



# “情感粘性”视阈下的高校图书馆信息文化育人实践

——以南开大学图书馆为例<sup>\*</sup>

韩召颖 张蒂

**摘要** 针对高校图书馆信息文化育人实践中存在的“供需错位”和育人效果表面化等问题，可以通过创新性地引入“情感粘性”理论视角，构建包含愉悦感、信任感、认同感与成就感的四维分析框架。通过系统剖析南开大学图书馆在信息素养教学、文化活动品牌建设、资源服务和空间育人四个维度的实践探索，揭示“情感粘性”在信息文化育人中的生成机制与作用路径。研究表明，高校图书馆应从单纯的信息传递转向情感连接，通过打造精品服务项目建立初始信任，进而实现“情感粘性”的迁移与深化，最终形成从“功能使用”到“情感认同”的良性育人生态，为破解当前育人困境提供了新的理论视角和实践范式。

**关键词** 信息文化 情感粘性 育人实践 南开大学图书馆

**分类号** G251

**DOI** 10.16603/j.issn1002-1027.2025.06.003

**引用本文格式** 韩召颖,张蒂.“情感粘性”视阈下的高校图书馆信息文化育人实践——以南开大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2025,43(6):23—34.

## 1 引言

根据2016年初教育部印发的《普通高等学校图书馆规程》(教高〔2015〕14号)，高等学校图书馆是学校的文献信息资源中心，是为人才培养和科学研究服务的学术性机构，是学校信息化建设的重要组成部分，是校园文化和社会化建设的重要基地<sup>[1]</sup>。信息素养与文化培育是高校图书馆的两大核心职能。作为校园文化的中心，图书馆应将“信息文化育人”作为这些职能的升华，并充分利用自身在信息文化方面的优势，积极履行其服务育人的职责。

信息文化与信息技术相伴而生，它扎根于传统文化，是在现代化进程中孕育、在信息化进程中成长起来的新型文化<sup>[2]</sup>。作为高等教育人才培养体系的“第三课堂”<sup>[3]</sup>，许多高校图书馆积极发挥其在信息资源、空间环境、文化活动等层面的优势，对学生进行信息素养、人文精神、科学思维和创新能力的综合

培养，开展信息文化育人的实践活动。

目前，高校图书馆信息文化育人容易拘泥于刻板模式，多集中于资源推送、讲座培训等来自图书馆“供给端”的发力，而作为“需求端”的学生往往对缺乏互动的讲座和形式单一的宣传接受程度不高，参与活动的动力不足；育人成效难以深入、育人效果流于表面。

这种现状的重要根源在于：传统的育人模式过于注重信息的“传递”，而忽视了与用户的“连接”，特别是积极情感的连接。为破解此困境，本研究引入“情感粘性”作为核心研究视角。“情感粘性”的理论渊源可追溯至关系营销与信息系统领域对用户持续行为动因的深入探索。关系营销理论揭示了情感纽带在维系用户长期关系中的核心作用<sup>[4]</sup>；而信息系统领域的元分析研究则通过整合大量实证证据，证实了期望确认模型中“满意度”等变量对持续使用意

2025年第6期

大学图书馆学报

\* 天津市2022年度哲学社会科学规划重点委托项目“基于人文社科学科评价中多源异构数据的学科分类体系研究”(项目编号:TJTQ22-001)和南开大学2024年度教学改革项目“构建‘融合、创新、赋能’的高校大学生数字素养教学新模式”(项目编号:NKJG2024189)研究成果之一。

通讯作者：张蒂，ORCID:0000-0003-3541-2112，邮箱：dizhang@nankai.edu.cn。



愿的关键驱动作用具有稳定的显著性<sup>[5]</sup>。本研究在此跨学科共识基础上进行整合,认为高校图书馆信息文化育人情境下的“情感粘性”是用户基于与图书馆互动中产生的多层次积极体验(如愉悦、归属、认同、成就)所形成的心理依恋与持续参与倾向。信息文化只有附着于积极的情感体验,才能被用户真正悦纳并内化。本文即在此视阈下,试图重构高校图书馆信息文化育人的实践逻辑与路径。

图书馆信息文化育人实践中的“情感粘性”是用户在与图书馆的资源、服务、空间及文化氛围持续互动过程中,基于积极且有意义的情感体验,逐渐形成的一种对图书馆的情感依赖、归属认同及持续参与的行为倾向。本研究通过注入“情感粘性”理念,构建包含愉悦感、信任感、认同感与成就感的“情感粘性”四维框架,系统剖析南开大学图书馆在信息素养教学、文化活动品牌建设、资源服务和空间育人四个维度的实践探索,揭示“情感粘性”在信息文化育人中的生成机制与作用路径,为破解当前育人困境提供了新的理论视角和实践范式。

## 2 高校图书馆信息文化育人的研究与实践现状

### 2.1 信息文化的内涵及育人实践

2023年10月28日至29日,北京大学图书馆举办“纪念北京大学图书馆建馆125周年·图书馆引领的信息文化国际学术研讨会”。“图书馆引领的文化建设”是此次会议的重要议题。围绕高校图书馆信息文化建设,多位学者提出了真知灼见。关于信息文化的内涵,北京大学图书馆馆长陈建龙指出,信息文化是指“信息化生态中增进信息流动和人类幸福的智力成果”,图书馆通过集成多形态的信息及其场所和空间,成为承载人类文化的精神家园。中国科学技术信息研究所所长赵志耘认为信息文化是物质文化、制度文化、精神文化的综合体<sup>[6]</sup>。关于信息文化助力育人的功能,华中师范大学信息管理学院院长李玉海提出图书馆信息文化可以充分发挥其映射功能、传播功能、交流功能、渗透功能和开放功能<sup>[7]</sup>,以满足人才培养过程中的信息需求。这些观点不仅明晰了信息文化的特质,也进一步彰显了高校图书馆信息文化育人的重要意义和作用。基于信息文化的理念基础,许多高校图书馆开展了丰富的实践:其中既有湘潭大学图书馆融合知识传授、能力培养、价值引领和品格塑造四位一体,探索出润物细

无声式的文化育人实践体系<sup>[8]</sup>;也有厦门大学图书馆找准志愿服务与育人结合点,开展诸如“汉语角”“TALK沙龙”“高数、经济学答疑”等颇有特色的志愿服务,推动“三全育人”的实践案例<sup>[9]</sup>;以及复旦大学图书馆挖掘红色特藏文献,打造思政教育与党史教育阵地,通过红色特藏所蕴含的红色元素潜移默化地感染学生心灵的实践路径<sup>[10]</sup>。总体而言,图书馆信息文化育人工作集中体现在资源建设、文化推广、志愿活动组织和特色文化空间建设<sup>[11]</sup>四个方面,全国多家图书馆的实践探索为育人活动的深入提供了可借鉴的案例。

### 2.2 现实困境及原因剖析

信息文化育人效果是高校图书馆实现服务育人职能的重要标尺。一些学者应用不同方法对此进行了科学的考察:李沂蒙从学生视角出发,对天津市高校图书馆文化育人服务现状及需求进行了调研与分析,结果显示目前高校图书馆所开展的文化育人效果并不尽如人意,存在学生关注度不够、参与度不高、满意度低等问题<sup>[12]</sup>。该项调研结果比较真实地反映了图书馆信息文化育人的现实困境:首先是“供需错位”,作为“供给方”的图书馆虽然不断增加信息文化活动的数量,但作为“需求方”的学生对于活动的参与度较低,甚至存在被动参与的现象;其次是育人效果难以深化,多数活动仅停留在信息的“传递”或技能的“输出”层面,难以触及学生的情感认同和内在应用动机,育人效果的持续性无法延伸。一些研究<sup>[13-15]</sup>从优化资源、改善空间环境等“硬件”角度提出对策,但却普遍忽视了育人成效得以持续和深化的情感基础,导致信息文化育人实践活动得不到学生的共鸣,育人目标难以实现。由此,引入新的理念和视角来解决高校图书馆信息文化育人的现实困境势在必行。

## 3 “情感粘性”:高校图书馆信息文化育人的新视角

### 3.1 图书情报领域中的“用户粘性”研究

用户粘性的概念被广泛应用于商业、在线教育、虚拟社区等领域。例如,在电子商务领域,用户粘性通常被当成是衡量顾客对电子零售商忠诚度的指标<sup>[16]</sup>;在虚拟社区中,它被定义为愿意为发表评论花费的时间以及愿意在社区中浏览停留的时间<sup>[17]</sup>;在学习平台/社区,用户粘性一般用来代表用户持续使用学习平台的意愿<sup>[18]</sup>。在图书情报学研究中,用



户粘性或持续使用意愿/行为,已被公认为是衡量数字时代图书馆服务质量的关键指标<sup>[19]</sup>。数字时代,对“用户粘性”的研究已从早期单纯引入商业或信息系统领域的重要概念,发展到针对具体服务场景的实证分析和应用<sup>[20-21]</sup>,其核心议题更多聚焦于如何吸引用户持续使用学术数据库、数字图书馆、移动图书馆APP、图书馆微信公众号等图书馆资源和线上服务等。值得注意的是,近期的研究呈现出从“功能导向”向“体验导向”的深刻转变。一些关于移动图书馆或移动社交平台用户体验的研究中,学者们开始在传统的系统功能性因素(如易用性、有用性)之外,引入感知价值、满意度等情感性因素,以更全面地探究用户持续使用意愿的形成机制。例如,针对移动社交平台的研究表明,用户的情感感知作为关键的中介变量,对平台功能、交互与用户体验之间的关系调节作用显著<sup>[22]</sup>。其研究模型表明,功能与交互特性必须通过激发用户的情感感知(如趣味性、互动性、成就感),才能最终影响用户体验。这意味着,平台的功能设计必须通过激发用户积极的情感反应,才能有效提升用户粘性。同样,针对移动图书馆的实证研究揭示,其系统质量、服务质量和信息质量通过感知价值和满意度进而对用户持续使用意愿产生显著正向影响<sup>[23]</sup>。随着研究的深入,学界共识日益清晰:无论是信息服务还是社交平台,都必须超越基础功能,深入关注用户的主观心理感受(如价值感、满意度、情感体验),这些是形成用户忠诚和良好体验、提高用户粘性的关键。由此可见,如何形成并固化用户与图书馆服务之间的积极情感纽带,对情感驱动下的用户粘性的研究亟待深入。于此背景下,本文引入“情感粘性”概念,旨在为高校图书馆履行信息文化育人职能提供新的视角。

### 3.2 “情感粘性”的内涵与维度构建

#### 3.2.1 “情感粘性”的内涵

根据前文的讨论,用户在与品牌或社群互动过程中形成的“情感粘性”是因情感共鸣而形成的依赖感和忠诚度。这种粘性不仅基于产品的功能,更基于用户的情感体验和情感连接。于此,本文将图书馆情境中的“情感粘性”界定为:用户在与图书馆的资源、服务、空间及文化氛围进行持续互动过程中,基于积极且有意义的情感体验,逐渐形成的一种对图书馆的情感依赖、归属认同及持续参与的行为倾向。此定义蕴含三个关键层面的内容:“情感粘性”

始于高质量互动情境下的“持续互动与积极体验”,其核心是超越简单工具性需求的“情感依赖与归属认同”,其结果是形成“持续参与的行为倾向”。

#### 3.2.2 “情感粘性”的四维框架

“情感粘性”本质上是用户基于积极情感体验而产生的情感依恋与持续参与倾向。然而,这一抽象概念若要有效指导实践,则需将其转化为具体的、可培育的维度——即回答“我们需要激发用户的哪些具体情感”。源于对人类普遍情感需求理论的追溯,借鉴马斯洛需求层次理论,得以归纳出驱动个体产生深度参与和内在动机的核心情感要素:愉悦、信任、认同或归属、成就感。结合高校图书馆信息文化育人的使命,本研究对上述普遍性情感维度进行聚焦与重塑,构建了包含愉悦感、信任感、认同感与成就感的“情感粘性”四维框架。

(1)愉悦感:愉悦感源于诺曼的“情感化设计”理论<sup>[24]</sup>,强调设计中的情感因素,分为本能层、行为层和反思层。其中,本能层关注用户对产品的第一印象,包括外观、色彩和材质等视觉元素;行为层关注产品的功能性和易用性,并提供愉悦的操作体验;反思层关注用户在使用产品后的思考和评价,产生认同感和归属感。本文认为“情感粘性”四维框架中的愉悦感指用户在与图书馆交互过程中直接触发的积极情绪反应,如感到有趣、舒适、便捷和满足,它是情感连接中最直接、最基础的层面。

(2)信任感:在本文构建的“情感粘性”四维框架中,信任感是连接表层情感吸引与深层价值认同的核心心理枢纽。它并非泛泛的好感,而是用户在与图书馆的资源、服务及馆员持续互动中,基于理性评估和积极体验所形成的、对其可靠性、专业性与善意的坚定信念。

(3)认同感:基于组织认同理论,认同感是用户对图书馆所倡导的价值观、文化氛围及使命产生深度的认可和接纳,是个体通过群体成员身份获取自我价值的过程。它标志着用户从“使用”图书馆升华“认同”图书馆。认同感的产生,有时始于归属感。马斯洛的“社交需求”说明了人需要归属,而泰弗尔的社会认同理论则进一步揭示了归属感产生的心理机制:个体通过分类、认同、比较,将自己归属于某个群体,并从该群体成员身份中获得自尊和价值感<sup>[25]</sup>。归属感建立在愉悦体验的基础上,并随着用户在图书馆社群中持续的参与和互动,逐步找到自身位置



而得以确立。这种归属感不仅显著增强了用户的参与意愿和忠诚度,使“情感粘性”更加稳固,也为更高层次的认同感奠定基础。因此,在“情感粘性”框架中,认同感和归属感可同时并存于同一维度,无需做出清晰的区分。

(4) 成就感:在本框架中,成就感是驱动用户形成深层“情感粘性”的核心动力。它源于自我决定理论(Self-Determination Theory,SDT)所强调的“胜任需求”<sup>[26]</sup>。具体表现为,当用户通过利用图书馆的资源与服务,在知识获取、能力提升或个人成长方面获得可见的进步与成果时,所产生的强烈积极体验。这种基于自我实现的成就感,能够激发稳定的内在动机,推动用户的参与行为由外部引导转化为内在驱动,从而形成最牢固的“情感粘性”,并成为持续参与图书馆活动的深层动力。

这一框架不仅明晰了“情感粘性”的构成维度,更揭示了其内在的递进逻辑:愉悦感是建立连接的起点,信任感是深化关系的枢纽,认同感或归属感是实现价值内化的关键,而成就感则是维持长期粘性的深层动力。四者共同构成一个从浅层情感到深度忠诚的完整心理演进链条。

### 3.2.3 “情感粘性”与“功能性粘性”的关系

需要明确的是,本研究所构建的“情感粘性”模型,其建构依赖于一个重要前提——图书馆服务的“功能有用性”,即资源、系统和服务必须是高效、可靠并能满足用户基本需求的。“功能性粘性”源于用户理性的成本效益分析,当图书馆的资源、服务、系统被用户感知为高效、可靠、能解决其实际问题时,用户会产生持续使用的行为倾向。然而这种类似工具性的依赖关系往往较为“脆弱”,一旦出现更便捷、更强大的替代方案,用户迁移的可能性较大,因此“功能性粘性”难以形成忠诚度。本文聚焦的“情感粘性”——包括愉悦感、信任感、认同感和成就感——是在“功能性粘性”基础之上升华出的更高层次的情感体验和心理依恋。综上所述,“功能性粘性”以及在此基础上培育出的“情感粘性”,共同构成了一个从“使用”到“喜爱”,进而发展为“信任”再到“认同”,最终形成“忠诚”的递进关系。图1是本研究中“情感粘性”的形成框架。该框架是一个三层递进模型,用于解释“情感粘性”的生成机制:“基础层”以“功能的有用性”为核心,强调服务或产品必须首先满足用户的基本功能需求,这是“情感粘性”产

生的前提。“情感层”是在功能有用性基础上,通过激发四种关键情感(愉悦感、信任感、认同感/归属感、成就感)来催化及支持用户的情感连接,推动粘性从“工具性使用”向“情感性依赖”转化。“目标层”是情感体验经过深化后,最终形成“稳固的情感粘性”,表现为用户的持续参与和忠诚。

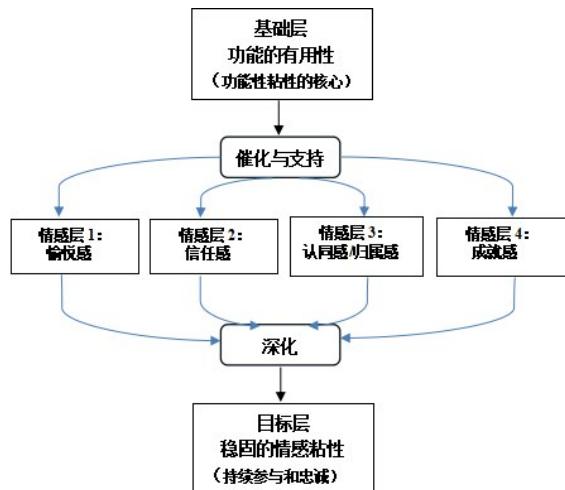


图1 “情感粘性”的形成框架

## 4 “情感粘性”视阈下南开大学图书馆信息文化育人的实践探索

### 4.1 教学育人——构建以信任感与成就感驱动的信息素养教学体系

信息素养课程教育是高校图书馆实现信息文化育人职能最直接、最核心的路径。南开大学图书馆开设的“信息素养与信息资源检索”课程是面向全校本科生的一门通识选修课,承担着普及信息素养知识,进行信息素养教育的职能,是提升大学生终身学习能力的重要课程<sup>[27]</sup>。课程共计2学分,34学时,教学时长为期17周,每学期于津南和八里台两校区各开设一个教学班,由图书馆信息素养教学团队承担教学任务。近三年来,教学团队根据数智化环境的变化,积极回应人工智能技术的快速发展,重新修订了教学工作细则,完善了教学大纲,融入了数字素养教学内容,积极探索将“人工智能赋能学术研究”确立为重要教学模块之一。该模块指导学生挖掘学术数据库中集成的AI功能,还专门探讨了学术场景下的AI伦理原则。教学实践表明,这一内容革新显著提升了课程的时效性与吸引力,成为激发学生课堂互动与学习兴趣的重要触点,不仅有效提升了学



生的AI素养,更在协同探索中提升了选课学生对教学团队的专业信任感,为“情感粘性”的培育注入了新的时代内涵。同时,课程通过馆史、校史的知识融入,积极培育大学生爱馆爱校情怀。该课程轻松的授课风格以及新颖的教学案例,深受学生喜爱,选课人数连创新高。据统计,2019至2023年共有724人选修了该门课程,其中2023年选课人数达213人,接近课程选课人数上限(240人)。每个学期,教

学团队都会开展对选课学生的调研,收集教学反馈,提升教学效能。通过深入剖析学生反馈,研究发现,课程的成功不仅在于知识传授和信息素养能力的培养,更在于通过教学互动激发了多层次的积极情感体验,成为培育学生“情感粘性”的实践典范。表1展示的是“情感粘性”四维框架在课程中的递进体现。

表1 “情感粘性”四维框架在南开大学信息素养课程中的递进体现

“情感粘性”维度	核心内涵	课程教学中的具体体现 (学生反馈)	在“情感粘性”框架中的作用
愉悦感	服务带来的直接、表层的积极情绪反应,如亲切、有趣、受尊重等	氛围亲切:“老师和学生同步做检索实践,很亲切”“课堂氛围很好,提高了学习兴趣” 教学包容:“老师总是手把手地教学,从来没有看不起任何一个学得慢的同学”	“情感粘性”建立的起点,亲切的教学氛围带来的愉悦感,是建立一切深度连接的情感起点,为后续环节奠定基础
信任感	基于可靠、有用的经历,对服务提供方产生的理性信赖和依赖	内容可靠:“是我选修的通识课中最不水的课程”“关于数据库平台中AI功能的讲授很新颖” 方法得当:“课前五分钟的竞赛式检索练习太给力了,感觉检索技能提升很快” 价值实用:“内容基础,但很有用”“学到了很多别人认为是常识实际上没人会教的知识”	关系深化的枢纽:愉悦感让学生愿意尝试,而“有用”和“可靠”的互动则建立起坚实的信任,使情感体验从“喜欢”变为“信赖”
认同感	对服务所倡导的价值观、文化理念产生内在的认可和欣赏,形成了价值上的共鸣	产生共鸣:“对馆史的讲解,真的很感动,对图书馆的了解更深入了” 价值内化:“以前认为数据库就是CNKI,通过老师的讲解仿佛打开了信息检索世界的大门”“培养了批判性思维和创新能力”“信息辨别的意识和能力在现在的社会环境下真的太重要了”	产生情感的升华:在信任的基础上,学生超越了技能学习本身,开始认同课程所传递的学术精神与高阶思维,实现了从“技能”到“赋能”的飞跃
成就感	通过使用服务,在知识、能力上获得切实收获,实现了自我价值	能力验证与提升:“课上学的检索方法,我用到其他课程论文撰写过程,果然很有效”“课程展示时的检索案例很有意义,我把它用在大学生创业大赛中了” 深度参与:“老师在课上介绍的图书馆资源、服务都很棒,尤其是各种数据库竞赛和读书打卡活动,课程结束后,我还参加了多项图书馆的其他活动”	形成“情感粘性”,激励深度参与;成就感是信任感和认同感带来的最终回报,这种“学有所成”的自我实现感,是形成长期忠诚的最强动力,并激励用户开始新一轮的深度参与

南开大学图书馆“信息素养与信息资源检索”课程的实践,诠释了以“信任感”与“成就感”驱动的育人模式的有效性。这一模式不限于技能传授,更构建了“愉悦感→信任感→认同感→成就感”的完整“情感粘性”链条。课程以亲切愉悦的氛围为起点,以扎实可靠的教学内容建立信任,进而引导学生认同深度检索与批判性思维的价值,最终通过学以致用的实践环节兑现成就感。在这一过程中,“信任感”确保了教育内容的深度,而“成就感”则

提供了持续学习和参与图书馆活动的内在动力,二者共同构成了信息文化育人的核心,更为高校图书馆从“知识供给者”向“成长赋能者”的转型提供了有益的实践范式。这一实践表明,将教学重心从“知识传递”转向“情感连接”与“能力赋能”,是提升育人实效的关键路径。

#### 4.2 文化活动育人——打造“丽泽”阅读文化品牌

“丽泽”是南开大学图书馆打造的文化与阅读推广品牌,该名称取自馆藏出版年代最早的古籍《丽泽



论说集录》，蕴含着“朋友之间相互切磋、教学相长”的深刻文化内涵。图书馆通过系统化运营，将“丽泽”从单一的活动名称提升为具有情感号召力的文化IP，围绕其开展了丽泽讲堂、师生共读、真人图书馆、丽泽悦享、学科荐书、教师荐读、文化展览等各类“丽泽”品牌阅读文化活动，累计举办200余场次。

其中，创办于2019年的“丽泽讲堂”，是南开大学图书馆“丽泽”阅读文化品牌活动之一，每期邀请文化大家、知名专家学者分享阅读经历和人文智慧、艺术创作，在与师生的深度对话中启迪思想，并潜移默化地开展爱国主义教育。以“丽泽”阅读文化活动为基础，图书馆还开设了“名家读经典”通识选修课程，发挥学生主体作用，采取互动式、启发式、交流式教学，引导学生树立家国情怀，增进爱国情感，构建新型课程思政育人模式。“丽泽悦享”主题定制活动则根据学校不同学院、部门、组织的需求，定制更有针对性的阅读文化活动。“真人图书馆”活动邀请

“有故事”的讲述者向师生分享他们独特的人生经历与生活经验，旨在“以人为书”，实现“借阅人生”。此外，图书馆还充分发挥学生主观能动性，推出“主题图书策展人”活动，邀请学生独立自主策划举办主题书展，同时指导支持学生社团“丽泽读书协会”组织开展寒假读书打卡、主题团日等活动，通过读书会等形式，形成互学氛围，引导学生感受阅读乐趣，充实课余生活，养成常读书，勤思考的好习惯<sup>[28]</sup>。

“丽泽”品牌从一个文化符号演进为一套体系化的阅读推广生态系统。通过提供多层次、渐进式的情感体验，持续浸润用户认知，系统性地培育稳固的“情感粘性”，最终实现育人效果的深化与内化。该体系从广度层、互动层、赋能层三个环环相扣的层次，共同构成了一个“情感粘性”逐渐增强的良性循环。表2展示了“丽泽”文化品牌活动的层次体系与“情感粘性”培育路径。

表2 “丽泽”文化品牌活动的层次体系与“情感粘性”培育路径

文化活动层次	核心目标	代表性活动举例	培育的情感粘性维度	作用机制与情感体验
吸引层	扩大影响面，建立认知：通过高品质、权威性的内容，建立品牌初建阶段的积极情感，扩大覆盖面	丽泽讲堂：名家学者的高端讲座 “名家读经典”通识课：深度导读	愉悦感 信任感	通过高水平的文化体验，满足用户的阅读与认知愉悦。建立用户对品牌专业性与权威性的理性信任，构成情感连接的坚实基础
互动层	强化互动，营造归属感：通过朋辈引领与社群互动，将用户从孤立个体转化为有归属感的社群成员，强化情感纽带	师生共读/真人图书馆：深度的交流与思想碰撞 丽泽读书协会：有归属感的学生互动社区	认同感	通过深度互动，用户在共享经历和价值观的过程中找到群体归属感。在聆听榜样故事、朋辈互学中，对“丽泽”倡导的爱国精神等核心价值观产生情感认同
赋能层	价值内化，主动共创：通过鼓励学生发挥主观能动性，使用户从“参与者”转变为“创造者”，实现“情感粘性”的内化与升华	主题图书策展人计划；支持学生社团自主策划主题活动：主动权交予学生，使其在策划、创造的过程中获得成就感	认同感 成就感	通过使用户深度内化图书馆的育人理念，从情感上真正认同自己是文化建设的参与者而非旁观者，形成最牢固的情感忠诚

“丽泽”品牌的成功，源于它并非活动的简单堆砌，而是遵循了一条清晰的情感培育路径：通过“广度吸引”建立初识好感与信任，通过“深度互动”营造社群归属，最终通过“高度赋能”实现价值认同与自我成就。值得关注的是，“丽泽”品牌正不断开拓育人新场域，尤其注重将数字人文理念与技术注入品牌内核。2020年6月，南开大学图书馆获批“国家级古籍修复技艺传习中心南开大学传习所”。以此

为契机，丽泽大讲堂邀请专家讲授古籍鉴赏与保护<sup>[29]</sup>，并组织学生参与线下古籍修护活动<sup>[30]</sup>。这使“丽泽”从一个汲取古籍智慧命名的活动品牌，演进为一个反哺自身文化根源的实践平台，赋予“朋友切磋、教学相长”精神的生动体现，也为数字人文实践提供了坚实基础。正是通过从浅层吸引到深度赋能、从活动创新到文化反哺的路径，“丽泽”成为一个能持续激发情感、凝聚认同的文化IP。“丽泽”品牌



的体系化构建,显著提升了活动吸引力和用户参与忠诚度,为育人工作创造了更为有利的条件。其中,“主题图书策展人”等项目的成功尤其表明:未来的育人实践应更多地向“赋能式”和“共创式”模式倾斜,将育人目标深度融入那些能够激发学生高阶思维和主动创造的任务中。唯有如此,“情感粘性”才能超越表层地吸引学生参与,真正转化为深刻的育人成效。

#### 4.3 资源建设育人——在“融入式”资源服务中培育信任感与成就感

在传统图书情报研究的观念中,资源建设往往被视为后台工作。然而,在这条图书馆最核心、却也最容易被忽视的育人阵线上,南开大学图书馆致力于将资源服务主动“融入”师生的教学、科研和学习生命周期,力图通过打造“需求响应—精准服务—共创共享”的资源供应链,在满足师生最根本知识需求的过程中,潜移默化培育以信任感与成就感为核心的“情感粘性”。

其中,在原有的资源荐购、电子资源推荐、专业书展以及院系师生参与的图书“云选购”基础上,2025年南开大学图书馆进一步开展了两项“融入

式”资源服务项目,分别是“新书市集”和“新书直邮”。“新书市集”是南开大学图书馆创办的中文图书借购服务的品牌活动,以“资源+服务”为理念,旨在快速满足读者个性化文献需求,提升读者服务体验,丰富图书馆馆藏。活动根据不同校区学科设置,展出近一年出版的最新图书,图书品种丰富,兼具学术性和普及性。读者在“新书市集”上可现场办理借阅手续,实现“立等可取”,极大缩短了新书获取时间。“新书直邮”是南开大学图书馆推出的图书借购服务,读者可以通过PDA图书平台在线选购图书,经馆内查重审核通过后,图书将直接快递到读者手中,读者在规定借期内归还到馆即可。这两项服务自推出以来,受到师生读者的广泛好评,有效激发了读者纸质阅读兴趣,营造了浓厚的校园阅读氛围,有力助推书香校园建设,涵养书香文化。

这些活动将资源建设服务从被动的“资源供给”转变为主动的、融入用户环境的“知识赋能”,是“资源育人”最具潜力的组成部分。若从“情感粘性”的视角审视,这些看似分散的资源建设服务“点”,已经串联成一条清晰的“育人主线”。表3展示了“融入式”资源服务体系及其“情感粘性”生成路径。

表3 “融入式”资源服务体系及其“情感粘性”生成路径

服务体系及层级	代表性活动示例	“情感粘性”维度	作用机制与情感体验分析
需求响应 (读者发起,图书馆响应)	读者/院系主导的资源荐购	信任感 愉悦感	当师生的推荐被图书馆采纳并采购时,他们因“被倾听、被尊重”而产生愉悦感,并由此建立起对图书馆乐于响应其需求的善意信任
精准服务 (图书馆依据专业能力发起, 满足潜在需求)	新书直邮;专业主题书展; 电子资源推荐;学科馆员 推荐书目/专题书单	信任感 成就感	当师生持续获得所需要的资源推荐时,会对图书馆的专业能力产生高度信任。这种“精准且主动的服务”极大提升了其研究效率,带来显著的能力增益感(成就感)
共创共享 (共建共享,知识增值)	新书市集; 新书对谈	成就感 认同感	将新书从静态的“馆藏”变为动态的“即时阅读”,激活阅读氛围,创造交流场景。在沙龙中分享见解,用户从中获得知识影响力成就感,并在交流中产生认同感

由此可见,资源育人的主线并非依赖直接说教,表3揭示的,正是一种“服务即育人,体验即成长”的理念。图书馆在满足师生知识需求这一根本诉求的同时,潜移默化地传递了信息的判断力、学术资源的发展脉络以及知识共享的价值。在这一过程中,从初步建立信任,到通过精准服务转化为深度依赖,最终在交流共享中实现价值升华。这种基于信任感(相信图书馆的专业能力)和成就感(因图书馆的服

务而提升研究效率)的“情感粘性”,虽不显于言表,却因其深度契合用户的核心需求而尤为牢固和持久,是图书馆履行“服务育人”职能最基础、也最深刻的路径之一。它将宏大的育人目标,分解并融入每一次资源推荐、每一场交流活动之中,通过持续、正向的情感体验来潜移默化地塑造用户的行为习惯与价值认同,是一种更深层次、也更具有可持续性的育人范式。



#### 4.4 空间育人——从多元空间支持到价值引领的“情感粘性”培育

高校图书馆的物理空间,是其履行“环境育人”职能最直接、最常态化的载体。南开大学图书馆的空间服务是多维度的:主要包括影音空间、多媒体阅览区、研修间等。其中多媒体阅读区分为学习共享区、创意学习区、高清观影区、音乐小站等,全方位满足读者对各种多媒体设备及资源的使用需求,深受欢迎。为了更好地满足学生不同层次的学习需求,馆内特别设置了静音区和轻音区<sup>[31]</sup>。静音区是为追求极致安静学习环境的读者设立的区域,要求手机静音,禁止交谈,不允许使用有声的鼠标和键盘等电子设备;轻音区是在不影响他人学习的前提下,允

许读者轻声朗读或背书的区域,该区域还贴心为学生配备了阅读架。在硬件支持的基础上,图书馆更注重环境氛围的育人功能。开设“丽泽读书空间”等文化展示区域,通过举办主题书展、文化展览,将空间从“学习场所”升华为“文化殿堂”;积极倡导文明公约,引导学生规范行为、遵守公约,形成文明、有序的公共空间。整体而言,南开大学图书馆的空间育人实践,已形成一个从保障基本秩序到引导公共行为、再到浸润文化价值的整体体系。其核心在于,通过不同层次的空间功能与规则设计,将育人目标深度嵌入用户的场所体验之中,潜移默化地培育用户对图书馆的“情感粘性”。表4为该实践的“情感粘性”构建路径分析。

表4 空间育人实践的“情感粘性”构建路径分析

实践层次及举措	代表性服务示例	“情感粘性”维度	情感体验生成分析
基础保障层: 提供全方位、多层次 的空间支持	精细分区与规则 (静音区/轻音区); 多功能媒体空间支持 (影音空间、多媒体阅览区等)	愉悦感 信任感	通过提供高度稳定、可预期的学习环境,满足深度阅读与思考的需求,这些空间全方位地呼应了读者在数字时代的多元化、个性化学习方式,带来专注的愉悦感并由此建立起对图书馆资源与服务现代化水平的深度信任
行为引导层: 倡导文明公约、 提供设施支持	倡导“文明公约”; 为轻音区提供设施支持 (提供“阅读架”等)	认同感	“文明公约”与配套设施引导用户共建共享。当用户共同维护有序的公共领域时,会产生作为文明共同体一员的归属感,并由此内化对公共规则的认同感
价值引领与赋能层: 文化展示与创新空间	文化展示空间 (丽泽读书空间); 创新支持空间 (创意学习区、研修间)	认同感 成就感	用户在富有美感与思想性的环境中,对倡导的文化价值产生深度认同感。在研修间里与团队完成项目策划、在创意学习区将想法变为现实时,他们收获的是利用图书馆提供的高质量环境与资源所取得的切实成果带来的成功体验。这种自我实现感(成就感),是空间育人能带来的最深层“情感粘性”

南开大学图书馆的空间育人体系构成了一个以满足多元化、高质量学习需求为起点的完整逻辑链条,其深层的育人内涵体现在以下方面。首先,通过提供从静音阅览到协作创新、从传统阅览到数字影音的空间支持,图书馆不仅履行其支持多层次学习活动的核心职能,更在满足用户差异化需求的过程中,培育了用户对图书馆专业能力的全面信任。继而,通过倡导文明公约,图书馆在多元活动环境中引导用户建立公共意识,确保空间的和谐有序。最终,通过打造文化空间与赋能型创新空间,图书馆不仅实现了价值引领,更为用户提供了将知识转化为成果的舞台。学生在利用这些高质量空间完成学术任务、开展创新实践的过程中,所获得的成就感,使其将图书馆视为个人成长不可或缺的“赋能者”,从而

形成了积极的情感依赖。

#### 5 研究结论与启示

南开大学图书馆在资源、空间、服务与文化等维度所构建的综合育人生态,其成效已获得超越校园的广泛认可。2023年教育部“悦读青春”活动授予的“最美图书馆”称号<sup>[32]</sup>,不仅是对其资源、空间、服务与文化的肯定,更从实践层面印证了本研究的核心观点:图书馆能成功营造激发愉悦、信任、认同与成就感的复合环境,培育深厚的“情感粘性”。这标志着以“情感粘性”为内核的育人路径具有显著且可验证的实践成效。基于对南开大学图书馆育人实践的深入剖析,本研究得出如下结论。



### 5.1 “情感粘性”培养的复杂性与长期性

“情感粘性”理论构建的“愉悦感—信任感—认同感—成就感”四维框架,在南开大学图书馆的实践中展现了清晰的路径:体系化的教学建立了专业信任,品牌化的活动营造了文化认同,融入式的资源服务兑现了图书馆的专业能力,多维的空间支持则提供了基础愉悦与归属。该实践表明,通过目标导向的设计,图书馆可以系统性地培育用户的情感连接。然而,“情感粘性”的培育具有复杂性与长期性。近期,南开大学图书馆信息素养教学团队以“图书馆信息文化育人”为主题对选课学生进行了焦点小组调研,调研结果显示:尽管学生在理念上认同“有温度的服务”更重要,但他们对图书馆的首要、最迫切的需求,依然是优质的文献资源、实用的信息素养教学和充足的座位预约——这些最基础、最“硬核”的功能性服务。这一发现表明,“情感粘性”的建立绝非空中楼阁,其最坚实的地基,正是图书馆核心功能持续、稳定且出色的呈现。任何试图绕过“有用”和“可靠”的尝试,都难以奏效。这也正是“情感粘性”培育的艰难所在:它必须建立在坚实的“功能性粘性”之上,而恰恰在本次调研中,本研究进一步发现了构建“情感粘性”的重要意义。调研显示,那些通过“信息素养与信息资源检索”课程真切体验到图书馆“有用”和“可靠”的学生,其所形成的“情感粘性”强烈、持久且具有迁移效应。他们不仅对该门课程给予高度评价,更因建立的深度信任,开始主动关注并参与图书馆举办的各类文化活动,从“丽泽讲堂”到“真人图书馆”,逐渐成为图书馆最忠实的用户。这些学生的行为轨迹,完整印证了“情感粘性”的理想生成模型:从“功能满意”到“信任依赖”,最终升华为“价值认同”与“积极参与”。实践证明,一旦跨过最初的信任门槛,“情感粘性”便转化为驱动用户深度参与的强大内在动力。

### 5.2 育人实践的嵌入场景与组织协同

破解“情感粘性”的“启动”难题,关键在于找到用户愿意尝试的“初始接触点”,由此跨越信任门槛。南开大学图书馆的实践表明,图书馆实现从“坐等服务”转向“主动融入”的转变,其核心在于两大策略:深度嵌入用户场景与积极构建系统协同。首先,主动嵌入用户的学习与成长场景。“情感粘性”往往始于一次有价值、无负担的接触。图书馆需将优质资源与服务,主动推送至用户最熟悉的场景中。例如,

南开大学图书馆不仅通过提供“阅读架”“留言板”和“置物架”等暖心的精细服务,还通过“嵌入式学科服务”主动融入教学场景,学科馆员将对接院系需求的资源与解决方案,嵌入院系的教学课堂、课题组会、新生入学教育等场景。当学生在核心学习与科研场景中获得图书馆精准而高效的即时支持时,一种基于“可靠”和“有用”的初始信任便自然建立。其次,主动融入学校的协同育人生态。图书馆的育人成效离不开与学校宣传部、学工部、团委及各院系的机制性协同。通过官方平台的活动发布、与学院品牌项目的深度合作、以及微信平台的互相嵌入等,图书馆服务得以借助学生最信赖的平台进行传播,从而更精准、更有效地触达潜在用户。这种协同是图书馆育人工作能够规模化、可持续开展的关键机制保障。

### 5.3 从“全面撒网”到“重点深耕”的育人策略转型

基于上述发现,本研究为高校图书馆育人工作提供三点策略转型的具体方法:(1)策略:从“全面覆盖”转向“重点突破”。与其追求活动数量,不如集中优势资源,打造诸如“信息素养课程”的优质育人体系。确保核心服务能做到极致,使学生能真切感受到“学有所得、用有所效”,以此作为建立初始信任和成就感的起点。(2)路径:将情感进行有效转移。将已获得学生高度信任的服务(如信息素养课)作为“信任源头”,有意识地将信任感引入到其他育人活动中。例如,由该课程的授课老师推荐“丽泽”活动,其效果将优于常规宣传。(3)原则:保持对构建“情感粘性”的耐心,从基础做起。“情感粘性”的培育无法一蹴而就,图书馆从业者需要具备持续的耐心,坚持“做好基础服务,打造精品项目”,逐步将更多用户从“功能使用者”转化为“情感认同者”。

### 5.4 构建“数据—体验”双驱动的评估体系

信息文化育人的成效,本质上是用户内在情感与行为的深刻转变,其评估的难点也正在于此——它无法被简单的参与人次、资源下载量等传统指标所衡量。如何科学、有效地评估“情感体验”这一内在状态,成为评价育人实效的关键挑战。对此,南开大学图书馆正致力于从传统的经验总结,向“数据—体验”双驱动的评估模式演进。其核心在于,通过“客观行为数据”与“主观情感体验”的互补性洞察,贯彻“评估—反馈—优化”的指导思想,将“情感粘性”转化为可测量、可优化、可持续的实践指针。目前,南开大学图书馆以“信息素养教学”为基点积极



开展评估实践。在数据层面,通过课程问卷系统追踪选课人数、到课率、作业提交与成绩分布等客观指标。在体验层面,每学期通过结构化问卷,系统收集学生对课程价值、教学互动及“愉悦、信任、归属、成就”等多维情感体验的量化与质性反馈,并辅以“焦点小组访谈”进行深度归因分析。这套机制有助于动态调整教学策略,并初步验证了“情感粘性”四维框架在育人场景中的解释力。在课程评估基础上,南开大学图书馆正力图将“数据—体验”评价框架,拓展至其他关键育人场景。例如,在“丽泽”品牌活动后收集即时情感反馈问卷;在嵌入式学科服务后,追踪后续产生的深度咨询量与学科资源应用的动态变化。未来,南开大学图书馆计划探索与学工、教务等部门的深度协同,尝试在更长的时间维度上,关联学生的图书馆参与数据与其学业发展、创新实践等长期表现,将图书馆的服务深度融入学校人才培养体系,实现从“服务提供”到“共创成长”的跃升。这一评估体系的构建,是渐进、迭代的过程,它首先聚焦核心育人课堂,逐步向更广泛的育人场景扩展,并最终实现与学校育人体系的深度融合。

## 6 结语

高校图书馆的信息文化育人工作,本质上是一场关于互动与内化的深刻实践。本文的研究案例表明,高校图书馆的信息文化育人是一项“始于功能,成于情感”的精细工作,有效的育人不是单向的知识灌输,而是建立在真诚服务基础上的情感共鸣。当图书馆超越传统信息资源库角色,通过每一次用心的服务接触、每一个精心设计的互动场景,让学生感受到被尊重、被赋能的价值体验时,文化育人便能水到渠成。未来的图书馆育人工作,贵在服务的真诚和赋能,需要的不仅是资源的丰富和活动的多样,更离不开“以用户为中心”的服务理念。唯有如此,信息文化才能真正融入学生的成长轨迹,实现“润物细无声”的育人境界。

2025年第6期

## 参考文献

- 1 教育部.教育部关于印发《普通高等学校图书馆规程》的通知 [EB/OL].[2025-10-20]. [http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe\\_736/s3886/201601/t20160120\\_228487.html](http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe_736/s3886/201601/t20160120_228487.html).
- 2 陈建龙,邵燕,张慧丽,等.大学图书馆现代化的前沿课题和时代命题——《大学图书馆现代化指南针报告》解读[J].中国图书馆学报,2022,48(1):17-28.
- 3 陈建龙.大学图书馆的本来、外来和未来——以北京大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2018,36(6):7-12.
- 4 Batra R, Ahuvia A, Bagozzi R P. Brand Love[J]. Journal of Marketing, 2012,76(2): 1-16.
- 5 韩啸,李洁.基于期望确认的信息系统持续使用模型研究:一项荟萃分析[J].图书情报工作,2018,62(1):54-60.
- 6 刘宇初,张璐,罗文馨.图书馆引领的信息文化——纪念北京大学图书馆建馆 125 周年国际学术研讨会综述[J].大学图书馆学报,2023,41(6):42-49.
- 7 李玉海,谢倩,王常珏.信息文化助力高校图书馆服务育人的思考[J].大学图书馆学报,2023, 41 (6): 36-41.
- 8 贾蛟腾,张康.新时代高校图书馆文化育人:价值意蕴、理论内涵、实践体系和关键路径[J].大学图书馆学报,2024,42(5):27-36.
- 9 张晓静,邵剑彬.“三全育人”视域下高校图书馆志愿服务再思考——以厦门大学图书馆为例[J].图书馆工作与研究,2020(5):113-117.
- 10 王乐.高校红色专题特藏的价值挖掘——以复旦大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2022,40(1):97-101,114.
- 11 黄颖,杨贺晴,李双鑫.高校图书馆文化育人工作实践探索与启示——以东北师范大学具体实践为例[J].图书馆理论与实践,2023(6):1-7.
- 12 李沂蒙.学生视角下高校图书馆文化育人服务现状及对策研究——以天津高校图书馆为例[J].大学图书馆学报,2021,39 (6):56-61.
- 13 初源莉.空间再造背景下高校图书馆资源和服务融合共建探究[J].图书馆研究,2021,51(3):34-39.
- 14 史艳芬.国内高校图书馆空间再造现状调查及关键要素分析[J].图书馆,2020(5):81-86.
- 15 赵宁.以创新人才培养为导向探讨高校图书馆特色空间再造[J].文化创新比较研究,2025,9(12):82-86.
- 16 陈君,张曾超.慕课平台用户黏性的驱动因素研究——沉浸体验视角[J].开放学习研究,2019,24(1):45-51,59.
- 17 Lin L, Hu J-H, Sheng O R L, et al. Is stickiness profitable for electronic retailers? [J]. Communications of the ACM, 2010, 53(3):132-136.
- 18 Luo N, Zhang M L, Qi D. Effects of different interactions on students' sense of community in E-learning environment[J]. Computers & Education, 2017(115):153-160.
- 19 Bhattacherjee, A. Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model[J]. MIS Quarterly, 2001,25(3):351-370.
- 20 周恺杰.大数据时代公共图书馆强化读者粘性策略分析[J].科学决策,2023(12):164-172.
- 21 姚松廷.高校图书馆微信公众号用户粘性研究[D].哈尔滨:黑龙江大学,2023.
- 22 陈娟,钟雨露,邓胜利.移动社交平台用户体验的影响因素分析与实证——以微信为例[J].情报理论与实践,2016,39(1):95-99,75.
- 23 文学国,梁冉,夏轶群.移动图书馆用户持续使用意愿影响因素



- [J]. 信息与管理研究,2023,8(1):50—63,74.
- 24 诺曼. 情感化设计[M]. 付秋芳, 程进三,译. 北京:电子工业出版社, 2005:84—86.
- 25 亨利·泰弗尔. 社会认同论:人类群体与社会范畴[M]. 蒋谦, 毕竟文,译. 北京:中国人民大学出版社, 2025:41—55.
- 26 赵燕梅,张正堂,刘宁,等. 自我决定理论的新发展述评[J]. 管理学报,2016,13(7):1095—1104.
- 27 南开大学图书馆. 用户教育一通识选修课《信息素养与信息资源检索》课程介绍[EB/OL]. [2025—10—25]. <https://lib.nankai.edu.cn/gcxxkwxxsyxyxjsw/list.htm>.
- 28 南开大学图书馆. 文化育人—文化推广—这些主题阅读推广活动,让爱国主义情怀厚植南开园[EB/OL]. [2025—10—25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/iZFrFwBUR74VOcKduc870w>.
- 29 南开大学图书馆. 南开读书节—姚伯岳教授做客“丽泽讲堂”谈古籍鉴赏与保护[EB/OL]. [2025—10—25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/ztY9F4Fmnlje8MwHpNGQw>.
- 30 南开大学图书馆. 让古籍与学生“零距离”——走进全国高校“最美图书馆”南开大学图书馆[EB/OL]. [2025—10—25].
- [https://mp.weixin.qq.com/s/m3QLdcUjKYybVBfho5\\_XTQ](https://mp.weixin.qq.com/s/m3QLdcUjKYybVBfho5_XTQ).
- 31 南开大学图书馆. 【南开读书节】深度静音阅览区即将开启 敬请期待[EB/OL]. [2025—10—25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/PLURUyXMySrbM2FRKZNKlw>.
- 32 南开大学图书馆. 南开大学图书馆获评全国高校“最美图书馆”[EB/OL]. [2025—10—25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/M7PE4H5s3BQJeZELT8ui4Q>.

作者贡献说明:

韩召颖:提出选题与研究思路,确定研究方法与论文框架,论文修改

与定稿

张蒂:资料收集,文献调研,论文撰写与修改

作者单位:南开大学图书馆,天津,300071

收稿日期:2025年10月31日

修回日期:2025年11月12日

(责任编辑:王菲)

## Information Culture Cultivation in Academic Libraries from the Perspective of Emotional Stickiness

— A Case Study of Nankai University Library

HAN Zhaoying ZHANG Di

**Abstract:** This study addresses two prominent challenges in information culture cultivation practices in academic libraries: the persistent mismatch between service provision and user demand, and the tendency for educational outcomes to remain superficial or overly formalized. By innovatively introducing the theoretical perspective of emotional stickiness, this study constructs an analytical framework tailored to library-based educational scenarios, aiming to provide both theoretical basis and practical guidance for a paradigm shift from “information transmission” to “emotional connection” in information culture education. This study adopts a research method combining theoretical model construction and case analysis. At the theoretical level, it reviews existing studies on user stickiness in the field of library and information science, and redefines emotional stickiness in the context of library information culture cultivation as a sustained behavioral orientation of users characterized by emotional attachment, a sense of belonging and continued engagement. This orientation emerges through users’ ongoing interactions with the library resources, services, spaces and cultural environments, grounded in positive and meaningful affective experiences. On this basis, it constructs an emotional stickiness analysis framework including four progressive dimensions, comprising pleasure, trust, identification and achievement. It also clarifies its supportive yet transcendent relationship with functional stickiness. At the empirical level, this study selects the integrated education practice of Nankai University Library as a representative case. Through case study analysis, the research systematically examines the educational practices across four core domains: information literacy instruction, the development of branded cultural programs, resources and services provision, and space-based education. The findings elucidate the generative mechanisms and operative pathways through which emotional stickiness is cultivated. The practices of Nankai University

2025年第6期

大学图书馆学报



Library confirm the validity of the proposed emotional stickiness framework and highlight two critical preconditions for its formation: first, emotional stickiness must be firmly rooted in the library core functions—resources, services and spaces—such that robust functional stickiness serves as its foundational substrate; second, a highly trusted “initial contact point” is essential as the source of emotional transfer. Based on empirical insights and theoretical reflections, the study draws three key conclusions. First, enhancing the effectiveness of information culture cultivation in academic libraries essentially requires a strategic shift from functional satisfaction to emotional resonance. Second, the cultivation of emotional stickiness constitutes a complex, long-term and context-dependent systemic endeavor. Third, to scientifically evaluate the effectiveness of emotional education, libraries should establish a dual-driven evaluation system that integrates objective behavioral data with subjective emotional experience, thereby enabling a transition from experience-based reflection to evidence-based optimization. Overall, this study demonstrates that an educational paradigm centered on emotional stickiness not only provides a novel theoretical perspective for understanding the educational mechanism of academic libraries, but also provides a coherent framework, actionable pathways and strategic tools for practitioners. As such, it presents a viable roadmap for addressing supply-demand mismatch and deepening and internalizing the educational impact of information culture initiatives in academic libraries in higher education.

**Keywords:** Information Culture; Emotional Stickiness; Educational Practice; Nankai University Library



## 封面照片简介：四川大学眉山校区图书馆

四川大学眉山校区图书馆建筑面积 46000 余平方米,地上 6 层、地下 1 层,中心区域设有 3300 平方米的庭院景观,馆区配备阅览座位近 2300 个,藏书容量约 150 万册件。作为校园核心标志性建筑,图书馆既深度融合眉山特色地域文化,又延续百卅川大薪火相传的深厚文脉,外观以“文化印章”为核心设计意象,采用学校标志性的锦绣红与典雅灰,直观彰显川大独特的精神气质与文化底蕴。

图书馆内部遵循“以用户需求为中心”的设计理念,兼顾美观性与实用性,从功能规划、空间布局、采光通风、人流动线、噪音控制等核心维度精心设计,通过科学分区、智能设施嵌入、家具适配及文化氛围营造,实现专业化、多样化服务功能的有机整合,打造开放、舒适、高效、融合的一站式学习交流空间。通高 24 米的服务大厅气势恢宏,与四周巧妙划分的功能区域、质感温润的适配家具相得益彰,构建起多功能、多层次的复合空间体系。其中,阅览大厅、单人研习室、多人研讨间、互动智慧教室、实训基地、跨学科交流共享空间、沉浸式学习区、特色文化展区、美育学习体验区、红色文化区、古典文化区、休闲放松区等场景错落分布,依托可变式空间设计、灵活组合的家具配置以及和谐变幻的色彩搭配,全方位满足师生多样化的学习研讨、信息共享与文化交流需求。可控灯架、半透明挡板、半包围阅览桌等为专注研读提供保障。

大面积玻璃幕墙让阅览区域充分接纳自然光源,光线均匀渗透。白日里,百叶卷帘调控柔和的阳光,透过窗户洒在木地板与书桌上,形成错落有致的斑驳光影,尽显惬意氛围;夜幕降临后,室内温暖的灯光与窗外静谧夜色相映成趣,营造出专注沉静的阅读意境,让师生在舒适的环境中沉浸式感受知识的魅力。