

探究图书馆阅读推广的新技术与新趋势

曹 旻, 王 黎

(南京晓庄学院, 江苏 南京 211171)

摘 要: 从图书馆与阅读推广的概念和关系开始, 逐步探究了图书馆阅读推广的新趋势与新技术, 对已经或者可以应用到阅读推广中的热门技术进行了较为详细的分析阐述, 其中包括热门的移动互联、云计算、物联网、大数据、人工智能等技术。相信通过对这些对阅读推广新趋势、新技术的梳理和探究, 能为图书馆阅读推广工作提供一定的建议和参考。

关键词: 图书馆; 阅读; 推广

中图分类号: G252

文献标识码: A

文章编号: 1002-1248 (2017) 12-0135-04

New Technology and New Trend of Library Reading Promotion

CAO Tian, WANG li

(Nanjing Xiaozhuang University, Jiangsu Nanjing 211171, China)

Abstract: Starting from the concepts and relationships of library and reading promotion, this paper gradually explored the new trend and new technology of library reading promotion, and analyzed the hot technologies been or to be applied, including the very popular networking technology, mobile Internet technology, cloud computing technology, big data technology, artificial intelligence technology. It is believed that this analysis can provide some suggestions and references for library reading promotion work.

Keywords: library; reading; promotion

1 研究背景

图书馆作为最古老的行业之一, 其独特的价值和地位使其延续至今。从技术应用的角度讲, 图书馆其实一直是一个时髦年轻的行业。从美索不达米亚发现的最早图书馆遗址算起到现在 1 000 多年历史中, 图书馆一直是新技术应用的先驱, 甚至图书馆历史上曾经采用过的各种信息记录载体都成为人类历史文明进步的一个缩影。全面信息化的今天, 图书馆业务又以崭新的形态呈现在读者面前, 阅读推广就是图书馆在新的历史环境下的新表现形态。研究阅读推广这种新的表现形态, 新的趋势是继承和发扬图书馆特有核心价值的需要, 探究图书馆阅读推广与新技术的关系是巩固图书馆在现代社会中重要地位的需要。

1.1 关于阅读推广

阅读推广是将知识收藏、整理并进行有效的传播, 使读者准确接受的过程。阅读推广从最开始的一种活动, 逐步演变成为一种学科研究领域, 并且是一种多学科交叉的研究领域。单从字面上看就涉及研究“阅读”和“推广”两个方面。从更专业的学科关系上看, 不但包括图情学、传播学、社会学、教育学等学科, 而且涉及的学科范围不断扩大包括: 计算机学、材料学等^[1]。

1.2 图书馆与阅读推广的关系

传统的图书馆为人类的知识保存, 文化继承都起到了非常重要的作用。读者面对“知识大爆炸”的大背景, 更迫切的需要诸如阅读推广一类更贴近的服务。

收稿日期: 2017-03-22

基金项目: 南京晓庄学院 2016 校级课题“高校智能图书馆建设与服务创新研究”(项目编号: 2016NXY25); “南京晓庄学院图书馆咨询服务智能平台建设团队项目”(项目编号: T201601); 2017 年江苏省图书馆学会课题: “智慧图书馆视阈下机器人馆员技术与体系研究”(项目编号: 17YB04)

作者简介: 曹旻 (1981-), 男, 硕士, 工程师, 研究方向: 图书馆信息化、信息资源管理等。

同时,各种高新技术取得突破性应用,也使得现代图书馆可以应用先进的存储、传播手段去改善需要大量人力和智力投入的传统阅读推广活动。新技术支持下的阅读推广将是更加公平的读者阅读权利的体现,将继承和创造图书馆的核心价值。

开展公平、便捷的阅读推广活动不但是图书馆的责任和义务,同时也是发挥图书馆的社会职能的必要条件。图书馆与阅读推广至少具有以下3大关系^[2]:

(1) 图书馆是文献信息的中心,为阅读推广提供文献信息资源的基础保障。或者说真正意义上的阅读推广应当是建立在海量已经处理和分类知识基础之上的。单纯的网络搜索或者推荐的信息并不能叫做阅读推广。

(2) 图书馆应当是阅读推广的主要实践阵地。图书馆不单单是阅读推广活动的主要倡导、组织和实施者,而且应当是阅读推广的改革者和开拓者。阅读推广工作应当主要由图书馆来牵头,是阅读推广规模、影响力以及技术创新的最核心力量。

(3) 图书馆是公民实现平等阅读权利的场所,所以阅读推广活动需要坚持“平等阅读权利”这一原则,不能将阅读推广变成少数阅读者的资源或者吸引领导或媒体眼球的噱头。

1.3 阅读推广的现状 & 面临的问题

对于阅读推广的现状,不妨先来看几组国家人口与公共图书馆的比例数据:瑞士约每3 000人拥有一个公共图书馆,挪威约每4 000人拥有一个公共图书馆,芬兰约每5 000人拥有一个公共图书馆,德国则是6 000人一个,而中国却是平均每50万人才有一个公共图书馆^[3]。面对这样巨大的差距,中国图书馆先驱们立志奋起直追,图书馆学家——丘巴梁就提出过,逐步把中国公民平均拥有一所图书馆的比例降到1.5万人。但笔者认为这样的愿景固然美好,但还是需要结合中国的基本国情来考虑,即便是今后有能力建设起和国外发达国家相媲美的图书馆密度,也需要考虑到新技术环境和新技术引起的新变化,没有必要亦步亦趋。比如,新技术环境下的阅读推广可以有效地减少实体图书馆的数量,而不降低读者的阅读体验。

目前,阅读推广虽然已成为当前图情界的研究热点,但是重复研究现象严重,有突破性和指导性的研究仍然不够多。比如:大部分图书馆的阅读推广研究局限于如何开展阅读推广活动,而阅读推广活动的研究又主要着眼于如何开好报告会、沙龙或讲座等。又或者,虽然将一些新技术引入到阅读推广中来,但是应用比较肤浅。比如:仅通过利用网站、微信来公布

活动信息,收发活动进展等。这些阅读推广研究从某种意义上讲都缺乏系统性、全面性和新技术应用的前瞻性,更像是研究图书馆如何被动的去接受和应付新技术给图书馆带来的冲击。

纸质阅读率持续走低已经成为不争的趋势。来自网络的便捷数字阅读越来越受到读者的欢迎,特别是年轻的读者一开始就是以数字阅读为主。但是图书馆真正介入到基于网络的在线阅读是不足的,面对网络信息发布浏览的随意性和自由性,目前网上传播的大量阅读信息都称不上知识,或者主要局限在网络小说这类浅层次阅读上,即便是有搜索引擎和分类网站的整理排序也存在缺乏监管、缺乏统一规范等一系列问题。甚至信息的传播、推送已经发展成为一些网站的摇钱树,带来社会危害。例如:百度竞价信息排名。

当然,也有基于实实在在做有偿数字图书阅读推广的公司,比如:全球最大的电子书提供商 Amazon,这家成立于1995年的网络图书销售公司在有偿数字知识阅读推广方面走在前列,它的阅读推广基于其海量的图书馆和电子书。特别是 Amazon 在2012年9月6日发布带屏幕背光功能的 Kindle Paperwhite 电子阅读器,使全球看到了通过网络获取知识阅读的一种新的解决方案。特别值得一提的是2016年2月24日,亚马逊中国宣布正式推出 Kindle Unlimited 电子书包月服务,读者每月花12元,可以进行会员制借阅。可供借阅的“电子图书馆”目前包括超过40 000本中文书以及3 500余本进口英文原版书。另外,全球最大的网络公司 Google 也推出了其电子书业务。

除商业公司外,越来越多的图书馆界学者也认识到,图书馆开辟阅读推广新途径的重要性与紧迫性。比如:国家图书馆推出了一款免费的“掌上国图”APP,这标志着图书馆进入手机阅读推广领域的态度和决心。总体来说,图书馆阅读推广面临的各种问题,都将随着图书馆对新技术认知的深入,新技术应用的全面展开而逐步破解;或者说当前图书馆阅读推广的根本问题就是图书馆还没有能系统、全面的理顺新技术在阅读推广上的价值^[4]。

2 阅读推广的新趋势与新技术

2.1 阅读推广的新趋势

现阶段阅读推广已呈现以下一些趋势:(1)线下阅读推广扩展到网上阅读推广;(2)文字阅读推广扩展到全媒体阅读推广;(3)从推广图书资料到推广并引导读者利用先进的技术和方法进行阅读;(4)阅读推广对知识挖掘、个性化定制等特色服务需求增加;

(5) 对网络信息资源的自动过滤、整理加工和自动推送,为读者提供绿色高效的阅读环境。

2.2 新技术全面、深度参与推进阅读推广

图书馆新五律的提出者克劳福德和戈曼,在《未来图书馆:梦想、疯狂与现实》一书中就指出了聪明地利用技术加强服务的重要性^[5]。对于图书馆阅读推广所呈现的新趋势,传统的人工方法显然不能再满足需求,浅度的技术融合参与阅读推广也已经不能满足读者的需求或是很难在阅读推广的影响范围和资源分配公平度上很难找到平衡。面对这样的现状,图书馆阅读推广要满足新的发展趋势必须与新技术全面、深度的融合并勇于走在技术的最前沿。图书馆是知识集合,是科技的前沿阵地。同样,知识和科技的深入结合才能创造出一个符合图书馆新五律的图书馆。

2.2.1 移动互联技术推进阅读推广

目前中国的移动互联技术已经全面4G化。4G移动网络拥有高达20~100Mbps的传输速率,这一速率已经与之前的有线网络的桌面链接速率相当,这也意味着手机流媒体传输的重大瓶颈已经不复存在。同时,随着智能手机国产化率的不断提高,特别是芯片的自主化程度提高,智能手机必然更加普及。智能手机价格及4G资费的持续下降,使得移动互联技术下的阅读推广形态成为可能,也必将成为阅读推广的重要终端环节。移动互联技术参与阅读推广,可以解决目前阅读推广公平性和覆盖范围相矛盾的问题。

2.2.2 物联网技术推进阅读推广

物联网技术较早得到图书馆的重视。物联网的核心技术就是感知技术,而条码识别就是感知技术的重要组成部分。虽然条形码起源于20世纪70年代,并很快就被用于图书识别领域,但在现代物联网广泛兴起之前,图书馆对于条形码的应用一直没有太大的变化。近年来在现代物联网技术的推动下,物联网技术的创新与图书馆建设结合起来。例如:杜克大学图书馆(美国)就将二维条码与图书馆引导结合起来,读者只要用手机扫描指定二维码,就可将相关服务通过手机进行播放,为读者提供馆内导读指引或互动咨询^[5]。又如:Sue和Yi-Min提出了利用物联网技术实现读者查找错位的图书,帮助图书馆员整理错乱的图书的方法,还能实现根据读者在图书馆内的运动路线推荐附近读者可能感兴趣的图书资源。应该说,物联网技术本身就和图书馆有着很深的渊源,未来的阅读推广发展离不开现代物联网技术的持续支持。

2.2.3 数据挖掘、大数据技术推进阅读推广

如果图书馆不能跟随时代的步伐做好新传媒环境

下的阅读推广,那么读者将直接面对来自网络上良莠不齐的信息。这些信息的发布和浏览都具有随意性和自由性,读者的深度阅读很容易受到影响,自身控制力薄弱的读者甚至误入歧途。长期随意性的网络阅读还会让读者养成浅阅读的习惯,使读者阅读变成快餐式阅读,从而失去精读图书、读经典的乐趣。为解决以上现实问题,需要重树以图书馆为中心的知识服务地位,图书馆可以借助数据挖掘技术,对海量知识进行初步挖掘整理,然后再根据读者的专业、个性等情况进行有针对性的推送。一般认为:数据挖掘是数据库知识发现中的一个步骤,其常用的方法有分类、聚类、关联规则及偏差分析等。图书馆一开始就是知识资料存储整理的专门部门,只是面对现代知识的爆炸性增长,如果仍然采用传统的分类、统计的方法已经不能满足需求,数据挖掘技术正是解决这一问题的利器。以图书馆为中心对知识进行挖掘不仅保证了阅读推广的内容是健康、合法、富有养分的,也可以避免读者随意浏览网络信息而受到未加工信息的困扰,甚至受到不良信息的毒害。

大数据可以看作:海量、高增长率和多样化的信息资产。假如把大数据比喻为煤矿,那么露天煤矿、深山煤矿的挖掘方式和价值都是不一样的。对于图书馆而言,如果自家守着富饶的露天煤矿不去挖掘,不想办法引入设备和技术,甚至还要去购买别人的煤来烧菜度日,岂不成为笑话?当然,图书馆也不能满足于露天煤矿的挖掘,对于读者行为、海量网络信息等深山煤矿的挖掘也是对阅读推广质量和数量的提升都是很有帮助的。大数据技术推进图书馆阅读推广是历史的必然,是图书馆发掘自身价值回馈社会的利器和法宝^[6]。

2.2.4 云计算推进阅读推广

并行处理、分布式处理和网格计算的进步和发展,逐步形成了今天的“云计算”。过去令人头疼的海量数据环境下资料搜寻、分析,通过云计算变得更高效。云计算强大的计算能力甚至可以分析DNA结构、基因图定序。对于阅读推广而言,如果能利用云计算支持阅读推广,那么即便是基于互联网的海量信息,读者也能够随时、随地的获取,通过云计算处理阅读者所需的信息,这种云计算支持下的阅读推广,可以让阅读者自由选择阅读内容、安排阅读进度,支持阅读者探索未知事物,合理激发思维。这种形式还将极大的提高图书馆资源利用率,降低了阅读的门槛,过滤互联网信息,提高了阅读的价值^[7]。

2.2.5 人工智能技术推进阅读推广

2016年3月15日,“阿尔法围棋”战胜九段围棋

高手李世石再一次将人工智能技术推进了人们的眼球。这是由于围棋分支系数的体量非常庞大,国际象棋平均每回合有35种选择,围棋每个回合则有250种可能,250种可能中每一种又有250种可能,以此类推,其运算结果是一个天文数字,这个数字甚至比整个宇宙的原子数量还大。这样庞大的步骤选择,单靠计算是无法到达的,这就是为什么很多人承认“阿尔法围棋”已经具备真正的人工智能的原因。人工智能具有深度学习能力是毋庸置疑的事实,阅读推广活动最大的障碍就是需要借助经验馆员的智力活动来进行。所以阅读推广活动的规模和质量都受限于推广人员的数量、素质、经验和智力活动。在人工智能环境下的机器深度学习可以解决目前阅读推广中最大的障碍。

从读者对知识的接受性角度来看,人工智能技术在阅读推广中的应用。单纯的图书推荐或者网络上的推荐都不能叫做真正意义上的阅读推广,真正意义上的阅读推广活动是一个交互反馈系统。要使得读者准确的理解阅读推广内容的真正含义就需要辅助智力活动(如:阅读推广馆员、阅读推广人工智能)的不断修正与辅助。理想的阅读推广应该是在有经验的阅读推广馆员或成熟的阅读推广人工智能的规划安排下有引导完成的实践。在这一过程中读者既不是被动地被灌输知识也不是盲目地探索杂乱的信息。对于人工智能技术参与的阅读推广优势在于能低成本的持续、有效的跟踪、辅助、纠正读者的阅读活动。读者的阅读活动远比电脑上复制粘贴资料要复杂得多,读者阅读新知识是通过联想机制完成学习过程,这一过程常常使原本希望传递的内容发生误解或曲解。如果能让阅读最大限度的保真,那么就需要其他智力活来进行辅助。过去这一过程只能是由人的智力劳动来完成,现

在可以交给人工智能来完成。可以说人工智能技术对阅读推广的支持作用是划时代的革命。

3 结语

虽然阅读推广并不是新鲜事物,但阅读推广的趋势及阅读推广新技术应用将会是图书馆人今后很长一段时间里需要关注的课题。人类进入了信息空前繁荣的社会,不允许图书馆人继续按部就班的思考和服务,不允许图书馆人长期沿用旧的工序和方法为读者提供服务。图书馆人需要尽可能的将新技术引入到实际工作中来解决图书馆的变革和发展问题,才能让历史悠久的图书馆行业永葆活力。笔者愿通过对图书馆阅读推广的新趋势与新技术的梳理,让阅读推广受到更多的重视,让更多的人关心阅读推广发展和新技术应用。

参考文献:

- [1] 彭年冬,贺卫国.中国阅读推广研究述评[J].图书馆工作与研究,2014,(3):93-97.
- [2] 范并思.阅读推广与图书馆学:基础理论问题分析[J].中国图书馆学报,2014,(5):4-13.
- [3] 吴高,韦楠华.中国高校图书馆阅读推广所存在的问题与对策研究[J].图书情报工作,2013,(3):47-51.
- [4] 曹畋.APP(移动客户端)在图书馆信息化中的应用与前景[J].内蒙古科技与经济,2013,(18):61-62.
- [5] 崔波,岳修志.图书馆加强阅读推广的途径与方式[J].大学图书馆学报,2010,(4):37-39,124.
- [6] 曹畋.大数据环境下的图书馆异构数据统一访问与转化系统[J].图书馆理论与实践,2016,(2):80-84.
- [7] 高灵溪,王翠萍.社会化媒体在图书馆阅读推广中的应用现状及策略研究[J].图书馆学研究,2014,(5):77-82.