

网络新闻媒体关注视角下 高校图书馆阅读推广工作的探索

——以武昌工学院图书馆为例

孙金彪 孙维兴^{通讯作者}

(武昌工学院 创新创业学院 湖北 武汉 430065)

【摘要】自2014年起我国“全民阅读”连续五次写入政府工作报告^[1]；阅读推广是图书馆的根本性任务、是图书馆历史发展的必然结果，目前还没有任何社会机构在阅读这一功能上可以取代图书馆^[2]。以计算机和信息技术为代表的当今信息大爆炸时代，人类的信息需求也发生着根本变化。努力营造与网络新闻媒体相联系的高校阅读推广工作，符合信息时代高校读者对于信息的需求和文化素养提高的社会走向。

【关键词】网络新闻；媒体关注；高校图书馆；阅读推广

1 研究不足

经过对所获文献进行分析，发现涉及到的论点比较广，例如媒体与图书馆形象相关研究、相关图书馆媒体推广策略的研究、媒体环境下提高馆员素质的研究，而“网络新闻与图书馆阅读推广”方面的研究很少。目前高校图书馆阅读推广方式主要以传统阵地式宣传为主，存在同质化、从众化、效益低等特点，新型媒体信息宣传虽然受学生青睐，但制作成本高昂，对制作人员要求严格。因此推陈出新进行高校图书馆阅读推广工作迫在眉睫。

2 本文的创新点

本文创新点表现在——利用新闻要素中新、奇、少、亮等特点，结合高校图书馆阅读推广活动开展，做出推广工作亮点，吸引新闻媒体关注。网上相关媒体进行报道转载后，由学校组织通过校园媒介发布在校园平台和学生信息终端。网络新闻报道的超文本、多媒体特性，使其表现形态多样、一目了然。有效扩大了图书馆阅读推广活动的辐射面，使该阅读推广具备了生命力和延展性，阅读推广工作深入人心。

3 网络新闻媒体与高校图书馆阅读推广工作高度融合具体做法

“创新”是人类最珍贵的精神财富，一个国家、民族如果没有创新思维，就难以适应时代的发展。而对于网络新闻媒体和高校阅读推广工作来说都需要推陈出新，具体表现在：新闻媒体需要采集“新”的新闻素材，完成有价值的新闻推送；高校图书馆亦需要在阅读推广中创造“新、奇、少、亮”等特点来吸引新闻媒体关注并扩大阅读推广活动的辐射面。

下面以武昌工学院图书馆阅读推广工作与网络新闻媒体相结合进行案例展示，进而形成工作亮点。

3.1 图书馆阅读推广活动应围绕“新”开展进而吸引新闻媒体关注

例：2019年3月13日，中国新闻网湖北新闻以题为“高校图书馆推VR全景漫游服务可掌上逛图书馆”报道武昌工学院图书馆制作完成的VR全景图书馆，关注量达到100000+（据中国新闻网后台数据）。正是做到了“新技术”应用到图书馆的“新”体验，受到了媒体关注，并被新浪网等媒体转载报道。

3.2 高校图书馆阅读推广应围绕“热点时事”来创造新闻，引发读者共鸣

例：2019年4月25日，武昌工学院第六届读书文化月阅读沙龙活动中，紧跟时事热点“2019年4月15日下午6点50分，巴黎圣母院大火”，武昌工学院图书馆老师与读者一起在图书馆二楼白沙书苑对《巴黎圣母院》作品展开赏析，在赏析

中展示了艺术学院学子和老师共同完成的3DMAX“巴黎圣母院”模型。形象、逼真的造型被人民网以题为“武汉一高校师生用3DMAX“修复”巴黎圣母院”进行报道。阅读推广结束后，该图书馆纸质版《巴黎圣母院》被学生借空。

3.3 一般步骤（图1）

发掘和实现图书馆阅读推广发布新闻的一般步骤：

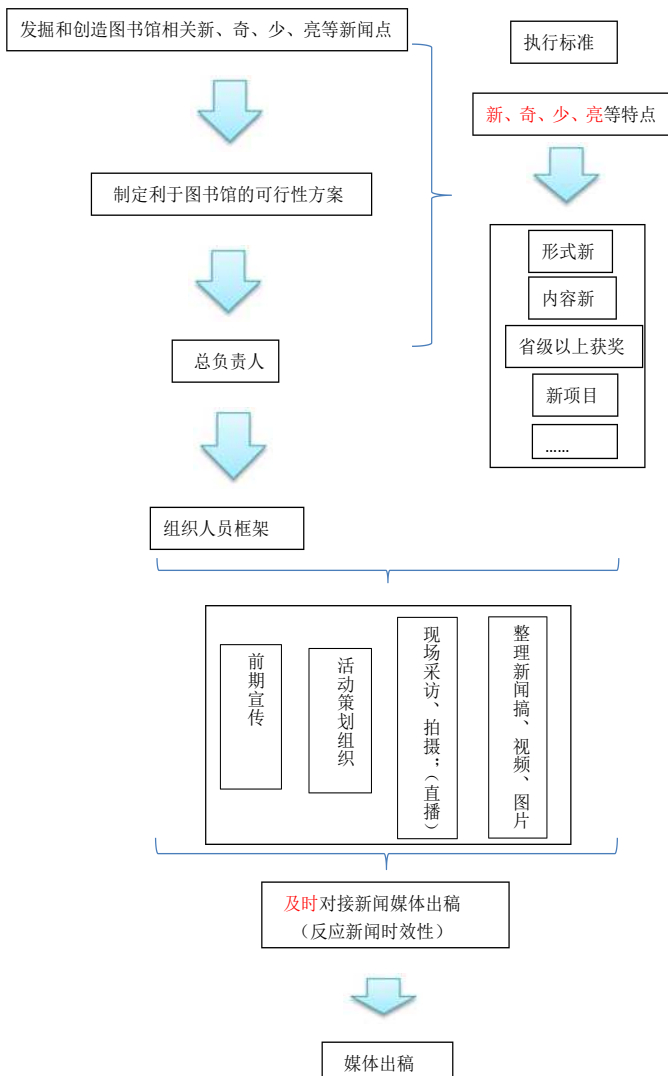


图1

表1 新闻媒体关注与其他阅读推广工作比较

项目	关注人数	经费使用(元)	效果(优良中差)
读书文化月活动	约3000—6000	7000	优
新媒体阅读推广	约1000—7000	2000—50000	优
读书分享会	约300	100	中
阅读讲座	约300	100	中
新闻媒体关注图书馆阅读推广 (以最少和最多关注量计)	约1000—100000	100	优

3.4 与武昌工学院相关阅读推广形式比较分析(表1)

由上表可以看出,根据武昌工学院12000人的在校生统计,通过读书文化月等阅读推广活动结合其亮点,被媒体报道后,从阅读推广活动的辐射面、经费使用情况、产生效果等数据对比来看,新闻媒体关注图书馆阅读推广活动效果显著。

3.5 武昌工学院图书馆阅读推广活动在网络新闻媒体关注下,对该馆2015—2019年度图书借阅量(图2)和网站点击量(图3)有着一定的促进作用(图2、图3均为武昌工学院图书馆官方数据)。

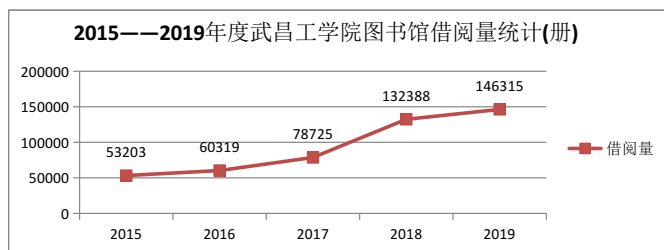


图2 2015—2019年武昌工学院图书馆借阅量图

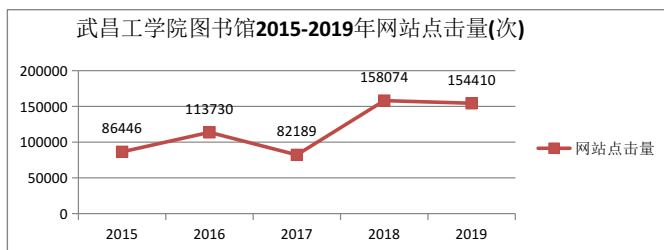


图3 2015—2019年武昌工学院图书馆度网站点击量图

从图3数据看,2015—2019年武昌工学院图书馆网站点击量总体保持增长,2017年因该馆网站改版造成一部分数据丢失,使当年统计数据短暂下降。

4 网络新闻媒体关注下图书馆阅读推广工作的重要性

利用网络新闻媒体传播面广、互动性好、权威性突出等特点开展高校图书馆阅读推广工作符合信息时代的要求,更是一种重要的阅读推广形式。

4.1 网络新闻媒体关注图书馆可激发馆员参与图书馆阅读推广活动的热情

一项阅读推广工作由图书馆工作人员组织策划才能顺利完成,在大多数情况下,工作人员大都会相互推诿。但通过阅读推广创意吸引网络新闻媒体关注后,将阅读推广过程形成稿件在网上发布,并由各校园媒体转发,对员工组织的推广工作是一种莫大肯定,充分激发员工参与阅读推广的热情。

4.2 网络新闻媒体关注有助于提升图书馆形象

图书馆将好的阅读推广活动案例和创新服务举措推荐给网络新闻媒体,通过连续性报道宣传,引导更多的读者到图书馆学习,对内对外展现了图书馆的良好媒体形象。

4.3 网络新闻媒体关注图书馆有助于培养专业宣传人才

当下图书馆阅读推广工作要求员工必须具备与读者和媒体沟通的能力;创新阅读推广工作方案、制作和发掘新闻线索的能力;了解新闻采编标准、媒体运作模式及规律的能力;以实事求是的工作态度博得新闻媒体的信任,使阅读推广工作效益最大化。图书馆阅读推广工作是一个系统工作,必须与各方建立沟通渠道,确保阅读推广工作有效进行。阅读推广活动被网络新闻媒体关注的过程有利于图书馆宣传人才的培养。

5 结语

当代大学生已经不满足于传统的信息获取方式和学习方式,在新媒体为媒介的传播方式指引下,网络新闻媒体能带给读者更好的信息和信息接收方式,能给高校图书馆阅读推广工作带来新的思路和动力。但是目前高校图书馆团队人员短缺、创新能力不足等弊端,对新闻媒体吸引力不够,使高校图书馆阅读推广工作仍然停留在以传统阵地式宣传为主,以新媒体信息宣传为辅的阶段。需要我们继续完善,不断创新。

参考文献:

- [1] 李克强: 一个国家养成全民阅读习惯非常重要 [EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2017-04/22/content_5188228.htm, 2018-06-18.
 - [2] 吴晔. 任务、使命与方向: 图书馆的阅读推广工作 [J]. 图书馆杂志, 2014, (4): 18-22.
 - [3] 罗奥. 网络新闻生命周期及延伸策略研究 [D]. 重庆: 重庆师范大学, 2015: 9-11.
 - [4] 莫启仪. 2012 年中国图书馆年会媒体宣传策略 [J]. 图书馆建设. 2013(04): 88-95.
 - [5] 黄婧. 公共图书馆媒体宣传推广策略探究——以深圳图书馆2014年媒体报道为例 [J]. 图书馆理论与实践. 2013(04): 88-95.
 - [6] 吴力武. 媒体新闻信息开发与图书馆建设 [J]. 图书馆建设. 2006(5): 117-118.
 - [7] 杨盛春. 新媒体时代高校图书馆新闻传播嬗变及其应对策略 [J]. 2017(06): 51-53.
 - [8] 谢万幸. 论图书馆新闻宣传策划 [J]. 新闻研究导刊. 2015, 6(17): 65-66.
 - [9] 李东方. 网络新闻标题的特点及大众化倾向——以高校图书馆网络新闻为例 [J]. 图书馆. 2010(11): 68-69.
 - [10] 宋 蓉. 新闻报道中的图书馆社会形象——基于近五年来对安徽省图书馆的报纸新闻报道的统计分析 [J]. 合肥工业大学学报(社科版), 2013, 3(27): 141-144.
- 基金项目: 本文系湖北省教育厅科学技术研究计划项目研究成果之一: 首义文化在后疫情时代武汉城市形象新媒体传播研究, 项目编号: B2021326;
- 基金项目: 本文系湖北省教育厅科学技术研究计划项目研究成果之一: 基于全息影像技术下的城市展览馆交互设计研究, 项目编号: B2018324;
- 作者简介:
- 孙金彪(1985.8-), 男, 汉族, 湖北武汉人, 硕士, 武昌工学院, 讲师, 研究方向: 数字媒体, 创新创业。