

论新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略

高灿

(郑州电力职业技术学院 河南 郑州 451450)

【摘要】为进一步提高新媒体环境下高校图书馆阅读推广质量,本文主要针对新媒体环境下高校图书馆阅读推广存在的问题;新媒体环境下高校图书馆阅读推广服务策略两点内容,从多个角度出发,提出具体的可行性方法,为后续的工作展开提供有效的借鉴和参考。

【关键词】新媒体环境;高校图书馆;阅读推广策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.03.154

引言

从目前新媒体环境下高校图书馆阅读推广服务工作的实际情况来看,仍存在一些问题,包括推广内容的传统化、新媒介应用的局限性、新媒介应用单一化等。相关工作人员要进一步落实好图书馆推广工作的具体要求,结合问题成因,制定更为有效的优化措施,从而不断提高工作展开的效率和质量。因此,本文针对问题,探讨新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略。

一、新媒体环境下高校图书馆阅读推广存在的问题

(一)推广内容的传统化

从目前新媒体环境下的高校图书馆阅读推广工作来看,仍存在着很多问题,但首要问题仍是推广内容的传统化。目前,伴随着我国社会经济的不断发展,互联网技术与计算机技术日益成熟,包括新媒体等平台在内的也在积极推进阅读推广活动,进一步加速了新媒体与传统阅读的结合,进一步提高了阅读推广的生动性和活跃性。但是从当前大部分的活动案例来看,在进行推广中,其推广的内容仍是传统的阅读推广项目,包括微信的阅读微博的阅读好书的推荐等,过程中也包含着借助视频等方式来对经典作品进行展示,或者是通过大数据来对读者的阅读需求进行分析。但是在以上案例中却缺少对素质资源的阅读推广应用,这也是当前高校图书馆阅读推广工作中首先需要解决的问题,要进一步缩小数字图书馆建设的差距,切实提高图书馆阅读推广工作的效率和质量。

(二)新媒介应用的局限性

随着我国信息技术的不断发展,目前的高校图书馆也进入到了一个全新的阶段。在此阶段下,自动化信息化也为工作的发展提供了很多的契机。但是从我国目前高校图书馆阅读推广工作中的新媒体技术应用来看,仍是存在一定局限性的,而这局限性主要表现为以下两个方面。首先是应用范围上的局限性。目前我国很多高校的图书馆阅读推广工作大都是在本校的范围内来展开的,仅仅是对焦于本校的教师和学生,并没有使其在互联网技术的优势下,将阅读推广服务上升到更大的平台,面向到更大的群众,这也限制了高校图书馆阅读推广工作的进一步发展。其次是使用者方面的局限性,目前高校图书馆阅读推广工作仅仅是集中在985、211等重点高校上,而一些普通本科院校或者是高职院校,由于自身在人力、物力、财力上的缺少,往往很难进行图书馆的阅读推广工作,也很难对新媒体时代下的信息技术进行应用,从而限制了推广工作的展开,也导致了我国高校图书馆阅读推广工作的片面性。

(三)新媒介应用单一化

在新媒体环境的指导下,人们的阅读推广活动也发生了全新的改变,都在积极应用新媒体技术,也进一步提高了阅读推广活动的效果,包括读者的参与度也得到了显著的提升。但是,从我国目前很多高校的图书馆阅读推广活动来看,仍存在着新媒体应用单一化的问题,很多高校仅仅是通过微信微博等方式来开展阅读推广活动,或者是在这一过程中仅仅是针对热衷于网络阅读的读者来展开活动,并没有充分发挥出新媒体的优势。同时,在很多高校的图书馆阅读推广活动中,也缺少针对性,不能够把握住广大读者的真实需求和真实喜好,使得阅读推广活动的展开错过了很大一部分

读者,也影响了工作展开的效率和质量,使成本的投入得不到应有的效益。

二、新媒体环境下高校图书馆阅读推广服务策略

(一)开展多层次的阅读推广活动

针对以上问题,在新媒体环境下,高校图书馆阅读推广工作的展开,首先需要开展多层次的阅读推广活动。同时,新媒体技术的出现与应用也为多层次的阅读推广活动提供了更多的可能。首先是要在校内进行多层次的阅读推广活动。期间,针对具有科研需求的教师和学生,通过新媒体的运用,能够进一步对馆藏数字资源进行有效的宣传和推广,从而提高面向师生需求的素质资源针对性。而针对一般的本科学生阅读推广活动,主要是要帮助他们养成良好的阅读习惯,以及培养良好的阅读兴趣,形成正确的阅读审美。现如今,随着我国互联网经济的发展,越来越多的书籍在以各种各样的形式,借助于各种各样的平台,面向着大众。但是这些书籍大都具有明显的市场逐利特点,书籍写作的目的也仅仅是为了盈利,并没有保证书籍的内容,甚至在一部分书籍中,还缺少正确的价值观。大学生本身处于人生的关键时期,在没有经过社会的验证,他们的思想仍是不成熟的,也很容易受到这些负面书籍的影响。对此在面向普通本科生的阅读推广活动中,还需要引导他们回归到经典阅读中,切实提高阅读选择的质量,使学生在阅读中能够有所收获,提高自身的人文素养。其次是由各大高校开展联合阅读推广活动,借助于信息技术的优势,网络技术的优势,积极打造图书馆阅读推广平台,由各大高校一同完成活动内容的策划,一同对活动的成果进行分享,营造出更大的活动规模,切实提高活动的效果。在阅读推广活动中,还要与各大书商资源开发商出版社等进行合作,使高校图书馆阅读推广活动的影响力能够得到更进一步的提升,发挥出更大的辐射作用,达到更大的效益。

(二)开展多元化的阅读推广活动

在新媒体环境下的高校图书馆阅读推广活动中,还需要开展多元化的阅读推广活动,所谓的多元化推广阅读活动。一方面是要加速新媒体与传统阅读的结合,使二者的优势能够得到一同发挥,通过线下阅读活动与线上阅读活动的结合,进一步提高广大读者对阅读推广活动的参与积极性和参与主动性。另一方面则是利用好当下年轻人热衷的社交平台,借助于微信微博QQ等渠道来开展,宣传交流活动。同时在这些平台的应用中,也能够对信息进行更好的编辑,提高信息的扩散率,并在大数据的应用中,使其更快速的面向精准人群。最后是要对学校的电子宣传媒体进行利用,例如学校的图书馆网站移动图书馆网络电视台等,对图书馆内的馆藏资源和最新资讯进行有效的宣传和推广,让广大师生和广大读者能够更好地了解阅读推广活动,在其中找到自己需求的内容,使其满足自身的读书愿望。

(三)用企业网络营销法开展阅读推广服务

在新媒体环境下的高校图书馆阅读推广活动中,还可以对一些企业的网络营销手段进行利用。这一过程中,主要是依托于市场的营销理论,对消费者的需求进行把控,或者是对读者的需求进行把控,然后依托于营销的策略来对自身的

(下转第174页)

为读者服务。

1. 图书馆应重视管理人员素养的提升,开展培训工作,根据图书馆发展形式与工作特性,制定培训方案,鼓励管理人员参与到其中,增强其信息技术运用能力与专业化能力,使其更好地为图书馆发展服务。

2. 聘请专业化人员,在薪资与待遇方面满足人才要求,构建一支优秀的档案管理团体,进而促进图书馆档案管理信息化的构建。同时,图书馆管理人员应具有学习意识,通过自主学习,提升自己,使自己更好的运用信息技术为图书馆服务。例如,借助微课、慕课进行自主学习,增强自身信息素养,进而促进图书馆走可持续发展道路。

(五) 完善档案信息服务体系

伴随社会前进的脚步逐渐加快,人们对于各行各业服务质量的要求也越来越高,因此图书馆档案信息的服务建设也应日益完善,应当依托信息化的基础,为本单位拟定合理的信息资源管理规章。面临信息化的大背景,推进档案管理的內容、标引的整体化建设迫在眉睫。完善档案管理的制度筹建,可以推动档案管理越来越规范和科学,加大信息化运行的投建和管理,切实发挥好其功能,让信息化在档案管理事务中发挥更大效用。改革传统的档案管理办法,加大质量提升,改革传统的资源引进途径和措施,确保知识的质量,将档案管理建成一个完整的系统,进而提升信息化的服务质量。与此同时,应相关部门的要求,应该对档案体系的整体工作进行合理的包装,使运行更加顺畅,大众也能更方便地使用图书馆档案信息。

(六) 加强各部门之间的联系

整体与部分不能分割,若要使城市图书馆档案运行系统越来越完善,必须紧密各个部门的关系。城市图书馆各个

部门之间发展的不均衡是如今很多图书馆单位面临的紧迫局面,尤其随着信息网络逐渐引入到图书馆内部工作中,档案管理工作与其他各个部门的工作之间难免出现对于技术要求和技术分布的冲突,这就亟须各个部门之间密切联系,以使信息在各个部门中顺畅的传递和共享。确保不同部门之间资源管理的有效性 with 稳定性。伴随中国网络的跨越式发展,有效运用各种传播媒介可以促进图书馆资源应用的综合提升。

四、结语

综上所述,城市图书馆实现档案管理信息化模式,是其发展的必经之路。为了满足读者阅读需要,为读者提供需要的文献资源,图书馆在发展中应实现档案信息化管理模式,构建图书馆档案管理信息化平台,提升管理人员综合素养,进而促进城市图书馆走可持续发展道路。

参考文献

- [1] 李沁娟. 浅议图书馆档案数字化建设——基于第六次全国县级以上公共图书馆评估定级工作[J]. 办公室业务, 2018(19): 155.
- [2] 李芳. 试论图书馆档案管理工作的创新与发展——以古田县图书馆档案管理工作为例[J]. 办公室业务, 2016(7): 177.
- [3] 李芳. 公共图书馆读者活动档案的收集与管理——以古田县图书馆读者活动档案的收集管理为例[J]. 大众文艺, 2016(2): 209.
- [4] 苗桂兰. 图书馆档案工作分析及对策研究[J]. 经济师, 2018(08): 243+245.
- [5] 杨志菊. 图书档案管理现状及改进策略探讨[J]. 办公室业务, 2018(15): 177.

(上接第172页)

产品进行推销。对此,为更好地达成高校图书馆阅读推广目的,首先需要依托于微信、微博、QQ等平台来对图书馆的当前资源和能够提供的服务进行宣传,要让广大读者认识到图书馆的作用和价值,并在使用的过程中产生图书馆依赖性,愿意投入精力和资金去享受图书馆带来的服务和资源。其次是要利用好大数据技术对广大读者进行分析和分类,过程中要整理出广大读者的性别、年龄、专业研究方向等差异,以此来更为准确地把握读者的真实阅读需求,把握读者的真实阅读特点,从而为广大读者提供针对性与个性化的阅读方案,切实提高读者的服务满意度。

(四) 培养新媒体阅读推广人

在高校图书馆阅读推广活动中,作为推广工作的主体,图书馆工作人员的专业素质也决定了活动开展能够达到的实际效果。尤其是在新媒体的环境下,与传统阅读推广工作不同,对工作人员的素质也提出了更多的要求。因此,图书馆也需要做好人员的培训工作,要结合图书推广活动,的专业理论和专业知识进行系统化的学习,帮助工作人员掌握更高效的阅读推广方法,掌握更丰富的阅读推广模式,使其能够

更好地发挥出新媒体环境的作用,使其能够更高质量的完成推广工作。

结束语

综上所述,在新媒体环境下的高校图书馆阅读推广中,可通过开展多层次的阅读推广活动、开展多元化的阅读推广活动、用企业网络营销法开展阅读推广服务以及培养新媒体阅读推广人等一系列方法来达到目的。意在从多个角度出发,针对目前新媒体环境下高校图书馆阅读推广服务工作的实际情况,分析问题成因,找寻解决方法,制定更为科学、合理的方案策略,从而不断提高工作展开的效率和质量。

参考文献

- [1] 张保芳. 论新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略[J]. 传媒论坛, 2020, v. 3; No. 52(04): 123-124.
- [2] 姚秀敏, 路程, 樊会霞. 新媒体环境下高校图书馆阅读推广策略研究[J]. 农业图书情报学刊, 2015, 27(005): 109-113.