

【编者按】本栏目由本刊和e线图情 (www.chinalibs.net, www.chinalibs.cn) 合办,对图书情报领域的知名专家进行特约访谈。受访专家就特定问题的真知灼见将陆续见刊,以飨读者。本期受访专家为钱军,男,博士,现任南京邮电大学图书馆馆长,兼任中国图书馆学会图书评论专业委员会副主任,长期致力于藏书、图书评论、阅读推广等方面研究与实践。

开展读书活动,创建书香校园 ——访南京邮电大学图书馆馆长钱军博士

刘锦山,崔凤雷

(北京雷速科技有限公司,北京100085)

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2015.11.011

近几年,南京邮电大学图书馆在阅读推广的探索 and 实践中取得了可喜成绩,荣获了由中国图书馆学会颁发的2014年度“全民阅读先进单位奖”。作为一所以工为主的大学,南京邮电大学图书馆在阅读推广方面到底有哪些特色呢?带着这样的问题,e线图情走访了中国图书馆学会图书评论专业委员会副主任、南京邮电大学图书馆馆长钱军博士。

一、导读性馆刊《书林驿》

刘锦山:当前,阅读推广在我国日益得到重视,越来越多的高校图书馆积极参与其中。记得您曾经指出,“阅读”才是图书馆的灵魂所在。那么,首先请您介绍一下贵馆在这方面的经验和做法。

钱军:建设书香校园,提高大学生的人文素养和科学素养,是图书馆必须认真探索的重要课题。在阅读推广方面,我们针对以理工科为主的学校学科背景,以馆训“知书达理”为理念,以馆刊《书林驿》为平台,筹建阅读推广部,贯穿全年开展阅读推广活动。早在上世纪八十年代,我们学校就成立了读书协会,在图书馆馆员指导下为学生开展导读服务和阅读活动。1999年,我们学校举办了首届读书节活动,当时《光明日报》、《南京日报》等多家媒体都给予了报道。最近我们还连续三年参与承办了全国馆员书评活动,今年是第三届,主题

是“馆员的阅读发现”。

作为“开展读书活动、创建书香校园”的一个组成部分,2013年10月,我们馆编印了第一期导读性馆刊《书林驿》。表面上看这只是一本有形读物,但实际上是以我们的很多活动、很多导读工作做支撑编撰出来的。当时是怎么想到创办这个刊物的呢?2013年,中国图书馆学会图书评论专业委员会在全国图书馆中发起馆员书评征集活动,我们馆是承办单位之一。为了对参与但未获奖的馆员的积极性给予充分地肯定和鼓励,我们便萌生了一个想法,那就是编印一份馆刊,通过刊物把这些书评推荐出去。在上半年馆员书评活动后,下半年我们的第一期试刊号就推出了。我们对这本刊物的设想是:立足于校园,不限于校园,希望我们的刊物能够在全国范围的高校里产生辐射作用。在突出特色方面,我们的考虑是:结合学校的办学特色,把邮电文化特色用足用好。刊物封面设计为一辆邮车从书中缓缓驶出,寓含传递书香文化;封底则是一张与书或阅读相关的邮票,通过对邮票背后所隐含的阅读学意义进行解读,激发读者的阅读情意。其实,学工科的学生不是不读书,而是不知道如何读,因此指导他们阅读就显得尤为重要,或言之,“导”是我们馆开展大学生阅读推广的重点环节之一。

每期馆刊中,会有十篇左右的书评来指导阅读:“好书漂流坊”栏目会指导读者如何选书;“学海悦读舫”栏目是学生读者结合自己的成长经历来谈读书。

还有就是“赏”，“鉴赏”的“赏”。为什么要强调“赏”呢？在阅读时代，网上看到的东西太多了，到底什么是好、什么是不好，需要大学生具有鉴赏的能力、价值判断的能力，能够在获取的大量信息中鉴别、取舍，为我所用，这是阅读推广中必须要强调的重点。所以我们的阅读推广还有一个定位，就是要引导学生的鉴赏能力。在相对比较独立的“书林杂谈吧”栏目里，会针对阅读中存在的一些热点问题探讨，比如数字阅读与纸本阅读的问题，深阅读与浅阅读的问题，经典名著为什么读不下去的问题，等等。“驿站导读榜”栏目，每期大概推出十本左右的图书，我们并没有把“新”作为推荐的唯一定位，而是推荐学生认为好的图书，哪怕是前几年出版的，我们照样会推荐。但是这个容量毕竟有限，所以又开辟了“好书漂流坊”栏目，不仅老师给学生推荐书，学生也可以给学生推荐书，比如一个学生在毕业前向学弟学妹们推荐阅读那些他认为比较好的书。现在每年的毕业季，我们都会开展这项活动，已经成为一项传统。相对老师而言，学生更能了解学生，推荐的书会更接地气、更具可读性。在“好书漂流坊”里，我们会按专题推荐图书，比如寒假到了，我们的专题就定为利用寒假培养文史情意，按照这一主题来为学生推荐图书；临近毕业时，我们会推出“毕业套餐”专题，为即将毕业、步入社会的学生推荐一些有关亲情的、如何应对工作中遇到的挫折的以及如何与同事相处、如何适应社会的图书，帮助他们顺利融入社会。

目前，国内图书馆的馆刊主要有这样几种类型：其一是业务动态型，主要是报道图书馆开展的工作；其二是学术型，主要是报道图书情报研究方面的情况；其三是信息推送型，以文摘、题录等二次文献形式为读者推送各个学科的前沿信息；其四是导读型，侧重于以指导读者阅读为目的，我们的馆刊就属于这一种。最近我们对民国以来图书馆馆刊的发展情况进行了梳理，应该说图书馆办馆刊是有历史和传统的。我国近代最早的、公开连续出版的图书馆馆刊，是浙江图书馆1915年出版的《浙江公立图书馆年报》，同步于我们现代意义上的图书馆的诞生，主要报道图书馆的业务动态，传播图书馆的理念、模式、理论等。1928年5月，《国立北平图书馆馆刊》创刊，其内容扩展为以研究图书馆学、目录学、文献学乃至文史学问，研究图书馆工作、图书馆事业为主，成为我国图书馆馆刊发展史上的一个转折点，对我国图书馆事业以及图书馆学专业的发展起到了很好的推动作用。上世纪八、九十年代至本世纪初，图书馆工作重点

发生了变化，信息咨询服务慢慢兴起，馆刊也随之向报道信息动态方面转型。现在呢，图书馆进入到了一个新的阶段，即推广服务的阶段，馆刊在这样的大背景下势必要担负起阅读推广的作用。图书馆的推广服务并不是对传统工作的否定，而是对传统工作的深化和升华，其作用是更加有效地把我们的流通阅览服务延伸出去，把我们的信息推广服务推送出去。正是基于这样的考虑，我们办了这样一个刊物。从现在国内高校的发展形势来讲，导读性正逐步成为我们馆刊发展的时代性特征。

二、馆刊内容建设策略

刘锦山：要在学生中充分发挥馆刊的作用，发行是一个很重要的环节。贵馆每期馆刊印多少册？采取怎样的投稿机制？

钱军：我们每期馆刊印1000-1500册，根据阅读推广活动的需要，有时会加印。为了尽量多地让学生接触到馆刊，每期大概有几百本纸质版的馆刊在我们图书馆大厅免费赠阅。对于积极参与阅读活动的学生，我们会奖励一套全年的馆刊。但是要达到全校两三万学生人手一册，经费上毕竟还是有一定难度，因此除了纸质版，我们还有网络版、微信版和手机终端版，通过这样几种途径组合推送，来扩大馆刊的阅读覆盖面。馆刊每期的用稿量，大概在四万字左右。据了解，有人专门收藏我们的刊物，甚至还有专门收藏我们的毛边本的。

为了锻炼学生，履行人才培养的义务，我们鼓励、引导学生参与到馆刊工作中来，虽然很多学生的稿件我们不能直接用，需要编辑人员做很多修改工作，无形中增加了很多工作量，但是从人才培养的角度来看却是非常值得的。我们开展阅读推广，并非为追求经济效益，而是要实现读者受益。对于我们的刊物来说，要的不是赚钱的经济效益，而是阅读推广、人才培养的效果，学生受益，就是我们的效益。马云说，开办电子商务网站就好比开茶馆，一个好的茶馆需要具备五要素：优越的地理位置、优质的茶叶、优质的水质、优质的服务以及最为重要的，独特的茶文化。比照马云的“茶馆理论”，我们这本刊物的定位就相当于茶馆的地理位置，一定要找准刊物的定位，有了准确的定位，才能有鲜明的特色，才能聚敛阅读的人气。第二，好的内容和稿源就是好的茶和水，要具有可读性、可鉴赏性、可推广性。我们刊物中推荐的图书，都会注明收藏在哪里，

学生可以随时来图书馆借阅, 真正达到推广的效果。第三, 提供优质的阅读服务。如今的快节奏、快餐化时代, 大家都在读网、读手机, 每天被各种有用甚或无用的信息裹挟着, 静下心来深度阅读和思考散发着幽幽文化气息的书和文章实非易事, 因此我认为我们的刊物要为真正爱好读书的学生服务好, 让他们多多读到我们推广的好书。第四, 类比于茶文化, 在学校里营造一种可识别的校园阅读文化。高校非常重视校园文化建设, 而校园文化中, 书香文化、阅读文化是很重要的一部分。那么什么又是“可识别”呢? 直白地说, 就是有别于其他学校的意思。比如茶文化, 有日本的茶道、福建的茶道等等多种可识别、可区分的特色茶文化, 我们所要营造的校园书香文化就是要区别于其他高校的、独具特色的南邮书香文化, 凝聚人气, 打造书香气场, 最终达到阅读推广的效果。要提高馆刊的人气, 一是利用包括网络媒体在内的各种媒体开展活动; 二是以各种形式与读者展开互动, 比如举办刊评会、就某一热点话题的讨论会, 等等, 一方面对改进工作很有帮助, 另一方面也聚集了人气, 达成了共识。

目前我们正在筹建阅读推广部, 统筹全馆的阅读推广工作, 将刊物与活动结合在一起来办, 将临时性开展的活动固化为覆盖全年的三季活动, 即入学季、毕业季、校庆季, 常态化地在全年开展阅读推广活动, 从抓眼球转向抓效果。四月份是校庆季, 4月20日是我们的校庆日, 恰巧可以与4月23日的“世界读书日”和“江苏全民阅读日”相结合, 阅读推广以共同推荐为重点, 主题就是鼓励大家相互推荐好书, 引发共鸣。然后是五、六月份的毕业季, 阅读推广活动以高年级学生为主, 不仅限于毕业班。接下来就是下半年十月、十一月的入学季, 针对的是大一、大二的低年级学生。在每季突出重点的基础上, 我们还会有其他活动贯穿全年。为了统筹全馆资源来常态化地开展阅读推广活动, 我们认为有必要成立专门的阅读推广部。有了这样一个专门的部门和一批对阅读推广工作热心尽力的馆员, 一定可以更好地整合馆内外甚至校内外资源, 把常态化的活动开展得更加有声有色。

三、馆刊与活动相结合

刘锦山: 钱馆长, 馆刊与活动相结合的做法很有创意, 非常新颖, 请您以一些比较典型的活动来谈谈活动的策划。

钱军: 我认为策划就是统筹调配人力、文献、组织、制度等各种资源为活动所用的过程。要做到这一点, 最重要的一条就是要采取区别于传统工业化或计划经济思维的互联网思维模式。首先就是要有个性化服务的思维, 针对不同读者的不同需求提供服务, 即便目前还无法实现一对一, 但必须按需求分类提供服务, 由此再逐步走向个性化服务, 我们策划的活动也与这样的发展方向是高度契合的; 第二是坚持公益化、平台化, 就是我们的阅读推广活动的规划跟出版社和书商是不一样的。图书馆很多服务是免费的, 收益是什么? 是读者的社会效益而不是经济效益。

那么到底如何应用互联网思维来策划阅读推广活动呢? 我总结了四个路径。一是从饥饿型策划走向套餐型策划。所谓饥饿型策划就是只推荐有限的几本书给读者, 这样他才会有意愿去精读。套餐型策划是按照特定读者群的需求给以一个专题系列的图书推荐, 其中总有一本是适合的。这种套餐型策划较之饥饿型策划, 向个性化的服务更迈进了一步, 两者要有机结合。二是要从运动型临时性的策划走向常态型的策划。抓住一个突发的临时性热点, 比如莫言获得诺贝尔奖进行阅读推广的策划, 然后从热点走向常态型策划, 如持续开展有关诺贝尔获奖作品、作家的阅读推广, 再继续展开到经典阅读推广, 等等, 尽量由一个热点充分延展开来, 而不是随时更换毫无关联的热点。三是要从独立型的策划走向联动型的策划。以前很多策划都是我们图书馆一个部门在做, 但是在开展活动时肯定不是一个部门在做, 特别是一些规模比较小的学校和图书馆, 更需要和相关单位、部门, 甚至学会、协会合作, 借助必要的外力和资源来做, 这就是联动型。四是要从单向型策划走向交互型策划。我们以前开展的很多活动都是属于灌输性的, 推荐书目是单向型的策划, 而交互型的策划是要让受众参与到策划中来, 相互推荐阅读, 图书馆只是负责提供交互推荐的平台以及把把关。当然单向型的策划并不是不再需要, 而是不能停留于只做单向型策划。

总而言之, 我认为高校的阅读推广因学校的自身情况而异, 一定要找准自身的定位, 根据自己的特点创意策划, 开展阅读推广活动。一些大的高校图书馆, 尤其是综合性大学图书馆, 在做好校内阅读推广的同时, 要尽可能地以开放的思维走出校园融入到全民阅读中去, 从而在所在地区真正发挥引领作用; 规模比较小的学校图书馆, 比如在某一地区、行业有一些影响的地方高

校、理工高校、高职院校的图书馆，要尽可能地做出属于自己独一无二的特色，在校园范围内营造出通识性的书香氛围和环境。

四、以馆员为本促进书香校园建设

刘锦山：您认为当前高校图书馆和馆员面临的主要挑战是什么？对此您有什么建议？

钱军：目前，图书馆正处于一个变革的时期，馆员的素养面临着巨大的挑战，究其原因网络、自动化等应用技术的迅猛发展。过去属于馆员的日常业务如借还书，现在有了自助借还书系统来完成；如打印复印文献资料，现在直接网上下载全文自助打印即可；软件有专业的软件开发商在做，数据库有专业的数据库商在做，有了移动图书馆，我们的读者还跑图书馆来干什么？等等，等等，诸如此类。之前美国一些高校图书馆大幅裁员，足以印证这一无奈的现实。我们必须思考的是，还有哪些工作是只能由我们图书馆员来做的？在生存发展与急流勇退的抉择面前，我们的馆员如何提高自身素质，赢回存在感，避免被时代所淘汰？为此，我们制定了一套馆员学习制度，所有出去参加了学术会议、学术活动的员工，回来后必须作半小时左右的汇报，共享有限的学习资源，实现业务素质的共同提升；由我馆牵头开展的活动，鼓励大家都要参加，融入到积极向上的氛围中，在潜移默化中逐步提升自身素质。

图书馆的人员中，有相当一部分是其他专业背景的，要在图书馆发挥更好的作用，就必须学习掌握图书馆学、情报学、文献学、版本目录学等专业知识，这对图书馆事业以及个人的职业生涯发展都大有裨益。再有，我们馆开展的活动一般要求中级职称以上的人员尽

量参与，慢慢地形成科研氛围。图书馆不同于学院，也不同于后勤部门，呈现出人员层次多样化的特点，我们在办馆理念中特别强调了以业务研究为基础，就是要求馆员积极开展建立在业务相关基础上的研究，继而以阅读文化为载体，以科学管理为保障，以优质服务为追求，传播学术资讯，增值知识财富，以书育人化人。

再来看我们的馆训“知书达理”。这里的“理”，不是礼貌的“礼”，而是道理的“理”。我们认为作为图书馆人，首先要懂书，要具备相关的业务知识和能力，而后是要懂得为人处事的道理，先“理”才能有“礼”。高校人才培养的着力点有三个，即知识、素养和能力。知识的传承主要靠专业教育，而素养和能力方面，图书馆则大有可为。高校图书馆通过开展阅读推广活动，参与校园文化和人才培养，将阅读与文化紧紧结合起来，营造好的文化氛围，提升学生的人文素养、科学素养，以文化育人化人。不得不提的是，现在很多高校将通识教育异化为课程，但是一位研究通识教育的学者曾说过，通识教育不应只是课程，阅读和交往才是通识教育的重要途径，我对此深表赞同。因为通识教育的最终目的是提高人的综合素养，所以图书馆在通识教育方面应该发挥应有的作用，而阅读推广恰可以提高或者说深化图书馆人才培养的功能。美国曾经有位学者说过，教育是你走出学校后把老师教授的知识统统忘掉后所留下的东西，或言之，真正的教育不只是知识，而更重要的是文化素养和能力。因为知识和技能出了校园就可能过时了，而文化素养和能力却永远不会过时。这也阐明了，对于一所学校而言，校园文化是非常重要的软实力，它有利于走出校园步入社会的学生们终身学习，有利于他们建立书香家庭，有利于和谐社会的构建。

作者简介

刘锦山，男，1969年生，博士，北京雷速科技有限公司董事长，E-mail: ljs@leisun.net。
崔凤雷，女，1970年生，学士，北京雷速科技有限公司。

（收稿日期：2015-10-17）