

新媒体在图书馆阅读推广服务中的应用

张艳

(泸州市图书馆 四川 泸州 646000)

[摘要] 如今社会不断发展,公共图书馆是社会主义公共文化服务体系的重要组成部分,推动、引导、服务全民阅读是公共图书馆的首要任务,更是提升全体居民文化水平的重要途径。从目前我国图书馆阅读推广工作开展的现状看,尽管全国各地图书馆工作者采取了多种有效的推广方式来吸引更多读者到图书馆借阅书籍,但效果并不显著。

[关键词] 公共图书馆; 阅读推广; 策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.478

社会节奏的加快使得人们的内心变得浮躁起来,社会上的这种阅读现状在一定程度上也会影响大学生的阅读去向,因为大学生处在人生观、价值观形成的重要时期,所以大学生的阅读取向对他们的人生发展起到非常大的积极作用。在新媒体时代到来的背景下,大学生几乎人人都有电子产品,这对高校图书馆阅读推广服务模式的更新提供了一定的借鉴作用。

1 新媒体时代阅读推广的特点

新媒体时代背景下各种数据资源丰富,网络世界当中的数据呈现爆发式增长。图书数据形式也日益丰富和多样化。21世纪是信息时代,是数据时代,是新媒体发展时代,社会大众受到新媒体的传播影响,阅读需求已经发生了显著的变化,传统的阅读模式已经不能够适应现阶段的阅读需求。人们获取的各项信息资源不再受到时间空间的限制。另外新媒体的发展进一步创新了阅读的形式,各类数字期刊、数字信息的传播媒介不断出现,提高了社会大众接触信息的深度和广度。在新媒体时代背景之下,信息的传播范围更加广泛,传播速度更快,读者只需要借助检索平台,一台智能手持设备,就可以随时随地检索自己想要的信息,阅读成本更低,个人信息的获取更加简便多样快捷。此外新媒体时代也改变了阅读群体的阅读习惯,长篇式的文献阅读,逐渐向着碎片式和零碎化方向转变。读者不再依托传统的纸质图书,而是利用各种设备获取相应的电子期刊,能够实现阅读的快速化、简洁化。在新媒体背景下,传统知识阅读的深化记忆功能已经一去不复返。

2 开展公共图书馆阅读推广工作的作用

2.1 吸引更多读者借阅图书

读书是帮助人们增长知识、开阔视野、修身养性的重要方式,而公共图书馆则为人们“博览群书”提供了良好的环境。新时期,在公共图书馆开展阅读推广活动,不仅能吸引更多读者到公共图书馆借阅图书,还能有效提升全民文化水平。尽管我国图书馆馆藏书籍数量、借阅证发放数量逐年增多,但书籍流通量发展速度却较为缓慢。

数据显示,2020年中国公共图书馆图书流通人次为54145.81万人次,较2019年减少了35989.19万人次,同比减少39.93%。这一数据说明真正到图书馆读书的读者数量呈现下降趋势。导致群众借阅图书数量下降的原因与群众对图书馆缺乏兴趣有着很大的关系,由于当前很多图书馆提供的服务较为单一,加上人们日常生活、工作压力很大,很少会腾出时间到图书馆参与借阅活动。只有当图书馆主动开展各种阅读推广

活动时,才能让群众将注意力放在图书馆上,这对提升群众阅读兴趣,推动全面阅读工作的有效开展起到一定的推动作用。

2.2 有效整合图书资源

图书馆阅读推广创新还可以有效地整合图书资源。众所周知,在当今时代,图书馆有各种丰富的馆藏图书,但是这些馆藏资源并没有被图书馆充分利用起来。图书馆不能做到对各类图书资源的综合化利用、复合化整合、嵌入式融入和个性化推荐,而只是将图书被动式地推送到不同的阅读者面前,没有达到供给者和需求者的深度嵌套与融合,这就不能最大效率地发挥图书馆在阅读推广中的作用。

2.3 提升图书馆的服务质量

现代化图书馆要想提升自身的的服务质量和服务水平,就需要充分利用好网络媒体技术,将图书馆馆藏资源丰富的特征与现代信息技术有效结合,实现信息资源的高效传输,从而在社会上能够形成良好的口碑效应,产生积极的社会影响力,从而确保被服务的读者群体能够全面了解图书馆的服务职能,更好地引导读者到图书馆来获取自己想要的信息资源。例如图书馆可以与百度、网易、搜狗等诸多搜索引擎和网站进行有效的沟通,进一步关注本图书馆在各个检索平台的查询情况,依据读者的查询情况,可以在各个检索平台推广自己的服务,挖掘更多潜在的读者群体,这样能够让图书馆受到更多大众的关注。

3 公共图书馆阅读推广工作存在的问题

3.1 区域发展不均衡,品牌推广效果不显著

由于全国各地经济发展水平不平衡,因此很多地区在公共图书馆的建设过程中呈现出投资力度不均衡、品牌推广效果不显著的问题。以望城区公共图书馆为例,由于每个场馆设立时间不一致,投资力度不同导致各个图书馆发展呈现出馆藏资源水平差距较大、馆内可开展阅读推广活动的场地有限等突出问题。同时,由于尚未打造出富有特色的品牌,各馆独自开展推广工作,严重影响了实际推广效果。第一,由于政府投资力度不相同,致使每个图书馆的发展速度不一致,有的图书馆已经成功打造出属于自己的品牌,而有的图书馆则发展速度较为缓慢;第二,很多地区的图书馆主题特色不鲜明,没有将当地地域特色融入场馆之中,品牌宣传效果不显著。

3.2 阅读推广成本较高

虽然现阶段的图书馆阅读推广模式已经逐渐由单纯的线下向“线下+线上”转型,但对于依靠公共财政资金运行的图书馆而言,线下仍然是较为常见的阅读推广模式。线下的阅读推

广模式会极大地消耗人力、物力、财力，特别是许多图书馆会经常性举办各类讲座、各类文化沙龙活动。这些活动往往会在餐饮、住宿、服务和人力接待等方面消耗大量的资金和人员精力。但是仔细探查这类活动就会发现，它们往往只在特定的圈子内部举办，无法真正扩大化，让更多的普通阅读爱好者参与进来。这种耗费了大量的社会资源，却在社会效益产出方面效率较低的行为，在移动互联网时代会凸显严重弊端和短板。这也是目前图书馆阅读推广存在的重要问题之一。作为非盈利或者微盈利的机构，图书馆必须在保证自身生存的前提下才能正常运营，所以要时刻将效率放在第一位。而现阶段，线下的阅读推广模式耗费了巨大的资源，使得图书馆的经营成本较高，不利于图书馆的可持续性发展。

以笔者所在城市市级公立图书馆为例，2019年度该图书馆接受上级财政拨款经费2534万元，其中阅读推广经费为168万元。当年该图书馆举办5场各类图书讲座、12场文化沙龙活动、举办3场图书展览、3次阅读研讨会共计花费135万元，平均每场线下活动花费金额5.87万元。这些活动往往在餐饮、住宿、服务和人力接待等方面消耗了大量的资金和人员精力，但活动参与人员共计8200人（过滤掉重复人员），直接触达与间接传播人员共计31000人，这与该市569万的总人口相比，极不成比例。

4 图书馆阅读推广创新策略

4.1 加强对新媒体平台深度利用

进入移动互联网新时代，要想在更广的范围内开展阅读推广活动，图书馆就必须加强对新媒体的综合利用。一是要积极利用互联网资源，加强线上线下联动，将线下图书馆资源和线上图书馆资源相融合。二是要建立图书馆新媒体平台矩阵，在抖音、快手、微信和微博以及各类读书平台和学习 App 中广泛地进行图书馆阅读推广的宣传，使用互联网思维对图书馆阅读推广赋能。三是加强通过新媒体与读者进行沟通的能力，以更加清新活泼的姿态与读者通过新媒体平台进行平等化交流，从而增加自身的亲民度。

4.2 建立专门的阅读推广部门

阅读推广就是通过多样的传播模式让更多的人认识到阅读的重要性并投入到阅读活动中来。为了让阅读活动在大学生群体中进行推广，高校图书馆可以建立阅读推广部并制定完善的管理制度。高校图书馆的馆藏资源非常丰富，各种设备也较为健全，阅读推广部全面负责阅读指导和推广活动，组织大学生阅读活动。要想让学生真正爱上阅读，阅读推广部就要深入到大学生群体中，根据学生的专业和阅读兴趣组织活动，更新图书馆的馆藏资源，同时鼓励学生可以成立阅读社团，更为针对性地对图书阅读有深层次的互动交流。此外，高校图书馆还可以定期开展阅读主题讲座，聘请学者专家进行专题讲解。在一些特别的纪念日，高校图书馆还可以针对节日主题举办相关的阅读推广活动，使学生在活动中可以获取相关知识，提高文化素养

4.3 开展特色化的阅读推广

在新媒体迅猛发展大背景下，为了更好地提升自身的竞争能力，与众不同，就需要从阅读推广的内到外进行开拓创新，制定差异性、特色化的阅读推广计划和推广方案。近年来，随着社会不断发展，大众的生活节奏不断加快，生活压力越来越大，阅读行为、社交行为已经发生了显著的变化，已经由传统的精读模式变为泛读模式、碎片化阅读模式。在碎片化阅读背景下，很多读者缺乏连续阅读的积极性，在这种趋势下面对海量的数据期刊资源，很多读者难以深层次地就相关数据开展细致的分析和阅读，不能够准确掌握文献资源所提供的信息。为了切实发挥图书馆在教育国民、提升国民文化素质方面的职能作用，提高整个民族的文化体验图书馆，就需要深入分析现阶段文献资源的利用价值，并结合不同群体读者的实际需求，依托新媒体技术的发展形式，对传统图书馆的阅读形式开展针对性的分析，分别汲取新媒体的阅读特色和传统阅读推广服务的价值，制定特色化针对性差异性的阅读推广方案。而在这个过程中，首先就需要对不同群体的读者进行有效的需求分析，做好相应的论证调查工作，依据不同的群体制定相应的发展策略，确保各项阅读推广方案制定的科学性、针对性以及有效性。图书馆的服务人员和管理人员应该密切关注社会发展动态，结合社会大众对社会热点的关注特征，设立相应的专题栏目，确保阅读推广活动能够与社会实施有效结合，依托新媒体技术深入挖掘手机移动端阅读的价值，利用官方微信公众号，微博等多种交互软件，将图书文献资源发放到读者的智能手持终端，方便读者能够随时随地获取相应的信息数据，随时随地开展阅读。通过实施差异化特色化的阅读推广，能够给予读者不一样的阅读体验和阅读享受，从而确保社会大众能够更好地参与到阅读推广当中。

5 结束语

综上所述，新媒体时代的到来给高校图书馆工作带来了巨大的挑战，阅读形式和媒介变化让读者不再选择到图书馆进行阅读，交互性阅读方式的出现需要建立一个新型的阅读平台。高校图书馆应该充分把握住时代发展的需求，积极引进先进的信息技术和数字化建设，大力开展互动性阅读，更加方便广大师生在何时何地都可以进行阅读，表达自己的阅读心得，充分激发出大学生对阅读的兴趣，提升学生对阅读的思想认识，全面提升在校大学生的思想认知以及文化知识储备，从而为国家建设培养更多高素质人才。

参考文献

- [1]程超.大数据技术在图书馆阅读推广中的运用[J].办公业务,2021(07):167-168.
- [2]史朝霞.公共图书馆中学生阅读推广服务策略探究[J].河南图书馆学刊,2021,41(03):30-32.
- [3]王咏梅.互联网时代高校图书馆阅读推广服务研究[J].参花(上),2020(12):123-124.