

QUANMEITI
HUANJINGXIA
TUSHUGUAN
YUEDU
TUGUANG GUOTIYU YANJIU

全媒体环境下 图书馆阅读推广工作研究

程大立 著



时代出版传媒股份有限公司
安徽教育出版社

全媒体环境下 图书馆阅读推广工作研究

程大立 著



时代出版传媒股份有限公司
安徽教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

全媒体环境下图书馆阅读推广工作研究 / 程大立著.
—合肥:安徽教育出版社,2013.6
ISBN 978-7-5336-7572-1

I. ①全… II. ①程… III. ①图书馆—读书活动—研究 IV. ①G252.17

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 123571 号

书名:全媒体环境下图书馆阅读推广工作研究

作者:程大立

出 版 人:郑 可

责任编辑:文 乾

责任印制:陈善军

装帧设计:何宇清

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽教育出版社 <http://www.ahep.com.cn>

(合肥市繁华大道西路 398 号,邮编:230601)

营销部电话:(0551)63683010,63683011,63683015

排 版:安徽创艺彩色制版有限责任公司

印 刷:安徽瑞隆印务有限公司

电话:(0551)65302198

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:720×960 1/16

印张:12.5

字数:240 千字

版次:2013 年 6 月第 1 版

2013 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5336-7572-1

定价:29.80 元

版权所有,侵权必究

前言

从事图书馆管理工作六年多来,心中常常有一种温暖的情感,那就是每天能看见来来往往的读者,手里捧着图书就像捧着宝贝一样,脸上洋溢着希望和欢乐的神情。每当这个时候,我的自豪感和责任感油然而生,心中暗自下定决心:一定要尽自己最大的努力,满足读者的需求。

表白这样的心情并不是自作多情。说真的,今天这个社会,读书人越来越多,可是,读书的人越来越少。工作太忙、压力太大、家务太多、烦恼太甚……人们有太多太多的理由;手机、网络、游戏、旅游、演艺……人们有太多太多的选择。因此,当我看到真“读”之人,情不自禁地有一种温暖在心头。

表白自己的责任心也不是故作姿态。说真的,在高等学校的校园里,“象牙塔”仍然神圣,但钟情于圣坛的人越来越少——这是不争的事实——期待着一夜成名的“草根”,或是甘愿平庸而自在地“活”着。读书与功利联姻,阅读与娱乐共生;“浅”阅读充斥校园,“深”阅读遥不可及。因此,当我看到真“读”的青年学子,情不自禁地产生了神圣的责任感。

我们已走进全媒体时代,人们的学习、生活和工作方式在发生根本性改变,人们的阅读也有了众多选择。我们需要为读者提供什么样服务?我们如何让读者亲近新媒体又不远离“深”阅读?这些问题在严肃地拷问着每一个图书馆人。

那个待字闺中且不愁嫁的皇帝女儿已不存在,虽然“象牙塔”高贵依旧;那个待沽老巷且不愁售的千年陈酿也不存在,虽然杜康浓香依然。图书馆,在现代经济大潮中也开始了华丽的自我转身,这就是蓬勃开展的阅读推广工作。

当代图书馆主动作为,让阅读推广工作生动活泼,风景无限。然而,当新媒体日渐增多,云技术突飞猛进之际,图书馆阅读推广工作也面临着转型、融合、创新、提高的新课题。深入思考和精心研究新形势下的新问题,以期与图书馆界的同行们获得一些共识和对策,是《全媒体环境下图书馆阅读推广工作研究》的写作目的。

全书共分两大部分,前四章依据事物发展的逻辑关系逐层推进,由全媒体环

境下阅读推广概述起笔,通过揭示内涵和意义,进而探讨制度与模式,最后归结到实施和运作。第五章对当前具有一定典型意义的阅读推广实例进行分析评述,以推而广之并引起关注和借鉴,也是为了反思不足,以期创新和提高。

第一章,图书馆阅读推广工作概述。首先,区分阅读与阅读推广的概念和内涵,明确二者的辩证统一关系;其次,概述中外图书馆阅读推广工作现状;第三,明确当下图书馆阅读推广工作存在的问题。

第二章,全媒体环境下阅读推广的意义。明确了全媒体环境下阅读推广工作的新内涵、新要求和新意义。

第三章,全媒体环境下阅读推广的体制与机制建设。从制度层面对阅读推广工作基础建构进行分析,按照由体制到机制,由制度到操作,由操作到评估的顺序展开的。

第四章,全媒体环境下阅读推广模式及其运作。通过梳理分析当前图书馆界开展的阅读推广活动,建立模式群组并细化操作过程。由传统模式、传统与多媒体融合模式、全媒体模式的顺序逐步推进。

第五章,全媒体环境下阅读推广案例评析。精选当前图书馆界阅读推广10个经典案例,对其内容主体、媒介方式、运作效果、创新之处和发展方向,进行分析和评价,从感性和理性角度进行思考和研讨,以期达成圆满的共识。

在本书写作过程中,笔者一直贯彻着明晰的理念——“用事实说话”,力忌空洞说理。因此,辛勤搜集并大量引用了笔者工作实践和图书馆界鲜活生动事例与丰富翔实的数据。同时,高度注意从“有用”的角度来揭示理论,而非纠缠于概念游戏或故作高深的宏论。

将自己工作中的所思所为所得所惑形成文字,最迫切的愿望是与同行交流并请教,也期待更多热爱阅读和阅读推广的青年朋友坚定信念,携手同行!

水平有限,时间仓促,错误和缺失在所难免,祈盼指教。十分抱歉的是,限于篇幅,书中引用或借鉴了诸多同行名家的观点、材料未能一一标注,只能以参考文献的方式附录于后,不妥之处,敬请同行及名家批评!

目 录

前 言 / 1

第一章 图书馆阅读推广工作概述

第一节 阅读 / 1

第二节 阅读推广 / 9

第三节 阅读推广与阅读的关系 / 11

第四节 阅读推广工作的历史和现状 / 14

第二章 全媒体环境下阅读推广的意义

第一节 全媒体环境 / 37

第二节 全媒体环境下的阅读推广 / 39

第三节 全媒体环境下阅读推广的意义 / 42

第三章 全媒体环境下阅读推广的体制与机制建设

第一节 体制建设 / 50

第二节 机制建设 / 79

第四章 全媒体环境下阅读推广模式及其运作

第一节 传统媒体模式 / 91

第二节 新媒体模式 / 133

第三节 传统媒体与新媒体的融合 / 147

第五章 全媒体环境下阅读推广案例评析

案例 1:首都图书馆——图书交换大集 / 149

案例 2:上海图书馆——电子阅读器外借服务 / 153

案例 3:西安交大图书馆——移动图书馆 / 157

案例 4:上海交大等图书馆——基于 Living Library 的阅读推广 / 161

案例 5:中山职院图书馆——网游升级制阅读 / 165

案例 6:中山市图书馆——与媒体合作 / 169

案例 7:台湾——一城一书 / 173

案例 8:江阴市图书馆——“江图之窗”立体的阅读 / 177

案例 9:南京理工大学图书馆——心灵氧吧 / 181

案例 10:中国图书馆学会——《全民阅读推广手册》、《全民阅读参考读本》 / 185

参考文献 / 189

后 记 / 194

第一章 图书馆阅读推广工作概述

第一节 阅读

1.1 阅读的内涵与意义

阅读,基本意义是看书、看报,并理解其中的意思。这个解释说明了阅读具备的三个要素:一是能看的“人”,这个“人”有基本的视力条件,有识字能力;二是有可看的“物”,这个“物”是由文字或图画等构成的书籍、报刊等;三是有一般理解能力的“人”,也就是要求这个“人”有一定的文字认知能力,有一定的知识积累,还要有一定的思维能力。阅读关系中的“物”通常叫做“读物”,而其中的“人”通常叫做“读者”。

1.1.1 阅读是生而为人最基本的社会活动

一个人从呱呱坠地到长大成人的过程中,就不断地感知和认识社会。这期间,有大人的搀扶、教育,也有自己的模仿、学习。当一个孩子学习读图,便开始了他的阅读生涯。通过阅读,孩子逐渐独立认识更加丰富的世界,也在不断地适应生活、学会生活,最终独立生活。所以,阅读是一个人成长过程中乃至生存过程中最基本的社会活动之一。

1.1.2 阅读是生而为人最基本的精神需要

“一个人的阅读史,就是他的精神发育史。”阅读的意义不仅让人获得更多新知,更重要的是让人从前人身上获得前行的方向、战胜困难的勇气、坚定的意志和高尚的德行等精神启迪。因此,阅读需要是人类精神需要的一部分,它既是一种社会需要,又是一种心理需要,是人的内心和谐发展和精神健康成长的有力保障。

1.1.3 阅读是生而为人最基本的文化权利

正因为阅读是一个人精神生活的延续,是社会道德和精神文明的传承,社会

就应该为人类提供最基本的阅读条件,创造更加优越的阅读环境。阅读载体的提供、阅读条件的保障、阅读方法的指导和阅读心理的抚慰,是文明社会赋予人的基本文化权利。

1.1.4 阅读是生而为人最基本的社会义务

正因为阅读可以让个人累积和创新知识,产生自我学习动力、提升自我发展能力,每个心智正常的人就应该努力阅读,尽力获得更多知识和能力,为社会更快更好的发展尽一份自己的责任和义务。阅读不仅让一个个人精神成长,人生成熟,也在为社会的延续和发展传承文化、创造文明。这是作为社会人的基本义务之一。

在人类发展的历史长河中,随着科学技术的不断进步,书籍的不断演变,人类阅读媒介和阅读方式也在不断更新。甲骨文、竹简、帛书、纸书、电子书一路走来。如今,人类已进入信息技术时代,数字阅读成为最新时尚。网络作为一种获取知识的新途径,以其丰富的阅读内容、开放的阅读环境、互动的阅读过程、虚拟的阅读方式等传统纸质阅读无法比拟的优势,越来越受到广大读者的青睐。然而,网络阅读又是一把“双刃剑”,它会造成阅读兴趣的淡化,容易让读者在大量的信息面前迷失方向,传统的经典阅读方式被浅阅读甚至是浏览所代替。这些问题不由得让人深思和焦虑。

1.2 阅读现状

1.2.1 我国国民的阅读现状

2012年9月,第9次全国国民阅读调查覆盖了我 国 29 个省、市、自治区和直辖市。近 3 年的“全国国民阅读调查报告”表明:我国 18~70 周岁国民的综合阅读率分别为 72%、77.1%、77.6%,呈持续增长态势。2013 年 4 月,第 10 次全国国民阅读调查显示,2012 年 18~70 周岁国民各种媒介综合阅读率为 76.3%,比两年前仅下降了 1.3 个百分点。令人感到欣喜的是,在上述统计中,我国国民的图书阅读量有所上升。2012 年中国 18~70 周岁国民人均阅读纸质图书、电子图书

分别为 4.39 本、2.35 本,但报纸与期刊阅读量均有下降,分别为 77.20 期(份)、6.56 期(份)。

随着网络迅速普及,国民也逐步热衷于网络阅读。第 10 次全国国民阅读调查显示,2012 年中国国民网络阅读率达 32.60%,相比较 2011 年,增幅达 2.7%。在网络阅读的读者群中,以青少年为主。

第 8 次全国国民阅读调查显示,数字阅读接触率强劲增长。在各类数字化阅读方式中,电子阅读器的接触率增长幅度达到了 200%,增幅最大。而 2012 年,我国国民人均阅读电子书 2.35 本,相比较 2011 年的 1.42 本增幅达 65.5%。

以上统计分析告诉人们,随着经济的发展和人民生活水平的提高,我国国民在基本物质生活需要满足的前提下,开始关注文化生活质量提高。出于对下一代培养的需要,出于更高层次更优环境就业的需要,以及出于文化精神生活的需要,我国国民的阅读意识和阅读习惯在逐渐形成,一个全民阅读的社会也必将到来。

以上统计分析也告诉人们,我国国民的阅读方式仍然以传统的纸本阅读为主。这与我国经济欠发达、网络电子阅读技术的大众化水平还不够高有关,也与中国人传统的阅读方式的影响有关。不可否认的是,网络阅读、电子阅读已成为新媒体阅读,发展势头强劲,严重冲击着传统阅读方式。

然而,应该清醒地看到,中国国民的阅读纸质总量,尤其是纸质图书的阅读量还是处于低位水平。以 2011 年为例,我国国民年人均阅读量为 4.35 本,与以色列人均 64 本相比,差距实在是太大了。另一方面,在国民阅读率攀升的数据中,还是以功利性和娱乐性的网络阅读和数字阅读为主,传统的纸质图书阅读上升幅度并不大。据统计,中国国家图书馆的入馆人数,2003~2007 年,5 年增加了 280.5%,年均增幅为 56.1%;2008~2011 年,4 年降了 21.53%,年均降幅为 5.38%。上海图书馆的统计显示,2009 年和 2010 年的纸质书刊借还量数值均在 1300 万至 1400 万之间,但上海图书馆的网页点击率从 2200 多万猛增至 3600 多万。

这些统计数据说明,中国国民阅读还处在低数量和低水平上运行,与世界上发达国家的阅读水平还有很大差距。这表明我国建立全民阅读社会还有相当长的路要走,也表明了阅读推广工作任重道远。

1.2.2 我国大学生阅读现状

大学生是我国国民阅读的主体力量,因其阅读人数最多、持续时间最长、对阅读需求量最大,对我国国民图书阅读水平的提高起着十分重要的作用。然而,2011年《中国青年报》对全国部分高校学生阅读状况进行了一次调查,调查结果显示,17%的学生一年中未购买过一本课外读物,8%的学生从未走进过图书馆。对中国美术学院大学生随机进行了30份的阅读问卷调查,结果显示:学生每天课外阅读时间不足1小时的占60%以上,每学期读书1~3本的占65%,0本的占6%左右。而每天上网时间超过1小时的占70%以上。据统计,全国高校图书馆2010年全年的总借书量与全体学生数之比是20.84:1;从中央美术学院图书馆了解到,2010年全年的总借书量与全体学生数之比是10.4:1。上述调查和统计说明了一个不争的事实,当代大学生阅读状况令人担忧。

相对于传统阅读方式来说,大学生的阅读内容日益趋向片面化、功利化、浅显化。主要体现在他们注重消遣而轻视求知,注重时尚而轻视经典,注重网络而轻视纸本,注重泛读而轻视精读,这些方式,不利于知识的深度挖掘。另外,在就业竞争的压力下,大学生在信息接收和传播方面也变得更加功利化。有相当一部分大学生借阅图书是为了应付各类考试,以取得一些证书来增加自己的就业筹码。因此,从高校图书馆的借阅情况来看,首先是各种专业教辅材料、外语、计算机考级等复习资料的借阅率和利用率最高,其次是一些励志类和求职类的书籍。中国阅读研究会会长徐雁教授坦言,当下大学生们的阅读现状令人担忧,存在着严重的缺失——缺失人文阅读,缺失纸质文本阅读,缺失结构性阅读和目标性阅读,更缺失“苦读”和“悦读”,缺失“深阅读”和“深思考”。

低年级大学生,对未知世界充满强烈的好奇心,这更激发了他们“读网”的兴致。况且网上阅读可以声、图并茂,仿佛置身三维立体空间,互动性、真实感强烈。另一方面,与昔日异地同学的远程联系,都需要上网来解决,或者是依靠QQ视频、电子函件、MSN社群、博客群来互动。不仅如此,各门户网站的主打新闻播报也十分鲜活、生动,致使学生的网络阅读指数飙升,网络小说点击率也随之骤然上升。中国阅读学会副会长、浙江工商大学人文学院编辑出版系梁春芳教授曾组织学生,对浙江大学、浙江工业大学、浙江工商大学和浙江传媒学院等16所高

校的大学生和研究生的阅读状况进行了调查。结果显示 16 所高校的学生课余时间主要用于上网和阅读书报刊,两者的比例分别占 81.7%和 51.5%。华南师范大学文学院编辑出版系余皓明教授也组织学生,对中山大学、华南理工大学、华南师范大学、广州中医药大学等 10 所高校的学生课外阅读情况做过问卷调查。其中 76%的学生课余时间用于上网,纸本阅读时间在 1 小时以上的超过 7 成;43%的学生平均每天阅读时间在 1 小时以下,只有 15.4%的学生平均每天阅读时间在 2 小时以上;每学期阅读 1~3 本的占 46%,阅读 4~6 本的占 25.4%。

大学生网络阅读方式急剧上升,传统方式的阅读率下降,“浅阅读”和“功利阅读”引起了高校特别是高校图书馆的高度关注。图书馆界不仅为传统阅读方式在高校与大学生“渐行渐远”感到焦虑,也为大学生文化知识积淀不深、思想精神空乏而担忧,更为未来阅读走向而积极思考,他们倾力谋划、着力推广并创新阅读方式,以引导大学生走向真正意义上的阅读,建立与人生发展和精神塑造相匹配的深阅读。同济大学图书馆的立体阅读,上海交通大学等图书馆的活人图书借阅,山东泰山医学院的个性化阅读心理保健、阅读疗法等的尝试,华东师范大学等图书馆的移动阅读推广都取得了良好效果。

1.2.3 我国少年儿童阅读现状

人生阅读最珍贵的时期是 0~17 周岁。其中 0~8 周岁是阅读的启蒙时期,对形成阅读兴趣最关键;9~13 周岁是阅读的发展时期,对形成阅读习惯最关键;14~17 周岁是阅读的成熟期,对形成个性阅读最关键。目前,我国少年儿童的阅读状况并不尽如人意。首先,我国 3.67 亿儿童人均拥有图书目前只有 1.3 册,未成年人儿童读物拥有量世界排名第 68 位。其次,我国第 10 次国民阅读调查结果显示:0~8 周岁的儿童阅读率为 64.5%,9~13 周岁的少年阅读率为 96.5%,14~17 周岁的人群阅读率为 80.5%。显然,0~8 周岁的儿童阅读率最低,这个年龄段的儿童急需提高阅读量。

那么,我国义务教育阶段青少年的阅读现状又是如何呢?

教育部通过《语文课程标准》为九年义务教育阶段的中小学生课外阅读规定了底线要求:学生课外阅读量小学阶段不少于 145 万字,初中阶段不少于 260 万字。9 年加起来就是 405 万字的课外阅读量,平均每年阅读 45 万字的课外书,按

每本图书5万字计算,每年平均阅读量为9本。这个标准并不高,但事实上并没有达到。上海市中学生作文大赛组委会2012年的一项调查显示:上海中学生,一年中阅读的课外书不到10本者多达72.3%,其中还有5.9%的学生在过去的一年“一本课外书都没读过”,中学生群体的阅读量相对很低。第9次国民阅读调查的结果是:0~8周岁儿童人均课外图书阅读量为5.4本,9~13周岁少年人均阅读量为7.24本,14~17周岁少年人均阅读量为10.68本。只有一个年龄段达标,有两个年龄段年阅读量均未达标。

中小学生的阅读内容也令人担忧:很多受访者将漫画、杂志和各种畅销读物纳入计算范围。72%的中学生选择“同学之间流行和朋友推荐的书籍”,或是“时下畅销的热门书籍”,选择“经典名著”和“父母老师推荐的书目”的人仅占18.2%和8.3%。对许多经典书籍,中学生普遍感到陌生。以中国四大名著为例,大部分中学生没有完整阅读过,只有15.5%的学生读过。据调查,目前很多中学生用电脑、手机、电子书等阅读工具阅读课外书籍。电子阅读带来了方便,但此类阅读造成资料的“碎片化”现象,也影响孩子对作品的整体理解。

1.2.4 传统阅读与网络(数字)阅读

“半夜灯火五更鸡,正是男儿读书时。黑发不知勤学早,白首方悔读书迟。”自古至今,读书对于中国人来说,都是最崇高也最值得崇敬的一件事。在农耕时代、工业化时代,我们的先人用最传统的阅读方式,传承着中华文化和世界文明,也发现、发明或引进了现代科学及技术。毫无疑问,传统阅读有着不可替代的作用。

(一)传统阅读可以满足人类高级的精神需求

传统阅读是以纸质图书阅读为主的方式,是人类最基本的阅读方式。在科技不发达的时代,知识的传承主要依赖文字的记载和阅读,人们从纸质图书和报刊中获得了大量的知识,提高了对自然、社会和人生的认识,人类社会一步一步从野蛮走向文明。从古代至今天,无论是中国还是外国,读书都是能改变人的生存状态的事,也是一件令人崇敬的高尚的事,因为它能让人们更加聪明、更加理智,也更加道德。

由于纸质图书的阅读,能够让人深入到文字之中,需要经过想象和思维再创

造,所以,纸质图书的阅读能够让人进入“深”阅读的状态。这就能让读者的精神遨游在文字之中,对文字产生情感共鸣,与作品中的人物共喜怒同哀乐。另一方面,“深”阅读需要充裕的时间、雅静的环境、静默的心境,要求读者在精神和思想比较沉静的状态下进入阅读,而阅读中的感悟和收获则能给读者精神的快乐和审美的愉悦。

(二)传统阅读可以培养人类丰富的想象力,可以激发人类的创造性思维

传统阅读就是文字阅读,文字阅读最大的特点就是读者对文本的再创造。文字,经过读者的视觉进入大脑,读者结合自己的知识积累和生活积淀,通过语言思维对文字进行形象化描述和理解,在理解的过程中,对形象进行重构和再创造。因为,每个人的知识积累和生活经历是不同的,对同一语言词汇的理解也会有差异,所以作品中描述的一个事物,在不同的读者眼里就会有所不同,这就是“一千个读者就有一千个林黛玉”的原因。正是因为理解的差异性和再创造的多样性,文字阅读的意义才得以显示,大千世界和人的精神风貌才五彩缤纷。其实,在阅读的重构和再造过程中,人类思维也得到了发展和提升。一方面,再造就是创造;另一方面,读者受到作品的启发,也会有新的文字创造或实践创造形成。

(三)传统阅读也是提高全民文化素质的主要手段

就中国而言,经过“两基”工程已实现了国民基本文化水平的提高,阅读对于国民来说已是一种基本具备的学习能力。而传统阅读方式适用的人群占绝对多数,也就是说,只要能识字的人都可以进行传统阅读,只不过存在阅读内容的深浅和阅读层次高低的区别。但是,对于网络和网络阅读,在当下的中国仍然不能普及。首先,我国还有不少贫困地区,特别是贫困山区,不少人家还没通网络;据有关统计,至2012年底,中国网民已达到5.5亿,这对于拥有13亿多人口的国家来说,大多数人还是与网络无缘。所以,就当前中国的国情来说,开展全民阅读,构建阅读型社会,提高全民文化素质,就离不开传统阅读。只有建立以传统阅读为基础,网络阅读和电子阅读相配合的阅读方式,才能更好地推动国民阅读,真正地实现“让更多的人更好地读书”的目标。

在对我国国民最喜欢的图书与作家的调查中,《三国演义》、《红楼梦》、《水浒

传》和《西游记》以明显优势位居前列,鲁迅、曹雪芹、老舍等文学巨匠也连年榜上有名。2010年,14~17周岁人群最喜欢的10本书中,中国古代四大名著列于前四。这些数据充分说明,在全民阅读氛围日益浓厚的情况下,读者是有阅读经典名著的需求的。

然而,快节奏、强竞争、善应试等现实要求,把国民传统阅读的渴望挤压下去,代之而来的是“功利性阅读”、“娱乐性阅读。”日新月异的技术革新,带来阅读媒介的快速更新,便捷、新颖、有强烈感官刺激的新媒体,相比较传统纸质书刊,其诱惑力大大增强,电子阅读、网络阅读、移动阅读便风生水起。

(四)网络数字阅读将成为未来阅读方向

中国新闻出版研究院2013年4月发布的第10次国民阅读调查显示,我国数字媒介(包括在线阅读、手机阅读、手持式阅读器阅读等)的阅读方式开始普及,成年人的各类数字媒介阅读率为40.3%。

据普华永道公司调查预计,电子书的销售将在2018年超过纸质书。

2002年,新浪网率先开办读书频道,并在很短的时间内突破了日均百万次的点击量,在其网站的点击排行中位居前列。盛大文学公司旗下的“起点中文网”,是国内收费阅读运营状况最好的一家网站,拥有注册用户2000多万人,目前日访问量逼近3亿次,每月向写手发放稿费200多万元,每年产生十余位年收入过百万的作家、百余位年收入过十万元的网络作家、数千位年收入过万的作者。

2004年7月,全国第一家手机报《中国妇女报(彩信版)》诞生,一开始就显现出了强大的生命力。从2005年底到2008年底,仅3年时间,全国手机报用户从100万快速增长到接近5000万,2013年预计将超过1亿。2009年3G高速网络的正式推出,伴随通信资费的降低和智能手机价格的下降,手机上网、手机阅读呈现爆炸式增长趋势。随着3G的正式商用、网速的提高、上网资费的下调、智能手机的日益普及以及阅读内容的日益丰富,在不久的将来,手机阅读必将成为3G时代的主流阅读方式之一。

根据中国互联网信息中心(CNNIC)2011年7月公布的第28次中国互联网发展状况统计报告显示,截至2011年6月,中国手机网民规模达3.18亿人,较2010年底增加1494万人;移动手机用户达9.75亿户,其中3G用户达到1.18亿户。手

机网民在总体网民中的比例为 65.5%，手机阅读占手机上网应用比例达 68.6%，超越手机搜索，仅次于即时通信，手机网民在总体网民中的比例进一步提高并呈现稳定增长趋势。

数字阅读是全球图书馆高峰论坛关注的焦点，数字阅读低碳绿色环保，使阅读更精彩，已成为未来阅读的方向。

第二节 阅读推广

2.1 阅读推广的概念和内涵

阅读推广，即推广阅读，就是图书馆及社会相关方面为培养读者阅读习惯，激发读者阅读兴趣，提升读者阅读水平，进而促进全民阅读所从事的一切工作的总称。

联合国教科文组织颁布的《公共图书馆宣言》开宗明义地阐述了这一原理：“社会的繁荣和人的全面发展是人类最根本的价值所在。人类最根本价值的实现，取决于民众民主权利的行使和积极作用的发挥。民众对社会和民主发展的建设性参与，取决于良好的教育和知识、思想、文化、信息的普及与开放程度。”图书馆有义务和责任指导社会大众掌握科学技术，以科学的方法，在合适的时间、合适的场合读合适的书，这是提高全民科学文化素质的必须，是保障社会信息公平的必须，也是构建和谐社会的必须。

图书馆阅读推广活动是图书馆作为推广主体，通过一定的推广媒介，利用特定的设施设备，选择适当的阅读内容并对活动形式进行一定的设计，从而对阅读推广的客体对象（特定的读者群体）施加影响，并接受反馈不断调整，以期达到最佳效果的所有工作。

2.2 阅读推广的基本要素

从本质上说，阅读推广活动可以归结为一种传播活动，符合传播学的一般原理。著名的拉斯韦尔 5W 模式理论，将传播过程分为五类要素：Who（谁）、Says What（说了什么）、In Which Channel（通过什么渠道）、To Whom（向谁说）以及

With What Effect(有什么效果)。根据传播学理论,任何阅读推广活动,不外是对推广主体、阅读者、阅读对象以及推广媒介等要素在一定时空范围内进行一定的设计、组合、组织和配置的结果,通过它们之间的相互作用,达成诸如“促进知识分享、提升精神层次、获得有用信息以及愉悦身心”等阅读目的。

阅读推广主体回答的是“谁来进行阅读推广”(Who)的问题。它可以是任何社会组织或个人,如政府机构、出版社、书店、图书馆、读者俱乐部、民间团体、名家人等。

阅读者解决“向谁推广阅读”(To Whom)的问题,是图书馆等主体希望施加影响产生效果或达到目的的对象。例如普通市民、少年儿童、残障人士或其他任何特定人群。他们虽然是阅读推广活动的客体,但却是阅读的主体以及阅读活动最重要的参与者,他们是图书馆赖以生存的基础。

阅读对象主要是指阅读的客体,解决的是“推广什么”(Says What)的问题。阅读对象通常是各类文献,包括图书等传统文献、以数字媒体形式出现的各种载体,以及近年来出现的把“人”作为“阅读对象”(如 Living Library)等。

推广媒介即是指用以开展推广活动的文案、工具、平台、媒体等,解决的是手段问题(In Which Channel)。常用的如推荐书目、书评书摘、导读文章、新书推介、电视节目、媒体报道、网络短片等,近年来还兴起了通过网站、QQ群、圈子(社会网络)、微博等载体进行推广。

推广设施,即与阅读推广活动密切相关的物质条件或硬件系统等,是推广手段(In Which Channel)的重要组成部分。如流动图书馆、自助图书馆、自助借还设备、书报亭、电子书阅读器、平板电脑,等等。正是这些特殊的设施设备,体现了图书馆阅读推广的特殊性和创造力。

阅读推广诸要素之间的关系,可以用图 1-1 来表示:

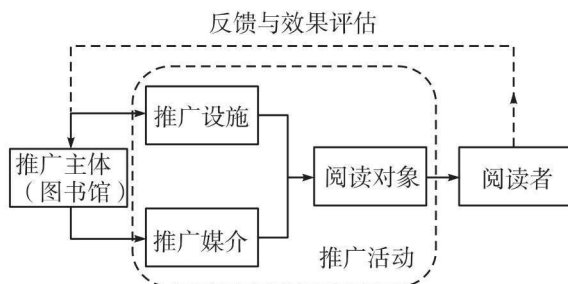


图 1-1 图书馆阅读推广模型