

# 微信公众号助力图书馆少儿阅读推广工作的实践分析

鲍鸿

延吉市少年儿童图书馆

**[摘要]** 本文主要目的是分析微信公众号助力图书馆少儿阅读推广工作的实践。为了提高图书馆少儿阅读推广工作的质量和效率,文章首先从微信公众号的基本特征、主要形式来考虑,在此基础上,结合图书馆少儿阅读推广工作存在的主要问题,具体问题具体分析,从而提出相对应的实践路径,旨在做好图书馆少儿阅读推广工作,实现图书馆自身的可持续发展。基于此,通过对上述内容进行简单的分析,希望能给其他推广工作者提供一定的理论参考和借鉴。

**[关键词]** 微信公众号; 图书馆; 少儿阅读; 推广工作; 实践分析

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.500

## 前言

21世纪是信息爆炸的时代,随着智能手机的一代又一代更新,给各类APP提供良好的寄载体,丰富广大人民群众的物质生活和精神生活,促使人民群众能够浏览更多的网络信息。随着新媒体技术的不断演变,微信公众号也成为图书馆少儿阅读推广工作的重要载体,尤其是微信公众号定期推送的文章及其文章的评论、转发功能。对此,图书馆要充分利用微信公众号,拓展少儿阅读推广工作的渠道,紧跟时代发展的潮流,积极、有效的开展少儿阅读活动。

### 1. 微信公众号基本特征分析

微信是腾讯旗下开发的一种社交软件,微信公众号是依附于微信平台的一种程序、功能,微信公众号具有传播速度快、覆盖内容全面、宽泛的特点。在新时代背景下,各种网络信息层出不穷,海量的网络信息不断充斥着用户群体的日常生活之中,使得广大用户群体通过微信公众号来浏览各种信息。与此同时,微信公众号具有一定的功能性,根据“猜你喜欢”的方式,为用户群体推送一些比较感兴趣的话题内容。微信公众号不仅具备浏览消息的特征,而且用户群体也可以和小编进行聊天,或者在文章下面评论,结交更多的好友,具有很强大、很丰富的内容性<sup>[1]</sup>。最后,微信公众号推送的文章更新速度非常快,能够满足用户群体随时随地的浏览消息的基本需求。

### 2. 微信公众号的功能分析

#### (1) 群发推送

微信公众号主动向广大用户群体推送重要的通知以及趣味性的内容,比如:文章、歌曲、视频等。使用者要想将所浏览的内容分享到自己的微信朋友,可以点击手机上方的“三点”,点击“分享”到朋友圈,在完成具体的授权后,所浏览的内容便会发送到微信的朋友圈之中,好友在看到分享后,如有兴趣,便可以点进去观看。现阶段,大部分图书馆通过微信公众号,为广大用户群体推送各种各样的服务消息。

#### (2) 自动回复

在微信公众号平台上,图书馆通过设定简短的关键词,用户群众结合其中的关键字,向微信公众号获得更多的消息。通过添加部分一个或者多个关键词,自动处理一些比

较简单的消息查询和存在的疑问。比如:图书馆设置“借阅”、“续借”、“图书”、“还书时间”等关键词,便于解决广大用户群体对图书馆服务方面存在的一些简单问题。

#### (3) 一对一交流

对于用户群体存在的问题来说,微信公众平台可以设置“人工客服”,便于为广大用户群体提供一对一的对话解答服务。

#### (4) 后台管理

微信公众号的后台具有实时交流、消息发送、素材管理的功能,微信公众号可以对自己所拥有的粉丝进行分组管理,有助于实时交流。

### 3. 微信公众号的主要形式分析

微信公众号有三种形式,分别是:企业号、订阅号、服务号。而这其中,服务号主要是用来给图书馆提供更多的业务服务,以及相应的用户管理平台;订阅号是用来为广大用户群体提供各种各样的信息、新闻等内容;企业号是帮助图书馆进行内部消息的传达。

在微信公众号中,订阅号、服务号都可以作为图书馆少儿阅读推广工作的基本渠道;而企业号是政府机关、社会组织进行内部文化建设的一种途径。从技术层面来说,图书馆可以借助企业号进行少儿阅读的推广、宣传;企业号重点在用户管理,主要功能就是快速移动化办公概念,而且企业号对于图书馆内部一些隐私文件能够妥善处理<sup>[2]</sup>。但是,企业号对于人员配置和成本要求比较高,对于大部分图书馆来说,在人员配置、成本投入等方面存在很多的问题,所以,大部分的图书馆都选择订阅号作为图书馆少儿阅读推广工作的主要手段。

订阅号可以每天群发一次消息,一次可以发送8条内容,如果企业觉得8条内容不够发送,可以向网信办申请,每天可以有6次的发送机会,那这样就是48条消息内容,极大的提升了图书馆少儿阅读推广、宣传的效果。

### 4. 图书馆开展少儿阅读推广活动存在的主要问题分析

图书馆通过少儿阅读推广活动,重点对象是一些少儿群体,根据少儿的心理特点、年龄层次、阅读状态、阅读方式、阅读习惯等等,通过集结大量的人力、财力、物力等等,创新阅读形式,进一步培养少儿养成良好的阅读习惯。

现阶段，我们国家的图书馆已经得到了相关部门的扶持，但是在开展少儿阅读推广活动过程中，还是存在不少的问题：

#### (1) 图书馆工作人员整体的专业素养有待提升

部分图书馆工作人员自身的理论素养较低，创新业务能力较低，对于图书馆的了解不深，缺少对少儿群体的深度了解，不能对少儿群体进行合理的引导、推荐。与此同时，也不能向少儿群体推荐他们所需要的书籍，进一步就会影响图书馆少儿阅读推广活动的效果。

#### (2) 少儿阅读活动科学、合理的规划有待提升

现阶段，根据图书馆的少儿阅读推广工作来考虑，少儿阅读推广活动的参与人员只有图书馆内部工作人员，社会各界对于图书馆的阅读推广活动关注比较少，社会各界的参与程度比较低，导致图书馆内部的阅读氛围不够强烈<sup>[3]</sup>。从目前的阅读情况来看，图书馆更加注重其自身经济效益的提高，对于少儿群体的阅读积极性关注的少一些，导致少儿群体只是浅显的阅读，没有深层次的阅读。

#### (3) 少儿阅读推广工作缺少广泛性、群众性

部分图书馆阅读推广活动的组织安排缺少科学、合理的规划，没有建立长效的管理机制，甚至还有跟风、盲目追捧的意图，没有形成一定规模的阅读推广品牌。另外一方面，图书馆少儿阅读推广工作比较注重形式，在一定程度上就会忽视少儿阅读推广效果；再加上盲目的关注宣传图书馆的少儿阅读推广活动，从而忽视后期的评估工作。最后，在内容上缺少一定的创新性，导致少儿阅读推广工作形式比较单一。

### 5. 微信公众号助力图书馆少儿阅读推广工作的实践路径分析

#### (1) 多方联动，建立良性少儿阅读推广模式

对于大部分70后、80后、90后的家长来说，在培养、教育自己孩子方面的需求十分旺盛，也愿意对其投入更多的时间、精力。将微信公众号助力于图书馆少儿阅读推广工作中，需要图书馆工作人员借助“群发推送”、“自动回复”的功能，结合家长这一特定的目标，推送家长感兴趣、有价值的各种少儿书籍内容<sup>[4]</sup>。家长在了解后，便会开始关注图书馆，才会主动带领自家孩子进入到图书馆中，参与由图书馆举办的各种少儿读书活动。

家长带领孩子进入到图书馆中，了解所参与的少儿阅读活动，相关工作人员结合少儿群体的心理特点、兴趣爱好等，在少儿阅览区域内的新书推荐、各种少儿阅读活动、阅读环境的设置等进行妥善的规划。让孩子们进入到图书馆后，通过各种各样丰富的阅读活动，从而培养孩子们养成良好的阅读习惯。图书馆、家长、孩子三方之间共同发展，借助微信公众号建立相应的宣传网，便于图书馆汇集更多的读书群体，也更容易开展更为丰富的少儿阅读推广活动。

#### (2) 搭建微信公众平台，经营丰富内容

随着少儿阅读活动的开展，图书馆也因此获得更多家长群体的关注，在微信公众号的建设上，加大少儿阅读活动

的管理，同时增加少儿阅览区功能内容、少儿专题新书推荐等内容。结合家长和少儿群体的不同心理特征，微信公众号重点突出其人文性的特征，更为注重教育功能方面的内容推送。在推广少儿阅读活动时，开通读书活动的微信报名、续借、查找图书等快捷功能，便于收集更多的家长意见，从而搭建相关的互动式平台<sup>[5]</sup>。比如：通过组织“少儿影视剧场”、“我是小小图书管理员”等读书活动，并经由微信公众号的分享功能，为更多的用户分享关于图书馆的动态信息。

#### (3) 结合读者阅读情况，拓展个性化服务

少儿阅读推广的对象除了少儿之外，还有家长、老师。目前，通过手机获得微信公众号消息都是家长，而非少儿本人，也就是说，少儿阅读推广工作的主要目的是家长、老师。对此，图书馆借助微信公众号推广少儿阅读活动，要结合少儿群体的阅读习惯、阅读喜好，以及家长和老师获得信息的习惯。在新时代背景下，人们获得信息的习惯具有鲜明的特征，所以，目前我国国家的图书馆创建的微信公众号关于少儿阅读的推文，其标题应该围绕“家长”，并选择家长感兴趣的封面，才能让更多的家长点击进来。同样地，推文内不仅要介绍具体的少儿阅读活动，还需要增加和本次活动相关的图书内容。为了让家长带领少儿一起阅读，微信公众号在推送图书信息时，配上相关的图片、视频、音频，为读者营造更为良好的读书氛围，提高少儿阅读推广工作的效率。

#### 结束语

综上所述，在新时代背景下，作为图书馆微信公众号的运营人员，要充分利用好微信公众号这一媒介手段，加大少儿阅读活动的宣传、推广。微信公众号不仅能够为图书馆少儿阅读扩大宣传力度，还能够为图书馆实现创新发展、转型发展奠定良好的基础。另外一方面，提高微信公众号运营人员的工作能力，结合广大读者用户的基本阅读需求，精准市场定位，不断探索更加高效、精准的服务模式，在一定程度上有助于提高图书馆少儿阅读推广工作效率。

#### 参考文献

- [1] 司苗苗. 微信助力图书馆工作的实践与探索[J]. 采写编, 2020(05): 189-190.
- [2] 康英. 高校图书馆微信公众号阅读推广的关键影响因素识别研究[J]. 情报科学, 2020, 38(6): 6-7.
- [3] 蔡妙芝, 李晓瑛, 林鑫, 等. 医学院校图书馆微信阅读推广实证研究[J]. 医学信息学杂志, 2021, 42(8): 8-10.
- [4] 孟春红. 高校图书馆微信公众平台阅读推广现状与策略——以衡水学院图书馆为例[J]. 绿色科技, 2020(21): 2-3.
- [5] 夏娟. 微信公众平台在高校图书馆阅读推广工作中的应用研究[J]. 卷宗, 2020, 000(001): 170-171.