

2016 重庆

图书馆阅读推广基础理论

范并思教授
华东师范大学信息管理系
bsfan@infor.ecnu.edu.cn

大纲

- 阅读推广在图书馆服务中的位置
- 阅读推广的本体论与价值论
- 基于图书馆职业理念的阅读推广
- 阅读推广的体系结构

阅读推广在图书馆服务中的位置

阅读推广的位置

- 图书馆的绝大部分服务都与阅读相关。
- 阮冈纳赞的图书馆学五定律中包括第二定律“每个读者有其书”和第三定律“每本书有其读者”。要达到这二个定律确立的目标，除了需要科学的管理和人性化的服务外，还需要推广活动。
- 在**阅读服务**中开展**推广活动**，这项图书馆一直在从事的服务，现在名为**阅读推广**。



早期阅读推广及发展



开学季推荐书目 春来好读书

春来好读书，春天是一年美好的开端，又是希望的季节，收获、成功、幸福，无不是在春天的期盼中播种，面对春色满园，和煦春风，明媚春光，在春天里读书，为以后的收获打下坚实的基。春来好读书，一个民族的精神境界，在很大程度上取决于全民族的阅读水平。如果每个人都读书，都爱读书，形成爱读书、好读书的风气，好读书的风气，我们的国家因此将更加文明、富裕、和谐。春来好读书，让我们珍惜春光，好好读书吧。

序号	书名	作者	索书号	馆藏书库
1	一九八四	(英)乔治·奥威尔	I561.45/161	文艺书库
2	苏菲的世界	(挪)乔斯坦·贾德	I533.45/11	文艺书库
3	灿烂千阳	(美)卡勒德·胡赛尼	I712.45/771	文艺书库
4	月亮和六便士	(英)毛姆	I561.45/171	文艺书库
5	白夜行	(日)东野圭吾	I313.45/170	文艺书库
6	通往奴役之路	(英)哈耶克	F091.352.1/3	经济书库
7	渴望生活:梵高传	(美)欧文·斯通	I712.45/516	文艺书库
8	大梦:卜和唯读的旅程	(日)村上春树	I313.65/66	文艺书库
9	看不见的城市	(意)伊塔洛·卡尔维诺	I546.45/14	文艺书库
10	时间的针脚	(西)杜埃尼亚斯	I551.45/23	文艺书库
11	金阁寺	(日)三岛由纪夫	I313.45/305	文艺书库
12	玫瑰的名字	(意)翁贝托·埃科	I546.45/16	文艺书库
13	送你一颗子弹	刘瑜	I267.1/811	文艺书库
14	万历十五年	黄仁宇	K248.307/2	社科书库
15	战地记者:记录战争	林达	D77.1.221/9	社科书库
16	台湾往事:台湾知识分子的回忆	郭位君	F129.71/1	经济书库
17	人类简史:从动物到上帝	(以)尤瓦尔·赫拉利	K02-49/2	社科书库
18	百年斯文:文化世家访谈录	周俊杰、赵瑜等	K258.4/1	社科书库
19	美的历史	(意)瓦萨里	B83-095/5	社科书库
20	像艺术家一样思考	(韩)李明玉	J20-05/1	社科书库
21	聆听音乐	(美)莱特	J605/26	社科书库
22	论摄影	(美)桑塔格	J4/22	社科书库
23	匠人	申赋洁	I267.1/1239	社科书库
24	耶路撒冷三千年	(英)西蒙·蒙蒂菲奥里	K382.0/1	社科书库
25	草原帝国	(法)格罗塞	K289/6	社科书库
26	人间草木	汪曾祺	I267/2074	文艺书库
27	秦腔	贾平凹	I247.5/3084	文艺书库
28	呼兰河传	萧红	I246/18	文艺书库
29	许三观卖血记	余华	I247.5/3442	文艺书库
30	受活	阎连科	I247.5/3286	文艺书库

阅读推广的位置

- 图书馆曾经是公认的神圣、高雅、宁静的阅读场所，但现在，图书馆服务变得越来越热闹、甚至喧嚣。
- 讲座、讲故事或绘本、交流读书体会、手工制作、表演，等等活动，都出现在图书馆服务中。
 - 例：美国奈特基金会组织了一个图书馆文化艺术的系列项目，将艺术和文化带到了公共图书馆。于是图书馆出现了有声行为艺术。

图书馆的有声行为艺术



在West Boulevard图书馆，有吹奏乐表演



在费城Kensington区免费图书馆，有爵士乐表演

图书馆的有声行为艺术



在Paul's Highland Park图书馆，有舞蹈表演



当然最引起轰动的，还是在费城的Kùlú Mèlé非洲舞蹈

图书馆的有声行为艺术



读者在书架后面围观



舞蹈结束后没有人抗议，却有人鼓掌

阅读推广的位置

- ❑ 这还是图书馆或图书馆服务么？
 - 公共图书馆从制度上保障了公众获取知识和信息的自由。
- ❑ 在数字时代，图书馆不断重塑自身，图书馆已经是一个创造的空间，而不是藏书的空间。因为不同行业，不同年龄的人都可以利用图书馆，因而它仍是我们所拥有的最民主的社区空间。

——Nicole Chipi (博客)

加拿大Snøhetta
新设计的Calgary
中心图书馆：使
一个强制安静的
机构变成社会活
动的空间。



阅读推广的位置

- 我国南方一位馆长回答图书馆为什么热衷于开展阅读推广一类创新服务：
 - 阅读推广源于图书馆人深深的自卑
- 自卑的体现之一：
 - 图书馆人凡讲为什么要开展阅读推广，必讲因为政府文件或领导人报告中讲到了“全民阅读”。

阅读推广的位置

- 我国一位著名图书馆学家在谈及高校图书馆阅读推广时说：
 - 阅读推广不是高校图书馆的基本职能
- 在西方，许多高校图书馆员信奉精英主义。高校图书馆拒绝收藏娱乐休闲读物，不屑于为普通学生开展非专业文献的阅读活动。高校图书馆读者对于专业文献具有阅读的内在驱动力，图书馆员只需要做好文献服务和信息服务即可。
- 对于新发展起来的阅读推广，西方高校图书馆界称之为休闲阅读推广或课外阅读推广。

阅读推广的位置

- 在信息时代，图书馆服务面临众多的挑战，出现了被称为“新常态”特征之一的读者流失现象。
- 图书馆原有的面向普通人群的文献借阅服务正在日益失去吸引力，图书馆将服务的重心更多地投向阅读兴趣和阅读能力不足的人群。也称为特殊人群。
- 传统的文献借阅服务并不适用于特殊人群。因此以活动为特征的推广服务，以及传统图书馆服务中并不存在的阅读推广概念，在图书馆服务中迅速发展起来。

阅读推广的位置

- 为应对信息时代图书馆服务面临的挑战，国际图书馆界服务创新，出现了许多引人注目的现象：
 - 图书馆推广和营销
 - 图书馆空间改造
 - 素养（读写能力）与阅读

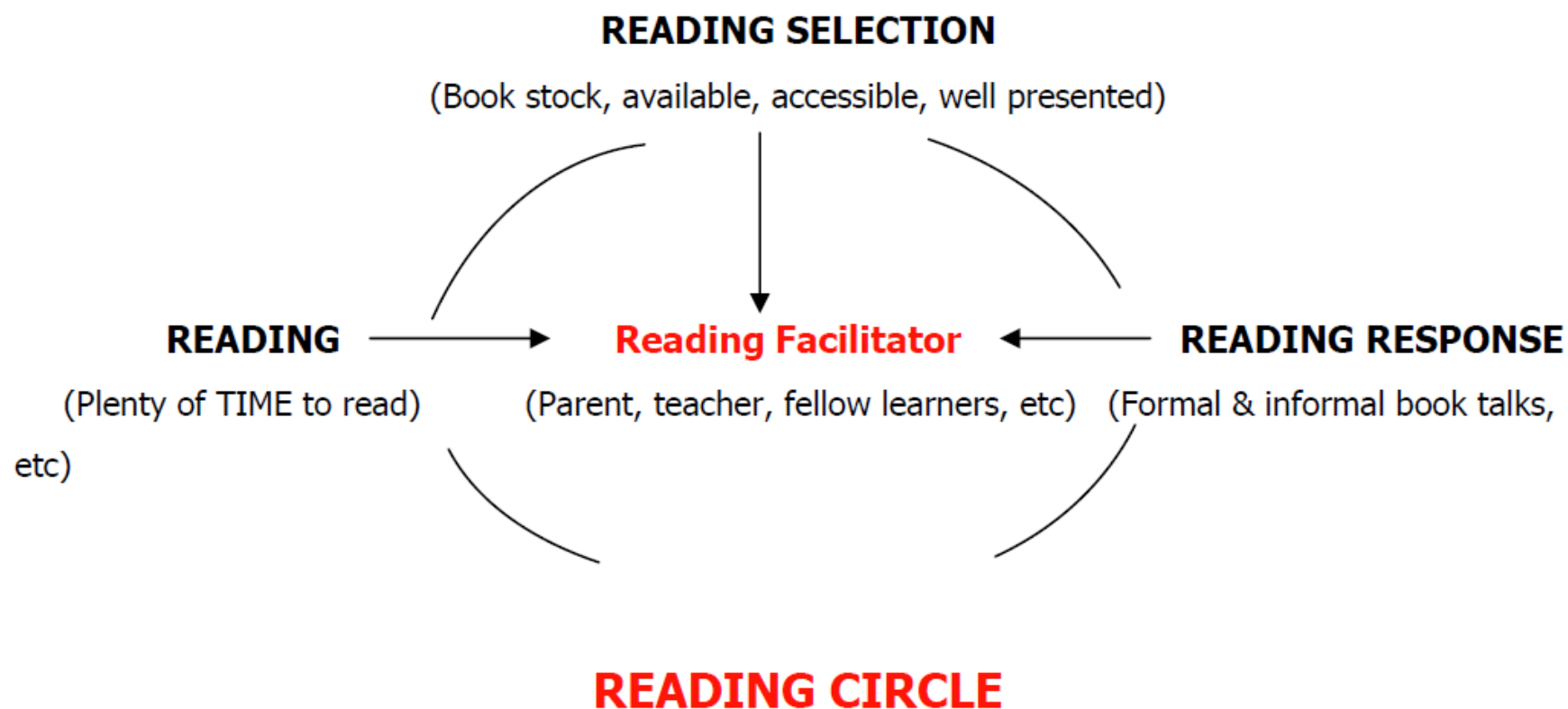
阅读推广的位置

- 阅读推广客观上已经成为图书馆的主流服务，成为图书馆业务中发展最快的领域，同时也是图书馆研究中最受关注的领域。
- 中国图书馆人应该更加自信地开展阅读推广；
- 中国图书馆人应该更加自觉地认识阅读推广。

阅读推广的本体论与价值论

阅读推广基础理论

- 阅读推广是有基础理论的，尽管国外很少。比如《阅读推广手册》(KWAZULU-NATAL教育部)



阅读推广是什么

- 阅读推广是什么，目前理论界研究不多，但已经形成流派：
 - 使命说（吴晞）
 - 活动说（张怀涛、王余光、王波等）
 - 工作说（万行明、王辛培）
 - 实践说（谢蓉、刘炜、赵珊珊）
 - 休闲说（于良芝）
 - 阅读学（徐雁）
 - 传播学（刘开琼）
 - ...

认识阅读推广

- 阅读推广是当前我国图书馆界对于图书馆新型阅读服务和推广活动的统称。
- 阅读推广是图书馆事业发展到一定时代的产物，是图书馆服务在信息时代的伟大创新。
- 在信息时代，阅读推广是图书馆人面对社会阅读环境挑战而作出的基于推广活动的解决方案。

阅读推广的四大特征

1、属性定位：

- 阅读推广是图书馆服务的一种形式
- 阅读推广是一种新型的图书馆服务
- 图书馆服务的类型：
 - 文献服务：文献外借阅读
 - 信息服务：信息咨询、信息检索和信息增值
 - 推广活动：图书馆宣传和阅读推广

阅读推广的四大特征

□ 阅读、全民阅读与图书馆阅读推广

- 阅读是个人行为。阅读研究主要是教育学心理学课题；
- 全民阅读是社会行为。社会管理者和知识界关注阅读的社会意义；
- 阅读推广是对阅读行为的干预。个人、团体或社会借助活动对阅读行为进行干预；
- 图书馆阅读推广是一种新型的服务。图书馆通过活动化的服务介入阅读服务。

阅读推广的四大特征

2、目标人群：

- 图书馆阅读推广的主要目标人群是特殊人群
- IFLA图书馆特殊人群服务委员会（Library Services to People with Special Needs Section）：特殊人群是不能使用常规图书馆资源的人群，重点关注的人群是因生活条件或身体、精神与认知障碍无法使用现有图书馆服务的人。这些人包括但不限于下列人群：在医院或监狱的人，无家可归的人，在养老院和其他保健设施的人，聋人，患有诵读困难症或老年痴呆症的人。

阅读推广的四大特征

□ 图书馆服务目标人群类分：

- 信息服务：高端人群，如专家、决策者
- 文献服务：普通人群，如大学生、低端知识工作者
- 推广活动：特殊人群

□ 特殊人群包括：

1. 缺乏阅读意愿的人
2. 文化程度较低，图书馆利用技能或信息技能不足，或受其他阅读限制的人
3. 残障、疾患、体衰的人
4. 年龄太小或太老无法正常利用图书馆的人

阅读推广的四大特征

3、服务形式：

- 阅读推广是动态性、碎片化的服务
- 以活动形式出现的图书馆服务，特别是日常化的活动，使图书馆服务碎片化
- 读者习惯了图书馆高雅、舒适、宁静的阅读环境，图书馆员习惯了稳定、静态的服务管理
- 动态性、碎片化的服务必将给图书馆管理带来新课题、新挑战。

阅读推广的四大特征

4、价值基础：

- 阅读推广是干预式介入式的服务
- 传统图书馆服务很容易实现服务价值中立。图书馆将目录与文献全部对读者开放，读者委托取用或自行取用，图书馆员不介入读者挑选文献的过程，不指导读者阅读，还要保守读者秘密，不让他人知道读者阅读内容。
- 阅读推广服务中，图书馆员必须深度地介入读者的阅读过程，不但直接介入从文献选择到内容解读的整个阅读过程，还通过各种措施鼓励读者阅读他们指定或推荐的读物。

阅读推广的四大特征

□ 图书馆服务的中立性原则：

- 在馆藏发展、信息获取和服务等方面，图书馆员和其他信息工作者应当严守中立和无偏见的立场。中立才能建设最为平衡的馆藏，并为公众提供最为平衡的信息获取渠道。图书馆员和其他信息工作者应区分其个人信仰和专业职责。他们不应因为私人利益和个人信仰而损害其职业的中立性。

—— IFLA《图书馆员及其他信息工作者的伦理准则》（中立、个人操守和专业技能条款）

阅读推广的四大特征

- 将阅读推广定位于图书馆服务是首要特征。它意味着必须用现代图书馆服务理念引领图书馆阅读推广。
- 例如：
 - 在阅读推广中维护公众的文化权利，坚持平等服务和人性化服务的原则。
 - 在阅读推广中坚持服务价值中立，警惕“教化”理念借阅读推广重回图书馆服务。
 - 在阅读推广中坚持专业主义，用专业思想和科学研究引领或指导图书馆阅读推广。

阅读推广价值论

- 理论界很少关注阅读推广的价值论问题，但这一问题已经存在于阅读推广理论与实践：
 - 基于教育（指导）读者的价值观
 - 基于图书馆使命（保障公众阅读权利或实现平等服务）的价值观
 - 基于弘扬阅读文化（提升国民阅读率、促进全民阅读）的价值观
 - 其他：阅读疗法、休闲阅读推广、等

阅读推广为什么

- 基于图书馆服务理念 of 图书馆阅读推广的目的可归纳为以下4点：
 - 引导
 - 训练
 - 帮助
 - 服务

阅读推广为什么

□ 引导

- 对于缺乏阅读意愿的人，图书馆可以通过生动有趣、形式多样的阅读推广活动，引导他们感受阅读的魅力，享受阅读的乐趣，接受阅读，热爱阅读，甚至迷上阅读，逐步形成阅读的意愿。
- 图书馆可以选择的方式有很多，如电影、益智游戏等。对没有阅读需要的人进行阅读推广，引导他们爱上阅读，是图书馆非常重要的使命，也是难度极大的使命。
 - ✓ 案例：黑人男孩Neel的故事

阅读推广为什么

□ 训练

- 图书馆可以通过阅读推广这种的服务形式，训练那些有阅读意愿但不善于阅读的人，使他们通过参加图书馆的阅读推广活动学会阅读。
- 通过训练有素的图书馆员、配套的读物和有吸引力的活动项目，图书馆开展读书会、故事会、知识竞赛等日常化、常规化的推广活动，长年训练，使读者在参加图书馆阅读推广活动过程中逐渐学会阅读。
 - ✓ 案例：温州少儿馆的毛毛虫上书房

阅读推广为什么

□ 帮助

- 对于愿意阅读但阅读确有困难的人，图书馆要帮助他们跨越阅读障碍。图书馆的服务人群中的特殊人群，如残障人、居家不出老人、各类阅读疾患症者等，图书馆需要为他们提供特殊服务。
- 此类特殊服务一般都属于阅读推广服务。例如图书馆可以通过送书上门、诵读、读书会、绘本阅读等阅读推广活动，帮助他们走近阅读。
 - ✓ 案例：浦东图书馆盲人数字阅读

阅读推广为什么

□ 服务

- 传统图书馆服务的目标人群是具有较好阅读能力的人，图书馆阅读推广服务（非活动化的服务）为他们提供阅读的便利，改善他们的阅读品质。
- 图书馆最为常见的新书推荐就属于服务型阅读推广。
 - ✓ 案例：华东师大的校园记忆数据服务

阅读推广为什么

□ 符合图书馆核心价值的阅读推广目标：

1. 让不喜欢阅读的人喜欢阅读
2. 让不会阅读的人学会阅读
3. 让阅读有困难的人跨越阅读的障碍

□ 说明

- 阅读推广能够提升图书馆服务指标，服务有正常阅读能力的人。图书馆一直关注也应该继续关注这类阅读推广。

基于图书馆职业理念的阅读推广

图书馆职业理念

- 中国图书馆界曾经不认同“职业理念”。
 - 图书馆职业不同于经营、营销、手工艺等职业，它与医生、律师、教师一样，属于专业性职业。
 - 医生、律师、会计等行业都属于专业性职业，这些行业的从业者有自己的职业理念，体现为该行业的职业伦理守则。
 - 一般认为，图书馆职业也属于具有职业伦理守则的职业。
- 例：英国图书馆志愿者服务的讨论

阅读推广与图书馆职业理念

- 图书馆行业在发展中，其职业理念也在变化。
- 现代图书馆服务理念，就是现代社会中图书馆行业或图书馆从业人员确立的职业理念。图书馆行业组织可以通过图书馆核心价值和职业伦理表述它们。
- 图书馆职业理念是图书馆人判断问题的基本准则，面对图书馆新兴的阅读推广服务，图书馆人需要运用自己的职业理念分析问题，指导阅读推广的开展。

图书馆职业理念

□图书馆职业理念包括：

- 维护和尊重公众使用图书馆的权利（智识自由、中立性服务）
- 对全社会普遍开放
- 对所有人提供平等服务
- 对有特殊需求的人提供特殊（人性化）服务
- 保护读者隐私
- 提供专业化的服务

阅读推广中的读者权利

- 图书馆服务曾被称为最民主的知识服务，因为它将选择的权利交给读者。阅读推广服务的兴起改变了阅读内容与阅读形式的选择主体。
 - 因为阅读推广的主体是无法正常利用图书馆资源和服务的特殊人群，选择主体的改变仍符合图书馆的核心价值。
- 但是，阅读推广中仍要十分警惕对于读者权利的侵犯或不尊重。

阅读推广中的读者权利

□ 例：关于读好书

- 阅读推广中读好书的声音不绝，这是社会各界对图书馆阅读推广的期待与要求。
- 但历史已经表明，大多数“好书”、“坏书”都是有时代局限的，图书馆员无法以自己的智慧超越这种局限。

□ 因此，图书馆服务中最为明智的做法，就是保持服务的中立性。这也是图书馆职业伦理的基本要求。

阅读推广中的读者权利

□ 例：关于浅阅读

- 阅读的主流声音来自社会精英阶层，部分精英出于对社会底层阅读行为的漠视，构造了深阅读和浅阅读的阅读分类，对浅阅读进行批评。
- 一般而言，专家们批评的浅阅读人群是文化程度不高、不以阅读为职业的人群，如文盲半文盲，强体力劳动者等。

□ 图书馆应该关注他们的阅读权利，通过阅读推广帮助他们更好的阅读识字类、通俗类、愉悦类读物。

阅读推广中的读者权利

□ 例：关于数字阅读

- 读物的载体确实有优劣之分，不同的载体喜好是正常的。数字阅读的阅读体验有时不如纸质阅读，有人批评新兴的数字阅读也是正常的。
- 在我国目前的阅读环境下，同一内容读物的数字阅读成本远低于纸质阅读，不同内容的阅读，数字阅读更是远远低于纸质阅读。

□ 图书馆开展数字阅读推广，能够帮助那些更需要阅读帮助的人群，维护他们的阅读权利。

阅读推广中的平等服务

- 图书馆保障公众的阅读权利，体现对全社会普遍开放，对所有人平等服务。
 - 与借阅服务相比，阅读推广服务设计更加细分，服务对象更加“小众”，服务单位成本更高
- 因而，图书馆阅读推广活动中忽视公平服务的现象更加突出。保证公平服务成为图书馆阅读推广中最突出的问题。

阅读推广中的平等服务

- ❑ 竞赛类活动是我国阅读推广的主要类型之一。这类活动包括作文比赛、知识竞猜、猜谜等。为吸引读者，图书馆往往提供奖品。
 - 如果设计不好，就会出现应试教育中的强者再次获奖，家庭条件好的孩子容易获奖等状况，使服务资源朝优势人群倾斜。
 - 例：美国丹顿公共图书馆的阅读列车项目
- ❑ 公共图书馆的阅读推广设计需要吸引读者，但公共资源的使用必须以保证图书馆平等服务为前提。

阅读推广中的平等服务

- 表演类阅读推广能够帮助儿童更好理解读物，深受孩子们喜欢。活动对提升图书馆人气也有成效。表演类阅读推广包括绘本剧表演、舞台诗朗诵等。
 - 为追求表演类活动的效果，图书馆可能要求置装，甚至自费置装。虽然家长自愿，但自费置装的设计很可能将经济困难家庭儿童排斥在服务之外。
 - 例：自费置装表演活动

阅读推广中的人性化服务

- 图书馆儿童阅读推广需要分级服务。但有些图书馆阅读推广项目设计不够细致，或因其他原因，导致年龄差异较大的儿童接受同一服务。
 - 例：儿童分级（分层）服务。在绘本阅读、故事会、（李咏式）竞猜等活动中，缺乏分级导致低龄儿童在大龄儿童前表现出明显的弱势，失败感强烈。
- 图书馆不可为增加服务人数而放弃人性化服务原则

阅读推广中的专业化服务

- 图书馆事业是一项专业性活动，其服务的重要特征是具有图书馆学理论与研究的支撑。阅读推广服务更是如此。
- 由于阅读推广发生于图书馆学理论对于实践指导力日益下降的年代，阅读推广实践走在了理论研究前面，服务的专业化受到冲击。
 - 不少地方常见的广场式活动，看似轰轰烈烈，活动目标不明确，活动结束后没有评估，效果存疑。

阅读推广中的专业化服务

- IFLA素养和阅读委员会别强调理论研究在阅读推广中的作用。该委员会将自身职能定位为“将阅读研究和阅读开发活动整合到为全体公民的图书馆服务”。
- 该委员会发布《在图书馆中用研究来促进素养与阅读：图书馆员指南》，强调“研究”能够帮助图书馆员有效收集数据和实施测评，帮助他们提高推广效率。

阅读推广中的专业化服务

□ 例：低幼儿童阅读推广项目BookStart

- 1992年英国伯明翰大学的B.Wade教授和M.Moore博士对幼儿阅读进行实验性研究，以科学的数据证明了“亲子阅读是培养阅读习惯的最有效途径”、“婴幼儿很早具有阅读能力”等重要命题，这一成果即为全球性BookStart项目的起源和理论支撑。
- 此后二人继续进行10多项研究，时间长达10多年。研究成果使BookStart项目对于培养低幼儿童阅读习惯，提升他们阅读能力的价值得到强有力的数据支撑。

阅读推广中的专业化服务

□ 例：爸爸和男孩

- 美国素养基金会的阅读推广项目“爸爸和男孩——银河阅读项目”，由志愿者上门服务，鼓励那些不喜欢阅读的男生和他们的爸爸一起阅读。
- 该项目进行了科学的设计，有事先的策划和事中事后的评估，对活动对男孩和他们家庭的阅读行为所带来的变化进行了定量的数据分析

阅读推广的体系结构

阅读推广的体系结构

- 图书馆阅读推广是一个体系，其理论包括基础理论（概念界定、基本理念、服务原则等）和应用理论（活动设计、实施与测评方法）。
- 以下三维结构可以帮助我们认识阅读推广：
 - 服务对象：细分阅读推广的目标人群
 - 活动流程：加强阅读推广的全过程管理
 - 类型：对不同活动的归纳

目标人群细分

- 阅读推广本质上是一种碎片化的服务，与服务碎片化相对应的，应该是目标人群进一步细分。
 - 按年龄细分：低幼、学龄前、青少年、成人、老年人等
 - 按能力细分：肢残、视残、阅读障碍症、贫困、文盲等
 - 按兴趣细分：不阅读人群、不会阅读人群、仅对特定内容感兴趣人群，等

目标人群细分

□ 低幼儿童

- 图书馆为低幼儿童服务受到国际图书馆界的重视，并有成功经验。如IFLA《图书馆婴幼儿服务指南》所列“最佳实践”。
- 而在我国，相当多的图书馆在儿童服务制度中直接将低幼儿童排除在服务对象之外，即使声称服务对象0岁起的图书馆，实际上也缺乏针对0-3岁儿童的服务。
- 研究和开发适合我国图书馆的婴幼儿阅读推广项目已经成为图书馆界的重要任务。

目标人群细分

□ 例：苏州图书馆新生儿大礼包项目

- 阅读大礼包里有1本婴幼儿读物、1本送给父母引导孩子阅读的手册——《0-3岁亲子阅读父母指导》、专门为0-3岁幼儿编制的阅读推荐书目、阅读测量尺、宣传册页以及苏州图书馆少儿读者证等。



目标人群细分

□ 老年读者

- 老年人曾是我国公共图书馆的阅读主体。但随着报纸出版业的衰落和老年人信息素养的提高，老年人不再将去图书馆看报作为自己生活的重要选择。老年人正在离开图书馆。
- 如何通过阅读推广将老年人拉回图书馆是我们面临的任务。目前的老年阅读推广以讲座、展览为主，这类活动对阅读的拉动效果有限。图书馆应该开发更多参与性强、发挥老年人能力的阅读推广项目。

目标人群细分

□ 例：杭州图书馆生活主题馆的阅读推广



➤ 围绕市民特别中老年读者的兴趣爱好开展阅读推广，左图架上为附近市民送来的花卉。

目标人群细分

□ 乡村儿童

- 在公共文化服务体系建设中，村镇图书馆作为总分馆和一部分得到发展，但服务能力和效果存在许多问题。
- 乡村村镇图书馆的服务对象是外来务工人员子弟或留守儿童，教育环境较差，图书馆服务发展空间极大。但传统的图书馆服务已经很难吸引他们，在乡镇图书馆开展儿童阅读推广是总分馆服务升级的最好方式。

目标人群细分

□ 例：嘉兴图书馆镇分馆的儿童阅读推广



➤ “小兔连衣裙”的阅读推广及手工活动：讲绘本小兔的连衣裙，手工制作穿连衣裙的小兔，展示手工作品。

目标人群细分

“彩虹使者”走基层精彩预告

例：吴江图书馆村分馆的儿童阅读推广



主题	时间	地点
悦读彩虹堂之植树节	3月12日（周六） 9：30-10：30	汾湖高新区元荡村“四位一体”中心
	3月12日（周六） 13：30-14：30	开发区城南花苑社区“四位一体”中心
	3月12日（周六） 9：30-10：30	开发区叶泽湖花苑“四位一体”中心
	3月13日（周日） 13：00-14：00	同里分馆
	3月13日（周日） 13：00-14：00	开发区屯村社区分馆
悦读彩虹堂之巴比提的坏心情	3月5日（周六） 9：30-10：30	开发区合心村“四位一体”中心
	3月6日（周日） 13：00-14：00	开发区屯村社区分馆
悦读彩虹堂之尿床的小金丝雀	3月5日（周六） 13：30-14：30	开发区城南花苑社区“四位一体”中心
悦读彩虹堂之气象与生活	3月5日（周六） 9：30-10：30	开发区九里湖村“四位一体”中心

乡村分馆的儿童绘本阅读和手工。参加的孩子虽然不多，但改善了乡村阅读环境。图片中有很远公交车过来的儿童

阅读推广的过程管理

- 图书馆阅读推广一般表现为活动形式，或者“服务活动化”。以活动形式开展服务对于图书馆学是新课题，需要运用管理学中项目管理过程管理的理论，以不同于借阅管理的方法进行。
- 图书馆管理与服务人员在这方法的理论与经验欠缺，在项目策划、品牌设计与营销、组织实施、评估总结等方面都需要新的探索。

阅读推广的项目策划

- 开展活动形式的阅读推广，起步于活动的策划。几乎每一个精彩的阅读推广案例后面，都有一个精心策划的创意。
- 阅读推广活动的开展考验图书馆人的创意能力。
- 图书馆服务走进创意时代！
 - 2014年美国新泽西图书馆网站发表了一篇文章，介绍图书馆服务十大创意。都是美国公共图书馆已有的创意。作者认为这些创意活动能够使更多的人走进图书馆。

公共图书馆十大创意活动

□ 第一个创意：办一个动漫展

- 由于图画书小说和漫画书的普及程度上升，图书馆办动漫展可能吸引新读者，包括儿童和青少年来到图书馆。这个活动也能够吸引当地的相关企业，加强图书馆和企业之间的关系。



公共图书馆十大创意活动

▣ 第二个创意：承担企业的孵化器

- 图书馆为当地企业主提供网络空间，使他们能分享建议，建立合作。亚利桑那州的Goodyear图书馆就建立了一个创新中心，为本地创业的企业家提供会议场地和指导。



老槐

公共图书馆十大创意活动

□ 第三个创意：建立一个小花园

- 公共图书馆建立园艺场地，既为社区培育了花卉，又以帮助居民学习园艺技巧。伊利诺伊州的Sycamore图书馆招募社区志愿者，在图书馆建立了一个1200平方英尺的此类花园。



公共图书馆十大创意活动

□ 第四个创意：举办一次角色扮演早餐

➤ 设计孩子最喜欢的童话故事人物的场景，邀请家长和他们的孩子扮演人物来吃早餐。当然有些费用，不过有办法解决，北卡罗莱纳州Elkin公共图书馆通过社会筹款做了这样的早餐。



老槐

公共图书馆十大创意活动

□ 第五个创意：策划一个TED活动

- 如果你有一个好的理念值得推广，可以考虑TED（美国著名视频课程网站）的经验，拍摄事件的视频，通过社交媒体和图书馆网站上在社区共享。



公共图书馆十大创意活动

▣ 第六个创意：开展烹饪活动

- 随着美国胖子的增加，学习如何在家里做健康餐饮正成为一个热门的话题。最近一期美国《图书馆杂志》就提供了一些技巧图书馆办烹饪班的事例



公共图书馆十大创意活动

- 第七个创意：进行探宝活动
 - 将图书或诗歌中有趣的内容发送到文学探宝社区成员，让他们到图书或诗歌中探宝，小盆友们很喜欢。



公共图书馆十大创意活动

❑ 第八个创意：建立一个黑客（创客）空间

- 爱好技术的人在增加，但找一个黑客空间不容易。公共图书馆可以和有抱负的年轻技术专家或艺术家合作，创建黑客空间，空间中提供代码、3D打印机和其他可创造新的产品的工具。



公共图书馆十大创意活动

□ 第九个创意：让年轻人学习面试

- 面试技巧是年轻人需要掌握的能力之一，特别在他们第一次面试之前需要了解。克利夫兰的Heights图书馆举行就业准备系列活动，训练年轻人正确的礼仪，为他们的第一次面试作准备。



公共图书馆十大创意活动

□ 第十个创意：创建街舞系列活动

- 音乐是使青少年走进图书馆的另一种方式。纽约皇后区图书馆举办了一个街舞月，活动包括DJ battles and a break-dance expo and featuring local artists.10。



阅读推广的品牌管理

- ❑ 图书馆阅读推广需要品牌。服务活动化意味着在服务场所开展日常化、经常化的阅读推广。这种类型的阅读推广，管理、营销和服务均有较大难度。
- ❑ 阅读推广品牌能够加强图书馆对于项目的内部管理，提升公众知晓度，推动阅读推广更好发展。
- ❑ 特别对于儿童阅读推广，鲜亮的品牌能唤起儿童对于图书馆的持续关注，有效提升服务品质。

阅读推广的品牌管理

□ 阅读推广品牌的类型：

- 直白型：爱绘本 爱阅读 / 亲子天地 / 故事大王
- 隐喻型：三叶草 / 蒲公英 / 星星树
- 时尚型：科普达人 / 大白讲故事
- 亲切型：我们的节日 / 阅读滋润童心
- 点明图书馆：X图故事会 / X图少儿讲坛 / 文津少儿讲坛
- 点明时间对象：周末故事会 / 低幼悦读会 / 喜阅365
- 点明图书馆及时间：X图周末故事会

阅读推广的品牌管理

□ 部分典型儿童阅读推广品牌分析：

- 故事妈妈讲故事
- 喜阅365
- 小可妈妈伴小时
- 毛毛虫上书房
- 禾禾

阅读推广的品牌管理

- 同济大学图书馆阅读推广知名品牌：闻学堂。
 - 讲座、展览、阅读课、制作、娱乐休闲五类推广活动于一体的整体化品牌。



阅读推广的测评与总结

- 阅读推广需要测评对于活动参与者阅读意愿和阅读能力的改变程度，这就需要科学测评。
 - 图书馆阅读推广的评估不同于文献服务。文献服务中的一系列指标可以通过图书馆服务记录自然获取，评估较直接。阅读推广虽然也可用活动次数和服务人数作为指标，但一场广场活动服务1 人与一场读书讨论会服务1 人显然不能简单相比。
- 阅读推广活动还需要总结为案例以便宣传推广。

阅读推广的测评与总结

- Goldhor的大学图书馆阅读研究，为了确定休闲类文献的最佳推广方法，进行了以下试验：
 - 选择114本传记书，先统计3个月的借阅数，然后将传记书随机分为三组，一组陈放阅览桌，展牌上写“你可能错过的好书”，一组在书架但编制推荐书目，第三组不处理，分别统计3个月借阅数，最后全部传记书归架统计10周。
- 研究结果证明，对于传记读物，展示比推荐书目更有效。

阅读推广的测评与总结

- 2015年2月，厦门大学图书馆阅读推广项目“囿·时光”获国际图联第13届BibLibre国际图书营销奖第二名。
 - 囿·时光是图书馆为本校毕业生送上一份“小清新”毕业贺礼。



阅读推广的类型管理

- 搞好阅读推广组织与策划需要了解阅读推广的主要类型及特点。
 - 按活动性质分，如诵读类、手工类
 - 按服务对象分，如亲子阅读、盲人阅读
 - 按活动资源分，如经典阅读、数字阅读
- 过于琐细的划分不利于归纳和研究。

阅读推广的类型管理

□ 活动类型：

- 荐书类阅读推广（含微博、微信和其他形式的数字阅读推广）
- 诵读类阅读推广（讲故事、绘本阅读等）
- 交互类阅读推广（含读书沙龙、兴趣小组/读后感交流、书评等）
- 手工类阅读推广（创客、制作、种养等）
- 表演类阅读推广（读者诵读、绘本剧表演等）
- 竞赛类（知识竞赛、作文比赛、猜谜等）
- 讲座、展览类阅读推广
- 其它（真人图书馆、晒书会、图书漂流等）

阅读推广的类型管理

□ 荐书类阅读推广

➤ 最经典的阅读推广。早期形式是宣传窗和新书卡片，现在有海报、微博、微信等形式。

➤ 深圳少儿图书馆喜阅365

【“喜阅365”推荐书】2016年4月8日《1001只羊》

2016-04-08 喜阅365



【读书会预告】四月份读书会预告

2016-03-29 喜阅365

四月“喜阅”读书会

“喜阅”人：3~12岁的小朋友及家长
“喜阅”屋：“梧桐树下”（馆一楼）
“喜阅”时光：每周日下午三点~四点（另：请提前半小时在“梧桐树下”门口领号牌，先到先得，敬请准时）

4月3日 清明节假期，读书会暂停

4月10日 主讲义工：宁宇 《上山种下一棵树》

海边的渔夫们认为：森林是大海的恋人，为了海洋充满活力，大家开始上山种树。上山种下一棵树，松鼠、狐狸、猫头鹰……还有哪些小生物可以获得食物或藏身处？当树叶、果实和枯枝掉落地面上，会为土壤增添哪种养分？落进土壤里的雨水，会把这些养分带往什么地方？在小溪、稻田、河川、海滩，住着哪些生物？大海中的森林是什么样子？

阅读推广的类型管理

□ 荐书类阅读推广

- 荐书服务中尽可能保持中立性的方式：推荐读者反馈好的书（如高被借）；推荐获奖图书（如莫言）；组织专家评选（如文津图书奖）。



- ▶ 文津图书奖邀请读书、爱书的朋友推荐优秀图书
- ▶ 国家图书馆文津图书奖往届获奖图书及推荐图书



活动介绍

读者朋友，您好！感谢您浏览“文津图书奖”网站。

“文津图书奖”是在国家图书馆的倡导下，由全国图书馆及读者、专家、媒体共同围绕建设学习型社会和倡导全民阅读举办的公益性优秀图书奖项。文津图书奖每年举办一届，评审过程中不收取作者和出版社任何费用。前十届文津图书奖依照公平、公开、公正的原则，经过初评和终审，在读者、图书馆和评审专家的共同参与下成功举办。2009年11月2

阅读推广的类型管理

□ 诵读类阅读推广

- 诵读类阅读推广由服务提供者主讲，一般针对儿童，特别学龄前儿童。是目前图书馆最受欢迎、效果最好的阅读推广类型。
- 西藏图书馆阿佳讲故事



阅读推广的类型管理

□ 诵读类阅读推广

- 场地改造：动静分区、隔音
- 设施改造：书架书桌变舞台和投影设备
- 人员转型：图书馆员成为管理者，吸收志愿者和专业人员提供服务

阅读推广的类型管理

□ 交互类阅读推广

- 图书馆组织读书沙龙或兴趣小组交流面对面读书体会，或开展书评、作文间接交流读者体会，对于提升读者的阅读兴趣与阅读能力有很大帮助。
- 例：上海闵行区图书馆敏读会



手机二维码报名：



主讲人：小竹竹

小竹竹简介：永远15岁的樱桃小丸子，毕业于上海外国语大学英语系，图书馆员，钢琴十级。心地善良，做事认真，爱吃，爱玩，爱睡懒觉，拥有无数小昵称……总之，是一个人见人爱花见花开路人纷纷回头看的无敌美少女啦！

国左翼作家乔，与英国作家世界》、俄国我们》并称“表作”。奥威的极权主义生活的细致刻画的悲剧。



0日星期六13:00

8会议室

名+手机号码发送邮件到：anne@mhlib.sh.cn

博@闵行区图书馆

楼外文阅览室服务台现场报名

报名：2809848232

1984

第三十四期敏读会
MINDUHHUI

阅读推广的类型管理

□ 交互类阅读推广

- 服务对象：具有较强阅读能力的人。成人、青少年读者为主
- 活动时间：节假日、休息日
- 内容选择：热点与本土文化
- 馆员角色：服务（策划、宣传、活动保障、总结）

阅读推广的类型管理

□ 手工类阅读推广

- 手工活动是深受图书馆儿童读者欢迎的阅读推广项目，手工活动使小读者摆脱“读”的负担，一般是阅读活动的辅助项目。
- 手工活动对图书馆服务人员策划、管理要求不高，开展简便，普及度很高。



阅读推广的类型管理

□ 手工类阅读推广

- 我国手工类阅读推广活动开展得最多的是儿童剪纸折纸类，对于烹饪、种养、创客关注不够。
- 吴建中：图书馆从提供文献到提供空间到提供工具。
- 创客空间不仅是3D打印机，还包括各种工具。这些工具一般价格较贵而个人使用较少，图书馆通过提供此类工具激发公众创造力、促进阅读，充分发挥了公共资金的效益。

阅读推广的类型管理

□ 表演类阅读推广

- 表演类阅读推广是深受儿童和家长欢迎的一类阅读推广。读者诵读、绘本剧表演等，能够培养读者的阅读兴趣，加深对读物的理解。
- 处理好与阅读结合的问题



阅读推广的类型管理

□ 讲座、展览类阅读推广

- 讲座和展览是图书馆阅读推广中服务人数最多的项目，同时操作可简可繁。它们是日前开展最普遍的阅读推广。
- 如何提升讲座、展览的促进阅读效果，是图书馆重要研究课题。
- 首都图书馆的系列讲坛



结语：做全民阅读时代的阅读推广人

- 阅读推广是一门大学问，阅读推广是值得所有图书馆人关注的新课题。
- 当前的全民阅读热和图书馆阅读推广服务发展需要许许多多从事阅读推广的人。阅读推广人不一定是图书馆员，但图书馆员应该首先成为阅读推广人。
- 各级图书馆学会应该为图书馆人成为阅读推广人创造便利条件，以适应图书馆服务的转型。

2016 重庆

敬请指正！

范并思教授
华东师范大学信息学系
bsfan@infor.ecnu.edu.cn