

# 我国图书馆阅读推广管理理论的流派与分析<sup>\*</sup>

陈 艳

(佛山市图书馆, 广东 佛山 528000)

**[摘 要]**近年来,图书馆的阅读推广工作不断推陈出新,成效显著,但也给图书馆管理带来了新的挑战,引发业界与学界的关注。根据现有的研究情况,梳理我国图书馆阅读推广管理理论的流派,将其划分为制度设计类(政策保障、行业宣言及声明、标准与规范、管理制度)、实践类(创新管理、品牌管理、资源管理、用户管理)、方法类(项目管理、质量管理、环境管理、营销管理)共3个大类12个主题,对每个流派进行分析,以便系统呈现阅读推广管理研究领域的发展现状,推动图书馆阅读推广管理的科学化发展。

**[关键词]**阅读推广 管理 流派分析

**[分类号]**G250

## 1 引言

近年来,图书馆阅读推广经历了发展、热潮、成熟3个发展阶段,蓬勃发展的阅读推广事业有力地推进了服务均等化,促进了全民阅读,目前已成为图书馆的核心业务之一。在“服务活动化”理念下,各类型阅读推广服务百花齐放,产生了众多有影响力的品牌,产生了显著效益。但同时也出现了活动同质化、缺乏标准规范、品牌杂乱、可持续性不强等问题。正如范并思所说,当阅读推广发展为图书馆主流服务后,各种创新就必须接受社会科学理论和图书馆学理论的专业审视。阅读推广需要引入管理学理论,科学管理,充分考虑公平与效率、规范服务流程、建立体制机制,促进阅读推广的健康发展。

阅读推广管理属于“阅读推广基础理论问题”中“应该怎么做”的问题,是图书馆阅读推广理论体系的重要组成部分。在“阅读推广”一词出现之前,图书馆阅读推广管理一直被纳入图书馆管理、读者活动管理的范畴。进入21世纪,明确提及“阅读推广管理”的研究开始增加,该领域逐步引起业界与学界的重视。最开始是基于阅读推广工作中具体事务的管理,如公益讲座、读书会、读书节等读者活动管理过程中的问题与对策,随后,有研究者开始关注阅读推广的“管理特点”“管理模式”,研究逐步深入。

笔者以中国知网为数据源,以“阅读推广+管理”为主题,限定来源类别为核心期刊进行检索,检索时间截至2022年8月10日,共得到聚焦阅读推广管理的相关文献

392篇。通过对这些文献进行研读、分析,发现该领域的研究有以下几个特征:一是较多通过介绍某一阅读推广项目实践来阐述其中的管理过程、管理经验;二是在阅读推广项目实践中引入项目管理、质量管理、品牌管理、营销管理、空间管理、创意管理等管理方法;三是对阅读推广的顶层制度设计提出建议。核心作者有范并思、杨新涯、李桂华、陈幼华、张沪月等,均为长期关注阅读推广领域研究的学者,说明关注阅读推广的管理与机制问题已成为阅读推广研究领域的共识。

不同的研究者对阅读推广管理关注的角度不同,形成了不同的流派。通过对不同的流派分门别类地梳理和分析,可以窥见阅读推广管理的共性问题,促进科学管理机制的建立,探究理论范式,推动阅读推广实践的进一步发展。

## 2 阅读推广管理理论的流派分析

范并思认为,阅读推广管理有两个层面的含义:宏观的顶层设计,即把阅读推广纳入行业的宣言、声明、保障、考核等文件中;微观的管理战略,即把阅读推广在具体图书馆的战略、政策、空间、设备、人力资源、过程实施等方面进行制度设计<sup>[1]</sup>。在研究现状中,也呈现出以上分类规律,可大致分为制度设计类、实践类、方法类。

### 2.1 制度设计类

法律制度支撑不足、行业操作指导缺乏、评估评价体系缺失<sup>[2]</sup>是阅读推广制度设计面临的主要问题。随着阅读

<sup>\*</sup>本文系2018年国家社会科学基金重大项目“图书馆阅读推广理论与实践研究”(项目编号:18ZDA324)的研究成果。

推广政策不断完善、行业机制不断健全、评价标准不断优化,对阅读推广制度设计的研究逐渐深入。

### 2.1.1 政策保障

经过多年的发展,我国的全民阅读政策体系逐渐形成了“从中央到地方、从中长期规划到与短期工作计划相结合的多层次、多类型、多领域的全过程有机体系”<sup>[9]</sup>。《中华人民共和国公共文化服务保障法》明确了开展全民阅读活动的政府责任,全民阅读第一次被国家法律正式纳入,逐步从“行政性维护”向“法律性保障”推进。《中华人民共和国公共图书馆法》规定公共图书馆应当将推动、引导、服务全民阅读作为重要任务,成为公共图书馆开展阅读推广工作的根本法律准则。2020年,屈义华主编的《阅读政策与图书馆阅读推广》一书系统梳理了阅读政策对图书馆阅读推广工作的保障与意义,认为我国全民阅读政策体系已初见雏形<sup>[9]</sup>,对阅读推广工作中的某些难点问题提出了完善建议。

在地方政策方面,截至2022年8月,全国已有江苏、湖北、四川、辽宁、黑龙江、吉林、深圳、石家庄、常州等10余个省市出台了全民阅读的法规和规章,为推动我国全民阅读立法提供了重要依据和参考。黄百川<sup>[5]</sup>以广州、深圳、东莞、佛山4个城市的阅读政策法规为研究对象,对其中的阅读推广内容进行对比研究。卿倩、李桂华<sup>[6]</sup>从政策工具视角着眼于省级全民阅读政策研究,通过对146篇政策文本的分析,提出了优化全民阅读政策工具体系、完善环境型政策工具的相关配套措施、加强供给型政策工具运用的多样性等建议。李梦竹<sup>[7]</sup>等经过研究发现,我国未成年人阅读推广政策具有权威性、规范性、实践性、科学性、系统性等特征。通过目前的研究发现,随着阅读推广的政策保障力度不断加大,对阅读推广政策的理论研究也呈上升趋势。

### 2.1.2 行业宣言、声明

在行业宣言、倡议、声明中强调阅读推广,是推进阅读推广宏观管理的体现。如国际图联、联合国教科文组织联合发布的《公共图书馆宣言》,国际图联公开发表的《信息社会灯塔:关于信息素质和终身学习的亚历山大宣言》,英国文化、传媒与体育部发布的《未来的框架:新十年的公共图书馆、学习和信息》等都提及了图书馆促进阅读、开展阅读推广的责任。中国图书馆学会发挥行业协调组织的作用,发布《图书馆服务宣言》《中国图书馆学会第六届百县馆长论坛德清共识》《推动图书馆专业化发展倡议书》,多方位、多层次为图书馆阅读推广工作提供了指导。2005

年,中国图书馆学会阅读推广委员会成立,目前已经陆续成立26个专业组,通过专著出版、人才培养、业务指导等有效举措引领着阅读推广事业的发展。

### 2.1.3 标准与规范

国际图联发布的标准较多聚焦于文献资源著录、特殊读者群体服务两个领域<sup>[8]</sup>,我国图书馆行业主要由全国信息与文献标准化技术委员会(TC4)、全国文献影像技术标准化技术委员会(TC86)、全国图书馆标准化技术委员会(TC389)负责标准规范的制订及标准化工作的管理。2013年,李英<sup>[9]</sup>提出要在公益讲座运作管理、人力资源管理等工作进行标准化管理与服务,是较早倡导阅读推广标准化的学者。洪伟达、马海群<sup>[10]</sup>建议从制度性规范(纳入战略规划、立法、政策文件)、实施性规范(强化管理机制、行业指导、操作规范)、监督性规范(构建评估机制、评价标准)和技术性规范着手,构建图书馆阅读推广规范体系。万行明、李博阳<sup>[11]</sup>认为阅读推广标准构建的核心内容应该包括目标人群、活动形式、项目设计、绩效评价,并建议由全国图书馆标准化技术委员会牵头,统筹构建系统化的阅读推广指标体系。在近年来的公共图书馆评估指标体系中专门就阅读推广提出了相应要求。

### 2.1.4 管理制度

阅读推广管理制度是图书馆整体管理制度体系的重要组成部分。张伟<sup>[12]</sup>将其定义为“由图书馆内部制定的,通过对阅读推广活动中各种内部资源要素进行规划和设置,以此来约束和调整阅读推广管理活动中各种行为方式和关系的各项规则、标准、程序等的总称”,并建议通过人力资源的科学管理、经费的统筹管理、物资的保障管理、安全管理、宣传与推广、总结与评估构建阅读推广制度体系。杨嘉骆<sup>[13]</sup>从权利维度、需求维度、行为维度聚焦于阅读推广的读者管理制度,致力于让阅读推广的“粗放式管理”走向“精细化管理”。阅读推广是服务体系均等服务、专业化服务和服务绩效的综合体现<sup>[14]</sup>,因此较多研究者认为总分馆制下的阅读推广工作更具有统筹协调优势。如大连少儿馆构建的政策、资金和管理三位一体的总分馆服务模式,保障了阅读推广工作的高质量发展<sup>[15]</sup>。也有研究者从执行层面提出了建议,如总分馆联动形成活动品牌、建设一体化信息服务平台等<sup>[16]</sup>。

## 2.2 实践类

### 2.2.1 创新管理

“图书馆是不断成长着的有机体”<sup>[17]</sup>,阅读推广离不开创意与策划,创新创意是阅读推广生命力的源泉,进行创

意管理是阅读推广长效发展的保障。创新既包括改善性、渐进式的创新,也包括颠覆性、探索性的创新。现有研究主要聚焦于阅读推广实践中的创新管理。2015年,王波主编的《图书馆时尚阅读推广》一书介绍了12个创新案例,包括了从活动缘起、活动设计、宣传、实施到经验总结的各个过程,是阅读推广创新管理工作的重要参考书籍。阅读推广的创新管理方式多样,涵盖嵌入式推广、游学式阅读、立体式阅读、翻转式阅读、代际阅读<sup>[18]</sup>等多元化创新。随着创新方式的变化,研究也呈现出相应的热点,如2012—2013年,关于living library阅读推广新模式的研究较多,2014—2015年,关于知识银行、阅读银行等阅读推广创新实践的研究较多。总体来说,创新管理领域以具体创新项目的实践研究为主,理论性论述较少。

### 2.2.2 品牌管理

形成品牌是阅读推广活动提高系统性、知名度、持久性、影响力的必经之路。我国阅读推广活动品牌繁多,但采用科学的品牌管理方法进行策划、实施的并不多。王小平、杨霞<sup>[19]</sup>从品牌设计、定位、营销、管理介绍了美国“一书一城”阅读推广项目,该项目的经验说明品牌管理要进行周密严谨的策划、提供人财务保障、确定行动指南、进行品牌创新、评估品牌成效等。单馆品牌的影响力是有限的,基于区域性公共图书馆联盟的阅读推广品牌更具有资源联结、整合传播的优势。单骅、胡晶晶介绍了浙江省发挥区域联盟的优势,推出“图书馆之夜”品牌的过程和经验,提出了科学管理、协作共享、塑造节庆品牌的策略。裴永刚<sup>[20]</sup>通过分析具体案例的品牌定位、品牌设计、品牌管理、品牌传播、品牌创新提炼出其品牌化运作模式。新技术带来了阅读推广方式的变化,传统品牌管理方式面临着转型,品牌管理领域的研究应随着时代的发展进一步深入。

### 2.2.3 资源管理

一场成功的阅读推广活动是多种资源协调整合管理的结果。近年来,在文献资源管理领域,研究者们分别从阅读推广需要的资源类型(如数字阅读资源、期刊资源)、资源主题(如动漫主题、红色主题、地方文献主题)、资源数据管理等方面进行研究。滕云霞<sup>[21]</sup>构建了基于读者数据的公共图书馆馆藏优化和阅读推广模型;郑闯辉提出了把“分地阅读”理念跟地方文献资源的阅读推广相结合的观点;赵发珍<sup>[22]</sup>从红色资源、多元主体、社会需求、内容呈现、效果评价等多个维度构建了开展红色文化资源阅读推广的一体化模式,是较为系统论述红色资源管理的文献。随着阅读推广领域的蓬勃发展,阅读推广主题的论文、著作、

新闻报道、案例等数据资源涌现,对这些信息和资源的统一描述和管理变得尤为重要。自从吴建中馆长将空间理念引入我国以来,“空间促进阅读”的研究与实践日益受到关注。虽然前期的研究较多聚焦于空间的理念与设计,但随着阅读推广活动的深入开展,空间管理逐渐受到业界和学界的重视,该领域的研究正在兴起。人力资源管理领域,目前关于阅读推广管理领域的人力资源研究主要聚焦于阅读推广人制度、专业化教育、志愿者管理3个维度。

### 2.2.4 用户管理

随着阅读推广服务与活动井喷式增长,逐渐出现“高投入、低效能”的问题,引起了业界与学界的关注。阅读推广的对象——用户是体现效能最核心的元素。如何开展用户管理,如何吸引用户、找到用户、留住用户是阅读推广当前亟须解决的问题。张沪月是阅读推广用户关系管理领域研究的核心作者,其负责的国家社会科学基金一般项目“基于用户满意度视角的阅读推广服务质量管理研究”产出了较多该领域的研究成果。张沪月、许统<sup>[23]</sup>认为在阅读推广过程中开展读者关系管理能改善读者的投入与协助力度,提出融入社交媒体、建立读者关系数据库、建立读者分析系统、转变核心读者为推广者、培育读者忠诚度等实现路径。不少图书馆在阅读推广服务中推出了用户激励机制,如特权激励、晋级激励、积分激励等。用户激励是阅读推广用户管理的重要部分,是影响用户的留存、活跃度的直接原因,具有研究价值和现实意义,获得了研究者的持续关注。

## 2.3 方法类

### 2.3.1 项目管理

把项目管理方法应用到图书馆工作的各个流程已成为业界较为常用的做法。2003年,曲晓玮在《中国图书馆学报》发表《图书馆项目管理应用探析》,是最早探讨图书馆实施项目管理的文献。2012年,佛山市图书馆在《国家图书馆学刊》发表了3篇以“项目立馆”为主题的学术论文,图书馆项目管理从理论到实践都有了进一步发展。项目管理作为一种科学的管理方式,在阅读推广领域的应用较为广泛。上海市青浦区图书馆基于“小青团(青浦区阅读推广人才队伍)”的项目化团队管理策略,打造了“清阅读”全民阅读推广品牌<sup>[24]</sup>;佛山“邻里图书馆”阅读推广项目也采用项目化管理方式,在馆内成立8个小组协同合作,分头成立项目团队开展管理与运营,大大提升了运行效率。浦东图书馆的阅读推广活动通过项目化运作已建立起基于文献资源的全民阅读推广机制,阅读推广成为图书馆总



分馆体系的重要支撑<sup>[25]</sup>。李鹏<sup>[26]</sup>以项目管理为视角构建了图书馆阅读推广管理框架,并介绍了“一本书的旅行”阅读推广活动的项目管理实践。现有研究多以单一案例为研究对象,少对阅读推广项目管理的深度理论提升,该领域的实践研究与理论研究仍有较大提升空间。

### 2.3.2 质量管理

阅读推广服务质量管理与读者满意度密切相关。国内关于阅读推广质量的相关研究主要集中在阅读推广服务质量管理模型构建、质量评估两个方面。刘圣宏<sup>[27]</sup>从质量管理七项原则切入探讨图书馆质量管理体系的建设,认为“以读者为关注焦点”是最核心的原则,这与图书馆阅读推广“以人为本”的服务理念不谋而合。张沛月<sup>[28]</sup>等人结合“互联网+”环境提出了阅读推广服务质量管理模型,在“超星云舟”阅读推广平台进行实验,验证了服务质量管理模型能切实提升服务质量绩效。李巍<sup>[29]</sup>等人基于PDCA+F理论提炼了一个包括策划、实施、检查、处置、跟进等环节的图书馆阅读推广模式,并运用到东北农业大学图书馆的阅读推广活动中,获得了读者积极的反馈。当然也有研究者聚焦于全面质量管理研究。谢燕、邹军从全面质量管理角度切入,建立了以“活动前期基础、活动过程、活动后期反馈”为框架的高校图书馆阅读推广质量评价指标体系。张欢等人借鉴全面质量管理理论,以“四川师范大学4.23读书节”活动作为个案,对活动各要素、流程进行分析,形成了相对完整的管理方法。卓越绩效管理诞生于全面质量管理之上。东莞图书馆引入卓越绩效管理模式,对读者和服务领域进行细分,提供差异化的服务,如针对学前儿童设立玩具图书馆,举办亲子活动;针对青少年群体开展漫画主题服务,打造东莞学习中心等,有效满足阅读需求<sup>[30]</sup>。

### 2.3.3 环境管理

2017年,徐雁在“华夏阅读论坛暨全民阅读‘三位一体’推广方略研讨会”上提出了全民阅读“三位一体”推广理念,构建了涵盖“学习型家庭”“书香校园”“书香社会”的阅读生态,明晰了新时期“书香中国”建设的框架<sup>[31]</sup>。这是关于阅读推广生态环境的重要论述。阅读推广的环境可以分为硬环境和软环境,也可以分为外部环境和内部环境,只有对这些相关环境因素进行科学管理,才能让阅读推广效用最大化。重视阅读环境的营造,对阅读推广环境进行管理,是图书馆阅读推广服务发展的必经之路。研究者分别从不同的角度阐述了阅读推广环境管理的观点。陆滢竹<sup>[32]</sup>认为应重视阅读环境的理论支撑、构建新型阅读空间

和生态环境。在细分群体领域,宋卫<sup>[33]</sup>等人构建了未成年人阅读生态系统的架构,重点探讨了以公共图书馆为核心、社会力量共同推进的未成年人阅读生态问题。丁冬<sup>[34]</sup>等人借鉴活动理论,提出了融合六大要素的农村儿童阅读推广活动系统生态。在校园阅读推广领域,任文香<sup>[35]</sup>等人以朱永新、徐雁教授在“书香中国·全民阅读推广丛书”中提出的“分级、分众、分类、分时、分地、分校”的阅读理念为基础,提出了构建“全人”“全校”的校园阅读生态的观点。

### 2.3.4 营销管理

阅读推广的发展需要结合图书馆营销理论<sup>[36]</sup>。把现代营销管理策略应用到阅读推广领域向来是业界与学界的关注点。研究方向可大致分为两个维度:一是营销理论移植到阅读推广领域的实践探索,如,陈艳<sup>[37]</sup>探讨了4P营销理论在“邻里图书馆”大型阅读推广项目中的应用经验。刘燕<sup>[38]</sup>引入一种与传统营销不同的理念——体验营销,构建了“线上+线下”全媒体阅读推广体验模式。薛宏珍<sup>[39]</sup>则引入服务营销组合理论,以广西科技大学图书馆“微书评”具体案例为例,制定了产品、价格、渠道、促销、内部营销、团队营销、效果评价7个维度的“7P”阅读推广营销组合策略。其中内部营销是一种管理策略,包括组织结构构建和人才队伍建设两部分。吴诺曼<sup>[40]</sup>在四川大学系列阅读推广活动中引入营销学4I模型,验证了该模型可以为高校阅读推广工作带来良好效果。二是新媒体营销管理经验总结。随着新媒体的兴起,利用微博、微信、短视频进行营销的研究开始显现。王静<sup>[41]</sup>等人关注到了新媒体环境下阅读推广营销中的风险管理问题,如阅读推广定位风险、活动策划风险、运作风险、内部管理风险等,建立了“策划—实施—检查—行为”循环风险管理模型。陈鹏认为阅读推广营销的过程就是找寻目标读者的过程,建议采用嵌入式的营销手段,充分利用手机这个载体进行阅读营销,做好品牌营销、网络视频营销,让宣传效果最大化<sup>[42]</sup>。可见,目前阅读推广营销管理的研究多集中在比较浅层的概念引入、模型建立、案例应用,真正具有理论深度的研究还不多见。

## 3 结语

通过对阅读推广管理领域研究成果的梳理,现有研究大致可分为3个大类、12个主题:制度设计类(政策保障、行业宣言及声明、标准与规范、管理制度)、实践类(创新管理、品牌管理、资源管理、用户管理)、方法类(项目管理、质量管理、环境管理、营销管理)。

制度设计类的研究体现了业界和学界对阅读推广管

理顶层设计的关注,也印证了范并思教授所呼吁的“阅读推广需要管理自觉”。这种自觉体现在宏观上将阅读推广管理纳入法律法规、政策文件、行业宣言、行业标准,也体现在图书馆的主管部门、馆领导将阅读推广管理纳入组织架构、管理制度、团队建设。

实践类的研究反映出我国阅读推广具体实践中积累的管理经验,建设创新机制以保持阅读推广的活力与生命力,打造有影响力的活动品牌,统筹管理各项资源以提升管理效能,以用户满意为导向进行读者关系管理,很多实践案例与经验见证着阅读推广管理的发展,反映出阅读推广实践生机勃勃的景象。

范并思在“图书馆服务创新与品牌建设”讲座中提到,管理学中现有的理论是无法直接套用到阅读推广管理中的,这就需要形成图书馆阅读推广管理自己的理论体系。经过多年的发展,阅读推广管理所需要的理论,由岗位设置、考勤、激励理论,变成了面向项目和过程的管理理论。方法类的研究恰好印证了这个观点。项目管理、质量管理、环境管理、营销管理等类别的研究成果都是管理学理论在图书馆阅读推广领域的创新应用,也是管理学理论的创新发展,成为阅读推广理论与实践的重要支撑力量。

## 参考文献:

- [1] 范并思. 阅读推广的服务自觉[J]. 图书与情报, 2016(6): 72-76.
- [2] 刘丹. 图书馆阅读推广标准的建立构想[J]. 图书馆杂志, 2020(8): 82-87, 110.
- [3] 蒋盼, 陈旭辉. 中国全民阅读法规政策体系的演进历程、优势特征与效能转化研究[J]. 图书馆学研究, 2022(6): 80-87.
- [4] 屈义华. 阅读政策与图书馆阅读推广[M]. 北京: 朝华出版社, 2020.
- [5] 黄百川. 广州、深圳、东莞和佛山阅读政策法规比较[J]. 图书馆论坛, 2021(7): 133-140.
- [6] 卿倩, 李桂华. 政策工具视野下我国省级全民阅读政策研究[J]. 中国图书馆学报, 2020(3): 88-101.
- [7] 李梦竹, 等. 我国未成年人阅读推广政策研究(1980—2020)——基于国家层面相关政策文本分析[J]. 图书馆理论与实践, 2021(4): 92-101, 136.
- [8] 薛卫双. 建立图书馆阅读推广专业标准及标准框架的构想与思路[J]. 图书馆理论与实践, 2021(2): 96-101.
- [9] 李英. 论图书馆公益讲座的标准化管理与服务——基于“宝图星期讲座”的思考[J]. 图书馆理论与实践, 2013(12): 127-128.
- [10] 洪伟达, 马海群. 图书馆阅读推广规范研究[J]. 图书情报知识, 2018(1): 36-43.
- [11] 万行明, 李博阳. 我国图书馆阅读推广服务标准化建设研究[J]. 图书馆论坛, 2019(9): 100-107.
- [12] 张伟. 公共图书馆阅读推广管理制度建设[J]. 图书馆建设, 2020(5): 64-70, 99.
- [13] 杨嘉璐. 以制度保障公共图书馆阅读推广中读者权益的思考[J]. 图书馆建设, 2020(5): 71-79.
- [14] 梁丹婷. 图书馆总分馆视域下分馆服务品质研究[J]. 图书与情报, 2020(3): 121-126.
- [15] 田丽, 高文静. 总分馆服务模式下的儿童阅读推广实践研究——以大连少儿馆为例[J]. 图书情报工作, 2017(4): 69-75.
- [16] 季鹏. 浅谈区级公共图书馆利用总分馆开展全民阅读推广[J]. 图书馆工作与研究, 2020(S1): 127-130.
- [17] 阮网纳赞. 图书馆学五定律[M]. 夏云, 王先林, 候汉清, 译. 北京: 书目文献出版社, 1988.
- [18] 王贵海. 多元创新视域下的图书馆阅读推广实践研究[J]. 情报资料工作, 2018(6): 102-107.
- [19] 王小平, 杨霞. 美国“一书一城”阅读推广品牌分析及启示[J]. 图书馆工作与研究, 2021(1): 57-62.
- [20] 裴永刚. “书香中国·北京阅读季”阅读推广模式探析——基于品牌化的视角[J]. 出版发行研究, 2018(4): 72-76.
- [21] 滕云霞. 基于读者数据的公共图书馆馆藏优化与阅读推广实证研究[J]. 图书馆, 2014(3): 80-82.
- [22] 赵发珍. 面向红色文化资源的图书馆阅读推广: 价值、模式与路径[J]. 图书馆学研究, 2021(14): 87-94.
- [23] 张沪月, 许统. 阅读推广过程中读者关系管理的内涵、系统与实现路径[J]. 图书情报工作, 2017(15): 89-94.
- [24] 张毅红. 阅读推广项目化团队管理的理论应用与实现途径——以上海市青浦区“小青团@清阅朴读”为例[J]. 图书馆建设, 2017(4): 57-61.
- [25] 曹忠. 公共图书馆项目化实施的案例研究[J]. 图书馆建设, 2021(4): 165-169.
- [26] 李鹏. 项目管理视角下图书馆阅读推广管理探究[J]. 图书馆工作与研究, 2021(2): 68-75.
- [27] 刘圣宏. 以质量管理七项原则解析图书馆质量管理

- 体系建设[J]. 大连大学学报, 2020(6): 64-67.
- [28] 张泸月, 谭英, 张欢. “互联网+”环境下阅读推广服务质量管理模型构建及其有效性分析[J]. 大学图书馆学报, 2019(5): 61-69.
- [29] 李巍, 等. PDCA+F理论下的图书馆阅读推广应用探索[J]. 图书情报知识, 2022(2): 40-51.
- [30] 杨晓伟. 公共图书馆推行卓越绩效模式应用研究——以东莞图书馆为例[J]. 新世纪图书馆, 2021(7): 26-32.
- [31] 蒋小峰. 2017年“华夏阅读论坛暨全民阅读‘三位一体’推广方略研讨会”综述[J]. 图书馆论坛, 2017(11): 20-22.
- [32] 陆莹竹. 数字阅读时代图书馆阅读环境营造途径探析[J]. 图书馆建设, 2021(5): 19-23, 33.
- [33] 宋卫, 等. 以公共图书馆为枢纽的未成年人阅读生态研究[J]. 国家图书馆学报, 2021(4): 14-22.
- [34] 丁冬, 等. 农村儿童阅读推广全要素系统构建——基于活动理论视角[J]. 图书情报工作, 2017(S2): 5-9.
- [35] 任文香, 唐曦, 陈菁. 从“半个人”到“全人”“全校”的校园阅读生态构建——以《分校阅读: 读物增益才华》为中心[J]. 图书馆杂志, 2020(9): 23-29.
- [36] 陈清, 范并思. 阅读推广视域下的图书馆营销变革研究[J]. 图书馆学研究, 2020(18): 80-83, 92.
- [37] 陈艳, 曾思敏. 邻里图书馆的营销探索[J]. 图书馆论坛, 2021(4): 21-26.
- [38] 刘燕. 体验营销助力图书馆全媒体阅读推广的新思路[J]. 图书馆, 2015(3): 100-102.
- [39] 薛宏珍. 服务营销组合策略在阅读推广中的实践与探索——以广西科技大学图书馆“微书评”为例[J]. 图书情报工作, 2016(3): 83-89.
- [40] 吴诺曼. 4I模型对高校图书馆阅读推广的启示——以四川大学图书馆阅读推广系列活动为例[J]. 图书情报工作, 2016(14): 115-120.
- [41] 王静, 等. 新媒体环境下高校图书馆阅读推广微营销风险管理研究——对某品牌手机微营销案例策划失败思考[J]. 现代情报, 2016(3): 101-103.
- [42] 陈鹏. 图书馆阅读推广营销手段探析[J]. 图书馆工作与研究, 2015(1): 109-112.

陈 艳 女, 1985年生。研究生学历, 副研究馆员, 业务管理部主任。研究方向: 图书馆阅读推广、图书馆管理。

(收稿日期: 2023-06-05; 责编: 娄明辉。)

(上接第106页)

- [2] 大数据时代要来啦? 全球云指数报告: 2021年全球将有628个超大规模数据中心[EB/OL]. [2018-02-09]. [https://www.sohu.com/a/221831019\\_491971](https://www.sohu.com/a/221831019_491971).
- [3] 张聪, 等. 边缘计算使能智慧电网[J]. 大数据, 2019(2): 64-78.
- [4] 梁光德. 智慧服务——知识经济时代图书馆服务新理念[J]. 图书馆学研究, 2011(11): 88-92.
- [5] 严栋. 基于物联网的智慧图书馆[J]. 图书馆学刊, 2010(7): 8-10.
- [6] 姚美菱, 等. 移动边缘计算的需求与部署分析[J]. 电信快报, 2019(4): 10-11, 25.
- [7] ESTL.Mobile-Edge Computing Introductory Technical White Paper[EB/OL]. [2021-04-05]. [https://portal.etsi.org/Portals/0/TBpages/MEC/Docs/Mobile-edge\\_Computing\\_-\\_Introductory\\_Technical\\_White\\_Paper\\_V1%2018-09-14.pdf](https://portal.etsi.org/Portals/0/TBpages/MEC/Docs/Mobile-edge_Computing_-_Introductory_Technical_White_Paper_V1%2018-09-14.pdf).
- [8] 边缘计算产业联盟[EB/OL]. [2021-04-18]. <https://baike.baidu.com/item/%E8%BE%B9%E7%BC%98%E8%AE%A1%E7%AE%97%E4%BA%A7%E4%B8%9A%E8%81%94%E7%9B%9F/20259173?fr=aladdin>.
- [9] 孙秀杰. 智创“边缘”共赢未来 中兴通讯边缘计算垂直应用发展的实践探索[EB/OL]. [2019-07-16]. <http://www.cctime.com/html/2019-6-6/1453283.htm>.
- [10] 王晓慧. 我国智慧图书馆研究现状与问题——基于CNKI文献计量分析[J]. 高校图书馆工作, 2020(2): 7-12.
- [11] 刘文英, 郑福根. 图书馆未来转型的若干发展方向探讨[J]. 图书馆研究与工作, 2020(8): 51-56.
- [12] 喻国明, 李凤萍. 5G时代的传媒创新: 边缘计算的应用范式研究[J]. 山西大学学报: 哲学社会科学版, 2020(1): 65-69.

赵 楠 女, 1982年生。硕士, 馆员。研究方向: 智慧图书馆建设。

(收稿日期: 2022-06-27; 责编: 邓钰。)