

基于自建和商业平台的高校图书馆微博比较研究

□彭晓东 吕俊杰 杨新涯 魏群义

摘要 微博是目前热门网络传播方式,高校图书馆应该利用它的交流特点,拓宽图书馆服务面。对高校图书馆自建微博和在商业平台发布微博两种方式进行比较研究。从微博在高校图书馆应用方面的现状入手,分析两种微博方式的特点和优势,并提出建议。

关键词 微博 高校图书馆 自建式 推送式

1 引言

微博的热潮已经席卷各行各业,作为一种信息获取、共享、交流、传递及应用的平台,微博其实是一种快捷易用的知识管理系统^[1],图书馆界也已经开始应用微博增加自身的业务范围,拓宽服务面。国外 Library Success、Lindy Brown^[2]等图书馆微博介绍站点在早前就开始利用 Twitter,收集和整理图书馆发布的微博信息。在 Twitter 上的公共图书馆和高校图书馆不仅具备较高的人气,而且有成熟的信息发布模式。根据美国 NFI 的数据调查, Twitter 上排名前几位的图书馆微博,微博人气已经到达 4 万,甚至更多,所发布内容涵盖新闻、转载、互动、咨询^[3]。

图书馆社会价值的实现程度归根结底取决于其服务满足社会需要的程度^[4],如何提供高质量的服务满足用户的需求,是图书馆发展的重点。国内的图书馆也已经逐步通过国内的微博商业平台开始发布自己的信息,然而在高校图书馆的行政管理、信息服务、在线咨询等管理和服务领域还比较匮乏。由于高校图书馆具备丰富的文献信息资源和专业的管理人员,因此,微博和图书馆的结合将是未来的主流,更符合“资源、管理、服务”的“三位一体”^[5],具有很高的社会价值、知识价值、管理价值。

本文通过对于国内人气最高的新浪、腾讯、搜狐等商业微博平台,以及重庆大学自建微博平台,比较分析目前微博在高校图书馆的使用状况、优势和存在问题,以期为高校图书馆在使用微博方面有所启示和借鉴。

2 高校图书馆微博发布方式

微博在高校图书馆主要有两种应用方式,一是自建供读者使用的微博平台,二是在公众互联网的微博平台上建立本馆微博,推广文献服务。

2.1 自建式

自建式微博就是利用第三方软件在图书馆的网络服务器上构建微博,根据本馆的工作需求和客观情况,增加或减少微博功能。目前许多高校并没有建设校园的微博,只有个别高校有类似微博的平台。

以重庆大学图书馆的迷你博客为例。该博客构建在读者的社区“我的书斋”中,从 2008 年 12 月就启动了。我的书斋是重庆大学图书馆建立的一个综合服务平台,其中包括我的图书馆、书评中心、藏书架、文档库、文献互助、RSS 订阅、迷你博客、相册、校友中心等功能,这个平台和图书馆的借阅系统、馆藏资源相结合,每个用户都能够在里面查询借书、还书、订阅的情况,可以发表书评、文字等内容。

迷你博客这个版块中,包括了我的迷你博客、我接收的回复、我发布的回复、好友的迷你博客、大家的迷你博客 5 个内容,在书斋首页就能看到所有用户发表的迷你博客。具备了微博应该有的功能,可以发布信息,查看好友信息,回复信息,转发信息等。

2.2 推送式

图书馆利用现成的微博平台,例如新浪,腾讯等公司的微博平台,以本校的图书馆名注册,并通过平台发布自己的信息,如图书馆公告、新闻、新书介绍。同时大多数高校图书馆进行了身份认证,增加了微博的可信度、准确率。

商业平台微博除了有信息发布、转发、相互关注

等基本功能外,还有很多特色功能,如@功能、微博短信提醒、微话题、微群、微访谈、微盘、微直播、微应用等^[6]。而这些功能中,很多项目都是图书馆提供网络信息化服务所急需却又因为技术等原因而无法实现的。因此,利用商业平台微博与图书馆的各项服务结合起来,会给图书馆工作带来新的亮点。

本次数据获取以国内人气和规模较大的4家商业微博平台(新浪、腾讯、网易、搜狐)为基础,调研了全国“211”、“985”大学中115所大学图书馆在这些商业平台的使用情况。在搜狐和网易微博中,只有个别高校图书馆注册,用户使用频率不高。在这115所高校中,新浪微博有37所高校注册使用,腾讯微博有11所高校注册使用,其中包括重复注册的,2个商业平台总共39所高校注册使用。以下数据选取新浪和腾讯微博的使用数据情况,截止日期到2012年4月,见表1。

表1 “211”、“985”高校图书馆使用微博情况统计表

图书馆名称	关注	粉丝	微博	周数	使用频率	开通时间
重庆大学	271	5968	593	30	20	09-11
中山大学	13	61	7	2	4	12-03
中国人民大学	489	361	6	12	1	11-04
中国矿业大学	248	6534	919	11	84	11-05
浙江大学	108	258	129	2	65	12-03
西北大学	5	3	5	2	2	12-03
西安交通大学	26	1956	65	7	9	11-10
武汉大学	87	3492	576	6	96	11-11
同济大学	47	3134	330	8	41	11-09
苏州大学	3	21	11	2	6	12-03
四川大学	68	1029	1142	8	143	11-09
上海交通大学	42	1855	197	11	18	11-06
上海财经大学	144	3582	794	13	61	11-04
山东大学	5	3	5	2	2	12-03
厦门大学	78	7796	530	30	18	09-11
清华大学	321	16395	3474	18	193	10-12
青海大学	18	54	65	7	9	11-10
南开大学	31	759	198	12	17	11-05
南京师范大学	143	4489	966	20	48	10-09
南京农业大学	48	1209	221	14	16	11-03

南京航空航天大学	84	1036	75	6	13	11-11
南京大学	301	5451	729	13	56	11-04
南昌大学	218	30	10	2	5	12-03
兰州理工大学	281	1565	616	15	41	11-02
暨南大学	539	6645	1266	14	90	11-03
华中师范大学	688	1911	909	15	61	11-02
华中农业大学	96	944	138	2	69	12-03
华南理工大学	21	183	54	6	9	11-11
华东师范大学	94	4057	414	12	35	11-05
华北电力大学	8	41	20	1	20	12-04
合肥工业大学	194	1980	563	11	51	11-06
复旦大学	31	6430	577	13	44	11-04
福州大学	559	840	20	11	2	11-06
东南大学	70	3908	715	15	48	11-02
东北师范大学	5	3	5	2	2	12-03
北京师范大学	1995	3182	1427	18	79	10-11
北京理工大学	17	120	2	17	0	10-12
北京化工大学	53	11432	82	18	5	10-11
北京航空航天大学	0	3716	696	14	50	11-03

通过以上统计表数据,我们剔除微博发表数量在50条以下的高校数据(10所),在余下的29所高校数据中,再细分为微博发表数量和微博使用频率。

微博发布量在1000条以上的有4所高校,其中清华大学最多;人气量在5000以上的有8所高校,以清华大学和北京化工大学的人气最高,拥有上万的粉丝。可以看出,这几所高校发布的信息量最大,知名度也是最高。

使用微博平台时间超过20周的高校图书馆有3所,其中重庆大学和厦门大学从2009年就开始应用商业微博平台为用户服务了;一周发布信息量在50条以上的高校有13所,其中以清华大学和四川大学最为突出,周频率接近200条,可以看出这些高校使用微博服务的时间久,并且使用力度是较高的。

3 对比分析

3.1 功能对比

从自建式微博的功能上来看,主要应用了微博的最基本功能:即时发布与分享。但由于功能单一,

所以表现出来的活力和人气较低。

商业平台微博的功能除了最基本的功能外, @功能、微博短信提醒、微话题、微群、微访谈、微盘、直播、微应用等都是商业平台特有的功能, 这些功能不仅丰富了发布信息的内容, 而且加强了用户和图书馆的交流互动。同时主动向社会宣传、推广图书馆的工作与服务, 这种快捷、迅速与互动的服务既方便了读者及时了解图书馆动态, 也有利于图书馆以及图书馆业内人士之间的学习和交流^[7]。

虽然迷你博客相对于商业平台微博功能上有很多不足之处, 但是迷你博客只能算作整个书斋的一部分, 它的功能应该以服务书斋为目的, 以图书馆为中心, 提供用户在资源借阅, 查询方面的辅助, 不能仅仅从一个纯信息交流平台方面来和其他商业平台的微博做比较, 我们应该更关注它在图书馆方面的功能。

3.2 内容对比

重庆大学迷你博客从2008年12月开始首次启用, 到2012年2月, 总共发表16000多篇微博, 历时近40个月, 每月400篇, 周频率100篇。通过重庆大学自建平台微博发布信息来看, 内容包括新书推荐、图书馆公告、图书馆新闻、书评、文字交流, 文字交流占了80%。内容较单一, 基本是学生或老师发表的一些简单内容, 没有例如新闻、天气预报、电影介绍等专业微博用户发表专业的内容, 因此降低了微博的吸引力, 这也是用户使用频率低的一个因素。因此可以看出, 自建式微博主要用于在校师生沟通交流。

对商业平台微博中39所高校图书馆近1个月所发布的微博信息进行分析, 发现图书馆新闻、公告、转载占了90%, 内容丰富, 涉及面广。可见其主要用于图书馆近况展现和服务宣传。

3.3 优劣对比

在比较两种平台的优劣之前, 笔者通过在线交流方式和图书馆的馆员、用户进行了关于“微博为图书馆带来的优势”这一话题的探讨。

从自建式平台交流结果来看, 普遍认为内部平台便于沟通协调, 方便馆员和读者沟通, 能够及时对出现的问题进行解决。同时在对图书馆管理方面的针对性更强。从商业平台交流来看, 对于提升知名度方面, 商业平台的优势较为明显, 同时图书馆服务的范围扩大, 不仅仅局限于学校内部, 而面向全

社会。

综上所述, 比较两种方式, 各有各的优劣之处。自建式微博需要大量的人力物力投入, 而且使用率低、知名度低、用户少、需要一些专业人员进行构建维护。但是自建式微博可以根据图书馆自己的需要, 结合图书馆的服务类型, 增加减少微博功能, 在管理和服务上都具有针对性、实用性。

相对于自建式来说, 推送式微博的优点在于功能完善, 服务有特色, 运行和管理的成本低, 它没有固定成本投入, 维护成本较低, 完全可以由个别工作人员按时、及时地在网络上更新发布本馆信息, 并且由于商业平台用户数量众多, 无形中增加了图书馆的知名度和用户数量。但其劣势在于, 由于使用的公共平台, 其数据的管理和用户的管理不能根据本馆实际情况而定, 用户数量也不能算真正意义上的图书馆用户, 而且微博的功能是固定的, 不能根据图书馆的业务需求而设定特定的功能。并且可能被人注册相似的用户名, 发布虚假信息, 误导用户。

因此, 各高校图书馆根据自己的实际情况, 会选择以上的一种或两种方式构建本馆的微博, 目前来看, 选择推送式的高校图书馆较多。但笔者认为, 随着技术的发展和各高校对微博的认识加深, 会有越来越多的图书馆根据自身需要构建微博, 也有可能各个高校统一规范, 集中优势联合开发一套适合图书馆需求的微博。因为高校拥有丰富的资源和专业的人员, 庞大的潜在用户群体, 一旦联合, 就可以弥补各个图书馆单独建设的高成本, 而使成本分摊, 同时提高使用率, 增加用户量。

4 需求建议

通过对自建式和推送式微博的各方面情况对比分析, 可以看出国内高校对于微博的应用还是比较普遍的, 不过自建式微博的用户使用量还较低, 对此, 如何增加图书馆微博的服务用户, 完善图书馆服务模式, 笔者给出自己的一些建议。

4.1 增加微博账号, 拓宽服务对象范围

对于推送式微博平台来说, 它最大的优势就是使用成本低, 因此, 为了充分利用这个优势, 图书馆可以在不同的公共微博平台建立自己图书馆帐号^[8], 例如新浪、腾讯、网易、搜狐等微博平台, 另外, 可以在一个特定的微博平台, 以不同部门名字, 建立不同的帐号, 针对部门的不同工作需要, 发布各自的

信息,这样不仅可以避免各种信息的同时发布,扰乱读者视线,同时可以针对用户不同的需要增加用户的数量,拓宽服务对象范围。

4.2 自建和推送相结合,增加信息内容

从重庆大学的迷你博客来看,用户仅仅是校内用户,可以把图书馆在公告平台的微博内容链接到馆内微博内容上,或者相互回复,转发^[9]。鼓励学生自己建立专业型用户,例如天气预报、新闻公告、电影、游戏等。这样不仅可以丰富校内微博信息内容,同时可以增加校内用户的关注度,增加校内微博的使用频率。

4.3 高校联盟,加大覆盖面

从国内外图书馆联盟发展的经验来看,一个成功的图书馆联盟拥有专业、成熟而且具有先进理念的领导和管理团队,一个科学合理而又符合区域发展实际情况的组织架构,一套完善、便于执行并且能够妥善处理各方面利益关系的制度体系^[10]。

单个高校图书馆微博发展,始终有其局限性。但是高校图书馆作为一个整体,具有丰富的资源和专业的管理人员,因此可以联合各大高校,相互贡献资源。目前中国高等教育文献保障系统(CALIS)三期项目已经开始运行,文献互借和联合目录都可以使用。这标志着全国大多数高校的资源都可以相互共享了。因此,建立高校的微博联盟也是可行的,建立一个软件平台,针对图书馆的服务模式和功能,设置相应的功能,同时开发手机客户端,形成无缝链接,让用户随时随地可以使用该平台。这样就把微博从单一地区,覆盖到全国各地。

5 结语

微博成功应用将大大改善图书馆的服务模式,拉近与读者的距离。随着微博的影响加大,网络技术的成熟,高校图书馆应该尽快使微博融入到自己的平台中,提升自己的服务,使图书馆发展迈向一个全新的发展阶段。

参考文献

- 1 袁纳宇. 图书馆应用微博客的价值分析. 图书与情报, 2010(3): 104-106
- 2 Library Success. Microblogging. [2010-06-22]. <http://www.libsuccess.org> Library Success. Twitter. [2010-03-22]. <http://www.libsuccess.org/index.php?Title=Twitter>
- 3 李金波. 国外图书馆微博客建设及其启示. 图书与情报, 2011(1): 70-73
- 4 于鸣锵. 图书馆社会价值的实现程度取决于它的服务满足社会需要的程度. 图书馆论坛, 2000, 20(1): 12
- 5 杨新涯, 彭晓东. 2.0 的图书馆. 广州: 中山大学出版社, 2011
- 6 王贵海. 基于新浪微博特色功能的图书馆新型服务平台建设. 图书馆学研究, 2011(11): 60-63
- 7 张敏霞. 微博客及其在图书馆中的应用. 图书馆学研究, 2010(5): 57
- 8 王妙娅. 国内图书馆微博应用现状及建议. 图书馆学研究, 2010(12): 37-41
- 9 肖娟. 微博及其在我国图书馆应用现状分析——以新浪微博为调研基础. 图书馆建设, 2011(2): 23-27
- 10 黄令贺, 葛敬民. 微博客及其在高校图书馆中的应用模式的研究. 情报理论与实践, 2010(4): 84-86

作者单位: 重庆大学图书馆, 重庆, 400044

收稿日期: 2012年6月18日

The Comparative Research on University Library Microblog Based on both of the Self-developed and Commercial Platform

Peng Xiaodong Lv Junjie Yang Xinya Wei Qunyi

Abstract: Microblog is one of the popular network communication ways. University library should take its advantages to broaden library services. The paper makes comparative research on two platforms, one self-developed and one commercial. From the situation of microblog implementation in university library, it gives analysis on the characteristics and advantage of the two platforms, and puts forward some suggestions.

Keywords: Microblog; University Library; Self-configuration; Push