

互联网时代我国新媒体平台阅读推广现状及策略研究

王慧杰

三峡大学, 图书馆, 湖北 宜昌 443002

摘要: 随着互联网技术的快速发展, 新媒体平台逐渐发展成为重要的阅读载体, 为广大用户提供了更加广阔的阅读空间。然而, 当前在新媒体平台阅读推广中存在着诸多方面挑战, 包括内容同质化严重、监督与管理工作不到位以及阅读者参与度不高等。本文主要分析了互联网时代下我国新媒体平台阅读推广中存在的问题, 并提出了行之有效的推广策略, 以供专业人士进行一定的参考与借鉴。

关键词: 互联网时代; 新媒体平台; 阅读推广; 策略研究; 全民阅读

Research on the Current Situation and Strategies of Reading Promotion of New Media Platforms in China in the Internet Era

Wang, Huijie

Library of Three Gorges University, Yichang, Hubei, 443002, China

Abstract: With the rapid development of Internet technology, the new media platform has gradually developed into an important reading carrier, providing a broader reading space for users. However, there are many challenges in the reading promotion of new media platforms, including serious content homogeneity, inadequate supervision and management, and low reader participation. This paper mainly analyzes the problems existing in the reading promotion of new media platforms in China in the Internet era, and puts forward effective promotion strategies for professionals to make some reference.

Keywords: Internet age; New media platform; Reading promotion; Strategy research; National reading campaign

DOI: 10.62639/sspsstr08.20250202

互联网时代背景之下, 信息技术快速发展, 新媒体平台作为信息传播的重要渠道, 使人们的阅读习惯发生重大改变。新媒体平台凭借自身互动性、便捷性与个性化特点, 在阅读推广中展现出巨大的优势^[1]。然而, 在新媒体平台快速发展形势下, 也出现了多种方面问题, 给阅读推广的质量与效果带来不利影响。因此, 本文对新媒体平台阅读推广的现状进行了分析, 并提出了行之有效的提升策略, 以此营造出全民阅读的良好氛围, 推进我国的文化建设的进程。

一、互联网时代我国新媒体平台阅读推广中存在的问题

(一) 内容质量差异大, 低俗化趋势明显

基于互联网时代发展背景之下, 通过新媒体平台的有效应用, 可以显著地提高知识传播的效率与便捷性, 然而目前来看其内容质量存在着参差不齐的问题。很多新媒体平台中充斥着大量低俗与浅薄的内容, 尽管这些内容在短期内可以快速地吸引公众的眼球, 但是由于缺乏具有思想内涵和深度的内容, 不利于培养公众的阅读兴趣, 更无法提高公众的文化素养, 影响着阅读推广活动的效果。此外, 很多社交媒体平台上充斥着大量的短视频与标题党的文章, 通常来说这些内容

主要是运用了戏谑和夸张的手法, 且内容更多的是围绕着暴力和八卦等话题展开, 难以提供公众具有深度的阅读内容^[2]。随着这些内容的不断的泛滥, 越来越多年轻人养成了“娱乐至上”不良的阅读习惯, 很大程度上忽略了知识的价值与深度, 久而久之, 不仅难以保障阅读的质量, 而且会对人文知识和传统文化带来不利影响。因此, 在新媒体平台开展阅读推广过程当中, 关键点在于保障阅读内容的质量, 坚决抵制各种低俗化内容。

(二) 信息过载与碎片化阅读影响深度思考

随着互联网时代到来, 信息发展的速度不断加快, 同时也引发了碎片化与信息过载等方面问题。新媒体平台的信息量巨大, 更新速度日益加快, 然而在短时间内用户往往无法吸收与消化大量内容。虽然短时间内碎片化阅读可以帮助人们获得大量知识信息, 但是无法引发人们对内容的深度思考与分析, 久而久之, 系统性的阅读不断地减少, 而快速消费型信息内容越来越多, 这种不良的阅读习惯会给公众理解力和激励带来不利影响, 使得人们知识积累越来越零散与浅薄, 对于人们知识文化水平的提升产生不利的影响。除此之外, 新媒体平台在进行内容推送的过程当中, 更多的是以用户的兴趣爱好为出发点, 所推荐的内容缺乏足够的

(稿件编号: SSTR-25-2-1010)

作者简介: 王慧杰 (1986-), 性别: 女, 民族: 汉, 籍贯: 河南省周口市, 学历: 硕士, 职称: 副研究馆员, 研究方向: 阅读推广, 读者服务。

深度与多样性,使单一化和碎片化阅读问题进一步加重。因此,应当促进用户开展深度阅读活动,增强用户信息处理能力,使其更好地应对碎片化阅读和信息过载问题。

(三)读者阅读动机不足,缺乏长期阅读习惯

虽然在短时间之内,新媒体平台能够快速吸引用户眼球,使其参与到阅读活动来,但是从长期发展来看,难以将读者阅读动机激发出来,更无法保障读者阅读参与度。很多新媒体平台在设计阅读内容过程当中,更多的是设计即时性消费的内容,注重娱乐化和快速的信息获取方式,而未能够激励用户开展深入而长期的阅读,这种短期的阅读兴趣不能够转化成为持续的阅读习惯,从长远来看,快餐式阅读方式不能够让读者形成长期的阅读兴趣,更无法将读者的阅读兴趣激发出来^[3]。除此之外,现代人们的生活节奏不断地加快,所承担的工作压力日益增多,越来越多的人无暇进行深度的阅读活动。虽然碎片化信息在短期内可以满足人们信息获取的需求,但是从长远来看,不能够让人们形成良好的阅读习惯。特别是当代年轻人更多的是为了消遣和娱乐才进行阅读,而并未能够在阅读中进行深度思考与知识积累。

(四)用户隐私安全问题,影响阅读体验与推广效果

通过新媒体平台的运用,促进了知识的广泛传播,也推动阅读活动的开展,同时也带来了数据安全和隐私泄露等方面问题。现如今,绝大部分新媒体平台借助于大数据技术的应用,对广大用户行为特点和兴趣爱好进行分析,并在此基础上向用户推荐具有个性化的阅读内容。虽然这种方式可以增强用户的阅读体验,同时也带来了个人隐私和数据安全方面的问题,特别是有的不法分子会窃取用户的个人数据,并开展各种违法行为,如广告营销和信息盗取等,这样不仅给用户的阅读体验带来不利影响,同时难以保障平台推广质量与效果。除此之外,由于平台过度地进行用户数据的收集,加上对算法推荐存在严重的依赖性,很大程度上对用户产生过多干预,给用户的自由选择造成了束缚,带给用户一定的心理负担。在新媒体平台开展阅读推广的过程当中,必须采取有效措施以保障用户的隐私安全。

二、互联网时代我国新媒体平台阅读推广策略

(一)丰富内容形式,增强阅读的多样性与吸引力

基于新媒体平台之上,阅读内容形式与表现方式多种多样,传统的文字阅读难以满足用户日益多元化的需要。因此,为了提高阅读对用户的吸引力,新媒体平台应当重视对阅读内容形式的创新,通过运用音频、视频、互动图文、电子书籍等多种形式,提供用户更多的阅

读选择^[4]。比如,通过创设音频平台,以便于用户可以利用碎片化时间进行听书,推进“听”的阅读方式的形成。同时,通过视频平台的应用,可以利用短视频和影视化改编等多种方式为用户营造生动化的阅读情境,以图像和声音方式呈现书籍内容,增加阅读对用户的吸引力,使其开展广泛的阅读。与此同时,通过运用具有互动性的内容,包括评论、线上讨论等,可以增加读者互动与参与感,提升阅读的趣味性、社交性。除此之外,通过人工智能推荐技术的应用,可以结合用户的阅读记录和兴趣爱好,向其推荐个性化的阅读内容,不仅可以丰富读者的阅读体验,更可以将读者的阅读兴趣激发出来。因此,新媒体平台应当加强对内容呈现形式的创新,在提供读者传统文字阅读的同时,可以提供读者更多形式的阅读方式,提升阅读的互动性和娱乐性,这样可以更好地吸引与留住广大读者,促进阅读推广活动的有效开展。

(二)社交化传播,建立社区化阅读环境

新媒体平台的重要特点之一是社交化的传播,通过社交平台的有效应用,可以促进阅读内容的广泛传播,增强阅读内容的影响力。因此,有必要创设社区化的阅读环境,鼓励广大读者开展互动讨论与分享活动,这样不仅提升了阅读的社交性,同时营造集体学习与思维碰撞的良好氛围。对于新媒体平台而言,应当加强对社交功能的充分利用,组织开展兴趣小组、读书分享会以及书友会等多种形式的活动,强化广大读者之间的互动与联系。在新媒体平台上,广大读者可以相互推荐书籍,并分享各自的阅读体验与心得,同时组织开展各类线下活动。这样一来,通过推进社区化的互动,不仅带给广大读者更多的社交价值,更可以提升读者的阅读归属感与体验感。与此同时,社交平台具有较强的传播特性,在用户进行阅读心得和书籍分享的过程当中,可以促进信息的广泛传播。除此之外,对于新媒体平台而言,可以组织开展“阅读挑战”、“阅读打卡”等多种形式的线上与线下相结合的活动,引导用户积极参与活动中,增强阅读的活跃度。总之,通过运用社交化传播方式,不仅可以促进用户的积极参与,也能够使阅读渗透到人们的日常生活中,从而促进全民阅读氛围的形成。

(三)跨平台整合,打破信息孤岛

基于互联网时代之下,目前各种类型新媒体平台呈现出繁多且分散的特点,使得信息传播出现孤岛化与碎片化的问题。为了实现广泛的阅读推广,应当加强跨平台的整合,促进阅读资源的共享与流通^[5]。因此,对于新媒体平台而言,应当重视对各种类型信息源和平台资源的整合,创建一个更加广泛的阅读网络。比如,新媒体平台可以联合其他阅读平台、电商平台以及社交平台的力量,加快对跨平台推广项目的推出,促进内容的共享与互通。与此同时,新媒体平台可以通过微信公众号、直播、短视频等方式,促进书籍内容、作者背景以及

相关讨论的传播, 引发用户对阅读的高度关注。除此之外, 通过加快跨平台的整合, 不仅可以实现内容资源的共享与流通, 更可以促进平台用户的互动与融合。比如, 读者在某个平台上进行书籍收藏、评论与评分, 可以同步到其他各个平台, 实现对信息的共享。通过开展跨平台的整合活动, 既可以突破信息孤岛, 又可以让不同的平台用户了解更多的优质内容, 增加了阅读的影响力和覆盖面。

(四) 个性化推荐, 精准对接读者需求

新媒体平台具有个性化推荐的功能, 主要是结合用户的阅读记录和兴趣爱好, 向其推荐个性化的阅读内容, 充分地保障了阅读的质量效果。在人工智能技术和大数据技术快速发展的形势之下, 新媒体平台能够更好地了解用户的兴趣点, 并向其推荐更加合适的内容。新媒体平台通过对用户的各项行为数据进行分析, 包括历史浏览、点赞评论和分享记录等, 可以向其推荐个性化阅读内容, 避免出现信息过载方面的问题。比如, 对于热衷文学作品的用户, 可以向其推荐各类经典小说; 对于喜欢科普类的用户, 可以向其推荐相关的科技方面的书籍, 增加了推荐内容对用户的吸引力。

除此之外, 新媒体平台在进行个性化推荐过程当中, 可以结合用户的阅读进度与反馈, 对推荐政策做出灵活调整, 实现动态化的推荐, 确保能够激发用户的阅读热情和关注。在阅读过程当中, 满足用户的个性化需求, 不仅可以提高用户的阅读满意度, 更可以促进阅读内容的深度消费。通过新媒体平台, 用户不仅可以获得大量的信息与内容, 而且可以获得与用户兴趣爱好相关的内容。这种与用户需求紧密对接的阅读推荐方式, 可以帮助用户在大量信息中寻找有价值的阅读内容, 提高了用户的阅读质量与效率。与此同时, 通过采取个性化的推荐方式, 不仅可以让广大用户探索广阔的未知领域, 更拓宽了读者阅读的境界。除此之外, 新媒体平台应当加强对个性化推荐算法的优化, 进而为广大用户提供高质量的阅读体验, 进一步提升用户的黏性, 促进阅读文化的广泛传播与发展。

(五) 政策引导与平台责任, 构建健康阅读生态

在开展阅读推广活动过程当中, 新媒体平台发挥着重要的作用, 但是由于存在着低质量和无序内容传播等方面问题, 很大程度上给阅读推广带来不利影响。因此, 为了在阅读推广中将新媒体平台的作用充分地发挥出来, 既离不开政府的重要引导, 也需要新媒体平台承担起社会责任, 从而营造健康的阅读生态环境。一方面, 政府部门应当出台相关的政策, 鼓励新媒体平台开展各项阅读推广活动, 比如, 通过提供各项税收优惠以及设置阅读基金等方式, 推进阅读内容的创新性发展^[6]。与此同时, 政府部门应当强化对平台内容的监督与管理, 全面保障内容的质量, 以免低俗与暴力等信息的传播, 营造良好的阅读环境。

另一方面, 新媒体平台自身应当承担重大的社会责任, 构建起良好的内容审核制度, 强化对内容创作者的培训, 促进优质内容的生产与广泛传播。与此同时, 新媒体平台要重视营造良好的阅读生态环境, 构建用户信用体系, 促使用户积极参与到优质内容生产与传播过程中, 营造出健康的阅读氛围。

除此之外, 对于新媒体平台而言, 应当加强对技术优势的充分利用, 通过大数据分析技术和人工智能技术有效应用, 根据用户群体的具体需求, 向其准确推送高质量的阅读内容。与此同时, 新媒体平台要组织开展阅读挑战赛和线上读书会等多种形式的活动, 将用户的阅读兴趣充分地激发出来, 为用户营造良好的阅读环境。与此同时, 阅读新媒体平台可以和图书馆、出版社等机构展开深度的合作, 创设更加多元化的阅读资源库, 提供用户更加丰富的阅读内容。总之, 通过综合运用多项举措, 不仅可以充分地保障阅读推广的质量与效果, 还能够在全社会范围内营造良好的阅读氛围, 为加快社会文化建设进程贡献巨大力量。

三、结语

总而言之, 基于互联网时代背景之下, 在开展阅读推广活动过程之中, 新媒体平台展现出巨大的优势, 同时也面临着越来越多的挑战。通过优化内容质量、推进社交互动、开展跨平台合作、实施个性化推荐以及加强政策引导等多种方式, 全面保障阅读推广的质量与效果。展望未来, 新媒体平台应当展开对阅读模式的创新与实践, 强化与广大读者的互动与联系, 同时要加强对行业的监督与管理, 营造出健康的阅读生态环境。只有这样, 才能够在阅读推广中将新媒体平台的重要作用发挥出来, 为促进全民阅读素养的提高以及加强社会文化的建设贡献巨大的力量。

参考文献:

- [1] 陈凯欣. 新媒体平台社会化阅读推广运营研究——以哔哩哔哩平台为例[J]. 图书馆研究, 2024, 54 (04): 53-60.
- [2] 许道琳. 新媒体在阅读推广模式创新中的作用——以短视频平台为例[J]. 大庆社会科学, 2022, (03): 116-119.
- [3] 代俊波, 刘楠, 齐霁. 基于新媒体技术的长白山满族民间故事阅读推广平台的设计与应用[J]. 内蒙古科技与经济, 2018, (15): 69-70.
- [4] 刘劲节, 于洪洋, 常盛. 基于新媒体平台的公共图书馆阅读推广社会合作模式——以长春市图书馆为例[J]. 图书馆学研究, 2020, (24): 59-63.
- [5] 侯福丽. 新媒体平台下高校图书馆阅读推广探究——基于经贸专业学生阅读推广[J]. 北方经贸, 2019, (08): 152-153.
- [6] 赵丹僊, 肖海清. 新媒体视域下西南地区高校图书馆红色阅读推广调查*——以桂滇黔68所本科高校图书馆微信公众平台为考察中心[J]. 图书馆研究, 2022, 52 (02): 54-62.