

· 阅推案例 ·

# 高校阅读推广六策

——厦门大学图书馆阅读推广实证研究

吴明杰 林振锋\* 李金庆

(厦门大学图书馆 福建厦门 361005)

[摘要] 本文结合厦门大学图书馆阅读推广活动案例,笔者提出几点阅读推广策略:因势利导,驾轻就熟;需求引导,魅力增值;主题明确,系列组织;借助技术,创新发展;合作共建,群策群力;总结评估,奖励优秀。通过活动案例反思,进一步总结了四条实践经验:建立并完善有效的评价机制;扩大数字资源阅读推广;与常规工作相结合;力求内容和形式上的突破。

[关键词] 阅读推广 图书馆 策略 创新

[中图分类号] G258.6 [文献标识码] A

中国图书馆学会于 2005 年成立“科普与阅读指导委员会”,后更名为“阅读推广委员会”,图书馆在全民阅读推广中所起的作用日渐凸显,但从活动的规模、影响、成效和持久性等方面来观察评估,则彼此差异较大。

## 1 校园阅读推广六策

如何组织、整合、优化图书馆各项资源与服务,并联合馆外力量,顺应读者需求,围绕阅读推广精心设计、组织和实施各种阅读推广活动,并使阅读推广活动行之有效,应该考虑哪些因素,参照什么原则或标准?通过厦门大学图书馆开展校园阅读推广活动的具体实践,笔者认为以下六个方面可作为借鉴和参考。

### 1.1 因势利导,驾轻就熟

推广阅读活动,要争取利用现有的有利条件,如人才资源、空间设施、技术设备、藏书、环境,借鉴已有的活动基础,如类似活动的经验、人脉关系、推广模式等。这样开展起来,就会事半功倍。

例如,厦大图书馆借鉴 2016 年“经典话剧·剧本朗读会”的经验,2017 年 4 月成功举办了一场“用声音传递思想之重,用耳朵聆听文字之美”的朗读市集活动。朗读内容涉及诗歌、散文、小说、戏剧、杂文等多种文学体裁,共计 70 余人参与了现场朗读,其中不乏有来校参观的游客,一同用声音分享他们喜欢的诗篇。

### 1.2 需求引导,魅力增值

开展阅读推广活动,在考虑培育读者信息素养和推荐优秀作品的同时,应准确掌握读者需求,从活动方式到内容、过程的设计,都要考虑以读者的需求为依据,力争对读者有较大的吸引力,使他们能积极参与,达到共赢。

用户调查分析是策划活动的前提。2017 年 4 月,为了分析和引导读者的校园阅读,厦门大学图书馆开展了“厦门大学读者阅读习惯问卷调查”,来自 40 个学院的 600 余名读者参与此次调查。

中国图书馆学会第二届阅读推广委员会于 2016 年新增一个分支——文创产品开发委员会,目的就是希望通过开发大量文创产品来影响读者,让他们爱上阅读。厦门大学图书馆开发有图书馆标识的文创产品,并在阅读推广活动中应用得如鱼得水。礼轻情意重,小礼物有大用场。几张有文化有创意的图书馆明信片,就能给学生一个小惊喜,活跃现场气氛,让有意义的阅读推广活动更有意思。微媒介和移动互联网流行年代,多数手机用户爱“拍”“晒”“秀”,获奖或者收到小礼物的年轻读者容易成为图书馆的粉丝和宣传图书馆活动的活广告。

厦大图书馆的创意文案常常吸引眼球。该馆的年度阅读账单,既记录严肃的纸质图书借阅量下降的现实,也有诸如个人打多少两厦大免费米饭这类有趣的细节。从 2014 年开始,该馆都会公布有趣的“淘宝体”阅读账单,一般传达几个信息:过去一年谁最爱泡馆,谁看的书最多,哪本书最抢手?……该馆在全国高校图书馆中最早做这类酷数据统计,希

\* 通讯作者

望这能使图书馆和读者更“亲”。

2016 年 2 月 23 日,厦门大学图书馆“圖·时光”项目,在来自 26 个国家和地区的 71 个项目中脱颖而出,荣获国际图联(IFLA)第 13 届国际图书馆营销奖第二名。从 2013 年开始,厦门大学图书馆为毕业生们准备了一件礼物:收集整理同学们大学时代的阅读记录、进馆次数、最喜欢的座位等数据,用如诗的文字和精致的手绘画面,以“圖·时光”为主题,呈现给即将离校的读者一幅幅清新文艺的网页,唤醒毕业生的图书馆记忆。每位离校的毕业生登录“圖·时光”网站后,都可以看到自己的“圖故事”,还可在微博、微信等社交媒体留言,与朋友分享这份美好的图书馆记忆。“圖·时光”旨在感谢同学们一直以来对图书馆的关注和喜爱,同时传达了阅读与思考的理念:人生中的每一段时光都有值得回忆的骄傲,离开,也是出发,愿阅读伴随他们前行,知识给予他们力量。该馆《圖·时光》已经成为图书馆吸引读者的一个经典案例。

### 1.3 主题明确,系列组织

阅读推广活动的主题应明确,内容与主题相关的项目,形式格调与主题相符的一系列活动,围绕同一主题系列规划和组织,经过一段时间树立品牌。厦大图书馆的所有活动类案例或者本身便包含一系列的活动,或者是系列活动中的组成部分,且均是持续了多年,已形成品牌。

厦门大学图书馆拥有“厦大文化讲堂”“i 学堂”“圖·发现”“圖·时光”“中英语言交流趴”“TALK”“光影坊”“朗读书会”“书山艺境”等一系列讲座、沙龙活动品牌。各项活动主题明确,常态化运行,品牌化管理。例如:

厦门大学图书馆主办的“厦大文化讲堂”,利用每个周末在阅览区中举行。2016 年共举办 45 场讲座,视频网上点击率每场平均超过 120 人次。

厦门大学图书馆与 U-talk 协会联合举办的英语交流沙龙“Talk!”,固定每周一晚在翔安校区举行。“Talk!”旨在通过英语学习、分享和口语交流,为广大英语爱好者提供一个可以大胆说英语的空间和机会,从而提升同学们“说英语”“用英语”的能力。活动主题多样、多元,形式活泼、开放,深受学生好评,吸引了其他校区的部分读者专程前往。

“书山艺境”是厦门大学图书馆艺术分馆开展学科服务、阅读沙龙及交流分享活动,展示馆藏艺术品及美展资料的重要平台。2016 年共举行 8 期活动,内容涉艺术、阅读、心理等诸多主题。

### 1.4 借助技术,创新发展

充分利用新媒体新技术,开展阅读推广,使活动形式多样,新颖活泼,能吸引到更多读者参与。借助网络和新技术推广阅读活动,既促进活动的推广,又提高阅读推广的效率和水平。

厦门大学图书馆功能较强且页面设计人性化的网站已经成为阅读推广的利器 and 平台。该馆借助和推广应用各种传播媒介和主流社交平台,活动宣传和用户沟通的渠道多元化,读者在常去的环境就可以随时随地@厦大图书馆。同时,他们积极地与各种宣传机构、媒体合作,主动通过图书馆的微博、微信等平台,发布优质内容。该馆 2016 年共计发布微信图文消息 198 篇,微博原创消息 192 条。微信粉丝数 27567,比去年同期增加了 55%。微博总粉丝数 27042。

新信息技术、新载体、新设备与设施的使用方法,也是图书馆数字阅读推广的客体之一。厦门大学图书馆着眼于加强读者体验,在原有的电子书阅读器、图型工作站、苹果电脑体验区、智能电视观影区、摄影棚等新设施设备基础上,2016 年又增加了自助拍照及照片打印系统、身份证识别记录机等,以加强数字阅读推广,满足读者体验,提高读者的动手能力。

### 1.5 合作共建,群策群力

阅读推广活动的前期宣传、现场组织、影像摄制、报道撰写等需要大量的人员投入,图书馆应该努力寻求合适的合作者,将高校中丰富的社团资源、院系资源等纳入到阅读推广工作的后备力量中,保障阅读推广所需的充足的人力资源。<sup>[1]</sup>

图书馆与多个单位合作是比较有效地开展阅读推广的组织方式。厦门大学图书馆学习中心,由厦门大学图书馆和经济学院、外文学院青年志愿者协会合作举办;由高等数学、经济学、英语等课程的成绩优秀者作为志愿者,负责现场答疑辅导,2016 年累计活动 80 余次了。王波先生指出“现在高校图书馆的阅读推广呈现出多家联动的趋势,就是联合院系、学生会、团委、社团等校内各类组织共同举办。……因为如此一来,无论是喜欢服从哪种组织因素的同学,都会被拉动到活动中来”。<sup>[2]</sup>

### 1.6 总结评估,奖励优秀

要使阅读推广活动更上一层楼,需要不断回顾总结。厦门大学图书馆的阅读推广虽未建立完备的评价机制,但也适时开展总结评优工作,促进阅读活动的深入开展。

为了鼓励广大师生更多、更好地利用图书馆资源及服务,倡导图书馆文明、和谐的阅读和学习行为,厦门大学图书馆在2017年世界读书日启用读者积分系统。读者的年度积分,可用于兑换图书馆各种纪念品以及各项服务优惠权限。在同届毕业生中,历史总积分进入前百分之一者,将获得“荣誉读者”称号;进入千分之一者,将获得“终身荣誉读者”称号。“荣誉读者”和“终身荣誉读者”离校后,将获得相应的图书馆资源和使用服务权限。

2017年4月,一年一度的厦门大学图书馆优秀学生助理和优秀志愿者表彰名单张榜公布,来自21个学院的80余名同学获得了该馆颁发的荣誉证书和纪念品,优秀志愿者来自11个不同的阅读与推广团队。

## 2 厦门大学图书馆阅读推广的反思与提高

虽然说厦大图书馆近年来的校园阅读推广活动取得了一定成绩,但通过反思,笔者觉得尚有以下几个方面还有待于进一步完善和提升。

### 2.1 建立并完善有效的评价机制

通过评估,可以发现问题,总结经验,纠正偏差,对今后的相关活动形成指导。因此,建立并完善有效的评价机制非常重要。厦门大学图书馆的阅读推广也开展了一些评估和选优活动,但未形成完善系统的评价机制,今后应形成制度化的评估机制,并突出定量评价的比重。效果评估主要从读者层面考虑,需要定量与定性结合,定量评估如:活动后的来馆人数,借阅量的增减情况,借阅书籍种类的变化,电子文献使用量,学生的学习情况,教师的科研情况,这些数据可以通过图书馆系统的统计来获得。定性评价是一种模糊的判断,可以通过调查问卷的形式征求读者对活动的意见。调查发现部分高校图书馆以问卷的方式了解读者对活动的定性评价较多,定量的评价较少。<sup>[3]</sup>

### 2.2 扩大数字资源阅读推广

在某些人看来,阅读推广的文献载体主要是印刷型文献的阅读,但是要更全面地推广阅读活动,应重视并扩大数字资源的阅读推广。特别是纸本文献、数字资源和多媒体资源的配合互补,不但可扩大阅读的范围和数量,而且可扩充内容和提升质量。

厦门大学图书馆“光影坊”开展影像、影视艺术展映与交流等相关活动。2016年开放140余场次,服务读者近5000人次。此类活动和数字资源宣传、培训都是阅读推广的重要内容,今后可开展更多的

数字资源阅读推广活动,如多媒体作品宣传、影评书评交流和比赛、数字资源利用经验介绍与交流等。

### 2.3 与常规的读者工作相结合

阅读推广活动如能与图书馆日常业务结合起来,就为活动的持续开展且经济高效创造条件。图书馆日常业务工作有不少与阅读推广相关,在设计阅读推广活动时,可根据具体的阅读推广项目,优先考虑组织相关人员在开展日常业务的同时,附带从事工作内容相近的阅读推广工作。例如,由多媒体阅览室参与组织影评的宣传、交流工作,采编典藏人员承担新书的推荐介绍,技术人员承担文献借阅排行等文献利用率统计工作,图书馆学生读书会帮助开展读者需求调研及创意评选等工作。

### 2.4 在内容和形式上有新的突破

创意新颖的活动在任何时候都能吸引广泛的注意力。要想激发读者参与的兴趣,首先就要在推广形式的策划上下功夫,要充分考虑如何才能对读者产生强烈的吸引力。同时,要利用全媒体多方位宣传,进一步扩大活动影响。

此外,还要在阅读推广的内容上有所创新,例如阅读的文献类型及载体的扩展,阅读主体的细分,阅读方式的拓展等有所突破。

综上所述,作为高校图书馆读者服务的增长点、创新点,开展阅读推广活动必须明确推广策略,在读者需求引导下,借助信息技术,利用各馆的有利条件,不断创新。并建立评估机制,反思实践中存在的问题,重新构建阅读推广工作机制,在业务重组、岗位设置方面,将其纳入常规工作体系,科学规范地开展工作,通过馆校合作、馆社合作、馆际合作等,借助现代信息技术提升阅读推广的效率和水平,促进高校图书馆阅读推广服务不断转型与创新。<sup>[4]</sup>

## 参 考 文 献

- (1) 吴锦辉. 2014年高校阅读推广活动优秀案例分析与启示[J]. 图书情报工作, 2015, 59(10): 79-85
  - (2) 吴高, 韦楠华. 我国高校图书馆阅读推广所存在的问题与对策研究[J]. 图书情报工作, 2013, 57(3): 47-51
  - (3) 刘彩娥. 国内高校图书馆阅读推广活动的几个误区[J]. 图书馆, 2014(3): 111-113
  - (4) 雷菊霞, 乔婧, 袁玉敏. 新环境下图书馆阅读推广工作探析——北京师范大学阅读推广实践与思考[J]. 大学图书馆学报, 2015(5): 86-91
- (作者简介) 吴明杰, 厦门大学图书馆馆员; 林振锋, 厦门大学图书馆区域研究资料中心, 副研究馆员; 李金庆, 厦门大学图书馆研究馆员、福建省高校图工委期刊工作专业委员会副主任、厦门市图书馆学会《图书馆探索》副主编。

(下转第120页)

对于农民科技书屋的下一步发展,任福盛说他有以下几点考虑:

第一,要发展好家庭阅读点。即有可能的话,在大营镇的五个村里建起家庭阅读点,以方便村民们就近阅读。阅读点建设最主要的难点是负责人的选择,没有合适的人,就不能着急建阅读点。阅读点负责人的选择标准是:爱读书、懂得多;有公益心、热情好客。现在已经有两个阅读点了,今后成熟一个建一个。

第二,发挥好书屋的延伸功能。首先书屋可以在科学种田方面发挥积极的作用,如种植养殖技术的掌握,还是离不开读书。现在庄河市农业生产中种植业发展较快,有桃树、蓝莓、大樱桃、黑果花椒、红花山楂等等,非常需要先进的种植技术的指导。其次,除了为农民致富服务外,还可以借助书屋为村民日常生活服务,如村屯里的村民间发生一些纠纷(包括儿女因赡养老人闹纠纷),他就借助法律知识从中说和调解,避免矛盾激化。任福盛说过“你帮俺爬过一个坡,俺帮你跃过一个坎。邻里关系好了,村风也好了。”<sup>[4]</sup>

第三,在寒暑假搞好阅读活动。为了吸引孩子们在寒暑假、节假日里来书屋看书,今后书屋还要举办一些阅读活动,例如演讲比赛等。先在寒暑假里试着举办一次,看看效果如何。如果效果好,再开发一些阅读活动,如组织故事会,吸收文艺秧歌队参与,在农闲时举办文艺晚会等,以此丰富农民的业余生活。每次活动再给优胜者发点奖品,这样也可以调动读者参与阅读活动的积极性。

第四,争取到政府的支持。现在与大连市少年

儿童图书馆合作了近十年,保证书屋每年都有新书周转轮换。以后还要依靠政府的图书馆,把实用性较强的书流通到书屋中。另外还要争取到镇政府的支持,希望镇政府为书屋的活动打气加油。任福盛表示过几天就去找镇文化站,希望能在书屋墙上做条标语“在阅读中成长,在阅读中提高,在阅读中寻找文明的密码。”这三句话也是科技书屋的宗旨。

在和任福盛夫妇告别的时候,任福盛说:十年来政府给予我了许多荣誉,如 2011 年被庄河市委评为优秀党小组长标兵,2017 年获“全省 2015-2016 年度优秀农家书屋管理员”称号,2017 年得了辽宁省的“最佳藏书人”奖,媒体也多次报道自己的事迹,但是“我办书屋,不是为了名利,就是当做乐趣。我要是小时候就有这么多书看,我也不是现在这个样子了。所以办好书屋,服务下一代,真的是意义非凡。”妻子王月花说“我们只要身体行,就要坚持下去。”

#### 参 考 文 献

- (1) [2] 于新祥,张仁兵.山村致富“播火人”[EB/OL]. [2017-11-23]. [http://www.dlzh.gov.cn/gov/zwgk/06/256164\\_499972.htm?COLLCC=628532381&](http://www.dlzh.gov.cn/gov/zwgk/06/256164_499972.htm?COLLCC=628532381&)
- (3) 佚名.任福盛的农家书屋[EB/OL]. [2017-11-23]. [http://www.dlzh.gov.cn/zhdzyz/zhdyz/jjjl/122889\\_1789614.htm?COLLCC=625486925&](http://www.dlzh.gov.cn/zhdzyz/zhdyz/jjjl/122889_1789614.htm?COLLCC=625486925&)
- (4) 孙福青,张祥.大连庄河大营镇农民互助协会好处多[EB/OL]. [2017-11-27]. [http://www.dlzh.gov.cn/gov/zwgk/08/357043\\_793085.htm?COLLCC=3795197401&](http://www.dlzh.gov.cn/gov/zwgk/08/357043_793085.htm?COLLCC=3795197401&)  
(作者简介) 王子舟(1957-),男,北京大学信息管理系教授。张晓芳(1988-),女,北京大学信息管理系 2017 级博士研究生。张歌(1994-),女,北京大学信息管理系 2016 级硕士研究生。

(上接第 113 页)

## Six Measures for University Reading Promotion —Empirical Study of Reading Promotion in Xiamen University Library

Wu Mingjie Lin Zhenfeng Li Jinqing

**[Abstract]** Based on the case study of reading promotion in Xiamen University Library, the paper puts forward several strategies of reading promotion: taking the advantages of the existing environment, attracting readers' attention by following the popular reading trends, establishing clear and organized themes to organize systematically, developing innovation by using technologies, collaborating and encouraging teamwork and making an evaluation and immediate feedback to award the excellent. By reflecting on the case study, the paper gives four practical suggestions: improving the existed reader feedback evaluation system, expanding the current digital format content resources, applying the reading promotion strategies into daily tasks and making innovations in contents and forms in the future planning of reading promotion activities.

**[Key words]** Reading promotion; Library; Strategy; Innovation