

高职院校图书馆阅读推广的现实困境与突围策略

康田甜

西安职业技术学院, 陕西 西安 710000

DOI: 10.61369/ETR.2026240026

摘 要： 高职院校图书馆作为校园文化建设和人才培养的重要阵地, 阅读推广是其核心职能之一。然而, 相较于本科院校, 高职院校图书馆在阅读推广工作中面临读者阅读动力不足、资源供需错位、推广形式单一、协同机制缺乏等特殊困境。基于此, 本文立足于高职院校“技术技能型”人才培养现实, 深入剖析当前阅读推广面临的主要问题, 并从资源重构、服务赋能、品牌打造、机制融合四个维度提出针对性的突围策略, 旨在为提升高职院校图书馆阅读推广实效提供参考。

关 键 词： 高职院校; 图书馆; 阅读推广; 困境; 策略

Practical Dilemmas and Breakthrough Strategies of Reading Promotion in Higher Vocational College Libraries

Kang Tiantian

Xi'an Vocational and Technical College, Xi'an, Shaanxi 710000

Abstract： As an important position for campus cultural construction and talent training in higher vocational colleges, reading promotion is one of the core functions of libraries. However, compared with undergraduate universities, libraries in higher vocational colleges face special dilemmas in reading promotion, such as insufficient reading motivation of readers, mismatch between resource supply and demand, single promotion form, and lack of collaborative mechanisms. Based on this, rooted in the reality of cultivating "technical and skilled talents" in higher vocational colleges, this paper deeply analyzes the main problems faced by current reading promotion, and puts forward targeted breakthrough strategies from four dimensions: resource reconstruction, service empowerment, brand building, and mechanism integration. It aims to provide reference for improving the effectiveness of reading promotion in higher vocational college libraries.

Keywords： higher vocational colleges; libraries; reading promotion; dilemmas; strategies

引言

在全民阅读上升为国家战略以及职业教育改革不断深化的背景下, 高职院校图书馆的阅读推广工作不仅是提升学生人文素养、夯实文化自信的关键途径, 更是培养“德技并修”高素质技术技能人才的内在要求。然而, 当前高职院校图书馆的阅读推广普遍存在“高投入、低产出”的尴尬局面。图书馆投入大量人力物力举办讲座、书展等活动, 但学生参与度不高, 借阅数据持续低迷, 阅读推广容易流于形式。如何精准识别并破解这些困境, 成为高职院校图书馆高质量发展的当务之急。

一、高职院校图书馆阅读推广的现实困境分析

(一) 读者层面: 阅读动机功利化与碎片化, 深度阅读缺失

首先, 在阅读动机上, 高职院校以培养技能型、应用型人才为根本宗旨, 学生的阅读目的非常明确就是为了以后能够更好的找到工作以及提高自身的能力, 具有明显的实用目的。学生比较注重考证考级、职业技能、实操实训等类型书籍的阅读与学习, 把阅读作为一种提高自身竞争力的手段, 对于人文社科的经典著作、文学作品、提高个人修养方面的非实用性的阅读则很少涉及^[1]。

其次, 在阅读习惯上, 新媒体时代的信息传播方式改变着学生们的阅读方式, 浅尝辄止、零敲碎打式的阅读占主流地位, 相比于需要静下心来认真思考的纸质书籍阅读, 学生们更愿意浏览一些碎片化的信息, 这就很难有计划地、深入地阅读, 也难以通过深度阅读实现知识积累、思维提升和素养沉淀^[2]。

最后, 在阅读时间分配上, 高职院校一般为三年学制, 相比于普通本科院校, 学生的在校理论学习时间较短, 在培养计划中有较多的实训课、企业实习、顶岗实习等课程。学生的课余时间被大量的专业实训、技能训练、实习所占据, 个人自由支配的时间较少, 很难养成经常性、长期性的阅读的习惯, 给阅读推广活

动的正常进行造成很大困难。

（二）资源层面：供需错位突出，资源建设与服务适配性不足

第一，馆藏图书结构失衡现象较为突出。有些高职院校图书馆在馆藏建设上盲目求大，将馆藏总量视为评价标准，出现“重数量，轻质量；重收藏，轻使用”的现象。

第二，数字资源利用率较低^[3]。目前，大部分高职院校图书馆均已花费大量资金购买学术数据库、电子书、有声书等多种类型数字资源，并且建立了相应的数字阅读平台，但与此同时也存在“重引进、轻推广、轻运维”的问题。

其三，阅读空间功能固化老旧。一些高职院校图书馆依旧保持着传统的建馆方式，以图书借阅、文献查阅、自习备考为主要功能，空间较为单一、功能固化。缺少符合现代年轻人审美的以及学习需求的休闲阅读区、小组研讨室、多媒体阅读体验区、沉浸式阅读空间等功能区，无法让学生们的个性化阅读、互动式阅读、沉浸式体验等需求得到满足，空间的服务价值未被有效发挥^[4]。

（三）活动层面：形式同质化严重，缺乏深度与长效性

从活动方式上看，我国各大高校阅读推广活动方式较为一致，部分高职院校只是在世界读书日或校园读书月期间，举办一些固定的读书节、书评征文、诗词朗诵会、知识竞赛等活动，活动形式较为单一，内容雷同，缺乏针对本校办学定位以及学生的专业需求和个人喜好的活动。

在活动体验上，大部分阅读活动为图书馆单方面发出信息，学生被动接受，互动较少。活动也大多处于完成任务的形式上，缺少学生之间互相交流、讨论读书、共读沙龙等活动，馆员与学生之间也交流匮乏，不能形成稳定的阅读人群，更无法培养出经常性阅读的学生群体。导致活动参与流于形式，不能够调动学生对阅读的积极^[5]。

从运营机制来看，部分高职院校没有建立科学有效的阅读推广效果评价制度，缺少对阅读推广工作的量化和质性相结合的评价。在活动之前缺乏周全规划，在活动中缺乏有效监督，在活动之后缺乏反思总结，仅仅根据参加人数以及举办次数来衡量活动好坏，很难准确了解学生的阅读需求、活动中存在的问题以及取得的效果。

（四）机制层面：协同保障薄弱，整体运营体系不完善

一方面，阅读推广与人才培养相脱离。阅读推广活动未能融入专业课教学、技能训练以及思政教育中去，也未能有效衔接第二课堂学分、综合素质评价等^[6]。阅读行为缺乏制度性引导与约束，使阅读推广变成图书馆的一项任务，无法实现其应有的功能。

另一方面，馆员自身素质较低。部分高职图书馆馆员主要从事传统的图书编目、文献流通、馆藏管理工作，知识水平及业务水平局限于传统图书管理范畴。但新型阅读推广要求他们具备良好的组织策划、新媒体运用、读者分析、文创开发、社群管理等方面的专业素养，目前部分馆员认识不到位，缺少这些方面的能力，也缺乏创造性思维以及运营能力，无法进行高水平、有特色

的、富有创意的阅读推广活动，难以满足新时代阅读服务发展要求。

二、突围策略：从“活动驱动”向“服务赋能”转型

（一）资源重构：打造“精准化+场景化”的阅读资源体系

在文献采购层面，打破图书馆单方面购买的传统方式，采用读者决定性采购方法。在学校师生中设立荐购平台，利用网络调查问卷、荐购会、意见箱等方式，让广大师生积极参与到图书采购工作中来，精确了解学生的实际需要，从而有效解决馆藏书籍陈旧、贴合度低的问题^[7]。

在特色资源建设层面，根据高职院校应用型、技能型人才培养目标，以学校的优势专业或重点打造的专业为基础，建立相应专业的阅读特色书库。收集各领域的先进技术手册、专业知识指导书籍、行业标准文件以及工匠精神实例等相关资料，使专业知识的学习与职业素养的培养相结合，突破人文阅读和专业知识学习之间的界限，搭建起既有针对性又具有专业性的特色书库，有利于学生的专业能力和职业素养共同提高。

在阅读空间改造层面，打破传统阅览室单一功能限制，形成“阅读+”综合性阅读空间^[8]。根据年轻人审美元素以及学习需求，在原有基础上增加咖啡书吧、有声阅读角、VR阅读体验区、休闲共读区等多种类型的空间区域，减少图书馆给人枯燥乏味的感觉，降低学生阅读参与门槛，使阅读成为一种轻松愉悦的过程，一种享受，构建全场景阅读服务环境。

（二）服务赋能：建立“分众化+数据化”的推广模式

首先，建立读者数据画像。通过图书馆借阅系统、小程序后台、校园阅读平台等数据接口，获取学生借阅情况、资源浏览偏好以及参加活动等情况。在此基础上，根据专业、年级、阅读习惯、兴趣偏好等方面对这些学生进行细分，形成有针对性的读者画像^[9]。接着，再根据这个画像向学生们提供个性化的书单、专业文献和特色阅读活动，彻底解决资源推送盲目化问题，提高阅读服务质量及匹配度。

其次，推进阅读服务嵌入式教育育人全过程。加强馆教合作，积极联系每门课程授课老师，在平时课堂教学及课后作业中融入文献检索、资料研读、专业阅读、论文写作等相关阅读训练工作，设置课程专门阅读要求、文献查阅任务、专业读书心得等教学内容，让学生在专业知识学习过程中进行大量阅读，促使他们形成经常性阅读行为，解决阅读与教学分离难题。

最后，建立朋辈引领阅读服务体系。馆员可以挑选喜欢阅读、有较强表达能力以及责任感的学生，成立专门的学生阅读推广社团，培养一群阅读推广员。然后，依托朋辈圈层优势，在班内、寝室、学生群中进行微阅读分享、好书推荐、共读打卡等形式简单易行的推广工作，以同龄人的口吻传播阅读理念，拉近与老师之间的距离感，提高阅读推广的影响力及感染力。

（三）品牌打造：创新“短周期+强互动”的活动形式

第一，在线上平台组织轻量化、短周期的阅读挑战活动。利用微信群、校园小程序等渠道开展“21天阅读打卡”、“线上共

读营”、“每日精读分享”等活动，用较短的时间、简单的任务量、连续签到的方式契合学生碎片化时间。然后，搭配积分换取、表扬通报、星级评定等方式激发学生的兴趣，引导学生形成良好的阅读习惯。

第二，突出高职育人特点，让阅读活动与技能学习、工匠精神相结合，开展个性化主题活动。馆员应跳出传统的朗读、征文的推广方式，积极组织“书中工匠”短视频比赛、“阅读助力职业生涯发展”演讲、专业书籍学习交流等活动，让学生在专业知识以及工匠事迹中学习职业道德和工匠精神，让阅读服务于技能提升与职业成长，凸显高职院校阅读推广的专属特色^[10]。

第三，以文创助力品牌打造，设计个性化借阅证、主题书签、读书帆布袋、文创摆件等校园阅读文创产品，让阅读融入校园生活。以活动派送、积分兑换或者优秀表彰等方式发放文创产品，让学生有参与感、认同感以及用户黏性的同时，也塑造出具有很高辨识度校园阅读品牌形象，进一步提升校园阅读推广力度。

（四）机制融合：构建“校－社－企”协同育人生态

在校园机制建设上，健全阅读育人工作机制，在学生阅读时间、打卡积分、参加活动、读书成果等方面进行记录，并记入第二课堂学分以及学生综合素质测评成绩，与学生的评先评优、综合考评紧密联系起来，用制度强制力促使学生积极阅读，改变学

生阅读目的性过强、被动状况，使校园阅读成为常态。

加强馆系协作，实行院系联动模式。在每院系设置一名学科馆员，建立图书馆与各院系定期交流平台。学科馆员要根据院系的专业发展、课堂教学以及学生成长需要，与院系老师共同制定专业的阅读计划、组织形式多样的阅读活动，让专业教师成为阅读推广的核心推手，使阅读深入到教育教学之中。

积极引入社会力量及企业资源，拓宽学校阅读资源。联合当地公共图书馆、实体书店、文化馆等社会文化场所，实现馆藏图书共享、活动联办、服务交流，增加阅读资源种类以及形式。此外，还可以联系业内的优秀企业，请企业高级技师或技术能手走进校园，进行“技艺与阅读”讲座，在介绍行业发展的同时对相关专业书籍以及工匠精神进行阐述，让学生了解最新行业动态，贴近工作岗位，构建全员、全程、全方位的阅读育人生态。

三、结语

综上所述，高职院校图书馆的阅读推广不能止步于“摆摊设点”，而应立足于职业教育规律，以“技术赋能人文”为核心理念。只有正视学生群体的特殊性，从“资源供给”转向“需求响应”，从“单打独斗”转向“跨界融合”，才能真正破解困境，让阅读成为高职学生职业成长中不可或缺的基石。

参考文献

[1] 张静. 高职院校图书馆文化传承与服务——三明医学科技职业学院图书馆阅读推广机制探析[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(11): 180-184.

[2] 王晓华. 高职院校阅读推广工作的优化策略——以漯河职业技术学院图书馆为例[J]. 漯河职业技术学院学报, 2025, 24(3): 92-95.

[3] 佟智. 图书馆阅读推广活动助力高职院校学生综合素质提升的策略研究——以北京卫生职业学院图书馆为例[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(21): 77-81.

[4] 李正梅, 袁璐. 文化育人视角下高职院校图书馆经典阅读推广的“三维联动”路径[J]. 新传奇, 2025, (29): 117-119.

[5] 张杰. 文化育人视角下高职院校图书馆经典阅读推广的困境与对策[J]. 科学咨询, 2025, (17): 240-243.

[6] 顾幽雅. 智慧赋能与空间重构：高职院校图书馆阅读推广的创新路径与实践探索——以上海中侨职业技术大学为例[J]. 华东纸业, 2025, 55(9): 100-102.

[7] 谢丁立. 高职院校图书馆传统文化阅读推广路径研究[J]. 采写编, 2025, (9): 172-174.

[8] 陈敏. 数字化时代高职图书馆阅读推广策略研究[J]. 办公自动化, 2025, 30(18): 56-58.

[9] 赵娜. 人工智能在高职图书馆数字阅读推广中的应用研究[J]. 华东纸业, 2025, 55(10): 103-105.

[10] 胡乙. 馆员视角下高职院校图书馆阅读推广能力评价体系的构建[J]. 江汉石油职工大学学报, 2025, 38(6): 64-67.