

新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略

王宏霞

山西大同大学图书馆 山西 大同 037009

【摘要】计算机网络科学技术的应用及发展,很大程度上影响了我国各个行业领域的生产经营模式,在很大程度上转变了我国国内民众的生产生活方式。在计算机科学技术高速发展的情形下,我国逐渐进入到新媒体环境之中,新媒体环境背景下,高校学生的阅读需求和阅读方式逐渐发生了变化,为了更好地向高校学生提供图书馆阅读服务,高校图书馆需要基于这类变化,进行有针对性的阅读推广活动,更好的满足读者阅读需求,发挥高校图书馆的价值效用。

【关键词】新媒体环境;高校图书馆;阅读推广策略

新媒体环境下,高校学生获取信息的方式、图书阅读习惯等均发生了一定程度的变化,传统的以纸质图书阅读为主的阅读环境,逐渐被电子、纸质书籍有效融合的阅读环境所取代,越来越多的高校学生适应并习惯于通过互联网科学设备查询图书信息、阅读电子图书。在这样一种环境背景下,为了更好的满足高校学生阅读需求,高校图书馆相关管理者不能忽略读者阅读习惯的转变,应当根据新媒体新环境下读者的切实需求,积极改进自身的阅读推广策略。

1 概述新媒体环境下改进高校图书馆阅读推广策略的必要性

新媒体环境的出现,是现代科学技术持续不断发展的结果,在这样一种情形下,高校图书馆的馆藏资源发生了较大的变化,高校读者的阅读习惯也发生了相应的变化,为了适应新环境发展需要,改进高校图书馆阅读推广策略,显得极为必要。具体的内容为:

1.1 阅读方式多元化发展趋势下的必然性结果

新媒体环境下,传统纸质阅读媒介发生了一定的变化,进而转变为电子书籍、纸质书籍并驾齐驱的局面,在图书阅读资源呈现形式发生变化的情形下,高校学生阅读方式也越发多元。在这样一种环境下,越来越多的高校学生习惯于电子化阅读方式,为了迎合高校学生的图书阅读趋势,图书馆方面需要积极强化自身的阅读推广效力,完善馆内多媒体技术的设施及相关服务,为高校学生多元化途径获取信息提供重要的支持。另外,高校图书馆存在的主要目的在于向高校师生提供知识和文献服务,新媒体环境下,高校师生接触信息数据的方式越发多元,部分师生存在阅读娱乐化、浅显化等阅读趋势,这些阅读特征下的阅读随意性偏大,与高校图书馆服务理念有一定的偏差,通过加大和切实做好图书馆推广工作,能够帮助读者养成良好的阅读习惯,更有助于发挥高校图书馆的价值效用。

1.2 电子类图书资源使用优势

信息科学技术高速发展的情形下,高校图书馆提供给

师生的电子资源种类及数量逐渐超过了纸质资源。一方面,我国计算机科学技术得到了高速发展,基于网络渠道获取信息数据的方式越发方便快捷,增加了电子资源获取可能性,丰富了电子资源种类及数量;另一方面,电子类图书资源本身具有查阅更为方便快捷、信息越发全面等特点,能够很好的满足高校师生的图书资源使用需求,很大程度上加强了高校师生对电子类图书资源的依赖性。为了迎合这一趋势,充分发挥电子类图书资源的价值效用,提高图书馆信息资源服务质量,高校图书馆必须要改进现有的阅读推广策略,让更多的师生掌握电子类图书资源的使用方式。

2 分析新媒体环境下高校图书馆阅读推广的具体策略内容

新媒体环境下,为强化高校图书馆服务质量,促使其走向可持续性发展道路,采取有效的高校图书馆阅读推广策略,具有极其重要的现实价值。具体的策略内容为:

2.1 强化新媒体环境下和传统阅读环境下推广方式的有效融合

传统阅读环境下的推广方式与新媒体环境下推广方式有效结合的情形下,很大程度上能够推动高校图书馆阅读推广效力,让越来越多的高校师生适应新媒体环境下电子类图书资源的查阅服务,帮助高校师生养成新媒体环境下良好的阅读习惯。例如,高校图书馆组织开展诗歌朗诵比赛的情形下,管理者可利用自主录制诗歌朗诵视频的方式,取代传统的现场诗歌朗诵比赛形式,对新媒体环境下阅读推广方式加以融合化应用,通过上传视频至高校图书馆网站平台,让高校师生和专业人士共同参与评选、打分,进而完成整个比赛过程的拼比。该种赛事模式下,融合了传统的纸质类书籍阅读习惯和新媒体环境下视频录制形式,很好的提升了赛事活动本身的创新性,较好的调动了学生的参与积极性,最终能够取得较好的赛事效果,其不光吸引了学生的赛事活动参与积极性,促使学生产生了浓厚的阅读赛事参与兴趣,而且还让更多的学生对诗歌内容、特征、形式等有了进一步的

认知及了解。

2.2 强化馆内阅读指导服务

在高校图书馆组织开展阅读推广活动的情形下,如何切实满足读者的阅读需求,是阅读推广活动实施的方向和目的,对图书馆功能效用的发挥,对高校图书馆之后的发展也有较大的影响。新媒体环境下,为强化高校图书馆阅读推广效力,切实做好相应的阅读推广工作,图书馆管理人员在制定阅读推广方案之前,首先需要基于多样化的途径,收集整理高校学生的阅读需求,包括阅读喜好、阅读习惯、阅读内容与专业关联、阅读时长等多方面内容,例如,通过馆内现场发放调查问卷、互联网平台发放调查问卷等方式,组织开展阅读需求调查活动,其次,管理人员需要利用大数据、云计算等技术,对高校师生的阅读信息进行收集、整理,综合分析高校师生阅读信息、阅读喜好等多方面内容的基础上,依据学生的专业、兴趣等情况,有针对性的、分类别的组织开展高校范围内的阅读推广活动,很大程度上能够强化提升高校图书馆阅读推广活动的针对性。这样一种情形下制定的阅读推广方案,能够与读者自身的需求有较多相符之处,在满足高校师生阅读需求同时,还能够提高学生的阅读兴趣,强化学生对图书馆的粘度。

2.3 构建高校图书馆阅读推广品牌

高校图书馆经营发展的整个过程期间内,为完成阅读推广目标,往往需要展开长期、坚持的阅读推广活动。基于

此,在组织开展阅读推广活动的全过程期间内,高校图书馆方面始终要具有良好的品牌意识,不仅要关注阅读推广活动的持续性和连贯性,而且还要注重活动特色的形成,以期能够构建良好的阅读推广品牌。基于此,高校图书馆需要依据馆内和学校的资源优势,组织开展特色化的阅读推广活动,并基于微信、微博、网站等多样化宣传推广平台,强化高校图书馆的品牌知名度和影响力。

2.4 营造良好的数字阅读环境

新媒体环境下,电力类图书资源在高校图书馆范围内的影响力持续不断强化,为了帮助学生养成良好的电子类图书资源的阅读习惯,高校图书馆方面应当尽可能优化完善现有的数字阅读环境,让学生在良好的数字阅读环境中组织开展阅读活动。基于此,高校图书馆方面可加大电子类图书资源的资金投入力度,做好数字阅读网站建设和维护工作,构建良好的信息共享空间,吸引更多的师生前往图书馆开展电子类图书资源的阅读活动。

3 结束语

综上所述,通过本文的分析论述分析,新媒体环境下,高校师生的阅读习惯发生了一定的转变,为了更好的提供图书服务,高校图书馆需要营造良好的数字阅读环境、构建高校图书馆阅读推广品牌、强化传统阅读推广与新媒体环境下阅读推广策略的融合效力,促进阅读推广目标的达成。

【参考文献】

- [1] 次仁卓嘎. 论新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略 [J]. 传媒论坛, 2020, 3(12):100, 102.
- [2] 李沛. 新媒体环境下的高校图书馆阅读推广分析与策略 [J]. 兰台世界, 2020(05):113-116.
- [3] 赵雪峰. 新媒体环境下高校图书馆数字阅读有效推广探讨 [J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(05):270-271.
- [4] 张保芳. 论新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略 [J]. 传媒论坛, 2020, 3(04):117-118.
- [5] 曹文兰, 杨树仁. 新媒介环境下高校图书馆阅读推广策略——构建地方院校大学生导读服务模式新思路 [J]. 河西学院学报, 2016, 32(1):105-108.