

项目结题验收单

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	阅读推广如何“无中生有”				
主持人	唐增业	职务/职称	中级馆员		
所在单位	华中农业大学图书馆				
专 家 意 见	<div style="text-align: center;">  </div> <p>高校阅读推广是落实立德树人根本任务、培育学生核心素养、推动校园文化繁荣的重要路径和关键载体。该项目紧扣国家文化发展战略与高校图书馆服务转型的时代需求，力图将实践经验总结提炼，探索出一套具有普适性和操作性的阅读推广范式。</p> <p>该项目立足于华中农业大学图书馆阅读推广案例，结合对 12 所兄弟高校的调研与交流，梳理阅读推广工作的实践经验，构建了“认知破壁”三维模型和“无中生有、有中创新”四维模型，提出范式创新、育人转型和边界破除的核心理念，并进一步从提问力、平台力、合作力和生长力四个维度探讨了高校阅读推广从经验走向范式的完整路径。项目研究方法得当、思路清晰，理论构建与实证分析结合紧密，具有较强的理论价值与实践指导意义。</p> <p>该项目立意新颖，紧扣阅读推广现状，具有推广应用前景，为高校图书馆构建全方位阅读推广体系提供了良好范本。建议予以结题验收，可向高校图书馆阅读推广从业馆员进行推介，为高校文化育人和服务创新提供借鉴。</p>				
专家签字	谢群	李M	吴天吉	余红	孙欣
职务/职称	副研究馆员	副研究馆员	副研究馆员	副研究馆员	研究馆员



项目编号：
2024025

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目 名 称：阅读推广如何“无中生有”

项目 关 键 词：阅读推广；理念；范式

项目单位（盖章）：华中农业大学图书馆

通 信 地 址：湖北省武汉市洪山区狮子山街1号

项 目 主 持 人：唐增增

联 系 电 话：13720251033

电 子 邮 件：tzz1182@mail.hzau.edu.cn

提 交 日 期：2025-5-20

题目：从经验到范式：高校阅读推广的破壁之道

关键词：阅读推广；经验；范式

1 研究背景、目的及意义

2014年以来，全民阅读成为国家发展战略；教育部2016年《普通高等学校图书馆规程》“第三十二条图书馆应积极参与校园文化建设，积极采用新媒体，开展阅读推广等文化活动。”2018年全国教育大会上，习近平发表的重要讲话“要全面加强和改进学校美育，坚持以美育人、以文化人，提高学生审美和人文素养。”2023年全国宣传思想文化工作会议，习近平文化思想引导我们对中国特色社会主义文化建设规律的认识达到了新高度。

置于社会需求、高校发展及图书馆职能转变的时代背景中，阅读推广已成为高校图书馆的重要服务职能，并在当下进入了前所未有的密集活跃期并取得了长足进步。各方对高校图书馆的阅读推广工作也有了更高质量的要求和期望。当前高校图书馆阅读推广的理论和实践研究主要聚焦于构建理论、打造品牌、活动评价、案例推广等视角。走向实践，一个个鲜活的案例是如何产生的？当下的阅读推广持续应用新技术、新工具、新形式和新组合，无穷的创意何来？在阅读推广活动策划执行中是否存在普适性方法？问题的答案存在于实际工作的经验里，确切而系统地表达方面，还存在可拓展的研究空间。

我校图书馆的阅读推广案例在全国、全省、全市及全校多次进入展示名单，得到行业内、校内及社会层面的多重认可。践行实践出真知、理论指导实践的朴素工作理念。我们对近年来的实践进行理论总结，同时通过访谈等方式借鉴兄弟高校的经验，尝试提炼适合高校图书馆阅读推广的实用的框架和方法。

2 研究内容及方法（思路、方法、具体内容）

2.1 研究思路及方法

本文立足于我馆已获得业内认可的案例实证研究，采取理论分析总结与实践验证相结合的思路，探讨适合高校图书馆阅读推广的普适性方法论，力图为工作实践提供参考。

用模型来代替客观对象，并通过对模型的研究来揭示客观对象的某些属性，这种从实际问题情景中抽象、构建模型，并运用科学模型分析问题的方法，是科学研

研究的一个重要手段，也是我们解决实际问题的一种重要方法。本项目模型构建的方法引入理论研究，与实证研究相辅相成，从理论和实践角度全面展示研究成果。

①文献调研和实际调查相结合。基于广泛的文献调查、对 12 所兄弟高校进行访谈等途径搜集相关资料及数据。

②定量分析与定性分析相结合。利用定量分析方法，直观地展示我馆已经已获得业内认可的阅读推广实践案例，结合定性分析方法分析阅读推广的范式。

③系统分析与全面综合相结合。阅读推广是一个系统性工程，项目从理念到实践逐步解剖式分析，再从全要素、全维度融合的整体性角度呈现思考。

④模型构建与实证验证相辅相成。通过模型构建典型性理论方案，以实证研究的案例对理论进行了检验，以期在实践中完善理论。

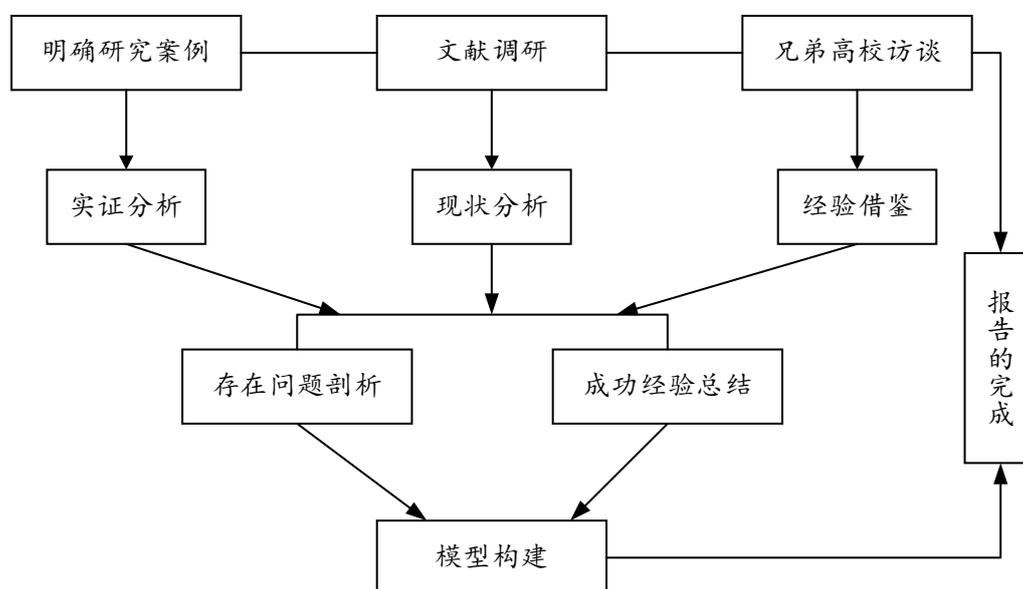


图 1 实施方案

2.2 研究内容

2.2.1 理念之基

在与 12 所兄弟高校同行交流中，我们更加深刻认识到阅读推广发展的复杂性，无论是部门设置、人员配置、业务模块及运作机制等都各具特色，无固定模式可循。同时，也意识到阅读推广资深人员，在操作层面积累了丰富的经验，但是大量的经验从未被语言化。我们基于大家的集体智慧，从三个方面对理念层面进行表达和梳理。

一是范式创新：“无中生有”。“天下万物生于有，有生于无。”出自老子《道德经》。古人所讲的“无”，并非是指虚无和空无，而是指超出我们的视觉、听觉和触觉的认知范围以外的自然事物。“无中生有”应用在阅读推广行业，指的是从看似无相关信息或资源的情况下创造出新的内容或价值，强调的是在行业中的创新

思维和策略运用。

这与阮冈纳赞“图书馆是一个生长的有机体”第五定律形成跨时空呼应，当传统资源组织方式无法满足世代需求时，通过创造情境化体验实现资源再生产，恰是“生长性”的当代诠释。如此，我们便不再心生畏惧。

这种创新范式不仅需要技术层面的突破，更要求推广主体实现从“服务提供者”到“成长陪伴者”的角色转型——这正是当下阅读推广育人功能的核心命题。

二是育人转型：引导读者自我教育。《全球教育报告》2024年访谈了100多位教育工作者，考察了全球25所中小学校，12所世界名校。报告显示，83%的受访教师认为“标准化教育模式难以满足个性化发展需求”。学校加快了自我进行的进程，其中图书馆作为非正式学习空间，其柔性化、自组织的特性正成为弥补这一缺口的关键场域，第三文化空间育人功能的探索日新月异。

我校图书馆“我是策展人”读者自主策展项目中，我们一直在思考是什么吸引了读者来做展览，读者为何要做自己的展览？众多自我表达途径，他们何以选择图书馆展览的形式？实践中，每一个展览实则一个“问题”的表达。

有的读者内心深处确实有如鲠在喉的困惑，跟个人的生命体验和经历关系极其密切的问题。譬如儿童文学主题展，经过深入的交流，策展人坦露心声：囿于童年时期的经历，她一直在积极做心理创伤的自我修复。她阅读大量的主题书籍、影视评论等作品，参与儿童志愿活动，借由展览梳理自我对儿童文学的认知，寻找志同道合者，引起大家对儿童心理与个人成长的关注。

她不只是在做一个展览，而是在尝试表达，尝试自己解决问题的一种可能性。读者自我探索的内驱力正在重构策展的价值逻辑——当展览从‘知识的陈列’转向‘生命的叙事’，图书馆便成为存在主义教育中的‘境遇构建者’，通过提供具身化的认知情境，帮助用户完成从信息获取到意义建构的跃迁。实现了阅读的自我疗愈功能。

在案例交流中，同仁们一致认可：阅读推广除了立足于传统的行业趋势、功能定位、软硬件、人力资源等，把图书馆的以及读者的生活环境、心理状态、人生经历等，全都纳入阅读推广活动实施考虑的范围内，实现全要素、全维度融合的整体性考量。如此，图书馆方能在家庭教育、社会教育、学校教育并举的同时，坚持用成长型思维来引导学生最终走向自我教育。

此时的图书馆不仅是阅读的场所，更是育人空间。馆员不再是远观读者的幕后工作者，而是具象化的“师者”，以独立的个体走进策展者的内心世界，实现精神上的共鸣，从而践行图书馆关注学生心智解放和精神成长的追求。

三是边界破除：广义阅读推广。从实际跨校调研发现，当前对阅读推广的刻板认知仍存在双重困境。一是学科局限。理工院校普遍将阅读推广窄化为“纸质书推荐”，尚未突破物理载体限制，对沉浸式艺术展览、音乐会、观影、手工等体验类

交互式活动形式的接受滞后。二是功能固化。将阅读推广文化活动边界机械划定在“知识转移”范畴，未触及阅读推广精神层面以及构建“认知触发点”的意义。

广义的阅读推广是有中心无边界的。它立足于图书馆知识学习，以读者精神成长为核心，从三个维度构建“阅读-体验-思考-求知解惑-成长”的路径。

表 1 认知破壁三维模型

维度	传统模式	广义阅读推广模式	典型案例
空间 延展	物理场馆	精神意义场域	全球《老人与海》云端共读： 疫情期间我校联合全球五大洲 18 个国家 380 名读者历时一个月接力读完世界经典名著《老人与海》。项目超越了物理空间，直抵精神世界。
内容 包容	纸质文献	多模态知识生态系统 (涵盖文本、影像、声音等)	党史“五维一体”主题展： 文学篇、美术篇、音乐篇、电影篇、主题书展共 5 个系列，包括文献资料展、专题美术展、经典革命歌曲传唱与分享、红色电影观影等形式。
主体 交互	馆员主导	知识共生体	清华“真人图书馆”对话实践： Space(空间再造)→Trigger(需求触发)→ Experience(具身体验)→Participation(持续参与)

2.2.2 从经验到范式：如何无中生有，有中创新

“全新的创新生态对人才提出全新要求——能够提出顶级问题、找到深度合作伙伴、找对组织平台、找到可持续资源，将是未来顶尖创新人才应该具备的四大能力。”映射到阅读推广实践，可以四维模型图展示“无中生有，有中创新”的范式。

一是提问力：问题导向的认知升级。人工智能时代，人最重要的价值就体现在提出一个好问题。实操中，阅读推广可以呈现为问题为导向的“问题金字塔”，提出优质问题的能力是突破经验层级的核心。

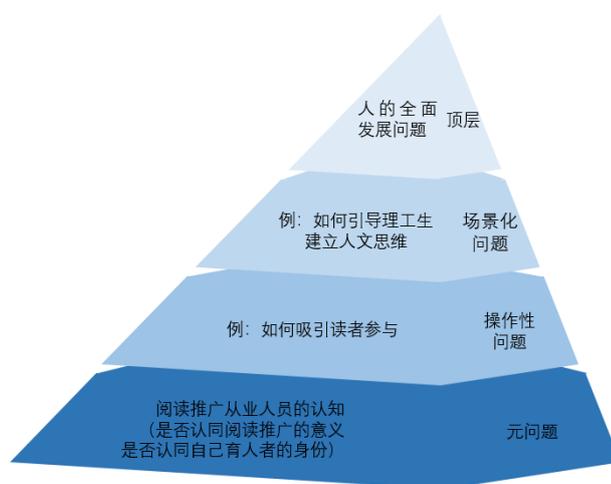


图 1 阅读推广的“问题金字塔”

以元问题为例，阅读推广馆员首先要问：我是否认同阅读推广的育人意义？我是否认同自己育人者的身份？具备价值和身份认同的精神内核，方能在体验到阅读推广事务性工作的繁琐和细致后，秉承初心，保持教育者的自觉，以饱满的热情投入。

落到具体的活动，我们可以尝试问清楚，为什么要策划这项活动？要解决什么问题？选题能否触及读者深层次需求的核心问题？要传达什么导向性？我们有什么能支撑选题的表达？能否在学科交叉性上做文章？如何紧密结合时代性的前沿议题？如何引发读者持续思考和行动？这些问题触及了活动的本质，引发开放式思考，也是行动的导向。若能实时回溯答案与结果的匹配，便能形成实践→反思→理论提升→再实践的个人认知升级链条。

譬如我校的文化创意活动征集，以项目征集制向师生传递文化活动人人可参与的理念。在操作细节方面，就要考虑是否给予经费支持？我们的初衷是鼓励师生参与，但同时也要引导师生充分发挥个人主观能动性，充分调用个人及院系等公共资源。因此经费支持便是情理之中，但不超过 300 元，辅以活动实施的一对一指导。将有限经费与无限支持有机结合，充分把握了阅读推广的“杠杆艺术”。

二是平台力：搭建组织平台。阅读推广不应是图书馆的“独角戏”，而应是多方共建的“交响乐”。多方又如何凝聚在一起？关键在于建立开放共享的组织平台，通过平台实现系统谋划和顶层设计，畅通图书馆、学院、社团人财物资源协同的机制通道，建立“统一协调、优势互补、有序组织、成果共享”的运行机制，形成文化育人共同体，尽最大可能为读者提供景面文心、情境交融的阅读活动，并持续培育文化育人的良性生态循环。

我校搭建了由校党委书记牵头的学校文化建设委员会这个公共平台，2019 年推出文化品牌“狮山文谷”，历经近 6 年的建设，持续将图书馆打造成书香校园公共文化中心。图书馆年举办展览展示、讲座培训、经典诵读、交流分享、互动体验、图书共享等多元文化服务活动 60 余场次，2 万余人次参与。学校文化建设的氛围场景、阅读推广人价值认知、师生读者的参与度在平台粘合下，逐渐走向成熟。

组织平台也决定了阅读推广能匹配的资源及合作伙伴。

三是合作力：培养可持续的伙伴生态。调研中，有共通的疑惑。阅读活动一直在开展，有进步，也有成果，但每一次的巨大努力，都像烟花，非常灿烂，很快就归于寂灭，并没有星火燎原。这是为什么呢？阅读推广的协作系统在大的社会层面是已形成，但在很多高校内部，普遍存在“三无合作”痛点：无价值锚点、无长效机制、无代际传承。

阅读推广本质是点亮人。我们需要寻找合作伙伴。而教育本来的意思，就不是教材、不是课堂，是人点亮人。二是合作伙伴也需要我们，需要我们助力。随着信息技术的迅猛发展和社会对高质量教育需求的增加，教师的角色和职责发生了显著

变化。院系和教师都有文化推广的意识，也都需要推广阅读。因为学校的整体氛围，从广义阅读的角度是竞争关系，抢关注抢流量的。

深度合作伙伴是需要培养的。不止于横向的协同，更需要在资源、活动和价值上实现纵向贯通。以湖北省诵读大赛为例，我们与校广播台搭建了稳定的合作网络架构，由对方推荐优秀候选人并提供专业指导，我们联系候选人院系，请院系提供经费和奖励配套支持，图书馆负责资源整合。分工有序，代际传承，年年获奖。这其中便有合作价值的体现。图书馆获得专业支持与流量入口，合作方获取展示平台与增值服务，参与者赢得发展机会与多元体验。合作不止步于临时性协作，着眼于构建可持续的伙伴生态。

四是生长力：打造有机生长体系。阅读推广的成长是向下扎根，非数量规模为导向的增长。如何破解其发展的周期律，建立自我更新、有机生长的系统？

实践中，我们运用的是模块化生长体系。以校园文化年度主题为核心，挖掘打造出不同类型的大、中、小模块文化活动。形成以读书节、毕业季和迎新季为代表的大模块。锚定方向，稳固根系；以传承传统文化、农耕文明，凸显学校特色、图书馆特色为代表的中模块。传承特色，发挥枝干韧性；以“我是策展人”等读者为活动发起人的小模块。进行创新实验，促使新芽萌发。模块化结构，既有稳定性，也能随机应变。

3 结论与建议

在阅读推广馆员群体内部，我们发现了极其参差多样的经验和能力。无一例外理想和现实仍存在努力的空间。一方面要让阅读推广在师生中落地生根，自发生长仍有很长的路要走，另一方面则是认知盲区还在干扰着图书馆及馆员。

3.1 “拿来主义”的破与立

在与 12 所兄弟高校同行交流中，我们更加深刻认识到阅读推广发展的复杂性，无论是部门设置、人员配置、业务模块及运作机制等都各具特色，无固定模式可循。但是阅读推广活动策划执行中是存在普适性方法的。

见贤思齐是阅读推广非常重要的学习方式。“拿来主义”的有效性有待考验，苏浙阅读推广行业已经进入了专业度竞争的赛道。我们要学案例，学方法论，但也要学理念。要领悟适合高校图书馆阅读推广的实用框架和方法背后的价值追求，方能因地制宜，不变应万变。

这个认知提升，对阅读推广实践意义重大。可以有效避免陷入无效模仿的“内卷”，进而做出自己的特色。

3.2 育人者自育

整体性思维，意味着阅读推广从一项活动已然发展成综合性的事件，馆员演变成全方位的资源整合者。向外看大环境，关注当下社会热点，知晓图书馆行业、学校及本馆年度重点工作；向读者问计需求；向内沟通协调时间、书籍、空间、场所、设备、物料等。“土地里长出过光荣的历史，自然也会受到土地的束缚”，阅读推广的发展倒逼馆员摆脱固有的工作理念和模式的束缚，及时调整角色。调研也显示，馆员普遍缺乏学生工作的知识和经验。

本项目始终在凸显阅读推广的复杂性，并不是要开启某种决定论的思考方式。毋宁说，是尝试勾勒真实的阅读推广，借此推动馆员应对这种复杂性挑战。

没有人生来就会做阅读推广，实践也是探索的过程，众多的问题会促使阅读推广人重新思考。每个问题又没有固定的答案，阅读推广人有这样一种自觉，无论是价值层面还是操作层面，都需要学习，提升能力。把自己还原成一颗种子，重新长成自己。

阅读推广育人效果最终是要体现在人的改变。这其中既有读者的收获，也有馆员的成长。阅读推广的发展从来都不只是在被动适应环境的变化，某种意义上是主动对图书馆价值生态的塑造。本研究是基于可见的案例实践和一线同仁的直观感受，总结出的每个结论从原则上说都不可能绝对严密，是打破阅读推广馆员经验沉默的一次有益尝试。

4 项目成果（发表的文章、开发的软件、取得的实践效果等）

4.1 发表文章 1 篇

唐增增，张柱红。《读者策展中图书馆员角色的变迁——“我是策展人”案例分析》入选 2024 年中国图书馆年会交流名单。中国图书馆学会，2024. 8.

4.2 撰写申报材料获奖 2 次

唐增增。“生长的红岩：大型文学艺术与情境式文献展”入选教育部 2024 年高校“礼敬中华优秀传统文化”宣传教育活动“创承文脉”高校主题数字微展览联展. 2024. 3

唐增增. 我校图书馆获评武汉市洪山区 2023 年度“最受市民喜爱的阅读空间”。洪山区全民阅读活动指导委员会办公室. 2024. 4.

4.3 撰写项目报告一份

《从经验到范式：高校阅读推广的破壁之道》

5 参考文献

[1]许琦敏. 立足国家战略挑战“四极”，“无中生有，有中生新”[N]. 文汇

报, 2024-07-08 (006).

[2]全球教育报告《年度得到》沈祖芸, 2024-2025.

[3]范并思. 以制度推动图书馆服务体系阅读推广发展 [J]. 图书馆建设, 2022, (05): 6-7.