

# 民办高校推荐书目策略浅议

## ——以四川工商学院为例

A Brief Discussion on the Strategy of Recommended Bibliography in Private Colleges and Universities  
——A Case Study of Sichuan Business College

余燕莉

Yanli Yu

四川工商学院  
中国·四川 成都 611745  
Sichuan Business College,  
Chengdu, Sichuan, 611745, China

**【摘要】**民办高校图书馆紧跟全民阅读推广步伐,旨在提高用户对阅读的认识、对知识的拓展、对文化的传承;论文根据向用户推荐书目的现状,浅议向用户推荐书目的策略——以四川工商学院为例。

**【Abstract】**Private University Libraries keep up with the pace of reading promotion, aiming at improving users' understanding of reading, expanding knowledge and inheriting culture. According to the current situation of recommending bibliographies to users, the paper briefly discusses the strategy of recommending bibliographies to users, taking Sichuan Business College as an example.

**【关键词】**民办高校;推荐书目;四川工商学院

**【Keywords】**private university; recommended bibliography; Sichuan Business College

**【DOI】**10.36012/lcs.v1i1.750

## 1 引言

联合国教科文组织设置“世界读书日”从1995年4月23日开始,2019年4月23日已经是第24个“世界读书日”。2012年中国在十八大报告中明确提出要“开展全民阅读活动”,2014年中国政府工作报告中第一次提出“倡导全民阅读”;民众很受鼓舞,提高民众素质任务达成共识。图书馆界响应国家政策的号召,积极开展阅读推广活动。

## 2 推荐书目与阅读推广的联系

汉代刘向和刘歆父子的《别录》《七略》、班固的《汉书·艺文志》等,是最早的阅读推荐书目;可见,中国推荐书目可追溯到古代。此外,清末张之洞的《书目答问》堪称阅读推荐书目的典范。

在浩瀚书海中,用户会为选择书籍而感到迷茫,而推荐书目可以引导用户的阅读方向,提高用户的阅读兴趣。因此,书目是图书馆进行阅读推广活动的中心。

## 3 民办高校图书馆向用户推荐书目及组织阅读推广活动的现状

中国政府提出“倡导全民阅读”的号召后,各高校图书馆

积极筹备开展相关阅读活动。中国高校图书馆开展阅读推广活动的形式主要有新书推介、书展、名师讲座、竞赛、征文活动、图书漂流、读书沙龙、读书会,也有“互联网+”背景下的经典名著在线游戏、新媒体阅读推广、微拍电子书,还有国外引进的“真人图书”等<sup>[1]</sup>。在这些阅读推广活动中,典型并且创新的阅读推广案例有南阳师范学院图书馆绿茵读书沙龙、北京大学图书馆“书读花间人博雅”、清华大学图书馆“读有故事的人、阅会行走的书”以及四川大学图书馆“光影阅读-微拍电子书”等。参照之下,民办高校图书馆的阅读推广就较薄弱。

四川工商学院图书馆向用户推荐书目是通过电子档发布的形式,图书馆阅读推广人难以对用户进行面对面的导读交流。阅读推广人编制的推荐书目只是介绍书主要内容,对书中的丰富精髓和作者的创作背景未加以探究;专业性较强的推荐书目工作只是简单的开始,未实现推荐书目工作的个性化。因此,用户对推荐的书目采用度不高,大多只是略读;用户更专注于自己感兴趣的书籍。这些具体体现在:四川工商学院图书馆在孔子诞辰日、世界读书日及其他国家重大节日举行了“书海寻宝”“相约春天·阅读励志”“重温红色经典·追寻时代精神”等一系列阅读推广活动,受到学生好评,但周期性较短,活动范围较小,未能形成一个长效互动机制。

## 4 民办高校图书馆推荐书目的困惑

### 4.1 迷惑性

推荐书目无法把握适合度和与用户产生共识的机率。这就要求民办高校阅读推广人对全校所设置的专业和部门有所了解,对不同年级、不同专业、不同群体的用户进行有度地推荐。但是,各个用户也有浓厚的自我兴趣方向。因此,民办高校阅读推广人应当如何拿捏推荐书目的度,如何同用户进行推广交流,就具有很大的迷惑性。

### 4.2 利用性

推荐书目是否具有科学性。用户对图书精髓的领会程度如何,用户之间的交流如何,此书目是否符合此专业当下所面临实际问题的可操作性。

### 4.3 时间性

用户如何合理地安排时间对推荐书目进行翻阅并且领悟图书精髓。

### 4.4 效果性

用户是否接收了书目,如何将书中知识进行有效和科学的运用。具体来讲,是指用户接收此书后如何能把书中知识运用到大学学习中,如何能对第二课堂知识有所延展。

## 5 民办高校图书馆推荐书目策略浅议

民办高校图书馆向用户推荐书目主要以馆藏资源为基础,导读书目与学科服务和专业研究结合。推荐书目引导用户从功利阅读走向经典阅读,从兴趣阅读走向问题阅读<sup>[1]</sup>。

四川工商学院图书馆向用户推荐书目,尤以编制辅助书目为主;做此工作的老师就是民办高校图书馆阅读推广人。我对阅读推广的理解:向全校用户发布的书目,应当有科学性、时代性、心理性、抽象性、综合性等特点;民办高校阅读推广人应当对全校所设置的专业和部门有所了解,对不同年级、不同专业、不同群体的用户进行有度的推荐;向不同用户推荐的书目,应当根据时下社会关注的问题进行辅助推荐和建设推荐。

①推荐的书目应当避免盲目性,应同各专业有一个调查报告的互动。通过报告分析用户所需书籍与推荐书籍的差距,使书更具有实用性,同时可以了解用户的兴趣性并以此进行书目拓展。因为是实地调查,所以更有确切性。

②推荐的书目同各领域结合,应在同一学科具有不同的

版本。不同的版本在思想内涵和内容深度方面也存在很大差异,旨在帮助用户更好地策划当下各专业发展所面临实际问题的解决方案。

③推荐书目应当以用户的兴趣采纳度为基础。建议对书籍进行略读和精读,使阅读推广活动在书籍发展历史长河中奋勇向前,使阅读推广的长效互动机制逐渐积淀,使书中内涵得以传承、发展。

④由于阅读推广人推荐书目时,带有强烈的自我倾向性,书的雅与俗也有定性。生活在当下的用户所阅读文学作品的风格与长期做阅读推广人推荐书目的风格有不同,雅与俗有了新的诠释,这给阅读推广人带来了时代的穿梭与甄别。事实上,界限清晰的雅与俗是不存在的,在现实生活中常表现出“你中有我,我中有你”的既对立又统一的状态。所谓“雅文学”,其作品未必尽都雅正;古代批评家斥斥的“俗”,实际上大多存在于“雅文学”末流作品之中。“俗文学”的许多作品,更绝不能以平庸、浅陋视之;小说戏曲的一些名著的风格和造诣表明,它们其实是很雅的。所谓“俗文学”与“雅文学”分类的根据不是情趣和艺术品位的高低,而是文学样式的通俗与否。

⑤延展书籍必须要做好读书笔记,提炼自己的观点,写出微书评,与民办高校阅读推广人进行互动,旨在探讨当下对此书内容的理解。不同用户的交流可以促进用户多层次地理解此书的内容,对书的架构有自己初步的认识,为自己洞察书的演变埋下伏笔,使用户情不自禁地爱上书籍和历史文化。

## 6 结语

推荐书目与图书馆界阅读推广活动的结合,目前还只是一种尝试;系统理论的指导和全面可操作的推荐体系还未形成。推荐书目形式探索中,用户参与度不高;推荐书目必须具有个性化特点,阅读推广人员必须具有专业素养并加强与用户之间的互动交流。四川工商学院图书馆的推荐摸索,旨在使每一位用户找到自己感兴趣的书籍,使每一本书规则地留下用户阅读的痕迹,使阅读的痕迹可以得到有效和有序的交流。

### 参考文献

- [1]卢青.高校图书馆推荐书目策略初探新西部[J].2019(24):110-111.
- [2]李雅,孙何凝.推荐书目与高校阅读推广——以苏州大学等高校的本科必读书目为例[J].高校图书馆工作.2019,39(5):62-66.