

媒体融合视域下公共图书馆文献信息传播效果提升策略研究

曾媛

摘要 媒体融合时代给图书馆文献信息传播工作带来了新的机遇与挑战。文章深入调查研究了我国31所省级公共图书馆图书推荐类微信推文的实践情况,分析其存在的问题和不足。在此基础上,从构建以人为核心的传播共识、以用户思维拓宽传播模式、优化传播内容表达、构建全媒体矩阵、加快全媒体人才建设等方面,提出公共图书馆文献信息传播效果的提升策略。表2。参考文献15。

关键词 媒体融合 公共图书馆 微信公众平台 文献信息传播

Research on the Promotion Strategy of Document Information Communication Effect of Public Libraries from the Perspective of Media Integration

Zeng Yuan

Abstract: The era of media integration has brought new opportunities and challenges to the work of document information communication of libraries. This paper deeply investigates the practice of WeChat tweets for book recommendation in 31 provincial public libraries in China, and analyzes the existing problems and shortcomings. On this basis, the paper puts forward strategies to improve the effectiveness of document information communication in public libraries from the aspects of building a human centered communication consensus, broadening the communication mode with user thinking, optimizing the expression of communication content, building an all media matrix, and accelerating the construction of all media talents. 2 tabs. 15 refs.

Keywords: Media Integration; Public Library; WeChat Public Platform; Document Information Communication

公共图书馆作为文献信息资源的聚集和贮存中心,是文献信息传播的重要阵地。媒体融合时代,公共图书馆突破传统媒体的传播模式,利用媒体融合技术最大限度传播好文献信息势在必行。以微信公众平台为代表的社交媒体以其与生俱来的移动化、共享化、社交化特征,逐渐成为公共图书馆文献信息传播的重要渠道。在网络信息技术迅猛发展、各类新媒体平台快速崛起的当下,图书馆文献信息传播也同样面临着传播主体、方式、内容等诸多方面的挑战。在新时代语境中,如何提升图书馆文献信息传播效果,优化用户获取文献信息的体验,彰显图书馆文献信息传播力、引导力和公信力,是值得公共图书馆界深入思考的重要课题。

1 我国省级公共图书馆微信平台文献信息推荐服务现状

近年来,我国公共图书馆结合新技术优势建

立微信公众平台,加大文献信息的传播力度。目前,学界的诸多研究都从图书馆微信公众平台文献信息传播的具体实践层面出发,聚焦于现状研究和建设、特色服务探讨、阅读推广模式研究,以及阅读推广文章的采纳程度。如王磊和吕鹏辉^[1]对微信推送文章的外部特征及高传播指数推文的文本内容进行总结,从制定考核指标、需求挖掘、创造热点等方面,提出让微信推文有价值、有趣味、有温度的思路。杜婉鹏和叶莎莎^[2]对北京地区17所公共图书馆微信平台移动服务进行调研,提出开展移动VR虚拟现实特色交互服务、用户画像和情境感知的移动推荐服务、O2O模式的移动特色服务等微信平台移动服务优化策略。吕瑾瑜^[3]通过相关数据分析我国省级公共图书馆微信阅读推广存在的问题,提出构建“潜阅读”“浅阅读”“深阅读”逐层提高的微信阅读推广模

式;曹树金和王雅琪^[4]以详尽可能性模型和信息采纳理论为基础,论证得出外围路径因素中的标题趣味性、推文发送位置、内容突出程度和中心路径因素中的内容趣味性、推荐力度、图书获取途径均对图书馆微信公众号图书阅读推广文章采纳行为有显著影响。相比之下,学界对公共图书馆文献信息传播效果提升路径研究比较欠缺,鲜有学者针对公共图书馆在媒体融合时代如何更好地发挥文献信息传播优势进行深入考察和

探讨。基于此,本文以我国 31 家省级公共图书馆微信公众平台为调查对象,梳理各图书馆微信公众平台的栏目设置、推文内容,统计留言、回复数据,利用清博平台调查 WCI 指数(Wechat Communication Index),并借助调查图书馆官方网站、查阅文献资料等方式,获取我国省级公共图书馆微信公众平台传播文献信息的现状。31 家省级馆 2021 年 12 月至 2022 年 2 月的相关数据如表 1 和表 2 所示。

表 1 我国省级公共图书馆微信平台文献信息推荐服务现状

微信公众号	WCI	推文篇数	篇均阅读量	推送形式	是否开通留言	是否开通荐购	职能部门
上海图书馆	1230.81	55	2267	图片、文字、扫码看书、扫码听书、音频、视频	是	是	读者服务中心新媒体服务推广部
湖南图书馆	1040.44	2	2426	图片、文字	是	否	数字技术部
吉林省图书馆	969.87	93	249	图片、文字、扫码看书	否	是	网络技术和数字资源建设部
湖北省图书馆	865.99	57	1234	图片、文字、扫码看书	是	否	宣传策划部
浙江图书馆	853.87	29	1319	图片、文字	是	是	数字资源部
重庆图书馆	794.25	24	1134	图片、文字、扫码看书	是	否	宣传推广中心
江西省图书馆	775.52	8	709	图片、文字、扫码看书	否	否	/
四川省图书馆	763.85	24	1095	图片、文字、扫码看书	是	否	信息技术部
广西壮族自治区图书馆	755.90	21	486	图片、文字、扫码听书、视频	否	否	网络技术部
山东省图书馆	671.31	20	244	图片、文字	否	否	信息网络中心
广东省立中山图书馆	670.10	7	1682	图片、文字、音频	是	是	活动推广部
山西省图书馆	663.81	8	1015	图片、文字、扫码看书、音频	是	否	信息技术部、宣传推广部
陕西省图书馆	660.47	19	678	图片、文字、扫码看书	是	是	/
首都图书馆	636.71	91	1044	图片、文字、音频	是	否	/
南京图书馆	630.37	34	940	图片、文字、扫码看书	否	否	信息技术应用部
天津图书馆	607.58	1	719	图片、文字	是	是	系统资源部
河北省图书馆	556.99	10	706	图片、文字、音频、视频	否	否	数字图书馆工作部
海南省图书馆	550.15	15	465	图片、文字、扫码听书	是	是	/
贵州省图书馆	548.67	22	338	图片、文字、扫码看书、扫码听书、视频	否	是	技术部
安徽省图书馆	505.19	8	447	图片、文字、扫码看书	有	否	网络技术部

续表

微信公众号	WCI	推文篇数	篇均阅读量	推送形式	是否开通留言	是否开通荐购	职能部门
福建省图书馆	503.58	8	345	图片、文字	是	否	现代技术中心
辽宁省图书馆	493.57	11	688	图片、文字、扫码看书	否	否	网络数字资源建设服务中心
新疆图书馆	467.24	47	323	图片、文字、扫码看书、扫码听书	是	是	/
西藏自治区图书馆	461.52	15	458	图片、文字	是	否	/
内蒙古图书馆	431.75	26	331	图片、文字、音频	否	否	计算机网络信息中心
云南省图书馆	381.83	208	113	图片、文字、扫码看书、视频	是	否	网络技术部
黑龙江省图书馆	348.69	53	119	图片、文字、扫码看书、音频	否	否	数字图书馆技术部
甘肃省图书馆	344.16	72	109	图片、文字、扫码看书	是	否	现代技术应用部
青海省图书馆	324.37	54	149	图片、文字、扫码听书、音频、视频	是	否	数字资源制作中心
河南省图书馆	315.02	67	170	图片、文字、扫码看书	否	否	/
宁夏图书馆	269.85	67	147	图片、文字、扫码看书	是	否	网络技术部

表2 单篇高阅读量文章情况

微信公众号	标题	阅读量	留言数	回复数
上海图书馆	阅读!冬天读什么书?一份冬日书单请查收	10000	56	10
	不如·阅读!压力大了,我在上图东馆空中花园放空自己	6055	78	5
	赠书福利!哪些考古大发现重建了我们对中华文明的认知?	3682	67	4
	赠书福利!没暖气没秋裤,古代人怎么过冬?	3079	48	5
	微阅读!2021年初立的读书flag完成了吗?那些适合在年末赠礼的图书(互动有礼)	2792	39	5
湖北省图书馆	运气不好才会得癌?一线工作10年的医生,做了硬核科普	9026	4	0
	豆瓣2021年度读书榜单,全年好书都在这里	5321	4	0
重庆图书馆	派发“新春礼物”啦!	7279	100	19
湖南图书馆	王小波:凡人都热爱异性	6126	47	4
首都图书馆	今年的年夜饭,亲手做道川菜吧!	5925	64	0
	2021最强书单新鲜出炉!	5209	0	0
	1年,20万,35种!	4912	1	0
南京图书馆	福利!叮咚!您有一份“福虎迎春”大礼包待签收~	4187	94	0
	福利!世界温暖之都地标网络,等你来打卡!	4113	41	0

2 我国省级公共图书馆微信平台文献信息推荐服务存在的问题

通过调查可以看出,所有省级公共图书馆均通过官方微信平台开展图书推荐服务,但其传播能力与效果不一,所面临的问题与有待改进的细节也不尽相同。

2.1 推文发布频率低,缺乏阅读体验感

图书推荐是图书馆阅读推广的重要内容之一,在推动全民阅读、满足公众阅读需求方面发挥着重要作用。通过调查发现,虽然每家省级图书馆都设置了图书推荐类栏目,但栏目推文发布的频率和阅读量都不尽如人意。从表1可以看出,发布推文数量最多的是云南图书馆、吉林省图书、首都图书馆,3家省馆的图书推荐类推文日均推送2篇,而天津图书馆3个月内仅推送了1篇。推文篇数少、发布频率低,不利于形成稳定的用户群体。从推文的篇均阅读量来看,只有两家省馆的篇均阅读量超过了2000,篇均阅读量超过1000的省馆仅7家,而位列推文发布数量榜首的云南省图书馆,虽然推文篇数多,但篇均阅读量仅为113。对于新媒体平台而言,文章推送频率和阅读量是影响其传播效果的重要因素之一。我国公共图书馆应积极加强对文献信息传播中新媒体技术应用的重视程度,实现用户粘性的有效维系与优化。由调查可发现,在文献信息的传播方式上,31家省馆中有5家仅采用了“图片+文字”的方式,近一半的省馆采用了“图片+文字+扫码看书/扫码听书”“图片+文字+音频”“图片+文字+视频”的方式。综合运用5种以上方式进行推送的省馆仅上海图书馆、贵州省图书馆、青海省图书馆3家,汇集图片、文字、扫码看书、扫码听书、音频、视频等多样化形式,以多维角度展示文献信息。由于缺乏对各种传播技术的综合运用和对多种推送方式的相互协调,无法给用户带来阅读的沉浸感和体验感,使图书馆微信平台文献信息推荐对用户缺乏吸引力。

2.2 缺乏对内容的分众推荐,无法有效触达用户

内容是图书馆文献信息传播的核心竞争力,

是决定其生存和发展的关键。图书馆内容发布的重要目标就是实现最终的传播效果。从表1可以看出,绝大多数省馆没有做到根据用户需要找准内容定位,难以激发用户的阅读意愿。比如,云南省图书馆“好书推荐”栏目以每天推荐一本书的频率,为用户推荐了《科学传奇》《胡适考论》《森林纪:我的树你的国》《蔬菜江湖》《全球真实故事集》《喀耳刻》《灰烬的光辉:保罗·策兰诗选》《五月女王》《病毒博物馆》等图书。从图书品种来看,涵盖了文学、科学、哲学、艺术、医学等多种题材,涉及小说、诗歌、散文、神话等多样形式,可谓包罗万象,但用户想要从中找到自己想看的图书全凭运气。以用户为中心的新媒体时代,个性化需求使得用户分众化加剧,不加区分的散点式信息呈现方式,不仅会降低文献信息传递的效率,还会对用户文献信息选择造成很大的困扰。因此,公共图书馆应加强文献信息推荐的精准度,以分众推荐的方式有效触达用户。

2.3 缺乏互动性设计,用户参与感较弱

用户评论、留言是图书馆与用户建立有效交流互动的重要方式。通过话题讨论、留言评论、给予回应,图书馆能够与广大用户形成良性互动关系,促使更多用户成为文献信息传播过程中的参与者、传播者和创造者,增强用户黏度,提升传播效果。用户留言内容丰富多元,往往包含不同的思想、观点、态度、经验等,形成了一个思想碰撞、情感交流的言论区,充分彰显新媒体即时评论、随时互动的社交优势,更能进一步拓展文献信息的阅读深度。从表1可以看出,仅有19家省级馆开通了用户留言功能,有12家省级馆尚未开通,绝大多数省级馆都没有开通读者荐购功能。而从表2列出的单篇高阅读量文章来看,在开通留言功能的省级馆中,上海图书馆、重庆图书馆、湖南图书馆均及时给予用户回复,而湖北省图书馆、首都图书馆、南京图书馆即使面对众多用户留言,也没有做出任何回复。对用户感受和反馈的忽略,将导致图书馆难以与用户产生情感关联,从而丧失用户对图书馆的信任感和依赖感。

2.4 缺乏专业人才支撑,整体素质有待提高

文献信息传播的优势核心是人才。根据媒体融合发展大趋势,加快推进人才素质结构转型,着力打造一批全媒体创新人才,是提升图书馆文献信息传播力和竞争力的关键所在。从调研中可以看出,仅上海图书馆、广东省立中山图书馆成立了新媒体运营部门,为媒体融合的发展提供了人才保障,而绝大多数省馆没有设置专业新媒体运营团队。新媒体运营人才队伍建设的落后,会影响微信公众号的影响力,造成内容生产质量不高、形式单一、推送不及时等问题,极大地阻碍文献信息传播水平的提升。因此,在加快推进媒体融合发展的道路上,培养一支高素质的全媒体运营人才是一项迫在眉睫的工作。

3 媒体融合视域下公共图书馆文献信息传播效果提升策略

3.1 转变固有观念,构建以人为核心的传播共识

媒体融合技术对图书馆文献信息传统传播方式提出了挑战。智慧化、个性化的文献信息传播平台赋能图书馆阅读推广服务,其目的是响应用户的阅读需求,着眼于对人们阅读意愿和阅读兴趣的激活,以及对人的潜能的发掘。数字技术驱动下的文献信息传播模式全方位塑造了用户的数字生活空间,创造出前所未有的信息传播场域,但这绝不指向冷冰冰的技术、枯燥的数据、精准的算法,而是通过数字虚拟空间彰显满足用户需求的人文关怀。首先,基于新媒体的文献信息传播,可以通过媒体融合技术激发图书馆与用户的潜能,增强文献信息对人的促进作用,满足人们自我实现的需要。其次,媒体融合技术的应用和创新深刻改变着用户的文献获取和阅读方式,文献资源被转化为可视、可听、可互动的场景化应用,人们能够不受时空限制地获取信息和服务,开启全方位认知体验。最后,媒体融合时代,各类信息无处不在,各种传播手段不断更新迭

代,但见解独到、价值独特的优质内容依然是稀缺资源。只有专注内容质量,才能提升自身传播力、引导力、影响力和公信力。同时,增强用户服务意识,增强内容供给的精准性、契合度,提供更多个性化、特色化文献信息产品,注重发挥用户在文献信息传播中的能动性,让文献信息从面向用户的单向传递转变为图书馆与用户之间的双向对话,使用户从被动阅读转变为主动求知,才能使文献信息传播与用户自我实现完美而有效地相互结合、相互促进。

3.2 尊重用户自主权,以用户思维拓宽传播模式

随着媒体融合的趋势不断加深,图书馆与用户之间的关系随之发生改变。用户不再是被动的信息“被传受者”,也是信息的传播者、创造者,这意味着用户在与传统媒介的博弈中赢得了话语权。在各类新媒体平台不断涌现的当下,文献信息也成了可以快速产生、快速传播、快速转化的公共资源,公共图书馆的文献信息已经很难定义为传统意义上的“源信息”。因此,图书馆应充分尊重用户,在公共图书馆与用户之间创造一个平等的场域,实现传统传播模式所缺乏的及时交互和情感传播,真正以用户思维为文献信息传播提供有力支撑。

(1)精心设置留言、评论功能。用户不仅需要随时随地获取、阅读文献资源,还需要参与评论、留言和分享。留言和评论功能向所有用户打开参与阅读生活的渠道,为用户提供广阔的社交平台,使文献信息内容与用户产生共鸣,让单纯的阅读转变为用户内心体验的分享、思想观点的碰撞,进而吸引越来越多的用户形成接续式传播。如上海图书馆微信平台发布的题为“压力大了,我在上图东馆空中花园放空自己”的推文^[9],聚焦现代人压力“爆棚”的状态,为用户推荐了《深度休息》《失眠的正念治疗手册》两本电子图书,为广大用户抗压支招,设置的互动问题“你还有哪些有效的解压方式想要推荐”引发用户留言近百条。用户纷纷通过留言交流、分享多种解压方式,

予人启迪和思考。这既是用户真情实感的高效释放,更是温暖人心的社交体验,有助于满足用户心灵深处对与他人交流的渴望,并引发用户的参与,从而获得更高的阅读量、点赞量和关注度。

(2)调动用户多感官联动。文献信息传播为用户提供了“看书/听书—使用”的行为方式,形成多种感官参与的联动模式。在用户思维的引领下,将有意义的内容以生动有趣的方式呈现给用户,提升用户的参与感、体验感,能够有效打破传播壁垒,从而降低文献信息传播成本。如在浙江温州图书馆微信平台推出的“温图馆员直播荐书”栏目中^[6],馆员一改平日人们心中内敛含蓄的刻板印象,将大胆挑战、重塑自我的一面展现在用户面前,通过“直播+短视频”的方式向用户推荐图书,用活泼亲切的聊天方式激发用户的阅读欲望。同时,栏目将专业性、趣味性、交互性高度融合,调动用户视觉、听觉、触觉等多种感官的联动,以用户喜闻乐见的方式打造荐书主题视听盛宴,增强文献信息的吸引力和感染力,提升用户的阅读体验。该栏目迅速引发用户收藏、点赞和转发,实现与用户的共情传播。

(3)注重“有奖”效应。有奖刺激在网络营销中的运用已经十分普遍,图书馆在文献信息传播过程中也应适当地挖掘用户偏好,运用这种营销手段加强服务宣传效果。如通过奖励留言高点赞数用户,为用户赠送图书、图书馆文创产品等。这样既可有效调动用户参与话题讨论的积极性,又可进一步宣传馆藏资源,并拉近图书馆与用户之间的心理距离,维护图书馆在用户心中的良好形象。

3.3 优化传播内容表达,有效连接用户共情点

正如美国新闻评论家沃尔特·李普曼谈到的那样,“吸引读者的注意力绝不等于严格按照宗教教义或者某种道德文化形态规定的方式去陈列新闻,而是如何激发读者情感,使他与所读内容产生共鸣。”^[7]文献信息传播的本质是寻求用户的情感认同、价值认同,要找准与用户需求

的契合点形成共情、引发共鸣,就要注重优化文献信息传播的内容呈现和表达方式。

3.3.1 以贴近用户生活传递人文温度

媒体融合时代的文献信息传播,不再仅仅局限于及时、准确地提供信息,而是延伸到与用户更贴近的生活层面。只有真正做到内容贴近用户生活,才有可能更好地进入用户群体。图书馆要善于从生活的细微处挖掘有价值的文献信息,从易引起用户共鸣的生活中的“小切口”入手,增强内容的生动性,呈现有价值、有意义的主题,激发用户的认同感。如2022年春节晚会上的舞蹈《只此青绿》大获好评,温州市图书馆敏锐捕捉这一社会热点话题,抓住其与2022北京冬奥会花滑比赛服装设计灵感的相似之处,在其微信平台发布了题为“【温图E书单】冬奥花滑版《只此青绿》亮相,原来中国山水这么美”的推文^[8]。文章通过精美的图片、优美的文字、动听的音频全方位介绍《千里江山图》,以富有温度的故事化叙事手段,带领用户在阅读过程中心随境走,为用户提供沉浸式体验,充分调动用户阅读兴趣。在此基础上,该馆还将讨论话题与书目推荐进行衔接,围绕中国山水主题推荐了《江山如画》《画卷中国》《万川之月》等10本电子图书并提供扫码阅读,在唤起用户心中对美好自然山水的热爱与憧憬的同时,使图书推荐内容与用户之间产生正向联结,提升了文献信息的传播力。

3.3.2 以满足差异化需求实现分众服务

在传统传播模式下,信息传播的对象是每一个可能接收到该信息的人。而在媒体融合传播模式下,并非所有看到信息的人都会成为潜在用户,信息传播的对象是对该类信息更感兴趣的群体。因此,差异化、分众化传播是优化信息内容、规避信息同质化的重要手段。图书馆应整合传播内容,契合不同群体用户的核心需求,对文献信息进行分类加工,构建内容之间的联系,在内容主题选择上对不同群体的需求进行回应,实现传播效果最大化。如针对女性用户群体,可以围绕女性成长主题开展专题图书推荐。湖南图书馆先后推送了“女性如何做到内心强大,这7本书给你答

案”^[9]、“女性成长,一定要读读这12本书”^[10]、“做个气质女人,推荐给女生的100本书”^[11]等内容,此类推文的单篇最高阅读量达1.4万,传播及推广效果十分显著。湖南图书馆正是基于对女性用户需求的深刻洞察,主动与用户建立联系,以极具针对性的内容契合用户偏好,让差异化、分众化的内容真正抵达用户内心,从而保证内容对用户的触达率,实现了分众有效传播。

3.3.3 以加强统筹策划凸显系列效应

长期以来,公共图书馆基于微信平台的文献信息涵盖众多内容主题,但不够系统、完善,存在碎片化现象,极大影响了文献信息传播效果。公共图书馆应根据用户群体需要,加强统筹策划,整合丰富的文献信息资源,围绕某一主题开展系列化文献信息传播,凸显内容的整体化和长效化,使内容有深度、有强度、有声势。如国家图书馆微信公众平台推出的图书推荐栏目“种书计划”^[12],内容涵盖“发现·自然”“少儿·绘本”“医学·健康”“艺术·美学”“经典·文化”“科学·探索”“阅读·悦读”七大系列,紧扣世界地球日、世界读书日、中国航天日等节点,设计了“万物生”“小荷尖尖”“读读‘身体’这本书”“慢慢走,欣赏啊”“识得庐山真面目”“天雨流芳”“关乎人文化成天下”七个极具吸引力的主题,围绕每一主题分门别类地推荐了10本文津图书获奖图书,连续七天为用户推送。在微信平台发布推文的同时,国家图书馆还精心设计了“晒出你的种书计划”“说说读书心得”“聊聊对自己影响最大的书”“最想推荐的书”“最想读的书”等丰富话题进行留言互动,并推出福利赠书活动。与此同时,国家图书馆在新浪官方微博发起同主题大型互动活动“种书计划”,鼓励用户多方参与。数据显示,仅仅一周,该栏目推文阅读量达近2万次,相关内容关注、评论、转发量达近千次,实现了广泛参与、广泛传播的良好传播效果^①。国家图书馆充分观照生活中各类人群对于阅读的需求,紧扣当今社会的热点话题,以高度主题化、系列

化内容精准触达各类用户,收获了高关注度与讨论度,引发了用户的强烈共鸣,有力彰显了图书馆文献信息传播的影响力。

3.4 构建全媒体矩阵,提升传播共振度

加拿大著名传播学者马歇尔·麦克卢汉认为,一切媒介均是感官的延伸^[13]。从传统的图片、文字、音频,到视频、直播,文献信息呈现出前所未有的全新面貌。媒体融合时代,媒介之间的壁垒逐渐被打破,电脑、iPad、智能手机、可穿戴阅读设备等的不断迭代,在促使用户信息接收渠道、信息处理习惯等不断变革的同时,为用户提供了更加多元化、个性化的信息选择。基于新媒体的文献信息传播主要是通过用户不断的互动沟通而进行,与用户的互动越密切,越有利于用户理解文献信息传播的内容。在传播载体上,图书馆应当借助自身媒体平台和社会媒体力量,合力应对,形成联动矩阵,造就规模效应。

(1)加强统一指导、协调和长远规划,充分发挥各平台的优势,打通线上线下传播路径,互相合作,形成强势联合。如温州图书馆在微信平台推出“温图馆员直播荐书”栏目的同时,依托该馆微信小程序“书香门递”,开展“网上借阅,快递送达”便民服务,用户通过观看直播发现心仪图书后,即可通过“书香门递”平台下单。线上选书与线下配送无缝衔接,实现了阅读资源与新媒体技术的有效融合,发挥出1+1大于2的传播效果^[14]。

(2)同一内容以不同形式进行推送,使同主题内容实现多元化转化。综合运用音频、视频、H5、VR等多功能传播手段,多元化地呈现文献信息内容,把用户从一个媒体引向另一个媒体,多平台交叉引流,最大限度发挥各种媒体的优势,吸引更多潜在用户。

(3)积极与有影响力的新媒体平台合作,跨界协同,资源共享。如与抖音、快手、B站、喜马拉雅等平台携手合作,实现线下阅读资源与线上视

① 该数据为国家图书馆微信公众号“种书计划”相关推文的阅读量统计。

频、有声内容的优势聚合,为图书馆用户提供丰富、流畅的内容体验,使图书馆文献信息传播力、影响力得到持续增强。

3.5 设立新媒体运营部门,加快全媒体人才建设

新媒体的迅猛发展,媒介融合的不断推进,不仅为图书馆文献信息传播带来了机遇,更对相关人才的培养提出了更高要求。因此,公共图书馆应该加快媒体融合语境下全媒体人才队伍建设。一方面,图书馆应成立专门机构,配备专业人员,为新媒体平台建设以及创意、生产、传播、运营、推广、管理等工作提供坚实保障。如温州图书馆成立新媒体推广部,负责温州市图书馆的微信、微博、抖音、B站等官方账号的运营,提供阅读推广、活动报名、数字阅读、线上图书馆等服务,推送图文并茂的精彩文章、自制漫画、视频直播及活动资讯。该馆微信公众号有近24万名粉丝,全年总阅读量达286万次,长期占据全国地市级公共图书馆微信公众号影响力首位^[15]。另一方面,加快全媒体人才的培养,建设一支胜任新技术、新内容、新营销、新服务要求的多维度发展的专门人才队伍。传统媒体时代,图书馆员往往只专注于某一方面,懂阅读推广不一定懂传播运营,懂传播运营不一定懂阅读推广。媒体融合时代,打造一支具有专业阅读推广素质和互联网思维、熟悉新媒体运营、具备较强实践能力和创新能力的全媒体人才队伍,一是要制定专业培训计划,通过邀请资深媒体专家开展专题业务培训、举办专题讲座、组织业务研讨会等方式,不断强化专业人才的信息传播理论知识储备,进一步增强策划宣传、文案撰写、视频制作、推广营销等多元业务技能,培养一批善于将文献信息资源制作成优质新媒体内容并宣传出去的“多面手”。二是要鼓励专业人才外出学习考察、拓展视野,广泛汲取经验,持续提升媒体融合实践技能,使其更善于把握用户需求,思维更具创意性。

4 结语

在移动化、可视化、社交化发展趋势下,公共

图书馆应以更加开放的姿态、更加积极的行动,调动一切多媒体手段,推动文献信息资源从可读到可视、平面到立体、一维到多维的融合升级。深入挖掘用户价值,以更好的融合形态吸引用户,与用户形成共生共长的信息传播共同体和情感交流共同体,通过理念、内容、形式、手段等创新,在媒体融合时代提升文献信息的传播效果和品牌价值,实现传播境界的不断跃升。

参考文献

- 1 王磊,吕鹏辉.基于微信推文内容视域下图书馆微信服务现状研究及建议[J].情报杂志,2017(9):202-207.
- 2 杜婉鹏,叶莎莎.北京地区公共图书馆微信平台移动特色服务研究[J].办公室业务,2021(9):190-192.
- 3 吕瑾瑜.基于微信的公共图书馆阅读推广模式探究[J].图书馆工作与研究,2018(8):100-107.
- 4 曹树金,王雅琪.图书馆微信公众号图书阅读推广文章采纳行为影响因素[J].图书馆论坛,2021(1):99-110.
- 5 上海图书馆.不如·阅读|压力大了,我在上图东馆空中花园放空自己(留言福利)[EB/OL].[2022-02-05].<https://mp.weixin.qq.com/s/U2qJtYX5jUaSLdlujqP9Mg>.
- 6 温州市图书馆.直播预告|“书香缕缕父爱悠悠”父亲节主题直播来咯~[EB/OL].[2022-02-10].https://mp.weixin.qq.com/s/cZIZ4e-d6LhqDfUWED1ns_g.
- 7 [美]沃尔特·李普曼.公众舆论[M].阎克文,江红,译.上海:上海世纪出版集团,2006:253.
- 8 温州市图书馆.【温图E书单】冬奥花滑版《只此青绿》亮相,原来中国山水这么美[EB/OL].[2022-03-03].<https://mp.weixin.qq.com/s/qU4-wHQNLIhBaAZyT4cSUA>.
- 9 湖南图书馆.女性如何做到内心强大,这7本书给你答案[EB/OL].[2022-03-01].<https://mp.weixin.qq.com/s/gggR51IJH-YjeAr9qrz8Pg>.
- 10 湖南图书馆.女性成长,一定要读读这12本书

- [EB/OL]. [2022-03-08]. https://mp.weixin.qq.com/s/8zu2slGy_omu_St3fFr2qA.
- 11 湖南图书馆. 做个气质女人,推荐给女生的100本书[EB/OL]. [2022-03-06]. https://mp.weixin.qq.com/s/Aa52z2hnLLj9RcIXAr_9SQ.
 - 12 国家图书馆. 请收藏! 7天“种书计划”出炉[EB/OL]. [2022-03-10]. <https://mp.weixin.qq.com/s/CHIA4Pqah8SOigaacXCh4Q>.
 - 13 [加]马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介:论人的延伸[M]. 何道宽,译. 南京:译林出版社, 2019:34.
 - 14 温州市图书馆. 书香沁人心阅读有力量! 乘风破浪的姐姐们,你有一份礼物清单待查收[EB/OL]. [2022-03-04]. https://mp.weixin.qq.com/s/C7_d8areBHHO6y8Hw_PqOHW.
 - 15 露微. 动漫、直播、跨次元交互:温州市图书馆阅读推广的“新玩法”[N]. 中国文化报, 2021-05-17(04).
- (曾媛 副研究馆员 无锡市图书馆)
- 收稿日期:2022-03-28

《2021 年中国高校图书馆发展报告》发布

2022年11月21日,教育部高等学校图书情报工作指导委员会发布《2021年中国高校图书馆发展报告》,报告所用数据均来源于“教育部高校图书馆事实数据库”,其中包含1400所高校图书馆的数据。报告显示,在2021年,上述高校图书馆:馆均经费开支585.7万元,较2020年减少19.7万元;中山大学图书馆以8461.18万元排在首位。馆均文献资源购置费520.8万元,较2020年减少8.7万元;中山大学图书馆以7475.18万元排在首位。馆均纸质文献资源购置费207.8万元,较2020年增加0.9万元;中山大学图书馆以4396万元排在首位。馆均电子资源购置费337万元,较2020年减少6.6万元;上海交通大学以4775.42万元排在首位。馆均馆舍面积2.55万平方米,与2020年持平;有214所高校图书馆在建新馆。馆均在编工作人员28.9人,较2020年减少2.9人;吉林大学图书馆以302人排在首位。馆均外借书刊5.4万册,较2020年增加1.33万册。馆均拥有纸质图书131.5万册、中文古籍1.2万册、非书资料6131.5件。中国高等教育文献保障系统(CALIS)联合目录数据库年新增书目数据28.05万条,总量达813.18万条,提供联机下载数据服务928.6万次;资源发现系统e读的元数据总量达3.31亿条,馆际互借与文献传递服务收到文献请求63301件,满足率为80.67%。

资料来源

- 1 2021年高校图书馆发展报告[R/OL]. [2022-12-21]. http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2021年高校图书馆发展报告_0.pdf.
- 2 2021年1322所高校图书馆年度总经费统计表[R/OL]. [2022-12-21]. http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2021年1322所高校图书馆年度总经费统计表_0.pdf.
- 3 2021年1325所高校图书馆文献资源购置费统计表[R/OL]. [2022-12-21]. http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2021年1325所高校图书馆文献资源购置费统计表_0.pdf.
- 4 2021年1320所高校图书馆纸质资源购置费统计表[R/OL]. [2022-12-21]. http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2021年1320所高校图书馆纸质资源购置费统计表_0.pdf.
- 5 2021年1237所高校图书馆电子资源购置费统计表[R/OL]. [2022-12-21]. http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2021年1237所高校图书馆电子资源购置费统计表_0.pdf.

(国家图书馆研究院 提供)