

医学高校图书馆阅读推广的源动力及影响因素分析

王维秋 刘春丽

(中国医科大学图书馆 沈阳 110122)

〔摘要〕 以中国医科大学图书馆“阅读推广月”为例,介绍活动策划、准备、内容与活动宣传,总结经验 and 不足。通过调查我国图书馆学、情报学领域阅读推广的研究现状,分析阅读推广的源动力、影响因素和关键环节,如明确活动的出发点,按照读者需求确定阅读推广内容、时间和地点,重视反馈,建立长效沟通渠道、提升馆员自身素质等。

〔关键词〕 医学高校图书馆; 阅读推广; 服务评价

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2016.01.019

Source Power of Reading Promotion in Medical University Library and Influence Factors Analysis WANG Wei-qiu, LIU Chun-li, Library of China Medical University, Shenyang 110122, China

〔Abstract〕 Taking the "Reading Promotion Month" of China Medical University Library as an example, the paper describes the activity planning, preparation, contents and promotional activities, and summarizes experiences and shortcomings. Through investigating the research status of reading promotion in the fields of library science and information science, it analyzes the source power of reading promotion, influence factors and key points, such as clearing the starting point of activity, determining reading promotion contents based on the needs of readers, time and place, paying attention to feedback, establishing long-term communication channels, and enhancing the quality of librarians, etc.

〔Keywords〕 Medical university library; Reading promotion; Service evaluation

1 引言

1995 年联合国教科文组织宣布每年的 4 月 23 日为“世界读书日”,在世界范围内掀起读书浪潮。2004 年中国图书馆学会、国家图书馆等机构发起倡议,号召社会各界力量一起加入到这个盛大的读书

活动中。高校图书馆以其专业性、权威性和独有的丰富资源,成为阅读推广的重要阵地。中国医科大学图书馆创建于 1914 年,其馆藏特色是医学、生物学信息资源,无论从数量、类型和质量上在国内医学高校均处于领先水平。但近年来,图书馆的到馆率、纸质资源的利用率却逐年下降,数字资源的利用率也不是很高。国内其他医学院校图书馆也面临相似的问题,期望通过阅读推广等创新活动提高服务水平^[1-5]。为了提高馆藏资源的利用率,更好地宣传图书馆的资源与服务,中国医科大学图书馆于 2015 年 4 月 25 日举办了“阅读推广月”活动,

〔修回日期〕 2015-07-17

〔作者简介〕 王维秋,副研究馆员,发表论文 20 余篇;通讯作者:刘春丽,硕士,副研究馆员,发表论文 20 余篇。

取得了一些成效,同时也发现了问题,值得深入思考。

2 中国医科大学图书馆阅读推广案例

2.1 策划与准备

活动从策划到结束历时两个月左右,通过活动前部门领导及年轻馆员的多次小组讨论,确定主题是“杏林飘书香,阅读启智慧”;目标是通过推广图书馆的纸质图书阅读、电子资源使用方法及读者服务,提高各种资源的利用率,征求关于资源采购、读者服务的意见和建议,进而拉近图书馆与读者之间的距离,提高读者满意率。图书馆成立阅读推广活动工作小组,定期召开讨论会,策划与设计活动内容及相关评奖标准、活动流程、注意事项、负责人等。活动得到学校团委等部门的大力支持,设立专用经费,支付宣传工作的费用及为学生购买奖品;参考咨询部通过联系数据库商家,争取到各种赞助礼品,如 U 盘、签字笔、记录本等,此外还制作了精美的宣传手册与海报等。

2.2 内容与活动宣传

阅读推广的内容主要包括图书馆微信平台宣传、征文大赛、专题书架、馆徽设计、资源与服务系列讲座、图书漂流、图书馆寻宝 7 大部分。其中,图书馆微信平台早在阅读推广月半年前就已经开始研发,在阅读推广月正式推出,作为宣传推广的首要工具。此外,还通过校园网、图书馆网站、QQ 工作群、宣传手册及横幅、海报等方式,对阅读推广活动的内容与举办时间、跟踪发布和专题报道、花絮等进行持续宣传。

2.3 成效与问题

可以肯定的是本次阅读推广取得了一定的成效,且积累了经验。首先,阅读推广活动首日,通过对读者的宣传和鼓励,图书馆微信号的关注度显著提高,当日增至 400 人。随后,在“馆徽设计大赛”的微信投票环节,图书馆微信号的关注人数曾

上升到 1 万人以上。其次,征文大赛得到读者的积极响应与支持,共收到 30 余份,多数来自本校学生,少数来自本校和附属医院的老师。在来稿中,大多数读者均通过亲自阅读图书,结合自身的感想,抒发情感。遗憾的是仍发现有 3 篇征文涉嫌抄袭豆瓣评论,被取消评审,且予以警告。在图书漂流活动中,图书馆联合书商组织“你看书我买单”活动,在图书馆大厅现场售书,很多师生都十分感兴趣,亲自来现场选书,每人可以选 2 本,然后进行预约登记,仅需 2 天就可来图书馆取书。这种现场选书的阅读漂流活动得到读者的大力支持,活动中图书馆根据读者需求共购买了 78 册图书,得到读者的好评。在阅读推广系列讲座活动中,共有 150 余人参与,但部分讲座遭遇了听众过少的尴尬局面(有的讲座听众在 3~5 人之间)。原因可能有几方面,如讲座题目老套、内容死板、没有吸引力;不结合科研案例;缺乏现场实习指导等。如果在参考咨询日常工作中,随时搜集读者对数据库利用和资源检索的需要,将有迫切检索培训需求的读者分成若干组,进行有针对性的培训应能取得较好的效果。在图书馆寻宝活动中,由于方案的设计紧跟热播节目“奔跑吧,兄弟”而吸引同学参与,在“寻宝”的过程中了解图书馆的馆藏布局,效果很好。总体而言,阅读推广活动的开展为图书馆带来生机,增强图书馆与读者的互动,既推广纸质和电子资源,也宣传各类型服务,通过解答读者的各种问题,吸取来自各方面的意见,从而对图书馆的资源建设与服务开展起到一定促进作用。同时一些问题也不断出现,亟待解决。

3 阅读推广的源动力

3.1 相关文献与课题研究情况

3.1.1 文献数量 近 10 年来,阅读推广主题论文数量逐年增加。笔者在 CNKI 数据库中按照检索策略:主题=阅读推广,共检索出论文 2 317 篇,其中,1 736 篇论文是发表在图书馆学、情报学期刊上,从 2012 年以来,相关主题的论文数量逐年增长,其中徐雁等 11 人相关主题论文每人发表 5~12

篇不等, 见图 1、图 2。

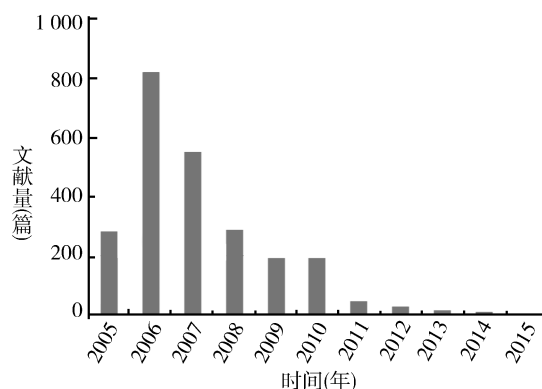


图 1 阅读推广主题论文数量年代分布

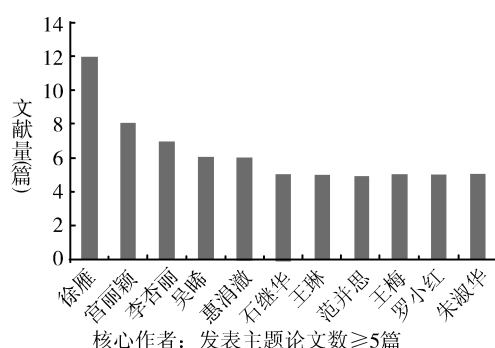


图 2 阅读推广主题论文核心作者

3.1.2 课题研究 阅读推广这一专题内容先后在 2012、2013、2014 年列为国家社会科学基金的重要选题之一, 标志着阅读推广逐渐成为图书馆学、情报学的一个重要课题^[6-10]。如 2012 年的“全民阅读活动机制问题研究”与“新媒体阅读研究”、2013 年的“开展全民阅读活动与建设学习型社会研究”、2014 年的“发挥基层图书馆推动全民阅读的作用研究”。2014 年郑州大学崔波的“基于读者需求的图书馆阅读推广活动与服务创新研究”中标国家社科基金重点课题; 北京师范大学图书馆刘兰的“高校图书馆全媒体服务推广模式及运行保障机制研究”中标国家社科基金青年项目。

3.2 源动力

3.2.1 电子资源使用指导 电子资源与传统纸质资源共同构成馆藏资源, 且前者比重较大, 成为图书馆重点宣传的资源。随着电子资源在馆藏结构中的比例迅速增加, 近几年来, 我国多数高校图书馆

用于采购电子期刊与数据库的经费已经远远超越纸质资源。因此, 对电子资源的使用指导成为阅读推广的主要任务之一。

3.2.2 新媒体技术和社交软件为图书馆营销带来新的技术和手段 Web 2.0 环境下, 新媒体技术和社交软件在图书馆读者用户中普遍使用。新媒体和社交技术具有很多独特的优势, 如博客、标签、SNS、RSS、维基百科、微视频、微博、QQ 群、微信等新兴媒体逐渐被图书馆应用^[11-12]。新媒体具有多样化、更新速度快、交互性强的特征, 比图书馆网页更能融入用户的生活, 更好地体现互动、创造、关联和个性化的特点^[13-14], 因此阅读推广互动中这些工具的使用效果更显著。

3.2.3 寻求新机遇 电子图书、电子期刊远程访问技术的成熟及手机阅读休闲小说等阅读模式使得图书馆到馆读者越来越少, 物理空间使用频率下降。那么图书馆的竞争优势有哪些? 图书馆应该直面危机: 思考在新时代的职责是什么。图书馆除了传统图书阅读功能外, 还可以利用物理空间进一步催生出信息共享空间、创客空间、3D 打印服务等。因此, 从更广义上来讲, 图书馆的推广对象除了纸质资源、数字资源、新媒体服务外, 还有物理空间、虚拟空间等^[15]。

4 阅读推广的影响因素和关键环节

4.1 明确阅读推广活动的出发点

阅读推广的源动力是图书馆试图采用新兴技术解决资源利用率下降的问题, 但仅从图书馆的需求出发是不可能有很好的、长期、稳定的预期效果的^[16]。首先, 高校图书馆的核心任务是为教学和科研服务, 各种资源的采购、组织和典藏、各种服务的开展也应以读者为中心。当分发阅读推广的海报和宣传单时, 读者们会想这些东西是否有用、有多大用途、是否通过浏览图书馆网站或阅览读者手册就可以解决自身的需求等。

4.2 根据需求调查结果决定阅读推广内容、时间和地点

对读者的需求调查是阅读推广的前提。读者分

成多种类型,如教师与学生;中国学生与留学生;本科生、研究生与博士生;基础与临床学生、临床医生;还可以按照各个院系和专业划分。调研的对象不能仅仅停留在图书馆的到馆读者和网站留言读者,而要实际走访或通过即时社交软件(QQ、微信),进入到读者的科研和工作环境中,了解需求,选择有针对性的推广内容。此外,在推广的时间和地点的选择上也很有学问。如推广时间不能选择在读者繁忙的时候,何时合适要根据调研和访谈的结果决定;同理,推广地点也不应该局限在图书馆的物理空间,参考馆员带着移动设备,可以深入到读者科研的实际环境,如实验室、办公室、学院会议室等进行宣传与培训。

4.3 重视阅读推广活动的反馈,建立长效沟通渠道

阅读推广活动还要注意建议反馈,与读者建立长期的信任关系^[17]。如有的读者建议购买一种或几种图书、期刊,需求是否送达到图书馆负责采购的老师手里、是否认真考虑读者的需求、是否进行及时的反馈都很重要。当读者在参考咨询台与参考馆员有各种类型的咨询和服务交互的时候,是否及时搜集读者的姓名、单位和电话等信息,是否在图书馆 QQ 账号上加对方好友,进行用户分组,以进行长期的意见和问题沟通,这些细节的设计与实施决定了读者今后对图书馆的使用和评价,也是考察阅读推广活动质量和远期效果的一个标准。否则,如果图书馆不重视读者的需求、建议和意见,不反馈、不沟通,读者则难以支持图书馆的活动,信任图书馆员。

4.4 提升图书馆员自身素质

图书馆员本身的素质也必须提高^[18]。如果图书馆员对资源和服务不熟悉,专业、学历与读者不匹配,则无法胜任阅读推广服务。本校的教师队伍素质较高,大部分均具有博士学位,而图书馆参考馆员的学历均在硕士学位或以下,且接近 70% 的馆员在本科层次以下,在为教师和较高学历学生提供深层次服务的时候难免力不从心。因此通过多种途径、多种类型的继续教育,提高馆员素养是开展优

质阅读推广的前提和必要条件。

4.5 图书馆领导魄力和理念也是关键影响因素

活动是否能成功举办及可持续发展,与学校和图书馆领导的大力支持紧密相关^[19-20]。一个或多个有魄力、有创新理念、有为读者服务理念、以读者为中心的领导或部门主任将决定这项服务的效果。图书馆内部应该具有“创新服务、永争上游”的竞争文化,如果在一个内耗严重、工作倦怠的氛围和文化中,任何一个创新服务方案都可能是“纸上谈兵”。因此,图书馆服务的改革源头是领导、服务理念、服务机制,更是图书馆的氛围和文化,这样才能从根本上解决图书馆的核心问题。

参考文献

- 1 罗书练,郑萍.网络环境下的医院图书馆为医务人员知识服务创新探讨[J].中国医疗设备,2012,(2):77-79.
- 2 吴曼翔.医学院校图书馆信息素养教育模式研究[J].湖北中医药大学学报,2012,(1):78-79.
- 3 李少珍.新形势下专科医院图书馆服务的创新[J].中国医药指南,2012,12:409-412.
- 4 刘获.高校图书馆阅读活动月活动建设探析——以南阳医专图书馆为例[J].课程教育研究,2014,28:11-12.
- 5 付佳.泛在知识环境下医学图书馆知识服务模式[J].医学信息学杂志,2015,(5):72-74,78.
- 6 王波.图书馆阅读推广亟待研究的若干问题[J].图书与情报,2011,(5):32-35,45.
- 7 崔波,岳修志.图书馆加强阅读推广的途径与方式[J].大学图书馆学报,2010,(4):37-39,124.
- 8 郑章飞.图书馆阅读推广理论与实践研究述略[J].图书馆论坛,2010,(6):46-51,132.
- 9 程文艳,张军亮,郑洪兰,等.国外高校图书馆推广阅读文化的实例及启示[J].图书馆建设,2012,(5):47-50,54.
- 10 郭文玲.高校图书馆阅读推广策略分析与研究[J].图书馆论坛,2012,(6):53-56.
- 11 吴高,韦楠华.我国高校图书馆阅读推广所存在的问题与对策研究[J].图书情报工作,2013,(3):47-51.

(下转第 93 页)

人才队伍,才能打造“方便群众、方便临床、方便管理、高效快捷、安全可靠”的信息系统,全面提升医疗安全质量和服务、管理水平。

参考文献

- 1 李包罗,李皆欢.中国区域医疗卫生信息化和云计算[J].中国数字医学,2011,6(5):19-23.
- 2 杨枢,陈兴智,翟菊叶.基于社会需求的卫生信息化人才建设[J].医学信息学杂志,2015,36(2):86-89.
- 3 李金芳,赵臻.中医医院信息化人才队伍现状分析及思考[J].医学信息学杂志,2010,(7):9-12
- 4 韩霞.医院信息化建设中信息人才现状分析[J].中国卫生产业,2012,9(30):186.
- 5 肖勇,王雯璟,赵臻,等.我国基层中医医院信息化服务保障能力建设现状研究[J].中国数字医学,2013,

- 8(4):63-67.
- 6 肖勇,沈绍武,田双桂,等.我国基层中医医院信息化人才队伍建设的思考[J].中国数字医学,2013,8(12):50-53.
- 7 陆菲,朱小兵,陈哲娟,等.卫生信息化人才队伍现状调查与启示[J].中国卫生信息管理杂志,2013,10(2):130-134.
- 8 朱长元,万莹.区域卫生信息化人才需求与培养途径[J].医学信息学杂志,2012,33(1):8-11.
- 9 张佩芳,杨波,朱婧,等.医院信息化管理的高素质人才培养分析[J].医疗卫生装备,2014,35(5):146-148.
- 10 韦苏,顾娟,国园.培养信息技术创新型人才的研究——基于“任务驱动”教学模式[J].计算机光盘软件与应用,2012,(19):269-270.

(上接第 84 页)

- 12 栾雪梅.经典阅读推广的误区及对策研究[J].图书情报工作,2015,(2):51-55.
- 13 王玮,王丽丽.图书馆跨媒介阅读推广模式探析——以中国人民大学图书馆微服务为例[J].高校图书馆工作,2015,(2):11-13,43.
- 14 范并思.公共图书馆阅读推广的发展趋势[J].图书馆杂志,2015,(4):11-15.
- 15 周佳贵.图书馆阅读推广的价值观策略[J].图书馆杂志,2015,(4):30-34.
- 16 谢艳芳.阅读推广与核心价值:高校图书馆服务的新认

- 识[J].图书馆工作与研究,2015,(3):9-12,32.
- 17 王翠萍,高灵溪.社会化媒体在图书馆阅读推广中的应用及其运行机制[J].图书馆工作与研究,2014,(10):120-124.
- 18 刘春丽,徐跃权.大数据时代图书馆员专业阅读与专业能力的关联[J].图书馆建设,2014,(4):59-63.
- 19 陈信,朱曦.国外图书馆领导力研究述评[J].大学图书馆学报,2015,(1):34-42.
- 20 罗博.国内外优秀大学图书馆正职馆长资质条件比较及趋势研究[J].大学图书馆学报,2014,(3):23-27,10.

《医学信息学杂志》版权声明

(1) 作者所投稿件无“抄袭”、“剽窃”、“一稿两投或多投”等学术不端行为,对于署名无异议,不涉及保密与知识产权的侵权等问题,文责自负。对于因上述问题引起的一切法律纠纷,完全由全体署名作者负责,无需编辑部承担连带责任。(2) 来稿刊用后,该稿包括印刷出版和电子出版在内的出版权、复制权、发行权、汇编权、翻译权及信息网络传播权已经转让给《医学信息学杂志》编辑部。除以纸载体形式出版外,本刊有权以光盘、网络期刊等其他方式刊登文稿,本刊已加入万方数据“数字化期刊群”、重庆维普“中文科技期刊数据库”、清华同方“中国期刊全文数据库”、中国邮阅读网。(3) 作者著作权使用费与本刊稿酬一次性给付,不再另行发放。作者如不同意文章入编,投稿时敬请说明。

《医学信息学杂志》编辑部