

# 近十年我国图书馆阅读推广的研究特征及趋势

## ——基于Citespace的知识图谱分析

程亚飞

(贵州民族大学图书馆, 贵州 贵阳 550025)

**[摘要]**以中国知网收录的2012—2022年图书馆阅读推广核心论文为数据来源,利用Citespace可视化分析,分别绘制作者和机构共现、关键词聚类、关键词突现和时间线图,并结合文献分析研究主题的演进路径和热点,从精准化阅读推广、家庭阅读推广、阅读推广人才培养、阅读推广标准规范和评价体系等方面预测我国图书馆阅读推广的研究趋势。

**[关键词]**图书馆 阅读推广 Citespace 知识图谱

**[分类号]**G252

党的十八大以来,党和国家高度重视全民阅读工作。2012年“开展全民阅读活动”写入党的十八大报告。自2014年起,“全民阅读”连续9年写入政府工作报告。2017年的《中华人民共和国公共文化服务保障法》和2018年的《中华人民共和国公共图书馆法》通过立法保障全民阅读工作。2021年《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出“深入推进全民阅读,建设‘书香中国’”。党的二十大报告明确指出,深化全民阅读活动。

阅读服务是图书馆的基础服务,图书馆在推进全民阅读中的地位不言而喻。近年来,阅读推广作为面对信息环境变化而发展的新型服务,已经成为图书馆主流服务之一,也是图书馆学最活跃的领域之一。阅读推广相关理论和实践随着图书馆界和相关学界的研究不断丰富。

## 1 数据来源、理论基础和研究思路

将中国知网作为来源数据库,以“图书馆\*阅读推广”为主题,文献来源选择“CSSCI”和“北大核心”,时间范围设为“2012—2022年”进行高级检索。截至2023年1月10日,共检索出1772篇文献,剔除会议报道、新闻报道、序言、书评等,得到1699条有效数据。

知识图谱的研究对象是科学知识,结合文献计量学与信息可视化技术,将抽象科学信息转化为可视化的空间结构和图形,目的是显示科学知识发展进程与结构关系,进行知识发现<sup>[1]</sup>。知识图谱工具Citespace软件由美籍华人陈

超美开发,该软件利用学术文献中作者、期刊、关键词等相互关系,以可视化形式展现科研趋势和动向<sup>[2]</sup>。

使用Citespace6.1.R6版本,将1699条数据导入软件,时段设置为2012—2022年,主题词来源选择文献标题、摘要、关键词和标识符,并将时间切片TimeSlicing设为1,以表示研究的单位时间为一年。从作者、研究机构、关键词等方面绘制知识图谱,分析国内图书馆阅读推广的研究现状和演变特征。

## 2 研究现状的可视化分析

### 2.1 研究趋势分析

文献发量、被引量在一定程度上反映该领域的学术研究趋势。知网指数检索以海量文献为基础进行数据分析,通过折线图的方式展示检索词在过去一段时间内的研究变化趋势。学术关注度统计文献发量趋势,媒体关注度统计报纸文献发量趋势,学术传播度统计文献被引量趋势。从3个维度展示近十年的关注度变化,见图1。

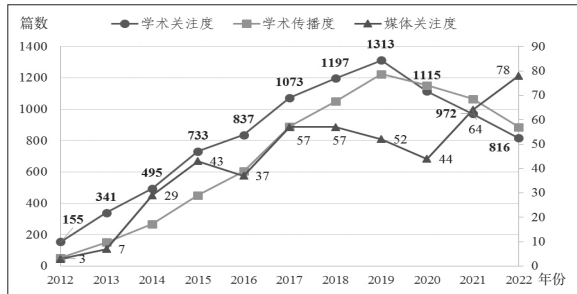


图1 图书馆阅读推广研究学术趋势

从图1中看出,2012—2022年关于图书馆阅读推广的研究持续受到关注,发文量和被引量变化趋势一致。2012年发文量为155篇,2019年达到峰值1313篇。2020—2022年发文量有所下降,但是数量均超过八百篇,且媒体关注度持续增长,表明阅读推广在这10年间一直是研究热门。从学术传播曲线来看,被引次数整体呈增长趋势,尤其是2020年以前,曲线处于持续上升状态,反映出此阶段研究速度较快。和发文量对应,2020—2022年曲线也呈下降趋势,表明研究速度有所减缓。

综上所述,以2020年为临界点,之前为图书馆阅读推广研究的高速发展期,2020—2022年研究发展相对减缓。究其原因,分析中国图书馆学会阅读推广委员会微信公众号历年推文及中国图书馆学会年报<sup>[9]</sup>,发现2020年以来受新冠肺炎疫情影响较大,图书馆阅读推广以线上开展活动为主,活动次数和形式受到一定限制。

## 2.2 核心研究作者及机构分析

核心研究作者及机构代表了该领域的研究前沿,关注核心研究作者及机构能够更好地掌握该领域的研究趋势。笔者利用Citespace聚类分析功能,Node Types同时选中“Author”和“Institution”,对图书馆阅读推广研究领域的作者和机构联合分析,见图2。图中字体的大小代表作者

和机构的影响力,字体越大,表明作者和机构的影响力越大。

从图2中看出,南京大学信息管理学院有着较大的影响力,和其他机构之间的连线也最为密集。排在其后的是北京大学信息管理系、沈阳师范大学图书馆、南京图书馆、深圳图书馆、华东师范大学信息管理系和安徽大学管理学院。由此看出,图书馆阅读推广核心研究作者主要是知名高校信息资源管理学科教学科研人员和各类图书馆员。

从核心研究作者来看,华东师范大学的范并思发文量最多,为21篇。根据普赖斯定律核心作者的计算公式“ $M_p \approx 0.794 * \sqrt{N_p \max} \sqrt{N_p \max}$ ”(Mp表示核心作者的最低发文量,Npmax表示发文最多的作者论文数),计算出Mp值为3.43,采用取整原则,认定发文量达到4篇及4篇以上的为核心作者,共有24人。其中,南京大学的徐雁、陕西科技大学的惠涓澈、湖南人文科技学院的刘时容、四川大学的李桂华、安徽大学的严贝妮、重庆大学的杨新涯和深圳图书馆的吴晔发文量均超过7篇。另外,部分机构围绕核心研究作者形成了研究团队。如以范并思、王丹为代表的华东师范大学团队,以徐雁、曹娟为代表的南京大学团队,以王宇、王磊、刘偲偲为代表的沈阳师范大学团队,以严贝妮、陆和建、胡曦玮、康媛媛为代表的安徽大学团队,以陈幼华、杨莉、谢蓉为代表的上海交通大学团队等。

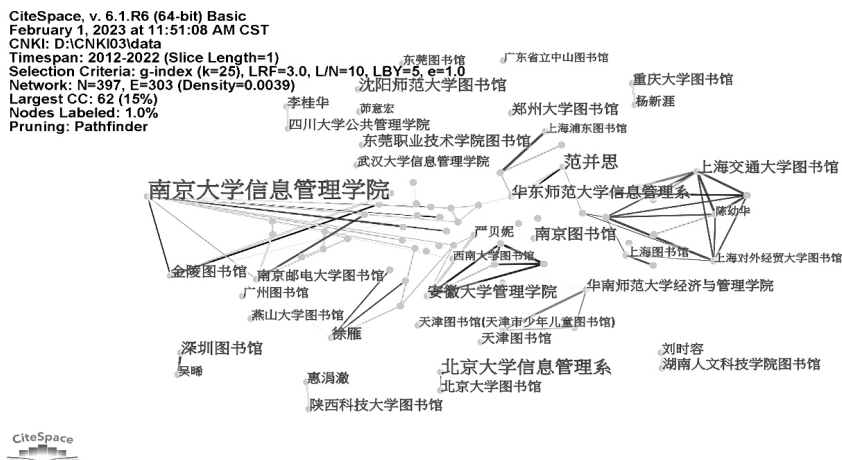


图2 核心研究作者和机构可视化分析

## 2.3 研究热点分析

关键词在一定程度上反映文献研究的重点,利用关键词聚类能够分析出该领域的研究热点。在Node Types中选择“Keyword”,选取LLR算法,生成关键词聚类网络图谱,见图3。图谱参数模块值Q=0.6469>0.3,整体网络的聚类

平均轮廓值S=0.8944>0.5,说明聚类效果显著。图中呈现了“全民阅读”“图书馆员”“经典阅读”“文旅融合”“少儿阅读”“移动阅读”等21个聚类,其中“图书馆”“阅读推广”为概述性聚类,其他聚类主题是这10年研究的重要分支。



图3 关键词聚类网络图谱

在图3的基础上,利用“Cluster Explorer”功能得到关键词共现网络聚类表。按聚类号顺序选取聚类大小大于10的数据,见表1。

表1 关键词共现网络聚类

类号	大小	轮廓系数	年份	前5个词条
0	134	0.985	2016	阅读推广、高校图书馆、亲子阅读、图书馆、图书馆服务
1	69	0.95	2017	图书馆、高校图书馆、公共图书馆、文化传承、价值中立
2	44	0.966	2016	全民阅读、阅读立法、启示、立体阅读、读者工作
3	40	0.925	2014	阅读、高校、大学生、读书会、策略
4	34	0.922	2016	图书馆员、阅读服务、数字阅读、短视频、专业阅读
5	34	0.884	2016	经典阅读、推荐书目、儿童阅读、早期阅读、阅读疗愈
6	25	0.84	2014	美国、阅读活动、英国、儿童、分级阅读
7	19	0.957	2015	图书馆学、基础理论、知识图谱、阅读推广、绩效评价
8	18	0.931	2017	文旅融合、书香校园、书香社会、品牌建设、信用服务
9	17	0.927	2018	研究热点、演进路径、大数据、可视化、全媒体
10	16	0.963	2016	读者、影响因素、创新、实践、评价
11	14	0.983	2015	少儿阅读、出版社、代际阅读、专业分馆、外借量
12	14	0.965	2015	推广模式、实证研究、未成年人、心理健康、阅读疗法
13	11	0.905	2018	家庭阅读、新媒体、知识服务、用户画像、阅读书目

从图3和表1可知,各聚类研究内容存在相互交叉现象,分析各聚类的关键词,将图书馆阅读推广的研究归纳为6个方面。

(1)阅读推广对象,包括全民阅读、大学生、未成年人、

儿童阅读、亲子阅读、家庭阅读、分级阅读等关键词。徐雁等<sup>[4]</sup>认为,分众阅读是基于图书馆学基本原理,结合全民阅读的基本要求形成的一种新的阅读推广理念。众多学者基于“分众”“分级”阅读理论,对阅读推广对象加以细分,大学生、未成年人成为关注重点。

(2)阅读推广主体,包括高校图书馆、公共图书馆、出版社、阅读立法、图书馆员、读者等关键词。黄冬霞等<sup>[5]</sup>认为,从活动组织与实施者角度,阅读推广主体有政府、图书馆、社会组织和读者4种。惠涓澈<sup>[6]</sup>认为,阅读微推广的主体是图书馆员。此外,相关法律法规的实施为开展阅读推广提供了政策依据,也对阅读推广主体提出了要求。

(3)阅读推广途径,包括推荐书目、读书会、数字阅读、移动阅读、短视频、全媒体、文旅融合、立体阅读、品牌建设、专业阅读、亲子阅读、家庭阅读等关键词。表明除了书目推荐、读书会等传统方式外,图书馆积极探索数字阅读、立体阅读、微阅读等阅读推广新途径。同时,亲子阅读、家庭阅读、专业阅读等阅读推广模式也是研究热点。此外,许桂菊<sup>[7]</sup>总结国外阅读推广研究与实践经验,以期为我国阅读推广提供一定的参照和借鉴,涉及关键词包括“美国”“英国”“启示”等。

(4)阅读推广评价,包括绩效评价、图书馆服务、评价、读者工作、外借量等关键词。表明随着研究的深入,阅读推广评价机制受到重视。姚显霞<sup>[8]</sup>从单个、单位、区域3个层次分析阅读推广活动评价的内容和方法,提出阅读推广活动评价的总体框架。许天才等<sup>[9]</sup>从活动建档、绩效考评、激励制度等方面提出建立高校图书馆阅读推广活动评价机制的途径。

(5)阅读推广理论,包括图书馆学、基础理论、知识图谱、实证研究等关键词。范并思<sup>[10-11]</sup>认为,阅读推广是图书馆的主流服务,阅读推广的基础理论问题包括阅读推广的定义,与图书馆服务、图书馆核心价值的关系等。他还认为,阅读推广学科化包括构建阅读推广知识体系和构建包含阅读推广的图书馆学知识体系。谢蓉等<sup>[12]</sup>认为,阅读推广理论包括概念、问题、属性、范围、体系、性质和模式等,并且将阅读推广理论归纳为要素论、模型论和过程论3种研究范式。

(6)阅读推广成效实证研究,包括阅读疗愈、阅读疗法、心理健康、书香校园、实证研究等关键词。针对阅读推广辅助治疗读者心理问题展开研究,研究对象以大学生为主。王景文等<sup>[13]</sup>在对国内阅读疗法推广模式分析基础上,



对河北联合大学图书馆创建的阅读疗法团队协作模式进行实证研究,提出团队协作推广模式在阅读疗法中具有较强的可操作性和实践推广价值。

2.4 研究趋势

2.4.1 关键词突现

关键词突现分析是通过探究某个时间段内被引频次变化较高的关键词,发现该领域研究前沿的演变情况。在Burstness中设置 $\gamma$ 值为0.85,得到突变强度靠前的19个关键词(见图4),图中粗线条表示关键词突现的起止时间。

Keywords	Year	Strength	Begin	End	2012 - 2022
问卷调查	2012	4.68	2012	2013	
阅读活动	2012	3.17	2012	2014	
早期阅读	2012	2.73	2012	2013	
大学生	2012	2.68	2012	2014	
阅读	2012	2.32	2012	2014	
移动阅读	2013	2.75	2013	2014	
馆员书评	2014	3.04	2014	2015	
读书会	2014	2.88	2014	2016	
全民阅读	2012	5.48	2015	2016	
阅读立法	2015	2.34	2015	2016	
互联网+	2016	2.92	2016	2018	
微信	2017	4.78	2017	2018	
家庭阅读	2017	3.86	2017	2018	
读者工作	2018	3.31	2018	2019	
新媒体	2017	3.98	2019	2020	
读者服务	2019	2.39	2019	2020	
文化传承	2019	2.36	2019	2022	
文旅融合	2019	4.74	2020	2022	
影响因素	2013	2.32	2020	2022	

图4 关键词突现

从突现强度来看,“全民阅读”“文旅融合”“问卷调查”“微信”“新媒体”“家庭阅读”和“读者工作”的爆发度较强,代表了图书馆阅读推广研究的重要方面。2018年4月,文化和旅游部成立,文化和旅游的融合为阅读推广提供了新契机。阅读推广媒介方面,微信等新媒体既是数字阅读的载体,也是有效的推广工具。“问卷调查”和“读者工作”反映出图书馆以读者为中心的工作理念。家庭阅读作为新兴的阅读推广模式,逐渐受到重视。徐雁<sup>[4]</sup>认为,学习型家庭的构建是全民阅读推广的基础,并提出“学习型家庭”“书香校园”和“公益性图书馆与经营性出版社”三位一体的全民阅读推广机制。

2.4.2 时间线图谱

时间线图谱侧重于勾画聚类之间的关系和某个聚类中文献的历史跨度,一定程度上反映某个时间段内的研究趋势。利用“Timeline View”功能生成时间线图谱(见图5),从时间角度分析阅读推广的研究过程和研究趋势。

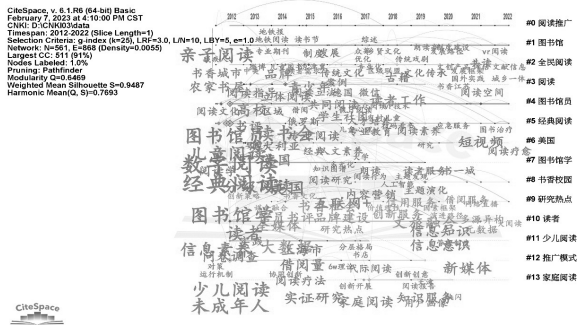


图5 时间线图谱

从图5可知,几乎每年都有与全民阅读、数字阅读、经典阅读和儿童阅读相关的关键词,说明这些主题研究热度一直很高。阅读推广对象方面,研究热点由未成年人、特殊群体向代际阅读、家庭阅读转变。同时,分析读者的方式由问卷调查、借阅量向阅读行为、用户画像转变。图书馆员由阅读指导、推荐书目、馆员书评、筹办读书会等传统服务向知识服务、阅读治疗等专业服务转变。数字阅读推广方面,平台应用由微博向微信、短视频转变,技术应用由“互联网+”向人工智能、VR技术转变。乡村阅读推广方面,由建设农家书屋、文化扶贫向打造乡贤文化、文旅融合转变。此外,图书馆在新冠肺炎疫情背景下开展阅读推广也是2020—2022年的研究热点。

3 图书馆阅读推广研究趋势分析

3.1 精准化阅读推广将成为主流

精准化阅读推广以读者行为为导向,围绕读者个性化需求提供针对性和差异化资源。精准化阅读推广关键在于读者数据驱动。阅读推广对象除了按照年龄阶段、地理位置、社会群体等标准分众分级之外,随着大数据、人工智能、新媒体等技术的发展,通过分析读者的阅读行为、职业专业、兴趣偏好等信息,实现对读者数据的全方位捕捉与追踪,从而快速识别读者的特定需求,提供个性化的阅读资源和推广方案。信息过载时代图书馆如何提供精准化阅读推广服务将是研究重点之一。

3.2 家庭阅读推广将成为重点研究领域

图书馆是面向全民阅读提供公益性服务的最重要机构,全民阅读的落脚点是家庭阅读。2023年9月发布的《图书馆服务宣言》指出,图书馆“推动、引导、服务全民阅读”,明确图书馆“支持学校教育、家庭教育、社会教育和终身学习”。家庭阅读推广是助力家校社协同育人的重要途径。2022年1月实施的《中华人民共和国家庭教育促进法》为家

庭阅读推广提供了指导思想和政策依据。家庭阅读推广以家庭成员为服务对象,通过组织家庭阅读活动对阅读意识和阅读行为进行指导性规划,从而使家庭成员养成良好的阅读行为习惯并提升其综合素质水平<sup>[15]</sup>。家庭阅读推广和幼儿、学龄前儿童、未成年人、代际等阅读推广均有关联,既具有分众分级阅读推广的特点,又兼有阅读推广面向特定群体的持续性。苏州图书馆从2011年开展至今的“悦读宝贝计划”,每年面向0~3周岁儿童家庭免费派发“阅读大礼包”,同时向低幼家庭推广亲子阅读理念,为家庭阅读推广提供了实践案例。全民阅读愿景下如何将家庭阅读推广融入家庭教育将是研究重点之一。

### 3.3 阅读推广人才培养将受到重视

优质阅读、深阅读是全民阅读发展的趋势,专业化成为制约图书馆阅读推广高质量发展的现实问题。专业化建设的核心是人才,阅读推广人才将会越来越受到重视。阅读推广人才是指经过系统教育,具有专业知识和专门技能的阅读推广人<sup>[16]</sup>。虽然中国图书馆学会等行业协会、政府部门和民间阅读推广培训机构均开展了阅读推广人才培养,但是受培训时长、培训机制等诸多影响,人才质量与数量尚无法满足事业发展的需要。将阅读推广内容融入图书馆学学科体系,是加快阅读推广人才培养的重要途径。阅读推广专业化发展背景下如何培养阅读推广人才将是研究重点之一。

### 3.4 标准规范与评价体系建设将是阅读推广事业发展的关键

阅读推广工作呈现出泛在化的特点。一是数字阅读成为主流阅读模式,新媒体多元化发展使得阅读推广工作不受时空限制。二是开展阅读推广的主体较为宽泛。除了图书馆等公共文化服务机构外,出版社、书店、个人等均可策划实施阅读推广活动。相较于实践活动的蓬勃发展,阅读推广理论研究相对薄弱。我国阅读推广的标准与评价工作尚处于起步阶段,目前多数阅读推广活动标准不一、目标不明,只重视前端过程,后期缺乏科学、合理、系统的评估体系,这是阅读推广质量参差不齐的主要原因之一。加强标准规范和评价体系建设是提高阅读推广工作质量和效果的关键,也将是阅读推广研究重点之一。

## 参考文献:

- [1] 焦晓静,王兰成.知识图谱的概念辨析与学科定位研究[J].图书情报工作,2015(15):5-11.

- [2] 李杰,陈超美.Citespace:科技文本挖掘及可视化[M].北京:首都经济贸易大学出版社,2022.
- [3] 中国图书馆学会年报[EB/OL].[2023-01-28].[https://www.lsc.org.cn/cns/html\\_pass/categoryList?id=1298&siteGroup=1](https://www.lsc.org.cn/cns/html_pass/categoryList?id=1298&siteGroup=1).
- [4] 徐雁,谭华军.把握分众阅读原理,做实分地读物推广——以湖南地方文献主题著述为中心[J].图书馆,2017(11):22-28,35.
- [5] 黄冬霞,白君礼.我国阅读推广主体探析[J].图书馆,2015(6):17-20,59.
- [6] 惠涓澈.图书馆员阅读微推广:主体要求、客体需求和内容追求[J].图书馆论坛,2015(10):39-42,67.
- [7] 许桂菊.英国、美国、新加坡儿童和青少年阅读推广活动及案例分析和启示[J].图书馆杂志,2015(4):94-102.
- [8] 姚显霞.阅读推广活动评价评述及其总体框架构建[J].大学图书馆学报,2016(2):89-93.
- [9] 许天才,等.高校图书馆阅读推广评价机制的研究[J].图书情报工作,2016(17):47-52.
- [10] 范并思.阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J].中国图书馆学报,2014(5):4-13.
- [11] 范并思.图书馆阅读推广的学科化小议[J].图书馆理论与实践,2023(1):7-10,26.
- [12] 谢蓉,刘炜,赵珊珊.试论图书馆阅读推广理论的构建[J].中国图书馆学报,2015(5):87-98.
- [13] 王景文,张丽丽,杨红.积极心理健康教育视域下阅读疗法推广模式实证研究[J].图书馆工作与研究,2015(8):104-108.
- [14] 徐雁.学习型家庭+书香校园+图书馆阅读推广——打造“三位一体”全民阅读推广的良性循环发展机制.图书馆研究,2019(1):9-15.
- [15] 韩延汝.以公共图书馆为基础的家庭阅读推广模式探讨[J].兰台内外,2020(30):74-76.
- [16] 曹娟.从阅读推广人到阅读推广人才——论图书馆界主导阅读推广专业教育[J].图书馆论坛,2018(1):78-85.

程亚飞 男,1990年生。硕士,馆员。研究方向:阅读推广、智慧图书馆、数字人文。

(收稿日期:2024-01-03;责编:刘清扬。)