

高校图书馆数字资源宣传推广策略研究

马涛

天津工业大学经济与管理学院, 天津 300387

摘 要： 本文分析了当前高校图书馆数字资源宣传推广主要模式，并从宣传活动较为割裂、缺乏系统性的活动存档、用户需求的多样化满足度不够和用户参与度低等方面系统分析了数字资源宣传推广中存在的主要问题，并从建立宣传推广活动关联、建立活动存档机制、打破单个数据库培训的模式和以新技术提升用户参与度等方面提出可行性建议。

关 键 词： 数字资源；高校图书馆；宣传推广

Research on the Promotion and Dissemination Strategies of Digital Resources in University Libraries

Ma Tao

School of Economics and Management, Tiangong University, Tianjin 300387

Abstract： This paper analyzes the current main models of digital resource promotion in university libraries and systematically analyzes the main problems existing in the promotion of digital resources from aspects such as the fragmentation of promotional activities, the lack of systematic activity archiving, the insufficient diversity in meeting user needs, and the low level of user participation. It also proposes feasible suggestions from aspects such as establishing associations between promotional activities, establishing activity archiving mechanisms, breaking the model of single database training, and using new technologies to enhance user participation.

Keywords： digital resources; university libraries; promotion and dissemination

引言

在全球数字化浪潮的推动下，信息技术迅猛发展，尤其是互联网、云计算、大数据等新兴技术的广泛应用，极大地改变了教育和科研领域的资源获取与利用方式。高校作为知识传播和创新的核心场所，其图书馆也在积极适应这一变革，不断拓展数字资源的建设与服务。

数字资源的内涵不仅限于传统的电子书和期刊数据库，还包括各种在线学术平台、电子文献管理工具、数据分析软件及开放获取资源^[1]。数字资源的兴起为学术研究和教学活动提供了便捷、高效的支持。学生和科研人员可以通过数字资源平台快速检索所需文献，实现跨学科、跨区域的知识获取与共享。这种开放性、即时性和多样化的资源形式，极大拓宽了高校师生的学术视野和研究深度。然而，与纸质资源相比，数字资源的推广与使用存在一些独特的挑战。数字资源通常以虚拟形式存在，用户需要借助复杂的检索系统才能获取，因此，数字资源的利用率在很大程度上依赖于高校图书馆的有效推广^[2]。

近年来，尽管高校图书馆在数字资源的采购和建设上投入了大量资金，但在实际使用中，许多学生和教师对数字资源的认知有限，资源利用率偏低^[3]。据相关数据统计，部分高校图书馆的数字资源使用率不足50%，导致了资源浪费和科研效率的下降。这一现象表明，高校图书馆在加大数字资源建设力度的同时，如何有效地进行资源宣传推广，使用户能够充分认识并利用这些资源，是当前图书馆服务工作的重中之重。

一、当前高校图书馆数字资源宣传推广的模式

当前高校图书馆数字资源宣传推广的模式主要包括自助型模式、教学型模式、培训型模式、活动型模式以及问答型模式等^[4-5]。

1. 自助型模式。自助型模式是数字资源宣传推广中最为基

础的一种形式。在这种模式下，图书馆通过提供自主学习资源和工具，帮助用户在无需太多外部干预的情况下了解和使用数字资源。常见的做法包括摆放易拉宝、发放宣传手册等实体展示，以及通过图书馆官方网站、移动应用或社交媒体平台发布数字资源的使用指南和培训材料。自助型模式的优势在于用户可以根据自

项目信息：此文是天津市普通高等学校本科教学质量与教学改革研究计划

项目《“互联网+”背景下天津高校图书馆联盟数字资源建设质量提升研究》的阶段性研究成果。

作者简介：马涛（1979-）男，天津工业大学经济与管理学院教授。

己的时间安排，自由选择学习内容和进度，方便灵活。

2. 教学型模式。高校图书馆常通过在本科和研究生课程中嵌入信息素养教育，尤其是文献检索课程，来帮助学生掌握使用数字资源的技能。教学模式具有较强的针对性，能够帮助学生系统地了解数字资源的功能及其学术价值。

3. 培训型模式。培训型模式是高校图书馆推广数字资源的常见方式之一。图书馆定期或不定期地举办各类培训讲座，讲解数据库的使用方法、资源的特点以及如何高效进行学术检索。

4. 活动型模式。活动型模式通过组织各种具有吸引力的活动，来提升用户对数字资源的关注度。高校图书馆经常举办如信息素养大赛、数据库知识竞赛、数据库使用答题活动等，以竞赛形式激发用户的兴趣，同时通过提供奖品和荣誉来增加用户参与的积极性。这种模式的互动性和趣味性较强，尤其适合年轻学生群体。活动型模式通过趣味性活动吸引用户参与，有效提高了图书馆的影响力和资源的使用率。

5. 问答型模式。问答型模式通过多种渠道为用户提供一对一的数字资源使用指导。图书馆员通过现场咨询、电话、电子邮件、虚拟参考咨询系统等形式，与用户进行互动，解答用户在使用数字资源过程中遇到的问题。问答型模式的特点是及时、灵活、个性化。它能够针对用户的具体需求提供定制化的解答，帮助用户解决实际问题。

二、高校图书馆数字资源宣传推广存在的问题

当前高校图书馆在数字资源宣传推广方面存在的不足主要包括以下几个方面：

1. 宣传活动较为割裂。当前高校图书馆的数字资源宣传推广活动往往是独立的个体活动，缺乏与其他活动的有机联系。许多高校图书馆的宣传推广活动，如数据库讲座、专题培训等，通常是围绕某个特定的数据库或学科资源展开的。虽然这种方式能够帮助特定用户群体了解某些资源，但活动的整体效果往往较为有限。这种割裂的宣传模式导致了资源之间缺乏协同效应，用户难以形成系统的资源使用能力^[6]。例如，一些高校在新生入学阶段，会集中开展数字资源培训，向学生介绍基本的数据库使用方法。然而，随着学期的推进，图书馆并未在后续的教学过程中持续跟进数字资源的宣传推广，这种单次活动的宣传效应很难维持用户对资源的长期关注。与此同时，数字资源宣传活动与其他图书馆服务活动之间也缺乏有效的联动。例如，在举办纸质图书推荐会、新书发布活动时，图书馆未能同时宣传相关的数字资源，如电子书或在线期刊，从而错失了增加用户接触数字资源的机会。

2. 缺乏系统性的活动存档。高校图书馆每年都会开展大量的数字资源宣传推广活动，但这些活动大多停留在“短期行为”的层面，缺乏系统的活动存档和长期效果的跟踪^[7]。在很多高校，图书馆仅仅保存了活动通知、宣传材料和部分照片，未能对用户反馈、参与情况、活动成效等关键数据进行有效记录和分析。这种缺乏系统存档的做法，严重限制了图书馆对推广活动效果的评估和未来活动的改进。例如，某高校图书馆曾连续三年举办数据库

培训周，尽管每年活动的参与人数有所变化，但由于缺乏详细的活动数据存档，图书馆未能分析出参与人数下降的原因，也未能根据用户的反馈进行活动内容和形式的调整。结果，活动的效果逐年下降，用户的满意度也逐渐降低。

3. 用户需求的多样化满足度不够。高校的用户群体非常广泛，涵盖本科生、研究生、教师以及科研人员等不同层次的群体。这些群体在学术背景、科研需求、信息素养等方面存在明显的差异，他们对图书馆数字资源的需求也呈现出多样化和层次化的特点^[8]。然而，现有的数字资源宣传推广活动往往未能充分考虑到用户的这种多样化需求，导致部分用户的需求未得到满足。例如，本科生更多需要的是基础性的学习资源和通识教育类数据库，而研究生和科研人员则更关注专业数据库的深度检索功能和学术资源的整合能力。然而，很多高校的数字资源培训课程集中在新生入学阶段，提供的内容多为基础数据库的使用介绍，而针对高级用户的培训和资源推广相对较少。这种“一刀切”的推广模式，难以满足不同层次用户的需求，导致部分高端用户未能充分利用图书馆的数字资源^[9]。

4. 用户参与度低。用户参与度低是高校数字资源宣传推广活动中普遍存在的问题。虽然图书馆组织了多种形式的宣传推广活动，如讲座、培训、竞赛等，但许多学生和教师并未积极参与^[10]。这一问题主要源于以下几个方面：一是时间冲突。高校学生的学习任务繁重，时间安排紧张，尤其是在期中、期末阶段，学生很难抽出时间参加图书馆的宣传推广活动。此外，教师 and 科研人员的工作节奏较为灵活，他们的时间安排也较难与图书馆的固定活动时间匹配。二是渠道不足。很多图书馆的活动通知仅通过图书馆官方网站或公告栏发布，未能通过更广泛的渠道进行宣传。尤其是在移动互联网高度发达的今天，很多学生和教师依赖于微信、微博等社交平台获取信息。如果图书馆未能充分利用这些新媒体平台，用户很容易错过活动信息，导致参与人数偏少。三是针对性不足。部分图书馆的推广活动形式较为单一，内容缺乏新颖性，无法激发用户的兴趣。

三、数字资源宣传推广的政策建议

（一）建立宣传推广活动关联

高校图书馆应将数字资源作为核心内容，与其他图书馆活动形成有机关联，构建整体宣传推广体系。资源推广不应是孤立的，而应融入图书馆的各类服务和活动中。例如，在每年举办的读书月、世界读书日等传统活动中，可以同时推广电子书资源、在线期刊数据库及其他数字资源，使活动内容更加丰富，并吸引更多用户的参与。此外，图书馆还可以通过与学校其他部门合作，扩大数字资源的推广范围。例如，在新生入学的迎新教育中，教师在设计课程时，可以结合图书馆的数字资源，推荐相关的电子文献或数据库，为学生提供资源使用的具体场景。这种资源与教学的结合，可以有效提高学生对数字资源的认知，并促使其在实际学习中广泛使用。

另一方面，图书馆还应充分挖掘学科资源推广的潜力。不同

学科的用户对资源的需求存在差异，图书馆可以根据学科特点，定期举办专题资源推广活动。例如，针对医学类学科，图书馆可以推出专门的医学文献数据库培训；针对工科类学科，可以推广技术报告和专利数据库。这种以“学科”为单位的资源推广活动，可以使用户更加清晰地认识到与自身学习和科研相关的数字资源，从而增加其使用频率。

（二）建立活动存档机制

为确保每次宣传推广活动的效果得以跟踪和评估，图书馆应建立系统的活动存档机制。每次活动的策划、执行过程、用户反馈、参与数据等信息都应进行详细记录，并存储在一个集中管理的数据库中。通过这种方式，图书馆可以对比分析不同活动的成效，发现哪些形式的活动更能吸引用户参与，哪些内容更符合用户需求，从而在未来的推广工作中进行调整和改进。

系统性的活动存档不仅可以为未来的推广活动提供决策支持，还能帮助图书馆进行长期效果评估。通过对比不同时间段的资源使用数据，图书馆可以分析活动是否对用户的资源使用习惯产生了持续影响，并根据这些数据判断活动是否达到了预期的推广目标。

此外，活动存档还应包括用户的具体反馈和改进建议。通过后续的调查问卷或访谈，图书馆可以获取用户对活动内容、形式的具体意见，从而为后续的活动优化提供依据。

（三）打破单个数据库培训的模式

传统的单一数据库培训模式已经难以适应用户多元化的需求。为此，图书馆应打破这一模式，采用更加综合的培训形式，满足用户的个性化和多样化需求。具体而言，图书馆可以尝试以“学科”或“主题”为单位，整合多个相关数据库资源进行培训。例如，在针对理工科用户的培训中，不仅可以介绍基础的期刊数据库，还可以加入专利数据库、技术报告和实验数据平台的使用方法，帮助用户更好地了解所在领域的资源全貌。此外，图书馆还可以通过“科研流程导向”的培训模式，为研究生和教师群体提供更为实用的技能培训。例如，针对如何进行文献综述、如何设计实验研究等科研常见问题，图书馆可以整合相关的数据库和工具，提供一站式的培训服务。这种以科研需求为导向的培训模式，可以帮助用户将资源使用与实际研究紧密结合，从而大幅提升培训的实用性和用户的参与度。

另一种打破传统模式的途径是发展在线培训。高校用户的时

间安排较为灵活，线下培训的时间和地点限制了部分用户的参与。图书馆可以通过开发在线课程或使用在线学习平台，提供更加灵活的学习方式。用户可以根据自己的需求和时间安排，选择适合的学习内容。这不仅提升了培训的灵活性和便利性，还可以通过录制和保存培训课程，为后续的用户提供长期的学习资源。

（四）以新技术提升用户参与度

现代信息技术的飞速发展为图书馆的数字资源宣传推广提供了新的手段。高校图书馆应积极应用新技术，提升用户参与度。例如，通过移动互联网和社交媒体平台（如微信、微博等），图书馆可以及时推送数字资源的最新信息、使用技巧、培训活动通知等，并通过在线互动与用户建立更为紧密的联系。图书馆还可以利用这些平台进行用户调研，了解用户对资源的需求和使用体验，以便更好地调整推广策略。此外，图书馆可以利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等新兴技术，提供更加直观和沉浸式的数字资源使用体验。例如，图书馆可以通过VR技术模拟一个虚拟的图书馆环境，用户可以在虚拟场景中学习如何使用图书馆的各类数字资源。这种新颖的互动方式不仅提升了用户的兴趣，还可以为那些对数字资源使用感到困惑的用户提供更加直观的指导。

另一方面，人工智能技术的发展也为图书馆数字资源的推广提供了新的可能性。图书馆可以通过智能推荐系统，根据用户的检索记录和使用习惯，向其推送个性化的资源推荐。例如，系统可以根据用户的学科背景、检索词条等，自动推荐相关的期刊、电子书或数据库，大大提高用户获取资源的便捷性。这种基于大数据和人工智能的个性化推广策略，不仅能提升用户的使用体验，还可以显著提高资源的利用率。

四、结语

高校图书馆作为知识传播和学术研究的重要平台，肩负着为师生提供优质数字资源服务的责任。然而，数字资源的无形性和复杂性决定了其需要有效的宣传推广，才能被广大师生所认知和利用。在未来，高校图书馆需要不断探索新的推广方式，利用现代技术手段，提升用户的参与度和使用体验；加强与用户的互动，深入了解用户的需求，为他们提供更加个性化的服务。通过这些努力，数字资源的宣传推广工作将能够更加有效地推动学术资源的利用，助力高校教学与科研的可持续发展。

参考文献

- [1] 吴天骄. 高校图书馆数字资源服务评价——以山西大学商务学院为例[J]. 办公自动化, 2021, 26(20): 51-54+64.
- [2] 黄龙, 李小兰. 高职院校图书馆数字资源推广模式的优化研究[J]. 河南图书馆学刊, 2017, 37(03): 48-50.
- [3] 杨超, 李鑫鑫, 张惠君. 学科需求导向下高校图书馆专业数据库资源建设探析——以财经高校引进数据库为例[J]. 图书馆学刊, 2023, 45(12): 45-50+56.
- [4] 翟爽, 李慧. 高校数字资源宣传推广策略研究[J]. 图书馆学研究, 2020, (07): 68-71+85.
- [5] 张娣, 沈艳红, 巴丽颖. 高校图书馆数字资源宣传与推广的调查研究[J]. 大学图书情报学刊, 2018, 36(01): 100-105.
- [6] 刘雅君. 文化数字化战略下出版深度融合发展路径探究[J]. 商讯, 2023, (12): 139-142.
- [7] 蒋梅. 高校图书馆数字资源建设与馆配转型[J]. 合肥学院学报(综合版), 2021, 38(01): 125-130.
- [8] 林立. 元宇宙视域下图书馆3D数字资源服务体系研究[J]. 图书馆学刊, 2023, 45(10): 77-81.
- [9] 王险峰, 姚红莉, 秦艳. 图书馆学科数字资源整合问题及其策略[J]. 图书馆学刊, 2016, 38(04): 38-42.
- [10] 王倩丽, 王建. 高校图书馆数字资源推介策略探索[J]. 价值工程, 2020, 39(19): 75-77.