

图书馆阅读推广人角色研究:类型构成、前置因素和后续影响*

李 武 杨 飞 毛远逸 刘 宇

摘 要 阅读推广已经成为图书馆的主流服务,但作为阅读推广主体的阅读推广人在实践中仍然存在角色模糊的问题,这在一定程度上制约了阅读推广人的专业化发展。本文在借鉴公关人员角色和团队成员角色研究的理论视角和实证研究的基础上,采用混合研究方法,试图明确图书馆阅读推广人角色的类型构成,并分析其前置因素和后续影响。研究发现,当前图书馆阅读推广人的角色类型包括组织联络、宣传评估、调研策划、现场主导和内部辅导;这一角色分类体现了从管理者到混合型再到技工的连续体,其中组织联络位于管理者一端,宣传评估位于技工一端,调研策划因其典型的混合型特点位于中间位置,而现场主导和内部辅导这两个角色则可能位于该连续体的其他任何中间位置;除了性别和学科背景之外,职称、所在图书馆的类型、图书馆所处地域和工作性质对图书馆阅读推广人的角色类型都有一定的影响,而这些角色类型又在很大程度上影响他们对角色重要性的认知和对工作满意度的评价。本研究可为图书馆培养阅读推广人提供参考。图 1。表 6。参考文献 47。附录 1。

关键词 阅读推广 阅读推广人 图书馆服务 角色研究

分类号 G250

The Roles of Reading Promoters in Libraries: Dimensions, Antecedents and Consequences

LI Wu, YANG Fei, MAO Yuanyi & LIU Yu

ABSTRACT

Although reading promotion programs have become one of the main services in today's libraries, there is still a great deal of ambiguity surrounding the role of reading promoters, which severely restricts the professional development of this field. However, this issue has received little research attention. Drawing upon the past research examining the roles of public relations practitioners and team members, the present study adopted an empirical approach to identifying the roles of reading promoters in libraries and exploring their antecedents and consequences. Specially, the study aims to answer three questions: 1) What are the dimensions or types of the roles of reading promoters in libraries? 2) What personal and organizational characteristics will influence the degree of librarians' participation in different roles? 3) Will the degree of

* 本文系国家自然科学基金重大项目“图书馆阅读推广理论与实践研究”(编号:18ZDA325)和国家自然科学基金一般项目“社会化阅读对在线社会资本和知识构建的影响研究”(编号:19BXW019)的研究成果之一。(This paper is an outcome of the major project “Research on the Theory and Practice of Library Reading Promotion” (No. 18ZDA325) and the project “The Impact of Social Reading on Readers' Social Capital and Knowledge Construction” (No. 19BXW019) supported by National Social Science Foundation of China.)

通信作者:李武,Email:lowie@sina.com,ORCID:0000-0002-1633-2363(Correspondence should be addressed to LI Wu, Email:lowie@sina.com, ORCID:0000-0002-1633-2363)

librarians' participation in different roles predict their perception of role importance and job satisfaction?

The target population of this study is librarians who have been involved in at least one reading promotion program. Given the fact that there are no established scale measures for reading promoters' roles, we started with a focus group study and used the results to construct a questionnaire for the subsequent larger-scale online survey. The survey was conducted over two weeks in March 2018, and 554 valid samples were collected. Data analyses were conducted in several steps with SPSS 22.0. Firstly, a split-half validation procedure was used to evaluate and then confirm the dimension structure. Using both exploratory and confirmatory factor analyses, the study shows that in the current practice, the roles of reading promoters include organization-liaison, promotion-evaluation, investigation-planning, on-site leading, and internal counseling. Beyond that, the regression analyses indicate that a reading promoter's professional title as well as the type (public libraries, academic libraries or school libraries) and location (in first-tier city-located or non-first-tier city) of the libraries they work at can predict how much they are involved in their different roles. Additionally, their degree of participation significantly influences their perception of role importance and job satisfaction respectively.

This study and its findings fill a gap in the current literature and help us better understand the roles of reading promoters in libraries. The different roles established in the current study, to a great extent, reflect the continuum nature of the professional job of a reading promoter, which ranges from managerial to mixed to technical work. Among them, organization-liaison lies at the managerial end, promotion-evaluation at the technical end, and investigation-planning falling in the middle due to its mixed nature, whereas the other two roles may fall on any point of the continuum. Furthermore, the results, particularly those concerning the antecedents and consequences of different roles, provide insightful direction for future training and the development of reading promoters working in libraries. 1 fig. 6 tabs. 47 refs. 1 attached tab.

KEY WORDS

Reading programs. Reading promoters. Library service. Role study.

0 引言

在政府积极推动全民阅读的宏观社会背景下,阅读推广活动在当下中国方兴未艾。在这股浪潮中,作为体系成熟、布点广泛和资源富集的公益机构,图书馆自然而然地成为阅读推广的核心力量^[1]。范并思指出,回顾过去二十多年的图书馆事业,除了信息技术给图书馆服务带来的变化外,最大的变化莫过于阅读推广成为了图书馆的主流服务^[2]。根据以往从事阅读推广的经验,图书馆阅读推广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^[3]。其中,阅读推广人是开展这项活动的主体,在整个服务中具有举

足轻重的作用。

从早期的阅读指导(reading instruction)、读者咨询(readers' advisory)到当前的阅读推广服务,阅读推广(reading programs or promotion)的历史可谓源远流长。但作为一项明确的服务,阅读推广在图书馆的实践中仍然是新兴的,阅读推广人也存在相当程度的角色超载、角色冲突和角色模糊性等问题^[4],甚至在部分图书馆,阅读推广活动是个别馆员在单打独斗。正如李杏丽等人所指出的,“阅读推广是一项复杂的系统工程,在阅读推广活动综合化、复杂化、专业化发展的趋势下,仅凭借单个人的力量必将显得捉襟见肘,难以应付”^[5]。阅读推广若要取得高质量可持续发展,组建阅读推广团队和明确成员角色是非常关键的。根据组织角色理论,角色是对个人在组

织中行为模式的抽象^[6];通过角色,组织可以明确细化对构成组织的个体所赋予的职责或期待,清晰的角色分工有利于团队协作,但角色模糊则会严重影响工作绩效^[4]。从阅读推广人制度建设的角度来看,构建专业化的阅读推广人队伍是重要的人才培养思路和目标。虽然图书馆学专业教育尚未将培养专业阅读推广人纳入培养方案和教学体系,但阅读推广人培训工作已经在全国和地方层面逐步推进^[7-8]。为了更加科学地开发课程体系和完善能力评估方法,也非常有必要对图书馆阅读推广人的角色进行全面系统的研究。鉴于阅读推广人议题的重要性和学界对此缺乏足够的关注,本研究在借鉴公关人员角色和团队成员角色研究的理论视角和实证研究的基础上,采用混合研究方法,调查在各类型图书馆从事或参与阅读推广活动的人员。具体的研究目标就是明确图书馆阅读推广人的角色类型,并分析影响角色类型的前置因素和后续影响。

1 文献回顾

本文首先梳理了有关阅读推广人角色的研究文献,指出当前研究存在的不足。图书馆开展阅读推广在很大程度上可被视为图书馆的公共关系活动,也考虑到理想的图书馆阅读推广活动应该是基于团队的分工合作^[9],因此,本文同时整理回顾了有关公关人员角色和团队成员角色的研究文献,这些研究成果为考察图书馆阅读推广人角色提供了很好的理论视角和实证基础。

1.1 阅读推广人角色研究

在图书馆学领域,对图书馆员角色的探讨已有多年的研究传统,包括对参考馆员、编目馆员、数据馆员等特定类型馆员角色的研究^[10]。相对而言,对图书馆阅读推广人角色的研究非常少(在英语中,图书馆阅读推广人大致对应 programming librarians 或者类似的表述)。根据本文的文献检索结果,国外直接以图书馆阅读推广人角色为议题的研究成果尚

未见诸于正式出版物,但相关机构或项目已经在关注图书馆阅读推广人的角色或相关问题。比如,美国图书馆协会开展了为期两年的一项调查,其中就涉及图书馆阅读推广人的专业能力建设问题,该项目调查报告总结了图书馆阅读推广人所具备的九种核心能力,包括策划、评估、宣传、沟通和创意等^[11]。

在国内研究图书馆阅读推广的众多文献中^[12],除了论述各种类型图书馆阅读推广人的能力建设之外^[13-14],直接聚焦阅读推广人角色议题的研究文献也是凤毛麟角。林永照通过对阅读推广活动的分析,将高校图书馆阅读推广人的角色归纳为信息资源的提供者和协助者、阅读推广活动的规划者和宣传者^[15];刘玉婷等人基于高校师生的反馈评价,将高校阅读推广人的角色定位为阅读活动的引导者、组织者和宣传者^[16];李杏丽等人基于 Belbin 团队角色理论,认为阅读推广团队应该由管理角色和任务实施角色构成^[5]。从研究对象来看,现有研究多聚焦于高校图书馆,而阅读推广已经成为公共图书馆领域最引人瞩目的服务,有必要将公共图书馆纳入考察范畴。从研究方法来看,采用传统思辨方法的研究较多,虽然其中论述不乏真知灼见,但研究结果因方法的局限缺乏一定的信效度。从研究理论来看,相关研究虽将 Belbin 团队角色理论引入研究框架,但并未将理论与实证有机结合,研究的科学性有待加强。

1.2 相关领域的角色研究

1.2.1 公关人员角色研究

从某种意义上讲,图书馆开展阅读推广活动也是一种公关活动,图书馆阅读推广人可被视为特殊的图书馆公关人员。Broom 是公关角色研究领域的开拓者,他首次界定了公关人员的四种角色类型:专家型咨询者、沟通促进者、问题解决过程促进者和沟通技工,并发现前三个类型经常在同一个人身上交替出现^[17-18],这一研究发现使得公关人员角色可精简为管理者和技工两大类型。这种二分法在 Dozier 的研究

中得以继续强化, Dozier 多次开展调查, 虽然萃取的具体类型跟 Broom 提出的四大类型有所不同, 但他同样认为可将公关人员角色缩减为管理者和技工两大类^[19]。前者是管理型服务的提供者, 具体负责制定决策、开展调研和评估工作; 后者是技术型服务的提供者, 服务内容包括基于管理者的指示或建议制作和分发素材。虽然没有人会完全地落入到某一个角色中, 但其行为模式总是能体现出各自主要扮演的角色^[20]。

虽然二分法清晰明了, 但也遭受了不少诟病。有学者认为, 简单地将公关人员角色区分为管理者和沟通技工会丧失许多有意义的信息^[21]。也有学者认为, 将所有技工的角色都视为一个笼统的类型也是不太恰当的^[22]。为了更全面地反映公关人员的角色类型, Moss 等人提出五维度模型: 监督评估者、议题管理专家、关键政策和战略咨询者、问题解决者、沟通技工^[23]。Fieseler 等人在欧洲八国的数据基础上, 利用因子分析法提出公关人员的四大角色类型: 诊断、辅导、联络和实施, 同时指出, 这四种角色类型与 Dozier 和 Broom 的分类结果部分吻合, 但与 Moss 等人的研究结果更为相似^[24]。

1.2.2 团队成员角色研究

如前所述, 鉴于阅读推广活动的复杂性和专业性, 为了促使这项服务的高质量可持续发展, 应该提倡组建团队, 吸收不同类型的角色成员, 形成 1+1>2 的团队效应。关于团队成员角色的问题, Benne 和 Sheats 早在 1948 年就开展相关研究, 将其区分为团体任务型、团队建设/维持型和个体中心型^[25]。Bales 随后将团体成员划分为任务导向型和社会情感型, 前者负责促进任务的顺利完成, 后者需要维持群体内部关系^[26]。尽管这两个早期的分类体系所提供的具体类型有所不同, 但都非常强调两种重要的团队成员角色——任务型/行为型和社会型/人际型。

在后续的研究中, 最具影响力的当属 Belbin 的团队角色理论。Belbin 认为, 虽然人无完人, 但团队可以是完美的, 而有效的团队应该具备多种成员角色, 不同角色相互协作, 共同推进团队的发展。他在 20 世纪八九十年代提出了团队成员

角色分类体系, 并将具体的角色归纳为行动导向型、人际导向型和劳心费智型三大类型^[27-28]。另外, Mumford 等人将团队成员角色区分为任务型角色、社会型角色和跨界型角色^[29], 而 Mathieu 等人依据个人特质和经历将其提炼为任务型角色、社会情绪型角色和改变革新型角色^[30]。后续有关团队成员角色的研究都是对早期任务型/行为型和社会型/人际型角色的拓展, 并在此基础上增加新的角色类型。

2 研究方法和步骤

截至目前, 尚未有人提出测量阅读推广人角色的量表。为此, 参考 Churchill 和 Gerbing 等人的建议^[31-32], 本研究采用混合研究方法形成和确定量表, 具体包括以下三个主要步骤。

2.1 形成初始量表

在开展大样本的问卷调查之前, 本研究采用质化研究方法提炼阅读推广人角色的不同类型。具体而言, 开展由 10 人组成的焦点小组访谈(男性 2 位, 女性 8 位; 副高级职称 3 位, 中级职称 6 位, 初级职称 1 位; 2 位拥有图书情报学科背景, 8 位非图书情报学背景), 要求参与人员介绍自己在最近开展的一次阅读推广活动中的工作任务。在对访谈文本进行分析的基础上, 提炼出 70 多个词汇, 并对相关或相近词汇进行合并(如将“调查”“调研”“调查研究”“了解读者需求”“调查其他图书馆的做法”“征求专业认识的意见”“前期研究”“前期分析”等词汇统一为“调研”)。根据处理后的主题词, 并结合前面的文献回顾工作, 本研究初步总结了阅读推广人的八种角色类型: 调研、策划、组织、联络、宣传、评估、现场主导和内部辅导。其中, “现场主导”指的是推广人在现场主导阅读推广活动, 包括主持、主讲或领读等。另外, 之所以强调“内部辅导”, 是因为本研究聚焦于从事阅读推广的内部馆员, 不包括开展辅导或培训工作的馆外专家。围绕这些角色类型, 拟定了 31 道问项, 并将这些问项提

交给两位从事阅读推广研究的权威专家审阅。根据反馈意见,删除了6道问项,保留了25道问项,这些问项构成了用于后续采集大样本数据的量表(参见附录)。

2.2 收集量化数据

在确定初始量表之后,本研究于2018年3月在多个全国性或地区性在线图书馆馆员社群中发放问卷。在问卷前面,通过“您是否负责或参与图书馆的阅读推广活动?”题目过滤不符合条件的被试样本。经过半个多月的努力,共收集642份问卷,在排除了填答用时不足2分钟(平均用时约为5分钟)或连续10道以上题目回答同一选项的问卷之后,保留的有效问卷共计554份。

有效样本的基本信息构成见表1。如该表所示,从事阅读推广的馆员是以初中级职称的女性馆员为主,大多数并非图书馆情报学学科出身,从事兼职阅读推广工作。另外,来自一线城市和非一线城市的样本比例接近3:2,公共馆、高校馆和中小学馆的样本比例大致为5:2:1。

表1 样本分布(N=554)

		频率	百分比(%)
性别	男	164	29.6
	女	390	70.4
职称	初级	243	43.9
	中级	203	36.6
	副高	92	16.6
	正高	16	2.9
学科背景	其他学科	369	66.6
	图书馆学情报学	185	33.4
图书馆性质	高校图书馆	134	24.2
	中小学图书馆	70	12.6
	公共图书馆	350	63.2
图书馆所在地域	非一线城市	215	38.8
	北上广深	339	61.2
工作岗位	兼职阅读推广	431	77.8
	专职阅读推广	123	22.2

2.3 开展数据分析

为了了解各个问项与所有问项总分之间的

相关性,本研究进行 Pearson 相关检验。结果发现,所有问项与总分的相关系数在 0.59 至 0.79 之间,均在 0.01 水平上显著。另外,通过高低分分组的“临界比率”(CR 值)对每个问项的高低分分组的平均值进行差异显著性检验,以确定各个问项的鉴别力。结果显示,25 道问项的“临界比率”全部达到了显著水平($p < 0.001$)。

在进行问项分析之后,本研究采用折半验证程序(split-half validation)探索和确定阅读推广人角色的因子结构^[33-34]。将样本随机区分为两个规模大致相等的子样本,规模分别为 274 和 280。卡方检验结果显示,两个群体在个体特征(性别: $\chi^2 = 0.043, df = 1, p = 0.836$; 职称: $\chi^2 = 1.560, df = 3, p = 0.668$; 学科背景: $\chi^2 = 0.073, df = 1, p = 0.787$)、机构特征(图书馆性质: $\chi^2 = 0.175, df = 2, p = 0.916$; 图书馆所在区域: $\chi^2 = 2.113, df = 1, p = 0.146$)以及岗位性质($\chi^2 = 0.057, df = 1, p = 0.812$)的分布方面均没有显著差异,这充分表明了这两个群体具有可比性。

在后续的数据分析中,本研究针对随机分配的第一个子样本($n = 274$)开展 EFA(探索性因子分析),针对第二个子样本($n = 280$)开展 CFA(验证性因子分析)。EFA 通常不会事先决定因子的个数,其目的在于确认量表因子结构或一组变量的模型。相反,CFA 一般事先确认一个因素模型,重在检验假定的观察变量与潜在变量之间的关系^[35]。在本研究中,前者的目的是用于萃取阅读推广人角色的具体类型,后者的目的则是用于确认基于 EFA 分析所提取的因子结构。另外,在明确阅读推广人的角色类型之后,本研究采用一般线性回归分析和阶层回归分析探索角色类型的前置因素和后续影响。

3 数据分析及结果

3.1 关于角色的 EFA 分析

如前所述,本研究采用折半验证程序确定阅读推广人角色的因子结构。对于第一个随机分配的子样本($n = 274$),量表的 KMO 值为

0.924, $\chi^2 = 6004.044$ ($df = 300, p = 0.000$), 符合开展 EFA 的前提条件。

具体在操作过程中,通过用主成分提取法(特征值大于1)和正交旋转法中的最大方差旋转法,共萃取5个公共因子。根据因子负荷值不低于0.4的常用标准^[36],4个问项都存在交叉负荷现象,其中“联络3”(我承担与读者的联络和沟通工作)在由评估宣传问项所组成的公共因子和由组织联络问项所组成的公共因子上的负荷值均超过0.5。从理论上讲,这一问项确实跟这两种工作都具有很强的关联性,所以首先删除了该问项。再次运行 EFA,根据新的呈现

结果以及上述判定标准,又依次删除了“评估4”“调研3”和“评估3”(参见附录)。

表2是删除了上述4个问项后再次运行 EFA 的结果,仍然萃取5个公共因素,但因子结构非常清晰,每个问项只在其中一个公共因子上负荷值超过了0.4。值得注意的是,“策划3”(由我来撰写活动策划文案)脱离了原先设计的几个问项,与测量宣传和评估的几个问项聚在了一个公共因子上。尽管撰写策划文案从字面上隶属于策划工作,但从内涵上看,与宣传工作也有较大的关联。因此,基于概念的可解释性原则,我们分别将这六个公共因素重新命名为

表2 探索性因子分析结果

	组织联络	宣传评估	调研策划	现场主导	内部辅导	共同性
联络1	0.839	0.195	0.263	0.078	0.162	0.843
联络2	0.797	0.251	0.276	0.064	0.128	0.796
组织2	0.784	0.189	0.299	0.129	0.224	0.806
组织1	0.739	0.089	0.235	0.224	0.248	0.722
组织3	0.730	0.271	0.221	0.160	0.209	0.724
宣传2	0.001	0.827	-0.006	0.162	0.177	0.741
宣传3	0.148	0.809	0.181	0.096	0.113	0.731
评估1	0.286	0.794	0.156	0.113	-0.053	0.752
宣传1	0.179	0.733	0.164	0.139	0.210	0.660
评估2	0.277	0.725	0.306	0.124	-0.013	0.711
策划3	0.363	0.464	0.344	0.268	0.166	0.565
调研2	0.275	0.191	0.793	0.081	0.142	0.768
调研1	0.264	0.211	0.763	0.040	0.192	0.735
策划2	0.288	0.243	0.736	0.194	0.189	0.758
策划1	0.384	0.110	0.674	0.155	0.255	0.702
现场主导2	0.161	0.132	0.112	0.930	0.131	0.937
现场主导3	0.055	0.214	0.073	0.875	0.196	0.857
现场主导1	0.216	0.184	0.152	0.847	0.120	0.835
内部辅导2	0.284	0.106	0.239	0.159	0.857	0.909
内部辅导1	0.259	0.059	0.184	0.200	0.848	0.865
内部辅导3	0.231	0.352	0.288	0.188	0.671	0.745

(按解释方差变异量的大小排序):组织联络(19.198%)、宣传评估(18.347%)、调研策划(14.555%)、现场主导(13.210%)和内部辅导(11.667%)。这些公共因子累计解释的方差变异量达到76.968%。

3.2 关于角色的 CFA 分析

为了验证基于上述 EFA 所萃取的五种类型的阅读推广人角色,本研究对随机分配的第二个子样本($n = 280$)开展 CFA 分析。由于卡方值对样本容量比较敏感,本研究用卡方值与自由度的

比值取代卡方值作为其中的评估指标之一。根据相关学者的建议^[37-38],可接受的测量模型应该符合下述的指标条件: $\chi^2/df < 5$ (若 < 3 ,则为理想)、RMESA < 0.1 (若 < 0.08 ,则为理想)、SRMR < 0.08 (若 < 0.05 ,则为理想)、CFI/IFI/TLI > 0.90 。

CFA 分析结果表明,原始测量模型的拟合度欠佳,相关的指标分别为: $\chi^2/df = 4.035$ 、RMESA = 0.104、SRMR = 0.062、CFI = 0.886、IFI = 0.887、TLI = 0.866。修正指标显示,隶属于宣传评估因子的“策划3(由我来撰写活动策划文案)”与另外两个因子(调研策划、组织联络)都具有较强的关联,删除该问项可降低 136.636 卡方值。从问项设置来看,该问项原先也是为调查策划因子所设计的,因此删除了“策划3”。然后依次为以下几对同一因子内部问项的残差值建立关联:“评估1”和“评估2”、“联络1”和“联络2”、“调研1”和“调研2”、“组织1”和“联络2”,累计共降低 165.757 卡方值。尽管对问项的残差进行共变处理的做法应持谨慎的态度^[39],但这些问题因其共同的主题和类似的表达确实

会在很大程度上提供潜在的共变源^[40]。修正后的模型拟合度相当理想,各项指标为: $\chi^2/df = 2.622$ 、RMESA = 0.076、SRMR = 0.059、CFI = 0.943、IFI = 0.944、TLI = 0.931。

此外,本研究还检验了该量表的内在一致性、聚合效度和区别效度。组合信度(Composite Reliability, CR)是模型内在质量的重要衡量指标之一,如组合信度在 0.6 以上,表明模型的内在质量较为理想^[41]。平均方差抽取量(Average Variance Extracted, AVE)是潜在变量可以解释其指标变量变异量的比值,是聚合效度的重要指标之一。AVE 值至少要在 0.5 以上^[42],数值越大,表示测量指标越能反映潜在变量的特征。如表 3 所示,5 个潜在变量的组合信度均在 0.8 以上,AVE 都在 0.5 以上,表明该量表具有良好的内在信度和聚合效度。为了符合区别效度的要求,所有变量 AVE 的平方根必须大于该变量与其他变量的相关系数^[43]。数据分析表明(见表 4),本研究的 5 个潜在变量都满足这样的要求,这也说明了该量表具有良好的区别效度。

表 3 构念、问项、标准化因子负荷量、t 值、CR 和 AVE

构念	问项	因子负荷量	t 值	CR	AVE
组织联络	组织 1	0.824	16.431	0.912	0.675
	组织 2	0.895	18.852		
	组织 3	0.818	16.344		
	联络 1	0.794	15.526		
	联络 2	0.772	14.628		
宣传评估	宣传 1	0.810	17.749	0.879	0.593
	宣传 2	0.806	15.611		
	宣传 3	0.815	15.880		
	评估 1	0.749	14.045		
	评估 2	0.659	11.754		
调研策划	调研 1	0.663	11.905	0.857	0.606
	调研 2	0.643	11.535		
	策划 1	0.917	19.212		
	策划 2	0.855	17.235		
现场主导	现场主导 1	0.829	16.684	0.919	0.792
	现场主导 2	0.935	20.250		
	现场主导 3	0.903	19.134		
内部辅导	内部辅导 1	0.903	19.164	0.914	0.781
	内部辅导 2	0.939	20.438		
	内部辅导 3	0.803	15.897		

表 4 变量的 AVE 平方根及与其他变量的相关系数

	调研策划	组织联络	宣传评估	现场主导	内部辅导
调研策划	0.778				
组织联络	0.697 **	0.821			
宣传评估	0.565 **	0.606 **	0.770		
现场主导	0.439 **	0.478 **	0.549 **	0.889	
内部辅导	0.585 **	0.668 **	0.598 **	0.532 **	0.884

3.3 影响角色类型的前置因素

Stewart 等人认为, 作为一套行为表征的角色与特定的组织环境和个体特征相互关联^[44]。因此, 本研究的第二个研究目标是基于馆员的个人特征和所在机构特征探索影响阅读推广人角色类型的相关前置因素。其中, 岗位性质兼具个人特征和机构特征的特点。

回归分析结果表明(见表 5), 在个人特征变量方面, 性别和学科背景对馆员所有角色分工都没有显著影响, 职称变量对其中的两个角色类型有显著影响。具体而言, 拥有越高职称的馆员, 在组织联络上所承担的工作量越大, 而在

宣传评估上所承担的工作量越小。在机构特征方面, 就图书馆类型而言, 与公共图书馆相比, 来自中小学馆的阅读推广人在内部辅导方面所承担的工作量更大, 来自高校馆的阅读推广人在组织联络、调研策划和内部辅导这几个角色上所承担的工作量都较少; 就图书馆所在地域而言, 与来自非一线城市的图书馆相比, 一线城市图书馆的阅读推广人在宣传评估和内部辅导这两个角色上所承担的工作量都较少; 在岗位性质方面, 从事专职阅读推广的图书馆员比从事兼职阅读推广的图书馆员, 在所有的角色分工方面所承担的工作量都显著增多。

表 5 影响馆员角色类型因素的多元线性回归结果

	组织联络	宣传评估	调研策划	现场主导	内部辅导
个人特征					
性别 ^a	-0.008	0.041	0.070	-0.031	-0.077
职称	0.130 **	-0.146 *	0.084	-0.014	0.056
学科背景 ^b	0.001	-0.001	0.061	-0.050	0.010
机构特征					
图书馆类型_高校馆 ^c	-0.091 *	-0.048	-0.111 *	-0.087	-0.125 **
图书馆类型_中小学馆 ^c	-0.006	-0.017	0.002	0.041	0.119 **
图书馆所在地域 ^d	-0.064	-0.109 *	-0.058	-0.024	-0.167 ***
岗位性质 ^e	0.161 ***	0.177 ***	0.208 ***	0.088 *	0.162 ***
R ²	0.055	0.062	0.069	0.024	0.084

备注: a 性别(0=男性, 1=女性); b 学科背景(0=图书情报学, 1=其他学科); c 图书馆类型(基准组=公共馆); d 图书馆所在地域(0=非一线城市, 1=北上广深); e 岗位性质(0=兼职阅读推广, 1=专职阅读推广)。

3.4 不同角色类型的后续影响

除了考察影响阅读推广人角色类型的前置因素之外, 本研究的第三个目标是探索不同角色

类型的后续影响, 即对角色重要性认知和工作满意度评价的影响。参考 Dozier 等人^[45]和 Fieseler 等人^[24]的文献, 本研究利用两个问项测量角色重

要性认知(“我认为自己在活动中的作用是重要的”“我认为自己应该对活动的成败负责”, $\alpha = 0.772$), 利用三个问项测量工作满意度评价(“我对自己所从事的阅读推广工作表示满意”“我享受自己在图书馆从事的阅读推广工作”“我会自豪地告诉别人我在图书馆从事阅读推广工作”, α

$= 0.913$)。为了更好地得到角色类型对这两个变量的“净效应”, 采用阶层回归分析方法。具体而言, 分别将重要性认知和满意度评价作为因变量, 将馆员的基本信息作为控制变量纳入第一阶层, 将不同的角色类型纳入第二阶层, 开展两个回归分析(见表6)。

表6 影响馆员对阅读推广工作重要性认知和满意度评价的阶层回归分析结果

	角色重要性认知		工作满意度评价	
	阶层1	阶层2	阶层1	阶层2
基本信息				
性别 ^a	0.012	0.007	0.023	0.016
职称	0.124**	0.062*	0.109*	0.086*
学科背景 ^b	0.011	-0.002	-0.027	-0.044
图书馆类型_高校馆 ^c	-0.014	0.074*	-0.127**	-0.053
图书馆类型_中小学馆 ^c	-0.020	-0.035	-0.078	-0.100**
图书馆所在地域 ^d	0.095*	-0.023	-0.079	-0.005
岗位性质 ^e	0.184***	0.028	0.191***	0.056
角色分工				
组织联络		0.382***		0.115**
宣传评估		0.095**		0.164***
调研策划		0.243***		0.254***
现场主导		0.070*		0.020
内部辅导		0.130**		0.206***
模型摘要				
R ²	0.066	0.622	0.080	0.443
ΔR^2	0.555		0.363	
ΔF	158.904***		70.558***	

备注:a 性别(0=男性,1=女性);b 学科背景(0=图书情报学,1=其他学科);c 图书馆类型(基准组=公共馆);d 图书馆所在地域(0=非一线城市,1=北上广深);e 岗位性质(0=兼职阅读推广,1=专职阅读推广)。

第一个回归结果显示,在控制馆员基本信息的前提下,五个角色类型均显著影响馆员对角色重要性认知的评价。按其重要性排序分别为:组织联络($\beta = 0.382, p < 0.001$)、调研策划($\beta = 0.243, p < 0.001$)、内部辅导($\beta = 0.130, p < 0.01$)、宣传评估($\beta = 0.095, p < 0.01$)、现场主导($\beta = 0.070, p < 0.05$)。这五个变量对角色重要性认知的解释方差变异量达到55.5%,连同控制变量达到62.2%。第二个回归结果显示,在控

制馆员基本信息的前提下,现场主导对工作满意度评价没有影响($\beta = 0.020, p > 0.05$),其他四个角色类型均显著影响馆员对阅读推广工作的满意度评价。按其重要性排序分别为:调研策划($\beta = 0.254, p < 0.001$)、内部辅导($\beta = 0.206, p < 0.001$)、宣传评估($\beta = 0.164, p < 0.001$)、联络组织($\beta = 0.115, p < 0.01$)。这四个变量对工作满意度评价的解释方差变异量达到36.3%,连同控制变量达到44.3%。

4 结论和讨论

基于混合研究方法,本文确定了图书馆阅读推广人的角色类型,并在此基础上探索影响角色类型的前置因素和后续影响。下文对研究结果、研究贡献及未来研究展望展开简要讨论。

4.1 阅读推广人的角色类型

本研究确定了图书馆阅读推广人五种角色类型:组织联络、宣传评估、调研策划、现场主导和内部辅导。根据以往针对公关人员角色研究的二分法,组织和评估通常对应于管理者角色,而联络和宣传则对应于技工角色。但是,在图书馆阅读推广人的研究情境下,组织和联络构成一个共同角色,宣传和评估成为一个共同角色。如研究方法部分和附录部分所展示的,在本研究设计的有关阅读推广人“联络”的角色中,所保留的两个问项确实更多地反映了管理者的角色,而非反映技术型服务提供者的技工角色。因此,“联络”和“组织”合在一起成为典型的管理者角色——组织联络。至于原先设计的“评估”角色,同样只保留了偏向于技工角色的两个问项,这也反映了当前图书馆并没有基于管理者的立场开展阅读推广活动评估工作,只是简单地统计参与活动的读者情况,成为了更偏向于技术型服务提供者的任务。由此,“评估”和“宣传”聚在一起成为典型的技工角色——宣传评估。

不同于组织联络和宣传评估,调研策划这一角色类型则具有典型的混合型特点。在前期的焦点小组中,大多数访谈者都提到,项目管理者 and 普通成员都会同时参与调研和策划活动,只是发挥的作用不太相同。也有一些受访者提到,策划主要是由项目管理者负责的,而调研则是由普通成员具体开展的。另外,同样根据前期的焦点小组和国内图书馆开展阅读推广的实践来看,作为能够更加彰显阅读推广活动本身特点的角色类型——现场主导(担任活动的主

持人、主讲人或领读人)——在不同的项目实践中呈现出不同的倾向或隶属关系。在有些图书馆或开展的具体项目中,担任现场主导角色的成员偏向于管理者类型,但在另外一些图书馆或项目中,担任该角色的成员偏向于技工类型。类似地,内部辅导这个角色也是如此。

上述研究结果和讨论较为准确地体现了图书馆阅读推广角色在当前实践中的现状和特征,这种角色类型的划分并不能很好地对应于早期在公关人员角色领域中所提出的二分法,这也响应了 Moss 等人^[23]和 Fieseler 等人^[24]的观点。基于这一研究结果,我们认为图书馆阅读推广人的角色类型更多地表现为从管理者到混合型再到技工的 MMT 连续体(见图 1),不同的角色类型位于该连续体的不同位置。具体而言,组织联络位于该连续体的最左端(管理者),宣传评估位于最右端(技工),调研策划位于中间点,而现场主导和内部辅导在该连续体上的位置是灵活多变的。应该说,这种看待图书馆阅读推广人角色类型的连续体视角不仅突破了对角色二分法的局限,而且也与前人有关团队成员角色分工的思想不谋而合。正如前文所言,对团队成员的角色分工均强调任务型/行为型和社会型/人际型角色。本研究针对阅读推广人所提出的组织联络大致对应于团队分工中的社会型/人际型角色,宣传评估基本对应任务型/行为型角色,而其他角色类型则分别对应于后续研究中所提出的第三种角色类型。比如,调研策划和内部辅导能够与 Belbin 所提出的“劳心费智型”角色较好地对应起来,而“现场主导”则很好地反映了 Mumford 等提出的“跨界型角色”。

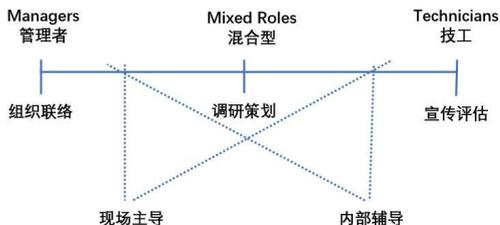


图1 阅读推广人角色类型的 MMT 连续体

4.2 角色类型的前置因素和后续影响

本研究发现,在影响图书馆阅读推广人角色类型的个人因素中,性别和学科背景对所有类型都没有作用,只有职称对组织联络和宣传评估具有显著影响——拥有越高职称的馆员,在组织联络上所承担的工作量越大,而在宣传评估上所承担的工作量越小。正如图1所示,在当前的图书馆阅读推广情境中,组织联络是典型的管理者角色,宣传评估是典型的技工角色,这也从侧面反映了职称是决定图书馆员在阅读推广活动中从事工作性质(管理人员还是普通人员)的重要因素。至于机构因素方面,图书馆的类型和所在地域对不同的角色类型均有一定程度的影响。大体来说,来自公共图书馆和中小学馆的阅读推广人员的工作内容差别不大,但来自高校馆的阅读推广人在部分角色上所承担的工作量都较少,这或许可以解释为高校图书馆的馆员人才储备高于公共馆和中小学馆,因此,团队成员能够更多地分工协作,从而避免特定的个人在某个角色上占据绝对位置。这一点尤其体现在非纯粹的技工角色上,包括组织联络、调研策划和内部辅导。

在图书馆阅读推广人角色类型对角色重要性认知方面,本研究发现,在控制了个人和机构信息之后,所有的角色类型都正向预测阅读推广人对角色重要性的认知,而且参与管理决策程度体现了其对角色重要性认知的作用大小(现场主导除外)。换言之,作为在MMT连续体最偏向于管理者一端的角色,组织联络对角色重要性认知的影响最大;作为最偏向于技工一端的角色,宣传评估对角色重要性认知的影响最小。但与此不同,参与管理决策程度并不能反映他们对工作满意的程度。在具有显著作用的四种角色类型中,作为典型的管理者角色,组织联络对工作满意度的作用大小反而是最小的。颇为有趣的是,调研策划作为混合型角色对工作满意度的影响最重要。作为一项活动化的服务,“创意”和“策划”是图书馆阅读推广的关键要素^[1]。从这个意义上讲,调研策划是阅

读推广区别于其他常规服务(如采访编目)的重要工作内容。因此容易理解的是,调研策划角色的参与程度能够对工作满意度产生最重要的预测作用。

最后值得讨论的是现场主导对角色重要性认知和工作满意度评价的影响作用。在影响角色重要性认知方面,虽然现场主导具有显著正向作用,但作用强度不如其他任何一种角色类型。在影响工作满意度方面,现场主导甚至变得不再显著。正如前文所言,虽然阅读推广作为图书馆的使命由来已久,但阅读推广工作在早期发展阶段更多地是以书目导读或读者咨询等形式开展,真正的阅读推广服务只在近些年才发展起来。由于缺乏具备图书主讲、图书领读、活动主持等专业技能的图书馆员,大多数图书馆在开展阅读推广活动的时候都聘请馆外专家或借助社会力量。因此,在当前实践工作中,图书馆内部从事现场主导角色的阅读推广人数量非常少,这恐怕也是导致现场主导这一角色类型对角色重要性和工作满意度不如其他角色类型那么重要的主要原因之一。

4.3 研究贡献及未来方向

本研究的贡献体现在学术和实践两个层面。在学术层面,丰富和扩展了有关阅读推广的理论。阅读推广人是阅读推广研究中一个最为基本的议题,但相对于其他话题(如读者、阅读素材或推广本身),学界对阅读推广人的系统研究并不多见。本研究从实证的角度探索阅读推广人的角色类型,在一定程度上弥补了目前关于该议题研究不够充分的缺陷。在实践层面,本研究为培养图书馆阅读推广人提供了一定的参考。明确图书馆阅读推广人的角色类型及其前置因素和后续影响,有助于我们更有针对性地开展阅读推广人培训工作,提升他们承担各自角色类型所需要的能力和素养,尤其需要培养能够胜任“现场主导”角色的阅读推广人。从学科专业教育的角度来看,由于阅读推广已经成为图书馆的主要服务内容,未来的图

图书馆学专业教育也应该参考阅读推广人的角色类型和能力要求调整和完善相关的教学内容。

未来的研究可以考虑以下三个角度。首先,本研究所采用的是典型的截面调查策略,其调查结果更多地只能体现调查之时的静态数据,无法反映调查数据的动态变化。而事实上,图书馆开展阅读推广工作是一项尚未完全成熟的服务,很多图书馆都是“摸着石头过河”,并未形成固定的工作模式和人员分工。因此,今后可利用本研究所提出的图书馆阅读推广人测量表开展定期或不定期调查,更好地反映阅读推广人的角色类型随时间变化而呈现的动态变化。其次,本研究调查的是图书馆阅读推广人实际存在的角色行为(role performance),反映的是当前实践中的角色发展现状。事实上,在研究角色的文献中,也有学者从角色认知(role conception)的视角开展调查分析。与对角色行

为的描述不同,角色认知强调的是规范性视角,调查从业人员“认为他们应该做什么或者认为特定的行为或职责对他们来说是否合适”^[46]。今后研究也可从这个角度入手,综合来自不同视角的研究结果,无疑对我们更加全面地理解图书馆阅读推广人的角色大有裨益。最后,本研究聚焦于在图书馆工作并参与阅读推广活动的阅读推广人,既未考察服务于其他社会机构的阅读推广人和社会个体阅读推广人,也没有将参与图书馆阅读推广活动的志愿者纳入考察范畴。然而,促进全民阅读绝非一个部门、一个行业、一个领域的事情,需要全社会的群策群力^[47]。因此,未来的研究可不局限于图书馆这一特定机构,而应该站在宏观的社会立场综合考察阅读推广人角色这一议题,帮助我们整合各种社会个体和机构力量,更好地服务于阅读推广和全民阅读的实践发展。

参考文献

- [1] 王波. 阅读推广、图书馆阅读推广的定义——兼论如何认识和学习图书馆时尚阅读推广案例[J]. 图书馆论坛,2015(10):1-7. (Wang Bo. Research on the definitions of reading promotion and library reading promotion;also on how to realize and learn fashionable cases of library reading promotion[J]. Library Tribune,2015(10):1-7.)
- [2] 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.)
- [3] 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.)
- [4] Eatough E M,Chang C H,Miloslavic S A,et al. Relationships of role stressors with organizational citizenship behavior;a meta-analysis[J]. Journal of Applied Psychology,2011,96(3):619-632.
- [5] 李杏丽,崔继方,吴卫华,等. 基于 Belbin 团队角色理论的阅读推广人团队建设研究[J]. 图书情报导刊,2018,3(1):1-4. (Li Xingli,Cui Jifang,Wu Weihua,et al. Research on the building of reading promotion team based on Belbin team role theory[J]. Journal of Library and Information Science,2018,3(1):1-4.)
- [6] 比德尔,曾霖生. 角色理论的主要概念和研究[J]. 现代外国哲学社会科学文摘,1988(11):4-7,35. (Biddle B J,Zeng Linsheng. Role theory:main concepts and research[J]. Digest of Foreign Social Sciences,1988(11):4-7,35.)
- [7] 杨飞. 构建专业化的阅读推广人队伍——上海市图书馆学会阅读推广人培育工作实践[J]. 新世纪图书

- 馆,2015(7):38-42。(Yang Fei. On the construction of professional reading promotion team; the practice of reading promoter training in Shanghai Society for Library Science[J]. New Century Library,2015(7):38-42.)
- [8] 张章. 阅读推广人培训的现状与展望——以中国图书馆学会阅读推广人培育行动为例[J]. 图书馆杂志, 2016,35(8):36-41。(Zhang Zhang. Present and future of reading promoters' training;a case study of reading promoters' training by Library Society of China[J]. Library Journal,2016,35(8):36-41.)
- [9] 谢蓉,刘炜,赵珊珊. 试论图书馆阅读推广理论的构建[J]. 中国图书馆学报,2015(5):89-100。(Xie Rong,Liu Wei,Zhao Shanshan. Towards a theory of library reading promotion[J]. Journal of Library Science in China,2015(5):89-100.)
- [10] Shupe E I,Pung S K. Understanding the changing role of academic librarians from a psychological perspective;a literature review[J]. The Journal of Academic Librarianship,2011,37(5):409-415.
- [11] Programming Librarian,A website of the American Library Association Public Programs Office. The nine competencies of programming librarians; findings from NILPPA,ALA's national study of library public programs[EB/OL]. [2019-10-29]. <http://www.programminglibrarian.org/learn/nine-competencies-programming-librarians-findings-nilppa-alas-national-study-library-public>.
- [12] 李武,王丹,黄丹俞,等. 图书馆阅读推广研究十年进展(2005-2015)[J]. 图书馆论坛,2016(12):54-65。(Li Wu,Wang Dan,Huang Danyu,et al. A decade of advances in reading promotion in library studies (2005-2015)[J]. Library Tribune,2016(12):54-65.)
- [13] 曾瑛. 高校图书馆阅读推广人能力构建研究[J]. 大学图书情报学刊,2019,37(2):41-43,65。(Zeng Ying. Research on the construction of reading promoters' ability in university libraries[J]. Journal of Academic Library and Information Science,2019,37(2):41-43,65.)
- [14] 方晨. 公共图书馆馆员阅读推广能力培养发展现状及建议[J]. 图书情报研究,2019(3):43-49。(Fang Chen. The present situation and suggestions on cultivating the reading promotion ability of public library librarians [J]. Library and Information Studies,2019(3):43-49.)
- [15] 林永照. 馆员在高校图书馆阅读推广中的角色研究[J]. 济南职业学院学报,2011(4):118-120。(Lin Yongzhao. Research on the role of librarians in reading promotion in university libraries[J]. Journal of Jinan Vocational College,2011(4):118-120.)
- [16] 刘玉婷,姚慧君. 基于读者评价的高校图书馆阅读推广馆员角色定位研究[J]. 赣南医学院学报,2014(5):118-121。(Liu Yuting,Yao Huijun. Research on the role orientation of reading promotion librarians in university libraries based on readers' evaluation[J]. Journal of Gannan Medical University,2014(5):118-121.)
- [17] Broom G M,Smith G D. Testing the practitioner's impact on clients[J]. Public Relations Review,1979,5(3):47-59.
- [18] Broom G M. A comparison of sex roles in public relations[J]. Public Relations Review,1982,8(3):17-22.
- [19] Dozier D M. Toward a reconciliation of "role conflict" in public relations research[C]//Meeting of the Western Communication Educators Conference. Fullerton,CA,1983.
- [20] Dozier D M,Broom G M. The centrality of practitioner roles to public relations theory[M]//Botan C H,Hazleton V. Public relations theory II. Mahwah,NJ:Erlbaum,2006:137-170.
- [21] Leichty G B,Springston J. Elaborating public relations roles[J]. Journalism & Mass Communication Quarterly,1996,73(2):467-477.
- [22] Toth E L,Serini S A,Wright D K,et al. Trends in public relations roles:1990-1995[J]. Public Relations Review,1998,24(2):145-163.

- [23] Moss D, Newman A J, Desanto B. What do communication managers do? Defining and refining the core elements of management in a public relations/corporate communication context [J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2005, 82(4): 873-890.
- [24] Fieseler C, Lutz C, Meckel M. An inquiry into the transformation of the PR roles' concept [J]. *Corporate Communications: An International Journal*, 2015, 20(1): 76-89.
- [25] Benne K D, Sheats P. Functional roles of group members [J]. *Journal of Social Issues*, 1948, 4(2): 41-49.
- [26] Bales R F. A set of categories for the analysis of small group interaction [J]. *American Sociological Review*, 1950, 15(2): 257-263.
- [27] Aritzeta A, Ayestaran S, Swailes S. Team role preference and conflict management styles [J]. *International Journal of Conflict Management*, 2005, 16(2): 157-182.
- [28] Aritzeta A, Swailes S, Senior B. Belbin's team role model: development, validity and applications for team building [J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44(1): 96-118.
- [29] Mumford T V, Van Iddekinge C H, Morgeson F P, et al. The team role test: development and validation of a team role knowledge situational judgment test [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2008, 93(2): 250.
- [30] Mathieu J E, Tannenbaum S I, Kukenberger M R, et al. Team role experience and orientation: a measure and tests of construct validity [J]. *Group & Organization Management*, 2015, 40(1): 6-34.
- [31] Churchill Jr G A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs [J]. *Journal of Marketing Research*, 1979, 16(1): 64-73.
- [32] Gerbing D W, Anderson J C. An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment [J]. *Journal of Marketing Research*, 1988, 25(2): 186-192.
- [33] Kupeli N, Chilcot J, Schmidt U H, et al. A confirmatory factor analysis and validation of the forms of self-criticism/self-reassurance scale [J]. *British Journal of Clinical Psychology*, 2013, 52(1): 12-25.
- [34] LaBrie J W, Hummer J F, Pedersen E R, et al. Measuring college students' motives behind pre-partying drinking: development and validation of the pre-partying motivations inventory [J]. *Addictive Behaviors*, 2012, 37(8): 962-969.
- [35] 吴明隆. 结构方程模型——AMOS的操作与应用 [M]. 第2版. 重庆: 重庆大学出版社, 2009: 212-213. (Wu Minglong. *Structural equation model: the operation and application of AMOS* [M]. 2nd edition. Chongqing: Chongqing University Press, 2009: 212-213.)
- [36] Field A. *Discovering statistics using SPSS* [M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 2009: 645.
- [37] Hu L, Bentler P M. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives [J]. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 1999, 6(1): 1-55.
- [38] Schreiber J B. Core reporting practices in structural equation modeling [J]. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 2008, 4(2): 83-97.
- [39] Boomsma A. Reporting analyses of covariance structures [J]. *Structural equation modeling: A Multidisciplinary Journal*, 2000, 7(3): 461-483.
- [40] Gerbing D W, Anderson J C. On the meaning of within-factor correlated measurement errors [J]. *Journal of Consumer Research*, 1984, 11(1): 572-580.
- [41] Ullman J B, Bentler P M. *Structural equation modeling* [M] // Weiner I B, Schinak J A, Velicer W F. *Handbook of psychology, research methods in psychology*. NJ: Wiley, Hoboken, 2003: 607-634.
- [42] Fornell C, Larcker D F. *Structural equation models with unobservable variables and measurement error*; Algebra

- and statistics[J]. Journal of Marketing Research, 1981, 18(3):382-388.
- [43] Bagozzi R P, Yi Y. On the evaluation of structural equation models[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1988, 16(1):74-94.
- [44] Stewart G L, Fulmer I S, Barrick M R. An exploration of member roles as a multilevel linking mechanism for individual traits and team outcomes[J]. Personnel Psychology, 2005, 58(2):343-365.
- [45] Dozier D M, Broom G M. Evolution of the manager role in public relations practice[J]. Journal of Public Relations Research, 1995, 7(1):3-26.
- [46] Mellado C, Dalen A V. Between rhetoric and practice: explaining the gap between role conception and performance in journalism[J]. Journalism Studies, 2014, 15(6):859-878.
- [47] 张文彦,徐升国. 从全民阅读活动到全民阅读国家战略——全民阅读十年回顾[J]. 出版发行研究, 2016(4):5-10. (Zhang Wenyan, Xu Shengguo. From the national reading activities to the national reading strategy: a review of ten years of national reading [J]. Publishing Research, 2016(4):5-10.)

附录 图书馆阅读推广人角色测量问项

代码	问 项	备注
调研 1	我听取目标读者对于开展阅读推广活动的意见	
调研 2	我征求专业人士对于举办阅读推广活动的意见	
调研 3	由我来调查其他机构开展阅读推广活动的做法	在 EFA 中被删除
策划 1	我在制定策划方案中发挥主要作用	
策划 2	我在确定阅读推广的内容/素材方面起决定性作用	
策划 3	由我来撰写活动策划文案	在 CFA 中被删除
组织 1	我负责统筹和分配活动费用	
组织 2	我负责人员的组织和安排	
组织 3	我负责协调安排场地和设备	
联络 1	我承担与图书馆内部工作人员的联络和沟通工作	
联络 2	我承担与图书馆外部相关人员(如合作方和嘉宾)的联络和沟通工作	
联络 3	我承担与读者的联络和沟通工作	在 EFA 中被删除
现场主导 1	由我来担任活动的主持人	
现场主导 2	由我来担任活动的主讲人	
现场主导 3	由我来担任活动的领读人	
宣传 1	我从事活动的前期宣传工作(如制作和投放宣传材料)	
宣传 2	我从事活动现场的媒体工作(如拍摄照片/视频、直播)	
宣传 3	我从事活动新闻稿或相关材料的撰写或发布工作	
评估 1	我统计参与活动的读者情况(如报名人数、参加人数)	
评估 2	我收集读者的反馈意见	
评估 3	我收集其他相关方的反馈意见(如合作者和嘉宾等)	在 EFA 中被删除
评估 4	我根据收集的材料对活动效果进行统计分析	在 EFA 中被删除
内部辅导 1	我对馆员阅读推广的主要技能(如主讲、领读)进行培训或指导	
内部辅导 2	我对馆员阅读推广的其他技能(如制作宣传材料、撰写新闻稿)进行培训或指导	
内部辅导 3	我对志愿者进行岗位培训或指导	

李 武 上海交通大学媒体与传播学院副教授。上海 200240。

杨 飞 上海浦东图书馆副研究馆员。上海 201204。

毛远逸 上海交通大学媒体与传播学院硕士研究生。上海 200240。

刘 宇 云南大学历史与档案学院教授。云南 昆明 650091。

(收稿日期:2019-11-18;修回日期:2019-12-19)