

欠发达地区少儿线下经典阅读推广活动影响因素研究

——基于商洛市实证调查分析

李小燕

(商洛学院 陕西 商洛 726000)

[摘要]本文以商洛市1228名9-17岁少儿读者为调查对象,采用实证的方式从活动本身,活动举办方,少儿读者和外界影响四方面进行少儿线下经典阅读认可度调查,运用spss分析影响线下经典阅读推广活动的各项因素。提出解决措施。为切实提高欠发达地区少儿线下经典阅读推广水平提供帮助。

[关键词]欠发达地区;少儿图书馆;阅读推广;影响因素

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.06.131

经典著作是我国民族文化教育精神的庞大载体,是我国宝贵的精神财富,是我们民族生存的根基。深入推进青少年经典阅读,不仅有助于青少年提升个人文化素养,还有助于弘扬中国传统文化,培养爱国情操。

迄今为止,学术界从不同角度围绕线下经典阅读推广开展了深入研究,成绩颇丰。但已有研究主要以经济发达地区为研究区域,而对欠发达地区线下经典阅读推广研究关注度不够。具体表现为,研究成果稀少,据粗略统计,中国知网收录的与欠发达地区线下经典阅读推广有关的文献仅有2篇。且研究范围狭窄,研究内容单薄,仅涉及经典阅读推广重要性和推广形式两方面,更缺乏相关实证研究。加大欠发达地区线下经典阅读推广研究力度,对提升欠发达地区少儿经典阅读水平,促进欠发达地区少儿全面发展意义重大。因此,笔者以商洛市少儿读者为调研对象,以实证的方式探究影响线下经典阅读推广活动的各项因素,提出具体解决措施,为提高欠发达地区经典阅读推广服务实效提供借鉴。

1. 问卷研究

1.1 问卷设计

问卷设计分三步完成。首先,笔者于2021年4月,采取网络调查和实地走访等方式对4所县、区级(商州区、洛南县、山阳县、镇安县)少儿(18岁以下《儿童权利公约》)图书馆经典阅读推广基本情况进行广泛调研,并访谈部分少儿读者,全面收集背景资料。其次,通过查阅文献,重点梳理影响经典阅读推广指标体系构建的相关成果^[2-4],结合调研结果,设计问卷。最后,在邀请86位少儿读者和18位专业馆员对问卷内容进行修改和预测试的情况下,最终确定问卷内容。问卷总体分为两部分,第一部分为基本信息部分,包括年龄、性别、就读年级等。第二部分为问卷主体部分,主要包括活动本身、活动举办方、少儿读者和外界影响四个维度共20项测量指标,其分别为 X_1 易学性, X_2 有用性, X_3 趣味性, X_4 互动性, X_5 活动费用, X_6 活动奖励; X_7 策划合理性; X_8 工作人员态度, X_9 工作人员专业性, X_{10} 活动时间, X_{11} 推广场所, X_{12} 兴趣, X_{13} 成就感, X_{14} 学知识, X_{15} 交朋友, X_{16} 锻炼综合能力, X_{17} 政府, X_{18} 学校, X_{19} 家庭, X_{20} 距离。问卷全部采用李克特5级量表的方式进行计分量化。

1.2 问卷发放及收回

2021年6月,笔者于商洛市六县一区少儿图书馆现场,以年龄9-17岁(9岁以上对试卷信息具理解能力^[5])的少儿读者

为调查对象,发放问卷表1228份,收回1197份,其中有效问卷1116份。收回率97.47%,有效率90.87%。

2. 样本描述

参与本次调查男生共509名,女生607名,分别占比45.6%,54.4%。其中9-11岁349名,12-14岁388人,15-17岁379人,分别占比31.3%,34.8%,34.0%。由统计数据可知,各年龄段人数分布较均匀,相差不大,但参与调查的男、女生人数总数差距明显,说明女生参与推广活动热情高于男生。

3. 信度分析

运用SPSS进行信度分析,结果如下:活动本身因素(6项)Cronbach's Alpha系数为0.908,活动举办方(5项)因素a系数为0.710,少儿读者因素0.900(5项),外界影响因素0.775(4项),问卷总体a系数0.853。由以上数据可以看出,各因素及问卷整体a系数均 >0.7 ,说明问卷数据具有一定的稳定性和真实性,可信度高。

4. 效度分析

采取探索性因子分析法检验问卷效度。结果显示:KMO值为0.882 >0.8 ,并且通过Bartlett球形检验(sig值为0.000 <0.01),且分析最终提取到4个因子。在因子1中,因子载荷系数 >0.6 的题项分别为 X_1 有用性, X_2 易学性, X_3 互动性, X_4 趣味性, X_5 活动费用, X_6 活动奖励,其因子载荷系数分别是0.834,0.783,0.748,0.756,0.841,0.819,说明因子1与此6题项关系紧密。在因子2中,因子载荷系数 >0.6 的题项涉及 X_{12} 兴趣, X_{13} 成就感, X_{14} 学知识, X_{15} 交朋友, X_{16} 锻炼综合能力,因子载荷系数分别为0.862,0.701,0.663,0.656,0.722,说明此5题项为因子2的关系紧密项。同理,与因子3关系紧密的题项涉及 X_{17} 政府(0.828), X_{18} 学校(0.744), X_{19} 家人(0.757), X_{20} 距离(0.756)。因子4中涉及因子载荷系数 >0.6 的题项分别为 X_7 策划合理性(0.853), X_8 工作人员亲和力(0.768), X_9 工作人员专业性(0.870), X_{10} 活动时间(0.849), X_{11} 推广场所(0.852)。由以上结果可以看出,本次提取的4因子与题项均有着良好对应关系,且对应关系与预期一致。另外,探索性分析结果显示,4因子的旋转后方差解释率均高于10%,因子旋转后累积方差解释率为67.641 $>50\%$ 。因此,综合说明本量表具有良好效度。

5. 调查结果分析

5.1 因子分析

笔者基于探索性因子分析能够把多个复杂关系的变量降维成少数几个核心因子^[6]的理论依据,对各影响因素进行因子分析以提取核心因子,在后续分析中以核心因子代表该影响因素,减少分析难度。

5.1.1 查看各影响因素能否进行因子分析

采用spss分析软件对各因素进行KMO值和Bartlett球形检验。结果为活动本身因素KMO值为0.870,活动举办方,少儿读者,外界影响三因素的KMO值分别为0.787,0.891,和0.756,且Bartlett球形检验P值均为0.000,由以上检验结果可知,四因素KMO值均大于一般评价标准0.6,且均通过Bartlett球形检验。说明各因素均可进行因子分析。

5.1.2 因子提取

选取特征根值>1,采用最大方差旋转法分别对各因素原始数据进行正交旋转。结果表明,各因素均提取到2个公因子。在活动本身因素中,因子1对应的因子载荷系数最大的为X₆活动奖励(0.874),因子2对应因子载荷系数最大的题项为X₄互动性(0.867),说明此两项分别是公因子1和2的最佳解释项,因此,可以得出X₆活动奖励和X₄互动性为活动本身因素的核心因子。在活动举办方因素中,因子1和因子2对应的因子载荷系数最大的题项为X₉工作人员专业性(0.889)和X₁₀活动时间(0.972),为活动举办方影响因素的核心因子。同理,可得出少儿读者因素的核心因子为X₁₆锻炼综合能力(0.863)和X₁₂兴趣(-0.358),X₁₇政府和X₁₉家庭为外界影响因素的核心因子。

5.2 相关分析

本次研究主要以少儿读者因素为研究对象,重点分析其与活动本身、活动举办方、外界影响三因素之间的相关关系。结果显示,互动性,活动奖励,活动时间与兴趣和锻炼综合能力间均呈现0.01水平上的显著性,且相关系数均大于3,说明此三项与少儿阅读兴趣及锻炼综合能力间有着显著的正向关系,且相关关系较为密切;另外,家庭与少儿阅读兴趣间的相关系数为0.653,且在0.01水平上呈显著性,说明此二者存在强相关性。

6. 建议

6.1 优化活动要素,加强读者经典阅读兴趣培养

由相关性研究结果可知,活动奖励、活动互动性、活动举办时间与阅读兴趣及锻炼综合能力呈强相关。在访谈过程中获知,欠发达地区线下经典阅读推广活动互动性欠缺,奖励单一,活动时间与读者学习时间相冲突等现实问题,严重影响了读者的参与热情。因此,作为活动举办方图书馆来讲,应集思广益,不断优化阅读推广活动要素,培养读者经典阅读兴趣。首先,增强活动互动性,提高读者参与度。图书馆应根据读者年龄举办特色鲜明,形式多样,互动性强的推广活动。如对低龄读者应多举办经典阅读分享会,经典故事会和亲子阅读会等活动,通过读者提问,馆员讲解,家庭交流等方式进行互动交流。对年龄较大的少儿读者应多举办名人讲座、主题辩论、读者面对面等以培养读者思考力和洞察力的推广活动,激发经典阅读兴趣,提升个人综合能力。其次,加大合作力度,科学设置活动奖励。活动举办方应加

大与社会各团体的合作力度,吸收更多社会资源,丰富奖励种类,提升奖励质量。如加强与书店、艺术组织或线上教育机构的合作,以经典著作、经典课程体验等为奖品,以提高读者关注度和参与度。最后,科学合理选择活动举办时间。由实际调研获知,学习任务重,课外休息时间有限是造成少儿读者无法及时参与经典阅读推广活动的主要原因。因此,活动举办方应一方面充分利用读者空闲时间增加活动举办频次,另一方面,需开展经典阅读进校园活动,在有效利用学生时间的基础上,更好的促进经典阅读与教学活动的有效衔接,提高培养读者经典阅读兴趣实效。

6.2 加大家庭支持力度,强化家庭阅读氛围

由研究结果可知,家庭和阅读兴趣呈强正相关。欠发达地区家庭阅读环境差,经典阅读氛围不浓厚是存在的现实问题。因此,笔者特提出以下两点建议:第一,开展家庭“亲子阅读”。欠发达地区家长需充分认识到经典阅读对孩子健康发展的重要性,家长应以阅读者的身份主动融入孩子的经典阅读活动中,与孩子共同阅读,并分享阅读经验。第二,提供良好的家庭阅读环境。家长可通过张贴名人字画,购买书桌、书橱和定期购买经典图书等方法,全方位提升家庭物理阅读环境,不断更新经典读物资源,为提升孩子经典阅读实效提供家庭最大化支持。

6.3 制定政策条例,切实保障经典阅读推广有效开展

少儿经典阅读推广是一项长期的系统性社会工程,完善的法律法规或地方政策条例是少儿线下经典阅读推广活动得以有效开展的重要保障。欠发达地区少儿图书馆需打破单打独斗的局面,积极主动的和各级政府加强联系,结合《公共图书馆法》和本区实际情况,在《国家第十四个五年规划和2035年远景目标》以及乡村振兴的大背景下,制定符合本地实情的经典阅读推广政策条例,为欠发达地区有效开展少儿线下阅读推广工作提供政策保障。

参考文献

- [1]夏立新等.多维集成视角下全民阅读评估标准体系的构建[J].中国图书馆学报,2015(6):13-28.
- [2]许新龙,王文涛.基于读者视角的公共图书馆阅读推广活动效果影响因素研究[J].甘肃科技,2017(12):64-68.
- [3]管华.公共图书馆少儿阅读推广模式研究[J].河南图书馆学刊,2018(11):10-11.
- [4]戴丽.基于少儿认知规律的少儿图书馆的思考与实践[J].新世图书馆,2017(12):45-47.
- [5]周俊.问卷数据分析[M].北京:电子工业出版社,2020.90-91.
- [6]黄婉娇.家长对亲子阅读活动的影响研究[D].辽宁师范大学,2018.

作者简介:

李小燕(1977—),女,硕士,商洛学院图书馆馆员,公开发表论文十余篇,研究方向:图书馆管理及阅读推广研究。

基金项目:商洛学院项目“贫困地区公共图书馆少儿经典阅读推广研究——以商洛地区为例(19SKY021)”