



中国高等教育文献保障系统  
CALIS 全国农学文献信息中心项目结题报告

项目名称：信息技术环境下高校图书馆服务推广的策略研究

项目编号：2011018

主持人：史艳丽

主持人单位：华南农业大学图书馆

结题时间：2012年5月



# 信息技术环境下高校图书馆服务推广的策略研究

(史艳丽, 华南农业大学图书馆)

## 第一章 研究背景、目的及意义

### 1.1 研究背景

图书馆服务推广理念最早始于 20 世纪 70 年代的美国图书馆界,其目的是加强与读者的联系和沟通,提高公众对图书馆的认知,从而不断提升服务水平,革新服务内容。近年来,信息技术迅速发展,人们的生活方式和阅读习惯发生了很大改变,严重冲击了图书馆的传统借阅服务。如何适应图书馆的数字化、网络化发展趋势,根据用户的需求和阅读特点,宣传和推广图书馆的产品与服务,拉近和读者的距离,提高读者对图书馆的认知度、信任度和满意度是图书馆迫切需要考虑的问题之一。国内图书馆多年来在服务和宣传推广方面也在做一些尝试,1988 年由文化部、国家教委、新闻出版署、共青团中央等 8 部位联合发起全国图书馆服务宣传周活动,定于每年 5 月的最后一周,举办各种读者活动和宣传,对提高图书馆在公众中的影响力起到了一定的效果。高校图书馆近年来也在积极参与服务推广活动,如举办读者活动、免费讲座、新书推介、文化展览等,但在新的信息技术环境下,高校图书馆亟需引入服务推广的理念,将读者服务推广观念贯彻到所有的服务活动中,建立专设机构,将其作为常规性业务开展,从而拉近与读者之间的距离,拓展深层信息服务能力,最大限度发挥图书馆资源的作用,赢得师生、社会的认可和支持。

### 1.2 研究目的

本研究的目的是了解国内高校图书馆界服务推广的现状,根据现状分析其目前存在的问题,讨论在新技术环境下,高校图书馆如何更加积极、有效地开展服务推广工作,保持活动的长期性和延续性,适应信息社会和人们阅读趋势,创造更多与师生、读者交流的机会和平台,发挥自身的独特优势,提高社会服务的职能,建立完善的宣传和推广的可行性策略,提升综合服务能力,构建社会服务机制,提升馆员综合素质,推动图书馆服务的可持续性发展。

## 第二章 研究内容、思路及创新点

### 2.1 研究内容

#### 2.1.1 高校图书馆界开展推广活动的现状

国内很多高校已经开展形式多样的服务推广活动，包括与校内学院、部门的合作，还有与其他事业单位、政府机构、媒体、企业等的合作。目前国内图书馆宣传推广的方式主要有可以归纳为两种，一是宣传，二是读者活动。

#### 2.1.2 对目前高校图书馆推广活动现状的思考

分析目前高校图书馆开展宣传推广中存在的问题，是否能有效吸引用户、宣传自己，是否能与用户有效互动沟通，保证服务的可持续性发展。

#### 2.1.3 高校图书馆宣传推广活动的定位与策略

借鉴公共图书馆的经验和策略，研究高校图书馆如何发挥自身优势，明确宣传和服务推广的对象，利用各种信息技术手段，制定适当的推广策略，从而让图书馆成为读者学习、生活中的重要组成部分，让读者享受图书馆的服务成为一种习惯。

### 2.2 创新点

本课题的创新之处在于一是通过文献、网络调查和对比分析等研究方法，了解目前国内高校图书馆开展服务推广的现状。二是认为高校图书馆应发挥人力资源和信息资源优势，对象定位应包括校内师生用户和校外社会用户，提高社会服务职能。三是认为高校图书馆应积极利用现代信息技术，加强与读者、用户的沟通交流的手段和平台，并建立完善的服务可行性策略，从而推动图书馆的可持续性发展。

## 第三章 研究过程、方法及步骤

本项目的实施依据提出问题、分析问题、解决问题三个步骤进行，采用文献调查、网站调查、比较分析等手段进行综合研究，具体可分为三个阶段：

1. 文献调查和网络调查。主要是收集资料和调查研究，通过网络或实地调查方式，收集和本课题相关的资料，以了解国内图书馆界开展服务推广的情况，特别是国内公共图书馆界和高校图书馆的现状，获得一手资料和二手资料；

2. 比较分析等研究方法。对收集的资料进行对比分析，结合目前开展宣传和读者活动的现状，分析目前工作中存在的问题；
3. 论文撰写。对前期和中期的结果进行梳理和分析，对高校图书馆如何在新的信息技术环境下开展服务推广提出相应的对策和建议。

## 第四章 结论与建议

### 4.1 高校图书馆服务推广的读者定位

校内用户。师生读者是高校图书馆服务的主要对象，教师和学生读者群对图书馆的需求各有不同，高校图书馆可结合不同读者群的阅读特点，开展有针对性的宣传和推广工作。

校外用户。由高校图书馆的社会服务职能的性质所决定。校外用户包括社区居民、公司企业、科研机构、事业单位和政府机构等，其工作内容可分为从低到高的几个层次：文献资源的借阅、免费展览和参观、提供信息咨询、原文传递、科技查新以及创建特色数据库等，不同的服务内容还可分为免费服务和收费服务。

### 4.2 高校图书馆服务推广中多种媒体手段的应用

善于利用信息技术的优势，扩大服务范围，提高服务水平和服务质量，如可利用大众传播媒体、互联网、移动服务、视频、web2.0等信息技术，充分发挥技术手段在服务推广中的作用，搭建与用户有效沟通的平台。

### 4.3 建立服务推广工作机构，制定宣传推广策略

建立负责服务推广的工作机构或工作小组，明确其工作职责，确保工作的可持续发展。其次，要制定符合本馆发展的宣传策略，整合全馆资源，在详细分析读者信息需求和本馆事业状况的基础上，确定对外宣传的目标和具体工作计划，保证活动的可持续性和效率的提高。

### 4.4 制定评估指标，加强对推广活动的评估

宣传推广活动不是一次性的单向传播过程，因此，调查、测量活动效果，不断调整内容、手段和宣传的步骤，以便有的放矢的调整图书馆服务的内容，适应用户的需求和接受能力。评估指标可包括以下几个方面内容，一是基于图书馆的评估指标，经费预算是否符合，人力资源是否合适，是否影响到其他业务，媒体报道如何等；二是基于读者满意度的指标，活动是否有创意，宣传口号是否明确，读者参与度是否高，推荐书目读者是否合用，现场环境是否优越，服务态度是否到位等。

## 参考文献

- 1 李超平. 图书馆推广: 观念与操作——兼论读者活动. 图书馆建设, 2008 (10): 56-60
- 2 张静, 屈红军. 高校图书馆宣传推广服务的定位与思考. 图书馆研究与工作, 2009 (4): 21-22
- 3 洪春霞, 雒凤军. 高校图书馆社会化服务研究述评. 图书馆学研究, 2010. 12(应用版): 2-5
- 4 梁冠蓝. 试论信息时代背景下公共图书馆的宣传推广策略. 图书馆论坛, 2010, 30 (3): 153-155
- 5 刘洋. 新媒体在图书馆读者活动宣传推广中的应用 2012-1-6.  
[http://www.bjdclib.com/dclib/specialrec/gytd/thesis/201201/t20120106\\_118720.html](http://www.bjdclib.com/dclib/specialrec/gytd/thesis/201201/t20120106_118720.html)
- 6 王波. 图书馆阅读推广中亟待研究的若干问题. 图书与情报, 2011 (5): 32-34