阅读推广展示项目指标（试行）及说明

| **指标** | **指标说明** |
| --- | --- |
| **一、活动策划** | |
| 1.活动专业性 | 立足图书馆的阵地、服务与资源，活动能充分体现图书馆的专业化水平，有助于促进形成社会阅读氛围和提升图书馆社会形象 |
| 2.活动创新性 | 结合本地或本馆特色和定位，活动的主题、对象、内容、形式具有独特创意 |
| 3.活动针对性 | 活动具有清晰的要旨及目的，具有明确的活动对象群体 |
| **二、活动保障** | |
| 4.经费支持 | 长期、稳定的专项活动经费或其他资金支持 |
| 5.空间或设施 | 活动划定了专门的阅读推广空间，配套了相关的阅读推广设施 |
| 6.人员支持 | 组织或辅助活动顺利进行的人力资源 |
| 6.1团队人数 | 活动专项小组的成员人数 |
| 6.2团队专业性 | 活动专项小组成员的学历、职称、任务分配及阅读推广专业技能 |
| 6.3志愿者 | 参与活动的志愿者人数 |
| 7.社会力量参与 | 政府、企业、民间组织等其他社会力量参与情况 |
| **三、活动实施** | |
| 8.开展方式 | 开展活动的方式和渠道 |
| 8.1线下方式 | 具有丰富度和互动性的线下现场活动 |
| 8.2线上方式 | 通过直播、录屏回放等形式进行线上活动 |
| 9.持续时间 | 活动开展的时间范围 |
| 10.规范管理 | 具有完备、详尽、指导性强的策划方案或规范指南，对活动各阶段进行过程管理 |
| 11.评估优化 | 具有整体评估体系或方案，能对活动效果或实际问题进行优化提升 |
| **四、活动效能** | |
| 12.参与人次 | 活动举办期间通过线下或线上方式参与活动的读者总人次 |
| 13.读者满意度 | 读者参与活动后的满意度情况调查 |
| 14.社会影响力 | 对本区域、本系统和本行业的示范带动作用 |
| 14.1经验推广 | 在行业会议上对活动进行经验推广，包括专题报告、案例分享等 |
| 14.2交流分享 | 同行到馆（赴其他馆）参观学习及交流活动的开展经验 |
| 14.3阅读推广工具包 | 将活动策划、组织和总结（即全过程）公开，便于其他图书馆借鉴、复制的工具包 |
| 15.媒体宣传报道 | 公众媒体对活动的报道情况 |
| 15.1媒体宣传报道次数 | 媒体宣传报道总数（次），包括报纸、电台、电视台、网络、自媒体、短视频等（同一宣传内容不同媒体报道可累计计算） |
| 15.2主流媒体报道 | 被中央级、省部级主流媒体报道 |
| 16. 表扬和鼓励 | 活动获得的各类表扬和鼓励情况 |
| **五、案例撰写与佐证材料情况** | |
| 17.案例撰写情况 | 按要求填写申报表，内容完备，能完整概括案例情况 |
| 18.佐证材料情况 | 根据活动情况和申报表内容提供相应佐证材料，材料真实，内容丰富 |

指标说明：

1.“阅读推广展示项目”具有明确的品牌效应和社会影响力，因此，“阅读推广展示项目”申报及评审指标分为五大类指标，分别为：活动策划、活动保障、活动实施、活动效能、案例撰写与佐证材料。

2.申报表中的指标，申报图书馆都应据实际进行填列，不符合自身实际的指标可以填“无”。