

# 试论图书馆阅读推广理论的构建\*

谢蓉 刘炜 赵珊珊

**摘要** 阅读推广作为图书馆服务的一种基本形式,近年来逐渐得到图书馆学界和业界的普遍关注和认可,由此带来的一些问题需要从理论上进行一定的研究和澄清。本文从逻辑上对一些基本概念进行辨析,提出了图书馆阅读推广的定义,阐述了图书馆阅读推广的两个基本目标、两种基本类型,以及全面性、系统性、职业性和专业性等特点,总结了图书馆阅读推广的研究范式和理论层次等。作者认为,在当今网络时代和全民阅读的背景下,图书馆阅读推广应该突破传统上局限于“休闲阅读”的认识,向多学科、跨领域、全媒体,以及覆盖所有人群的阅读推广发展;以大力发展读者成为图书馆的忠实用户、促进各类馆藏资源的利用作为图书馆阅读推广的主要目的;应将读者的信息素养培育明确纳入图书馆阅读推广的目标体系中。这些观念上的突破亟须得到理论上的论证和支持。近年来图书馆阅读推广理论已形成了初步框架,但仍需要向阅读学、传播学等相关学科借鉴和学习,以尽快发展成熟,才能更好地解释、模拟、指导和预估阅读推广实践中产生的丰富现象。图5。参考文献26。

**关键词** 阅读推广 理论构建 图书馆学研究 全民阅读

**分类号** G250

## Towards a Theory of Library Reading Promotion

XIE Rong, LIU Wei & ZHAO Shanshan

### ABSTRACT

As one of the basic services provided by libraries, reading promotion has been receiving attention and recognition from librarians and researchers in Library Science in the recent years. Yet it entails issues that need to be addressed and clarified. The paper aims to offer a theoretical interpretation of Library Reading Promotion (LRP) and define some of its basic concepts.

In today's internet age, a nationwide campaign has been launched to encourage reading. Against this backdrop, LRP should go beyond the traditional "leisure reading" to cover multidisciplinary and cross-domain reading by people from all walks of life through omni-media so as to foster more committed library users and make better use of library resources.

The paper reviews the existing domestic and overseas studies on reading promotion, attempts to make logical analysis of some basic concepts. LRP is defined after related concepts have been sorted out. The two fundamental purposes of LRP, i. e. recommending library resources and developing readers, lead to the categorization of LRP as resources-based (or resources-centered) promotion and reader-based (or reader-

\* 本文系2013年度上海市教育科学研究的市级项目“大学生新媒体阅读及图书馆服务研究”(编号:B13042)的研究成果之一。(This article is an outcome of the project "Study on the new media reading and library services for college students"(No. B13042) supported by Shanghai Education Research Foundation 2013.)

通信作者:谢蓉,Email: xr@suibe.edu.cn, ORCID: 0000-0002-2243-2125 (Correspondence should be addressed to XIE Rong, Email: xr@suibe.edu.cn, ORCID: 0000-0002-2243-2125)

centered) promotion. The paper argues that LRP should be done in a systematic, rational, measurable and patterned way instead of merely focusing on spontaneous, sporadic or campaign-styled activities, and that LRP should aim at fostering readers' information literacy in a comprehensive way instead of merely sparking their interest in reading and developing reading habits. Compared to reading promotion activities conducted by other institutions, LRP is more comprehensive, systematic and professional. The existing studies show that LRP has been clearly laid out revolving around its professional concepts and values and fruitful results have been produced.

Though a preliminary framework is in place, establishing a LRP theory requires drawing on ideas from other relevant disciplines, e. g. Reading Studies, Communication Studies, Sociology and Pedagogy. Taking stock of the paradigms and constructs of the existing studies on LRP, the paper proposes the content needed to form a theoretical framework for LRP and discusses its relationships with the other disciplines. An established theory should be able to explain, simulate, guide and predict real-life phenomena and help solve real-life problems. When it comes to LRP, practice goes far ahead of theory. The puzzles and problems encountered in practice cannot be fully addressed without the establishment of a well-grounded LRP theory.

Serving as a preliminary attempt towards building a systematic LRP theory, the paper clarifies some basic concepts, reviews the existing studies and discusses future directions in terms of principles and methodologies. To establish a fully-grown theory, it takes the ongoing efforts of more scholars that offer different perspectives, draw on a variety of theoretical paradigms and enrich and improve the knowledge system of LRP. 5 figs. 26 refs.

#### KEY WORDS

Reading promotion. Theory construction. Library Science research. Nationwide reading campaign.

阅读推广作为图书馆服务的一种基本形式,近年来已经得到了图书馆业界和学界的普遍认可。范并思教授曾指出,阅读推广成为图书馆的主流服务是过去二十多年来图书馆事业的重大变化之一<sup>[1]</sup>。阅读推广的显性化和主流化,既有图书馆行业面临信息社会冲击时积极应对和主动出击的现实考虑,也反映了社会各界对于提升国民素养和社会文明水平的迫切需求。在当今“全民阅读”的背景下,各类型图书馆都在踊跃开展丰富多彩的阅读推广创新和尝试。

阅读是图书馆存在的最重要理由之一,阅读服务是图书馆与生俱来的一项服务。阅读推广最早来自教育机构、社会组织以及出版行业等,目的是使人获得阅读能力或更多地销售图书。图书馆通常是无需推广阅读的。有人甚至

认为,阅读作为延续文明的必须,需要推广是一种堕落。图书馆的阅读推广与教育机构、出版行业等有什么区别和联系?图书馆阅读推广服务与阅读服务是一种什么关系?传统上以休闲阅读为主要内容的图书馆阅读推广,能否扩展到专业领域,将推广专业资源和传授检索技巧等也纳入进来?近年来国际图联将信息素养的培育与阅读推广紧密结合起来,它们又是一种什么关系?诸如此类的问题,越来越困扰图书馆的阅读推广人员和研究人员,亟须从理论上进行梳理和澄清,才能最终确立图书馆“阅读推广”的真正内涵。

本文对图书馆阅读推广领域的研究现状进行梳理,重点分析其中的理论进展,试图从逻辑上对一些基本概念进行辨析,提出了图书馆阅读推广理论所应包含的内容和基本的体系架

构,希望能对图书馆的阅读推广服务实践提供一定的参考,并对构建图书馆阅读推广理论体系提供借鉴。

## 1 阅读推广研究现状

近年来,由于图书馆到馆人数和文献借阅量出现持续下滑现象,阅读推广作为图书馆活动的一项内容,引起了业界的高度重视。国际图联(IFLA)尤其提倡对阅读推广的研究,把阅读活动作为现代图书馆中与借阅流通和参考咨询并列的三大基本服务之一,并提出“以研究促进阅读推广”<sup>[2]</sup>。

### 1.1 国外的研究情况

国外阅读推广研究通常结合图书馆宣传(advocate)、读者发展(reader development)、素养(literacy)培育等主题进行研究,也有一些关于读者借阅或阅读习惯调查方面的研究,但大都包含在 Reading Promotion 概念之下。笔者以“reading promot\*”为主题词,以 Web of Science 数据库作为主要的文献数据库和检索平台(检索时间为 2015 年 3 月 18 日),获得相关文献 1 699 篇。通过限定“研究方向”为“Information Science & Library Science”,获得 88 篇命中文献。其中,美国、英国位列前两名,且占据了近一半数量(见图 1)。

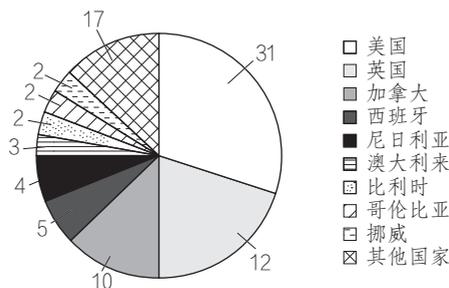


图 1 阅读推广研究的国家分布

此外,通过对 EBSCO 的 Library & Information Science Source(图书馆与信息科学专题大库)进行检索(检索时间为 2015 年 3 月 18 日),共获得 1 118 篇文献。其中,2013—2015 年的文献有 89 篇。可以看出,与图书馆阅读推广相关的研究论文已有相当数量。

在以上文献中,有关“阅读”重要性的研究依然占据重要的内容<sup>[3-7]</sup>,其次是有关的活动报道。各国都开展了大量的阅读推广活动,如美国国会图书馆发起的“读者年”“图书改变生活”“塑造你的未来——阅读”等阅读推广活动。英国也发起不少行之有效的项目和倡议<sup>[8]</sup>,英国艺术委员会资助的图书信托基金会开展了“阅读起跑线”“一起写作”等阅读推广活动。另外,关于开展阅读推广的经验介绍,也占有相当比例。

与这些经验性、报道性的内容相比,有关理论与方法的研究较少,研究性论文尤其稀少,主要集中于阅读喜好、行为模式、评估等方面。如 Laspa 通过大型的社会编目网站——LibraryThing 研究使用者的阅读行为,他认为,图书销售商可以根据 LibraryThing 呈现的阅读偏好进行图书推广<sup>[9]</sup>。Grgic 通过分析社交网站 Facebook 互动的质量和数量,研究克罗地亚学校图书馆通过 Facebook 满足图书馆年轻使用者需求的情况<sup>[10]</sup>。虽然大多数研究并未突出图书馆阅读推广的特殊性,但还是有一些来自图书馆的研究专注于探讨图书馆的职能发挥和政策制订。如,有学者认为图书馆的传统作用是在版权所有者和公众之间架设桥梁,而这一作用比以往更加突出。Thebridge 和 Train 认为,图书在公共

图书馆服务中起着中心作用,图书馆工作人员应积极地鼓励阅读,并帮助读者进行阅读选择<sup>[11]</sup>。Banou 等研究大学生的阅读行为模式,并建议学术图书馆可以根据本科生的阅读习惯和行为,对必选阅读和休闲阅读制定不同的具体政策<sup>[12]</sup>。Greenwood 和 Davies 以英国拉夫堡大学的图书馆和信息统计部门开发的阅读推广评价工具为例,讨论如何评价阅读推广项目的问题<sup>[13]</sup>。Berube 研究公共图书馆的电子图书问题,认为公共图书馆提供电子图书服务并进行阅读推广,是非常重要的<sup>[14]</sup>。Huysmans 等讨论了荷兰的阅读推广项目——Library at School 对学生阅读态度和阅读频率的影响<sup>[15]</sup>,另外还有学者认为家长在孩子的阅读行为方面可以施加更重要的影响<sup>[16]</sup>。总体而言,国外阅读推广研究历史悠久而且成果不少,但仍然呈现一种较为零散、自发的状态,尚未形成一定的体系或框架。

## 1.2 国内的研究情况

国家社科基金自 2010 年批准了首个“图书馆阅读推广”项目之后,至今以阅读推广和阅读为主题的立项课题已达 19 项。这里面既有对阅读的研究,对图书馆阅读推广服务的研究,对各类图书馆开展阅读推广的研究,还有对困难群体,包括抑郁症、阅读障碍群体开展阅读服务的研究。此外,未成年人阅读的研究,或在新媒体环境下、数字环境下的阅读研究都有所涉及。但这些国家社科课题中,仅在特殊人群的阅读服务研究中涉及理论话题,尚缺乏系统的阅读推广理论的研究。

以“阅读推广”或者“阅读促进”为主题词在中国知网的期刊库中搜索(检索时间为 2015 年 4 月 3 日),可以获得 2 180 篇文献。其中,“图书情报与数字图书馆”学科领域 1 734 篇,遥遥领先于其他学科领域在该主题的研究。此外,阅读推广还与出版、教育、新闻与传媒等都有着密切关系。在“图书情报与数字图书馆”学科领域中,2010 年至今的五年多来,共发表文献达 1 683 篇之多,而 2010 年前所有年份发表的文献

总和仅 50 余篇。这充分说明,近五年来,“阅读推广”研究突飞猛进,成果以几何级数增长。

就内容来看,大量文献主要集中于阅读推广现状描述、活动介绍、具体案例和做法等。直到最近开始涉及一些基本概念、对象、理念、框架和模式等理论问题,出现一些深入探讨图书馆阅读推广概念,或系统阐述阅读推广理论的学者和文章。

如果把阅读推广作为一个研究领域,对上述研究成果和论文所涉及的内容进行细分,基本可以归纳为以下五个方面。

(1) 理论构建:阅读推广基本理论问题研究,涉及阅读推广的概念、问题、属性、范围、体系、性质和模式等。这类研究数量目前尚不多,但非常重要,因此特别归纳为一类。近年范并思教授在这个领域发力,发表了系列文章。

(2) 方法探讨:涉及资源配置、形式、组织、制度、方法与技术研究,包括新媒体、新阅读、数字阅读和移动阅读等不同的资源方式,及立体阅读、读书会和书评人制度等不同的推广形式。

(3) 宏观战略:包括政策、意义、作用方面的研究,如机制研究、制度设计、发展趋势、组织模式和对策研究等。

(4) 案例研究:业界近年来已积累了大量的阅读推广案例,并开展了不少优秀案例评比活动,有些案例已结集出版。而对各类阅读推广活动,按其主体、对象、组织方式、设计特点等的不同进行分类总结和研究的文章,也层出不穷。

(5) 评估评价:包括不同规模的阅读情况调研,以及评价指标体系和活动有效性研究等。

如果以理论—应用作为横轴的两个方向,以宏观—微观作为纵轴的两个方向,形成一个四象限的二维坐标,将上述五方面的内容主题进行一定的归并,并选取较大的主题以气泡图的方式大致排列,可以得到图 2(其中,各主题的气泡面积大致表示该主题研究文章的数量多少)。

如图 2 所示,目前的研究大体集中在左边两个象限,即以应用研究为主,尤其以案例研究和各国情况介绍为多。如果再有一个时间坐标,

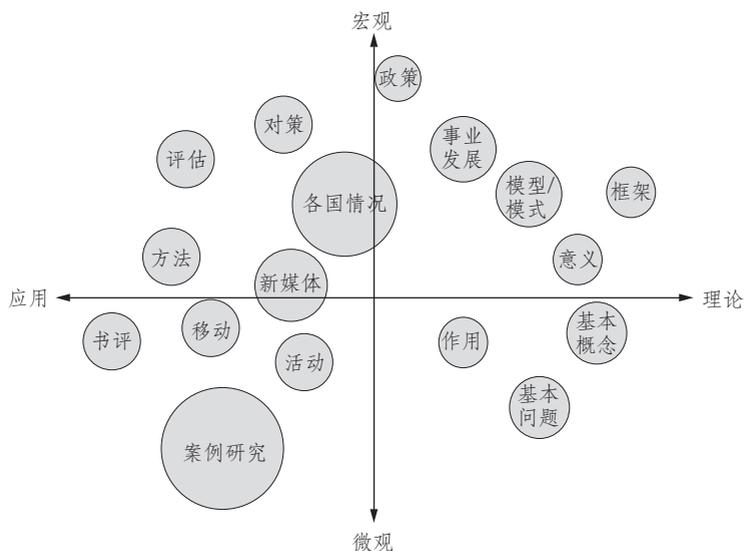


图2 阅读推广研究内容主题分布

可以看到右边的一些理论主题是近年增长起来的,目前有加速发展的趋势。

针对图2最大的两个主题——“案例研究”和“各国情况”,笔者详细分析了其中的内容,虽然每篇文章涉及主题的大小、多少不同,写作方法也各有不同,但大致可以用一个三维主题空

间来表示,三个维度分别为地域范围、机构组织和特定人群(见图3)。其中,很多文章都是介绍或论述一些国家或地区的机构或组织针对特定人群开展的阅读推广活动,例如,“欧美地区”“公共图书馆”对“弱势群体”阅读推广服务的研究,就可以通过三个维度定位其立体区域。

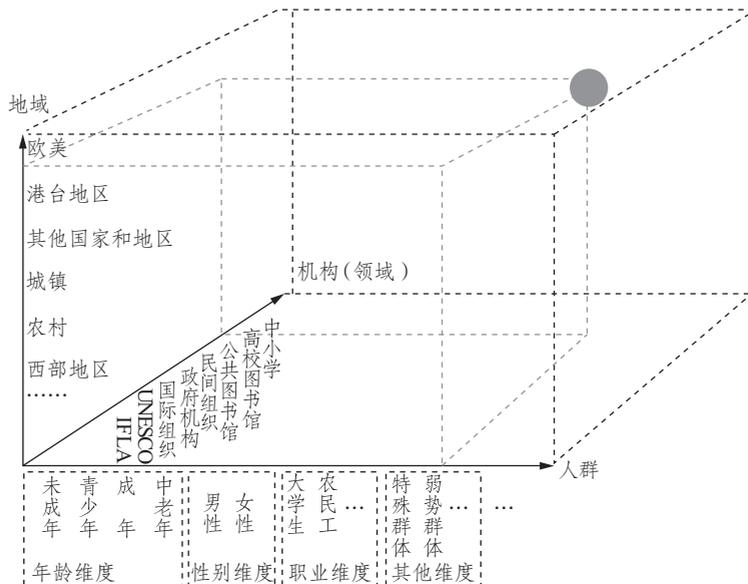


图3 阅读推广“各国情况”及“案例研究”的主题维度

## 2 关于图书馆阅读推广

目前,图书馆领域的大量阅读推广研究其实都属于阅读研究。例如,阅读现状调查、阅读媒体(载体)研究、阅读心理研究、阅读行为研究、阅读效果(影响)研究、阅读动机研究、阅读社会学研究等,也有一些属于图书馆阅读推广活动的服务研究。迄今为止,阅读推广研究还没有一个明确的边界,许多基本问题尚得不到研究和解答,这种状态不利于图书馆阅读推广实践的深入推进和有序开展。

### 2.1 图书馆阅读推广的定义

近几年,范并思教授首先在阅读推广的理论方面发表了数篇文章,较为系统地回答了“阅读推广是什么”“阅读推广为什么”和“阅读推广怎么做”等问题。范并思认为,阅读推广是一种新型的、介入式的图书馆服务,其目标人群是全体公民,重点是特殊人群,活动化、碎片化是主要特征,其主要目的是使不爱阅读的人爱上阅读,使不会阅读的人学会阅读,使阅读有困难的人跨越阅读的障碍。他的这些思想为阅读推广初步构建了一个基本的理论框架。

范并思教授并没有直接回答“什么是阅读推广”这个基本问题,认为“这一词汇在中外图书馆学中普遍使用”,从字面理解,“就是对阅读进行推广或促进”<sup>[1]</sup>。于良芝教授则认为:“根据图书馆界从事阅读推广的经验,它主要指以培养一般阅读习惯或特定阅读兴趣为目标而开展的图书宣传推介或读者活动。”它“本质上是图书馆职业对其用户的阅读行为(或潜在用户的非阅读行为)进行专业化干预的过程。”<sup>[17]</sup>于良芝教授还认为,由于目标是“培养阅读习惯或兴趣”,阅读推广试图影响的通常是休闲阅读行为(reading for pleasure),即与工作或学习任务无关的阅读行为。

如果说以前的阅读推广工作还只是处于自发组织阶段的话,当前图书馆已经将阅读推广

作为一种基本服务,应该进入自觉阶段了。这也是理论研究的意义所在。对基本概念的确切定义是开展研究的基础,不能模棱两可,更不是可有可无的,否则就会产生模糊和混淆。笔者认为,除了对读者行为的专业化干预或改变“潜在读者的非阅读行为”(即让不阅读的读者开始阅读),阅读推广活动也可以是仅仅改变了读者或潜在读者对阅读的态度或动机,虽然还没有改变或落实到具体的阅读行为,也可以作为阅读推广的成果之一,在进行阅读推广活动的效果测度时作为一项指标。事实上,对于读者阅读动机变化的影响研究已经很常见了。另一个问题,专业阅读的推广工作算不算阅读推广?事实上,休闲阅读与专业阅读的界限常常是因人而异,很难截然区分。笔者认为,现在已经到了应该扩展阅读推广研究范畴的时候,否则将不利于把阅读推广作为一项普遍的图书馆服务进行推行。

当前的阅读推广实践出现了很多新的特征,需要以更加开放包容和与时俱进的态度来看待和总结,才能构建一个更有价值和生命力,更能指导当前实践的理论。笔者在此给图书馆阅读推广下一个定义:图书馆的阅读推广是图书馆利用其信息资源、设备设施、专业团队和社会关系等各种条件,鼓励各类人群成为图书馆的读者,并培养其阅读兴趣、养成阅读习惯或提升其信息素养的各种实践。

阅读推广并非图书馆独家专利,其他各类机构组织也通过各种手段,利用其自身的特点和优势,向目标人群施加影响,使其形成阅读兴趣或习惯,或从事与阅读相关的各类活动,这些都是阅读推广。图书馆服务的特点在于其使命就是促进阅读,因此上述定义将“读者发展”作为其明确而坚定的目标,将“信息素养”的培育也作为阅读推广的重要目标,并且将图书馆所做的各种“努力”(国外多用 Initiative 一词,并非一定是 Activity“活动”)都纳入阅读推广范畴。与一些教育机构的阅读推广进行比较,教育机构往往着眼于“学会”阅读,掌握阅读技能就可

以,当然如果能够培养起阅读兴趣则更好,但如何进一步持续阅读,提高阅读能力,有目的、有方向、更深入地阅读,他们就关心得比较少了。而图书馆是提供终身学习的场所,不仅致力于全面满足各类读者的阅读需求,也提供各类阅读的“全程监护”,同时在阅读内容、手段和方法上都能给予配合和指导,这也就是致力于信息素养的培育工作。当今数字时代,图书馆更应该承担起“数字素养”的培育和保障职责,这也是其他任何机构开展阅读推广所无法比拟的,是图书馆在阅读推广方面的核心竞争力。

## 2.2 图书馆阅读推广的基本类型

笔者认为,图书馆的阅读推广有两个基本目标,即“馆藏推介”和“读者发展”。图书馆的阅读推广也据此可分为两种基本类型:基于资源的推广(或称以资源为中心的推广)和基于读者的推广(或称以读者为中心的推广)。基于资源的推广不一定基于一个图书馆当前的现实馆藏,也可以基于任何可以被纳入馆藏的资源,包括可能还没有实现购买或获取的资源;基于读者的推广也不仅指某一图书馆当前的注册用户,也可以包括潜在读者和图书馆服务的目标用户。这两种类型的推广是有密切联系的,因为进行馆藏推介的前提是掌握读者需求,并能根据读者的反馈来调整馆藏;发展读者也通常需要以馆藏和服务为吸引,引导并固化其阅读需求,提升读者的满足感,使其认同图书馆的理念和价值,成为图书馆的忠实“粉丝”。

## 2.3 图书馆阅读推广的特点

图书馆的阅读推广,无论是以馆藏为中心还是以读者为中心,与其他行业的阅读推广相比,均有四个方面的显著特点。

(1)全面性。范并思认为,阅读推广就是对现代图书馆基本理念的实践,虽然从具体的阅读推广活动来说它应该是有确定人群和主题的,但总体而言图书馆阅读推广的对象应该是全体公民,是全方位、全覆盖的。其普遍均等的

全面性尤其体现在对特殊人群和弱势群体的强调和重视,因为这些人群往往是被边缘化的,常常处于被主流社会忽略的角落。

(2)系统性。与其他机构的阅读资源相比,图书馆馆藏最大的不同在于其是经过有序组织的,凡是纳入到图书馆馆藏体系中的资源,均是经过筛选和加工的,有一定的质量保证和权威性,本身就带有许多知识之间关联关系的描述。因此,图书馆实施的阅读推广可以做到如同它的馆藏发展一样有体系、有规划,涉及各个学科领域、各种类型和层次的读者。

(3)职业性。图书馆本身就是因阅读而存在,提供阅读是图书馆的天职。长期以来,图书馆虽然并不注重主动开展阅读推广活动,但图书馆作为一种制度设计,其长期存在本身就是推广阅读、推崇知识的象征。现在图书馆已经意识到阅读的危机就是职业的危机,开始主动地将阅读推广活动纳入其业务流程,开始将阅读推广作为图书馆的一项基本服务,依靠整个事业的力量,将图书馆的职业能量空前释放。

(4)专业性。图书馆工作长期积累的对于资源、载体、组织、描述、揭示、检索以及业务管理等方面的专业知识,构成了图书馆学的丰富内容。阅读推广正在成为图书馆服务的基础业务,也自然被纳入到图书馆学的研究领域。阅读推广需要针对不同的资源类型、内容特征、组织方式,以及不同的读者对象,采取不同的推广策略、方式,以不同的指标进行评估测量等。在这方面图书馆学的既有研究成果就能发挥一定的作用,不仅有助于提高阅读推广工作的水平,而且能使阅读推广的研究一开始就具有一个很高的起点,使其更加具有科学性和专业性。

总之,阅读在数字媒体时代被赋予了比传统媒体时代更多的含义。图书馆通过环境、工具、材料的提供,以及介绍、示范、体验、介入、参与等方式进行影响和诱导,让读者能够通过上网、使用软件和各类应用,利用各类数字终端设备接触到最新的数字环境。这也是阅读推广的工作内容,是图书馆义不容辞的责任。让读者

在图书馆提供的环境中进行交流学习,培养创新能力,及建立众创空间也成为一种必然,这样也赋予了图书馆空间服务新的内容和意义。只有把阅读推广与图书馆服务有机地结合起来,才能推动业务发展,反过来真正地将阅读推广纳入到图书馆的主流业务中去。

### 3 关于图书馆阅读推广理论研究

根据本文第一部分的文献调研,可以看到图书馆阅读推广业已形成一个相当繁荣的研究领域。正如传播学大师威尔伯·施拉姆一直认为传播研究只是一个领域(field)而非学科(discipline)一样<sup>[18]</sup>,其中主要原因是认为传播学并无自己独特的理论,大量的理论都来自政治学、社会心理学和社会学等相关领域,但这并不妨碍传播学后来成为一门强大的学科。阅读推广研究也有类似特点,它是一个边缘交叉的应用研究领域,目前研究成果众多但理论还十分薄弱,亟须借鉴其他学科的理论和方法,而图书馆的阅读推广围绕其职业理念和价值观,已形成了明确的问题和边界,展开了成果丰富的研究,其形成一门独立的研究领域或学科,已指日可待。

理论研究有助于总结现象,把握规律和明确边界,并指导实践获得更好的发展。目前图书馆阅读推广实践已经为理论研究积累了丰富的内容,已有的大量研究也为理论的体系化和学科化奠定了一定的基础。实践迫切需要进行理论总结并接受理论指导,因此从实践层面也需要将“图书馆阅读推广理论”作为一个整体进行系统的理论归纳。

#### 3.1 当前图书馆阅读推广理论研究的三种范式

当前阅读推广理论研究按其研究范式,可大致归纳为要素论、模型论和过程论等三类。

要素论是对阅读推广现象进行抽象的一种初步尝试,它将阅读推广活动中所涉及的一些

要素、实体或基本概念提取出来,分析它们的作用及相互关系。这通常是一种比较直观和初级的理论归纳,但十分有效,能够解释不少现象。例如,王姝等提出高校图书馆阅读推广五要素,即:用户、主体、载体、渠道、活动,并以此构建阅读推广的理论架构<sup>[19]</sup>,是典型的要素论研究;姜利华基于五W传播学理论(谁(Who)→说什么(Says What)→通过什么渠道(In Which Channel)→对谁(To Whom)→取得什么效果(With What Effects))展开论述,对阅读推广的五个要素进行解读和分析<sup>[20]</sup>;张怀涛认为阅读推广的六要素包括阅读推广的目的、主体、对象、内容、活动、效果等<sup>[21]</sup>,这些都属于要素研究,但也可以认为该理论提出了一个解释模型的基本要素。

模型论比要素论更进一步,在要素和要素关系的基础上,还试图模拟现实世界的因果变量和复杂的联系过程,能够解释更多的现象。如,谢蓉分析了参与图书馆阅读推广活动的主体、阅读者、阅读对象和推广媒介,提出了数字阅读时代阅读推广模型<sup>[22]</sup>。大量社会科学理论研究都是从构建模型开始的,阅读推广理论研究在这方面还有很多课题值得探索。

过程论则多从阅读推广活动的角度探讨规律。阅读推广活动整个生命周期所需的各个环节,都是其研究对象,涉及规划、布局、资源调度、设计、执行、掌控、反馈和评估整个流程。例如,对于战略、策划、方法、社会影响、效果评估等的研究,都可以纳入过程论范畴。分级阅读理论、阅读疗法等,也都可以归入此类。如,吴晞站在历史发展的宏观角度,指出阅读推广是图书馆历史发展的趋势,是图书馆生存发展的需要,是社会阅读的需要,是图书馆的根本任务,明确指出图书馆必须进行阅读推广<sup>[23]</sup>。而李超平则从公共图书馆宣传推广活动的组织、操作策划等环节,及公共图书馆阅读促进的方式、阅读活动的组织方面进行阐述<sup>[24]</sup>。王素芳尝试建立一个包括图书馆、用户感知、社会影响等多维度的儿童阅读推广活动综合评估指标体

系<sup>[25]</sup>,涵盖了图书馆投入—产出和结果—影响多维度指标,尤其重视图书馆投入指标和参与者受益度这一评估指标。

范并思对于阅读推广理论的研究,十分类似于本文的研究,属于对于阅读推广研究的研究,是一种“元”理论研究,与一般阅读推广理论还有很大不同,可以归入批判学派。从社会科学理论范式来看,前述三类研究范式还属于建构主义或功能主义实证学派范畴,远不能反映实践的复杂性,还需要批判学派和理论证伪,才能够促进理论的发展和成熟。

### 3.2 图书馆阅读推广研究的相关学科

阅读推广研究是一个多学科交叉的应用研究领域,不仅要研究阅读,更要研究推广。就学科关系上,可以认为阅读推广研究是阅读学的一个子类。它还涉及教育学、传播学、社会学、认知科学(阅读学)、图书馆学甚至市场营销学等多门学科,从不同学科角度进行研究,侧重点都有所不同。如,教育学侧重认知机理的研究,社会学侧重调查统计,而传播学最值得借鉴,侧重通过方法和过程的设计达到影响效果。这正是阅读推广所应借鉴和学习的。

本文主要探讨“图书馆阅读推广研究”的基本问题,但从概念上看,它隶属于“阅读推广研究”这个上位概念,在讨论学科关系的时候必须首先对这个上位概念进行分析。图4概要说明了图书馆阅读推广研究与阅读推广研究及其主

要相关学科(阅读学、传播学和图书馆学)的关系。

阅读推广研究深受阅读学和传播学的影响,但有自己的目标、内容、方法、结构和范畴体系,这些都区别于阅读学和传播学研究。

阅读推广研究的目的是通过研究促进阅读,对于图书馆而言就是发展读者并促进馆藏的利用,而阅读学的目的是探求阅读的机理、掌握阅读的规律、提高阅读效率,传播学的目的是探究人类传播行为和过程的规律。

阅读推广研究与阅读学和传播学在内容方面有一定交叉。例如,对于推荐书目的研究、媒体特点与阅读效果的研究、阅读动机和阅读行为方面的研究、特殊人群阅读特性的研究、传播效果和过程的研究、受众特点的研究等,但内容主体和研究的侧重点还是有所不同。

在研究方法方面,阅读推广多采用各类调查统计方法。阅读研究由于涉及人的认知和心理过程,除了调查统计方法之外,还常用实验方法。而传播学的研究方法十分丰富,值得学习借鉴的地方很多。

从研究体系角度看,阅读推广研究更接近于传播学,而阅读学则偏向社会学和心理学等等。有时很多研究课题属于交叉领域,很难严格区分。例如,对于数字媒体与纸质媒体在阅读特点方面的对比研究属于阅读研究,效果方面的研究属于传播研究,而如何利用这些特点达到一定阅读效果的工具性研究就是阅读推广研究。在这里,这三类研究是非常接近的。

另外,图书馆学对阅读推广理论研究的影响也是很大的,图书馆阅读推广研究本身即是图书馆学的一部分,阅读推广作为图书馆的一项重要活动正在丰富着图书馆学的基本内容。

吴建中博士最近引入的流空间理论,试图为图书馆的实体空间在信息时代如何发挥作用、体现价值提供一种理论解释<sup>[26]</sup>。该理论认为,在信息时代,人们的知识交流活动可以在物理空间和虚拟空间之间任意穿越,这种迁移应该是无缝的和非常便利的,而图书馆正是提供

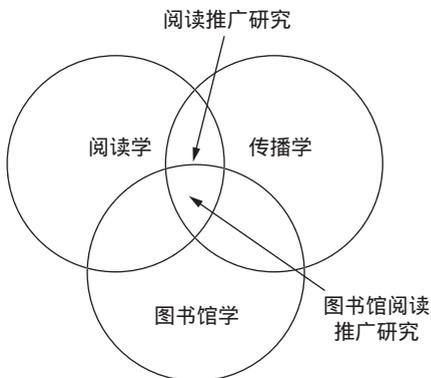


图4 图书馆阅读推广研究与相关学科的关系

了两类空间的最佳场所。该理论虽然并非针对阅读推广,但也为图书馆的阅读推广活动提供了一种更高层次的“元”解释。

### 3.3 图书馆阅读推广研究的理论层次

对图书馆阅读推广理论的深入研究,有助于该领域尽快形成自己的问题域和理论体系。笔者认为,与其他社会科学理论类似,图书馆阅读推广理论包含丰富的内容,这些内容是分层次

的,概念体系是理论的基本构件,基本原则构成了学科的公理层,它们构成了理论体系的基本要素;其下有方法论体系层、工具和技术层,实例和案例是学科研究的本体(见图5)。本文对图书馆阅读推广研究领域的一些基本概念进行探讨,罗列了所涉及的基本原则、基本理论,并列举了一些重要方法、工具技术和实例案例等,构建了图书馆阅读推广研究的理论层次。

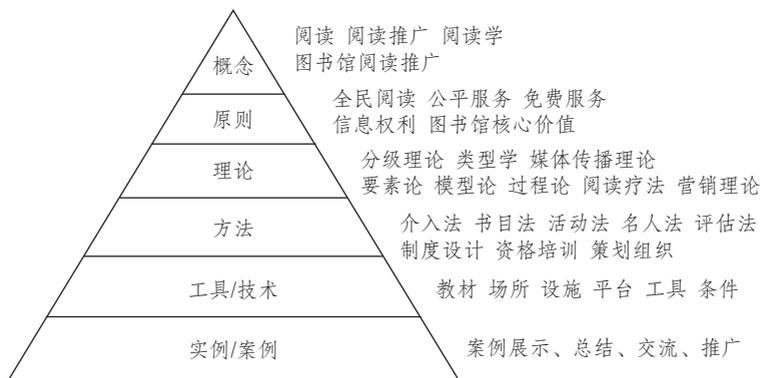


图5 图书馆阅读推广理论的层次

由于社会现象的复杂性,社会科学很少有一套理论能一统天下,多种理论并存是一种普遍现象,且各种理论只有适应性的不同,并无绝对对错。通常如同上述要素论、模型论和过程论一样,从不同的角度构建不同的解释体系,均有自己的特长,侧重点和优缺点各异,具有不同的适应性和解释能力,可以根据不同条件,解释、模拟和预测不同的问题。

## 4 结语

图书馆阅读推广的理论研究承载着当下全民阅读实践的巨大需求,有助于确立图书馆对于阅读推广的主体地位。目前,我们一方面要整合和重组阅读推广领域的相关研究,将各类自发的研究纳入阅读推广理论体系中,确立重点和评价标准;另一方面要积极促进实践创新和发展,不以学科框架禁锢思维,尤其注意

从互联网思维中获取和提炼新的思路和营养。

本文只是图书馆阅读推广理论研究体系化的初步尝试,一定存在很多不当之处。要确立这样一个研究领域的理论地位,需要更多的学者从不同的角度进行探索,不断丰富完善知识体系,并提供丰富多样的理论范式。

当前的难点在于必须在理论研究的同时,应对数字时代阅读和阅读推广很多新特点、新方法、新内容的挑战,需要重新认识载体形态对内容和传播过程的影响,等等。我们必须意识到,阅读的未来是数字阅读,阅读推广的未来也将是数字阅读的推广,因此阅读推广理论应该能够适应以实时性和分享性为特征的社会化阅读和大数据分析带来的智慧化阅读。本文虽然提出了图书馆阅读推广理论体系的初步构想,但还只局限于对一些概念的明晰,对已有成果的研判和对未来的研究从原则和方法论层面的讨论,未来还有很长的路要走。

## 参考文献

- [ 1 ] 范并思. 阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报,2014,40(5):4-13. (Fan Bingsi. Reading promotion and Library Science:analysis on basic theory[J]. Journal of Library Science in China, 2014, 40(5):4-13.)
- [ 2 ] IFLA Professional Report No. 125:using research to promote literacy and reading in libraries:guidelines for librarians[EB/OL]. (2011-03-01) [2015-04-25]. <http://www.ifla.org/files/hq/publications/professional-report/125.pdf>.
- [ 3 ] Erzetic B. Means of knowledge acquisition of entrepreneurs and their success[J]. Managing Global Transitions, 2008, 6(2):157-175.
- [ 4 ] Boateng H, Dzandu M, Tang Y. An investigation into knowledge acquisition idiosyncrasies in Ghanaian universities[J]. The Journal of Information and Knowledge Management Systems,2014, 44(4):579-591.
- [ 5 ] Usherwood B, Toyne J. The value and impact of reading imaginative literature[J]. The Journal of Librarianship and Information Science,2002,34(1):33-41.
- [ 6 ] Genoni P. Reading and reader development:the pleasure of reading[J]. Library Management, 2004,25(8/9):404-405.
- [ 7 ] 장지숙, 이진우, ChaMiKyeong, 송경진. A study on the public library policies of local governments[J]. Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science, 2010,21(2):15-28.
- [ 8 ] Elkin J, Train B, Denham D. Reading and reader development:the pleasure of reading[M]. London:Facet,2003.
- [ 9 ] Laspa C. The normal distribution in LibraryThing:investigation on the combined literature of fifteen books[J]. Collection Building, 2013,32(4):145-153.
- [ 10 ] Grgic I H. Croatian school libraries on Facebook:meeting the needs of young library users[J]. New Library World, 2013,114(9/10):416-427.
- [ 11 ] Thebridge S, Train B. Promoting reading through partnerships:a ten-year literature overview[J]. New Library World, 2002,103(4/5):131-140.
- [ 12 ] Banou C, Kostagiolas P, Olenoglou A. The reading behavioural patterns of the Ionian University graduate students [J]. Library Management, 2008, 29(6/7):489-503.
- [ 13 ] Greenwood H, Davies J E. Designing tools to fill the void:a case study in developing evaluation for reading promotion projects[J]. Performance Measurement and Metrics, 2004,5(3):106-111.
- [ 14 ] Berube L. E-books in public libraries:a terminal or termination technology?[J]. Interlending & Document Supply, 2005,33(1):14-18.
- [ 15 ] Huysmans F, Kleijnen E, Broekhof K, et al. The library at school:effects on reading attitude and reading frequency[J]. Performance Measurement and Metrics, 2013,14(2):142-156.
- [ 16 ] Chow W Y, McBride-Chang C, Cheung H. Dialogic reading and morphology training in Chinese children:effects on language and literacy[J]. Developmental Psychology, 2008,44(1):233-244.
- [ 17 ] 于良芝,于斌斌. 图书馆阅读推广——循证图书馆学(EBL)的典型领域[J]. 国家图书馆学刊,2014(6):9-16. (Yu Liangzhi, Yu Binbin. Library reading promotion:the typical field of evidence-based librarianship[J]. Journal of the National Library of China,2014(6):9-16.)
- [ 18 ] 刘海龙. 大众传播理论:范式与流派[M]. 北京:中国人民大学出版社,2008. (Liu Hailong. Mass communication theory:paradigms and schools [M]. Beijing:China Renmin University Press,2008.)
- [ 19 ] 王姝,魏群义,黄娟. 高校图书馆阅读推广理论架构与实践:以重庆大学图书馆为例[J]. 图书情报工作, 2014(6):73-76,103. (Wang Shu, Wei Qunyi, Huang Juan. Theoretical framework and practice of reading promotion in university libraries:taking Chongqing University Library as an example[J]. Library and Information

- Service, 2014(6):73-76, 103.)
- [20] 姜利华. 基于5W传播学理论的图书馆阅读推广研究[J]. 图书馆学报, 2014(11):60-62. (Jiang Lihua. Research on library reading promotion based on 5W communication theory[J]. Library Journal, 2014(11):60-62.)
- [21] 张怀涛. 阅读推广的要素分析[J]. 晋图学刊, 2015(4):1-11. (Zhang Huaitao. The factors of reading promotion[J]. Shanxi Library Journal, 2015(4):1-11.)
- [22] 谢蓉. 数字时代图书馆阅读推广模式研究[J]. 图书馆论坛, 2012(5):23-27. (Xie Rong. Research on the library reading promotion patterns in the digital age[J]. Library Tribune, 2012(5):23-27.)
- [23] 吴晞. 图书馆为什么要进行阅读推广[J]. 公共图书馆, 2013(12):9-13. (Wu Xi. Why libraries should promote reading?[J]. Public Library Journal, 2013(12):9-13.)
- [24] 李超平. 公共图书馆宣传推广与阅读促进[M]. 北京:北京师范大学出版社, 2013. (Li Chaoping. Propaganda extension and reading promotion of public libraries[M]. Beijing:Beijing Normal University Press, 2013.)
- [25] 王素芳, 孙云倩, 王波. 图书馆儿童阅读推广活动评估指标体系构建研究[J]. 中国图书馆学报, 2013(11):41-52. (Wang Sufang, Sun Yunqian, Wang Bo. An index system for evaluating children reading promotion programs in public libraries[J]. Journal of Library Science in China, 2013(11):41-52.)
- [26] 吴建中. 从Agora到流空间[EB/OL]. (2015-03-14)[2015-04-10]. [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_53586b810102vhk5.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_53586b810102vhk5.html). (Wu Jianzhong. From Agora to flow spaces[EB/OL]. (2015-03-14)[2015-04-10]. [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_53586b810102vhk5.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_53586b810102vhk5.html).)

谢蓉 上海对外经贸大学图书馆副研究馆员。上海 201620。

刘炜 上海图书馆副馆长, 研究员。上海 200031。

赵珊珊 上海对外经贸大学图书馆馆员。上海 201620。

(收稿日期:2015-06-08;修回日期:2015-06-14)