



项目编号: 2014003

## CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称: 高校图书馆的阅读推广策略研究  
——以北京农学院图书馆阅读推广策略为例

项目关键词: 高校图书馆 阅读推广 推广策略

项目单位(盖章): 北京农学院图书馆

项目主持人: 秦 疏 影

联系电话: 13651054860

电子邮件: qinshuying@126.com

提交日期: 2014.04.20

## 项目结题验收单

### 1 专家验收表（项目单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	高校图书馆的阅读推广策略研究——以北京农学院图书馆阅读推广策略为例			
主持人	秦疏影	职务/职称	馆员	
所在单位	北京农学院图书馆（加盖公章）			
专 家 意 见	<p>1、该项目立意新颖，选题科学，研究思路清晰，逻辑思维严谨，研究采用文献计量、文献调研、现场参观、电话咨询、研讨学习等方法，综合分析了我国阅读推广的主要研究成果；通过大量的数据，对阅读推广研究现状进行深入细致的文献计量分析；指出了高校图书馆阅读推广中存在的问题、解决的途径；对高校图书馆开展阅读推广活动提出了切实可行的发展思路和策略，研究具有重要的参考价值。</p> <p>2、研究分析提出的北京农学院图书馆阅读推广的实际经验和举办的阅读推广案例，可以为兄弟院校图书馆开展类似活动提供参考和重要借鉴，相关成果多次发表，具有一定的实际指导意义和参考作用。</p> <p>3、研究针对我国高校阅读推广存在的主要问题如呈现嘉年华式的活动形式、推广活动主题缺乏新意、缺乏专业的阅读推广人才等，提出了北京农学院阅读推广策略，并进行了实践应用，成果具有一定科学实用性。</p> <p>4、把工作与研究相结合，用工作促进研究，研究带动工作的思路值得进一步提倡，研究成果对北京农学院图书馆阅读推广具有重要作用。</p>			
专家签字	秦疏影	宁程	曾频	
职务/职称	研究员	副研究员	副研究员	

# 高校图书馆的阅读推广策略研究

## ——以北京农学院图书馆阅读推广策略为例

秦疏影

北京农学院图书馆, 北京, 102206

### 1 研究背景、目的及意义

#### 1.1 研究背景

阅读是人们获取知识、了解世界、塑造自我的重要手段,是人类保存、传播、延续历史文化的根本途径<sup>[1]</sup>。阅读,对于保障信息公平、提升人群素质、推动终身学习,起着至关重要的作用。正因为如此,阅读推广成为目前世界各国都共同关注的议题。阅读推广,即推广阅读,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<sup>[2]</sup>。阅读推广可以激发读者阅读兴趣,提升读者阅读水平。2004年,中国图书馆学会开始积极参与“世界读书日”的宣传,举办各种各样的阅读推广活动;2005年中国图书馆学会把“社会阅读”作为新年峰会的会议议题之一,并成立了与“学术委员会”并列的“科普与阅读指导委员会”;2006年,中宣部等11个政府部门联合倡议发起全民阅读活动;2008年,中国图书馆学会将“促进全民阅读”写进了《图书馆服务宣言》;2009年,中国图书馆学会把“科普与阅读指导委员会”更名为“阅读推广委员会”<sup>[3]</sup>;2012年11月,十八大首次将“开展全面阅读”列入到党的工作报告中;2014年3月,政府工作报告中首次把“倡导全民阅读”列为2014年政府重点工作。这一系列举措都凸显了阅读推广的重要性。中国新闻出版研究院发布的关于全国国民阅读情况的调查报告显示,2012年国民人均阅读图书4.35本,与我国2010年人均阅读图书4.25本相比,增加了0.1本。人均调查数据的增长看似令人惊喜,可对比以色列64本,俄罗斯55本、美国50本等等,不足5本的数字带来内心的震惊之余,也不禁令人汗颜<sup>[4] [5]</sup>。于是如何提高国民阅读量,进行阅读推广一时间成为诸多专家、学者,尤其是图书馆工作者共同关注的问题。

#### 1.2 研究目的及意义

应该说,有诸多要素可以论证阅读推广的目的和意义,笔者认为文化传承、拓展知识结构、提高全民文化素养是构成阅读推广的基本要素。

##### 1.2.1 文化传承的需要

自古以来,图书馆就是收集、整理和保存文献资料的机构。图书馆作为产生文明、传播文明的地方,不仅是保存文化,而且也是传承和传播文化的场所<sup>[6]</sup>。高校作为文化传承的基本载体和文化创新的重要基地,承担着光荣而艰巨的历史使命。而被誉为“大学的心脏”的高校图书馆,凭借其收藏的人类古今中外文化的精髓,不可或缺地支持与服务于高校的教学、科研等一切文化活动。高校图书馆为科技创新提供文献支持,为人才信息素质培养提供环境保障,同时也是高校教学的坚实后盾。可见,高校图书馆对社会文化传承具有间接的保障和促进作用<sup>[7] [8]</sup>。

##### 1.2.2 拓展大学生知识结构的需要

高校图书馆虽然是教辅单位,但同时也是与课堂并立的教育场所。相对于课堂,高校图书馆为广大读者提供了便利的学习平台,温馨的学习环境,丰富的学习资源,依据这诸多的优势,高校图书馆可以为学生教育提供直接支持,其重要性并不亚于课堂。教育家陶行知先生说“一种生机勃勃的稳定和谐、健康向上的环境氛围,本身就具有广泛的教育功能。”而在这一点上,高校图书馆恰好能利用自身优势,广泛开展阅读推广活动,促进学校的学习氛围,引导学生积极正确地阅读和学习。

##### 1.2.3 提高国民素质的需要

高校图书馆目前服务的对象以大学生为主。大学生这一群体是具备一定知识水平和学习能力的，而且思维活跃，能快速地接受各种各样的先进技术，通过各种渠道获得自己所需要的资讯。因此，这个年轻的读者群体在阅读中有自己的独特性。虽然高校图书馆的服务对象不是全民，但高校图书馆针对大学生的特点有效开展阅读推广活动，当这批年轻的大学生毕业之后，将会成为社会的中流砥柱，他们的阅读水平将会带动一大批国民的阅读水平，从而提高全民族的阅读水平，为实现全民阅读做出自己的贡献。

## 2 研究内容（思路、方法、具体内容）

### 2.1 研究思路及方法

近年来，笔者开始关注高校图书馆开展的阅读推广活动，并参与所在馆的阅读推广活动工作。为了把工作和研究有机地结合起来，形成工作促进研究，研究推动工作的良性循环，笔者采用文献计量方法、文献调研、现场参观、电话咨询、研讨学习等方法，了解我国阅读推广的主要研究成果、经典案例等内容，这不仅可以学习怎样开展活动，还能寻找深入开展阅读推广活动的空间，根据相关调研结果，探讨未来高校图书馆开展阅读推广活动需要注意的问题，对于高校图书馆阅读推广的发展提出自己的意见和建议。

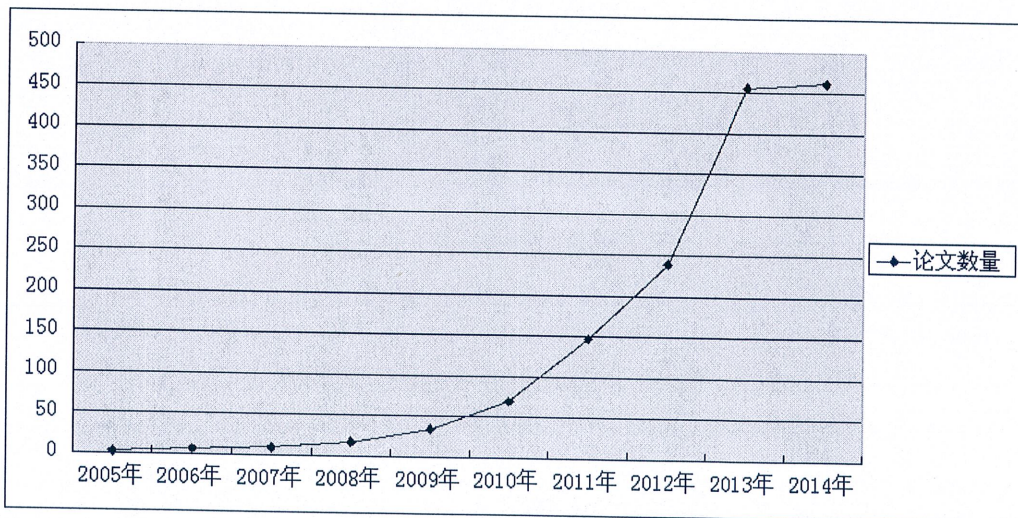
### 2.2 阅读推广文献的计量分析

笔者从 CNKI 数据库中获取关于阅读推广研究论文的检索数据，通过主题检索来获得关于阅读推广这一主题的相关研究论文。检索式为“SU=阅读推广”，进行跨库检索。因为是学术性文章，故选择了期刊、硕士、博士、国内会议、国际会议五个子数据库，共得到 1773 个检索结果，其中除去会议通知、启示、快报等 167 篇，硕士论文 37 篇，会议论文 128 篇，共获得 1441 篇学术期刊论文。检索发现 CNKI 数据库中检索到的关于阅读推广研究的第一篇文章发表于 2005 年。且最近 10 年来，我国阅读推广研究文献在不同年份发表的文章数量不同，在 2005 年以前，关于这类研究的文献基本没有。在 2005 年之后，逐年增多，尤其是在 2010 年后，发表文章数量显著上升（参见表 1 及对应的图 1）。这可能是因为党和政府对于阅读推广活动的高度重视，引起了广大学者的研究热情，学术界对阅读推广问题的研究日益升温，越来越多的学者投入到了阅读推广问题的研究中。这从另一角度也说明，阅读推广的重要作用和作用越来越被社会所承认，因此，开展阅读推广在当前全民阅读图书量偏低的实际情况下，很有必要。

表 1：2005-2014 年的阅读推广期刊论文统计

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	合计
论文数量	2	6	9	17	34	69	147	239	456	462	1441

图 1：2005-2014 年的阅读推广期刊论文统计



由图 1 可以发现:近十年来,关于阅读推广的研究一直处于发展阶段,且还未到达峰值,可以预测未来几年还将处于上升发展阶段,这与 2012 年 11 月,十八大首次将“开展全面阅读”列入到党的工作报告中;2014 年 3 月,政府工作报告中首次把“倡导全民阅读”列为 2014 年政府重点工作等举措相吻合,这也从另一个角度旁证了阅读推广的重要性。

## 2.3 高校图书馆阅读推广存在的问题

### 2.3.1 高校阅读推广主要集中在纸质文献

文献资源包括纸质资源和数字资源。目前,纸质资源具有馆藏丰富、阅读成本低、阅读方便的优势;而数字资源具有容量大、体积小、容易检索等优势。但由于数字资源的阅读需要借助于专门的阅读器,比如计算机、手机、IPAD、电子书等,这样就加大了数字资源的阅读成本。另外,数字阅读不便统计,阅读推广的量值和效益评价有一定难度。所以,目前,各高校图书馆的阅读推广活动主要集中在纸质资源的阅读推广上。

### 2.3.2 高校阅读推广呈现嘉年华式的活动形式

高校图书馆的阅读推广活动往往与“读书月”或“读者服务月”相联系,一般在“读书月”或“读者服务月”持续一段时间,活动月过去之后,阅读推广活动便销声匿迹了,这种嘉年华式的阅读推广活动使得高校图书馆的阅读推广活动缺乏连续性和整体规划性。而且,很多高校图书馆并没有把阅读推广活动作为图书馆的常规服务,因此,想依靠这种短时间阅读推广活动培养大学生良好的阅读习惯,创造校园阅读文化是不现实的。

### 2.3.3 高校图书馆阅读推广活动主题缺乏新意

目前,各高校图书馆虽然都在开展阅读推广活动,但形式雷同,缺乏新意。一般都是讲座、书展、征文、座谈等,缺少新颖性,很难引起读者的兴趣,阅读推广活动的效果不是很明显。有的高校图书馆为了活动表面暂时的繁荣景象,甚至强拉读者参与活动,引起读者的反感。

### 2.3.4 高校图书馆缺乏专业的阅读推广人才

在高校图书馆,图书管理人员进入图书馆的门槛比较低,有的高校图书馆甚至成为了学校解决家属就业的地方,所以高校图书馆馆员素质有高有低。同时,高校图书馆与高校其他部门相比,待遇偏低,是没有什么福利的清水衙门,升职空间也很有限,因此,很难吸引到高素质、高学历的专业人才。这也导致了高校图书馆阅读推广指导专业人才的缺失。

## 2.4 高校图书馆阅读推广的发展策略

### 2.4.1 纸质文献阅读与数字资源阅读推广同时进行

由于纸质资源和数字资源的不同特性,导致读者对于纸质资源和数字资源的阅读方法具有差异性。纸质资源能给学生理性思考的机会,有利于学生心智的培养、性格的塑造、人生观的引导以及阅读理解能力的提高。因此,在“深阅读”方面,纸质资源优于数字资源。但是,数字资源能给学生提供快速检索的功能,很快获取所需要的信息,而且,能有效利用零散的时间获取资讯和知识。因此,在对纸质资源进行“深阅读”的同时,对数字资源进行“浅阅读”或“快餐式阅读”也是必需的。所以,在将来的阅读推广活动中,需要把纸质资源的阅读推广和数字资源的阅读推广同时并驾齐驱,以拓宽阅读推广活动的读者群。

### 2.4.2 把阅读推广活动作为高校图书馆的常规活动

#### 2.4.2.1 寻求其他部门的支持

为了提升大学生的综合素质,创建充满书香文化的阅读校园,高校图书馆就有必要把阅读推广活动作为图书馆的常规活动,制定长期的系统的阅读推广计划,将嘉年华式的短期阅读推广活动发展为长期的系统的图书馆基础服务。但从图书馆的人力物力财力来说,仅靠一家之力很难把阅读推广活动发扬光大。因此,在阅读推广活动中,高校图书馆要学会借力,要寻求与学校其他部门的支持与合作,来扩大阅读推广的效果与影响力。

首先,图书馆的文献采访策略应与各院系学科紧密相连。高校各个院系有学校的主体学

科,能为阅读推广活动提供各方面的学科专家来源。图书馆则能从教育部门的学科支持角度选择有品位的经典图书。因此,图书馆与各院系的合作是很必要的。

其次,图书馆的阅读推广活动应该求得学校行政机构的支持。比如:学校团委、学生处、宣传部、教务处等行政部门,能为图书馆的阅读推广活动提供很大帮助。通过这些部门的大力宣传,可以促进阅读推广活动的深入开展,并提供有效的组织保障。

第三,图书馆应该发挥学生社团的作用。学生社团是学校高度活跃的一支力量,在学生活动中很有影响力,往往比馆员更了解学生的阅读需求,可以让阅读推广活动能更有效地贴近学生生活,对读者更有吸引力。图书馆在与学生社团协调的过程中,可以从中得到很多启发与灵感,有利于拓宽阅读推广活动的深度与广度,促进阅读推广活动蓬勃开展。比如:与心理协会的合作,可以促进学生在心理健康方面的阅读与思考;与文学协会的合作,可以提高学生的人文素质的修养;与读者协会的合作,可以促使学生在阅读的形势与内容方面进行更深入的思考,提升阅读品位。而这一切,都可以促进高校阅读推广活动更广泛地开展和进一步增强阅读推广活动在学生群体中的校园影响力。

因此,在高校阅读推广活动中,图书馆馆员可以充当协调员的角色,把学院、行政部门、学生社团与图书馆的力量协调起来,把读者与馆藏资源协调起来,把学生与老师协调起来。只有综合各方面的力量,才能促进校园内阅读推广活动的顺利开展,也才有可能把阅读推广活动作为高校图书馆的常规活动。

#### 2.4.2.2 对阅读推广活动及时进行反馈总结

活动评价是阅读推广活动的关键环节,是提升活动效果的有效手段<sup>[9]</sup>。很多图书馆在活动月之际,调动全部力量,动员全馆所有馆员一起上,进行急行军似的阅读推广活动。活动月之后,便置之不理了。实际上,对所开展的活动进行及时总结和反馈是很重要的,有利于阅读推广活动的进一步深化。比如:可以在阅读活动过程中与读者及时交流,收集读者对于活动的满意程度和各种建议与意见,对阅读推广活动进行及时改进;活动结束后,可以对活动的总体情况从读者和馆员角度分别进行总结,提出对以后此类活动的积极建议。通过这种及时的反馈和总结,让阅读推广活动成为高校图书馆的常规工作,成为基础服务的重要内涵。

#### 2.4.3 丰富阅读推广活动的主题

##### 2.4.3.1 厘清学生的阅读需求

在阅读推广活动中,如果仅凭馆员自己的主观想象来确定阅读主题和阅读形式,可能与学生的阅读需求相去甚远,不利于阅读推广活动的开展。因此,在开展阅读推广时,必须要通过多种途径来了解读者的阅读需求,掌握读者的阅读兴趣、阅读习惯和阅读形式。比如,可以通过问卷调查了解学生的主要需求;也可以开展读者座谈会,与读者进行双向探讨和交流;还可以通过与学生社团的合作来了解学生的主要兴趣点。只有对学生的阅读兴趣和阅读习惯有了了解,才能在阅读推广活动中有针对性地开展能吸引学生积极参与的活动主题。

##### 2.4.3.2 开展有创意的阅读推广活动

为了吸引广大读者参与到阅读推广的活动中来,有必要在阅读推广的活动主题上广开思路,挖掘出有创意的阅读推广活动主题,吸引读者参与。比如,在除了常规的形式之外,还可以举办读者感兴趣的各种展览、影视活动、一校一书、诗歌朗诵、真人图书等多种新颖的、读者感兴趣的、能吸引读者积极参与的阅读活动。有的高校图书馆在阅读推广活动主题的创新方面作了积极的尝试。比如:同济大学图书馆开展的立体阅读推广活动<sup>[10]</sup>,浙江工商大学图书馆开展的读书趣味知识竞赛和“我看书,我表演”名著改编话剧大赛<sup>[11]</sup>,还有石家庄学院图书馆尝试的真人图书活动……

##### 2.4.4 培养专业的阅读推广人才

目前,高校图书馆的阅读推广活动很难按照日常工作常规开展,固然与资源分配有关系,但同时也与阅读推广专业人才的缺乏有关。阅读推广这项活动不仅与图书馆学有关,还

与心理学、教育学、文学、语言学等学科门类相关,所以阅读推广专业人才不仅要具有图书馆学的专业背景,同时,还需要学习心理学、教育学等相关学科的知识,对阅读推广工作人员的综合素质要求较高。因此,为了阅读推广活动的开展,图书馆应该在图书馆馆员队伍里面选择培养专业的阅读推广人才,请专家为他们传授分享阅读和组织阅读推广活动的方法与经验,以便把这项工作顺利开展下来。如果条件成熟的话,还可以成立专门的阅读推广部门。同时,不仅仅限于图书馆馆员,还可以拓宽思路,在学生社团中成立阅读小组,培养在阅读方面具有较高水准的阅读大使,对他们进行专业培训,然后由他们来带动广大学生的阅读热情,深入开展阅读推广活动。

## 2.5 北京农学院图书馆阅读推广策略

为了让工作促进研究,研究带动工作。笔者在阅读推广的实际工作中,根据调研的结果,认真分析,把研究的政策建议都运用到实际工作中来。

### 2.5.1 利用问卷调查把握读者的兴趣点和需求点

要了解读者的兴趣点和需求点,可以通过打电话、发送电子邮件,也可以通过座谈、个别交流,还可以通过问卷调查等多种方法来达到目的。要明确读者的兴趣点和需求点,需要对了解到的读者情况进行数据分析,从而来确定读者的兴趣点和需求点。笔者在工作过程中得出的经验是,在这些方法中,问卷调查是能精准把握读者兴趣点的一种形式,但是比较耗费时间和人力。而其他的方法则具有简单易行的优点。阅读推广馆员在阅读推广前期的准备工作中,可以根据实际情况选择适合本馆读者的了解形式。

本馆为了比较精准地把握读者的兴趣点和需求点,向学生读者发放 2000 份问卷,回收 1464 份有效问卷,通过对问卷调查的数据进行分析,找到学生读者最喜欢阅读的图书类型有:文学类图书、科普类图书、哲学类图书、传记类图书、经济类图书。本着满足学生的兴趣和需求,在后续的好书阅读推广活动中选择图书类型时,主要围绕这几种类型的图书进行筛选。

### 2.5.2 向全校读者招募阅读推广委员,解决人力资源紧缺的问题

本馆在编职工只有二十来名,很多还面临近几年就要退休的现实问题。在维持本馆基本的业务工作之后,很难再抽调出更多的专业老师来开展阅读推广工作了。但就笔者一个人来完成如此庞大的阅读推广工作,又确实有点勉为其难。因此,本馆向全校读者发出了招募阅读推广委员的启事。这样,既缓解了本馆人力资源的紧缺,同时,又吸纳了爱好读书的广大志愿者。有兴趣爱好作为依托,这些阅读推广委员在开展活动的时候,就会迸发出巨大的热情,为阅读推广工作的开展带来全新的活力。而且,这批阅读推广委员还有读者的双重身份,相比图书馆老师,他们更了解读者的需求,开展的活动更受读者欢迎。有了他们的参与,图书馆的阅读推广工作就能更得心应手。

### 2.5.3 由短期的嘉年华式活动转向长期的常规性活动

为了促进大学生阅读活动,同时使我馆开展的读者服务月活动覆盖全年,由嘉年华式的短期活动转向常规性的长期活动,根据大学生、研究生的阅读特点,本馆策划了“好书阅读推广——选出您喜欢的图书”主题活动。目的是引导读者通过参与该活动而走进图书馆,多读书,读好书。通过活动来提高图书馆的借阅指标,增强图书馆对于读者的吸引力;同时为我馆首次举办的“2015 年度推荐图书”(一年一书)做好基础工作。本主题活动是图书馆一年一度读者服务月的活动之一,既是上一年活动的继续,又是下一年活动的开端,起到承上启下的作用。

为了达到让读者多读书、读好书的目,本馆在长达 5 个月的投票活动期间,穿插举办了各种活动,吸引广大读者积极参与到活动中来,分享和交流阅读的感受。同时,这次图书投票活动的结果又为“一年一书”活动的开展提供依据。在这种承上启下的活动中,图书馆的阅读推广自然地由短期活动转向了长期活动。

#### 2.5.4 探索了馆处（部、院）合作的新模式

在开展阅读推广活动的过程中，图书馆与学校宣传部、团委、网络中心、各个院系进行了密切合作，活动推广的图片首次登上了学校内外网主页的最显著位置，既扩大了宣传的范围，又增强了图书馆在学校和院系的影响力。

#### 2.5.5 积极利用传统媒体和新媒体的传播模式

在对活动进行宣传推广的过程中，图书馆除了利用张贴海报，散发传单等传统方式进行宣传外；还充分利用了新媒体，进行全方位的宣传。比如：利用校园网大图平台推送活动，大图占据了校园网首页的大幅画面，吸引了众多读者的视线；同时，利用北京农学院微信平台大力推送活动；还利用学校大屏幕滚动播出阅读推广活动；在图书馆主页刊登活动内容……只要有读者的地方，就会有图书馆阅读推广活动的宣传。酒香也怕巷子深，没有广泛的宣传，阅读推广活动的效果就会大打折扣。所以，本馆在开展活动的过程中，利用一切可利用的资源和媒体，充分利用传统媒体和新媒体的传播模式，对阅读推广活动进行积极有效的宣传，让图书馆的阅读推广宣传活动无处不在。

#### 2.5.6 表彰阅读推广活动中的积极参与者

对积极参与阅读推广活动的读者进行表彰，是激励读者积极参与阅读推广活动的有效方式。表彰既是对阅读推广活动中积极参与的个人和集体的一个认可，同时，又是鼓励其积极参与图书馆阅读推广活动的一个有效措施。激励读者踊跃参与图书馆的活动，扩大图书馆的校园影响力。

#### 2.5.6 对阅读推广活动进行反馈总结

阅读推广总结是对阅读推广活动进行评价的资料。对阅读推广工作的评价，不同于图书馆其他业务。验收业务、上架业务、阅览外借业务，是通过统计进行评价。如验收册数、上架册数、阅览外借册数等，比较容易量化。而阅读推广业务，如果只用阅读推广活动次数来评价是不充分的。因为阅读推广活动之间有相当大的质的差别和工作量的差别。因此，为恰当地评价工作量，必须采用工作总结。同时，阅读推广总结对本次阅读推广活动中的优点和缺点进行总结分析，有助于下一次阅读推广活动主题的确定和策划。

在进行阅读推广工作总结的时候，不能忽视对于阅读推广工作的评价。应经常对阅读推广工作效果进行分析评价。分析阅读推广结果相关数据，就会发现一些问题，诸如读者满意度如何、哪些方面尚未达到阅读推广的目标、阅读推广馆员能力如何等，从而在今后的阅读推广工作中提高质量和效率。图书馆可以尝试用表1的形式，对阅读推广工作进行有效的评价。

表1 阅读推广工作评价表

1.是否向读者展示了本馆日前所提供阅读推广活动的主题和形式
2.本馆是否最重视为读者提供最适合的阅读推广活动
3.本馆的阅读推广馆员是否与读者进行了充分的沟通
4.本馆提供的阅读推广活动有无出乎读者意料的地方
5.本馆的阅读推广馆员是否认为在阅读推广过程中出现不利局面其实是自己为读者留下良好印象的契机
6.阅读推广馆员是否经常评估自己的工作是否满足了读者的需求并加以改进

### 3 结论与建议

阅读推广是图书馆事业发展的基础动力，阅读推广活动的兴衰在一定程度上也决定了图书馆事业的兴衰，进而影响着国民文化的素质。高校图书馆阅读推广应将图书馆纸质资源阅读与数字资源阅读推广同时进行、把阅读推广活动作为图书馆的常规工作、丰富阅读推广活动的主题、培养专业的阅读推广人才。作为满足大学生阅读需求主要阵地的高校图书馆，应



该把阅读推广作为图书馆的常规服务,提高阅读推广活动的服务能力和服务水平,给这一充满朝气的年轻群体提供温馨的阅读环境,丰富的阅读资料,浓厚的阅读氛围,良好的阅读服务,优质的阅读引导,使高校图书馆在阅读推广活动中发挥巨大的作用,为高校书香校园的建设添砖加瓦。

## 4 项目成果

### 4.1 发表文章

#### 4.1.1 已发表文章 2 篇

[1] 秦疏影 阅读推广研究的学术影响力分析——基于 2005—2013 年 CNKI 论文数据的分析 贵图学刊[J], 2014 (3): 14-17

[2] 秦疏影, 吴雪芝, 关静霞 全媒体时代高校图书馆阅读推广精细化尝试 情报工程[J], 2015 (1): 103-111

#### 4.1.2 审稿中文章 2 篇

[1] 秦疏影 高校图书馆设立大学生阅读推广委员会的探索

[2] 秦疏影 高校图书馆针对入学新生的阅读推广调查与分析——以北京农学院为例

### 4.2 取得的实践效果

#### 4.2.1 针对入学新生的阅读推广调查与分析

策划并具体实施了全校 2014 级新生的大型问卷调查活动“北京农学院图书馆阅读推广调查分析”, 发放问卷 2000 份, 回收有效问卷 1464 份。通过问卷调查分析了高校入学新生的阅读状况、阅读意向、对图书馆的利用情况、图书馆开展阅读推广的影响因素, 并在此基础上对新时期高校图书馆的阅读推广工作进行了分析, 提出了采取有效措施扩大阅读推广宣传、开展有创意的阅读推广活动、进行合理有效的资源建设、培养专业的阅读推广人才等策略。

#### 4.2.2 投票与阅读相结合的“好书阅读推广——选出您喜欢的图书”活动

为了促进大学生阅读活动, 同时使我馆开展的读者服务月活动覆盖全年, 笔者策划了“好书阅读推广——选出您喜欢的图书”主题活动。目的是引导读者通过参与该活动而走进图书馆, 多读书, 读好书。同时为我馆首次举办的“2015 年度推荐图书”(一年一书) 做好基础工作。

投票时间为 2014 年 11 月 1 日——2015 年 3 月 31 日。投票时间设置为 5 个月, 引导读者在这期间阅读图书, 之后再予以投票, 以保证投票结果的有效性。同时, 让读者通过浏览图书推荐理由, 来阅读自己以前没有注意到的图书, 开阔阅读的视野。投票结束后, 通过对投票数据进行分析, 对活动进行总结, 在下一年服务月中对积极参与该活动的院系、社团和个人进行表彰。以激励读者踊跃参与图书馆的活动, 扩大图书馆的校园影响力。

#### 4.2.3 参加案例大赛

根据笔者策划并在本馆实施开展的阅读推广活动参加了“首届全国高校图书馆阅读推广案例大赛”和“2015 高校图书馆发展论坛案例大赛”。

#### 4.2.4 馆员培训

根据笔者的工作经验和研究成果, 向全馆馆员作了“真人图书还能走多远”和“阅读保健 心灵滋养”的专题培训。

#### 4.2.5 会议发言

在“2014 北京高校图书馆服务创新与发展研讨会”上, 笔者就阅读推广的经验和构想, 向参会人员作了“阅读保健 心灵滋养——关于高校图书馆阅读疗法的探索与思考”的会议发言。

### 参考文献:

- [1] 吴志敏 社会阅读推广与公共图书馆使命——兼论罗湖区图书馆阅读推广实践 图书馆学研究[J], 2011 (2): 86-89
- [2] 万行明 阅读推广——助推图书馆腾飞的另一支翅膀 当代图书馆[J], 2011 (1): 7-11
- [3] 王波 图书馆阅读推广亟待研究的若干问题 图书与情报[J], 2011 (5): 32-35, 45
- [4] 惠涓澈 高校图书馆设立阅读推广部的思考 情报探索[J], 2013 (5): 128-130, 135
- [5] 牛雨 从社会阅读现状谈孩子阅读兴趣的培养 课外语文[J], 2014 (1): 121
- [6] 张燕, 刘蕾 发挥高校图书馆优势促进文化传承与创新 河北联合大学学报(医学版)[J], 2012, 14(3): 441-441
- [7] 彭妍 高校图书馆推动社会文化传承创新的实然现状与应然向度 图书馆学研究[J], 2012 (23): 23-24, 28
- [8] 裴劲松 充分发挥高校图书馆在文化传承创新中的作用 中国高等教育[J], 2012 (10): 53-54
- [9] 刘勇, 郭爱枝 高校图书馆开展阅读推广活动的实践与经验——以浙江农林大学图书馆为例. 图书工作与研究[J], 2013 (10): 110-112
- [10] 郭骧, 章回波 立体阅读——图书馆服务的新形式 图书馆杂志[J], 2012 (5): 51-54
- [11] 朱小玲 校园文化品牌活动构建和阅读推广 大学图书馆学报[J], 2011 (2): 31-37