

新媒体下图书馆阅读推广服务研讨与探讨

张卓 王磊 王怡 张娟 王生红

(电子科技大学成都学院 四川 成都 611731)

【摘要】新媒体背景下的大数据形势,图书馆利用各类不同数据建立读者与图书馆各项已有资源之间的关联模型。图书馆依据读者下载电子资源的数量,借出和还回书籍数量以及图书馆内各项设施的使用频率等数据进行分析,获取读者的信息,形成图书馆资源画像和读者画像,从而为读者提供定制化和个性化的服务。想要完成好服务目标,图书馆运营团队必须对馆内数据资源进行归类梳理,构建馆内资源和读者画像体系,剖析读者画像的具体表现形式,不断探索将读者画像应用到优化图书馆建设和为读者提供更多更好服务的过程中。

【关键词】新媒体;图书馆阅读推广服务;研讨与探索

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.04.1420

引言:读者在和图书馆资源产生联系的同时也会留下很多行动轨迹,在智慧图书馆技术的支撑下,图书馆积累了大量数据,包括借阅预约荐购数据、电子资源利用数据、WIFI 访问数据、空间利用数据、自助设备使用数据等。这些数据对于图书馆全面、深入地了解馆藏资源利用、读者阅读行为、读者信息需求及设备系统的运行效率等具有重要意义。

一、新媒体背景下大数据的重要地位。

读者借阅纸质图书资源的数据,读者在线阅读的数据以及以学院为单位的图书借阅数据等一系列阅读行动产生的数据历史是图书馆运营年度汇报的重要组成部分。普遍看来,我国高校阅读行动数据在各自的结构上存在较大区别,大体可以归类为以下几种:传统纸质图书借阅行动轨迹数据包含一整年内图书馆传统纸质图书被借出、被归还,被续借和被预约等信息;图书馆馆年度总的借阅量,平均每个月的借阅量,每天不同时间段的借阅量,不同类别图书的借阅量和新进馆藏图书的借阅量等变化趋势;图书馆全部图书的借阅排行榜,文史类图书的借阅排行榜、不同专业图书的借阅排行榜和被预约的图书排行榜等;有些高等院校还可以汇总出图书馆内读者自助借阅和归还的数量,一年当中产生借阅记录的日期总数和被借阅图书的平均复本等相关情况。

电子资源阅读行动轨迹数据指的是一年当中读者登录知网并且操作下载排名前十的期刊,读者下载电子书的数量,Kindle借阅数量、移动图书馆被访问状况等一系列数据。

读者阅读行动轨迹数据指的是一年当中活跃的阅读者数量,这些活跃读者本年度和上一年度的对比状况等,读者借阅人数,读者中每月最多的借阅人数,每天最多的借阅人数和这些借阅人数在分散在哪些数量区间等情况;读者借阅数量排行榜、读者推荐购买书籍排行榜等;读者人均阅读数量,图书借阅性别各自占比。

以学院为单位的借阅行动轨迹数据指的是一年之中不同学院的借阅数量排行榜、学院人均借阅数量等。

用户服务数据指的是不同图书馆之间共享和互借的书籍数量、文献传递、科技查新、查收查引、ESI学科服务、论文检测、教学工作、专家讲座等数据信息。

电子资源使用数据指的是中英文数据资源库被使用的排行榜、这些数据库具体被访问量、中英文数据全文下载次数、中英文移动图书馆的被访问数量、图书馆主页被浏览的数量等。

新媒体发布数据指的是图书馆在各大社交平台发布的文章数量,年度和月度阅读数量和阅读人数,年度和月度账号累计关注人数、账号新增用户人数、在账号下留言人数、读者点赞次数和点赞数量以及在图书馆账号下进行咨询和回复的人数等。

不同的图书馆可以充分利用以上数据信息剖析出受读者欢迎的学科、热点、作者、出版社等,通过以上数据,图书馆运营团队也可以了解读者的阅读需求和倾向以及喜好,甚至可以对学术研究方向进行探寻和预测。

二、新媒体背景下大数据在图书馆阅读推广服务中的应用

(一)对读者阅读需求进行深度分析

图书馆阅读推广服务的原动力是读者的需求兴趣。我国各高校图书馆运营团队应该加强与读者之间的互动交流,参照读者行动轨迹的数据,能够充分了解读者的喜

好和兴趣,提升和优化阅读推广活动的具体方式,拓展推广营销渠道,最大限度地激发读者的需求和兴趣。

(二)个性化阅读推荐服务

大数据形成的读者画像可以帮助图书馆运营团队更加清晰地知道读者在图书馆内的活动轨迹,这种轨迹可以是物理性的,也是可以虚拟性的。运营团队可以参照读者基本信息,检索行为习惯以及偏好为不同个性的读者推送更加精准的信息,个性化阅读推荐服务。

(三)优化图书馆检索系统

图书馆运营平台可以通过一系列数据掌握读者行为习惯汇总和图书馆平台运营效率,一旦运营团队掌握到一些读者想要查询但是运营平台无法满足的情况,运营团队就应该针对这些情况进行平台检索功能优化,过滤平台与读者无关的信息,简化读者检索流程,确保图书馆运营平台能够更好地满足读者使用习惯和检索需求。

(四)提供定制化知识推送服务

基于每位读者画像中科研兴趣的描述,分析读者利用图书馆信息资源的行为习惯,预测其对学科的知识需求情况,按读者需求对馆藏资源进行重组,有针对性地开展学科热点、前沿趋势等知识服务推送,满足不同读者在不同情形下对信息的需求。

(五)开展数据可视化展示服务

数据可视化展示服务将图书馆的业务运行数据、读者行为数据等通过显示屏或网站动态实时展现,让图书馆各项信息资源的使用情况以图像形式更加灵动地展现出来。读者通过自己在图书馆的各种数据展示,了解与其他读者之间科研社交网络的关系图谱,发现网络中的学科专家、相关主题,指导读者更好地根据自身潜在需求及时进行相关行为的调整和规划;图书馆要把握设计与功能之间的平衡,理解数据背后的意义,为读者提供清晰的数据地图,在读者与服务间建立起全新的链接,并及时调整数据分析维度,开展阅读推广和知识服务,提升现代图书馆服务效能。

(六)营造虚拟科研社群

根据大数据形成的读者行动轨迹等数据呈现的共性,能够把相同的或者类似的读者群体进行归类,帮助读者找到未来的科研合作或学习研讨伙伴,鼓励读者开展线上线下的学习研讨、互动交流,图书馆运营团队可以营造虚拟科研社群,提升资源共享效能。

结束语

综上所述,新媒体背景下大数据时代图书馆需进一步完善技术支撑环境,培养数据分析人才,加强数据管理,用数据辅助决策。以读者需求为导向,通过对日常服务数据的挖掘,分析读者信息,掌握空间设备的使用情况和信息资源的利用现状,图书馆运营团队能够完善图书馆推广服务功能,满足更多读者的阅读需求和信息检索需求,打造读者和图书馆资源之间的良性互动局面。

参考文献

- [1]潘宇光.高校智慧图书馆读者信息需求的用户画像[J].合肥工业大学学报:社会科学版,2018,32(2):113-119.
 - [2]刘巧英.基于用户行为数据的图书馆微服务内容研究[J].图书馆学,2017(20):63-66.
- 基金项目:本文系电子科技大学成都学院2020年度综合管理与实践项目:新媒体下图书馆阅读推广服务研讨与探讨的研究成果。(项目编号:2020-ZHGL-01)