

图书馆移动阅读服务的推广*

□ 张春景 / 上海图书馆 上海 200031

高春玲 / 辽宁师范大学管理学院 大连 116029

楼向英 / 浙江理工大学图书馆 杭州 310018

摘要：文章从国民阅读调查和本课题对读者和馆员的调查结果入手，提出了图书馆提供移动阅读服务以及进行移动阅读服务推广的必要性，最后对如何推广图书馆移动阅读服务给出了相关的措施和方法。

关键词：移动阅读，图书馆，阅读推广

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2011.11.004

1 引言

无论是传统时代还是数字时代，阅读始终是人们利用图书馆的最基本的方式。但随着时代的进步，信息技术的发展，包括阅读行为在内的人类信息行为正在发生新的变化。中国出版科学研究所2011年公布的第八次国民阅读调查显示^[1]，我国18-70周岁国民以电脑上网为主要渠道的占47.5%；另有16.6%的国民通过手机上网；0.3%的国民通过电子阅读器上网。其中96.7%的受调查者曾经“通过数字渠道进行阅读”，包括网络、移动电子终端等。23.0%的国民进行过手机阅读，3.9%的国民在电子阅读器上阅读，其中，电子阅读器的接触率增长幅度达到了200%，增幅最大。由此可见，国民的数字阅读与移动阅读是整个国民阅读中不容忽视的一块内容，图书馆行业应顺应国民需求，积极提供数字阅读与移动阅读服务，并开展相应的阅读推广活动。

本论文试图通过分析一些阅读调查的数据和作者所在课题组近期进行的一项关于图书馆移动服务的调查，了解图书馆开展移动图书馆服务的现状，找出目前移动图书馆服务开展所存在的问题，并为图书馆的移动阅读的推广提出一些建议。

目前，移动阅读（mobile reading）的定义主要是指以手机、PSP、MP3/MP4、平板电脑等移动终端设备为阅读工具，在移动通信与互联网络相结合的无线

网络环境下对电子资源进行随时随地的阅读。即，任何人（Anyone）在任何时间（Anytime）、任何地点（Anywhere），通过任何移动终端载体（AnyAccess）都能阅读任何内容（AnyContent），一般将其概况为“5A”现象。

2 图书馆推广移动阅读服务的必要性

首先移动阅读具有传统纸张阅读无法比拟的优点。除了前文中所提到的“5A”现象的特征以外，移动阅读还具有下面几个优点：①移动阅读信息量大、价格便宜。移动阅读内容丰富，小说、杂志、漫画，满足更多人的看书需求。另外一套价值百元的纸质书籍，用移动阅读设备下载下来进行阅读的话，下载费用甚至只要几块钱；②不受时间和空间的限制。人们随时可以通过移动阅读设备获取信息，这种获取的便利性也可使信息在更大范围内传播；③有趣性。由于是数字化的存储，可提供视、听、动态交互等多方面的阅读方式，增加阅读趣味；④低碳环保。与传统书本纸张阅读方式相比，由于减少了纸张的使用，对森林、水源起到有效的保护，特别是电子阅读器以其类纸阅读性、无辐射、不伤眼、超低功耗以及超长待机等优点，正发展成为移动阅读市场的主力军。

2011年上海市出版局刚刚发布的《新媒体环境下上海市民阅读现状调查报告（2010-2011）》显示^[2]，

* 文章系国家社会科学基金项目“移动阅读与图书馆延伸服务研究”（项目编号：10CTQ004）研究成果之一。

有66.8%的被调查者认为在他们的日常生活中，阅读的作用越来越大；但有61.3%的上海市民认为，在他们的日常生活中，花在传统阅读方面的时间越来越少，网络和移动设备逐渐成为数字化阅读的主要途径。在人们获取信息的几大主要途径中，依靠网络、移动设备获得信息的途径占据着较大的比重，分别占33%和19.3%。易观智库发布的《中国手机阅读市场用户研究报告2011》显示^[3]，手机用户中月收入2500元以下的低学历人群占到了47%，大专以下学历的用户为58%，显而易见，手机阅读的用户呈现低收入、低学历的情况。该报告中关于“手机阅读用户希望解决的阅读问题”的调查显示，“在线阅读流量费用过高”的问题首当其冲，“手机阅读内容收费过高”和“内容收费不明确”两个问题分列第三和第五大问题。同时，第八次国民阅读调查中也显示2010年进行过手机阅读的国民超过半数农村居民，一半以上的手机阅读群体集中在26周岁及以下。显然，手机阅读的用户主要以低收入、低年龄和低学历的弱势群体为主，并且现在用户关注的主要问题是关于阅读收费的问题。一方面是国民的移动阅读需求越来越强烈；一方面却是阅读收费问题对移动阅读发展的制约，因此作为公共信息服务机构和公共文化机构的图书馆应顺应大众的阅读需求，在提供传统阅读服务的同时，积极提供移动阅读服务，并将维护弱势群体的阅读权利作为一项长期的工作。弱势群体在信息社会已经演变为信息弱势群体，他们难以靠自身表述、获取、占有所需的信息，以改变其生存与生活的现状，长此以往，会加剧信息不平等，导致社会信息鸿沟越来越深。如何跨越横亘在社会弱势群体前的这条信息鸿沟，为弱势群体提供文化和技术信息以充实和丰富他们的精神世界，应是图书馆从业人员，尤其是公共图书馆从业人员现阶段应积极探索如何解决的一个问题。而移动阅读在消除“信息鸿沟”、维护信息平等方面无疑是图书馆可以利用的利器之一。

3 图书馆移动阅读服务现状调研

图书馆移动阅读服务是数字化环境下，移动互联网时代的一个新生的事物，具体服务内容目前还处于不断发展中。学者关于图书馆移动阅读服务内容的理解也主要分为两种。一种学术观点以茆慧宏^[4]、曾妍^[5]等论述为主，这些学者认为图书馆移动阅读服务是提

供以手机为终端在线阅读书刊报等图书馆数字资源内容。另外一种观点以陈素梅^[6]等为主，她认为，图书馆移动阅读服务，使读者不仅可以即时获取服务指南、书目检索、文献到期提醒服务、预约服务、提供个人用户信息、超期付款、最新消息实时交流、文献催还服务、举办读者活动信息、教育培训信息，还可以提供讲座预定、知识竞赛、读者留言，查询图书馆网上资源、查询图书馆自建数据库、参考咨询等服务项目，实现图书馆的图书、期刊、报纸、光盘、电子文献等信息的在线、实时阅读，提供24小时全天候的智能化服务，开辟了一种全新阅读方式。而笔者认为，图书馆移动阅读服务，是指以读者阅读目的为前提，基于移动互联网环境下用户的阅读需求，借助移动设备和媒介，为读者的阅读活动提供的一系列阅读服务。

笔者所在的课题小组于2011年4月到5月首先对位于全国34个省（市）的全国本科院校的高校图书馆以及市级以上的公共图书馆进行了网络调研，开展图书馆移动阅读服务的图书馆数量最多的分别分布于北京

表1 搭建移动阅读平台，提供移动阅读服务的图书馆数量

省（市）	图书馆数量
北京	10
上海	7
辽宁	4
吉林	1
黑龙江	0
广东	5
广西	2
海南	1
香港	0
澳门	0
河北	0
内蒙古	1
山西	0
天津	1
山东	0
江西	0
江苏	1

表1 搭建移动阅读平台, 提供移动阅读服务的图书馆数量 (续)

省(市)	图书馆数量
安徽	2
浙江	4
台湾	1
福建	2
河南	1
湖南	1
湖北	2
四川	4
重庆	2
陕西	0
宁夏	1
新疆	1
贵州	1
云南	0
西藏	0
江西	0
甘肃	0

和上海, 其中北京10所图书馆, 上海7所图书馆。详细的统计数量如表1所示。

可见图书馆移动阅读服务在我国是一个新生的事物, 其中有13个省市还未开通图书馆移动阅读服务的图书馆。而从开展图书馆移动阅读服务的数量以及经济和社会发展等因素考量, 北京市和上海市从移动阅读服务的开展时间、开展数量方面都名列前茅。课题组于2011年5月至7月选择北京和上海两个地区作为重点调

您所在的图书馆提供移动阅读服务吗

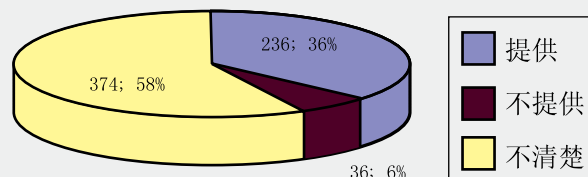


图1 用户对图书馆提供移动阅读服务情况的了解

您使用过图书馆的移动阅读服务吗?

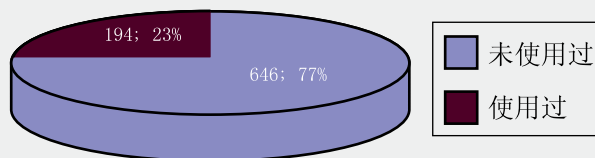


图2 用户使用图书馆移动阅读服务的情况分析

研区域进行详细的调研, 希望从中可以获取到我国图书馆通过移动阅读平台, 开展移动阅读服务的有益经验。

本次调研发放问卷1000份, 北京上海各发放500份, 回收问卷896份, 剔除无效问卷56份, 有效问卷是840份, 问卷有效率为84%。

在本次问卷中, 关于图书馆移动阅读服务推广的问题主要有3道, 分别是“您所在的图书馆提供移动阅读服务吗?”、“您使用过图书馆提供的移动阅读服务吗?”

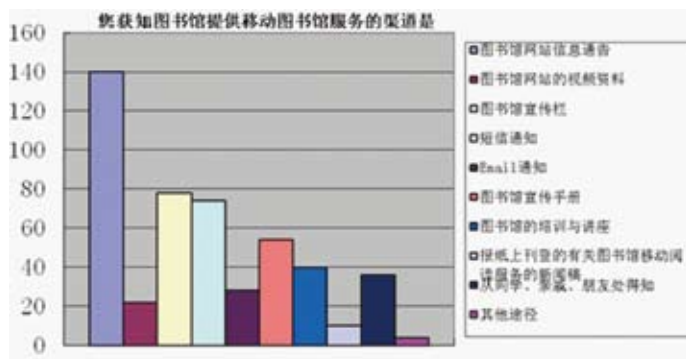


图3 用户获知图书馆提供移动阅读服务的渠道

和“您获知图书馆提供移动阅读服务的渠道是？”。被调查的读者对3道问题的回答如图1、图2和图3所示。

从图1和图2可以看出图书馆提供的移动阅读服务的读者知晓率还有很大的发展空间，有58%的读者对于其所在的图书馆是否开展了移动阅读服务表示不清楚，更别提使用图书馆的移动阅读服务了。在840份有效问卷中，使用过图书馆的移动阅读服务的读者只有194个，仅占有所有调研对象的22.6%。图3显示读者获知对图书馆提供移动阅读服务的渠道还是以传统方式为主，例如排名前五的分别为“图书馆网站信息通告”、“图书馆宣传栏”、“图书馆短信通知”、“图书馆宣传手册”和“图书馆的培训与讲座”，除了排名第三的“图书馆短信通知”以外，其他四种都为图书馆传统的推广方式，因此图书馆应推陈出新，结合新兴技术，以一些喜闻乐见的方式对图书馆的移动阅读服务进行推广。

另外，课题组还对北京和上海的部分图书馆员做了调研。其中87%的图书馆员所在的图书馆都准备开展或者已经开展了图书馆移动阅读服务，有将近30%的图书馆员所在的图书馆提供电子阅读器和平板电脑等移动设备借阅服务。

表2列出了本次调查中的各图书馆进行移动阅读推广首选的10种方式，从中可以看出，“图书馆网站信息通告”和“图书馆宣传栏”是图书馆用得最多的两种推广方式，这和读者获取图书馆移动阅读服务的渠道相互吻合。同时，图书馆对移动阅读的推广也采用的

了不少新的方式，如利用博客、Wiki和SNS社交网站等Web2.0的方式，但这些新的方式并未被读者所知晓，因此图书馆在重视加强图书馆移动阅读服务工作的同时，如何推广图书馆的移动阅读服务是摆在图书馆从业人员面前一个刻不容缓的难题。

4 图书馆推广移动阅读的措施

基于以上的论述和分析，本文试着从不同的角度进行思考，提出大家在移动阅读推广活动中容易忽视的一些问题和方法，希望通过问题的解决和措施的实施，能提升读者对图书馆移动阅读的认知度，让读者第一时间接受并使用移动阅读服务，这样图书馆的移动阅读服务才会更加良性、健康和可持续的发展。

4.1 争取政府的大力支持，建立长期有效的移动阅读机制

移动阅读的推广工作是一项长期的工作，不可能一蹴而就，要建立长效机制，需要取得政府的支持。从目前我国开展的一些全民阅读推广活动来看，由于无明确的实施计划、无可行的实施办法及没有足够的政府专项资金投入，使得阅读推广活动往往流于一般性的宣传鼓动。因此移动阅读的推广工作最好能积极征得上级主管部门的支持，制定详细的移动阅读推广政策，从而得到较好的人力、物力和财力方面的支持。

4.2 建立专门负责移动阅读推广的常设机构

当前图书馆进行阅读推广的一个普遍现象是逢各大读书节时，临时抽调精干人员，举全馆之力，以突击应对的方式开展阅读推广活动，这样只会在短期内取得一些显著的效果，同时参与推广活动的工作人员频繁更换也不利于工作经验的积累。因此公共图书馆应成立一个机构，专门负责阅读推广的策划、宣传和实施，要有专人负责审议、决策推广方案，还要有专人参与和监督。这样，有了完善的工作机制，责任明确，目的性强，宣传到位，就可以保证推广活动的顺利实施^[7]。

表2 图书馆移动阅读推广的渠道

推广渠道	排序
图书馆网站信息通告	1
图书馆宣传栏	2
图书馆博客服务	3
培训与讲座	4
图书馆WIKI服务	5
SNS社交网站提供移动图书馆服务	6
发放图书馆宣传手册	7
短信通知	8
报纸上刊登新闻稿	9
图书馆网站播放视频资料	10

4.3 图书馆的移动阅读推广计划要有长远性和连贯性

图书馆的阅读推广开展不利,究其原因,可能与阅读推广活动政策缺乏长远性与连贯性有关。近年来,各大机构逐渐认识到知识创新的重要性,并开始推出各类型提升全民阅读风气的活动,从而带动阅读活动的发展,但由于对于阅读的重要性未能有充分的认知,因此在拟订阅读政策时缺乏长期性与延续性,致使活动往往流于嘉年华式的热潮,待读者热情过后,阅读运动往往很容易再度陷入停滞状态,而未能达成预期的成效,并且一般的读者感受不到推广机构对于推动全民阅读的努力与诚意。因此,图书馆在制订移动阅读推广政策时要有长远的眼光,将移动阅读的推广活动作为一项日常工作进行下去^[8]。

4.4 图书馆应培养称职的移动阅读推广人

做好移动阅读的推广工作离不开称职的移动阅读推广人,有了好的阅读推广人,形成一个良性的阅读生态圈就不是难事。移动阅读推广人首先必须熟悉图书馆提供的所有移动阅读服务和移动阅读内容,深入了解读者的阅读心理与行为,定期评选、编制优良的移动阅读相关书目,并进一步在读者阅读过程中提供阅读指导服务,以协助读者在浩瀚的移动阅读馆藏中找到适合的阅读素材。移动阅读的推广少不了阅读推广人,如何培养阅读推广人,是图书馆学教育面临的新课题,也是图书馆进行阅读推广长远发展的需要。

4.5 移动阅读的推广应以青少年为主要对象

经典著作的阅读对青少年的成长有着不可替代的作用,特别是文学类经典书籍,对在潜移默化中完善青少年的人格,培养他们的人文精神,形成良好的语言能力都是不可或缺的。同时,当前使用移动阅读的绝大多数为26岁以下的青少年,因此,图书馆应顺应青少年的阅读需求,在内容方面提供青少年喜闻乐见的经典著作,发挥移动阅读在视频、音频、互动等方面的优势,使他们在有限的阅读时间里对经典阅读产生更大的兴趣并从中收益更多,要让他们觉得读书是一件快乐而光荣的事情^[9]。

4.6 移动阅读推广要有好的推广主题

好的推广主题会有感召力,有创意和亲切感,让人们自觉地去读书。我们的一些图书馆常常习惯于用一些口号作为阅读的主题。其特点是有号召力,但口号式的唤醒只是低层次的知晓,而阅读不能仅仅停留在知晓,关键是要有阅读的“行动”。而有感召力的主题则能在激发阅读读者热情的同时,让读者感到亲切,并能通过阅读产生一种对书籍的热爱,从而持久地、深入地去阅读^[10]。

4.7 利用SNS社交网站、博客和论坛进行移动阅读的推广

图书馆可到各大热门的社交网站宣传移动阅读服务,也可在开办图书馆自己的博客和论坛宣传图书馆移动阅读服务的同时,对读者进行网上阅读的引导,向读者推荐一些高质量的电子图书、权威数据库和电子报刊等,使读者的阅读成为一种健康的学习方式。还可以与一些知名专家和学科带头人合作,在他们的博客上介绍和宣传图书馆的各种新服务和新资源。

4.8 与设备制造商合作,安装图书馆的移动阅读应用程序

移动阅读产业主要有四大链条:设备制造商、运营商、内容提供商和终端用户。面对这一新兴的领域,移动阅读市场潜在的巨大利润刺激制造商、内容提供商以及运营商高调采取一系列举措,竞争愈演愈烈。图书馆拥有大量的内容资源是其最大的优势,因此图书馆可以和设备制造商合作,将图书馆的移动阅读应用程序预装在移动阅读设备中,这样既为设备制造商提供了内容,又服务了读者,同时又宣传了图书馆,可谓三全齐美。

2008年,中国图书馆学会的《图书馆服务宣言》正式发布,提倡“图书馆努力促进全民阅读。图书馆为公民终身学习提供保障,促进学习型社会的建设”。如今,该宣言的发布已有三个年头,但图书馆的全民阅读计划却收效甚微。因此图书馆如何顺应大众阅读需求的趋势,让人们不再囿于时间和空间的限制,可以方便地进行阅读,从而获取信息,是图书馆

当前的主要任务。无疑图书馆的移动阅读服务在其中扮演着很重要的角色。文中提到的一些移动阅读的推

广措施只是个人的一些浅知陋见,希望能抛砖引玉,给图书馆同行们一些启发和思考。

参考文献

- [1] 张贺.第八次全国阅读调查:电子阅读器接触率激增200%[OL].[2011-07-10].<http://media.people.com.cn/GB/40757/14462061.html>.
- [2] 上海首次发布“市民阅读现状报告”[OL].[2011-08-25].<http://sh.people.com.cn/GB/138656/176740/15404452.html>.
- [3] 易观智库.中国手机阅读市场用户研究报告2011[OL].[2011-10-18].http://www.eguan.cn/data/baogaoxiaozai_115877.html.
- [4] 茆意宏,吴政,黄水清.手机图书馆的兴起与发展[J].大学图书馆学报,2009(1).
- [5] 曾妍.移动阅读在图书馆实行的可能性分析[J].图书馆建设,2009(2).
- [6] 陈素梅.手机图书馆开辟移动阅读的新时代[J].图书馆建设,2007(5).
- [7] 王波.对改进阅读推广活动的建议[OL].[2011-10-22].http://a.xhsmb.com/page/1/2011-10/21/A02/20111021A02_pdf.pdf.
- [8] 陈书梅.从台湾阅读推广活动之现况谈公共图书馆之阅读指导服务[J].图书馆建设,2006(5).
- [9] 黄晓芳.公共图书馆阅读推广工作探讨[J].河北科技图苑,2011(1).
- [10] 程亚男.关于阅读推广的几个问题[J].图书馆研究与工作,2009(4).

作者简介

张春景,上海图书馆研究室助理研究员。E-mail: cjzhang@libnet.sh.cn

The Promotion of Library Mobile Reading Service

Zhang Chunjing / Shanghai Library, Shanghai, 200031

Gao Chunling / School of Management, Liaoning Normal University, Dalian, 116029

Lou Xiangying / Library of Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou, 310018

Abstract: The paper introduces the status of national reading and the survey about readers and librarian in our project, proposes the necessity of providing mobile reading services and promoting mobile reading in the library. At last, some suggestions are presented on promoting library mobile reading services.

Keywords: Mobile reading, Library, Reading promotion

(收稿日期: 2011-10-15)