

# 图书馆新媒体宣传发展路径分析

王琳

河南省图书馆 河南 郑州 450000

**[摘要]**以前图书馆是人们获取各类信息资源的重要途径,但随着社会经济的不断发展,互联网技术日趋成熟,各类社交平台、视频平台应运而生,其不仅为人们的生活提供了极大便利,而且可以使人们快速获取各类信息,导致图书馆大量读者流失,作为图书馆来说,为走上可持续发展道路,需要充分利用新媒体技术,对馆藏文献资源、活动进行宣传,以吸引社会读者,因此,文章重点对图书馆新媒体宣传发展路径进行了分析,以供参考。

**[关键词]**图书馆;新媒体;宣传;发展;路径

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.672

## 1. 大学图书馆媒体宣传现状

### 1.1 多种媒体宣传形式共存

在图书馆中,媒体宣传有两种主要形式,即新型媒体和传统阵地式宣传方式。新型媒体宣传方式中又包含视频、微博、微信朋友圈、公众号等宣传载体;传统阵地式宣传方式又包含活动海报、宣传专栏、电子显示屏、读者手册等宣传形式。现阶段,随着社会经济的不断发展,传统阵地式宣传方式已经无法跟上时代发展步伐,由于其传播范围有限,效果不理想,已经逐步被淘汰;而新型媒体宣传方式具备较强的交互性、共享性、即时性,因而受到广大读者的青睐,其已经成为读者获取新闻和文献资源的主要方式。

### 1.2 媒体宣传素养普遍偏低

目前,图书馆在内部已经构建了相应的网络推广和社会网络平台,用于图书推荐、组织活动、信息推广等宣传工作。但是在开展这些工作中,还是存在各种各样的问题,比如:吸引力不高、点击率偏低、无法调动读者的阅读兴趣等问题。现阶段,随着社会经济的不断发展,科学技术有了很大进步,读者对阅读的要求越来越高,原有宣传方式已经无法满足读者的实际需求。像一些社交平台(微信、微博等)已经成为主流,而大部分图书馆未与时俱进,积极建设微信、微博等阅读平台,导致读者无法通过微信、微博这类社交软件获取文献资源。另外,一部分图书馆虽然已经意识到了微信、微博等社交平台的重要性,也在内部构建了相应的网络阅读平台,但未将微信、微博等作为主要宣传方式,还是沿用传统宣传推广方式,如活动海报、读者手册,无法进一步挖掘社交平台上的潜在读者,使得媒体宣传工作停滞不前,影响图书馆的进一步发展。不懂得对微信、微博的读者进行一种培养,因此让原本最具有宣传力的图书馆一直在走下坡路。还有就是很多图书馆在开通新媒体的宣传方式之前,虽然做着大范围的宣传准备工作,但未明确宣传方向、主体,导致宣传工作无法进一步落实,影响图书馆新媒体宣传工作的效果,造成图书馆大量读者流失。

### 1.3 无法有机融合媒体宣传内容

通过调查某图书馆可以看出:读者接触新媒体的初衷是了解新闻,因此,可以看出读者对于新闻信息关注度较高。可是在网络时代,存在新闻量大、重复率高、信息多样化等

问题,大部分读者无法辨别新闻的真实度,进而导致大部分读者还是通过报纸、电视等途径获取新闻资讯。为使读者可以通过各类社交平台获取真实的新闻信息,提高读者的满意度和认可度,图书馆应加大资源整合力度和媒体宣传推广力度,第一时间将图书馆的活动安排、文献资源、新闻资讯上传至相应的网站上,使读者第一时间了解最新最真实的新闻信息与文献资源,使得图书馆取得更进一步的发展。

### 1.4 未及时创新媒体宣传方式

大部分图书馆主要是通过自有网站展示活动成果和工作动态,对于一些特别重要的新闻信息是在主页滚动播放,这种传统宣传方式不仅单一,而且无法与读者产生共鸣,无法达到预期宣传效果。为扭转这一局面,一些图书馆在使用传统阵地式宣传方式的同时,开始积极使用媒体工具提高宣传效果,拓宽服务范围。新媒体是时代发展的产物,其具备宣传成本低、覆盖面广等优点,已经成为社会发展的必然趋势。在新媒体时代,其可以针对性的向读者推广各类文献资源和新闻信息,受到广大读者的青睐。现阶段,各种社交网站已经成为图书馆与读者之间沟通交流的主要平台。

## 2. 图书馆媒体宣传发展策略

### 2.1 提高媒体宣传人员的综合素养

现阶段,随着社会经济的不断发展,人们的生活水平有了很大提高,对阅读提出了较高的要求,作为图书馆来说,应提升媒体宣传人员的综合素养,充分发挥媒体宣传优势。现阶段,在图书馆媒体宣传工作中,管理员是主体,其是媒体宣传的主要实施者,提高其综合素养和专业能力至关重要。但是,现阶段,一些图书馆媒体宣传人员思想较为传统,综合素质普遍偏低,专业能力不足,无法有效利用媒体宣传手段,向读者推送馆内各类资讯、活动,导致读者与图书馆距离越来越远。为改变这一现状,必须提高媒体宣传人员的综合素养和专业能力,具体如下:(1)转变宣传人员的工作理念,为其提供培训机会,使其学习新型宣传理念、方式,并根据实际情况创新媒体宣传方式,提高读者的点击率和满意度,进而达到提升媒体宣传效率和质量的目的,使图书馆走上可持续发展道路;(2)积极转变战略理念,作为媒体宣传人员来说,应与时俱进,积极寻找新的媒体宣传方式,与读者保持良好的沟通交流,根据读者的反馈及时调整

推广方式,变被动为主动,及时了解洞察读者的需求,为读者提供个性化阅读服务,在提高媒体宣传质量的同时,提高读者对图书馆的满意度;(3)提高媒体宣传人员的宣传意识,图书馆媒体宣传人员在为读者提供各种个性化服务的同时,可以借助新媒体技术的优势,通过多种渠道宣传馆藏特色和活动,吸引读者的眼球,使读者对图书馆有一个全面的了解,增加图书馆在社会上的影响力,为图书馆的可持续发展奠定基础。

## 2.2 拓宽媒体宣传路径

随着新媒体的迅速发展,为图书馆媒体宣传工作的开展提供了多样化传播途径。在此背景下,图书馆应紧跟时代发展步伐,抓住契机,借助新媒体技术拓宽资源传播载体,使读者通过各种渠道获取最新的文献资源和活动信息。为提高图书馆在社会上的影响力,在开展活动过程中,可以通过对活动进行跟踪报道,即面向社会报道活动准备-活动过程-活动成果,使读者对图书馆有一个全面的了解,积极参与各类活动,与图书馆形成良好的互动。如图书馆在开展世界读书日活动时,在活动准备阶段,可以借助主题横幅、网站报道、公众号推送、宣传展牌等多种方式对活动进行宣传;在活动开展阶段,可以实时跟踪报道活动进展,并将相关视频、照片上传至微信公众号、微博账号、网站平台上,使读者了解活动的开展情况,激发读者参与活动的积极性;在活动结束后,可以对活动进行全面总结,并将一些获奖作品及获奖名单上传至网络媒体平台上,使资源实现共享,拉近与读者的关系,吸引更多读者,提升图书馆在社会上的声誉和地位。此外,图书馆应积极联系移动供应开发商,加大建设图书馆媒体宣传的力度,利用多样化媒体宣传技术创新活动形式和活动载体,使读者第一时间掌握图书馆内的各种活动信息和新闻资讯,以吸引读者积极参与图书馆举办的各种活动。

## 2.3 深入挖掘媒体宣传内容

现阶段,随着社会经济的不断发展,人们的生活水平越来越高,思维越来越活跃,接触的媒介信息量非常大,由于这些媒介信息不仅涉及的范围较广,而且内容较为复杂,极易影响读者的阅读体验,因此,作为图书馆来说,为吸引读者,在媒体宣传工作中,宣传的活动内容必须贴近生活。宣传语言应符合读者的心理,以与读者产生情感的共鸣;在编写专题报道时,应结合实际情况科学选择编写方式、报道内容,确保报道内容与读者的需求保持一致,以加深读者对图书馆的印象;为提高图书馆的知名度,在媒体宣传方面,确保宣传内容具备较强的多元化、特色化特点,凸显出其实用价值。可以在现有的网络主题读书平台上,设置一些具有正能量、热度、人气的栏目,以提高读者点击率,增加网络图书馆的访问量。如某作家在获得国际文学奖后,某图书馆第一时间制定了该作家专题阅读推介活动方案,并利用新媒体

技术进行了全面的宣传,且取得了很好的成绩,大大提高了图书馆的知名度;在宣传该活动时,媒体宣传人员应紧扣活动主题,科学设计宣传图文和视频,突出活动的文化底蕴,在激发读者阅读兴趣的同时,提高读者的文化素养。

## 2.4 加大媒体宣传互动力度

在新媒体时代,图书馆应充分发挥全媒体融合互动的作用,利用各种媒体载体和社交平台,宣传各类活动和最新文献资源,吸引更多社会读者参与图书馆举办的各种活动,进而提升图书馆在社会上的影响力。如图书馆可以利用微信、微博、QQ、抖音等网络社交平台,向读者推送各类文献资源,并与读者实时在线进行交流讨论,传播各类信息和活动。通过充分对新媒体技术进行利用,加大与读者的互动,读者的互转可以凸显新媒体集成效应,不仅可以拉近图书馆与读者的距离,而且可以提高传播效果,推动图书馆的可持续发展。

## 2.5 对媒体宣传工具进行更新维护

相较于传统媒体,新媒体技术具备较强的不可控和无序动态特点。因此,作为图书馆来说,不能将侧重点单单放在与读者的互动上,还应加大维护和管理媒体宣传载体的力度,重视舆情监督工作,正确对读者进行引导,以免在社会上引起不良影响。如图书馆在对版面或者栏目进行更新时,应在网络上公示事情的进展,对于读者提出的疑问,应及时进行回复,增加读者对图书馆的信任度,将读者转化为忠实粉丝,以提高图书馆的知名度;另外,在保障信息资源质量的基础上,对信息发布频率、内容进行整合,及时更新文献资源及活动信息,使得读者可以在第一时间获取各类新闻资讯。

## 结束语

在新媒体时代,图书馆原有宣传方式已经无法跟上时代发展步伐,图书馆必须与时俱进,积极创新媒体宣传方式,借助各种社交平台、公众号、小视频平台对图书馆的最新活动、最小资讯、文献资源进行宣传,吸引更多社会读者,使读者对图书馆有一个全面的了解,积极参与图书馆举办的各种活动,进而拉近读者与图书馆的距离,为图书馆的可持续发展奠定基础。

## 参考文献

- [1]张佳,新媒体环境下公共图书馆宣传推广发展路径研究[J],图书馆学报,2021(4):25-28.
- [2]王迪,周保军,浅析新媒体背景下图书馆宣传发展路径[J],国家图书馆,2021(5):8-11.
- [3]佟力泽,张佳丽,公共图书馆新媒体宣传服务中存在的问题及对策—以某公共图书馆为例[J],背景图书馆学刊,2020(1):78-80
- [4]杨萍萍,胡一可,新媒体环境下高校图书馆宣传工作的思考[J],科技致富向导,2021(8):90-93