



项目编号：2017057

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：经典文献微信阅读推广服务研究——以云南农业大学图书馆微信公众平台为例

项目关键词：经典文献 古诗词 阅读推广 图书馆 微信公众平台

项目单位(盖章)：云南农业大学图书馆

通信地址：(详细地址含邮编) 云南农业大学图书馆 650201

项目主持人：崔湛

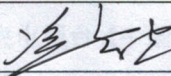
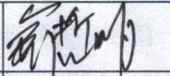
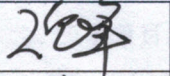
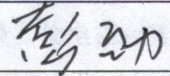
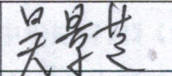
联系电话：13987103401

电子邮件：584110289@QQ.com

提交日期：2018年4月30日

项目结题验收单

1 专家验收表（主持人所在单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	经典文献微信阅读推广服务研究——以云南农业大学图书馆微信公众平台为例				
主持人	崔 湛	职务/职称	馆员		
所在单位	(加盖公章)				
专 家 意 见	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>2018年5月11日上午，在图书馆三楼党员活动室，云南农业大学图书馆教学科研领导小组召开会议，对中国高等教育文献保障系统 CALIS 全国农学文献信息中心研究项目“经典文献微信阅读推广服务研究——以云南农业大学图书馆微信公众平台为例”，对照申请，进行了评审验收。在听取课题组汇报后，经评审专家评议形成了以下意见：</p> <p>该课题利用云南农业大学图书馆微信平台，定期推送经典文献农耕古诗词，通过问卷调查、软件测试分析、访谈、统计分析的研究手段，对云南农业大学读者阅读行为进行研究，该课题研究目的明确，课题按期完成了计划任务，撰写了结题报告和3篇论文（公开发表1篇，待发1篇，已投1篇）。</p> <p>专家组一致同意按期结题，质量等级推荐为：良好。</p> <p style="text-align: right;">云南农业大学图书馆（代章）</p> <p style="text-align: right;">2018年5月11日</p> </div> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;">（如需要可增加页数）</p>				
专家签字					
职务/职称	教授	副教授	讲师	副研	副研

目录

第一章 研究背景、目的及意义.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.1.1 高校图书馆微信阅读推广.....	1
1.1.2 经典古代诗词成为热点.....	1
1.1.3 目前微信阅读推广与农耕古诗词相关研究综述.....	2
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究意义.....	3
第二章 研究内容、思路及创新点.....	3
2.1 研究内容.....	3
2.2 研究思路.....	4
2.3 研究创新点.....	4
第三章 研究方法、过程及步骤.....	4
3.1 研究方法.....	4
3.1.1 问卷调查法.....	4
3.1.2 文献调查分析法.....	4
3.1.3 软件测试分析.....	5
3.1.4 访谈法.....	5
3.1.5 统计分析法.....	5
3.2 研究过程及步骤.....	5
第四章 研究的结果.....	6
4.1 古代农耕诗词.....	6
4.2 微信阅读推广的特点.....	6
4.2.1 微信具有良好的阅读推广接受度.....	6
4.2.2 微信阅读推广的特点.....	7
4.3 微信阅读推广提高阅读推广工作的技术因素.....	8
4.3.1 微信用户技术体验感好.....	8
4.3.2 微信阅读推广技术及时性强.....	8
4.3.3 微信阅读推广技术交互性高.....	8
4.3.4 微信阅读推广技术参与性强.....	8
4.4 微信阅读推广让阅读推广工作深入的因素.....	9
第五章 研究的思考.....	9
5.1 阅读推广信息行为的思考.....	9
5.2 提升微信阅读推广策略.....	10
5.2.1 做好读者意见收集.....	10
5.2.2 发挥朋友圈扩散性作用.....	10
5.2.3 增强阅读推广参与性.....	11
5.3 创新微信阅读推广融合思考.....	11
参考文献.....	12
支撑材料.....	12
1. 论文.....	12
2. 古代农耕诗词微信（节选）.....	13
3. 调查问卷.....	14

经典文献微信阅读推广服务研究——以云南农业大学图书馆微信公众平台为例

关键词：经典文献 古诗词 阅读推广 图书馆 微信公众平台

崔湛 李艳琼 罗古月 邢宏宇 陈雅雪

罗宏燕 纪元霞 曹克玲 张庆峰

(云南农业大学图书馆 650201)

第一章 研究背景、目的及意义

1.1 研究背景

1.1.1 高校图书馆微信阅读推广

党的十八大报告明确提出“开展全民阅读活动”，“十三五”规划倡导全民阅读，国家政府提倡全民阅读，阅读推广遇到发展的机遇。阅读推广是图书馆及社会相关方面为培养读者阅读习惯，激发读者阅读兴趣，提升读者阅读水平，进而促进全民阅读所从事的一切工作的总称。^[1]高等学校图书馆通过阅读推广，读者可以学习文化、分享知识、传承文明，提高自身的素质。本图书馆从基于纸质阅读的阅读推广方式，随着技术的发展阅读推广媒介逐渐数字化，云南农业大学图书馆进入数字化阅读推广，由最初提供图书馆网站阅读推广，到 X 星手机图书馆 App 应用提供 App 客户端阅读推广，2014 年本馆开通微信公众号，微信公众平台逐渐被用于阅读推广工作，经过 3 年时间微信公众平台开展阅读推广取得了发展。

我国高校图书馆开展的数字化阅读推广主要是这三种方式，网站阅读推广方式是通过图书馆网站，以网页发布的形式，提供图书馆网站阅读推广相关信息服务方式，内容较丰富，是我国高校数字化阅读推广运用最早最广泛的阅读推广方式。手机图书馆 APP 应用（APP 客户端）阅读推广，手机终端方便携带，是继网站后的又一种阅读推广方式。由专业公司为图书馆提供 APP 应用，读者在手持移动设备中安装特定 APP 客户端，之后图书馆通过该 APP 应用提供阅读推广；或读者在一个通用 APP 应用中设置自己所属的图书馆，来获取自己所属该图书馆对应的阅读推广服务。移动网络技术和手持移动终端设备技术发展，特别是 2011 年微信公众平台的推出，数字化阅读推广方式随之迅速进步，微信成为普遍阅读方式。微信公众平台其便捷的服务方式和庞大的用户数量吸引了众多高校图书馆，为高校图书馆阅读推广提供了更加新颖丰富的手段和途径，现在各个高校图书馆开始建立微信公众号，提供微信阅读推广。

1.1.2 经典古代诗词成为热点

时下随着中央电视台《中国诗词大会》第一、二、三季节目及其他电视台《中华好诗词》《诗书中华》、《经典咏流传》等古诗词文化节目的热播，人们对古诗词热情被重新点燃，作为国学经

典的古诗词成为热点，在网络、微博、微信上形成传承研究推广热潮，在中国各高校内更是方兴未艾。在此趋势下通过经典文献古诗词开展微信阅读推广，具备了有良好阅读推广基础。

中国厚重的农耕文化（Cultivation culture）是由中国农民在农业生产生活中形成的风俗文化，以农业理念体系和为农业自身服务为中心。农耕文化依托于农耕文明。中国古代农耕文化融合了儒、释、道等家文化，是集各类宗教和文化为一体的产物，包括语言、诗歌、戏剧、民歌、礼俗、祭祀活动等。中国农耕文化形成了自己独特文化内容，决定了中华民族的文化特征。西北师范大学的彭金山教授将农耕文化的哲学内涵概括为“应时、取宜、守则、和谐”八个字。^[2]作为中国厚重农耕文化优秀代表的古代农耕诗词，农科高等院校图书馆对其阅读推广可以突出农科高校特色，从而体现农科高等院校图书馆的文化底蕴。同时云南农业大学提出了多学院部门与图书馆共同建设农耕文化传习共享平台。

1.1.3 目前微信阅读推广与农耕古诗词相关研究综述

我国高校图书馆 2012 年陆续开通公众号平台开展阅读推广工作，基于微信开展阅读推广研究于 2014 年开始兴起，研究多数为公共图书馆微信阅读推广，研究高校图书馆微信阅读推广的研究文献还比较少。研究方向集中在将微信公众平台应用于阅读推广的优势分析，微信阅读推广我国发展现状，微信公众平台在阅读推广活动中的运用情况，各图书馆微信阅读推广服务的现况，开展微信阅读推广服务的策略，微信阅读推广的推广效果研究，调查图书馆微信数据运用微信传播指数(WCI)对阅读推广进行定量等方面。

目前农耕古诗词就有关研究文献来说，张纵等从解读我国古代农业典籍文献及相关咏农诗文的视角入手，从农耕图像与古代诗文中剖析农耕文化映射下的古代农田及村舍景观，生动的再现了我国古代的农耕情状和农田景致。廖柏昂的《历代咏农诗简论》和《历代咏农诗述略》只是简论了历代的咏农诗作。赵玥萍的《中国历代农诗研究的宏观构想》主要是说明研究中国古代农耕诗的价值与意义。

到目前为止，尚未见到将两者结合，或以古代农耕诗词经典文献阅读推广来研究微信阅读推广的文献。

1.2 研究目的

本研究从实践出发探索高校图书馆微信阅读推广的内在科学规律，以图书馆微信公众号为平台，重点推广国学经典文献古代农耕诗词为热点内容角度，通过古代农耕诗词微信阅读推广的实践，从微信软件出发，研究我国农科高校图书馆微信阅读推广与推广服务。使用微信这种新颖媒介，进行经典文献古代农耕诗词微信阅读推广，从而突出农科高等院校特色，体现农科高等院校图书馆的文化底蕴，激发读者阅读热情，让图书馆阅读推广深入读者，达到提升读者阅读兴趣，提高图书馆阅读推广作用和关注度的目的。

1.3 研究意义

习近平主席在联合国教科文组织的发言中强调指出“让古籍里的文字活起来。”并多措并举提出弘扬中华优秀传统文化。国家大力推动传统经典文化进校园，高校图书馆担负起对传统经典文化进行阅读推广的重任。作为中国厚重农耕文化优秀代表的古代农耕诗词，具有深厚的文化背景、哲学内涵与文化价值，农科高校图书馆对农耕诗词开展微信阅读推广具有深刻的意义，增加中华文化自信，增强文化软实力，从而突出农科高等院校特色，体现农科高等院校图书馆的文化底蕴。

微信其阅读推广可使用大学生喜欢的丰富传播内容和形式，在高校大学生中有助于开展阅读推广。我国高校图书馆 2012 年陆续开通公众号平台开展阅读推广工作，如何基于具体实践，从实践来开展微信阅读推广研究成为高校图书馆面临的新课题。云南农业大学图书馆在 2014 年开通微信公众平台，这次研究是第一次尝试重点介绍古代农耕诗词，使用微信这种新颖媒介，突出农科高等院校特色，图书馆文化底蕴，进行微信阅读推广。通过研究古代农耕诗词微信阅读推广，呼吁采取措施加强研究高校图书馆微信公众平台阅读推广服务工作，提升高校图书馆微信阅读推广服务，为读者提供更好的阅读推广。本研究出发点是抛砖引玉，无论是对古代农耕诗的研究传承工作，还是与高校图书馆同道一起为阅读推广而努力，希望提供微信这个新媒介阅读推广研究的参考。

第二章 研究内容、思路及创新点

2.1 研究内容

本研究是对农科高校图书馆经典文献微信阅读推广的思考,从实践出发探索高校图书馆微信阅读推广的内在科学规律,课题使用微信这种新颖形式,图书馆微信公众平台为阅读推广平台,重点介绍国学经典文献为微信推广内容,通过研究云南农业大学图书馆为例,以古代农耕诗词为微信阅读推广的角度,从微信阅读推广实践出发,调研微信阅读推广及其技术、内容和形式等因素,探索农科高校图书馆经典文献微信阅读推广与推广服务。目前基于微信开展阅读推广研究的对象多数为公共图书馆微信阅读推广,研究高校图书馆微信阅读推广的研究文献还比较少,本研究方向是经典文献微信阅读推广研究的一种创新尝试,研究以实践为基础,集中在如何将微信公众平台应用于以农耕古诗词为主经典文献阅读推广的分析探索研究。

(1) 农科高校图书馆经典文献微信阅读推广怎么突出农科高校及图书馆特色,体现农科高等院校图书馆的文化底蕴;

(2) 微信阅读推广的特点和技术因素有哪些;

(3) 微信阅读推广哪些因素激发读者阅读热情,提升读者阅读兴趣,提高图书馆阅读推广工作与作用;

(4) 微信阅读推广哪些因素让阅读推广深入读者群,提高图书馆阅读推广关注度。

2.2 研究思路

本课题从实践出发研究古代农耕诗词微信阅读推广，通过将农耕诗选取代表性作品借助微信这个新颖媒介进行阅读推广的设计，从微信软件出发，图书馆微信公众号为平台，以经典文献古代农耕诗词角度，探索高校图书馆微信阅读推广的内在科学规律，研究我国农科高校图书馆微信阅读推广与推广服务。通过微信阅读推广实践分析我国农科高校图书馆微信这种数字化阅读推广方式，调研微信阅读推广以技术因素为主、兼顾内容和形式等因素，检验阅读推广，确定作用，在此基础上探讨图书馆通过微信公众平台进行阅读推广的经验和想法，提出针对高校图书馆微信阅读推广有实际意义措施和建议。

2.3 研究创新点

本研究国学经典农耕古诗词微信阅读推广，是从实践出发探索微信阅读推广研究的一种创新尝试。

研究方向：通过微信平台进行经典文献农耕古诗词微信阅读推广的研究，通过科技查新未见相关密切文献报道。中国历朝历代的农耕诗阅读推广是农耕文化研究尚待深入开拓的领域，同时对国学经典农耕古诗词的传承也日趋紧迫，图书馆必须大力开展农耕诗词的阅读推广工作，搭建切实可行的推广媒介。以往文献和研究未见切实可行的推广媒介，基本上还是待研究的空白。通过图书馆微信公众号进行国学经典农耕古诗词微信阅读推广研究，从古代农耕诗词阅读推广方向上发展农科高校图书馆微信阅读推广，是一种创新尝试。

研究视角：对本馆以古诗词微信阅读推广方式取得的实际数据进行定量分析，实践取得的经验和想法进行研究分析，探索农科高校图书馆微信阅读推广发展的各个方面因素，反映本馆微信公众平台热度和阅读推广的发展，来研究微信阅读推广。对微信公众平台在高校图书馆阅读推广活动中发挥好作用提供策略，创新微信阅读推广与其他阅读推广方式融合提出思考。

第三章 研究方法、过程及步骤

3.1 研究方法

3.1.1 问卷调查法

由于本研究是以阅读推广、以读者为导向的研究，因此课题采用了问卷调查的方法。问卷设计的主要目的是了解高校学生教师作为特定读者群体所希望获得阅读推广途径方式的信息。问卷设计现阶段阅读推广所有途径方式的单一问题多项选择问卷，综合考虑了客观性问题与主观性问题相结合。问卷发放主要以纸质随机发放的方式，对到馆读者对象进行调查，通过问卷的回收分析确定微信阅读推广是本高校学生教师所希望获得阅读推广途径方式。

3.1.2 文献调查分析法

由于本研究具有交叉学科研究的特点，文献调查分析方法是比较重要的研究方法。国内外相关的研究论文发表有限，通过相关文献信息收集和分析，基本把握了微信阅读推广的研究动向和成果，为自己的经典文献研究寻找突破点和创新点，为确定研究重点和研究方向奠定了基础。文献信息收集途径主要有通过图书馆利用网上期刊数据库、博硕士学位论文数据库收集电子版期刊查寻相关期刊论文、专著，同时还收集了相关的网页、电子图书、专业论坛等。

3.1.3 软件测试分析

微信是腾讯公司的推出一款社交软件，既然是软件就需要对基于社交软件开发的丰富功能进行软件测试，以了解微信软件那些功能是目前各图书馆阅读推广采用的，那些是还可以用于阅读推广的功能。作为最新阅读推广方式，微信受大学师生欢迎，微信阅读推广良好的接受度涵盖了那些技术因素。

3.1.4 访谈法

微信作为一款普遍受到人们喜欢的社交软件，用于高校图书馆阅读推广，产生了那些阅读推广作用与效果，对其阅读推广的改进提升，都需要对本高校学生教师进行访谈。访谈法也是用户研究中最常用的调查方法。该方法更注重研究目的的需要而不是样本的代表性，其调查对象是那些具备研究所要求的并愿意接受采访的本高校学生教师。

3.1.5 统计分析法

利用社会科学统计分析软件对问卷调查数据进行统计分析，对一些分散的事实和数据进行系统化整理，相关性分析，统计分析的结果用于对假设模型的论证。本研究在最初设想时打算采用微信阅读指数（读者参与广度即参与人数）和点赞指数（满意度）构成的微信关注度指数，对微信公众平台推送古诗词的传播度、覆盖度及账号的成熟度和影响力，进行定量分析，反映本馆微信公众平台热度和阅读推广的发展，来研究微信阅读推广这种新颖阅读推广形式。但介于本馆此次古诗词微信阅读推广方式取得的实际数据样本量过低，不具备定量分析的条件，所以此研究方法暂时未运用。

3.2 研究过程及步骤

（1）2017年3月：在云南农业大学图书馆对本校学生教师所希望获得阅读推广途径方式开展问卷调查；

（2）2017年3月-12月：明确经典文献阅读推广以农耕古诗词为主，收集阅读推广内容；作理论准备，微信软件测试与文献调查综合分析；确认成员分工，搜集数据和细化研究内容；在云南农业大学微信公众平台进行以农耕古诗词为主的经典文献微信阅读推广；

（3）2017年12月-2018年1月：微信阅读推广效果分析，深入农业大学各个院系对此次以农耕古诗词为主的经典文献微信阅读推广进行访谈分析；

（4）2018年2月-2018年4月：对微信阅读推广研究进行整理并撰写研究结题报告。

本项目在研期间在国内学术期刊和出版社发表论文成果 2 篇,最终研究成果为研究结题报告。

第四章 研究的结果

4.1 古代农耕诗词

农科高校图书馆经典文献微信阅读推广推广古代农耕诗词,能够充分突出农科高校及图书馆特色,体现农科高等院校图书馆的文化底蕴。农耕文明是人类史上的一种文明形态。原始农业和原始畜牧业、古人类的定居生活等的发展,人类由食物的采集者变为食物的生产者是第一次生产力的大发展,人类从而进入农耕文明,由农民在长期农业生产中形成的一种适应农业生产、生活需要的国家制度、社会约法、文化教育等的集合。农耕文明地带主要集中在北纬 20 度到 40 度之间。这里也是人类早期文明的发源地。国际学术界公认的古农耕文明的发源地有五个:古巴比伦(公元前 4000 年到公元前 2250 年之间)、古埃及(公元前 3500 年)、古希腊(公元前 3000 年~1100 年之间)、古印度(公元前 2000 年)、古中国(公元前 2000 年夏朝建立至今)。然而只有中国的农耕文明是这些发源地中一直绵延至今长盛不衰的。中国上千年发达的农业生产生活,创造了长盛不衰的农耕文化,同样农耕文化又丰富了农业生产生活的内涵,两者相互依存,相互作用,共同铸就了灿烂辉煌的中华文化。

在有文字记载的几千年中华文明历史中,农耕诗一直兴旺蓬勃,延续不断。中国古代农耕诗是中华民族所独有的诗歌艺术,是农耕文化的文化艺术载体。农耕诗是中华民族长期农业生产生活的实践总结,是中华民族长期农业生产生活以诗歌艺术形式为表现的农耕文明精神浓缩,传承应时、取宜、守则、和谐理念的文化形态。历来有“农诗”一说,指的是中国历代以来有关农业、农村、农民的诗歌,即“三农诗歌”^[3]。

作为中国优秀传统文化的主干,优秀代表的古代农耕诗作,是构建中华民族精神和核心价值观的重要来源。北周庾信诗“兴文盛礼乐,偃武息民黎。”体现了农耕与文化对于一个国家的重要意义。农耕诗主体覆盖了中国社会的方方面面,中国历朝历代的农耕诗留下了许多千古留芳的佳作名篇。早在先秦时期的《击壤歌》“日出而作,日入而息,凿井而饮,耕田而食。”描绘了先秦农民击打土壤,歌颂农村的生产生活情景。最为人熟知的李绅的《悯农》诗二首其一“锄禾日当午,汗滴禾下土,谁知盘中餐,粒粒皆辛苦。”反映了农民农业劳动的艰苦辛劳。“朝为田舍郎,暮登天子堂。”反映了中国古代农耕社会的真实社会状况。魏晋陶渊明《归园田居》其二“少无适俗韵,性本爱丘山。”刻画了读书人对农耕人生的理想与追求。

4.2 微信阅读推广的特点

4.2.1 微信具有良好的阅读推广接受度

微信是腾讯公司的一款社交软件,微信阅读推广具有良好的接受度。微信一经腾讯公司推出普遍受到人们喜欢,目前微信用户已超过 8 亿用户,青年特别是大学生更是欢迎,成为社交手机

软件的首选，在高等学校大学生和教师中用户基数巨大。农科高校图书馆可以利用微信公众号具有良好的阅读推广接受度这一特点。

研究开展前期为了解高校学生教师作为特定读者群体所希望获得阅读推广途径方式的信息。在 2017 年 3 月开展了问卷调查，问卷设计为现阶段阅读推广所有途径方式的单一问题多项选择问卷，综合考虑了客观性与主观性相结合。问卷发放主要以纸质随机发放的方式，对到馆读者对象进行调查，准备了问卷 1000 份，发出了 671 份，回收 519 份，有效 476 份。通过问卷的回收分析确定微信阅读推广是本高校学生教师所希望获得阅读推广途径方式。

表 1：2017 年云南农业大学图书馆阅读推广开展途径调查表

读者类型	传统非数字化媒介	图书馆网站	博客微博	微信	其它
2017 年本科生	35%	54%	64%	89%	22%
2017 年研究生	31%	45%	58%	87%	12%
2017 年教师	54%	55%	38%	67%	5%
2017 年未标注身份人员	30%	43%	53%	77%	3%
平均	38%	49%	53%	80%	11%

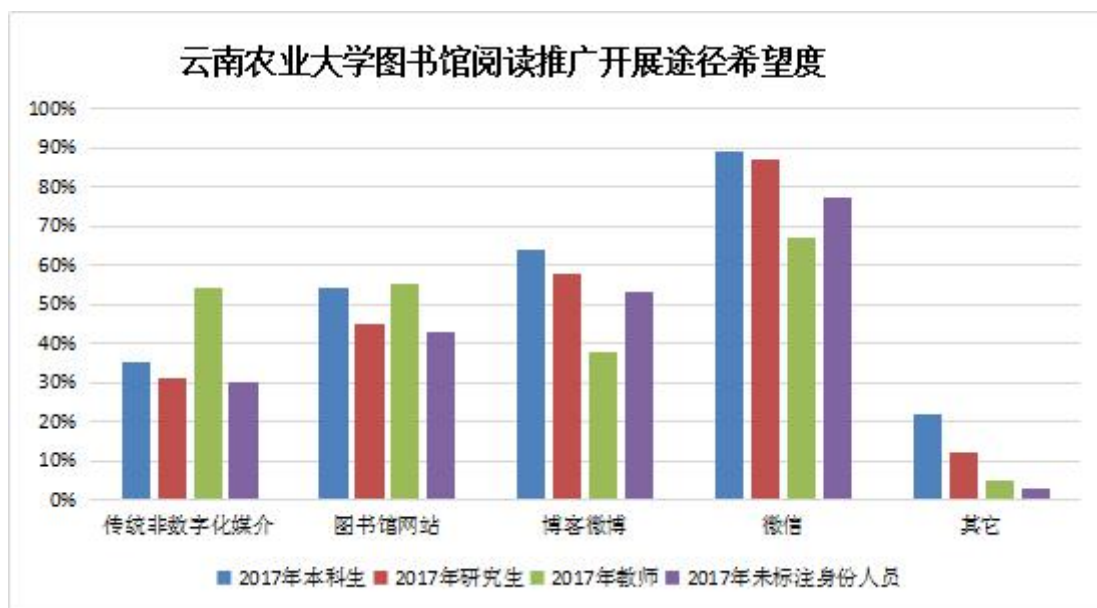


图 1：云南农业大学图书馆阅读推广开展途径希望度

4.2.2 微信阅读推广的特点

高校图书馆微信阅读推广是基于微信软件的阅读推广。微信公众号方式是目前各图书馆采用的最新阅读推广方式。微信作为一款受大学师生欢迎的社交软件，有丰富的社交功能，通过微信公众号对大学生做国学经典农耕古诗词快速直接推送，推送的阅读推广内容由于是精准推送关注率高，图书馆微信阅读推广传播有效性极高。

推送的除内容外，丰富的传播形式主要包括文本、语音、图片、动画、音频、视频、Web 网站链接等等，多样的传播形式有利于阅读推广，也易于大学生接受，丰富了阅读推广，微信还设计有多种有利于图书馆阅读推广的功能。以往的图书馆阅读推广，包括网站、手机图书馆 APP 应用活动宣传工具少，宣传手段落后，关注的读者也少，比较被动，宣传效果差。

4.3 微信阅读推广提高阅读推广工作的技术因素

4.3.1 微信用户技术体验感好

在用户体验(User Experience)上并非所有网站、手机图书馆 APP 应用的用户体验都像微信一样好。网站与 APP 的设计和开发水平存在不同，浏览方式对网络质量要求高，受影响不确定因素多，可靠性低，无论电脑，还是使用手机都要使用大量数据流量，对大学生读者来说十分不便，其流量费用高，对大学生用户体验均具有较大的影响。

4.3.2 微信阅读推广技术及时性强

微信作为包含即时通讯工具功能的手机社交软件可以随身携带，在推广活动中及时服务到读者。将“图书馆”携带在身上，随时随地在微信公众号进行微信阅读推广，信息发布、回答问题、读者咨询及时有效。为大学生读者提供方便快捷阅读推广服务，读者通过微信平台也能够方便收到图书馆所发送的阅读推广信息。之前网站、手机图书馆 APP 应用，读者需要把阅读推广需求提交，图书馆工作人员需要进入系统的服务功能或服务系统才能看到读者提出的需求，再回复相应的需求结果。网站与手机图书馆 APP 应用受服务模式的影响，及时性不强。

4.3.3 微信阅读推广技术交互性高

微信作为社交软件，微信阅读推广具有极好的读者交互性。图书馆能够有效地与大学生读者之间形成交互，增强图书馆与读者之间的信息互动又满足读者个性化信息需求。^[4]图书馆可以使用微信针对个体，与单个读者交流，在线向大学生个体推送国学经典农耕古诗词阅读推广内容，解决个性化阅读推广需求。网站、手机图书馆 APP 应用交互性较差，网站、手机图书馆 App 受自身技术和使用成本的制约，很难满足个体阅读推广需求，不便与读者实现、形成交互性，不能够有效满足高等学校图书馆对阅读推广的需求。

4.3.4 微信阅读推广技术参与性强

社交软件微信，能够使读者参与国学经典农耕古诗词阅读推广其中。让大学生充分参与到图书馆阅读推广，阅读推广作用就更大。图书馆可以让大学生加入微信阅读推广中来，发挥大学生的能力，也给与平台。通过这些阅读推广参与，成为阅读推广的主力。使图书馆与阅读推广读者之间的不再边界分明，充分实现角色转换，提高增强高等学校图书馆的阅读推广工作。目前我国高等学校图书馆提供的阅读推广服务，读者都不能参与阅读推广中，在使用 APP 应用服务特别是网站服务中，受自身技术和使用成本的制约，读者参与进阅读推广工作中来不容易实现。

4.4 微信阅读推广让阅读推广工作深入的因素

微信阅读推广传播扩散性大，微信作为社交软件，微信朋友圈是微信上的一个重要功能，读者可以将自己喜欢的内容通过朋友圈与其他读者分享。图书馆通过微信公众号向大学生推送的国学经典农耕古诗词，阅读推广内容优质，如果读者对推送的文本、语音、视频、图片等内容感兴趣喜好，并且有分享价值，除了“点赞”外，读者会自发地为图书馆宣传，做阅读推广转发，就会在朋友圈中传播，实现群体传播和人际传播。由于微信用户的朋友圈是相互连通的，任何微信用户都可将自己的朋友圈作为平台进行信息传播，这样信息的传播就实现了几何级数的扩展，即微信公众平台每增加一个微信好友，就意味着增加一个潜在的用户群。^[5]这种传播具有极强的扩散性，充分展现微信平台是公众社交平台的力量。网站、手机图书馆 App 受自身技术限制，不能让阅读推广在大学生读者之间扩散，产生扩散性。

第五章 研究的思考

5.1 阅读推广信息行为的思考

自 Calis 全国农学中心 2017 年 5 月批准课题以来，在云南农业大学图书馆微信公众平台推送收集整理突出农科高等院校特色的经典文献农耕古诗词 21 首/次，同时在图书馆微博辅助发布了 36 首/次，截至 2017 年 11 月 31 日图书馆微信公众平台阅读人数为 290、点赞人数为 10、评论人数为 1。虽然存在阅读推广开展时间短的原因，但在前期调研期间与开展课题研究工作时还是未预想到和预估到样本量过低的效果。在微信公众平台推送发布突出农科院校特色的经典文献农耕古诗词时尽管从内容到形式上不断改进，依然阅读数，点赞数，评论数过低，这充分说明了从实践出发研究微信经典文献微信阅读推广的意义，科学研究就是科学研究，高校图书馆微信阅读推广的问题还需要不断探索，此次研究中还存在许多有待进一步研究思考的地方。

本研究在最初设想时打算采用微信阅读指数(读者参与广度即参与人数)和点赞指数(满意度)构成的微信关注度指数，利用社会科学统计分析软件对数据进行统计分析，对一些分散的事实和数据进行系统化整理，相关性分析，统计分析的结果用于对假设模型的论证。对微信公众平台推送古诗词的传播度、覆盖度及账号的成熟度和影响力，进行定量分析，反映本馆微信公众平台热度和阅读推广的发展，来研究微信阅读推广这种新颖阅读推广形式。但介于本馆此次古诗词微信阅读推广方式取得的实际数据样本量过低，不具备定量分析的条件，所以社会科学统计分析研究方法暂时未运用。

高校学生教师信息行为与阅读推广之间存在联系，是阅读推广研究不能回避方面。人的信息行为与人的心理及行为变化及社会文化背景紧密相关，^[6]此次课题对本高校学生教师信息行为基本未涉及，但显然图书馆阅读推广研究不能缺少高校学生教师信息行为的调查研究。基于经典文献的阅读推广是面向关注云南农业大学图书馆微信公众号的学生教师进行阅读推广，深层次信息行为研究必不可少。现在思考主要有以下七个方面信息行为需要进行调查研究：

- (1) 图书馆现阶段所开展微信经典文献阅读推广是否满足师生信息需求;
- (2) 现阶段所开展微信经典文献阅读推广是否是师生认为有价值的;
- (3) 现阶段所开展微信经典文献阅读推广是否是师生所喜欢的;
- (4) 除了现阶段所开展微信经典文献阅读推广外, 师生是否有其他更优质的获取经典文献信息的途径;
- (5) 限制师生利用图书馆阅读推广服务的因素有哪些;
- (6) 图书馆经典文献阅读推广信息交流与服务方式有哪些待提升改进的地方;
- (7) 图书馆经典文献阅读推广对于支持科研和教学的现状存在哪些待提升改进的地方。

高校学生教师信息需求行为研究, 主要了解不同年龄、学历、研究领域等不同类型高校学生教师不同的信息需求特点, 同时还需兼顾个体特征^[7]。为图书馆开展针对性的微信阅读推广服务及信息推送服务提出相应指导对策。

此次研究获得的数据样本数量过小, 说明了如何在图书馆微信公众平台开展微信阅读推广服务, 还存在很多需要研究思考的方方面面。对于如何在微信公众平台开展包括图书馆经典文献在内的微信阅读推广服务的研究还任重道远。

5.2 提升微信阅读推广策略

5.2.1 做好读者意见收集

通行阅读推广的目标定位于, 引导缺乏阅读意愿的人阅读; 训练有阅读意愿而不善于阅读的人阅读; 帮助阅读困难人群阅读; 为具有较好阅读能力的人提供阅读服务。^[8]做好高校图书馆阅读推广服务工作, 做好读者意见收集是阅读推广工作的保证。图书馆做好微信阅读推广读者意见收集, 以在线调查、读者问卷, 在线投票方式收集问题, 听取大学生意见, 对阅读推广的呼声。以往的网站、手机图书馆 App 阅读推广在技术上很难不收集读者的意见, 只是单一宣传, 阅读推广的效果必然差。微信在线收集阅读推广意见, 方便快捷, 准确有效, 技术上的优势并不意味着工作上重视读者意见收集, 微信阅读推广做好意见收集注重调查, 才能够有效提升微信阅读推广的效果。同时通过微信平台帮助收集其他阅读推广方式的意见, 达到整体提升图书馆阅读推广的效果。

5.2.2 发挥朋友圈扩散性作用

图书馆可以借助微信朋友圈渠道, 来自朋友圈的群体传播和人际传播力量, 让阅读推广在大学生读者之间扩散, 在自己周围的同学老师中扩散阅读推广, 产生扩散性。阅读推广不仅局限于通过图书馆微信, 大学生的朋友圈加入到图书馆微信阅读推广的大军, 可以让图书馆阅读推广活动关注度迅速提升, 在短时间内传播给并未关注阅读推广的读者, 发挥微信社交软件的功能, 使传播成几何式增长。让微信朋友圈成为传播和推广阅读推广的重要方式, 发挥扩散性作用, 同时在朋友圈拓宽对图书馆网站、手机图书馆 App 宣传, 将图书馆多元化的阅读推广推送给更多读者。

5.2.3 增强阅读推广参与性

对于自媒体的微信，大学生可以充分参与阅读推广，突破了网站、手机图书馆 App 受自身技术的限制，大学生不能参与其中。图书馆同学校的大学生一起组建阅读推广的团队，加入到图书馆微信阅读推广，开设一些大学生自己有关于阅读推广交流互动的栏目等，大学生自己编辑读者自己的阅读推广栏目，发挥大学生自身的能力，然后自己发布，开展阅读荐购、阅读推荐、阅读交流、阅读点赞、阅读激励、阅读评价等活动。增强高校图书馆阅读推广的活力和接受度。

微信是自媒体，图书馆是自媒体，大学生也是自媒体，微信能够让每个单位和个体具有媒体的功能，阅读推广不仅局限于图书馆微信，参与的大学生微信也成为阅读推广自媒体，大学生同学之间比较了解，思想接近，有共同的关注，大学生自发发挥阅读推广自媒体的作用，有利于阅读推广在高校师生特别是在大学生中的开展。

大学生参与图书馆微信阅读推广，能够有力做好阅读推广工作，在阅读推广前期为阅读推广工作做准备；在阅读推广中，改进的阅读推广工作；阅读推广一阶段活动后，听取反馈意见总结经验，为以后阅读推广工作提供方向，为下一次阅读推广工作做准备。大幅度提升微信阅读推广在大学生读者中的力度。

5.3 创新微信阅读推广融合思考

微信是新技术软件平台，应用于阅读推广在先天上具有优势技术因素，仍需要采取措施发挥好这些因素。微信平台是技术开放平台，同时网站与手机图书馆 APP 应用处于不断发展改进中，如何将三者融合需要有思考，需要有创新。微信阅读推广在读者希望的图书馆阅读推广方式中认可率高，超过读者对手机图书馆 APP 应用和网站服务的认可度。^[9]受到微信阅读推广新理念、新模式、新技术发展的影响，网站与手机图书馆 APP 应用服务模式也在发展变化，网站与手机图书馆 APP 应用尝试与微信相融合，阅读推广方式将借助微信平台接口，有更多更新的服务不断产生。最近 X 星公司借助微信实现新的手机图书馆 App 服务上有了新尝试，实现微信作为图书馆平台，利用微信开放的部分高级接口，调用网站、数据库与 App 客户端接口来调用网站、APP 客户端。另外图书馆微信阅读推广的所调用到的数字资源，大部分都是调用网站与 App 客户端接口，书刊检索、预约、预览、全文阅读、下载，微信需要依靠网站与手机图书馆 APP 实现。

网站、手机图书馆 APP 阅读推广与微信阅读推广之间不是隔离的，而是相融合。可以预见随着信息技术的飞速发展，将实现图书馆网站、手机图书馆 APP 应用与微信三者阅读推广有效衔接，三者阅读推广具有融合趋势。

将移动位置服务（LBS）在图书馆场景内应用，虚拟现实技术（Virtual Reality）提升图书馆与读者的交互体验，^[10]微信支付和红包功能作为的图书馆阅读推广的奖励途径等，也还停留在图书馆创新阅读推广的思考阶段。

阅读推广的格局受到微信阅读推广新理念、新模式、新技术发展的影响，高校图书馆阅读推

广的特点、地位、价值不断地升级。结合本馆此次经典文献阅读推广实践，基于微信阅读推广技术分析对微信提升阅读推广是肯定的。图书馆微信阅读推广与其他阅读推广方式融合的创新思考，微信必然与网站、手机图书馆 APP 应用（APP 客户端）三种主要数字化阅读推广方式融合。本课题研究工作的问题与经验将在结题后的研究工作中努力研究思考，创新微信阅读推广，提升微信阅读推广，是高校图书馆进行阅读推广的道路，目的为读者提供更好阅读推广服务。

参考文献

- [1] 王子舟.图书馆学基础教程 [M].武汉:武汉大学出版社,2003:80.
- [2] 彭金山:农耕文化的内涵及对现代农业之意义,农耕文化与现代农业论坛论文集 [M].北京:中国农业出版社,2009.
- [3] 赵玥萍,万桂莲.中国历代农诗研究的宏观构想[J].农业考古,2008(03):202-204.
- [4] 张楠,边丽梅.微信在图书馆信息服务中的应用探析[J].图书馆研究,2013(5):89-91.
- [5] 张正.图书馆微信公众平台的构建[J].国家图书馆学刊, 2014(2):26-31.
- [6] 华凌.网络环境下西北地区高校师生信息素质调查分析与思考[J].图书情报工作, 2005 (9): 119-122, 39.
- [7] 曹志梅, 廉清.高校教师、学生、馆员信息素养的相关性调查分析—基于徐州师范大学的调查分析[J].图书馆建设, 2008 (5): 77-80.
- [8] 范并思.阅读推广的理论自觉[J].国家图书馆学刊,2014(6):3-8.
- [9] 李睿.高校图书馆手机服务系统的建设——以辽宁师范大学图书馆为例[J].图书馆学刊, 2012(4):79-81.
- [10] 黄林英,孙云倩,阮立等.公共图书馆微信公众平台服务案例分析及创新思考[J].新世纪图书馆,2017,(3):49-52.
- [11] 腾讯.微信 FAQ[EB/OL].[2018-04-07].<http://weixin.qq.com/>.

支撑材料

1.论文

发表论文：《基于高校图书馆的微信阅读推广研究》在云南农业大学学报社会科学版 2017 年 11 卷第 6 期发表，现被引次数为 1（试析微信公众平台在高校图书馆阅读推广工作中的应用[J]. 张艳梅. 报刊荟萃. 2018(03). ）。论文《高等学校图书馆微信阅读推广研究》参加第八届“中美图书馆实务论坛”作为优秀论文收录即将由科技出版社集册出版。

在投论文：《经典文献微信阅读推广服务研究——以云南农业大学图书馆微信公众平台为例》。

2.古代农耕诗词微信（节选）


在云南农业大学图书馆微信公众平台推送收集整理突出农科高等院校特色的经典文献古代农耕诗词 21 首/次，同时在图书馆微博辅助发布了 36 首/次。



雨 过 前 村

王建【唐】

雨里鸡鸣一两家，竹溪村路板桥斜。
妇姑相唤浴蚕去，闲着中庭栀子花。




《乡村四月》

绿遍山原白满川，
子规声里雨如烟。
乡村四月闲人少，
才了蚕桑又插田。

翁卷【宋】

翁卷，字续古，一字灵舒，乐清（今属浙江）人。工诗，为“永嘉四灵”之一。曾领乡荐（《四库提要》作“尝登淳佑癸卯乡荐”，《乐清县志》承此，而近人以为是淳熙癸卯，相差一个甲子。衡诸翁卷生平，前者过早，后者过尽，疑都不确），生平未仕。以诗游士大夫间。有《四岩集》，《苇碧轩集》。





《刈稻了咏怀》

【唐】杜甫

稻获空云水，川平对石
门。寒风疏落木，旭日散
鸡豚。野哭初闻战，樵歌
稍出村。无家问消息，作
客信乾坤。



3.调查问卷

2017年云南农业大学图书馆阅读推广开展途径调查表

你是云南农业大学的（本科生、研究生、教师），可（√）划（◎）单选。

如果学校图书馆开展阅读推广服务，你希望图书馆通过以下哪些途径（方式）开展阅读推广服务，可（√）划（◎）多选。

- A 传统非数字化媒介（ ）
- B 图书馆网站（ ）
- C 博客微博（ ）
- D 微信（ ）
- C 其他（ ）