

众筹阅读与图书馆阅读推广*

□胡永强

摘要 针对当前图书馆阅读推广工作遇到的经费短缺、关注度低、思维固化等问题,引入“众筹”理念,将众筹与图书馆阅读推广工作结合,提出一种新的阅读推广模式“众筹阅读”,为阅读推广工作注入新的动力,让更多的人主动亲近阅读、参与阅读。

关键词 众筹 阅读推广 图书馆

分类号 G250

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2017.02.013

近年来,国家对阅读的重视程度与日俱增,“书香中国”、“书香社会”已然成为国人共同奋斗的一个目标,无论是政府机构还是民间团体都在为推广阅读而努力,各种阅读推广的方式层出不穷,不断丰富阅读的内涵与意义^[1]。伴随“众筹”这种商业模式的崛起,其衍生品“众筹阅读”也进入了人们的视野,为阅读推广工作提供一份新的助力。

1 众筹的产生及运行模式。

1.1 众筹的产生

众筹是一种大众通过互联网相互沟通联系,并汇集资金支持由其他组织和个人发起的活动的集体行动^[2]。众筹起源于美国,2005年成立的Kiva平台是第一家真正意义上的众筹网站。而众筹的兴起源于2012年美国通过的《促进创业企业融资法案》(JOBS),JOBS使得众筹彻底脱离“非法集资”的阴影,众多众筹网络平台纷纷出现。2011年,众筹首次引入国内,“点名时间”、“天使汇”等为最早成立的中国众筹网站^[3]。

众筹模式需具备四个基本要素:众筹项目、项目发起者或融资方、众筹网络平台、投资人。其工作原理为:由项目发起者通过平台展示其项目,投资人根据自己对项目的判断和实际需求决定是否投资。众筹模式的核心是众筹平台,它连接着项目发起者和投资人,并担负着信息沟通、资金募集监督、项目汇

报执行等任务。

1.2 众筹的运行模式

目前,众筹主要有三种运行模式:借贷与股权投资模式、预售模式、捐助模式。借贷与股权投资模式主要应用于中小企业的资金募集,其回报是以股权或现金的形式来实现的,美国Earlyshare就属于这种模式。预售模式是融资方在产品或服务创造出来之前将其放到平台上进行资金募集,回报方式即为该产品或服务。捐助模式通常用于公益项目的募集,并没有物质或资金上的回报^[4]。

2 众筹阅读的内涵

2.1 众筹阅读的概念

众筹阅读是众筹在图书馆阅读推广领域的一种应用与延伸。它是基于互联网平台和新媒体技术,由项目发起人或机构就某一与阅读相关的项目在平台上进行募集,社会公众或机构根据自己的需求和意愿选择参与的众筹行为。众筹阅读是图书馆开展阅读推广的有效方式与手段。

2.2 众筹阅读的分类

众筹阅读是利用众筹推动阅读的运作模式,借助众筹商业运作模式的分类,根据参与者的目的,我们可以将众筹阅读分为三类:

2.2.1 捐助式众筹阅读

是图书馆最常采用的众筹阅读方式,更侧重于

* 2016年度辽宁省社会科学规划基金项目“大学生成长与阅读行为相关性研究”(项目编号:L15BTQ004)和2016年度辽宁经济社会发展立项课题“大数据环境下高校图书馆阅读推广工作探析”(项目编号:2016lslkztzsg-05)的研究成果之一。

通讯作者:胡永强,ORCID:0000-0002-6131-3356,42137394@qq.com。

众筹的公益性。捐助者即投资人,其捐助行为是公益性的,不求回报的。捐助式众筹阅读是由传统的图书馆捐赠发展而来,有很多相同点,例如公益性、自愿性等,但其又与传统捐赠有很多不同,一是规范性,众筹阅读有严格的捐助流程,必须由募捐的机构或个人,提出募捐申请计划书,详细说明募捐的原因、数额以及募集财物的使用方案;二是公开透明,众筹阅读筹集完成后,其资金财物的使用,投资人有权进行监督,了解详细的使用情况,项目发起者也就项目完成情况向投资方及时通报,接受监督;三是捐助式众筹阅读多为短期行为,项目会预先设定时间,到期后无论是否达到项目预期目标,都不再接受捐助。2014年由北大91级校友发起的“元坊村蒲公英乡村图书馆”项目便是捐助式阅读比较有代表性的案例,通过152位筹资者的捐助,元坊村及周围村落的小学生们圆了他们的阅读梦想^[5]。2016年4月13日,太仓市农民工子弟小学通过众筹网发起“书香伴我行”公益阅读募捐项目,至4月30日,共有161位筹资者捐助,顺利解决了1980名左右农民工子弟的课外阅读问题^[6]。

2.2.2 联盟式众筹阅读

是由项目发起人就某一阅读相关项目借助众筹平台寻求合作和同盟者的众筹模式,与借贷、股权投资模式类似,筹资人与投资者各取所需,筹资人通过众筹完成阅读项目的实施,投资者通过完成阅读项目获得预期利益回报。苏州工业园区独墅湖图书馆与诚品书店、中国基金博物馆、苏汇读书会、品阅书吧、四叶草咖啡、赛富互联网金融孵化器等单位达成共识,打造园区阅读联盟,在这些地方为公众提供诸如免费购书、免费读书、免费沙龙等各类公益阅读活动^[7]。通过这种联盟式众筹阅读模式,独墅湖图书馆拓宽了阅读分享的社会网络,完成了图书馆在阅读空间和阅读推广理念上的延伸与扩展;同盟单位与企业也藉此提升了社会形象与文化品位,同时图书馆将读者群与同盟单位共享,为其带来人气的迅速增长,从而实现资金上的回报,可谓名利双收。

2.2.3 共读式众筹阅读

是直接作用于阅读本身的一种众筹方式,项目发起的目的即为寻找志同道合的投资者共同推动阅读,筹资者与投资者是伙伴关系,其项目回报方式类似于股权众筹,大家均参与阅读项目的实施与管理,共同完成阅读活动。采用这种众筹方式的以书店居

多,如2015年河北石家庄市的尚学书社,采用“10本图书入会”的众筹方式,迅速筹集到2万余册图书,凡参与者均可免费阅读店内图书^[8];浙江苍南县的“半书房”同样采取众筹的方式,每位合伙人捐献100册以上的图书,便可以共享书香,免费参与书店组织的读书沙龙、名家讲坛等活动^[9]。

2.3 众筹阅读的特征

2.3.1 开放性

众筹阅读区别于传统阅读方式最显著的特征就在于具有非常好的开放性。阅读自古以来一直是个性化行为,止庵曾说过“读书是私人的事情”,然而当今社会的浮躁和过快的节奏,让这件本来“私人的事情”变得愈加艰难,个人读书很难长期坚持下来。众筹阅读将读书变成了一种群体行为,提倡很多人共同推动和完成阅读,互相鼓励,互相监督,互相交流,让阅读变得更简单,也更容易坚持。

2.3.2 便捷性

众筹阅读的便捷性体现在两个方面:一是操作环节的简便快捷,众筹阅读项目的发起人与投资人在一个平台上直接交流,省去了中间环节;二是资金管理的便捷,投资人对于阅读项目的投资可直接通过网络平台进行支付,省略了筹资人以往通过金融中介筹集资金的繁琐手续和高昂中介费用^[10]。

2.3.3 易入性

众筹阅读的易入性指的是准入门槛较低,对于项目的筹资人和投资人在参与资格上并没有具体的要求,是真正面向大众、依托大众的阅读推广模式。例如西南财经大学青年志愿者协会在众筹网发起的“绘墨成书,筑爱为梦”和平村小学图书室捐建计划,筹资目标3000元,一共78人参与,捐资额从1元到500元不等,其中捐资1元的有44人,占到了参与人数的56%^[11]。

2.3.4 透明性

众筹阅读从申请到募集完毕都是在网络平台上完成的,项目实施进程也是公开的,投资人可全程监督,杜绝了募集钱物的滥用,具有良好的透明性和公开性,从而能够吸引投资人积极参与。

2.3.5 交互性

众筹阅读项目的交互性主要体现在三个方面:一是项目的发起人与投资人可通过众筹平台进行实时沟通;二是项目的投资人可参与到项目进程中,亲身体验;三是阅读众筹不同于其他商业众筹,它本身

就是集众人之力,完成一项阅读目标的行为,尤其是共读式众筹,更加注重阅读过程中的相互交流和分享。

2.3.6 公益性

众筹阅读的公益性体现在两个方面:一是众筹阅读项目自身的公益性。笔者统计了众筹网与阅读相关的项目,在371个众筹阅读项目中,纯公益项目为318个,占85.7%。在这些项目中,投资者所得到的收益都是象征性的,例如众筹网“蒲公英飞扬计划之乡村校园公益小书屋”一共提供了6种回馈投资人的方式:电子感谢信、公益视频短片、电子明信片、活动照片、台历、文化衫,其实际价值远远小于投资人的投入^[12]。二是众筹阅读对于图书馆公益化进程的推动。作为“全国文化信息资源共享工程”的主体,本应以“公益为本”的图书馆近年来却不断传出“卖座”^[13]、“卖书”^[14]的负面新闻,主要原因还是经费不足。而众筹对于图书馆来说提供了经费筹措的更好渠道,图书馆也应该利用好这一渠道,梳理资源和服务,对于可以众筹的项目做好规划和设计,主动积极立项,从而摆脱经费尴尬的局面,回归公益化本质。

2.3.7 高效性

众筹阅读与商业众筹相同,对项目的投资时间具有严格控制,预设时间过长,会严重降低投资人的期待值;预设的时间过短,又会引发投资人对其实施质量和完成效果的担忧,造成众筹失败。北京师范大学黄国彬老师曾对国外的图书馆众筹项目做过统计,在116项众筹成功的图书馆项目中,一个月左右的筹资时长占到了总项目的63%,因此一个月的投资时长已经成为众筹时长的一个惯例^[15]。

3 图书馆众筹阅读的开展

众筹作为一种新兴的商业模式,目前已经被国内外图书馆借鉴并应用到日常业务工作中,对于图书馆的业务创新与开展起到了一定的推动作用。然而,目前已经完成的图书馆众筹项目多集中于公益性活动上,例如小型图书馆的捐建、急缺图书的募集等,还有就是一些图书馆特色项目的打造,如种子图书馆、工具图书馆等。真正将众筹理念应用到图书馆阅读推广工作中,却还是一个较新的领域。我们可以从众筹的三个环节入手,探索图书馆众筹阅读的开展方式。

3.1 众筹阅读项目的发起

选取合适的阅读项目对于图书馆开展众筹阅读至关重要,只有选取合适的项目,才能吸引社会公众的关注和支持,保证众筹的成功。在项目的选取和准备上应注重以下两个方面。

3.1.1 立意上要有创新性

众筹阅读是众筹的一种衍生品,是众筹理念在阅读推广上的具体应用,它保留有众筹的大部分特征,因此,一个众筹阅读项目的成功必须在创新上有所突破,能够吸引足够的社会公众或机构的关注,才能得到相应的支持。众筹阅读可以在形式上创新,如新媒体阅读、走读、协同阅读等;可以在阅读对象上创新,如以人为书(真人图书馆)、以历史为书(参观博物馆)、以城为书(走读城市);也可以在阅读成果上创新,不再拘泥于阅读心得、读后感,而是举办关于阅读内容的知识竞赛、名章名句诵读等。

3.1.2 项目的操作要符合规范

众筹之所以能够摆脱非法集资的阴影,能够得到企业和社会公众的广泛支持和推广,规范性是至关重要的,众筹阅读同样如此。从内在需求上来说,一个众筹阅读项目想获得足够的支持,必须以规范性来获得支持者的信任,有了信任,投资人才能放心投资;从外在环境来说,如今的众筹模式具有非常严格的操作规范,从项目申请到项目审核通过,再到项目资金的监管、项目执行过程中的监督,每一个环节都有明确的规定,以保证投资人的利益不受侵害和项目的顺利实施。

3.2 众筹阅读平台的选择

众筹平台是为众筹项目发起者和投资人等提供服务的专业网站,也是众筹的基础与依托。众筹平台信誉的好坏、影响力的大小,直接决定众筹项目的成功率。众筹阅读对于平台的选择同样遵循这条规律,只不过,众筹阅读基于自身的公益性,在平台选择上多了一些可能性。

3.2.1 商业众筹平台

商业众筹平台是众筹阅读的最主要渠道,国内支持众筹阅读项目的比较知名的商业众筹平台主要有众筹网、追梦网、淘宝众筹、京东众筹、腾讯乐捐等。据统计,目前与图书馆众筹阅读相关的项目,多集中于众筹网和追梦网两个平台。图书馆在选择商业众筹平台时主要考虑以下几点:①正规性,即众筹平台的手续要齐备,拥有实施众筹的合法资质,各个

环节的操作程序合乎规范。②信誉度,即众筹平台拥有良好的信誉,没有违规操作的行为和记录。③知名度,即众筹阅读所选择的平台必须要有较大的知名度,因为众筹阅读项目对于投资人并没有实质利益的回报,所以其吸引到的投资者多为愿意为阅读推广贡献力量的社会公众,每笔投入相对商业众筹都是很微小的,要想完成众筹目标就必须聚拢足够的人气,也就需要平台具有很高的知名度才能实现这一点。此外,无论何种形式的众筹阅读,参与的人越多越好,这样才能真正实现众筹阅读的意义。

3.2.2 自建众筹平台

众筹阅读虽然衍生于商业众筹,具有商业众筹的基本要素,但因其自身的特性,在众筹平台的选择上并没有商业众筹那么严格,自建众筹平台相对于商业众筹平台,操作上更加方便灵活,项目完成时间更短,更容易得到投资人的关注。对于满足以下条件的众筹阅读项目可以通过自建众筹平台或是依托图书馆自身的网站来实现:①筹集对象不能是钱、财、物,以免陷入非法集资的误区。众筹阅读是一种阅读推广的方式,可以募集阅读推广活动的创意、阅读活动人员的参与,也可以是阅读体会和评论等等;②众筹阅读所面向的群体具有明确的指向性和范围,例如高校图书馆发起的招募阅读推广人活动,限定在本校师生中进行招募,其项目就可以在图书馆的网站上或自建众筹平台上完成;③众筹阅读项目的发起人必须是图书馆团体,不能以个人名义发起。④项目流程必须严格按照商业众筹的流程执行,不能流于形式。

3.3 众筹阅读的回馈方式

众筹阅读是一种众筹行为,就必然对投资者有所回馈,按照众筹阅读项目的性质,我们可以分为三类:一是感谢类,主要适用于捐助式众筹阅读,对于投资者的回馈有感谢信、带有活动标识的小礼物、众筹阅读项目的照片或录像等;二是荣誉类,主要适用于联盟式众筹阅读,图书馆可授予投资者各种荣誉称号,调动公众参与阅读的热情,如“图书馆阅读推广人”、“图书馆阅读达人”、“最佳合作伙伴”、“荣誉馆员”等;三是资格类,主要适用于共读式众筹阅读,对于投资者可奖励参与资格,如真人图书馆、读书沙龙等^[16]。

3.4 众筹阅读在图书馆的具体应用

众筹阅读对于图书馆乃至整个众筹领域来说都

是个新的概念,目前与图书馆相关的众筹案例多集中于捐建偏远贫困地区的学校图书馆或图书室。结合图书馆的阅读推广工作,众筹阅读还有很多的应用形式可以尝试。

3.4.1 读书沙龙

读书沙龙是图书馆开展阅读推广比较常见的一种方式,无论规模大小都会遇到两个问题,资金和听众。资金包括主讲人的费用、前期宣传的费用、空间和设备使用费等;而听众有时候是被安排来参加,对沙龙内容不感兴趣,现场气氛会比较尴尬。运用众筹阅读的方法可以很好地解决这两个问题。首先,发挥众筹的高效、便捷和易入的特点,在每一场举办之前一个月左右的时间发起众筹,筹集举办读书沙龙所需费用,金额不限,而回馈方式则是参加沙龙的资格。如果众筹成功,则沙龙按计划进行。如果众筹失败,可以有几种应对方式:一是考虑取消此次沙龙,因为众筹的失败从侧面证明了观众对于主讲人或沙龙主题的不认可;二是与主讲人协商,缩小沙龙的规模,或是增加回馈的力度,如主讲人的签名赠书等;三是更换主讲人或沙龙主题,再进行众筹。目前国内图书馆尚无采用众筹阅读的方式来举办读书沙龙的先例,但苍南县的“半书房”采用众筹的方式举办名家沙龙,短短几天内得到了437名来自10多个省份的热心书友支持,筹得资金11.4万元,他们举办的名家沙龙甚至邀请到了余世存、郭初阳、郑也夫等知名学者^[17],其成功的经验值得借鉴。

3.4.2 经典阅读空间

经典阅读是阅读推广的精髓与根本,阅读推广活动最核心的任务就是引导读者走近经典,爱上阅读。但是,目前国内只有少部分图书馆建立了经典阅读室等经典阅读空间,其遇到的阻碍无外乎经费和人员两种:经典阅读空间的建立需要改造空间和基础设施、购买经典藏书,重新布局内部装饰,空间建立以后,更需要专业教师进行导读,带领读者领略经典的魅力,使其克服对于经典内容艰深的畏惧。凡此种种,都需要大量经费与人力的支持,而大部分图书馆每年获得的经费显然无法支持这一工程,所以需要通过众筹的方式集众人之力,让经典阅读有所依托、顺利开展,同时也为图书馆经典阅读活动的开展做了免费宣传,聚拢了人气^[18]。

3.4.3 图书共读

图书共读是近两年图书馆开展比较多的一项活

动,利用众筹阅读极高的交互性,以一本书为主体聚集读者,相互交流和分享,互相促进和激励,养成坚持读书的良好习惯^[19]。共读活动的众筹方式有两种,一种筹集的是大家共同参与的意愿,并无经济利益在内,依靠互相监督和鼓励完成众筹阅读,目前大多数图书馆开展的共读均是这种形式;另一种是有实际利益反馈的共读,即参与共读的读者需要缴纳一定数额的押金,如果不能完成阅读任务,没有坚持到底,则押金不予返还,由其余坚持到最后的其他人均分。这种共读方式制约性更强,效果也更好,但因涉及经济利益,与阅读本身的公益性不符,目前已经少有应用了。

4 结语

众筹在图书馆阅读推广工作中的应用研究还处于起步阶段,目前开展的众筹阅读主要集中于阅读活动形式和设施方面的众筹,阅读内容的推广还缺少有效的众筹案例。伴随着研究的不断深入和各个图书馆的大胆实践,众筹阅读将为图书馆开展阅读推广工作提供更多思路上的创新和经费上的支持,依靠群体的力量,汇集社会的支持,让阅读为越来越多的人所重视,成为推动国家和民族不断进步的源动力。

参考文献

- 柳斌杰. 推进全民阅读 建设书香中国[J]. 中国出版, 2012(11): 6-8.
- 孟韬. 众筹的发展及其商业模式研究[J]. 管理现代化, 2014(2): 91-98.
- 范家琛. 众筹商业模式研究[J]. 企业经济, 2013(8): 72-75.
- 同2: 91.
- 众筹网. 北大 91 级校友共建元坊村蒲公英乡村图书馆[EB/

- OL]. [2014-06-01]. <http://www.zhongchou.cn/deal-show/id-5402>.
- 众筹网. 书香伴我行[EB/OL]. [2014-06-01]. <http://www.zhongchou.com/deal-show/id-388483>.
- 林萱. 众筹阅读—集聚社会的力量[N/OL]. 新华书目报. [2015-09-18]. <http://www.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbname=CCNDTEMP&filename=XH-SM20150918A070&dbcode=CCND>.
- 牟宇. 石家庄:“众筹书社”点燃阅读激情[EB/OL]. [2016-04-22]. http://www.he.xinhuanet.com/jiaodian/20160422/3089817_c.html.
- 陆健, 徐齐. 浙江苍南“半书房”里品书香[EB/OL]. [2016-05-03]. http://news.gmw.cn/2016-05/03/content_19929492.htm.
- 焦微铃, 刘敏楼. 社会化媒体时代的众筹: 国外研究述评与展望[J]. 中南财经政法大学学报, 2014(5): 65-71.
- 众筹网. 绘墨成书, 筑爱为梦[EB/OL]. [2016-04-22]. <http://www.zhongchou.com/deal-show/id-400384#maodian>.
- 同5.
- 徐冠英. 高校图书馆何来“学习包厢”[N]. 新华日报. 2013-9-25(B03)
- 于梦江, 林广. 河北师范大学图书馆古籍簪为地摊旧货被贱卖[EB/OL]. [2014-05-13]. <http://yuqing.people.com.cn/n/2014/0513/c210107-25010699.html>
- 黄国彬. 众筹在图书馆的应用研究[J]. 图书情报工作, 2015(4): 91-98.
- 陆承兆. 图书馆应用众筹模式的案例与分析[J]. 图书与情报, 2014(3): 127-130.
- 同9.
- 王余光, 王媛. 高校图书馆设立经典阅览室与经典教育[J]. 大学图书馆学报, 2014(6): 5-10.
- 傅伟. “共读、共写、共同生活”对图书馆的启迪[J]. 图书馆工作与研究, 2015(s1): 41-43.

作者单位: 沈阳师范大学图书馆, 沈阳, 110034

收稿日期: 2016年6月17日

Crowdfunding Reading and Library Reading Promotion

Hu Yongqiang

Abstract: For the shortage of funds, low attention, thinking curing current problems encountered in the library reading promotion, the paper introduces crowdfunding concept, which is a new mode of reading promotion with hope that more people take the initiative to read and participate in reading.

Keywords: Crowdfunding; Reading Promotion; Library