

论图书馆阅读推广的现实困境、 认识澄清和实现路径

陈媛

(北京青少年服务中心,北京 100032)

摘要:近年来,尽管图书馆阅读推广活动广泛开展,但往往难以获得读者的积极响应。其根本原因在于读者对阅读推广的认知存在偏差。要破解这一难题,须明确阅读推广的对象、理论依据及其与传统图书馆服务的关系。图书馆阅读推广应聚焦于“让更多的人利用图书馆文献信息资源”和“提高文献信息资源利用率”,其核心在于确保推广本体的安全性、推广能力的可提升性和推广路径的可行性。

关键词:阅读推广;困境根源;认识澄清;实现路径;图书馆

中图分类号:G250

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2025)03-0109-06

当前,用“尴尬”一词形容图书馆阅读推广的现状并不为过。尽管推广活动如火如荼,却常被读者“敬而远之”。一方面,阅读推广被认为过于抽象,脱离实际且缺乏实质性益处;另一方面,它被视为图书馆人的自娱自乐行为。为赢得读者的共鸣与长期支持,图书馆阅读推广须直面困境,进行深刻反思与重构,以实现高质量发展。

1 图书馆阅读推广面临的现实困境

信息技术的发展拓宽了读者获取文献信息的渠道,也提升了信息获取的便利性。然而,这种变化导致读者对传统图书馆的需求下降,图书馆难以找到新的定位。同时,技术变革也在侵蚀图书馆原有的本体安全体系。在构建新的安全体系之前,图书馆员常处于焦虑与期待交织的复杂心态中。因此,服务创新被视为维护图书馆本体安全的重要策略。

图书馆服务创新应以保障本体安全为核心目标。面对“读者利用图书馆资源次数减少”和“阅

读推广需求增大”的现状,须通过多种手段吸引更多读者利用图书馆资源。理论上,最直接的方法是优化图书馆服务,包括加强资源建设、改进服务模式、提升服务质量、重塑服务文化、应用先进技术等。然而,由于文献信息传播技术的快速迭代,图书馆服务的发展难以跟上技术变革的步伐,推广效果不佳。单纯依靠优化传统服务无法在短期内吸引更多的读者来利用图书馆文献信息资源。在此背景下,图书馆希望通过阅读推广来弥补这一缺陷。

确保图书馆的安全性对阅读推广至关重要。因此,要澄清阅读推广的基本理念,协同推进相关政策的落实,并设计合理化路径以实现阅读推广的有效开展。范并思指出,阅读推广已进入图书馆核心领域,他强调要加强阅读推广基础研究,完善图书馆阅读推广人才培养体系,加强阅读推广业务规范^[1]。王炬颖和刘根厚主张精准化阅读推广理念,倡导个性化推广^[2]。王蕾则研究了图书馆阅读推广有效性的影响因素^[3]。

阅读推广是一项系统工程,其目标是推动阅读推广价值维度、技术维度和形态维度的共同发展。这一过程旨在促进阅读推广的学术化发展,使其更具理论深度。

首先,要明确界定与构建阅读推广的价值维度。这包括通过理论与实践研究来确定其重要价值,如提升个人思维能力、提高社会素养、推动文化传承等。同时,要建立阅读推广评价体系,以便更好地衡量其在社会和个人层面的影响。

其次,技术维度的建设是实现阅读推广目标的关键。这涉及利用现代科技手段,如数字化阅读平台、社交媒体、人工智能等,来提升阅读推广的效能与影响力。此外,要加强对相关技术的研究与创新,以适应社会发展与读者需求的变化。

最后,形态维度的发展要求不断探索多样化推广形式以满足不同领域与人群的需求,如开展社区阅读活动、推进学校图书馆建设、合作阅读项目等。此外,还可以探索多媒体和跨界合作,开展更多适合不同读者的阅读推广活动。

图书馆阅读推广的实施要以理论引领与行为规范为基础。实践中出现的诸多问题主要源于规章制度不完善,其核心问题在于缺乏对阅读推广理论的深入理解。长期以来,学术界对阅读推广的基本问题争议不断,如阅读推广的定义、阅读推广与传统图书馆服务的关系、阅读推广的效果评估等,且尚未取得突破性进展。希望本文能为进一步研究提供参考。

目前,我们尚未准确理解阅读推广的范围与边界,导致越界的现象普遍存在。阅读推广活动中,我们仅构建了“多样化、规模化、技术化、趣味化”的框架,而未将其置于常态化、立体化的社会情境加以考量(如读者利用图书馆资源的次数减少)。研究方向上,过于关注社会“潮流”,忽视了对图书馆阅读推广基本要素的探索,忽略了图书馆阅读推广能力提升方面的研究。研究框架方面,虽将阅读推广视为“核心业务”,却忽略了实践中的复杂现象,致使一些亟待解决的问题(如读者需求变迁、采购模型构建、成本控制等)鲜有人研究。研究成果方面,多集中于经验与策略研究,具体实施方法上差异较大,各行其是。

2 对图书馆阅读推广的认知

破解图书馆阅读推广的困境,关键在于纠正读者对阅读推广的认知偏差,并在此基础上明确其价值逻辑。

2.1 图书馆阅读推广的范畴

阅读推广是一个宽泛的概念,涵盖传播阅读理念、开展阅读指导、提升阅读兴趣、培养阅读习惯、提高阅读能力等。然而,若将所有内容均纳入图书馆阅读推广范围,则不切实际。因为阅读推广内容由推广对象的特性决定,不同对象的需求各异。

阅读推广的对象具有多样性与复杂性,可根据年龄、学识水平、职业性质等划分。从群体特征来看,包括老、弱、病、残等阅读困难群体和普通群体。不同群体对阅读的需求不同,阅读推广要有针对性地引导、训练、帮助读者并提供服务。例如,传播阅读理念、开展阅读指导、提升阅读兴趣、培养阅读习惯、提高阅读能力等对中小学读者来说更为有效,但对高学历或从事研究工作的读者效果有限,因其心智成熟,文化程度较高,阅读中更多依赖自身思考与习惯,较少接受外界干预。宣传阅读文化和组织阅读活动虽能激发部分人的阅读兴趣,但难以改变高层次读者的阅读意愿和习惯。图书馆员为高知群体提供阅读指导的能力有待提升。

阅读并非机械被动的信息获取,而是积极主动认知与解码的过程^[4]。因此,图书馆应尊重个体自主性,遵循量力而行原则,有选择地开展阅读推广。

2.2 图书馆阅读推广的必要性

图书馆的文献信息资源是连接图书馆与读者的纽带,让更多的读者利用这些资源是图书馆存在的基本意义。然而,读者对资源的利用情况十分复杂。为便于阐释,假设图书馆仅有两类资源(A类与B类)和两类读者(甲与乙),且两类资源均适用于两类读者。基于此设定,文献信息资源利用有以下五种情况:第一种,A类与B类资源均被甲与乙读者充分利用;第二种,A类或B类资源(其一)被甲或乙读者(其一)利用;第三种,A类资源仅被甲或乙读者(其一)利用,B类资源亦

然;第四种,A类或B类资源(其一)完全未被利用;第五种,两类资源均未被任何读者利用(见图1)。

第一种情况下,资源实现了完美利用,无须阅读推广。第二种至第五种情况下,资源未被利用或仅被部分读者使用。只有资源未被充分利用时,阅读推广才具备可能性与必要性。

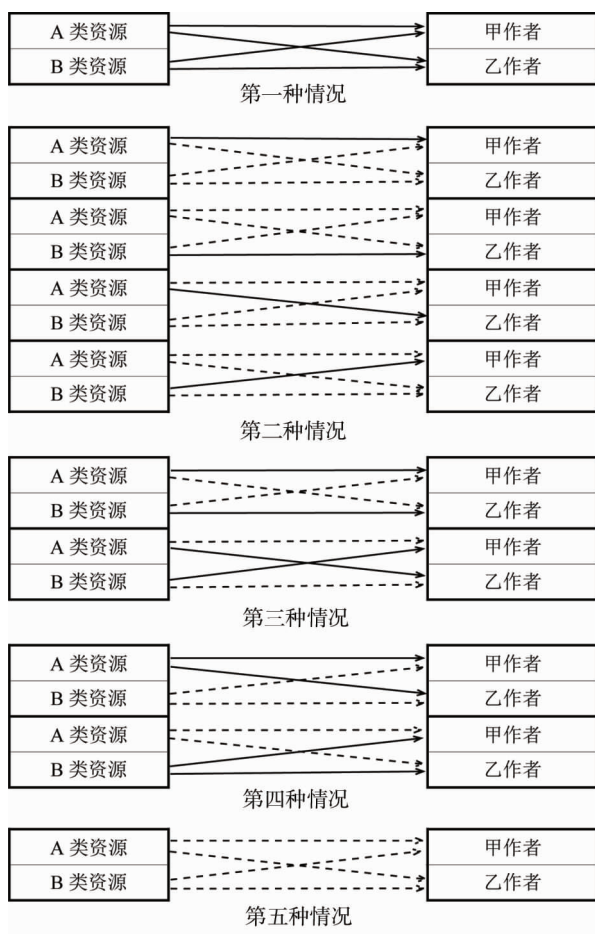


图1 文献信息资源利用理论模型

注:实线表示文献信息资源被充分利用;虚线表示文献信息资源未被充分利用。

从上述分析可知,图书馆阅读推广的实质是:在文献信息资源未被目标读者充分利用的情况下,促使其得到有效利用。

2.3 图书馆阅读推广与传统服务的关系

当前,学术界和实践界关于阅读推广与传统服务关系的思考存在两种倾向。第一种倾向是将图书馆传统服务的自然发展视为阅读推广的一部分。这种观点虽然拓宽了阅读推广的边界,但也使人们难以明确其核心。第二种倾向则是简单地

将阅读推广等同于服务营销。这种狭隘的观点不仅缩小了阅读推广的范围,还限制了其发展。因此,我们必须摒弃狭隘思维,既不能局限于传统服务的范围,也不能将阅读推广简单等同于营销活动。相反,应从更开放、综合的视角看待阅读推广,从而更好地整合资源与策略推动其发展,并为公众提供更加丰富多样的阅读体验。

不可否认,图书馆阅读推广与传统服务存在交织与重叠。首先,两者的逻辑起点一致,即围绕“图书馆的本质存在”展开。图书馆的根本目的在于让更多的读者利用文献信息资源,同时,让更多文献信息资源被读者使用。无论是传统服务还是阅读推广,都应以此为核心来推进。脱离这一本质来讨论图书馆服务或阅读推广毫无意义。其次,二者的落脚点一致,都是向读者传递文献信息资源。

作为一个新兴概念,阅读推广与图书馆传统服务和营销理念存在本质差异。传统图书馆服务集中于文献信息的收集、加工、存储、传递及其衍生的简单服务(如宣传、讲座、书评活动、图书展览等)。然而,这些服务通常是“读者需求表达后的响应”。相比之下,图书馆服务营销通过策划一系列活动,激发读者对文献信息资源的利用意愿。尽管服务营销借鉴了商业领域的策划方法,但其边界远比商业服务营销狭窄。例如:商业领域的服务营销常通过价格优惠或赠品吸引顾客,而图书馆服务营销几乎不可能采用类似手段,更多局限于提升读者参与服务的体验感,内容单一且操作难度较大。无论在学术界还是实践界,图书馆服务营销的作用都相对有限。阅读推广的目的在于在文献信息资源未被目标读者充分利用的情况下实现其有效利用,其内涵包括两个方面:一是通过创意活动激发读者利用文献信息资源的意愿;二是在读者缺乏利用意愿时,通过制度、政策或规约实现其对文献信息资源的利用。需要强调的是,阅读推广应聚焦于读者需求缺失下的创意活动,而不应包含传统服务衍生的讲座、宣传、书评活动、图书展览等。

由此可见,传统图书馆服务体现的是读者需求表达后的响应,阅读推广则致力于在读者缺乏利用意愿的情况下实现其对文献信息资源的利

用。阅读推广的范畴远大于图书馆服务营销。由于图书馆服务营销与阅读推广均通过创意活动激发读者的利用意愿,在实际操作中,二者往往难以区分也无须区分。因此,可以将图书馆服务营销纳入阅读推广的范畴。

基于上述分析,传统图书馆服务可定义为“读者需求表达后的响应”,阅读推广则体现为“读者需求缺失下的创意”。这一界定虽然厘清了二者的共性与差异,但难以体现二者对图书馆的价值排序。目前,理论界与实践界普遍将阅读推广视为图书馆的核心工作,其重要性不言而喻。然而,无论阅读推广是否被视为核心工作,图书馆的主要职能仍是文献信息(知识)的收集、加工、存储与传递。因此,文献信息(知识)的处理在图书馆服务中的主体地位不容动摇。任何阅读推广活动都要与图书馆各业务部门紧密关联,并最终回归文献信息(知识)的处理流程。否则,阅读推广将流于形式,失去意义。

3 图书馆阅读推广的实现路径

本文采用“圆的逻辑范畴体系”框架,按照阅读推广原点—阅读推广半径—阅读推广弧度的逻辑探讨图书馆阅读推广的实现路径。

3.1 图书馆阅读推广的原点:本体的安全性

网络技术与数字技术的发展丰富了人们的业余生活,但也导致人们阅读量减少。这一现象已成为普遍社会问题。在政府指定专门机构解决该问题之前,各行各业均须承担相应社会责任。作为文献、信息、知识服务的重要载体,图书馆与阅读密切相关,参与阅读推广责无旁贷。然而,图书馆的存在本质上在于文献信息服务,而非阅读推广。因此,构建阅读推广体系的关键策略是维护图书馆本体的安全性。本体安全是阅读推广实践的原点,明确了阅读推广所属关系与基本原则。

安全保障是图书馆履行社会责任的基础。关于图书馆应承担何种责任,学术界存在“功能说”“使命说”和“满足说”三种观点。“功能说”认为图书馆的功能在于保存人类文化遗产,开展社会教育,传递科学情报,开发智力资源,以及提供文化娱乐^[5];“使命说”将图书馆的使命概括为教

育、信息服务、文化传播、促进社会和谐、培育信息素养、培养阅读兴趣、扫盲等^[6];“满足说”认为图书馆存在的意义在于实现文献信息需求满足交易成本最低^[7]。尽管这三种学说存在一定差异,但其实现手段是一致的,即文献、信息、知识的收集、加工、存储与传递。这是社会分工赋予图书馆的神圣职能,也是图书馆的“自我本真”。可见,图书馆的历史使命在于提升文献、信息、知识处理能力。这一核心业务流程具有高度专业化特征,集科学性、严谨性与系统性于一体,是图书馆存在的基石。尽管图书馆的具体业务流程不断演变,从文献处理与服务延伸至内在信息的挖掘,再到远程访问支持,但其核心逻辑未变,即其服务始终围绕这一流程展开。

阅读推广导致图书馆业务流程发生种种变化,但不会对图书馆的本体安全构成威胁。

3.2 图书馆阅读推广的半径:能力的主导性

“让更多的人利用图书馆文献信息资源”和“让更多的文献资源被人利用”是否能够实现,取决于图书馆阅读推广能力的强弱。阅读推广能力是阅读推广实践的半径,决定了阅读推广的实效。

3.2.1 图书馆阅读推广对象的选择

图书馆阅读推广的根本价值在于“让更多的人利用图书馆文献信息资源”和“提高文献信息资源利用率”。因此,提高资源利用率成为其落脚点。理论上,可通过三条路径实现这一目标:一是扩大文献信息资源的利用人群;二是提高现有用户的使用量;三是促使未利用或少利用资源的用户增加使用频率。第一条路径通常可向周边中小学、企业、社区和事业单位辐射。然而,考虑到图书馆服务对象涵盖社会各阶层,建议根据第二条和第三条路径以递进方式选择推广对象。首先,依据群体规模初步确定重点推广群体。其次,根据读者文化层次选择具体对象。例如:博士生与硕士生通常以完成毕业论文为目的,若结合导师指导性阅读,其利用图书馆资源的频率自然增加。对于本科生,可将主动利用图书馆资源的本科生排除在推广范围外,而将不主动利用资源者列为主要推广对象。若推广活动仅围绕主动利用资源的群体展开,则难以显著提高资源利用率。

许多图书馆阅读推广效果不佳的原因在于未能选择合适的推广对象。从根本上讲,要提高文献信息资源的利用率,须解决不主动利用或少利用资源的用户问题。

3.2.2 图书馆阅读推广项目的选择

选择合适的阅读推广项目是提升图书馆阅读推广效果的重要环节。项目能否成功在很大程度上取决于其选择是否科学合理。阅读推广既要保证实施效果,又要确保操作的可行性,因此,项目选择至关重要。当前已有的诸多被学者推崇的“成功经典”项目,将阅读推广引上“让更多的人利用图书馆文献信息资源”和“提高文献信息资源利用率”的正轨。

选择阅读推广项目不能仅凭经验臆断,而应围绕推广对象展开。鉴于图书馆阅读推广对象为未利用或少利用文献信息资源的读者,项目选择应基于读者不利用或较少利用资源的内因,具体有以下三种情况:一是部分读者偏好快捷便利的网站信息;二是部分读者因时间有限而无暇阅读;三是部分读者对阅读缺乏兴趣,热衷于网络游戏或社团活动。以学业为例,图书馆资源的利用与学业关联度较低,甚至部分读者即使不使用图书馆资源也能顺利完成学业。完成学业是许多读者的直接任务,课外阅读便显得可有可无,全凭个人自觉,这导致相当一部分自觉性较差的读者放弃阅读。

阅读推广项目的选取须突破“不使用或较少使用图书馆资源”的现状。因此,本文建议将学业关联与阅读便利性改造作为图书馆阅读推广的核心项目。学业关联项目易于理解,此处不再赘述。便利性改造的总体思路是:将图书馆文献信息资源分布于读者学习和生活的主要场所,突破图书馆服务的时间和空间限制,从而提升读者利用资源的便捷度。现实中,网络已覆盖城市的各个角落,读者可随时随地访问图书馆的电子资源。然而,图书馆文献信息资源的阅读推广仍以纸质资源为主。因此,便利性改造主要针对纸质文献信息资源展开。

3.3 图书馆阅读推广的弧度:路径的可操作性

选定阅读推广项目后,还要通过具有可操作

性的路径来实施推广,以保证阅读推广效果。

本文构建了图书馆阅读推广“学业关联—便利性改造—专业化”的“三条路径”理论框架,尝试为图书馆阅读推广的有效实施提供理论指导。首先,从“三条路径”的内涵来看,学业关联路径是课外阅读与学业的结合,体现了阅读推广的普及化、规模化与横向协同性特征,其重点在于解决“如何让不用或少用图书馆资源的读者利用图书馆资源”的问题。便利性改造的目标是让读者更便捷地获取图书馆文献信息,类似于从大众网站获取信息,不受图书馆服务时间与空间的限制。便利性改造具有三大优势:一是通过竞争性思维减少读者对网络信息便利性的依赖;二是通过营造书香氛围激发读者的阅读兴趣;三是利用班级和宿舍的阅读关联感(关联感是指个体感受到的与周围人之间存在的有意义的联系^[3])帮助读者实现自觉阅读,这种关联感比图书馆的阅读关联感更强。专业化路径则通过阅读主体、推广组织和推广模式的有机结合,激发读者的阅读自觉性和自主性,体现了阅读推广的组织化程度。专业化路径实现了阅读推广的横向拓展与纵向延伸,体现了阅读推广的整体素质和发展潜力,其核心在于优化阅读推广的要素配置并提升文献信息资源的推广效率。其次,从“三条路径”的结构性关系来看,学业关联路径解决了阅读推广的基本保障问题,便利性改造路径旨在为阅读主体提供便捷的阅读,二者共同支撑专业化路径的实现。此外,三条路径相互融合,共同推动阅读推广有效开展。

从“让更多的人利用图书馆文献信息资源”和“提高文献信息资源利用率”的推广目标来看,学业关联路径、便利性改造路径和专业化路径是实现上述目标的有效途径。随着阅读推广大数据建设的不断推进和信息化平台的不断优化,众创阅读、共享阅读和增强现实(AR)等新兴阅读形式有效强化了阅读推广的培养功能、示范功能、辐射功能和文化功能。这些阅读新形式有助于在关注培养效益、经济效益和社会效益的同时改善供需关系,为图书馆阅读推广的有效开展提供有力支持。

参考文献:

- [1] 范并思.论图书馆阅读推广的专业化建设[J].中国图书馆学报,2022(5):4-14.
- [2] 王炬颖,刘根厚.高校图书馆开展精准化阅读推广的策略与路径[J].新世纪图书馆,2021(11):35-39.
- [3] 王蕾.高校图书馆阅读推广有效性的影响因素研究[J].大学图书馆学报,2020(2):76-83.
- [4] 张怀涛.阅读的本质属性与主要特征[J].高校图书馆工作,2013(3):26-29.
- [5] 郭燕.图书馆功能的时代特征刍论[J].山西财政大学学报,2010(3):53-55.
- [6] 于良芝.公共图书馆存在的理由:来自图书馆使命的注解[J].图书与情报,2007(1):1-9.
- [7] 徐享王.基于需求差异性图书馆服务公平的构建[J].图书馆杂志,2012(3):13-16.

On the Challenges, Clarifications, and Implementation Paths of Library Reading Promotion

CHEN Yuan

(Beijing Children and Youth Service Center, Beijing 100032, China)

Abstract: In recent years, library reading promotion is in full swing, but readers are often “staying away” for reasons of the cognitive deviation of reading promotion. In order to solve the dilemma of library reading promotion, it is necessary to clarify the target audience of reading promotion, the theoretical basis of reading promotion and the relationship between reading promotion and traditional library services. Library reading promotion should be on the normal track of “Let more people make use of library literature information resources” and “Let more library literature information resources be made use of by people”, and its core meaning lies in the security of library itself, the upgradability of promotion ability and the feasibility of promotion path.

Key words: reading promotion; root cause; cognitive clarification; implementation path; library

(责任校对 曾小明)