6]王彬,陈卫.高校图书馆阅读氛围的营造[J].图书情报工作,2021(7):127-130.
- [7]刘畅,张敏.高校图书馆阅读推广宣传渠道的研究与应用[J].现代情报,2019(5):151-154.
- [8]王珏,侯思燕.高校图书馆空间规划的创新思考[J].图书馆,2020(3):32-34.

(作者单位:新疆大学图书馆)