



“浅阅读”时代高校图书馆的“深阅读”服务

——以“北大读书讲座”为例

□肖琰 刘雅琼* 张春红 张海舰

摘要 数字化时代,大学生的阅读行为多为“浅阅读”,普遍缺乏系统性的“深阅读”以及相关引导,高校图书馆可以在这方面提供更多的服务。以“北大读书讲座”为例,介绍了北京大学图书馆如何通过阅读讲座这一载体,激发和推动大学生的“深阅读”,并指出:高校图书馆“深阅读”服务是在倡导阅读基础上的更高更深层次的服务,具有主题性、系统性、层次性和不可替代性。创新与发展“深阅读”服务,培育阅读服务品牌,是未来高校图书馆开展阅读服务的主流方向。

关键词 浅阅读 深阅读 高校图书馆 阅读服务 读书讲座

分类号 G252.17

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2019.06.020

数字化时代,网页阅读、电子阅读已成为人们日常生活的一部分,阅读变得越来越随意化、跳跃式、碎片化,很多阅读者追求的是短暂的视觉快感和心理愉悦的“浅阅读”效果^[1]。因此,全民图书阅读量逐年下降,高校图书馆的纸本图书流通量也逐渐减少。这一切都引起了社会各界对国民素质特别是青少年素质发展的忧虑,社会对阅读的关注度不断上升。在这样的大环境下,高校图书馆开展阅读推广服务已经是大势所趋。但是,高校图书馆是否应该学习公共图书馆,通过各种活动化、碎片化、介入式的服务^[2]倡导阅读理念,鼓励阅读行为,培育爱读书、读好书的阅读习惯,还是需要根据高校自身的特点,对阅读服务进行重新定位和创新,这无疑是高校图书馆在开展阅读服务时需要思考的问题。

高校图书馆的目标人群主要为在校大学生,对他们开展培育阅读习惯的普适性阅读服务是必须的。那么,仅仅满足于这个层次的服务是否就足够了?已有的实践显示,很多高校图书馆在阅读推广服务方面进行了有益的探索,取得了不少成果。但同时我们也发现,在移动互联网全面发展和数字化大行其道的今天,图书馆的这类阅读推广活动因其门槛低、受众广等特点,正受到来自各方面的挑

战:一方面,学校的其他组织或单位如学生社团、校园书店也经常开展阅读推广相关的活动,很大程度上影响了图书馆阅读推广服务的开展;另一方面,大学校园生活非常丰富,社团活动、专家讲座、文艺演出、各种竞赛等每天都在争夺着学生们有限的注意力,阅读推广活动很容易被淹没其中。

文章以北京大学图书馆开展的“北大读书讲座”活动为例,探索高校图书馆在大学生群体中如何开展系统化、多层次、引导学生思考和进一步读好书的“深阅读”服务,讨论“深阅读”服务的定位与特点。

1 受众分析:大学生的阅读行为

1.1 阅读对象:专业阅读与普通阅读

一方面,大学生的课业负担比较重,且受到未来就业等压力的影响,使得他们的阅读具有较强的目的性和功利性,与课程学习或考级考证类相关的书籍是其阅读对象的重要组成部分。大学生通过研读这类书籍,在帮助其学习专业知识、完成学业的同时,也提升了社会生存和竞争能力。

另一方面,相对于高中的密集学习来说,大学生有了一定的课余时间用以自由阅读。他们可以根据自己的兴趣选择阅读对象,通过阅读提升综合素质、

* 通讯作者:刘雅琼,ORCID:0000-0002-3067-2663,邮箱:liuyq@lib.pku.edu.cn。



完善自我修养。因此,除去专业与技能学习之外的普通阅读也是大学生常见的一种阅读行为。

就专业阅读而言,院系教师通常具有较强的阅读能力,而且他们在教学科研过程中会密切关注本学科的发展动态,对专业领域新的学术理论和著作较为了解,对学生应该阅读哪些书刊文献都会有明确的指导方式和途径^[3]。所以,大学生的专业阅读一般都能得到教师的指导。

而大学生的普通阅读通常存在两个方面的问题:一是缺乏良好的阅读习惯,特别是相当一部分学生在中学时代以应试教育为主,没有养成独立阅读、思考的习惯,因而也无法进行系统性的“深阅读”。二是缺乏阅读素养,特别是在出版量不断增加,互联网信息飞速增长的今天,大学生往往面对着大量的文献信息,往往不知该如何选择阅读内容。

1.2 阅读模式:“浅阅读”与“深阅读”

生活节奏加快、信息数量呈爆炸式增长、媒介传播渠道丰富等因素,导致浏览式的数字阅读、快餐式的“浅阅读”等行为在大学生群体中十分常见。“浅阅读”是一种浅层次的、简单轻松的、以获取信息为主的阅读形式。不可否认,在知识快速更新的大环境下,“浅阅读”“泛阅读”有其存在的必要性与合理性:一是可以在紧张的生活节奏中放松心情、缓解压力;二是能够适应全媒体时代求快求新的步伐,迅速获取信息资源,扩展知识面^[4]。但是“浅阅读”也有其不足:首先,它的随意性和碎片化特征不利于知识的积累和思维能力的培养;其次,它缺乏系统性和整体性,不利于培养踏实钻研的学习心态和阅读习惯^[5]。因此,“浅阅读”虽可满足读者对于娱乐消遣、快速获取信息等的需求,但也容易带来浅显化、无序化等倾向,无法完全替代严肃、深入的阅读。

相比之下,大学生群体普遍缺乏“深阅读”,即沉浸式、有规律、有知识、有系统、有深度的慢阅读^[6]。“深阅读”让读者通过选择、理解、判断、推理、验证和反思阅读内容,完善自己的知识框架,获得优质阅读体验,产生认知和情感共鸣^[7]。从一定意义上来说,“深阅读”对于读者训练思维、陶冶情操、培育家国情怀和人文素养等方面大有裨益,其效果可以令人受益终生。但因为“深阅读”需要在良好阅读习惯的基础上,进一步选择阅读内容,进行思考和拓展,很多大学生都对其望而却步。

当然,“浅阅读”和“深阅读”并不是相互对立和

排斥的关系,而是读者在不同信息需求情境中的不同选择。对于大学生的普通阅读而言,两者的作用有互补性,不可或缺。以大学生的学习能力和知识水平,进行“浅阅读”十分得心应手;但是进行“深阅读”则需要在阅读内容的选择、思考等方面获得适当的指导,因此高校图书馆可以尝试在这方面提供更多的服务。

2 服务方案:引导“深阅读”

通过分析大学生的阅读行为特点不难发现,除了开展一些培育阅读习惯的普适性阅读服务之外,高校图书馆应当将自己的阅读服务定位在系统化、多层次的“深阅读”服务,在深度阅读的内容选择、阅读思考等方面更多地投入精力,通过开展系列的“深阅读”活动,提高读者的阅读素养,激发读者阅读后的思考,实现“深阅读”的目标。

2.1 建立稳定、优质的阅读推广团队

“深阅读”习惯的引导和阅读文化的培育是一个长期的过程,非一朝一夕可达。因此,图书馆需要建立一支相对稳定、专业、充满热情与活力的阅读推广队伍。队伍应包括两方面的人选,一方面是具有较高人文素养、熟悉图书、跟踪好书、了解阅读的馆员,另外一方面是懂得阅读、擅长策划、宣传、组织、执行等各项任务的馆员。如此,方能提升图书馆“深阅读”服务的工作能力,保证这项工作的可持续发展。

2.2 通过多样化的活动,激发“深阅读”饥饿感

范并思先生曾指出:人不吃饭会感到饥饿,这种饥饿感是天生的,与生俱来的。也有人不读书会感到“饥饿”,产生心理的空虚、精神的困苦等不适感,这种阅读饥饿感成为个人阅读的最大动力。与生理饥饿不同的是,阅读饥饿感并非与生俱来,而是在愉悦的阅读过程中逐步形成的^[8]。高校图书馆“深阅读”服务的目标之一,就是培养大学生的“深阅读”饥饿感,激发他们对于“深阅读”的欲望。

高校图书馆可以通过举办丰富多彩的阅读活动,引导读者关注阅读,投身“深阅读”。例如:

(1)邀请名人举办文化讲座,分享阅读经历与感悟,通过名人效应吸引读者对于某一本书或者某一类图书的阅读兴趣。

(2)组织读书沙龙,让读者在自由民主的氛围中交流阅读体验、发表不同观点,帮助他们在分享的过程中更深入地理解阅读内容,找到归属感与成就感。



(3)举办各种类型的书评竞赛,激励读者在“深阅读”的基础之上提炼阅读心得。

(4)在图书馆官方微博、微信等新媒体平台开辟“荐书专栏”,定期推荐好书并与读者交流互动。

当然,除了以上列出的几种活动形式,激发大学生“深阅读”饥饿感的途径还有很多,高校图书馆应该根据自身的资源条件和不同的需求探索适合自身的活动方式。

2.3 在“深阅读”中培育阅读品牌

面对校园内的多种活动,图书馆应注意提高“深阅读”活动的质量,通过举办高质量的阅读活动培育自身阅读品牌,并将其逐渐发展为校园内的名牌文化活动,以品牌效应带动“深阅读”服务的发展,使之达到“一呼百应”的效果,成为读者“深阅读”中必须参加的活动。主要的品牌培育途径有:为“深阅读”推广活动设计简洁好记的名称、标识,以合理的周期和节奏持续推出活动,综合利用各种方式宣传推广等,以培育“粉丝”,形成品牌影响力。

3 实践案例:“北大读书讲座”

北京大学图书馆在多年的阅读推广实践中,逐渐形成了“创意活动+常规服务”两翼并行、层次分明的长效服务机制。一方面开展如新书导读、新生荐读书目、世界读书日好书展览、图书漂流、换书大集、脱机学习(脱离手机学习)、“未名读者之星”评选等普适性活动,倡导阅读,培养大学生好的阅读习惯;另一方面则开展具有一定深度和系统性的“深阅读”服务,“北大读书讲座”就是其中一项特色鲜明的品牌活动。从2012年4月23日邀请学者蒙曼演讲“读出红妆——唐代宫廷女性的美丽与哀愁”,至2017年4月,“北大读书讲座”累计举办了35场,已成为北京大学一个颇有影响力的系列讲座品牌,在构建校园阅读文化中发挥了重要作用。

3.1 讲座定位与品牌建设

在讲座“丛生”的大学校园里如何脱颖而出,是图书馆在最初设计讲座时的一个难题。经过调研发现,北京大学几乎每天都有讲座,内容从严肃的学术探讨到轻松的艺术欣赏,可谓包罗万象。但是,与深度阅读和写作相关的讲座却很少,且不成体系。围绕图书相关主题组织讲座,不仅可以弥补这方面的不足,也与图书馆文献丰富、崇尚阅读的文化形象十分契合。基于这两点考虑,北京大学图书馆建立了

以“北大读书讲座”为名的读书活动品牌,并将其定位为“深阅读”活动。其基本指导方针为:

(1)校园人文素养活动。邀请知名学者与青年学生分享阅读经历和人生智慧,并从一开始就以“北大”而非“北京大学图书馆”命名,跻身于校园文化活动之列。

(2)深层次阅读主题。利用图书馆可以邀请到知名校友、学者的得天独厚的条件,邀请各个领域颇具声望、有影响力的名师大家,围绕某本书或某类图书,深入畅谈读书体会和创作心得,交流治学经验和人生感悟。

(3)以引导和激发学生深入阅读为目标。邀请讲者主讲的内容与其自己的著作有关,而不是泛泛的知识性讲座。作者现身说法,可以增加读者对书的亲切感,加深对书的理解,提高其进一步阅读的兴趣。

如此鲜明的定位、品牌命名和指导方针,使得“北大读书讲座”在开办之初就与校园的其他讲座、图书馆的其他阅读活动区分开来,拥有较高的品牌辨识度。

3.2 跨部门的工作团队

举办阅读讲座是一项系统工程,涉及主题策划、邀请主讲人、宣传推广、组织听众、拍摄记录、后期资料整理等工作,需要多个专业的人才通力合作。组建合理、高效的团队,对于保障工作的顺利进行和持续发展都非常重要。因此,图书馆成立了跨部门的工作小组,由主管副馆长牵头,从综合管理与协作中心、学习支持中心、研究支持中心、信息化与数据中心等部门抽调有特长、有兴趣的馆员组成兼职团队。在这个讲座团队中,既有人文素养颇高的阅读推广专门人才负责讲座的整体规划,也有经验丰富的策划人员负责讲座主题与形式的设计、组织,还有海报、文案等方面的宣传设计人员等。团队分工明确,各司其职,共同参与配合完成每一次的讲座活动。

3.3 选择合适的主讲人

主讲人是讲座质量的保障,优秀的主讲人能为讲座吸引和汇聚人气、建立良好口碑。“北大读书讲座”依托学校深厚的文化底蕴和强大的文化号召力,邀请了众多名家登台主讲。

据统计,在2012年4月—2017年4月,共有41位演讲者做客“北大读书讲座”。这些演讲者中,既有历史学、语言文学、哲学、自然科学等领域的知名



学者,也有杰出的作家、社会活动家等,多样化的学科背景和研究旨趣为讲座带来了丰富的演讲主题和广泛的“深阅读”内容,主讲人自身的成就和影响力也大大增强了讲座的吸引力。

表1 “北大读书讲座”主题与演讲者列表

时间	主讲人	讲座主题
2012年	蒙曼	读出红妆——唐代宫廷女性的美丽与哀愁
	王波	读书读出好心情——阅读与心理健康
	范晔	从马孔多出发:《百年孤独》学译点滴
	萨苏	萨苏笔下形形色色的日本文化
	吴黎耀华	从留学生到总统顾问
	韩毓海	天下兴亡事,江河万古流:谈《五百年来谁著史》
2013年	周国平	阅读与精神生活
	陈平原	读书是一件好玩的事
	龙协涛	文学欣赏:自由愉快的精神旅行
	姚任祥	《传家》——中国人的生活智慧
	周国平、周氏兄弟	当代艺术和感觉主义
	叶永烈	《十万个为什么》背后的故事
	熊培云	乌托邦与家国梦
夏洛特·哈里斯·里斯(Charlotte Harris Rees)	《山海经》与古代中国人的美洲探索——从落基山出发寻找答案	
2014年	招思虹	华侨与家国梦——从辛亥革命以来海外文物文献谈起
	李银河,杨廷玉	分享心灵阅读的对话
	韩毓海	一篇读罢头飞雪,重读马克思
	段宝林	非物质文化遗产与北京大学
	吴军	《文明之光》——科学视角下的历史思考
	刘华杰	从《天涯芳草》到《檀岛花事》——震撼心灵的植物之美与博物人生
	何冀平	从《天下第一楼》到《龙门飞甲》——我怎样写起戏来?
	朱成山	沉痛之后的反思——深度解读南京大屠杀
	梁晓声	我与文学
	飞儿,夏笛,陈楸帆,林品	科幻世界的过去与未来
2015年	辛德勇	读书、抄书与印刷书籍的诞生
	毕飞宇	“走”与“不走”——小说内部的逻辑与反逻辑
	舒乙	一生爱好是天然——作家老舍
	卢永璘	中国文论第一书——《文心雕龙》
	董玥	北京城的“民国范儿”——《民国北京城:历史与怀旧》
	徐中远	毛泽东晚年读书生活
2016年	何建明	有滴眼泪无法不流——天津《爆炸现场》内幕揭秘
	温儒敏	信息时代的读书生活
	周功鑫	博物馆是个学习文化的好地方
	杨欣	杨欣的长江源头三十年
2017年	李零	《我们的中国》

3.4 围绕“深阅读”确定主题

选题是讲座形成品牌的关键要素之一。如前所述,为了建立自身的品牌特色,承担起“深阅读”推广的职责,“北大读书讲座”的主题均与读书相关。在这个基本的前提下,再结合主讲人风格、社会热点、重大事件、听众需求等,策划一系列丰富多样的讲座主题:

(1) 解读经典

推广经典阅读,是高校开展人文素质教育的重要途径。图书馆一直很重视对于经典阅读的引导,邀请了诸多历史、文学领域的名师大家,围绕某种或某类经典著作,畅谈读书体会。下面仅举几例予以说明。

隋唐史专家蒙曼的“读出红妆——唐代宫廷女性的美丽与哀愁”,以长孙皇后、武则天、上官婉儿、杨贵妃、宋若昭的相关史料为例,解史、读诗,解读唐代宫廷红妆的炼成与文化意义。北京大学中文系教授龙协涛的“文学欣赏:自由愉快的精神旅行”,选读、赏析诸子百家、唐宋诗人的经典著作。美国独立高级研究员夏洛特·哈里斯·里斯(Charlotte Harris Rees)的“《山海经》与古代中国人的美洲探索——从落基山出发寻找答案”,以《山海经》的相关记载和美国的落基山脉为对照,追寻古代中国人最早发现美洲的证据。作家毕飞宇的“‘走’与‘不走’——小说内部的逻辑与反逻辑”,从叙事方式这一角度,详细阐述《水浒传》和《红楼梦》在写作手法上的差异。北京大学中文系教授卢永璘的“中国文论第一书——《文心雕龙》”,围绕《文心雕龙》的几个重要或疑难问题进行具体分析,包括《文心雕龙》的书名含义、书中“原道论”“神思论”“风骨论”“知音论”等。作家舒庆春(老舍)之子舒乙的“一生爱好是天然——作家老舍”,回顾老舍一生的创作与其生活的关联,为人处事的细节,在苦难面前的坚守,以及丰富的爱好与交友等。

(2) 分享阅读

阅读对于一个人的知识积累、人格养成来说意义重大。主讲人通过分享独特的阅读经历、阅读体验,传递阅读理念、倡导阅读生活。

哲学家周国平的“阅读与精神生活”,总结了自己读书的“三不”原则(“不务正业”“不走弯路”“不求甚解”),结合其自身读书经历,阐述了为什么要读书、读什么书、怎么读等问题。北京大学图书馆研究



馆员王波的“读书读出好心情——阅读疗法与经典书单推荐”,分享如何让正确读书成为自我调节情绪的独一无二的良方,并导读权威专家学者推荐的两个经典书单。北京大学中文系教授陈平原的“读书是一件好玩的事”,阐释了自己的阅读理念和立场,指出“有问题”和“讲趣味”这两者相辅相成,让读书变得好玩儿。作家李银河、杨廷玉的“分享心灵阅读的对话”,讲述“心灵阅读”怎样影响人生的成长,如何使人终身受益,如何塑造美好的人生观与世界观。作家梁晓声的“我与文学”,阐述了读书的意义,强调培养读书习惯的重要性,并以自身的阅读和写作经历为例,讲述读书对写作和人格塑造的影响。作家飞氲、夏笳、陈楸帆和林品的“科幻世界的过去与未来”,回顾科幻小说的发展历史,探讨如何从历史、社会、政治、经济等视角来思考科幻小说的意义。北京大学中文系教授温儒敏的“信息时代的读书生活”,分享了信息时代的读书方法,包括:信息时代如何做到既适应和利用新的阅读方式,又减少可能带来的弊害;如何防止信息过量的焦虑症;在浮躁的大环境中如何养成读书的良性生活方式等。北京大学中国古代史研究中心教授辛德勇的“读书、抄书与印刷书籍的诞生”,讲述了书籍的前世今生,强调印刷书籍对于扩展阅读空间、参与社会生活的重要意义。原中共中央办公厅秘书局副局长徐中远的“毛泽东晚年读书生活”,分享了毛泽东晚年的读书方法、书单等。

(3) 畅谈创作

也有不少主讲人是携作品而来,与听众分享书中内容或者创作心得等。

北京大学西班牙语、葡萄牙语系老师范晔博士的“从马孔多出发:《百年孤独》学译点滴”,讲解了《百年孤独》的中文翻译策略,同时以译事为引子,讨论了《百年孤独》中的文化符码。旅日作家萨苏的“萨苏笔下形形色色的日本文化”,荟萃其多部著作的精髓,讲述了多样的日本文化。北京大学中文系教授韩毓海的“天下兴亡事,江河万古流:谈《五百年以来谁著史》”,通过“基层组织”“财政金融”“世界大势”三个支点,重新梳理了公元1500年以来的世界历史进程,破解了“李约瑟之谜”,从重重历史与现实交织的迷雾中探寻中华民族的何去何从。作家姚任祥的“《传家》——中国人的生活智慧”,勾勒出中华优秀传统文化和现代精致生活的画卷,分享了亲切可感

的“中国人的生活智慧”。作家叶永烈的“《十万个为什么》背后的故事”,以亲身经历讲述了《十万个为什么》编撰背后许多有趣的故事,如《十万个为什么》是怎么来的?他是怎样被出版社选中的?胡耀邦怎样提倡青年应当看《十万个为什么》?在“文革”中《十万个为什么》怎样成为“大毒草”?等等。作家及评论人熊培云的“乌托邦与家国梦”,根据多年思考与研究,并结合自身撰写的多部作品,梳理和比较了几百年来乌托邦浪潮下中美等国社会梦想的实践,探讨了乌托邦对人类社会进程与家国命运的影响。北京大学哲学系教授刘华杰的“从《天涯芳草》到《檀岛花事》——震撼心灵的植物之美与博物人生”,回顾了其作为一名博物学者几十年来对植物的搜集、分类、摄影和研究经历,并分享了《檀岛花事》的写作历程。剧作家何冀平的“从《天下第一楼》到《龙门飞甲》——我怎样写起戏来?”,讲述了在大陆、香港两个不同地域的创作实践,探讨了创作与生活、剧本的生成与提炼——怎样为文字注入生命?怎么让剧本呈现于舞台,或搬上银幕?等大家关注的问题。美国华盛顿大学(西雅图)历史系教授董玥的“北京城的‘民国范儿’——《民国北京城:历史与怀旧》”,讨论了《民国北京城:历史与怀旧》一书的构思缘起、主要论点,以及作者因研究民国北京历史而起的关于中国传统文化在近现代中国命运的一些反思。

3.5 注重讲座形式的对话性、交流性

阅读是读者与作者之间超越时空的对话,因此,作为以“阅读”为主题的讲座,“北大读书讲座”在形式上十分注重对话性、交流性。除了常见的一位讲者主讲、讲完后互动提问的形式之外,读书讲座还引入了很多新颖的形式,如二人对讲、多人主讲、“演讲十点评”等,营造出更具吸引力的互动氛围。

比如,在题为“分享心灵阅读的对话”的讲座中,李银河与杨廷玉两位作家展开对谈,分享了各自的阅读感悟。讲座“当代艺术和感觉主义”邀请到哲学家周国平与旅美华裔艺术家周氏兄弟(周山作、周大荒),进行哲学与艺术的跨界对话。讲座“科幻世界的过去与未来”更是打破常规,邀请了四位年轻的科幻作家,采取两人主讲两人点评的方式讨论科幻小说。这些形式提供了思想的交锋、观点的碰撞,能够带给听众更多样的阅读角度以及体验。

3.6 寻求多元化的合作支持

来自图书馆以外的单位的支持能为阅读讲座的



长期发展注入更多活力。因此,北京大学图书馆在策划讲座时,积极寻求与其他机构或个人的合作。一是吸纳校内学生社团(如北京大学国学社、耕读社、图书馆之友等)的成员作为志愿者参与讲座的组织,或者与社团合办讲座,比如叶永烈先生的讲座“《十万个为什么》背后的故事”,同时也是电气和电子工程师协会(Institute of Electrical and Electronics Engineers,IEEE)中国学生分会“触摸科技文化周”的闭幕式活动之一;二是与校内其他部门合作,比如部分讲座邀请了北京大学新闻网的记者到场记录和采写新闻稿;三是与校外相关机构或组织(如出版社、文化创意企业等)合作,比如曾与腾讯文化合作举办的周国平、周氏兄弟的讲座“当代艺术和感觉主义——艺术与哲学的跨界对话”等。这些合作提升了“北大读书讲座”的参与面、知名度与影响力。

4 “深阅读”服务的定位与未来发展

从2012年世界读书日举办第一场讲座算起,“北大读书讲座”已走过5年多的时间,从名不见经传发展到拥有大量“粉丝”,逐渐成为北京大学图书馆的阅读服务品牌。“北大读书讲座”案例,可以充分说明图书馆“深阅读”服务的定位、特点与未来发展方向。

4.1 定位和目标明确:要有效促进大学生群体阅读素养的提高

“北大读书讲座”定位为“深阅读”服务,以读书为核心,又不仅仅停留在倡导阅读层面上,而是从读书出发,设计为解读经典、分享阅读、畅谈创作三大系列,并在此基础上阐发出很多有趣、深刻的主题:既包括阅读内容的推荐与选择,也涉及阅读后的思考与延伸阅读,更涵盖了很多人人关心的社会热点。这些主题体现了“深阅读”的丰富性,使得图书馆深度服务具有了系统性和层次性,有效促进了大学生群体阅读素养的提高,帮助其阅读因深入而快乐。

以“北大读书讲座”的解读经典、分享阅读、畅谈创作三大类来看,其听众人数的分布情况如图1所示。

从听众的分布情况看,三类主题的参与人数相差不多,足见用户需求的多样化,也说明“北大读书讲座”整体上受到用户欢迎,但未来可拓展的“深阅读”服务空间仍比较大。其中,分享阅读经历、阅读

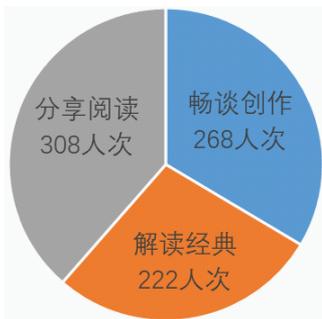


图1 “北大读书讲座”各类主题的平均听众数量

体验的讲座参加人数最多,也可见听众对于阅读内容推荐、阅读后的延伸思考等方面的需求比较旺盛。

此外,在每次“北大读书讲座”的互动环节中,在场听众都会提出大量颇有深度的问题,看得出来听众或是带着问题而来,或是认真听讲座而产生了很多思考,而演讲者的答疑解惑,无疑帮助他们对于主题有了更深的认识,进而催生进一步拓展阅读的需求。

4.2 在校园文化活动中特色明显,彰显了图书馆的不可替代性

“北大读书讲座”举办了2年多以后,随着活动影响的不断扩大,学生群体逐渐认识到了图书馆在阅读中的指导与帮助作用。2015年,北京大学青年研究中心的年轻教师和学生主动找到图书馆,提出与图书馆和出版社合作,联合主办“新青年·享阅读”读书沙龙。

“新青年·享阅读”读书沙龙定位于小型高端学术讨论,分为导师领读、自由提问、自由讨论三个环节,每期都会邀请一位北京大学的教授担纲“领读导师”,带领学生精读某本著作并展开讨论,以搭建深入阅读与即时交流相融合的读书平台。到目前为止,该沙龙已邀请到邱泽奇、张帆、平新乔、燕继荣、陈平原等教授与学生一起品读图书、交流感悟,每一期活动都受到来自不同院系、不同年级的同学们的欢迎,报名踊跃,反馈热烈,营造了自主阅读、自主思考、自主探讨的良好读书氛围。

“新青年·享阅读”读书沙龙成为继“北大读书讲座”之后,“深阅读”服务进一步发展的平台。由此可见,在文化活动此起彼伏的校园中,图书馆的阅读推广活动必须要有自身的特色和不可替代性才能立足。

4.3 培育服务品牌,以品牌带动和扩大图书馆阅读服务

在北京大学图书馆的阅读服务活动中,“北大读



书讲座”是图书馆着重打造的服务品牌,无论是活动广告、讲座过程还是活动视频,始终注意宣传和突出这个品牌。不仅如此,在讲者邀请、主题图书选择、主持安排、合作方选择等各个环节上,图书馆均追求向好与完美,以保证“北大图书讲座”的质量,使其成为图书馆有代表性的服务名片。

品牌服务扩大了图书馆阅读服务的影响。截至2017年4月,读书讲座共举办35场,参与总人数为7880人,平均每场听众为225人。实际上,讲座的举办地——北京大学图书馆北配殿学术报告厅的座位数为218个,这就意味着不少场次的讲座会有一些听众没有座位,他们或站立或在台阶上、讲台边席地而坐;在讲座后的互动交流环节里,听众争先恐后地提问,导致提问时间始终不够,讲座的火爆程度可见一斑。从视频点播次数来看,除了6场讲座的主讲人未授权视频公开之外,其他29场讲座的校内在线点播总次数为3449次,平均每场讲座被点播了119次。

4.4 培养阅读服务人才,促进图书馆员队伍水平的提高

“北大读书讲座”拥有一个跨部门团队,由具备较高人文和阅读素养的专家和擅长宣传、组织、执行等工作的馆员组成。该团队以年轻人人居多,富有激情和创造力,但在阅读素养和实践经验等方面尚有较大的提升空间。

5年多来,每次举办“北大读书讲座”,都需要团队成员邀请演讲嘉宾、策划活动、主持讲座、与学生社团合作、进行新闻报道等,一系列的活动流程提高了团队成员的组织、社交、主持、新闻写作等各项能力;同时,通过参加学术会议、案例大赛、技能培训、同行交流等活动,团队成员大幅度拓展了阅读推广的理念,提升了服务宣传推广的能力,有力地促进了图书馆阅读服务的持续创新与发展。

4.5 移动技术促进“深阅读”服务的开展

虽然移动技术和社交媒体的发展使大学生群体常常陷入“浅阅读”而忽略“深阅读”,但如果应用得当,移动技术同样可促进“深阅读”服务的开展。以“北大读书讲座”为例,利用图书馆微信、微博公众号对讲座进行宣传都取得了很好的效果,而最近一年来在主讲人许可的前提下,对讲座进行微信公众号直播更是受到了听众的普遍欢迎,扩大了听众的范

围,提升了讲座的影响力。

5 结论

“浅阅读”时代,图书馆在开展各类阅读推广活动时,应该时刻不忘的是阅读的初衷:阅读本是人类为了获取信息、认识世界、发展思维、并获得人文素养与审美体验的行为,不是轰轰烈烈的群体性运动,也不是短期能取得效果的活动,阅读需要坚持、需要兴趣、需要可持续。因此,高校图书馆开展阅读服务时,不应流于表象,而应深度挖掘读者的阅读需求,坚持开展“深阅读”服务,在潜移默化中唤起读者的“深阅读”欲望,在阅读中提高阅读素养,获得阅读快乐,真正回归阅读本心。从“北大读书讲座”的案例可以看出,高校图书馆“深阅读”服务的定位,是在倡导阅读基础之上的更高更深层次的服务,具有主题性、系统性、层次性和不可替代性。因此,创新与发展高校图书馆的“深阅读”服务,培育图书馆的阅读服务品牌,才是未来高校图书馆阅读服务的主流发展方向。

参考文献

- 1 李劲.论浅阅读时代图书馆对大众阅读的深度引导[J].图书馆学研究,2008(4):79.
- 2 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.
- 3 陆波.大学生阅读现状与图书馆干预[J].图书馆杂志,2012(3):58-60.
- 4 张立群.当代大学生阅读行为及对策分析[J].图书情报工作,2015(S2):105-107.
- 5 任福兵.网络时代阅读方式的结构研究[J].图书馆建设,2013(10):61-66.
- 6 张杨.网络视域下大学生深度阅读模式优化研究[J].中国成人教育,2017(1):21-24.
- 7 刘明洋,张妮.数字时代“深阅读”四种路径[J].中国出版,2017(4):26-29.
- 8 同2.

作者单位:肖珑、刘雅琼、张春红、张海舰,北京大学图书馆,北京,100871

刘雅琼,北京大学信息管理系,北京,100871

收稿日期:2017年9月19日

(责任编辑:关志英)

(转第99页)