

思政视域下基于 5W 模式的高校图书馆 阅读推广机制研究 ——以浙江水利水电学院图书馆为例

张利沙¹

(浙江水利水电学院, 浙江 杭州 310018)

【摘要】: 高校图书馆主要通过开展阅读推广活动推进思政教育实践, 助力人才培养工作。在思政教育的基础上, 基于拉斯韦尔 5W 模式研究探讨高校图书馆阅读推广机制, 参照浙江水利水电学院图书馆多年的阅读推广实践工作, 通过分析阅读推广 5 要素, 提出增强推广主体的主导性和专业性、推广内容与时俱进、加大合作和拓宽推广渠道、推广对象精细化、加强品牌意识等建议, 为发挥高校图书馆的育人功能和促进高校思政教育工作的开展提供有益借鉴。

【关键词】: 思政 高校图书馆 阅读推广 5W 模式

【中图分类号】: F27 **【文献标识码】:** A

中共中央、国务院印发的《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》强调, 要加强和改进大学生思想政治教育, 提高思想政治素质, 把大学生培养成中国特色社会主义事业的建设者和接班人, 对确保中国特色社会主义事业兴旺发达、后继有人, 具有重大而深远的战略意义。因此要求广大高校要充分结合应用思政教育方面的优势, 将思政教育工作进行全面推广开展。而在高校图书馆的众多教育职能中, 最主要的一项就是全力配合高校思想政治教育工作的开展。高校图书馆有着丰富的馆藏资源与深厚的人文精神, 是学生获取知识、文化、思想等信息的主要来源, 具有良好的思想政治教育优势。阅读推广活动无疑是高效图书馆配合高校进行思想政治教育工作的最好工具, 面对日益更新的学生思想观念和不容乐观的思政教育形势, 当前高校图书馆迫切需要基于思政视角构建一个理念先进、制度完善、架构完整、主体联动的阅读推广活动机制, 以服务思政教育的顺利开展。因此笔者在拉斯韦尔 5W 模式的基础上, 结合浙江水利水电学院图书馆(简称浙水图)多年的阅读推广实践, 在思政视域下对高校图书馆阅读推广机制进行分析研究。

1 拉斯韦尔 5W 模式

1948 年, H·拉斯维尔第一次提出了组成传播过程的五要素, 并按照顺序排列起来, 形成了“5W 模式”。“5W”分别是五个疑问英文代词的首字母, 即: Who、Says What、In Which Channel、To Whom、With What Effect。从该理论模型出发, 结合阅读推广工作的目标、任务、内容, 确定阅读推广工作的组成要素: 推广主体、推广内容、推广媒介、推广对象、推广效果, 有利于我们从传播过程的动态角度来分析思政视域下高校图书馆开展阅读推广工作的窘境及因由, 对阅读推广工作的有效开展提出建议。

¹**基金项目:** 浙江水利水电学院 2019 年校级思政课题“基于思政教育视角的高校图书馆阅读推广机制研究”(xsz-201910)。

作者简介: 张利沙(1989-), 女, 汉族, 硕士研究生, 助理馆员, 研究方向: 阅读推广、读者服务。

2 思政视域下 5W 模式在高校图书馆阅读推广活动中的应用及浙水图的做法

2.1 Who——推广主体

思政视域下的推广主体是指阅读推广阵地高校图书馆和阅读推广活动的发起者、组织者、实施者和管理者。

浙水图作为学校阅读推广活动的主体,在履行阅读推广职能的同时,要加强基础硬件建设,营造精品温馨思政环境,注重充实馆藏资源,定期补充思政荐读资源。如在图书馆内悬挂着名人、名言及科学家的人生奋斗事迹等;并引入自助借还机、刷脸门禁系统、电子阅读器(如 JDRead)等,营建馆内思政教育环境,再加上先进的图书检索和查阅设备,使读者产生一种思政情感共鸣,从而达到思想政治教育目的。

阅读推广活动的开展离不开阅读推广活动的发起者、组织者、实施者和管理者即专职阅读推广馆员。阅读推广工作只是图书馆工作的一部分,需要相关专业馆员来从事该工作,这样才能更好促进该工作的开展,已达到更好效果。是以,专职阅读推广馆员须要品质优良而且自愿做该工作,同时还要具感染其他馆员和学生参与阅读推广工作的能力。随着阅读推广越来越被社会重视,专职阅读推广馆员专业知识储备也应跟上时代变化。专职阅读推广馆员需要定期学习、参加交流会、培训班以给自己充电,着重从专业知识、工作能力两个方面增强自己的专业水平。

2.2 Says What——推广内容

多维度的阅读方式和丰富多彩的阅读资源是思政视域下阅读推广内容的特征。浙水图的思政阅读不单单包含读物,还包含增强阅读能力、培养阅读兴趣和习惯、创造阅读氛围等。

首先,读物是思政视域下浙水图阅读推广的基本内容。读物不只包含纸质类图书和杂志,还包含图片、音频、电子图书等。浙水图通过定期开展专题书展,将关注度高、评价比较高的思政类读物呈现给有需求的读者;开辟了电子书阅读专区,即京东电子书,读者可以根据需求自主进行阅读;还会定期的在主题展览区开展思政主题展览以供同学学习欣赏。此外,浙水图还通过微信,每周推荐一期思政主题读物,推荐种类包括教育学、哲学、文学、经济学、历史学、管理学等。

其次,培养读者阅读兴趣和习惯是浙水图阅读推广的重点内容。因此,浙水图会定期开展真人图书馆、书与影的邂逅、竞赛类活动、流动图书馆、读书分享会、党总支的读书分享会等活动,活动主题包括“遇见·图书馆”“《习近平的七年知青岁月》读书分享会”“强国之志,书香人生”“厉害了,我的国!”“文泽书院”等。为激发读者的阅读兴趣,吸引他们走进图书馆,浙水图还开展了年度阅读之星评选激励机制、图书超期罚款免除机制,让快乐阅读成为每位同学大学校园生活不可缺少的一部分。

再次,合理调整馆舍布局,向读者提供一个良好的思政阅读环境。浙水图在 2016 年暑假,进行了全馆的馆藏布局和场所文化调整,并布置了环境优雅的咖啡厅,在自习室中增加电源插座,增加热水器,在开水房设置水杯架,在图书馆门口添置雨伞架,并在 2019 年添加 4 台净水设备等。通过这一系列措施,让读者能够在优良的思政阅读环境中,增强思政阅读的体验感。

2.3 In Which Channel——推广媒介和载体

渠道是指开展思政阅读推广工作的媒介和载体。浙水图开展思政阅读推广的渠道多种多样,有书展、展览、竞赛、读书分享会、讲座培训等;随着网络技术的发展,浙水图近年来还兴建了 QQ 群、微信、图书馆主页阅读推广栏目、图书馆大屏幕显示器等载体进行推广。浙水图推出了“你选书我买单——即选即借,任性阅读”现场借新书活动,竭尽全力的满足读者的思政阅读需求。

通过累积多年的阅读推广经验,浙水图建立了活动类和媒体类两大思政阅读推广体系。活动类体系是指通过与校二级部门、

校社团合作,充分整合馆藏资源,开展以“请进来,走出去”为方针的思政阅读推广活动,逐步形成品质优良的阅读推广活动。

“请进来”是指邀请专家学者来馆做专题讲座。比如2019年4月17日,杭州图书馆欧洲艺术馆总监苏军老师做浙水图,解读杭州图书馆欧洲艺术馆若干精美藏品的历史、故事,给现场读者带来一场丰盛的艺术盛宴。以独特的展览吸引读者进行借阅。如2018年3月21日,浙水图推出的“寻踪山海经”主题展览,以当今广为流传的河流、治水故事,以及影视作品、小说创作中常出现的异兽、地名为主要展览内容,吸引了广大师生驻足参观。“走出去”是指在图书馆的空间范围外面进行阅读推广。如“遇见·图书馆”活动作为浙水图的品牌阅读推广活动已举办了多次,在校食堂门口以现场借阅的方式,让读者与图书产生邂逅,增强读者的阅读兴趣。

2.4 To Whom——推广对象

推广对象,即大学生,是阅读推广过程中最重要的参与者。

为了进一步提升阅读推广工作的效果,在进行阅读推广的同时,浙水图对阅读推广对象进行分类分析。不同性别、不同兴趣爱好、不同专业、不同学习阶段,致使大学生产生不一样的思政阅读需求,这是对思政阅读推广工作的挑战。针对大学生的阅读需求差异,结合因材施教这一教育学理念,注意从多个角度设置思政阅读推广内容,推广纸质图书、电子书、绘画、图片等。充分熟悉掌握读者的思政阅读需求,对思政阅读推广工作顺利开展达到促进作用。

2.5 With What Effect——推广效果

经过思政推广信息的传播感化大学生的思想和行为是思政阅读推广工作的主要目的。推广效果是检验该工作是否成功的重要尺度。对此,浙水图创建了一套符合自己的效果评价机制。及时分析总结思政阅读推广活动,并收集读者关于活动的反馈意见,全方位熟悉掌握读者的阅读需求,及时改进思政阅读推广的方法和策略。在这一系列措施基础上,浙水图的阅读推广工作逐步走向机制化、常态化和专业化,创造了浓厚的书香校园氛围,增强了校园文化内涵,从而让大学生在这良好的校园文化环境中全面发展。

3 思政视域下构建高校图书馆阅读推广机制的建议

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上强调:“要更加注重以文化人、以文育人,广泛开展文明校园创建,开展形式多样、健康向上、格调高雅的校园文化活动。”而肩负“思政教育”职责的高校图书馆是开展校园文化活动的阵地,因此在思政视域下对高校图书馆阅读推广机制的研究,关系到高校图书馆推进思政教育的顺利进行。因此特提出以下建议。

(1) Who——增强推广主体的主导性和专业性。

为了确保思政阅读推广工作长期有效的开展,确保阅读推广机制的有效运行,建议:①成立专门的“阅读推广组织”,统筹协调高校图书馆、校二级部门合作、校社团等组织资源,制定适合读者的阅读推广政策和计划,深入开展阅读推广工作;②对阅读推广馆员进行定期培训,提升阅读推广馆员专业知识的储备量,确保阅读推广馆员的专业化跟得上读者阅读需求变化的节奏。

(2) Says What——推广内容与与时俱进。

思政类阅读推广内容不是一层不变的,要随着社会的发展而更新,紧跟时事热点,这样才能保持阅读推广活动的文化魅力和年轻化,才能在每年不断涌入图书馆的年轻读者面前不怯场。

(3) In Which Channel——加大合作,拓宽推广渠道。

高校图书馆要充分与学生社团、协会等部门联合起来,同时配合开展线上、线下多样式的阅读推广活动。学生社团、协会具有较好的读者群众基础,且在创新服务模式方面具有天然优势,思政教育也能通过学生社团、协会这个桥梁进行很好的推广。

(4)To whom——推广对象精细化。

在阅读推广过程中,分析研究推广对象的阅读需求,并将其进行分类,根据不同类型的推广对象有针对性的开展相关的、多元化的阅读推广活动,以更好的达到阅读推广效果。

(5)With what effect——加强品牌意识,扩大影响。

近年来,虽然高校图书馆越来越重视阅读推广品牌,将品牌理念运用到阅读推广活动中去,但对于阅读推广品牌的运作还缺乏营销理念,不能够很好的达到阅读推广效果。为了提高阅读推广品牌在大学生读者中的认可度,可通过多媒体平台、与学生社团、协会合作等多种方式进行宣传。并且要合理运用营销策略,把优秀的营销理念充分融合到思政阅读推广服务中来,提升阅读推广品牌的知名度,让更多的读者加入到阅读推广活动中来,进而增强读者的文化信息素养,在这良好的书香校园氛围中进一步推进书香校园的建设。

4 结语

高校图书馆具有丰富的文献信息资源、独特的文化、学术氛围和高品质的服务,是进行高校思政教育工作的重要阵地,而图书馆阅读推广工作是促进思政教育工作开展的重要手段。因此,在思政背景下分析研究 5W 模式在高校图书馆阅读推广机制建设中的应用,希望能够充分发挥高校图书馆的育人功能,对高校思政教育工作的开展具有一定的积极意义。

参考文献:

- [1] 人民网. 中共中央国务院发出《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》[EB/OL]. (2004-11-18) [2018-06-07]. <http://www.people.com.cn/GB/40531/40746/2997127.html>.
- [2] 王爱, 李明伟. 高校图书馆思想政治教育功能探析[J]. 淮海工学院学报(人文社会科学版), 2019, 17(02): 18-20.
- [3] 周畅. 基于思政教育的高校图书馆阅读推广研究[J]. 科技经济导刊, 2019, 27(13): 139-140.
- [4] 刘小琳. 5W 模式在公共图书馆阅读推广中的应用及借鉴——以重庆图书馆为例[J]. 图书馆学刊, 2019, 41(03): 75-79.
- [5] 5W 模式百度百科[EB/OL]. <https://baike.baidu.com/item/5w模式/10494194fr=aladdin>.
- [6] 周笑. 大学生阅读推广常态化机制研究[D]. 南京: 南京邮电大学, 2017.