



项目编号：2018030

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：高校阅读推广可持续发展研究

项目关键词：高校 阅读推广 发展

项目单位(盖章)：内蒙古农业大学图书馆

通信地址:(详细地址 内蒙古呼和浩特蒙古农业大学图书馆 010018
址含邮编)

项目主持人：金焱


联系电话：13654711088

电子邮件：707784055@qq.com

提交日期：2019.4.22

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 | 高校阅读推广可持续发展研究 | | |
| 主持人 | 金焱 | 职务/职称 | 馆员 |
| 所在单位 | (加盖公章) 内蒙古农业大学图书馆 | | |
| 专 家 意 见 | <div style="text-align: center;">  </div> <p>专家在听取了课题组所作的有关报告并审查了提供的结题报告后, 经过充分讨论意见如下:</p> <p>“倡导全民阅读, 推进学习型社会建设”第六次进入政府工作报告, 在国家号召“全民阅读”的影响下, 高校图书馆也应积极响应国家号召, 进行形式多样的阅读推广活动, 阅读推广活动是加强图书馆与读者之间交流的重要平台和手段之一, 是为读者传播知识, 丰富生活, 提高素养的重要途径。</p> <p>通过分析目前阅读推广中存在的一些问题, 课题组成员在纷繁眩目的活动中培育品牌, 藉由圃读书、承文书会、真人图书、阅读+等活动在逐渐实现由“造势”到“深耕”的活动转型。</p> <p>课题组在研究期间不仅组织了大量的读书活动, 还通过收集整理各个高校阅读推广活动文案和读者问卷调查, 以综述的形式提出了自己的建议及方案, 达到了结题的水平, 专家一致同意通过结题。</p> <p style="text-align: right;">(如需要可增加页数)</p> | | |
| 专家签字 | 王小丽 | 李冰 | 胡志艳 |
| 职务/职称 | 副研究员 | 副馆长 | 副研究员 |

(结题报告含有以下 5 部分内容, 其他内容根据项目情况可增加, 字数不少于 4000 字)

题目: 浅谈对高校阅读推广活动可持续发展的研究

关键词: 高校 阅读 推广 长效 机制

1 研究背景、目的及意义

“倡导全民阅读, 推进学习型社会建设”第六次进入政府工作报告, 在国家号召“全民阅读”的影响下, 高校图书馆也积极响应国家号召, 进行了形式多样的阅读推广活动, 阅读推广活动是加强图书馆与读者之间交流的重要平台和手段之一, 是为读者传播知识, 丰富生活, 提高素养的重要途径。虽然活动举办的较多, 形式也多样化, 但推广活动多以实体活动、一次性和阶段性活动为主, 一般比较注重开始启动, 缺乏长期规划, 活动难以持续开展, 达不到推广目的或者推广效果不明显, 没有形成长效性、持续性和系统化。

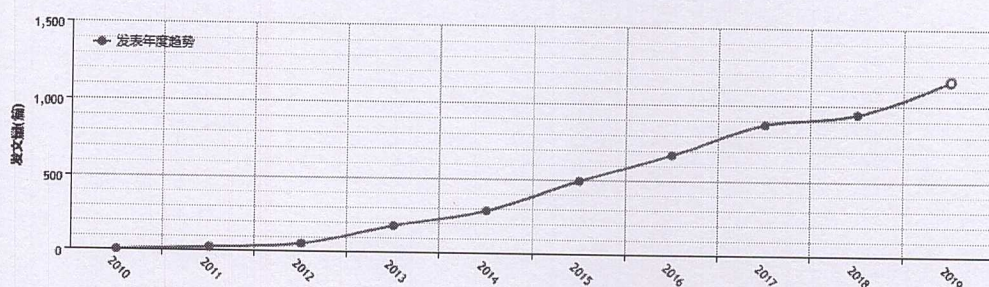
在网络信息快速发展的环境下, 如何长效、持续、系统的开展阅读推广活动, 如何建立长效机制, 如何更深层次的, 更有针对性的为不同学科, 不同类别的读者推荐好书, 如何利用阅读推广活动提高读者的人文素质, 成为有待深入研究的一项工作。对于提高读者的阅读素养, 培养其阅读习惯, 体悟阅读快乐, 其意义十分重大。这需要我们在不断的开展阅读推广活动中去探索和创新, 去研究如何建立一个长期的有效机制来更系统的开展阅读推广活动, 为读者提供更深入、细致的阅读体验, 让读者更好的利用图书馆资源, 享受图书馆特有的阅读文化。

刘时容研究者在“实践与反思: 高校图书馆阅读推广活动的改进”一文中指出如何在这样纷繁眩目的活动中培育品牌, 实现由“造势”到“深耕”的活动转型, 是值得当下阅读推广人思考的课题。全国政协委员谭跃也提出了阅读是软的东西, 需要找到硬的载体, 让他持续、长期的起作用, 推动全民阅读还需要方法。在最美好的大学期间如何让大学生们逐步培养阅读习惯, 是身为图书馆阅读推广人的责任与义务。

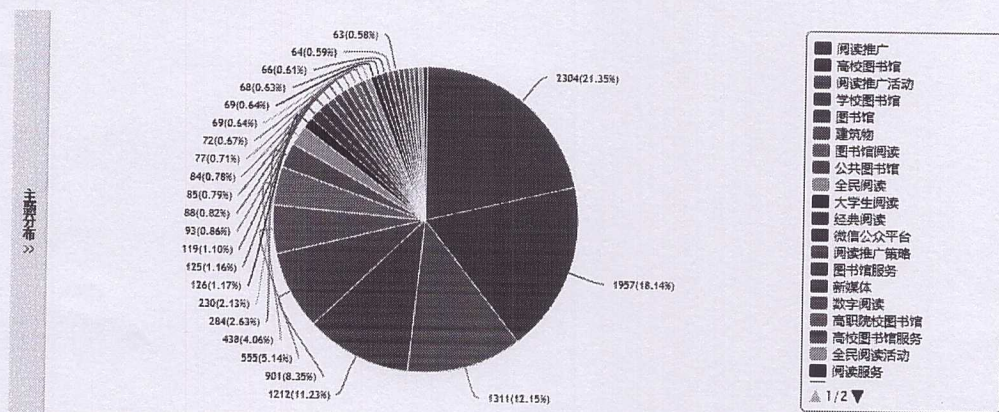
2 研究内容及方法 (思路、方法、具体内容)

2.1. 文献调研

笔者从 CNKI 数据库中以主题词“阅读推广” and “高校”进行检索，共检出 3617 篇文献，



从发文量上可以看出从 2012 年开始一直处于快速上升阶段，尤其是 2019 年刚开始三个月，发文量已经超过了 2018 年全年发文量，这说明全社会关注阅读推广的人是越来越多，也与第六次写入政府工作报告的推动有关。



从主题分布上看，阅读推广主要是高校图书馆在做这个事情，图书馆本来就是学校的文化阵地，图书馆积极承担起阅读推广的重任也显示了图书馆人的担当。从主题看出阅读推广的方法主要有经典阅读、数字阅读、新媒体、微信公众号这几个方向。

经过文献分析了解了目前国内外高校图书馆阅读推广发展、成效、目的。各个图书馆都从建立长效机制、制定科学计划、建立激励机制、健全管理机制、加强环境建设方面在潜移默化中形成高校师生的大阅读观念。

一是建立阅读推广的长效机制。设立专门机构，阅读推广比较成熟的国家，如美国、英国等国家的图书馆都设立有专门的推广机构与部门，设置专职人员和专项经费。

二是科学制订计划，做到长短相结合，阅读计划既要有长期的战略考量，又要有短期的部署与安排。在计划环节确保阅读推广主题的持续性，从而形成品牌。

三是建立激励机制。阅读推广激励机制能激发阅读的活力，并保持阅读活动的顺利开展与持久性。阅读推广激励机制的建立主要从三个方面去考虑。一明确建立阅读推广激励合同制的原则。要重点坚持以人为本与“四性”原则，即目的性、系统性、针对性、适度性。二是科学

选择激励手段，阅读推广激励机制的手段主要有物质激励包括奖金、实物等；精神激励包括授予荣誉、树立榜样等。三是注重激励的层次性，既要有低层次实物奖励，又要有高层次精神激励。

四是健全阅读推广活动的管理机制。图书馆把世界读书日等活动常态化作为重要抓手，通过不断完善阅读活动体制机制，提高工作管理水平，加强保障力度，健全人员招募、能力培训、层级管理、表彰激励、政策保障等工作机制，推动和规范阅读推广活动有序开展。

五是加强图书馆资源与环境建设。馆藏资源要有流动性，方便读者阅读，要丰富馆藏资源的种类与数量，满足不同层次读者的需求。环境建设主要包括环境卫生、阅读场所的温度、光度、场所的布局设计、噪声、设备及阅读氛围等。每个影响阅读的因素都要进行充分的调研、精心设计、合理布局，营造舒适高雅的阅读环境。

2.2. 阅读推广案例分析及成效

笔者进行阅读推广活动已经三年多了，在阅读推广的热潮中我校已经形成了两个具有代表性的品牌活动。

一是内蒙古农业大学“魅力女教师，书香满校园”的承文书会，为了响应国家阅读推广号召，也为了加强学校文化建设，2018 作为校园文化阵地之一的图书馆为构建特色鲜明的校园文化，联合校工会以“魅力女教师，书香满校园”为主题，在女教工中开展了阅读推广活动，通过读书提高女教师内在修养和气质，转变思想观念、思维模式，进行教育创新。

各分会根据自己的需要组织形式多样的读书活动，包括集体听讲座，读书分享会，读书演讲比赛，诵读经典等，图书馆和校工会定期组织读书总结会与考核，对活动做的好的分会和个人进行物质与精神方面的奖励。以一个任务推行，在潜移默化中形成阅读习惯。女教工读书活动如火如荼的在进行中，已经形成了长效的一个机制，这也是典型的阅读激励制度起到的作用。

二是图书馆组织的以学生为目标的“图·读书”活动，以一个部门牵头其他部门人员辅助的方式，不定期举办由馆员引导的读书分享活动，已经从早期的读书分享会发展到现在的书房式的读书阅读。

现在我们准备推出以樊登读书为平台的“好书共读”栏目，精选一个主题的图书，用纸质和电子版解读两种方式结合的方法，为读者阅读提供一系列的活动，固定时间，打开空间，自由进出，可以听解读也可以阅读原著，在一个环境优雅的空间，听书、读书。

还有以软件阅读通为平台的网上阅读活动，老师在平台上推荐精选的书目推荐给读者，利用碎片化时间去阅读，读者没有空间与时间的限制，对于那些没有时间来图书馆读书的读

者来说是一个很好的阅读方式。

2.3 阅读推广活动中存在的问题与思考

我们的圃·读书活动属于读书分享式，需要阅读推广馆员与读者互动，分享自己读书的经验与想法，经过一段时间的进展与摸索，感觉读者会有拘束感，不能体现读书的自由性及私密性，读者人数逐渐在减少，经过思考后我们觉得现在社会上以“阅读+”为特征的新型社交空间进来悄然出现，城市书房越来越能获得读者青睐，我们转变思路，创造 IP 内容空间——深度结合书籍内容与空间，利用富媒体为读者打造舒适的空间，推荐书目与视频讲解同步，让更多的读者爱上阅读，同时也把阅读的私密性还给读者。

3 结论与建议

3.1 高校图书馆应该建立专门的阅读推广岗位

本课题成员在“高校图书馆阅读推广路径研究”一文中提出要建立阅读推广岗位。人员应该由有热情、有素养、学习能力、协调能力、组织能力、有奉献精神的馆员组成。负责一切阅读活动的组织、策划、实施与后期的总结。需要馆内领导重视，人才倾斜。为阅读推广常态化提供了组织保障。同时还需要有熟悉营销、富媒体的岗位，把这些内容、活动、思路以微信、微博、网页等方式宣传出去，拉近图书馆与读者的距离。

3.2 选用高校教师担任阅读推广的辅助人员。

在《关于开展 2017 年全民阅读工作的通知》中就有一条着力倡导教师阅读，让教师先爱上阅读，教师一般都有较高的综合素质，可以作为阅读推广队伍的得力助手。因为教师团队相对固定，我们有时间去影响教师，为他们推荐图书、推广阅读图书的方法。而每一位教师又可以影响他教的学生，形成同伴效应，就像一个爱读书的家庭其子女也必受其影响一样，有助于更大面积的大学生养成良好的阅读习惯。

3.3 坚持形成自我品牌

阅读推广品牌的价值在于通过品牌知名度与影响力，带来更广泛的参与度和更好的推广效果。大学生作为高校阅读推广的主要受众群体，具有流动性的特点，有知名度的品牌项目才能引起持续关注，使之更容易与读者建建立阅读推广长效机制，能够提升大学生的专业水平、人文素养和综合素质，树立健康的人格。为促进书香社会建设培育读书种子，为阅读文化的学科建设和全面阅读实践做出深刻的思考。引导大学生由浅阅读、碎片化阅读跃升为泛阅读、深思考的良性阅读中。

4 项目成果（发表的文章、开发的软件、取得的实践效果等）

本校的女教工阅读推广活动正在进行，每年都在举办活动，线上线下活动并举，并且“魅力女教师，书香满校园”阅读推广案例获得了上海市图书馆学会“2018 阅读推广案例分享交流会”三等奖，针对学生读者的图书馆·读书活动也在不定期举办。

5 参考文献

- [1]刘时容.实践与反思:高校图书馆阅读推广活动的改进[J/OL].图书馆建设:1-6[2019-03-28].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/23.1331.G2.20190218.0907.010.html>.
- [2]孙利芳.高校图书馆阅读推广路径研究[J].农业图书情报学刊,2018,30(04):139-142.
- [3]李桂华.深阅读:概念构建与路径探索[J].中国图书馆学报,2017,43(06):50-62.
- [4]孙鹏,王振伟.图书馆数字阅读推广服务创新路径研究[J].图书馆工作与研究,2017(11):53-56.
- [5]李红梅.俄罗斯图书馆阅读促进的创新[J].图书馆论坛,2018,38(04):119-125.
- [6]夏志萍.中美最新国民阅读调查报告分析及启示[J].图书馆研究,2017,47(05):14-18.
- [7]殷利艳.图书馆空间再造与阅读推广服务融合路径研究[J].唐山师范学院学报,2017,39(05):158-160.
- [8]吕素娟.阅读转型背景下高校图书馆阅读推广人制度建设[J].图书馆学刊,2017,39(04):21-24.
- [9]胡丽心.定位、资源、品牌、保障:西部民族院校阅读推广策略探讨[J].山东图书馆学刊,2019(01):41-44.