

· 晋图讲坛 · 专家特稿 ·

编者按:为打造一个常设型学术交流品牌,山西高校图工委于2019年5月开设了“晋图讲坛”。“讲坛”第一期特邀专家是在图书馆阅读推广领域有着深厚而独特见解的北京大学图书馆王波研究馆员。讲坛内容经王波老师精心组织,形成本期的专家特稿。

## 王波谈高校图书馆阅读推广的发展方向

王波

(北京大学图书馆,北京 100871)

**摘要:**基于三方面的丰富经验:长期参与高校图书馆阅读推广的理论与实践;长期在图工委秘书处工作,了解高等教育新政策;长期审阅投给《大学图书馆学报》的关于高校图书馆阅读推广的来稿。认为走向常规服务、落实高等教育政策的新要求、将“诗和远方”相结合是高校图书馆阅读推广的三大发展方向。

**关键词:**图书馆;高校图书馆;阅读推广;常规服务;发展方向

**中图分类号:** G252      **文献标识码:**      **文章编号:** 1004-1680(2019)04-0001-12

高校图书馆阅读推广当前面临三大挑战:一是阅读推广由图书馆的创新型服务走向常规服务,二是高等教育政策的新变化对图书馆阅读推广提出新要求,三是“诗和远方”相结合的阅读推广成为新潮流。加快对这三大挑战的深入理解和积极应对就是新时代高校图书馆阅读推广的发展方向。

### 1 发展方向之一:走向常规服务的阅读推广

如今,为什么我们觉得策划图书馆的阅读推广活动越来越难?看了兄弟院校图书馆的阅读推广活动也有点不以为然,觉得不过如此,亮点难觅,这是为什么呢?这是因为阅读推广活动经过多年开展,已慢慢地由创新型服务变成了常规服务和基础服务,跟我们的书刊借阅服务的性质逐渐趋同。那么走向常规服务的阅读推广,该如何发展呢?

#### 1.1 设立稳定的部门或团队

既然是常规服务,就要有稳定的力量来支撑,不能像应付周期性、临时性任务那样,通过临时组队来完成,应该设立稳定的部门和团队来承担这项服务。像沈阳师范大学、郑州大学等高校的图书馆,都设有专门的阅读推广部。北京大学图书馆虽然没有专设

部门,但是有一个垂直性、扁平化的团队,由主管学习支持部门的副馆长牵头,从全馆各个部门挑选对阅读推广感兴趣的或者阅读推广活动需要的精兵强将组成一支队伍,人员相当稳定,每年基本上都是由这些馆员来一块策划、一同推进阅读推广。稳定的部门和团队便于积累经验,高效率地保障常规服务所要求的密度和质量。

#### 1.2 制定长远、系统的规划

图书馆最初开展阅读推广的时候,感觉阅读推广是一个新兴事物,是一项临时性任务,国家今年号召,图书馆就积极响应、认真开展,明年或许国家就不号召了,那就不再行动。基于这样的认识,图书馆阅读推广靠的是爆发力,在阅读推广活动的策划上总是一次性倾尽全力、倾尽智慧,把最好的创意、最好的资源一次用尽。不着眼长远,很少制定跨年度的连续性计划。

阅读推广变成常规服务后,我们就要克制爆发力,蓄积耐力,着眼制定长远规划。每次策划阅读推广活动,不能只考虑今年或者明年,要考虑延续三年甚至五年的计划。

举一个或许不是太恰当的例子:玩相机的都知

道,索尼公司的相机更新很快,而且黑科技不藏着掖着,倾囊而出,新相机往往具有彪悍性能,用户赞赏、崇拜索尼公司这一做法,称其为“索尼大法”。与索尼相机相反,佳能相机总是每次只改进一点点,所以用户把佳能公司叫作“牙膏工厂”。走向常规服务后的阅读推广,应该考虑由“索尼大法”变成“牙膏工厂”。就是加强长期方案的策划,活动一项一项慢慢来,不能摊得太多、走得太快,把所有创新点一次释放。

有人可能要问,“索尼大法”难道不好吗?“索尼大法”固然很好,但是前几年我们多采用这种形式,创意已经消耗得差不多了,进入创意疲劳的阶段,“索尼大法”非不为也,实不能也。

世界上的大公司都深谙“牙膏大法”,苹果公司也是一个“牙膏工厂”。以iPad为例,它明明可以用键盘,但前些年就是死活不配,这两年刚刚配上;它明明接上鼠标很好用,但就是不支持鼠标;它明明换上苹果的电脑系统,生产力更强,也偏偏不用。苹果公司就是要慢慢改进,以保持产品的差异度,获取更大利润。

图书馆的阅读推广也需要这样,宜做长远一点的规划,至少是三年、五年,提高活动的系列性,慢慢来,以方便读者消化吸收,取得更好成效。

如南京图书馆的阅读推广活动,不急不躁,每年只选取一部经典,采取论坛、讲座、插图版本展览、读书会、影视赏析、诗文诵读、知识竞赛、书目推荐等方式,全方位地为读者深入解读名著精髓,揭示经典对于当下生活的启示,2001-2018年,依次推广了《红楼梦》《西游记》《水浒传》《三国演义》《论语》《孟子》《老子》《庄子》这八部名著的阅读<sup>[1]</sup>。当该馆第一年只推广《红楼梦》的时候,我们那些阅读推广活动形式丰富、亮点炫目的图书馆可能会不由自主地有一些优越感,认为该馆缺乏创意,但是随着时间的推移,当我们看到南京图书馆的名著推广渐成系列,留下内容扎实的讲座视频和专题图书,而我们曾经引以为傲的创意活动却随风而逝,就会感受到长远谋划、稳步推进的重要性。

### 1.3 合并升级项目,做大而不做散

阅读推广只是图书馆一家单干的话,其影响力和对学校的贡献度是相当有限的,如果合并、升级项目,将其扩大为全校的读书节,影响力会显著提高。

像南京大学图书馆、郑州大学图书馆的阅读推广活动,升级为全校读书节后,于2012年、2013年先后获得教育部思政司评选、颁发的“高校校园文化建设优秀成果”一等奖。升级为全校的读书节,学校主要领导通常会参与活动,对全体师生的带动作用会更大。

### 1.4 注意固化成果

很多图书馆的阅读推广活动,一俟活动结束后便万事大吉,不注意留下文献成果。像北京大学图书馆,每年都举办多种类型的读书讲座数十场,整理出来至少可以出版两本书,然而很遗憾的是都没有出版。可是北京大学团委、超星等数据库公司乃至社会上的北漂人士,他们经常把摄像机架到课堂里,录下知名教授和嘉宾的讲课和报告,回去转录成文字,出版《在北大听讲座》等与此题名类似的书籍。我们在机场、火车站的书店会经常看到售卖这一类书。甚而一些名教授的每一堂课,都被一些文化公司作为网络课程或转录成书,销售到社会上。

大学的传播力量很大程度上依赖出版物,活动的辐射范围与出版物相比实在是太小了,要放大阅读推广活动的影响力,记录活动的印迹,给馆史留下丰富素材,给后人留下精神遗产,就必须养成固化成果的强烈意识和良好习惯。将演讲转录成书并不难,因为很多报告人由于工作繁忙,能够挤出演讲时间却挤不出写作时间,若我们将口述记录整理成稿,他们大多数人都会持感谢、配合的态度。阅读推广绝对不是活动结束后画上句号,而只表明完成了一半,后面的成果固化同样重要,阅读推广人一定要有出版意识。阅读推广活动中的展览,也应该选择不大不小的开本,每次印刷成小册子,年底装订成合订本。如果哪个图书馆编写过馆史,就会深切体会到,当年很重要的一件事,比如何年何月何日图书馆成立了参考咨询部、应用了自动化系统,但是由于当时无人记录,事后再写根本无法交代清楚。与其让后人在写馆史时抓耳挠腮,不如今天多多留下我们的奋斗足迹,更符合我们善于记录并善于收藏记录的职业特点、专业精神,也让更广泛的读者从出版物中受益,同时证明我们存在过、热爱过、贡献过。

### 1.5 学习美国高校图书馆的阅读推广方法

凡是考察过美国图书馆的同行,都会有一个印

象:美国高校图书馆的阅读推广落后于公共图书馆。美国的公共图书馆,不管是州一级的、市一级的还是社区级的,一进大门,甚而在门外,就能看到关于“大阅读”“一书,一城”“暑期挑战计划”等字样的横幅、竖幅、招贴画。那些招贴画是美国图书馆协会、美国公共图书馆协会等行业组织每年批量设计、印刷的,有各种尺幅,有带镜框的和不带镜框的,在专业会议上大量廉价批发,各个图书馆买回去以后就四处悬挂。当然,不光是招贴画挂得多,口号喊得响,美国公共图书馆也的确围绕这几种主要的阅读推广形式开展了大量的丰富多彩的活动。所以在美国的公共图书馆,很容易发现阅读推广正在进行或曾经开展的痕迹。但是在美国的高校图书馆,一般看不到阅读推广的痕迹。于是国内有的图书馆员,甚而发表文章称美国高校图书馆不搞阅读推广<sup>[2]</sup>。那么,美国高校图书馆真的不搞阅读推广吗?2014年我去美国参加中美高校图书馆员暑期培训,经咨询美国同行和亲眼观察,得知美国高校图书馆也搞阅读推广,只是有自己的特点,它们一般采取下面两种方法,值得我们学习。

#### 1.5.1 跟着资源建设步伐开展阅读推广

跟着资源建设的步伐开展阅读推广,是美国研究型大学图书馆主要采用的阅读推广方法,也是当前国内中国高校哲学社会科学文献中心(CASHL)常用的阅读推广方法。其基本方式是,图书馆新近采购了什么资源,这个资源主要是用户中的哪个项目强烈荐购、大声诉求的,那么就跟这个项目联合开展新购入资源的推广。举个例子,比如图书馆最近购买了一个汇集金石文献的数据库,这是学校里一个研究金石的课题组呼吁购买的,那么就动员这个课题组现身说法,向读者讲解这个数据库的学术价值,以及如何开发利用它,在哪些方面能够取得领先的科研成果。这样的阅读推广兼具资源推广和学术研讨两种性质。对课题组而言,图书馆创造了一个聚会、研讨的机会,便于推进项目,课题组只会欢迎不会反对。对图书馆而言,借专家之口宣传新购数据库,无疑更具权威性和说服力,也能吸引更多读者参与,不但普及了科研成果,还能留下专家报告,作为音视频馆藏和讲座类书稿。既然是双赢的,活动经费就可以各出一半,对彼此都是节约之举,何乐而不为。以资源为中心的阅读推广属于学术活动,是一种体现高等学府精英主义阅读推广,举办这样

的活动也更符合大学图书馆的身份。今后我们不妨向美国同行学习,跟着资源建设的步伐开展阅读推广,只要新购了价格昂贵的数据库或大套丛书,就举办一次阅读推广活动。

#### 1.5.2 从教育资源享用的角度开展阅读推广

我曾咨询过美国哥伦比亚大学图书馆的华裔馆员:贵馆的阅读推广为什么不是特别活跃?他说美国的大学,尤其是私立大学,学费昂贵,家长花血汗钱送子女上大学,孩子不读书会感觉对不起学费,所以很少人会傻到不读书,除非是来自贪污腐败、巧取豪夺的家庭,因为这种家庭的钱财来路不正,不费吹灰之力,孩子自然不懂得珍惜。因为学生通常有不读书吃亏的心理,所以美国的高校图书馆一般不需要费尽心思开展阅读推广。即便开展阅读推广,一般也会从教育资源享用的角度来切入,比如算一算当年借书最多的学生所借书的总码洋,算一算当年图书馆购入文献、借出文献总码洋的生均值,以“算一算,你为父母节约了多少学费”为标题推出排行榜,让不读书的学生看到这些数据产生强烈的吃亏感和傻瓜确认感,让积极读书的学生产生荣誉感、赢利感,以此提升同学们的读书热情。

和美国相比,我国的大学生,由于不是在资本主义的社会环境中成长,通常没有强烈的投入、收益观念,大多数学生只能想到交了学费就应该享受相应的师资、课程、食堂等基本的、核心的服务,而不会计较是否享用了图书馆、体育馆、影剧院等拓展素养的资源。不少人上完大学,从来没有或很少进出过图书馆、体育馆、影剧院,不认为吃亏甚而引以为傲。我国图书馆开展阅读推广,可以试一试美国高校图书馆同行的办法,从教育资源享用的角度切入,通过唤醒学生的吃亏感,从经济层面刺激同学们多读书。比如“年度读书之星”“读书达人”一年借书700多本,码洋达35000元,这个金额对不读书的同学就是一种震撼。再如,某高校图书馆的年度文献购置费是6900万元、纸质文献购置费是1800万元,在校生是3万人,算一算,生均分别是2300元、600元,这样的数据公示一下,就会触动从未用过图书馆资源的同学们。让同学们认识到不到图书馆、不利用图书馆的资源是吃大亏了,是挥霍父母的血汗、浪费国家的补贴,他们自然就会提高读书的动力。

#### 1.6 响应国际图书馆协会联合会的要求

### 1.6.1 开展识别假新闻的阅读推广活动

随着互联网的发展,网络上的假新闻越来越多,2016年,牛津字典甚至宣布“后真相”(post-truth)为年度热词,美国图书馆协会也将“后真相”列为2016年美国图书馆界的十大热点之一。为了帮助公众识别假新闻,同时也为了呼吁各国政府勿以反对假新闻之名滥用审查制度、限制知识自由,国际图书馆协会联合会(以下简称国际图联)在2017年10月于波兰弗罗茨瓦夫市举办的“世界图书馆与信息大会”期间发布了《国际图联关于数字素养的声明》,而且在当年的1月份,通过微服务账号,号召图书馆积极参与提升媒介素养、反对虚假新闻的活动,并推出了识别虚假新闻的八个步骤:了解来源、

查实内容、核实作者、证实真伪、核实时间、判断虚实、检查自身的偏见会不会影响判断、向专家求教<sup>[3]</sup>。这八个步骤还被国际图联做成了直观的演示图,征集翻译者,在网站上以41种语言、以PDF和JPEG两种格式发布,期待全世界的图书馆员和社会公众广泛下载、宣传<sup>[4]</sup>。在2018年的世界图书馆与信息大会期间,国际图联又发布了《国际图联关于假新闻的声明》。国际图联是图书馆行业的一个世界性组织,中国图书馆事业是世界图书馆事业的重要组成部分,对国际图联的号召我们理应积极响应。国际图联要求我们帮助公众提升数字素养、学会识别假新闻,这就是一个很好、很迫切的阅读推广切入点。



Fig.1 The Chinese version of the “how to distinguish false news” demonstration map issued by IFLA

图1 国际图联发布的“如何分辨假新闻”演示图中文版

清华大学图书馆的王媛,就是一位积极响应国际图联号召,身体力行深入开展帮助公众识别假新闻的阅读推广活动的图书馆员。她开设了一个微信公众号叫“我查查看”,2014年创建之初主要是记录为了回答读者咨询的有特色、有难度的问题,自己如何确定检索路线,检索过程中如何脑洞大开和柳暗花明,以及最终获得读者满意、享受极大成就感的过程,当时偏重于馆员之间的经验交流。后来,随着国际图联关于提升数字素养和应对假新闻声明的推出,王媛有意识地呼应这两个声明,将读者扩大为社会公众,经常针对公众广泛接触的假新闻开展检索。例如,在2019年中央电视台直播的春节联欢晚会

上,相声演员岳云鹏和孙越说了个主题为卖弄学问的相声《妙言趣语》,声称《新华字典》收字8万个,王媛敏感地意识到这是个硬伤,有误导大众之嫌,便亲身查阅,公布正确答案是1.3万字<sup>[5]</sup>。再如,有条新闻《中国取消3247吨美国猪肉进口订单,总价值65亿美元》,说的是美国宣布对中国商品加征关税的当周,中国取消大量从美国进口的猪肉订单。但是有眼尖的读者粗略计算了一下,平均每斤猪肉居然高达7006元,显然这是一条部分内容不正确的新闻。那么问题出在哪儿呢?王媛通过查阅作为新闻源头的路透社新闻原文、美国农业部网站、中国国家统计局网站、海关总署网站、中国知网、中国社会

科学文献出版社出版的皮书等大量参考源,不但得出错在65亿美元是美国全部出口猪肉的总金额,不是中国订单的金额,还用事实数据告诉公众,中国主要的猪肉进口国除了美国,还有加拿大、法国和丹麦,2019年中国的猪肉进口量不但明显上升了,价格还下降了<sup>[6]</sup>。王媛的“我查查看”公众号,低了说,是一名中国图书馆员单枪匹马的阅读推广,高了说,是中国高校图书馆的一个颇具代表性的积极响应国际图联关于数字素养和虚假新闻的声明的阅读推广案例,建议王媛申报国际图联的营销创新奖。

### 1.6.2 开展“一名馆员(读者),一条参考”的阅读推广活动

2016年1月,国际图联与维基百科媒体基金会合作,发起“一名图书馆员,一条参考”( #1lib1ref)活动,动员全世界的每一位图书馆员向维基百科贡献一个权威词条,迄今已连续举办五年。参与的方法分为简单的五步:一、寻找需要参考文献的条目。二、寻找支持此条目的可靠信息来源。三、使用维基百科的风格添加参考文献。四、在维基百科编辑摘要中添加项目主题标签“#1Lib1Ref”,通过此标签统计哪位馆员、哪个图书馆编辑词条最多,进行评奖。也通过此标签得知每年有多少名图书馆员参与活动,修正了多少词条。五、图书馆员可以在社交媒体上分享编辑过的词条并深入了解图书馆与维基百科的关系<sup>[7]</sup>。因为意识形态的原因,我国的图书馆员并不适合编辑维基百科的词条,但是“一名图书馆员,一条参考”这个活动显然是富有创意的,而且是国际图联倡导的,那么怎么办呢?我们可以到百度百科上编辑词条。据保守估算,我国公共图书馆至少有馆员6万人,高校图书馆至少有馆员9万人,加上中国科学院、中国社科院、中小学等系统的馆员,全国至少有图书馆员18万人<sup>[8]</sup>。如果每位图书馆员每年都修正或创建一个百度百科词条,坚持多年,将是一个庞大的数据。如果图书馆员都只修改和创建关于书的词条,那将更能体现我们的职业特点。我们还可以动员、指导全校师生参加这项活动,以一个独特的标签识别所有的参加者和活动成果。如果一所大学有3万名师生,那么一次活动就可以向百度百科贡献数万条准确的书目信息,将产生显著的社会效益。

### 1.7 梳理项目,合并项目,推出可持续的品牌项目

阅读推广发展到成熟阶段,必然会把已有的全部活动基于本质进行分析、归并,推出高度概括的可持续的品牌项目。例如美国就是把形形色色的阅读推广活动,总括为“一书,一城”。我国的新闻出版总署领导了多年的全民阅读活动,其突出贡献之一是推出了“书香+地域”口号,即前面两个字“书香”是不变的,后面的地域根据活动举办地的不同而变化,如“书香太原”“书香山西”“书香洛阳”等,这个口号具有高度稳定性,比较适合进行品牌建设和国际传播。相比起来,在前些年,图书馆界的阅读推广虽然创意繁多、可圈可点,但是因为没有统一的口号,显得缺乏顶层设计、杂乱无章。我曾向先后担任中国图书馆学会阅读推广委员会主任的吴晞老师、李东来老师建议过统一口号的问题。从2016年新一届阅读推广委员会成立开始,很欣喜地看到,每年的阅读推广主题终于相对统一了,2017年是“阅读,从图书馆出发”,2018年是“阅读,与法治同行”,基本上形成了“阅读,+”的模式。把这个坚持下来,图书馆界的阅读推广活动就可以变成一个大品牌。同理,高校图书馆的阅读推广活动,如果能提炼出一个统一的口号和活动形式,将是一个很大的贡献。比如说在口号方面,我就一直在考虑采用哪个好,当前比较中意的是“阅读即生活”和“阅读造就你我”。

### 1.8 推广与阅读有关的方法、技能和应用软件

阅读推广,现在我们主要是推广书籍的内容。今后,我们的视野应该放宽一些,对围绕在阅读周边的事物给予更多关注。比如,对读书方法的引导就要加以重视,像“何为SQ3R读书法”“何为居高临下读书法”“何为虚心涵泳读书法”等,我们可以邀请一些专家来讲解传授,指导读者在读书方法上掌握一些绝技。读书和记忆都是有专门方法的,武汉大学有一个记忆协会,经此协会训练的同学,多人在世界脑力锦标赛上拔得头筹,被授予“世界记忆大师”称号,其代表人物王峰,多次在江苏卫视的“最强大脑”节目中担任导师。邀请这个组织、这些人到图书馆谈书记忆问题,也是不错的阅读推广活动。此外,当前关于读书、记笔记的应用软件很多,关于思维导图的应用软件也很多,如何让读者选择最好、最适合他的应用软件,也是我们应该考虑举办活动加以指导的。

## 2 发展方向之二: 落实高等教育政策的新要求

高校图书馆的阅读推广若想搞得更好,不单是馆长,实际负责阅读推广的每一位馆员,都要及时认真地学习领会最新的高等教育政策,更通俗地说,就是要“操着教育部的心”,才能把阅读推广推进到新的层次、新的境界,符合高等教育发展的大局。高校图书馆的阅读推广是高等教育的一部分,倘若对最新的高等教育政策都不了解,怎么能指望其取得显著的成果呢?

### 2.1 高等教育政策的新要求

这两年我国的高等教育政策变化较大,高校图书馆应该深入了解。当前高等教育政策的新变化、新要求,主要体现在全国教育大会、新时代全国高等学校本科教育工作会议、2018—2022年教育部高等学校教学指导委员会成立会议所发表的领导讲话、会议文件,以及教育部关于加强高校思想政治工作的若干通知部署之中。

#### 2.1.1 全国教育大会精神

2018年9月10日,就是教师节当天,全国教育大会在北京召开,对教育事业的改革发展经验进行了全面总结,对教育事业的未来发展进行了全面部署。就高校图书馆的阅读推广而言,大会提出的“六个下功夫”最有指导意义。这“六个下功夫”是指:要在坚定理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神、增强综合素质上下功夫。为落实这六项要求,高校图书馆的阅读推广可以针对“六个下功夫”,一年推广一个专题,或者一次活动对应一个“下功夫”。另外,全国教育大会特别强调美育、强调劳动,提出要全面加强和改进学校美育,要在学生中弘扬劳动精神,美育和劳动自然应该作为高校图书馆阅读推广的切入口。

#### 2.1.2 新时代全国高等学校本科教育工作会议精神

2018年6月,教育部在成都召开了“新时代全国高等学校本科教育工作会议”,高度强调本科教育振兴,提出的口号是“以本为本”,即将本科教育作为高等教育的根本。教育部部长陈宝生有一句名言“本科不牢,地动山摇”。他认为振兴本科需要做好“四个回归”:回归常识,学生上大学的核心任务是学习;回归本分,教师的核心任务是教学;回归初心,高等教育的初心就是培养社会主义事业的接班人;回归梦想,高等教育的梦想就是立德树人,实

现中华民族伟大复兴。本科教育工作会议把本科教育提到空前重要的位置,所释放出的大魄力、大举措重振本科教育的雄心壮志,应该被每一位参加阅读推广的馆员所了解,只有如此,今后的阅读推广才能更加贴合振兴本科教育这个大背景。

#### 2.1.3 2018—2022年教育部高等学校教学指导委员会成立会议精神

2018年11月1日,教育部教学指导委员会成立会议在北京国际会议中心召开,图书情报工作指导委员会是教学指导委员会序列中的一支。这次的教学指导委员会成立会议空前隆重,新成立的111个教学指导委员会(不含分委员会)的主任委员出席会议,各委员会的副主任委员、分委员会主任委员、秘书长和部分委员代表共1600余人列席会议,教育部陈宝生部长、林蕙青副部长发表讲话,高教司吴岩司长作专题报告,其主题都是“振兴本科教育”。那天参会的老师都有一种深切体会:感觉整个会场的上空就飘着四个字——“振兴本科”。可以说,“本科教育薄弱”是当前人民群众和教育部对高等教育现状的一项基本判断,“振兴本科教育”被教育部提高到前所未有的高度,作为办人民满意的高等教育的一项重要任务。

陈宝生部长特别强调振兴本科教育的“三大纪律八项注意”。“三大纪律”是不抓本科教育的高校不是合格的高校,不重视本科教育的校长不是合格的校长,不参与本科教育的教授不是合格的教授。对教授要实行一票否决制,评职称的时候,没有给本科生讲过课,就没有评教授资格。“八项注意”就是要求高校领导注意力首先在本科对焦,教师精力首先在本科集中,学校资源首先在本科配置,教学条件首先在本科使用,教学方法和激励机制要首先在本科创新,核心竞争力和教学质量要首先在本科显现,发展战略和办学理念要首先在本科实践,核心价值体系要首先在本科确立。对高校图书馆而言,引申部长的话,不重视为本科生服务的图书馆自然不是合格的图书馆。“八项注意”中的“学校资源首先在本科配置”“教学条件首先在本科使用”,对高校图书馆最有针对性,最有指导意义,是高校图书馆开展资源建设、阅读推广、知识服务的政策依据和指南针,高校图书馆的阅读推广今后要特别注意向本科生倾斜。

另外,教学指导委员会成立会议提出“双万计

划”即建设一万个国家级一流专业点和一万个省级一流专业点,一万个国家级和一万个省级线上线下精品课程。如今各个高校都在忙着推进“双万计划”。高校图书馆的阅读推广,要紧跟“双万计划”的建设步伐,尤其是万门国家级和万门升级精品课的建设步伐。关于建设什么样的课程,高教司司长吴岩指出要淘汰“水课”,打造“金课”,瞬时成为金句。他还特别强调在课程建设的过程中,资源一定要到位,确保优质资源向本科教育倾斜。联系到高校图书馆的阅读推广,对我们的要求显然是:一要紧密配合课程建设开展阅读推广;二要淘汰“水阅读推广”,打造“金阅读推广”。当然,不但话语要跟上,决心和行动也得跟上。吴司长对“金课”的定性是有“挑战度”和“高阶性”,今后阅读推广选用的读物相应地也得摆脱“悦读”的倾向,突出“加负”“挑战度”“高阶性”这些方面的特点。

吴岩司长的报告,还介绍了美国的哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工学院和英国的一些名牌大学以及国际高教联盟等为什么重视本科?出台了哪些政策文件和方案?讲解了教育部关于全面推动“四新”(新工科、新医科、新农科、新文科)建设的部署。吴岩司长再次重申了已被记者和教育界奉为金句的“三个不复返”:不能搞“玩命”的中学,也不能办“快乐”的大学!一部分学生天天打游戏、睡大觉、谈恋爱,“醉生梦死”的日子一去不复返了;一部分教师“认认真真培养自己、稀里马虎培养学生”的日子一去不复返了;一部分学校“领导精力投入不足、教师精力投入不足、学生精力投入不足、资源配置不足”的日子一去不复返了!会议最后要求,要在高教界形成振兴本科的压倒性态势。

#### 2.1.4 国务院、教育部关于加强和改进思想政治工作的方针

近些年,从中央到教育部都非常重视高校的思想政治工作。关于思想政治工作的一些政策文件间接地对高校图书馆提出了新要求,给予了新启发,为高校图书馆的阅读推广甚而更多业务的改革发展打开了新路径。

2017年2月27日,中共中央、国务院印发《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》,自2017年2月27日起实施。这个文件提出“三全育人”,即全员育人、全程育人、全方位育人。高校图书馆是高校的一部分,其所有工作自然要遵

循“三全育人”的要求。

2017年12月6日,教育部发布《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》,提出了“十大育人体系”:课程育人、科研育人、实践育人、文化育人、网络育人、心理育人、管理育人、服务育人、资助育人、组织育人。几乎每一个育人体系,图书馆都能嵌进去,我们可以依据这“十大育人体系”,对图书馆业务进行分类、映射,并积极与学校负责思想政治工作的主要部门和院系联系,把图书馆的服务变成思想政治工作的资源支撑和辅助力量。同样阅读推广也是如此,可以针对“十大育人体系”,开展不同的活动。近期本人受邀审阅中国图书馆学会2019年年会的部分征文,发现有位图书馆员思想上很先进,已经结合“十大育人体系”思考图书馆阅读推广了。我认为这位同行在开展阅读推广的时候,有政策观念、全局意识,境界很高,故而给他的论文评级较高。

#### 2.2 响应高等教育政策的阅读推广应该怎么做

##### 2.2.1 研读高等教育政策,掌握共同语言,从上到下执行

高等院校的书记、校长乃至中层干部,更有条件参加国家重要的教育会议,接触教育方面的政策文件,对国家的高等教育政策有更加全面深入的了解。然而大多数图书馆员并没有这样的条件,如果我们不主动关心、学习国家的高教政策,则很有可能根本不知道当前高等教育的主流话语、主旋律是什么,不知道高等教育政策的新变化对高校图书馆的新要求是什么,那么图书馆如盲人瞎马般的阅读推广,能得到校领导和别的部门的领导的认可和支持吗?显然不能,所以开展阅读推广的图书馆员必须加强对高等教育政策的学习,和高等教育战线的其他人形成共同语言,和高等教育改革发展的总步调保持一致。处在同一个政策频道的阅读推广,才能得到学校领导和有关部门的大力支持。

##### 2.2.2 分层次开展阅读推广

高校图书馆以前的阅读推广,都是笼统地面向所有学生的,今后要注意面向研究生和本科生分别开展阅读推广。现在高等教育界显然有两个主要政策,一个是“双一流”建设,面向科研和研究生的;另一个是振兴本科教育。针对这两大政策,图书馆至少可以把阅读推广分成两个层次:面向研究生的和面向本科生的。特别是面向本科生,要开展一些针

对性很强的阅读推广活动,取代以前笼统的阅读推广活动。

### 2.2.3 减少“悦读”型阅读推广,加大对经典文献的阅读推广

此前有一阵子我们很体谅学生,觉得学生的专业课学习已经很辛苦了,作为第二课堂的图书馆,应该多向学生推广一些休闲的消遣性的读物,让他们暂时撇开功利性阅读,纯粹享受读书过程的美好和轻松愉快,所以很多图书馆开展了“悦读”型阅读推广。但是现在家长、社会、教育部对大学本科生学习状况的判断发生了根本变化,认为中小学生在“减负”太累,本科生一直在“减负”,太轻松,因而对本科生在课程上、阅读上的新要求是“加负、高阶性、挑战性”。响应这样的高等教育政策,高校图书馆的阅读推广也要随之改变,也要转向“加负、高阶性、挑战性”,从“悦读”向“劝读”“苦读”倾斜,向经典倾斜。不论是专业经典还是综合性经典都是有相当难度的,下多大力气都难以穷尽掌握其微言大义,甚至有很多专家终生研究一部经典。推广经典,更加符合高等教育政策的新要求,更有利于扭转本科教育薄弱的现状。

### 2.2.4 从教学源头开展阅读推广

高校图书馆面向读者开展的阅读推广,实际上是在教学的末端开展阅读推广。现在“双万”计划强调打造两万门精品课程,高校图书馆正好可以借势把阅读推广上溯到课程这个教学的源头。美国的大学生之所以爱读书,美国的高校图书馆之所以表面上不够热闹,原因就在于它们的阅读推广已经融入到了教学的前端,全部课程都采取了基于大量阅读的探究式、启发式教学方式。这种教学方式要求不背死书,但要博览群书,每一节课都布置大量的参考书,不读完下节课根本无法参加讨论,而且小组分工式的任务部署,会让读书懒惰者拉低整个团队的分数,对集体荣誉下降的愧疚感会一步步刺激那些不爱读书的学生习惯读书。刚到美国大学读书的中国留学生,因为语言不过关和学习方式的不适应,多有一段半夜两三点苦读参考书的炼狱般的体验,等慢慢习惯了,跟上了学习的节奏,也就养成了读书的好习惯。

高校图书馆将阅读推广移至教学前端,就是主动参与本校的课程建设。一要积极推动课程的教学方式改革,努力劝说学校教务部门、各学科的教学指

导委员会,鼓动各课程采取美国那种基于大阅读量的探究式、启发式教学方式,提高课程对图书馆文献资源的需求量。二要设法融入“双万”计划,将阅读推广变成“双万”计划的一部分,保障文献资源到位到足。具体而言,图书馆要争取拿到学校的全部课程表,请每位教师标注课程需要的参考书,优先保障到位。对精品课程再辅之以更加精细的服务,争取以出色的表现,得到学校主导“双万”计划建设部门的认可。国外的大学图书馆已有这方面的成功经验,如加拿大的多伦多大学图书馆与教务部门和教师合作开展“教学大纲与课程储备”(Course Reserves and Syllabus Service)项目,编制《课程指南》(Guides by Course Code),哪门课程需要哪些阅读材料,图书馆一清二楚,可有的放矢地采购、提供<sup>[9]</sup>。

关于从教学源头开展阅读推广的重要性,我有切身体会。1995年秋冬,我在北大读硕士的第一个学期,政治课要求全校所有硕士新生都要阅读恩格斯的《反杜林论》,下达要求的那节课后,大家蜂拥进入图书馆,等我找到放置此书的书架时,发现此书已被借空。图书馆既没有为此书准备更多复本,也没有在书架附近提供从哪里可以得到此书复印件的信息,或从校内何处可以购到此书的信息,显然图书馆并不知道政治通选课对此书的庞大需求量。2008年秋冬,我在北大读博士的第一个学期,政治课要求全体博士新生阅读马克思·韦伯的《新教伦理与资本主义精神》,课后到图书馆去借,也是早被一抢而空。这两个事例说明,纵然是北京大学图书馆,在课程需求的保障上,做得也不到位,被动的阅读推广都没有做好。

今后图书馆开展阅读推广,一定要了解全校的课程,尤其是要了解全校公共通选必修课需要什么书。对于《反杜林论》《新教伦理与资本主义精神》这样的参考书,按照当前图书馆通行的复本规则,最多只购买5本,那么最好能在书架边上贴一个二维码,让借不到实体书的读者通过扫描二维码,下载电子书。或者准备一个高清的电子版,放到指定的复印室,指引需要的读者到复印室得到打印的图书。图书馆还可以跟校内书店合作,指引在图书馆借不到书的同学,到书店以优惠价格购买图书。推动课程阅读,紧跟课程阅读,千方百计地服务课程阅读,图书馆的阅读推广才能够推进到深入的层面,收到更好的效果。

### 2.2.5 辅助高校思想政治工作

高校思想政治工作的三全育人体系、十大育人体系,都可以和高校图书馆的宗旨、职能、任务对接上,借助这些育人体系,高校图书馆的阅读推广可以设法通过思想政治建设渠道进行推进。当前高校思想政治工作领域的任务很重,相关部门也在积极谋求创新,希望找到改革的突破口。图书馆工作若能全面融入思想政治工作,对图书馆工作、对思想政治工作而言都是一个创新路径,容易打开合作共赢的局面。

### 2.2.6 善于通过民主党派知名人士寻求支持

前些年有关部门曾转给教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会(以下简称图工委)秘书处一个提案,内容是某民主党派的一位知名人士了解到某些大学图书馆的阅读推广活动的物质奖励比例较大、金额较高,奖品有iPad、Kindle等,认为阅读岂能靠物质引诱,就向教育部递交了一份反对此类活动的提案。教育部委托图工委秘书处回复此提案,并调查此类现象、推动整改。这份提案警醒高校图书馆,在开展阅读推广的时候,物质奖励的比例一定要控制好,不能喧宾夺主、改变活动的性质和初衷。

2018年,民进中央又通过教育部找到图工委秘书处,称有知名人士反映图书馆的社会服务做得不到位,希望了解高校图书馆社会服务的现状到底是什么情况。实际上我们从事高校图书馆工作的同行都知道,高校图书馆从未拒绝面向社会服务,只不过社会服务是一项系统工程,需要学校各个部门的支持,仅凭图书馆一家承诺是不行的。即便图书馆允许社会人士进馆,但学校保卫部未必允许校外人士进校门,校园卡的管理部门未必会给社会人士办卡,社会人士的私家车进不了校园,大学校园的面积又很大,从校门走到图书馆就是不短的路程,社会人士中的绝大多数也未必真有阅读高校图书馆侧重专门知识的文献的需求,很多对高校图书馆的社会需求其实是伪需求。尽管由于各种原因,高校图书馆的社会服务并没有想象得那么薄弱,也没有想象得那么需求旺盛,但是从社会观感的角度,它经常成为民主人士批评图书馆的一个话题。如何建议学校通盘改进这项工作并向社会做好宣传解释是图书馆应当认真考虑的。

2019年初,又有民主党派知名人士给教育部递交提案,反映十年来高校校园及周边的书店越来越

少了,不利于校园文化建设,建议在图书馆内增设书店。图工委秘书处接受教育部委托,调查了1000多所高校图书馆的馆长或业务主管,47%的被调查单位称校园及其周边的书店数量没有减少。还有不少图书馆馆长认为新书阅览室可以代替书店。当然也有在馆内开设书店取得良好成效的图书馆,如湖南大学图书馆、沈阳师范大学图书馆等。经过摸底调查,教育部采纳了民主党派知名人士的提案,下一步将会出台支持性政策,推动在高校图书馆开设书店。

上述三个例子表明,在民主协商制度下,民主党派知名人士的意见是非常重要的,常常是推动一项工作发生制度性变化、进行制度性建设的一个支点、一个转折点。前面这三个例子都是民主党派知名人士批评高校图书馆工作的,如果我们转换思路,设法让民主党派知名人士成为了解、支持高校图书馆的一支力量,就会变被动为主动,取得意想不到的成效。比如主动了解校内有哪些民主党的知名人士,请他们经常性地参与指导图书馆的阅读推广活动,让他们体会阅读推广对学生的重要性,了解政策和资金支持对开展阅读推广活动的关键作用。如果这些知名人士肯在学校、教育厅乃至更高层面反映高校图书馆阅读推广的意义和亟需的支持,很可能比图书馆自身规规矩矩地通过行政渠道向上反映需求的效果更好。

### 2.2.7 树立校园大文化的观念

中国文化建设比西方文化建设制度优越、行动高效的地方,就在于西方将文化事业和文化企业的活动范围规定得泾渭分明,政府主导的公益活动只能委托事业机构,一般不让企业染指,以免造成为企业做广告的嫌疑,而我国文化改革的突破点,多放在充分发挥文化事业单位和文化企业机构的各自优势。如全民阅读,既动员了图书馆这样的事业单位,也动员了广播电视、报刊社、出版社等文化企业,甚至主管文化企业的新闻出版总署一直是全民阅读的主要倡导机构和领导机构,发挥的作用大于主管文化事业的文化部。文化部主导的公共文化服务体系建设,也广泛动员了企业的力量,很多城市的阅读空间建设,都是公共图书馆和书店、商场、教育培训机构等企业单位联合共建的。如此就造成了“卖书的人利用公权力、打着公益的旗号推广书”的奇异现象,这在西方人看来是很难理解的,但是对我们而言,阅读推广既推动了文化事业,又推动了文化产

业、事业、产业的目标都是把文化产品送到人民手里,何乐而不为?

高校图书馆的阅读推广,也要树立校园大文化的观念,勇于打破文化事业单位和文化企业单位的藩篱,多和校园及其周边的书店、咖啡店、银行等企业单位合作,发挥事业、企业的各自优势,共享资源,共同推进阅读推广。比如沈阳师范大学图书馆,在馆内引进一家书店。书店精装修了那片空间,成为图书馆开展阅读推广的良好阵地,书店还可以帮助图书馆联系作家,前来开展真人图书馆活动,必要时还可以赞助图书馆的阅读推广活动。对书店而言,它开在图书馆,租金很少或减免,人流、购买力又有保障,获得了稳健的收益。如此,图书馆和书店就实现了双赢。

### 3 发展方向之三:将“诗和远方”相结合

“读万卷书,行万里路”将“诗和远方”相结合,是中国历代知识分子的梦想。2018年,党的十九大之后的政府机构调整,历史性地将文化部和旅游局合并,成立文化与旅游部,全国知识界欢呼雀跃,庆祝“诗和远方”首次从行政层面实现了结合,反映了人民对美好生活的新定义、新追求。隶属于文化与旅游部的公共图书馆,很快就把将“诗和远方”相结合作为开展阅读推广的新方向<sup>[10]</sup>。

受到公共图书馆的“传染”,预计很多高校图书馆下一步也会把的阅读推广瞄向“诗和远方”。另外,高校图书馆的确也有加强面向“诗和远方”开展阅读推广的机遇和理由。

一是高校的科学研究的越来越多地采用田野调查方法。传统上,考古文博专业、生态专业的师生常常挥师远方,或挖掘古墓、清理沉船,或到大草原上调查土壤、生物、气候等生态变化,而当前社会学、政治学、经济学等绝大多数专业都在纷纷开展田野调查,即便是图书馆学专业,以前多认为是室内之学,现在多数项目也都基于大量调研来完成,如北京大学王子舟教授在2019年刚刚由国家图书馆出版社出版的《乡村民间图书馆田野调查笔记》。

二是高校的人才培养越来越多地采用访学、留学、游学等联合培养的方式。像北京大学很早就向国外大学派遣访问学者,近十年的博士生教育,多数与美国大学联合培养。每年北京大学还有很多到国外大学留学、游学的项目,包括校际交流、寒暑期学

校、奖学金项目等,2019~2020年供本科生申请的五大洲海外学习项目就多达99项,其中日本大学有19所,美国大学有11所,英国大学有9所<sup>[11]</sup>。

三是高校的帮扶、援建和支教项目越来越多。如云南省大理市弥渡县是北京大学的定点帮扶地区;烟台大学、山西大学是北京大学援建高校;北京大学响应“西部计划”,每年都动员在校生、毕业生到西部支教。

四是高校的国防生、选调生具有一定比例。根据部队建设需要,2017年之前,地方高校和军队院校每年招录一些国防生,进行联合培养。各省党委组织部每年都有计划地从高等院校选调品学兼优的应届大学本科及其以上毕业生到基层工作,作为党政领导干部的后备人选和县级以上党政机关高素质的工作人员人选进行重点培养,这些毕业生被称为选调生。

对于上述因为各种原因需要奔赴远方的师生,高校图书馆要认真调查他们的需求,针对不同的远行任务,提供菜单式阅读推广。比如对外出进行田野调查的师生,高校图书馆应该开展有关田野调查方法、历史上的经典调查成果、调查地风土人情、调查地名胜、调查地文学艺术、调查装备、调查安全保障等方面读物的阅读推广。对于到国外访学、留学、游学的师生,高校图书馆应该准备和推广关于课程、语言、国情、生活、安全等方面的文献。对于参加帮扶、援建、支教的师生,高校图书馆需要为他们筛选、推广关于继续学习、教学参考、教学方法、地方志、厨艺、避险、自救等方面的文献。对于国防生和选调生,虽然他们已经离开学校,失去了学籍,学校图书馆没有继续为他们服务的义务,但是考虑到这些校友选择了到基层、军队这些更加艰苦的地方,比其他毕业生发扬了更多的奉献精神,十年、二十年后,其中的佼佼者将成为政坛、军界的国家栋梁,高校图书馆应该将他们作为需要重点关注的校友,与他们保持比较密切的联系,持续提供经典名著、名师新作,以让他们感受到母校的关爱,激励他们继续学习,永葆在校时的求知精神、高远理想、火热激情、人民本色,将来成长为不忘初心、牢记使命、德才配位的人民公仆。

即便是没有特别的远行任务的师生,每年的寒暑假也会有回家探亲和四方旅游的机会,假期前夕都是图书馆开展将“诗和远方”相结合的阅读推广

的好时机。像西南交通大学图书馆,就开展过主题为“带本书去旅行”的阅读推广,在师生暑假出发之前推荐一批书,请他们根据自己的需要带上一本去旅行,假期后交上读后感,进行评奖。

随着人们的收入增加,旅游成为家庭生活的常态,每年寒暑假之前,各个高校的工会都会联系旅行社,向教工推荐旅行路线,为教工的组团旅游提供方便。参与自由行、自驾游、户外运动游的教工的人数更多。对高校的教工,图书馆也可以搞一些阅读推广。

适合“诗与远方”相结合的读物,无非是目的地的地方文献以及介绍旅行装备及其使用技巧的文

献,地方文献包括山川、路线、风俗、人物、物产、文学艺术等,旅行装备文献包括汽车、摄影、户外用品、野外生存等方面的指南,尤其是摄影方面的教程可能需求更多。

因为奔赴远方的读者,不可能背负沉重的行李,行李太重则难以优雅、难有诗意,所以面向“诗与远方”的阅读推广,所推广的读物最好转换为数字格式,打包成一个个资源包,请读者下载后带走,或从远方能够随时下载。为评估读者的利用效果,可以邀请读者在旅行之后提交读后感、游记、旅行攻略、摄影大片、绘画作品等,组织读者进行交流和评比。

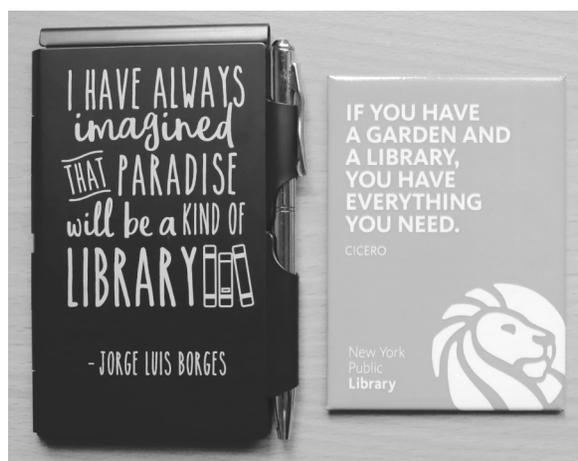


Fig.2 Small gifts sold by American library: note boxes and refrigerator stickers

图2 美国图书馆销售的小礼品:便签盒与冰箱贴

随着旅游的普及,高校图书馆因为通常处于校园中心,是高校的主体建筑、最美观的建筑,内部环境温馨雅致,正在逐渐成为校外人士心中的“诗和远方”,成为旅游打卡的地标。国外知名的图书馆,多数已经成为旅游点,它们都很重视对自身的魅力和价值进行阅读推广,编辑出版了很多介绍本馆亮点、有趣点的书,放在馆内开设的礼品店销售。礼品店还销售各类与阅读、与图书馆有关的文创产品,像印着名人关于图书馆的名句的冰箱贴,印着古典名画中的读书图的笔记本、台历,印着书架图案的领带、手提袋,等等。有的图书馆还划出专门空间,供有需求的人来拍婚纱照。我国的高校图书馆也不能无视人们到图书馆旅游的社会需求,逐步做好面向旅行者开展阅读推广的准备:一来向游客推广介绍本馆的文献,让游客领略图书馆的魅力和价值;二来向游客推广与图书馆所在高校、所在城市、所在省份有关的知识。由此说来,“诗和远方”相结合的阅读

推广又包括两方面的含义,一是面向图书馆之外的“诗和远方”的阅读推广,二是将图书馆作为别人心目中的“诗和远方”的阅读推广。

以上就是现阶段本人关于高校图书馆阅读推广发展方向的思考,不当之处,疏漏之处,敬请方家指正、补充。

#### 参考文献:

- [1] 许建业.阅读推广:强化培基固本 注重品质发展[EB/OL]. [2019-05-31]. [http://www.jslib.org.cn/njlib\\_mtjj/201803/t20180327\\_159180.htm](http://www.jslib.org.cn/njlib_mtjj/201803/t20180327_159180.htm).
- [2] 馨远.美国高校图书馆为何不搞阅读推广[EB/OL]. [2019-06-03]. <https://mp.weixin.qq.com/s/9mdqzNHWPpKV9xM6XnRZoQ>.
- [3] 吴建中.再议图书馆发展的十个热门话题[J].中国图书馆学报,2017(4):7.
- [4] IFLA.How to spot fake news[EB/OL]. [2019-06-03]. <https://www.ifla.org/publications/node/11174>.
- [5] 常薇.小岳岳说对了,却说错了《新华字典》的汉字

- 数[EB/OL]. [2019-06-03]. <https://mp.weixin.qq.com/s/Cf-gIVFiJ8v90Hwr74NeZUw>.
- [6] 常薇.从路透社一则贸易新闻查起[EB/OL]. [2019-06-03]. <https://mp.weixin.qq.com/s/liwVvYriBURWg-WzocuKHxQ>.
- [7] 1Lib1Ref[EB/OL]. [2019-06-10]. <https://en.wikipedia.org/wiki/1Lib1Ref>.
- [8] 王启云.图书馆从业人员有多少?[EB/OL]. [2019-06-10]. <http://blog.sciencenet.cn/blog-213646-586682.html>.
- [9] Charting our Future. University of Toronto libraries' Strategic Plan 2013—2018 [OL]. [2019-06-10]. <https://oneresearch.library.utoronto.ca>.
- [10] 王世伟.关于公共图书馆文旅深度融合的思考[J].图书馆 2019(2): 1-6.
- [11] 北京大学 2019-2020 学年度校际交流项目申请通知[EB/OL]. [2019-06-15]. <http://www.oir.pku.edu.cn/info/1058/4095.htm>.

## The Development Direction of Reading Promotion in University Libraries

WANG Bo

( Peking University Library , Beijing 100871 , China)

**Abstract:** Based on three aspects of rich experiences: long-term participation in research and practice of reading promotion in university libraries; working for a long time in the Secretariat of Steering Committee for Academic Libraries of China and understanding the new policies of higher education; long-term reviewing the contributions submitted to *Journal of Academic Libraries* on reading promotion in university libraries , the author puts forward three major development directions of reading promotion in university libraries include moving towards routine service , implementing the new requirements of higher education policies and combining documentation with travel.

**Key words:** library; university library; reading promotion; conventional service; development direction

作者简介:王波(1970-) ,男 ,博士 ,北京大学图书馆研究馆员 ,研究方向:阅读推广与阅读疗法。

收稿日期:2019-06-18