

安徽农业大学图书馆文化品牌的构建

龚健, 秦秀, 朱建军, 林晖, 金梅, 应新杰 (安徽农业大学图书馆, 安徽合肥 230036)

摘要 阐述了图书馆文化的内涵和建设, 基于实体空间和虚拟空间构建了安徽农业大学图书馆的文化品牌。通过构建4个文化品牌, 搭建了图书馆与读者之间互动的桥梁, 实现了创新发展, 体现了自身的价值。

关键词 图书馆; 文化建设; 品牌; 创新

中图分类号 S058 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2017)36-0217-02

Construction of Cultural Brand of Anhui Agriculture University's Library

GONG Jian, QIN Xiu, ZHU Jian-jun et al (Library of Anhui Agricultural University, Hefei, Anhui 230036)

Abstract We expounded the connotation and construction of library culture and constructed the cultural brands of the library of Anhui Agricultural University. Through constructing 4 cultural brands, we built a bridge between library and readers, and achieved innovation and development, so as to reflect the value of their owns.

Key words Library; Cultural construction; Brand; Innovation

长期以来, 图书馆深受“藏书楼”思维模式的影响, 常常忽视自身功能和形象的宣传, 缺少有效的推广手段, 导致读者流失严重。具体表现在以下方面: ①中心工作围绕着“馆藏”来开展, 创新思维不足。②在服务项目和方式上虽然有所创新, 但宣传不到位, 很多读者对图书馆的传统认知没有改变。③搜索引擎等互联网技术的快速发展产生了新的服务方式和服务机构, 图书馆不再是获取知识的唯一渠道, 图书馆的人气和地位逐渐下降^[1]。图书馆的传统服务方式已经无法适应新时期的发展要求, 传统服务亟待创新。

2015年12月31日, 教育部印发《普通高等学校图书馆规程》(教高[2015]14号)(以下简称“规程”), 这是针对图书馆工作的最高层级的部级规范性文件。“规程”第二条界定了高校图书馆的性质, 提出高等学校图书馆是校园文化和社会文化建设的重要基地。“规程”第四条规定了图书馆的4项主要任务, 其中第3项任务为: 不断拓展和深化服务, 积极参与学校人才培养、信息化建设和校园文化建设^[2]。同时, 国际图联在《国际图联(IFLA)战略计划(2016—2021)》(以下简称“规划”)中提出, 2016—2021年将从社会中的图书馆、信息与知识、文化遗产、能力建设等4个战略方向上着力, 加强图书馆在社会中作为信息中心、教育中心、研究中心和文化中心的作用。无论是国内还是国外, 都把图书馆的文化建设提高到很重要的位置。这些行业组织制定的有关图书馆的章程和发展规划, 为图书馆的创新发展指明了方向。

关于图书馆文化建设方面的研究, 国外的研究分为两派, 一种倾向于物质资料和设备建设, 另一种倾向于人文精神方面的建设。国外关于图书馆文化建设的研究更倾向于通过多种手段为读者提供更加舒适和人性化的学习环境。国内关于图书馆文化建设研究, 主要集中在图书馆制度文化和环境文化建设方面, 且理论研究较多, 实践成果较少。笔者阐述了图书馆文化的内涵和建设, 基于实体空间和虚拟空间构建了安徽农业大学的四大文化品牌。

1 图书馆文化的内涵

关于图书馆文化的定义, 学术界尚没有统一的观点。“文化”代表社会群体共同的思维特征。图书馆文化的内涵, 宏观上, 既可提升人的境界, 又传递崇高的人文精神^[3]。学术界普遍认为, 图书馆文化包括精神文化层面、物质文化层面和制度文化层面3个方面。闫建平^[4]认为, 图书馆文化包括服务文化和管理文化两大方面。卢红^[5]认为大学图书馆文化是指一所大学图书馆所形成的、独具自身特色的观念、思想和心理状态以及与大学图书馆相适应的规章制度、组织方式和行为模式。

2 图书馆文化的建设

图书馆作为文化传承的机构, 其精神实质是文化的传播, 优质的文化服务不仅能提升读者对图书馆认可度, 而且能影响到整个大学校园的学习氛围。传统的文化传播服务方式是被动的, 其服务方式亟待创新。“文化符号”始终是图书馆象征, 所以创新也必然要围绕着“文化”来开展。

2.1 图书馆文化的建设思路 从“文化”的角度着手, 进行服务创新, 不断丰富服务的内容和形式, 探索新的服务模式, 满足读者多元化的需求, 是图书馆发展创新的落脚点。然而, 图书馆文化建设的重要内容就是构建文化服务品牌。优秀的品牌服务有利于提升服务层次和水平, 扩大图书馆活动和生存的空间。文化品牌作为一种外向型的文化活动, 有利于加强读者与图书馆工作人员之间的良性沟通^[6]。

从广告学的角度来看, 只有让读者对广告产生兴趣, 才会对广告中的内容和服务产生兴趣。图书馆采用广告的方式要比直接向人们宣传口号更有效果, 更能引起读者的兴趣。根据图书馆自身特点, 凝练特色文化和精品文化, 精心设计文化活动, 进而推出图书馆的文化品牌, 不仅能提升图书馆服务的竞争力和影响力, 而且能增强图书馆的吸引力与凝聚力^[7]。

总而言之, 文化品牌的创建, 有利于提高图书馆服务水平和服务层次。图书馆必须改变旧观念, 紧随时代的步伐, 利用各种广告媒体来宣传图书馆文化, 树立品牌意识, 积极打造文化品牌, 让更多的读者走进图书馆的大门^[8]。

2.2 图书馆文化品牌建设的范围 在文化品牌的创建过程中,考虑到人类活动空间已经从现实空间向虚拟空间过渡,文化建设不能分离现实和虚拟2个部分。

信息技术和网络技术的日新月异,数字图书馆迅速发展,电子书和数据库产品的普及,读者与图书馆的交互方式越来越依赖于虚拟技术营造的数字信息环境。伴随着移动互联网技术的快速发展,各种虚拟技术产品(如移动图书馆、掌上图书馆等)不断出现,新的资源获取形式及阅读方式正在悄然改变着读者的学习方式和思维方式。同时,基于网络平台的各种虚拟空间或组织不断涌现,它们超越了传统组织的模式范畴,组织与组织之间互相渗透,进一步促进了文化的传播范围和速度^[9]。基于虚拟空间的图书馆文化服务形式已经客观存在于读者周围,图书馆的文化品牌建设也必然要依赖于新平台、新媒体的推动,进一步促进图书馆文化和知识的传播。

3 安徽农业大学图书馆文化品牌的构建

安徽农业大学图书馆在文化建设的过程中不断摸索总结,逐渐凝炼出了4个特色鲜明的文化品牌(图1)。在实体空间上逐步构建了两大文化品牌“青禾书店”和“青禾讲坛”;在虚拟空间上逐步形成两大文化品牌“洛洛”和“图图”。



图1 基于实体空间和虚拟空间构建的四大文化品牌

Fig.1 The construction of four cultural brands based on entity space and virtual space

3.1 实体空间的两大文化品牌:青禾书店和青禾讲坛 通过“校园书店运营创意大赛”,在全校范围遴选具有优秀创新创业思路的学生创业团队,最终组建了青禾书店的学生运营团队。通过图书馆、出版社、书店和读者之间的互动,将大学生的创新创业与书香校园结合起来。

2016年4月20日,有学生全程参与设计的“时代书苑·青禾书店”正式营业。“时代书苑·青禾书店”包含三大文化元素:“时代书苑”是安徽时代出版发行有限公司的品牌文化元素;“青禾”是安徽农业大学的校园文化元素;“青禾书店”则是安徽农业大学大学生创新创业文化元素。“青禾书店”实现了三大目标:第一,完善新图书馆的功能,弥补图书馆馆藏的不足,让读者第一时间可以查阅新书;第二,为具有优秀创新创业思路和实践能力的在校大学生提供学习、实践和创业平台;第三,开创“馆企团学”合作、互惠共赢的图书馆事业发展新机制。

聆听诸位学者、教授用平实的语言讲述我国的历史文

化、经典华章,了解我国学术发展的趋势,增长见识、开阔视野,从而在个人文化水平上得到全面提高。因此,在“青禾书店”的基础上又开设了“青禾讲坛”。

“青禾讲坛”实现了三大目标:从微观层面,让大学生“多读书”“爱读书”和“会读书”;从中观层面,让读书成为一种习惯,让读书成为大学生日常生活中不可或缺的部分;从宏观层面,联手作者、编辑、出版发行企业、图书馆、读者,推广全民阅读,打造“书香安农”“人文安农”“优雅安农”。

3.2 虚拟空间的两大文化品牌:洛洛和图图 “河图”与“洛书”是我国古代流传下来的2幅神秘图案,是华夏文化的源头,历来被认为是河洛文化的滥觞^[10]。“洛洛”“图图”这2个名称,缘起于这一极具文化气息的“河图洛书”。

洛洛,以图书馆新媒体学生团队为代表。新媒体学生团队负责运营图书馆官方的微信、微博和QQ平台,是图书馆资源与服务的线上线下推介者。团队的宗旨为:让更多的人了解图书馆,喜欢图书馆,爱上图书馆,分享丰富的共享资源。自“洛洛”品牌创立以来,除了建设、运营维护平台外,还在线上和线下开展了许多颇具特色的文化活动。例如,移动图书馆校园推广“三进”活动(进办公室、进教室、进宿舍)、万圣节知识奇妙夜、牛人访谈、读书分享会、第一届图书馆主题辩论赛、图书馆独立建馆60周年庆、MOOC校园推广活动、MOOC小组及信息素养夏令营选拔等。团队还积极拓展合作,与人大数媒旗下的“壹学者”合作推广图书馆的资源与服务,并在校内寻找合作伙伴,拓展宣传推广渠道。

图图,以图书馆学生服务中心学生团队为代表。图书馆学生服务中心负责运营民间的微信、微博和QQ平台,协助图书馆老师开展工作,反馈读者信息,开展校园文化活动等。在2015年安徽农业大学官方微信平台举办的“首届最受喜欢的学生组织校园活动”评比中,图书馆学生服务中心以“世界读书日海报展暨好书推荐活动”获得一等奖。“图图”除了运营微信、微博和QQ平台外,还承办了多个富有创意的文化活动。例如,第一届图书馆文化节(征文活动、募书活动、图书海报展、摄影大赛、好书推荐等),连续三届的“万方杯”数据库检索大赛等。这些精心打造的文化品牌,扩大了图书馆影响力,使图书馆服务在时间和空间上得到了延伸,促进了服务质量的提升。

4 小结与展望

无论是基于实体空间的文化品牌,还是基于虚拟空间的文化品牌,其目的都是为了传播图书馆的文化理念和服务理念。这4个文化品牌,从4个不同的角度满足了读者个性化的需要,形成了6个与读者互动的文化圈。同时,达到了推广全民阅读,打造“书香安农”的目的。通过文化品牌的构建,不仅在图书馆与读者之间搭建了一座桥,而且实现了学者、作家、编辑、出版社与读者之间的一座桥,架起了实体空间和虚拟空间的一座桥。

通过文化品牌的创建,一方面,提升了图书馆的服务品质和服务层次,增强了读者与图书馆的黏度;另一方面,图书

(下转第240页)

查和各年份的统计年鉴数据,对该地区农业转移人口市民化的基本特征进行了描述,发现该地区正处于快速城市化发展阶段,城镇化的潜力巨大,但也面临一些挑战,如城市群内部各城市之间的人口特征空间差异较大,大城市人口吸引力远大于中小城市,且城市人口以省内输入为主,缺乏省外吸引力。同时,受珠三角城市群的辐射,环长株潭城市群输出人口数量也较大,特别是衡阳和湘潭等城市成为重要的人口流出地。

表7 中央、地方政府对环长株潭城市群农业转移人口市民化成本的分担

Table 7 The sharing cost table between central and regional government in rural-urban immigrant urbanization of Circum-chang-zhutan urban agglomeration

项目 Item	成本类型 Cost type	人均成本 Per capita cost/元	比例 Proportion %
中央政府 Central Government	社会保障成本	2 085	33.31
	住房成本	23 835	
	机会成本	2 603	
	小计	28 523	
地方政府 Local government	城市基础设施成本	33 261	66.69
	住房成本	23 835	
	小计	57 096	

注:表中数据由2010年全国人口普查资料及2010年中部各省统计年鉴计算,计算结果为2010年价格水平下的市民化成本

Note: The data in the table are calculated from the 2010 national census data and the statistical yearbook of central provinces in 2010, and the calculated results are the urbanization cost under the price level in 2010

农业转移人口市民化的社会成本分析发现,环长株潭城市群人口市民化平均总成本为164 293元,其中最高的是株洲市261 859元,最低的为娄底市104 845元,二者相差157 014元。而城市间的各项市民化的子成本也存在较大区域差异,如湘潭市具有最高的人均社保成本,株洲市具有最高的人均城市生活成本和人均住房成本,长沙市具有最高的人均基础设施成本,常德市具有最高的人均教育成本和机会成本。进一步考虑市民化的收益,长沙市市民化收益最高,为人均31 828元/a,益阳市最低,为人均21 034元/a。基于此,分析各城市市民化的成本-收益平衡点,则长沙市仅需10.83年回收成本,株洲市耗时最长,需24.22年。

进一步分析政府、企业和个人在市民化中分担的责任,则环长株潭城市群人口市民化成本分摊为:政府分担84 402

元;企业分担37 059元,个人分担45 601元,三者的成本分担比例为50.52:22.18:27.30。而中央和地方的分担关系为,中央政府分担28 523元,地方政府需分担57 096元,二者的分摊比例为33.31:66.69。

考虑到当前长株潭城市群农业转移人口市民化的基本特征和成本分担机制,为确保该地区农业转移人口市民化目标的按质按量顺利完成,该地区人口市民化的基本路径可从5个方面考虑。一是继续推进符合条件的农业转移人口落户城镇,遵循降低户籍门槛、取消户籍与福利挂钩等原则,或者逐步取消落户指标控制,或者以农民工的农村土地换取城市户口。二是企业和政府应不断加大对进城农民提供职业培训,破解农民工培训供给中的“市场失灵”与“政府失灵”双重困境,并敦促企业健全用工制度。三是逐步建立以市场为主导的人口转移机制,各地政府应尊重市场规律,尊重农民的自由迁徙意愿、居住、择业、交易权和产权,保证城乡生产要素自由流动。四是确保农业转移人口平等地享有城镇公共服务,如农民工子女义务教育、农民工公共卫生服务、住房供应、政治民主参与等基本权利。五是不断降低农民进城的个人成本,如盘活农村住房,建立农村产权流转交易市场,推动农村产权流转交易公开、公正、规范运行等,减轻农民进城的固定资产无法变现等难题。

参考文献

- [1] 武小龙,刘祖云.城乡差距的形成及其治理逻辑:理论分析与实证检验——基于城市偏向理论的视角[J].江西财经大学学报,2013(4):78-86.
- [2] 顾焕章,顾海,徐怀伏.要素流转制度创新与农业现代化[J].江苏社会科学,2002(5):1-5.
- [3] 刘传江,程建林.双重“户籍墙”对农民工市民化的影响[J].经济学家,2009(10):66-72.
- [4] 张国胜.基于社会成本考虑的农民工市民化:一个转轨中发展大国的视角与政策选择[J].中国软科学,2009(4):56-69,79.
- [5] 张北平.农业转移人口市民化的成本研究[J].山西财经大学学报,2013,35(1):14-15.
- [6] 王晓红,王吉恒.农业转移人口市民化成本困境及对策分析[J].农业现代化研究,2015,36(5):767-772.
- [7] 胡桂兰,邓朝晖,蒋雪清.农民工市民化成本效益分析[J].农业经济问题,2013(5):83-87.
- [8] 张继良,马洪福.江苏外来农民工市民化成本测算及分摊[J].中国农村观察,2015(2):44-56,96.
- [9] 陆成林.新型城镇化过程中农民工市民化成本测算[J].财经问题研究,2014(7):86-90.
- [10] 周春山,杨高.广东省农业转移人口市民化成本——收益预测及分担机制研究[J].南方人口,2015(5):20-31.

(上接第218页)

馆工作人员与读者之间形成了良好的互动,进一步促进了图书馆工作人员的工作热情,营造出更加浓厚的图书馆文化氛围。

参考文献

- [1] 李彦芝.数字环境下高校图书馆服务创新新理念、新思考[J].咸宁学院学报,2011,31(1):98-99.
- [2] 李岩.高校图书馆人才队伍建设的回顾与对策:由《普通高等学校图书馆规程》(修订)谈起[J].图书馆论坛,2004,24(2):37-40.
- [3] 曹霞.图书馆文化内涵及其功能[J].科技视界,2014(8):189,201.
- [4] 闫建平,唐曙南,李巧林.高校图书馆文化品位及其建设[J].合肥工业大学学报(社会科学版),2009,23(2):15-18.

大学学报(社会科学版),2009,23(2):15-18.

- [5] 卢红.新时期加强图书馆文化建设的思考[J].图书馆工作与研究,2012(6):73-75.
- [6] 王玲.信息时代背景下高校图书馆文化建设思路[J].文化学刊,2017(9):153-154.
- [7] 李继萍.图书馆文化构建研究:以晋中学院为例[J].晋中学院学报,2017(5):101-105.
- [8] 吴昌合,左亮亮.刍议图书馆广告宣传[J].图书馆工作,2008(4):15-18.
- [9] 常青,马万民.大学图书馆虚拟文化及其构建研究[J].河南图书馆学刊,2016,36(3):36-38.
- [10] 张玉龙,张迪妮,郭海霞,等.古堡西风瘦马:古邑开阳堡建筑环境艺术探析[J].河北建筑工程学院学报,2010,28(2):74-76.