

• 医学信息组织与利用 •

新信息环境下医学院校图书馆服务推广体系探索^{*}

明希红

(济宁医学院图书馆 济宁 272067)

〔摘要〕 以济宁医学院图书馆为例,介绍其从设立专职服务推广部门、实行多维度服务推广模式、进行服务推广效果评估等方面创新、完善新信息环境下医学院校图书馆服务推广体系,希望对医学院校图书馆服务推广有所启示。

〔关键词〕 医学院校图书馆;服务推广体系;多维度

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2017.07.019

Exploration on the Service Promotion System of Libraries of Medical College in the New Information Environment MING Xi-hong, Library of Jining Medical University, Jining 272067, China

〔Abstract〕 Taking the library of Jining Medical University as an example, the paper introduces its innovation and improvement of the service promotion system of libraries of medical college in the new information environment through setting up a professional service promotion department, implementing multi-dimension service promotion modes, and evaluating the service promotion effect, in order to enlighten service promotion of libraries of medical college.

〔Keywords〕 Medical university library; Service promotion system; Multi dimension

1 引言

20 世纪 90 年代以来,人类社会已经进入信息时代和知识经济时代。医学院校图书馆是医学院校的信息资源中心,是为教学、科研和医疗提供服务的重要窗口。然而随着信息技术的快速发展和互联

网的普及,新兴技术逐步融入高校教学,实践并逐渐改变了图书馆用户的学习、研究模式。用户获取资源的途径越来越多,网络搜索引擎已成为相当部分用户的主要知识获取渠道^[1]。同时平板电脑、智能手机等移动终端的迅猛发展,使得医学院校图书馆用户习惯于在移动设备上随时随地获取资源。在网络化、数字化这一新信息环境下,医学院校图书馆必须与时俱进,根据用户需求的变化做出适应性调整,积极探索新信息环境下的图书馆服务推广创新,注重构筑完善、高效的图书馆服务推广体系,开展适应时代、贴近用户的服务推广,加强用户对图书馆的认知度,提高利用率,从而有利于高校图书馆的持久发展^[2]。本文尝试结合济宁医学院图书

〔修回日期〕 2017-04-25

〔作者简介〕 明希红,馆员,主编著作 1 部,发表论文 6 篇。

〔基金项目〕 济宁医学院青年基金项目“新信息环境下高校图书馆服务推广体系研究”。

馆服务推广的实践,探索新信息环境下医学院校图书馆服务推广体系,以期为医学院校图书馆的服务推广提供有益的启示和思考。

2 专职服务推广部门的设立

美国图书馆学家谢拉认为公共图书馆员的责任是敞开大门并清除一切可能的障碍,以便愿意惠顾的人可以进入。工作人员的任务不仅在于保证图书馆的大门永远敞开,还要让这扇大门具有吸引力^[3]。国际图联 2016-2020 年战略规划将图书馆营销能力建设作为其 4 大战略方向之一,以缩短图书馆服务与用户之间的“最后一英里”^[4]。为了顺利开展服务推广,实现最佳的推广效果,形成服务推广可持续发展的长效机制,医学院校图书馆应高度重视服务推广,设立专职服务推广的部门,由专人专门负责全馆的服务推广的长期规划,制订科学计划,将服务推广纳入图书馆的常规性工作中。组建团队,调研各层次用户的需求,组织优质的推广活动,吸引用户走进图书馆、熟悉图书馆,进而更好地使用图书馆,提升图书馆的形象和影响力。济宁医学院图书馆将服务推广工作从信息服务部分离出来,专门成立以服务推广为核心工作的读者服务部,由具有高学历、掌握新技术的年轻骨干馆员专门负责全馆服务推广的统筹安排,策划和组织最新资源及服务的推广,形成各分馆、各部门参与实施的工作运行机制,增强服务推广的效果。

3 多维度服务推广模式

3.1 互联网思维推广

当前移动互联网高速发展。据国家互联网信息办公室统计,2015 年我国网民规模已达 6.88 亿,手机网民 6.2 亿,网站 423 万家,互联网日益成为创新驱动发展的先导力量^[5]。在信息时代,互联网作为一个技术工具,是传统助力器,是图书馆服务推广的一个重要平台。面对“互联网+”的浪潮,医学院校图书馆应树立“互联网+”的理念,将互联网思维融入到图书馆服务推广中,借助互联网实现图

书馆服务推广体系的创新,扭转传统图书馆服务推广与用户的互动性较差、难以引起共鸣的局面。

3.2 微推广

微推广是医学院校图书馆服务推广体系的重要组成部分。微博、微信、二维码、移动图书馆等近年来占据了移动端的主要推广阵地,微博、微信也成为了高校用户最常用的社交工具,二维码作为智能手机快速链接网站的新纽带,成为年轻人青睐的微图标,便携性的手机媒体让用户感到图书馆无处不在,更是受到用户的追捧。建立图书馆微博、微信公众账号,创建并发布图书馆客服端二维码,提供移动图书馆,借助微媒体进行信息发布,是图书馆服务推广的有效途径。通过微电影、微视频等将图书馆服务推广推向深入,快速地扩大用户的范围,受到用户的推崇和喜爱。济宁医学院图书馆为了拓展服务推广渠道,相继开通腾讯、新浪微博和官方微信,创建并发布二维码,用户可以扫描二维码关注和收听。图书馆微信公众号 2016 年在山东省本科图书馆微信推文排行中位居第 4 位。开通超星移动图书馆,安装歌德电子书借阅机,免费供用户通过手机、平板电脑等移动终端下载借阅。利用微媒体推广图书馆资源,实时推送最新资讯,提供信息利用的方法和技巧,实时解答读者咨询,与用户在微平台上进行良好的沟通,服务推广效果显著。

3.3 O2O 服务推广

O2O 即 Online to Offline,图书馆用线上推广和互动来吸引读者,而读者可以在线上体验和筛选服务,进而促进线下资源与服务的利用^[6]。对线下活动进行在线直播,吸引用户对活动的关注。济宁医学院图书馆线上发布信息,线下举办活动,提供服务。线上推广带动线下服务,快速、便捷地促进服务的推广。图书馆微信“佳书有约”栏目在考试季推广针对医学生的专业书籍,在毕业季与即将毕业的同学们分享有关就业的图书资源,注明藏书的位置,鼓励学生到馆借阅;“歌德好书推荐”栏目紧跟时代脉搏,围绕热点及热门话题及时推荐图书,鼓励用户在歌德借阅机上下载在移动设备上阅读。

在微信上发布举办读书沙龙活动的信息,在图书馆一楼的咖啡吧举办活动;在微信上抢佳片有约的电影票,在电子阅览室观看电影;在微信上发布举办数字资源应用技能大赛的信息,在图书馆电子阅览室对参加者进行培训,初赛在线答题,决赛现场上机答题,图书馆通过微信平台公布比赛结果。线上推广带动线下服务,激发了用户利用图书馆的热情。

3.4 开展服务推广月

服务推广月是图书馆每年同一时期集中向用户进行图书馆服务推广的一种活动形式,每次活动设立不同主题,围绕该主题打造一系列活动内容^[7]。济宁医学院图书馆开展了以读书月和数据库推广月为内容的服务推广月活动,集中向用户进行图书馆资源与服务的推广。读书月期间,开展资源与服务推介类的活动,如在图书馆门前展板宣传介绍世界读书日、在学校教学楼一楼大厅 LED 屏幕滚动播放读书月的信息、举办文献信息资源利用系列讲座、与学生记者团联办图书馆工作体验日活动等。开展能激发用户兴趣的趣味性强的读者互动类活动,如评选读者借阅之星、组织摄影比赛、读书沙龙、经典影片欣赏、利用图书馆综合技能比赛、书海谜城闯关答题、数字资源应用技能大赛、读书月倡议签名活动等,提高用户的参与度,使推广效果最大化。数据库推广月期间,开展一对一的“开启数据之门”活动,深入院系部面向教师推广学术性的资源和服务。馆员们现场介绍演示电子资源的特点及使用技巧,根据教师的咨询做出解答,实现良好的一对一互动,提高服务推广的有效性和精准性。指导教师体验歌德电子书借阅机、图书馆官方微博、微信平台等,让学校教师多途径了解图书馆的资源和服务。

3.5 品牌推广

互联网时代品牌理念在图书馆服务推广中更加重要,在历届国际图联营销奖中获奖的图书馆都开展了具有本馆特色的品牌活动,通过品牌进行推广。图书馆宣传推广中应加强品牌塑造的意识,单独的宣传与持续不断地围绕品牌核心进行宣传是无法相提并论的^[8]。济宁医学院图书馆成立了学校最

大的社团——读者协会,其作为图书馆一个品牌,组织了图书漂流宣传推广、趣味知识竞赛等一系列活动,最大限度地推广了图书馆的资源和服务。2016 年读者协会在学校社团联合会 35 个协会中脱颖而出,被评为“明星社团”。图书馆还创建了中华优秀传统文化传承基地——孔子学堂,以此为阵地,建立文化服务品牌。孔子学堂藏有精选中华优秀传统文化的相关图书,为学生营造了一个学习中华优秀传统文化的空间。利用孔子学堂在学生中开展教育读书活动,组织学生开展阅读、欣赏、交流,在弘扬中华优秀传统文化的同时推广了图书馆的服务。

3.6 无缝隙服务推广

医学院校图书馆需要根据新信息环境下图书馆青年用户的信息环境特点,紧密跟踪,将服务和营销渗透到其中,让青年用户感受到一个有着蓬勃生机的图书馆,有机会在自己的信息环境中利用图书馆的信息服务^[9]。医学院校图书馆服务推广可借鉴英国的渗透式教育,创造各种机会,如隐性广告推广一样,不知不觉中进行渗透式服务推广,在渗透过程中达到良好的服务推广效果。医学院校图书馆可以根据用户需求进行相对应的全面的嵌入式服务推广。从范围上来讲,嵌入课程、教学与科研的服务对象从大一新生到学校的研究专家,涵盖所有读者及团队;从空间上来看,虚拟嵌入(各种网络工具、虚拟环境)与实体(馆员、资料、办公地)嵌入并行。可以说嵌入服务无孔不入,将图书馆的服务与资源从馆内推向每个潜在的用户^[10]。让用户可以随时随地了解图书馆的服务,增强用户对图书馆的黏性。

3.7 效果评估

效果评估是医学院校图书馆服务推广体系的重要环节。图书馆在实施服务推广后应及时组织开展有效的效果评估,以检验服务推广是否达到预期目标。可以通过问卷调查、用户访问等方式收集用户反馈的意见,通过统计对比服务推广前后到馆用户的数量、图书借阅量及电子资源的点击率等数据掌握推广结果,根据整理分析获取的反馈信息、对比数据来判断评估推广效果。通过评估总结服务推广

的经验,发现不足,反思其原因,对以后的服务推广策略和方式进行适当调整,不断改进和优化图书馆服务推广的模式,进一步完善服务推广体系,更好地开展工作,真正提升影响力,成功地推广图书馆的服务。

4 结语

新技术改变信息环境和用户使用的信息工具,医学院校图书馆要结合本校用户学习和科研的状况及特点,从用户的角度出发,根据用户需求选取用户容易接触到的渠道,提供满足用户信息使用习惯的服务推广。同时注意形象、语言等细节问题,不断完善、创新服务推广体系,尽最大努力将服务推广延伸到最大范围的用户,实现服务推广的最优化以取得良好的推广效果。

参考文献

1 林嘉. 新信息环境下高校学科服务的转型策略 [J]. 图

书情报工作, 2014, 58 (20): 28-32.

- 2 肖永英, 孙晓凤. 美国高校图书馆延伸服务及其对我国的借鉴意义 [J]. 大学图书馆学报, 2013, (1): 15-20.
- 3 曲晓玮. 略论公共图书馆的宣传推广概念 [J]. 图书馆论坛, 2007, (12): 106-107.
- 4 宋姬芳, 焦皎. 机遇与挑战并存大学图书馆可持续发展策略及实践——2016 年中国高校图书馆发展论坛会议综述 [J]. 大学图书馆学报, 2016, (5): 11.
- 5 王东波. 基于“互联网+”的图书馆未来发展新趋势 [J]. 国家图书馆学刊, 2016, (3): 77.
- 6 陶姝成, 豆洪青. 图书馆 020 服务模式探析 [J]. 情报资料工作, 2014, (6): 95-97.
- 7 都蓝. 我国“211 工程”高校图书馆服务宣传月调查研究 [J]. 图书馆学研究, 2012, 23 (11): 85.
- 8 霍瑞娟, 张章. 新媒体环境下图书馆宣传推广创新模式初探 [J]. 图书馆工作与研究, 2012, (6): 58-60.
- 9 张月群. 新信息环境下的高校图书馆服务营销文化建设 [J]. 图书情报工作, 2012, 56 (11): 55-59, 70.
- 10 陈朋. 全媒体语境下国外学术图书馆的重构 [J]. 图书馆学研究, 2014, (14): 63-68, 58.

2017 年《医学信息学杂志》征订启事

《医学信息学杂志》是国内医学信息领域创刊最早的医学信息学方面的国家级期刊。主管：国家卫生和计划生育委员会；主办：中国医学科学院；承办：中国医学科学院医学信息研究所。中国科技核心期刊（中国科技论文统计源期刊），RCCSE 中国核心学术期刊（武汉大学中国科学评价研究中心，Research Center for Chinese Science Evaluation），美国《化学文摘》、《乌利希期刊指南》及 WHO 西太区医学索引（WPRIM）收录，并收录于国内 3 大数据库。主要栏目：专论，医学信息技术，医学信息研究，医学信息组织与利用，医学信息教育，动态等。读者对象：医学信息领域专家学者、管理者、实践者，高等院校相关专业的师生及广大医教研人员。

2017 年《医学信息学杂志》国内外公开发行，每册定价：15 元（月刊），全年 180 元。邮发代号：2-664，全国各地邮局均可订阅。也可到编辑部订购：北京市朝阳区雅宝路 3 号（100020）医科院信息所《医学信息学杂志》编辑部；电话：010-52328673，52328674，52328671。

《医学信息学杂志》编辑部