

阅 读 推 广 丛 书
中国图书馆学会阅读推广委员会 编



图书馆阅读推广案例赏析

蔡迎春 金欢 主编



国家图书馆出版社



阅读推广丛书
中国图书馆学会阅读推广委员会 编

图书馆阅读推广案例赏析

编委会成员

主任：周德明

副主任：金晓明

蔡迎春 金欢 主编

委员（以姓氏笔画为序）：

王波 刘金涛 李建国 王林 蔡迎春
周德明 赵亮 段晓林 谢影

出版：国家图书馆出版社（100034 北京市西城区文津街7号）

（北京市文津街出版社 北京图书馆出版社）

发行：010-66114236 66126123 66121313 66126250

66121706（传真） 66126126（门市部）

E-mail: nlpcpress@nlc.cn（邮编）

Website: www.nlpcpress.com → 投稿中心

经销：新华书店

印刷：北京普仁彩印

版次：2019年4月第11次

开本：710毫米×1000

印张：26.2

字数：443千字

国家图书馆出版社

书号：ISBN 978-7-2013-0688-0

定价：98.00元

图书在版编目(CIP)数据

图书馆阅读推广案例赏析/蔡迎春,金欢主编.--北京:国家图书馆出版社,
2019.4

(阅读推广丛书)

ISBN 978 - 7 - 5013 - 6688 - 0

I. ①图… II. ①蔡… ②金… III. ①图书馆—读书活动—案例 IV. ①G252.17

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 043715 号

书 名 图书馆阅读推广案例赏析

著 者 蔡迎春 金 欢 主编

责任编辑 唐 澈 邓咏秋 王炳乾

封面设计 程言工作室

出 版 国家图书馆出版社(100034 北京市西城区文津街7号)

(原书目文献出版社 北京图书馆出版社)

发 行 010 - 66114536 66126153 66151313 66175620

66121706(传真) 66126156(门市部)

E-mail nlcpress@nlc.cn(邮购)

Website www.nlcpress.com →投稿中心

经 销 新华书店

印 装 北京鲁汇荣彩印刷有限公司

版 次 2019年4月第1版 2019年4月第1次印刷

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 26.5

字 数 443千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 5013 - 6688 - 0

定 价 98.00元

《图书馆阅读推广案例赏析》编委会

主编：蔡迎春 金欢等

编委会成员

主任：周德明

副主任：金晓明

委员(以姓氏笔画为序)：

王波 刘金涛 李超平 金欢 金晓明

周德明 赵亮 段晓林 谢影 蔡迎春

图书馆所做的引导读者关注读书、促进借阅和鼓励阅读的工作,如新书推荐、组织读书会、想方设法培养读者阅读兴趣和习惯,帮助读者学会阅读方法和技巧,提高阅读的品位、提高阅读的数量和质量,那么,它仍然没有突破藏书推广的概念藩篱。我始终赞同这样一种观点:图书馆是阅读推广的重要主体,阅读推广是图书馆表达其存在的理由、显示其社会价值的一种方式。

记得在2013年,上海市图书馆学会成立阅读推广委员会,试图在全国图书馆界中第一个以阅读推广命名的专委会,更重要的是,由此聚拢了一批学者、馆员致力于此,开展各项工作和活动。他们或实施调研,梳理现状、归纳经验;或邀请专家,开设讲座,传授技术;或承接课题,探究基础理论;或办刊《尚读》,搭建交流平台;或创建考核制度,培养阅读推广人;或联手社会力量,尝试少儿读物推广;或举办论坛,集思广益;或开办专题会议,分享案例;甚至还在其麾下成立阅读推广理论与方法分委会、新媒体推广分委会、大学生阅读推广分委会、公共图书馆阅读推广分委会、未成年人阅读推广分委会和阅读推广人分委会,细分领域,试图各个“击破”……总之,五年来,在上海市图书馆学会的各专业委员会中,阅读推广专委会不仅最为活跃,而且成果斐然,效能明显,影响越来越大。

《图书馆阅读推广案例赏析》一书的编纂和刊发,事实上得益于这些年来上海市图书馆界尤其是上海高校图书馆各类与阅读推广有关的研讨和实践,得益于全国同行的大力支持。本书由上海师范大学图书馆蔡迎春博士和上海市奉贤区图书馆金欢馆长主编,分理论和案例两篇来汇总部分成果。它既可作为阅读推广委员会工作的一个记录和小结,也可就此向全国同道分享和求教。必须说的是,编者所收内容多是未刊之文,一些由上海市专家撰写并已公开发表的相关论文等未予收录。

阅读推广方兴未艾,任重道远。不仅因为其基础理论研究刚刚起步,一些基本

序

图书馆所做的引导读者关注读书、促进借阅和鼓励阅读的工作,如新书推荐、组织读书会、举办名著讲座和作家签售活动等,从本质上说都是阅读推广,或者均可归入广义的阅读推广概念范畴。一个图书馆,如果仅仅关心发现、采集、整理文献信息,而不着力于主动谋划、想方设法培养读者阅读兴趣和习惯,帮助读者学会阅读方法和技巧、提升选择阅读的能力和品味、提高阅读的数量和质量,那么,它仍然没有突破藏书楼或传统图书馆的理念藩篱。我始终赞同这样一种观点:图书馆是阅读推广的重要主体和力量。因为,阅读推广是图书馆表达其存在的理由、显示其社会价值的一种方式。

记得在2013年第八届上海市图书馆学会改选筹备期间,范并思教授提议成立阅读推广委员会,试图从理论研究和实践操作两个层面探索阅读推广。此举不仅令该会成为全国省级图书馆学会中第一个以阅读推广命名的专委会,更重要的是,由此聚拢了一批学者、馆员致力于此,开展各项工作和活动。他们或实施调研,梳理现状、归纳经验;或邀请专家,开设讲座、传授技术;或承接课题,探究基础理论;或办刊《尚读》,搭建交流平台;或创建考核制度,培养阅读推广人;或联手社会力量,尝试少儿读物推广;或举办论坛,集思广益;或开办专题会议,分享案例;甚至还在其麾下成立阅读推广理论与方法分委会、新媒体推广分委会、大学生阅读推广分委会、公共图书馆阅读推广分委会、未成年人阅读推广分委会和阅读推广人分委会,细分领域,试图各个“击破”……总之,五年来,在上海市图书馆学会的各专业委员会中,阅读推广专委会不仅最为活跃,而且成果斐然,效能明显,影响越来越大。

《图书馆阅读推广案例赏析》一书的编纂和刊发,事实上得益于这些年来上海市图书馆界尤其是上海高校图工委各类与阅读推广有关的研讨和实践,得益于全国同行的大力支持。本书由上海师范大学图书馆蔡迎春博士和上海市奉贤区图书馆金欢馆长主编,分理论和案例两篇来汇总部分成果。它既可作为阅读推广委员会工作的一个记录和小结,也可就此向全国同道分享和求教。必须说的是,编者所收内容多是未刊之文,一些由上海市专家撰写并已公开发表的相关论文等未予收录。

阅读推广方兴未艾、任重道远。不仅因为其基础理论研究刚刚起步,一些基本

概念尚在厘清、界定之中,更要紧的是国民阅读率仍处较低水平。以上海为例,新近公布的数据表明,年人均阅读量为7册,虽较以往有长进,但仍低于人们的期望。作为阅读推广重要主体的图书馆自然还有许多工作要做。依这层意义,本书的出版或许有着应时之效或启迪之力。对这本书,我感受最深的是:优秀的阅读推广应该具备有策划、有创意、有目标、有效果这四大要素。我深信,倘若有更多的研究和案例分享,图书馆在阅读推广中的作用会越来越大,对书香社会建设定能有更多的贡献。

是为序。

周德明

2018年10月26日

（此处为模糊的印刷文字，内容难以辨识，疑似为书籍正文或前言的后续部分。）

前 言

今夏的上海虽遭遇几阵台风光顾,但都以汹汹来势终趋和缓而告终。它在为我们带来阵阵清雨、缕缕清风和漫天虹霞的同时,也给 8 月热闹非凡的“上海书展”平添了丝丝凉意,更使得今年的书展显得“与众不同”。最大的不同,就是上海图书馆界积极参与了今年的书展。他们通过举办分会场、书展现场组织等形式,为全民阅读的深入开展奏响崭新的序曲。可以说,今年的“上海书展”与往年相比,除原有的模式外,由于公共图书馆的参与,确实增添了许多新的内容、新的元素,书展活动组织、市民参与程度等方面都有较大幅度提升,现场的火爆程度亦非往年可比,完全可以用高潮迭起来形容。由此可见,随着阅读推广活动的相继开展、阅读推广模式的不断创新,“全民阅读”已经深入人心,融入市民的生活,渐渐成为市民生活中的一部分。

今天,暑热还未退去,书展尚在进行,书稿却已到最终定稿的阶段。由于整部书稿,从策划到选题,从组稿到审稿,都主要是由我来完成,因此,受上海市图书馆学会周德明理事长嘱托,撰写前言的工作也只能由我来承担了。端坐在电脑前,仔细回味书稿策划的整个过程,不免要将时间的年轮转回到一年前。去年,作为一名新进成员,我阴差阳错进入上海市图书馆学会阅读推广委员会并担任副主任,主要工作是协助重组新一届新媒体阅读推广委员会,并协调该委员会相关工作的开展。虽然我在本单位因分管读者服务工作,也负责本馆的读书文化节和阅读推广工作的开展,但毕竟是新手,对委员会的相关工作也不是很了解,欣喜之余压力也随之而来。

为了更好地开展工作,我与新媒体阅读推广委员会主任共同商议,召集本委员会拟任成员于去年 12 月召开筹备会议,会议上委员们头脑风暴、集思广益并达成共识,从增强活动品牌效应、广辟案例分享途径、强化推广人员专业性、发布阅读推广白皮书等几个角度定位 2018 年工作规划。今年上半年,在前期筹备基础上,委员会制订本年度工作计划并听取委员们意见,将“阅读推广优秀案例分享交流”作为今年的工作重点。3 月,我们联合大学生阅读推广委员会和公共图书馆阅读推广委员会,在上海市图书馆学会的指导下,共同推出“2018 阅读推广优秀案例分享交流活动”,

本次活动面向全国,共征集到案例90余个,本书中的案例基本上都是来源于这次活动,相关图书馆阅读推广领域专家对本书所选案例进行精彩点评。阅读推广作为一项实践性很强的图书馆活动,需要在相关专业理论的指导下开展才能良性发展,更好地体现专业性。因此,本书分为“理论篇”和“案例篇”上下两篇。

上篇为理论篇,按主题内容划分为4章。第一章是阅读推广调研,其中蔡迎春撰写的第一节是为本书出版专门而作,主要是对图书馆阅读推广相关研究进行调研,并阐述当前研究进展及热点情况;谭丹丹和穆卫国分别撰写的第二节和第三节对上海地区高校图书馆阅读推广现状进行了调研,其中谭丹丹的2013—2016年的阶段性报告是在作者从2013年起对24所本科院校跟踪调研的基础上撰写的,穆卫国的2017年度报告是在上海市高等学校图书情报工作委员会为撰写《2017上海市图书馆发展报告》而做的前期间卷的基础上撰写的;吴冬梅撰写的第四节则对老年群体阅读推广现状进行了调研。第二章为理论体系研究,主要收录王波、李超平两位专家在上海有关阅读推广学术会议上的发言稿全文。这些发言稿分别来自2017年1月由上海市图书馆学会、上海市高等学校图书情报工作委员会主办,上海市图书馆学会大学生阅读推广委员会、上海师范大学图书馆等承办的“图书馆阅读推广理论与实践”专题研讨会和2018年4月由上海市图书馆学会阅读推广委员会和新媒体阅读推广委员会主办,奉贤区图书馆承办的“2018图书馆阅读推广优秀案例分享会”上的专家发言。第三章推广方法研究和第四章阅读推广人研究共收录论文8篇,既有张爱科、丁枝秀、曾媛圆对推广策略、推广模式的研究,也有王顺箴的智慧型推广,潘攀的“小而美”推广等不同推广方式的论述,张小仲、张鑫则对特色资源的推广进行了研究,还有段晓林和魏可分别从能力素养和角色变迁两个角度对高校阅读推广人进行了研究。这些文章大多是2017年10月上海市图书馆学会、上海市高等学校图书情报工作委员会和上海师范大学图书馆共同举办的“2017图书馆学术论坛”征文活动产生的优秀论文。

下篇为案例篇,共收录案例37篇。入选案例按主题共分为5章。第五章为主题文献推广,收录案例9篇;第六章为阅读比赛,收录案例8篇;第七章为特色阅读活动,收录案例7篇;第八章为亲子阅读推广,收录案例7篇;第九章为大学生阅读推广,收录案例6篇。所有案例以图文并茂的形式,从项目设计、主要内容、实施要点、成效与影响四个方面进行陈述,每个案例配有相关活动照片。大部分案例来源于2018年4月举办的“2018年图书馆阅读推广优秀案例分享会”征集到的获奖优秀案

例,少部分是2017年10月“2017图书馆学术论坛”征集到的阅读推广方面的案例性文章。所收案例来源以上海为主,还涉及北京、辽宁、江苏、浙江、内蒙古、云南、四川、湖北等地的高校图书馆、公共图书馆,共30余家。

本书从策划、选题、组稿到最终定稿,得到了图书馆阅读推广领域的很多专家、上海市图书馆学会和上海市高等学校图书情报工作委员会的相关领导,以及上海市图书馆阅读推广委员会及分委会、国家图书馆出版社,还有上海师范大学图书馆的众多同人的帮助,同时,在策划、选题和案例点评过程中也得到了范并思教授、王波研究馆员、李超平教授和赵亮研究馆员的帮助和支持,在此就不一一列举,我谨代表本书编委会向所有帮助与支持我们的专家、领导和同人表示由衷的敬意和感谢!

另外,由于水平有限,时间较紧,本书错漏在所难免,敬请各位读者与专家指正。

蔡迎春

2018年8月于上海

(181) 案例五 方寸指尖·淮图书馆..... 案例六 “阅读达人秀”..... (181) 案例七 书名比赛·等你来战..... (181) 案例八 图书设计大赛..... (181) 案例九 经典名著我来讲..... (181) 案例十 书香节..... (181) 案例十一 图书漂流..... (181) 案例十二 图书众筹..... (181) 案例十三 图书众筹..... (181) 案例十四 图书众筹..... (181) 案例十五 图书众筹..... (181) 案例十六 图书众筹..... (181) 案例十七 图书众筹..... (181) 案例十八 图书众筹..... (181) 案例十九 图书众筹..... (181) 案例二十 图书众筹..... (181) 案例二十一 图书众筹..... (181) 案例二十二 图书众筹..... (181) 案例二十三 图书众筹..... (181) 案例二十四 图书众筹..... (181) 案例二十五 图书众筹..... (181) 案例二十六 图书众筹..... (181) 案例二十七 图书众筹..... (181) 案例二十八 图书众筹..... (181) 案例二十九 图书众筹..... (181) 案例三十 图书众筹..... (181) 案例三十一 图书众筹..... (181) 案例三十二 图书众筹..... (181) 案例三十三 图书众筹..... (181) 案例三十四 图书众筹..... (181) 案例三十五 图书众筹..... (181) 案例三十六 图书众筹..... (181) 案例三十七 图书众筹..... (181) 案例三十八 图书众筹..... (181) 案例三十九 图书众筹..... (181) 案例四十 图书众筹..... (181) 案例四十一 图书众筹..... (181) 案例四十二 图书众筹..... (181) 案例四十三 图书众筹..... (181) 案例四十四 图书众筹..... (181) 案例四十五 图书众筹..... (181) 案例四十六 图书众筹..... (181) 案例四十七 图书众筹..... (181) 案例四十八 图书众筹..... (181) 案例四十九 图书众筹..... (181) 案例五十 图书众筹..... (181) 案例五十一 图书众筹..... (181) 案例五十二 图书众筹..... (181) 案例五十三 图书众筹..... (181) 案例五十四 图书众筹..... (181) 案例五十五 图书众筹..... (181) 案例五十六 图书众筹..... (181) 案例五十七 图书众筹..... (181) 案例五十八 图书众筹..... (181) 案例五十九 图书众筹..... (181) 案例六十 图书众筹..... (181) 案例六十一 图书众筹..... (181) 案例六十二 图书众筹..... (181) 案例六十三 图书众筹..... (181) 案例六十四 图书众筹..... (181) 案例六十五 图书众筹..... (181) 案例六十六 图书众筹..... (181) 案例六十七 图书众筹..... (181) 案例六十八 图书众筹..... (181) 案例六十九 图书众筹..... (181) 案例七十 图书众筹..... (181) 案例七十一 图书众筹..... (181) 案例七十二 图书众筹..... (181) 案例七十三 图书众筹..... (181) 案例七十四 图书众筹..... (181) 案例七十五 图书众筹..... (181) 案例七十六 图书众筹..... (181) 案例七十七 图书众筹..... (181) 案例七十八 图书众筹..... (181) 案例七十九 图书众筹..... (181) 案例八十 图书众筹..... (181) 案例八十一 图书众筹..... (181) 案例八十二 图书众筹..... (181) 案例八十三 图书众筹..... (181) 案例八十四 图书众筹..... (181) 案例八十五 图书众筹..... (181) 案例八十六 图书众筹..... (181) 案例八十七 图书众筹..... (181) 案例八十八 图书众筹..... (181) 案例八十九 图书众筹..... (181) 案例九十 图书众筹..... (181) 案例九十一 图书众筹..... (181) 案例九十二 图书众筹..... (181) 案例九十三 图书众筹..... (181) 案例九十四 图书众筹..... (181) 案例九十五 图书众筹..... (181) 案例九十六 图书众筹..... (181) 案例九十七 图书众筹..... (181) 案例九十八 图书众筹..... (181) 案例九十九 图书众筹..... (181) 案例一百 图书众筹..... (181)

目 录

前 言 (1)

上篇 理论篇

第一章 阅读推广调研 (3)

- 第一节 图书馆阅读推广研究进展及热点聚焦 (3)
- 第二节 上海地区大学图书馆阅读推广工作调研(2013—2016) (33)
- 第三节 上海地区高校图书馆阅读推广工作调研(2017) (51)
- 第四节 全民阅读背景下老年群体阅读推广的现状与对策 (94)

第二章 理论体系研究 (102)

- 第一节 图书馆阅读推广的定义、类型、方法
——在“图书馆阅读推广理论与实践”专题研讨会上的演讲 (102)
- 第二节 图书馆阅读推广如何体现专业性 (123)
- 第三节 设计故事与讲故事
——“2018 图书馆阅读推广优秀案例分享会”上的发言 (134)

第三章 推广方法研究 (138)

- 第一节 协同创新视域下高校图书馆阅读推广策略研究 (138)
- 第二节 用大数据个性化推荐系统进行智慧型阅读推广 (145)
- 第三节 中华典籍资源在阅读推广中的价值及其建构
——以公共图书馆国学特色推广为视角 (151)
- 第四节 疗愈视角下的图书馆非物质文化遗产阅读推广
——以湖北民间故事为例 (159)
- 第五节 小而美的阅读推广
——以上海外国语大学虹口校区图书馆为例 (165)
- 第六节 “乐道 + 尚艺”阅读推广模式探究
——以华东师范大学“在图书馆发现敦煌”为例 (173)

第四章 阅读推广人研究 (181)

第一节 高校阅读推广人的能力素养及其构成

——以上海师范大学图书馆为例 (181)

第二节 高校阅读推广人的角色变迁及启示 (189)

下篇 案例篇

第五章 主题文献推广 (199)

导言 结合馆藏的主题文献阅读推广 (199)

案例一 海尚悦读 寻梦上海

——海派文化阅读推广 (203)

案例二 馆藏会议文献的新媒体阅读推广 (211)

案例三 勤求古训,博采众方

——中国医科大学古籍资源立体推广 (216)

案例四 “手抄地方文献”阅读推广活动 (222)

案例五 无障碍阅读 共享光明

——湖北省图书馆光明直播室 (225)

案例六 创建红色文化素养基地 引领校园阅读推广 (230)

案例七 海韵导读 (237)

案例八 “寓读于乐 文化育人”

——“啤酒文化”主题阅读推广活动 (240)

案例九 博“观”约“曲”唱书单:Music & Reading (245)

第六章 阅读比赛 (252)

导言 阅读比赛的设计与策划 (252)

案例一 “见微知著”

——“书香云大,阅享生活”系列活动 (258)

案例二 书偶创意设计作品大赛 (265)

案例三 “奔跑吧,战友!”信息检索知识竞赛 (270)

案例四 “巅峰之作”

——读书挑战团体赛 (277)

案例五 方寸指尖·淮图书情	
——书签设计大赛	(281)
案例六 “阅读达人秀”	
——经典名著我来演绎	(286)
案例七 书名比赛·等你来战	(291)
案例八 园涵桃李风尤美,腹有诗书气自华	
——桃李湖畔·原创诗词大赛	(295)
第七章 特色阅读活动	(302)
导言 阅读推广活动如何彰显特色	(302)
案例一 “博雅之旅”系列立体阅读体验	(306)
案例二 “爱阅·表情”之“寻亲启事”“认亲会”“与亲说”	
——常规性阅读推广活动的突破创新	(310)
案例三 “悦读润道”系列之“悦享读”栏目	(315)
案例四 敏读会,我们共同的敏读光阴	(319)
案例五 “电梯间的诗词大会”案例	(325)
案例六 “友书·共读”	
——多方合作共建社区文化	(330)
案例七 文化反哺	
——我和爸妈共读一本书	(334)
第八章 亲子阅读推广	(339)
导言 面对少年儿童的阅读推广	(339)
案例一 播撒科学的种子	
——上海市嘉定区图书馆“小创客学堂”	(342)
案例二 五彩亲子悦读会	(346)
案例三 陈伯吹儿童文学创作讲习堂	
——公共图书馆自主品牌活动	(350)
案例四 文教结合,让孩子与阅读握握手	(357)
案例五 “大带小”儿童阅读推广实践	(361)
案例六 娃哈哈故事会	(365)

案例七 推广亲子阅读,共筑成长舞台	(369)
——上海市闵行区图书馆“闵图妈妈小屋”	(369)
第九章 大学生阅读推广	(375)
导言 面向大学生的阅读推广	(375)
案例一 交圆·安泰书道计划	(378)
——上海交通大学图书馆新生素质拓展计划	(378)
案例二 “结伴阅读”新生季	(384)
案例三 弘扬中华传统文化 共建华理书香校园	(389)
案例四 带本书去旅行	(392)
——西南交通大学暑期经典阅读推广	(392)
案例五 新阅读·心悦读	(396)
——广西科技大学图书馆阅读分享系列活动探索与实践	(396)
案例六 “读书盛宴”(FEAST of Reading)	(402)
——读书月阅读推广活动	(402)
后记	(408)
——湖北省图书馆光明直播室	(225)
案例六 构建互融文化资源共享地	(230)
案例七 阅读推广	(217)
案例八 “阅读推广”文化育人	(217)
案例九 “阅读推广”主题活动	(245)
第六章 阅读比赛	(252)
导言 阅读比赛的设计与实施	(252)
案例一 “见微知著”	(258)
——“书香云大,阅享生活”第四届图书馆学文童儿知识竞赛	(258)
案例二 书籍创意设计作品大赛	(265)
案例三 “奔跑吧,战友!”信意检索挑战赛	(270)
案例四 “巅峰之作”	(277)

第一章 阅读推广调研

第一节 图书馆阅读推广研究进展及热点聚焦

上篇 理论篇

图书馆阅读推广是我国图书馆界对图书馆营销推广和图书馆新型阅读服务的统称,图书馆推广阅读、科普、终身学习或非正式学习的各种服务,特别是新型的、活动化的服务,均可称为“阅读推广”的范畴^①。1997年,九部委联合启动实施“知识工程”,“全民阅读”正式列入国家文化发展纲要。此后,每年“全民阅读月”及4月23日世界读书日活动不断开展,全民阅读活动不断深入。2006年,中国图书馆学会阅读推广委员会成立,并于2007年更名为中国图书馆学会阅读推广委员会,该委员会在全国范围内组织开展了“全国图书馆未成年人阅读推广计划”“阅读推广人”计划等,极大地推动和促进了图书馆阅读推广相关工作的开展。在这一背景下,不同地区、不同类型图书馆的阅读推广活动开展得如火如荼,阅读推广理论也得到迅速建立并进入学术视野,学术界和实践界都表现出浓厚的兴趣,阅读推广的学术研究成果也是与日俱增。本书通过CNKI(中国学术期刊网络出版总库)检索,发现随着阅读推广活动的深入开展,阅读推广学术成果的不断涌现,多篇旨在梳理阅读推广研究进展的综述类论文也已陆续发表,例如,李武等的《图书馆阅读推广研究十年进展(2005—2015)》^②,李杏刚等的《中国阅读推广研究地图——基于阅读推广研究论文的计量分析与可视化识别》^③,李海燕的《我国公共图书馆阅读推广研究综述》^④,王宇等的《图书馆阅读推广实践和理论的新进展——东北地区高校图书馆阅读推广研讨会综述》^⑤,高云的《国内高校图书馆阅读推广研究综述》^⑥,隋晓红的《我

① 范并思. 阅读推广与图书馆学: 基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报, 2014(5): 4-13.

② 李武. 我国公共图书馆阅读推广研究综述[J]. 图书馆杂志, 2016(3): 103-110.

③ 李武, 王丹, 黄付瑜, 等. 图书馆阅读推广研究十年进展(2005—2015)[J]. 图书馆杂志, 2016(12): 54-65.

④ 李海燕, 王婧红, 贾爱娟. 中国阅读推广研究地图——基于阅读推广研究论文的计量分析与可视化识别[J]. 大学图书馆学报, 2015(11): 112-117.

⑤ 王宇, 王磊, 胡永福, 等. 图书馆阅读推广实践和理论的新进展——东北地区高校图书馆阅读推广研讨会综述[J]. 大学图书馆学报, 2016(4): 17-22.

⑥ 高云. 国内高校图书馆阅读推广研究综述[J]. 图书馆工作与研究, 2017(11): 106-113.

第一章 阅读推广调研

第一节 图书馆阅读推广研究进展及热点聚焦

图书馆阅读推广是我国图书馆界对图书馆营销推广和图书馆新型阅读服务的统称,图书馆推广阅读、扫盲、终身学习或非正式学习的各种服务,特别是新型的、活动化的服务,均可纳入阅读推广的范畴^①。1997年,九部委联合发文实施“知识工程”,“全民阅读”正式提上国家文化政策层面^②。之后随着“全民阅读月”及4月23日世界读书日活动的开展,以及《关于开展全民阅读活动的倡议书》的提出,2006年中国图书馆学会科普与阅读指导委员会成立,并于2009年更名为阅读推广委员会。该委员会在全国范围内组织开展了“全国图书馆未成年人服务提升计划”“阅读推广人”计划等,极大地推动和促进了图书馆阅读推广相关工作的开展。在这一背景下,不同地区、不同类型图书馆的阅读推广活动开展得如火如荼,阅读推广理论也得到迅速建立并进入学术视野,学术界和实践界都表现出浓厚的兴趣,阅读推广的学术研究成果也是与日俱增。本书通过CNKI(中国学术期刊网络出版总库)检索,发现随着阅读推广活动的深入开展,阅读推广学术成果的不断涌现,多篇旨在梳理阅读推广研究进展的综述类论文也已陆续发表,例如,李武等的《图书馆阅读推广研究十年进展(2005—2015)》^③、李杏丽等的《中国阅读推广研究地图——基于阅读推广研究论文的计量分析与可视化识别》^④、李海燕的《我国公共图书馆阅读推广研究综述》^⑤、王宇等的《图书馆阅读推广实践和理论的新进展——东北地区高校图书馆阅读推广研讨会综述》^⑤、高云的《国内高校图书馆阅读推广研究综述》^⑥、陆晓红的《我

① 范并思. 阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报,2014(5):4-13.

②⑤ 李海燕. 我国公共图书馆阅读推广研究综述[J]. 图书馆杂志,2016(2):103-110.

③ 李武,王丹,黄丹瑜,等. 图书馆阅读推广研究十年进展(2005—2015)[J]. 图书馆论坛,2016(12):54-65.

④ 李杏丽,王艳红,贾爱娟. 中国阅读推广研究地图——基于阅读推广研究论文的计量分析与可视化识别[J]. 大学图书馆学报,2015(11):112-117.

⑤ 王宇,王磊,胡永强,等. 图书馆阅读推广实践和理论的新进展——东北地区高校图书馆阅读推广研讨会综述[J]. 大学图书馆学报,2016(4):17-22.

⑥ 高云. 国内高校图书馆阅读推广研究综述[J]. 图书馆工作与研究,2017(11):108-113.

国儿童阅读推广研究综述》^①等,这些论文大多是对高校图书馆、阅读推广专门研讨会,或者是特别类型群体的阅读推广进行综述和总结。虽然也有论文对图书馆阅读推广进行文献计量分析和综述,但是论文主要是对阅读推广相关研究成果进行文献计量学上的分析,统计时段均设 2015 年之前,而图书馆阅读推广自 2015 年以来,可以说在国家政策层面和行业学会的积极推动下得到快速发展,尤其是在 2016 年 12 月,随着《全民阅读“十三五”时期发展规划》的正式颁布,更是发展迅速,目前尚缺少系统地梳理图书馆阅读推广最新研究进展和趋势的成果。因此,本节试图对图书馆阅读推广的学术研究成果进行数据和主题的双重分析,以期明确图书馆在阅读推广中的角色与功能,聚集研究热点,发现研究趋势,在方便了解学术前沿、寻找新的学术生长点的同时,推动图书馆阅读推广活动的进一步开展和深化。

一、研究方法

本节以 CNKI 作为数据来源,以“图书馆”“阅读推广”为检索词进行摘要和主题精确检索,不限发表时间。经检索和筛选(剔除会议纪要、征文通知及不相关论文),共获得学术论文 3451 篇(检索时间是 2018 年 8 月 8 日),其中包括期刊论文 3272 篇、会议论文 122 篇和学位论文 57 篇(见表 1)。同时,将所有学术论文进行分类整理,在对这些论文的年度分布、来源期刊、基金资助、作者及机构分布情况进行统计分析的基础上,梳理分析图书馆阅读推广的研究热点及最新进展,便于对这一领域的未来研究趋势做更加深入的探讨。

表 1 图书馆阅读推广相关学术论文发表情况

类型	数量	占比
期刊论文	3272	94.8%
会议论文	122	3.5%
学位论文	57	1.7%
总量	3451	100%

二、结果统计

(一) 论文的增长规律

文献的增长规律反映了学术文献随着时间的延续而增长的动态特征,在一定程度上反映该领域的研究水平和发展速度,揭示学科萌芽、诞生、发展直至走向成熟的

^① 陆晓红. 我国儿童阅读推广研究综述[J]. 图书馆工作与研究,2013(9):112-116.