



高校图书馆体系化传承弘扬中华优秀传统文化策略探究

——以“北京大学阅读文化节”为例

胡希琴* 别立谦 汪聪 张海舰

摘要 论文通过梳理相关文献和图书馆实践,并结合“北京大学阅读文化节”案例,分析了高校图书馆传承和弘扬中华优秀传统文化实践现状,探讨高校图书馆体系化传承和弘扬中华优秀传统文化的策略,为我国高校图书馆相关实践探索提供参考。主要策略包括:以顶层规划为支撑,保障活动体系性和延续性;以馆藏资源为基础,深入挖掘优秀馆藏;以整合营销宣传为手段,强化品牌效应;以协同合作为纽带,扩大活动效益;以读者参与为落脚点,形成活动体系的闭环。

关键词 中华优秀传统文化 阅读推广 北京大学图书馆 体系化 连续性

分类号 G252.17

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2025.05.012

引用本文格式 胡希琴,别立谦,汪聪,等.高校图书馆体系化传承弘扬中华优秀传统文化策略探究——以“北京大学阅读文化节”为例[J].大学图书馆学报,2025,43(5):109-117.

文化是民族生存和发展的重要力量,传承和弘扬中华优秀传统文化是新时代新的文化使命,也是推进社会主义文化强国建设、提高国家文化软实力的重要内容。高校图书馆作为高校的信息中心、文化高地、精神家园,传承和弘扬中华优秀传统文化是其履行文化育人职责的题中应有之意。自党的十九大以来,图书馆界高度重视传统文化的弘扬与传承,着力推动优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,并在两个主要方向上持续发力:一是通过收藏、整理、展示中华优秀传统文化的相关文献资源,为读者提供丰富的学习和研究材料;二是通过举办各类文化活动,挖掘中华文明的精神底蕴,加深读者对中华优秀传统文化的理解和认同。在文化活动方面,目前实践探索日益丰富多样,但尚缺乏体系性的活动策划、组织思路与具体实践。

本文在梳理相关研究的基础上,结合由北京大学图书馆(以下简称北大馆)组织的“北京大学阅读文化节”(以下简称文化节)的探索和实践,从阅读服务路径与策略的角度,探讨高校图书馆如何更好地整合文献资源、挖掘教育潜力,体系化地传承和弘扬中华优秀传统文化。

1 高校图书馆传承弘扬传统文化活动实践研究

高校图书馆不仅是学术资源的集散地,更应成为文化传承的枢纽^[1-2]。图书馆不仅应当承担传统文化资源的存储与传播职能,更应致力于通过多元化、创新性的方法,推动传统文化的普及与深度传承。高校图书馆作为文化传承的前沿阵地,致力于在馆藏建设^[3]、文献资源整合^[4]、空间建设^[5]以及文化活动^[6-7]等方面,将传统文化融入到高校的教学、科研与校园生活中,促进传统文化的传承与发展。

在通过组织文化活动传承和弘扬中华优秀传统文化方面,高校图书馆从不同角度切入,呈现出丰富的实践类型与传播路径。有的图书馆立足于馆藏资源与本地文化特色,探讨资源整合与传播形式的创新,如上海交通大学图书馆围绕本馆地方历史特藏,挖掘楹联、诗词钞本、日用类书、医药书籍中的传统文化元素,扩展了阅读推广的场景与媒介形态^[8];成都中医药大学图书馆则围绕非遗医学文化融入高校美育体系,探讨课程建设、环境打造与校地合作的综合传播机制^[9]。也有图书馆聚焦于数字技术赋能,如浙江大学图书馆将数字平台与教学科研相结合,推动传统文化在数字环境中的再生产与价值活

* 通讯作者:胡希琴,邮箱:huxq@lib.pku.edu.cn。



化^[10]。有的则是将文化空间建设与阅读氛围营造相结合,如同济大学图书馆^[11]、大连医科大学图书馆^[12]、沈阳师范大学图书馆^[13]等围绕文化空间品牌建设展开研究与实践,强调环境在文化传承中的潜移默化作用。此外,部分图书馆在面向特定人群的文化传播方面做出了针对性探索。如北京语言大学图书馆^[14]、上海外国语大学图书馆均立足其独特的读者结构,关注面向国际学生的传统文化传播路径^[15]。在体系化传承和弘扬中华优秀传统文化实践方面,北京师范大学从传统节日切入,通过“二十四节气”主题活动构建嵌入式、立体化的阅读推广体系,有效提升了活动的影响力与读者参与度^[16]。

总体而言,高校图书馆传承和弘扬中华优秀传统文化实践已取得一定进展,但仍处在初步探索阶段。从实践现状可以看出,目前存在三个主要问题:一是整体上缺乏系统化、长效性的活动机制,多依赖单一项目或临时性资源,缺乏连续性和深度;二是合作拓展和资源整合的不足限制了推广的广度和深度;三是传统文化传承与现代教育需求的结合尚显不足,图书馆的文化活动未能有效融入教学与日常学习中。

北大馆近年来一直在积极探索文化传承的新模式,通过加强活动顶层设计,整合馆内外资源,创立了文化节这一具有长效性和系统性的品牌项目,在校内外引起了广泛关注。通过这一品牌活动,北大馆将传统文化的阅读推广体系化,并将阅读服务从单一部门工作扩展到全馆乃至全校的各部门协同合作,推动全校师生的广泛参与,形成了跨学科和多部门协作的文化传播网络。本文以文化节为案例,探讨高校图书馆如何在传统文化弘扬中发挥自身的作用,重点分析如何通过系统化规划和共同体建设,建立文化活动的长效机制,形成具有持续性和深远影响力的文化服务体系,为其他高校图书馆提供可参考的理论框架和实践路径。

2 北大馆传承弘扬中华优秀传统文化实践——“北京大学阅读文化节”

文化活动是弘扬中华优秀传统文化的重要方式,也是提高读者文化素养的有效途径。近年来,北大馆致力于通过文化活动传承和弘扬中华优秀传统文化。2021年秋,在中国图书馆学会主办的“馆长推荐一本书”活动中,北大馆馆长陈建龙推荐了《中

华文明史》丛书。借此契机,北大馆开始策划并组织了以“共读中华文明史”为主题的系列文献导读和体验活动,并将之命名为“北京大学阅读文化节”。

文化节采取系统化的文献导读方式,深入挖掘馆藏资源,每年紧密围绕一套丛书、一个主题,对全年阅读活动进行整体规划设计,形成活动矩阵。系统性的顶层设计,既有效保证了活动的连贯性,增强了不同活动之间的内在联系,又能通过丰富多样的形式促进读者深入阅读相关丛书,为推动中华优秀传统文化的传承与传播的体系化和长效化奠定了基础。

2.1 活动体系化、长效化机制

阅读活动体系是指由阅读活动的各个层面、各个要素的相互影响和内在关联构成的一个有机整体。阅读活动主要由活动对象、服务主体、活动内容、形式、时间、空间、策略等要素构成。其中,活动对象、服务主体、活动内容和活动策略是活动体系的核心要素,四个要素紧密互动、相互配合,构成一个内部有机循环流动同时与外部能够进行充分能量交换的有机系统^[17]。活动内容指的是通盘规划系统性的阅读活动矩阵,活动策略是对与阅读相关的时间、空间、内容、形式、宣传、人员等要素进行合理管理,活动策略与活动内容密不可分。

活动体系强调的是体系要素之间的相互配合,整体效应大于部分之和。因此,北大馆在策划组织文化节过程中,特别注重其内容的体系性和传播的整体性,重点从活动内容体系化、活动形式矩阵化、活动宣传整体化、资源配置协同化四个方面来构建中华优秀传统文化传承活动体系。

2.1.1 活动内容体系化、连续化

2022年,首届文化节以《中华文明史》四卷本及其普及读本(12卷本)丛书导读为活动主线和抓手,面向师生组织了导读讲座、展览、文化体验、报告发布等系列活动^[18]。《中华文明史》是一部系统总结中华文明发展历史并启发读者思考未来文明发展方向的学术巨著,概述了从远古时代到明清时期的中华文明发展脉络。2023年北大馆组织了中国近现代历史文明的文献导读活动,与2022年度活动在年代和内容上前后衔接,浑然一体。活动以大套书《复兴文库》导读为活动抓手,多系列活动纵横交织、相互配合,力求引导和指导不同学科的学生了解中国近现代历史^[19]。



2024年始,活动主题从“共读《中华文明史》”扩展到“共读中华文明史”,北大馆筹划分别与北京大学(以下简称北大)中文、历史、哲学等院系合作,对中国传统的人文历史及哲学经典进行导读和领读,引导读者对中华优秀传统文化从全面粗浅的了解,逐步走向深入体悟。

2024年北大馆与北大中文系合作组织了“中国古典文学名著导读”等系列活动,邀请中文系十二位著名教授合力导读中国古典文学名著,从《楚辞》《山海经》《史记》《陶渊明集》《文心雕龙》《李太白集》《东坡集》《花间词》《临川四梦》一直读到《三国演义》《红楼梦》《饮冰室合集》^[20]。系列活动旨在通过北大名师导读引导学生深度阅读和理解这些中国古典文学名著,在感受文脉传承的同时,也深入理解北大学脉的传承。

2025年与北大历史系合作“中国传统史学名著导读”等系列活动,邀请历史系十二位著名教授合力导读传统史学名著,从《四库全书总目》《史记》《资治通鉴》一直读到《汉书》《战国策》,最后是《廿二史札记》^[21]。2026年北大馆将与哲学系合作推出“中国哲学经典导读”系列活动。

文化节系列活动力图引导读者系统了解、研读传统文化经典,让读者通过活动加深对“中华优秀传统文化的历史渊源、发展脉络、基本走向”的理解,提升读者中华优秀传统文化素养、传统艺术修养,增强其“文化自信和价值观自信”^[22],并养成良好的读书习惯和读书趣味。

2.1.2 活动形式矩阵化、联动化

围绕“共读中华文明史”这一主题,北大馆在活动顶层设计方面不仅注重每年活动内容的体系化及年度之间活动内容的连续性与延续性,还注重活动形式的整体性,即不同活动之间的联动互促,形成活动矩阵。每年的文化节紧密围绕当年的主题和导读文献,策划了相互配合的讲座、展览、文化体验活动和报告发布等形式丰富的活动。

主题讲座从《中华文明史》十二卷本的领读开始,到《复兴文库》的解读,再到中国古代文学、历史和哲学经典的导读,互相承接。与之相配合,系列专题讲座则分别邀请专家学者、图书馆员和学生等不同身份读者就文化艺术、传统工艺、特色馆藏、经典文本等主题进行交流分享。同时发挥图书馆数据管理和图书编目专长,组织开展《中华文明史》知识图

谱研究,建设《复兴文库》网页式目录平台^[23],对传统文化知识进行深度梳理和系统揭示。

配合学术讲座,北大馆还通过举办文化艺术展、书展、影展等系列展览,让读者在艺术展览和电影中了解中华传统艺术和文化。为吸引师生对传统文化的关注和研究,还举办了“中华文明知识竞赛”。竞赛分为线上初赛环节和现场决赛环节两个部分。考题来自专家学者的讲座内容和《中华文明史》丛书,以此让文化节不同活动之间形成有效联动,使活动更具系统性。

北大馆还通过增加活动的互动性来促进读者的深度参与。古籍修复、雕版印刷、彩色套印体验,以及“非遗传承手作”等文化体验系列活动让传统文化“活”起来,融入到师生的日常生活体验当中。北大馆系统化策划组织的文化节,大、中、小型活动相互配合,形式多样的活动相互联动,形成了体系化的活动矩阵。

以2022年文化节为例。2022年主体活动包含相互配合、相互关联的五个系列讲座(包括“中华文明史十二讲”主题讲座及与之配合的四个系列专题讲座)、三个系列展览(文化艺术展、书展、专题展)、多项文化体验活动和“中华文明知识竞赛”、学生阅读报告发布四大类活动,并拍摄了导读视频和宣传视频。经过一年时间的投入,文化节积累了可观的活动成果。2022年文化节活动体系见图1。

2023—2025年文化节与2022年活动结构相同。2023年文化节在“以史启智,以文化人”党史专题讲座之外,增加“博大精深的中华文明”十讲,以及“老子思想与大学生生活”等学生读书分享专题。2024、2025年文化节增加“同长科学知识力”生活科普节系列活动,聚焦大学生日常生活,普及与学生衣食住行、心理健康等密切相关的实用知识,提高学生应急知识储备和能力。

2.1.3 活动宣传整体化、品牌化

北大馆不仅对活动内容和形式进行了体系化的顶层设计,还注重活动的整合营销与传播,并在整合营销传播视角下,对文化节进行了整体性的视觉设计、品牌包装与营销传播。

整合营销传播是一种战略性经营流程,初广志将整合营销传播的核心内涵总结为七点,分别是强调以消费者为导向、运用一切接触形式、发挥所有沟通要素的协同优势、与受众建立持久关系、整合内外



传播、重视长期效果、战略层面管理协调^[24]。北大馆将整合营销传播理念应用于活动传播营销实践,从

宣传设计、宣传方式及宣传渠道三个方面深度挖掘和整合资源,做好活动的整体性传播与营销。

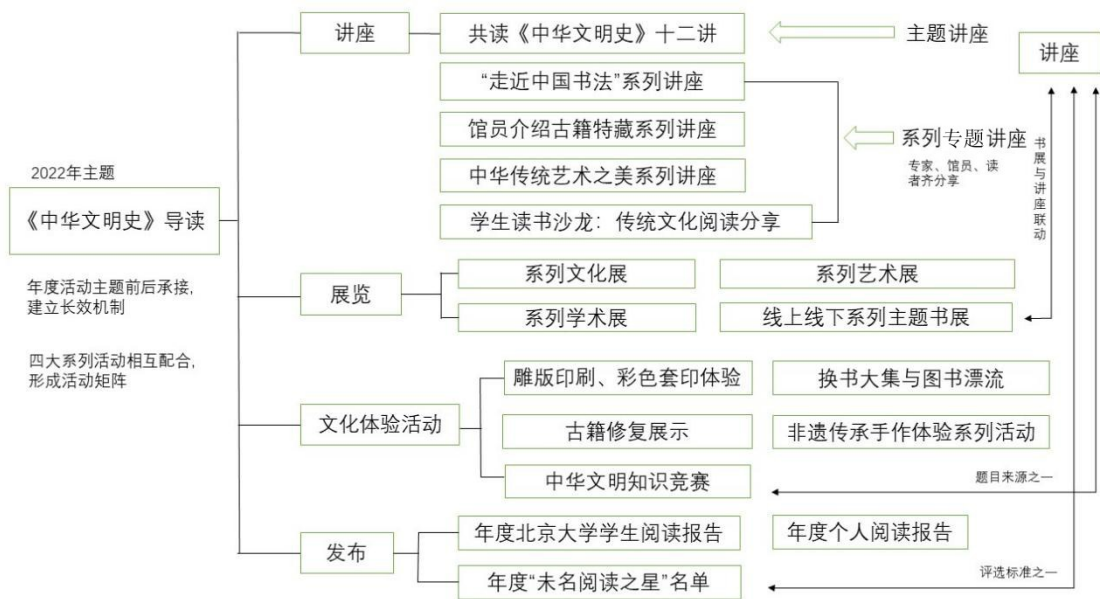


图1 2022年“北京大学阅读文化节”活动体系

(1)视觉设计的整合与一体化。配合体系化的活动内容,文化节在视觉方面也进行了整体化的设计。文化节主视觉海报为年度系列活动的风格和色系一体化奠定了基调。如图2所示,总活动海报Logo以“典”字为原型,巧妙融合了传统文化元素,寓意着文化的传承与典范;“典”字上四个竖线颜色延伸为文化节四大类活动的标识色和海报主色

系,四大类活动的色彩和设计风格在此基础上进行演化发展,使不同大类的活动视觉上富有层次感与辨识度,并让活动的所有设计在视觉上形成统一且具有辨识度的视觉设计体系。这种整体性的视觉风格有效地促进了文化节的品牌建设,进而产生了大品牌效应,提升了文化节在师生中的知名度与影响力。

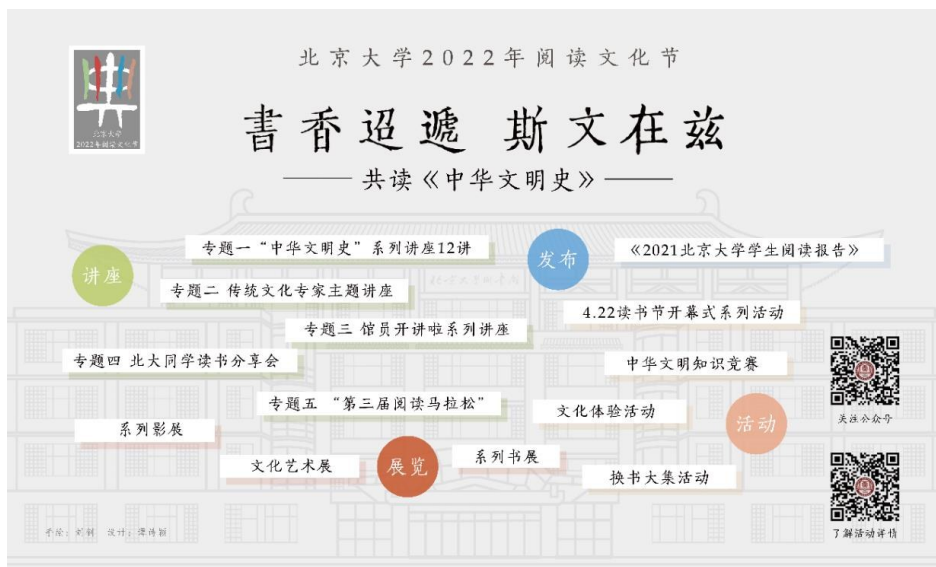


图2 2022年“北京大学阅读文化节”活动总海报



(2)宣传方式的整合与创意化。在宣传方式方面,北大馆不仅充分利用图文、短视频等媒介手段,还通过挖掘特色馆藏制作成特色文创,以特色文创的物质形式传播北大历史文化,提高活动的吸引力和参与度。北大馆在宣传活动之余,还拍摄了《中华文明史》编者采访、荐读视频,特色古籍如庚辰本《红楼梦》介绍视频,古籍修复展示视频等,系列短视频以生动、立体的方式推介了中国特色传统文化资源,吸引更多读者关注。

文创也是活动宣传的有力手段。北大馆在梳理馆藏的过程中发现了清人吴熙所篆刻、清康熙年间原钤印本《金石红文》,后据此设计制作了磁吸书签两套,每套8个。民国时期,北大师生创办或参与创办了许多期刊杂志,为普及先进知识、传播进步思想发挥了重要作用,北大馆利用民国旧期刊元素设计了“北大报刊创刊号”主题文件夹、帆布包等文创产品,深受师生喜爱^[25]。特色文创激发读者对传统文化和馆藏的持续关注,进而吸引读者持续参加活动。

(3)宣传渠道的整合与品牌化。北大馆在活动宣传方面整合线上与线下渠道,不仅利用海报、易拉宝、条幅等传统线下宣传方式,还充分利用图书馆主页、学校主页、图书馆微信公众号等新媒体平台开展宣传,并通过图书馆带班馆员所在的班级微信群,针对不同学科专业同学精准发送活动预告,扩大了活动的宣传范围,提升了宣传效率。

此外,北大馆与北大融媒体中心、中国图书馆学会等单位合作,借助其融媒体矩阵,将“中华文明史”“中华传统艺术之美”等品牌讲座面向社会直播、录播,每场讲座点播人数在20—40万人次,品牌化的宣传方式极大提升了文化节的社会影响力。

2.1.4 人员、资源的整合与协同一体

在组织开展传承和弘扬中华优秀传统文化活动时,图书馆不仅要整合馆内资源和人员,集中力量办大事;还需充分整合、调用学校资源,提升活动规模和效益;更要与读者协同合作,让读者深度参与到图书馆阅读推广事业当中。

(1)图书馆内部协同一体。北大馆组建了视频拍摄、文创产品设计、阅读报告制作、“未名阅读之星”评选小组等跨部门专项团队来推动文化节的各项工作。还动员各部门人员发挥特长,结合自身业务组织主题活动:如知识资源服务中心主要负责学术类讲座和传统文化体验活动;协同服务中心主要

负责书法、昆曲等传统艺术系列活动;特藏中心挖掘特色馆藏,举办“百年前的北京大学学术展”等系列展览;古籍资源服务中心挖掘特色馆藏和古籍修复保护技术,开展了雕版印刷体验、彩色套印体验及古籍修复体验活动;计算服务中心和数据资源服务中心则发挥技术优势,保障各项活动的成功举办。各部门人员的充分参与和协同合作,为北大馆团结力量办大事提供了保障,促成了文化节这一贯穿全年的大型活动的成功举办。

(2)与北大院系、职能部门协同合作。北大文史哲等各个院系的专家学者,是传承和弘扬中华优秀传统文化的宝贵资源。如《中华文明史》的编著者多为北大学者,因此图书馆在组织主题讲座方面具有得天独厚的优势,有利于组织富有北大特色的活动。如北大馆与北大融媒体中心合作将讲座面向社会直播,与北大出版社合作组织“《儒藏》精华编成果展”,与北大团委、学生工作部、计算中心等职能部门和机构合作,制作反映北大学生阅读情况的年度阅读报告、评选“未名阅读之星”,不仅充分整合了学校资源,而且极大地提升了活动规模和影响力。

(3)与读者深度协同、互惠共赢。一方面,北大馆通过建立视觉设计、讲座、展览、文化体验活动等不同项目的学生志愿者团队,招募学生参与设计海报,撰写活动文案,整理讲座纪要和录音,策划组织书法展、摄影展等活动,充分锻炼了其活动组织能力、文案撰写能力和策划宣传能力;另一方面,通过组织以学生为主角的系列阅读分享活动——“Chat—read 学生读书沙龙”,为学生提供展示自我、思想交流碰撞的平台。北大馆还与北大书画协会、北大摄影协会等学生社团深度合作,共同组织艺术展览,推动学校美育工作。

2.2 活动效果

文化活动的效果评价也是活动的关键一环。通常而言,活动效果与馆藏资源水平、阅读空间建设、图书馆重视程度和投入力度以及图书馆整体服务水平、用户关系生态等具有密切关联。王波指出,建构图书馆阅读推广活动评价指标体系的两个关键要素,一是图书馆,二是读者^[26]。基于文化节实践,文章从以下三个层面来评估活动效果。

2.2.1 读者层面:读者参与广度与深度创新纪录

文化节在北大校园掀起传统文化热。在参与广度上,北大馆近三年持续组织了百余场传统文化类



活动,累计有上万名师生参与,引发师生对传统文化的持续关注,持续的活动加深了学生对中国历史文化的了解,增强了文化自信和民族自豪感。同时,活动引导师生更充分地利用图书馆丰富的文化资源,系列活动导读书目借阅量较往年有显著提升。每项活动参与度也较以往有大幅提升,如2023年的“迎新季|图书漂流”活动总计漂流7918册,2112人次参与,参与人次是往年的2倍多,创造了新纪录。

在参与深度上,文化节也打开了新模式、新局面。如“阅读马拉松”第三季共阅读8本图书,学生坚持打卡读书,在“小打卡”程序上提交的读书笔记有70余万字。问卷调查结果显示,99%的受访者参加“阅读马拉松”活动后阅读兴趣有所拓展,86%的受访者认为阅读量有所提升,84%的受访者认为阅读能力有所提升,读者通过活动获得了更为广阔的观点、视角与读书方法^[27]。根据问卷开放简答题第12题及第15题的反馈,读者参与活动收获颇多,主要有:学习了其他同学的阅读笔记制作方法、培养了持续阅读的习惯、激发了跨学科思维激发、提升了文本解读、深度思考能力,以及转变阅读心态、获得共鸣和精神滋养等^①。

以学生为主角的阅读分享活动,促进了学生的阅读深度和分享热情,也与主要讲座形成了良好的互动和配合。如第一期活动“老子思想与大学生生活”^[28],由时任耕读社社长带读《老子》,探讨老子思想如何帮助学生适应大学生活,让经典在阅读和交流中渗入到学生的日常思考当中。第五期“跟着《史记》去旅行”^[29],主讲学生分享了自己到历史发生地阅读《史记》的经验,也打开了阅读传统典籍的另一种方式。

2.2.2 图书馆层面:推动阅读服务模式转型

目前高校图书馆阅读服务大多数仍依托于“两季一日/月”(迎新季、毕业季、世界读书日/月)的模式,具有时段性强和体系性弱的缺点。北大馆在组织文化节时,围绕“共读文明史”这一主题,连续几年策划时间上贯穿全年,内容上相互承接、配合,形式丰富多样的系列活动,将讲座、展览、文化体验、知识竞赛等形式融合,形成了体系化、深度化和立体化的阅读服务模式,推动了高校图书馆阅读服务模式的转型。文化节也因此获得了中国图书馆学会颁发的

“阅读推广示范项目”荣誉证书。

同时,文化节的系列文化体验活动让图书馆的空间功能更加丰富,让图书馆同时兼具艺术馆、博物馆的功能,成为读者放松身心、提升艺术素养的地方,这对高校图书馆空间服务也有一定的启发意义。

2.2.3 社会层面:走出校门,助力全民阅读

图书馆阅读活动的影响力不应止步于校园内部。北大馆通过与学校相关院系和职能部门的协同合作,让传统文化借助新媒体走出校门,在社会上传播弘扬传统文化,极大地提升了活动的社会影响力和图书馆的品牌形象。如北大馆与北大融媒体中心合作,将系列讲座面向社会直播,每场活动获得20—40万人次的点播量。让社会上有求知愿望的读者足不出户就能听到北大教授的专业讲座,助力全民阅读社会的养成。

此外,文化节开幕式、“三藏添新典 时中协太和——《儒藏》‘精华编’成果展”“芸台丹青:北京大学图书馆藏书画珍品展”等活动多次获得新华社、人民网、《中国青年报》等多家媒体的报道,也产生了一定的社会影响。

3 高校图书馆体系化传承和弘扬中华优秀传统文化策略

文化节连续多年深入挖掘北大的文化底蕴,充分调用馆藏资源,以大套丛书导读为抓手,设计了相互配合的活动矩阵,并积极发挥媒体整合营销的传播效应,推动了中华优秀传统文化的校园推广和社会传播,对于图书馆界开展传承中华优秀传统文化活动具有一定的启示意义和推广价值。基于全国高校图书馆弘扬中华优秀传统文化活动的调研分析和北大馆举办文化节的实践总结,对高校图书馆在体系化传承和弘扬中华优秀传统文化方面提出以下几点策略。

3.1 以顶层规划为支撑,保障活动体系性和延续性

高校图书馆在进行传统文化推广活动时,应一体设计、一体实施,尤其要注重活动的体系性和连续性。图书馆可通过采取体系化的文献导读方式组织活动,围绕特定主题进行年度规划,每年以一套丛书为抓手,通过精心设计的整体方案推动全年活动有

^① “阅读马拉松”活动结束后,北大馆在8期活动的读书群内发放问卷,就参与读书活动的原因、活动带来的收获、参与活动后阅读兴趣领域、阅读量、阅读能力等方面的变化、对活动的意见建议等问题进行抽样调研。为保证结果的科学性和代表性,抽样范围覆盖每一期读书群,身份类型涵盖本科生、研究生及其他读者。总计收回70份有效问卷。问卷第12—15题为主观问答题,此部分内容尚未公开发布,为内部资料。



序展开;或以传统节日、“二十四节气”等为时间线,构建长效的嵌入式、立体化的活动体系。同时,应关注不同系列、不同类型活动之间的配合和联动,构建大、中、小相互配合的活动矩阵,进而形成具有影响力的图书馆大阅读品牌,发挥品牌效应。此外,在组织活动时还应着重考虑年度活动之间的承接性和延续性,避免断裂式的活动安排,通过精细化的策划和实施,逐步积累和深化文化传播的效果,从而形成可持续的长效机制。

3.2 以馆藏资源为基础,深入挖掘特色馆藏

中华传统文化之所以得以延续,文献是最重要的载体^[30]。作为知识殿堂的图书馆,其首要职责便是妥善保存、有效保护并积极传承文献文化遗产。在传承和弘扬中华优秀传统文化的过程中,高校图书馆的核心任务是完善传统文化相关馆藏,精心收集、整理纸质资源、电子资源以及珍稀文献,在此基础上深入挖掘特色馆藏、重点馆藏和富有地域特色的馆藏,围绕重要书目开展一系列文化活动,通过推荐、导读、领读、带读等形式,促进传统文化经典及地域历史文化的普及与传承。同时,充分利用丛书、大套书自身的体系性特征,来保障中华优秀传统文化经典文献的系统化和深度化阅读。还可结合数字化技术进行创新,如通过知识图谱分析、网页式目录揭示、可视化展示等,进一步细化知识揭示和传播的颗粒度;或将数字平台与教学科研相结合,推动传统文化在数字环境中的再生产与价值活化。

3.3 以整合营销宣传为手段,强化品牌效应

在新媒体时代,信息的到达率和覆盖率是影响活动效果的关键因素之一。因此,图书馆可将整合营销传播理念应用于活动传播营销实践,从宣传设计、宣传方式及宣传渠道三个方面深度挖掘和整合资源,做好活动的整体性传播与营销,强化品牌效应。活动筹备阶段需进行整体性的视觉设计与包装,形成统一且具有辨识度的设计风格,同时充分利用融媒体技术,结合线下和线上多渠道传播策略,整合视频、图文等多元传播方式,打造立体化的宣传网络,扩大活动的影响力。活动中期,应重视以视频、文字、图像等多元媒介手段进行活动的记录和传播,确保活动过程中的关键内容得到广泛传播和深入呈现。活动后期,则应依托融媒体矩阵,进一步将讲座、展览等活动成果面向更广泛的社会群体传播推广,从而提升活动的社会影响力和文化效益,推动传

统文化在公众中的深入传播。

3.4 以协同合作为纽带,扩大活动效益

全年性、体系化的大型活动不仅需要周密的策划和准备,还需充分整合资源,协同合作,以确保活动所需的人员投入和资源保障。在传承和弘扬中华优秀传统文化过程中,高校图书馆应充分挖掘本校、本地独特的文化资源,通过与文化机构、各院系以及职能部门的深度合作,依托特色资源和特色文化空间,设计富有本校特色的活动,避免活动内容和形式的同质化。同时,应将弘扬传统文化视为全馆的共同使命,各部门协同合作,并结合各自专长优势及实际业务推出富有特色的文化活动,最大限度发挥图书馆的整体性优势,最大化地推动图书馆阅读品牌的打造与影响力的提升。

3.5 以读者参与为落脚点,形成活动体系闭环

读者不仅是图书馆的服务对象,也是最宝贵的资源。高校图书馆应充分挖掘师生的潜能,通过建立设计、讲座、展览、视频等不同项目的志愿者团队,深化与学生及学生社团的合作,并通过建立读者微信群等方式,促使学生深度参与到弘扬中华优秀传统文化的工作当中。同时,图书馆应积极为读者搭建平台,使其成为传统文化阅读分享的主体,将传统文化融入到读者的日常生活,让中华精神深植于其思想与情感之中。通过图书馆与读者的良性互动和深度合作,能够有效促进阅读活动体系的闭环建设,形成良性循环的活动生态。

4 结语

当下,高校图书馆在传承和弘扬中华优秀传统文化的活动实践、路径、模式等方面都取得了很大进展,但整体上仍缺乏系统化、长效性的活动机制,体系性略显不足。为实现体系化传承传统文化,应深入挖掘特色馆藏、特色空间和地方文化底蕴,充分调动馆藏资源,围绕一个主题进行一体设计、一体实施,注重不同类型活动之间的相互配合、相互促进,形成活动矩阵,尤其要注重活动的体系性和连续性。整合营销传播的内容、方式与渠道,形成图书馆活动品牌效应;同时通过整合全馆人力资源并与文化机构、各院系以及职能部门的深度合作,拓展传统文化的校园推广,提升社会传播的广度与深度。最后,要以读者参与为落脚点,通过与读者的良性互动和深度合作,为读者搭建交流分享平台和社群等方式,将



中华优秀传统文化有效融入到学校教学与学生日常生活学习中,形成活动体系的闭环。

参考文献

- 1 陈燕方,储继华,刘后滨.高校图书馆服务转型的时代背景与创新发展的历史任务[J].大学图书馆学报,2024,42(2):32-37.
- 2 熊远明,陈超,陈建龙,等.文化传承与图书馆创新:新时代新文化使命,努力建设中华民族现代文明专家笔谈[J].图书馆杂志,2023,42(7):4-15.
- 3 王乐.略论高校图书馆特色馆藏建设的价值与发展方向[J].大学图书馆学报,2020,38(3):12-17.
- 4 王雁行.古籍保护在继承和弘扬中华优秀传统文化中的实践与思考[J].图书馆工作与研究,2016(8):89-91,100.
- 5 王群,王琼.“双一流”建设背景下高校图书馆功能与定位的再思考[J].图书馆情报工作,2020,64(13):41-50.
- 6 陈魏玮,林世田,张立朝.传承文化根脉 铸就服务灵魂——国家典籍博物馆服务探索与实践[J].图书馆界,2017(2):44-47,62.
- 7 熊莉君.基于供给侧改革的图书馆经典阅读推广——兼论中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展[J].图书馆理论与实践,2019(11):12-17.
- 8 汤萌.高校图书馆特色资源阅读推广实证研究——以上海交通大学馆藏地方历史文献为例[J].图书馆杂志,2024,43(1):70-76.
- 9 张肖瑾,赵琼,林英.非遗视域下高校传统文化美育教育路径研究——以成都中医药大学图书馆为例[J].文化学刊,2023(3):174-178.
- 10 薛霏,韩松涛,黄晨.“文化活化”视域下高校图书馆古籍活化实践路径探索——以浙江大学图书馆馆藏拓片活化为例[J].大学图书馆学报,2024,42(1):100-106.
- 11 曹洁冰.同济大学图书馆新型传统文化传承基地——“闻学堂”[J].同济大学学报(社会科学版),2013,24(5):25.
- 12 吕晓妍,姜海.高校图书馆优秀传统文化创新性发展研究——以大连医科大学图书馆大学生书法学习空间为例[J].图书馆研究,2020,50(1):110-114.
- 13 刘偲偲,车宝晶,刘哲,等.高校图书馆特色阅读空间服务策略——以沈阳师范大学图书馆为例[J].图书馆情报工作,2020,64(21):4-8.
- 14 北京语言大学图书馆.语图奇妙游[EB/OL].[2025-09-15].
<http://lib.blcu.edu.cn/engine2/general/more?typeId=3789075&appId=979040&wfwfid=181383&pageId=188106¤tBranch=1>.
- 15 蔡迎春,李卫姣,王润凝.全球化背景下高校图书馆国际化服务实践探索——以上海外国语大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2025,43(1):16-22.
- 16 孙媛媛,张玲,于静,等.高校图书馆中华传统文化立体阅读推广探究——以北京师范大学图书馆“二十四节气”阅读推广为例[J].图书馆情报工作,2020,64(9):57-64.
- 17 胡希琴,汪聪,别立谦,等.高校图书馆阅读服务体系的探索与实践——以北京大学图书馆为例[J].图书馆情报工作,2023,67(6):64-72.

- 18 北京大学图书馆.北京大学2022年阅读文化节启动啦[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/4whjy/44ydckfwydmyfw/441ydwj/393facfec4ab45e091ae5e1dd41fb35d.htm>.
- 19 北京大学图书馆.北京大学2023年阅读文化节本周开幕[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/4whjy/44ydckfwydmyfw/441ydwj/1785bb3ca75c4e79b43574d9a680617e.htm>.
- 20 北京大学图书馆.北京大学2024年阅读文化节[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/4whjy/44ydckfwydmyfw/441ydwj/0ec7d487931c4cca8180cf863204c34a.htm>.
- 21 北京大学图书馆.北京大学2025年阅读文化节[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/4whjy/44ydckfwydmyfw/441ydwj/7a82e0799a2e4cb4bc61084a3db2b02d.htm>.
- 22 习近平在中共中央政治局第十三次集体学习时强调 把培育和弘扬社会主义核心价值观作为凝魂聚气强基固本的基础工程[N].人民日报,2014-02-26(1).
- 23 北京大学图书馆.《复兴文库》网页式目录平台[EB/OL].[2025-09-15].
<https://dbnav.lib.pku.edu.cn/node/12868>.
- 24 初广志.中国文化的跨文化传播——整合营销传播的视角[J].现代传播(中国传媒大学学报),2010(4):101-106.
- 25 北京大学.北大的“新潮”,你也可以拥有[EB/OL].[2025-09-15].
https://mp.weixin.qq.com/s/WkaE9TtOdm0pM2soP0J_Ig.
- 26 王波.图书馆阅读推广亟待研究的若干问题[J].图书与情报,2011(5):32-35,45.
- 27 北京大学图书馆.2022北京大学学生阅读报告[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/5jlhd/56cgfb/562ndydbg/c018e87a62354ec9bf97c4dc1f444b6d.htm>.
- 28 北京大学图书馆.Chat-Read沙龙报名|阅读老子如何帮你适应大学生活[EB/OL].[2025-09-15].
<https://mp.weixin.qq.com/s/J4m2pER8Y00YK1BVBVseKTW>.
- 29 北京大学图书馆.Chat-Read沙龙报名|跟着《史记》去旅行[EB/OL].[2025-09-15].
<https://www.lib.pku.edu.cn/hdrl/50bc93679ebe473290b2f746e0d4d0aa.htm>.
- 30 程焕文,张琦.图书馆馆长的非专业化:一个严峻的社会问题——图书馆史对于图书馆馆长的重要性[J].图书馆论坛,2024,44(11):1-8.

作者贡献说明:

胡希琴:论文选题、初稿撰写、论文修改

别立谦:论文指导及修改

汪聪:文献调研、论文修改

张海舰:论文修改

作者单位:北京大学图书馆,北京,100871

收稿日期:2025年2月12日

修回日期:2025年9月15日

(责任编辑:关志英)



Exploration of Strategies for Systematizing the Inheritance and Promotion of Traditional Chinese Culture in Academic Libraries

— Taking the “Reading Culture Festival of Peking University” as an Example

HU Xiqin BIE Liqian WANG Cong ZHANG Haijian

Abstract: The practice of inheriting and promoting traditional Chinese culture in academic libraries is still in the initial exploration stage. The main problems currently faced are as follows: (1) There is an overall lack of systematic and long-term activity mechanisms. Instead, it relies more on single projects or temporary resources, which results in poor continuity and depth; (2) Insufficient cooperation expansion and resource integration limit the breadth and depth of traditional Chinese culture promotion; (3) The combination of traditional cultural inheritance and modern educational needs is still insufficient, and cultural activities in libraries have not been effectively integrated into teaching and daily learning.

This study takes the “Reading Culture Festival of Peking University” as a case. It reviews relevant literature and library practices and combines them with the practices of Peking University Library to explore how university libraries can play their role in promoting traditional culture. The focus is on analyzing how to promote long-term mechanisms for cultural activities through systematic planning and community building, forming a sustainable and far-reaching cultural activity system, and providing feasible theoretical frameworks and practical path references for other university libraries. The main strategies for systematizing the inheritance and promotion of traditional Chinese culture in university libraries include the following: (1) supporting activities with top-level planning to ensure the systematization and continuity of events; (2) utilizing library collections as a foundation and deeply exploring excellent collections; (3) using collaborative marketing and promotion to enhance brand effects; (4) strengthening collaboration as a link to expand the impact of activities; and (5) focusing on reader participation to create a closed-loop system for the activities.

Keywords: Traditional Chinese Culture; Reading Publicity and Promotion; Peking University Library; Systematization; Continuity