

# “把她带回家 深读一本书”线上阅读打卡——苏州卫生职业技术学院图书馆阅读推广活动案例的实践与思考

李雅君

苏州卫生职业技术学院

**【摘要】** 本文对苏州卫生职业技术学院图书馆阅读推广案例“把她带回家，深读一本书”线上阅读打卡的活动开展背景、目的进行了简述，同时重点对活动的内容中的活动形式、宣传方式进行了阐述，并对活动成效与影响进行总结，以及现存的问题和未来的运行进行归纳与反思。

**【关键词】** 阅读推广；活动案例；高职院校图书馆

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1412

## 一. 活动背景及目的

### （一）活动背景

阅读是人类世界特有的文化传播，是人接受教育、发展智力、获得知识信息的最根本途径，是社会进步的有力支撑。2020年10月中央宣传部印发《关于促进全民阅读工作的意见》。意见指出，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以满足人民精神文化生活为出发点和落脚点，在全社会大力营造爱读书、读好书、善读书的良好氛围，引导人民群众提升阅读兴趣，养成阅读习惯，提高阅读能力。高校作为传播知识、文化的阵地，更应培养青年们的阅读兴趣、阅读习惯及阅读能力。

### （二）活动目的

基于国家和社会对于阅读培养的指导意见，苏州卫生职业技术学院推出假期线上阅读打卡活动之“把她带回家，深读一本书”，一方面助力于学生阅读习惯、能力的培养；另一方面，不断增强思想道德素质和科学文化素养。为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的智力支持。

## 二、活动内容

### （一）活动主旨

本活动项目是在国家和政府“立德树人”和“全民阅读”精神意见指导下，以文化育人为目的，通过假期线上阅读打卡的形式，记录大学生的阅读过程，为大学生提供一个分享阅读的平台，并丰富大学生假期生活。图书馆已联合读者俱乐部成功举办了2020-2021年年度假期“把她带回家，深读一本书”活动。

### （二）活动形式

学生通过线上阅读打卡的形式，分享自己的阅读历程，将每日阅读笔记与心得分享至平台上。

#### 1. 基础活动

基础活动即“阅读打卡”。活动参与者需到图书馆借纸质书或利用学校资源库里面的电子书，将阅读过程中的阅读笔记或阅读心得通过文字、照片的形式每日上传至打卡群

中，范例如下。行为心理学研究表明21天以上的重复会形成习惯；90天的重复会形成稳定的习惯。“把她带回家，深读一本书”活动共持续93天，这样不仅有利于培养大学生的阅读习惯，而且90天的阅读会形成稳定的习惯，并一以贯之。

#### 2. 创新活动

创新活动即在基础活动上进行内容的提炼，每日打卡注重培养学生的阅读习惯以及阅读积累的过程，而创新活动则是提炼在阅读过程中的对于书籍的体会以及理解，并撰写假期阅读心得提交至打卡群管理员处，根据所提交的文章评选出优秀作品，将优秀作品刊登“书香卫院”报上。

### （三）活动宣传方式

一是图书馆联合读者俱乐部，在广大学生群体中利用图书馆官网、校内海报张贴、师生自媒体平台、口口相传等方式发布和宣传“把她带回家，深读一本书”的相关活动信息，并积极解答学生的各类疑问。同时建有阅读打卡活动QQ群进行分享及讨论。积极发挥学生社团、班级信息员的作用，大力宣传推广活动内容，扩大活动学生群体的参与面。阅读打卡书目的选择可以充分图书馆的馆藏资源，图书馆资源丰富多元，纸质资源及电子资源都可供学生进行阅读选择。

分享书目的选取和馆藏文献资源的提供，则尝试寻求社会赞助。对于文献资源的保存，高校图书馆相对有一定的优势，但是为了保证分享会现场的用书，则采取了一些办法，比如接受社会赞助图书等，减轻了活动主办的压力。

#### 1. 成效与影响

本次项目活动共计265名大学生参与，持续参与打卡15天以上的同学共计197名，参与打卡30天以上的同学共计158名，参与打卡60天以上的同学共计86名。通过开展“把她带回家，深读一本书”线上阅读打卡活动，不仅吸引了更多读者走进图书馆借阅或使用图书馆资源，也激发了大学生浓厚的阅读兴趣，培养了大学生的阅读习惯。参与过活动的同学们也纷纷表示线上打卡活动对自身培养阅读习惯、能力有促进作用，收获颇大，并表示后续也会积极参与该系列活动，将阅读学习进行到底。

### 2. 唤醒大学生阅读意识, 阅读不再难

通过线上阅读打卡活动, 有意识地去培养大学生阅读的频率, 以阅读任务形式去要求大学生进行每日阅读, 潜移默化中唤醒大学生的阅读意识, 自发地意识到阅读的重要性, 通过几十天的阅读行为逐步形成一种阅读习惯, 继而爱上阅读。有同学反映说, 一直以来觉得完整阅读完一本书对当下的我们很困难, 但是在活动中, 270多名同学一起坚持每日阅读, 相互鼓励, 似乎阅读也不是一件难事了。

### 3. 形成互通有无的阅读平台, 提升阅读质量

大学生在阅读打卡平台中不仅上传每日的阅读笔记以及阅读心得, 也会在平台上互相推荐优秀书籍, 积极的探讨与交流, 将阅读活动真正变成了思想上与灵魂上的碰撞。有同学反映, 参加活动不仅自己阅读能力上得到了提高, 也了解了他人的阅读感悟, 拓宽了自己阅读的选择, 形成了互通互有的阅读平台, 不断提升了自身的阅读质量。

### 4. 形成阅读成效, 展现大学生阅读风采

创新活动中大学生将阅读过程中阅读的经典书籍的图书心得以文字的形式予以记录, 体现出我们活动中深读一本书的目的, 线上打卡活动不仅培养大学生的阅读习惯, 更是要提升大学生的阅读能力, 形成阅读成效。大学生通过书写的方式将阅读中的感悟, 与作家间的对话表达出来, 形成阅读过程中最后一步环节阅读思考。培根曾在《论学问》中说过: “读史使人明智, 读诗使人聪慧, 演算使人精密, 哲理使人深刻, 道德使人高尚, 逻辑修辞使人善辩”。大学生阅读最终的目的就是提升自身, 让自己得到智慧启发, 让自己滋养浩然之气。

## (四) 分析与总结

### 1. 打造阅读推广团队

随着全民阅读不断深入, 高职院校图书馆业务呈现出读者需求个性化、读者群体多样化、服务范围扩大化等特点, 高职院校图书馆作为传播知识、文化的阵地, 应积极向不同读者群体开展阅读推广活动, 不断延伸图书馆的服务直径, 不断挖掘潜在的读者群体, 不断满足读者更高层次的需求, 因此, 需要打造特色阅读推广团队, 并提供以读者需求为主导, 创新服务方式的阅读推广活动。以期培养青年们的阅读兴趣、阅读习惯及阅读能力,

### 2. 打造阅读推广品牌

目前, 高职院校在设计阅读推广活动时未形成特色品牌, 品牌在于形成有别于其他活动的差异性, 价值性, 必须对推广活动项目进行准确定位以及经营, 从而得到读者的有效反馈。阅读推广活动打造成品牌活动才能持续发展, 继而深入挖掘其价值意义。打造阅读推广品牌不仅仅是打造一

种符号结构、象征, 更是阅读活动主体关系中的文化形态的综合反映和体现, 阅读推广品牌的底蕴是文化推广。打造阅读推广品牌, 不仅激发了学生们的阅读热情, 培养了学生的阅读习惯和阅读能力, 丰富了校园文化生活, 在校园内营造了良好的书香校园文化氛围。同时, 拓展了图书馆的服务职能, 充分发挥了图书馆文化育人功能, 在大学生素质教育中发挥着重要的作用, 不仅提升我院师生的人文素养, 也提升了图书馆服务水平。

### 3. 打造新媒体时代下的阅读推广

现代阅读推广已经进入媒体时代。据CNNIC发布第49次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称:《报告》), 截至2021年12月, 我国网民规模达10.32亿, 较2020年12月增长4296万, 互联网普及率达73.0%。由此可见, 新媒体信息服务已经全方面深入到人们的生活中, 推动了新媒体信息服务模式发展和变革。

在新媒体时代下, 有效地利用新媒介开展阅读推广活动是新时代的要求, 所谓打造新媒体时代下的阅读推广主要是包括, 一是推广手段媒体时代, 二是活动开展媒体时代。“把她带回家 深读一本书”线上阅读打卡就是利用的新媒体媒介进行阅读活动的推广, 一是通过QQ打卡程序进行活动的开展, 利用互联网技术将传统阅读活动呈现在线上进行; 其次, 阅读推广活动已进入利用微媒体宣传、开展的时代, 通过校园媒体的宣传报道, 不仅可以提高活动的参与度, 也提高了活动推广的知名度, 吸引更多的群体参与到活动中来, 有助于高职院校阅读推广活动的有序发展, 从而达到全民阅读的最终目的。

## 参考文献:

[1] 王圣缤. 高校图书馆阅读推广活动情况分析及其思考——以2015年和2017年全国高校阅读推广案例大赛为例[J]. 大学图书情报学刊, 2020, 38(01): 36-43.

[2] 张秋华. 学科阅读能力: 高中历史课堂教学中不可忽视的“风景”[J]. 学子: 理论版, 2016(20): 1.

[3] 吕海玉. 大学生阅读指导探索[J]. 文教资料, 2009(20): 3.

[4] 史歌, 谷影, 刘春晖. 书香哈职星享阅读——哈尔滨职业技术学院图书馆阅读推广案例说明[C]//全国高职院校图书馆馆长论坛. 教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会, 2015.

[5] 郭晟. 书香里的中国梦——广西卫生职业技术学院开展读书月系列活动[C]//广西省图书馆学会. 广西省图书馆学会, 2013.