社会力量参与公共图书馆阅读服务的案例分析及启示

——以合肥市三孝口书店为例

李　杨

摘　要　实体书店参与公共图书馆阅读服务的实践研究，可以为全民阅读推广提供参考与借鉴。采用案例分析法，探索合肥市三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的动因与实现方式，总结两者合作开展阅读服务的创新经验，提出对全民阅读推广的启示：完善馆店合作供给阅读服务的制度体系，让读者走向阅读推广的舞台中心，以馆店融合为契机推动纸本阅读的传承与创新。图4。表2。参考文献36。

关键词　社会力量参与　阅读服务　全民阅读　阅读推广　公共图书馆

Analysis and Enlightenment of Social Forces Participating in Reading Service of the Public Library

——A Case Study of Sanxiaokou Bookstore in Hefei

Li Yang

Abstract: Research on the practice of the bookstore participating in reading service of the public library can provide theoretical reference for the national reading promotion. With the case analysis method, this paper analyzes the motivation and way of the Sanxiaokou bookstore participating in reading service of Hefei Library, summarizes the innovative experience of the two in providing reading service, and refines the enlightenments to the national reading promotion: it is important to 1) perfect the system of cooperation between library and bookstore in reading service supply; 2) let readers go to the stage center of reading promotion; 3) promote the inheritance and innovation of paper reading with the opportunity of the integration of library and bookstore. 4 figs. 2 tabs. 36 refs.

Keywords: Social Forces Participation; Reading Service; National Reading; Reading Promotion; Public Library

阅读是获取知识和增长智慧的重要方式，开展公共阅读服务是更好地满足人民精神需求的有效手段。作为全民阅读的重要推动者，公共图书馆与书店在激发人们阅读热情、营造阅读环境等方面发挥着中流砥柱作用。但长久以来，两者因体制不同而在阅读服务方面各行其是。随着文化体制改革的深入，越来越多的公共图书馆与书店携手合作，通过打造馆店融合的新业态探索公共阅读服务创新之道。书店参与公共图书馆的阅读服务是图书馆与书店发挥各自优势、创新阅读服务的一种举措，有助于补齐基层文化短板，打通公共文化服务的“最后一公里”。内蒙古图书馆与新华书店合作首创的“彩云服务”带动了馆店融合发展的热潮[1]，新型的公共阅读空间在全国遍地开花。四川省图书馆与新华文轩合作的“馆中店”——文轩读读书吧[2]、安徽新华书店与铜陵市图书馆、铜陵职业技术学院图书馆融为一体的“综合阅读文化空间”[3]等，都是对馆店融合模式的创新探索。

实践兴起的同时，理论研究也受到学者的重视。馆店融合的发展前景[4]、方式[5]、发展阶段[6]、功能与特征[7]以及不同馆店融合模式比

DOI：10.13666/j.cnki.jnlc.2021.0306

较[8]、馆店融合的国外经验[9]等成为学者探讨的热点,但数量仍相对较少。且已有研究以揭示图书馆与书店融合发展的时代趋势、归纳和推介公共图书馆和书店的业务合作、介绍馆店融合为图书馆或书店带来价值的居多,从读者价值视角分析馆店融合模式下的阅读服务实践尚缺乏有深度的探讨。与早期图书馆与书店联合推出的"你读书,我买单"模式不同,三孝口书店与合肥市图书馆打造的共享模式、"借转购"机制、"阅读奖学金"制度等创新举措,在阅读推广的形式与内容方面展现了新的亮点。

2017年,三孝口书店因成为山东高考作文素材而走红网络,同年7月,其与合肥市图书馆合作打造的馆店融合模式再一次吸引了舆论的高度关注,受到了人民日报[10]、光明日报[11]等多家媒体的追踪报道,这反映了社会各界对全民阅读事业的重视和对实体书店参与公共图书馆阅读服务这一新机制的肯定。本文以合肥市三孝口书店为例,分析其参与公共图书馆阅读服务的动因与实现方式,重点聚焦于读者服务的创新经验及其对全民阅读推广工作的启示,以期为相关理论研究和实践创新提供参考与借鉴。

1 三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的动因与实现方式

1.1 三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的动因

三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的动因是多方面的,既有政府为缓解图书馆供给压力而大力鼓励和支持社会力量参与的外在因素,更有书店自身为突破行业困局和迎合新时代环境下用户需求而进行变革创新的内在根本原因。

1.1.1 政府的鼓励和支持为书店参与公共图书馆阅读服务提供了机会

长久以来,我国公共图书馆服务采取的是政府统管模式。政府作为公共利益的代表承担着服务社会的责任,但受传统体制下人力资源因素的制约,政府供给服务的效果并不理想,难以有效满足人们日益增长的精神文化需求[12]。尤其是在基层公共图书馆领域,这种现象尤为明显[13]。为缓解基层公共文化服务供给能力低、均等化水平不高等问题,合肥市人民政府于2017年发布了《合肥市城市阅读空间建设实施方案》,明确了城市阅读空间实行"图书馆+书店"模式的发展思路[14],为书店参与公共图书馆阅读服务提供了有力支持。从管理体制上看,鼓励和支持书店参与公共图书馆的阅读服务,是基于促进公共图书馆事业发展要素变化而产生的供给侧结构性改革[15],旨在推动文化资源配置从文化系统"内循环"逐步转为面向市场的"大循环"[16],让市场机制与政府机制发挥协同增效作用来缓解传统体制下单一主体供给服务面临的压力。从服务效用上看,实体书店参与公共图书馆阅读服务是在政府供给能力有限与社会需求日益增加的驱动下,对提升公共阅读服务深度与广度的创新探索。

1.1.2 参与公共图书馆阅读服务是书店应对行业危机的出路探索

随着互联网和数字媒介的快速发展,数字化阅读日益受到人们的欢迎和追捧,其快速发展给以纸质图书销售为核心的实体书店带来了危机。与此同时,具有价格优惠、购买便利等优势的网络书店兴起,进一步挤压了实体书店的生存空间[17]。读者减少、图书销售量持续下滑、读者多元化需求难以满足是实体书店面临的主要困境。早在十年前,中华全国工商联合会书业商会的一项调查就显示,将近50%的民营实体书店在2001到2011的十年间相继倒闭[18,19]。通过英国著名的连锁书店鲍德斯集团宣布破产、法国独立书店的代表村声书店停业、美国最大的连锁书店巴诺书店市值缩水等典型案例,也可对实体书店的发展困局窥一斑而见全豹[20],不同的时代环境应有不同的产品结构与服务形态。三孝口书店通过与合肥市图书馆合作,从运营机制、服务内容、阅读体验等多方面对服务形态进行的延伸与重构,正是基于对传统实体书店服务模式缺陷的深刻反思和对时代发展趋势的清醒把握。

1.1.3 参与公共图书馆阅读服务是书店以读者为中心的运营模式创新

2017年上半年,馆店合作模式可行性论证的一项读者调研发现[21],一些读者因需要付出较大的经济成本而无法购买所有喜欢的图书;也有一些读者常常因时间有限而仓促购买,导致购买的许多图书并不符合实际需求;还有一些读者的购买行为存在跟风现象,粗略阅读以后便将所购书籍束之高阁使之成为闲置资源,不仅造成资源浪费,还需要读者花费时间和精力定期整理。从读者需求出发,打造图书馆与书店相结合的多元服务模式,既是图书馆发掘新供给的增长点,也是书店盘活自身的资源,为书店转型发展注入新活力的创新举措,更是对读者阅读需求的深度洞察和对阅读服务模式创新的持续探索。

1.2 三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的实现方式

共性是合作的着力点,个性蕴含着合作的潜在价值。公共图书馆主要是由政府主办,以财政拨款的方式建设和维持运营,面向所有人提供服务[22],在资源和资金方面有其他组织无法比拟的优势。与公共图书馆的公益属性不同,书店是按市场规律运作,以经营各类图书、期刊和音像制品等出版物为主要业务的商业空间,其在服务营销方面有突出优势。如表1所示,公共图书馆和书店虽然在体制和运营模式上存在一定的差异,但两者均为全民阅读推广的主阵地,有着“传承文明,服务社会”的共同担当,在服务供给上的优势互补使二者的合作成为可能[11]。在具体的实施过程中,三孝口书店主要通过空间、资源与业务三方面的合作来参与合肥市图书馆的阅读服务(如图1所示)。

(1)空间融合。让公共图书馆和实体书店两种不同属性的组织实现融合首先必须打破体制差异的束缚,找到通力合作的着力点。高水平的阅读服务离不开良好的空间依托,这也成为三孝口书店与合肥市图书馆能够合作开展阅读服务的基础。在建立合作关系后,三孝口书店被纳入合肥市图书馆的总分馆服务体系,在店内设立公共图书馆图书借阅专区,并依托自身的空间环境和地理位置优势,定期开展阅读推广活动。

(2)资源共享。三孝口书店内公共图书馆图书借阅专区的图书由合肥市图书馆负责配置,并根据读者的借阅情况定期进行调整。书店以新书为主且更新频率较高,市图书馆则以旧书为主,数量大、种类丰富,两者资源上的共享实现了借书、看书、买书的一站式功能。这种模式打破了人们日常“借书到图书馆,买书到书店”的刻板印象,使读者无需往返于图书馆和书店之间便可满足多重服务需求。

表1 合肥市图书馆与三孝口书店的比较

异同点	比较项	公共图书馆	书店
相同点	服务对象	社会公众	
	服务目标	满足公众的精神文化需求	
	服务基础	人力、物力、财力等核心要素	
不同点	机构属性	文化事业	文化产业
	责任主体	政府	企业
	服务特点	公益性	营利性
	业务核心	借阅	售卖

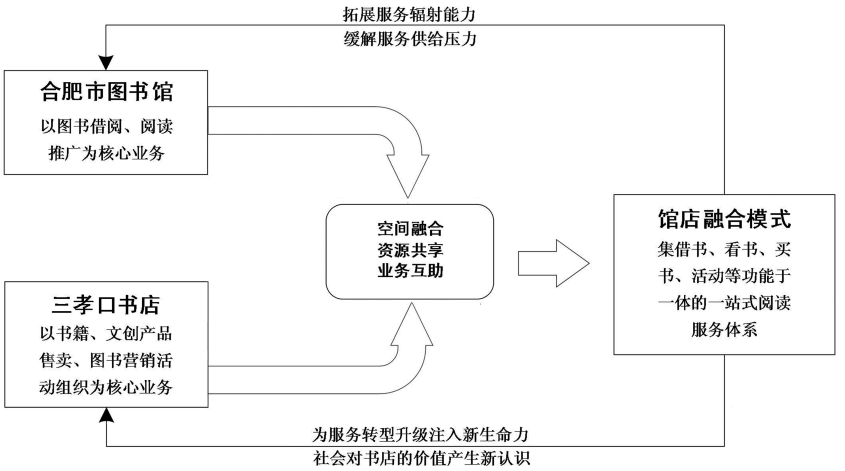


图1　三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的实现方式

(3)业务互助。空间与资源上的融合是图书馆与书店合作的基础,业务上的融合才是决定馆店融合模式能否赢得社会认可的关键。为了提升公共阅读服务水平,合肥市图书馆为三孝口书店提供技术指导、业务培训等支持,帮助提升书店工作人员的阅读服务能力。在合肥市图书馆的帮助下,三孝口书店员工的工作从过去“以售卖图书为中心”向“以阅读推广为中心”转变,引导和激发读者参与阅读、分享阅读经验,让读者产生愉快的阅读体验。三孝口书店则发挥其在营销上的优势,在阅读活动的创意、策划等方面给予图书馆相应的建议。对于图书馆而言,与书店的合作有效节约了人力成本,而且在拓展服务辐射范围方面发挥了良好的作用。书店则通过与图书馆的合作在转型创新、社会影响方面获得了新发展。

2　三孝口书店与公共图书馆合作下的阅读服务内容

2.1　实施“借转购”机制,丰富读者的阅读选择

“借转购”机制是借助数字化技术对纸本图书借阅方式的创新。读者只需下载“智慧书房”客户端,注册并缴纳99元押金,就可通过扫描图书封底的二维码免费借阅两本总价不超过150元的图书。在免费借阅期间,如果产生购书需求,读者可以直接在客户端进行购买,具体流程如图2所示。体验是对某事物的领悟以及感官或心理所产生的情绪,通常指人们在使用产品或享受服务过程中产生的感觉与认知。心理学相关研究表明,体验式更有利于心理的满足[23]。购书的随意性会降低阅读的质量,削弱阅读体验。“借转购”机制的目的就是让读者产生阅读体验和获得感受后理性地进行购买,一方面可以满足读者的多元化需求,另一方面有助于消除读者购买的盲目性,减少无效购买。这种模式可以降低读者的阅读成本,同时又给予读者更多的选择。

2.2　设立“阅读奖学金”,激发读者的阅读兴趣

“借转购”机制是为了让读者产生更好的阅读体验,而“阅读奖学金”制度的建立则是通过让阅读成果显性化的方式来传递阅读价值,鼓励更多市民阅读。“阅读奖学金”制度结合了物质激励和目标激励的方法:读者每读完一本书并按期归还会有1元的“阅读奖学金”直接打入“智慧书房”账户,在三个月内读完12本书可以返还押金的8%作为阅读奖励。奖金作为读者参与阅读的实质性回报,可以让其产生参与价值感,是促进读者持续阅读的内生动力[24]。而三个月内读完12本书对普通读者而言虽具有一定的挑战性,但又

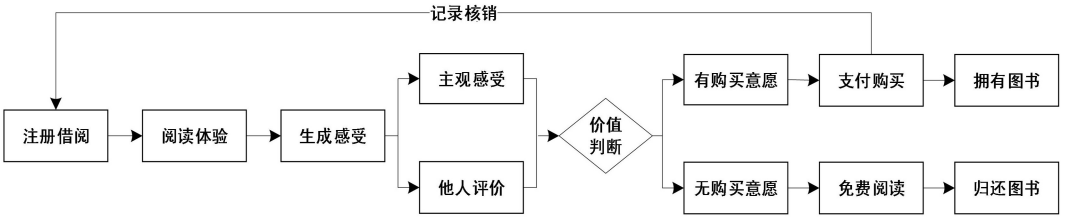


图2　三孝口书店图书借阅与购买流程

不是遥不可及的目标,既让读者看到希望,又让其明白需要通过努力才能实现。在国家大力支持和推动下,全民阅读推广已经具备了较好的社会环境和群众基础,但有研究表明,难以让读者产生兴趣和共鸣是开展阅读推广活动亟待解决的问题[25]。“阅读奖学金”制度能够让读者获取知识的同时,产生经济上的收益,从而激发阅读的主动性和自发性[26],为解决这一问题提供了新的思路。

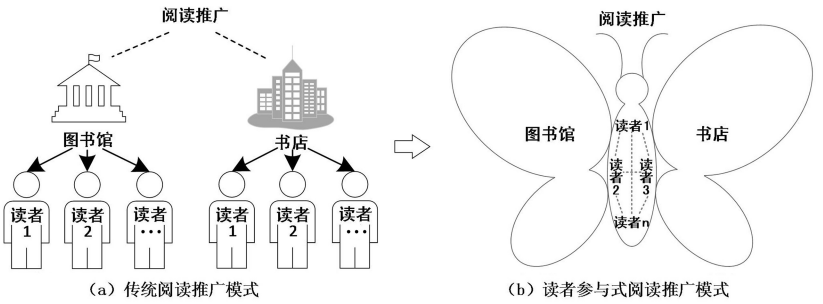
2.3　营造全民参与的氛围,增进读者的阅读交流

“智慧书房”客户端是一款集管书、看书、评书等功能为一体的阅读管理工具,不仅可以方便读者借阅和查看信息,更重要的是可以在推动阅读与社交融合方面发挥纽带作用。通过支持书房共享、创建虚拟阅读社区等方式,“智慧书房”为不同读者建立起了沟通桥梁。每一名注册的用户可以在相应的功能区展示自己的藏书,或通过撰写书评、分享阅读感悟等途径与其他读者进行交流。在这种互动式的平台中,读者之间的交流是一个动态的网状过程。每个读者都可以提出问题或分享内容,也可以参与讨论、发表自己的见解,还可以为其他读者答疑解惑。“人们的自由时间除了仅仅用于内容消费,还应更多用于分享和创造,而且这种分享和创造的价值远大于消费”,这是克莱·舍基(Clay Shirky)提出的“认知盈余”理念的核心观点[27]。三孝口书店将互动嵌入读者的阅读行为,让读者参与内容评价与分享正是这一理念的体现,也是全民参与营造阅读氛围的方式之一。这种方式打破了传统阅读推广模式中读者群体之间缺乏联系的弊端,形成了“一体两翼”的新模式,可以形象化表达为“蝴蝶模式”(如图3所示)。即以通过互动联系在一起的读者为主体,图书馆和书店作为两翼提供动力支持,通过读者参与带动图书馆与书店的同频共振,促进阅读推广产生“蝴蝶效应”。

线上互动主要围绕读者自发提出的话题展开,读者通过创建话题、关注话题、转发话题等方式实现“以书会友”,在阅读的同时创造和传递价值。线下互动则围绕各种特色化的阅读活动进行,主要通过讲座、沙龙等方式来让用户感受和分享阅读的魅力。线下阅读活动每周至少举行一场,内容涉及学习、表演、欣赏、制作、交流等日常生活的方方面面,满足读者阅读、社交、娱乐等多种需求。活动既有针对成年人的,也有专门针对儿童的;既有免费参加的,又有付费(仅为材料成本费用)参加的,实现了服务均等化与个性化的统一。让读者在阅读中进行互动,在互动中进行阅读,正是对“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行”的良好诠释。阅读推广并不随着活动的结束而停止,三孝口书店还在“智慧书房”客户端的相应版块介绍活动的详情,而且支持读者评论。这进一步提升了读者对活动的认知,也为没有参加活动的读者提供了一个了解与学习的机会。线上与线下相结合的阅读推广活动不仅丰富了读者的参与渠道,而且拓展了服务的辐射范围,能够让更多的人受益。

2.4　多点发力全面开花,便利读者阅读

让全体社会成员平等地享受基本公共文化服务是国际上普遍的价值追求,也是我国全民阅读推广的核心目标。自实施馆店融合模式以来,三孝口书店就深受读者欢迎。据统计,在第一周



（a）传统阅读推广模式　　（b）读者参与式阅读推广模式

图3　馆店融合模式下读者参与式阅读推广与传统阅读推广比较

就有近8000名用户注册，借书量达16,000余册；正式运营的一个月内，“智慧书房”APP下载超过2万次，借出图书8万余册，还书量约7万余次，平均每天到店人数约8000人次，与前一年同期人流量相比增长了近一倍[28]。馆店融合模式深受阅读爱好者的喜欢，但有不少距离书店比较远的读者表示，他们出行的成本甚至高于阅读成本[29]。为了扩大服务的受众范围，方便更多市民阅读，三孝口书店结合实际情况又推出了多家实行馆店融合模式的场馆，覆盖商业、街道、学校等多种区域。虽然不同场馆之间的资源因区域或读者群体不同而存在一定的差异，但彼此之间遵循统一的服务标准和共建共享的原则，可实现通借通还。多场馆联动是从区位角度落实阅读服务均等化的有效途径，服务标准统一和资源互补则是从资源配置角度推动阅读服务均等化的原则。两者并举进一步提升了阅读服务的公益性、基本性和便利性，降低了读者的阅读成本，体现了馆店融合模式与社会需求紧密结合的定位。

3　三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的亮点

尽管三孝口书店实施的馆店融合模式仍处于不断完善阶段，也存在“借转购”制度对图书借阅数量与价格的限制、线下活动参加人数的受限等不足，但同过去相比（如表2所示），转型后的三孝口书店重新找准了定位和发展方向，在阅读服务上产生了新的亮点。

（1）以合作推动服务创新。虽然良好的空间环境能够让读者产生感官上的美好体验，但对于广大读者来说，最核心的还是能够提供的服务如何。过去三孝口书店的服务主要围绕新书售卖展开，馆店融合模式下，书店增加了免费借阅和公共阅读活动。由过去的新书到如今的新旧图书兼备是三孝口书店与合肥市图书馆合作后服务内容最显著的变化；合肥市图书馆则通过三孝口书店空间、设备等资源的融入延伸了服务的场域，而且借助书店的工作人员节约了人力方面的成本。两者的合作形成了功能更加全面、类型更加丰富、方式更加多样的阅读服务体系。

（2）以社交带动读者参与。线上服务平台使许多原本互不相识的读者像一张巨型网络上的节点般联系起来，围绕阅读展开互动交流。这有效拓宽了阅读服务的覆盖群体，增进了读者与读者之间的情感联系。社交式阅读契合了当前“人人都是自媒体”的社会环境，以书为纽带让读者以不同形式来创建与分享阅读感悟，有利于培育全民参与的阅读氛围。

（3）以互动增进服务感染力。过去书店工作人员与读者的互动主要围绕购书需求展开，针对读者的营销是主要工作，重点是引导或帮助读者购买到理想的图书，信息主要在工作人员与单个读者之间传递。馆店融合模式下，书店工作人员与读者的互动针对借阅、购买、社交等多方面需求展开。在这一模式下，信息不仅在工作人员与读者之间传递，而且在读者与读者之间传递，有助于扩大服务的感染力。

表2 馆店融合模式与传统实体书店模式比较

比较项	传统实体书店模式	馆店融合模式
资源类型	新书	新书+旧书
服务主体	书店	书店+图书馆+读者
核心功能	买书+看书	借书+看书+买书+活动
服务方式	线下	线上+线下
互动程度	主要基于读者的购书需求展开； 读者与读者之间很少有互动	基于借阅、购书、活动等多方面展开； 读者与读者互动方式多样、频率高
信息流通	单向或双向	多向

4 对全民阅读推广的启示

读者需求决定着服务的导向，合肥市三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的实践经验为全民阅读推广提供了有益的启示。

4.1 完善馆店合作供给阅读服务的制度体系

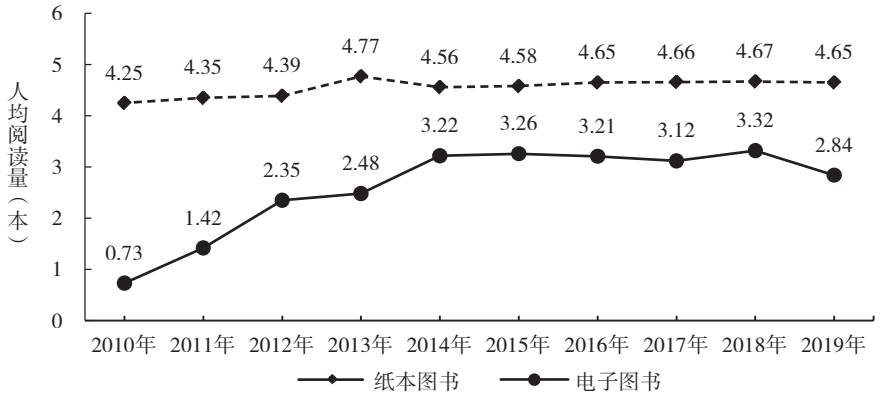
“形成一种氛围，无处不在”是李克强总理对全民阅读提出的发展希望[30]。在开放多元的社会环境下，这一氛围的形成仅仅依靠政府的力量是不够的，实体书店参与公共图书馆阅读服务彰显了公私合作的发展理念。三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的经验表明，馆店合作最明显的优势是低成本、大范围地满足了读者多元化、个性化的阅读需求，对缓解政府单一主体供给模式下人员短缺、场地有限等问题起到了有效作用，产生的服务效果也有力证明了馆店合作在推动全民阅读方面的良好前景。但现阶段我国实体书店参与公共图书馆阅读服务的模式尚处于不断探索之中，应该形成完备的制度体系，为促进馆店合作的深入与高质量发展提供支持与保障。

目前实体书店参与公共图书馆阅读服务主要遵循《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》以及一些地方性政策，立法层次有待提高。尽管《全民阅读促进条例》第十七条、《中华人民共和国公共文化服务保障法》第四十二条以及《中华人民共和国公共图书馆法》第四条都鼓励和支持社会力量参与开展公共阅读服务，但条款内容比较笼统，相关规定原则性有余，而操作性不足。未来的法律建设需要对图书馆与书店合作开展阅读服务中各自的职能与义务、服务提供的技术标准、服务的成效评估等做出明确的规定，以规范馆店合作的制度与程序。这是馆店合作高质量、可持续发展的实际需要，也是提升阅读服务的社会效应的现实需求。图书馆与书店合作开展阅读服务的内容与方式是否科学合理，将直接影响公众的利益，因此开展服务评估是一个重要环节。当前对馆店合作开展阅读服务成效的评估主要由政府负责，属于一元化的评估模式。馆员合作开展阅读服务的成效涉及图书馆、书店和读者多个主体，包括基础设施建设、经费投入、氛围营造、服务类型、社会影响等多方面的内容。从评价方法选择到评价指标体系构建，都需要相应的专业知识。因此，对实体书店参与公共图书馆阅读服务成效的评估往往需要具备相关专业知识的人员参与。从保证图书馆与书店合作提供阅读服务的质量与公平角度来看，可以尝试发展独立的第三方评估机制，以促进评估工作的科学性、客观性与公正性，这也有助于从更专业的角度去发现合作过程中存在的问题。

4.2 让读者走向阅读推广的舞台中心

自2006年中宣部等11部委联合倡议开展全民阅读活动起，到全民阅读上升为国家战略，以读者为中心的阅读推广理念始终没有改变，但阅读环境却不断发生着变化，影响着人们的阅读习惯与方式[31]。阅读的价值绝不仅仅在于书籍中蕴含的知识内容，也产生于分享带来的情感升华和知识增值。在互联网日益发达的今天，以读者为中心的阅读服务不应仅停留在满足读者需求层面，更应让读者参与阅读服务价值创造。这就需要重

新定位读者的角色,将读者看作是阅读服务主动的推动者,而不仅仅是被动的接受者。从三孝口书店参与公共图书馆阅读服务的经验可以看出,线上与线下相结合的活动平台建设至关重要。线下具有更好的参与体验,而线上则可以拓展服务范围。这启示我们,阅读推广在围绕实体空间展开的同时,也要重视利用新媒体和新技术促进读者参与的网络实现。平台是读者参与的基础,而激发读者的参与兴趣则是关键。借鉴“阅读奖学金”制度的经验,以图书或活动为纽带,创设多元化的阅读情境,并给予一定的物质或精神奖励,让读者在参与过程中产生收获感值得尝试和推广。



数据来源:根据中国新闻出版研究院发布的全国国民阅读调查数据整理所得。

图4 2010-2019年我国成年国民纸本图书和电子图书人均阅读量统计

4.3 以馆店融合为契机推动纸本阅读的传承与创新

从20纪70年代末美国学者兰开斯特关于无纸化社会的预言开始,学界就一直充斥着“图书馆消亡论”“馆员消亡论”的声音[32]。与纸本阅读相比,数字阅读虽然适应当代社会快节奏的生活方式,为人们获取知识提供了很大的便利。然而,这种快餐式、随意性、碎片化的阅读方式缺乏深度的思考过程,在认知效果、长期记忆和知识内化程度上都低于纸本阅读[33]。洋溢着翰墨书香的纸本阅读在学术、人品、情感、文化等方面对读者的熏陶仍具有难以替代的作用。根据2011年至2020年中国新闻出版研究院发布的全国国民阅读调查报告数据发现,从2010年到2019年,虽然我国成年国民的人均电子书阅读量增长趋势明显,但纸本图书的人均阅读量始终高于电子图书(如图4所示)。这说明在数字化阅读日渐兴起的今天,纸本阅读这一传统方式依旧受到人们青睐。公共图书馆具有资源优势,而书店具有营销专长且遍布商业网点与居住区,更贴近公众生活。两者的融合是盘活纸质图书资源,推广纸本阅读的一个良好契机。全民阅读推广活动的开展应该积极融合图书馆与书店的优势,推动纸本阅读创新发展。三孝口书店与合肥市图书馆合作打造的借书、看书与买书的一体化服务以及“借转购”机制表明,丰富读者的选择,提升读者阅读便利性是推动纸本阅读的基础。为读者创造舒适的阅读环境,让读者在阅读过程中产生良好的服务体验也必不可少。除此之外,做好读者需求调研工作,并据此对图书资源进行及时更新,也是馆店融合模式下纸本阅读推广的关键。

5 结语

2020年6月,一位湖北籍农民工在东莞图书馆的留言引发了社会的广泛关注,也让人们认识到了阅读的魅力与力量[34]。看似普通的事件,背后反映出的是公众对阅读的渴望,也牵动出社会

对改善公共文化服务质量的热盼与期待[35]。实体书店参与公共图书馆阅读服务创造了政府与社会力量共同推动全民阅读、建设书香社会的新方式,在促进资源共享、服务创新、提质增效等方面展现出了巨大的潜力,是从精神上满足人民美好生活需要的有效途径[36]。本文以合肥市三孝口书店为例,总结了其参与公共图书馆阅读服务的创新经验,提炼出对全民阅读推广活动开展的启示。但也存在一些不足,如缺乏对实体书店参与公共图书馆阅读服务存在的问题和潜在风险的探讨,这也是后期需要深入研究的重点。

参考文献

1 段宇锋,王灿昊. 内蒙古图书馆"彩云服务"的创新之路[J]. 图书馆杂志,2018(4):43-50.
2 陈雪樵,文毅. 读者参与的开放采购模式探析——以四川省图书馆"读读书吧"为例[J]. 图书馆研究与工作,2017(10):18-21.
3 徐常宁,刘锦山. 城市图书馆发展模式研究——以铜陵市图书馆为例[M]. 北京:国家图书馆出版社,2016.
4 安艳梅,周杰华."图书馆+书店"融合服务模式比较研究[J]. 图书与情报,2017(2):97-102.
5 袁润,等. 图书馆与书店合作移动外借服务流程及其信息交换探索[J]. 图书情报工作,2015(8):32-37.
6 段弘. 图书馆×书店:从公共阅读空间中的生产到生产公共阅读空间[J]. 出版广角,2019(8):6-10.
7 卢婧,陆和建. 馆店融合下中国公共图书馆服务模式创新探析[J]. 农业图书情报学报,2020(7):23-31.
8 韩冰,杨晓菲. 公共图书馆与实体书店跨界合作模式比较研究[J]. 图书馆工作与研究,2017(4):118-122.
9 廖政贸. 日本武雄市图书馆与莴屋书店的合作探索[J]. 图书馆论坛,2019(2):135-140.
10 江德斌. 共享书店是有益探索[N]. 人民日报,2017-08-01(05).
11 韩寒. 共享:为实体书店创造生机[N]. 光明日报,2017-07-20(09).
12 郭华,等. 社会组织参与政府购买图书馆服务研究[J]. 国家图书馆学刊,2018(1):40-47.
13 宁阳,王旭明. 社会力量参与基层图书馆发展的研究与思考[J]. 图书馆杂志,2019(1):54-59.
14 李杨,陆和建. 全民阅读背景下城市阅读空间馆店融合发展研究——以合肥市为例[J]. 国家图书馆学刊,2019(2):59-66.
15 褚树青,屠淑敏. 公共图书馆的社会化发展趋势探讨:国际视野和国内探索[J]. 图书馆建设,2017(1):14-20.
16 雒树刚:加快构建现代公共文化服务体系[EB/OL]. [2020-06-26]. http://theory.people.com.cn/n/2015/0708/c40531-27269888.html.
17 董甜甜,熊鑫. 新零售业态下实体书店的服务创新[J]. 中国出版,2018(17):5-9.
18 西春. 传统书店,渐行渐远[J]. 新经济,2011(12):27-29.
19 严贝妮,等."保罗的口袋"变身"市民的口袋"——合肥市"口袋图书馆"案例研究[J]. 图书馆建设,2017(5):94-100.
20 赵阳. 智能时代实体书店的转型升级发展[J]. 出版广角,2019(9):56-58.
21 全球首家共享书店落户合肥三孝口书店[EB/OL]. [2020-06-26]. https://www.sohu.com/a/157849789_99957183.
22 吴慰慈. 图书馆学基础[M]. 北京:高等教育出版社,2017:110-111.
23 曾陶然,等. 体验购买、实物购买与幸福感:关系需要满足的中介作用[J]. 心理科学,2017(1):168-173.
24 朱馨叶,等. 图书馆阅读推广活动激励机制研究——基于2018年国内图书馆"世界读书日"活动案例[J]. 大学图书馆学报,2019(4):71-78.
25 张崭颖,王政凯. 基于读者特征的精准阅读推广活动研究——以"书香食家"有奖阅读活动为例[J]. 出版广角,2018(12):61-63.

(下转第74页)

0_5466711.shtml.
32 戚敏仪.图书馆未成年人信息资源应急保障研究——以大湾区珠三角九市公共图书馆“新冠肺炎”战“疫”为例[J].图书馆工作与研究,2020(7):96-101.
33 陕西省图书馆.“传递爱心,树立信心——疫情下的情绪管理”残疾人健康知识讲座顺利举行[EB/OL].[2021-04-28].http://www.sxlib.org.cn/zt/kjyq/202002/t20200206_1028814.htm.
34 李春娟.面向应急流程的应急知识管理体系构建[J].图书情报工作,2011(2):46-49.
35 杭哲,李芙蓉.关联数据驱动下的数字图书馆参考咨询服务模式研究[J].高校图书馆工作,2019(5):50-53.
36 陶倩,盛小平.美国专业图书馆员职业能力标准的内容分析[J].图书情报工作,2016(24):20-25.
37 杨莉萍.高校图书馆重大卫生安全事件应急防控服务举措探微——以河南工业大学为例[J].图书馆工作与研究,2020(9):103-108.

(蔡晓玲 助理馆员 福州市图书馆)

收稿日期:2020-10-15

(上接第63页)

26 王磊,丁振伟.全民阅读活动中激励策略之运用[J].图书情报工作,2015(5):11-15.
27 (美)克莱·舍基.认知盈余:自由时间的力量[M].胡泳,哈丽丝,译.北京:中国人民大学出版社,2012:2-3.
28 全球首家共享书店第一月借出8万册书 人流量增长一倍[EB/OL].[2020-07-05].http://news.hf365.com/system/2017/08/23/015364098.shtml.
29 安徽再添九家共享书店 实现通借通还,书香遍布全城![EB/OL].[2020-07-05].http://news.cnr.cn/native/city/20170831/t20170831_523927898.shtml.
30 李克强:希望全民阅读能够形成一种氛围,无处不在[EB/OL].[2020-07-18].http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/15/content_2834292.htm.
31 王平.社交媒体的流行对居民电子阅读的影响[J].科技与出版,2014(8):110-112.
32 朱宁.是“图书馆消亡”还是“图书馆转型”?[J].图书馆建设,2013(10):1-4,15.
33 袁曦临,等.纸质阅读与数字阅读理解效果实验研究[J].中国图书馆学报,2015(5):35-46.
34 湖北农民工手写留言告别东莞图书馆:余生永不忘你[EB/OL].[2020-08-17].https://baijiahao.baidu.com/s?id=1670513983283270102&wfr=spider&for=pc.
35 王子舟.图书馆:弱势群体的精神家园[J].图书情报工作,2020(16):4-5.
36 “馆店合作”助推公共阅读设施快速布局[EB/OL].[2020-08-20].http://dhqlib.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=38&id=969.

(李 杨 南京农业大学信息管理学院图书情报与档案管理专业2018级博士研究生)

收稿日期:2020-09-27