

有关公共图书馆媒体宣传工作的实践与思考

郑晓菲

海南省图书馆

[摘要]公共图书馆媒体宣传工作应当具备针对性和侧重性,在当今新媒体时代落实高质量、高效率的媒体宣传服务,以此来增强受众群体的阅读学习体验。此外,公共图书馆在落实媒体宣传工作中还应当采取差异化的宣传策略,对不同年龄层次的人群实施不同的宣传推广措施,对推广方式、推广内容进行有效革新、完善,以此来提高工作效率。本文对公共图书馆媒体宣传工作进行实践探究。

[关键词]公共图书馆; 媒体宣传; 实践

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.480

引言

新时期公共图书馆在落实媒体宣传管理的工作进程中应当结合新思路、新思想,采取差异化的管理手段,提高媒体宣传工作的质量和效率,同时图书馆也需要在工作中进行不断地实践创新,优化现有的图书馆媒体宣传内容,提高工作管理效率。

一、公共图书馆媒体宣传工作存在的问题分析

公共图书馆媒体宣传工作对于提高图书馆经营运作的水平具备较大的现实意义,但是在当今新媒介、新媒体以及互联网大数据时代,图书馆所采用的工作管理模式、管理策略仍然存在相应的欠缺,图书馆应当在工作管理期间进行不断地创新,结合新思路、新思想提高现有的工作管理效率,当前公共图书馆在媒体宣传工作中存在的问题主要体现在以下几个方面。

(一) 工作人员意识薄弱

公共图书馆媒体宣传工作应当具备针对性和侧重性,在当前图书馆媒体宣传工作中,大部分图书馆工作人员丢失了相应的工作重心和方向,在工作管理期间不求变通,借助原本陈旧、落后的管理思想、管理理念来开展相应的媒体宣传工作。具体来说,大部分图书馆媒体宣传工作者在工作管理过程中仍然采用被动式的宣传方式,同时大部分媒体工作人员在图书馆管理工作中也未对自身的角色定位进行分析评估,其单方面认为自身只需要落实对图书馆内部的线下服务即可,而不注重开展线上营销推广活动,从而使得图书馆媒体宣传工作的质量和效率无法得到有效提升。当前图书馆内部的工作人员应当结合新思想、新思路,在工作管理过程中进行不断地实践创新,提高相应的工作管理效率,同时在工作管理过程中优化现有的工作开展形式,确保图书馆能够更加长远稳定地发展。

(二) 图书馆定位不清晰

图书馆在经营运作过程中需要对自身的角色定位进行重新评估,尤其在当今大数据信息化时代,图书馆应当转变过往落后的工作管理方式,尽可能提高媒体宣传工作的积极性和主动性,而大部分图书馆在媒体宣传工作中未实现相应的拓展创新,比如图书馆高层管理者单方面认为图书馆作为一类线下实体的单位,开展网络宣传对于提高图书馆的效益不具备较大的现实意义,同时部分图书馆认为自身所服务的受众群体有限,开展线上媒体推广宣传活动所投入的成本与自身所获取的回报

不成正比,从而对媒体宣传工作未给予足够的重视。

(三) 图书馆媒体宣传工作缺乏针对性

在当今大数据时代,图书馆媒体宣传工作应当具备针对性和侧重性,落实对不同年龄阶段读者的精细化图书服务,但是在推广宣传过程中,相应的管理人员采取一刀切的管控形式,而未对相关图书信息进行分类加工,同时也未参考不同年龄阶段的人群阅读偏好采取定向化的推广服务,导致现有的营销推广活动不具备针对性,无法进一步提高图书馆的运作效率。此外,部分图书馆媒体推广人员在工作管理过程中也不具备媒体推广的工作能力,在工作期间无法对新时期新媒体技术、信息化技术进行有效使用,从而使得媒体推广宣传活动质量无法得到有效提升。

二、公共图书馆媒体宣传实践对策

公共图书馆在当今新媒体时代落实相应的媒体宣传应当找准自身的工作定位,同时加大对人员的教育培养力度,积极转变自身的工作定位,强化与媒体的联系,借助新思路、新思想依托建立健全的管理制度,提高自身的工作管理效率,具体来说包含以下几个方面的工作事项。

(一) 加强对人员宣传技能培养

大部分公共图书馆基层管理人员在推广宣传工作中普遍缺乏相应的工作经验,媒体推广作为一类全新的事物,大部分基层员工在媒体宣传期间还缺乏对相关概念深层次的认知和理解,在当今互联网信息化时代受到数字传媒的影响,图书馆媒体宣传工作形式更加丰富多样,同时宣传内容也更加复杂多变。因此,图书馆工作人员需要加大对新时期新技术的使用管控力度,并且图书馆也需要实施对相关基层人员媒体宣传技能的培养提升,尽可能在当今数字媒体时代提高相关工作人员的工作质量和效率。

在公共图书馆宣传教育工作进程中需要落实以下几个方面的教育管理工作,首先,图书馆应当尝试让基层工作人员学会面对媒体,适应当今新媒介、新媒体的发展趋势,而不是采取被动宣传的策略,尽可能提高相关工作人员在当今媒体环境下在宣传工作中的积极性和主动性;其次,公共图书馆工作人员还需要在工作管理期间学会使用媒体宣传工具,将新闻信息以更加丰富多样的形式表达出,寻找当前图书馆推广宣传工作与媒体宣传之间所存在的契合点、共同点。以此来确保宣传推

广工作具备针对性、侧重性、完整性。最后，图书馆要想取得良好的媒体宣传功效则需要进一步提高媒体宣传人员的专业技能，为后续媒体宣传工作打下坚实的理论基础。

（二）转变定位，加强媒体联系

图书馆落实媒体宣传管理工作应当严格参照自身的定位来实施，并且相关工作开展质量的高低决定着图书馆是否能够长远稳定地经营发展。图书馆应当在当今媒体时代做出对自身更加清晰明了的定位转变，实现价值包装，结合新媒介、新媒体以及大众媒体渠道，更好地完成对自身推广宣传，公共图书馆在新时期媒体时代不能够将相应的图书馆功能定位在图书收藏管理方面，而应当在工作管理期间融入服务意识、服务思想，强化自身的服务职能，打造全新的书刊阅读中心，实现对图书馆管理工作的重新定义，结合更加实际、更加全面的管理工作，尽可能在当前媒体宣传工作中占据核心地位，吸引人民群众的注意力，进一步强化媒体宣传工作的质量和效率。通过相应的定位包装，基层图书馆需要与大众媒体建立起良性互动管理的关系，在工作期间进行不断交流合作，同时图书馆也应当在工作管理过程中积极接触媒体、认知媒体，参与到大众媒体活动中，将图书馆所具备的公共文化作用最大限度地发挥出，借助媒体平台实现自身的发展拓展。即图书馆应当联合媒体平台创办文化活动，设置为提供文化活动的场所，而媒体则负责对相关活动进行宣传，实现两者相互融合、相互交流。总之，图书馆在新时期应当积极转变自身的工作定位，强化与媒体的联系，提高图书馆媒体宣传工作的质量和效率，进一步增加图书馆的知名度。

（三）完善媒体宣传管理制度

在图书馆媒体宣传管理工作中应当设置专职人员落实相应的媒体宣传作业，并且制定高效率的宣传管控制度，确保媒体能够在宣传工作中实施对图书馆强有力的指导管控。图书馆应当将基层读者服务部以及研究辅导部的工作人员进行有效融合，共同落实对图书馆的宣传推广工作，加强图书馆内部各部门、各团体之间的交流沟通，以此才能够提高图书馆宣传工作的质量和效率；其次，图书馆还需要制定完善的媒体宣传机制，对现有的宣传方式进行革新优化，打造全新的图书馆品牌，实施强有力的宣传管控。图书馆还应当结合当前的工作性质，深化图书馆的服务功能，结合全新的品牌文化以此来加深人民群众对公共图书馆的理解认知程度，确保社会群众能够充分知晓新时期公共图书馆所具备的全新功能。因此，图书馆在当今媒体时代应当打造自身的资源特色，同时进一步优化图书服务，打造全新的品牌，提高自身的知名度，实现图书馆长远稳定的发展。

三、公共图书馆媒体宣传方向

（一）瞄准目标人群，实施强有力的宣传

基层图书馆以及公共图书馆落实媒体宣传工作需要具备

针对性、侧重性，同时也需要融入个性化的宣传方向，参考不同群体的阅读需求、阅读偏好，实施差异化的阅读宣传策略，以此来增强阅读宣传效果。比如针对青少年群体，图书馆应当在宣传工作中对宣传地点、宣传内容进行优化、完善，图书馆可以联系学校、联系社区，通过广播、媒体等新形式，结合益智读物以及文化名著吸引青少年群体的阅读注意力；而针对中年群体，图书馆则应当借助新媒介、新媒体将当前时下政治、社会生活等不同的书籍内容通过新媒介、新媒体，如抖音、公众号向其推广传送。总之，图书馆在当前媒体宣传工作中应当参考不同年龄阶段的人群所存在的实际学习需求，给予其不同的管理服务，并且落实对线上图书资源的分类分化，为不同的人群提供差异化的阅读服务，同时也需要采取差异化的宣传策略，秉承个性化宣传的理念，最大限度地满足群体阅读需求。最终提高图书馆的实际价值和作用。

（二）建立媒体宣传平台

公共图书馆落实相应的媒体宣传工作应当依托建立健全的宣传平台，媒体宣传平台对于提高宣传工作的质量和效率具备较大的现实意义，在宣传工作中媒体工作者需要严格遵循宣传原则，借助全新的宣传策略，依托新媒介、新媒体等多种渠道，建立起全新的图书馆媒体平台，实现图书馆与读者之间的良性互动，通过双向交流沟通机制能够使得公共图书馆明确自身在经营发展过程中所存在的缺陷和不足，并且及时联系人民群众，分析群众实际需求，提高自身的服务质量和效率。总之，借助新媒介、新媒体平台，图书馆能够将书籍以及阅读活动定期向群众进行推广、宣传，群众也能够根据自身的喜好，主动了解图书馆内容以及其他实时信息，并且图书馆也可以结合阅读平台了解当前人民群众的实际阅读喜好优化服务，这对于提高图书馆宣传工作的效率具备较大的现实意义。

四、结束语

总体来说，公共图书馆在当前媒体宣传工作中应当结合新思路、新思想，对现有的工作管理模式进行优化完善，确保媒体宣传工作能够适应当今时代发展的潮流、步伐，进一步提高公共图书馆的经营运作效率。与此同时，公共图书馆也需要转变服务方式，借助全新的服务思想、服务理念，来为用户提供更加高效的图书服务。

参考文献

- [1] 呼艳霞, 刘吊英. 有关基层图书馆媒体宣传工作的实践与思考[J]. 发明与创新·教育信息化, 2020, 000(006): 170.
- [2] 徐辉. 全民阅读背景下基层图书馆媒体宣传工作的实践与思考[J]. 2021(2019-9): 37-41.
- [3] 王师一楠. 新媒体时代医院创新宣传工作的实践与思考[J]. 2020.