

高校图书馆微博使用状况调查与思考 ——以新浪微博为例

□ 聂应高 / 咸宁学院图书馆 咸宁 437100

摘要：文章以国内最大微博运营商新浪微博为研究平台，选取注册于新浪微博的高校图书馆作为调查对象，探讨高校图书馆微博的发展现状，指出高校图书馆微博存在的主要问题，提出高校图书馆微博应用的若干建议。

关键词：高校图书馆，微博，新浪微博

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2011.06.009

近年来，微博逐渐出现在网民视野中，成为互联网应用的又一新品种。作为互联网Web2.0的新生儿，微博在网民心中占据日益重要的位置，用户队伍迅速壮大，各大网站相继开通各自微博板块。国内图书馆向来是较早实践2.0技术的领先者，微博也不例外，有些高校图书馆已经成为微博应用的先行者。据《中国微博元年市场白皮书》^[1]调查显示，新浪微博的知名度、使用率、首选率、满意度、用户粘性、权威性、吸引力、月度覆盖人数、月度总访问次数和月度总浏览时间等10项指标全面领先，成为国内最为火爆的微博产品。为此，笔者以新浪微博为例，对国内托管方式的高校图书馆微博使用情况进行调查分析，旨在揭示图书馆微博的发展现状，找出图书馆在微博应用上存在的问题，并提出图书馆微博应用的若干建议。

1 调查研究方法

笔者选取新浪微博作为调查平台，调查目前已经注册于新浪微博的国内高校图书馆。首先以“大学图书馆”为关键词，将搜索范围选定为“单位”，找到77个相关账户。然后将搜索范围改选为“名称”，找到69个相关账户。鉴于“单位”和“名称”两个条目下均含有高校图书馆账户，笔者对两种搜索结果进行比对，剔除个人账户，并通过微博的个人简介和微博内容等进一步判断，得到41个

符合条件的机构账户（高校图书馆微博）。另外，以“学院图书馆”为关键词，采取同样的搜索统计方法，对搜索结果进行筛选，得到38个符合条件的机构账户。最后，综合两种搜索方法的分析结果，最终有79个符合条件的机构账户，即确定为本次调查研究对象。调查时间为2011年2月至2011年3月。

2 调查结果与数据分析

本研究中设定“比重(%)”的取值方法为：将符合条件的高校

表1 高校图书馆微博关注数总体情况

关注	范围	P ^① ≤50	50<P≤100	100<P≤150	P>150
	账户数量	52	10	5	12
	比重(%)	65.82	12.66	6.33	15.19

^① 注：“P”代表该账户的“关注”数量。

图书馆账户数量除以总调查对象，再乘以百分之百，结果精确到0.01。截至2011年3月25日21时，国内已经有79所高校图书馆注册于新浪微博。

2.1 微博关注数

新浪微博关注上限为2000人，

它是一种单向、无需对方确认的关系，只要用户感兴趣就可直接关注对方。从表1看出，在被调查的79个账户中，有52个账户的关注数小于50人，占被调查对象的65.82%；而关注数大于150人的仅有12个，占被调查对象的15.19%。其中，关注数最多

为刘兰-北师大图书馆员（即北京师范大学图书馆），为1390人。从微博关注数来看，高校图书馆微博的关注数普遍不高，而且关注人有些混乱，大体上包括同行竞争者、合作者、馆员和其他用户。

表2 高校图书馆微博粉丝数总体情况

粉丝	范围	$Q^{\text{①}} \leq 300$	$300 < Q \leq 600$	$600 < Q \leq 900$	$Q > 900$
	账户数量	63	5	3	8
	比重(%)	79.75	6.33	3.80	10.12

2.2 微博粉丝数量

粉丝是指关注账户自己的人，没有上限，仅显示最新1000人。账户的粉丝越多，该账户的微博会被越多的人看到。从表2看出，有63

个账户的粉丝数小于300人，占被调查对象的79.75%；而粉丝数大于900人的仅有8个，占被调查对象的10.12%。从微博粉丝数来看，高校图书馆微博的粉丝均较少，而且差距悬殊。粉丝最多是厦大图书

馆（即厦门大学图书馆），为2190人；其次是清华大学图书馆和小马看大运（即西南大学图书馆），分别为1979人和1702人。相比之下，有些高校图书馆微博的粉丝甚少，如滨州学院图书馆微博的粉丝为0。

表3 高校图书馆微博内容数总体情况

微博	范围	$R^{\text{②}} \leq 50$	$50 < R \leq 100$	$100 < R \leq 150$	$R > 150$
	账户数量	52	9	7	11
	比重(%)	65.82	11.39	8.86	13.92

2.3 微博数量

尽管微博数并不决定粉丝数，但总体上发布的微博数量会影响到粉丝数。一定程度上，微博数能够说明账户的活跃程度和其对微博使用的主动性。从表3看出，表中微博数小于50条的账户有52个，占被

调查对象的65.82%；微博数大于150条的账户仅有11个，占被调查对象的13.92%。其中，微博数最多的账户是清华大学图书馆，其微博数为837条，其次是南师大图书馆（即南京师范大学图书馆）、上师大图书馆（即上海师范大学图书馆）等。从微博数来看，高校图书

馆账户微博数普遍不多，而且差距较大。这可能与图书馆微博启用时间有一定关系，如上海中医药大学图书馆微博仅2条。但也不因注册时间晚而微博数少，如无锡科技职业学院图书馆，在启用的第四天，就已发布19条微博。

① 注：“Q”代表该账户的“粉丝”数量。

② 注：“R”代表该账户的微博内容数量。

表4 高校图书馆微博注册名称总体情况

注册名称	类型	全称	简称	其他
	账户数量	48	19	12
	比重(%)	60.76	24.05	15.19

2.4 微博注册名称

高校图书馆微博注册的名称主要分为三种：全称、简称或其他名称。从表4看出，在被调查的79个账户中，有48个账户使用全

称，占被调查对象的60.76%；有19个账户使用简称，占被调查对象的24.05%；有12个账户使用其他名称，占被调查对象的15.19%。从微博注册名称来看，绝大部分高校图书馆使用的均是全称或具有高识

别性的简称，这也体现出官方微博应具有的权威性和真实性。但也有极少高校图书馆采用具有独特风格的名称作为账户名称，如桂苑信息（即华中师范大学图书馆）、小马看大运等。

表5 高校图书馆微博启用时间^④总体情况

启用时间	年份	2009	2010	2011
	账户数量	2	21	56
	比重(%)	2.53	26.58	70.89

2.5 微博启用时间

2009年8月14日，新浪微博推出微博内测版。从表5看出，2009年11月份，国内就有2个高校图书馆账户（重庆大学图书馆、厦大图

书馆）发布微博，占被调查对象的2.53%；有21个账户于2010年发布微博，占被调查对象的26.58%；有56个账户于2011年发布微博，占被调查对象的70.89%。从微博启用时间来看，高校图书馆微博发展

迅猛，注册账户剧增，2011年仅3个月时间，有56所高校注册微博账户，而且随着新浪微博的热度不断上升，将会有越来越多的图书馆加入到微博行列中来。

表6 高校图书馆微博标签总体情况

标签	是否有标签	有	无
	账户数量	41	38
	比重(%)	51.90	48.10

^④ 注：“启用时间”是指该账户发布第一条微博的时间；2011年的计算时间截至2011年3月25日。

2.6 微博标签

微博标签是自定义描述账户职业、兴趣爱好的关键词。标签便于更多人找到该账户,也便于该账户找到更多同类。从表6看出,在被调查的79个账户中,有41个账户中含有标签,占被调查对象的51.90%;有38个账户没有使用标签,占被调查账户的48.10%。从微博标签来看,仅有51.90%的高校图书馆账户使用标签,而且在这些使用标签的账户中,也含很多跟图书馆无关的标签,如旅游、美食、80后、开心网、拍客等。

3 高校图书馆微博影响力依然有限

通过对上述调查数据统计得知,高校图书馆微博的关注数、粉丝数和微博数都不多,而且在被调查对象中各占较大比例。比如,高校图书馆微博粉丝数排名,位列第一的是厦大图书馆,粉丝数为2190人;位列第十的是刘兰-北师大图书馆员,粉丝数仅有604人。而新浪微博“名人排行榜”(以粉丝数排行)中,粉丝数超过200万的有66人,位列第一的账户是姚晨,粉丝数多达700余万人;“媒体排行榜”中位列第一的是“头条新闻”,粉丝数多达200余万人;“草根排行榜”中位列第一的是“冷笑话精选”,粉丝数多达280余万人^[2]。相比之下,新浪微博中的名人效应或明星号召力,不是高校图书馆可以奢望的,高校图书馆这类机构账户并没有占据优势,其微博影响力依然有限。上述表格列举的很

不全面的统计数字,虽然不能概括目前高校图书馆微博使用状况的全貌,但基本上可以得出以下结论:

① 微博发展规模普遍较小。高校图书馆微博尚处于起步阶段,新注册账户较多,其成长与成熟仍需时日。比如,2011年约3个月时间,新浪微博中有56个高校图书馆注册,占被调查对象的70.89%,并没有形成规模。

② 微博粉丝积累过程缓慢。从已开通的高校图书馆微博来看,粉丝不多,差距悬殊,没有产生较大影响。比如,厦大图书馆、清华大学图书馆等粉丝相对较多,但也有很多图书馆微博的粉丝仅几个,甚至为0,非常冷清。

③ 微博建设目标不明确。部分高校图书馆微博仅针对某个或几个固定群体,其功能定位太窄,随意性较强,缺乏信息营养,导致关注度无法提升,影响范围非常小。

④ 微博提供的功能不齐全。部分图书馆微博缺少RSS提要聚合、回复评论和标签,用户无法实现订阅和参与交流讨论,这样导致微博自身优势丧失,与一般的网站无异。比如,在已开通的高校图书馆微博中,有48.10%的图书馆没有使用标签。

4 高校图书馆微博应用建议

随着微博应用热潮的高涨,可以预见,国内将会有更多高校图书馆建设自己的微博,以便向读者提供更多元化和更好的信息服务。鉴于目前高校图书馆微博的发展现

状,笔者提出以下应用建议。

4.1 定位要明确

高校图书馆开展微博应用之前,要深入研究分析微博建设的计划 and 目标,对图书馆微博的用户对象、拟实现功能、内容结构、维护和管理等都要进行明确定位。另外,各类人员最好责任到人,以保证微博持之以恒,常久常新,吸引更多的读者,达到既定的目标,避免流于形式^[3]。

4.2 更新要及时

高校图书馆开通微博不是目的,维持微博的适时更新、良性运转才最为重要。微博的开通,对图书馆来说并不是一劳永逸的事情。目前,国内很多图书馆把微博当成网站,这是导致微博更新过慢的直接原因。在已开通微博的高校图书馆中,有不少图书馆一个月仅更新几条微博,有的几个月没有更新,基本上处于休克状态。而微博的优势在于以最快速度、最精炼的语言传播信息,如果图书馆微博的更新速度无法保障,便形同虚设。

4.3 功能要全面

目前,高校图书馆微博不仅要提供新闻消息类、链接中转类、内外交流类、参考服务类等主题内容,还要尽可能利用微博的主要特性,及时开通RSS提要聚合和回复评论等功能。这样,用户可通过网站、E-mail、IM工具、手机等多种方式跟随微博进行订阅、访问以及实时参与微博的交流。但调查中发

现,有些图书馆微博并没有提供这些功能,这样的话,微博就失去其优势,与一般的网站无异。

4.4 标签要善用

新浪微博中每个标签只能输入7个汉字或14个英文字符,每个账户最多只能添加10个标签^[4]。为此,高校图书馆在开通微博之前,要描述图书馆微博的主要功能,服务内容等关键词,并以此作为微博标签,用好这一关键功能。这样,系统会根据标签内容,为图书馆推荐和本馆有相同标签的账户,既方

便更多人找到图书馆微博,又方便图书馆找到更多同类。

4.5 管理要到位

由于微博信息发布时效性强,病毒式传播速度快,高校图书馆需要加强微博的规范管理,建立健全的微博管理机制。比如,对微博的错误信息、过期信息和其他造谣、诽谤等不良评论信息设立预警机制,将不良影响降到最低;规定回复读者提问的最短时限和信息更新的最低频率等,以便吸引更多的读者关注图书馆微博,提高图书馆微

博的服务价值^[5]。

5 结语

通过对新浪微博的个案研究,我们发现,高校图书馆微博还是尚显柔弱的树苗,其成长与成熟仍需研究和探索。不论是高校图书馆还是其他信息机构,都要清晰认识微博发展和应用的前景,并针对本馆的实际情况和办馆特色,探索图书馆微博健康发展的新路子,走适合图书馆行业特点的微博之路。唯此,高校图书馆微博才能走得更远,更好。

参考文献

- [1] 新浪. 中国微博元年市场白皮书[EB/OL].[2011-02-16]. <http://www.docin.com/p-126780673.html>.
- [2] 新浪微博. 风云榜[EB/OL].[2011-03-25]. <http://t.sina.com.cn/pub/top>.
- [3] 李金波. 国外图书馆微博客建设及其启示[J]. 图书与情报,2011(1):70-73.
- [4] 新浪帮助中心. 如何添加、管理个人标签[EB/OL]. [2011-02-16]. http://help.sina.com.cn/i/353/973_12.html.
- [5] 王妙娅. 国内图书馆微博应用现状及建议[J]. 图书馆学研究,2010(12):37-41.

作者简介

聂应高 (1979-), 男, 馆员, 硕士. E-mail: libnyg@163.com

Investigation and Thinking on Application of Micro-blog of University Libraries — A Case Study of Sina Micro-blogs

Nie Yinggao / Xianning University Library, Xianning, 437100

Abstract: This article investigates micro-blogs of university libraries registered in sina micro-blog, which is the largest micro-blogs operating business in China. It discusses the development status of micro-blogs of university libraries, points out some existing problems and gives some suggestions

Keywords: University library, Micro-blog, Sina micro-blog

(收稿日期: 2011-04-06)