

·工作研究·

公共图书馆移动服务现状与东中西部对比分析研究*

王颖纯¹ 贺新乾¹ 刘燕权²

(1.天津理工大学管理学院 天津 300384;2.美国南康涅狄格州立大学 纽黑文 06515)

〔摘要〕 文章从WAP服务、APP服务、微信公众平台服务和微博服务入手,以我国31家省级公共图书馆为调查对象,对其移动服务开展的方式及内容进行研究。对比分析东中西部地区图书馆在移动服务开展方式及内容方面的共性、差异和问题,对其侧重点及我国图书馆移动服务的发展提出相关建议。

〔关键词〕 公共图书馆 移动服务 东中西部地区 对比分析

〔中图法分类号〕 G250

〔引用本文格式〕 王颖纯,贺新乾,刘燕权.公共图书馆移动服务现状与东中西部对比分析研究[J].图书馆,2018(7):97—102,108.

1 引言

图书馆移动服务泛指利用互联网、无线通信等技术,通过智能手机、阅读器、平板电脑等移动终端设备提供图书馆服务,服务方式主要包括WAP服务、APP服务、微信公众平台服务和微博服务等。移动服务模式具有便携性、实时性、移动性和互动性等特点和优势,在推进阅读推广、提升国民阅读质量等方面具有重要作用。2017年“第十四次全国国民阅读调查报告”显示,我国成年国民数字化阅读方式接触率为68.2%,比2015年的64.0%上升了4.2个百分点;手机阅读率达到66.1%,连续8年增长^[1]。以上数据表明,在移动互联网飞速发展的今天,移动图书馆服务深受大众青睐,在线阅读文献、查询资料、获取图书馆相关资讯已成为大众的习惯。

公共图书馆作为面向社会公众服务的图书馆,其移动服务的质量直接影响公众对图书馆移动服务的体验与评价。近年来,不乏学者对我国公共图书馆的移动服务进行调查和研究。笔者调研发现,已有国内公共图书馆移动服务研究文献多集中于与美国图书馆和高校图书馆的比较分析,缺乏我国东中西部地区公共图书馆对比研究和内部差异分析。我国东西部地区受地理条件悬殊、经济发展不平衡、政策差异等诸多主客观因素的制约,信息服务水平不均衡,公共图书馆在开展移动服务方面必然面临着不同的问题和挑战。本文通过对我国省级公共图书馆进行调研,探究我国公共图书馆移动服务的发展现状,并对东中西部图书馆在

服务方式和服务内容等方面进行对比,分析其存在的共性、差异及问题,以期为我国图书馆移动服务的协作及个性化发展提供一定的参考。

2 调查方法

2.1 研究对象

省级公共图书馆作为各省公共图书馆的领头羊,不论是在政策、设备、资金还是用户数量方面,均具有得天独厚的优势。其既能代表省内公共图书馆发展的最高水平,所存在的问题也具有一定的代表性。因此本文选取我国东中西部31省(区)的省级公共图书馆(东部11家、中部8家、西部12家)为调研对象,以保障调查数据的可代表性。因微信、微博在我国台湾省、香港特别行政区和澳门特别行政区较小众,在图书馆移动服务中发挥的作用具有一定的局限性,调研对象暂不包括港澳台地区的公共图书馆。

2.2 研究设计和步骤

本文主要采用网站访查、手机客户端搜索和微信搜索相结合的方式,以省级公共图书馆名称为关键词,以各省级公共图书馆官方网站的相关信息为辅助,获取其移动服务开展的方式及内容。运用定量分析与定性分析相结合的方法,对已开通的相关服务方式及主要内容、特色内容进行编码、记录、分析。因SMS服务已趋于冷门,本文主要针对WAP服务、APP服务、微信公众平台服务和微博服务四种服务方式进行调研。

* 本文系国家自然科学基金一般项目“基于知识挖掘和推荐系统的图书馆智慧服务模式研究”(项目编号:16BTQ007)研究成果之一。

3 移动服务开展方式及内容概况

3.1 WAP 服务概况

表 1 已开通 WAP 服务图书馆的服务内容

	图书馆名称	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	参考咨询	意见反馈
东部地区	首都图书馆	√	√	√	√	√	√	√	√
	天津图书馆	√	—	√	√	√	√	—	√
	河北省图书馆	√	—	√	√	√	√	—	√
	山东省图书馆	√	—	√	√	√	√	—	√
	浙江图书馆	√	√	√	—	√	√	√	—
	上海图书馆	√	√	√	√	√	√	√	—
	广东省立中山图书馆	√	√	√	√	√	√	√	—
中部地区	黑龙江省图书馆	√	—	√	√	√	√	—	√
	江西省图书馆	√	—	√	√	√	√	—	√
	湖北省图书馆	√	√	√	√	√	√	—	—
	湖南图书馆	√	√	√	√	√	√	√	—
西部地区	广西壮族自治区图书馆	√	√	√	√	√	√	√	—
	云南省图书馆	√	√	√	√	√	√	—	—
	陕西省图书馆	√	√	√	√	√	√	√	—
	开通数 (率)	14 100%	9 64.3%	14 100%	13 92.9%	14 100%	14 100%	7 50.0%	6 42.9%

WAP 服务是针对手机等移动客户端而推出的服务,其网站页面布局更加适应手机屏幕的大小及分辨率,且具有节省流量的优点。目前,因手机浏览器功能逐渐强大,图书馆网站基本均能在手机浏览器打开。但若图书馆未提供 WAP 服务,直接打开的图书馆网站仍与 PC 端的网站相同,虽功能齐全,但在使用过程中有诸多不便。

根据调查结果,31 家省级公共图书馆中,14 家(42.2%)图书馆提供 WAP 服务,另有 2 家图书馆(福建省图书馆和辽宁省图书馆)虽在图书馆官方网站注明已开通 WAP 服务,且附有链接,但笔者在访查时登陆失败,因此暂未将其列入统计结果。

如表 1 所示,14 家图书馆提供的 WAP 服务内容主要包括个人图书馆(如网上续借、借阅查询)、服务指南(如办证指南、读者指南)、本馆动态(如首图快讯、新闻公告)、资源推荐(如阅读推荐、热门搜索)、馆藏查询、数字资源、参考咨询和意见反馈,其开通率(以提供 WAP 服务图书馆的数量为分母,即 14 家)分别为 100%、64.3%、100%、92.9%、100%、100%、50.0% 和 42.9%。

这一数据表明,已开通的 WAP 服务均具有个人图书馆、馆藏查询等功能,且对参考咨询和意见反馈有所重视。

3.2 APP 服务概况

表 2 已开通 APP 服务图书馆的服务内容

	图书馆名称	APP 类型	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	参考咨询
东部地区	首都图书馆	自属	√	√	√	—	√	√	√
	天津图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	河北省图书馆	自属	√	√	√	√	√	√	—
	山东省图书馆	自属	√	—	—	—	—	√	—
	南京图书馆	自属	√	—	√	√	√	√	—
	浙江图书馆	自属	√	—	√	√	√	√	√
	上海图书馆	自属	√	√	√	—	√	—	—
	广东省立中山图书馆	自属	√	√	√	—	√	√	—
	海南省图书馆	自属	√	√	√	√	√	√	√
	福建省图书馆	超星	√	—	—	—	—	√	—
中部地区	辽宁省图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	山西省图书馆	自属	√	√	√	√	√	√	—
	吉林省图书馆	自属	√	—	√	—	√	√	—
	黑龙江省图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
西部地区	江西省图书馆	自属	√	√	√	—	√	√	—
	河南省图书馆	超星	√	—	—	—	—	√	—
	湖北省图书馆	自属	√	—	—	—	√	√	—
	广西壮族自治区图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	重庆图书馆	自属	√	√	√	√	√	√	—
	四川省图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	贵州省图书馆	自属	√	—	—	—	√	√	—
	云南省图书馆	超星	√	—	—	—	—	√	—
	陕西省图书馆	自属	√	√	√	√	√	√	√
	甘肃省图书馆	自属	√	√	—	√	√	√	√
西部地区	青海省图书馆	超星	√	—	—	—	—	√	—
	宁夏图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	新疆维吾尔自治区图书馆	超星	√	—	—	—	√	√	—
	开通数 (率)		27 100%	10 37.0%	12 44.4%	8 29.6%	22 81.5%	25 92.6%	5 18.5%

调查结果显示,在 31 家省级公共图书馆中,16 家(51.6%)图书馆开通了自属 APP 服务,即具有该

馆独立的APP,如“首都图书馆”“掌上赣图”;11家(35.5%)图书馆借助超星移动图书馆平台提供APP服务;4家(12.9%)图书馆没有相应的APP服务。甘肃省图书馆虽已具备自属APP,但目前仅开通了Android版本,其余图书馆的自属APP和超星移动图书馆均具有Android和IOS版本。内蒙古自治区图书馆已在官网主页通知自属APP即将上线。

笔者在对各图书馆APP进行访查后,发现APP提供的服务内容主要包括个人图书馆(借阅信息、一键续借等)、服务指南(办证指南、馆藏分布等)、本馆动态(新闻动态、活动公告等)、资源推荐(文献推荐、推荐专题等)、馆藏查询、数字资源(公开课、报纸聚合、学术资源等)和参考咨询服务,其开通率(以提供APP服务图书馆的数量为分母,即27家)分别为100%、37.0%、44.4%、29.6%、81.5%、92.6%和18.5%,参考咨询是提供数量最少的服务。同时,鲜有图书馆APP将评价反馈纳入服务内容中,因具有评价反馈功能的图书馆APP少之又少,笔者并未将其列入APP的现有主要服务内容。值得一提的是,湖北省图书馆APP已提供了“意见反馈”服务。

借助超星移动图书馆平台提供APP服务的图书馆,其服务内容较单一,多集中于个人图书馆、数字资源和馆藏查询三项服务,且其中部分图书馆不具备馆藏查询功能,使APP的实用性大打折扣。相比之下,自属APP的服务内容较为全面,除具备基本移动服务内容外,部分图书馆的自属APP提供了更多附加型服务内容。如浙江图书馆APP提供停车位查询、场地预约服务;上海图书馆APP可通过扫码和语音识别的方式录入检索信息。已开通APP服务图书馆的具体服务内容如表2所示。

3.3 微信公众平台服务概况

31家省级公共图书馆均开通了微信公众平台,开通率为100%。根据其服务内容的访查,笔者将微信公众平台的主要服务内容归纳为:个人图书馆(如借阅/续借、我的收藏)、服务指南(如借阅指南、常见问题、读者指南)、本馆动态(如新闻公告、活动预告、天图简讯)、资源推荐(如热门图书、数字资源推荐、借阅排行榜)、馆藏查询(如我要找书、书目查询)和在线数字资源(如在线微刊、期刊杂志),其开通率分别为93.5%、87.1%、100%、87.1%、87.1%和93.5%。由于微信公众平台本身具有交流互动的功能,所以并未将参考咨询和评价反馈这两项功能作为主要服务内容。在对微信公众平台服务内容进行调研的同时,笔者也对其微信消息推送频率进行了统计分析。

表3 已开通微信公众平台服务图书馆的具体服务内容

	图书馆名称	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	消息推送频率
东部地区	首都图书馆	√	√	√	√	√	√	每周多次
	天津图书馆	√	√	√	—	√	√	每周一次
	河北省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	山东省图书馆	√	√	√	√	—	√	每周多次
	南京图书馆	√	√	√	√	√	√	每月多次
	浙江图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	上海图书馆	√	—	√	√	—	√	每周一次
	广东省立中山图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	海南省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周多次
	福建省图书馆	√	√	√	—	√	√	每周一次
中部地区	辽宁省图书馆	√	√	√	√	—	√	每周一次
	山西省图书馆	√	—	√	√	√	√	每月多次
	吉林省图书馆	√	√	√	√	√	√	每月多次
	黑龙江省图书馆	√	√	√	√	√	√	每工作日一次
	安徽省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	江西省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	河南省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周多次
西部地区	湖北省图书馆	√	√	√	√	√	√	每工作日一次
	湖南图书馆	√	—	√	√	√	√	每天一次
	内蒙古自治区图书馆	√	√	√	√	√	√	每月多次
	广西壮族自治区图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	重庆图书馆	√	√	√	√	√	—	每月多次
	四川省图书馆	√	√	√	—	√	—	每周多次
	贵州省图书馆	√	√	√	√	√	√	每周一次
	云南省图书馆	√	√	√	√	√	√	每工作日一次
	西藏自治区图书馆	—	—	√	√	√	√	每月多次
	陕西省图书馆	√	√	√	√	—	√	每月多次
西部地区	甘肃省图书馆	√	√	√	√	√	√	每工作日一次
	青海省图书馆	—	√	√	—	—	√	每月多次
	宁夏图书馆	√	√	√	√	√	√	每月多次
	新疆维吾尔自治区图书馆	√	√	√	√	√	√	每月多次
	开通数(率)	29 93.5%	27 87.1%	31 100%	27 87.1%	27 87.1%	29 93.5%	

根据调查结果(见表3),本馆动态为开通最多的服务内容,31家图书馆在微信公众平台中均提供了该项服

务,且存在两种服务形式。一种是直接作为微信公众平台主页中的功能模块,如上海图书馆的“活动”功能模块里具有“上图展览”“上图讲座”和“读者培训”的相关信息;另一种则是在消息推送服务中推送,如天津图书馆的推送消息中具有固定主题“活动预告”。资源推荐服务也采用了主页功能模块与消息推送相结合的服务方式,如首都图书馆的“精彩推荐”功能模块,如云南图书馆在每个工作日均以“好书推荐”为主题向用户推送一书籍的相关简介。其余四项服务内容均采用了主页功能模块的服务方式。从总体情况来看,31所省级公共图书馆的微信公众平台的服务内容都较为丰富,实现了移动图书馆的基本功能。部分图书馆在此基础上,推出了特色服务内容,湖北省图书馆提供在线活动报名服务,福建省图书馆开通了图书转借服务。

消息推送频率由高到低,可分为每天一次(含周末)、每个工作日一次、每周多次、每周一次、每月多次。其中,消息推送频率为每天一次、每个工作日一次和每周一次的图书馆微信公众平台消息推送服务模式较为规范,具有一定的规律性,如广西壮族自治区图书馆每周推送一期“八桂讲坛”节目。每周多次和每月多次推送的微信公众平台虽都缺乏规律性,但每周多次属于高频推送,因此涵盖的信息也较为丰富;推送频率为每月多次的微信公众平台多数存在某一时期内推送消息较多,而某一时期消息推送断档(少则一周、多则半个月)的现象。目前,只有湖南图书馆为每天推送一次,且推送消息的阅读量最高、评论互动性最好,其多数推送消息的读量为四位数,部分已达到五位数,远超其他图书馆微信公众平台推送消息的阅读量。其工作日推送消息的内容多为活动预告和具有哲理性的深度好文;周末推送消息除以上内容外,具有固定主题“周末读诗”。

3.4 微博服务概况

微博因其本身功能的限制,在图书馆移动服务中多扮演宣传者的角色。笔者调查发现,31家省级公共图书馆中,24家(77.4%)图书馆开通了官方微博,且微博内容多为活动预告、图书推荐、名言警句和时政新闻。笔者同时对各图书馆微博的粉丝数及月均微博发送量进行了统计,以分析其影响力及宣传效果。其中,对于微博粉丝数的统计,截至2017年7月29日;对于月均微博发送量的统计,笔者在获取各微博2017年4—6月的微博总量后,取其平均值为标准。已开通微博服务图书馆的粉丝数及月均发送量如表4所示。

表4 已开通微博服务图书馆的粉丝数及月均发送量

	图书馆名称	微博粉丝数	月均微博发送量
东部地区	首都图书馆	19387	5
	山东省图书馆	6589	184
	南京图书馆	5875	113
	浙江图书馆	17680	85
	上海图书馆	161870	91
	广东省立中山图书馆	8057	29
	海南省图书馆	2246	5
	福建省图书馆	7736	11
	辽宁省图书馆	593	20
中部地区	吉林省图书馆	5595	40
	黑龙江省图书馆	3867	7
	安徽省图书馆	2954	5
	河南省图书馆	279	336
	湖北省图书馆	3646	26
西部地区	内蒙古自治区图书馆	72904	10
	广西壮族自治区图书馆	72	6
	重庆图书馆	62326	163
	四川省图书馆	15419	129
	贵州省图书馆	6387	7
	云南省图书馆	1806	33
	陕西省图书馆	34575	16
	青海省图书馆	282	0.3
	宁夏图书馆	1060	19
新疆维吾尔自治区图书馆	22127	2	

根据调查结果,开通微博的24家图书馆中,8家(33.3%)图书馆的微博粉丝数达到5位数,粉丝数最多的为上海图书馆(161870位);12家(50.0%)图书馆的微博粉丝数为4位数;4家(16.7%)图书馆的微博粉丝数为3位数或不足3位数。5家(20.8%)图书馆的月均微博发送量多于100条,发送量最多的为河南省图书馆(336条);11家(45.8%)图书馆的月均发送量在10条至99条之间;8家(33.4%)图书馆的月均发送量不足10条。整体来看,各省级图书馆的微博粉丝数较少,月均微博发送量偏低,且笔者在调查过程中发现,各图书馆微博的互动性(转发量、点赞量、评论量)状况不容乐观。

从31所省级公共图书馆移动服务开展方式来看,微信公众平台服务虽起步晚于WAP服务和APP服务,但近几年迅猛发展,已成为应用最为广泛、功能最为齐全的图书馆移动服务方式。同时,调查还发现,超过八成的图书馆在官网网站首页设置了明显的移动服务标识(将“移动服务”设为一级目录栏或将移动服务方式的二维码直接置于主页),如山东省图书馆将“移动服务”设为一级目录栏,内含该馆APP、微信公众平台和微博的二维码;如南京图书馆不仅将APP、微信公众平台

台和微博的二维码置于页面顶端,还将APP的二维码放置在主页的图片新闻中。将移动服务标识置于主页明显位置,既表明图书馆对移动服务宣传的重视,也方便读者了解和使用图书馆移动服务。

4 东中西部地区省级公共图书馆移动服务对比

4.1 移动服务方式对比

从服务方式来看,东部地区图书馆提供的移动服务方式最为丰富,近一半的图书馆同时提供4种移动服务方式。除微信公众平台外,其WAP、APP和微博的单项开通率均为最高,APP自属率(自属APP占该地区图书馆APP总数的比例)达到72.7%,表明多数东部地区图书馆已具有自属APP;中部和西部地区均只有25.0%的图书馆同时提供4种移动服务方式。中部地区图书馆的WAP开通率高于西部地区,微博开通率低于西部地区。西部地区图书馆的APP开通率虽略高于中部地区,但APP自属率远低于中部地区,表明其仍较多借助于超星移动图书馆平台。详见表5所示。

表5 东中西部地区图书馆移动服务方式对比

地区	WAP	APP		微信公众平台	微博	同时提供4种
		总数	自属			
东部地区	7/11 (63.6%)	11/11 (100%)	8/11 (72.7%)	11/11 (100%)	9/11 (81.8%)	5/11 (45.5%)
中部地区	4/8 (50.0%)	6/8 (75.0%)	4/6 (66.7%)	8/8 (100%)	5/8 (62.5%)	2/8 (25.0%)
西部地区	3/12 (25.0%)	10/12 (83.3%)	4/10 (40.0%)	12/12 (100%)	10/12 (83.3%)	3/12 (25.0%)

4.2 移动服务内容对比

4.2.1 WAP服务内容对比

在提供WAP服务的图书馆中,同时提供7项及以上服务内容的图书馆数量比例,东部地区最大,为42.9%,中部地区最小,为25.0%。个人图书馆、本馆动态、馆藏查询和数字资源为开通率最高的服务内容,三地图书馆均提供了这4项服务。东中部地区图书馆服务指南的开通率持平,但都低于西部地区图书馆。中西部地区图书馆的资源推荐开通率均已达100%,东部地区图书馆的开通率为85.7%。西部地区图书馆的参考咨询开通率最高,为66.7%,中部地区仅为25.0%。中东部地区各有五成左右图书馆提供意见反馈,而西部地区没有图书馆提供该项服务内容。这一数据表明,东部地区WAP服务内容较为丰富(7项及以上)的图书馆数量虽略多于中西部地区,但部分图书馆忽视服务指南和参考咨询,中部地区图书馆也存在同样问题,西部地区图书馆则意见反馈功能严重匮乏,如表6所示。

表6 东中西部地区图书馆WAP服务内容对比

地区	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	参考咨询	意见反馈	7项及以上
东部地区	100%	51.4%	100%	85.7%	100%	100%	51.4%	57.1%	42.9%
中部地区	100%	50.0%	100%	100%	100%	100%	25.0%	50.0%	25.0%
西部地区	100%	66.7%	100%	100%	100%	100%	66.7%	0	33.3%

4.2.2 APP服务内容对比

在提供APP服务的图书馆中,个人图书馆、馆藏查询和数字资源的开通率较高,三地图书馆的开通率均超过八成。东部地区图书馆的服务指南和资源推荐开通率均高于中西部地区图书馆。参考咨询开通率最高的是中部地区图书馆,但仅为33.3%,三地图书馆对参考咨询的重视程度有待提高。同时提供6项及以上服务内容的图书馆数量比例,东西部地区几乎持平,且较高于中部地区。调查还发现,三地8家同时提供6项及以上服务内容的图书馆APP均为自属APP,这一数据充分表明自属APP在服务内容多样性上的优势是显而易见的,如表7所示。

表7 东中西部地区图书馆APP服务内容对比

地区	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	参考咨询	6项及以上
东部地区	11/11 (100%)	5/11 (45.5%)	7/11 (63.6%)	4/11 (36.4%)	9/11 (81.8%)	10/11 (90.9%)	3/11 (27.3%)	4/11 (36.4%)
中部地区	6/6 (100%)	2/6 (33.3%)	3/6 (50.0%)	1/6 (16.7%)	5/6 (83.3%)	6/6 (100%)	2/6 (33.3%)	1/6 (16.7%)
西部地区	10/10 (100%)	3/10 (30.0%)	2/10 (20.0%)	3/10 (30.0%)	8/10 (80.0%)	10/10 (100%)	2/10 (20.0%)	3/10 (30.0%)

4.2.3 微信公众平台服务内容对比

在提供微信公众平台服务的图书馆中,三地图书馆服务内容均具多样性,同时提供5项及以上服务内容的图书馆数量比例,中部地区达到100%,东部地区为90.9%,西部地区为75.0%。三地图书馆的个人图书馆、本馆动态、资源推荐和数字资源开通率均达到八成以上,其中本馆动态开通率最高,均为100%。东部地区图书馆的服务指南开通率最高(90.9%),中部地区开通率最低(62.5%)。中部地区开通率达100%,高于东部地区的72.7%和西部地区的83.3%。由以上数据可知,在整体服务内容较为丰富的情况下,存在各地图书馆在某项服务内容上较为欠缺的现象,如东部地区图书馆的馆藏查询,中部和西部地区的服务指南,如表8所示。

表8 东中西部地区图书馆微信公众平台服务内容对比

地区	个人图书馆	服务指南	本馆动态	资源推荐	馆藏查询	数字资源	5项及以上
东部地区	11/11 (100%)	10/11 (90.9%)	11/11 (100%)	9/11 (81.8%)	8/11 (72.7%)	11/11 (100%)	10/11 (90.9%)
中部地区	8/8 (100%)	5/8 (62.5%)	8/8 (100%)	8/8 (100%)	8/8 (100%)	8/8 (100%)	8/8 (100%)
西部地区	10/12 (83.3%)	9/12 (75.0%)	12/12 (100%)	10/12 (83.3%)	10/12 (83.3%)	10/12 (83.3%)	9/12 (75.0%)

消息推送频率如表 9 所示, 东部地区图书馆的推送频率多集中于每周一次 (63.6%); 西部地区图书馆的推送频率多集中于每月多次 (58.3%); 中部地区图书馆的推送频率分布则较为分散。这一数据表明, 中西部地区图书馆应注重推送频率的规范化。

表 9 东中西部地区图书馆微信公众平台消息推送频率对比

地区\推送频率	每天一次	每个工作日一次	每周多次	每周一次	每月多次
东部地区	0	0	3(27.3%)	7(63.6%)	1(9.1%)
中部地区	1(12.5%)	2(25.0%)	1(12.5%)	2(25.0%)	2(25.0%)
西部地区	0	2(16.7%)	1(8.3%)	2(16.7%)	7(58.3%)

4.2.4 微博服务对比

为增强图书馆微博粉丝数和月均发送量的可对比性, 笔者利用定量分析法, 将粉丝数归为 0—999 位、1 000—4 999 位和 5 000 位及以上三档, 将月均发送量归为 0—30 条和 31 条及以上两档。如表 10 所示, 在提供微博服务的图书馆中, 东部地区近八成 (77.8%) 图书馆的粉丝数已超过 5 000, 略高于西部地区图书馆的 60.0%, 而中部地区图书馆的这一数据仅为 20.0%, 其粉丝数多为 1 000—4 999 位 (60.0%), 说明中部地区图书馆普遍存在粉丝数较少的问题。在月均发送量方面, 西部地区图书馆月均发送量 31 条及以上的比例最低 (30.0%), 与东中部地区图书馆的比例存在一定差距, 表明其月均发送量有待增加。

表 10 东中西部地区图书馆微博服务对比

地区\服务内容	粉丝数 0—999	粉丝数 1000—4999	粉丝数 5000 及以上	月均发送量 0—30	月均发送量 31 及以上
东部地区	1(11.1%)	1(11.1%)	77.8%	5(55.6%)	4(44.4%)
中部地区	1(20.0%)	3(60.0%)	20.0%	3(60.0%)	2(40.0%)
西部地区	2(20.0%)	2(20.0%)	60.0%	7(70.0%)	3(30.0%)

5 总结与建议

5.1 东中西部地区图书馆各自着重点

东部地区图书馆应在已有移动服务方式较为全面的基础上, 借助区域经济实力雄厚、技术领先的优势, 率先实现各移动服务方式的全覆盖; 同时注重服务质量的提升, 提高用户体验度。中部地区图书馆则应完善已有服务方式的服务内容, 逐步提供多种移动服务方式。西部地区图书馆应重视自属 APP 的开发和应用, 以提高服务内容的丰富性, 规范化管理微信公众平台消息推送频率、适度增大微博月均发送量, 以保证推送消息的及时性和全面性, 形成固定用户群。

5.2 促进推送消息内容多元化

微信公众平台和微博的推送消息内容不应局限于

活动公告、图书推荐等基本信息, 还应适时推送科普知识等知识性内容, 对云计算、大数据和 3D 打印机等新兴技术和新型设备进行介绍, 充分发挥图书馆作为创造性教育空间的作用; 同时, 可推送热点话题、杂文趣事、生活小常识等与生活密切相关的消息, 以引起读者的兴趣和关注。要把握好消息内容合理性, 不能使其过度偏离图书馆职能^[2]。在此过程中, 应加快微信公众平台和微博消息推送频率规范化的步伐, 避免短期内消息推送过多和长期内消息推送断档现象的发生。

5.3 增强服务内容功能性

图书馆移动服务除提供馆藏查询、借阅管理、数字资源等基本服务内容外, 应借助物联网、RFID (无线射频)、LBS (基于位置服务) 等技术, 实现在线预约座位、预约书籍和图书馆室内定位导航^[3] 等功能, 既可提高图书馆资源的利用率, 也可为读者提供更加便利的服务。WAP 服务、APP 服务和微信公众平台服务在界面设计、功能设置等方面应多考虑用户体验, 真正去了解用户需求^[4]。

5.4 重视参考咨询和评价反馈

WAP 服务和 APP 服务可利用人工智能技术, 提供智能机器人参考咨询, 既可保证问题回复速度, 也可减少图书馆人力成本; 微信公众平台和微博应充分发挥沟通交流功能的优势, 更好地开展参考咨询服务。微信公众平台应结合其便捷性和及时性的特点, 提高问题回复速度和质量; 微博则可定期举办读者答疑活动。评价反馈功能对图书馆发现问题、提升服务质量具有重要作用, 除将评价反馈作为单独功能模块外, 还可以在线发放调查问卷。

5.5 引入个性化智慧知识推荐服务

个性化智慧知识推荐服务能够在对用户个人信息和检索记录、借阅记录等用户行为信息进行分析的基础上, 预测用户兴趣、偏好 (包括书籍类目、学科领域及电子期刊种类等), 并根据用户情境、地理位置的变化, 适时将用户感兴趣的知识资源通过移动设备推送给用户^[5]。个性化智慧知识推荐服务可提高推荐服务的准确度, 实现精确推荐, 有利于提高用户满意度, 推进阅读推广。

5.6 保障用户隐私及手机安全

图书馆移动服务存在着用户隐私泄露的风险及手机安全受到威胁的隐患, 一方面应完善用户隐私保护机制, 防止用户位置信息、用户行为信息和用户个人信息泄露; 另一方面应提高技术防范水平, 防止不法分子通过 WAP 网站、APP 客户端等入侵用户手机; 同时, 发现网络上传播的虚假图书馆移动服务二维码及山寨客户端, 既应联系网络安全部门对其进 (下转 108 页)

[J]. 出版参考, 2017 (5):76.

11. More about IFLA[EB/OL]. [2017-08-17]. <https://www.ifla.org/about/more>.

12. 武汉大学图书馆喜获第 14 届国际图书馆协会联合会 (IFLA) 国际营销奖 [EB/OL]. [2017-08-17]. http://ykt.clcn.net.cn/news/default/view.html?topic_id=1699.

13. 上海图书馆举办全国首个公共图书馆开放数据应用开发竞赛 [EB/OL]. [2017-08-30]. http://www.mcprc.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/shanghai/201606/t20160603_462087.html.

14. 辽图“童阅乌托邦”获国际图联第 14 届国际营销奖提名 [EB/OL]. [2017-09-15]. <http://www.lnwh.gov.cn/detailx/40292.html>.

15. 林杰. 本站喜获 2016 开放数据应用开发竞赛大奖 [EB/OL]. [2017-09-23]. <http://www.xungen.so/html/?6157.html>.

16. 崔琼. 以人为书, “真人图书馆”喜获国际奖 [EB/OL]. [2017-09-23]. <http://news.sina.com.cn/o/2017-05-05/doc-ifeycte8880990.shtml>.

17. 郑晓华. 微信营销: 传统媒体受众聚合新路径 [J]. 出版发行研究, 2014 (1):59-62.

Research on the New Advertisement Movement of Chinese Library in the Environment of New Media Ecology ——Take The China Projects of The 14th IFLA International Library Marketing Award as Example

Feng Ting^{1,2}

(1. School of Information Management, Wuhan University; 2. School of Chinese Language and Literature, Hubei University Education)

【Abstract】 In the new media ecology of the environment, the new advertising movement of the Chinese library is gradually forming and has its meaning and value. The main reason lies in three factors, that is the policy environment, realistic environment and international environment. IFLA International Library Marketing Awards, as the most successful marketing cases of the library field, can be described as a model of library field's new advertising movement. To be 'the China Projects of the 14th IFLA International Library Marketing Award in 2017' as the examples, we can analyze, the operational strategy of the new advertising movement in the library field mainly includes: establishing the ultimate and fine operational thinking of market; paying attention to the establishment and reconstruction of social relations; using new and diverse open platform; taking care of the return of people's daily lives.

【Keywords】 New media ecology Chinese library New advertising movement IFLA International Library Marketing Award

【作者简介】 冯婷 (1982—), 女, 武汉大学信息管理学院 2015 级博士研究生, 湖北第二师范学院文学院讲师, 研究方向: 文化产业、新媒体营销、图书馆营销。

(上接 102 页)

行处理, 也应及时通知图书馆用户, 以保护用户的手机安全。

(来稿时间: 2017 年 8 月)

参考文献:

1. 第十四次全国国民阅读调查报告 [EB/OL]. [2017-05-17]. <http://book.sina.com.cn/news/whxw/2017-04-18/doc-ifeyimqy2574493.shtml>.

2. 李新星, 明均仁, 段欣余, 等. 基于新浪微博平台的北京市高校图书馆移动服务研究 [J]. 图书馆学研究, 2016 (8):83-88.

3. 陈攀. LBS 与 RFID 结合实现图书馆室内定位导航方法初探 [J]. 现代情报, 2016, 36 (2):114-119.

4. 邵玉河. 移动图书馆 APP 建设研究 [J]. 情报资料工作, 2014 (2):92-94.

5. 曾子明, 金鹏. 基于用户兴趣变化的数字图书馆知识推荐服务研究 [J]. 图书馆论坛, 2016, 36 (1):94-99.

The Present Situation of Mobile Service in Public Libraries of China and the Comparative Analysis of Public Libraries in Eastern-Central-Western Regions

Wang Yingchun¹ He Xinqian¹ Liu Yanquan²

(1. School of Management, Tianjin University of Technology; 2. Southern Connecticut State University)

【Abstract】 This paper elaborate WAP service, APP service, We-Chat public platform service and micro-blog service, taking 31 provincial public libraries in China as the survey objects, researches theirs ways and contents of mobile service. On this basis, this paper compares and analyzes the similarities, differences and problems of the ways and contents of mobile service of Eastern- Central-Western regions' public libraries. Finally, this paper puts forward some suggestions on the emphasis of Eastern- Central-Western regions' public libraries and the development of libraries mobile services in China.

【Keywords】 Public library Mobile service Eastern-Central-Western regions Comparative analysis

【作者简介】 王颖纯 (1963—), 男, 硕士, 天津理工大学管理学院教授, 研究方向: 系统集成与信息化、电子商务、数字图书馆; 贺新乾 (1994—), 男, 天津理工大学管理学院硕士研究生, 研究方向: 电子商务、数字图书馆; 刘燕权 (1958—), 男, 博士, 美国南康涅狄格州立大学信息学科终身教授, 研究方向: 数字图书馆、数据挖掘。