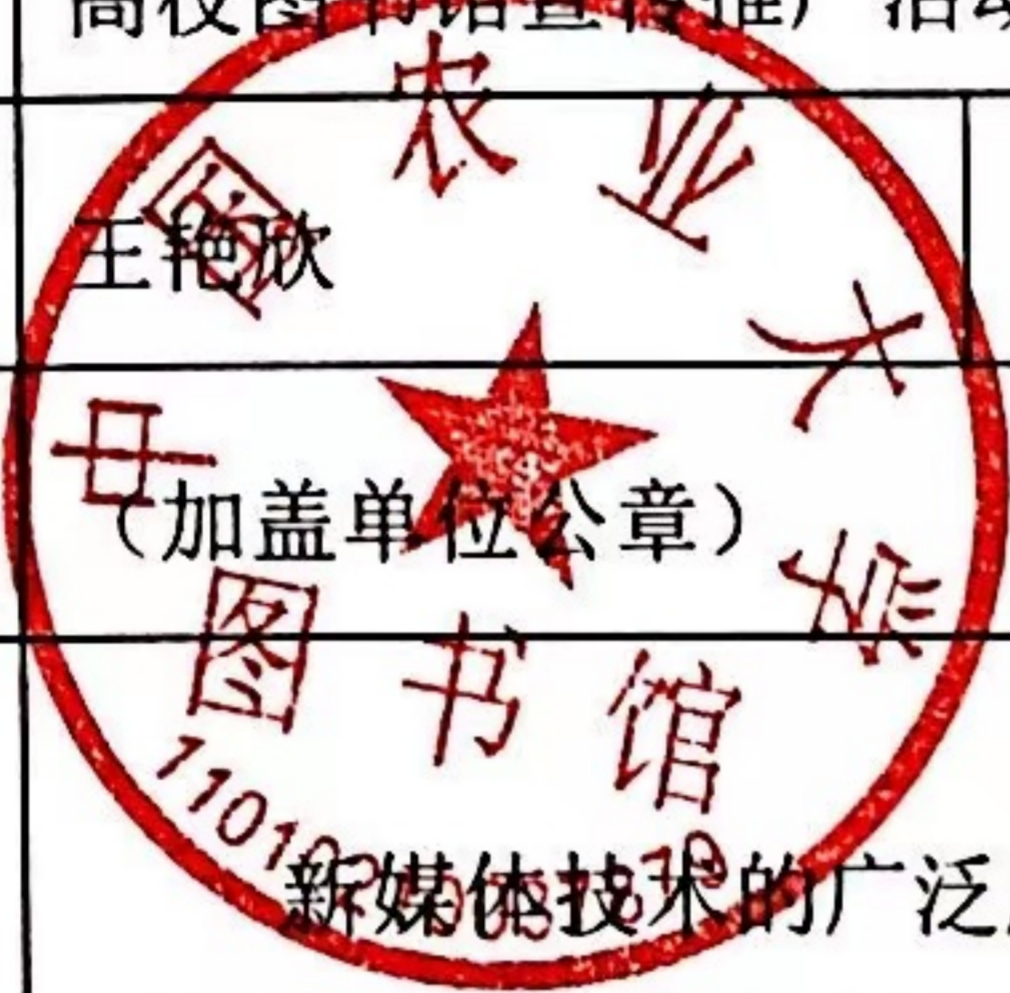
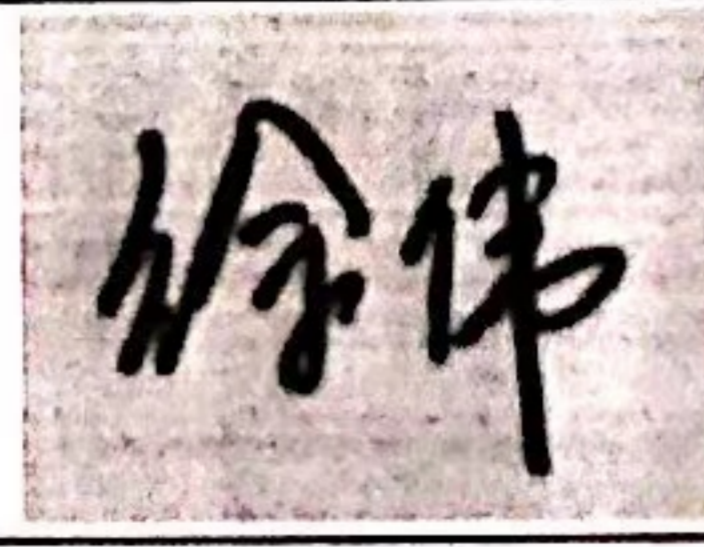
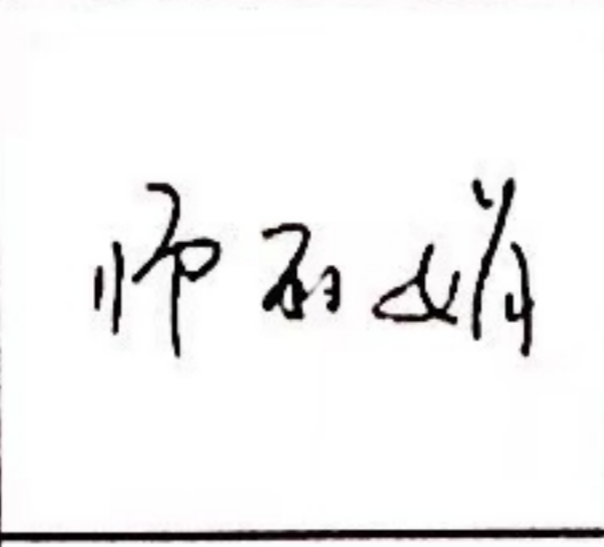
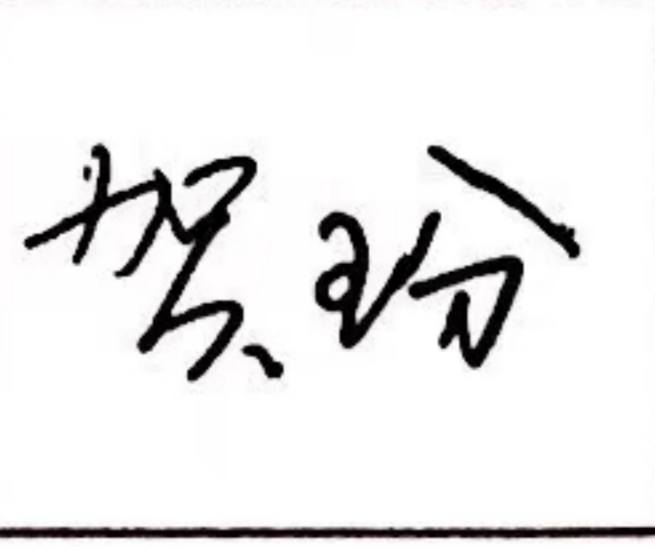
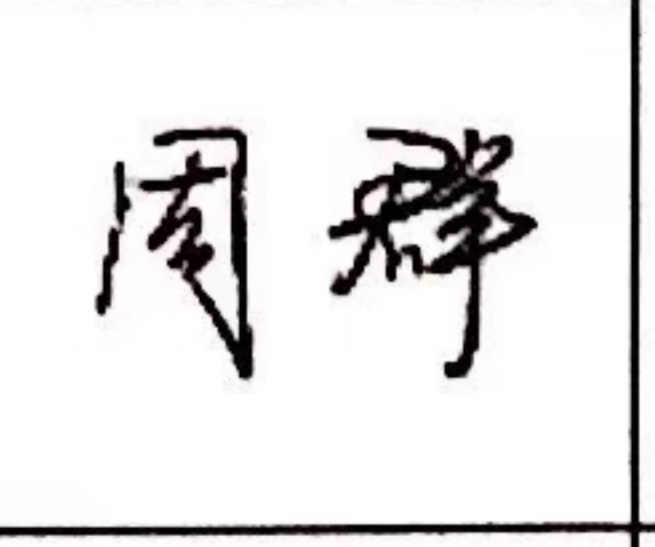
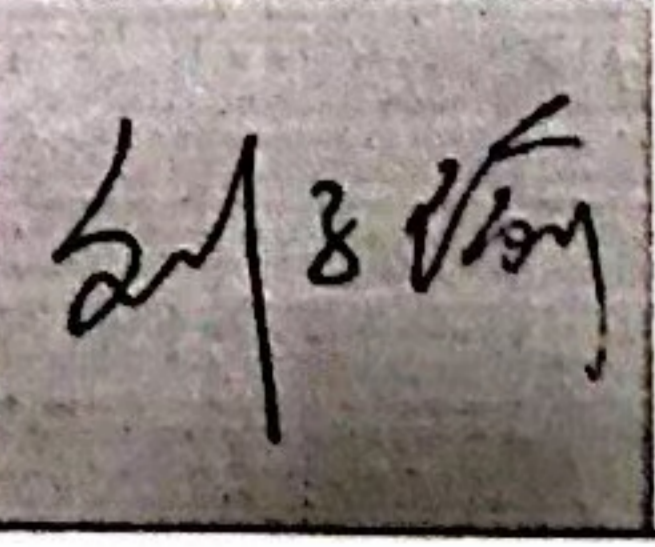


## 项目结题验收单

专家验收表（主持人所在单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	高校图书馆宣传推广活动信息采集内容与方法研究				
主持人	王艳欣	职务/职称	馆员		
所在单位	 （加盖单位公章）				
专家意见	<p>新媒体技术的广泛应用令读者获取信息、学习知识、信息交流的途径和习惯都发生了巨大变化，也为图书馆推广和宣传工作带来新的挑战。如何以新媒体、新技术为依托构建现代图书馆服务体系，引导读者有效利用图书馆，提升图书馆服务效能，是当前图书馆宣传推广工作应着手解决的首要问题，项目围绕图书馆宣传推广活动信息采集内容与方法展开研究，具有一定的实践意义。</p> <p>本项目通过网路调研，有效采集 985 高校图书馆公众号发布的宣传推广活动相关推文，获得 516 条基础数据。经人工标引，分别从宣传推广活动形式、不同类型活动信息采集内容、活动信息采集工具三个维度深度分析，提炼总结出三个维度信息所呈现的基本特征。最后，提出讲座类活动与征集类活动信息所需采集内容及适用方法，就活动资源库建设提出具体思路。</p> <p>项目就高校图书馆宣传推广活动信息采集内容和采集方法进行探究，一方面有效梳理出当前信息内容基本框架与构成，另一方面为构建可查询、可统计、可利用的“活动资源库”奠定最基础的信息采集内容和方法，研究具有一定的实践参考价值。</p> <p style="text-align: center;">同意结题。</p> <p style="text-align: right;">（如需要可增加页数）</p>				
专家签字					
职务/职称	副馆长/副研究馆员	研究馆员	副研究馆员	副研究馆员	副研究馆员



# 高校图书馆宣传推广活动信息采集内容与方法研究

**摘要：**对高校图书馆宣传推广活动信息采集内容和采集方法进行探究，旨在为构建可查询、可统计、可利用的“活动资源库”奠定最基础的信息采集内容和方法提供参考。研究中采集了2022年春季学期39所985高校图书馆公众号发布的宣传推广活动相关推文，形成947条基础数据。通过对数据的整理和分析发现，985高校图书馆宣传推广活动具有内容以信息素质教育占主导的特征；活动过程中主要采集了参与者、参赛作品及其投票等主要类别的信息，问卷星、微信公众号是常用的信息采集工具。本研究结果对于高校图书馆构建“活动资源库”提供参考借鉴。

**关键词：**高校图书馆；宣传推广；信息采集；采集元素

## 1 研究背景、目的及意义

图书馆的宣传推广就是借助一定媒介形式，对图书馆、图书馆资源、图书馆服务进行宣传、介绍，让公众更多地了解图书馆、走进图书馆、使用图书馆，最终达到提升图书馆利用率、营造图书馆事业发展良好外部环境的目的（霍瑞娟等，2012）。

目前，高校图书馆已认识到宣传推广活动的重要性，有的高校图书馆成立了专门的部门负责宣传推广活动（萧群等，2017）。高校图书馆开展了各种形式的宣传推广活动，例如，作品征集（中国科大图书馆，2022）、读书沙龙（西北政法大学图书馆，2021）、“换书大集”（北大未名BBS，2021）等。采集记录活动相关信息是活动策划、文案撰写、活动宣传、活动总结的必要条件。具体采集哪些信息、采用什么方法采集是不可回避的问题。

本项目对高校图书馆宣传推广活动信息采集内容和采集方法进行探究，旨在为构建可查询、可统计、可利用的“活动资源库”奠定最基础的信息采集内容和方法提供参考。

## 2 研究内容及方法

### 2.1 高校图书馆宣传推广活动的主要形式及其特征

#### 2.1.1 研究思路

通过文献调研，确定采集宣传推广活动的信息源；分析宣传推广活动构成要素、项目研究内容，形成信息采集记录字段表；以985高校图书馆为信息采集对象，形成基础数据。

结合图书馆宣传推广活动文献调研，对基础数据进行分析，得出高校图书馆宣传推广活动的主要形式和特征。

## 2.1.2 研究方法

高校图书馆在举办活动时，为了提高读者知晓度、参与度，通常采用在图书馆主页、官方微博、微信等平台上发布活动预告(萧群等, 2017)(邢文明等, 2018)、活动新闻报道(李倩, 2020)。近年来，微信公众号以其用户基数大、使用黏度高、活跃程度强的特点被商业、政务、教育和公共服务等领域所青睐。尤其在高校，微信公众号已经成为高校师生使用率最高，同时也是最受欢迎的宣传渠道。(郭婧华等, 2018)本项目以其为信息源，采用网络调查法，采集2022年春季学期39所(附表1)985高校图书馆微信公众号发布的宣传推广活动相关推文，形成947条基础数据(附表2)，数据著录字段见表1。

参考赵丹(2015)对读者活动形式的划分以及黄健(2013)对阅读推广活动形式的划分，结合主办方对于活动类型的定义，将高校图书馆宣传推广活动分为以下类型：讲座、征集、展览、放映、竞赛答题、共读、打卡、荐购、体验、朗读、图书漂流、借阅纪念册、馆长接待日、读书分享会。通过对基础数据进行活动形式标引，统计分析各种宣传推广活动的占比，得出985高校图书馆宣传推广活动的主要形式。

根据《普通高等学校图书馆规程》(2015版)第三十一条和第三十二条，高校图书馆应重视开展信息素质教育，应开展阅读推广等文化活动；李瑛(2021)提出“图书馆在学校美育体系建设中承担着重要职责，需认真落实新时代美育工作要求，完善美育工作机制，着力提升美育工作水平”。因此，本项目重点考查985高校图书馆的“信息素质教育类活动”(例如，以图书馆资源检索与利用，文献调研、综述撰写、毕业论文写作规范与排版、毕业论文PPT的制作、论文投稿等为主题的讲座)，“阅读推广类活动”(例如，读书分享会、书展、读书打卡)，“美育类活动”(例如，北京大学图书馆的生物之美、数学之美类讲座，放映类活动，摄影类讲座与征集等)。

表1 985高校图书馆宣传推广活动记录内容

序号	字段	记录内容
1.	图书馆名称	举行宣传推广活动的主体，本项目主要是985高校图书馆
2.	活动名	图书馆宣传推广活动的名称
3.	网页链接地址	宣传推广活动通知第一篇推文的网页链接地址
4.	活动发布日期	宣传推广活动通知第一篇推文的发布日期
5.	活动地点	参与线上活动的平台等
6.	活动内容	宣传推广活动通知对于活动的介绍
7.	活动组织者	图书馆内组织宣传推广活动的部门
8.	活动协办者	协助活动组织者实施活动
9.	活动参与者/适应对象	宣传推广活动通知中列出的可以参与活动的人员，或适于参与活动的人员
10.	活动方式	参与图书馆宣传推广活动的方式，即线上、线下或线下+线上
11.	活动阶段1	对于分阶段的活动，记录第一阶段名称
12.	活动阶段2	对于分阶段的活动，记录第二阶段名称

序号	字段	记录内容
13.	活动阶段 n	对于分阶段的活动，记录第 n 阶段名称
14.	活动结果	活动结果展示相关信息
15.	报名信息采集方法	活动报名信息收集采用的工具等
16.	报名信息采集内容	活动报名信息收集内容
17.	作品征集对象	征集类活动的具体征集内容
18.	作品提交路径	包括现场提交、线上提交，对于后者记录具体路径，如邮件等
19.	作品提交信息采集内容	活动举办方要求在作品名、邮件主题或文件中注明或填写的除作品本身的信息
20.	投票信息采集方法	记录活动评比阶段投票信息采集方法，如所用工具、平台
21.	评比类活动结果信息内容	评比类活动结果中信息内容
22.	领奖信息采集方法	邮件奖品所需信息采集采用的工具等
23.	领奖信息采集内容	邮寄奖品所需信息内容

### 2.1.3 研究结果

#### 2.1.3.1 985 高校图书馆宣传推广活动的主要形式

985 高校图书馆各种宣传推广活动的占比见表 2。结果表明，讲座、征集、放映为 985 高校图书馆宣传推广活动的主要形式，占比分别为 55.5%、7.6%和 6.9%。

表 2 985 高校图书馆宣传推广活动的占比

序号	活动形式	占比 (%)	序号	活动形式	占比 (%)
1	讲座	55.5%	9	借阅纪念册	1.8%
2	征集	7.6%	10	图书漂流	1.6%
3	放映	6.9%	11	体验	1.4%
4	展览	6.7%	12	朗读	1.0%
5	竞赛答题	3.4%	13	馆长接待日	0.5%
6	荐购	2.9%	14	读书分享会	0.5%
7	共读	2.6%	15	其它	5.3%
8	打卡	2.4%			

### 2.1.3.2 985 高校图书馆宣传推广活动的内容特征

对基础数据按照内容分类标引后进行统计，985 高校图书馆宣传推广活动的内容以信息素质教育类活动占主导（49%），阅读推广类活动次之（21%）；美育类活动 19%；其它活动 11%。结果表明，985 高校图书馆重视信息素质教育类活动的开展，这与《普通高等学校图书馆规程》第三十一条的要求相适应，同时积极开展阅读推广类活动，与《普通高等学校图书馆规程》第三十二条的要求契合。同时，高校图书馆开展美育类活动的尝试，为高校美育发展贡献力量。

### 2.1.3.3 985 高校图书馆宣传推广活动的其它特征

（1）活动发布日期 在数据收集期内，985 高校图书馆宣传推广活动以 3—5 月份最多，占比 87%，这与世界读书日、世界知识产权日的图书馆宣传时点基本契合。

（2）活动地点 在数据统计期内，56%的活动在线上举行，线上活动地点见表 3。结果表明，线上活动地点一半以上采用了腾讯会议。

表 3 985 高校图书馆宣传推广活动主要线上活动地点

序号	线上活动地点	占比 (%)	序号	线上活动地点	占比 (%)
1	腾讯会议	54.9%	6	超星学习通	2.75%
2	腾讯课堂	5.29%	7	钉群	2.75%
3	荷塘雨课堂	5.29%	8	问卷星	2.55%
4	长江雨课堂	4.51%	9	哔哩哔哩	2.55%
5	微信公众号	3.53%	10	飞书	1.18%

（3）活动组织者 59%的 985 高校图书馆在活动通知中列出了组织活动的具体部门或分馆。具体部门或分馆组织的活动与部门业务、资源结合更紧密，例如信息服务部一般组织系列化的信息素养讲座。

（4）活动协办者 26%的活动，所有的 985 高校图书馆采用了联合办活动的形式。活动协办者主要有：数据库商（占比 38.5%），校内其它单位（占比 35.7%），学生社团（占比 14.3%）等。

（5）活动参与者/适应对象 32%的活动对活动参与者/适应对象进行了说明。74%的 985 高校图书馆在活动通知中明确限定参与者为本校师生，这与高校图书馆的主要服务对象为本校师生相对应。

也有 985 高校图书馆在活动通知中明确列出参与者面向校内外，活动类型为征集，征集对象为 logo，对于活动结果大有裨益（南开大学图书馆，2022）。有的宣传推广活动虽未说明校外读者可以参与，但因为其活动地点的选择（直播平台），实际上校外读者也可参与。

（6）活动方式 30%的活动仅线下开展，56%的活动仅线上开展；12%的活动线上线下均开展，2%的活动线上线下组合开展。线下活动参与感、互动感更好，线上活动突破时空，自由度提高，二者结合优势互补，对于提高活动惠及面有裨益。

（7）活动阶段 有明显阶段划分的活约占 6%，类型主要为征集、共读、竞赛答题活动。对于征集类活动，一般要包括征集和评比两个阶段；对于共读，由于活动阶段的划分，活动时间的延长，参与者的时间、精力投入，同时需要撰写读书心得等，参与读书分享讨论，使得活动深度

更加；对于竞赛答题，则是赛制安排以决出胜负。

(8) 活动结果 在通过推文发布活动结果的活动中，95%的活动以推文公布获奖名单作为结尾，5%的活动以闭幕式或颁奖典礼形式闭环。

### 2.1.3.4 985 高校图书馆宣传推广活动优秀案例的简析

#### (1) 讲座

北京师范大学图书馆举办的系列讲座“专家讲座”已有近 20 年的历史（北京师范大学图书馆，2022）。此系列讲座成果之一——《思享者：我在北师大听讲座》丛书成为献给北京师范大学 120 周年华诞和图书馆 120 周年馆庆的书香大礼。

**简析：**图书馆的宣传推广活动在形成品牌后，活动辐射面可扩展、受益者增多，社会效益提升。

#### (2) 共读

四川大学图书馆的“与王红教授一起细读红楼！”（四川大学图书馆，2022）包括朋辈交流、大咖指导、具象收获三个环节。朋辈交流，通过共读群完成线上打卡，通过超星学习通进行读书心得分享，同学们定期按照专题进行互动、讨论；大咖指导，名师制定共读内容和目标，并进行讲座交流，活动精确总结，阅读过程中的难题解惑……；具象收获，共读完成后将同学们的读书笔记与讨论成果收集成册。

**简析：**共读参与者之间的交流沟通加强，且有名师指导，共读后有成果输出，共读的真谛得到体现——宣传推广活动的深度加大。

#### (3) 征集

中国科技大学图书馆举办摄影比赛，征集摄影作品，颁奖典礼同时作为摄影比赛作品展的开幕活动——“第一届中国科大高新园区图书馆摄影比赛——‘春晓’摄影比赛颁奖仪式暨摄影展开幕活动”。作为活动的重要组成部分，摄影讲座探索数字摄影中如何利用计算思维从平淡的真实中创造出幻象的完美，同时结合部分在比赛获奖作品进行分析（中国科大图书馆，2022）。

**简析：**图书馆宣传推广活动策划的系统性，可以使一项活动变成一系列活动，不同的宣传推广活动形式相结合，活动之间的有机联系加强，同时兼顾活动成果的资源化。

## 2.2 高校图书馆宣传推广活动中信息采集主要内容

### 2.2.1 研究思路

在宣传推广实践经验基础上，结合样本数据收集过程补充优化，在基础数据字段中设置“报名信息采集内容”“作品提交信息采集内容”“评比类活动结果信息内容”“领奖信息采集内容”等，尽量全面收集 985 高校图书馆宣传推广活动中采集的信息内容。

如前所述，985 高校图书馆举办的宣传推广活动的主要类型为讲座、征集、展览、放映、竞赛答题等。其中讲座活动如果录像或录屏，可以形成图书馆资源，例如，北京大学图书馆的阅读马拉松讲座结束后视频会上传至图书馆多媒体资源服务平台，可进行回看（北京大学图书馆，

2022); 征集的作品如征文、照片、视频的主题一般与图书馆的资源或图书馆本身有关, 通过适当组织也可成为图书馆资源。因此本项目重点考察讲座、征集类宣传推广活动的信息采集内容。

## 2.2.2 研究方法

采用内容分析法, 对采集到的基础数据中的“报名信息采集内容”“作品提交信息采集内容”“评比类活动结果信息内容”“领奖信息采集内容”进行汇总分析, 结合活动通知推文和本项目研究人员在图书馆的宣传推广实践, 得出为满足活动顺利举办需采集的基本信息, 以及优化活动结果需要采集的信息。

## 2.2.3 研究结果

### 2.2.3.1 讲座信息采集内容

#### (1) 主要信息

主讲嘉宾简介: 包括姓名、学位、职称、单位、职务、学术成就、专长、联系电话等。

讲座主题: 对于录屏或录像的讲座或讲座课件在资源化时的主题标引的起到作用。

讲座主要内容: 比讲座主题更加详细的揭示讲座的内容特征。

参与者/适应对象信息: 身份(本科生、硕士研究生、博士研究生、教职员工)、院系/单位、专业、年级, 对于此类信息的分析有助于更有针对性地开展讲座的组织, 包括适应对象, 组织时点, 讲座活动宣传推广途径的选择等。

讲座时间: 由于科技发展、时代进步, 对于一些时效性较强的讲座, 记录讲座时间是对资源化讲座进行下架、迭代的重要信息。

讲座语言: 讲座语言对于讲座的参与者/适应对象有影响。对于资源化的非中文讲座标注语言, 在一定程度上有利于读者选择是否收看讲座。

主讲嘉宾简介、讲座主题、讲座主要内容、讲座时间、讲座语言等的信息源一般为举办活动的图书馆, 采集的主要形式为记录。

#### (2) 其它信息

参与人数: 对于报名参与的讲座, 可以在讲座报名工具中说明活动举办下限。

参与人数也从一个侧面展现图书馆宣传推广活动对于目标参与群体的覆盖率, 为后续讲座的宣传推广提供借鉴。

参与者提问: 对于讲座内容优化提升、讲座主讲人讲授方式调整提供参考, 对于开发新的讲座主题也有提示性作用。

### 2.2.3.2 作品征集类活动信息采集内容

#### (1) 作品相关信息

作品名: 一般是不同作品间区分的重要标志。

作品内容简介(照片故事/作品创意说明): 以便于征集作品的展示、资源化利用等。

作品组别: 对于征集多种作品的活动, 作品所属组别。



征集对象相关信息：对于征文，可以采集主题、亮点、金句等；对于照片，可以采集拍摄时间、拍摄地点、格式（jpg、png 等）、分辨率、文件大小（MB）等；对于视频，可以采集格式（MP4、flv 等）、播放方向（横版、竖版）、时长、文件大小（MB）等。

所阅书籍或所看影片基本信息：对于书评/读后感或影评类征文，列出所看图书或电影的基本信息，如书名、作者、出版年、出版社，片名、导演、制片公司等。

#### （2）作者相关信息

姓名：不仅对于活动结果的发布必要，在资源化利用过程中的署名必不可少。根据活动策划，可以采集真实姓名、笔名。

对于人像照片，根据需要可限定作者姓名为摄影者姓名。

对于团队参赛作品，根据活动策划方案，采集团队负责人姓名、团队组成人员姓名。

院系/单位：除了明确参与者身份外，对于活动参与者的院系来源分析，有助于后续活动策划方案的综合考量。

学号（工号）：可作为信息采集内容的唯一标识符，区分同名同姓活动参与者的作品。

联系方式：手机号、微信昵称、邮箱等，是活动相关联络沟通的重要保障。

人员组别：对于参与者分组征集活动，作者所属组别。

指导教师姓名：作品有指导教师时采集。

#### （4）作品评选相关信息

作品网络得票：获奖结果评选过程记录。

作品专家评分：作为奖项产生依据记录。

作品所获奖项：对于作品评选结果公布，作品资源化应用的备选项。

#### （5）其它信息

作品著作权授权书：根据相关法律规定拟定，主要采集作者授权签名等。

邮寄地址：对于需要邮寄奖品的活动，需要采集获奖人的邮寄地址。

## 2.3 信息采集工具对高校图书馆宣传推广活动的适用性

### 2.3.1 研究思路

技术发展催生了各种小程序和方便快捷的工具，使在线采集信息不仅仅是计算机技术专业人员才能使用的方法。运用这些信息采集工具，可以提高采集效率和采集信息的准确性。由于信息采集工具多样，因此首先要想方设法收集目前常用信息采集工具，然后比较分析其功能特征，探讨对各类宣传推广活动的适用性，以期能够筛选出适用于高校图书馆开展宣传推广活动的信息采集工具。

### 2.3.2 研究方法

从资源化、活动顺利闭环的角度，讲座、征集类宣传推广活动，信息采集的必要性不言而喻。对基础数据表进行统计分析，明确 985 高校图书馆讲座、征集类宣传推广活动信息采集采用的工

具，通过登录相关工具官网，了解工具的基本特征、使用方法。在此基础上，结合本项目研究者所在图书馆的宣传推广活动实践，信息采集过程模拟，比较信息采集工具的特点。

### 2.3.3 研究结果

对基础数据表的内容分析表明，985 高校图书馆讲座、征集类宣传推广活动信息采集工具(包括兼具信息采集功能的平台)主要包括：问卷类(问卷星、问卷网、超级表格)、平台类(腾讯会议、飞书、雨课堂、长江雨课堂)、微信公众号、共享文档类(腾讯文档)、邮件等。

由于平台类主要是因为采取线上活动，而同时采用了其信息收集功能，本部分不作展开比较。

#### (1) 问卷类(问卷星)与共享文档类(腾讯文档)的比较

问卷类和共享文档类均可用于信息采集，在采集报名信息的活动中 55%的活动采用问卷类信息采集工具(问卷星占比 97%)，2%的活动采用共享文档类(腾讯文档)作为信息采集工具。二者比较见表 4。结果表明，二者的功能基本相似，仅在信息互见性上有所区别。腾讯文档如果选择在线表格类型，则填写者可以看到其它填写者的信息。

表 4 问卷星与腾讯文档的比较

项目	问卷星	腾讯文档
信息互见性	填写者不可以看到其它填写者信息	取决于选择的类型、模板，填写者可以或不可以看到其它填写者信息
信息采集类别	文字、图片	文字、图片
信息采集方式	多样，如选择、填空	多样，如选择、填空
采集信息汇总	导出	导出

#### (2) 问卷星与微信公众号后台的比较

在收集投票信息过程中，83%的活动选择了微信公众号，17%的活动选择了问卷星。二者比较见表 5。尽管微信公众号对投票备选项数量有限制，如果超过 30 个，则需要分组；发布后无法修改，但其对最高答卷数未见限制是其优点。

表 5 投票信息采集工具比较

项目	微信公众号	问卷星
投票备选项	投票最多可设置 10 个问题，每个问题最多设置 30 个选项;选项不能为空且长度不能超过 35 个字	无限制
修改	可修改后再次发布，但需要审核	一旦发布，改动时需要重新制作投票
最高答卷数限制	无	有(免费版)

## 3 结论与建议

### 3.1 讲座类活动信息采集内容及方法

对于单次线下讲座，根据使用偏好选用问卷星或腾讯文档在报名阶段采集身份（本科生、硕士研究生、博士研究生、教职员工）、院系/单位、专业、年级、提问等参与者/适应对象的信息。使用腾讯文档时，建议采用填写者信息不可互见的类型或模板。在时间线延长的情况下，建议每次讲座采用同样的工具，以便数据整合。

对于线上系列讲座，建议采用雨课堂（长江雨课堂）组建班级，根据需要采集身份（本科生、硕士研究生、博士研究生、教职员工）、院系/单位、专业、年级、提问等参与者/适应对象信息和参与人数、参与者提问等信息。

### 3.2 征集类活动信息采集内容与方法

在征集类活动收稿阶段，建议采用邮件收集作品名、作品组别、作品内容简介、所阅书籍或所看影片基本信息等作品相关信息，姓名、院系/单位、学号（工号）、联系方式、人员组别、指导教师姓名等作者相关信息；在网络投票阶段，建议采用微信公众号后台收集投票信息。同时，随着活动的进行，在收集上述信息的基础表内，补充作品网络得票、作品专家评分、作品所获奖项、邮寄地址。

### 3.3 活动资源库建设思路

以活动相关信息、参与者相关信息、作品相关信息作为活动资源库收集的主要内容，每种内容类型构建一个数据表单，不断积累形成可查询可利用的特色数字资源。

#### 3.3.1 活动相关信息涉及的数据元素

活动主题：记录活动的主题。

活动主要内容：揭示活动的主要内容，类似图书的内容简介。

活动时间：记录活动举办时间。对于分阶段进行的活动，可根据需要，记录活动节点的时间。

活动语言：对于非汉语活动，记录活动用语言。

参与人数：实际参与人数。

参与者提问：参与者提出的活动相关的问题。

### 3.3.2 主讲嘉宾相关信息涉及的数据元素

姓名：区分嘉宾的重要数据元素。

学位：举办方邀请嘉宾的参考依据。

职称：举办方邀请嘉宾的参考依据。

单位：嘉宾身份的必要信息。

职务：举办方邀请嘉宾的参考依据；受众判断是否参加活动提供参考。

学术成就：举办方邀请嘉宾的依据；受众判断是否参加活动提供参考。

专长：举办方邀请嘉宾的依据；受众判断是否参加活动提供参考。

联系方式：邀请嘉宾参与活动的重要联系方式。

### 3.3.3 受众相关信息涉及的数据元素

姓名：对于征集类活动等，不仅对于活动结果的发布必要，在资源化利用过程中的署名必不可少。根据活动策划，可以采集真实姓名、笔名。

身份：如本科生、硕士研究生、博士研究生、教职员工。

院系/单位：除了明确受众身份外，对于院系来源分析，有助于后续活动策划方案的综合考量。

学号（工号）：可作为信息采集内容的唯一标识符。

专业：活动策划、活动效果分析需要参考的因素。

年级：

联系方式：手机号、微信昵称、邮箱等，是活动相关联络沟通的重要保障。

所属活动组别：分组进行的活动需要记录。

邮寄地址：

### 3.3.4 作品相关信息涉及的数据元素

作品名：一般是不同作品间区分的重要标志。

作品内容简介（照片故事/作品创意说明）：以便于征集作品的展示、资源化利用等。

作品组别：对于征集多种作品的活动，作品所属组别。

征集对象相关信息：对于征文，可以采集主题、亮点、金句等；对于照片，可以采集拍摄时间、拍摄地点、格式（jpg、png 等）、分辨率、文件大小（MB）等；对于视频，可以采集格式（MP4、flv 等）、播放方向（横版、竖版）、时长、文件大小（MB）等。

作品网络得票：获奖结果评选过程记录。

作品专家评分：作为奖项产生依据记录。

作品所获奖项：资源库筛选统计备选项。

作品著作权授权书：根据相关法律规定拟定，主要采集作者授权签名等。

## 4 项目成果

### 4.1 项目研究应用于实践

在本项目团队所在图书馆组织的“后浪有约”沙龙活动、征集类（征文、摄影、短视频）活动中，根据上文研究，确定报名信息采集字段、报名信息采集工具，对于保障活动的顺利进行起到良好作用：如活动场地安排，投票活动作品展示，获奖名单生成，证书制作，作品线下展示，颁奖，活动分析、总结等。

### 4.2 进一步完善研究内容，努力争取形成学术期刊论文投稿

## 5 参考文献

- 1) 北京大学图书馆. 阅读文化节 | 2022 年换书大集开始啦! [EB/OL] (2022-4-7) [2023-3-21]  
<https://mp.weixin.qq.com/s/ucLtDR4MtC7pKpFhNdoCmQ>.
- 2) 北京大学图书馆. 阅读马拉松 | 第三届第六期: 孙飞宇副教授领读《金翼》(线上读书报名). [EB/OL]  
(2022-10-28) [2023-3-21]<https://mp.weixin.qq.com/s/H84UHZ8kPmK3kqQ8r-bwpg>.
- 3) 北京师范大学图书馆. 百廿京师 | 《思享者: 我在北师大听讲座》——北京师范大学 120 周年校庆丛书 9 月相见! . [EB/OL] (2022-09-02) [2023-4-7] <https://mp.weixin.qq.com/s/GdRdwPfkW7sfeNMUED-kyg>.
- 4) 郭靖华,尹雪聪,吕璐,等. 2018.基于微信图文推送的高校图书馆数字资源宣传推广服务评估与研究——以西安电子科技大学图书馆为例[J].大学图书馆学报, 36(2):68-7690.
- 5) 黄健. 2013.高校阅读推广活动的影响因素及其评价[J].大学图书馆学报, (2):93-96.
- 6) 霍瑞娟,张章. 2012.新媒体环境下图书馆宣传推广创新模式初探[J]. 图书馆工作与研究, (6):58-60.
- 7) 李倩. 2020.我国图书馆微博与微信开通及其运营现状比较研究[J].图书馆理论与实践, (6):86-92.
- 8) 李瑛. 2021.高校图书馆美育工作的驱动因素及发展路径研究[J].图书馆工作与研究,(S1):29-34.
- 9) 南开大学图书馆. “南小图”长啥样? 图书馆吉祥物形象设计有奖征集啦! [EB/OL]. (2022-03-21) [2023-4-15].  
<https://mp.weixin.qq.com/s/nGfFtB6SeTciq8Z8qAKLsA>.
- 10) 四川大学图书馆. 与王红教授一起细读红楼! | “52 经典悦读”共读小组招募[EB/OL]. (2022-03-31) [2023-4-7]  
<https://mp.weixin.qq.com/s/SWhMEWb9G0-8oougKEySFw>.
- 11) 王娟,2018.图书馆 APP 服务现状与发展策略研究——以“985”高校为例[J].图书馆学研究,(06):66-73.
- 12) 西北政法大学图书馆.2021 图书馆读书沙龙第 188 期预告《你当像鸟飞往你的山》. [EB/OL] (2021-05-17)  
[2023-3-21][https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestamp=1647592149&ver=3683&signature=Qon-K6AjLn2KW5cx0Ipv-kulPXEGEB-\\*UVcHmQU0DGoQNFRiAaAgOt7OI2F\\*kddmTrrjDk7QOUQYFi3Mwd0rqv\\*JBhqcYo5GKfqF1JyYLLSiNFrZ23CCzWLBnsVBB9x&new=1](https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestamp=1647592149&ver=3683&signature=Qon-K6AjLn2KW5cx0Ipv-kulPXEGEB-*UVcHmQU0DGoQNFRiAaAgOt7OI2F*kddmTrrjDk7QOUQYFi3Mwd0rqv*JBhqcYo5GKfqF1JyYLLSiNFrZ23CCzWLBnsVBB9x&new=1).
- 13) 萧群,刘雅琼,张海舰,等,2017.高校图书馆宣传推广体系的构建与思考——以北京大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,35(06):94-99.
- 14) 邢文明,潘琦,姜勇峰. 2018.微博与微信在高校图书馆应用的比较[J].图书馆论坛, 38(5):88-94.
- 15) 赵丹.高校图书馆读者活动的调研、实践与思考[J].图书馆理论与实践,2015,0(4):85-88.
- 16) 中国科大图书馆. “春晓”——中国科大高新园区图书馆摄影比赛[EB/OL].  
(2022-03-09)[2023-3-21][https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestamp=1647591105&ver=3683&signature=xzPAqaE0tlT8gY7x\\*3ZZFuPR\\*LbtSlSzMbuQXEOLj9Fb0KOPMX11AxG\\*x279UpV9Rngka8FC3pqGmsY5LYPeTuyFS\\*m3Qi9HgPN6edidiQ\\*rUMrGuspOrBBmiHhOrNln&new=12022](https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestamp=1647591105&ver=3683&signature=xzPAqaE0tlT8gY7x*3ZZFuPR*LbtSlSzMbuQXEOLj9Fb0KOPMX11AxG*x279UpV9Rngka8FC3pqGmsY5LYPeTuyFS*m3Qi9HgPN6edidiQ*rUMrGuspOrBBmiHhOrNln&new=12022).

- 17) 中国科大图书馆. “春晓”摄影比赛颁奖仪式暨摄影展开幕活动邀请函[EB/OL]. (2022-05-25)[2023-4-7]  
[https://mp.weixin.qq.com/s/SVoG1xxDh2zeWzd\\_5hz4xg](https://mp.weixin.qq.com/s/SVoG1xxDh2zeWzd_5hz4xg).

附表1 985 高校图书馆列表

序号	985 高校图书馆	序号	985 高校图书馆
1.	北京大学	21.	清华大学
2.	北京航空航天大学	22.	山东大学
3.	北京理工大学	23.	上海交通大学
4.	北京师范大学	24.	四川大学
5.	重庆大学	25.	天津大学
6.	大连理工大学	26.	同济大学
7.	电子科技大学	27.	武汉大学
8.	东北大学	28.	西安交通大学
9.	东南大学	29.	西北工业大学
10.	复旦大学	30.	西北农林科技大学
11.	国防科学技术大学	31.	厦门大学
12.	哈尔滨工业大学	32.	浙江大学
13.	湖南大学	33.	中国海洋大学
14.	华东师范大学	34.	中国科学技术大学
15.	华南理工大学	35.	中国农业大学
16.	华中科技大学	36.	中国人民大学
17.	吉林大学	37.	中南大学
18.	兰州大学	38.	中山大学
19.	南京大学	39.	中央民族大学
20.	南开大学		