

全媒体时代图书馆移动阅读推广模式研究

赵琳晶

(齐齐哈尔大学,黑龙江 齐齐哈尔 161000)

摘要:当前多媒体不断融合,社会已经逐渐进入全媒体时代。随着电脑、手机、平板等智能设备的普及,移动阅读已经成为一种潮流,逐渐成为大部分人习惯的阅读模式。尤其是社会运转节奏加快,人们的休闲时间碎片化,而移动阅读这种方式刚好符合大众的需求。为了适应阅读模式发生的转变,图书馆应该进行现代化改造,重视移动阅读载体的开发和研究,并不断进行创新和改良,给读者提供更好的服务,引领社会形成良好的阅读习惯。

关键词:全媒体;图书馆;移动阅读;推广模式;研究

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.178

1 全媒体时代图书馆移动阅读的特性

1.1 移动性。顾名思义,移动阅读最显著的特点,就是其具有强大的移动性。移动阅读的出现,意味着传统阅读模式发生了巨大的变化,阅读不再受到时间和空间的限制,这正是移动性最好的体现。过去人们想要阅读,需要进入公共图书馆,同时遵循相关的借阅规定,受到多种条件的约束和限制。而移动阅读则没有那么条条框框,人们阅读的门槛变低了。此外,随着社会经济的快速发展,人们的生活节奏也不断加快,可以用于阅读的时间越来越少。但移动阅读的特点之一,就是可以实现人们随时随地进行阅读。大量的碎片化时间得到有效利用,大众可以通过移动阅读,汲取更多的资讯和知识。

1.2 公益性。传统的图书馆承担着服务社会大众的功能,其主要价值和功能就是满足大众的阅读需求。虽然当今的阅读方式发生了改变,但这并不意味着图书馆的功能消失。在建立移动图书馆时,必须要以服务社会大众为前提,这就决定了移动图书馆的公益性质。因此,在进行移动阅读推广时,图书馆应该自觉地承担起责任,积极主动地开展相关推广活动,让移动阅读普及社会大众。同时要提供优质的移动阅读资源,引导社会形成良好的阅读习惯和风尚,提高全民文化素质。

2 全媒体时代图书馆移动阅读推广的主要模式

2.1 社会化媒体推广。所谓社会化媒体推广,指的是借用微博、微信和社交网络等社会化媒体平台,实现移动阅读推广的目的。比如,例如清华图书馆在人人网上建立了清华大学图书馆书友会,通过微博实现移动阅读的推广目的。此外,借助手机、平板电脑等,图书馆可以通过微信公众号、微博、贴吧等多种方式,进一步实现移动阅读推广的目标,普及移动阅读的媒介和知识。

2.2 电子阅读器推广。在全媒体时代下,人们已经开始熟悉和依赖数字阅读的方式来实现阅读目的,在这样的情况下,电子阅读器应运而生,通过电子阅读器的开发和创新,并与数字图书馆数据相连,读者可以通过电子阅读器查询到自己的需要的信息和咨询。同时,在电子阅读器的开发和研制上,也可以植入更多的个性化符号,满足现代社会人们的个性化需求。

3 全媒体时代图书馆移动阅读推广面临的问题

3.1 整体阅读欲望不足。通过权威机构的调查数据显示,受现代生活快节奏的生活影响,人们的阅读欲望和阅读冲动明显减弱,大多数人将阅读作为实现个人良好发展的一个途径,通过阅读增长自己的专业知识和能力,从某种意义上讲,这仅仅是一种被动阅读的方式。而真正将阅读作为一种生活习惯,通过阅读获得积极的心理和精神体验,通过阅读丰富自己的世界观、人生观、价值观的人们则越来越少。尤其作为青年一代来讲,受网络信息技术的影响,通过互联网进行娱乐的时间和需求则不断增加,受这些些因素的影响,移动阅读的推广更加困难。

3.2 移动阅读市场不规范。当前,影响移动阅读推广的一个重要

因素,就是供给市场缺乏有序规范,没有建立起一个规范的市场标准,导致一些移动图书馆的建立,只注重短期内的经济效益,而对移动图书馆的社会效益和公益性则考虑不够,无法给读者阅读带来良好的体验和便捷的服务。同时,由于移动图书馆的审核和监督力度不足,导致一些不良信息和资源也可能出现在移动图书馆里面。

4 全媒体时代图书馆移动阅读的推广手段

4.1 激发全民阅读的良好理念。要养成经常阅读的习惯、形成旺盛的阅读欲望,不只是靠个人的兴趣,更需要有社会风尚的引导。首先,要通过多种渠道和方式,全面地了解当前社会大众的阅读习惯,尤其是年轻读者的阅读偏好。只有掌握了大众的阅读习惯和喜好,才能够为阅读推广提供依据和方向。其次,阅读推广需要体现出相当的娱乐性和趣味性,这样才能够激发读者的兴趣。例如,设计含有娱乐成分的推广活动,能够调动大众的参与性,激发阅读的兴趣。最后,为了让阅读推广的效果立竿见影,可以设置恰当的奖励机制。例如,开展阅读积分兑换礼品的活动,通过这种方式来强化大众的阅读欲望。

4.2 加强对移动阅读服务市场的管控。当前移动图书馆发展势头很猛,涌入行业的企业越来越多。这虽然体现了移动阅读良好的发展前景,但同时也增大了市场管控的难度。因此,有关部门要加强对移动阅读服务市场的管理。首先,移动图书馆建立的初衷,一定是为了给社会提供良好的阅读资源。因此,移动图书馆不能盲目追求经济效益,而忽视了服务的质量。其次,要重视对移动阅读服务市场的监督,尤其是阅读资源内容的审查,要定期、严格开展,确保阅读资源内容符合社会主义核心价值观。此外,还要对运营商的资格进行审核,保障运营商的运营能力符合要求。只有选择优质的运营商,移动阅读推广才能够达到事半功倍的效果。最后,移动阅读市场竞争已经十分激烈,只有重视个性化阅读服务的提供,才能够赢得读者的青睐,进而促进市场的规范、长远发展。

4.3 健全图书馆移动阅读推广机制。移动阅读作为新兴产物,移动阅读推广工作的发展时间相对较短,尚未形成完善的机制。由于缺乏健全的推广体系,相关工作的开展还比较零散,推广的渠道和方式也很单一,这使得移动阅读推广效果不尽人意。首先,要采取有针对性的推广措施。通过市场调研,充分了解读者对移动阅读的看法和需求,从而找到合适的推广策略。其次,要积极利用多媒体平台,组织线上的移动阅读宣传活动。尤其是各种社交媒体,拥有大量的关注人群,如果能够在社交平台上组织移动阅读活动,并逐渐发展到线下,形成线上线下共同开展的局面,将会极大地促进推广活动的开展。

参考文献

- [1]高梦沅.基于“互联网+”思维的图书馆移动阅读推广服务链构建研究[J].中国中医药图书情报杂志,2019(04).
- [2]匡奕森,朱小军.基于移动阅读模式的高校图书馆阅读推广服务[J].产业与科技论坛,2019(04).