

图书馆经典阅读推广体系与平台设计研究*

□陈幼华 蒋丽丽

摘要 经典阅读对文化传承及民族素质提高具有重要意义。图书馆是经典阅读推广的基础保障机构。文章基于共享空间、第三空间、流空间等理念,以实体空间、虚拟空间、服务活动为立足点,研究了三维一体的图书馆经典阅读推广体系架构与功能设计,对于图书馆经典阅读推广工作的战略部署与实施具有借鉴、指导意义。

关键词 图书馆 经典阅读 阅读推广 体系架构 功能设计

分类号 G252

DOI 10.16603/j.issn 1002-1027.2016.06.011

1 引言

经典是人类发展过程中沉淀而成的文化精粹。经典阅读则是民族文化及智慧代代相传的基本途径。随着文化越来越成为国家竞争力的核心源泉,近年来国家及政府层面表现出越来越多的对于文化及与文化发展息息相关的民族阅读问题的关注。2006年,中共中央宣传部、新闻出版总署、文化部、教育部等11家部委联合倡议全民阅读;2011年,在党的十七届六中全会上,文化上升为国家战略;2012年,十八大报告倡导“开展全民阅读活动”;2014年,十二届全国人大二次会议政府工作报告“倡导全民阅读”;当前,《全民阅读促进条例》已进入立法日程。国家主席习近平也在多种场合表达了对于文化及阅读的重视,认为“中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基”^[1]。在国家及政府层面越来越关注文化在国家竞争力、内涵发展、民族个性保持及发展方面作用的情况下,经典阅读推广无疑已成为一个亟需研究的时代话题。

与经典阅读推广相关的研究主要分布在“经典阅读”及“图书馆阅读推广”两个主题领域。据检索中国知网(CNKI),早在1956年即有研究者开始关

注经典阅读问题,自2005年起,越来越多的研究者就此主题发表论文,至2008年,相关研究文献呈井喷之势,迅速增长至110篇;到2014年,相关文献达到279篇。相关研究主要分布于教育、文学、图书情报与出版、哲学等学科领域;研究主题主要涉及经典阅读对于民族文化遗产、人文素养教育、人文精神建构、生命关怀教育等方面的重要作用与意义^[2-4],对特殊群体(如儿童、中小学生、大学生、党员等)开展经典阅读的策略与方法,经典阅读状况调研^[5-7],经典推荐书目^[8],新媒体、新技术与经典阅读^[9],图书馆开展经典阅读推广的案例研究^[10,11]等。图书馆阅读推广领域的研究状况与政府层面的各种倡导也亦步亦趋。2006年始有文献以图书馆阅读推广为题开展研究,2011年增长至54篇,2013年由2012年的89篇激增至210篇,2014年增至356篇,涨势迅猛。研究主题主要涉及不同类型图书馆的阅读推广模式、海外图书馆阅读推广模式的总结借鉴、面向特殊群体的阅读推广方法、品牌阅读推广项目、阅读推广案例、全民阅读推广机制、阅读推广实施状况调研、新技术环境下的阅读推广方式、阅读推广理论等。从研究现状来看,虽然相关文献甚多,但是并未有文献从系统、全局的角度对图书馆经典阅读推广体系设计进行研究。

* 国家社会科学基金资助项目“高校图书馆延伸服务的理论与实践研究”(编号:14BTQ016)、上海交通大学文理交叉重点项目“文化传承视角下图书馆经典阅读推广体系构建研究”(编号:15JCZZ07)、上海市教育科学研究的市级项目“大学生新媒体阅读及图书馆服务研究”(编号:B13042)的研究成果之一。

通讯作者:陈幼华,ORCID:0000-0002-1686-6306,yhchen@sjtu.edu.cn。

从经典阅读推广实践来看,多数图书馆处于举办经典阅读推广相关活动的阶段,有少数图书馆创建了以经典及经典所承载的传统文化为推广对象的专门实体空间,如同济大学图书馆创建了“闻学堂”,并举办了系列化、品牌化的活动,深圳市图书馆创建“南书房”,作为经典阅读推广的阵地与实体空间,并面向社会推出《南书房家庭经典阅读书目(30种)》。这些实践已取得了良好的成效,但并未结合当前读者的阅读心理及行为习惯,推出适宜其便捷获取并开展社交化经典阅读的平台,因而在一定程度上限制了经典阅读的社会推广。有鉴于此,本文拟基于共享空间、第三空间、流空间等新型空间体系设计理念,从实体空间设计、移动平台建设、立体多元活动设计等维度来研究三维一体的图书馆经典阅读推广体系框架与功能设计,以供图书馆阅读推广工作的战略部署与实施参考。

2 设计思想

新型文化服务体系的设计思想与理念需站在一定高度,具备系统性、全面性、适用性、前瞻性等特点,以确保既能解决当前问题,亦能面向未来发展。基于此,适应图书馆发展且有相当多成功实施案例的共享空间(Commons)理念,对图书馆发展定位颇具影响的第三空间理念,以及强调超越传统空间、通过远程同步与实时交互来延展空间视域的流空间理念,均可以成为图书馆经典阅读推广体系设计思想的源泉。

在信息技术及网络技术迅猛发展的冲击下,共享空间理念被认为是近年来对图书馆空间体系设计影响最大最广泛的一个概念。最早的图书馆共享空间实体产生于20世纪90年代,以1992年美国爱荷华大学图书馆创建的“信息拱廊”(Information Arcade)和南加州大学于1994年创建于利维(Leavey)图书馆的信息共享空间(Information Commons)为原型。随着图书馆对新型学习方式及知识创新的支持的深化,学习共享空间(Learn Commons)、创新空间(Creative Commons, CC)的概念相继出现。信息共享空间理念及实践的奠基人唐纳德·毕格(Donald Beagle)认为信息共享空间包含实体、虚拟及文化三个相互依存的维度。实体共享空间指一种新型的物理设施,既可以是图书馆的一层或数层特定楼层,也可以是独立的专用建筑,包含用于支持师生学

习的技术、资源及工具;虚拟共享空间是作为电子资源和服务门户的在线环境;文化共享空间是数字时代言论自由、共享知识与创造性表达的整体社会文化场所^[12]。可以说,唐纳德·毕格提出的信息共享空间概念框架,既为图书馆的场所空间设计提供了一个全面的指南,也为数字时代图书馆相关服务体系的设计提供了一个思考框架。在设计构建图书馆服务体系时,既需要考虑物理空间、设施等实体性资源的配置,也需要进行虚拟平台与空间的架构设计。同时,还需要进行整体的文化定位与设计,并使之融合、具化及体现在实体空间与虚拟平台的设计之中。如前所述的同济大学图书馆的“闻学堂”、深圳市图书馆的“南书房”,在实体空间、纸本经典图书资源、阅读设施的配置及阅读推广活动举办方面均较具前瞻性,但遗憾的是未建有与之相对应的虚拟平台及空间,没有充分发挥社交阅读在经典阅读推广中的作用。

美国社会学家欧登伯格(Ray Oldenburg)在《绝好的地方》一书中指出:第一空间指家庭居所,第二空间为工作场所,二者之外的公共空间,如酒吧、咖啡店、图书馆、公园等为第三空间。在《期望的概念》一书中,一位叫克里斯蒂娜·米昆达的作者,指出第三空间是“充满情感,这种情感人们可以在此取得而带走”的“家外之家”;并认为一个城市应当有“仅仅是美丽的空间,一种人们可以时时到此从容地呼吸,对灵魂深度有重要意义”的场所。从这些阐述来看,“第三空间”对于图书馆的战略功能定位具有理论支撑作用。从中,图书馆可以找寻到重塑文化空间及开展文化服务活动的思想支点。杭州图书馆对于第三空间理念的演绎是这方面的一个绝佳例证。

流空间(Space of flows)是空间、时间及其与数字社会动态交互的抽象的文化概念,由社会学家及控制论文化理论家卡斯泰尔(Manuel Castells)在《信息化城市:信息技术,经济结构重构及城市区域进程》^[13]一书中提出,用于界定新技术范式下空间安排的新形式,是一种融合远程同步与实时交互的新型空间。吴建中先生认为场所空间(Space of place)的交流是有限的,由虚拟与实体相互影响融合形成的新空间形态——流空间,“打破了固定空间的局限性,激励人们借用开放且无限延展的网络的力量,将人、活动、空间及其关系放到一个广域或全球环境下加以考察”^[14]。流空间概念强调实体基础

设施、虚拟空间以及信息通讯技术致使的空间拓展和远程实时动态交互三者不可或缺。藉之,在设计特定图书馆服务体系时,除了实体资源的配置,我们更应思考如何设计虚拟空间与激发动态交互的机制,以充分发挥虚拟空间的延伸拓展效应。

这些理念在思考视角和包含要素方面对于图书馆经典阅读推广体系之设计具有重要的启发意义,具体可分述为:(1)须设定明确的文化理念与宗旨。从第三空间理念及图书馆的机构属性等方面来看,图书馆具有很强的文化教育休闲属性及功能。立意高则格局大。图书馆经典阅读推广体系设计应以传承文化、提升民族素质为出发点和宗旨,这样方能保证发展主线和激发建设热情。(2)实体空间与虚拟空间的融合促进。无论是共享空间理念还是流空间理念,均讲求实体与虚拟两个空间维度的建设,并强调由虚拟世界延展出的空间与视域。(3)线上线下活动的互现及共振效应。

3 体系架构

基于上述相关空间体系架构的理念,笔者认为一个理想的、适应当前读者阅读心理与习惯且行之有效的经典阅读推广体系需融合三个维度的内容:(1)经典阅读推广实体空间;(2)符合数字时代读者阅读心理及行为习惯的数字经典阅读推广平台系统;(3)贯通线上线下、激发读者阅读兴趣及交互的常规化经典阅读推广项目。这三方面的构建均以传承文化、提升素质为指引。具体到每一维度的设计,亦涉及多方面的要素与机制。

3.1 实体空间

当前图书馆阅读推广工作开展得如火如荼,有的依托于读者服务相关部门,有的成立专门的阅读推广部,少数较为高瞻远瞩的图书馆则从组织机构、专门的阅读推广空间设计两方面来确保阅读推广工作系统、全面地推进。从阅读推广兴起的时代背景及实质来看,经典阅读推广可被视为图书馆阅读推广工作的内核。因此,设置专门的经典阅读推广实体空间既是图书馆阅读推广工作的最佳体现,也是有效的实践基地。长期致力于图书馆与社会阅读研究的历史文献学家王余光先生早在2008年即呼吁图书馆设立经典阅览室,认为经典阅读是对传统的继承,应该成为一种基本文化需求^[15]。他于2014年12月2日发表在《光明日报》的《在哪儿阅读经

典》一文指出:经典阅览室的设立,一方面可推动大学生经典阅读,另一方面可促进大学开展通识教育,而阅读经典文本是通识教育的基础与核心^[16]。

结合杜定友先生的图书馆要素说及当前对图书馆空间设计布局影响最大的共享空间理念,图书馆经典阅读推广的实体空间设计涉及功能区域设置、经典资源的选择与摆放、阅读辅助设施的配置、队伍建设等方面。从功能空间来看,需配置经典的摆放展示空间、阅览空间、特色传统文化角、研讨空间、报告空间、多媒体阅览空间。经典摆放空间与阅览空间是构成专门的经典阅览空间的基础,展览、研讨、报告空间及多媒体阅览空间等可与图书馆设置的此类空间共用。特色传统文化角对整体经典阅读推广空间氛围的营造具有很好的烘托标识作用,同时也可以成为特色文化活动举办的基地。关于经典资源的挑选,则可依据名家或较权威的推荐书目来选取,如《中国读者理想藏书》。该书是在统计分析80个中外推荐书目的基础上得出的一部具有统计学意义的经典名著推荐书目,对于经典的选取具有很强的指导意义。经典资源的陈列展示方式对于读者选书颇具影响,因此可以引入新颖的、适应读者根据自己的问题和需求找书的方式来集中相关经典并进行陈列。在阅读辅助设施方面,可引入造型新型、予人较强私密感的现代阅览设施,彰显经典阅读推广空间的人性关怀与现代感。经典阅读推广团队需由馆员和专家顾问团构成。馆员须具备良好的古典文献知识基础、经典阅读推广活动组织策划能力,以及热忱于经典阅读推广等素质。专家顾问团由文史专家、书评家等构成,一方面可以作为报告嘉宾、沙龙嘉宾,另一方面也能够指导经典阅读推广活动的开展。

实际上,一些有远见、有条件的图书馆已经在经典阅读推广空间创建方面有所创举,并产生了良好的示范效应。同济大学图书馆创设的“闻学堂”^[17]即是这方面的一个典范。闻学堂整体采用中式古典风格设计,精选四千余册中华优秀传统文化典籍,陈列于古典风格的书架上;设有书画作品、古代机械、茶艺等特色传统文化展示和交流区域,还设有宜于开展中小型文化沙龙讲座的研讨区域,并与该馆古籍与特藏文献研究室比邻,融合成为中华传统文化主题区域;基于该空间,该馆先后开辟了“闻学讲堂”、“闻学展堂”、“闻学课堂”、“闻学知行堂”、“闻学雅集堂”等活动项目,通过举办中华传统文化主题展

览,开设与传统文化相关的校内选修课程、专业课程,举办国学研讨讲座、沙龙等,来立体展现及推广中华传统文化。

3.2 智慧移动数字平台

构建适应当下读者群体阅读心理及习惯的数字平台是经典阅读推广工作有效开展的基础。图书馆开展阅读推广工作固然需要推动读者多读纸本图书,但更需要用读者青睐的方式来推动其便捷地阅读到经典作品的内容。当前社会的经典阅读状况不理想,并非是因为缺少优秀的阅读内容,也不是因为缺少推荐书目,更重要的原因是缺少适应读者阅读心理与行为习惯的、便捷而全面的智慧型移动数字平台。

根据 CNNIC 发布的第 36 次《中国互联网络发展状况统计报告》^[18]:截至 2015 年 6 月,我国的网民规模达 6.68 亿,互联网普及率为 48.8%;手机网民规模达 5.94 亿,手机作为网民主要上网终端的趋势进一步明显。适应这一形势,各类相关机构已涉足移动阅读市场,开发研制出相应的阅读平台。目前,移动阅读平台主要由三类主体创建:电信运营商平台(如中国移动手机阅读、中国电信天翼手机阅读、中国联通手机沃阅读)、电商平台(如当当、京东、淘宝)和内容商平台(如云中书城、九月网、大佳网)^[19]。这些移动阅读市场占领者在用户数量、平台适应性等方面颇具优势,但是从内容来看,消遣类大众读物为主体,并不利于推动优秀文化遗产及读者的精神成长与人格之养成;且该类平台提供的是收费阅读服务。

鉴于目前的数字化阅读趋势,有些图书馆、书商也在此方面付出了努力。上海图书馆应对数字化阅读浪潮,研制了基于元数据整合的“市民数字阅读”平台。该平台的架构分为三层:底层负责管理图书馆的数字阅读资源;中间层由平台的功能模块组成,包括元数据整合、全文检索、版本控制、数据统计、接口管理;前端主要用于电子书的展示,并适用于不同的展示媒体,如网站、APP 与微站^[20]。平台主要提供面向大众阅读的通俗类资源,包括 30 余万种电子书、1500 余种电子期刊、500 余种电子报纸及 10000 种网络文学。该平台提供了简单的检索功能和分类浏览功能,极大地方便了读者利用移动设施免费阅读合乎版权要求的书刊,但是个性化功能、交互功能均有待提升。超星公司面向高校推出电子书

APP,读者扫描安装该 APP 后,即可在移动终端浏览(热门图书浏览、分类浏览、书友上传图书浏览)、搜索该机构提供的电子书,可以选择自己感兴趣的书籍,展示在首页,阅读过程中可添加书签,也可以上传自己愿意分享的图书。这两个平台的内容侧重于大众数字阅读,智能型推荐及社交化阅读功能均有待加强。2016 年 4 月 23 日,中华书局推出了“中华经典古籍库”微信平台,内容覆盖了中华书局历年出版的经典古籍的点校本,会员可进行阅读全文、做笔记、分享页面、检索、查阅联机字典、换算纪年等操作。该微信平台可谓是古籍与移动平台结合的有益尝试,对图书馆创建公益的、具备智能推荐及更丰富的社交阅读功能的经典阅读推广平台具有良好的借鉴意义。

综合已有的阅读平台的情况,无论是从文化传承的角度,还是从个体精神成长及人格养成的角度,或是从公益的、智慧型平台创建的角度,新媒体环境下,图书馆在数字阅读推广方面还需要开展许多具有开创性的工作。以文化传承、人格精神养成为旨归,适应当下数字化生存一代的阅读特点,研制具备异构经典资源整合机制、多维分类浏览机制、问题导向式的搜索机制、个性化智能推荐机制、灵活便捷的交互机制、兼容多种移动设施的公益性经典阅读推广平台,是图书馆开展阅读推广工作、在公共文化服务体系中发挥作用的基础和有力举措。从推广经典、用户使用的角度,平台的体系架构、展示内容、功能机制、显示界面可作如下设计。

3.2.1 体系架构

经典阅读推广平台的体系架构(见图 1),可以

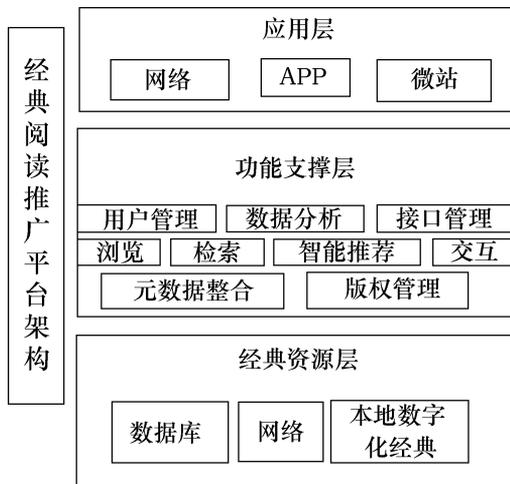


图 1 图书馆经典阅读推广平台架构

设计为三层:底层为经典资源管理层,汇集、管理来自于电子图书数据库、网络及图书馆数字化的经典图书;中间层由元数据整合、版权管理、数据统计分析、接口管理、用户身份管理、虚拟交互社区、浏览模块、检索模块、推荐模块等功能支撑模块构成;上层为适应于网站、APP、微媒体等的应用展示层。

3.2.2 内容选取与描述

平台的内容构成须遵从推广经典阅读、弘扬优秀传统文化及精神的建设宗旨。因此,平台展现的内容必须是经历时间检验、历史文化价值已得到公认,且对于民众人格及精神成长能产生正向影响的经典图书与相关的导读评论性读物。王余光先生认为经典“需要具备影响力、历史性和广泛性三个因素”^[21],所谓影响力体现的是作品内容的吸引力,历史性指经典需经得起时间的检验、经久而不衰,广泛性指所讨论的问题是人们普遍关心的。基于此,平台内容的遴选可以遵循两种路径:①搜集整理历史文献学家、心理学家、教育学家等研制的推荐书目,运用统计分析、聚类分析等方法,来精选一批对于文化传承及人格养成具有重要价值的经典;②对图书馆的经典馆藏借阅数据进行挖掘分析,产生一批经典书目。

经典推广书单确定后,一方面需要基于信息技术来获取全文资源和解读、注释性资源,以及相关的多媒体资源,另一方面需要建立有效的揭示、浏览检索、推荐、交互机制,以方便读者找到及阅读所需的经典。为整合异构来源的经典资源,并实现多维展示与浏览,需创建适宜平台功能的经典资源描述元数据规范。

3.2.3 功能机制

经典阅读推广平台的功能,主要着力于帮助读者发现所需的经典资源,并提供交互机制,以便其理解经典所承载的思想与精神。从经典发现的角度,平台需提供浏览、检索及个性化智能推荐机制;从交互的角度,平台需支持读者在阅读过程中摘抄、评价、写书评或读后感、与人讨论等需求。

经典资源的浏览,需支持下述方式:①基于统计排行的浏览,包括基于推荐排行的浏览、基于借阅统计排行的浏览,以及基于评论次数统计排行的浏览;②基于分级阅读目录的浏览,亦即根据分级阅读目录,为不同年龄阶段的读者推荐适合的经典图书;③基于年代的浏览,即按经典写成的年代来分类浏览

的方式;④基于学科主题的浏览,即根据经典所归属的主题范畴来浏览。

经典资源的检索,除设计常规的作者、题名、出版社等常规检索途径外,还需要实现“一站式”发现功能,使读者能检出含经典著作、解释性作品、评论文章等全面的检索结果,以方便读者阅读和理解经典。

个性化智能推荐功能是智慧制型系统的典型特征。因此,智能化的个性化推荐机制设计是构建新型阅读推广平台的关键。新型的阅读推荐机制应结合文献学、心理学、教育学、计算机科学等多学科的研究成果,进行多重设计:

(1)基于统计的推荐。①大师荐书,指基于推荐书目或名师荐书的统计,进行排行推荐;②借阅排行,即基于经典借阅记录的统计来推荐;③热评经典,指基于有效评价次数的统计来推荐。

(2)基于读者身份信息、信息行为习惯的推荐。①根据读者年龄、专业、兴趣爱好等为其推荐适读经典;②根据读者浏览、检索、借阅、评论等记录进行推荐;

(3)基于虚拟阅读社区书人关系的推荐。①读此书的人同时也在读的书的推荐,也即为读者展示读他正在读的某部经典的人也在读的其他经典;②好友在读书的推荐,展示读者选择的书友正在读的经典图书;③相同兴趣者在读书推荐,展示与读者兴趣爱好相同者在读的经典著作;④基于读者添加标签的主题标签云展示推荐;

(4)基于分级阅读推荐书目的推荐。即依据教育学和文献学领域的研究成果,展示、推荐适应不同年龄阶段阅读的经典图书;

(5)基于心理及精神成长需求的问题导向式的推荐。即依据心理学、教育学等学科的研究成果,采用文本挖掘、聚类分析、机器学习等技术,针对读者成长过程中经常遭遇的心灵困惑问题,推荐相应的经典图书或多媒体资料。

同时,系统会基于借阅数据以及经典、推荐人、借阅人之间关系的聚类分析,来改进推荐算法,不断优化智能推荐效果。

在平台的交互机制方面,根据阅读过程的相关情景,如借阅、写笔记或摘录、发起或参与讨论组、写读后感或评论、查阅相关评论并评价、加标签、分享到社交网络、看哪家图书馆有纸本馆藏、看购书信息

等,来设计经典阅读社区的交互机制。平台的人书交互功能机制见图2。

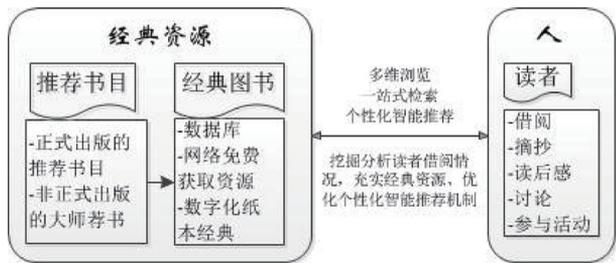


图2 基于平台的经典与人交互图

3.2.4 界面设计

从读者的角度来看,平台最基础的界面为用户进入界面和经典资源展示界面。

(1)读者经过简捷的身份认证及兴趣主题选择后进入平台,显示界面包括工具栏和展示界面。工具栏包括搜索框、分类浏览、分级浏览、活动与简讯、阅读圈(好友、讨论小组)、我的空间(包括个人设置、阅读笔记、书评等)。展示界面显示:①我喜爱的经典;②大师荐读;③热读经典;④疗心经典;⑤你可能感兴趣的经典;⑥好友在读;⑦热点讨论组;⑧热点书评。

(2)在具体经典图书展示界面,要展示的内容为:①书封;②出版信息,包括题名、作者、出版社、出版年代、丛书项等;③内容简介;④读者添加的标签;⑤该经典著作的解读、注释性作品;⑥讲解该经典的多媒体资料,如名师讲授的多媒体资料、相关影视作品等;⑦喜爱的经典、星级、标签、书评、评论、分享,以及读者对于书评及评论信息的评价;⑧在读/已读人数;⑨相关讨论组;⑩图书馆/书商链接;⑪喜欢读此经典的人在读经典的展示、推荐。

3.3 活动设计

范并思教授认为阅读推广现已发展成为图书馆的主流服务^[22]。推广经典阅读,一方面需要专门的场所来营造阅读环境与氛围,另一方面需要适应当下移动化阅读的趋势,创建智能移动经典阅读平台。另外,还需要设计常规的互现互彰式的线上线下主题活动,来持续拓展及深化社会经典阅读。伴随着阅读推广遍地开花的发展形势,展览、竞赛、阅读研讨沙龙、多媒体赏析、论坛报告等已成为成熟的阅读推广活动形式。各图书馆在举办读书月等活动时,往往会围绕特定主题,立体化运用多种活动形式。其中的佼佼者,无疑是那些经过深思熟虑进行顶层

设计,得到有效执行,并进行品牌化运作的图书馆。同济大学图书馆创建以“闻学堂”为名的传统文化推广空间,并创建“闻学讲堂”、“闻学展堂”、“闻学课堂”、“闻学知行堂”、“闻学雅集堂”等系列品牌活动项目,持续常态地举办立体型的传统文化推广活动,取得了很好的活动效果。从既有案例来看,制度化、品牌化地规划及实施经典阅读推广活动,是经典阅读推广体系非常重要的构成要素。

经典阅读推广活动的设计、实施流程包括:①主题策划;②制订活动方案,包括明确活动的内容与形式及日程、宣传途径、成员分工等;③活动实施;④成效评估与总结。活动的主题要紧紧围绕经典阅读推广的精神内涵来确定,同时也需要与特定的文化节日、社会文化现象等关联起来。活动内容则可充分挖掘馆藏优势与读者数据,以及馆员的能动性,来策划有充足数据及资源支撑的特色活动。根据读者对经典平台资源的利用情况,可以展开相关的评选活动,如根据借阅、摘抄/书评数据来评选经典阅读之星,根据用户对书评的评价数据来评选优秀的经典书评人,根据发起讨论组数量及发言活跃情况来评选经典讨论意见领袖等。经典推广馆员则需要充分发挥智慧与创意,与学院合作开设经典阅读课程,组织策划主题展览、经典影视资料展播、读书会、论坛、真人图书馆、书评竞赛、图书漂流等形式立体的经典推广活动。

4 结语

经典是经历时间考验、对人类文化传承与发展具有深刻影响的先哲智慧的结晶。作为公共文化服务体系的重要组成部分,图书馆已经在阅读推广领域做了大量工作,并取得诸多成效。目前图书馆在推行阅读推广工作时面临的主要考验在于理清阅读推广工作的核心精神内涵,确定工作主旨与重点,并从物理空间、虚拟平台建设、品牌塑造、工作流程与机制、组织管理支持、公关拓展等方面展开顶层规划设计,以更有效地指导阅读推广工作的开展及推动经典阅读。基于共享空间、第三空间、流空间等理念,论文从实施的层面,以实体空间、虚拟平台、活动三个维度为支点,探讨了经典阅读推广体系的设计构建,对于图书馆主旨明确地部署规划及开展阅读推广工作具有现实参考价值。目前也有一些高校图书馆在经典阅读、传统文化推广方面取得了优秀成

绩,能够起到标杆及表率作用。例如,南京大学自2014年开始筹备,2015年面向新生推出了“悦读经典计划”,由“研读”、“导读”、“悦读”三大学习模块组成,以名家名师引领、学分激励、相关单位通力支持的方式推行。从顶层设计、组织管理支持、活动方案制订、书目选择等方面来看,该计划无疑是一项考虑充分、计划详实的推广校园经典阅读的强有力举措,能够营造起校园经典阅读氛围。但是,如果能够借助图书馆的力量,打造经典阅读实体空间与虚拟智能平台,产生线下线上相结合的文化凝聚与辐射效应,应该可以起到更为理想的阅读推广效果。如前所述,同济大学图书馆在经典阅读推广的顶层设计、组织管理支持、实体空间建设、活动品牌打造等方面堪称标杆;若有智慧型的虚拟空间建设相支持,则更趋完美。对于这些有良好规划及实践的机构而言,本文提出的智慧型经典阅读推广移动平台的架构与功能设计或许会对其有所裨益与启发。

参考文献

- 1 习近平. 中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉[EB/OL]. [2015-12-20]. <http://cpc.people.com.cn/n/2014/1016/c164113-25845591.html>.
- 2 王姗姗,王余光. 传统经典阅读的当今意义[J]. 中国图书评论, 2004(6):4-7.
- 3 汪涌豪. 经典阅读的当下意义[J]. 传承, 2012(9):79-81.
- 4 肖伟光,陈冀,邱蕾. 经典阅读与生命关怀——杜维明教授访谈[J]. 北京大学研究生学志, 2010(04):11-14.
- 5 王逸鸣. 当代大学生经典阅读的现状调查及分析——以北京大学为例[J]. 出版广角, 2014(5):16-19.
- 6 郑伟青. 高校图书馆阅读推广实践现状调查与分析——以“211工程”高校图书馆为例[J]. 图书馆工作与研究, 2012(8):108-112.
- 7 岳修志. 基于问卷调查的高校阅读推广活动评价[J]. 大学图书馆学报, 2012(5):101-106.
- 8 郑丽芬. 百年推荐书目中的外国经典与高校图书馆经典阅读推广[J]. 高校图书馆工作, 2015(2):19-23.
- 9 陈亮,刘树民. 网络与手机等新媒体环境下的经典阅读[J]. 图书馆杂志, 2011(11):43-45.
- 10 彭艳,屈南,李建秀. 试论大学图书馆的经典阅读推广——以首都师范大学图书馆为例[J]. 大学图书馆学报, 2012(2):91-94.
- 11 曹炳霞. 高校图书馆经典阅读推广研究——以郑州大学图书馆“重命经典”活动为例[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2015(5):160-163.
- 12 Beagle D R, Bailey D R, Tierney B. The information commons handbook[M]. Neal-Schuman, 2006.
- 13 Castells M. The informational city: information technology, economic restructuring, and the urban-regional process[M]. B. Blackwell Cambridge, MA, 1989.
- 14 吴建中. 从空间再造到数字革命——图情事业面临的新课题[C]. 上海图书馆, 2015.
- 15 王光明. 著名学者王余光教授:建议图书馆设“经典阅览室”[EB/OL]. [2015-09-18]. http://szsb.sznews.com/html/2008-04/24/content_148947.htm.
- 16 柳霞. 在哪儿阅读经典?[EB/OL]. [2015-09-18]. http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2014-12/02/nw.D110000gmrb_20141202_2-15.htm.
- 17 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(5):25.
- 18 中国互联网络信息中心. 中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2015-10-27]. http://www.cac.gov.cn/2015-07/23/c_1116018119.htm.
- 19 李晓琪. 国内大众阅读类数字出版平台对比研究[J]. 编辑之友, 2013(3):76-79.
- 20 张磊. 基于元数据整合的图书馆电子书阅读平台[J]. 图书馆杂志, 2015(11):13-17.
- 21 王余光. 阅读,与经典同行[J]. 教育文汇, 2009(9):35-37.
- 22 范并思. 阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报, 2014(5):4-13.

作者单位:上海交通大学图书馆,上海,200240

收稿日期:2016年4月5日

Study on Library Classic Reading Promotion System and Platform Design

Chen Youhua Jiang Lili

Abstract: Classic reading has important significance to the cultural inheritance and the national quality. Libraries are the necessary support institutions of classic reading promotion. In light of the concepts of Commons, the third space and Space of flow, the paper puts forward a classic reading promotion framework including physical space, virtual space and activities and also discusses its function design. It's valuable to the strategic planning and implementation of library classic reading promotion.

Keywords: Library; Classics; Reading Promotion; System Framework; Function design