

# 浅谈全场景时代高校图书馆有声读物资源建设与推广

杨 阳

(苏州图书馆, 江苏 苏州 215000)

**摘要:** 数字阅读时代, 有声阅读市场蓬勃发展。因有声读物具有全场景、便捷化等特点, 所以成为广受民众欢迎的一类新型阅读资源。在大数据、语音交互等技术的推动下, 有声阅读平台能根据用户需求智能化、精准化开发场景, 提高阅听服务水平。文章简单阐述了有声读物及其优势, 分析高校用户有声阅读的现实情况, 提出选择、整合和建设有声读物资源; 建设有声阅读平台; 开发特色有声读物资源; 提高有声读物资源服务; 建设线上线下结合推广模式等建议, 提高高校用户的阅听体验。

**关键词:** 全场景时代 高校图书馆 有声读物资源

**中图分类号:** G252; G258 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082(2023)02-0091-03

自2000年至今, 我国听书网站、有声听书类APP超过200余。同时, 部分新媒体APP也相继开发了听书功能。有声读物的出现, 不仅能解放人们双眼与双手, 丰富阅读模式, 也能扩大阅读群体, 让原本不阅读的群体开始阅读。随着互联网快速发展, 有声读物广受欢迎, 成为人们获取知识的主要方式之一。基于此, 高校图书馆应认识到有声读物资源建设与推广的重要价值, 通过建设智能化场景、借助多样化智能终端, 提高高校用户的交互阅读体验。

## 一、基础理论概述

### 1. 有声读物概述

根据美国有声读物协会做出的定义与解释可知, 有声读物是呈现为“磁带、高密度光盘或纯数字文件”等形式, 且含有超过51%左右文字内容的录音产品。有声读物产生于二十世纪三十年代, 随着科技发展, 载体形式愈发多样、主题内容愈发丰富, 广受欢迎。不同领域的学者对有声读物有着不同定义, 但其共性特征有以下几点。

第一, 以文本为基础, 用声音展示内容。

第二, 音频类文化产物, 载体形式非常多样。

第三, 随着TTS技术进步, 借助深度学习等技术优势, 能进行人工智能主播录制。

综上, 随着时代进步与科技发展, 有声读物的定义得到深化, 即采用人工或技术录制方法, 将文本变为声音或再创作的音频作品<sup>[1]</sup>。

### 2. 有声读物的优势

相较于常规的纸质图书或电子书, 有声读物主要依靠“听觉”, 不受读者“视觉”状态影响, 能随时随地阅读。同时, 在互联网信息时代, 音频载体的播放、传播条件更佳, 拥有坚实的技术基础并广受读者认可。

技术层面上, 现有科技能保证有声读物容量小、音质好、复制与转移不受损。无论是在线还是离线播放, 听觉体验极佳。读者层面上, 有声读物产生的原因, 最初是图书馆为满足盲人阅读需求, 将文学作品录制到唱片上。如今, 有声读物主要服务于具有“听书”需求的读者, 既能解决常规阅读产生的视觉疲劳等问题, 依托电子设备, 还便于携带与阅读, 能满足读者随时随地阅读的需求。

## 二、高校用户有声阅读现状

根据第十八次全国国民阅读调查报告可知, 当前, 我国6.7%的民众喜欢“听书”。在0-17岁的青少年中, 约有32.5%喜欢听书。在国民阅读领域中, 有声阅读发展速度非常快, 移动有声APP平台成为民众听书的主要选择之一。未来, 随着有声阅读市场不断发展, 有声书销售专区大幅设立、汽车有声读物大幅嵌入等, 有声读物将进一步进入到民众生活中<sup>[2]</sup>。

目前, 对于高校用户有声阅读的研究仍处于起步阶段, 根据《新时代上海大学生阅读指数报告(2018)》可知, 超过45%的学生具有有声书阅读经历, 其中超过6成的学生的日均阅读在半小时内。相关学者从学生性格、年龄等角度研究得知, 约有40%的男学生与50%的女学生正在进行有声阅读, 其主要选择喜马拉雅平台。男生主要关注新闻资讯类有声读物, 女生更关注广播剧类有声读物。

## 三、全场景时代高校图书馆有声读物资源建设与推广策略

### 1. 选择、整合和建设有声读物资源

#### 1.1 明确资源采集目标

高校图书馆以“以人为本”为核心理念, 应根据高校用户需求进行资源建设并提供相应服务。如今, 有声读物市场资源复杂、多样且以“娱乐性内容”为主, 高校图书馆

应在采集目标的指导下选择有声读物资源。在我国各大高校中,图书馆主要承担着服务“教研”等职责,进行有声读物资源建设时,既应满足高校用户日益多元、高质的需求,也应满足馆藏需求,要求资源具有科研性、教育性等功能。依据上文所述,高校图书馆选择与建设有声读物资源时,应以以下几类资源为主。

第一,知识性有声资源。当前,随着有声阅读快速发展,广受大学生喜爱。多数学生将其视为获取知识的有效途径之一,虽然也具有休闲娱乐等方面的需求,但是高校图书馆应积极引进知识性有声读物资源,以此鼓励学生学习并引导学生养成良好的阅读习惯。第二,移动端有声资源。互联网信息时代下,人们生活呈现出快节奏、碎片化等特征,由此,当代大学生更喜欢碎片化数字阅读模式。相较于“观看”式阅读模式,“聆听”式阅读模式更加方便,并且在一般情况下,有声读物时长不会超过30分钟,长篇小说作品会被制作成数十个短篇作品。由此,高校图书馆应选择篇幅短、可借助移动端收听的有声读物资源。第三,教育性有声资源。目前,在有声读物市场上,学术性资源仍较少。根据上文可知,有声读物以文学作品为基础,是经过有声语言二次创作的音频作品,具有技术性、文学性、艺术性等多种属性,能提高读者的文化知识水平,也能增强读者的艺术鉴赏力,符合高校教育要求。由此,图书馆应选择经典文学作品、新时代党的理论或讲话等方面的作品,提高大学生的思想水平并加强美学教育<sup>[3]</sup>。

### 1.2 扩大选择范围

高校图书馆进行有声读物资源建设时,应认识到现有资源规模与用户需求之间的矛盾,进一步扩大选择范围。首先,各大高校应与国外有声读物提供商建立良好的合作关系,如Recorded Books、Fictionwise、Paperback Digital等,提供多种多样的资源,如有声图书、音频报纸等。其次,各大高校应与国内知名且具有雄厚实力的平台建立稳定的合作关系,如喜马拉雅等。2018年,新语、时夕乐听等资源正式进入高校图书馆中,能切实解决图书馆有声读物资源数量不足、来源不稳、类型单一以及建设重复等问题。全国42所双一流高校已经建设十余个有声读物数据库,如KUKE数字音乐图书馆、博看网、畅想之星等非书资源管理与服务平台。但随着互联网发展与高校用户有声阅读需求增强,高校图书馆仍应持续拓展资源选择范围,既可以借助政府的发展计划项目建设有声读物库,也可以成立专门的有声资源部门,负责采购、建设与服务。第一,整合经典有声读物资源,如新概念英语经典音频等,满足高校

用户的基础需求。第二,整合网络有声读物资源,由有声资源部门筛选、整合、处理各类听书网站或移动端上的有声内容资源。第三,自行建设有声读物资源,如会议与讲座的音频等。就高校图书馆现有的有声读物资源数量、内容、类型等,无法满足用户多样化的需求,必须不断扩大选择范围,进行自主建设、创新与推广。

### 2. 建设有声阅读平台

建设有声阅读平台时,高校图书馆应从两个方面入手。

第一,建设线上听书平台。可在移动图书馆平台上设置专栏,能依托移动图书馆原有受众群体,在听书资源嵌入的初期阶段,夯实听众基础,保证受众基数。还可以开发有声资源APP,将上文提及的各类有声读物资源纳入有声阅读平台中,引进语音交互技术等,让高校用户阅读更加便捷。例如,河北工程大学与喜马拉雅合作,开发了孤岛回音有声书栏目,一方面大力挖掘有声资源,提高图书馆有声读物资源建设水平。另一方面,加强人员培训并积极推广,形成特色化资源服务。此外,随着新媒体发展,图书馆还可在微信平台上开发听书模块,能进一步扩大有声阅读传播范围。

第二,建设有声阅读空间。此部分主要承担着有声读物资源建设、管理、服务等职责,配备专业设施,优化朗读功能,能提高高校用户的听书体验。在自主建设过程中,图书馆应根据用户需求,进一步挖掘馆藏并打造特色资源,开设有声节目等<sup>[4]</sup>。

### 3. 开发特色有声读物资源

随着各大高校图书馆积极推进有声读物资源建设,取得了颇为丰富的成果。但仍需注意,仍存在有声读物资源建设特色不足等问题,应高效开发特色馆藏资源。但是让高校图书馆建设专业的制作团队脱离实际,一方面,高校图书馆主要负责搜集、整合、应用各类信息资源,缺乏制作能力。另一方面,建设专业团队并开展有声读物制作工作,需要专业场地、设备等,现有资源不足、成本高。由此,高校图书馆应与专业平台合作,在专业平台的帮助下,集地方特色资源、学者文库、学科特色资源等为一体,建设统一的有声读物资源数据库。同时,虽然喜马拉雅等平台具有专业的团队,能制作资源、大力推广,但是因缺少专业资源,不能大量制作作品,满足用户多种多样的需求。所以二者合作,优势互补,既能帮助高校图书馆拓展有声读物资源深度与广度,形成特色资源,提高宣传推广效果,实现资源共享目标。也能帮助专业平台拓展作品类型、深度,增强在有声读物市场上的竞争力。

#### 4.提高有声读物资源服务

对于高校图书馆来说,有声读物资源建设以提供优质服务为目标,而提供优质服务以有声读物资源高质量建设为基础。所以在选择与整合资源、建设有声阅读平台与开发特色有声资源后,下一步是提高资源服务水平。

应利用先进技术,如大数据技术等,在平台上精细化资源类目、分类建设频道,保证简单、易懂、好分辨。通过大数据技术分析高校用户的阅听记录、搜索记录以及评价等,再利用基础信息,制作完整的用户画像,平台能利用此画像,针对性制作有声读物内容并进行精准推送。因高校用户需求具有较大差异,所以科学、精准地划分类目,能提高用户体验。同时,还可提供关键词搜索等功能。在此类功能的帮助下,能让用户从主动搜索转为被动接受,经过大数据分析后,能更好地满足用户需求,增强用户黏性。此外,在构建有声阅读平台知识服务体系过程中,应加强互动性设计,满足用户个性化需求。开发评论、点赞等功能,让用户从被动接受知识到主动传播、分享知识,既能增强用户黏性、扩大用户群体,也能形成一定规模的网络同好社群,方便用户交流与分享。

#### 5.建设线上线下结合推广模式

目前,有声读物宣传推广处于良性发展阶段。高校图书馆想要加大宣传推广力度,最大程度普及有声读物资源,应建设线上线下结合推广模式。

##### 5.1举办在线主题活动

应将朗读、听书、分享结合,实现有声共读。以燕京理工学院图书馆的“朗读+听书”活动为例,作为极为优秀的推广活动,其将常规阅读推广与新媒体、APP等有机融合,制定了推荐优质图书—确定共读书目—朗读—录制与上传—评价与分享—多平台推广流程,吸收更多阅听群体,每位都是朗读者,都是听书人,能鼓励大家共同阅读、分享与进步。在此过程中,还可开发多种推广渠道,如校园专题报告会等。

##### 5.2举办线下宣讲会

高校图书馆可邀请文学作品作者、有声读物领域的专家与从业者等参加线下宣讲会,通过现场交流、分享,能进一步扩大有声阅读范围。也可定期举办诵读活动,此种朗读模式既能让高校用户交流知识、感想、经验等,也能激发用户对阅读的向往,加大对阅听资源的渴求。通过图书馆与有声平台合作、交融,能共同发展与进步<sup>[5]</sup>。

##### 5.3精准推送

根据上文可知,有声读物仍处于发展阶段,所以精准、

合理地推送与营销,能进一步扩大有声读物资源传播范围、提高传播效果。通过大数据技术深入分析,能让有声读物资源生产、服务与用户需求之间更加匹配,提高服务水平与用户体验。例如,可为大一学生推送语言类、素质提升类听书资源。为大二、大三学生推送专业课程类听书资源等。

#### 5.4全场景时代的有声阅读

如今,人们即将或已正式迈入场景时代,在大数据、社交媒体等技术的支持下,改变着人们生产与生活。在阅读领域,全场景时代改变着阅读空间、模式等,人们既可在图书馆、高校等场景中阅读,也可在通勤、运动等场景中阅读,随着位置服务、智能家居等不断优化,能直接提高人们的场景化阅读体验。同时,随着语音交互技术等出现,阅听时,能打造出具有强烈沉浸感与交互性的阅听场景。例如,喜马拉雅平台创设了深夜小茶馆、饭点说吃等场景。由此,高校图书馆可借助先进技术,并根据高校用户日常教学,开发不同的阅听场景。然后依据用户的平台痕迹进行精准推送,让服务富有人性化。

#### 结语

综上,当前移动互联、智能技术快速发展,有声读物能丰富阅听资源、多样化阅听方法,为用户提供更加舒适、方便的服务,提高用户阅读体验。全场景时代下,高校图书馆应加强有声读物资源建设,借助先进技术优化图书馆资源结构、提高服务水平,进一步普及有声读物资源,满足高校用户多样化、高质量的阅读要求。

#### 参考文献

- [1]陈爱香.全场景时代高校图书馆有声读物资源建设与推广[J].大学图书情报学刊,2020,38(2):92-95.
- [2]徐月华.高校图书馆有声读物资源建设现状调查与分析——基于“双一流”大学图书馆的调查[J].图书馆工作与研究,2018(10):95-100.
- [3]黄琦.全民阅读时代高校图书馆有声读物资源建设探析[J].青春岁月,2020(8):157.
- [4]徐月华.高校图书馆有声读物资源建设现状调查与分析——基于“双一流”大学图书馆的调查[J].图书馆工作与研究,2018(10):95-100.
- [5]陈甜.双一流高校图书馆有声资源建设研究[D].四川:四川大学,2021.