



项目编号：2018012

## CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：大连海洋大学图书馆阅读推广的创新与发展

项目关键词：阅读推广，创新，发展

项目单位：大连海洋大学图书馆

通信地址：辽宁省大连市沙河口区黑石礁街 52#  
大连海洋大学图书馆（116023）

项目主持人：张巍

联系电话：84762961

电子邮件：Happo007@dlou.edu.cn

提交日期：2018 年 3 月

## 项目结题验收单

项目名称	大连海洋大学图书馆阅读推广的创新与发展				
主持人	张巍	职务/职称	馆员		
所在单位	大连海洋大学图书馆				
专 家 意 见	<p style="text-indent: 2em;">大连海洋大学图书馆的项目验收专家组成员三位，副高级以上职称精通图书馆业务，是图书馆的业务骨干，曾主持或者参与过研究项目。</p> <p style="text-indent: 2em;">本课题利用大量的问卷调差以及读者座谈的方式和读者沟通，结合当前图书馆的服务管理，进行调查研究，分析整理，为我校图书馆的建设和管理提出了若干具有建设性的意见和建议，并为图书馆的多元化服务以及阅读推广的创新模式和可持续的发展打下了良好的基础</p> <p style="text-indent: 2em;">专家组认真审阅了项目（编号 2018012）结题报告，听取了项目主持人的课题汇报，专家组认为该项目具有可操作性，对图书馆的建设和管理服务具有指导意义，项目组按照计划很好地完成了预定任务，专家组一致认为项目符合 CALIS 农学中心验收要求，同意项目通过验收。</p>				
专家签字					
职务/职称					

# 大连海洋大学图书馆阅读推广的创新与发展

关键词：阅读推广，创新，发展

## 一、研究背景、目的及意义

### 1 研究背景

自 2015 年李克强总理在政府工作报告中提出要“倡导全民阅读，建设书香社会”以来，社会和高校图书馆对阅读推广服务的创新与发展越来越重视，高校图书馆传统的借阅服务，科研服务，已经不能满足图书馆的常规服务属性，因此阅读推广服务也必将成为高校图书馆服务工作中的重中之重。阅读推广服务在于培养读者的阅读素养从而提高读者的个人综合性素质，养成良好的阅读习惯对于的读者内在品质的提升和培养都有着及其重要的作用。

在最新的调查研究中 2016 年我国成年人人均纸质图书阅读量为 4.65 本这相较于 2013 年的 4.77 本有所下降，而这部分数据中，还包括教材的阅读。同时在 2015 年的时候人均手机的阅读时间首次超过了一小时，而这个数据在 2013 年的时候却只有 21.7 分钟。2017 年大连海洋大学图书馆的阅读报告显示在校读者对于电子资源的需求量远远高于纸质资源的需求量，在人均借阅方面 2017 年的人均借阅册数只有 2.43 册，没有借阅过图书的读者高达 60%。在 2014 年的全国阅读调查中显示有 90% 的数字化阅读者表示阅读电子书后就不在购买纸质版图书，而电子阅读就是我们常说的“浅阅读”或者说“碎片阅读”，而这些阅

读都不是我们真正意义上沉寂其中的投入式阅读或者说是“深阅读”。

阅读的过程，本身是一个自我分析、不断强化的心理过程，通过阅读经典文献，专业文献，可以提高人们的认知能力和相关的专业知识的掌握，帮助人们正确的认识历史和现实，形成正确的人生观和世界观，积极应对生活中出现的各种问题和挑战，通过阅读可以保持人们的心理平衡和促进心理健康。

## 2 研究的目的及意义

高校图书馆是文献信息资源的集散中心，是读者重要的学习场所、交流地点和阅读空间，因此阅读推广是高校图书馆服务工作的重点之一。通过各种各样的推广活动，向读者宣传图书馆的文献资源，引导读者利用图书馆，帮助读者养成良好的阅读习惯，丰富读者的知识，提升读者自身素质，创造良好的阅读环境，培养读者的阅读兴趣，向读者传授有效的阅读方法，让不爱阅读的人对阅读产生兴趣，使不善阅读的人学会阅读，让热爱阅读的人在更好的环境中阅读。

## 二、 研究内容及方法

### 1.研究的思路

1.1 读者作为图书馆服务的主要对象，在图书馆的管理和服务当中有着无比重要的作用，而阅读推广服务究其根本在于对读者阅读需求的满足，因此了解读者的需求，掌握读者的阅读心理是阅读推广服务能否良好开展的根本性前提，如何与读者建立良好的沟通渠道，充分了解读者的阅读需求是阅读推广服务首先要解决的问题，因此作为图

图书馆的服务人员要走出去，而走出去的目的是让读者走进来，让读者参与图书馆的管理和服务当中来，让读者成为图书馆服务策略制定的参与者，这样才能更好的服务读者。

1.2 建立良好的沟通平台，阅读推广服务需要了解读者需求就需要建立良好的沟通平台，定时定期的与读者进行交流，在制定推广服务计划之前就要与读者进行良好的沟通，在活动中充分听取读者的意见，活动后更要让读者参与到活动评估中，让读者参与制定标准。

## 2 研究的内容

2.1 采用线上与线下的模式与读者进行沟通，开展调研，了解读者的阅读需求，进而分析读者，收集信息，并对调研结果进行整理，做出合理化的调查报告，为定制阅读推广服务打下良好的基础。

2.2 建立长效机制，阅读推广活动常态化，日常化，避免嘉年华性质的阅读推广活动。

### 2.3 推广个性化阅读定制服务

2.4 建立健全阅读推广评估体系，制定符合读者自身的体系指标，为阅读推广服务的可持续发展提供有效的数据支持。

### 2.5 将阅读推广服务品牌化

## 3 具体的研究方法

3.1 制定读者调查表格，联系院系读者进行座谈

3.2 针对图书馆各部门进行数据调研

3.3 分析整理调研报告。

3.4 定制合理化的阅读推广服务设计方案。

3.5 提交方案，进行方案评估。

### 三、结论与建议

#### 1、阅读推广的意义

高校图书馆作为文献信息资源的聚集地，是高校师生读者重要的学习场所和阅读空间之一，因此高校图书馆的阅读推广活动离不开读者活动的大环境，随着近些年阅读的文化的深入人心，读者对阅读的重视程度越来越高，党的十八大报告中明确表示要全力开展全民阅读活动，李克强总理在政府工作报告中也提出要“倡导全民阅读，建设书香社会”，由此可见阅读的重要性。

高校图书馆阅读推广的最主要的目的是让读者产生阅读兴趣，爱因斯坦曾经说过：“兴趣是最好的老师，它可激发人的创造热情、好奇心和求知欲。由百折不挠的信念所支持的人的意志，比那些似乎是无敌的物质力量有更强大的威力”因此高校开展阅读推广的服务首要任务，就是吸引阅读，吸引读者来到图书馆，使用图书馆的文献资源，要让不喜欢阅读的读者喜欢上阅读，让喜欢阅读而的读者学会阅读，向读者传授阅读方法，掌握泛读和精度的两大要领，提高阅读效率，培养阅读能力，养成阅读习惯。

在读者调查过程中我们发现，高校读者就有鲜明的个性和特点，年轻人对于新鲜事物的接受力极强，而且更加容易受到影响。2016年的全国阅读调查中显示 90%的读者表示，阅读电子书后就不站在购买纸质图书。而电子阅读正是我们常说的浅阅读或者说是碎片化阅

读，这些不是真正意义上的深阅读或者说是投入式阅读，而近些年电子资源的投入占据了高校图书馆的半壁江山甚至远远超过了纸质资源的投入，电子阅读所影响不仅仅是阅读兴趣更加影响到阅读的质量，同时对于身体健康上也有着一定的影响，因此我们在开展广泛的阅读推广服务的同时尽量引导读者减少电子阅读让读者从碎片化，浅显化的阅读方式转向深度阅读和投入式阅读当中来。

## 2、高校图书馆阅读推广活动存在的一些问题

### 2.1 阅读推广活动存在针对性不强的问题

目前高校图书馆的阅读推广活动，大多是广而泛之，所有活动面对所有读者，忽略读者之间的差异化，没有根据不同的读者进行有针对性的推广服务，因此所取得的活动效果也差强人意。

研究表明读者对于阅读的需求分为多层次多方面，个体读者和团体读者的阅读需求不同，个体读者在不同的时间段内他的阅读需求也是不同的，这些都是读者阅读的差异化因素。因此作为图书馆阅读推广服务的开展要充分了解读者的阅读需求，根据不同的阅读需求来制定有阅读推广计划，吸引读者来到图书馆进行不同目的的阅读。

### 2.2 阅读推广活动形式重复单一，缺乏可持续性

1972年联合国教科文组织就向全世界发布了“走向阅读社会”的倡议，并在1995年将每年的4月23日确定为“世界读书日”，因此嘉年华的方式也成为了各高校图书馆的主要互动方式之一，集中时间组织大量的文化活动，而过后确如潮水退却一般，陷入停滞状

态，未能得到有效的延续。嘉年华的活动方式，考虑的更多的是图书馆的本身而不是读者，读者在这一段时间内需要面对各种不同的活动，听讲座，参加书画展，观看影展等等一系列的活动，这本身就背离了阅读的本质，因为阅读是一项长期的，具有可持续性的活动，而每年嘉年华的活动方式也容易让读者产生疲劳，使活动进入恶性循环。

### 3 建立长效机制，推动阅读推广活动创新化，常态化

阅读是一个长期的活动，阅读推广活动也更应该符合长期化，可持续化的特点

#### 3.1 建立专门的阅读推广部门

高校图书馆的阅读推广活动，往往是各部门合作办公，容易出现职责不清的现象，因此高校图书馆应设立专门的阅读推广部门，引导高校图书馆开展专门的阅读推广活动。

#### 3.2 确立正确的评估指标体系

阅读推广不能好高骛远，合理的建立正确的评估指标更加有助于阅读推广活动开展，正确的建立评估体系对于阅读推广活动有着积极的正确的指导作用，包括人工，经费，环境，服务，读者满意度等等。

#### 3.3 科学的制定推广服务计划，建立良好读者服务平台

高校读者的阅读需求特征明显，根据不同的读者需求，不同的时间阶段制定合理的阅读推广服务计划，以读者为本，充分了解读者的阅读需求，建立健全良好的读者沟通平台。

了解读者想要的，让读者参与到阅读推广计划的决策中来，以读者为主，图书馆为辅。制定读者喜欢的阅读推广计划。

### 3.4 加强专业阅读推广服务

加强专业阅读内容的引导，高校图书馆的阅读推广偏重于文艺文学范畴，以国学，名著，热销书籍为主，虽然提升文学素养是人才培养的长期目标，但是提升学生的专业素养更是重中之重，高校图书馆的阅读推广要两手都要抓，而且两手都要硬，提升学生的专业阅读素养，这是图书馆阅读推广服务不可缺少的一部分。

### 3.5 阅读推广从图书馆走向院系

院系一线老师更了解学生需要什么，更了解学科的发展方向和学科前景，能更好的引导学生进行阅读，不仅仅是针对教材的要求，更应该是针对专业前沿的书籍进行推荐阅读。

### 3.6 高校阅读推广活动应具备社会属性

将阅读推广活动推向社区推向社会，积极联合高校所在社区，达到学校和社区的资源共享，进行多种多样的阅读推广活动，既达到了阅读推广的目的，又可以增加在校学生的社会责任感。

### 3.8 整合资源，根据院校资源推出专属性阅读

根据学校特有的资源，进行阅读推广活动，高校图书馆具有自己的特色馆藏，可以根据自身的特色馆藏进行专门的阅读推广活动。

## 4. 结束语

阅读推广是高校图书馆服务工作的重点之一，通过各种各样的推广活动，向读者宣传图书馆的文献资源，引导读者利用图书馆，

帮助读者养成良好的阅读习惯，丰富读者的知识，提升读者自身素质，创造良好的阅读环境，培养读者的阅读兴趣，让图书馆成为真正的天堂。

#### 四、项目成果

已发论文《浅析高校图书馆开展阅读推广服务》

#### 五、参考文献：

[1]秦疏影.高校图书馆精细化阅读推广模式研究与效果评价---以北京农学院图书馆阅读推广活动为例[J].图书情报工作, 2015 (8) :45-49.

[2]黄健.高校阅读推广活动的影响因素及其评价[J].大学图书馆学报, 2013 (2) :93-96

[3]王波.阅读推广、图书馆阅读推广的定义——兼论如何认识和学习图书馆时尚阅读推广案例[J].图书馆论坛, 2015 (10) :01-07

[4]从丹.高校图书馆分众阅读推广探究[J].图书馆工作与研究, 2017 (12) :108-112.