

# 公共图书馆有声阅读推广服务研究

潘伟

河北省图书馆

**[摘要]**随着现代信息技术的不断发展,阅读已经由传统的纸质阅读向着电子阅读、有声1阅读转变,尤其是有声阅读的优势更加明显。有声阅读作为一种新兴产物,其使用范围仍然比较狭窄,需要进行推广服务,公共图书馆作为有声阅读的重要推广主体,仍然具有有一些自主建设能力不足、自建有声资源短缺等情况,需要立足于当前的实际,从制约其推广服务发展的问题出发,采取更加有效的推广策略,更好的发挥有声阅读的优势。

**[关键词]**有声阅读;公共图书馆;推广策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.875

有声阅读是伴随着现代信息技术的发展而出现与发展的,其主要是指读者借助听觉来完成特定文字的阅读过程。公共图书馆作为馆藏资源丰富的服务型场所,其更应该紧跟时代潮流,承担文化强国的重要职责,实现有声阅读的推广。有声阅读的推广作为营销的一种,其应该与当下的时代特征紧密相关,因此在互联网信息技术支持下得以形成的新媒体环境应该成为其推广策略的形成依据,只有立足于当前的新媒体环境,才能做到高效的推广,因此公共图书馆必须重视传统推广策略的创新,从实际出发,从问题出发,不断探索由更加有效的推广措施,尽快实现有声阅读在我国的快速发展。

## 一、有声阅读的重要性

### (一)有助于实现全民无障碍阅读

每个人都有享受公共图书馆服务的权利,但是在实际情况中却并不是每个人都能够获得公共图书馆的服务,因为有一些文盲与视觉障碍群体,他们不识字或者不能看到文字,因此根本不能实现传统的专注阅读。而有声阅读则可以很好的解决这一问题,其可以借助听觉来对自己想要阅读的内容进行阅读,极大的破除了身体缺陷以及文化缺陷对这些群体造成的阅读障碍,有利于实现全民无障碍阅读。

### (二)有利于充分利用碎片化时间

身处一个快节奏的时代,人们可以自行支配的大量空闲时间越来越少,面对这种情况,及时一些人愿意进行阅读也很难实现,而有声阅读借助智能移动设备中的App就可以进行,打破了时间与空间的限制,人们可以在等地铁的时候、吃饭的时候等情况进行有声阅读,将人们生活中的这些碎片化时间利用了起来。

### (三)有利于提高人们的阅读质量

在使用传统的阅读方式进行阅读的过程中,读者只能通过自己的想象来理解书籍,很多时候不能全面深刻的把握书籍的内容与思想情感,并且在阅读过程中受外界干扰较强,很容易出现注意力不集中的情况,降低了阅读效率与阅读质量。但是在有声阅读的过程中,一方面读者可以根据有声阅读中的背景音乐、语调等来对书籍的内容与情感倾向进行辅助判断,这样就能尽可能的做到全面正确的理解书籍内容;另一方面,在这样一个环境中,读者更容易集中注意力,可以聚精会神的听书,自然也就实现了阅读质量与阅读效率的

提高。

## 二、公共图书馆有声阅读推广策略

### (一)加强有声阅读资源建设

有声阅读资源短缺是制约公共图书馆进行有声阅读推广的一个重要原因,其也是进行有声阅读的基础,因此必须加强有声阅读资源建设,以丰富的资源来带动有声阅读的发展。

#### 1. 依托馆藏与地方特色,建设特色有声阅读资源库

就目前的实际情况来看,公共图书馆中的有声阅读资源基本都是购入的,其自主建设能力普遍较低,这些购入的有声阅读资源类别比较单一,并且通过同一渠道进行有声阅读资源的购入也使得各地公共图书馆中的有声阅读资源同性大,缺乏自己的特色。基于这种情况,公共图书馆在进行有声阅读资源建设的过程中,必须提高自主建设能力,尽可能的通过商业途径购入有声阅读资源,一方面要从该图书馆中所独有的馆藏资源进行音频化处理,这样就可以避免资源的同一性,还可以让更多的人了解该图书馆中的特色资源。另一方面则要立足于本地特色的地方文化来挖掘精神资源,也能避免有声阅读资源的同化现象。

#### 2. 整合有声阅读资源,实现共建共享

一方面有声阅读作为互联网时代的衍生物,其最大的特点就是不受时空限制,因此各地的公共图书馆在依托自己的特色进行有声阅读资源建设,力求避免资源同一的同时,也要积极与其他公共图书馆进行有声阅读资源的共建与共享,起到丰富有声阅读资源的作用。另一方面,公共图书馆也要积极与专业的语言机构、朗诵协会等进行合作,从其中获取大量的有声阅读资源,实现二者资源的有机整合,给读者提供更多的有声阅读资源,为满足用户的多样化需求打下良好的基础。

### (二)满足读者的多样化需求

不同年龄层、职业、学历等群体所产生的有声阅读需求都是不同的,在互联网时代,有声阅读的推广绝不能仅仅面向一个特定的单一群体,而是要在对读者进行精准分析的基础上,设法满足其产生的多样化需求,只有这样,才能在更广的范围内推广有声阅读。

满足读者的多样化需求,首先需要公共图书馆应用大数据来对读者的阅读习惯与阅读偏好进行精准的分析。大数

据作为互联网时代的一个重要技术，其已经能够做到用户画像，因此公共图书馆也要积极应用大数据对读者的阅读情况进行分析，并根据分析结果对其进行个性化的推送，以满足具有不同阅读习惯与阅读偏好群体的阅读需求。

其次要进行分龄化，即根据年龄的不同来进行个性化的推送。根据相关的研究数据不难发现不同年龄阶段的读者所产生的阅读需求都是不同的，然而在同一年龄阶段却经常表现出来一些共性，因此公共图书馆就可以以此为基础，对不同年龄层的读者需求进行分析，以便更加准确的提供个性化服务，满足其多样化的需求。

### （三）提高有声阅读活动的渗透力

与有声阅读相关的活动是其重要的推广方式，但是就目前的情况来看，其在不同程度上具有渗透力不足的问题。一方面表现在有声阅读活动随意性强，缺乏发展规划；另一方面则表在其活动形式单一陈旧上。基于这种情况必须提高有声阅读活动的渗透力，借助线上与线下两种方式来开展有声阅读活动。

首先要在公共图书馆中设置专门的有声阅读空间。有声阅读与传统的阅读方式不同，传统阅读方式需要一个绝对安静的环境，但是有声阅读却需要声音，因此公共图书馆中的常规阅读方式的区域与有声阅读的区域不能设置在同一位置，而是要进行分区管理，使具有同样有声阅读需求的读者可以在这一区域内实现交流与沟通。

其次要实现有声阅读的常态化推送。有声阅读常态化推送的实现也需要借助线上与线下两种方式，一方面公共图书馆要借助官方网站、微信、微博等方式定期对有声阅读的资源进行推送；另一方面公共图书馆还要定期在馆内进行关于有声阅读的展览，还可以在馆内举办一些体验性活动。这样就可以通过线上与线下两种模式的配合，增加有声阅读的曝光率，使其能够被更多的人关注到，进而实现有声阅读的推广。

### （四）加强各方合作

在有声阅读不断发展的今天，各种以有声阅读为重要服务内容的商业平台也如同雨后春笋般涌现，其吸引了大量的读者，并且这些用户的黏性都很大，与之相比较，公共图书馆的有声阅读推广范围比较有限，因此公共图书馆可以积极与商业平台进行合作，一方面通过搭建数字化的有声资源共享平台，通过二者之间有声阅读资源的共享来共同实现有声阅读的推广。另一方面，公共图书馆可以与之合作共同开展服务合作，共同打造立体式的有声阅读环境，实现竞争关系向合作关系的转变，真正的实现合作共赢。

### （五）立足新媒体营销环境

新媒体就是各种依托互联网信息技术形成的传播媒介，其在互联网时代下已经成为主流的媒体形式，更是在其势如破竹的发展过程中带动了新媒体环境的形成，在这一环境下，信息的传播速度与传播渠道都在不断增长，因此身处这种时代的有声阅读也必须积极融入当前的新媒体环境，积极

应用一些新媒体营销策略，完成有声阅读传播途径的创新。基于这种认识，公共图书馆必须拓宽自己的新媒体传播渠道，将线下馆藏资源与线上虚拟营销环境相结合，进而实现有声阅读资源在新媒体环境下的快速传播与发展，提高有声阅读的推广效果。

### （六）建立小型有声图书馆

公共图书馆的数量毕竟比较少，且其只能对前去公共图书馆中的人员产生影响，基于这种情况，为了扩大辐射范围，必须建立小型的有声图书馆，以弥补公共图书馆的欠缺。

首先可以在学校建立小型有声图书馆。学校的主要任务就是教育，因此其对阅读资源有着更多的需求，因此其可以实现良好的推广效果。例如公共图书馆可以在幼儿园建立小型有声图书馆，因为幼儿认识的汉字不多，即使已经学习了拼音，其在进行文字阅读的过程中也比较慢，因此就可以借助有声阅读的方式来使其早早的接触到图书，并且有声阅读这种声情并茂的方式更能激发幼儿对阅读的兴趣，进而可以为其今后的发展产生积极影响。

其次可以在社区建立小型有声图书馆。文化建设是五位一体的重要组成部分，社区的文化建设历来是一个难点，因此公共图书馆可以在社区中建立小型有声图书馆，既满足居民的精神文化需求，又能加快文化建设的步伐。社区生活中有一个主要的主体就是老年人，其生活比较单一，有声阅读丰富了其日常生活，也实现了乡风建设。

再次还可以在旅游景区建立小型有声图书馆。在旅游景区建立的小型有声图书馆中所储藏的资源一定要是与景区息息相关的，这样就可以让游客在游览的过程中与约束结合起来，在游览的过程中，通过有声阅读增进对旅游景区的历史文化、风俗沿袭等进行一个比较系统的了解，丰富游客在旅游过程中所获得的知识信息，提高游客的体验感。

## 三、结束语

在现代信息发展的情况下，有声阅读异军突起，对于社会、居民等各个方面都具有重要意义，因此肩负文化强国重要责任的公共图书馆必须承担起有声阅读的推广工作，立足于当前实际，不断谋求新的推广方式，实现有声阅读在我国的进一步发展。

### 参考文献

- [1] 武玥. 公共图书馆有声阅读推广服务探析[J]. 农业图书情报学报, 2021, (12): 1-7.
- [2] 吕略. 公共图书馆“听书”阅读推广路径探究——基于公共图书馆喜马拉雅官方号的实证分析[J]. 河南图书馆学刊, 2021, (12): 10-12.
- [3] 马杰. 公共图书馆有声阅读推广策略研究[J]. 河南图书馆学刊, 2021, (03): 46-47+50.
- [4] 王雅丽. 公共图书馆有声阅读推广策略研究[J]. 河南图书馆学刊, 2020, (12): 47-49+52.