

全媒体时代高校图书馆阅读推广研究

李同武

山东财经大学法学院 山东 济南 250014

【摘要】“全民阅读”是提高国民科学文化素养，营造求知上进社会建设氛围，助力国民创新创业，建设和谐社会重要举措。2016年我国推行《全民阅读促进条例》，旨在为群体阅读提供保障，优化全民阅读服务，推行促进性措施，明确法律责任。其中，高校作为“全民阅读”条例推行教育机构需基于图书馆提供公益阅读服务，同时为协调合作，发挥高校图书馆阅读推广作用奠定基础。本文通过探析全媒体时代高校图书馆阅读推广方略，以期助推高校图书馆可持续发展。

【关键词】全媒体时代；高校；图书馆；阅读推广

全媒体突出特点在于“全”，是电影、出版、电视、广播、杂志、报纸、网络、卫星通信、电信等各类传播媒介的集合，从触觉、听觉、视觉角度出发给受众带来影响，还能根据受众需求选择最佳传播渠道，提高媒介融合效率，促进媒体服务细分，使信息传播能实时在线、深浅互补、动静结合、交互联动、及时高效，经由全媒体传播、采编、运营及渠道变革、内容变革、资讯整合形式变革发挥全媒体优势。然而，在高校图书馆阅读推广进程中却存在合作推广力度弱、阅读推广缺乏规划，网络资源利用率较低问题，削弱高校图书馆阅读推广影响力、传播力。基于此，为助推高校图书馆稳健发展，探析全媒体时代背景下阅读推广方略显得尤为重要。

1. 全媒体时代高校图书馆阅读推广必要性

1.1 有利于增强学生综合素养

立德树人背景下高校学生需全面成长，其中知识是学生探索发现、创新实践、思考质疑、学习进步的基础，亦是强化个人综合素养的要素，这就需要学生在课上学习知识同时通过图书馆汲取知识养分，在阅读中胸怀大千世界，树立文明互鉴意识，形成正确“三观”，塑造健全人格，使阅读成为学生成长所需能量的源泉。基于此，高校图书馆在全媒体时代加大阅读推广力度，利用网络、报刊等媒介在学生全面成长与阅读之间搭建桥梁，保障学生能阅读更多有价值的书籍，助力学生增强综合素养^[1]。

1.2 有利于高校教师教学研究

阅读推广是图书馆根据读者需求提供针对性服务的重要举措，高校作为科学研究前沿阵地对文献资料的需求量较大，加之科研时间有限、难度较高，需图书馆利用全媒体提供专业服务，通过阅读推广赋予图书资源与科研对接性，为教师短时间内完成科研任务给予支持，继而为高校开展“双一流”建设活动奠定基础。

1.3 有利于优化图书馆的功能

高校图书馆在全媒体时代功能定位有所调整，空间、设备、设施具有移动性、体验感、组合性，藏阅空间发生逆转，图书馆服务前移，将阅读推广与学科设置、教材开发、教法变革、理念升级、科学研究等方面关联在一起，增强阅读推广延展性，同时可根据馆藏资源及读者关系提供个性化阅读推广服务，发挥“自服务”优势，基于全媒体建设智慧图书馆，在物联网、移动通信、大数据等技术应用进程中优化图书馆功能，使之在全媒体时代成为“社会公共知识服务者”，以电子邮件、实时简讯、即时通信等媒介为依托开展隐性交流，提供专题式阅读推广服务，为社会各界建设发展提供高校图书资源^[2]。

2. 全媒体时代高校图书馆阅读推广现状

2.1 合作推广力度弱

全媒体时代高校图书馆阅读推广需基于广播、报纸、网站等媒

介互联互通，整合海量资源构建图书检索平台，建设数据库，基于数据模型，为读者提供针对性推广服务，解决高校图书馆阅读推广服务轻视隐性知识、缺乏知识交流、难以满足个性需求难题。然而，当前高校图书馆合作互动效率较低，未能立足实际发挥其“社会公共知识服务”作用，影响高校图书馆阅读推广成效。

2.2 阅读推广缺乏规划

基于全媒体时代的高校图书馆阅读推广空间朝着多元化方向发展，如研讨空间、学习空间、阅览空间、数字资源空间、藏书空间、展示空间、休闲空间及自助服务等空间，这就需要图书馆打破常规赋予阅读推广体系性，通过科学规划保障各类阅读推广模式能有机结合，挖掘图书馆服务潜能。有些高校图书馆服务创新能力较弱，未能多渠道输出图书资源，阅读推广方案陈旧、体系滞后，阻滞全媒体时代高校图书馆阅读推广活动有效发展。

2.3 网络资源利用率较低

在全媒体时代网络及移动通信是人们获取资讯重要媒介，这就需要高校图书馆提高网络资源综合利用率，受“智慧校园”建设进度、阅读推广理念保守等因素影响，部分高校存在网络资源利用率低问题，不利于高校立足全媒体时代落实阅读推广目标^[3]。

3. 全媒体时代高校图书馆阅读推广方略

3.1 加强合作推广

第一，高校图书馆阅读推广与人才培养机制合作，为高校育才模式变革给予支持，在教学大纲内体现出学生自主阅读重要性，引领学生利用图书馆资源学习、研究、创新，以“课程思政”等教学内容为基点加强阅读推广，依据学生成才需求为其推荐读物，将课程开发与图书馆阅读推广关联在一起，有效充实课程内容，还需在教学变革研究中加强阅读推广，为教师教研提供服务，旨在缩减教法变革及推广周期，为教师推行全育人模式夯实理论基石，继而提高人才培养质量；第二，与学生处、教务处、院系合作提供阅读推广服务，使高校能重视阅读，将阅读推广视为各部门日常工作一部分，例如院系可以“牢记初心、不忘使命”为主题在建军节、国庆节等特殊节日面向学生推广红色教育书籍，同时将阅读效率视为院系学生综合素养考评参考依据，使学生能重视阅读，通过阅读推广读好书、乐读书；第三，与校外品牌知名度较高书店合作，如三联海边公益图书馆、怀柔篱苑书屋等，发挥相关图书馆知名度高、吸引力强、运营模式成熟、推广经验丰富优势，弥补高校图书馆阅读推广缺陷，继而通过合作共享阅读资源，为在全媒体时代面向读者提供优质推广阅读服务给予支持^[4]。

3.2 做好阅读推广规划工作

第一，树立图书馆阅读推广意识，明晰推广意义，在此前提下组建阅读推广综合服务小组，由图书馆工作人员、各院系教师、校外合作书店代表等成员构成，为制定全面、系统、可行阅读推广服

务方案奠定基础;第二,搭建阅读推广平台,除通过宣传栏、传单、广播、报刊等固有媒介进行阅读推广外,还需利用数字电视、网络、移动通信等媒介,旨在丰富阅读推广思路,在解构周期性阅读推广目标前提下基于全媒体时代建设目标执行体系,使规划内容均可落地,通过微信、微博等社交平台用学生喜闻乐见的形式推广阅读,确保新旧媒体优势互补;第三,基于全媒体时代推行阅读推广服务多元评价机制,通过对规划工作成果的全面评价找准高校图书馆阅读推广整改突破口,经由专业评价改进阅读推广综合服务指标,同时吸纳受众反馈,加大创新力度,旨在优化配置全媒体资源,满足受众阅读需求,继而推动高校图书馆稳健发展。

3.3 提高网络资源利用率

在高校现有图书馆互联网运行体系内引入 Web2.0 技术,使基于网络的阅读推广资源共享效率得以提高,以线上用户为核心,应用 wiki、微博等社交网站、应用程序赋予高校图书馆阅读推广社会性,为高校图书资源共享及拓展推广范围给予支持。在 OPAC 查询功能中应用 Web2.0 技术,带给受众良好的阅读推广体验,可与“豆瓣网”相互连接,提供双向互检服务,为受众了解书评、书摘、借书渠道、书的价格等信息提供便利,使阅读推广服务更具综合性。

高校还需基于“智慧校园”建设移动图书馆,运用多媒体技术、无线通信及 5G 等技术,使受众可跨时空享受阅读推广服务,通过平板电脑、手持阅读器、手机等设备能实时进入高校图书馆,了解图书馆动态,查询所需文献,利用先进技术手段提供一键检索服务,图书馆还可统筹海量数据为受众推荐心仪书籍,同时在“我的图书馆”一栏中显示足迹、下载记录、浏览数据等信息,旨在为受众提供人性化阅读推广服务,受众还可选择下载或在线阅读,继而为校内、校外图书资源高效利用搭建平台,发挥全媒体阅读推广服务优势,使高校图书馆阅读推广质量得以提高^[5]。

结束语

综上所述,在全媒体时代高校图书馆阅读推广具有增强学生综合素养,支持高校教师教学研究,优化图书馆的功能必要性。这就需要高校积极与人才培养模式、校内职能部门及校外知名书店合作开展阅读推广工作,为统筹阅读资源,提升服务能力奠定基础,做好阅读推广规划工作,保障高校图书馆阅读推广活动按部就班,还需提高网络资源利用率,发挥全媒体阅读推广作用,继而助推高校图书馆阅读推广服务朝着数字化、智慧化方向不断发展。

【参考文献】

- [1] 吴海纓. 全媒体时代背景下高校图书馆阅读推广分析[J]. 科教导刊-电子版(中旬), 2020(1):52-53.
- [2] 刘静. 全媒体时代高校图书馆的阅读推广[J]. 西部素质教育, 2019, 5(22):114-115.
- [3] 宗桂珍, 常青. 全媒体环境下高校图书馆真人图书阅读的精细化管理研究[J]. 河南图书馆学刊, 2020, 40(1):37-39.
- [4] 陆路. 诚品书店经营模式对高校图书馆阅读推广工作的启示[J]. 漯河职业技术学院学报, 2020, 19(4):92-94.
- [5] 南春娟. 全媒体时代公共图书馆少儿阅读服务的创新实践——以国家图书馆少儿馆为例[J]. 出版广角, 2020(4):67-69.