

• 信息服务 •

# 全媒体时代下喜马拉雅“听+读”模式对图书馆有声阅读推广的启示

张伟红

(陕西中医药大学图书馆 陕西 咸阳 712046)

**摘要:** 文章介绍了全媒体时代下有声阅读的相关概念,搜集了国内外在有声阅读推广方面的研究、实践及最新进展。通过分析图书馆开展有声阅读服务的现状和喜马拉雅“听+读”模式在有声阅读推广中的优势,提出图书馆在开展“听+读”模式推广中的一些改进措施,旨在提升全民阅读兴趣,促进文化认同和文化建设,同步提高全民的文化生活质量。

**关键词:** 全媒体;图书馆;有声阅读;喜马拉雅“听+读”模式

**中图分类号:** G252

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1004-1680(2019)02-0022-05

## 0 前言

根据《全球有声书简报(2018上半年)》<sup>[1]</sup>数据统计,2017年美国共出版有声书46 000部,总销售额达到了28亿美元,同比增长为22.7%;英国在过去的五年中有声书销量翻了一番,2017年有声书销量增长达到12%,数字音频占消费者图书支出的5%;另外,有声书出版商协会(Audio Book Publishers Association, APA)和爱迪生研究所(Edison Research)发现,有声书听众去年的平均收听量为15本/人,有57%的听众同意或强烈同意有声书可以帮助他们读完更多图书。因此,全媒体时代下有声阅读已经越来越被广大读者所认可。

## 1 概念界定

### 1.1 全媒体时代的概念

“全媒体(Omnimedia)”的概念来自于传媒界的应用层面,很长时间内并没有在学界被正式提出。随着媒体形式的不断扩充变化以及媒体内容、渠道、功能层面的不断融合,使得人们在使用媒体的概念时需要意义涵盖更为广阔的词语。至此,“全媒体”的概念开始广泛适用。随着全媒体春晚收视率、2014“两会”全媒体传播指数、“马航失联”卫视全媒体传播指数的推出,电视界全媒体收视传播的应用也越来越被业界所接受。人民出版社出版的《董子问

易》一书中给“全媒体”下的定义为:全媒体即数和象在天、地、人之间变动和周流而建立的备包有无的媒体形式<sup>[2]</sup>。尽管对“全媒体”概念的理解有所不同,但基本可以解释为媒介信息传播采用文字、声音、影像、动画、网页等多种媒体表现手段(多媒体)利用广播、电视、音像、电影、出版、报纸、杂志、网站等不同媒介形态(业务融合),通过融合的互联网络、电信网络以及广电网络进行传播(三网融合),最终实现用户以电视、电脑、手机等多种终端均可完成信息的融合接收(三屏合一),实现任何人、任何时间、任何地点、以任何终端获得任何想要的信息<sup>[3]</sup>。总之,全媒体时代具有集成性、互动性、立体化以及个性化的特点<sup>[4]</sup>。

### 1.2 有声阅读的概念

阅读模式经历了口传时代到手抄本时代到今天有声阅读时代的发展。随着计算机技术、网络技术的发展,尤其是智能手机的出现给阅读带来了一种全新的体验——“用耳朵读书”。这种看似全新的方式却与最早的口传模式形成古今呼应,阅读形态经历了某种螺旋上升式的回归,体现出听觉对于阅读的重要性<sup>[5]</sup>。有声阅读也叫有声读物,指的是其中包含不低于51%的文字内容,复制和包装成盒式磁带、高密度光盘或者单纯数字文件等形式进行销售的任何录音产品<sup>[6]</sup>。简单来说,有声阅读是指依托

网页或客户端技术,为组织或个人提供有声读物的录制、收听和分享等阅读服务<sup>[7]</sup>。笔者认为,全媒体时代下的有声阅读应该是“听书”和“朗读”的结合。“听书”是通过听觉来欣赏作品的语言文字,是一种新兴的信息接收方式。“朗读”则是指把书面语言转换为口头语言,把无声转化为有声的一种再创造的语言活动。二者对培养读者的语言表达能力和文学鉴赏力都是十分重要的方法和途径<sup>[8]</sup>。

## 2 图书馆开展有声阅读服务现状分析

在美国,免费获得有声图书的主要途径就是图书馆,既可以通过图书馆免费借阅有声图书,可以通过网络下载,还会有很多朗读爱好者提供其自制的有声书供其他人免费下载<sup>[9]</sup>。我国一直在为建立和发展数字图书馆不断努力,但在这方面起步较晚,还没有形成明显的优势,图书馆在开展有声阅读服务工作的过程中仍存在较多的困难。

### 2.1 有声资源馆藏不够丰富

近年来,图书馆电子资源购置经费比例不断提高,但是很少有图书馆将有声资源购置经费单独列出,同时用于有声资源的经费购置比例也偏低。以高校图书馆为例,有声资源虽然在高校图书馆数字资源建设中已经占有一定比例,但建有有声读物数据库的主要成员为双一流高校图书馆,大多数高校图书馆仅提供像朗读亭、光盘等有声资源服务。

图书馆有声阅读资源主要来自两个方面:一是由部分图书馆可以请人录制的解决音像版权的图书;另一种渠道是向市场上各大有声书资源商采购的有声书资源。尽管图书馆的有声书资源库会不定期地进行更新,但是一般来说更新的频次相对较低,每次更新的书目数量也很有限<sup>[10]</sup>。

### 2.2 有声阅读服务模式单一

随着全媒体时代下有声读物的不断推广,图书馆有声读物资源的稀缺与读者不断增长的有声读物需求之间存在矛盾,现有供应商、网络经销商仅能为部分图书提供朗读本,高校有声读物资源缺口较大<sup>[11]</sup>。图书馆在开展有声阅读服务方面逐渐暴露出服务模式单一的问题。这主要是由于在知识产权领域可能触及利益分配问题,与外部有声资源提供商的合作相对较少,自己采购的经费不足,主要的采编业务在纸质文献和电子资源上,其占用了很大的资金。

## 3 喜马拉雅 APP(Application) 实证研究

喜马拉雅是知名音频分享平台,组建于2012年8月,致力于在线音频分享平台的建设与运营,能同时支持 iPhone、iPad、Android、Windows Phone、车载终端、台式电脑、笔记本等各类智能终端,旗下移动客户端“喜马拉雅 APP”于2013年3月上线,原计划首年实现1 000万的用户规模,但实际上仅半年即达成千万用户目标,成为国内发展最快、规模最大的在线移动音频分享平台,在2014年内喜马拉雅完成了两轮高额融资,为进一步领跑中国音频领域奠定了雄厚的资金实力。截至2015年12月,喜马拉雅音频总量已超过1 500万条,单日累计播放次数超过5 000万次,在移动音频行业的市场占有率已达73%<sup>[12]</sup>。笔者于2018年12月10日在苹果手机 App Store 中搜索“喜马拉雅”,数据显示其现已成为4.8亿人的有声图书馆。

### 3.1 喜马拉雅“听书”

“喜马拉雅听书,随时随地都能听的,无论是在上下班的路、在公交地铁、开车、排队、旅途,还是在扫地洗碗、蹲厕所、陪宝宝、健身……,无论你想听新闻、音乐,还是郭德纲相声、电台、电视台节目,或者是 BBC、CNN、美国之音以及个性化的电台内容都可以。”这句看似广告词的语言充分反映了在全媒体时代下,人们通过智能手机等终端用一个时间间隙听一首诗、听一个故事……,从而打破时间空间的局限性;或是在闲暇的时光中陪伴爱人听一篇爱情小说、陪伴孩子听几则寓言故事……,增进家人之间的亲密感。“听,见真知”,不仅仅是一句广告语,它也是我们不断开展全民“听书”活动的真实写照和长远期盼,必将成为追求美好文化生活的重要途径。

### 3.2 喜马拉雅“全民朗读”

#### 3.2.1 读文章

在喜马拉雅 APP 中不仅可以收听各种各样的节目,还能切身体会一下自己朗读配音,只要点击喜马拉雅 APP 中的“全民朗读”栏目即可实现朗读且上传录音。在喜马拉雅 APP 中点击下端“发现”按钮,进入发现界面后,点击“全民朗读”,在该栏目下设置有小说故事、亲子儿童、诗歌美文、玩转汉语、国学经典、外语名篇、小学晨读、配音模仿8个类别,读者可以根据自己喜好选择想要朗读的类别。笔者通

过点击“国学经典”类别,选择“春江花月夜”,然后点击右侧的“朗读”按钮,再点击下方的“开启录音”即可开始朗读并录音;同时可以选择“配乐音量”和“音效”,合成之后即可上传。

### 3.2.2 听精选

在喜马拉雅APP“全民朗读”栏目下不仅可以读文章还可以听精选。所有上传的朗读文章的日榜第一名,播放量最高前160条声音会被选入“听精选”,或者所有上传的朗读文章的总榜第一名,播放量最高前40条声音会被选入“听精选”,坚持朗读(至少7天),会被优先推荐,定期推出最受欢迎作品的作品合集,朗读活动的优质作品也将推荐给大家。另外,2018年11月12日—12月11日喜马拉雅举办了“每日品读一篇经典30天名家小说朗读营”活动,并设置最佳朗读者、人气朗读者、优秀朗读者。喜马拉雅APP中的“全民朗读”栏目,通过“读”和“听”互动的模式可以让读者亲身感受阅读的乐趣,在快乐中阅读,在轻松愉悦的氛围中增长各种知识。这种符合全媒体时代的立体式阅读方式,能让更多的人爱上阅读,同时还可以缓解工作、学习、生活中的各种压力。

### 3.3 喜马拉雅的用户制度

喜马拉雅的用户已高达4.8亿,大家喜欢在喜马拉雅上寻求生活所需,学会利用碎片化时间学习知识,寻找生活的乐趣。

#### 3.3.1 普通用户

下载喜马拉雅APP,可以免费注册成为普通用户,可以通过QQ、微信等第三方绑定登录。

#### 3.3.2 会员用户

喜马拉雅普通用户可以通过购买喜马拉雅月卡、季卡、年卡的方式成为VIP会员,享有“VIP上新福利”“精品专栏”“口碑有声书”“好书精讲”“相声精选”“少儿乐园”等多种会员权益。另外还有多项会员专属特权如:会员有声书、喜马拉雅讲书、会员专栏、去声音广告、福利折扣券等;在个人主页,留言列表等页面,会员可展示“会员尊贵标识”,会员用户享受游戏参与大咖见面等不定期线下活动,零距离与大咖面对面。

### 3.4 喜马拉雅有声阅读模式的优势

喜马拉雅作为有声阅读的推广平台,通过为各阶段的读者提供资源丰富的听书、多样性朗读等优质的互动式服务,平台各年龄、职业、行业等人群规

模都在增长,获取有声资源的渠道也很丰富,长期为广大用户开展特色有声阅读活动,充分显示出其相较于图书馆在开展有声阅读方面推广中的优势。

### 4 喜马拉雅对图书馆有声阅读推广的启示

“听书”是用耳朵来读书,不仅能节省读者时间,缓解视力疲劳,还能提高阅读效果。“朗读”是培养语言表达能力的有效方法,是一种愉悦的精神享受,同时能够增强记忆力,有益于身心健康。喜马拉雅就是运用“听书”和“朗读”结合的方式推动大众关注阅读的一个优秀典范,也给图书馆工作和大众阅读带来了新的启示。

#### 4.1 打造图书馆听书朗读平台

在近几年的图书馆改革发展中,越来越多的图书馆围绕用户需求创建了各种各样的学习空间、信息共享空间、休闲咖啡区等,致力于为用户创造更好的阅读空间和氛围,但基本都是针对“看书”,对于“听书”和“朗读”的需求则考虑较少。在图书馆经常会见到一些朗读爱好者、备战英语或考研的同学想寻找能读书背诵的地方,同时另一部分同学又抱怨有人在图书馆发出读书的声响,破坏安静的学习环境。为了解决这一矛盾,目前已有部分图书馆开始着手这方面工作,如中国科技大学图书馆为了解决读者朗读找不到合适去处的问题开辟了一个独立的能大声朗读的场所——“朗读空间”;沈阳师范大学图书馆设有“诵读空间”,为读者的朗诵、阅读、歌唱等活动提供音频录制;湖北中医药大学专门为读者开辟了“大声朗读空间”,旨在为读者创造一个舒适的朗读环境。因此,朗读空间的设置,契合了读者的个性化需求,能吸引更多的人爱上阅读。<sup>[13]</sup>

在全媒体时代下,每个读者都拥有个性化的想法和要求,构建听书朗读分享平台恰好符合全媒体时代图书馆用户的行为习惯。图书馆构建听书朗读分享平台,不仅能够提高读者图书馆馆藏资源的利用率,还可以增强读者的语言表达和人际交往能力,实现图书馆服务读者和教育引导的功能。图书馆工作只有根据读者需求变化不断调整服务内容和方式,根据每位读者的不同特点开展精准化服务,才能更好地融入全媒体环境,适应新时代图书馆角色的转换,找到图书馆自身发展的契机,使图书馆的存在具有更现实的价值与意义。

#### 4.2 开展有声语文教材推广

为落实《国家语言文字事业“十三五”发展规划》重点工作,服务社会对优秀语言文化欣赏的广泛需求,2016年12月,教育部、国家语委与中央人民广播电台(现并入中央广播电视总台)共同签署开展《中小学语文示范诵读库》建设合作备忘录并启动项目建设。2018年5月19日,面向全国中小学生推广标准普通话的有声教材“中小学语文示范诵读库”首批100篇音频作品正式上线发布,覆盖了全国1.5亿中小学生和900余万教师;2018年12月23日,发布“全国中小学语文示范诵读库”第二批100篇音频教材,旨在打造出一部高标准、高品质的“有声语文教材”,通过更加生动的方式帮助中小学生加深对教材内容的认知和理解,品味中华语言文化的优美和灵动<sup>[14]</sup>,弘扬中华优秀传统文化内涵,提升中小学生的文化素养。广大中小学生可通过央视网、央广网、国际在线、教育部语用司网站、中国语言文字网等平台在线收听收看前两批教材,“中小学语文示范诵读库”第三批音频教材已在制作之中<sup>[15]</sup>。图书馆可以与中小学、高等学校选取相关教材开展有声资源的转化试点工作,提升教学的传播效率,提升学生的学习热情与动力,在师生中开展教学和学习心得的有声传播工作,响应教育部、国家语委等相关部委关于开展有声教材推广工作。

#### 4.3 建设移动有声图书馆

随着中国开展新时代中国特色社会主义文化建设的顺利推进,“开展全民阅读,共建书香社会”已逐渐成为全民的文化共识。2018年10月1日9:00西安地铁在二号线北客站正式推出首列移动“有声图书馆”专列,按照西安市政府与喜马拉雅战略合作部署,西安地铁在二号线打造“声音之都、书香地铁”全民阅读公益示范线,在二号线推出3列“移动有声图书馆”专列,乘客扫码即可用耳朵代替眼睛收听一段国学历史、一段美文诗歌、一段音乐故事……即使身处拥挤的地铁空间也能随着书声去探索未知的世界,国庆期间还在二号线5个重点车站打造“有声图书馆”主题车站<sup>[16]</sup>。可以借鉴此活动,在地铁站、火车站、机场、酒店、咖啡厅等场所放置一些朗读亭,这样人们在等车等餐的同时就可以朗诵一篇散文、一首诗、一个故事……不仅可以促进知识增长、文化熏陶,还可以消除烦躁、愉悦身心。

#### 4.4 充分利用城市新区文化创意建设契机

2018年12月21日,西咸新区管委会主任带队

考察了上海证大喜马拉雅中心、喜马拉雅FM等项目和企业,表示西咸新区深厚的文化底蕴、活力的市场氛围及大西安丰富的人才资源能够为文化产业加速发展提供有力支撑。喜马拉雅对文化产业的独特视角和运营模式令人印象深刻,喜马拉雅FM聚合行业资源,打造内容生态系统,为受众提供高品质立体式有声服务,成绩令人赞赏。西咸新区作为国家创新城市发展方式试验区,致力于培育新业态、发展新经济,这与喜马拉雅FM定位与方向十分契合。希望喜马拉雅FM发挥自身实力,在传承城市文化、提升新区内涵等方面提供更好的内容服务,传播喜马拉雅与西咸的“好声音”<sup>[17]</sup>。

图书馆可以充分利用城市新区文化创意建设的契机,与城市新区及喜马拉雅等服务商共同打造服务市民和在校师生的普惠性有声阅读平台及资源,从而解决图书馆在这方面的经费短缺问题,同时充分发挥图书馆的职能和推广优势,更好、更快地推动有声阅读在读者、市民和师生中的发展。

#### 5 结语

在全媒体时代下,图书馆等机构可以借鉴喜马拉雅“听+读”模式开展有声阅读的全面推广工作。有声阅读可以节省读者的阅读时间,培养和提升读者阅读兴趣,缓解工作、学习、生活中的各种压力,进而促进身心健康。同时,通过有声阅读资源和配套设施的建设,有助于全民文化宣传和文化创新工作的推进,契合新时代中国特色社会主义文化建设的需要,提升全民的文化认同和文化素养,在物质生活不断提升的同时,同步提升全民的文化生活质量。

#### 参考文献:

- [1] Michael Kozlowski. 全球有声书简报(2018年上半年)[EB/OL]. [2018-12-07]. [http://www.360doc.com/content/18/0720/20/17132703\\_771981710.shtml](http://www.360doc.com/content/18/0720/20/17132703_771981710.shtml).
- [2] 任国杰. 童子问易[M]. 北京:人民出版社,2013:273.
- [3] 全媒体[EB/OL]. [2018-12-05]. <https://baike.baidu.com/item/%E5%85%A8%E5%AA%92%E4%BD%93/1220226>.
- [4] 周玮璐,张君香. 全媒体时代完善高校图书馆读者服务工作的思考[J]. 图书馆工作与研究,2018(4):117-120.
- [5] 赵丽华. 从朗读到有声阅读:阅读史视野中的“听书”[J]. 现代出版,2018(1):71-76.
- [6] 桑宇芳,何强. 高校有声图书馆建设途径及实现策略[J]. 大学图书馆学报,2016(3):90.
- [7] 速途研究院. 2018年第一季度有声阅读市场研究报告[J]. 互联网天地,2018(4):35-37.

- [8] 申艺苑,袁曦临.图书馆用户朗读听书分享平台之构建研究[J].图书馆杂志,2015(4):52-56.
- [9] 李颂.有声书在欧美:出版界新宠[N].北京青年报,2014-10-17(D3).
- [10] 江菁菁.关于国家数字图书馆(听书栏目)与喜马拉雅有声书现状对比的研究[J].才智 2018(19):244-245.
- [11] 刘洁璇.高校图书馆有声读物引进问题研究——以南京师范大学图书馆为例[J].图书馆界 2015(5):69-72.
- [12] 马东首谈《马东的职场 B 计划》成为喜马拉雅爆款课[EB/OL]. [2018-12-07]. [http://finance.ifeng.com/a/20180608/16336244\\_0.shtml](http://finance.ifeng.com/a/20180608/16336244_0.shtml).
- [13] 王露莎.朗读类综艺节目对高校图书馆阅读推广工作的启示[J].图书情报工作,2017(7):94-98.
- [14] 全国中小学语文示范诵读库作品上线[EB/OL]. [2018-12-23]. [http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/gzdt\\_gzdt/moe\\_1485/201805/t20180519\\_336546.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/201805/t20180519_336546.html)
- [15] 第二批中小学有声语文教材面世[EB/OL]. [2018-12-23]. <http://bbs1.people.com.cn/post/129/1/2/170367162.html>
- [16] 西安地铁“十一”首发移动“有声图书馆”主题专列[EB/OL]. [2018-12-21]. <http://www.xametro.gov.cn/html/meitiguanzhu/20181008/3773.html>.
- [17] 康军主任考察上海证大喜马拉雅文化项目及新宜中国集团总部[EB/OL]. [2018-12-25]. <https://mp.weixin.qq.com/s/z7Pb4sM8DfACqFNMFeOP0g>.

## The Revelation of Himalaya “Listening and Reading” Model to the Promotion of Libraries Audio Reading in the Age of Omnimedia

ZHANG Weihong

(Shaanxi University Of Chinese Medicine Library, Xianyang 712046, China)

**Abstract:** The paper introduces the related concepts of audio reading in the age of omnimedia, and collects the research, practice and latest developments in the promotion of audio reading at home and abroad. By analyzing the current situation of audio reading services in libraries and the advantages of Himalaya “listening and reading” model in promoting audio reading, the author puts forward some improvement measures in the promotion of “listening and reading” mode in libraries. It aims to enhance the reading interest of the whole people, and promote cultural identity and cultural construction, and simultaneously improve the quality of cultural life of the whole people.

**Key words:** omnimedia; library; audio reading; Himalaya “Listening and Reading” Model

作者简介: 张伟红(1987-),女,硕士,陕西中医药大学图书馆馆员,研究方向:图书采编及阅读推广。

收稿日期:2019-01-25