

全媒体时代下的公共图书馆媒介宣传推广工作创新探寻

王理想

开封市图书馆

[摘要]全媒体时代下新旧媒体相互融合,为公共图书馆媒介宣传工作提供了极大的便利,并且极大地拓宽了公共图书馆媒介宣传的范围和渠道。公共图书馆的媒介宣传工作能够帮助人们更加全面地了解公共图书馆的藏书资源和相关的服务项目,并且能够帮助公共图书馆有效地塑造自身形象,建立起独特的公共图书馆品牌。基于此,为了有效解决全媒体时代下公共图书馆媒介宣传推广工作存在的问题,本文对全媒体时代下公共图书馆媒介宣传推广的不足和机遇进行了探讨,并且提出了全媒体时代下公共图书馆媒介宣传推广工作创新调整的策略和途径,希望能够为公共图书馆的建设和发展提供相应的参考。

[关键词]全媒体时代;公共图书馆;宣传推广;创新策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1529

引言:

公共图书馆媒介宣传推广工作能够有效地保障公共图书馆价值作用的充分发挥,保障公共图书馆阅读服务职能的高效率履行。而全媒体时代背景下公共图书馆媒介宣传推广工作的主要内容是公共图书馆科学地选择正确的媒体组合作为宣传推广的媒介,将公共图书馆的藏书资源、阅读服务以及社会形象等大力宣传和推广出去,帮助公共图书馆塑造一个更加直观的对外名片,使得公共图书馆的使用效率得到切实提高。在选择媒体组合时需要充分分析全媒体时代下最有效的媒体传播途径和方式,科学地比较新旧媒体的优劣势,互相取长补短,推动媒体组合选择的最优化,为公共图书馆形象的提升奠定坚实的媒介宣传推广基础。

一、公共图书馆宣传推广的不足

(一) 宣传推广意识薄弱

由于公共图书馆的公益性质,公共图书馆一直以来都没有竞争意识,因此在宣传推广方面也没有表现出充足的重视。当前大部分公共图书馆都没有能够立足于全媒体时代探索一条适合自身宣传推广的道路。另外,由于公共图书馆的宣传推广意识较为薄弱,在宣传推广时投入的时间精力相对有限,因此各种宣传推广工作常常只是为了完成任务,宣传推广工作浮于表面且形式简单,难以有效地吸引新读者。

(二) 线上宣传推广独特性不强

在全媒体时代,线上的宣传以及依靠新媒体和自媒体进行宣传和推广是十分有必要的。但是部分公共图书馆只是随大流,模仿其他的图书馆线上宣传推广方式照搬照旧,没有实现创新,也没有准确把握图书馆自身的优势和独特点^[1]。因此,公共图书馆的线上宣传推广独特性往往不强,甚至有些雷同,难以给人眼前一亮的感觉,宣传推广的有效性自然也大打折扣。

(三) 宣传推广受众面窄

公共图书馆的宣传推广和服务群体长时间没有发生变化,有很大一部分公共图书馆都是面向青年学生和老年人所设计和制定的宣传推广方案。而当前,参加工作的青年人才和幼儿阅读也呈现出较为蓬勃的发展态势,但是公共图书馆还没有调整自身的宣传推广受众面。公共图书馆宣传推广受

众面窄导致其宣传推广的针对性和有效性受限制。

二、全媒体时代下公共图书馆宣传推广的创新机遇

(一) 互联网的大范围普及

在当前这个互联网快速发展的时代,我国拥有世界上最大的一个网络用户规模,而有很大一部分网络用户都会参与到线上的新媒体和自媒体提供的媒体娱乐活动以及咨询的了解活动当中去。互联网的大范围普及也为公共图书馆的宣传推广提供了重要的基础条件,并且同样也驱动着公共图书馆推动宣传推广模式的创新。

(二) 新旧媒体的交融发展

在全媒体时代背景下,广播、电视和报纸等三大传统媒体仍然占据着较大的市场份额,并且发挥着重要的宣传推广作用^[2]。而各种微媒体、自媒体等新媒体,包括微信公众号、微博以及小红书等分享日常生活以及宣传推广品牌的重要新媒体发展也为公共图书馆的宣传推广工作奠定了坚实的媒介基础,可供公共图书馆选择的宣传推广媒介也呈现出多样化的趋势。

(三) 媒体传播速度加快

当前不论是新媒体还是旧媒体,在信息传播速度上都有了质的飞跃,主要依赖于移动通信技术的快速发展,使得相关的信息能够实现实时的更新同步。而公共图书馆在各类媒体传播速度都相对较快的基础上,也能够更加迅速地向外传递出自身想要传递的信息,并且保障信息更新的及时性,有助于公共图书馆宣传推广效率水平的提升。

三、全媒体时代下公共图书馆媒介宣传推广工作创新策略

(一) 立足于媒介宣传推广需求选择合适的媒体传播方式

全媒体时代下对公共图书馆开展宣传推广工作最重要的是选择合适的媒介宣传推广形式,而全媒体时代下提供的媒介宣传推广形式多种多样,且不同的媒介宣传推广优势和特点也各有不同。为了有效地提升公共图书馆服务职能、藏书资源以及公众形象宣传推广的效果,可以立足于全媒体时代媒介宣传形式相互融合的综合特征,将各种有效的媒介宣传推广模式结合起来形成一个公共图书馆宣传推广的媒介

组,全方位包围公共图书馆,综合全面地宣传和推广公共图书馆的相关宣传内容^[3]。比如,在规模和知名度比较高的公共图书馆开展宣传推广时就可以采取广播电视和电影、综艺宣传的形式,在广播电视上插播公共图书馆的公益广告,在电影或者综艺中提供场地并介绍公共图书馆的历史和文化底蕴,以此来提高公共图书馆的社会影响力。而如果是知名度本身较小的公共图书馆开展宣传推广时则可以从小范围扩大到大范围的方式,主要采用微信公众号和微博等方式来掀起打卡热潮,借助这一趋势宣传推广图书馆的服务职能和藏书资源等,有效地提高公共图书馆的价值和知名度。

(二) 培养专业的新媒体宣传推广人才队伍

在全媒体时代下,和广播电视等媒介宣传推广方式相比,各种新媒体宣传推广方式往往更加具有可行性。主要是因为当前新媒体行业发展迅猛且相关的宣传推广成本相对广播电视等宣传推广方式而言明显更低,整体效益比较可观。因此,公共图书馆应当转变传统的宣传推广意识和观念,增强对公共图书馆宣传推广的重视意识,并且单独设立公共图书馆的宣传推广工作部门,选择和聘任一批专业的新媒体宣传推广人才队伍,推动公共图书馆宣传推广模式的创新和调整。在培养专业的新媒体宣传推广人才队伍时,公共图书馆应当明确内部宣传推广工作部门的实际需要,增强新媒体宣传推广人才在视频剪辑、照片编辑、网页设计等方面的专业素养和实际操作能力,为公共图书馆宣传推广工作奠定坚实的人才基础。

(三) 创新公共图书馆职能服务内容和形式

为了增强公共图书馆的社会影响力和社会价值,满足社会不同种类读者的阅读需求,公共图书馆应当创新职能服务的内容和形式,以体验感更佳的公共图书馆阅读服务和其他服务来吸引新读者,通过优化自身的职能服务体系来丰富公共图书馆宣传推广工作所用的图书馆特色,提高公共图书馆的宣传推广效果。在当前这个信息化时代下,人们习惯于用手机来搜寻相关的信息并且完成相应的事情,而在公共图书馆中也可以通过图书导航和借阅的信息化来提升公共图书馆的职能服务便捷性,帮助人们更加快速便捷地借阅图书和还书,更加高效地定位图书书架号和位置。借此,公共图书馆能够打造出更加有特色的信息导航和服务体系,与传统的图书馆区分开来,借助其特色大力开展宣传推广工作,有助于公共图书馆社会形象的提升。

(四) 利用网络平台细化目标人群并提供个性化服务

在全媒体时代背景下,公共图书馆可以利用网络平台采集读者的偏好信息和数据,细化目标人群并且针对性地制定图书馆的阅读服务等,通过定位不同的公共图书馆目标用户来推出特色和个性化的服务,能够有效增强公共图书馆读者的参与感。利用大数据技术分析读者的偏好,而后根据不同读者的偏好来为其提供公共图书馆的个性化服务^[4]。特别是

对于一些应用手机等移动电子终端设备来获取公共图书馆相关信息的群体,可以通过开设微信公众号或者是设计小程序等方式来为相应的群体提供定制化服务,根据用户的搜索频次和偏好来预测和分析并提供相应的服务推荐。另外,公共图书馆还可以结合各种网络平台在宣传推广时的优势,设计制作自动化生成个性化网页的程序,满足尽可能多不同用户的实际需求。基于此,公共图书馆的宣传推广还需要朝着个性化的方向进行适当的调整。

(五) 开设自媒体账号定期更新媒体宣传推广内容

公共图书馆可以开设自媒账号,并且定期更新自媒体账号上的内容,主要是公共图书馆的各项宣传推广工作内容。在全媒体时代,人人都对自媒体账号有一定的认识和了解,但是并非所有自媒体账号的价值都可以发挥到极致。为了有效保障公共图书馆自媒体账号价值的发挥,首先应当科学地选择开设相应的自媒体账号,面向年轻群体开设微博账号,面向老年人群体则开设微信公众号账号。另外,在利用自媒体账号开展公共图书馆的宣传推广工作时还应当有结合社会热点和时事,并且适当地迎合用户偏好,提高相关推文和资讯标题的趣味性,提高公共图书馆宣传推广的有效性。

四、结束语:

综上所述,在全媒体时代,各种媒体技术快速发展,广播电视和报纸等传统媒体以及各种广泛传播的新媒体软件和平台各具优势,同时都具有不可替代的优势作用。因此,公共图书馆在全媒体时代下选择自身适合的媒介宣传推广方式,顺应全媒体时代自动化和智能化地推动一些公共图书馆的相关信息,使得公共图书馆的宣传推广工作能够获得充足的社会影响力和较为广阔的传播范围。并且公共图书馆还需要在坚持其公益性的基础上打造一个具有竞争力的公共图书馆品牌,充分发挥公共图书馆藏书的价值,从图书馆的文化价值出发,在宣传推广时着重强调公共图书馆的文化价值,并且结合全媒体时代个性化宣传推广的特征,细化宣传推广的目标用户,提高公共图书馆宣传推广的精细化水平。

参考文献:

- [1] 杨庆怀. 全媒体时代图书馆宣传推广策略探析[J]. 中国管理信息化, 2018, 21(16): 170-171.
- [2] 韦加佳. 新时代公共图书馆宣传推广的实践与思考——以宝山区图书馆为例[J]. 现代交际, 2020(05): 254-253.
- [3] 李占. 基于新媒体时代图书馆立体阅读推广策略研究[J]. 科技传播, 2019, 11(18): 172-173.
- [4] 谭碧雁. 少数民族地区公共图书馆宣传推广体系的构建与思考——以广西壮族自治区图书馆为例[J]. 产业与科技论坛, 2019, 18(13): 251-252.