

基于新媒体背景下的高职图书馆阅读推广策略研究

杨凤先

(河南应用技术职业学院 河南郑州 450042)

【摘要】 在新媒体时代背景下越来越多的人习惯使用移动设备进行阅读,对传统图书馆发展造成了一定冲击,高职图书馆也是如此,作为人才培养的重要场所,高职院校要想更好的进行阅读推广,就要加强与新媒体技术的融合,本文分析了高职图书馆阅读推广现状,并对基于新媒体背景下的高职图书馆阅读推广策略进行了探讨,希望可以为高职图书馆阅读推广发展提供一份参考。

【关键词】 新媒体;高职图书馆;个性化阅读;数字化

DOI: 10.18686/jyfyj.v2i11.31631

新媒体为高职图书馆带来发展机遇的同时,也带来了巨大的挑战,新媒体背景下高职学生的阅读习惯发生了一定改变,高职图书馆虽然针对学生手机控与浅阅读等问题推出了相关推广活动,但效果不理想,传统的图书馆阅读推广体系已经难以满足发展需求,高职院校要借助新媒体技术,将互联网思维融入阅读推广活动中,充分利用新媒体促进学生阅读,提高图书馆的资源利用率,发挥图书馆的育人价值。

1、高职图书馆阅读推广现状

主要体现在以下几个方面:一是推广主体的缺失,高职图书馆阅读推广主体主要应是图书馆管理人员,但实际上很多管理人员并未意识到阅读推广的重要性,推广力度也不足,工作人员的职责未得到合理划分使得很多工作人员无所事事。工作人员的专业素质也有待加强,一些工作人员工作态度不积极,例如:读者询问所需资料的位置时,工作人员通常是“一问三不知”,操作电脑时会出现书籍借阅错位现象,并未没有开展阅读推广活动,影视作品与文学作品之间缺乏衔接,推广工作针对性较差,影响着阅读推广体系的构建。二是推广内容比较落后,图书馆阅读推广有很多方面,包括文本推广、阅读理念推广以及阅读工具推广等,目前高职院校图书馆阅读推广以文本推广为主,忽略其他方面推广,例如:引进先进的图书检索系统后,工作人员未对读者进行培训,向其讲解阅读方法,一些喜欢阅读的读者都是自己研究图书检索系统的使用,降低了阅读效率,或者没有向读者宣传阅读理念,使得阅读推广效果不理想。三是推广形式比较单一,目前高职图书馆阅读推广形式一般都是发宣传单或者贴海报开展推广服务,但学生对这些传统的推广形式缺乏兴趣,而且虽然图书检索系统相对先进一些,但也具有一定局限,其应用效果是建立师生主动去图书馆阅读的基础上,因此,高职院校想要充分发挥阅读推广体系作用,需要积极利用新媒体技术。四是指标体系有待健全,很多高职图书馆阅读推广体系不健全,指标比较片面,难以全面反应新媒体时代阅读推广服务工作,阻碍着阅读推广服务的顺利开展^[1]。

2、基于新媒体背景下的高职图书馆阅读推广策略

2.1 加强公众号管理,研究学生心理状况

一方面,加强公众号管理,目前很多高职院校已经意识到图书馆阅读推广的重要性,开始建立图书馆公众号,让学生进行关注,提升学生的阅读兴趣,但取得的效果不理想,主要原因就是公众号的内容比较陈旧,而且功能缺失,很多图书馆公

众号只可以提供基础库存量查询功能,此种公众号的阅读推广效果较低,在新媒体背景下高职院校要进行改善,结合学生的需求推送相关内容,加强公众号管理。可以从以下几个方面入手:一是由学生进行管理,目前高职图书馆公众号大多由图书馆工作人员进行管理,但这些管理人员对学生的了解程度比较低,很多推送的内容不足以激发学生兴趣,而由学生管理图书馆公众号,能够拉近图书馆与学生的距离,进而实现高效阅读推广。二是提升推送内容的丰富度,高职院校的专业课内容都比较枯燥,图书馆藏书阅读推广的效率比较低,在新媒体背景下图书馆推送内容要结合学生的思想,提高内容知识容量。另一方面,研究学生的心理状况,想要提高图书馆阅读推广效果,要贴近学生的心理情况,因此,高职图书馆系统要采取有效措施调查学生的心理状况,丰富推广内容,例如:在公众号中投放问卷,了解学生的心理状况,然后结合调查结果建设不同藏书分区,使学生能够根据兴趣选择图书。例如:对性格比较内向,想要提升交流能力的学生,可以在分区建设中设置《演讲与口才》、《增强自信心》等图书,这些学生内心比较敏感,对各类知识储备相对不多,在该分区内还可以增设各种名著,提升这些学生的文学内涵,积极修正自身存在的问题,当问题被修正后,就可以带动周围学生阅读,提高阅读推广效果^[2]。

2.2 推广人本服务,重视读者反馈

新媒体时代的到来改变了读者阅读方式,对高职图书馆发展带来一定挑战,只要有互联网学生就可以利用新媒体技术进行个性化阅读,打破了时间与空间的限制,使学生更加方便的进行阅读,因此,高职图书馆要以读者服务为原则,精准把握读者阅读需求,激发读者阅读兴趣。一方面要推广人本服务,及时为读者传递馆藏资源以及信息服务等,深入基层各个角落,使读者深入了解图书馆,实现图书馆推广目的,发挥出图书馆馆藏资源的作用价值。在新媒体背景下人们获取信息的方式由传统媒介转变为新媒体,高职图书馆要充分利用这些新媒体平台进行阅读推广,例如:播放图书馆宣传片,营造良好的阅读氛围,吸引读者,发挥图书馆功能,高职图书馆要树立正确的营销理念,进行针对性阅读推广,例如:结合新生入学、毕业生就业、女性阅读季等时间节点设计具有针对性的推广主题,如女性健康阅读、就业指导阅读等,将图书馆阅读推广活动与学生实际需求相结合,提升推广效果。新媒体时代对图书馆发展带来机遇的同时也带来了严峻挑战,新媒体背景下信息产生、传递等都发生了变化,图书馆的地位受到了弱化,因此,高职图书馆一定要借鉴现代营销理论,推广服务资源,以读者为中心开展阅读导读服务等。另一方面要重视读者的反馈,

新媒体时代的优势特点就是沟通没有障碍,因此,高职图书馆要加强读者与馆员的双向沟通,例如:利用微信、微博平台与读者进行互动,全面了解读者阅读兴趣、阅读需求等,以便明确图书馆的采购计划。通过沟通高职图书馆可以结合读者专业属性,为其提供图书推荐服务,很多学生在走进图书馆时并未具有明确的阅读目的,在浩如烟海的图库中难以抉择阅读哪本书,图书馆就可以利用新媒体平台为学生推荐可以促进其个人发展的图书信息,或者结合学生年龄特点推送主题阅览等,调动学生的阅读兴趣,促进学生阅读^[3]。

2.3 加强数字阅读推广服务

首先,优化数字阅读环境,高职院校要加大数字资源建设投入力度,很多高职图书馆由于经费较少,难以满足新媒体时代读者数字阅读需求,例如:稳定的wifi信号、安全电源插口等,都是数字阅读的重要条件,高职院校要重视图书馆阅读系统界面布局、功能设计等的优化,增强学生的使用感知。高职图书馆要重视阅读平台搭建,整合数字资源,为学生提供更好的信息检索服务,要购进具有良好视觉效果的电子阅读器,强化学生视力的保护,增强其阅读体验,还要打造线上交流圈,通过打卡激励、分享心得等掀起阅读热潮,由图书管理员组成阅读推广部门,保障推广工作的专业性,为馆员提供培训与学习机会提升馆员综合素质,发挥其最大优势促进阅读推广活动的开展。其次,精推数字阅读服务,根据读者的文化基础与感知行

为设计阅读推广信息,站在读者的角度上,力求信息准确、生动,利用大数据技术进行多元协同推广,提高推广覆盖面,调动图书馆志愿者进行言传身教,提高对数字阅读推广效果。高职图书馆要开设信息检索课程,利用培训讲座等提升学生数字信息素养,利用在线导读等活动调动学生阅读热情,利用在线互动答疑为学生提供相关阅读指导,提升学生的阅读素养。最后,结合学生需求提供个性化服务,新媒体背景下,学生个性化需求加大,为高职图书馆数字阅读推广提供了一定发展方向,高职图书馆要关注读者需求,利用数据挖掘技术,对学生的历史检索与借阅记录等进行分析与处理,结合读者阅读喜好,制定个性化阅读方案,通过大数据技术进行搜集信息管理 with 更新,并及时推送给读者,要加强隐性资源的挖掘,提高阅读推送服务的准确性,提高读者的满意度^[4]。

3、结语

综上,新媒体时代的到来,使得人们更加关注图书馆阅读推广活动,想要提高高职图书馆阅读推广效率,就要加强公众号管理,研究学生心理状况,推广人本服务,重视读者反馈,加强数字阅读推广服务,实现自我革新,为高效阅读注入活力,使学生被阅读推广活动吸引,更加喜欢阅读,发挥出阅读的价值。

参考文献

- [1] 王瑞红,孙栋阁.新媒体视角下高职图书馆阅读推广策略分析[J].技术与市场,2020,27(06):171+173.
- [2] 米合亚斯·伊力亚斯.新媒体背景下高校图书馆阅读推广策略探析[J].文化创新比较研究,2020,4(14):180-181.
- [3] 龚道军.基于新媒体技术下的高职图书馆阅读推广策略研究[J].中外企业家,2020(04):147.
- [4] 刘晨曦.新媒体背景下高校图书馆阅读推广模式创新策略[J].办公室业务,2019(19):187+189.