



项目编号：2019035

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称： 微媒体时代高校图书馆阅读推广模式的构建

项目关键词： 微媒体 图书馆 阅读推广

项目单位(盖章)： 南京林业大学图书馆

通信地址： (详细地
址含邮编) 江苏省南京市龙蟠路 159 号 210037

项目主持人： 孙红莉

联系电话： 15005159846

电子邮件： 550822662@qq.com

提交日期： 2020.5.20

微媒体时代高校图书馆阅读推广模式的构建

关键词:微媒体 图书馆 阅读推广

1 研究背景、目的及意义

1.1 研究背景及目的

随着移动互联网技术的不断发展,智能手机功能也变得日趋强大,各种不同种类的移动应用软件也随之不断涌现,并渗入到人们生活、学习、社交的各个方面。现如今手机已成为社会大众随身必备的重要物品,从功能性来看它可以帮助人们完成购物、交费、乘车、交友等事件给人们的生活带来便利;从娱乐性来看,它可以提供丰富多样的媒体内容来满足社会大众的需求。在不同形式的媒体内容方面,短视频已成为市场流量的主力军,如“抖音”、“腾讯微视”、“小红书”等成为人们打发闲暇时光的重要方式,占据着人们大部分的碎片化时间。在微媒体盛行的当下,图书馆在阅读推广工作中只要能利用好微媒体就可以迅速吸引受众眼球,博得读者的关注。本研究将依托于微信公众平台、微博、短视频等微媒体探讨高校进行阅读推广的模式,拓展高校开展阅读推广的途径,以此弥补传统阅读推广的不足,引导读者走近阅读,爱上阅读。

1.2 研究意义

(1) 通过微媒体形式促进全民阅读活动的推广

在十三届全国人大一次会议上李克强总理代表国务院所作的《政府工作报告》中提出“倡导全民阅读,建设学习型社会”,这是“倡导全民阅读”自2014年首次提出后,第五次写入《政府工作报告》。^[1]可见,党和政府对推动全民阅读,建设学习型社会的决心。依托于微媒体的阅读推广形式,可以在短暂的时间里吸引读者的注意,传递图书内容的有效的信息,进而勾起读者进一步阅读的冲动,提升读者参与阅读的动力,从而推动全民阅读活动的开展。

(2) 为图书馆阅读推广的模式和途径提供借鉴

截至2018年3月27日,微信月活跃账户数达10.98亿,^[2]微博月活跃用户4.62亿,^[3]微博、微信、微视频的迅速发展和广泛使用,引领着社会大众不断往微媒体时代迈进。因此在微媒体时代下如何利用微媒体开展阅读推广活动,采取何种模式进行阅读推广成为高校图书馆亟待思考和解决的问题。而采用微博、微信、微视频等形式进行阅读推广,可以打破空间和时间的限制,充分利用学生的碎片化时间,扩大受众面,提高阅读推广影响力。

2 研究内容及方法(思路、方法、具体内容)

2.1 研究思路

(1) 通过文献调研了解国内学者关于微媒体与阅读推广的研究现状,了解微媒体的相关定义、特征。

(2) 从技术环境、用户需求、人员素质三个方面对高校图书馆应用微媒体开展阅读推广的可行性进行分析。

(3) 提出微媒体环境下利用直播、短视频、微信、微博开展阅读推广的模式。

2.2 研究方法

本项目采用文献研究法围绕“高校微媒体阅读推广”这一主题展开调研,通过查阅大量的文献资料,检索中国知网等期刊网站,获取国内学者发表的关于微博、微信、短视频等微媒体与阅读推广的相关文献,为项目展开提供理论基础。

2.3 研究内容

2.3.1 微媒体阅读推广研究现状

近年来,随着移动互联技术的发展和移动终端的普及,微媒体迅速兴起并渗透到人们生活的方方面面。微媒体的迅猛发展和应用改变了人们信息获取习惯和信息获取方式,如何利用微媒体进行阅读推广也成为图书馆提供创新服务的新领域。笔者通过检索发现国内学者也做了很多有益的研究,如田愈征,刘卫兵提出利用微视频在公共图书馆进行荐书的新模式,提出用微视频进行阅读推广的实施步骤。申艺苑、袁曦临提出在自媒体环境下利用微信构建朗读分享平台进行阅读推广,并阐述了朗读分享平台的具体模式和操作流程。杜洋、付瑶以沈阳师范大学图书馆为例进行微媒体阅读推广方案实践并提出相关发展策略。王朋、任淑敏以济宁医学院图书馆为例对新媒体环境下微视频阅读推广进行实践。张爱科、丁枝秀通过对微媒体视域下微博、微信在真人图书馆中的应用进行调查研究,在对微博、微信的在真人图书馆的服务现状进行分析的基础上提出微媒体时代高校真人图书馆微服务的创新策略。虽然相关文献较多,但是缺乏对微媒体阅读推广内容建设的系统性研究,本文试图从微媒体角度探讨各媒体平台与在其中的应阅读推广中的应用,以期对高校图书馆开展微媒体阅读推广有所帮助。

2.3.2 微媒体概述

公众普遍把微博、微信、微电台、微电影、短视频等看作微媒体,从这些媒体传播形式上可以看出这些媒体平台是由多个人或个体运营的微小信息发布点组成的一种信息传播网络结构,因此可以将这类由大量独立的信息发布点组成的信息传播网络结构叫做微媒体。^[4]相对于传统媒体,微媒体具有网络化、多样化、碎片化和大众化的典型特征。网络化是指微媒体的运行环境主要依托于网络,相比于依托于传统传播方式的报社、广播、电视等,依托网络的微媒体具备更快的传播效果和高度的交互特质。在网络环境下人们可以通过微媒体迅速的进行信息的创作、发布、交流、分享等,有效的促进了信息资源的传播与共享。^[5]多样化一个方面是指微媒体载体形式的多样化,载体形式包括微博、微信、微电台、微视频、微小说等;另一个方面是指传播符号具有多样性的特点,微媒体的传播内容可以涵盖图片、文字、表情包、视频等,通过丰富多样的传播符号在营造丰富有趣的传播内容的同时,也增加了信息的易感知性,使人们能更好的了解传播信息的内容。碎片化的特征主要体现在传播内容上,传播内容经过压缩或拆分后形成微小的信息单元,通过微小的信息单元让受众获取传播内容的关键信息,达到言简意赅的传播效果。^[6]这种微言大义的传播方式迎合了受众碎片化的学习特点,同时也适应了人们现代化快节奏的生活方式。大众化的特征主要体现在传播主体上,传统媒体主要由权威或主流的媒体机构提供和发布,而是

微媒体在信息发布者主要以个人或个体为主导,在这种方式下每个人都可以参与内容的创作成为信息的发布者,相对于传统媒体大众具有更强大参与热情。^[7]

2.3.3 图书馆应用微媒体进行阅读推广的可行性分析

2.3.3.1 技术环境可行性

在运行环境方面,随着移动互联技术的不断发展,手机、平板等移动终端的普及应用,与微媒体相关的制作软件、APP 也日渐丰富,且有不少软件零基础使用者也可以轻松掌握,这为微媒体的普及与推广提供了良好的环境支持。在推广渠道方面,随着微博、微信用户的不断攀升,很多图书馆都陆续开通了自己的微博和微信公众平台。笔者通过微信的添加朋友菜单在公众号搜索框中以“大学图书馆”为关键词进行搜索,检索到已有 500 多所高校图书馆开通了微信公众平台。在微博中搜索“大学图书馆”也有 300 多个用户,可见,微博、微信已在高校图书馆得到广泛应用。除了微信、微博等发布平台外,还有近年来比较火爆的视频发布平台,如腾讯视频、虎牙、抖音、火山小视频、今日头条等,这些平台免费开放、注册方式简单,亦可作为阅读推广类读视频重要方式。

2.3.3.2 用户需求的可行性

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至 2020 年 3 月,全国网民规模达 9.04 亿,在年龄结构方面 20-29 岁的用户占比最高,达 21.5%。在网民的职业分布方面,学生群体最多,占比达 26.9%。手机网民中即时通信用户规模达 8.90 亿,占比 99.2%。在互联网接入设备使用情况方面使用手机上网的网民占比最高,达 99.3%。全国网络视频(含短视频)用户规模达 8.50 亿,其中短视频用户规模达 7.73 亿,占网民整体的 85.6%。全国网络直播用户规模达 5.60 亿,占网民整体的 62.0%。从互联网接入设备的数据可以看出利用手机上网获取信息已经成为一种主流模式。相较于电脑,手机具有方便、易携带的特点,用户可以不受空间和时间的限制,最大化的利用碎片化的时间进行学习、阅读。从网络视频的数据可以看出,直播和短视频的用户需求也很高。可见,基于手机的微媒体应用已成为人们生活工作中必不可少的一部分。学生作为微媒体用户的主力军,对高校图书馆利用微媒体开展阅读推广服务提供了需求来源。

2.3.3.3 人员素质的可行性

随着高校“双一流”建设的不断推进,高校图书馆的人力资源结构也在不断优化,高校图书馆工作人员的素质也在不断提高。具体表现在以下两个方面,第一是受教育程度较高。从图书馆近年来的人员资源结构来看,本科和研究生学历的工作人员已成为高校图书馆的主力军。^[8]这些高学历的馆员具备良好的学习基础和较强的学习能力,能相对快速的学习和掌握新知识和新技能。第二是专业背景和工作基础较好。微媒体是基于互联网的运作和交互的媒体,微媒体内容对微媒体工作人员的信息素养和内容策划能力有一定要求,高校图书馆各部门可以结合自身工作基础参与到微媒体阅读推广活动中去。如技术部的工作人员一般都具有计算机专业背景,能够胜任微媒体平台的管理与维护工作。流通部工作人员因经常做读书活动策划与宣传,可以承担微媒体内容创作和宣传工作。采编部的工作人员因经常做一些采买活动或数据库讲座,可以负责做一些直播与推广工作。高校图书馆工作人员良好的学习能力和较好工作基础为微媒体环境下阅读推广的开展提供了有力保障。

2.3.4 微媒体环境下图书馆开展阅读推广的模式

2.3.4.1 利用直播进行阅读推广的模式

网络直播是是近来比较热门的领域，指主播依托于互联网通过电脑或手机等工具在网络直播平台上以视频的形式向受众同步进行信息传递，同时受众可以通过弹幕或评论的方式与主播进行互动的一种新型网络服务形态。^[9]具有即时性强、表现形势好、地域不受限制，互动参与感强等特点，这些特点可以显著提升现场情况的传播效果。网络直播可以让那些无法到现场的受众切实的感受到现场的气氛，使受众参与活动不再受时间和空间的限制。目前各个图书馆都会定期举办一些常规推广活动，比如讲座、现场购书活动、报告会以及读书节相关活动等。通过网络直播与线下结合的形式，可以为不能来现场的师生提供参与其中的机会，让更多人观看到现场情况，从而扩大阅读推广活动的范围。网络直播间师生不仅可以通过网络观看活动现场，还可以通过弹幕方式提出问题、表达自己的观点，与收看直播的其他师生进行在线讨论等达到思想的交锋，使直播活动产生更大的社会影响力。图书馆网络直播的具体实施可以根据活动的大小进行准备。针对一些观众少的小型活动，可以采用手机直播或电脑直播的方式，这种直播方式比较便捷且节省成本，只需要在手机或电脑里下载个直播 APP 即可进行直播。针对一些大型活动，手机或电脑达不到直播要求，需要更专业的直播设备的情况，那么可以联系一些做直播的公司过来直播。

2.3.4.2 利用短视频进行阅读推广的模式

短视频是指在通过手机、摄像头、DV 等视频终端拍摄后上传至互联网，在新媒体平台上播放与共享的、时长在几秒钟到几分钟不等的视频，内容涵盖技能分享、幽默搞怪、记录短片和社会热点等。短视频相较于文字和图片，内容更加生动有趣，画面冲击感更强，传播效果更好。高校图书馆引入短视频进行阅读推广不仅迎合了广大师生移动学习和碎片化阅读的需求，也丰富了图书馆新媒体服务的形式和内容。图书馆通过短视频进行阅读推广的主要任务是从茫茫书海中甄选出最有价值的阅读书目，让读者了解相关图书内容，激发读者的阅读兴趣，从而达到引导阅读、引领阅读的目的，为确保阅读推广类短视频的品质，短视频内容筛选与创作显得尤为重要。在荐书内容创作上可以采用以下形式：第一，朗读感染式。从热门图书、经典名著、优秀小说等作品中选择一些比较好的段落或篇幅，邀请普通话比较好的在校师生用富有感染力的语言进行朗读，激发读者阅读推荐读物的兴趣。第二，榜样激励式。邀请名人名家、优秀教师、学生榜样等讲述自己成功路上与某本书的故事或某本书对自己的影响，激励读者去阅读该书。第三，图书分享式。选择一本好书，通过对该书内容梗概或观点的阐述来引导读者品读该书。

2.3.4.3 利用微博、微信平台进行阅读推广的模式

微信、微博均属于综合性应用，可以兼容文字、图片、语音、视频等多种形式的消息，具有易于访问、受众基础广、交互功能强等典型特征。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示微信、微博使用率分别达到 85.1%、42%，作为社交应用的典型代表已经成为大众生活中不可或缺的重要组成部分。微信、微博平台的高应用率以及广泛的用户基础，为图书馆借助于微信、微博平台开展阅读推广奠定了良好的基础。高校图书馆在微信、微博平台上开展阅读推广可以利用其媒体形式高融合性，提升阅读推广内容的丰富性和趣味性。要在微信、微博平台上开展阅读推广取得良好的效果，内容编排是阅读推广的关键所在。在内容主题上可以从两个方面创作，第一类文章节选类。比如结合热点或节日做一些文章节选类的推文，比如“母亲节”可以相关图书中摘选一些描述母亲的相关段落或篇幅，并标注出文章出处与作者，引导读者去看相关图书。第二类，名家介绍类。比如选择一些著名的文学家或

作家,收集他们相关故事做成推文,通过读者对作者的了解来激发他们借阅相关作者图书的目的。在内容呈现上可以采用图片、视频或音频结合的方式,增加内容的趣味性与吸引力。

3 结论与建议

在新媒体大火的时代背景下,借助微媒体进行阅读推广不仅符合读者的需求,而且能迅速扩大图书馆的影响力。与传统形式的阅读推广推广方式相比,通过新媒体进行阅读推广具有多方面的优越性:第一,充分利用时间。读者可以课间、坐车、排队等位等碎片化的时间里打开微信、短视频等进行阅读学习,这样不仅可以充分利用时间,而且不受空间地点的限制。第二,提高阅读效果。通过图片、语音、短视频或直播的形式对图书作品进行诠释,能让读者切实感受到该图书的魅力与价值,极大的激发读者的阅读兴趣与认知水平,进而提升阅读效果。第三,增加读者的活跃度。通过新媒体平台的评论功能,读者可以在线互动交流、畅所欲言,增加参与的活跃度。因此,高校图书馆应该以微信、微博、短视频平台为载体,通过图片、语音、视频的形式开展阅读推广,以此来丰富图书馆新媒体服务的形式和内容,提升图书馆阅读推广中的服务品质,进而让读者获得满意的阅读体验和服务效果。

4 项目成果(发表的文章、开发的软件、取得的实践效果等)

在本课题研究期间,发表《微媒体时代高校图书馆阅读推广模式探析》,此论文已被《无线互联科技》录用,拟在 2020 年 7 月刊发。

5 参考文献

- [1]吉视网.“全民阅读”第五次写入政府工作报告,代表委员这样解读[EB/OL].[2018.3.28].
<http://www.jlntv.cn/folder2228/folder2229/folder2397/2018-03-28/490737.html>
- [2] 腾讯网.腾讯 2018 年总收入 3127 亿元 同比增长 32%[EB/OL].[2019.3.21] .<https://new.qq.com/cmsn/20190321/20190321008183.html>
- [3] 微报告.2018 微博用户发展报告
[EB/OL].[2019.3.15].<http://data.weibo.com/report/reportDetail?id=433>
- [4]杜洋,付瑶.图书馆“微媒体阅读推广”实践与探索——以沈阳师范大学图书馆为例[J].图书情报工作,2017,,61(6): 26-31.
- [5]祁春华.以“微媒体”为抓手提升高职院校学生思想政治教育效能[J].教育现代化,2019(84): 215-216.
- [6]刘辛未.移动互联时代广播的“微媒体”发展策略探析[J].中国广播,2014(8): 56-59.
- [7]陈德芳.微媒体与图书馆定向的个性化服务[J].甘肃科技纵横,2014,43(5): 12-15.
- [8]教育部高等学校图书情报工作指导委员会秘书处.2018 年高校图书馆发展报告[EB/OL].
<http://www.scal.edu.cn/sites/default/files/attachment/tjpg/2018年中国高校图书馆发展报告.pdf>.
- [9]魏海燕,周茂银.基于网络直播的图书馆阅读推广研究[J].河北科技图苑,2016,29(6): 86-89.

项目结题验收单

1 专家验收表（主持人所在单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	微媒体时代高校图书馆阅读推广模式的构建				
主持人	孙红莉	职务/职称		馆员	
所在单位	（加盖公章）南京林业大学图书馆				
专家意见	移动互联网技术和微媒体的迅猛发展,改变了人们信息获取习惯和信息获取方式,如何利用微媒体进行阅读推广也成为图书馆提供创新服务的新领域。该课题项目从技术环境、用户需求、人员素质三个方面对图书馆应用微媒体开展阅读推广的可行性进行分析,提出的利用直播、短视频、微信、微博开展阅读推广的模式,对培养大众阅读习惯、激发大众阅读兴趣、提升大众阅读水平、扩大图书馆影响力等方面具有一定的推动作用。 课题能认真组织开展各项研究活动,从课题的提出、研究方案的制定、课题研究的组织实施规范、科学,取得了初步研究成果,实现了预期目标。 专家组认为,该课题研究成果达到预定的研究目标,同意结题。				
专家签字	刘红芳	丁世辉	孙红莉	孙红莉	
职务/职称	馆长	副研	副研	副研	