DOI：10.13666/j.cnki.jnlc.2019.0208

高校图书馆移动服务平台的差异、互补与融合*

赵发珍　刘燕权

摘　要　为改善我国高校图书馆移动信息服务过程中存在的平台定位不明确、服务内容同质化、运营效果不佳等现状，开展我国高校图书馆移动服务平台运营现状及用户对移动服务平台的认知情况调查。通过电话咨询、问卷调研、图书馆移动服务平台观测等方法，对16所“双一流”高校图书馆移动服务平台的主体运营能力、服务内容、实现功能、互动性及移动用户认知情况进行调研分析。结果表明：图书馆对不同类型的移动服务平台的运营存在差异，主要以微信运营为主，微博活跃度在下降，QQ仅用作用户咨询，App基本由其他开发商运营。同时，用户对各类移动平台的认同、需求动机等也存在差异，用户对移动服务平台的认同度从高到低依次为微信、微博、QQ、App，用户对各类移动平台的需求动机表现在：微信方便了解最新的信息资源并容易形成互动，微博带来的信息量大、覆盖面广，QQ能够及时咨询图书馆的相关问题，App易于阅读电子资源。高校图书馆可以从明确移动服务平台差异化定位、构建平台融合协同机制、寻求广泛合作方面提升移动服务平台运营效果。表3。参考文献10。

关键词　图书馆　移动服务　移动平台　用户调查

Differences, Complementarity and Convergence of University Library Mobile Service Platforms

Zhao Fazhen　Liu Yanquan

Abstract: By investigating the status quo of university library mobile service platforms in China and the users' cognition to the mobile service platforms, we can change the situations such as unclear positioning of platforms, homogenization of service content, and poor operational results in the process of university library mobile information services in China. Through telephone counseling, questionnaire inquiry, observation on library mobile service platforms and other methods, this article selects library mobile service platforms of 16 "Double First Class" universities as the objects of research. The research and analysis are conducted on the platform's main operating capabilities, mobile platform service content, implementation functions, interaction, and mobile user cognition. The results show that there are differences in the operation of different types of mobile service platforms, mainly based on WeChat operations, and the activity of Weibo is declining. QQ is only used as user consultation, and App is basically operated by other developers. At the same time, users' agreements on various mobile platforms and demand motives also differ. The user's recognition of mobile service platforms is WeChat, Weibo, QQ, and App. The user's motivation for various mobile platforms is shown that WeChat can give easy understanding of the latest information resources and easily form of interactions. Weibo brings a large amount of information and wide coverage. QQ can timely consult the relevant issues of the library, and the App is easy to read electronic resources. University libraries can enhance the operational effectiveness of mobile service platforms by defining differentiated positioning of mobile service platforms, building platform integration and coordination mechanisms, and seeking extensive cooperation. 3 tabs. 10 refs.

Keywords: Library; Mobile Service; Mobile Platform; User Survey

---

* 本文系国家社会科学基金一般项目“边疆治理视阈中的西部民族地区图书馆精准服务研究”（项目编号：18BTQ009）研究成果之一。

1 引言

在移动互联网时代,图书馆界在移动信息服务理论研究及实践探索方面日渐成熟,图书馆传统的业务运作模式正在被打破,新的运作模式正在形成。理论层面侧重于研究移动图书馆服务模式、服务内容和质量[1]、移动用户满意度评价及用户体验[2-3]、移动技术应用、单一移动服务平台信息传播及影响力评价等[4];实践层面则注重移动文献资源的建设、移动服务内容提升、资源及服务的宣传推广及信息咨询等工作[5-7]。随着图书馆移动信息服务的开展,移动用户的多样化需求、众多移动服务平台的同步运营、移动平台的运营效果等逐渐受到重视;与此同时,由于移动设备的更新升级、移动网络(社交)平台的多样化,图书馆面临着移动服务平台众多而人力资源有限、移动服务内容同质化、缺乏个性化及新颖的服务内容等问题[8]。但目前少有研究者同时从图书馆自身运营状况及用户对图书馆移动服务平台的认同、使用动机、需求等双向角度出发,分析图书馆如何在众多移动服务平台的运营过程中细化并明确各种平台的定位,探讨众多移动服务平台如何进行整合协同以达到最佳运营效果。此外,多数高校图书馆的移动服务平台虽然运营时间较长,但由于主体运营能力弱、服务质量不高和互动性不强等原因,呈现出各类移动服务平台发展水平良莠不齐的状况,其运营效果难以令人满意,没有发挥出移动服务平台应有的功能和效果。鉴于此,本文从较为宏观的层面,整体、系统地分析高校图书馆众多移动服务平台的差异化运营问题,并调查分析用户对于不同移动服务平台的认知、认同及对各移动平台不同的需求,进而提出提升移动服务平台运营效果的策略,以期为高校图书馆进一步改善移动服务平台应用提供参考与借鉴。

2 图书馆移动服务平台界定

图书馆移动服务主要是指图书馆借助于移动互联网技术,通过移动设备提供相关服务的方式及行为,便于用户随时随地地接受个性化服务。移动设备已经从普通手机发展为智能手机、电子阅读器、掌上电脑等移动智能终端,且随着其应用的日益广泛,移动智能终端正向功能增强化、多模化、定制化、平台开放化的方向发展。常见的移动服务平台主要有移动应用程序 App 以及移动社交媒体(平台)两种,本文对目前图书馆最常见的移动服务平台微博、微信、QQ、App 进行分析,其功能与作用介绍如表 1 所示。

表 1 移动服务平台的功能及作用[9]

服务平台	功能	作用
微博	基于用户关系进行信息发布、转发分享、搜索、评论以及私信,支持发送语音短信、视频、图片(包括表情)和文字。	属社交媒体平台,是“一对多”的模式,注重传播的速度和内容公开,用户之间关系弱,多为单向传播,利于信息的传播 。
微信	聊天并实时对讲,支持发送语音短信、视频、图片(包括表情)和文字;添加好友;通过朋友圈发表及转发文字、图片、音视频内容,对好友发布的信息进行评论、点赞等;查找附近的人;游戏;购物,消费支付;微信公众号功能菜单的开发设计。	属社交沟通平台,是“一对一”的模式,用户之间关系强,多为双向关系,注重私人内容的交流,利于互动,信息传播速度比微博慢。
App	智能手机的第三方应用程序(软件),即在 iOS、Mac、Android 等系统下的应用软件,可整合 LBS、QR、AR 等新技术,支持消息推送、在线客服、即时互动、后台自主管理、无缝衔接、自定义菜单、智能回复、在线支付等功能。	可聚集具有相似兴趣的目标群体,还可以通过收集手机系统的信息以及用户的位置信息、行为信息等,来识别用户的兴趣、习惯,满足用户不同的个性化定制需求,使用户获得较好的界面体验。

续表

服务平台	功能	作用
QQ	支持在线聊天(语音视频)、在手机与PC端实现点对点即时传送视频、语音和文件,具有QQ邮箱、空间、游戏、备忘录、网络收藏夹、贺卡发送等扩展功能。	便于及时互动沟通,满足各类型文件的传输,提供便捷的应用与QQ相关的邮箱、空间、游戏等。

3 高校图书馆移动服务平台运营现状及用户调查分析

3.1 调研设计与数据收集

第一部分:调查对象主要是国内在移动服务平台运营方面较有影响力的16所“双一流”高校图书馆,旨在了解各高校图书馆移动服务平台的运营现状,对比分析不同高校图书馆对不同移动服务平台的运营机制、策略、内容等。调查方式为电话咨询具体负责移动服务平台运营的馆员以及观测各图书馆移动服务平台。调查内容为图书馆移动服务平台的内容、功能建设及互动情况等。调研时间为2018年4月。

第二部分:调查对象为兰州大学图书馆移动服务平台用户,旨在对比分析用户对不同移动服务平台的认知、认同、动机及使用情况,分析用户对图书馆官方微博、微信、QQ、App等平台的利用动机、偏好及需求。调查内容包括:选择图书馆微博、微信、QQ等平台的动机、关注频率及时间,对不同移动平台的选择认同、互动性、内容需求等。调查方式为在图书馆自习室、阅览室等场所对用户发放问卷。共发放问卷300份,回收有效问卷297份。调研时间为2018年4月。

3.2 调研内容分析

图书馆移动服务平台运营情况包括主体运营能力、服务和功能、移动用户三部分,因此,本研究主要围绕上述三部分进行调研分析。其中,对移动用户的调研除了用户规模外,主要针对用户对不同移动平台的认知、认同及对各移动平台的需求偏好方面。

3.2.1 主体运营能力

主体运营能力是指图书馆对移动服务平台的运作管理能力,是图书馆为了实现其移动服务所体现出的一种能力。图书馆移动服务平台的运作管理过程包括目标定位、制度设计、团队建设,以及经费及技术支持[10]。根据对16所高校图书馆移动服务平台运营馆员的电话咨询,从目标定位、平台运营相关制度、团队建设及其他支持等方面梳理了目前高校图书馆移动服务平台的主体运营能力,具体见表2。

(1)目标定位。所调研高校图书馆移动服务平台以宣传资源与服务、实现图书馆业务功能为主,能够满足移动用户的个性化需求,展示图书馆文化及品牌活动,增强移动阅读体验,增加与用户的互动性。根据调研结果,16所高校图书馆整体上把图书馆移动服务平台的目标定位概括为:服务型(以展示图书馆各类服务为主)、功能型(更加注重移动服务平台服务功能的建设)、品牌型(突出图书馆品牌、特色内容/活动)、宣传型(强调移动服务平台对外宣传推广的作用)、互动型(重视图书馆与用户的互动交流)。但是在所调研的高校图书馆中,缺少对某一种移动服务平台进行具体的细化定位,如图书馆微信公众号以互动为主、微博以对外宣传为主、QQ以咨询为主等。另外,通过调查比较移动服务平台的管理/运营部门,其中有9所调研馆由专门的部门负责管理/运营,但其目标定位侧重点存在差异,如移动服务平台由技术部馆员负责运营的主要是以技术开发及功能应用为主(2所),由综合办公室负责运营的侧重于图书馆整体的宣传(2所),由资源建设部门负责运营的主要是针对资源推荐及服务功能(3所),由参考咨询部负责运营的则侧重于问题咨询互动(2所)。

表2　16所高校图书馆移动服务平台的主体运营能力

学校	目标定位	相关制度	团队构成	其他支持
北京大学	服务型 功能型 品牌型 宣传型 互动型	微媒体服务管理办法	专岗	技术支持
清华大学		信息发布审核制度	专岗	
南京大学		/	专岗	
四川大学		/	双微工作小组	
重庆大学		信息发布审核制度	新媒体小组	
中山大学		微媒体服务管理办法	新媒体小组、学生参与	
中国人民大学		信息发布审核制度	新媒体小组、学生参与	
北京师范大学		信息发布审核制度	跨部门团队	
武汉大学		新媒体工作规范	专岗	
浙江大学		/	专岗	
复旦大学		信息发布审核制度	专岗、学生参与	
西安交通大学		信息发布审核制度	专岗、学生参与	
吉林大学		信息发布审核制度	跨部门团队	
厦门大学		/	微运营小组	
南开大学		信息发布审核制度	专岗	
兰州大学		微媒体服务管理办法	专岗、学生参与	

(2)相关制度。北京大学、中山大学、武汉大学及兰州大学有较为详细的新媒体服务管理办法,包括:管理部门及职责,发布内容要求及发布程序,微博、微信日常管理维护等。在所调研的16所高校图书馆中,12所高校图书馆对发布信息有较为严格的信息审核制度,由图书馆党委或者分管副馆长审核后才予以发布。另外,以上相关制度仅针对图书馆官方微博、微信,对QQ及App没有明确提及。

(3)运营团队。负责图书馆移动服务平台管理/运营的部门有综合办公室、资源建设部、技术部、参考咨询部等。有7所调研馆成立了跨部门新(微)媒体服务小组,其成员由各部门馆员组成,这些馆员跨部门兼职运营维护移动服务平台,提供本部门相关信息内容进行发布;9所调研馆有馆员专门负责运营(专岗),这些馆员寻找并制作内容进行发布。例如,西安交通大学、四川大学、中国人民大学、南开大学等几所高校图书馆的官方微博、微信、QQ等移动服务平台由不同馆员分别运营;厦门大学图书馆移动平台内容发布与用户互动(客服)分开管理运行。另外,部分图书馆移动服务平台运营中有学生参与撰写创意内容及编辑工作。

(4)其他支持。在所调研的图书馆中,只有北京大学图书馆为移动服务平台运营馆员提供一定的网络流量费用补助,大部分图书馆都有技术支持,但都没有专项经费支持。

3.2.2　移动平台服务内容、实现功能及互动情况

通过对各图书馆负责运营移动服务平台的馆员进行电话咨询,以及浏览观察各图书馆所运营的移动服务平台,总结调研结果如下:

(1)移动服务平台服务内容多围绕馆藏资源的推广及相关服务,包括图书馆信息资讯发布、试用资源通知、图书馆组织的线上线下活动等。此外,图书馆微博上的转发内容及通知信息较多,但在实际内容上大多只做了链接,没有具体编辑原创内容。如中国人民大学图书馆官方微博只更新该馆的讲座信息,重庆大学及厦门大学图书馆微

博更新较多的是图书推荐信息,西安交通大学图书馆微博中的数据库试用及讲座信息更新居多,中山大学已停止更新微博内容信息。较为可贵的是,清华大学图书馆微博内容更新频率高、留言评论及私信回复及时,互动性强。大部分图书馆每天更新微信发布内容,且内容多由各部门提供,负责运营的馆员主动创作的内容较少。图书馆 QQ 平台中多为咨询内容,没有具体发布图书馆其他信息。图书馆没有自主开发的 App,只有与数据库商合作研发的移动图书馆,调研高校馆中较多地使用超星公司提供的移动图书馆 App。

(2)移动服务平台的功能以实现图书馆各类服务为主。各图书馆微信公众号经过开发后所实现的功能较多,如在微信平台中提供打印、学习空间及座位预约、OPAC 资源检索、个人图书馆账户管理等服务;而图书馆 QQ 平台和微博平台没有开发或者实现相应的功能,服务较单一,如 QQ 平台以图书馆与读者之间的咨询交流为主,微博主要提供信息发布平台;超星移动图书馆 App 的功能实现了个人图书馆账户管理,提供电子资源的阅览和图书馆的相关资讯。

(3)与用户的互动。在所调研的图书馆中,除利用微博、微信回复用户的问题外,还在一些活动中与用户形成互动,并且以微信平台互动居多。QQ 也是图书馆与读者之间进行互动、解答读者咨询的重要平台,如吉林大学由于校区众多,图书馆建立了 4 个 QQ 群(用户共 8000 多人),由参考咨询部的馆员轮流负责用户问题咨询与交流互动。仅有少数几所高校图书馆建立了 QQ 群,与用户进行沟通交流。

3.2.3 移动服务平台用户规模及发文情况

2009 年新浪网推出微博服务后,所调研的图书馆中重庆大学及厦门大学率先利用该平台提供相关服务,2013 年之前大多数高校图书馆已开通运营微博。各图书馆微博粉丝人数规模参差不齐,清华大学图书馆微博粉丝人数最多,达到 5.17 万;浙江大学和吉林大学图书馆微博粉丝人数最少,分别为 0.34 万和 0.36 万。

微信(WeChat)是腾讯公司于 2011 年 1 月推出的免费即时通讯服务应用程序,所调研高校图书馆中在 2013 年间开通并提供微信服务的数量最多,达到了 9 所。用户规模上四川大学及清华大学图书馆最多,关注人数分别为 7.30 万和 6.37 万。

同时腾讯公司开通最早的社交平台 QQ 在所调研的图书馆中利用率不高,但已开通并提供图书馆咨询服务的 QQ 群人数多达近千人,且互动较为活跃。

各移动服务平台用户规模的影响因素较为复杂,与移动服务平台开通时间长短、所提供内容的质量、运营主体与用户的互动强度、宣传力度、用户活跃度、学校师生人数等有关。图书馆微博、微信具体开通时间及粉丝规模见表 3,同时逐个统计了各高校图书馆微信公众号自开通至 2018 年 12 月底的总推送条数及总推送次数。整体上看,图书馆微信的关注人数规模已经超过了微博的人数规模。相比而言,微博的发文量(原创及转发)在逐步减少,微信的推送次数及条数在增加。微信推送次数及推送条数增加,对运营者来说,需要在策划选题、采写、编辑和发布上投入更多的精力。值得一提的是:四川大学图书馆微信公众号无论推送条数还是推送次数都较少,但粉丝人数多,说明推送内容较有吸引力;武汉大学图书馆微信公众号开通时间较晚(2015 年 4 月),但推送条数和推送次数较多,吸引的粉丝人数众多。

表 3 调研高校图书馆微博、微信运营情况

高校	微博粉丝数(万人)	总发文量(条)	开通时间	公众号类型/微信关注人数(万人)	开通时间	推送总条数	推送总次数
北京大学	3.27	3142	2013-04-28	服务号:3.80	2013-06-08	1701	582
清华大学	5.17	6651	2010-12-13	订阅号:6.37	2013-04-08	1780	563

续表

高校	微博粉丝数（万人）	总发文量（条）	开通时间	公众号类型/微信关注人数（万人）	开通时间	推送总条数	推送总次数
南京大学	1.48	1612	2011-04-19	订阅号:2.64 服务号:0.96	2013-05-27 2015-08-31	847 155	449 69
四川大学	2.35	9229	2011-09-30	服务号:7.30	2014-05-29	321	234
重庆大学	1.82	3669	2009-11-11	服务号:2.71	2014-03-17	396	147
中山大学	0.43	1342	2012-03-16	订阅号:4.75	2013-11-06	845	503
中国人民大学	1.07	786	2013-03-13	服务号:2.63	2013-06-04	725	264
北京师范大学	368	120	2011-11-14	订阅号:2.42	2012-11-06	1625	929
武汉大学	3.47	5353	2011-11-13	订阅号:6.10	2015-04-20	1213	829
浙江大学	0.34	1040	2012-03-07	订阅号:2.91	2014-03-13	1895	885
复旦大学	2.46	2105	2011-04-20	订阅号:2.61	2014-04-14	1160	684
西安交通大学	0.83	423	2011-10-08	服务号:2.41	2013-07-09	957	258
吉林大学	0.36	2044	2015-01-26	订阅号:2.53	2013-08-25	1354	697
厦门大学	2.81	2911	2009-11-17	订阅号:4.11	2013-10-17	1101	822
南开大学	0.54	1294	2011-05-12	订阅号:0.92	2013-04-08	727	612
兰州大学	0.61	2610	2013-05-21	订阅号:1.23	2014-11-17	1692	831

3.2.4 用户对不同移动服务平台的认知

用户是移动服务平台的主体，移动服务平台的运营最终要接受用户的检验。因此，需要了解用户对各移动服务平台的使用意愿、认同、需求等，帮助运营者优化调整移动服务平台运营策略。用户对不同移动服务平台的认知主要是用户对图书馆官方微博、微信、QQ、App 等移动服务平台的感知、识别、判断、认可等过程。笔者从以下五个方面做了调研。

（1）关注渠道。在对兰州大学图书馆移动用户进行调研时发现，在所调研的 297 名用户中，通过宣传渠道（如海报、图书馆网站、新生培训及信息素养教育课程等）关注图书馆移动服务平台的人数最多，占 49.52%；30.14%的用户是通过朋友推荐、口碑影响而关注图书馆移动服务平台；20.34%的用户是因个人需求，主动发现和体验后关注图书馆移动服务平台。可以看出，用户对图书馆移动服务平台的关注主要靠宣传，通过移动平台所提供的内容质量及影响力赢得用户的好评实现口碑推介也很重要，少部分用户对图书馆移动平台有了需求而进行关注的。

（2）移动服务平台认同情况。在图书馆微博、微信、QQ、App 四种移动服务平台中，用户具有一定的习惯偏好及认同倾向。所谓图书馆移动服务平台认同倾向是指用户对图书馆不同移动服务平台的各种服务内容、功能体验、互动性的信任、赞同以及继续使用的意愿程度，是对图书馆各类移动服务平台感知有用或有价值的判断和评估。根据调研，用户对图书馆 4 种移动服务平台的认同及偏好呈现多样化，选择微信的用户占 48.56%、微博占 23.34%、QQ 占 18.71%、App 占 9.39%。这就要求图书馆在移动服务平台运营中不能仅靠某一种平台提供服务，要实现服务的多样化才能满足及覆盖更多的用户群体。

（3）关注移动服务平台的动机（目的）。在调研中，57.12%的用户关注微信是因为其方便了解

最新的文献资源信息并容易形成互动,43.84%的用户关注微博是因为其信息量大、覆盖面广,33.45%的用户认为通过 QQ 能够及时咨询图书馆相关问题,32.21%的用户认为 App 易于阅读电子资源。由此看出,用户关注移动服务平台的动机各有不同,表现出一定的差异性。

(4)各类移动服务平台用户需求。根据用户对各类平台的需求调研可知,61.52%的用户希望图书馆微信及 App 中开放更多高质量的数据库资源以及学术电子书资源;47.11%的用户认为 App 应提供灵活、个性化的定制服务,如讲座在线报名、借阅图书到期提醒、移动阅读等;55.32%的用户认为图书馆微信应定期举办一些线上线下活动以吸引读者参与互动,并且应鼓励学生投稿,激发大家的写作及阅读热情,微信还可以更多地提供个人关注的信息,如讲座、个人借阅、图书等信息;43.28%的用户认为微信应增加意见反馈功能、发布图书馆相关的趣闻轶事、固定每日推送阅读一本书或一个故事、图书漂流、捐赠图书平台、线上借阅、图书书评推送、每日打卡读书;42.45%的用户希望微博提供文化历史、学术知识、常识等信息;71.21%的用户认为图书馆微信、微博应推送一些有特色的信息,尽量不要围绕校内消息,原因是有关校内各种活动的内容在其他校内公众号中也在推送;56.77%的用户认为微信、微博应经常更新图书馆的基本信息如馆藏地址、放假时间以及断网与停水停电通知、助管招聘等重要信息;41.21%的用户选择利用 QQ 进行信息咨询,其中部分用户同时希望将学生在图书馆经常遇到的问题通过 QQ 进行反馈、并公布图书馆停水停电、节假日开馆/闭馆时间、失物招领等内容。

(5)移动服务平台使用比率及时长。在调研中发现,在以下三个时间段调研对象对移动服务平台的利用较为频繁:早上 6:00-8:00,中午 11:00-2:00,晚上 9:00-11:00,这主要是因为学生在早上起床前、中午吃饭后及午睡前后、晚上睡觉前有看手机的习惯。对不同移动服务平台使用比率分别为:微信 81.24%、微博 47.71%、QQ38.25%、App14.12%。每天使用时长分别为:微信 2.72 小时、微博 1.85 小时、QQ 1.15 小时、App 1.34 小时。可以看出,用户对不同移动平台的使用频率及时长有较大的差异性,这表明用户有不同的使用偏好。

3.3 调查结果分析

3.3.1 各类移动服务平台在运营及用户需求方面存在差异

微博、微信、QQ、App 是当前图书馆最常见的四种移动服务平台,由于自身定位、功能等不同,再加上用户需求的多样化,各平台的利用情况及图书馆提供的移动服务内容呈现出显著的差异性。

从移动服务平台自身的特性来看:(1)微信订阅号信息发布频率高,适合开拓、培养新用户;微信服务号开放了更多高级功能,以强关系为基础,社交功能强大,而且信息推送率高于微博,重视一对一的封闭式隐私沟通。但与微博的传播机制相比(点对面),微信(点对点)则趋于限制信息的大规模扩散。(2)微博建立在弱关系基础上,长于信息传播。微博用户可以自行关注并参与社会热点讨论,自主选择性强。微博的传播时效性优于微信,微信的用户粘性大于微博。(3)QQ 社群功能强大,服务精准、有针对性,可以对用户进行长期、持续性的推广。(4)App 提供更佳的用户体验、更优质的用户界面、更华丽的交互和更加丰富的内容。

从图书馆移动服务平台运营馆员及用户认知调研结果来看,大部分图书馆没有真正了解平台间的差异,没有对平台的具体目标定位及相关制度。在跨平台运营中,只是简单地把一个平台的内容复制到另一个平台,内容同质化严重,导致运营效果不佳。从目前的运营情况看,图书馆较重视微信的内容创建及功能开发;微博仅仅作为信息发布的平台,同时关注外界的信息,其活跃度在下降;QQ 提供图书馆基本的咨询服务功能;移动图书馆 App 基本由数据库商运营管理。尽管图书馆微博开通时间比微信长,但从发文量、评论

数、点赞数等指标去考量,微信公众号的表现较为突出,主要是因为从个人角度而言微信更有价值,用户关注图书馆微信大部分是出于个人需求(个人信息查询、文献资源浏览等)。另外,各移动服务平台在用户使用目的上也存在一定差异:图书馆微博用户最主要的目的是“及时了解图书馆新闻热点”;微信用户最主要的目的是“点对点互动”;用户添加图书馆 QQ(群)的目的性强,主要针对问题进行咨询或者建议,且在调研中发现低年级大学生更喜欢利用 QQ 来进行互动;使用移动图书馆 App 的目的是浏览更多的电子文献资源及获得个性化定制服务。

3.3.2 基于用户认知及需求的图书馆移动服务平台的互补性

高校图书馆利用移动平台的目的主要有:资源与服务宣传,依靠移动平台实现某些服务功能,加强与用户的沟通交流。因此,图书馆在充分了解各类移动平台特性(差异性)的基础上,根据本馆利用移动平台的目的将各类平台的优劣势进行互补,如哪些移动平台可以更好地宣传、哪些移动平台可以更好地互动、哪些移动平台可以加强服务功能的开发等,最大程度地发挥各类平台的特性,才能达到最佳的运营效果。调研发现:微博更适合于信息传播以达到宣传的目的;微信、QQ 更适合于与用户开展互动;移动图书馆 App 能够为用户带来更好的阅读体验。而在实际的运营过程中,图书馆主要利用微信来开展资源推广、服务创新及较多功能的开发;图书馆微博的发展日渐式微,其运营基本维持现状或者处于停滞状态;图书馆 QQ 平台开通数量较少,以图书馆与读者间的互动、咨询为主;移动图书馆 App 基本靠数据库商在运营。用户对移动服务平台的认知及偏好则存在很大的差异,尽管微信已成为主流,但是还有相当部分的用户仍然比较认可微博、QQ、App 等平台。这四类移动平台的关系不是谁替代谁,而是具有各自的特性和不足。在跨平台运营时,需要充分掌握各平台的特性,理解用户认知差异、需求偏好差异、认同差异等,对不同平台采取差异化、互补性的运营策略,争取获得最佳的运营效果。

4 高校图书馆移动服务平台运营效果提升策略

4.1 明确图书馆移动服务平台的差异化定位

在对图书馆移动服务平台的调研中,大部分图书馆只是对移动服务平台做了一个整体的目标定位,而没有充分把握各移动平台的差异性及用户需求的多样化。图书馆需要明确各类移动服务平台的具体定位:将图书馆微博建设成一个信息发布的平台,同时将微信互动内容在微博上进行二次发布;图书馆微信不应该以简单地推送信息为主,而要做到与用户互动并精准推送高质量、有特色、有创意的内容,如设计一些线上线下的读书活动、鼓励学生投稿、对用户的建议及咨询进行反馈等;图书馆 QQ 平台可以作为低年级大学生参与互动咨询的平台,发布图书馆重要通知、失物招领等信息;移动图书馆 App 则更多地将优质电子资源进行开放共享,让用户能够感受到良好的阅读体验,同时提供更加个性化的定制服务,如借阅资源到期提醒、资源评论及读书笔记、个性化模块设置等。在明确了图书馆各类移动平台的定位后,用户会根据自己的偏好关注某一个或多个移动平台。这其实也是根据用户需求进一步细分用户的过程,将用户分流到各自感兴趣的移动平台上,然后根据平台特性及定位做一些有特色、有品牌的内容。如微信公众号可以做每日推送阅读一本书或一个故事、图书漂流、捐赠图书平台、线上借阅、书评推送、每日打卡读书等阅读推广类的活动;移动图书馆 App 可以长期为科研用户提供高质量的学术电子资源;图书馆 QQ 可以成为图书馆与用户实时沟通、咨询、交流的工具,及时解决用户利用图书馆时遇到的困难或问题。图书馆微博可以作为对外的窗口,提供一些文化常识、与文化传承有关的大众知识,方便社会人士了解文化知识,进一步增强图书馆的社会影响力。

4.2 构建以移动服务平台应用为核心的融合与协同机制

调研发现,图书馆对四种移动服务平台缺乏统一管理和协同互动。不同移动服务平台仅仅作为各部门内容素材的直接发布平台,且内容呈现同质化,运营馆员较少针对不同平台主动创新更好的内容,各平台对留言大都没有及时回复,互动性不强。图书馆和用户的关系与移动平台的内容生产是相互融合在一起的。图书馆与用户互动形成的需求促进了移动服务平台内容的产生,反过来,这些平台上的内容也成为连结用户关系的纽带。用户对不同移动平台利用的差异性要求图书馆同时运营多种移动平台,而且移动平台自身的差异性特点也要求图书馆必须明确平台的定位。因此,图书馆既要强调不同移动服务平台之间的深度融合,即内容的融合、渠道的融合、技术的融合以及组织的融合,体现服务的专业化,又要突出移动服务平台之间的协同推进,体现服务的多样化,以充分实现图书馆跨部门、跨层级的整合机制以及信息共享和协同运作,使得移动平台运营流程清晰、运行高效、服务协同。

图书馆移动服务平台之间的融合能够形成协同效应,形成优势互补,互相支持、优化功能并扩大彼此的影响力。实现各类移动平台融合与协同的具体措施有:(1)成立跨部门的工作组,加强多种移动服务平台运营/管理的协同性。由成立的跨部门团队统一管理及运营各类移动服务平台,明确工作组成员的分工(分工内容可以分为内容搜集、内容编辑、技术处理、活动组织、咨询互动等等),制定各类移动平台协同规范的相关制度,包括不同移动平台内容的采集、审核校对、发布流程等。同时,在图书馆不同部门、不同层级的管理者、馆员与运营者之间建立起一种积极的协作机制。整合图书馆的服务内容、信息资源及学术知识,实现在多种移动服务平台间的营销与传播。(2)统筹移动服务内容。跨部门工作组成员对收集的素材按照各类移动平台的定位,根据不同移动平台的风格编辑并形成发布内容;线上线下的活动可以在不同移动平台之间协同实施,包括活动前期宣传推广、中期具体实施到后期活动效果评价;服务功能的开发/设置、用户咨询及互动的平台应尽量统一、固定。(3)加强多平台之间的协同宣传。不同的平台覆盖不同的用户群体,应让用户全面了解图书馆的各类移动服务平台及其具体目标定位。如在某一个移动服务平台上宣传图书馆其他几类移动服务平台,让用户了解这些移动服务平台的主要内容及功能,以便于用户根据自己的需求及偏好及时关注多个或某一类移动服务平台。

4.3 寻求图书馆内外更广泛的合作

本次调研发现,在移动服务平台运营过程中,所调研的图书馆除了提供技术支持外,基本没有提供其他方面(如经费等)的支持。图书馆移动服务平台不仅仅是一个信息发布平台,它的运营、管理及建设需要投入一定的人力及物力。要达到一定的运营效果,不仅需要图书馆内的支持,还要寻求学校内外更广泛的协同合作与支持。首先,要寻求技术方面的合作。在移动服务平台上设计一些复杂的服务功能/项目时,需要数据库商以及更为专业的技术人员来解决。其次,要寻求经费的资助。在做一些线上线下的活动时,可根据活动的具体内容寻求不同赞助商的经费支持。再次,寻求用户的参与。移动服务平台运营团队仅从工作的角度出发,平台提供的内容缺少创新性。只有高质量的内容才会被广泛传播,吸引用户并形成影响力。为进一步强化移动服务平台服务内容的质量,需要更多用户的参与,为平台运营带来更多有创意的内容。用户具体参与的内容包括:投稿、提供创新想法或建议、参与具体活动的组织及内容的编辑等等。

5 结语

随着科学技术的不断发展,用户需求不断深化和细化,图书馆移动服务平台在功能及内容建设上需要不断地创新及拓展。就移动服务平台发

展的趋势而言,未来的实践及研究应重视深度挖掘用户行为及需求、移动平台功能应用的深度开发、电子资源移动端阅读的更好体验、高质量有创意的原创内容、图书馆与用户间的深度交互,为各类移动服务平台的发展提供更为科学、合理的运营计划,促进这些移动服务平台的健康、可持续发展,从而更便捷地满足各类移动用户的多样化、差异化需求,体现移动服务平台的价值,为图书馆发挥自身价值、取得更好的发展提供有力支撑。

致谢:感谢文中所有被调研高校图书馆老师及同学们的耐心回答。

参考文献

1 施国洪,王凤.基于用户体验的高校移动图书馆服务质量评价体系研究[J].情报资料工作,2017(6):62-67.

2 金小璞,毕新.基于结构方程的移动图书馆用户体验满意度模型研究[J].情报科学,2017(11):94-98.

3 魏群义,等.移动图书馆用户体验研究综述与展望[J].图书情报工作,2018(10):126-135.

4 相甍甍,等.高校图书馆微信公众号信息传播效果的影响因素分析[J].现代情报,2018(3):37-44.

5 Vassilakaki E. Mobile information services in libraries: a review of current trends in delivering information [J]. Inter - Lending & Document Supply,2014,42 (4): 176-186.

6 叶莎莎,杜杏叶.国内外移动图书馆的应用发展综述[J].图书情报工作,2013 (6): 141-147.

7 崔伟.移动图书馆信息服务国内外研究进展的比较分析[J].情报理论与实践,2017(9):14-19.

8 李月琳,等.移动技术应用领域信息服务相关研究进展[A]//中国国防科学技术信息学会.情报学进展(第十一卷).北京:国防工业出版社,2016:121.

9 赵发珍,等.我国图情学术期刊开展移动信息服务现状与发展对策研究[J].图书情报工作,2017(21):49-55.

10 赵发珍,等.图书馆微服务发展体系及策略研究[J].新世纪图书馆,2016(1):57-60.

(赵发珍 馆员 兰州大学图书馆, 刘燕权 教授 美国康涅狄格州立大学)

收稿日期:2018-07-27