《世界上最最好玩的发明》[美]乔·拉提甘著 [美]安东尼·奥斯利绘 龙羽西译/电子工业出版社2016年9月版/69.80元

世界上有很多人和你一样，脑子里藏了许多稀奇古怪的念头。其中一些人用智慧、知识和坚持不懈的试验，一次又一次地尝试做出改变世界的发明。正因为这些最最好玩的发明汇集了人类最活跃的想象力和创意力，电脑和智能手机才会诞生，我们的生活才被彻底改变！该书收录了全世界123名发明家和他们的147项最最好玩的发明。这些发明家想象出了世界的另一种可能，迈出了探索的第一步。他们的发明在让孩子捧腹大笑、惊讶得直伸舌头的同时，也为孩子普及了发明和专利的基础知识，打开了孩子通往创意世界的大门。

●馆配新书

《教育管理的智慧——校长访谈录》杨江峰编著/福建人民出版社2016年6月版/32.00元

该书通过对30位中小(幼)校(园)长的采访，呈现了教育管理实践中有智慧、有困惑、有感触的鲜活案例，为中小(幼)学校管理者、后备管理者提供了一个探讨、交流、传承、争鸣、创新的平台；同时该书也可以作为高校、培训机构相关课程的辅助参考资料。

导读性馆刊如何在校园营造书香文化

■钱军(南京邮电大学图书馆馆长)

关键词
馆刊 服务 阅读

高等教育具有四大职能，即人才培养、科学研究、服务社会和文化传承创新。通过编印馆刊，推进校园阅读文化建设，有助于深化高校图书馆在四大职能中的地位和作用，更好地发挥文化育人功能，在校园营造积极向上的书香文化。

马云在谈到其创业的成功经验时多次提到，办网站就好比开茶馆，茶馆是为广大茶客和买卖人之间提供一个喝茶和谈话交流的场所，客户来这里喝茶、谈生意、合法交易，我们提供平台，收取服务费，马云将其成功的经验概括为“茶馆理论”。办导读性馆刊，与办电子商务平台、茶馆，有异曲同工之妙。“茶馆理论”的精要在于，办好茶馆有五个必备要素：一要有优越的位置，二要有优质的茶水，三要有优良的服务，四要有独特的文化，五要有旺盛的人气。这五个要素同样也适用于作为书香阵地的高校图书馆导读性馆刊建设。即：一是要有明确的阅读推广定位，二是要有好的内容，三是提供优质的阅读服务，四是要营造可识别的校园阅读文化，五是凝聚人气打造书香气场。

要有明确的阅读推广定位

办茶馆要选择好的位置，对于一份导读性馆刊，“位置”可以理解为“定位”。编印馆刊的目的，是为了抢占书香阵地、促进校园阅读。不同的学校，应当结合校情实际，明确自己的阅读推广定位，从而使馆刊更好地服务校园阅读推广。例如，无锡科技职业学院创办的导读性内刊《吴风书韵》，利用无锡在吴文化中的独特地位，把利用吴文化资源促进学生阅读作为自己的特色定位，就非常有创意。南京邮电大学图书馆针对该校学子学科背景以理工科为主的情况，尝试引领读者逐步从参考书、习题集、文艺小说的阅读峡谷中走出来，激发读者由“浅”入“深”的阅读兴趣，培养阅读习惯，鼓励阅读人文经典和科学经典，较好地契合了理工科高校的学生特点。只有找准了定位，才能让导读性馆刊得到多元化发展，在各自的校园发挥应有的阅读推广作用。

要有好的内容

茶是茶馆的内容，导读性馆刊建设更要靠内容、靠好的稿源。如果重形式、轻内容，那么，“皮之不存，毛将焉附”。有了好的定位，关键还要有形式多样、生动活泼的好文章。在2014年中国图书馆界“阅读推广类内刊内报专题座谈会”上，南京大学信息管理学院徐雁教授对图书馆所编内刊内报进行了点评，他认为此类刊物需具备可爱性、可读性和可推广性。为此，刊物编辑人员要多与学生交流沟通，挖掘学生的潜力。以南京邮电大学图书馆《书林驿》为例，读书协会会员与《书林驿》编者时刻保持互动性，在刊物每期策划、组稿中，编辑人员广泛征求学生的意见，有目的性地策划每一期。《书林驿》封三的书画欣赏，与书画协会合作，每期刊登两幅本校师生的书画作品，既提高了刊物的品味，也提升了作者的知名度，从而提高了学生参与的兴趣和热情。

提供优良的阅读服务

有了明确的定位、好的内容，还要有好的阅读服务。导读性馆刊的服务，主要有二：一是服务好广大的学生书友，二是服务好阅读推广工作。“汝果欲学诗，功夫在诗外”(陆游《示子遹》)服务学生读者和阅读推广工作的能力和水平，是办好导读性馆刊的“诗外功夫”。

只有服务好爱好读书的学生，才能调动他们参与刊物建设的积极性和创造性，也才能更好地发挥他们在学生中的阅读推广示范效应。例如，南京邮电大学《书林驿》对于积极参与刊物工作的听风文学社、读书协会、学生通讯社等社团，除给予场地支持、活动指导等服务外，还努力把刊物变成社团成员之间交流的平台，刊物的策划、栏目设计、组稿等方面，也得到了社团成员的鼎力支持。

以阅读指导为己任的《书林驿》，还搭建了“一年三季”(校庆季、毕业季、入学季)的阅读推广平台和服务。除此之外，也常态化策划或参与了一系列阅读推广活动，如“最值得向读者推荐的一本书”全国馆员书评征文、江苏高校大学生微书评大赛、随手拍书香男神/女神等。由于刊物建设和阅读推广活动之间形成了良好的互动，既有效地促进了学校的阅读推广工作，也加快了刊物自身的发展。

营造可识别的校园阅读文化

书香文化、阅读文化是一种识别性的文化，也就是说，不同的导读性馆刊，只有营造出不同的阅读文化，才是赢得读者的魅力所在，才能办出自己的特色。营造什么样的阅读文化，是办好导读性馆刊的灵魂所在。因此，要根据本校、本馆、本地域的特点，打造出自己的书香文化品牌。仍以《书林驿》为例，从其创刊之初，无论在装帧设计还是内容编发上，都一直努力突显“驿”“书”“导”“赏”四大文化特色。“驿”体现的是邮电文化特色，封面配图为一本打开的书，、一驾邮递马车徐徐驶出，巧妙地将“书”“林”“驿”三个元素融合其中，封底每期选用一枚与读书有关的邮票，配以精简的赏读性文字；“书”体现的是书卷文化，在栏目设计上，各栏目均围绕图书、阅读、图书馆而展开；“导”强调的是文章的导读性和可推广性，为方便读者获取该刊所推介的图书，编者对每本书都揭示其馆藏地和馆藏号，方便读者到图书馆借阅；“赏”指的是着力提高学生的鉴赏能力，力求让刊物可读可赏。

凝聚人气打造书香气场

作为书香阵地的导读性馆刊建设，人气指数是影响阅读推广效果的关键指标。编印导读性馆刊的目的，不是为了图书馆同行或刊物编辑自娱自乐，如果办的刊物很少有人看，阅读推广效果当然就受到影响。提高导读性馆刊的人气指数，打造书香气场，有很多种方法。比如可以通过新媒体进行推广，《书林驿》除了纸质版外，还有网页版、手机终端版等，形成了馆刊的多种媒体版本。2014年9月，又开通了校园阅读推广微信平台“南邮书林驿”(微信号ny_sly)，短短几个月，微信关注量已逾千人；还可以组织刊评和话题讨论。南京邮电大学新浪官方微博曾发起“书林驿”话题，得到了读者的积极响应；还可以通过活动来集聚人气。2012年至今，南京邮电大学师生参与图书馆阅读推广活动的人次逐年增加，据不完全统计，直接参与各项阅读活动的师生人次已接近两万，大大拓展了馆刊的阅读推广覆盖面和影响力。

总之，诚如2012年国际图联的大都市图书馆委员会在调研报告中指出的那样，推广活动已经成为影响图书馆未来发展的新指标。高等教育具有四大职能，即人才培养、科学研究、服务社会和文化传承创新。通过编印馆刊，推进校园阅读文化建设，有助于深化高校图书馆在四大职能中的地位和作用，更好地发挥文化育人功能，在校园营造积极向上的书香文化。

馆员职业规划该怎样设计？

■卢艳霞(北京市西城区第一图书馆)

关键词
图书馆 馆员 职业规划

该文重点阐述了图书馆馆员职业规划的意义、职业发展现状和职业规划方法等。

近年来，随着图书馆现代化的发展，数字化、信息化、网络化的深化改革，图书馆服务体系也在不断转型、创新和发展。现代化图书馆强调以人为本，需要一支有能力、有目标的高素质、复合型的图书管理者队伍，以实现图书馆的现代化服务。为适应新时代的需求，提升自身能力和图书馆竞争力，图书馆馆员需要进行职业规划，激发职业潜能。

图书馆馆员的职业发展现状

职业规划是指个人或组织在对自身的主观因素和客观环境分析之后，根据自己的兴趣爱好、能力特点等确立自己的职业生涯发展目标，制定相应的发展计划，采取必要的行动，实现职业生涯目标的全部过程。图书馆馆员目前的职业发展道路主要有两种：一是管理职务晋升，即从普通业务人员晋升为基层管理人员，进而到中、高级管理人员。但由于管理层人数有限，而且有年龄限制，因此这条道路并非人人能行得通；二是专业技术职称晋升，这是大多数图书馆馆员的晋级模式。现国内图书馆共设有四个职称，即助理馆员、馆员、副研究馆员、研究馆员。对于馆员来说，专业技术职称与收入(包括工资、津贴、补贴等)挂钩，专业技术职务晋升直接关系到每个人的切身利益。一般来说，较高学历的馆员，进入图书馆不长时间就会达到职业发展瓶颈。以大学本科毕业生为例，一般情况，进图书馆一年转正就可以定为助理馆员，再过4年就有资格晋升为馆员。如果职业素养、专业水平和人际关系等不出现大问题，再过5~10年也就是到大约33~38岁就可以晋升为副研究馆员。而在现有体制下，对于大多数人来说，研究馆员则是很难达到的。一旦到达瓶颈，部分人就会失去进步动力，丧失工作热情，进而迷失发展方向。

图书馆馆员的职业规划方法

根据马斯洛需要层次理论，人在满足低层需要后，就会产生更高一层的需要。图书馆馆员在满足了工作稳定、收入尚可的低层需求后，希望得到进一步的晋升，这是正常的更高层次的需求。因此，图书馆对馆员职业发展的重视程度，直接关系到高层次人才的去留，关系到图书馆的发展与未来。图书馆应当帮助馆员制定切实可行的职业规划，为其创造良好的职业发展环境，让他们充分展现自我，以达到个人价值与图书馆事业相互促进，共同发展。要实现馆员的职业目标，必须要从职业道德、业务素养和创新能力等多方面综合培养，并根据实际情况定期对职业规划进行评估和修正。(1)职业道德培养。首先，要尊重读者，热情服务读者；其次，要爱岗敬业，干一行爱一行，认真负责做好本职工作；再次，要有默默无闻的奉献精神，图书馆是个只求付出，不求回报的服务行业；最后，要有强烈的社会责任感和历史使命感，树立职业自豪感，真正做到全心全意为读者服务。(2) 业务素质培养。要想更好的为读者服务，就必须精通本岗位和相关岗位的业务。服务工作必须标准化、规范化、科学化，力求使馆藏得到充分利用，最大化发挥图书馆的社会价值。一个优秀的图书馆馆员必须具有系统的图书馆专业知识，掌握分类学、目录学、版本学、文献学的有关理论知识以及相关工具书的使用方法等，不断完善自身的知识结构。(3) 创新能力培养。信息时代图书馆工作不仅需要馆员具有需要渊博的知识、熟练的技能，而且更加注重馆员的创新意识。特别是在当今网络时代，馆员应当充分利用网络，及时了解国内外图书事业发展新动态、新观念、新成果，了解国内外图书馆自动化、智能化、人性化的发展方向。要培养馆员的超前服务意识，争取提前有针对性地筛选出读者可能需要的文献资料，方便读者更加快捷、有效利用图书馆资源。

激发馆员职业潜能

图书馆还要依据每位馆员的具体情况，结合组织环境，为其提供良好条件，争取最大程度发挥每位馆员的潜能。第一，为馆员提供良好的发展道路。要根据个人的实际情况和图书馆的需要，争取让每位馆员在自己最适合的岗位上工作。注意在工作中不断开发馆员的能力，保证馆员可以在工作中学习到更多的知识和技能，使其不断成长进步。可以安排中老年馆员对年轻馆员进行传、帮、带，这样既可以帮助年轻馆员尽快熟悉工作，还可以培养新老同事之间的感情。第二，加强对馆员的培训力度。要结合个人的能力需求与图书馆的工作需求，制定相应的培训计划并坚决落实。第三，建立健全竞争机制和奖惩措施。打破“铁饭碗”、终身制，这样才能激起馆员的危机感，激发馆员的积极进取精神。要制定切实有效的奖惩措施，奖勤罚懒，激励馆员树立强烈的进取心和竞争意识，充分发挥其潜在能力。第四，加强组织领导，为馆员营造一个积极向上，团结友爱，奋发钻研的良好氛围。鼓励馆员积极撰写论文，踊跃参加各种的学术活动，提高业务水平。加强与其他图书馆的沟通与交流，学习别人的经验，弥补自己的不足。这样就可以提高馆员钻研业务的积极性，使其更有工作成就感，更加热爱图书馆事业。

图书采访外包该注意什么？

■王春生(西安政治学院图书馆)

关键词
图书采访 外包 馆藏建设

图书采访外包对图书馆的藏书体系建设既有正面的影响，也有负面作用。对于图书采访外包现象，图书采访人员要做到趋利避害，从而不断提升图书采访工作的质量。

图书采访工作一直被视为最能体现图书馆员知识水平和工作能力的核心工作，当然也是图书馆的一项基础性工作。尽管图书采访工作如此重要，但近年来图书采访中的外包现象还是有不断增多的趋势。图书采访工作已经无法躲避外包。对图书采访外包现象进行探讨无疑会有助于我们在实践中更好地利用一切可以利用的资源开展图书采访工作，更好地满足读者的需求。

图书采访工作出现外包的原因

图书采访工作中出现外包现象是有其主客观原因的，主要原因有图书馆工作重点由馆藏转向服务。随着信息技术发展和网络的普及，读者获取信息渠道日益多样化，加上不断增加的对图书馆的绩效考核，图书馆在近年来逐步将工作重点转向读者服务，原来作为图书馆工作重点的馆藏建设退到了相对次要的地位。评价图书馆的标准不再是图书馆有什么而是能够提供什么。在这种背景下，图书馆无疑会将人力，特别是高素质的人力投入到图书馆服务这个核心业务上。图书采购任务近年来并没有减少(甚至还有增加)，采访人员不增加不说，有的还被调整到读者服务岗位，因此，图书馆只能尝试外包，寻求依靠外部力量完成采访工作。

图书馆界对馆藏体系认识的变化，是图书采访工作外包的第二个原因。随着数字化信息资源的不断丰富，以及按需出版、数字出版的发展，读者获取信息的渠道已变得日益多样化，且不同渠道之间竞争加剧。在这种社会背景下，图书馆界对于馆藏体系的认识正悄悄发生变化，如现在强调馆藏体系实用性比较多，对馆藏体系的系统性和文化价值的重视程度淡化。图书馆馆藏建设正从馆员主导逐步发展到用户驱动。用户驱动型的馆藏建设无疑会将一部分本来由图书馆馆员承担的图书采访工作改由读者来承担。

第三，我国图书馆的图书采访外包在某种意义上讲是实行图书政府招标采购的副产品。实行图书政府采购，限制了图书馆采购图书的渠道，极端情况下，图书馆只能在中标的图书供应商那里采购图书，也只能在书商能够提供的图书范围内挑选图书。政府招标采购实际上强迫图书馆把图书采访中一部分工作环节(如收集图书信息)外包给了书商。

最后，随着信息技术的迅速发展使得图书馆员和外包对象能够很容易地通过网络协作完成同一项工作，为图书馆进行图书采访的外包提供了技术上的便利条件。PDA(patron driven acquisition，读者主导式采购)在国外的迅速普及、书商能够代替图书馆进行图书查重等工作都是借助网络完成的。

图书采访外包的影响

对图书馆而言，图书采访外包减少了图书采购各环节的时间消耗，加快了图书到货的速度(如有的书一旦被选购就可以直接投入到流通之中)，有利于快速增加馆藏；图书采访外包增强了藏书的针对性，减少了读者的抱怨；由于可以有更多的人力投入到图书采购环节，使得采访人员在图书采购量增加的背景下可以相对较少地增加工作负担。对读者而言，图书馆外包增加了读者希望阅读的馆藏，满足了读者需求。

但是，另一方面，图书采访出现越来越多的外包现象会影响人们对图书采访工作、采访人员的看法。外包使得外界产生图书采访工作不过是查重、付钱工作的看法。其次，图书采访外包使得图书馆藏书体系碎片化。读者的需求是个性的、分散的，过多依赖读者以个人读者而非专家身份参与选书必然影响藏书体系的系统性，产生碎片化、不成体系的藏书，进而影响到藏书体系的文化价值和保存价值。再次，过多依赖书商收集新书信息造成了一些图书的缺藏，影响了藏书质量。有馆员在图人堂里聊天时说，他们馆10年没有买商务印书馆的书。这些缺藏图书一般是那些书商不能赚钱的图书，也有与中标书商没有合作关系的出版社出版的图书。能经常听到有人抱怨书商不供应个别出版社(如高等教育出版社)的图书。

趋利避害，不断提升图书采访工作质量

存在的即是合理的。图书采访外包的存在有其合理性。但我们也应当认识到，图书采访工作的使命是建设与图书馆使命任务相匹配的藏书体系。因此，对于目前广泛存在的图书采访外包要努力趋利避害，不断提升图书采访工作质量。

首先是要慎重选择外包对象。根据笔者的理解，图书采访外包的对象有读者和书商之分。读者的图书需求具有一定的盲目性、从众性；当读者以专家身份参与选书时还存在关注点较窄，不能照顾本行业、本专业需求及大范围读者需求的现象。这些问题是选择以读者为外包对象时应当密切关注的。选择以书商外包对象，特别要关注书商正向和反向的新书信息过滤能力。书商从繁杂的图书信息中过滤出适合图书馆需求的新书信息的能力是一种正向的能力，图书馆对此比较重视，在招标文件和合同中也多有规定。书商为营利故意不提供某些新书信息是一种反向的信息过滤能力，图书馆招标文件中对此限制不够。图书馆在选择外包书商时不仅应关心书商能提供哪些书，还要关注书商不能提供哪些书，并相应地进行事先约定，采取补救措施。

实行图书采访外包，并不意味着采访人员责任的减少。图书馆采访人员无论如何都要承担起图书采购质量的最终责任，因此，采访人员一定要做到外包不弃责，通过自己的努力避免或减少图书采访外包本身的负面因素及由其带来的负面影响。图书采访不能仅仅依靠外包，还要继续依靠馆员的自主采访。这包括自主采购外包书商不供货的个别图书，在读者眼前关注的热点外采购某些具有战略价值、文化价值的图书等。只有实行外包与馆员自主采书相结合，图书采购质量才能不断提升。