

新媒体运营推广对图书馆馆外服务的影响

高晶晶

上海浦东图书馆

摘要：随着信息技术的飞速发展和新媒体的崛起，人们的信息获取方式、阅读习惯以及与信息互动模式都发生了深刻的变化。在新媒体时代，图书馆作为传统的知识宝库和信息服务中心，面临着如何保持和提升其服务影响力的问题。其中，馆外服务作为图书馆服务的重要组成部分，其创新与发展显得尤为重要。新媒体运营推广，以其独特的优势和影响力，为图书馆馆外服务的拓展提供了新的思路和途径。本文主要探讨了图书馆馆外服务中新媒体运营推广的相关内容，希望为图书馆的发展提供有力支持。

关键词：新媒体；运营推广；图书馆；馆外服务

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.06.074

引言

在新时代背景下，新媒体运营推广和图书馆馆外服务紧密相连、相互影响。新媒体运营推广利用数字技术、网络平台，拓宽了图书馆的服务范围，使其不再局限于实体空间。通过社交媒体、移动应用等新媒体手段，图书馆能更灵活地提供信息、推广活动，与读者建立更紧密的联系。而图书馆馆外服务的发展，也促使新媒体运营推广得以更好地实施，两者相辅相成，共同推动图书馆事业的发展。

一、新媒体运营推广的特点与优势

随着数字技术和网络媒体的普及，新媒体运营推广已成为组织进行品牌宣传、服务推广和用户互动的重要手段。与传统媒体推广相比，新媒体运营推广在多个方面呈现出显著的特点与优势。

（一）个性化与定制化

新媒体运营推广能够根据目标受众的特点和需求，提供个性化的推广内容和定制化的服务。通过对用户数据的分析，可以深入了解用户的兴趣、需求和行为习惯，从而制定针对性的推广方案，提供符合用户需求的推广内容，能够有效提高用户参与度和黏性，提升推广效果。

（二）实时性与互动性

新媒体平台上的信息传播具有实时性和互动性的特点。组织可以通过新媒体平台实时发布最新消息、活动和产品信息，与用户进行即时的互动和交流。在这种情况下，不仅有助于提高用户参与度，还能够及时收集用户反馈和市场信息，为推广服务的调整和优化提供依据。

（三）低成本与高回报

相较于传统媒体广告的高昂费用，新媒体运营推广的成本相对较低。通过自主运营新媒体平台，组织可以降低广告制作和发布的成本，同时借助社交媒体的分享和传播功能，实现低成本、高回报的推广效果。此外，

新媒体运营推广还可以通过精准定位和个性化定制降低无效投放，进一步提高投资回报率。^[1]

二、图书馆馆外服务的现状与挑战

随着信息技术的飞速发展和新媒体的广泛普及，图书馆的服务模式也正经历着深刻的变革。图书馆不再仅仅是一个提供书籍和资料的场所，而是逐渐转型为一个综合性、互动性的信息服务平台。在这样的背景下，图书馆馆外服务越来越受到关注和重视。然而，在实践中，图书馆馆外服务也面临着一些挑战和问题。

（一）服务形式的单一性

尽管许多图书馆已经开展了馆外服务，但服务形式往往比较单一，缺乏多样性和创新性。大多数馆外服务只是简单地将图书馆的资源和服务延伸到馆外，没有根据用户的需求和特点进行针对性的设计和优化。在这种情况下，很难满足用户多元化的需求，也无法充分体现图书馆馆外服务的优势和价值。

（二）技术支持的局限性

新媒体技术的快速发展为图书馆馆外服务提供了更多的可能性，但同时也带来了新的挑战。一方面，一些图书馆由于技术条件的限制，无法提供足够的技术支持，导致馆外服务的开展受到阻碍。另一方面，部分图书馆过于依赖技术手段，忽视了技术与实际服务的结合，导致服务效果不尽如人意。

（三）服务质量的稳定性

图书馆馆外服务的特点在于其灵活性和便捷性，但这也给服务质量的稳定性带来了挑战。由于服务场地的限制和服务时间的差异，图书馆馆外服务的水平和质量很难做到像馆内服务那样统一和稳定。此外，一些馆外服务项目需要依靠志愿者或者外包团队来实施，这也给服务质量的控制带来了难度。

（四）资源共享的局限性

图书馆馆外服务的一个重要目的是实现资源的共享和利用，但现实中这一目标的实现往往面临诸多困难。

首先,由于知识产权保护、安全保密等因素的限制,一些资源无法在馆外服务中提供。其次,由于各地区、各类型图书馆之间的差异,资源共享的深度和广度也受到限制,导致图书馆馆外服务的资源共享面临较大的局限性。^[2]

三、新媒体运营推广对图书馆馆外服务的影响

(一) 提升图书馆馆外服务的传播力和影响力

新媒体运营推广对提升图书馆馆外服务的传播力和影响力具有显著作用。首先,社交媒体、微信公众号、图书馆官方网站等新媒体平台,为图书馆提供了一个全新的信息发布和活动宣传渠道。通过这些平台,图书馆可以将馆外服务的相关信息、活动安排、新书推荐等内容快速传递给用户,使用户更加了解和关注图书馆的馆外服务。其次,新媒体运营推广注重创意和个性化,能够吸引用户的眼球,增加用户的黏性。通过有趣、有料的内容创作,图书馆可以激发用户对馆外服务的兴趣,增加用户参与度和互动性。例如,图书馆可以制作短视频、图文故事、互动问答等形式的推广内容,让用户在轻松愉快的氛围中了解图书馆的馆外服务,进而产生使用欲望。最后,还可以利用数据分析工具对用户行为进行追踪和分析,从而更好地理解用户需求,优化服务内容和方式。通过对用户阅读习惯、兴趣爱好等方面的分析,图书馆可以为用户提供更加精准和个性化的馆外服务推荐,提高服务质量和用户满意度。

(二) 拓展图书馆馆外服务的服务范围 and 受众群体

新媒体运营推广为图书馆馆外服务的范围 and 受众群体提供了广阔的拓展空间。首先,新媒体平台具有广泛的用户基础和强大的传播能力,基于此图书馆可以将馆外服务的信息传递给更多的潜在用户,突破了传统服务在地域和时间上的限制。无论用户身处城市还是乡村,只要有网络连接,就能享受到图书馆的馆外服务。其次,新媒体运营推广能够精准定位目标用户群体。通过数据分析和技术手段,图书馆可以了解用户的兴趣、需求和行为习惯,进而制定针对性的馆外服务推广策略。例如,图书馆可以针对学生、职场人士、老年人等不同群体,提供定制化的阅读推荐、在线讲座、社区服务等,满足不同用户群体的多样化需求。最后,新媒体平台上的互动性和分享功能,能够吸引更多的用户参与和传播图书馆的馆外服务。用户可以将自己喜欢的图书、活动分享到社交媒体上,形成口碑传播效应,进一步拓展图书馆的受众群体。^[3]

(三) 提高图书馆馆外服务的效率和效益

新媒体运营推广为提高图书馆馆外服务的效率和效益提供了有力支持。首先,新媒体平台上的信息传递具有快速、便捷的特点,有助于提高图书馆馆外服务的响

应速度。用户可以通过图书馆的官方网站、移动应用或社交媒体等平台,随时随地获取馆外服务的信息和资源。图书馆也能快速地为用户提供服务,减少了传统服务中等待和延误的情况。其次,通过新媒体平台,图书馆可以将资源进行更加合理的配置和调度。例如,根据用户的需求和地理位置,图书馆可以将更多的资源投入到某一地区的馆外服务中,提高资源的利用效率。此外,新媒体平台还为图书馆提供了用户反馈的渠道,图书馆可以根据用户的反馈及时调整资源配置,确保服务的高效性。最后,新媒体运营推广还有助于降低图书馆馆外服务的成本。传统的馆外服务需要大量的人力和物力资源,而新媒体平台可以自动化处理一些常规任务,如信息发布、用户咨询等,减少了人工干预和资源消耗。同时,通过在线服务和自助终端等方式,图书馆可以降低实体场馆的运营成本,提高经济效益。

四、新媒体运营推广在图书馆馆外服务中的实践策略

(一) 制定新媒体运营推广计划

制定新媒体运营推广计划是图书馆馆外服务中的重要环节,通过有效的计划和执行,图书馆可以更好地利用新媒体运营推广提升品牌影响力、吸引更多用户参与、提高服务质量,从而更好地满足用户需求和社会发展需求。首先,在制定新媒体运营推广计划之前,图书馆需要明确推广的目标和定位。一方面,新媒体运营推广的目标可以包括提高图书馆的知名度、吸引更多用户参与活动、增加借阅量等。基于此,需要对目标进行量化和分解,以便于实施和评估。另一方面,不同的用户群体有不同的需求和兴趣,因此需要针对不同的用户群体制定不同的推广策略。例如,年轻用户可能更倾向于通过社交媒体获取信息,而学术研究人员可能更关注图书馆的学术资源。其次,内容是吸引用户关注和留住用户的关键。因此,在制定新媒体运营推广计划时,需要重点考虑内容的创作和发布计划。具体而言,要确保内容的质量和 value,获取用户的关注和信任,提高用户的黏性。同时,要结合热点话题和用户兴趣,制定内容主题和形式。例如,可以发布图书馆的最新动态、新书推荐、阅读技巧分享等,同时结合短视频、图片、直播等形式,增加内容的吸引力和互动性。最后,要结合目标用户的特点和需求,选择具有较高用户覆盖率和活跃度的平台,如微信、微博、抖音等。同时,要根据平台的特点和图书馆的实际情况,制定针对性的推广策略和内容形式。此外,还需要考虑平台的互动性,以增加用户的参与度和黏性。^[4]

(二) 建立专业的团队

随着新媒体的崛起,图书馆馆外服务的运营与推广逐渐成为一项复杂而重要的任务。为了确保新媒体运营

推广的高效与专业，建立一支专业的团队是至关重要的。首先，新媒体运营团队应具备图书馆专业知识、媒体运营技能和数字技术能力。具体而言，图书馆专业知识有助于团队深入理解图书馆的资源和服务，为内容创作和推广策略提供坚实的基础；媒体运营技能包括社交媒体管理、内容创作、用户关系管理等，有助于团队有效地进行新媒体运营和推广；数据分析、SEO优化等数字技术能力，可以帮助团队更好地分析和优化运营效果。其次，一个专业的新媒体运营团队需要明确的分工与合作。根据团队成员的特长和职责，可以将团队分为内容创作、平台管理、数据分析等多个小组。其中，内容创作小组负责创作高质量、有价值的内容，平台管理小组负责日常的发布和互动，数据分析小组负责对用户行为和推广效果进行跟踪和分析。在这种情况下，可以提高团队的工作效率和质量。同时，团队成员之间需要保持良好的沟通与合作，共同完成新媒体运营推广的任务。最后，新媒体技术和市场变化迅速，团队成员需要不断学习新知识、新技能，以适应不断变化的市场需求。因此，图书馆应定期组织培训和学习活动，提高团队成员的专业技能和知识水平。此外，鼓励团队成员参加行业会议、研讨会等交流活动，了解行业动态和发展趋势，有助于提升团队的综合素质和竞争力。

（三）创新服务形式

创新服务形式是新媒体运营推广在图书馆馆外服务中的重要实践策略。首先，随着智能手机的普及，移动化服务成为图书馆创新的重要方向。图书馆可以开发自己的移动应用程序，提供图书查询、借阅、预约、续借等服务，使用户能够随时随地获取图书馆的信息和服务。同时，移动应用程序还可以集成社交媒体功能，使用户能够分享阅读心得、参与讨论等，增强用户的互动性和参与感。其次，数字化服务是图书馆应对数字化时代挑战的关键。图书馆可以将馆藏资源进行数字化处理，提供电子书、音频书、视频资料等数字化资源，使用户能够在线阅读、下载或离线阅读。同时，图书馆还可以提供数字化咨询服务，通过在线聊天、邮件等方式解答用户的问题，提高服务的效率和便捷性。最后，图书馆可以利用新媒体平台，建立社区化的服务形式，将用户聚集在一起，共同分享阅读心得、交流思想。例如，图书馆可以开设在线论坛、社交媒体群组等社区化平台，鼓励用户分享自己的阅读经历和感悟，增强用户的归属感和参与感。^[5]

（四）采用多元化渠道

通过多元化的渠道进行宣传和推广，图书馆能够更

好地满足不同用户的需求，提高知名度和影响力。首先，微信、微博等社交媒体平台具有庞大的用户基础和强大的传播力，图书馆可以通过这些平台发布信息、推广活动、与用户互动等。例如，图书馆可以在微信上发布图文信息，提供借阅服务、活动报名等功能；在微博上发布短视频、直播等内容，吸引更多年轻用户的关注。其次，在线视频平台是近年来发展迅速的新媒体渠道，图书馆可以制作短视频、直播等内容，展示图书馆的特色和服务。例如，图书馆可以制作介绍馆藏图书、历史文化等方面的短视频，通过优酷、腾讯视频等在线视频平台发布；还可以通过直播平台进行线上讲座、展览等活动的直播，吸引更多用户参与。在线视频平台具有较强的视觉冲击力和互动性，能够提高用户的参与感和黏性。最后，除了以上提到的渠道外，图书馆还可以探索更多的新媒体渠道，如音频平台、数字杂志等，覆盖更广泛的用户群体，提高知名度和影响力。同时，图书馆需要根据不同渠道的特点和用户需求，制定有针对性的推广服务和内容形式，以满足用户的口味和喜好。

结语

综上所述，新媒体运营推广对图书馆馆外服务的影响深远，它提升了图书馆馆外服务的传播力和影响力、拓展了图书馆馆外服务的服务范围 and 受众群体以及提高了图书馆馆外服务的效率和效益，使图书馆能够更好地满足用户的需求。当前，图书馆馆外服务中还面临一些问题，因此要制定新媒体运营推广计划、建立专业的团队、创新服务形式以及采用多元化渠道，将新媒体运营推广的效能充分发挥出来，为读者提供更加优质的服务，促进图书馆的可持续发展。

参考文献

- [1] 黄英勇. 市级公共图书馆设置馆外拓展服务点的思考——以珠海市图书馆为例[J]. 科技情报开发与经济, 2014, 24(10): 108-109.
- [2] 朱姝. 中小型公共图书馆构建馆外服务网络的实践与思考——从连云港市图书馆说起[J]. 晋图学刊, 2013(1): 47-49, 53.
- [3] 密霞. 公共图书馆馆外流通服务工作的实践与体会[J]. 中文信息, 2021(12): 74-75.
- [4] 韦洁. 市级公共图书馆充分发挥馆外服务点功能和作用的思考[J]. 电脑校园, 2019(2): 9330-9331.
- [5] 刘丽. 馆外流通借阅室: 图书馆延伸服务研究[J]. 华章, 2014(15): 351-351.

作者简介: 高晶晶, 1987年11月, 女, 民族: 汉族, 籍贯: 江苏, 学历: 本科, 职称(现职称): 初级。