

# 苏与书的邂逅 直把苏州当“书州”

博尔赫斯说,如果有天堂,天堂应该是图书馆的模样。苏州自古被称为人间天堂,是说苏州是个超级图书馆吗?为期4天的第七届江苏书展7月16日在苏州国际博览中心落下帷幕。10万多种图书,200多场阅读推广活动,让书迷共享了一场盛夏里的文化盛会。浓郁的书香气,让人直把苏州当“书州”。

书展虽已落幕,但读书生活仍在继续,引领有价值、有品质、有态度的阅读,正是书展的积极追求。而如何让书展成为江苏的精神纬度和价值坐标,需要更多的思考。

现代快报/ZAKER南京记者 陈曦 王凡 何洁/文 吉星/摄



文化盛会

书香苏州

## 阅读开启美好人生,本届书展亮点多多

读书使人明智高尚,学会独立思考,超越世俗纷扰,怀抱赤子之心。而良好的阅读习惯,通常是从孩提时期开始养成。

江苏省委书记李强同志总结江苏人的四个精神特质,第一个特质就是“江苏人好学聪慧,走到哪里都带着一股书香”。这与江苏崇文重教的传统分不开。

本届书展的一大特色是尤其注重服务,推动儿童和青少年阅读。共组织适合青少年阅读的图书1.8万种,举办面向儿童和青少年的阅读活动100多场。尤为业界瞩目的是,本届书展首次成功举办“中国分级阅读长三角论坛”,该论坛旨在引领家长科学阅读,与会专家在“分级阅读”这一颇具争议的话题上,形成了一批富有洞见的智力成果。

高层次的理论探讨,提升了书展的整体气质;而云集苏州的文学大咖,则将大人和孩子从枯燥的暑假补习班中解放出来,吸引到书展现场。儿童文学作家黄蓓佳、祁智、王一梅、刷刷等均在书展上发布了新作;“动物小说大王”沈石溪有多场活动,走到哪里,都能掀起一股追星狂潮;首届“曹文轩儿童文学奖”暨曹文轩作品运营计划发布会的隆重举行,有望给当下江苏乃至全国的儿童文学创作,催生出一批新人新作。

更加着眼于文化品位与传承,可以说是本届书展的又一大亮点。南大文学院院长徐兴无教授解读“中国文化的特征、结构和精神”,南大历史系教授袁朝开讲“文化江苏:历史与趋势”,莫砺锋教授的“唐宋诗词入门谈”,著名学者梁衡在

“书香中国大讲堂”上纵论读书……著名专家学者举办的系列阅读讲座,既深入浅出,又妙趣横生,让读者充分感受到传统文化的魅力所在。

据调查,江苏居民数字化阅读率达67.68%。本届书展的数字阅读馆面积为历届最大,更好地满足了读者的需求。凤凰数媒、咪咕数媒、中文在线、京东集团、当当网等国内省内数字阅读龙头企业参展,为读者奉上了丰富的“数字阅读大餐”。

“读者至上”是江苏书展一直秉持的服务理念,在服务读者、加强互动方面,本届书展又有进一步提升。据凤凰出版传媒股份有限公司副总经理、江苏新华发行集团总经理金国华介绍,本届书展继续实施全省联动,除了苏州主展场,还在全省新华书店、凤凰书城等中心门店以及线上销售平台设分展场,书展期间统一八折销售。

金国华特别提到了江苏新华发行集团举办的“凤凰新华杯”亲子朗读大赛,这是书展中的一个亮点。“有什么比父母和孩子一起阅读更让人感到幸福的事情?”金国华说。

“江苏书展走到今天,得益于省委省政府的高度重视和社会各方面对书香江苏建设的大力推动,省委书记李强同志明确要求“让书香江苏成为江苏发展的特质”,全省各地举办的阅读活动蓬勃发展,书香江苏的氛围日益浓厚,为办好江苏书展奠定了深厚的群众基础,加之我们对连续多年办展经验的坚守和创新,江苏书展一定会越办越好。”江苏省新闻出版广电局局长焦建俊在接受现代快报记者采访时说。

## 金鸡湖畔的风,都带着油墨的味道

苏州谐音“书州”,是一座书香气息很浓的城市。自古至今,在苏州处处可见读书人的身影。

江苏书展再回苏州举办,是苏州的一大盛事。有苏州市民这样说道,“书展开到家门口,金鸡湖畔扬起的,都夹杂着油墨的味道。”

很多读者对书展在苏州举办表达了欣喜之情,不约而同地在微信朋友圈写下“看到姑苏见,人家尽读书”的感慨。

苏州自古以来人文渊藪,因此,苏州读书、著书、刻书、藏书的人特别多,兴盛的刻书业、众多的藏书楼,以及如今覆盖城乡各地的图书馆都是苏州人爱读书的最好的验证。

据相关统计数字,苏州人综合阅读率2015年就达到90.8%,位居全省第一;2016年度苏州网购图书在全国所有城市中排名第九,电子书阅读完成率位居第六……这些数字,是苏州人爱读书的最好说明。

图书馆里,常常是一座难求,书城里,也随处可见席地而坐的读者。著名文人车前子写过一篇文章《苏州书店一大片》,讲述了苏州人有开书店传统。

“一个城市的图书馆很有限,但遍布城中的大小书店可以起到图书馆的功能。”这些年实体店书店经营艰难,苏州的书店也关闭了不少,车前子建议政府给予适当的补贴。

近年来,凤凰苏州书城、古旧书店、吴江书城、张家港市书城、自在复合书店等新华书店被评为江苏最美书店。

这些书店都融入了“书房+主题+咖啡馆+独立设计+生活态度”的概念经营,成为创意城市文化空间,成为一道美丽的城市风景线,并融入了人们的生活。

去书房看书喝咖啡,已经成为了年轻人的一种时尚。

在本届书展上,还有一个好消息公布,市民、游客今后将在苏州酒店、民宿等处“遇见书州”,创意阅读空间逐步在苏州全市开花。贯穿苏州全市的轨道交通也将让好书“流动”起来,苏州轨道交通1号线、2号线及延伸线、4号线及支线,共计98座车站内,将设置图书漂流站。

谈起苏州的文化氛围和历史底蕴,很多文化名人也深有感触。

著名文化学者于丹教授说起她与苏州的缘分时说,“苏东坡说过,此心安处是吾乡,故乡不一定是你的出生地,也不一定是你的籍贯,它是你觉得心安的地方。我第一次到苏州就喜欢上这里,觉得对于我来讲是一个安处地。”

“苏州的老宅是书,园林是书,古镇古街是书,山水是书,小桥流水是书,苏州就是一本鲜活生动的立体的大书,是我们穷一辈子也读不完的书。”著名作家、江苏省作家协会主席范小青也是苏州人,她说,“苏州人崇文是一种发自内心的生活方式,不需要特别去动员、去强调。书展在苏州举办,进一步浓郁了苏州的书香氛围,书展也可以利用苏州深厚的文化资源,形成一种共赢局面。”

金国华认为,江苏书展打造品牌,还需



第七届江苏书展吸引了大批爱读书的市民

打造品牌

## 对标香港书展,江苏书展仍有提升空间

书展承办方之一凤凰出版传媒集团,在书展前夕明确提出了实现销售额5000万元的市场目标。

张建康董事长在接受现代快报记者采访时曾表示,将以“香港书展”为标杆,力争把江苏书展打造为与上海书展、南国书香节齐名的、国内一流、国际有影响力的销售型书展。他希望,江苏书展未来要走市场化、专业化、可持续的发展道路,成为展示全国、全省优秀出版物及文化产品的重要窗口,成为作者、读者、出版发行界与社会各界交流互动的阅读嘉年华,成为促进全民阅读、建设书香江苏的标志性推广平台。

对标香港书展乃至国际性书展,江苏书展取得了哪些成绩?还有哪些空间有待提升呢?

“2014年江苏书展在苏州举办时,完成销售2515万元,创历史新高,今年书展重回苏州,能感受到苏州的阅读氛围越来越浓厚。书展前三天的销售额是4066万元,这一数据背后,反映的是全省读者的阅读热情、文化追求,以及对江苏书展越来越高的认知程度。”金国华说。

金国华说,凤凰集团之所以提出“打造成销售型书展”,这是因为书展品牌,首先要看销售量。以香港书展为例,书展期间,图书销售量惊人,而销售量,最能引起出版社、出版集团的兴趣。此外在书展上既能看到各种新书,又能享受到购书优惠,对读者也颇具吸引力。

金国华透露,有的出版社在此次书展中,总销售达到了上百万,成绩非常惊人。“出版社得到好的效益,读者享受到优惠,这是书展能够持续下去的重要因素。读者参与度高,销售量最大,全民阅读氛围浓,这是书展的核心。”

金国华认为,江苏书展打造品牌,还需

在两个方面着力:一是,需要巩固和扩大读者的参与度;二是,希望书展的活动更多地围绕推动销售展开,像于丹这样在读者中有号召力、高认可度的品牌活动要更多一些。他表示,社会氛围的提前营造很重要,希望今后的书展能够提前预热,让活动能够家喻户晓。同时,也需要探索如何将书展中的活动策划得更加丰富和精美。

“我作为一个苏州人,很赞成江苏书展永久落户苏州。”作家朱文颖建议书展地点相对固定,“苏州作为一个国际化的城市,如果能做成一个在国际上有影响的书展,那我觉得这是一个真正的方向——一方面要把苏州本土传统的东西做得更地道,一方面要有一个更广阔的、国际性的文化视野,让这两者比翼双飞。”

车前子认为,如果江苏书展再来苏州举办,可以充分利用苏州众多的文化资源。“可以设一个主展场,再在各个地方设些分展场,“比如古籍能不能去园林博物馆呢?文化类图书能不能放到美术馆呢?艺术类图书能不能放到苏州昆剧院呢?”如此,可以避免书展变成集市。

著名作家梁衡对本届书展给予了高度评价,“我大吃一惊。进门人挤人,每个角落人挤人。我在展馆里转悠,真是琳琅满目,丰富多彩。不同层面的读者都能得到满足。”他同时希望,书展的内核能够更加完善,更好地加强软件方面的建设,比如可以由政府补贴设计一套给青少年读的书,涵盖科普、历史、文学各个方面,精准地给孩子阅读引领。

著名作家葛亮评价本届书展说:“苏州是一个人杰地灵、钟灵毓秀之处,我觉得跟苏州的读者交流非常荣幸。作为一个地方性的书展,在规模以及文化品位上都直追全国性乃至世界级书展,我觉得特别不容易,我希望它能够办得更好。”

### 新书发布

## 于丹现身第七届江苏书展——《论语》中我不懂的东西太多



快报讯(记者 郑文静 胡玉梅 见习记者 沈冰青)十年前,《百家讲坛》的演播室里,于丹在与易中天的对话中提出一个概念——“有温度的孔子”。十年后,于丹带着新版《于丹心得》现身第七届江苏书展,为读者带来了“更有温度的孔子”。

曾经,随着央视《百家讲坛》节目的热播,《于丹心得》成为一本创造了出版界奇迹的书。作为于丹成名之作,该书国内销量达600余万册,还被译为30多种文字在各国发行。

2017年,于丹对《于丹心得》进行了全面修订,改动内容超过三分之一。

7月16日,于丹携新版《于丹心得》现身江苏书展中心舞台,与读者分享的,正是新版自序中的内容——与《论语》的缘起。

4岁那年,父母带于丹去参加一次聚会,父亲让羞涩的女儿观察聚会中大人的言谈举止,并试图告诉她一些基本的道理——“三人行,必有我师焉”“见贤思齐”“君子日三省乎己”……年幼的于丹

似懂非懂,但却一点点留在了记忆中。于丹感慨:“十年间,我从‘不惑’而触及‘知天命’的边缘,浮沉于风云际会大时代,大感方枘,天命正远,才明白《论语》中我不懂的东西实在太多,唯有以敬畏谦卑的姿态,悟出一份带着体温的心得。”

“世间所有的相遇都是久别重逢,我与苏州这座城市有缘。”在于丹看来,姑苏城外寒山寺的钟声,从古至今一直敲在读书人的心头,而苏州人让她常常想起来自清的话,“那话大概的意思是这样的:连这里的农民身上都是有烟雨气息的。对这里的人来说,晴耕雨读是随处可见的生活方式,我阅读所以我快乐。这太难得了。阅读,应该是一种超出功利的生活方式。”



扫码看直播回放

## 苏大教授李超德畅谈“设计的文化立场”——中国的三宅一生快要出现了



快报讯(记者 白雁)7月16日下午,苏州大学艺术学院李超德教授携江苏美术出版社出版的《设计的文化立场》一书亮相第七届江苏书展,并举办同名讲座,和读者分享他对“中国文化立场”“中国设计话语权”的理解。

“我们身处一个设计的时代,设计无处不在。设计的作品反映了设计者的态度。”讲座一开始,李超德举了两个例子,来说明这场演讲的主旨,“比如,金鸡湖畔的城市风貌,呈现了一个和传统苏州完全不同的形象。再比如,苏州大学艺术学院的建

筑,是苏州民居和包豪斯建筑的融合。”李超德介绍,世界上许多国家都很重视设计,英国曾经有这样的说法“英国可以没有首相,但不可以没有设计师”。对中国来说,现在的问题是,如何在全球化态势中,表达自身的话语。他还断言:“中国出现三宅一生不远了。”

《设计的文化立场》一书是李超德教授团队力作,该书兼具学术指向和现实立场,直指中国设计“话语权”问题,综合若干设计门类将中国本土设计正面对的问题进行了积极反思并有所探索。

## 在这里,我们一起阅读经典

快报讯(记者 白雁)7月16日上午,“译林名著精选”阅读分享会在第七届江苏书展现场举行。特级语文教师周益民、著名译者朱建迅与读者分享了名著阅读的方法和经验,探讨名著的译本问题,推广名著阅读活动。

分享会现场,朱建迅分享了他对“经典”的理解。意大利作家卡尔维诺的选目,叫《为什么读经典》,卡尔维诺给经典作了定义,其中一条是,经典就是值得重读的书。朱建迅说,“有些书每次重读

都会有新的发现、新的感受、新的愉悦。”那么究竟应该读什么样的经典呢?周益民和朱建迅一致推荐了“译林名著精选”,这60部中外文学史上的核心名著,选自译林多年累积的400多部经典,囊括教育部《义务教育语文课程标准》推荐书单。既保留了深受读者欢迎的选目,如《老人与海》《简·爱》《名人传》等,又增加了《安妮日记》《稻草人》《飞鸟集》《一千零一夜》《柳林风声》《地心游记》《欧也妮·葛朗台》《红与黑》等新品种。

## 打架的女孩就不是“小淑女”了吗?

来看看法国作家塞居尔伯爵夫人的答案

快报讯(记者 白雁)“什么样的人才是小淑女?”主持人问。“在公共场合不大声说话”“我觉得是那种文静安静的”“行为举止很优雅,干事情不鲁莽的”“心灵漂亮的”……

7月16日上午,《小淑女》新书发布会在第七届江苏书展现场举行。新书发布会现场,不少小朋友给出了各自对“小淑女”的理解。

《小淑女》由法国作家塞居尔伯爵夫人创作,自问世以来一直畅销不衰。塞居

尔伯爵夫人是法国儿童文学的开创者,在她的笔下,小姑娘们并不完美,她们会调皮、会和别人打架。但是,瑕不掩瑜,她们会为朋友挺身而出,很仗义;当遇到危险的时候,她们会积极地想办法;她们聪明独立无私,是真正的“小淑女”。

一百多年过去了,《小淑女》魅力不减,尽管书中的一些科学知识早已被刷新,但一些普世的价值观念,如真、善、美,是不会因时空的改变而改变,而它们也正是作者希望孩子能具有的品质。

### 战略合作

## 苏美社和苏工艺强强联手

快报讯(记者 白雁)7月16日,江苏凤凰美术出版社和苏州工艺美术职业技术学院签署《战略合作协议》,同时双方进行了“中国工艺美术出版中心”“苏州工艺美术职业技术学院教学实训基地”的授牌仪式。

江苏凤凰美术出版社与苏州工艺美术职业技术学院的合作始于2006年,一直以来双方真诚合作、互利共赢。近年

来,与学院合作的《百工录》系列丛书(第一辑)《桃花坞木刻年画六十年》等书获得广泛认可。

随着双方合作的深入,新一轮《战略合作协议》的签署意味着出版社的内容生产与高校学科建设全面对接;出版产业与学校资源的深度合作;院校产、学、研一体化的教学优势得以体现,出版增长点得以凸显。