

新媒体时代高校图书馆阅读推广策略初探

孙焱

(南昌航空大学 330063)

摘要: 新媒体时代来临后, 高校大学生的阅读方式与习惯也发生了改变。作为高校图书馆来说, 在开展图书馆管理工作时, 必须顺应新媒体时代发展的需求, 针对大学生出现的阅读碎片化与浅显化发展趋势, 探索高校图书馆阅读推广的策略, 促进大学生文化素养的有效提升, 帮助大学生树立正确的文化自信, 为大学生后期的成长和发展打下坚实基础。本文主要是就新媒体时代下的高校图书馆阅读推广策略进行了分析与探讨。

关键词: 高校图书馆, 新媒体, 阅读推广模式

On the Reading Promotion Strategy of University Library in the Micro media Era

Sun Di

(Nanchang Aviation University 330, 063)

Abstract: With the advent of the era of micro media, college students' reading styles and habits have also changed. As a university library, when carrying out the library management work, we must comply with the needs of the development of the micro media era, explore the strategies of university library reading promotion, promote the effective improvement of college students' cultural literacy, help students establish correct cultural self-confidence, and lay a solid foundation for the later growth and development of college students in view of the trend of reading fragmentation and superficiality. This paper mainly analyzes and discusses the reading promotion strategies of university libraries in the era of micro media.

Keywords: university library, micro media, reading promotion mode

引言

传媒技术的迅速发展以及以微博、微信、微电影等为代表的微传播形式的涌现, 促进了人类社会向新媒体时代发展的速度。所谓新媒体也就是以微博、微信以及由此衍生而来的信息发布与共享的新型网络媒体传播形式。该网络媒体传播形式的发展和应用, 对大学生的阅读方式产生了极大的冲击, 所以高校应该紧跟新媒体时代发展的步伐, 正确引导大学生正确选择阅读方式, 为大学生获取知识提供便利。

1、微媒体的概念及特征

1.1 微媒体的概念

网络技术与信息技术欣赏发展衍生出的各种新媒体, 引起了社会各界的高度关注。而新媒体作为一种以微博、微信等煤炭形式为主的网络传播形式, 其具有的可动态传播简短内容的特点, 为高校图书馆阅读推广模式的创新与改革提供了强有力支持。

1.2 微媒体的特征

(1) 自发传播性。所谓自发传播性, 微媒体在传播相关信息时, 必须紧紧围绕信息发布者的个人喜好和兴趣, 向社会公众传播没有版权归属等法律问题的信息。通过对微媒体传播渠道的分析发现, 这种免费的数据信息, 不但加快了微媒体传播形式推广的速度, 而且向社会公众传播了更多其感兴趣的内容。(2) 增值性。由于信息微媒体筛选、加工、传播信息的过程实际上就是其增值的过程。借助微媒体对原有信息进行相应的调整和改变, 不仅满足了修改和补充信息内容的要求, 同时实现了客观评价信息内容的目的。(3) 选择性。微媒体作为一种全新的媒体传播形式, 其在传播信息时主要分为以下几个阶段: 第一阶段, 信息发布阶段。这一阶段主要是借助朋友圈、微博等多元化媒体形式, 向外界外部相关信息。第二阶段, 关注阶段。这一阶段主要是以点赞、收藏、转载等为主。第三阶段, 加工评论阶段。第四阶段, 信息再传播阶段。由于微媒体在传播信息的过程中, 任何人都可以成为信息传播的主体, 其在传播信息时, 只需按照自己的要求编辑或转载其他地方的信息即可完成信息的传播。但是由于此类信息传播形式在应用过程中, 难免会因为受到负面信息的影响, 对网络传播造成影响, 所以人们应用微媒体信息传播方式时, 必须切实做好信息筛选、加工和处理的相关工作, 才能确保其传播的信息内容的真实性与准确性。

2、高校图书馆阅读推广实践活动出现的问题

2.1 读者参与度不同

新媒体时代下的高校图书馆, 应该顺应时代发展潮流, 根据大学生读者的实际需求, 开展多样化阅读推广活动。但是就目前来说, 很多高校图书馆在开展大学生阅读推广实践活动时, 忽略了大学生阅读需求和阅读兴趣分析的重要性, 最终导致参与高校图书馆阅读推广活动的大学生少之又少, 影响了阅读推广活动的效果。比如, 某高校图书馆在举办读书月活动时, 虽然投入了大量人力和物力, 但最终图书馆读书月活动举办的效果并未达到预期, 而纪念封设计大赛以及经典诗词立体阅读体验活动却出现了大学生读者踊跃报名参加的现象。

2.2 服务对象较为单一

高校图书馆开展的阅读推广活动针对的是大学生读者, 忽略了为教师读者提供阅读推广服务的重要性。由于大学生读者与教师读者不管是阅读兴趣, 亦或是阅读目的等各方面都存在很大的差异。大学生读者虽然对时尚休闲类文献、语言应试类文献、专业技术类文献的需求较高, 但是因为其受到自身阅读能力、阅读主动意识较差等因素的影响, 制约了其文献检索能力的提升。教师读者则为了确保教学科研工作的顺利进行, 不仅要通过图书馆阅读大量与本专业相关的参考资料, 而且对相关文献资料的时效性提出了明确的要求。所以, 为了有效提升高校图书馆阅读推广活动的有效性, 高校图书馆应该针对高校内部不同的读者群体制定针对性的阅读推广活动策略, 才能最大限度的满足高校师生提出的个性化阅读服务需求。

2.3 缺乏评价机制

新媒体时代来临后, 各个高校图书馆开展的阅读推广活动, 不但有效激发出了广大读者的阅读热情, 而且促进了高校图书馆文献资源利用率的有效提升, 通过在校内营造良好校园阅读氛围的方式, 创造了和谐的校园阅读文化, 扩大了高校图书馆阅读推广活动的影响力。由于高校图书馆开展的阅读推广活动离不开人力、物力和财力的支持, 所以, 高校图书馆举办的阅读推广活动是否能够达到预期效果直接决定着高校图书馆阅读推广活动的收益。但是就目前来说, 绝大多数高校在开展阅读推广活动时, 都因为缺乏阅读推广评价机制, 影响了阅读推广活动效果的提升。

3、微环境下高校图书馆推广阅读模式

3.1 打造新媒体推广阅读的新模式

3.1.1 微媒体推送经典书目

微媒体时代来临后,用户只需通过微媒体即可随时随地了解数字阅读资源与服务动态。高校图书馆在开展阅读推广活动时,定期向用户推送经典书目或精彩文章片段,不仅将读者的注意力吸引到了阅读书籍上,而且帮助学生彻底改变了以往的碎片化阅读方式。作为高校图书馆管理人员来说,应该充分发挥公众平台的粉丝分组管理功能优势,按照专业和学历背景对学生进行分类,然后根据各个用户群的专业特点、研究方向,向读者定期推送各个专业的热门书籍和信息,以便于大学生读者可以根据自己的专业特点和需求,选择符合要求的书籍阅读。

3.1.2 举办书友会

利用微信朋友圈定期举办书友会,为具有共同阅读爱好与研究背景的大学生读者,搭建分享交流平台。这种阅读推广模式不仅彻底打破了时空、地域等因素对高校图书馆阅读推广活动开展产生的限制,而且将大学生读者聚集在朋友圈,满足了大学生读者随时随地探讨问题的需求。此外,书友会开始前,图书馆管理人员还应及时将书友会计划与话题发布于朋友圈中,以便于具有共同阅读爱好的读者及时在微信书友会中发表自己的文字或图片观点,分享自己的阅读体验,扩大阅读话题传播的范围,为更多的大学生读者参与微信朋友圈书友会提供便利。

3.1.3 设立微书评投稿专栏

高校图书馆在开展阅读推广活动时,可以通过设置微书评投稿专栏的方式,充分发挥微书评的鲜明特点,鼓励大学生读者发表自己的评论。顺应微媒体时代发展的潮流,精心挑选和编辑,同时向用户定期推送优秀书评,才能在调动用户阅读积极性和主动性的基础上,丰富大学生读者的阅读体验,促进大学生阅读鉴赏能力和效率的有效提升。

3.1.4 制作微型视频

微型视频因为自身具有的视听信息内容丰富等特点,不仅有助于吸引到学生的注意力,而且在大学生读者的脑海中留下了更加深刻的记忆,进一步提高了图书馆阅读推广活动的效果。

3.2 依托“真人馆”微服务,推广特色资源

高校图书馆采用的真人馆阅读推广模式,主要是通过邀请真人与学生分享自身丰富生活知识、阅历与经验的方式,调动大众参与交流评论的积极性和主动性。真人馆阅读推广活动模式作为一种话题效应强大且需要海量投放实时热点的推广活动方式,不仅有助于相关实时热点在持续发酵后形成有助于全社会聚焦讨论的话题,而且其形成的强大讨论量,对于阅读推广活动社会关注度与知名度的提升也有着极大促进作用。人图多媒体服务模式则主要是借助于人图拥有的内容丰富的音乐、视频、图片、讲座、考试等多媒体资源,采取线上线下相结合的方式,为广大读者提供内容丰富的阅读资源,开展个性化阅读资源推广活动,扩大大多媒体服务推广活动的影响力。

3.3 碎片化阅读多样化资源微推广

近年来,微信、微博以及各种不同类型的阅读APP平台的发展,数字化阅读已经逐渐成为了高校大学生读者青睐的阅读形式,而这种阅读方式也被人们称之为碎片化阅读。由于碎片化阅读对微媒体时代下的大学生生活、学习产生了积极的影响,所以高校图书馆在开展阅读推广活动时,应该构建与微信、微博为主体的大学生碎片化阅读平台,为大学生提供自由阅读书籍的机会,满足了大学生用户随时随地获得丰富信息资源的要求。微信、微博作为学生在线学习的好帮手,其具有的实时共享性特点,通过构建资源共享平台的方式,为每一个读者提供了获得丰富学习资源的渠道。作为高校图书馆来说,应该根据微媒体时代高校图书馆阅读推广活动开展的要求,加强与企业、社区、社会组织等合作的力度,通过开展国学讲座、经典唐诗诵读、文学作家签售等多样化阅读推广活动的方式,在高校内部营造全民阅读活动氛围,调动广大师生读书的积极性和主动性。此外,合理运用微媒体,引导学生利用闲置时间学习碎片化专业知识,不但向学生提供了个性化、碎片化信息服务,而且满足了学生提出的个性化阅读服务需求。

3.4 利用不同的微媒体渠道实施学科服务

微媒体与传统的图书馆信息服务模式相比,不仅具有信息传播

速度快、覆盖面广泛的特点,而且满足了用户提出的个性化阅读信息服务需求。(1)以QQ为依托搭建学科馆员与用户沟通平台,充分发挥QQ的社交属性优势,向客户提供阅读信息服务,了解和掌握用户的行为时间节点,确定向用户推送资源或服务的具体时间,保证用户可以随时随地获得符合自己需求的信息资源。由于受到个人能力不足等诸多因素的影响,部分高校图书馆的学科馆员在面对用户提出的专业工具、软件、测试仪器需求时,经常出现无法像用户提供服务信息的目的。此时学科馆员通过向其他QQ群求助,然后由通过QQ私信的方式,将个人积累的学术工具或测试信息分享给学科馆员,最后再由学科馆员将其转发至其他QQ群,用户即可及时了解和掌握相关的信息。专业服务QQ群的建立,不但为学科馆员与用户之间提供了交流沟通的平台,而且使得用户从以往的学科服务享受者转变为学科服务提供者,为学科馆员开展信息服务工作提供了强有力的支持。(2)合理借助微博搭建集用户学习、科研信息于一体的专业学科服务平台。搜集和定期发布与用户信息利用能力、科研能力相关的信息。用户在享受阅读服务时,只需通过微博私信问题或评论相关问题,即可将其作为微博内容发布于微博主页中,为更多用户及时看到同类问题提供了便利,提高了阅读服务的有效性。(3)借助微信定期发布专业业界动态。紧跟微媒体时代发展的脚步,设置专业微信公众号,定期发布该领域最新的专业热点、专业期刊论文、研究动态、会议、奖金资助活动等相关信息,从中筛选与各个专业学科研究相关的热点信息与科研内容,并将其转发至学科微信朋友圈、班级微信群中,将更多的专业动态呈现在用户面前,扩大了用户的学习视野,促进了用户学科综合素养的有效提升。另外,学科馆员在日常工作过程中,还应充分发挥专业学院微信公众平台的优势,定期向教师微信群、课程微信群等发布学科资源与线下活动信息,组织学生参加专业学科检索技能培训活动,为广大读者提供最优质的学科服务,最大限度的满足读者提出的个性化阅读服务需求。微信作为高校图书馆学科馆员与用户之间交流沟通的重要平台,微信小程序具有的免下载、体积小、易传播等特点深受广大用户的青睐。所以,高校图书馆学科馆员在借助微信检测用户对数据库的了解程度与使用水平,以便于用户及时发现自身存在的不足,帮助用户加深对检索学习的重要性,充分发挥数据库在高校图书馆阅读推广活动中应用的作用,提高高校图书馆阅读推广活动开展的效果。(4)合理应用微视频演示检索技术。由于信息建设中涉及到的大多数技能都必须通过现场演示的方式呈现,如果用户与学科馆员之间无法面对面接触的话,现场演示活动自然也就无法进行。所以,学科馆员应该合理应用微视频讲解检索知识与检索技巧,筛选出检索知识点以及常见问题,制作满足用户自学要求的微视频,定期发布于百度云盘,而用户则只需利用自己的碎片化时间学习相关知识,即可达到有效提升自身信息素养能力的目的。

结语

总之,微媒体时代下的高校图书馆阅读推广服务模式的创新实践,作为一项长期而系统性的工作,要求高校图书馆管理人员必须在树立阅读微服务推广服务理念,建立科学合理的图书馆服务体系运行机制,提高微媒体时代下,高校图书馆阅读服务推广活动的有效性。

参考文献:

- [1]赵军成.全媒体时代高校图书馆阅读推广策略研究[J].绥化学院学报,2022,42(05):135-138.
- [2]李晓丽.新媒体时代高校图书馆数字阅读微媒体推广对策分析[J].中国新通信,2021,23(24):60-61.
- [3]朱莹.新媒体时代高校图书馆数字阅读微媒体推广分析[J].采写编,2021,09:183-184.
- [4]王立源.新媒体时代高校图书馆数字阅读微媒体推广[J].新闻研究导刊,2021,12(01):239-240.
- [5]遇晓.微媒体时代高校图书馆阅读推广探讨[J].兰台内外,2020,24:75-76.

作者简介:孙娣,1973年10月,江西南昌,馆员,本科。