

高校图书馆微信公众号运营情况及其启示

蒋 银 顾建新

【摘要】获取39所“985工程”高校图书馆的微信公众号运营基本情况并进行总体对比,以清华大学图书馆、北京大学图书馆和南京大学图书馆微信公众号为案例,从信息推送情况和用户反馈情况两方面分析图书馆微信公众号的运营特征。发现,“985工程”高校图书馆对微信建设普遍十分重视,并且其中部分图书馆在微信公众号运营中具有特色,阅览室座位查询与预约、在线阅读、个人图书馆等功能给予了用户便利;寒暑假时间段是高校图书馆运营微信公众号需要把握的“黄金时期”。

【关键词】高校图书馆 微信公众平台 微信运营 “985工程”高校

Abstract: On one hand, the article gets the operating situation of WeChat subscription of libraries of Project 985 universities, and makes an overall comparison. On the other hand, the article analyzes the operation characteristics of WeChat subscription of Tsinghua University Library, Beijing University Library and Nanjing University Library from the aspects of situation of information push and user feedback. It is found that the libraries of Project 985 universities attached great importance to the construction of WeChat subscription, and some of them have features in the WeChat operation. Reading room seat inquiry and booking, online reading, personal libraries and other functions will give users convenience. It is considered that the period of winter and summer vacation is the “golden period” that the university libraries need to grasp to attract attention of the WeChat subscription.

Key words: university library WeChat subscription operation and management of WeChat Project 985 universities

DOI:10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2016.20.003

2012年8月18日,微信公众平台上线,这是腾讯公司在微信基础上新增的功能模块,个人和企业都可借此平台打造微信公众号,以实现与特定群体的互动与交流,基于此以及微信的传播能力,微信公众平台很快成为关注热点。在此环境下,各高校图书馆也积极参与到建设微信公众号的潮流中,进一步拓展图书馆服务渠道,优化图书馆信息推送方式。然而在微信的运营管理上,各图书馆公众号各不相同,如何通过运营管理将微信服务深入用户,将公众号的作用发挥到最大化值得考虑。

1 文献综述

国内现有研究主要可分为以下三方面。

第一方面,是以某一范围大学图书馆为对象,调研其微信公众号经营管理情况,继而分析对比并给出对策,其中又可分为两个层次,其一对图书馆微信公众号管理情况的了解仅为获知其开设情况、微信名称、微信号、微信头像、回复情况、推送频率、关注后推送内容等基本情况,并在此基础上归纳分析,给予建议,如吉翠芳等^[1]以“211工程”大学图书馆微信号为对象进行调研,指出注册随意、设计不规范、应用平台服务不足等问题,提出要规范微信公众号申请、加强高校图书馆微信平台应用研究、规范微信平台设计、加强微信平台内容管理的建议。张雪璐等^[2]同样以“211工程”大学为调研对象,提出申请合适的微信公众平台账号、尝试使用多种模式推广微信平台、合理利用信息推送服务、加大自定义菜单功能开发、将参考咨询嵌入到微信平台等建议。其二则在基本情况调查基础上深入,了解了图书馆微信公众号的服务方式、信息推送内容,以此进行对比分析,如焦志香^[3]抽取了10所高校图书馆微信号,分析了微信开设栏目、栏目名称、栏目内容,提出图书馆微信服务在重视程度不够、信息推送力度不够、服务的双向性和互动性发挥的不好等问题与对策;易祖民^[4]以对北京、上海、广东三地“211工程”院校图书馆微信公众平台为对象,分析了平台定位、特色栏目内容,指出所存在的平台优势未得到充分发挥、信息服务缺乏规范等问题,并在此基础上提出了高校图书馆微信公众平台的功能整合方案和发展

对策。此外,对微信号基本情况与服务内容进行研究的还有王洪波^[5]、陈雨雪^[6]、李荣^[7]、常青^[8]、尉鑫^[9]。此方面的研究结合了一定的实践调研,但都是从宏观角度对微信公众号进行对比,分析不够深入,给出的对策较为宽泛。

第二方面,通过对微信公众号可实现的功能、价值、优势进行分析,从理论层面探讨图书馆微信公众号建设、管理的要求。王变茹^[10]详细分析研究了微信服务的主要方式与手段,总结出我国现阶段高校图书馆官方微信服务方式所存在的内容单一、重视度不够等问题,进而提出对策。杨霓^[11]则分析了微信的优势和图书馆微信公众号可实现的功能,在此基础上提出明确微信服务定位、加强微信账号推广、改善微信服务质量的建议。姚川军^[12]分析了高校图书馆使用微信平台的必要性、微信公众平台在图书馆管理中的运用,总结了利用微信平台提供图书馆特色服务的建议。此方面的研究从理论角度出发,缺乏对实践案例的探讨,因此分析的针对性不是很强。

第三方面,是分析个体高校图书馆微信公众号的特征。史梅等^[13]以南京大学图书馆微信公众号为例,对高校图书馆官方微信经营策略进行了研究,其从后台统计了用户关注情况、微信阅读情况,并结合自身管理实际,总结出影响用户使用的因素,其总结经营微信的经验与成功要素,供其他图书馆参考。孙翌等^[14]分析了上海交通大学图书馆微信公众号的栏目设置、系统架构与关键技术,结合运营经验,得出用户对交互性信息服务的偏好,提出了提升图书馆微信服务的规划和设想。此方面的研究结合实际经验,分析更为深入。

国外研究方面,Buono和Kordeliski^[15]、Fiander^[16]、Burkhardt^[17]的研究较为相似,皆为从探讨高校图书馆建立社交平台必要性的角度出发,分析社交媒体的类型与不同特征,分析图书馆运用社交媒体的价值与作用,最后为图书馆如何成功建设社交平台提出建议,与国内现有研究的理论研究类似。Stivilia和Gibradze^[18]则以6所大学图书馆的推特平台为研究对象,分析了平台推送的752篇推文,并将其按主题分类,以回复和点赞为指标来获知是什么影响了推特的使用,最终得出与学习支持、建筑以及与图书馆交流的推文常常被回复并点赞。Bosque^[19]等人以296所大学图书馆推特账号为对象进行调查,一共对19个不同的标准进行了探讨,重点放在以下三大类:布局和设计、推文内容和数量以及账户的追随者情况,总结图书馆推特发展趋势,供要建设推特平台的图书馆参考。

综合现有研究,笔者将研究定位于分析“985工程”高校图书馆微信公众号运行现状及特征,首先了解最新的“985工程”高校图书馆微信基本情况、服务内容、推送方式等,获知运营总体情况;其次则根据信息推送历史、地域分布因素,选择清华大学、北京大学和南京大学图书馆微信公众号的信息推送和用户反馈情况。研究将总体分析与案例分析结合,在总体情况调查上尽量深入,在案例分析上考虑多项因素、对比分析,以此弥补现有研究的不足。

2 运营基本情况

笔者对“985工程”高校图书馆微信公众号经营基本运营情况进行总体对比,从公众微信号名称、类型、认证情况、推送信息版块、服务版块、信息与服务推送方式以及特色内容7个方面进行了汇总分析,发现实际运营情况与现有研究的统计情况有一定差异,一方面说明微信公众号新增较多,另一方面也体现了小部分现有研究的偏差。

2.1 名称、类型与认证情况

39所“985工程”高校图书馆中,32所高校开设了微信,占比82%,表现出高校图书馆对微信建设的关注。在微信公众号的命名方面,27所高校采用了“学校全称+图书馆”的命名方式,占比87.5%,5所高校采用了“学校简称+图书馆”的命名方式,如中国科学技术大学图书馆的微信号,起名为“中国科大图书馆”,此种方式很可能造成用户对公众号检索的困难。

微信公众号分为服务号和订阅号,服务号旨在为用户提供服务:发给订阅用户(粉丝)的消息,会显示在对方的聊天列表中,服务号会在订阅用户(粉丝)的通讯录中,每月可发给用户4条信息;订阅号为用户提供信息和资讯:发给订阅用户(粉丝)的消息,将会显示在对方的“订阅号”文件夹中,在订阅用户(粉丝)的通讯录中,订阅号将被放入订阅号文件夹中,每天可发给用户1条信息^[20],其中,一条信息可包括多条资讯。据统计,21所高校图书馆开设的微信公众号为订阅号,占比69%,9所高校图书馆开设的微信公众号为服务号,哈尔滨工业大学图书馆和南京大学图书馆既开设了服务号又开设了订阅号。订阅号与服务号的区别在于信息展现在用户界面的不同方式与推送频率方面,服务号能直接推送给用户并呈现与好友列表,订阅号的推送频率具有优势,基于信息推送与宣传的需求,订阅号最终成为众多高校图书馆的选择。

在认证方面,28所高校图书馆进行了认证,占比87.5%,7所未进行认证。微信认证的作用在于给予公众号

更高的可信度,并且实现一定的功能扩展,如订阅号认证后可具有高级群发接口、微信支付功能。

2.2 信息与服务推送方式

笔者从推送信息版块、服务版块、信息与服务推送方式三方面对微信公众号的信息与服务推送方式进行了了解。

笔者逐一点击“985工程”高校图书馆微信公众号历史消息并进行浏览,以获知信息分块推送情况(即以“【】”等符号标识信息内容并定期推送)。据统计,23所图书馆微信公众号的推送信息进行了分块推送,占比72%,9所信息推送未分块。据浏览与分块统计可知,现有的图书馆微信公众号推送信息类型类似,基本包括馆内资讯、活动与讲座预告、资源介绍、图书推荐等内容,一些学校增加了诸如学校新闻、知识百科等内容,大体差异不大。

在高校图书馆微信公众号中,采用信息导航,即自定义菜单的有25所,占比78%。自定义菜单的设置使图书馆微信公众号的服务不再是单一的图书馆发送、用户接收,而使用户可随时获取一些信息,增加了公众号的价值。现有的图书馆微信公众号信息导航的服务版块也大体相似,基本包含资源查询、馆内动态、个人图书馆等服务。

微信公众号的信息与服务最基本的推送方式为消息群发,这也是公众号最基本的功能,其次则是信息导航,其情况如前文。在此基础上,笔者以“开馆时间”、“kgsj”(开馆时间拼音首字母)、“你好”、“生死疲劳”(书名)这些词,输入每个图书馆微信公众号,获知其回复功能、人工回复和智能回复情况。开设关键词回复的为清华大学和哈尔滨工业大学,此功能为回复关键词或关键词拼音首字母即可立即返回结果;开设快速回复的有武汉大学、西北工业大学和中央民族大学,此类回复为输入任意内容,公众号会回复数字导航内容。以武汉大学为例,其随意回复可得“1借还书 2资源访问……”,回复1,公众号会继续回复下级内容“11如何查找书 12如何借书 13如何还书……”;人工服务即指微信公众号提供了专门的客服人员,在微信公众号资料上可以获知,开设此功能的为东南大学图书馆和重庆大学图书馆,其中回复开馆时间,东南大学图书馆的公众号给出“可查找历史消息的最新消息,有开馆时间”,重庆大学图书馆则给出自动回复,人工并未及时回复。华中科技大学图书馆采用了智能回复,其名称为“华小图”,输入任意内容,其可进行对话,如“你好”,其回复“你好”,“你是”回复“我是华小图”,“生死疲劳”回复书籍介绍。此外,一些高校也有自动回复,多为“您的问题已收到”之类。图书馆微信公众号回复开设尚不普遍,但其功能十分实用,用户在有疑问时可以通过聊天方式快速得到结果,有效增强用户体验。人工回复精准但回复时效的保证有难度,事先设定而能快速回复的内容有限,智能回复形式新颖、回复迅速但其开发及问题设置亦有难度。

2.3 特色内容

一些高校在图书馆微信公众号的运营中具有特色,除上文提及的回复外,清华大学图书馆公众微信号的自定义菜单提供了小图咨询链接,可链接网页进行智能咨询。厦门大学图书馆等图书馆提供了阅览室座位查询、座位预约的功能。天津大学图书馆等则链接了博看期刊、超星阅读,使读者可以在客户端直接阅读书籍、杂志。四川大学图书馆等则在自定义菜单进行书籍查询设置,点击对应菜单后,界面回复指南,根据指南,可回复书籍或其他馆藏信息(书名、作者等)或在信息前加符号进行输入,而得到检索结果。其余还有RSS订阅、到访者二维码门禁等功能,这些功能都给予了读者很大的便利。

在18所开设微信并提供自定义菜单服务的图书馆微信号中,12所提供个人图书馆服务,占比67%,个人图书馆的服务主要为绑定个人账户后可获知个人借还书情况、欠费情况,一些馆还提供借阅历史查询、续借服务等。

馆藏查询和资源一站式检索则是微信公众号自定义菜单对图书馆网页的馆藏查询、资源一站式检索门户的链接。经调查,18所高校图书馆中,提供馆藏查询的有14所,占比78%,其中华东师范大学和湖南大学图书馆的馆藏查询是通过连接超星移动的方式得以实现,山东大学图书馆、四川大学图书馆、西北工业大学图书馆、华中科技大学图书馆在链接自身馆藏查询网站的同时,链接超星移动。资源一站式检索方面,10所大学链接了自身Summon等平台功能,占比56%。

3 案例分析

3.1 案例分析对象选取

信息推送是微信公众号的最主要功能,本文计划获取具体图书馆微信公众号信息推送情况(频率、内容、阅读量、点赞量)等,以深入了解图书馆微信公众号信息推送与用户反馈特征。考虑实际因素,难以对每所“985工程”高校图书馆微信公众号进行数据获取和分析。笔者通过浏览,获知了各微信公众号首次推送信息的时间,在2013年、2014年首次推送信息的学校图书馆各有12所,在2015年首次推送信息的有8所。

清华大学、南开大学、南京大学、北京大学以及中国人民大学图书馆是依次在 2013 年上半年就开始推送信息的 5 所图书馆。考虑学校的地域分布,笔者最终将北京大学、清华大学、南京大学这 3 所学校选为案例分析对象。

3.2 版块信息推送统计对比

笔者对 3 所高校图书馆微信公众号的历史消息进行了浏览整理(如表 1、表 2、表 3、表 4)。

清华大学图书馆微信公众号 2013 年 4 月 8 日推送首条信息,其历史消息进行了清晰的分块,具体为 6 部分:清华藏珍、清图快讯、水木华章、特藏组曲、图影书声、新书放送。微信公众号的版块取名具有特色,清华藏珍为馆内藏物的展示(如古籍、文物等);清图快讯为馆内活动、信息通知;水木华章为对清华大学有关学生发展、有关学术的新闻推送,每天珍选一条;特藏组曲为对知名人士来馆来访且捐赠古籍等藏物的新闻;图影书声为对图书馆新购数据库的介绍和一些数据库的推荐;新书放送为对馆内图书进行的介绍推送。

表 1 清华大学图书馆微信公众号信息推送统计

信息版块	发文计数	平均阅读量	平均点赞量
清华藏珍	34	138.7	1.4
清图快讯	124	120.1	1
水木华章	98	305	2.7
特藏组曲	39	107.2	1.7
图影书声	95	109.6	0.8
新书放送	96	166.9	1.7

北京大学图书馆微信公众号在 2013 年 6 月 8 日首次推送信息。其在信息推送上主要为固定版块、半固定版块和不固定版块,固定版块每天可推送,在假期也可以不间断推送的内容包括,馆藏撷珍、光影图书馆、视频百科、图书馆好书推荐、图书馆员看世界、音乐下午茶、艺图鉴赏几部分(其中光影图书馆内容为推送与图书馆相关的历史资料)。半固定版块是伴随图书馆长期连续性活动推送的版块,包括今日 3D 电影、佳片有约、一小时讲座、北大读书讲座等版块;不固定版块则是在某一时期配合活动举办发布的版块,如“书读花间人博雅”阅读摄影微展览、未名读者之星感言、读书沙龙等。此外,公众号推送的消息还有部分未分类,笔者在浏览后,对其进行归类,主要为通知(包括放假开馆信息、图书馆新开通服务、招聘通知等)、资讯(包括原创内容、节日祝福等)、资源(包括新购数据库资源等)、讲座通知(包括未分类的讲座信息)。考虑到北大图书馆微信公众号信息推送版块众多,笔者还根据内容进行再次分类,其中去除了“书读花间人博雅”阅读摄影微展览、未名读者之星·每日一星和电影展播 3 类内容,该 3 类内容都为 2013 年推送,阅读量很低,未避免影响整体,特去除。

表 2 北京大学图书馆微信公众号信息推送统计

信息版块	发文计数	平均阅读量	平均点赞量
通知	32	801.7	3.8
专题电影展播	6	798.6	9
2014 年度未名读者之星感言	10	523.8	9.2
资讯	26	431.4	6.2
3D 电影	7	305	2.7
活动通知	100	296.5	2.8
北大读书讲座	24	291.3	3
图书馆员看世界	77	239.7	5.8
读书沙龙	6	239	2.8
讲座通知	12	237.8	3.25

信息版块	发文计数	平均阅读量	平均点赞量
一小时讲座	130	227.5	1.4
艺图鉴赏	24	211.9	1.1
图书馆好书推荐	87	173.1	1.3
佳片有约	242	160.6	0.9
音乐下午茶	82	154.6	1.6
视频百科	74	137.8	0.9
资源	5	137.8	3.4
今日3D电影	111	134.3	0.7
读书日经典电影展映	9	133.3	1.1
“知书·知脸·也知心”阅读摄影展	11	128.2	1.1
馆藏撷珍	83	115.9	1.2
光影图书馆	75	57	0.75
“书读花间人博雅”阅读摄影微展览	30	7.8	0.03
未名读者之星·每日一星	9	7.7	0.1
电影展播	3	1.7	0

表3 北京大学图书馆微信公众号信息推送统计(简略)

信息版块	发文计数	平均阅读量	平均点赞量
通知	32	801.7	3.8
专题活动	36	256	3.55
活动通知	100	296.5	2.8
资讯	26	431.4	6.2
讲座	166	252.2	2.55
图书馆员看世界	77	239.7	5.8
图书馆好书推荐	87	173.1	1.3
音乐下午茶	82	154.6	1.6
馆藏撷珍	83	115.9	1.2
光影图书馆	75	57	0.75
视频百科	74	137.8	0.9
今日3D电影	111	134.3	0.7
3D电影	7	305	2.7
佳片有约	242	160.6	0.9
专题电影展播	6	798.6	9

南京大学图书馆微信公众号于2013年5月27日推送首条消息,其信息推送并未分块,笔者根据信息内容对信息进行了简单分类,为资讯、通知、数据库资源、培训通知、讲座通知、活动通知、馆藏资源等。资讯和通知与北京大学图书馆微信公众号分类相同,培训通知包括数据库培训通知,活动通知包括图书馆举办的活动的通知。

表4 南京大学图书馆微信公众号信息推送统计

信息版块	发文计数	平均阅读量	平均点赞量
资讯	11	1 068.5	17.3
通知	70	696.2	5.3
数据库资源	89	268.4	4.7
培训通知	10	282	2.4
讲座通知	80	446.7	2.9
活动通知	106	432.5	4.5
馆藏资源	7	540	6.9

通过对3所高校图书馆微信公众号的对比,可发现公众号运营管理的一些共性与特色。

共性方面,首先体现为通知和资讯信息展现较高的阅读量,体现出信息接收对象和信息原创的重要性。北京大学和南京大学图书馆微信公众号的通知和资讯都有很高的阅读量,两所学校的这两个版块内容相似,通知内包括招聘、节假日开馆信息、图书馆联盟活动通知等,资讯则主要为原创内容,节日祝福、少量的活动新闻。通知内容中的信息受众广,招聘信息面向校内外,节假日开馆信息等面向全校师生,相较其他版块的活动和讲座面向特定群体具有优势,资讯中较多的原创内容,包含指南如“干货来了——图书馆找书指南篇”,年度回顾,如“【燕园年话2014】用数字为您勾绘2014年北京大学图书馆的全景风貌!”,原创内容用语诙谐,内容丰富,更能引起用户关注。其次则表现为馆藏特色资源展示内容的用户反馈不佳,清华大学图书馆和北京大学图书馆微信公众号都设置了版块介绍馆内珍藏资料,版块分别为清华藏珍和馆藏撷珍,这两个版块的阅读量和点赞量在整体版块中都较低。究其原因,笔者在浏览推送信息内容时,发现该版块内容都为馆藏资料的几张照片,加简要介绍,清华大学图书馆的介绍中还包括文物,简要的图片和介绍难以引起用户共鸣,使用户对馆藏有深入了解;用户即使对所介绍内容有兴趣;也难以通过几张照片获取有效信息;并且很多馆藏资料为古籍善本且为特定领域(如中医),受众用户范围不广,对此,考虑如何以更有效的方式介绍馆藏珍品,值得深思。

特色方面,首先表现为精选的校内新闻版块良好的用户反馈。清华大学图书馆微信公众号的水木华章版块平均阅读量和点赞量为305和2.7,在所有版块中表现突出。校内新闻的精选推送对图书馆的信息推送进行了扩展,对信息筛选服务,体现了图书馆在读者和信息之间的桥梁作用,与图书馆本职切合。

其次,固定、连续性内容的汇总发布更吸引用户关注。北京大学图书馆微信公众号信息推送版块中,不固定和半固定版块较之固定版块有更好的用户反馈。固定版块内容定期发送,易造成用户产生厌倦,今日3D电影和佳片有约版块信息基本每天推送,其用户反馈较其他版块而言一般,而图书馆在2015年改变推送方式,将版块改变为3D电影和专题电影展播,将每日推送信息、预告播放内容的方式改为一周推送一次,并且在佳片有约基础上还进行专题电影每周播放,信息更集中,并且汇总的方式也更加利于用户选择。3D电影版块平均阅读量是今日3D电影版块平均阅读量的3倍,专题电影展播的平均阅读量更达到了佳片有约版块平均阅读量的5倍,显示出信息汇总发布的重要性。

总体而言,3所高校图书馆微信公众号信息推送版块都具有活动通知、讲座通知等基本版块,在此基础上,各图书馆微信公众号又增加了各具特点的信息版块,图书馆微信运营时可以考虑借鉴信息汇总推送、重要校园新闻推送的良好经验,并注重原创资讯和通知的发送。

3.3 推送消息的用户阅读量变化

笔者统计了3所高校图书馆微信公众号阅读量随时间的变化情况(如图1、图2、图3)。高校图书馆微信的阅读量都在2014年7月明显增加,这与微信平台的“火热”时间吻合。

根据曲线图,阅读量的转折基本都在寒暑假期间,为每年3月或7月左右,该时期高校面临毕业生离校和新生到校,高校图书馆基本都会在此时期配合系列活动或相关内容推送信息,而这些信息也都获得良好的用户反馈,如:2014年6月26日,北京大学图书馆推送“毕业系列活动”信息,阅读量最高达105人次,在微信发展早期十

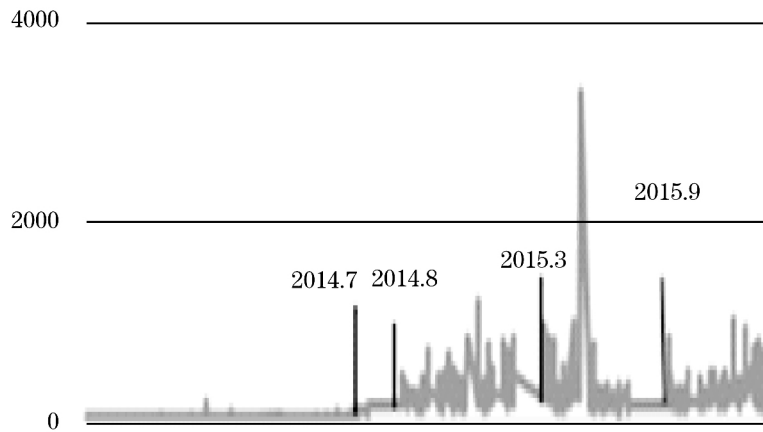


图1 清华大学图书馆微信公众号阅读量变化曲线图

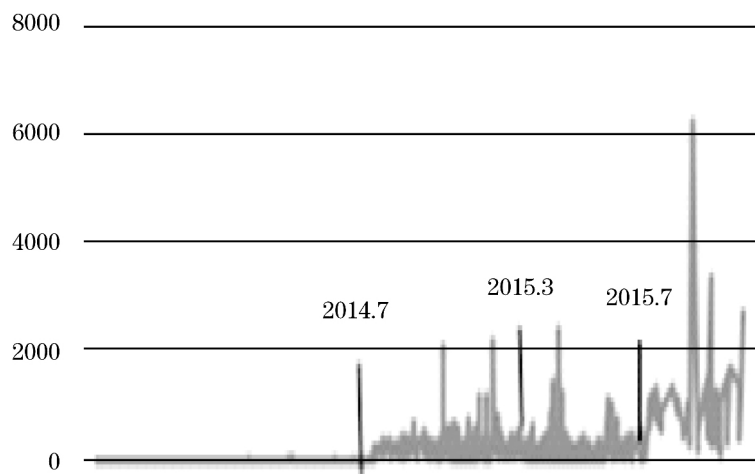


图2 北京大学图书馆微信公众号阅读量变化曲线图

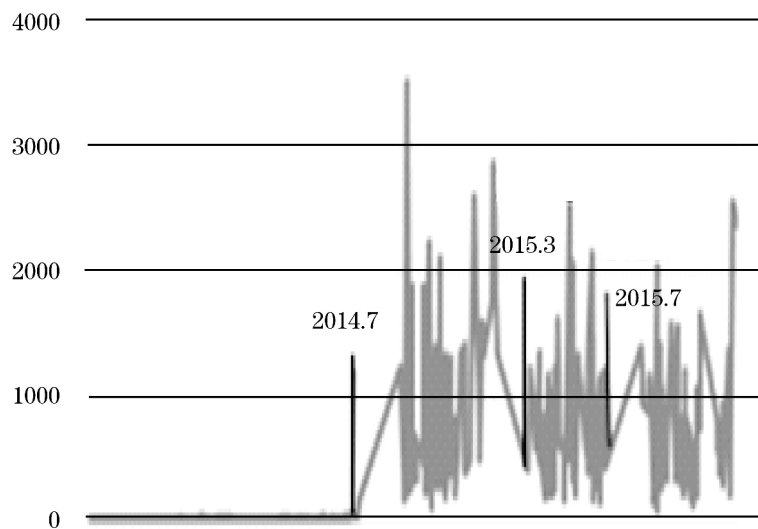


图3 南京大学图书馆微信公众号阅读量变化曲线图

分突出; 2015年8月27日, 清华大学图书馆微信公众号推送“校长邱勇寄语新生做有行动力的理想主义者”, 阅读量达811人次。由此可见, 寒暑假期间是微信公众号推广宣传的“黄金时期”, 高校图书馆需要把握此时期, 推送毕业与迎新信息, 扩大微信号影响力。

3.4 高阅读量与点赞量消息分析对比

笔者对3所高校图书馆微信公众号的高阅读量和点赞量信息情况进行了统计, 以获知版块信息的用户反馈情况。

将全部推送信息按阅读量降序排列, 再对阅读量前50%的全部信息进行整理, 统计其版块分布情况, 再将阅读量前50%中各版块信息数量与版块总发送信息数量相比, 得到的数值表明了用户对信息的关注度, 一定程度表现了信息的质量。

高阅读量信息的统计情况与上文平均阅读量信息统计情况基本吻合, 资讯和通知整体表现较好, 阅读量前50%的信息占全部该版块推送数量比例的前位。此外, 北京大学图书馆微信公众号阅读量前50%占比情况的统计中, 专题电影展播与3D电影两个版块虽发文不多, 但全部为阅读量前50%的信息, 显示出信息的高关注度, 而今日3D电影和佳片有约占比分别为34%和55%, 这更加验证了前文所提的汇总发布信息的优势(如表5、表6、表7)。

表5 清华大学图书馆微信公众号阅读量前50%占比情况

版 块	阅读量前 50% 包含信息数量	版块总发送信息数量	阅读量前 50% 信息占 全部该版块推送数量的比例
清华藏珍	19	34	56%
清图快讯	55	124	44%
水木华章	57	98	58%
特藏组曲	16	39	41%
图影书声	41	95	43%
新书放送	55	96	57%

表6 北京大学图书馆微信公众号阅读量前50%占比情况

版 块	阅读量前 50% 包含信息数量	版块总发送信息数量	阅读量前 50% 信息占 全部该版块推送数量的比例
资源	1	4	25%
资讯	22	27	81%
专题电影展播	6	6	100%
音乐下午茶	36	82	44%
艺图鉴赏	13	24	54%
一小时讲座	80	130	62%
图书馆员看世界	53	77	69%
图书馆好书推荐	46	87	53%
通知	21	32	66%
视频百科	33	74	45%
今日3D电影	38	111	34%
讲座通知	5	12	42%
佳片有约	132	242	55%

版 块	阅读量前 50% 包含信息数量	版块总发送信息数量	阅读量前 50% 信息占 全部该版块推送数量的比例
活动通知	48	100	48%
光影图书馆	29	75	39%
馆藏撷珍	32	83	39%
读书沙龙	6	6	100%
读书日经典电影展映	3	9	33%
北大读书讲座	13	24	54%
3D 电影	7	7	100%
2014 年度未名读者之星感言	10	10	100%
“知书·知脸·也知心” 阅读摄影展	4	11	36%

表 7 南京大学图书馆微信公众号阅读量前 50% 占比情况

版 块	阅读量前 50% 包含信息数量	版块总发送信息数量	阅读量前 50% 信息占 全部该版块推送数量的比例
资讯	9	11	82%
通知	43	70	61%
数据库资源	28	89	31%
培训通知	4	10	40%
讲座通知	43	80	54%
活动通知	56	106	53%
馆藏资源	4	7	47%

调查的 3 所高校图书馆微信公众号皆在点赞方面表现出用户反馈不佳, 调查中也发现高校图书馆微信公众号基本也都面临着这一问题。3 所高校图书馆微信点赞量排名前 10 的历史消息汇总整理如下 (如表 8、表 9、表 10)。

表 8 清华大学图书馆微信公众号点赞量前 10 的历史消息

时 间	版 块	题 目	阅读量	点赞量
2015 年 4 月 25 日	水木华章	清华大学图书馆 2014 年图书借阅排行榜	3 273	23
2015 年 3 月 12 日	清图快讯	图书馆馆际互借服务加大补贴力度, 本校读者免费获取国内文献	824	17
2014 年 12 月 4 日	图影书声	“爱我中华, 修我长城”——中国长城摄影展 (12 月 8 日~12 月 16 日 逸夫馆二层大厅)	1 177	17
2015 年 11 月 25 日	水木华章	校长邱勇到图书馆调研	995	11
2014 年 10 月 16 日	水木华章	清华大学图书馆荣获“全民阅读示范基地”称号	397	9
2015 年 12 月 10 日	水木华章	清华 4 教授 7 校友新当选中国科学院、中国工程院院士	897	9
2015 年 12 月 23 日	水木华章	2015 年清华大学学生奖励大会举行	715	9
2015 年 8 月 27 日	新书放送	国文化精神/诺贝尔文学奖名著全编	496	9

时 间	版 块	题 目	阅读量	点赞量
2015 年 12 月 30 日	清图快讯	恭祝读者新年快乐!	212	8
2014 年 12 月 18 日	水木华章	美国化学学会将清华大三学生科研成果作为头条新闻展示	740	8

表 9 北京大学图书馆微信公众号点赞量前 10 的历史消息

时 间	版 块	题 目	阅读量	点赞量
2015 年 4 月 25 日	活动通知	【通知】图书馆 2014 年度未名读者之星评奖结果揭晓啦!	2 485	31
2015 年 12 月 1 日	讲座通知	北大图书馆“大雅讲堂”系列讲座: 乔治·夏勒博士在青藏高原的三十年	1 598	31
2015 年 5 月 1 日	2014 年度未名读者之星感言	【2014 年度未名读者之星感言】钟晨扬 元培学院	1 323	26
2015 年 12 月 7 日	活动通知	【活动预告】图书馆“密室逃生”第三季报名方式及比赛规则	3 449	25
2016 年 1 月 4 日	专题电影展播	【专题电影展播】本周专题电影展播日程及影片简介	1 797	25
2014 年 12 月 29 日	活动通知	【闭馆音乐征集】图书馆闭馆音乐由你做主!	1 233	22
2015 年 3 月 6 日	图书馆员看世界	【图书馆员看世界】晨光	297	22
2015 年 12 月 15 日	北大读书讲座	【北大读书讲座】毛泽东晚年读书生活	1 352	22
2015 年 1 月 30 日	图书馆员看世界	【图书馆员看世界】红日出远山 苍茫云海间——喜马拉雅日出	534	20
2015 年 2 月 13 日	图书馆员看世界	【图书馆员看世界】喀纳斯河	503	20

表 10 南京大学图书馆微信公众号点赞量前 10 的历史消息

时 间	版 块	题 目	阅读量	点赞量
2016 年 1 月 22 日	数据库资源	我校购买中国知网 CNKI 全库资源	2 368	101
2015 年 1 月 28 日	资讯	我两岁半啦!	1 334	63
2015 年 5 月 15 日	活动通知	借书大福利放送	2 529	53
2015 年 1 月 6 日	数据库资源	开年福利: 高大上的不列颠百科全书网络版开通咯!	1 339	38
2015 年 6 月 18 日	活动通知	杜厦图书馆暑期社会实践招募啦	2 146	38
2015 年 12 月 31 日	数据库资源	我校购买台湾学术文献数据库	949	38
2014 年 10 月 16 日	活动通知	一年一度的读书节即将开幕咯!	2 230	31
2014 年 12 月 23 日	通知	元旦放假通知	2 605	31
2016 年 1 月 14 日	通知	图书馆寒假开放时间	2 551	30
2016 年 1 月 11 日	数据库资源	中国及世界古地图数据库全新上线	1 308	29

微信点赞反映出用户对信息的共鸣,“清华大学图书馆 2014 年图书借阅排行榜”和“我两岁半了!”是原创信息,在清华大学图书馆和南京大学图书馆微信公众号的统计中都表现突出,此外,3 所学校的前 10 位点赞信息中,都包含了活动通知信息,除读书节专题活动等,一些具有直观福利感受的信息,如馆际互借加大补贴、借书

福利也会获得较多点赞。清华图书馆微信公众号的特色版块水木图章和南京大学图书馆微信公众号的数据库资源版块也有较多信息进入前10点赞信息,体现出新闻精选推荐的价值,以及用户对特定数据库的需求与关注。

4 结语

微信作为新媒体的重要组成部分,受到了高校图书馆的重视,“985工程”高校图书馆普遍建设了微信公众号,一些学校的经验值得借鉴参考,部分图书馆微信公众号运营具有特色,阅览室查询、预约座位、在线阅读、人工回复、自动回复等服务开通让微信公众号服务更为多元。

根据对所选案例的图书馆微信公众号的信息统计可知,通知和原创资讯用户反馈良好,新闻精选推送和信息汇总是值得参考的推送方式。此外,寒暑假时间段是吸引用户的“黄金时期”,高校图书馆需要把握时期,推送高质量的毕业和迎新信息,扩大公众号的影响力。此外,微信点赞量和阅读量的巨大差异值得关注,如何充分调动用户的积极性,引发共鸣,仍需深究。

注释

- [1]吉翠芳,周志峰.“211工程”高校图书馆微信公众平台应用问题及对策[J].图书馆学研究,2014(17):38-41.
- [2]张雪璐,徐春.“211工程”院校图书馆微信公众平台服务现状调查研究[J].情报探索,2015(9):122-125.
- [3]焦志香.当前高校图书馆微信服务的特点、问题及对策[J].晋中学院学报,2015(5):122-124.
- [4]易祖民.基于功能整合的高校图书馆微信服务现状与整合策略研究——以京沪粤“211工程”院校为例[J].怀化学院学报,2015(10):124-128.
- [5][20]王洪波.高校图书馆微信公众平台服务探略[J].情报资料工作,2014(5):79-83.
- [6]陈雨雪.“985”高校图书馆微信服务平台使用现状调查与分析[J].图书馆学研究,2014(16):88-93.
- [7]李荣.高校图书馆开展微信服务的实践与思考——基于20所高校图书馆微信服务的实际体验[J].图书馆研究,2015(1):89-92.
- [8]常青.高校图书馆微信公众平台精细化管理研究[J].河北科技图苑,2014(4):42-44.
- [9]尉鑫,苏珊珊.高校图书馆微信公众平台调查分析——以“985”高校图书馆为例[J].新世纪图书馆,2014(10):34-37.
- [10]王雯茹.高校图书馆官方微信经营服务方式的优化[J].兰台世界,2015(11):29-31.
- [11]杨霓.微信在高校图书馆服务中的应用与实践探讨[J].数字技术与应用,2014(10):210-211.
- [12]姚川军.高校图书馆微信公众平台服务研究与经营策略[J].中国管理信息化,2015(15):196-197.
- [13]史梅,翟晓娟.高校图书馆官方微信经营策略研究——以南京大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2014(5):79-85.
- [14]孙翌,李鲍,高春玲.微信在图书馆移动服务中的应用研究与实践[J].图书情报工作,2014(5):35-40.
- [15]Buono M P, Kordeliski A. Connect, Create, Collaborate: How and Why Social Media Is Good for Your Library and Why You Should Join the Fun [J]. Young Adult Library Services, 2013, 11 (2): 30-31.
- [16]Fiander D J. Social Media for Academic Libraries [J]. Social Media for Academics, 2012: 193-210.
- [17]Burkhardt, A. Social Media: A Guide for College and University Libraries [J]. College & Research Library News, 2010 (1): 10-24.
- [18]Stivilia B, Gibradze L. What Do Academic Libraries Tweet about, And What Makes a Library Tweet Useful [J]. Library & Information Science Research, 2014 (3-4): 136-141.
- [19]Del Bosque, Darcy, Sam A. Leif, and Susie Skarl. Libraries Atwitter: Trends in Academic Library Tweeting [J]. Reference Services Review, 2012 (2): 199-213.

蒋 银 东南大学经济管理学院图书馆学专业2015级硕士研究生。通讯作者。
顾建新 东南大学教授,东南大学图书馆馆长。