

# “211”高校图书馆微博影响力研究

钟远薪

(东莞职业技术学院图书馆, 东莞 523808)

**摘要:** 对我国“211”高校图书馆微博服务的开展情况做了调查统计, 利用Delphi法、加权法和综合评分法对其影响力进行综合分析, 得出微博影响力排行表。研究发现, 现阶段图书馆微博服务已经跨过了发展高峰, 但仍具有较高的应用价值。图书馆应继续重视微博服务、建立运营团队、形成快速反馈机制, 规范微博内容、打造热门微博, 充分与读者互动以提升影响力。

**关键词:** 高校图书馆; 微博; 影响力

**中图分类号:** G251

**DOI:** 10.3772/j.issn.1673-2286.2015.07.009

## 1 引言

微博是一种博客形式的广播媒体<sup>[1]</sup>, 改变了人们获取信息和社会交往的方式。微博因其便捷性、即时性、普及性、互动性、传播效果明显等特点, 迅速成为图书馆宣传服务内容、进行读者互动、开展咨询服务的重要途径。自2007年6月11日厦门大学图书馆率先开通微博服务, 用于发布图书馆的信息公告<sup>[2]</sup>以来, 图书馆利用微博拓展服务成为一项创新的服务内容。此后, 图书馆开展微博服务成为常态, 学界也陆续对图书馆微博展开研究, 主要集中在图书馆微博应用<sup>[3-5]</sup>, 图书馆微博实践与调查分析<sup>[6-8]</sup>、图书馆微博价值<sup>[9-10]</sup>、微博信息组织与传播研究<sup>[11-13]</sup>等方面。文献调查显示, 对图书馆微博影响力的研究成果较少, 周志峰和韩静娴于2013年以25个“211”高校图书馆微博为样本研究了h指数在微博影响力评价中的应用<sup>[14]</sup>, 张亚莉、鲁梦华和徐飞则采用文本分析方法对微博影响力进行了实证研究<sup>[15]</sup>, 对图书馆微博服务效果及其传播价值方面还未见深入的研究。

高校图书馆开展微博服务已经多年, 该项服务的效果如何, 是否过时, 是一项值得研究的内容。本文从高校图书馆微博影响力入手, 构建相应的评价指标体系, 分析评价高校图书馆微博的影响力, 有助于我们进一步认识高校图书馆开展微博服务的作用和价值, 从而为各个高校图书馆利用微博提出建议。

## 2 “211”高校图书馆微博影响力评价

高校图书馆微博影响力是指高校图书馆开通的微博及其所发布的信息对他人(主要是高校师生)心理和行为的影响能力, 其主要影响因素包括受众数量、微博内容、传播能力、活跃程度等。

### 2.1 高校图书馆微博服务的发展现状

微博是新形式媒体, 通过手机就可以轻松访问, 具有互动性强、传播速度快的天然优势, 受到大部分大学生的喜爱, 是图书馆拓展服务的新工具。自微博诞生以来, 重庆大学图书馆、厦门大学图书馆等迅速地利用这一平台, 开创新的服务模式, 并掀起一阵研究和实践的热潮, 这对提升图书馆的服务能力以及推进图书馆的业务创新, 起到了十分重要的促进作用。

然而最近的调查报告指出, 截至2014年12月, 微博的网民使用率为38.4%, 较2013年下降7.1%<sup>[16]</sup>, 微博衰落的说法甚嚣尘上。近一年来图书馆的微博服务也呈现出微博发布量减少、粉丝流失、互动大幅跌落等疲态, 这主要因为微信崛起、微博自身信息生态日趋商业化等外部原因导致微博用户活跃度下降而造成的, 其次与图书馆微博服务运营能力也有较大关系。那么, 图书馆微博服务是不是不再重要了? 并非如此。同为中

国互联网络信息中心发布的调查报告显示, 微博的渗透率仍高达43.6%, 用户黏度仍然较强; 相对于即时通信和社交网站, 微博用户呈年轻化、高学历的趋势, 从年龄结构上看68.2%微博用户在30岁以下, 从学历结构上看大专及以上学历用户比例为49.9%<sup>[17]</sup>, 这表明在校大学生是微博用户的主力军。因此, 重视微博服务, 积极构建微博的影响力, 仍然是十分必要的。

## 2.2 影响力评价指标及评价方法

微博利用社会网络实现信息的扩散, 其传播过程包括发布、系统推送、阅读、转发、评论等环节。微博主体的被认同程度、受众的数量及质量、受众的社会关系强度、所发布微博的传播效果等因素都体现了微博影响力的强弱。从数据来源的可操作性出发, 本文以微博可信度、受众广度、微博内容、传播反馈等四个方面来构建微博的影响力评价指标。其中, 微博可信度通过二级指标“是否实名认证”来体现, 受众广度通过二级指标“粉丝数”来体现, 微博内容通过二级指标“微博数”、“原创率”、“更新频率”来体现, 传播反馈通过二级指标“平均被转发数”、“平均被评论数”、“被转发粉丝比”、“被评论粉丝比”来体现。

笔者运用Delphi法, 向10位国内图书馆业界专家发出问卷调查, 全部得到回复, 整理得出指标权重如表1所示。

表1 基于Delphi法的高校图书馆微博影响力评价指标权重表

一级指标	二级指标 $M_j$	权重 $E_j$
微博可信度	是否实名认证	7.1%
受众广度	粉丝数	25.6%
微博内容	微博数	13.3%
	原创率	11.7%
	更新频率	8%
传播反馈	平均被转发数	13.2%
	平均被评论数	7.9%
	被转发粉丝比	8.7%
	被评论粉丝比	4.5%

根据表1, 运用综合评分法, 0分-100分, 可以得出二级指标 $M_j$ 的得分计算公式为:

$$M_j = \frac{M_j - \min(M_1, M_2, \dots, M_j, \dots)}{\max(M_1, M_2, \dots, M_j, \dots) - \min(M_1, M_2, \dots, M_j, \dots)} \times 100$$

然后运用加权法, 得出各图书馆的微博影响力分数 $I_j$ 的计算公式为:

$$I_j = \sum_j^{10} M_j E_j$$

## 2.3 调查统计与影响力评价

“211”高校图书馆的微博服务情况在一定程度上代表了我国高校图书馆利用微博的水平。现阶段国内微博服务平台中新浪微博占绝对优势, 本文以开通新浪微博服务的“211”高校图书馆为研究标的, 尝试对我国高校图书馆微博服务的开展情况进行总结和评价。

利用网页抓取软件GooSeeker模拟访问微博站点, 抓取原始数据, 然后进行人工统计。在112所“211”高校图书馆中, 有86个冠名各高校图书馆的微博账号, 剔除14个声明非官方微博、9个发布信息少于100条的微博以及5个180天内没有更新的微博等无统计意义的对象后, 得到58个有效微博样本, 其服务调查数据和影响力评价见表2。

上述调查结果显示, 开展微博服务的图书馆仅占我国“211”高校图书馆的52%, 这表明微博虽然得到图书馆界的大量关注和实践, 却未能成为图书馆的普遍服务项目, 仍有不少图书馆至今未开通微博账号。在表2的58所图书馆中, 48%在2011年及之前就已开展微博服务, 仅有3所图书馆在近两年新开通微博服务。从微博更新情况来看, 近两年微博更新量及读者互动数据都明显下滑, 这表明图书馆微博服务已经跨过发展的高峰, 进入维持服务、持续走低的新常态, 这一现象与相关调查的结论吻合<sup>[16]</sup>。

从影响力分析结果来看, 清华大学图书馆一枝独秀, 武汉大学图书馆、同济大学图书馆等排序前十的图书馆构成“211”高校微博传播影响力的第一方阵, 其他高校图书馆的微博影响力得分相对较低, 约83%的图书馆微博影响力得分低于30分。这表明处于第一方阵的图书馆在微博管理、运营和推广方面, 有不少值得其他图书馆学习借鉴的地方。上述数据同时表明, 我国“211”高校图书馆中大部分的微博服务能力和水平仍有较大的提升空间。

## 3 高校图书馆微博服务的影响力构建

### 3.1 跨部门的运营团队和快速反馈机制构建

要提升图书馆微博服务的影响力, 首先, 图书馆决策层要意识到微博代表了图书馆的品牌形象和影响力,

表2 “211” 高校图书馆微博服务情况统计及微博影响力排行表

微博名称	是否认证	注册天数	粉丝数	微博数	微博原创率	被转发数	被评论数	影响力得分	排序
清华大学图书馆	是	1612	47218	6428	0.24	37957	23579	77.15	1
武汉大学图书馆	是	1277	29683	3406	0.53	28075	10927	66.31	2
同济大学图书馆	是	1343	15784	6439	0.6	18606	11264	59.71	3
厦大图书馆	是	2003	23860	1757	0.76	12436	5802	55.16	4
四川大学图书馆	是	1321	14472	5604	0.07	21566	8103	51.99	5
重庆大学图书馆	是	2009	15465	2165	0.64	10218	7683	49.35	6
华东师范大学图书馆	是	1471	14611	1553	0.67	8113	4783	46.03	7
暨大图书馆	是	1534	15212	3747	0.18	14799	7194	45.21	8
复旦大学图书馆	是	1484	21957	1830	0.6	9729	2522	44.10	9
北京大学图书馆	是	745	22720	2016	0.6	7589	1465	41.60	10
中国矿业大学图书馆	是	1498	12657	2223	0.44	6656	4881	38.51	11
南师大图书馆	是	1710	9703	2741	0.43	7133	3662	36.60	12
中南财经政法大学图书馆	是	734	4934	599	0.79	2301	1416	35.22	13
西南大学图书馆	是	981	4406	366	0.76	1709	983	34.75	14
BUAALIB	是	1584	5887	935	0.96	1438	2491	34.47	15
上海大学图书馆	是	722	3561	1267	0.34	4207	1206	32.04	16
石大图书馆	是	1353	5563	279	0.63	974	970	31.61	17
上海交通大学图书馆	是	1422	7100	1650	0.67	4475	978	31.58	18
浙江大学图书馆	是	1162	2995	647	0.71	2614	478	31.21	19
上海财经大学图书馆	是	1475	7891	2133	0.8	2935	1005	30.79	20
海南大学图书馆	是	965	6072	2029	0.3	2908	3113	29.91	21
西南财经大学图书馆	是	1441	8826	1300	0.44	4540	1120	29.82	22
上外图书馆	是	1283	2180	122	0.46	763	269	29.72	23
吉林大学图书馆微博	是	107	1746	715	0.51	923	402	29.02	24
东南大学图书馆	是	1542	8320	1838	0.4	4455	1416	28.95	25
南京大学图书馆	是	1485	12933	1165	0.51	2939	1066	28.95	26
合肥工业大学图书馆	是	1414	5262	2465	0.55	1929	1510	27.70	27
湖南大学图书馆	是	1058	3683	1310	0.52	1968	1525	27.70	28
中国人民大学-图书馆	是	791	7402	610	0.41	1543	1363	27.09	29
中国科大图书馆	是	1083	2817	645	0.48	2083	606	27.05	30
中山大学图书馆	是	1153	3759	1299	0.61	2075	932	26.81	31
华北电力大学图书馆	是	1114	3045	739	0.9	1107	556	26.64	32
郑州大学图书馆	是	504	5364	335	0.72	583	719	26.61	33
兰州大学图书馆微博	是	722	3730	819	0.38	2647	660	26.59	34
中央财经大学图书馆	是	789	2499	567	0.91	872	424	26.13	35
西北工业大学图书馆	是	1300	2717	215	0.96	402	236	25.08	36
南京理工大学图书馆	是	995	1899	1313	0.63	1113	428	24.38	37

(续表)

微博名称	是否认证	注册天数	粉丝数	微博数	微博原创率	被转发数	被评论数	影响力得分	排序
辽宁大学图书馆	是	895	1666	467	0.86	561	354	24.26	38
南开大学图书馆	是	1462	4525	996	0.48	1960	728	23.92	39
石河子大学图书馆	是	751	1305	270	0.37	698	446	23.86	40
福大图书馆	是	597	1339	567	0.51	993	320	23.64	41
南京航空航天大学图书馆	是	1289	3461	844	0.61	1346	363	22.63	42
北京工业大学图书馆	是	1485	6323	650	0.34	1263	1013	22.62	43
华中师大图书馆	是	876	4307	1913	0.11	2586	774	22.38	44
山东大学图书馆	是	846	1518	373	0.71	473	289	21.89	45
西北大学图书馆	是	1090	1525	347	0.52	601	376	21.74	46
华南理工大学图书馆	否	1274	4019	969	0.77	2184	721	21.42	47
西安交通大学图书馆	是	1313	6148	241	0.73	313	151	21.11	48
哈工大图书馆	是	770	782	205	0.81	164	123	20.18	49
对外经济贸易大学图书馆	是	581	1182	543	0.33	655	316	19.47	50
安徽大学图书馆官微	是	560	2522	348	0.58	401	239	19.08	51
华中农业大学图书馆	是	320	1201	160	0.81	98	92	18.92	52
苏州大学图书馆	是	491	2637	428	0.42	595	203	17.93	53
北京林业大学图书馆	否	684	332	134	0.9	161	93	17.00	54
南京农业大学图书馆	否	1535	3799	1142	0.61	1214	886	16.75	55
湖师大图书馆	否	540	550	350	0.88	236	166	16.30	56
中国农业大学图书馆	否	748	427	1253	0.17	548	228	16.28	57
河海大学图书馆	否	514	486	132	0.87	124	137	15.81	58

注: 统计时间截止至2015年5月8日, 微博原创率指原创微博数与总微博数之比。

是一项长期的形象工程, 而非某个馆员的事情。微博的运营, 涉及到文案策划与编辑、美工、活动管理与反馈等环节, 内容关系到图书馆环境、资源、活动、参考咨询等业务, 所以应该建立跨部门的运营团队或工作小组, 负责微博内容的撰写和发布、微博活动方案的策划与实施、微博粉丝的互动与交流, 保证微博的持续更新和及时响应。

社交媒体瞬息万变, 反馈及时、沟通快捷是微博运营的必需条件。因此, 图书馆还要建立一套快速反馈机制, 针对读者关注的问题进行高效地馆内沟通, 并及时地做出正确地回应, 从而保证微博信息传播和反馈的高效。

### 3.2 微博质量的提升与热门微博的打造

内容是微博的生命力所在, 有趣、实用、与用户相关的微博才会受到关注和欢迎。高校图书馆的微博应

结合其服务项目和活动, 运用轻松的语言, 并恰当配以图片、视频等多媒体元素, 提升读者对微博内容的认可度。此外, 给微博内容加上“资源推介”、“活动现场”、“有问有答”等分类, 使微博显得规律、有序, 也有助于提高微博内容的质量。

传播是信息的生命力。热门微博多了, 微博服务才能保持对读者的吸引力, 并引起转发。因此, 图书馆应该就某项活动或某个话题, 有意识地从语言、配图、发布时间、粉丝互动等方面去打造热门微博, 让其取得较高的转发和评论。上述处于第一方阵的图书馆微博中都会不时地出现一些高转发率的微博条目, 大大提高了影响力得分。

### 3.3 “输出+互动”模式的运用

微博是互动性很强的媒体, 用户是微博影响力的

关键所在。通过与读者的互动,可以塑造图书馆善于聆听和及时服务的良好形象,进一步加强读者对图书馆的认同感。同时,通过交流可以使读者更多地评论、转发图书馆微博,进一步加大微博内容的传播和影响。图书馆微博应认真对待粉丝每一次反馈,尽可能回复每一条评论、每一条@ (提及) 的微博以及来自于读者的每一条私信。对于用户的评价和体验,要积极转发;与读者互动时,语言要平等真诚、主动热情。

此外还应从图书馆勤工学生、书友会等天然与图书馆亲近的读者群体中,发展粉丝营销团,建立粉丝认知;有意识地吸引学生微博中的意见领袖和知名教授、学者微博的关注,与之建立良好的互动关系。

## 4 结语

本文的调查显示,清华大学图书馆、武汉大学图书馆等高校图书馆的微博服务已经产生了积极的影响,拓展了图书馆的宣传和服务途径。然而总体上看,“211”高校图书馆的微博服务仍处于较浅层次的应用阶段。现今微博在高校学生群体中仍具有较高的影响力,图书馆微博服务并未过时,仍然得到重视和运营。图书馆微博是图书馆服务推广的良好渠道,也是图书馆读者关系的重要战场。图书馆应该建立微博运营团队,规范微博内容,形成快速反馈机制,充分与读者互动,从而使微博成为服务读者的有效途径之一。

## 参考文献

- [1] 武锋. 网络“微内容”传播研究: 以微博客 Twitter 为例[D]. 上海: 上海交通大学媒体与设计学院, 2010.
- [2] 饭否. 厦大图书馆[EB/OL]. [2015-05-6]. <http://fanfou.com/xmulibrary>.
- [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] 张宇光. 微博在参考咨询服务中的应用研究[J]. 图书馆论坛, 2013, 33(2):164-166.
- [5] 李剑. 微博在高校图书馆信息服务中的应用[J]. 高校图书馆工作, 2011, 31(4):44-46.
- [6] 龚雪竹. 公共图书馆和高校图书馆微博的比较分析[J]. 大学图书馆学报, 2014(6):79-82.
- [7] 刘晓艳. 图书馆微博服务调查与思考[J]. 图书馆学研究, 2011(9):74-78.
- [8] 唐琼, 袁媛, 刘钊. 我国高校图书馆微博服务现状调查研究——以新浪认证用户为例[J]. 大学图书馆学报, 2013(3):97-103.
- [9] 司姣姣. 图书馆开设微博的实践探索——由杭州图书馆微博事件引发的思考[J]. 图书馆杂志, 2011, 30(5):31-34.
- [10] 袁纳宇. 图书馆应用微博客的价值分析[J]. 图书与情报, 2010(3):104-106.
- [11] 赵杨, 宋倩, 高婷. 高校图书馆微博信息传播影响因素研究——基于新浪微博平台[J]. 图书馆论坛, 2015(1):93-99.
- [12] 胡媛. 微博客中基于时序的非正式信息流机制研究——以sina微博为例[J]. 图书情报知识, 2011(4):111-117.
- [13] 崔金栋, 于圆美, 王新媛, 等. 信息管理技术视角下微博研究综述与趋势分析[J]. 图书馆论坛, 2015 (4):92-99.
- [14] 周志峰, 韩静娴. h指数应用于微博影响力分析的探索——以我国“211工程”大学图书馆微博为例[J]. 情报杂志, 2013, 32(4):63-67.
- [15] 张亚莉, 鲁梦华, 徐祎飞. 基于文本分析的微博博文影响力实证研究[J]. 现代情报, 2015, 35(2):23-28.
- [16] 中国互联网络信息中心. 第35次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2015-05-08]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201502/P020150203551802054676.pdf>.
- [17] 中国互联网络信息中心. 2014年中国社交类应用用户行为研究报告 [EB/OL]. [2015-05-08]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201408/P020140822379356612744.pdf>.

## 作者简介

钟远薪, 男, 1982年生, 东莞职业技术学院图书馆馆员, 研究方向: 数字图书馆, E-mail: yuanxinz@gmail.com.

## Investigation of Influence of Microblog of “211 Project” Academic Libraries

ZHONG YuanXin  
(Library of Dongguan Polytechnic, Dongguan 523808, China)

Abstract: We did a survey of the 211-Project University Library's micro-blog, analyzed the influence of these micro-blogs by using the Delphi method, the weighting method and the comprehensive scoring method, and a ranking list is shown. Based on the analysis, the paper concluded that microblog still has high communication value, this service needs further attention, team establishment, content specification and more reader interaction to expand the scope of services to strengthen its influence.

Keywords: Academic Libraries; Microblog; Influence Investigation

(收稿日期: 2015-05-26; 编辑: 王立学)