

# 高校图书馆微博、微信平台建设研究

——以福建农林大学图书馆为例

王 晗（福建农林大学图书馆 福州 350002）

**摘 要** 随着微博与微信这两大新媒体平台在大学生群体中的迅速普及，高校图书馆陆续采用这两大平台为学生提供信息服务。本文以福建农林大学图书馆为例，分析图书馆微博、微信服务平台建设现状以及存在问题，并在此基础上提出改进高校图书馆微博、微信信息服务的具体措施。

**关键词** 高校图书馆 微博 微信

## 1 引言

新媒体阅读时代，以微博、微信为代表的微内容成为了人们获取信息知识的重要来源。<sup>[1]</sup>高校图书馆作为阅读推广的主要阵地，为了满足学生群体日益增长的阅读需求，正在努力改变传统的服务方式，陆续采用微博与微信这两种新兴的信息发送平台，提供各种信息资源，实现自我宣传、建立联系、线上阅读等功能服务，满足大学生的个性化信息需求。微博，即微型博客（MicroBlog）的简称，也即是博客的一种，是一种通过关注机制分享简短实时信息的广播式的社交网络平台。微博是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取的平台。用户可以通过WEB、WAP等各种客户端组建个人社区，以140字（包括标点符号）的文字更新信息，并实现即时分享。微博的关注机制分为可单向、可双向两种。<sup>[2]</sup>微信（WeChat）是腾讯公司于2011年1月21日推出的一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序，支持跨通信运营商、跨操作系统平台，通过网络快速发送免费（需消耗少量网络流量）语音短信、视频、图片和文字。<sup>[3]</sup>

微博与微信本质上都是一种实用的信息交流的网络社交平台。微博起源比微信早，发展一段时间后微信才开始兴起并逐渐赶超微博，但是没有取代微博，两者各有千秋<sup>[4]</sup>。微博、微信服务平台在推动高校图书馆的信息服务工作中各有优势，那么目前它们的应用现状如何？在运行过程中存在哪些问题与不足呢？本文以福建农林大学图书馆（以下简称为“我馆”）为例，分析高校图书馆微博、微信平台建设的现状与存在问题，并提出改进对策。

## 2 福建农林大学图书馆微博、微信平台建设现状

### 2.1 微博服务平台建设现状

我馆官方微博于2014年6月投入使用，截至2017年3月31日，关注好友数58人，粉丝数1708人，共发布信息198条。根据我馆所发布的微博内容，可将其归纳为馆务信息、读者参与、资源推广和拓展分享4大类目，在此基础上再细分为以下8种类别：通知公告、图书馆新闻、活动信息、读者意见反馈、讲座预告、热书推荐、美文美图分享、校内新闻活动转发（见表1）。

表1：福建农林大学图书馆微博博文发布情况

微博博文类别		微博发布数量 /条	发布条数占总数的 百分比/%	平均转发量/次
馆务信息	通知公告	43	21.72	9.7

	图书馆新闻	22	11.11	8.2
读者参与	活动信息	55	27.78	23.9
	读者意见反馈	10	5.05	6.3
资源动态	讲座预告	24	12.12	6.2
	热书推荐	19	9.60	3.7
其他	美文美图分享	11	5.55	4.3
	校内新闻活动转发	14	7.07	2.8

从微博发布的条数上看，“读者参与”类下的“活动信息”发文数最多，共55条，占发布总条数的27.78%，博文内容包含活动主题、活动形式、奖项设置、获奖名单等；其次为“馆务信息”类下的“通知公告”，发文条数43条，占发文总数的21.72%，发布内容多为图书馆管理规定、服务动态、假期开馆时间等与读者息息相关的重要内容；再次为“讲座预告”“图书馆新闻”“热书推荐”，发布的信息条数分别为24条、22条、19条，这些博文帮助读者有效获取图书馆最新讯息与资源动态。从平均转发数量上看，“活动信息”发布的博文大多突出活动趣味性，内容以多元化的电子海报形式呈现，并通过福建农林大学校电台、“今日农大”、福建农林大学团委宣传部等影响力大的微博博主帮忙宣传推广，因而被读者转发的次数最多，该类信息的平均转发量达23.9次。而“通知公告”“图书馆新闻”“读者意见反馈”“讲座预告”“校内新闻活动转发”“热书推荐”“美文美图分享”的平均转发量均在10条以内。

## 2.2 微信服务平台建设现状

我馆于2016年1月开通微信公众号，截至2016年12月31日，共发布消息344条，关注人数共计4091人次，用户增长情况如图1所示。其中，1月至9月微信用户呈稳步增长的态势，该阶段微信发布内容与官方微博所发布的内容大致相同，也是以馆内重要通知、讲座预告、各项活动通知、数据库开通与试用等内容为主；10月至12月，微信用户进入快速增长阶段，在这一时间微信平台陆续推出【校史馆专栏】欢迎来到校史馆、【长征影讯】系列电影展和【信息素养的修炼】系列讲座。由于系列活动的标题前后保持一致，在信息杂乱、无规范分类的微信界面中显得独树一帜，增强了微信平台与用户之间的黏合度，从而吸引了不少用户关注。

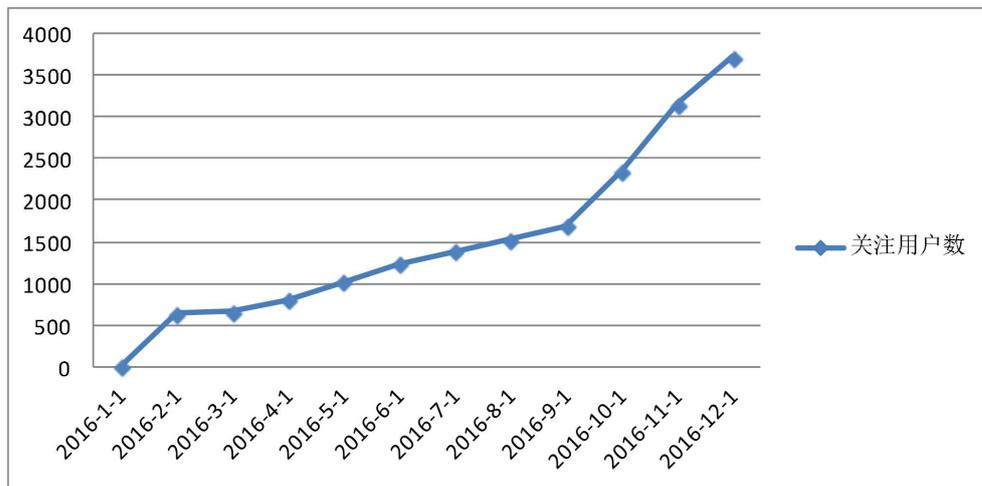


图1: 福建农林大学微信服务平台用户增长情况

此外，微信公众服务平台还支持线上“绑定、解除校园卡”“馆藏查询”“借阅、续借”“读者荐购”等功能，提供“微资源”“微座位”“微讲座”“微解答”等各项微服务，具体详见表2。其中，“微座位”服务，不仅可实时查询座位情况，还提供在线预约功能，有效地缓解了读者自习占座的现象；“微讲座”服务，提供文学、历史、文化、社会科学、名人访谈、礼仪与技巧、休闲娱乐、哲学心理方面的讲座视频，时长均在10—15分钟以内，供学生随时随地在线观看学习；“读者荐购”服务，实现读者与馆员实时交流荐购图书，方便读者随时跟踪荐购进度，改变了过去只能通过邮件荐购的局限性；“Fulink平台”“电子期刊”“电子报刊”“资源动态”和“万方创新助手”栏目，通过链接到相应的数据库学习平台，供读者用户查阅数据库信息资源。

表2：福建农林大学图书馆微信平台菜单一览表

微信平台名称	一级菜单	二级菜单
福建农林大学图书馆	我的图书馆	绑定/解绑校园卡、馆藏查询、借阅/续借、读者荐购、自助服务
	微资源	Fulink平台、电子期刊、电子报刊、资源动态、万方创新助手
	微服务	微座位、微讲座、微公告、微解答、客户端下载

除此之外，我馆利用微博、微信平台定期举办线上阅读微分享活动。包括“我和书的那些事儿”“读经典，书三行”“微书房，微分享”“邃觅农大群科，缮写遂心本科”“书评弥芳菲，阅读好时光”等微服务平台活动，拓宽与读者沟通渠道，打破了时间空间的局限，创造了新的互动方式，达到众人分享的目的。

### 3 福建农林大学微服务平台建设存在的问题

由上述可知，我馆微博、微信服务平台在使用方面均取得了一定成效，但整体而言，仍处于建设初期，存在一些问题和不足，具体表现在以下几个方面：

#### 3.1 发布内容单一

我馆微博、微信平台发布的信息集中于资源动态、通知公告、数据库推送、讲座预告、活动信息、好书推荐等方面的基础性服务，内容单一，缺乏吸引读者的信息。主要表现为我馆微博、微信发布的信息虽有一定的转发量和阅读量，但评论数几乎为0，表明读者虽有关关注我馆的信息动态，但对其内容兴趣不大。

#### 3.2 呈现形式单一

在发布形式上主要表现为两大类型，即纯文字型和图文结合型，能够与视频、音频相结合的服务内容极少。利用平台举办线上阅读活动，形式大多集中在“阅读征文”“好书推荐”等文字类的活动上，形式单一，缺乏深入有趣的学习交流，导致参与度低，互动效果欠佳。

#### 3.3 服务功能不完善

我馆目前微博和微信服务功能主要用于信息推送、馆藏查询书目、在线绑定与解绑校园卡，在信息检索利用、在线咨询、联合借阅和文献传递等方面尚未提供相关服务。微信平台虽设有“馆藏查询”“自助服务”“微公告”服务，但仅仅是链接到图书馆官方网站的相应栏目；在线咨询方面，微信平台的“微解答”栏目和微博平台的私信功能都未得到充分利用，用户只能是被动地接收公众平台提供的解答，尚未实现线上交流答疑。

## 4 高校图书馆微服务平台建设策略

通过上述分析可知,福建农林大学图书馆在微博平台的使用和微信公众号的运用上,仍存在着不足之处。随着这两大社交平台的影响力及用户规模的不断扩大,必将会有越来越多的高校图书馆加入到微博与微信平台使用的行列当中。要想充分利用微博、微信向大学生提供信息服务,笔者认为可从以下3个方面着手进行。

### 4.1 建立微服务团队,提升服务质量

目前,图书馆官方微博、微信公众号的编辑者一般由馆办公室人员兼任,而发布的信息又与图书馆各部门密切相关。所以应设置专职微服务馆员,并且在每个部门安排相关的兼职微服务馆员,随时与专职馆员沟通联系。兼职微服务馆员主要负责信息的收集与加工,征集与本部门相关的读者意见和建议,以及提供参考咨询与线上答疑服务。专职微服务馆员的职责主要是为不同层次、不同需求的用户提供针对性强的定制服务,根据读者浏览记录、书目检索、数据库资料查询等阅读轨迹,分析他们的阅读偏好,从而提供高质量、深层次的文献阅读服务。除此之外,专职微服务馆员与兼职微服务馆员都必须具备整体规划、统筹管理的能力,把控好哪些内容需要及时发布,哪些内容需要整合分类,哪些内容可以吸引到更多的用户参与互动,在工作中既有各自的分工又紧密联系,共同促进图书馆微服务平台的创新发展。

### 4.2 提供个性化、多样化的服务内容

首先,高校图书馆微博、微信服务应突破传统的基础性服务,增加个性化、多样化的内容,以提升服务质量。例如针对应届毕业生,定期推送职业就业培训指导、面试技巧、考研考公专题、论文设计与研究方法等相关信息;针对大一新生,提供图书借阅说明、馆藏布局、数据库认知与使用方面的知识,同时增设生活指南(校园地图、乘车指南、校园风光等)、学生社团纳新动态、社会实践信息、校园迎新活动等非图书馆传统业务的趣味信息,增强图书馆微服务平台的吸引力。其次,由于读者感兴趣的内容主要集中在“活动信息”类,倘若图书馆发布的信息能够对该类信息内容进行拓展,侧重以视频、音频和图片相结合的形式发布,并采用统一格式,就能实现该类目信息的有效聚合,从而提高图书馆活动内容的辨识度。这不仅有助于增加读者的关注度,同时也起到打造高校图书馆特色服务品牌的作用。

### 4.3 完善功能服务体系

高校图书馆要想在微博和微信两大平台上实现信息服务的价值最大化,除了内容富有针对性,还需不断优化功能设置,完善功能服务体系。首先,提供资源导航服务。比如高校图书馆微博微信平台常见的“微阅读”服务版块,不仅仅是简单链接到图书馆主页的“馆藏资源”栏目,还需增设“好书推荐”“立体阅读”“读者评说模块”和“名家导读”“迷你书评”“全文阅读”“精彩篇章”等链接功能,提高用户的互动性和参与度,满足大学生不同时间段的阅读需求。其次,提供联合借阅、文献传递、馆际互借等相关的功能服务,让非本校的大学生也可以利用微博、微信应用平台轻松获取本馆的信息资源,以此来推动校际与馆际之间的交流合作。<sup>[5]</sup>再次,完善在线咨询服务。对于常见问题的解答,通过设置关键词自动回复功能,以提高服务效率;对于学科服务、查收查引、文献资源共享等针对性强的问题,需要各部门的服务馆员与其进行在线交流,以便及时推送全面、精确、有价值的解答服务。

## 5 结语

在当今新媒体阅读时代,微博、微信已成为大学生接收信息的主要方式。高校图书馆应立足于大学生

用户群体，积极顺应时代潮流，勇于面对社交网络飞速发展所带来的机遇与挑战，完善微服务平台建设，为读者提供更优质高效的服务。

#### 参考文献

- 1 赵雅馨. 微信信息环境下的图书馆用户需求调研[J]. 图书情报工作, 2013(8):17-21, 39.
- 2 百度百科. 微博[EB/OL]. [2017-03-31].  
[http://baike.baidu.com/link?url=XZsMQckq\\_lwHt ivB5k1bsWSacvCgQsu0kYuorwmdnFL9Ysd3qxTCLv2TawlJs33z-Kneji8-N0lrsFCdSEiJNfWRsnpMm0Tqx fFTr31K60q](http://baike.baidu.com/link?url=XZsMQckq_lwHt ivB5k1bsWSacvCgQsu0kYuorwmdnFL9Ysd3qxTCLv2TawlJs33z-Kneji8-N0lrsFCdSEiJNfWRsnpMm0Tqx fFTr31K60q).
- 3 百度百科. 微信[EB/OL]. [2017-3-31].  
[http://baike.baidu.com/link?url=LsM1MJ7kHpNNM-4dvocVEh0JAKECd9eYf07\\_ODCnZ1Wfxs3DXT\\_MKNemQ8h96AJwuWNWHGt1b\\_IYDhNS8H8pIxrAas5RCvmnH83ySoZb3TS](http://baike.baidu.com/link?url=LsM1MJ7kHpNNM-4dvocVEh0JAKECd9eYf07_ODCnZ1Wfxs3DXT_MKNemQ8h96AJwuWNWHGt1b_IYDhNS8H8pIxrAas5RCvmnH83ySoZb3TS).
- 4 蒋逸颖,周淑云. 高校图书馆微博与微信服务比较研究——以“211工程”高校为例[J]. 图书馆学研究, 2015(19):64-73.
- 5 袁惠仪. 高校图书馆微博与微信服务比较——以华南理工大学图书馆为例[J]. 情报探索, 2014(6):88-92.

王 晗 女, 福建农林大学图书馆助理馆员。

(收稿日期: 2017-03-17。龚永年编发。)