

Research on the New Media Promotion Path for Promoting High Quality Development of Public Libraries

Qian Zhang

Shangrao City Library, Shangrao, Jiangxi, 334000, China

Abstract

At the moment when the digital wave is sweeping the world, public libraries, as the core carrier of cultural inheritance and knowledge popularization, are facing a critical period of transformation from traditional services to intelligence and diversification. The rise of new media not only reshapes the ecology of information dissemination, but also gives public libraries an opportunity to break through the time and space constraints and expand service coverage. However, there are still bottlenecks in the current publicity practice, such as homogenization of content, lack of interaction, and lagging technology integration. It is urgent to explore a high-quality development path that conforms to the law of new media communication. This paper analyzes the research on the promotion path of new media to promote the high-quality development of public libraries.

Keywords

public library; High quality development; New media promotion; Path research

促进公共图书馆高质量发展的新媒体宣传路径研究

张倩

上饶市图书馆, 中国·江西 上饶 334000

摘要

在数字化浪潮席卷全球的当下,公共图书馆作为文化传承与知识普惠的核心载体,正面临从传统服务向智慧化、多元化转型的关键期。新媒体的崛起不仅重塑了信息传播生态,更赋予了公共图书馆突破时空限制、扩大服务覆盖的契机。然而,当前宣传实践仍存在内容同质化、互动性不足、技术融合滞后等瓶颈,亟需探索契合新媒体传播规律的高质量发展路径,本文分析了促进公共图书馆高质量发展的新媒体宣传路径研究。

关键词

公共图书馆; 高质量发展; 新媒体宣传; 路径研究

1 引言

新媒体凭借其传播效率、互动深度、形式创新与成本优势,为公共图书馆提供了突破传统宣传局限的路径。通过精准利用平台特性,图书馆可构建“覆盖广、参与深、形式活、效果明”的宣传体系,助力高质量发展。

2 研究意义

2.1 理论意义

构建新媒体时代公共图书馆宣传的理论框架。通过系统梳理新媒体传播规律与用户行为特征,将传统图书馆学理论与现代传播学、数字技术理论深度融合,形成“技术赋能—内容创新—用户参与”三位一体的宣传理论模型。具体表现

为:填补研究空白:当前公共图书馆宣传研究多聚焦传统媒介,对短视频、直播、AI推荐等新媒体工具的学术探讨不足,本研究可丰富图书馆推广理论体系。提供方法论创新:结合大数据分析、用户画像构建等量化方法,突破以往定性研究的局限,为后续研究提供可复制的分析框架。推动学科交叉融合:促进图书馆学与信息科学、传播学的跨学科对话,拓展公共文化服务研究的学术边界。

2.2 实践意义

以新媒体宣传驱动公共图书馆高质量发展。提升社会影响力:通过精准触达目标群体(如青少年、老年读者),增强图书馆在全民阅读推广中的话语权,塑造“智慧、包容、创新”的公共文化形象。优化读者服务体验:借助新媒体互动性(如线上活动、社群运营),打破时空限制,提高用户参与度与满意度,形成“宣传—服务—反馈”的良性循环。促进资源高效利用:通过数据驱动的内容推荐,引导读者深

【作者简介】张倩(1991-),女,中国江西上饶人,本科,馆员,从事公共图书馆高质量发展研究。

度利用馆藏资源,减少资源闲置,提升服务效能。推动行业协同发展:为区域图书馆联盟提供宣传策略参考,助力形成差异化、互补性的宣传格局,避免同质化竞争。

2.3 社会意义

助力全民阅读与终身学习。新媒体宣传路径的探索,不仅关乎图书馆自身发展,更对构建学习型社会具有深远影响。例如,通过短视频推广经典阅读、直播解读地方文献,可激发公众文化认同感,推动知识普惠与社会公平。

3 公共图书馆新媒体宣传现状分析

3.1 宣传平台使用情况

主流平台普及度高但深度不足,微信、微博、抖音等平台已成为公共图书馆宣传的标配,但多停留在信息发布层面,缺乏与用户的双向互动。自建平台建设滞后,多数图书馆APP或网站功能单一,以资源查询为主,未能整合线上活动、个性化推荐等新媒体特性,导致用户活跃度低。

3.2 宣传内容与形式

内容类型固定化,宣传内容以图书推荐、活动预告为主,文化资讯类内容占比低,且缺乏地域特色资源挖掘。例如,地方文献的数字化呈现不足,难以激发本地用户兴趣。形式创新受限,短视频、直播等新兴形式应用较少,仍以图文推送为主。部分尝试直播的图书馆因内容策划薄弱,观众留存率低。

3.3 宣传效果评估

覆盖范围与参与度失衡,虽通过平台触达大量用户,但线下活动转化率低。例如,线上阅读推广活动参与人数多,但实际到馆借阅量未显著提升。传播效果难以量化,缺乏对用户行为(如点击率、分享率)的深度分析,仅以阅读量、点赞数等表层数据评估影响力,导致策略调整缺乏依据。

3.4 存在的问题

内容同质化与创新缺失,宣传内容模板化严重,如“新书推荐”栏目形式雷同,未能结合热点话题或用户兴趣点进行差异化设计。互动形式单一,线上活动以单向推送为主,缺乏答题、打卡等互动机制,用户参与感弱。例如,问卷调查显示,超60%读者认为图书馆宣传“缺乏趣味性”。专业团队与运营能力不足,宣传岗位多由馆员兼职,缺乏新媒体运营、数据分析等专业技能,导致内容更新频率低、技术应用滞后。效果评估体系不完善,未建立用户画像分析、传播路径追踪等工具,难以精准定位宣传短板。例如,无法区分“被动浏览”与“主动参与”用户的行为差异^[1]。

4 新媒体宣传的特点与优势

4.1 传播速度快、范围广

即时性传播,新媒体依托互联网技术,信息发布后可瞬间触达用户,突破传统宣传的时空限制。例如,公共图书馆通过抖音平台发布活动预告,可在短时间内覆盖全国用户,实现“秒级”传播。跨地域覆盖,社交媒体、短视频平

台等具有全球传播属性,使地方图书馆的宣传内容突破地域壁垒。例如,某市图书馆通过微博推广地方文献数字化成果,吸引外地学者关注,形成跨区域文化影响力。

4.2 互动性强,受众参与度高

双向沟通机制,新媒体平台提供评论、点赞、分享等功能,用户可即时反馈意见,形成“宣传-反馈-优化”的闭环。例如,图书馆在微信推文中设置互动问答,通过用户回复数据调整后续内容方向。社群化运营,通过建立读者社群(如微信群、QQ群),图书馆可深度挖掘用户需求,开展精准服务。例如,某图书馆针对青少年读者开设“阅读打卡群”,通过每日互动提升用户粘性。

4.3 形式多样,内容丰富

多媒体融合,新媒体支持图文、音频、视频、直播等形式,满足不同受众偏好。例如,图书馆通过短视频解读古籍,结合动画特效降低阅读门槛;通过直播开展“线上读书会”,吸引远程用户参与。个性化内容定制,基于用户画像,图书馆可推送定制化内容。例如,为老年读者制作语音版图书推荐,为年轻用户设计互动游戏式知识问答。

4.4 成本相对较低,宣传效果可量化

低成本高效宣传,新媒体宣传无需印刷、物流等传统成本,适合公共图书馆的预算结构。例如,一条短视频的制作成本远低于线下海报印刷,但传播效果可能更优。数据驱动决策,平台提供阅读量、转发率、用户停留时长等数据,可量化评估宣传效果^[2]。

5 促进公共图书馆高质量发展的新媒体宣传路径

5.1 构建全媒体宣传矩阵

主流平台协同运营,差异化内容分发:根据平台特性定制内容,如微信侧重深度阅读,抖音主打短视频科普,微博聚焦热点互动。跨平台联动:通过“一稿多改”实现内容复用,例如将抖音爆款视频剪辑为微信推文素材,同时在微博发起相关讨论,形成传播闭环。案例参考:某图书馆通过“微信+抖音+小红书”矩阵,实现“线下活动线上化、线上内容线下化”,线上活动参与量同比增长120%。自建平台优化升级,功能整合:将APP、网站与线下服务打通,例如嵌入“预约借阅”“活动报名”功能,并引入AI客服解答常见问题。个性化体验:基于用户行为数据(如借阅记录、点击偏好)推荐内容,例如为常借历史类书籍的用户推送“地方史专题讲座”。技术赋能:采用AR技术实现“虚拟书架”,用户扫描二维码即可查看馆藏3D模型;开发“阅读积分系统”,激励用户参与线上互动。

5.2 创新宣传内容与形式

内容创新:结合热点与需求,打造差异化宣传,热点借势:及时捕捉社会文化热点(如节日、影视剧、网络流行语),创作关联性内容。例如,在《长安三万里》热映期间,

推出“唐诗中的长安”专题短视频，结合馆藏古籍解读历史背景，吸引年轻群体关注。需求导向：通过问卷调查、社群互动等方式挖掘用户兴趣点，定制内容。例如，针对老年读者制作“养生知识”音频专栏，针对学生群体设计“考前减压”互动游戏。形式创新：多元载体提升参与感，短视频轻量化传播：采用“15秒知识点+悬念结尾”模式，如“古籍修复的秘密”系列，通过快速剪辑展示技艺细节，结尾引导用户到馆体验。直播互动深化连接：开展“馆长荐书”“专家讲座”等直播活动，设置抽奖、连麦问答环节。例如，某图书馆在直播中推出“答题赢借阅券”活动，观众参与率提升40%。游戏化营销增强粘性：开发线上互动游戏，如“图书馆寻宝”H5游戏，用户通过答题解锁虚拟馆藏，兑换实体书折扣券。技术融合创新体验：运用VR技术打造“虚拟图书馆”，用户可在线浏览3D展厅；通过AR扫描图书封面，触发作者访谈视频。

5.3 加强宣传团队建设

引进专业人才，构建复合型团队，精准招聘：设置“新媒体运营专员”“数据分析师”等岗位，优先录用具备短视频制作、直播运营、用户画像分析等技能的人才。例如，某省级图书馆通过校招引进新闻传播专业毕业生，负责内容策划与平台运营，半年内宣传内容点击量提升200%。跨界合作：与高校、传媒机构建立“产学研”合作，邀请专家担任顾问，定期开展联合项目。强化馆员培训，提升全员宣传能力，分层培训体系：基础层：针对全体馆员开展新媒体工具使用培训（如微信排版、短视频剪辑），确保人人能参与基础宣传。进阶层：选拔骨干人员参加“新媒体运营师”“直播主播”等认证培训，提升专业能力。管理层：组织宣传团队负责人学习“舆情管理”“品牌传播”等课程，强化战略思维。实战演练：通过“模拟直播”“选题策划大赛”等形式，将培训成果转化为实际能力。建立激励机制，激发宣传活力，绩效考核：将宣传效果（如内容传播量、用户参与度）纳入馆员考核体系，对优秀团队或个人给予奖励。职业发展：设立“宣传创新岗”，为表现突出的馆员提供晋升通道，例如从普通馆员晋升为“新媒体项目主管”。文化营造：通过内部刊物、宣传栏展示优秀案例，形成“人人参与宣传”的氛围。

5.4 完善宣传效果评估体系

构建多维评估指标体系，受众覆盖维度：量化触达规模，包括平台粉丝量、内容阅读量、活动参与人数等基础指标，结合地域、年龄、兴趣等标签分析覆盖精准度。参与度维度：衡量用户互动深度，如评论率、点赞率、分享率、活动转化率（如线上报名到线下参与的比率），反映内容吸引力与用户粘性。传播效果维度：评估内容影响力，包括二次传播量（如转发数）、话题热度（如微博热搜排名）、品牌搜索量（如“图书馆+活动”关键词搜索趋势）。长期价

值维度：跟踪用户行为变化，如借阅量增长率、会员新增数、用户满意度调查结果，衡量宣传对服务效能的实质性提升。实施动态评估与策略优化，定期评估机制：按月度、季度、年度分层级开展评估，结合平台数据工具（如微信后台、抖音星图）与第三方监测工具（如清博大数据），生成可视化报告。策略调整闭环：根据评估结果快速迭代宣传方案。例如，若短视频完播率低，则优化内容时长与节奏；若活动参与度不足，则增加互动奖励或简化参与流程。图书馆通过“评估-反馈-优化”循环，将宣传内容点击率从5%提升至12%，同时线下活动参与人数增长40%。

5.5 加强与受众的互动与沟通

即时响应与深度互动，评论管理机制：设立专职团队监控新媒体平台评论区，确保用户留言在24小时内得到回复。个性化沟通：通过私信功能与高频互动用户建立“一对一”联系，例如为长期参与活动的读者发送定制化感谢信或专属福利，增强归属感。线上活动设计增强参与感，问卷调查精准化：结合热点话题设计问卷，例如“您最希望图书馆举办的线上活动类型”，根据结果动态调整活动形式。同时，设置“参与抽奖”机制，提升问卷填写率。有奖问答创新化：将知识问答与馆藏资源结合，例如“古籍修复知识大赛”中，答对者可获得免费修复体验券或电子书资源包，既普及文化知识又推广服务。互动游戏趣味化：开发H5小游戏如“图书馆寻宝大作战”，用户通过答题解锁虚拟馆藏，最终可兑换实体书借阅券，实现“娱乐-学习-服务”闭环。社群运营构建长期关系，分层社群管理：按兴趣（如历史、科技）、年龄（如儿童、老年）或地域（如社区、学校）建立细分社群，定期推送定制化内容。例如，针对老年群体开设“智能手机使用教学”直播，针对学生群体推出“考前减压”互动游戏。UGC（用户生成内容）激励：鼓励用户分享与图书馆相关的创意内容（如读书笔记、活动照片），优秀作品在官方平台展示并给予奖励，形成“用户创作-平台推广-品牌强化”的良性循环^[9]。

综上所述，本文以“技术赋能、内容创新、用户参与”为核心理念，系统分析新媒体宣传的特点与优势，结合全媒体矩阵构建、互动机制优化及效果评估体系完善等维度，为公共图书馆突破宣传壁垒、提升社会影响力提供理论支撑与实践参考。

参考文献

- [1] 李君. 面向未来, 创新发展——公共图书馆事业高质量发展思考[J]. 图书馆论坛, 2021, (2).
- [2] 王新. 文化强国战略下的公共图书馆高质量发展路径[J]. 图书馆论坛, 2021, (1).
- [3] 褚敏. 新媒体环境下公共图书馆宣传推广策略探析[J]. 图书馆论坛, 2021, (1).