

新媒体时代高校图书馆阅读推广策略与研究

张巧枝 吕瑞仙

(内蒙古巴彦淖尔市河套学院图书馆 内蒙古 巴彦淖尔 015000)

【摘要】 随着时代的快速发展,新媒体时代逐渐到来。文章探讨了新媒体时代的特点和新媒体时代下图书馆阅读推广变革的必要性,指出了新媒体时代高职图书馆阅读推广传承与创新的制约点,并提出了新媒体时代下高职院校图书馆阅读推广的创新策略,以期对相关研究提供借鉴。

【关键词】 新媒体; 高校; 图书馆; 阅读; 推广策略

引言

随着媒体技术的发展和移动互联网技术的应用,新媒体已经成为近些年普遍受到民众关注的热词,成为一种时代的风尚。相对于传统的电视、广播、报刊等媒体而言,新媒体具有很多优势和特点,它利用有线网络、无线通信、移动技术、数字技术、网络技术等技术手段,借助数字电视机、电脑及手机等平台,为用户提供各类服务。新媒体对社会的影响是全方位、多角度的,对高校图书馆的影响也十分明显,图书馆的知识服务和馆藏结构都受到新媒体的影响发生着巨大的变化。

1 新媒体时代高校读者的阅读特点

1.1 阅读载体改变, 阅读方式更加多元

新媒体时代是信息共享时代,互联网实现了信息的快速传播和交流,这使得阅读不再局限于传统的纸质书籍,越来越多的人选择手机阅读、网络在线阅读、电子阅读器阅读等数字化阅读方式,这突破了传统阅读方式在时空上的限制。2019年发布的《第十六次全国国民阅读调查报告》显示,全国数字化阅读方式(包括网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、平板电脑阅读等)的接触率为76.2%,数字阅读用户已达4.3亿人;从数字化阅读方式的人群分布来看,18—29岁的人群占32.8%,30—39岁的人群占25.4%,40—49岁的人群占23.5%,50—59岁的人群占13.0%。其中,超过半数的成年国民倾向于数字化阅读方式,高校大学生已经成为数字化阅读的主力军。报告进一步指出,2018年我国成年国民数字化阅读较上一年呈上升趋势,具体来看,2018年有69.3%的成年国民青睐网络在线阅读;73.7%的成年国民青睐手机阅读;20.8%的成年国民青睐电子阅读器阅读;20.8%的成年国民使用平板电脑进行数字化阅读。

1.2 受众群体广泛

据2018年我国新闻出版研究院的最新研究显示,在数字媒介发展迅速的社会环境下,目前我国民众采用数字化阅读方式已经占到了阅读总量的73.0%,相对于过去一年的68.2%又有一定的提升,数字化阅读已经成为国民阅读的主要方式。大学生作为阅读的主力军,对新媒体阅读方式的喜爱也十分明显,高校图书馆推广数字阅读活动有非常广泛的受众。

2 新媒体时代下图书馆阅读推广变革的必要性

新媒体对高校图书馆传统阅读的影响巨大,一方面,新媒体时代高校师生的阅读习惯发生了变化,图书馆阅读推广也必须与时俱进,不断创新。新媒体时代,各种电子数字信息传播媒介融入了人们的学习和生活,信息传播迅速,检索快捷,信息服务成本低,阅读推广省时高效,电子阅读、数字化阅读备受人们青睐。人们从传统的纸质阅读局限中摆脱出来,开始尝试新的阅读方式。反过来,新媒体也降低了人们的阅读层次,在一定程度上抑制了图书馆服务功能的发挥,使阅读浮于表面。另一方面,新媒体对阅读群体也产生了显著的影响,且负面影响较为明显。高职师生在数字化阅读过程中接触到的内容虽然图文并茂,融合了音视频等资源,但也使高职师生忽略了深层次阅读,在阅读中侧重视觉上的感知,浅阅读倾向明显,失去了深层阅读与思考的价值,这样的阅读只能被称为“浏览”。新媒体传播媒介虽然丰富了阅读信息资源,但内容杂乱,信息筛选困难,质量无法保证,

对高职师生形成了负面引导。在新媒体的持久影响下,高职师生缺乏深度阅读,不利于其正确阅读观的培养。因此,新媒体时代高职院校图书馆阅读推广必须实现传承与创新同步。

3 新媒体环境下的高校阅读推广模式

3.1 构建多元化的阅读推广服务渠道

在新媒体时代,读者的阅读行为与习惯,包括阅读方式、环境等都发生了很大的改变,这就对传统图书馆的阅读推广工作提出了新的要求,要求图书馆能够创新推广的载体,拓宽阅读推广的渠道。毕竟在大众阅读行为变化的同时,纸质阅读已经逐步转变为网络阅读、智能阅读,这就要结合时代特点,把传统的阅读推广方式向数据化服务转变。在新媒体时代,图书馆要能够结合各种新媒体的特点,通过图书馆官方网站,开通官方微信、微博等,运用多样化的途径跟读者进行互动与交流,在阅读服务内容上有所拓展,把传统的文献阅读转化为文字数据展示、图文结合等内容转变,通过传统途径与方式为公众介绍图书馆的资源,积极构建多样化的服务渠道,从而满足不同阅读群体的需求。

3.2 培养新媒体阅读推广人

要注重阅读活动组织者的专业素质,不断培养新媒体阅读推广人,提升企业前沿技术、推广策略和推广技巧,促进其不断成长,为推广工作贡献力量。

3.3 借助新媒体,提升阅读推广的互动性

高职院校图书馆要想更好地吸引高职师生参与阅读推广,关键在于满足高职师生合理化的文化服务需求,关注读者的个性化需求,而这两个目标的实现必须从提升阅读推广的互动性入手。新媒体技术可以带动高校图书馆与高校师生、高校师生之间、高校与校外文化服务机构和图书馆之间的互动,将线上互动与线下互动结合起来。高校师生可以借助微信、微博或网页等了解图书馆的最新动态,也可以在微信公众号留言,发表个人意见,把自己的心声真正地反馈到图书馆。图书馆员在了解到师生的诉求后,可以开展有针对性的、个性化的阅读推广服务,提升阅读服务的实效性。

结语

总的来说,新媒体时代,传统阅读模式已经满足不了高校读者的阅读需求,高校图书馆必须创新思路,充分利用新媒体技术手段,探索出与时代相适应的阅读推广模式。借用凯文·凯莉的一句话来解释新媒体环境下的阅读生态,那就是“图书并没有死,只是换了一种活法而已”。

参考文献

- [1] 中国新闻出版研究院. 第十六次全国国民阅读调查报告[R]. 2019-04-16.
- [2] 王丽兰. 新媒体时代下高职院校图书馆阅读推广案例分析[J]. 重庆电子工程职业学院学报, 2018(4): 87-90.
- [3] 陈雯. 我国高校图书馆社会服务调查研究——基于南京地区25所高校图书馆社会服务调查[J]. 图书情报工作, 2017(4).
- [4] 姚晓丹. 新媒体时代高校图书馆阅读推广模式创新研究[J]. 内蒙古财经大学学报, 2018(1): 141-142.