

医学院校图书馆立体阅读推广服务创新研究^{*}

王琳琳 周广群 陈新红

(牡丹江医学院图书馆 牡丹江 157011)

〔摘要〕 介绍医学院校立体阅读推广模式,包括视觉、听觉、触觉和全媒体立体推广,详细阐述其推广方法,从而拓宽阅读内涵,创新阅读形式等,以期满足和引导读者阅读需求,为师生提供全方位的阅读体验。

〔关键词〕 医学院校;图书馆;立体阅读

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2018.05.017

Innovative Study on Promotion Service of Stereoscopic Reading Provided by Medical College Library WANG Lin-lin, ZHOU Guang-qun, CHEN Xin-hong, Library of Mudanjiang Medical College, Mudanjiang 157011, China

〔Abstract〕 The paper introduces the promotion patterns of stereoscopic reading in medical colleges, including stereoscopic promotion in terms of sight, hearing, touch and all-media, and dilates upon the promotion patterns, in order to broaden connotation of reading, innovate form of reading, etc, meet and guide reading demands of readers and provide teachers and students with all-dimensional reading experience.

〔Keywords〕 Medical college; Library; Stereoscopic reading

1 引言

国家对全民阅读工作高度重视,全民阅读工程已列为“十三五”时期文化重大工程之一。大学生是阅读推广服务的主要群体,开展阅读推广活动,提升其信息素养是使命也是义务。笔者结合多年组

织推广校园读书文化节工作的实际经验,引入立体阅读的创新理念,将枯燥的被动灌输转化为立体、生动、多样化的互动模式^[1],使阅读推广更加有效地介入校园阅读,引导思维活跃、兴趣广泛的大学生热爱阅读,使大学成为阅读推广的主阵地,使大学生能够多角度、多形式、多方面、多层次地理解阅读。

2 医学院校立体阅读推广模式

2.1 概述

随着时代的进步,新旧媒介的日益融合与共同发展,阅读的方式也发生相应的变化。现代社会的阅读不仅局限于狭义概念上纸质内容的读取,还应包括全方面的数字信息获取方式,从视觉、听觉、

〔修回日期〕 2018-01-16

〔作者简介〕 王琳琳,馆员,发表论文 20 余篇。

〔基金项目〕 牡丹江医学院人文社科项目“图书馆阅读推广服务模式研究”(项目编号:RS201506);黑龙江省高校图工委项目“大学校园‘立体阅读推广’服务的创新研究”(项目编号:2017-B-027)。

触觉等方面全方位、多形式地参与到阅读中,以立体的方式展现给读者。

2.2 视觉推广

视觉推广是立体阅读推广中最原始、最简单也是最普遍的形式。大学拥有其他社会机构无法比拟的优势:历史悠久的校园文化,优美的校园环境,现代化的馆舍,图书馆丰富的馆藏资源,应该充分利用这些优势开展特色展览,展示图书馆的馆藏特色及校园的文化沉淀,使馆藏有机会被了解并可在读者与信息间产生互动,搭建一个知识互动和思想交流平台^[2]。尤其是医学院校学科优势明显,能够提供读者更丰富、更权威的信息资源,很多特色的图片、视频资料来自于专业数据库或学院自建特色数据库,是网络上无法获得的。同时高校拥有先进的设备及宽敞的馆舍,可选择合适的场所不定期地举办各种嵌入式的活动,如各种摄影大赛、名著名片欣赏、经典视频展播、书法绘画展览(比赛)等,以最原始、最直观的形式激发读者对阅读的喜爱、对文化的向往。

2.3 听觉推广

随着人类文明程度的不断提高,阅读习惯也从简单的“看”发展到更高级的“听”,阅读推广的形式也发生相应的变化,单纯地观看已经不能满足现代读者的需要,听觉的刺激也不断地激发读者阅读的需求。传统的阅读推广由纸质图书、期刊、报纸发展为听讲座、听演讲,以及真人图书馆等活动形式。可定期邀请名师名家、阅读达人开展各种形式的讲座、演讲、论坛等活动,通过听他人的转述达到开阔思路的目的。除现场的讲座与演讲外,越来越多的读书 APP 应运而生,有相同兴趣爱好的读者可通过微信群或直播平台获取最前沿的信息或聆听专家的讲学,如由北京爱迪科森教育科技股份有限公司组建的微信群“图书馆的转型与变革”多次邀请国内图书情报界的专家为图书馆界同行们进行微信直播讲座,不仅可以聆听专家的讲座,还可以与专家互动进行业务交流。医学院校也可效仿类似形式,其面对的读者大都是医学专业的学生、教

师、医疗工作者等,对专业知识的需求更加迫切,仅靠现有的文献资料是远远无法满足专业需要的。对此应为读者搭建平台,按不同专业、兴趣组建微信群,定期邀请行业专家进行讲座,为读者组队学习搭建平台。

2.4 触觉推广

除“视”、“听”之外,触觉推广是更高级别的推广形式。从被动接受到主动承担,触觉推广往往给读者留下更深刻的印象。可通过开展“写心得,做书评”的方式与读者互动,吸引读者参与到阅读推广活动中,还可通过手抄报大赛、制作书签、设计校徽、院徽、馆徽等活动为读者搭建平台,使读者在阅读中思考,在思考中进步,积极主动地参与到阅读推广活动中。也可以组织读者进行污损图书或古籍破损图书的修复,从单纯的破损图书展示,到亲自参与其中,警示读者,使其对于文明阅读、爱护图书有更深理解和认识。医学高校还可以组织临床技能大赛,同时配合专业的信息服务进行阅读推广服务。

2.5 全媒体立体推广

对于医学院校的读者,时刻保持获取行业前沿信息的能力是其必备的基本素质,新媒体为医学高校阅读推广提供更新颖、丰富的手段和途径^[3]。通过创新模式的微信、微博、移动图书馆、微信群语音直播、网络直播等数字手段推广纸质资源的方式将逐渐成为阅读推广的主力军。通过数字资源可以将阅读推广嵌入微拍、视频、动画、图片、游戏、音乐等媒介,迎合年轻人的喜好,使宣传内容更加生动,利用数字资源推动传统纸质阅读及其影响力。

3 促进立体阅读推广的手段

3.1 概述

在当今的网络信息时代,“书籍”早已被广义化,阅读形式变得多种多样,针对阅读的推广工作也相应地发生变化,阅读推广工作不仅要转变传统

的观念,而且在服务模式和推广方法上也要与时俱进,通过行之有效的措施,为立体阅读推广提供保障。

3.2 创建舒适的阅读环境

良好的环境是读者求知的催化剂。阅读环境内部装饰的色彩、光线、布局、植物摆设等细节都会对读者的生理心理产生影响。优美宁静、健康舒适的阅览环境不仅可以提高读者的阅读兴趣和阅读效率,还可以陶冶情操,舒缓焦虑。医学院校读者焦虑的比例较其他高校读者更高,注重视觉营销,使读者感官获得更为丰富的享受,营造较为舒适温馨的阅读环境,是阅读推广的一个重要内容。应着重考虑颜色及装饰等方面符合图书馆的阅读形象,使读者能够感受到阅读的氛围。达到通过视觉吸引读者,环境留住读者,氛围影响读者的阅读推广目的。

3.3 创建多元化阅读平台,开设多渠道阅读方式

大学对阅读推广服务提供的资源非常丰富,无论纸质资源、数字资源还是人力资源是其他任何机构无法比拟的。尤其医学院校对于专业信息资源的存储更加权威,是其他搜索引擎不能比拟的。医学院校不仅可以提供专业课所需的专业资源,还能够提供其他领域阅读所需的非专业资料,可以提供纸质资料,也可以提供电子书、数据库、视频等不同类型的电子资源。医学院校的图书馆应根植于读者内心,使其只要想到资源,一定首先想到的是图书馆。

3.4 丰富阅读推广活动内容,明确推广服务对象

目前阅读推广活动大都以经典阅读、讲座、展览为主,内容单调,形式简单,还没有深入到对读者心理和读者收获的研究,单方面的推广并不能取得良好的效果。因此在医学院校阅读推广过程中应充分调研,通过数据分析当代大学生读者的阅读习惯与需求,分层次、有针对性地进行阅读推广活动,不断丰富活动主题,挖掘创意。在推广过程中,推广方应坚持继承与创新相结合,专业与趣味

相结合,深阅读与浅阅读相结合,纸质资源与数字资源相结合的原则丰富阅读推广的内容,多推出适合新一代大学生读者的阅读推广活动,满足读者个性化的阅读需求。

3.5 利用新媒体开展阅读推广,用数字化手段推动纸质阅读

我国高校图书馆在纸质资源的阅读推广方面已日趋成熟,在推广内容方面也相对固定,但随着网络、移动技术等的发展,医学院校应更加关注利用新兴技术、媒介开展阅读推广活动,同时建立数字阅读推广评价体系是高校数字阅读推广的有效保证。在数字资源的推广方面需加强新媒体技术的推广,利用微博、微信、直播平台等符合现代大学生信息行为特点的方式进行阅读推广活动。对于附属医院的众多医务工作者来说,面对日常繁重的医务工作无暇搜集专业领域的资料,图书馆的咨询服务人员更加应担当起主动推送信息服务的责任,帮助一线读者利用新兴技术进行工作以外的专业提升。

3.6 利用阅读推广大使吸引读者加入阅读

大学生典型的特征之一是思维敏捷、思想活跃,任何新事物、新知识都会使他们感到新奇、渴望^[4],传统的阅读方式已无法激起其阅读热情,需要一个正确的引领者带领其走出阅读误区。医学院校可以邀请或组织评选出一些在师生中对阅读充满热情,对阅读建设有一定影响的“偶像”作为阅读推广大使,或者在科研、专业技术方面有一定特长的行业专家作为阅读推广大使,成为阅读活动的践行者并带动身边的同学、同事一起阅读,通过榜样的力量带领读者阅读,通过举办名人名家读书分享会、推广大使主题演讲、中英文朗读趣味评比等多种形式的活动,带动全校同学加入到阅读活动中。

3.7 强化品牌意识,提升推广水平

医学院校阅读推广工作不应该盲目地追求数量,而应注重活动的质量,做出精品并予以传承形

(下转第93页)

下载;短信是否能正常发送给注册用户;输入关键字后是否能按栏目和方式搜索并以列表形式展现;评论是否在输入姓名和内容后点击发表、自动插入评论列表并自动记录时间和 IP 地址;进入后台是否能对用户、视频、公告等各模块进行编辑、查看、添加、删除等操作。测试结果为各功能模块均能实现,操作方便,结构合理,无访问链接错误,运行稳定。

7 结语

本文首先对医学院教学视频管理系统进行详尽的需求分析,然后从总体结构、逻辑结构、界面和数据库设计确定系统的两大模块并细化为 5 个功能模块,最后实现各功能模块化并通过系统测试。医学院教学视频管理系统为医学院师生提供一个视频管理平台,为学校教学信息化建设助力。

(上接第 84 页)

成一种阅读文化、阅读品牌。国外的一些阅读推广机构非常注重品牌建设,在品牌化道路上积累了丰富的经验^[5]。一项优秀的活动发展成固有品牌,可以提高活动的辨识度和读者的参与度,好的品牌内涵会吸引读者,激发其参与欲望。在阅读推广品牌设计上,应设计出适宜的活动名称和活动标识;在阅读品牌的定位上,应确立清晰、准确的目标定位;在阅读品牌的传播上,应注重多种传播渠道的利用;在品牌的维系上,应采取相应的品牌维系措施。利用品牌效应突出阅读推广的主题,提升活动的影响力。

4 结语

医学院校是思想文化的重要阵地,培养医学生热爱书籍,博览群书的好习惯,将阅读作为一种信仰。阅读推广任重道远,需要持之以恒,与时俱进^[6]。医学院校图书馆开展立体阅读推广是一种行之有效的手段,它结合新形式、新媒体、新现象而

参考文献

- 1 谢妍. 网络视频点播网站的设计及实现 [D]. 长沙:湖南大学, 2016.
- 2 洪艳坤. 基于 B/S 架构的视频点播系统的设计与实现 [D]. 福建:厦门大学, 2014.
- 3 曾晓娟. 浅析 P2P 流媒体技术 [J]. 福建电脑, 2015, 31 (12): 78-79.
- 4 薛震. 流媒体技术及其在视频点播中的应用 [J]. 电子技术与软件工程, 2015, 20 (2): 111.
- 5 宁鹏飞, 郑冰. 基于 B/S 架构的医学图片资源管理平台设计与实现 [J]. 医学信息学杂志, 2015, 36 (3): 28-32.
- 6 王进. B/S 模式下的三层架构模式 [J]. 软件导刊, 2015, 20 (3): 30-31.
- 7 俞伊娜. 基于多媒体网络教学软件的用户界面设计 [D]. 上海:华东理工大学, 2015.
- 8 冯蕴莹. 基于 B/S 技术的校园网络视频管理系统的应用研究 [D]. 成都:电子科技大学, 2012.

提出,拓宽阅读内涵,创新阅读形式,满足和引导读者的需求,为师生提供全方位的阅读体验。

参考文献

- 1 王琳琳, 张旭, 郭冬梅, 等. 高校图书馆“立体阅读”推广及营销策略研究 [J]. 河南图书馆学刊, 2017, 37 (11): 54-55.
- 2 王琳琳, 王翠菊, 王国军, 等. 高校图书馆为创新教育提供信息服务的研究 [J]. 农业图书情报学刊, 2017, 29 (1): 159-161.
- 3 万慕晨, 欧亮. 基于微信公众平台的高校图书馆阅读推广效果实证研究 [J]. 图书情报工作, 2015, 59 (22): 72-78.
- 4 王涛. 图书的构成要素与读者的阅读心理 [J]. 图书馆理论与实践, 2006, (1): 59-60.
- 5 石继华. 国外阅读推广的品牌化运作及启示 [J]. 图书情报工作, 2015, 59 (2): 56-60.
- 6 许天才, 杨新涯, 王宁, 等. 图书馆阅读推广的多元化趋势研究 [J]. 图书情报工作, 2016, 60 (2): 82-86.