

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	基于高校图书馆微信公众号服务优化研究—以塔里木大学图书馆为例				
主持人	曹中月	职务/职称	馆员		
所在单位	塔里木大学图书馆				
专家意见	<p>本项目自立项以来，项目组成员按照各自分工与项目计划安排，顺利完成了本课题项目的研究和实践工作，主要完成了以下工作：</p> <p>1.调研国内外学者对高校图书馆微信公众号服务的研究。通过期刊网站查看有关微信公众号的发文情况及内容，了解学者对该主题的研究情况。</p> <p>2.了解新疆高校图书馆微信公众号运行的现状。通过访问新疆各高校图书馆的微信公众号，了解新疆高校图书馆各微信公众号的基本情况、服务形式和服务的状况。</p> <p>3.分析塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的问题及原因分析。通过问卷调查和访谈了解塔里木大学图书馆微信公众号服务的状况，了解其服务存在的缺陷，并分析其存在缺陷的原因。</p> <p>4.提出新疆高校图书馆微信公众号服务优化的对策。通过从明确定位、完善制度、加强队伍建设、建立用户评价反馈体系、跨界融合等方面提出合理的建议。</p> <p>撰写论文 3 篇，2 篇已经录用，1 篇还在盲评阶段。</p>				
专家签字	曹中月	周春宏	王陈	席亚军	杨正华
职务/职称	副研究员	研究馆员	副研究员	副研究员	副研究员



项目编号：
2023059

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：基于高校图书馆微信公众号服务优化研究—以塔里木大学图书馆为例

项目关键词：高校图书馆；微信公众号；服务；优化

项目单位(盖章)：塔里木大学图书馆

通信地址：新疆阿拉尔市塔里木大学图书馆 843300

项目主持人：曹中月

联系电话：15739298068

电子邮件：838964662@qq.com

提交日期：2024年5月17日

目录

关键词：高校图书馆；微信公众号；服务；优化.....	4
第 1 章 绪论	4
1.1 研究背景.....	4
1.2 研究目的和意义.....	5
1.2.1 研究目的.....	5
1.2.2 研究意义.....	5
1.3 国内外研究综述.....	5
1.3.1 国外研究综述.....	5
1.3.1.2 关于高校图书馆社交媒体用户需求的研究.....	6
1.3.1.3 关于高校图书馆社交媒体服务主题的研究.....	7
1.3.2 国内研究综述.....	7
1.3.2.1 关于高校图书馆微信公众号建设现状的研究.....	9
1.3.2.2 关于高校图书馆微信公众号服存在问题及改进措施的研究.....	9
1.3.2.3 关于高校图书馆微信公众号用户需求状况的研究.....	10
1.3.2.4 关于高校图书馆微信公众号传播效果的研究.....	11
1.3.2.5 关于高校图书馆微信公众号小程序运用的研究.....	11
1.4 研究方法和研究思路.....	12
1.4.1 研究方法.....	12
1.4.1.1 文献研究法.....	12
1.4.1.2 案例分析法.....	12
1.4.1.3 问卷调查法.....	12
1.4.1.4 访谈法.....	13
第 2 章 核心概念界定及相关理论概述	14
2.1 相关概念界定.....	14
2.1.1 微信公众号的含义.....	14
2.1.2 高校图书馆的含义.....	15
2.1.3 高校图书馆微信公众号服务的含义.....	15
2.2 理论基础.....	16
2.2.1 新公共管理理论的基本内容.....	16
2.2.1.1 建立“顾客”驱动制度.....	16
2.2.1.2 政府的职能是“掌舵”而非“划桨”.....	17
2.2.1.3 重视效率追求.....	17
2.2.1.4 引入竞争机制.....	17
2.2.1.5 重视结果与产出.....	17
2.2.1.6 推行社会合作.....	18
2.2.2 分众理论的基本内容.....	18
2.2.3 上述理论对高校图书馆微信公众号服务工作的启示.....	18
2.2.2.1 高校图书馆微信公众号应以满足读者和使用者需要作为目标.....	18
2.2.2.2 高校图书馆微信公众号应注重工作效率及工作创新.....	19
2.2.2.3 高校图书馆微信公众号服务应以用户使用感受度作为工作的评判依据.....	19
2.2.2.4 高校图书馆微信公众号应强化与校外资源的协作.....	20
2.2.2.5 高校图书馆微信公众号应根据使用者的需求适度进行细化服务.....	20
第 3 章 新疆高校图书馆微信公众号运行的现状	21

3.1 新疆高校图书馆微信公众号的基本情况	21
3.1.1 新疆高校图书馆微信公众号基本情况介绍	21
3.1.1.1 新疆高校图书馆微信公众号开通及认证情况	21
3.1.1.2 新疆高校图书馆微信公众号名称及图标设置情况	26
3.1.1.3 微信公众号首条问候语	26
3.1.2 新疆高校图书馆微信公众号的服务形式	27
3.1.2.1 服务菜单	27
3.1.2.2 小程序设置	28
3.1.2.3 用户信息反馈	28
3.1.2.4 发送相关推文	28
3.2 新疆高校图书馆微信公众号服务的状况	30
3.2.1 各微信公众号推文的阅读数和点赞数	30
3.2.2 推文热度	30
3.2.3 与其他公众号及媒体的联动	31
第 4 章 塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的问题及原因分析	31
4.1.1 塔里木大学图书馆微信公众号运行概况	32
4.2 塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的缺陷	34
4.2.1 塔里木大学图书馆微信公众号服务状况问卷及访谈调查的设计及实施	34
4.2.1.1 调查目的	34
4.2.1.2 调查方法	34
4.2.1.3 调查对象范围	34
4.2.1.4 问卷与访谈调查的内容	35
4.2.1.5 问卷的回收与访谈资料的收集	36
4.2.1.6 问卷及访谈调查的描述性统计分析	37
4.2.2.1 服务功能简单	40
4.2.2.2 传播效果不理想	40
4.2.2.3 项目服务质量参差不齐	41
4.2.2.4 服务缺乏良好的互动	41
4.2.2.5 服务融合与联动力不强	42
4.2.2.6 服务栏目设置细化不够	42
4.3 塔里木大学图书馆微信公众号服务存有缺陷的原因	43
4.3.1 未以用户需求为导向进行平台建设	43
4.3.2 运营管理制度不科学	43
4.3.3 运营团队的能力构成有欠缺	44
4.3.4 基于用户感知的评价反馈体系缺失	44
4.3.5 未与其他平台进行密切合作	45
第 5 章 新疆地区高校图书馆微信公众号服务优化的对策	45
5.1 明确定位, 契合“用户”需求	46
5.1.1 明确平台定位, 强化科学规划	46
5.1.1.1 完善顶层设计	46
5.1.1.2 制定长远规划	46
5.1.2 以使用者需求为导向, 精准推送服务	47
5.1.2.1 定期调研, 把握使用者需求	47
5.1.2.2 深挖微信数据, 实时掌握使用者需求	49

5.2 完善管理制度，革新服务理念	49
5.2.1 补充优化工作流程	49
5.2.2 规范日常运营管理	50
5.2.3 强化“人本”服务意识	50
5.2.4 细化服务栏目	50
5.3 加强队伍建设，激发员工动力	51
5.3.1 建设专业化运营团队	51
5.3.2 建立切实有效的绩效考评机制	51
5.4 建立基于用户感知度的评价反馈体系	52
5.4.1 责任专门部门，处理相关事务	52
5.4.2 实行第三方服务评价	52
5.4.3 吸纳使用者参与评价反馈	53
5.5 跨界融合，既合作又竞争	53
5.5.1 链接本校其他新媒体平台	53
5.5.2 共享图书馆领域资源	54
5.5.3 借助专业公司，实现技术升级	54
5.5.4 定期组织服务质量评比	55
参考文献	56
附录一	60
附录二	64
附录三	65

基于高校图书馆微信公众号服务优化研究 ——以塔里木大学图书馆为例

关键词：高校图书馆；微信公众号；服务；优化

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

2019年9月9日，在中国现代图书馆事业走过110年历程之际，中共中央总书记、国家主席习近平致信国家图书馆8位老专家，充分肯定老专家们对图书馆事业“传承文明、服务社会”初心的坚守，肯定了中国图书馆在传承中华文明、提高国民素质、推动经济社会发展方面的积极作用，并对中国图书馆事业的未来发展提出了殷切期望，希望图书馆能够坚定正确的政治方向、推动全民阅读，更好满足人民精神文化需求，为建设社会主义文化强国再立新功。^[1]习近平总书记的这一回信为中国图书馆事业的发展提出了战略指导与行动指南。面对信息化浪潮的冲击及社会的发展，我国的各级各类图书馆都应该以用户需求为依据，与社交媒体、互联网、人工智能、5G网络等进行有机的跨界合作与创新服务，为读者及使用者提供更加高效、优质的服务。其中，微信公众号是一个值得重视和开发的重要平台。

高校图书馆作为我国图书馆大家庭中的重要一员，主要服务对象是广大师生。为顺应互联网发展的时代要求，新疆各大高校图书馆纷纷建立起自己的微信公众号，并尝试从各个方面对微信公众号资源进行维护与再开发，希望能以微信作为着力点，提升自身服务品质，能提供更契合用户需求的服务。但不少高校图书馆微信公众号存在着各自为政的现象，未能有效地进行多平台融合与共享，也未能充分挖掘微信公众号的社会属性功能，对平台的深度开发不够，最终导致已有用户大量流失。因此，有必要对新疆高校图书馆微信公众平台的运行现状及存在问题展开研究，在此基础上提出服务优化的对策。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

习近平总书记的回信为包括高校图书馆在内的我国图书馆事业的发展指明了方向。高校图书馆是高等院校的文献信息中心，是电子资源的重要站点，也是社会精神文明建设的核心阵地。

高校图书馆微信公众号是高校图书馆自身软实力的重要展示窗口，可以据此检验高等院校图书馆信息化、数字化、智慧化建设的现状。对其服务优化问题展开研究，不仅可以助力图书馆与高校之间的协同发展，还可以发现高校图书馆微信公众平台自身推送服务过程中存在的问题，然后以相关问题为切入点，采取改进措施，推动高校图书馆微信推送服务的提质增效。

对高校图书馆微信公众号而言，研究服务优化问题，可以推动彼此之间的学习和交流，取长补短，既能为已在运营中的高校图书馆微信公众号提供优化对策与思路，又能为其他高校建立类似社交平台提供设计思路及可操作的经验，推动高校图书馆微信公众平台服务平台的良性发展。

1.2.2 研究意义

对高校图书馆微信公众平台优化问题开展研究，有助于推动高校图书馆借力信息技术成果提升服务能力和水平，为高校师生提供更优质的服务，为教学科研工作提供更大帮助力。同时，有利于实现高校图书馆与社会公众的互联互通，充分发挥高校图书馆的信息中心、知识宝库作用，让有限的资源更好地服务于社会。

1.3 国内外研究综述

1.3.1 国外研究综述

由于美国和英国等发达国家比较流行 Facebook、Twitter 等社交平台，因此，西方学者对高校图书馆微信公众号应用的研究较少。国外的相关研究主要体现在以下三个方面。

1.3.1.1 关于高校图书馆馆员对社交媒体认知及运用状况的研究

Charnigo L 等对高校图书馆馆员作了有关社交媒体认知及运用状况的调查, 结果发现尽管大多数工作人员对 Facebook 等社交媒体的实用性表示认可, 但他们仍旧犹豫不决, 这是因为, 他们认为不需要掌握本职范围以外的社交技能, 且用户参与的热程度也有限。^[2]也有学者去调研社交媒体在各高校的普及情况、认知情况及偏好情况, 结果发现大多数高校图书馆已经将社交媒体纳入其服务体系中, 馆员们对 Facebook 和 Twitter 的认知度比较高, 也更愿意使用这两种社交媒体来促进图书馆服务。他们承认图书馆使用社交媒体开展服务有益于图书馆的发展, 但存在着不少的挑战。^[3]Omeluzor S U 等研究认为, 缺乏培训、恐惧心理、观念落后等是高校图书馆馆员采用 Web 2.0 的主要障碍。因此, 高校图书馆应通过转变观念、扩大人才队伍、展开培训、建立评估机制来应对观念陈旧、人员不足、技能落后、反馈效果不佳等挑战, 利用社交媒体平台将相关专业知识的精准地传达给读者, 满足读者的阅读需求, 与读者建立更加灵活的关系。^[4]

1.3.1.2 关于高校图书馆社交媒体用户需求的研究

高校图书馆社交媒体服务对象的状况是国外学者研究的重点。2004 年 2 月, Facebook 开始走入大众视野, 许多学者基于工作需要, 通过 Facebook 向用户发送消息与推送服务, 结果却不尽如人意。Scott Koerwer 就认为, 倘若 Facebook 采取不正确的宣传手段, 那么高校图书馆运用社交媒体提供服务就是激进冒险的。^[5]Tang 对大学生进行调查, 发现距离远的学生更喜欢学校图书馆提供远程服务。^[6]Conell 与 Howard 等学者作进一步调查发现, 大多数人愿意选择 Facebook 与高校图书馆进行互动, 但也有一部分用户认为图书馆会通过这些软件侵犯个人隐私, 因此建议图书馆馆员在实施在线社交媒体服务时要做好用户隐私保护工作。^{[7][8]}Grimmelmann 认为, 图书馆有义务通过制定预案与惩处措施来应对某些用户通过图书馆社交平台发布一些虚假、敏感的消息。随着社交媒体在高校图书馆的广泛运用, 外国学者开始将研究视点转移到用户的信息行为上。Al-Daihani 认为, 触发用户使用社交媒体的因素分别是社交网络、心理驱动、

娱乐消遣、自我介绍、技能学习。其中，行为主观意图为首要因素，感知趣味次之，其他因素还包括感知易用性与感知有用性。Chatten 则认为，维护良好的社交媒体双向渠道，不仅可以提升高校图书馆的形象，而且可以帮助与不同的利益相关者建立良好的关系。

1.3.1.3 关于高校图书馆社交媒体服务主题的研究

Chu 等研究发现，大学图书馆社交媒体服务的主题，依次分别是信息、营销和宣传、查询服务、馆员天地。^[9]Harrison 调查发现，高校图书馆社交媒体的服务主题有了更加细致的划分，分成了展品、事件、在线管理、图书馆天地、设施空间、大学社区、情绪服务等部分，目的在于提高用户的参与度。^[10]同时，也有学者发现，用户更加乐意从高校图书馆的社交媒体平台上看到关于图书馆的新资讯、服务速递、学习事件、课程信息等方面的内容，而不太乐意看到大量的商业信息、广告营销信息。Al-Daihani 通过建立推文分类框架分析指出，高校图书馆社交媒体板块依次是新闻公告、图书馆馆藏导引、图书馆服务事务。Al-Daihani 等还通过对社交媒体上用户回复帖子的内容进行文本分析、数据挖掘、语义分析等发现，推文语言风格的多样性、推文手段的多样化都能增加用户阅读的兴趣。如果高校图书馆的管理者能够深入挖掘社交媒体的文本信息，就能更加真实、有效地了解用户的需求。^[11]Reham Ali Alsuhaibani 将公共图书馆与高校图书馆的推文帖子、回复次数、转发次数进行比较后发现，推文的侧重点与图书馆的性质、用户、任务的多样性有关，而推文的数量则与用户的参与度有直接的关系。综上所述，外国学者对高校图书馆社交媒体的研究涉及高校图书馆的运营与管理水平、用户使用体验、服务内容、服务技术、使用意愿等方面，研究比较深入细致，提出了一些颇具说服力的观点及结论，研究方法则以实证调查、统计分析为主，这些都可为国内的相关研究提供参考。

1.3.2 国内研究综述

本人以中国知网期刊库收录的期刊作为文献来源，构建了主题为“高校图书馆 AND 微信服务”或者“大学图书馆 AND 微信服务”的高级检索模式，文献时间跨度为 2013—2023 年，检索到文献 2618 篇，通过筛选和剔除 600 条文献后，有

效文献为 2018 篇。运用 Excel 统计软得出样本文献 2013-2023 年的发文情况(见图 1-1 所示),发现我国学者有关高校图书馆微信公众号的研究可分为三个阶段:2013-2015 年是蓬勃发展阶段,2016-2018 年是平稳增长阶段,2019-2023 年是匀速放缓阶段。



图 1-1 高校图书馆微信公众号相关论文发表趋势图

为能够更加客观、综合、立体化地反映我国学术界关于高校图书馆微信公众号研究的主题及热点情况,笔者利用 Vosviewer 软件,对上述文献进行了可视化分析,整理得到了 2013-2023 年我国高校图书馆社交媒体在高频关键词聚类图谱上的基本情况(见图 1-2 所示)。

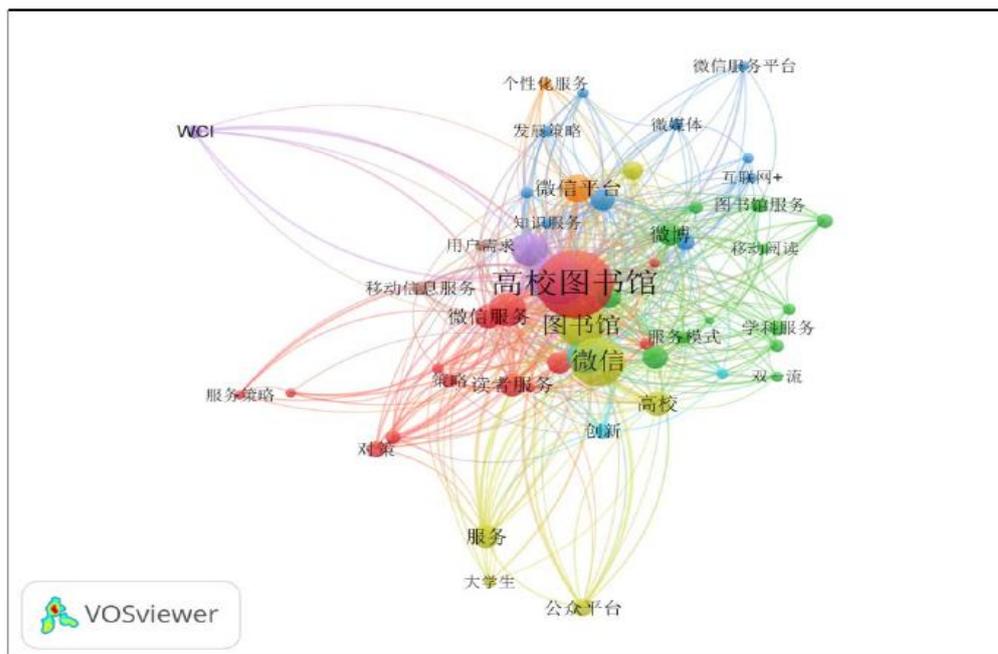


图 1-2 高校图书馆微信公众号在高频关键词聚类图谱上的情况

我国学者有关高校图书馆微信公众号问题的研究主要聚焦在以下五个方面：

1.3.2.1 关于高校图书馆微信公众号建设现状的研究

有些国内学者首先将高校图书馆微信公众号分为区域型、标签型、案例型三种类型，然后再进行比较研究。黄浩波率先对“211”高校图书馆的微信服务现状展开调研，发现尽管众多高校图书馆开通了微信公众号，但一些服务功能未被开发，用户的积极性也未被充分调动。^[12]赵玉明等著文指出，要使高校图书馆微信公众号发挥最大效能，必须注重平台建设工作、规范平台运营管理机制、优化平台服务功能与内容、加强平台的宣传与推广。^[13]刘子辉、刘玉梅等以公众号的基础建设与功能设置为研究切入点，指出我国重点高校图书馆微信公众号存在组织架构相似、服务项目雷同、服务关联度不强、小程序开发率低等问题。^{[14][15]}刘薇认为，我国高校图书馆微信公众号应从更新服务理念、整合推送资源、增设特色服务、增强平台交互性等方面着手进行改革。^[16]司姣姣认为，高校图书馆若想要建立微信公众号品牌，必须依托自身特色资源开展服务，实现图书馆服务与微服务的有机融合。^[17]吕美霞对我国高校图书馆微信公众号与微博的应用情况进行了比较研究，指出微信微博两大社交媒体各有自身特点和优势，要合理分工定位，相互合作。^[18]李佳玉在对我国与美国高校图书馆的社交媒体服务进行比较后指出，我国高校图书馆的社交媒体需持续优化推送服务、升级平台集成服务。^[19]

1.3.2.2 关于高校图书馆微信公众号服存在问题及改进措施的研究

目前，我国高校图书馆已基本实现了图书馆基础服务与微信公众平台的对接，但在满足读者的个性化需求方面仍有较大的差距。因此，刘倩美主张高校图书馆首先应建立一个阅读推广服务平台。^[20]何雨蓉则认为，应利用新媒体技术建立去中心化的读者定制化智能阅读平台，开发与高等教育紧密衔接的初读、精读、研读一体化阅读模式。^[21]王宝英等从静态型阅读推广资源出发进行分析，指出目前高校图书馆微信公众号静态推送较少，需在运营管理、推送手段、特色栏目设

置、人员招募、切合读者用语方面进行改进。^[22]唐曦研究发现,在微信荐购服务方面,存在着资源种类不多、功能单一、操作繁琐等问题,需通过纸电联合、批量荐购、分组管理完善微信荐购系统,并依托现有资源,构建书目数据中心。^[23]李玥认为,我国高校图书馆微信公众平台在学科服务领域的运用不够充分,为提供优质线上学科服务,应注重信息发布、信息咨询、表单处理、在线学习四个模块的服务创新。^[24]李剑等提出,应采用“微信+学科主页”模式,取长补短,实现高校图书馆微信公众号平台学科服务价值的最大化。^[25]黄鹏和穆卫国分别对高校图书馆微信公众号在新冠疫情期间的信息发布情作了实际调研,提出高校图书馆应提升应急管理能力和强化在线保障力度、拓展线上服务内容。^{[26][27]}孙秀菊等认为,高校图书馆应承担起社区文化传播的重担,需将社区资讯、社区教育、社区文化等纳入到自身的微信平台服务体系中去。^[28]

1.3.2.3 关于高校图书馆微信公众号用户需求状况的研究

高校师生作为高校图书馆微信公众平台的主要受众,他们对于平台的认可度、忠诚度、满意度对高校图书馆微信公众号的发展至关重要。一些学者以用户的使用意愿为基础,主张通过引入用户接受行为模型^[29]、期望确认模型^[30]、技术接受模型^[31]、用户满意度模型^{[32][33]}、用户信息行为模型^[34]来强化高校图书馆微信公众号平台用户的持续使用率。赵乃瑄与曹鹏认为,可以从信息质量、系统质量、感知价值、正向情感因素及用户满意度五个维度考虑提升用户的持续使用意愿。^[35]此外,也有学者从反向视角出发,对高校图书馆微信公众号用户流失现象进行研究。郭顺利等运用S-O-R理论构建起用户流失行为分析模型,认为“未达用户预期”和“替代吸引力大”是造成用户流失的直接原因。^[36]石婷婷则认为,高校图书馆微信公众号用户产生倦怠的最主要原因是信息过载及隐私保护的缺失。^[37]冯龄萱等指出,高校图书馆微信公众平台的系统质量及技术层面的因素,对用户负面情感的产生具有显著影响。^[38]此外,霍艳花运用信息生态理论对高校图书馆微信公众号使用者的行为特征开展研究,认为微信信息、微信信息环境、微信信息技术、微信用户的信息等都具有正向的影响作用,高校图书馆微信平台之间需形成一个巨大的互动共享平台,而技术保障是一切互动共享行为的基础。^[39]钱蔚蔚等采用用户体验量化实验研究法,通过设置三个变量(即任务完成情况、耗费

时间、迷失程度)来获取用户在使用高校图书馆社交媒体平台时对信息内容、信息组织、信息导航的感知情况,从而为后续优化高校图书馆微信平台、构建完善的信息服务系统打下基础。^[40]

1.3.2.4 关于高校图书馆微信公众号传播效果的研究

相薨薨等依据拉斯韦尔所提出的信息传播五“5W”模式展开研究,认为信息的“二次传播”对信息传播效果影响较大,因此,高校图书馆微信公众平台应通过有效的内部激励制度来提高员工的工作动力,同时应通过提供契合用户需求的奖励来鼓励忠实用户发展新粉丝以及转发、分享图书馆的服务信息。^[41]郭顺利等从微信平台的特征、用户、服务方式及内容、传播效果4个维度,结合WCI指数,选取17项指标,建立了一个高校图书馆微信公众号传播评价体系。^[42]王宗水等构建了一个高校图书馆微信服务项目的共现网络,然后将WCI指数与服务内容进行匹配,通过计算得出了如下结论:信息快递服务对信息传播影响力的影响最大,而资源检索服务、用户信息服务、其他类服务和互动咨询服务的影响较小。^[43]张文珏与田世霞通过对高校图书馆与公共图书馆在用户黏性、WCI指数、用户活跃度等方面的比较分析,提出高校图书馆应在吸纳新粉丝、提升推文度、打造专业团队等方面采取措施来提高微信公众号的传播力。^[44]

1.3.2.5 关于高校图书馆微信公众号小程序运用的研究

微信小程序是一种不需要下载安装即可使用的的应用,它实现了应用“触手可及”的梦想^[45],因此,也被称为指尖APP,因其具有即点即用的特性而深受用户喜爱。高校图书馆作为信息文献的提供者,为了给用户提供更加个性化、智能化、便捷化的信息服务,应该大力开发微信小程序。严栋调查发现,我国现有高校图书馆、公共图书馆6100余座,但仅有19家图书馆开通了微信小程序,占总数的0.31%,开通比率低。他认为高校图书馆应该以微信小程序为创新服务的突破口,大力开发微信小程序。^[46]王天泥认为,小程序的“即走即用”特性与图书馆的主动服务理念不谋而合,图书馆可以利用微信小程序开展图书查询、图书借阅、信息咨询、入馆攻略、我的书架等服务。^[47]董颖指出,微信小程序是高校图书馆开展个性化服务的催化剂,是树立图书馆品牌的强力推手,应不断以本馆的办馆理

念为基础，依托本馆的资源特色，以先进技术为支撑，以不同应用场景的使用体验、功能模块及应用特点为基础，开发出独树一帜、用户青睐、趣味盎然、服务精准的小程序。^[48]综上所述，国内学者对高校图书馆微信公众号问题的研究，主要是从技术及传播学角度出发对其传播特点、渠道、效果、受众、影响因素等开展在此基础上再提出改进的对策，较具针对性，但流于一般，易给人技术工具论之感，而从公共管理视角出发作相关研究的成果极少。这样，就为本文的写作提供了空间。

1.4 研究方法和研究思路

1.4.1 研究方法

1.4.1.1 文献研究法

确定论文研究对象及研究目的之后，为充分了解高校图书馆微信公众号服务的研究现状，笔者首先搜集了新疆各高校图书馆 2022-2023 年度的数据报告，了解各大高校图书馆微信公众号的服务现状；其次是阅读相关纸质图书资源，获取相关的理论知识；再次，通过搜索中国知网等电子数据库，了解掌握国内外相关研究动态；最后，经过对相关文献资料的筛选、整理、分析，形成论文写作的大致思路。

1.4.1.2 案例分析法

塔里木大学高校图书馆微信公众号在新疆各高校中颇具代表性，以其为案例作典型剖析，可以清楚地发现新疆高校图书馆微信公众号服务已取得的成果及尚存在的不足，并找出存在问题的原因，为切实改进新疆高校图书馆的微信公众号服务提供参考。

1.4.1.3 问卷调查法

为了获取受众对塔里木大学图书馆微信公众号平台服务的感受及评价，笔者

通过“问卷星”网络问卷设计平台设计了名为《塔里木大学图书馆微信公众号服务情况调查》的问卷，通过微信朋友圈、QQ 社交平台等渠道向塔里木大学的师生员工发放了 600 份调查问卷，然后利用 SPSS 分析软件及 Excel 统计软件对回收的有效问卷进行统计分析，为论文写作积累基本素材。

1.4.1.4 访谈法

为进一步获取塔里木大学师生员工对图书馆微信公众号使用的感受，笔者以微信公众号的运营团队及受众者为访谈对象，围绕推送内容、推送效果、推送手段、团队建设等方面开展了访谈，了解服务提供者面临的困难及服务接受者的需求，为后续提出高校图书馆微信公众号服务优化对策提供参考依据。

1.4.2 研究思路

论文从以下五个方面展开了分析和阐述：

第一部分，绪论。介绍研究背景、研究意义、国内外研究现状、研究思路、研究方法、论文创新之处及存在的不足。

第二部分，核心概念界定及相关理论概述。对高校图书馆微信公众号服务等概念进行界定，并介绍新公共管理理论及受众理论的基本内容，阐述上述理论对优化高校图书馆微信公众号服务的启示。

第三部分，新疆高校图书馆微信公众号运行的现状。主要介绍新疆高校图书馆微信公众号运行的基本情况及取得的成效。

第四部分，塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的问题及原因分析。首先对塔里木大学图书馆微信公众号的基本情况做了介绍；然后，从受众角度出发分析了塔里木大学图书馆微信公众号在服务过程中存在的问题，剖析了塔里木大学图书馆微信公众号服务存在问题的原因。

第五部分，新疆高校图书馆微信公众号服务优化的对策。从五个方面提出了新疆市高校图书馆微信公众号服务优化的建议。

第 2 章 核心概念界定及相关理论概述

2.1 相关概念界定

2.1.1 微信公众号的含义

2010 年腾讯公司开始着手微信的开发，标志着向即时通讯领域进军。2011 年 1 月 21 日，移动端（i Phone1.0 测试版）微信 APP 率先发布，该版本在新建联系人时，用户需以 QQ 号为媒介，导入联系人的相关信息。该版本仅支持即时通讯、自定义头像、分享照片等简单功能，亦被称为简易版的“QQ”。后来，微信 APP 相继推出了 Anroid7.0.21 版、i OS7.0.18 版、Mac2.5.0 版等众多版本，功能也日益智能化、个性化、即时化，如增加了传送文件视频聊天、微信接龙、微信支付等必不可少的功能。作为微信的附加功能模块，微信公众平台于 2012 年应运而生。该平台是基于互联网、移动社交网、移动智能终端所搭建起来的集网络信息资源、交流、共享、共建的新媒体平台。由于该平台注册便捷、推送时效快、用户交互性强等特点，目前已成为政府机构、高等院校、文博单位、公益机构、企业，个人等在信息发布、宣传推广、互动交流时的首选利器。

按照功能微信公众平台如今有服务号、订阅号、企业微信、小程序四种服务模式，它们的区别如下表所示。

表 2-1 微信公众平台四种服务模式的区别

账号类型	服务号	订阅号	企业微信	小程序
账号运营主体	服务机构	政府机构、事业单位、个人	企业	大多数为订阅号运营者
账号关注群体	普通民众	普通民众	企业客户	关注服务号、订阅号的群体
账号服务内容	咨询服务、服务交互	咨询服务、在线业务办理、宣传推广	公司内部使用、客户联系	服务查询、知识普及、宣传推广
消息获取位置	好友列表搜索	订阅号列表	好友列表搜索	订阅号列表（嵌入到服务号）、好友列表搜索（未嵌入到服务号）
账号关注方式	直接关注	直接关注	企业认证	账号认证（嵌入到服务号）、直接关注（未嵌入到服务号）
群发消息限制数	4 条/月	1 条/天	企业加密	/

订阅号收录在订阅号信息列表中，订阅者在列表中选择所需订阅号后，即可

获取该订阅号相关的信息，并依据不同的账号权限订购所需的在线服务。服务号直接出现在微信聊天列表中，订阅者可直接在列表中搜索，即可获得衣食住行等方面的资讯信息。

企业微信为原来的企业号，主要针对企业用户打造的一款集行程安排、会议管理、文档编辑的高效办公融合工具。

小程序是一种近年来新开放的能力，大多数小程序会直接嵌入到服务号中，为用户带来更加方便快捷的服务。

总之，所谓微信公众号是指开发者或商家在微信公众平台上申请的应用账号，是一种主流的线上线下微信互动营销方式，透过公众号，用户可在微信平台上实现同特定群体的文字、图片、语音、视频的全方位沟通与互动。

2.1.2 高校图书馆的含义

2015 年教育部颁布的《普通高等学校图书馆规程（修订）》指出，高校图书馆是高等学校的信息资源中心，是为人才培养和科学研究服务的学术性机构。^[49]因此，如今的高校图书馆服务已经不是传统意义上“一借一还”的图书借阅之地，图书馆馆员也不再是众人印象中“报纸一张，清茶一杯，椅子一把”的工作状态，而是以用户使用需求为导向，通过完善自身资源建设体系、组织与管理文化体系、教育与培养体系，变被动服务为主动服务，引导本校用户深入开展学习与研究工作。同时，依托高校优质资源，推动全民阅读活动，致力于建设文化强国。

2.1.3 高校图书馆微信公众号服务的含义

高校图书馆微信公众号服务，是指高等院校图书馆凭借所注册的官方微信公众号账号，利用文字、图片、视频、语音等传播手段，向用户提供的不受地域、时间约束的具有互动化、即时化、个性化的服务，具体包括用户借阅信息查询、馆藏书目查询、公告通知、空间预约、读者荐购、活动速递、用户交流、小程序服务等方面。由于各高校办学风格不同、学科侧重点不同，使得各高校图书馆的微信公众号服务内容存在一定的差异，但咨询传播、宣传推广、读者服务是共同的基本服务。

2.2 理论基础

2.2.1 新公共管理理论的基本内容

韦伯的层级官僚制理论认为,官僚制的主要特征是层级化、效率化、专业化、法理化的象征,因而理想型的官僚组织在稳定性、效率性、精确性、理性等方面比其他组织要优越,能保证整体组织的稳定良好发展,适应当时的经济、技术、社会发展,并迎合了那时的资本主义主流价值观。然而,该理论过于强调层级节制,易导致员工被动参与;同时,会造成组织机构规模庞大,消耗资源过多,行动迟缓,效率低下。

进入 20 世纪 80 年代,全球化、信息化浪潮的冲击及技术的变革创新,使建立在传统官僚体制基础之上的公共管理模式已变得不合时宜,公共资源供求不平衡,公共资源严重浪费,政府公共财政不堪重负。在这样的背景下,新公共管理理论应运而生。

新公共管理理论将经济学理论和私营部门管理理论作为其理论基础,因而可以看作是现代管理方法与经济学理论的融合。该理论的基本观点有以下几个方面。

2.2.1.1 建立“顾客”驱动制度

新公共管理理论重新定义了政府与公民之间的关系,同时对政府职能进行了重新的界定,主张政府应该以“顾客”驱动为导向,以增强“顾客”的使用满意度。传统的政府服务供给是由上而下的单向给予模式,政府下达指令后,政府工作人员按章办事,强制执行服务,“顾客”不得不被动接受服务。新公共管理理论提倡双向服务模式,即建立“顾客”驱动制度。

正如奥斯本和盖布勒在《改革政府——企业精神如何改革者公营部门》一书中所概括的,受“顾客”驱动政府组织,应尽力满足“顾客”的需求而不是官僚组织本身的需求;政府机构在提供服务时,要视人民为“顾客”,充分尊崇“顾客”的主权;政府机构应向民众提供回应性的服务,通过“顾客”介入保证公共服务的供给机制符合民众的的偏好。^[50]

2.2.1.2 政府的职能是“掌舵”而非“划桨”

新公共管理理论认为，政府在公共行政中的角色应该是“掌舵”而不是“划桨”。换言之，政府的职能主要是负责制定政策而不是实施政策。传统政府为何效率低下，一个重要原因就是忙于划桨而忘了掌舵，做了许多不该做、做不了、做不好的事。有鉴于此，要重塑市场，让政府和市场各自充分发挥作用。

2.2.1.3 重视效率追求

新公共管理理论认为，追求效率应当是公共行政的出发点和落脚点。为此，要放松过于严格的行政管制，改而实行绩效目标控制，在明确组织及个人具体目标的基础上进行绩效评估考核；要广泛采用私营企业行之有效的管理方法和手段，如重视人力资源管理和全面质量管理。

2.2.1.4 引入竞争机制

新公共管理理论认为，过去，尽管民众在面对政府的公共服务时，会因为其服务手段单一、服务内容一成不变、服务费用高昂而抱怨，究其缘由，不外乎政府职能机构垄断了该项服务，使得民众只能为该服务买单。基于此，新公共管理理论主张引入“竞争机制”，让提供服务的机构之间进行竞争。将私营企业作为竞争者，促使相关政府职能部门对自身业务进行细致的梳理，制定出新的服务方案供大众选择，推动公共服务良性发展。

2.2.1.5 重视结果与产出

新公共管理理论提出政府也应重视管理活动的结果与产出，提倡建立以结果和效率为导向、以顾客驱动为导向的绩效管理制度，对政府的开支实行严格把控、分权管理，对政府各类预算进行制约并核查、对产出结果实行严密的测量及评价，对政府的支出与产出进行全面的监督管理。

2.2.1.6 推行社会合作

新公共管理理论认为，公共服务也可以通过外包、私营化、合同制、私营化等市场化的途径来提供。为此，政府应与社会组织、社会团体、企业进行合作，引进、吸纳、配置、转换对方的优质资源，实现公共服务提供主体的多元化、服务项目设置的合理化、服务品质的优质化、并降低服务投入的成本，实现合作共赢、合作共治。

2.2.2 分众理论的基本内容

作为传播学领域的一个理论，分众理论认为，分众指的是受众并非是同质的孤立个人的集合，而是具备了社会多样性的人群。该理论的基本观点有：第一，社会机构具有多样性特征，它是多元利益的一个复合体；第二，社会成员分属于不同的社会群体，因而其态度和行为会受所在群体属性的制约；第三，分属于不同社会群体的受众个人，对大众传播有着不同的需求和反应；第四，在大众传播面前，受众并不是完全被动地存在，他们在媒体接触、内容选择、接触和理解上有着某种自主性和能动性。

2.2.3 上述理论对高校图书馆微信公众号服务工作的启示

尽管高校图书馆不是政府部门，但毕竟也是具有很强公共性的机构，因此，新公共管理理论的基本要义也大致能契合。总体而言，上述两个理论可对高校图书馆微信公众号服务工作提供以下启示。

2.2.2.1 高校图书馆微信公众号应以满足读者和使用者需要作为目标

新公共管理理论主张政府应以顾客驱动为导向实行各类服务，高校图书馆微信公众号必须坚持以满足读者和使用者需要为工作中心，贴近教学、贴近科研、贴近生活。当代大学生群体个性鲜明，乐于探索新事物，他们在日常生活中经常使用微信、微博、抖音、知乎等新媒体软件，只要滑动屏幕，就能足不出户了解

周围的动态。因此，他们对高校图书馆微信公众号服务的需求越来越多样化、具体化，对接他们的需求拓展相应的服务功能是优化当前高校图书馆微信服务的重要举措。教师虽然家中都有网络，但有些电子数据资源自身无力购买，且对一些研究领域的动态了解掌握不全面与及时，在此情况下，高校图书馆应发挥在文献信息挖掘、检索、组织、整合方面的优势，努力推送更具广度、深度和精度的前沿讯息，提供更具层次化、学科化、原创化的微信服务，为高校教学、科研工作提供便利。

2.2.2.2 高校图书馆微信公众号应注重工作效率及工作创新

新公共管理理论认为，公共行政和公共服务必须追求效率。借助新媒体平台实现高校图书馆在线服务高质量、高效率发展是当前高校打造智慧图书馆的重要举措。在“新媒体+图书馆”建设日益升温的背景下，随着微信影响力的日益提升以及高校师生在短时间内迅速获取教学科研、校园图书、文化活动等方面信息需求的提高，高校图书馆微信公众号必须突破层级限制、打破部门隔阂、优化工作流程，以实现工作效率的最大化。同时，在工作中应力求创新，解放思想，树立融媒体观念，在内容策划上出新制胜，在传播形式上打造新媒体矩阵，在管理上创建张弛有度的团队文化。通过不断实践和研究，探索出一套适合高校图书馆微信公众号服务对象需求的高效方法。

2.2.2.3 高校图书馆微信公众号服务应以用户使用感受度作为工作的评判依据

新公共管理理论主张公共管理活动应以结果为导向。高校图书馆微信公众号服务工作做得好不好，同样应由服务对象说了算。因此，高校图书馆微信公众号运营团队应每年定期向服务对象作感受度调查，广泛深入地了解图书馆微信公众号的服务哪些方面做得较好，哪些方面有待于加强，哪些方面尚未顾及。在此基础上，不断改进服务内容和途径，充分发挥微信技术简单易用、反馈精准及时、功能实用贴合、内容生动有趣等特长，培养和提高用户的心里归属感和黏性。同时，要对微信公众号运营团队进行严格的工作绩效考核，在此基础上，通过有

效的激励机制，来充分调动与挖掘团队成员的潜力与主观能动性，从而提升整个运营团队的工作效能，推动高校图书馆微信公众号服务持续健康地向前发展。

2.2.2.4 高校图书馆微信公众号应强化与校外资源的协作

新公共管理理论提倡政府在提供公共服务中应与社会组织、社会团体、企业等的合作。高校图书馆微信公众号要做好服务工作，也应当树立正确的市场理念，通过吸纳校外资源的参与，实现微信公众号的市场化供给。高校图书馆只需在用户需求调查的基础上对微信公众号建设提出总体性需求，而将平台维护、小程序开发、微信设计等外包给专营于信息平台维护、新媒体平台编辑与美化、信息软件开发等的专业公司，并加强信息反馈和监督。同时，高校图书馆要加强与本地科技馆、博物馆、美术馆等专业馆的合作，在文献资源与科普活动宣传方面实现互通共享。

此外，应加强与本地大型综合图书馆及其他高校、科研院所图书馆微信公众号的互联互通，既相互学习借鉴，又资源共享，使用户能切实感受到登录一个APP 便知天下事的极大便利。

2.2.2.5 高校图书馆微信公众号应根据使用者的需求适度进行细化服务

分众理论认为，分属于不同社会群体和受众个人，对大众传播有着不同的需求。而且，在大众传播面前，受众有一定的自主性和能动性。就高校图书馆微信公众号来说，其使用者首先有学生和教师、研究人行政人员，其次有学科领域的区别。所以高校图书馆微信公众号服务应在满足所有使用者共同需求的基础上，将工作重点放在吸粉服务内容上，这样才能使使用者切实感受到它的价值。当然，高校图书馆微信公众号运营团队不是想当然地在哪里设计服务内容，而是要对受众需求作广泛深入的调研，尤其要把使用者的反馈意见及时吸纳进改革方案中去。唯有如此，高校图书馆微信公众号才会有强大的生命力。

第 3 章 新疆高校图书馆微信公众号运行的现状

笔者通过查阅近年的教育部高校图书馆事实数据库、“清博大数据”，“微信爬虫数据”等，并进行分析统计，对新疆高等院校图书馆微信公众号近三年的运行现状与建设成效有了一个基本的了解。

3.1 新疆高校图书馆微信公众号的基本情况

3.1.1 新疆高校图书馆微信公众号基本情况介绍

依据国家教育部 2023 年 6 月 19 日公布的《2023 年全国高等学校名单》，截至 2020 年 6 月 15 日，新疆一共有 62 所高校。其中，公办本科高校有 17 所，民办本科高校有 2 所，专科院校有 43 所。本文即以新疆这 62 所高校的图书馆微信公众号为调查对象。

3.1.1.1 新疆高校图书馆微信公众号开通及认证情况

2024 年 3 月 15 日至 3 月 20 日，笔者通过“清博大数据”官网对上述 62 所新疆高校的图书馆微信公众号进行了搜索，结果发现：在 62 所高校中，开通校图书馆官方微信公众订阅号、服务号的有 12 所，占总调查样本的 19.4%，具体情况如表 3-1 所示。

表 3-1 新疆高校图书馆微信公众号开通及认证情况

序号	微信号	公众号名称	账号主体单位	主体单位教育层次	开通情况（是/否）	主体认证情况
1	gh_193e1e e2ddec	新疆大学图书馆	新疆大学	本科	是	已认证
2	t1mdxlib	塔里木大学图书馆	塔里木大学	本科	是	已认证

基于高校图书馆微信公众号服务优化研究—以塔里木大学图书馆为例

3	xjaulibrary	新疆农业大学图书馆	新疆农业大学	本科	是	已认证
4	shzdxtsg	石河子大学图书馆	石河子大学	本科	是	已认证
5	xjmulib	新疆医科大学图书馆	新疆医科大学	本科	是	已认证
6	xjnulibrary	新疆师范大学图书馆	新疆师范大学	本科	是	已认证
7	kstclib	喀什大学图书馆	喀什大学	本科	是	已认证
8	ylu_library	伊犁师范大学图书馆	伊犁师范大学	本科	是	未认证
9	gh_ff0e9919f8bf	新疆财经大学图书馆	新疆财经大学	本科	是	已认证
10	/	新疆艺术学院图书馆	新疆艺术学院	本科	否	/
11	xjgcxytsg	新疆工程学院图书馆	新疆工程学院	本科	是	已认证
12	cjuniversitylibrary	昌吉学院图书馆	昌吉学院	本科	是	已认证
13	/	新疆警察学院图书馆	新疆警察学院	本科	否	/
14	/	新疆理工学院图书馆	新疆理工学院	本科	否	/
15	/	新疆农业大学科学技术学院图书馆	新疆农业大学科学技术学院	本科	否	/
16	/	新疆第二医学院图书馆	新疆第二医学院	本科	否	/
17	xjkjxytsg	新疆科技学院图书馆	新疆科技学院	本科	是	未认证
18	/	新疆政法学院图书馆	新疆政法学院	本科	否	/
19	/	新疆天山职业技术大学图书馆	新疆天山职业技术大学	本科	否	/

20	/	和田师范专科学校图书馆	和田师范专科学校	专科	否	/
21	/	新疆农业职业技术学院图书馆	新疆农业职业技术学院	专科	否	/
22	/	乌鲁木齐职业大学图书馆	乌鲁木齐职业大学	专科	否	/
23	/	新疆维吾尔医学专科学校图书馆	新疆维吾尔医学专科学校	专科	否	/
24	/	克拉玛依职业技术学院图书馆	克拉玛依职业技术学院	专科	否	/
25	/	新疆机电职业技术学院图书馆	新疆机电职业技术学院	专科	否	/
26	/	新疆轻工职业技术学院图书馆	新疆轻工职业技术学院	专科	否	/
27	/	新疆能源职业技术学院图书馆	新疆能源职业技术学院	专科	否	/
28	/	昌吉职业技术学院图书馆	昌吉职业技术学院	专科	否	/
29	/	伊犁职业技术学院图书馆	伊犁职业技术学院	专科	否	/
30	/	阿克苏职业技术学院图书馆	阿克苏职业技术学院	专科	否	/
31	/	巴音郭楞职业技术学院图书馆	巴音郭楞职业技术学院	专科	否	/
32	/	新疆建设职业技术学院图书馆	新疆建设职业技术学院	专科	否	/
33	/	新疆现代职业技术学院图书馆	新疆现代职业技术学院	专科	否	/
34	/	新疆交通职业技术学院图书馆	新疆交通职业技术学院	专科	否	/

		图书馆	技术学院			
35	/	新疆石河子职业技术学院图书馆	新疆石河子职业技术学院	专科	否	/
36	/	新疆职业大学图书馆	新疆职业大学	专科	否	/
37	/	新疆体育职业技术学院图书馆	新疆体育职业技术学院	专科	否	/
38	/	新疆应用职业技术学院图书馆	新疆应用职业技术学院	专科	否	/
39	/	新疆师范高等专科学校图书馆	新疆师范高等专科学校	专科	否	/
40	/	新疆铁道职业技术学院图书馆	新疆铁道职业技术学院	专科	否	/
41	/	新疆生产建设兵团兴新职业技术学院图书馆	新疆生产建设兵团兴新职业技术学院	专科	否	/
42	/	哈密职业技术学院图书馆	哈密职业技术学院	专科	否	/
43	/	新疆科技职业技术学院图书馆	新疆科技职业技术学院	专科	否	/
44	/	吐鲁番职业技术学院图书馆	吐鲁番职业技术学院	专科	否	/
45	/	博尔塔拉职业技术学院图书馆	博尔塔拉职业技术学院	专科	否	/
46	/	和田职业技术学院图书馆	和田职业技术学院	专科	否	/
47	/	石河子工程职业技术学院图书馆	石河子工程职业技术学院	专科	否	/
48	/	喀什职业技术学院图书馆	喀什职业技术	专科	否	/

		馆	学院			
49	/	克孜勒苏职业技术学院图书馆	克孜勒苏职业技术学院	专科	否	/
50	/	新疆科信职业技术学院图书馆	新疆科信职业技术学院	专科	否	/
51	/	阿勒泰职业技术学院图书馆	阿勒泰职业技术学院	专科	否	/
52	/	塔城职业技术学院图书馆	塔城职业技术学院	专科	否	/
53	/	塔里木职业技术学院图书馆	塔里木职业技术学院	专科	否	/
54	/	新疆工业职业技术学院图书馆	新疆工业职业技术学院	专科	否	/
55	/	铁门关职业技术学院图书馆	铁门关职业技术学院	专科	否	/
56	/	新疆司法警官职业学院图书馆	新疆司法警官职业学院	专科	否	/
57	/	阿克苏工业职业技术学院图书馆	阿克苏工业职业技术学院	专科	否	/
58	/	喀什理工职业技术学院图书馆	喀什理工职业技术学院	专科	否	/
59	/	图木舒克职业技术学院图书馆	图木舒克职业技术学院	专科	否	/
60	/	可克达拉职业技术学院图书馆	可克达拉职业技术学院	专科	否	/
61	/	新星职业技术学院图书馆	新星职业技术学院	专科	否	/
62	/	昆玉职业技术学院图书馆	昆玉职业技术学院	专科	否	/

由上表可知，共有 12 所高校图书馆开通了微信公众号，新疆地区的本科教育层次高校图书馆比专科教育层次图书馆更加注重微信公众号的开通使用，19 所本科高校图书馆中除新疆艺术学院图书馆、新疆警察学院图书馆、新疆理工学院图书馆、新疆农业大学科学技术学院图书馆、新疆第二医学院图书馆、新疆政法学院图书馆、新疆天山职业技术大学图书馆共 6 所高校图书馆未开通微信公众号，伊犁师范大学图书馆和新疆科技学院图书馆只开通了公众号，但未正式认证，其中专科院校均未开通微信公众号。

3.1.1.2 新疆高校图书馆微信公众号名称及图标设置情况

首先，在 12 个开通微信公众号的高校图书馆中，公众号名称的命名方式都是以“校名全称+图书馆”作为图书馆微信公众号的中文名称，在图书馆微信公众号图标方面（见图 3-1 所示），以馆徽或校徽为微信公众号图标的高校图书馆有 1 所，以馆舍建筑为微信公众号图标的高校图书馆则有 11 所。



图 3-1 新疆高校图书馆微信公众号图标分布图

3.1.1.3 微信公众号首条问候语

首条问候方式是对首次关注该微信号用户的一种自动回复方式。目前新疆高校图书馆微信公众号问候方式有简单问候、数字导航和搜索指导三种类型类^[51]其中，简单问候为主，占 55.8%，搜索指导占 35.2%，数字导航占 8.8%。

3.1.2.2 小程序设置

3.1.2.3 用户信息反馈

对用户信息反馈的及时性与有效性,是衡量微信公众号用户交互体验的重要因素之一。目前,新疆地区高校图书馆微信公众号均提供对话框式的固定回复模式,即读者在对话框中输入特定的检索词,即可得到所需信息。笔者通过发送关键语句“预约图书”或“图书预约”,对上述 12 所高校图书馆的咨询功能进行了测试。在发送检索语句 24 小时内,6 所高校(50%)图书馆的微信公众号给予了自动回复,6 所(50%)高校图书馆未予回复。这说明,目前新疆高校图书馆微信公众号的咨询功能尚未实现全覆盖,特别是几所综合类高校图书馆的微信公众号均未开通此互动功能。此外,在已开通该项功能的高校图书馆微信公众号中,有 2 个(33.33%)公众号是直接给予回复的,使用户能快速地获取相关信息;有 4 个(66.67%)公众号给予的回复内容均“是“入馆预约”与笔者输入的关键词不一致;可见,新疆地区高校图书馆微信公众号对用户交互体验尚不够重视,对公众号的日常维护也不够细致。

3.1.2.4 发送相关推文

2023 年,新疆地区高校图书馆微信公众号共发布微信推文 1807 篇,但各高校在发文数上存在巨大差距(见图 3-3 所示)。根据统计,新疆师范大学图书馆、新疆财经大学图书馆和新疆大学图书馆的发文量位居新疆地区高校图书馆微信公众号发文量的前三位,分别为 327 篇、295 篇、270 篇,推文量最少的 3 所高校图书馆分别是喀什大学图书馆(85 篇)、新疆科技大学图书馆(79 篇)、伊犁师范大学图书馆(65 篇)。

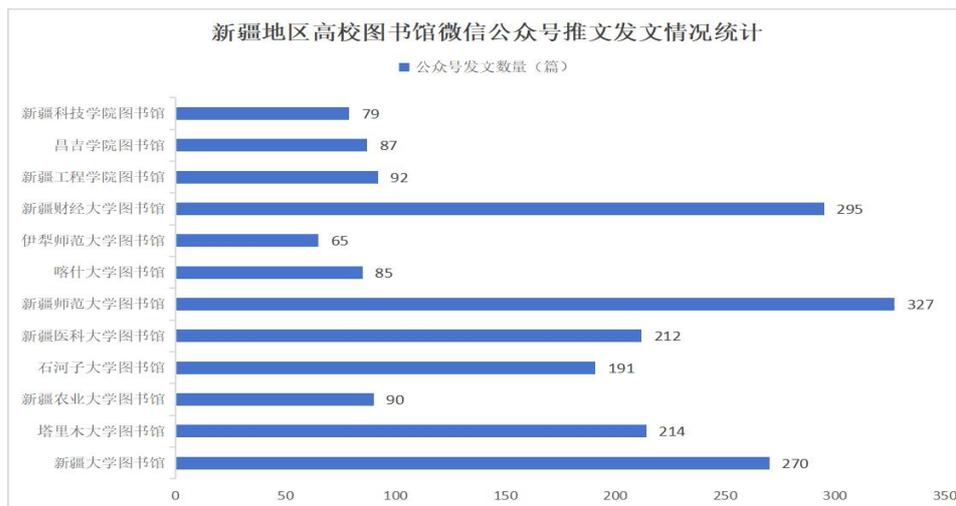


图 3-3 2023 年度新疆高校图书馆微信公众号推文发文量统计

从时间上看，新疆地区高校图书馆微信公众号发送推文主要集中在每年的 4 月与 9 月（见图 3-4 所示）。原因有二，一是由于 4 月 23 日为“世界读书日”，故各大高校图书馆在 4 月陆续推送大量有关阅读推广、图书展览、服务介绍的推文；二是 9 月则为各大高校新生入学季，持续推文有助于吸纳新用户及宣传推广。

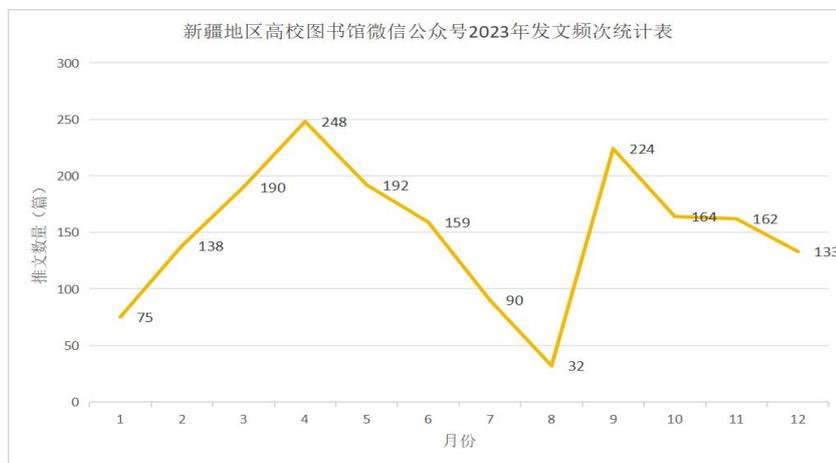


图 3-4 新疆地区高校图书馆 2023 年 1-12 月发文频次统计表

从推文推送的呈现手段来看，在 1087 篇推文中，有 1615 篇是以图文混合的方式推送的，占比高达 89.5%。同时，为提高用户阅读信息的有效性及阅读后的可操作性，新疆师范大学图书馆、石河子大学图书馆、新疆大学图书馆已经尝试文字+视频、文字+动画的信息推送手方式，但占比较小，仅占 6.1%。

3.2 新疆高校图书馆微信公众号服务的状况

3.2.1 各微信公众号推文的阅读数和点赞数

在衡量高校图书馆微信公众号服务效果时，大多数学者采用 WCI 指数算法。于是，笔者于 2024 年 2 月 25 日利用网络爬虫方法搜集了新疆各高校图书馆微信公众号的推文数据，然后利用 Excel 软件分别统计了各高校图书馆微信公众号 2023 年阅读总量 (R)、在看总数 (Z)、点赞总数 (L)、所发文章数 (n)、头条的总阅读数 (Rt)、头条总在看数 (Zt)、头条总点赞数 (Lt)，将评估时间段 (d) 设为 365 天，最后利用 WCI-14.2 计算公式计算出各高校图书馆微信公众号 2023 年 WCI-年度指数，其中，新疆大学图书馆微信公众号的 WCI 指标最高，为 492.94，最低的是喀什图书馆微信公众号，为 188.08。

3.2.2 推文热度

笔者采用 Excel 软件对 2023 年度新疆高校图书馆微信公众号发布的 1807 篇推文作了统计分析，筛选出阅读量在 350 次 (包含 350) 以上的热门推文 272 条，然后利用 COOC9.9 软件进行梳理，得出了热门推文主题云词图 (见图 3-5)。根据该图可知，新疆高校师生对图书馆微信公众号推文内容的关注总体上呈现出主题多样性特征。将高频词“图书馆” (332) 剔除后，排名前十位的关键词有活动 (206)、通知 (201)、资源 (160)、开放 (118)、大赛 (109)、数据库 (95)、阅读 (91)、数据 (86)、读书 (78)、讲座 (77)。由此可以看出，新疆地区高校图书馆微信公众号主要以发布活动速递、资源速递、阅读推广、学习讲座为主。



图 3-5 2023 年度新疆地区高校图书馆微信公众号师生热门推文聚焦情况趋势图

3.2.3 与其他公众号及媒体的联动

高校图书馆在运用微信公众号推送相关服务时，不仅应注重自身的媒体管理（即形成微信、微博、官网的内部联动），而且要与所在高校的其他公众号进行有所联动。在调查的 38 个样本中，仅有 5 所高校图书馆微信公众号与其所在高校的其他公众号有联动，且联动对象均为研究生院与网络信息中心，联动范围较小。此外，各高校图书馆微信公众号利用其他媒体较少。

第 4 章 塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的问题及原因分析

塔里木大学创建于 1958 年，坐落于阿拉尔市，学校是国务院学位委员会批准的首批具有学士学位授予权的本科院校，截至 2023 年 12 月，塔里木大学 16 个学院，92 个本科专业，学校是一所以农科为优势，以生命科学为特色，农、理、工、医、文、管、经、法、教育、艺术、历史等多学科协调发展的综合性大学。拥有国家一流本科专业建设点 6 个、省级一流本科专业建设点 21 个。4 个自治区重点学科，9 个兵团重点建设学科，1 个一级学科博士学位授权点，23 个

硕士学位授权点。

塔里木大学图书馆现有馆舍建筑面积 36000 平米，共六层，是我校的标志性建筑。大楼内现已实现了 WIFI 及中央空调全覆盖，有阅览座位 2600 余个，研修间 18 个，多媒体教室 3 间，机房 3 间。共有图书 260.5 万册，其中纸质图书 155.5 万册，电子图书 105 万种，每年订购中外文报刊约 600 种，引进了近 30 个中外文数据库，存储设备容量占 80T。



图 4-1 塔里木大学图书馆馆舍风貌

4.1.1 塔里木大学图书馆微信公众号运行概况

为切实体现“让每位读者都满意，让每本书都有生命”的服务宗旨，2014 年 11 月 12 日，塔里木大学图书馆微信公众号（公众号名称：塔里木大学图书馆）开始上线运行。2014 年 11 月 12 日-2023 年 12 月 31 日，该微信公众号共发送推文 534 条，其中阅读量在 1000 人次以上的推文有 106 条，占发文总数的 19.85%。塔里木大学图书馆微信公众号以资源服务为驱动、以技术支撑为手段，以扩大传播影响力为抓手，以文化育人为目标，通过充分发挥新媒体的互动与传播效能全面构建智慧在线信息服务体系。在运营之初，塔里木大学图书馆微信公众号只设置了 3 个一级菜单，无二级菜单栏。后对微信公众号进行升级改造后，增设了 13 个二级菜单栏（见表 4-1 所示）。

表 4-1 塔里木大学图书馆微信公众号服务项目表

公众号名称	一级菜单	二级菜单
塔里木大学图书馆	微图书馆	馆藏查询
		一卡通借阅查询
		超期提醒
	海量资源	中文数据库
		外文数据库
		新语听书馆
		超星读书
		起点考试网

	其他服务	座位预约
		新生入馆教育
		论文提交指南

塔里木大学图书馆微信公众号十分重视电子资源、活动速递、阅读推广、纸质资源方面的服务。笔者在对 534 条推文进行内容摘要的数据爬取后，通过 Textming 软件统计，分析出了基于推文内容的关键词频次表（见表 4-2 所示）。

表 4-2 基于推文内容的塔里木大学图书馆微信公众号资源推送关键词频率表

关键词	频率	关键词	频率	关键词	频率	关键词	频率
图书馆	32	图书	6	学习	4	素养	4
数据库	19	思源	6	案例	4	了解	4
资源	14	助力	5	起来	4	系列讲座	3
试用	9	大家	5	数据	4	滚动	3
活动	9	微信	5	故事	4	服务	3
信息	8	开通	5	使用	4	文献	3
学科	8	通知	5	电子	4	学术	3
阅读	7	欢迎	5	时间	4	梳理	3
培训	7	学校	5	发现	4	科学	3
征集	6	期刊	4	读者	4		

塔里木大学图书馆微信公众号自 2014 年 11 月 12 日上线运行至 2023 年 12 月 30 日，已累积关注人数 31833 人，平均每年净增加关注人数 3537 人。此外，在与塔里木大学相关联的 12 个同主体平台账号中，塔里木大学图书馆的 WCI 数值位列第 7 位。这些情况说明，塔里木大学师生员工对图书馆微信公众号的关注度和满意度均较高。

4.2 塔里木大学图书馆微信公众号服务存在的缺陷

4.2.1 塔里木大学图书馆微信公众号服务状况问卷及访谈调查的设计及实施

4.2.1.1 调查目的

本次调查旨在直观地反应塔里木大学图书馆微信公众号服务效率和用户学习、教学、科研的之间关系，从传播效果、传播手段等方面为切实提升图书馆微信公众号服务质量提供参考，真正把图书馆造成一个开放、交互、互联的知识创新服务平台。

4.2.1.2 调查方法

1. 问卷调查

在先期对塔里木大学图书馆微信公众号服务的整体状况进行了解分析后，对问卷进行了初步的设计，并在2023年9月进行了前期测试，依据前测获得的数据专家意见再对问卷进行了修正。最后在2023年10月至12月，向塔里木大学图书馆微信公众号用户发放问卷600份。

2. 访谈调查

通过对塔里木大学不同学科的40位师生及6位塔里木大学图书馆馆员进行一对一的深度访谈，能够深入了解塔里木大学图书馆微信公众号运营中存在的问题及原因，从而为后续提出优化政策提供依据。

4.2.1.3 调查对象范围

为了确保获取信息及操作的便捷性，此次调查的对象仅针对塔里木大学师生员工，具体包括以下三类人群：

塔里木大学全日制在校学生

塔里木大学在职科研教学型教师（不含客座教授、访问学者、附属单位研究人员、离退休人员等）

塔里木大学在职行政教辅型教职工（不含离退休人员等）

4.2.1.4 问卷与访谈调查的内容

1. 调查问卷的内容

调查问卷共分为两个基本部分：第一部分为被调查人基本资料，包括用户类别、学科背景、性别、使用频率、关注维度等，题型为单选题、填空题。第二部分为调查的主体内容，由单选题、量表、矩阵和开放式问题构成。其中，量表及矩阵题目采用李克特五分量表法，设置 5 个评价等级供调查对象选择，问卷详细内容参见附录一。

在调查问卷的设计过程中，笔者参考了一些学者建立的服务评价指标体系，并吸收了新公共管理和受众理论的合理内核理论，最终选择公众号服务保证性、用户使用感知性、平台服务交互性、平台使用持续性为一级指标，并在各一级指标下构建 6 个二级指标及 35 个测量题项，具体如下表所示。

表 4-3 塔里木大学图书馆微信公众号用户满意度指标

满意维度	总体满意指向	具体满意指向
适应性	平台设置与操作适应性	Q11_DD1 界面色彩搭配自然
		Q11_DD2 功能层级设置符合检索需求
		Q11_DD3 信息排版适合不同终端自适应要求
		Q11_DD4 平台安全性及用户隐私得到保障
		Q11_DD5 平台切换流畅，系统故障较少
保证性	平台质量保证性	Q12_DD1 整体资源信息内容可靠
		Q12_DD2 整体资源信息更新及时
		Q12_DD3 整体资源信息文字高质
		Q12_DD4 整体资源信息呈现形式多样
感知性	平台使用感知性	Q13_DD1 课程教学与学习
		Q13_DD2 科研项目
		Q13_DD3 学术活动
		Q13_DD4 服务获取

		Q13_DD5 消遣娱乐
交互性	平台与用户交互性	14_DD1 馆员定期开展用户宣传与用户调查
		Q14_DD2 及时反馈和受理用户提出的建议
		Q14_DD3 提供用户间交互分享信息的平台
	平台间互动性	Q14_DD4 能经常看到与图书馆官网、微博等平台的互动转发
		Q14_DD5 能经常看到与本校其他微信官媒的互动协作
持续性	使用持续性	Q15_DD1 愿意继续关注使用本校图书馆微信公众号
		Q15_DD2 愿意向身边朋友推荐使用
		Q15_DD3 愿意加入本校图书馆微信公众号编辑队伍
		Q15_DD4 愿意与其他微信公众号多协作
		Q15_DD5 期待本校图书馆微信平台能开发新的服务
		Q15_DD6 愿意在不同媒体平台看到本校图书馆动态

2. 访谈提纲的内容

访谈共分为两个版本（运营团队版与师生版），分别设置了不同的开放式问题（师生版 7 题、运营人员版 9 题）。师生版的访谈重点聚焦在评价与参与度上，运营人员版的访谈则侧重于微信公众号的维护与团队建设。详细内容参见附录二与附录三。

4.2.1.5 问卷的回收与访谈资料的收集

1. 问卷的回收

本次问卷调查于 2023 年 10 月 1 日至 12 月 31 日采用电子问卷与纸质问卷相结合的方式，其中电子问卷发放 500 份，纸质问卷放 100 份。电子问卷依托问卷星平台发放，纸质问卷则由笔者本人通过同事和朋友发送。最终，回收电子问卷 485 份，其中有效问卷 478 份；回收纸质问卷 86 份，其中有问卷 36 份。回收总有效率为 86.0%。

2. 访谈资料的收集

访谈调查于 2024 年 2 月 15 日至 3 月 30 日进行，由笔者在塔里木大学图书馆阅览室、服务大厅、小组学习室等师生较为聚集的地方，采取随机拦截的

方式展开，在征得被访者同意后对访谈内容进行录音，事后进行整理。

4.2.1.6 问卷及访谈调查的描述性统计分析

1. 问卷调查的统计分析

笔者利用 SPSS 26.0 软件对问卷调查所获数据进行 KMO 统计量和 Barlett's 球形检验，得出 35 个满意度项目的 Cronbach' α 系数分别为 0.899、0.69、0.81、0.758、0.962、0.831、0.885（见表 4-4 所示），总体的 Cronbach' α 值为 0.965，均大于 0.5，可见测评项目内部一致性较好，说明本次调查可靠性较高。此外，本调查项目的 KMO 值为 0.897，方差累计贡献率为 61.47%，说明笔者编制的塔里木大学图书馆微信公众号用户满意度评价表的信度与效度较高。

表 4-4 塔里木大学图书馆微信公众号用户满意度调查表-信度与效度分析表

总体满意指向	具体满意指向	克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
平台整体满意度	Q10_DD1 平台设置与维护满意度	0.788	0.798	5
	Q10_DD2 平台功能实用性满意度			
	Q10_DD3 平台服务质量满意度			
	Q10_DD4 平台交互性满意度			
	Q10_DD5 平台传播效果满意度			
平台设置与操作适应性	Q11_DD1 界面色彩搭配自然	0.762	0.762	5
	Q11_DD2 功能层级设置符合检索需求			
	Q11_DD3 信息排版适合不同终端自适应要求			
	Q11_DD4 平台安全性及用户隐私得到保障			
	Q11_DD5 平台切换流畅，系统故障较少			
平台质量保证	Q12_DD1 整体资源信息内容可靠	0.802	0.805	4
	Q12_DD2 整体资源信息更新及时			
	Q12_DD3 整体资源信息文字高质			

性	Q12_DD4 整体资源信息呈现形式多样			
平台 使用 感知 性	Q13_DD1 课程教学与学习	0.819	0.825	5
	Q13_DD2 科研项目			
	Q13_DD3 学术活动			
	Q13_DD4 服务获取			
	Q13_DD5 消遣娱乐			
平台 交互 与联 动	Q14_DD1 馆员定期开展用户宣传与用户调查	0.689	0.681	5
	Q14_DD2 及时反馈和受理用户提出的建议			
	Q14_DD3 提供用户间交互分享信息的平台			
	Q14_DD4 能经常看到与图书馆官网、微博等 平台的互动转发			
	Q14_DD5 能经常看到与本校其他微信官媒的 互动协作			
使用 持续 性	Q15_DD1 愿意继续关注使用本校图书馆微信 公众号	0.732	0.754	6
	Q15_DD2 愿意向身边朋友推荐使用			
	Q15_DD3 愿意加入本校图书馆微信公众号编 辑队伍			
	Q15_DD4 愿意与其他微信公众号多协作			
	Q15_DD5 期待本校图书馆微信平台能开发新 的服务			
	Q15_DD6 愿意在不同媒体平台看到本校图书 馆动态			
克隆巴赫 Alpha: 0.919 基于标准化项的克隆巴赫 Alpha:0.921 KMO 取样适切性量数: 0.897				

本次问卷调查以学生群体为主，占比 68.22%，且样本中女性群体略多于男性，分别为 275 人与 241 人；从学科背景上来看，来自理学与工学的学生人数

较多，占比分别为 21.12%和 19.19%；从使用与关注情况来看，塔里木大学图书馆微信公众号的关注度涉及各个层次，特别受到本科学生与行政教辅人员的青睐，但在博士生与科研型、教学科研并重型教师群体中占比较少，仅占 12.98%与 2.33%。

2. 访谈调查的统计分析

本次访谈的师生中以本科学生群体为主，占比 46.22%，且女性大大多于男性（占比分别为 80.00%与 20.00%）；博士生与科研型、教学科研并重型教师群体占比较少，分别占 8.89%与 4.44%。

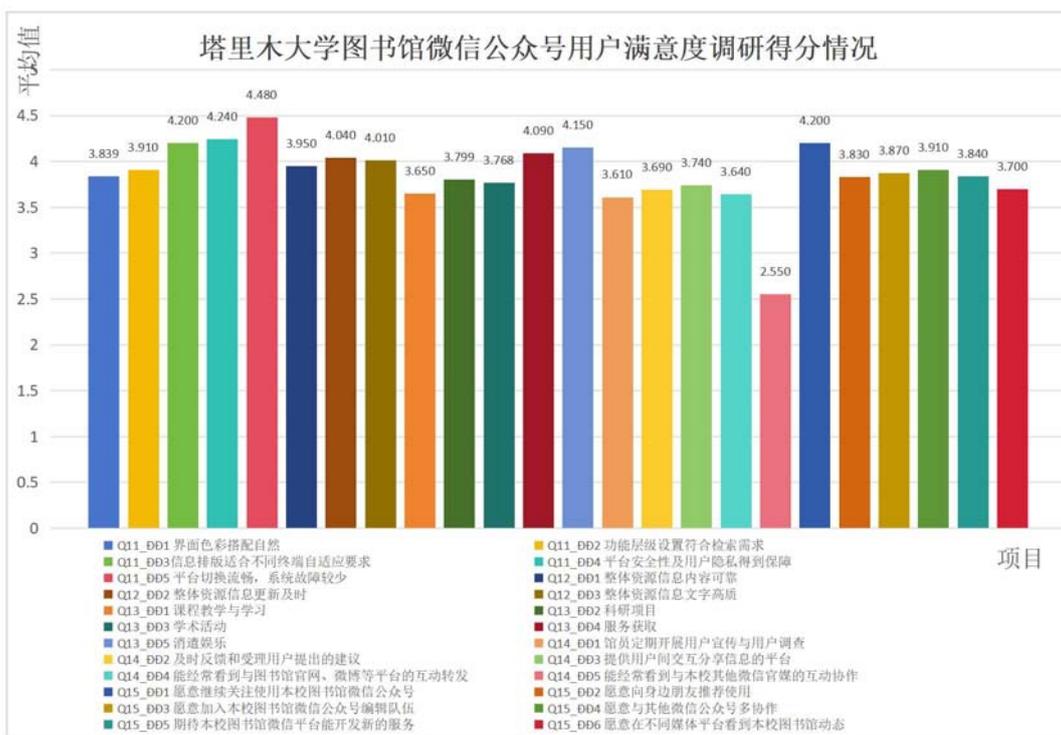
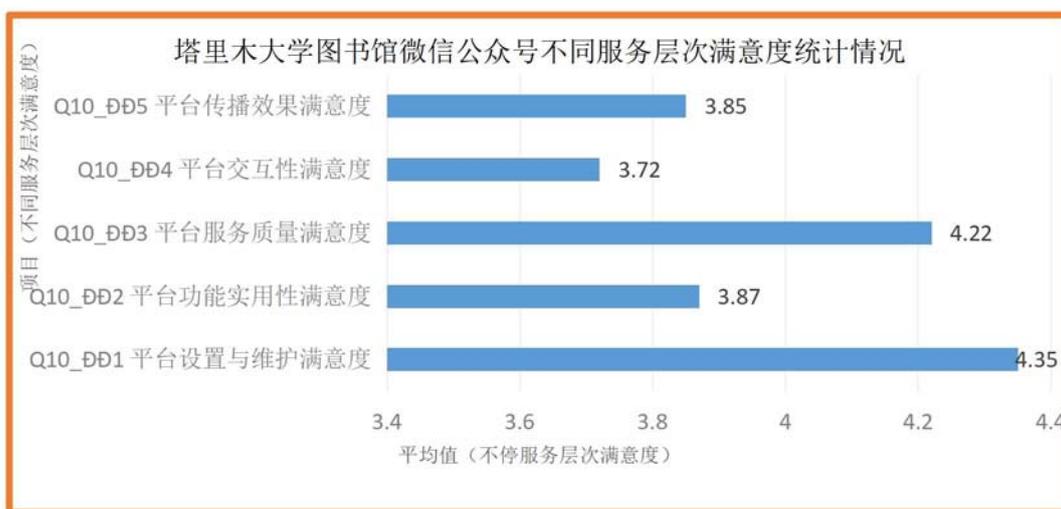


图 4-1 塔里木大学图书馆微信公众号问卷调查数据统计情况

4.2.2.1 服务功能简单

应该说,塔里木大学的师生员工对学校图书馆微信公众号是比较关注的,对其服务功能抱有较高的期望值。但在实际使用中,该微信公众号的基础服务水平与师生与员工的要求之间尚存在差距,总体满意度平均仅为 3.86 分。特别一些诸如:馆藏查询、座位预约、一卡通借阅查询等基础性的服务项目,常常由于网络连接、系统兼容等原因出现服务失效的现象,广大师生对此颇有怨言。同时,在笔者的访谈调研中,不少用户指出,图书馆微信公众号在个性化服务的开发与推出方面令人失望,开发项目没有特色,推出频率也不够高,使得师生员工持续使用意愿下降。在问卷调查中,特色功能开发这块的期望平均值位居各项期望值的第一位,这也从反面说明使用者对图书馆微信公众号这方面的服务多有不满。

4.2.2.2 传播效果不理想

笔者在实际调研中直观地感受到,塔里木大学图书馆微信公众号的传播效果不是十分理想。从受众群体的身份来看,大部分是在校在学生,教职员工仅占少数,占总用户的 31.78%,且其中大多是行政教辅人员,教学与科研群体合计占比仅为 5.43%;从受众的学科背景来看,理工科学生比例最高,人文、法学、管理类学科的学生占比较低。从粉丝的增长量来看,塔里木大学图书馆微信公众号的粉丝数量平均每年新增长 771 人,平均每年取消关注人数 240 人,每年净增 531 人。可见粉丝的增长速度比较缓慢,新用户群体的吸引力不够大。与此同时,塔里木大学图书馆微信公众号的 WCI 指数虽然位居新疆地区高校图书馆微信公众号前列,但是在阅读量、在看数、留言量上与其他高校相比并不占优势,而这与笔者在对该微信公众号运营团队进行访谈中所得到的信息不谋而合。在对 6 名微信公众号运营团队人员的访谈中,他们都认为本馆微信公众号传播的影响力较弱,大多数读者获取本馆活动讯息的方式仍然以阅读图书馆宣传海报及图书馆主页为主。这一点也可以从活动的报名路径得到佐证。用户通过微信平台报名参加图书馆相关活动的不足 3 成,而通过官网链接进行报名占了 7 成。

4.2.2.3 项目服务质量参差不齐

微信公众号的服务质量可以看作是由服务主体、服务对象、信息环境、信息技术相互联系与作用而成的一个有机整体。调查发现，塔里木大学图书馆微信公众号在信息传递质量保证、平台操作适应性方面对整体的服务质量存在着更为显著的正向影响。如果进一步细化到三级指标的话，推文内容的完整性、推文的高质性、服务检索的适应性三方面的满意度得分均高于平均水平（平均值为 3.85 分）。其中，整体资源信息内容可靠的满意度的得分为 3.95 分，整体资源信息文字高质的满意度得分为 4.01 分，整体资源信息更新及时的满意度得分为 4.04 分。

笔者在对用户进行访谈时，有用户反应：塔里木大学图书馆微信公众号在进行信息推送时，仅仅将文献资源的内容简介进行简单的复制粘贴，而未能以独特的视角进行解读，同时推送的手段也比较单一。事实确实如此，尽管塔里木大学图书馆已经开始尝试运用相关软件将部分推送文字以视频+文字的形式呈现给用户，但所占比例很低，因此在整体资源信息呈现形式多样化的满意度调查中，平均得分仅为 3.76 分。

4.2.2.4 服务缺乏良好的互动

与师生员工间进行高速度、高质量的互动是推进高校图书馆微信公众号成为一个开放、交互、互联的知识创新服务平台的重要举措。但笔者通过问卷与访谈调查发现，塔里木大学图书馆微信公众号在平台回应、信息反馈、用户挖掘等方面仍存在着诸多问题。

在问卷调查中，针对是否愿意向身边朋友推荐使用这一问题，有 5 人选择了“不愿意”，有 38 人选择了“与有点不愿意”占总调查人数的 8.2%。可见，用户在信息共享方面的意愿不是十分强烈。在访谈中，访谈对象也向笔者反映图书馆微信公众号有以下几点问题：第一，当用户需在平台亟需通过自动回复、人工回复、关键字回复获取检索路径时，平台不会给出响应；第二，当用户对平台发出的某条微信推文十分感兴趣并留言时，很少能得到图书馆微信公众号运营方的正面反馈；第三，当用户由于技术或网络因素而造成无法在微信公众号平台上

使用预约、小程序等服务时，无法直接进行在线反馈；第四，当新用户想了解公众号的具体信息与服务时，没有渠道参加相应的吸纳推广活动；而当资深用户想为图书馆微信公众号出谋划策时，也无法找到相应的反馈渠道。

4.2.2.5 服务融合与联动力不强

在调查问卷涉及的 5 个一级指标的评价中，微信服务融合与联动力的平均得分为 3.79 分，得分最低。在更加细化的 25 个二级指标满意度测评中，“能经常看到与本校其他微信官媒的互动”的满意度得分也位列倒数，仅获得 2.55 分。相应地，在随后的“塔里木大学图书馆微信公众号在持续性使用期望”调查中，希望与其他微信公众号多协作及希望在不同平台都能看到图书馆的动态信息的平均得分，分别为 4.48 分与 4.24 分（见图 4-1 所示）。这也从反面说明了使用者对微信公众号这些方面服务的不满意。此外，从 2023 年的运营数据来看，塔里木大学图书馆微信公众号与其他微信公众号联合发布信息仅 8 次。这些都充分说明，图书馆微信公众号的融合性，联动性较差。

4.2.2.6 服务栏目设置细化不够

日常组织管理工作面临的一大难题就是如何妥善处理普遍性与特殊性的关系。塔里木大学图书馆微信公众号在设置服务栏目前，肯定也是作了一定的实际调研并参考了其他高校图书馆微信公众号建设的经验的。从管理的角度看，设置栏目少一些，工作的难度和强度自然就低。但从服务的角度来看，设置栏目太少或比较粗线条，自然就会降低服务的满意度，最终降低使用率。塔里木大学拥有 3 万多名师生员工，学科门类众多，他们对图书馆微信公众号的使用需求肯定既有共性又有差异性，因此，图书馆微信公众号服务栏目的设置既要顾及使用者的共性需求又要适当考虑使用者的差异化需求。具体的做法是：对服务栏目作分级处理，一级栏目体现共性需求，二、三级栏目体现差异化需求，栏目越细差异化越明显。就此而言，塔里木大学图书馆微信公众号目前服务栏目设置尚不够精细化，这是造成目前使用者对其满意度评价不够高的一个主要因素。

4.3 塔里木大学图书馆微信公众号服务存有缺陷的原因

4.3.1 未以用户需求为导向进行平台建设

基于用户需求进行建设规划是图书馆微信公众号立足并发展的基础，而且要根据形势的发展与时俱进。塔里木大学图书馆在新媒体平台兴起初期能领风气之先，将官网的诸多服务项目移植到微信公众号上。但在建设后期阶段，改革创新意识不够，没有根据用户的期望需求进行改进，仅提供一些基本的图书馆在线服务项目，显然已无法满足信息时代用户对信息获取精准高效、服务形式丰富多样，交流反馈时即时迅速等要求。此外，对于一些尝试推出的服务项目，考虑到维护成本高昂，仅在短暂的推出后就停止服务，造成了用户使用体验满意度的下降。目前，塔里木大学图书馆基本上是在按照自己对高校图书馆微信公众号的理解在搞平台建设，使用者需求及体验感至少不是平台建设的主要依据。某种程度上把有无微信公众号看成了高校图书馆是否现代化、信息化的一个标志，而恰恰忽略了这么做的终极目标是什么。

4.3.2 运营管理制度不科学

塔里木大学图书馆微信公众号运营管理实行总宣传+部门负责制，该制度的优势是能促使部门编辑者依据部门的业务特色推送微信讯息，缺点则是有些部门专业色彩过于强烈，所推送的微信信息并不能将其精髓准确地传达给师生。同时，塔里木大学图书馆实行服务微信发布层级审核制度，在层层请示审核后再进行信息发布，这样就会造成反应迟缓，丧失先机。此外，未建立图书馆微信公众号运营团队的工作绩效考评制度。图书馆微信公众号要运营得好，必须有一支敬业的运营团队。而使运营团队敬业工作，必须对其实行以结果为导向的工作绩效评价制度，这样才能提升团队成员的工作感和积极性。但在目前的管理体制下，塔里木大学图书馆只能对微信公众号运营团队实行与其他职能部门完全一样的工作评价制度，即基本实行平均主义的考核、奖励制度。在这种情况下，运营团队工作人员自然不会努力了解使用者的需求然后再努力改进工作了。

4.3.3 运营团队的能力构成有欠缺

塔里木大学图书馆微信公众号信息的发布数量在不断递增,并能在相应时段推出一些趣味性的专题合集,但在内容编排美观度、文字表达幽默性、链接打开便利性等方面仍然不尽如人意。究其缘由,是塔里木大学图书馆微信公众号运营团队成员专业能力存在不足:第一,团队成员的构成比较单一。大多数成员的专业背景为图书馆学、图书情报学。很少有媒体设计、软件工程、传播学、新闻学等专业背景的人,这样就造成了工作成员意识和眼界的局限性,无法对微信公众号进行专业化的开发和管理,只能数年一个老样子,对使用者提出的问题也无法给予专业的处理。第二,团队业务培训缺失。笔者恰巧也是塔里木大学图书馆微信公众号运营团队的一员,尽管已入职数年,迄今未接受过相关业务培训,相关的总结会议也很少,就是团队成员自己在工作中边干边摸索。这样的自我学习、自我提高肯定不成系统,动力也不足,因此效果极为有限。

4.3.4 基于用户感知的评价反馈体系缺失

高校图书馆微信公众号作为一个公共服务平台,理应有一个广泛及时收纳使用者使用感受的反馈系统,这样,才能为改进工作、改革创新提供依据和参考。但塔里木大学的图书馆微信公众号就缺乏这样一个双向即时互动的反馈体系。笔者作为该微信公众号运营团队的成员,从未听说过有这样一个系统,只知道平台有一个用户留言信箱。在对同一团队6位工作人员访谈时,工作人员表示自己很少收到用户以邮件、短信、微信等联系方式发来的反馈意见,仅有1位成员因专门负责宣传工作故能收到一些意见反馈,但数量较少,平时基本是依托后台收集阅读量、粉丝增长数、点击量等来对微信公众号的运营状况进行评判。而在笔者对微信公众号用户(主要是学者)进行的访谈中,多数用户反映,有时候,想对微信公众号主动提出一些要求或阅读相关推文后想发表一下意见或感受,但发现无处表达,久而久之,就没了兴趣,也就不太想使用该微信公众号了。此外,目前在新疆高校没有一个组织来对各高校的微信公众号运营状况进行评比,这样平台运营团队就没了竞争的压力。

4.3.5 未与其他平台进行密切合作

现今的高校师生尤其是学生对新媒体平台的使用更加多元化，微博、知乎、bilibili、快手等新媒体平台已成为他们学习及休闲娱乐的一部分，虽然这些平台可能基于功能、特性上的差异会存在一定的冲突，但新媒体平台的快速链接和转换无疑是信息时代人们的普遍愿望。如果做不到这一点，就会削弱信息的快速传播效应。在笔者进行的问卷调查中，用户对此的平均期望值达到了 4.48 分，充分说明用户对此的殷切期盼。在访谈中，不少访谈对象都提及为什么图书馆微信公众号不能与其他校内新媒体平台建立起良好的合作关系，如塔里木大学官微、二级学院官微、直属单位官微等。

事实上，目前，塔里木大学图书馆微信公众号既无法与社会著名新媒体平台、其他高校图书馆微信公众号进行链接，也无法与校内其他公众号进行链接，这样就大大压缩了该微信公众号的运用场景，降低了影响力、传播力，而且会因画地为牢而降低反应的速度和效率。

第 5 章 新疆地区高校图书馆微信公众号服务优化的对策

塔里木大学图书馆微信公众号服务方面存在的问题在已建有图书馆微信公众号的新疆各高校中极具普遍性，故笔者以对塔里木大学的典型剖析为基础提出新疆高校图书馆微信公众号应从用户驱动、管理制度、团队建设、评价反馈、深化合作五个方面着手来优化和改进服务工作。（路径见图 5-1 所示）。



图 5-1 高校图书馆微信公众号优化路径图

5.1 明确定位，契合“用户”需求

新疆高校图书馆微信公众号应以师生需求为导向，明确定位，确保微信公众号服务高效、有序展开。

5.1.1 明确平台定位，强化科学规划

5.1.1.1 完善顶层设计

微信公众号是新兴信息服务平台，高校图书馆的微信公众号首先应明确自身的性质和功能作用，就是为师生员工提供快速高效的信息服务，为学习、教学、科研提供信息支撑。按照目标定位，学校及图书馆应在微信公众号平台框架构建、评价体系、绩效考核标准等方面重新思考，加大资金投入力度、增加人员配置，立足用户需求，推动模式创新，拓展服务领域，提高服务效率，依托本校资源优势实现资源的深度开发，使高校图书馆微信公众号成为信息快速传递中心、用户互动交流中心、高水平文化育人中心、高质量科创支撑新源地。要努力避免高校图书馆微信公众号沦为中看不中用的“花瓶”的局面。不能说信息化时代人家都在整个什么新媒体平台，那我们馆也要弄一个以显示没落伍，而应确实利用这一新技术成果来改善、促进师生员工的学习、教学和科学研究。

5.1.1.2 制定长远规划

信息技术的进步出乎许多人的意料。可以想见，随着智能技术、大数据技术等等的开发和运用，高校图书馆的信息服务也应与时俱进。因此，高校图书馆要依据本校与本馆的发展战略目标，对新技术成果运用早作部署，帮助高校图书馆微信公众号及时吸纳新技术成果进行迭代更新，切实解决目前实际运用中碰到的一些主要问题。具体而言，一是要将平台服务使用保障作为初期建设的首要目标，确保自身业务模块转接到图书馆微信公众号平台时不会因为软件兼容、网络连接、用户安全等原因而碰到阻碍；二是将构建用户情感需求与微信公众号信息传播的

共同体作为图书馆微信公众号发展阶段的目标，着力解决资源信息传递大量化与服务供给单一化之间的矛盾，着重提升信息传播与供给的速度与质量，营造微信公众号头部效应，建立初具规模的有影响力的微信服务品牌；三是在微信公众号成熟运营阶段，开发打造本校化的服务项目，尝试着突破边界，实现与校内外相关信息平台的互联互通，打造具有高校特色、有较大影响力的微信公众号。

5.1.2 以使用者需求为导向，精准推送服务

5.1.2.1 定期调研，把握使用者需求

在信息化时代，新疆地区高校图书馆微信公众号不仅要熟悉新媒体平台自身运行的规律，更需全面深入地了解掌握使用者的服务需求，定期调研，细分服务对象和服务内容，找出当前微信公众号服务供给与使用者服务需求之间的差距，制定契合使用者实际需求的服务策略。具体而言，可以从以下三个方面着手：一是对特定群体进行调研，即深入院系寻找特定对象调研，如笔者在塔里木大学开展问卷调查及访谈发现，使用本校图书馆微信公众号的真正的教师比较少（见表 5-1、表 5-2），那就应该去深入了解其中的原因，在此基础上进行改进，将他们吸引到使用者的行列中来。考虑到不少高校图书馆设置有学科馆员这一岗位，可让他们去与从事教学、科研工作的教师进行沟通交流，了解他们对本校图书馆微信公众号的需求；二是运用大数据对使用者的使用信息进行结构分析，细分使用者的需求重点、需求结构、需求特点，调整服务栏目设置和信息推送方式；三是以学期为时间单位，进行普遍性调研。即在每学期开学后的一个月內，通过校信息中心向全校师生员工发放用户需求调研问卷，全面了解师生员工在互联网、信息化时代对校图书馆的新期许、新需求。

表 5-1 问卷调查样本统计分析

项目	类别		人数	分占比	总占比
性别	男		241	46.71%	100%
	女		275	53.29%	
	学生	本科生	195	46.54%	66.83%
		研究生	85	20.29%	

身份	老师	教学型	12	2.86%	33.17%
		教学科研并重型	16	3.82%	
		行政教辅	87	20.76%	
		其他	24	5.73%	
公众号关注情况	是		492	95.35%	
	否		24	4.65%	
使用频率	0次		75	14.53%	
	每周1-2次		268	51.94%	
	每天1-2次		104	20.16%	
	每天3次以上		46	8.91%	

表 5-2 访谈调查样本统计分析

项目	类别		人数	分占比	总占比
性别	男		12	20.00%	100%
	女		44	80.00%	
受众群体	学生(24人)	本科生	17	41.46%	58.53%
		研究生	7	17.07%	
	老师(17人)	教学型	6	14.63%	41.47%
		教学科研并重型	2	4.88%	
		行政教辅	9	21.95%	
公众号关注情况	是		56	95.35%	
	否		4	4.65%	
使用频率	0次		4	14.53%	
	每周1-2次		22	51.94%	
	每天1-2次		13	20.16%	
	每天3次以上		21	8.91%	

5.1.2.2 深挖微信数据，实时掌握使用者需求

使用者与图书馆馆微信公众号进行信息获取与交互的过程中实际上已经形成了一个完整的信息生态链条。信息生态链是以用户信息需求目标为导向，强调信息人、信息、信息环境和信息技术 4 个信息生态因子的相互和谐。^[53]高校图书馆可借鉴上述 4 个信息生态因子为基础框架，构建微信公众号的全貌信息行为框架，然后进行数据收集，对收集的全貌数据信息进行清理、合并、标准化、集合放置。再利用计量分析软件对相关数据进行聚类与关联分析，实现数据的深度挖掘，凝练出符合使用者特性的全貌数据信息。最后，结合当前的需求，形成当下的使用者全貌数据标签并与已获得的前期数据标签进行比对分析，为后续的精准信息服务提供强有力支撑，这样，既可以大大提升高校图书馆微信公众号信息服务的精准度，又可以为今后发展更加智能化的微信公众号提供科学依据。

5.2 完善管理制度，革新服务理念

为进一步提升图书馆微信公众号的服务质量和供给成效，必须建立健全微信公众号的运营管理制度，牢固树立全媒体服务意识。

5.2.1 补充优化工作流程

新疆高校图书馆微信公众号应制定详细的工作流程，规范服务工作：第一步先进行标准的使用者基本信息录入，第二步依照使用者的学科背景进行简单分类，第三步则是将使用者对接到相应的学科馆员，以便学科馆员能为其提供更符合需求的微信服务。其次，要对现有工作流程进行调整优化。许多高校图书馆微信公众号在进行资源信息推送时只制定了有关资源信息编辑、发送、回复的工作流程，而有关资源信息策划、筛选、审核、追责的流程要求缺失。殊不知文案策划、内容筛选、信息审核是确保信息资源优质高效推送必不可少的环节，因此，必须建立这方面的流程规范，确保任何环节都有章可循。

5.2.2 规范日常运营管理

互联网有极强的开放性特征，因此，新疆高校图书馆微信公众号要明确自身的社会职责与教育属性，对自身工作进行有效的规范。首先，要确保推送信息的合法性。以领导负责制的方式对微信内容在意识形态、内容呈现、主题契合等方面进行必要的把关审查，但对审核的速度应该严格的限制，以确保微信公众号的发文效率。其次，要强化对使用者个人信息的保护。任何人都不得将使用者的个人信息、个人信息需求偏好等泄露给与该项工作无关的人员，一旦发现，必须加以严肃处理。同时，要加强微信公众号“防火墙”的建设，防止黑客窃取使用者信号，使使用者能放心大胆地使用图书馆微信公众号。

5.2.3 强化“人本”服务意识

不论高校图书馆的信息服务模式和服务载体如何变化，满足本校师生的文献资源需求和提高文献资源揭示效度、着力构建完整的智慧服务体系是图书馆服务不变的宗旨。新公共管理理论倡导的以顾客驱动为导向理念为新疆为我高校图书馆微信公众号的建设提供了有益启示。因此，新疆地区的高校图书馆微信公众号应从以用户为本的基本理念出发，不断提高平台使用的便利性，在微信标识、微信简介、界面布局、菜单导航等方面多下功夫。例如，在微信问候语设置方面，可将入馆人数融入问候方式中，以使用户了解实时入馆人数或在给出问候的同时，给出具体的关注数据，即“您是今天第*个关注用户，您是总共第*****个关注用户”，这样有助于密切使用者与公众号间的亲密度。

此外，为提升使用者的归属感，可考虑将图书馆咨询服务与其他校园服务功能聚合为一体，推送图书馆小知识、信息查询小窍门、文献计量分析小技巧、天气提示、失物招领等服务，做到信息化、生活化、学术化三者并举，并依据使用者需求和社会热点不断推陈出新。

5.2.4 细化服务栏目

目前新疆的各高校都在向综合性方向发展，往往涵盖了多个学科，而各个学科都有其独有的特点。同时，高校人员有教师、行政人员、一般职工、学生的区

分，学生中还有全日制、非全日制之分或本科生、研究生之别，他们对图书馆微信公众号的服务需求，既有共性，也有差异性。因此，如何兼顾各方需求是图书馆微信公众号必须考虑的重大问题。这个问题的解决之道最终要体现在菜单栏目的设置上，即菜单设置要多级化，且越往里栏目设置越细、越专业。如此，使用者能在这里享受到其他地方享受不到的细致服务，其满意度和归属感自然就提升了。

5.3 加强队伍建设，激发员工动力

5.3.1 建设专业化运营团队

图书馆微信公众号的优质服务必须由一支专业化的运营队伍作保证。而建设一直专业化运营团队。必须采取两大措施。一方面，通过招贤纳士，充实队伍。在编制有限的前提下，招聘一些软件工程、广告设计、新闻传播等专业背景的人才加入运营团队。同时当今高校师生中藏龙卧虎，可通过张榜招贤的形式选聘一些兼职工作人员，这样既可弥补人才之缺，又可直接了解师生需求。另一方面，要对现有团队工作人员进行定期培训，提升他们的服务意识和技能。理念上，应加强市场服务意识以及媒体营销、全媒体思维的学习。技能上，不仅注重文献分析能力的训练，而且注重文字处理、内容策划、新技术运用能力的学习。形式上，应尽量采用线上+线下的方式，既做到培训常态化，又尽量短而精、快而准。

5.3.2 建立切实有效的绩效考评机制

为充分调动微信公众号运营团队成员的工作积极性、激发创造潜能、提升工作质量，应建立实施切实有效的绩效考评机制。具体措施如下：一是依据各校教职工年度考核制度建立图书馆微信公众号团队工作人员考核办法，构建科学化、标准化的微信公众平台运营绩效指标体系，并运用数据分析方法，将微信公众号运营团队的工作成效分内容质量维度、互动效果维度、完成时效维度、用户反馈维度、服务应用维度进行细致的考量，图书馆据此决定对运营团队给予绩效奖励。二是依据团队绩效考核的结果，在团队内部对优秀团队成员进行表彰及奖励，旨在通过优秀人物形象的树立，为团队其他工作人员树立学习的标杆，以此激发团

队成员的工作能动性。当然，在实施严肃奖惩制度的同时，应建立明确的容错保障机制，要充分尊重工作成员的劳动付出，以包容的心态对待轻微的工作失误。

5.4 建立基于用户感知度的评价反馈体系

5.4.1 责任专门部门，处理相关事务

新疆各高校图书馆可将图书馆微信公众号服务工作整体交给分管宣传推广或读者服务工作的部门，进行统一管理，再由该部门组建相关小组负责统筹管理全部的用户信息反馈事务，做到任务明确，专职专责，规定要将用户意见建议整理成反馈日志，制定标准、规范、有序的处理反馈程序，做到及时回复、件件恢复，并将一段时间内使用者反映较集中的问题提交运营团队负责人作为决策调整的依据。

5.4.2 实行第三方服务评价

参考李芳等人在《大学图书馆资源建设模式中的“三一”原则》一文中提出的，以用户需求驱动为核心，通过建立满足用户需求的实施框架和保障制度、保持对用户需求及其变化的敏锐触觉、实施成效得到用户认可的观点。^[54]结合新疆地区高校图书馆微信公众号运营现状，笔者制作了新疆高校图书馆微信公众号反馈评价体系各要素组成图（见图 5-3 所示）。

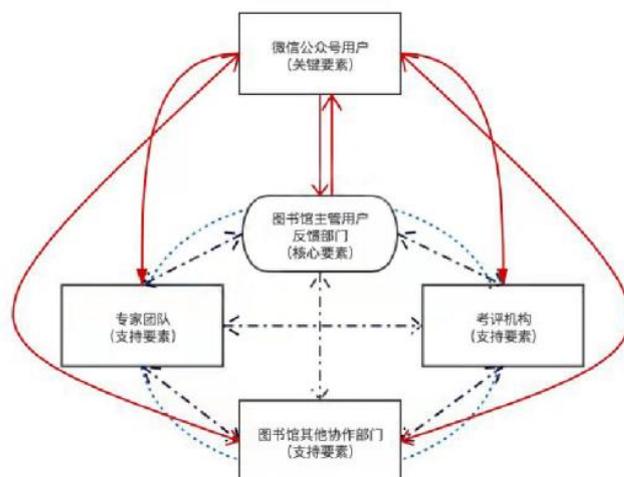


图 5-2 新疆高校图书馆微信公众号反馈评价体系各要素组成图

在这一反馈评价体系中,一个关键因素要由独立的第三方来对高校图书馆微信公众号的服务质量进行客观、专业、科学的考量评判,这样有助于提高运营团队对使用者反馈意见的重视程度,并能以更加严格的标准约束高校图书馆微信公众号的活动,以促进平台工作的透明与公开化。第三方公司在掌握高校图书馆微信公众号运行的数据信息后,会利运用其专业技术及工具全面分析用户需求的满足程度及使用的感受,并分析其中的原由,最后提交一份统分结合的评价报告。运营团队可据此和自己获取的用户反馈意见相结合,明确用户的的实际需求,制定新的服务策略。

5.4.3 吸纳使用者参与评价反馈

新疆各高校图书馆微信公众号应以老用户为依托,制定老用户意见反馈专属福利制度,规定:关注本校图书馆微信公众号 300 天以上、使用本校图书馆微信公众号服务 500 次以上、转发本校图书馆微信公众号信息 20 条以上、参与微信平台线上活动 10 次以上并在微信平台上评价反馈 10 次以上者,就可以算是图书馆微信公众号的老用户,可以获得图书馆的文创产品,并获得图书馆专属座位福利 1 年。然后让这些老用户去影响周围的师生,一方面进行正面的宣传与推广,另一方面动员更多使用者积极提出建设性意见建议。

5.5 跨界融合,既合作又竞争

智能互联时代,组织之间的边界在逐渐淡化,高校图书馆微信公众号也应致力于跨界融合,探索多元合作之路。

5.5.1 链接本校其他新媒体平台

当前,新疆不少高校图书馆的微信公众号往往只推送本馆的信息,包括新闻公告、科研速递、图书信息服务等,这样就大大限制了自身的应用场景。应联合本校其他微信公众号形成集合式新媒体平台“航母”。首先,可以将本馆的微信平台作为信息输出的端口,联合学校相关网络信息单位,将各自零散的、边界模糊的服务整合到一起,组团提供服务。其次,与学生发展中心、研究生院、学院

(系所)、学生社团所运营新媒体平台进行平台共建,互相提供有效的用户需求信息,扩大各自的用户辐射范围。这样,不仅能形成有效的信息渠道,也有助于打破图书馆与师生员工之间的隔阂。

5.5.2 共享图书馆领域资源

新疆高校图书馆微信公众号要致力于打破信息孤岛,不仅实现高校图书馆领域之间的信息共享,还要推动高校图书馆与所在地区公共图书馆之间的合作。一方面,要实现高校图书馆微信公众号之间的联手。新疆地区高校图书馆微信公众号之间存在着相互竞争的关系,促使各平台在良性竞争中不断提升各自的服务水平,但同时也应提倡合作。通过合作实现信息资源的共享,特别是一些收费资源的共享,让大馆与小馆只须以较小的代价便可拥有尽可能广泛的信息资源,使信息资源实现最优化配置。特别在面对突如其来的公共卫生突发事件时,师生员工基本上只能在家中、办公室、宿舍、教室等处享受图书馆的线上服务。在此情况下,只有加强各高校图书馆微信公众号间的合作,实现实体和数字形态的双向转化,才不会被突如其来的庞大需求拖垮。^[55]另一方面,应与本地区公共图书馆的新媒体平台结成联盟。高校图书馆与公共图书馆的服务对象、社会属性不同,两者的馆藏资源及平台服务也各有特色。

5.5.3 借助专业公司,实现技术升级

在实际工作中,很多时候,新疆高校图书馆微信公众号运营团队也想通过改革创新来提升服务能力与水平,但常常发现受制于微信平台技术,心有余而力不足。为打破技术瓶颈,可采用以下两种方法。一是通过付费购买的方式实现技术升级。高校图书馆作为服务的购买方,完全可以引入市场竞争机制,让几家技术公司参加技术提供及维护的竞标,通过用户反馈和专家评估确定一家公司进行合作。二是通过技术嵌入的方式,将企业的新兴技术成果植入到高校图书馆微信公众号系统中,使在校师生员工也能通过图书馆微信公众号,实现对智能生活场景的体验,帮助高校图书馆微信公众号增强用户的忠诚度,又能为这些企业打开用户市场,可谓一举数得。

5.5.4 定期组织服务质量评比

中外管理实践已充分证明,对一个组织而言,没有竞争就没有强大的工作压力。新疆地区的每所高校,一般都只有一个图书馆微信公众号。所以,从某种意义上说,它是只此一家别无分店,服务工作做的怎么样无从比较,这样就会导致其不思进取。为打破这种局面,必须营造一定的竞争氛围。一是各高校每年对校、院两级的新媒体平台运营状况进行评比,对优秀者给予表彰奖励。二是由新疆图工委每年对新疆地区高校图书馆微信公众号的运营状况进行评比,对优秀者给予表彰奖励。这样,给高校图书馆及微信公众号运营团队施压一定的压力,推动其想方设法去提升服务质量。

参考文献

- [1] 杜希林,王宇.新时代图书馆肩负的新使命——学习贯彻习近平总书记给国家图书馆专家回信精神[J].图书馆学刊,2019,41(11):1-6+17.
- [2] Charnigo L,Barnett-Ellis P.Checking Out Facebook.com:The Impact of A Digital Trend on AcademicLibraries[J].Information Technology&Libraries,2007,26 (1):23-34.
- [3] Chu S K W,Du H S.Social Networking Tools for Academic Libraries[J].Journal of Librarianship and InformationScience, 2013,45(1):64-75.
- [4] Omeluzor S U,Oyovwe-Tinuoye G O,Abayomi I.Social Networking Tools in Library Service Delivery:The Caseof Academic Libraries in South-East Zone of Nigeria[J].Desidoc Journal of Library & InformationTechnology,2016,36(5):269-277.
- [5] Scott Koerwer, "One Teenager's Advice to Adults on How to Avoid Being Creepy on Facebook," Computers inLibraries,2007,27(8):40.
- [6] Tang Y Q,Tseng H W.Distance Students'Attitude toward Library Help Seeking[J].Journal of AcademicLibrarianship,2014,40(3-4):307-312.
- [7] Connell R S.Academic Libraries,Facebook and My Space, and Student Outreach:A Survey of StudentOpinion[J].Libraries and the Academy,2009,9(1):25-36.
- [8] Howard H,Huber S,Carter L,et al.Academic Libraries on Social Media:Finding the Students and the InformationThey Want[J].Information Technology and Libraries,2018,37(1):8-18.
- [9] Chu M,Nalani M Y.The Problems and Potential of My Space and Facebook Usage in Academic Libraries[J].Internet Reference Services Quarterly,2008,13 (1):69-85.
- [10] Harrison A,Burress R,Velasquez S,et al.Social Media Use in Academic Libraries:A PhenomenologicalStudy[J].Journal of Academic Librarianship,2017,43(3):248-256.
- [11] Al-Daihani S M,Abrahams A.Analysis of Academic Libraries' Facebook Posts:Text and Data Analytics[J].Journalof Academic Librarianship,2018,44(2):216-225.
- [12] 黄浩波.高校图书馆微信服务现状及建议[J].图书馆学研究,2014,(03):60-63+93.
- [13] 赵玉明,明均仁,高凯.“211 工程”高校图书馆微信平台应用与现状分析[J].图书馆学研究,2015,(15):17-23.
- [14] 刘子辉,陈强,谭光月.“985 高校”图书馆微信服务建设现状及对策[J].河南图书馆学刊,2017,37(01):46-48.
- [15] 刘丽梅,周涛,苏晓宏.“双一流”建设高校图书馆微信服务状况分析[J].情报探索,2019,(02):88-93.
- [16] 刘薇.基于微信公众平台的“985”高校图书馆移动服务调查与分析[J].情报探

索,2020(04):94-102.

[17] 司姣姣.“互联网+”影响下的高校图书馆微服务优化策略[J].四川图书馆学报,2020,(02):60-64.

[18] 吕美霞.安徽省高校图书馆微博与微信服务现状的调查与分析[D].安徽大学硕士学位论文,2019.

[19] 李佳玉.中、美高校图书馆基于微信与 Facebook 平台服务的比较研究[J].四川图书馆学报,2021,(02):57-6.

[20] 刘倩美.微信公众平台在高校图书馆阅读推广工作中的应用研究[J].图书馆学究,2016,(07):29-32+28.

[21] 何雨蓉.高校图书馆经典阅读推广服务现状及优化策略研究——以 C9 联盟高校图书馆为例[J].图书馆工作与研究,2021,(04):124-128.

[22] 王宝英,王宝玲,靳月庆.静态阅读推广资源视角下的高校图书馆微信公众号探究[J].图书馆论坛,2018,38(04):111-118.

[23] 唐曦.高校图书馆微信荐购服务现状与发展研究——以中国“双一流”高校为例[J].农业图书情报学报,2020,32(01):47-57.

[24] 李玥.基于微信公众平台的高校图书馆学科服务创新[J].教育教学论坛,2020,(21):16-17.

[25] 李剑,陈俊杰,张广钦,陈萌宜.基于“微信+学科主页”的学科服务探讨——以厦门大学为例[J].大学图书馆学报,2017,35(02):69-74.

[26] 黄鹏.沉舟侧畔千帆过,病树前头万木春——武汉大学图书馆全力阻击疫情侧记[J].高校图书馆工作,2020,40(03).

[27] 孙鹏.高校图书馆应对突发公共卫生事件策略研究——基于对高校图书馆应对新冠肺炎疫情的思考[J].图书馆工作与研究,2021,(04):98-104.

[28] 孙秀菊,牛宝印,纪俊霞.高校图书馆利用微信公众平台开展社区文化创新服务研究[J].图书馆工作与研究,2017,(09):45-49.

[29] 曹鹏.基于高校图书馆微信用户接受行为模型构建研究[J].图书馆理论与实践,2017,(10):102-106.

[30] 常桂林,毕强,费陆陆.微信平台(公众号)用户持续使用意愿分析——基于期望确认模型与媒介系统依赖理论[J].图书馆学研究,2017,(22):85-92.

[31] 赵祥擎,杜棋东.基于技术接受模型的高校图书馆微信信息服务的影响因素与对策[J].南方职业教育学刊,2016,6(02):92-97.

[32] 李梦楠,周秀会.基于 Kano 模型的高校图书馆微信公众号服务内容分类和供给优先序研究[J].图书情报工作,2019,63(10):39-47.

[33] 崔竞烽,郑德俊,孙钰越.用户体验视角下的图书馆微信公众平台满意度研究[J].图书馆论

坛,2018,38(03):133-140.

[34] 赵文军,孟凯,倪志飞.信息行为框架下的高校图书馆微信阅读服务满意度综合评价[J].图书馆学研究,2021,(06):43-56.

[35] 赵乃瑄,刘佳静,金洁琴.高校图书馆微信公众号用户持续使用意愿研究[J].图书馆论坛,2019,39(03):97-103.

[36] 郭顺利,张向先,相薏薏.高校图书馆微信公众平台用户流失行为模型及其影响因素分析[J].图书情报工作,2017,61(02):57-66.

[37] 石婷婷.图书馆微信公众号用户不持续使用意愿的实证研究[J].图书馆学,2019,49(01):1-8.

[38] 冯龄萱,魏群义.高校移动图书馆流失用户画像模型构建[J].国家图书馆学刊,2021,30(01):14-24.

[39] 霍艳花.信息生态视角下微信用户信息共享行为影响因素研究[D].河北大学硕士学位论文,2017.

[40] 钱蔚蔚,徐晟,王天一.图书馆微信服务的信息性用户体验量化实验研究[J].图书馆,2020,(03):88-95.

[41] 相薏薏,王晰巍,郭顺利.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,2018,38(03):37-44.

[42] 郭顺利,张向先,李中梅.高校图书馆微信公众平台传播影响力评价体系研究[J].图书情报工作,2016,60(04):29-36+43.

[43] 王宗水,刘霞,孙倬,赵红,张健.高校图书馆微信服务项目共现关联及信息传播影响力研究——以“C9联盟”高校图书馆微信公众号为例[J].图书情报工作,2020,64(03):83-91.

[44] 张文珏,田世霞.基于传播力视角的公共图书馆微信公众号运营对高校图书馆的启示[J].大学图书情报学刊,2020,38(01):91-95.

[45] 微信小程序实现了应用“触手可及”的梦想
[EB/OL].http://www.sohu.com/a/197433458_568079.2017-10-11.

[46] 严栋.我国图书馆微信小程序使用现状分析[J].数字图书馆论坛,2018,(10).

[47] 王天泥.当图书馆遇上微信小程序[J].图书与情报,2016,(06):83-86.

[48] 董颖.基于读者服务的高校图书馆微信小程序应用情况分析[J].江苏科技信息,2021,38(07):53-55.

[49] 教育部.普通高等学校图书馆规程.[L].教高[2015]14号.

[50] 戴维·奥斯本,特德·盖布勒.改革政府:企业家精神如何改革着公共部门[M].上海:上海译文出版社,2016.

[51] 王保成,邓玉.微信公众平台在国内图书馆服务中的应用实践研究[J].图书情报工作,2013(20):82-85.

[52] 学术点滴,文献计量. COOC 一款用于文献计量和知识图谱绘制的软件

[EB/OL].(2020-01-12).<https://mp.weixin.qq.com/s/ZaLMIcxe490oV8sO0IR-vw>.2020-08-16

[53] WINTER D G.Manual for scoring motive imagery in running text(the 4th edition)[M].Unpublished Manual.AnnArbor:University of Michigan,1994.

[54] 李芳,杨眉,彭佳,陈进.大学图书馆资源建设模式中的“三一”原则[J].图书情报工作,2012,56(13):84-88+122.

[55] 王波,周春霞,陈凌,陈建龙.积极融入新冠肺炎疫情防控大局,切实创新非常时期服务策略——全国高校图书馆疫情防控期间服务创新情况调研报告[J].大学图书馆学报,2020,38(02):5-17+29.

附录一：高校图书馆微信公众号用户使用满意度调查

亲爱的老师/同学:

您好!我正在对我校的微信公众号的使用情况进行调查,旨在了解我校新媒体建设中微信公众号对教学、科研和学习的保障和支撑情况,填写问卷约需要5分钟时间,您的建议和意见非常重要,感谢您的鼎力支持!本问卷采取不记名的形式,调查数据仅用于学术研究,绝不另作他用或向第三方披露,敬请放心。

第一部分:基本信息

1.您的身份 [单选题] *

教师

学生

2.您是 (身份为学生) [单选题] *

本科生

硕士生

3.您的性别 [单选题] *

男

女

4.您的岗位类型 (身份为教师) [单选题] *

教学型

行政教辅

教学科研并重型

其他

5.您的学科背景 [单选题] *

经济学

法学

教育学

文学

历史学

理学

工学

- 农学
- 医学
- 管理学

6. 您是否关注了本校图书馆微信公众号? [单选题] *

- 是
- 否

(请跳至第问卷末尾，提交答卷)

7. 在校期间，平均每月您使用该公众号的次数 [单选题] *

- 0 次
- 每周 1-2 次
- 每天 1-2 次
- 每天 3 次以上

8. 您还会关注其他高校图书馆的微信号吗? [单选题] *

- 是
- 否

第二部分：用户数使用满意度调查

9. 您对本校图书馆微信公众号相关服务的满意程度 *[矩阵量表题] *

	非常满意	比较满意	满意	不太满意	不满意
平台设置与维护满意度	<input type="radio"/>				
平台功能实用性满意度	<input type="radio"/>				
平台服务质量满意度	<input type="radio"/>				
平台交互性满意度	<input type="radio"/>				
平台传播效果满意度	<input type="radio"/>				

10. 您对本校图书馆微信公众号界面设置与维护的满意程度 *[矩阵量表题] *

	非常满意	比较满意	满意	不太满意	不满意
界面色彩搭配自然	<input type="radio"/>				
功能层级设置符合检索需求	<input type="radio"/>				
信息排版适合不同终端自适应要求	<input type="radio"/>				
平台安全性及用户隐私得到保障	<input type="radio"/>				

平台切换流畅，系统故障较少	<input type="radio"/>				
---------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

11. 您对本校图书馆微信公众号资源服务质量满意度[矩阵量表题] *

	非常满意	比较满意	满意	不太满意	不满意
整体资源信息内容可靠	<input type="radio"/>				
整体资源信息更新及时	<input type="radio"/>				
整体资源信息文字高质	<input type="radio"/>				
整体资源信息呈现形式多样	<input type="radio"/>				

12. 本校图书馆微信公众号服务对您教学、工作、生活的影响程度[矩阵量表题] *

	很有影响	比较有影响	略有影响	影响不大	没有影响
教学/学习	<input type="radio"/>				
科研项目	<input type="radio"/>				
学术活动	<input type="radio"/>				
服务获取	<input type="radio"/>				
消遣娱乐	<input type="radio"/>				

13. 您对本校图书馆微信公众号平台用户交互性的满意度 *[矩阵量表题] *

	非常满意	比较满意	满意	不太满意	不满意
馆员定期开展用户宣传与用户调查	<input type="radio"/>				
及时反馈和受理用户提出的建议	<input type="radio"/>				
提供用户间交互分享信息的平台	<input type="radio"/>				
能经常看到与图书馆官网、微博等平台的互动转发	<input type="radio"/>				
能经常看到与本校其他微信官媒的互动协作	<input type="radio"/>				

14. 您对本校图书馆微信公众号与其他平台交互性的认知度 *[矩阵量表题] *

	非常同意	比较同意	同意	不太同意	不同意
愿意继续关注使用本校图书馆微信公众号	<input type="radio"/>				

愿意向身边朋友推荐使用	<input type="radio"/>				
愿意加入本校图书馆微信公众号编辑队伍	<input type="radio"/>				
愿意与其他微信公众号多协作	<input type="radio"/>				
期待本校图书馆微信平台能开发新的服务	<input type="radio"/>				
愿意在不同媒体平台看到本校图书馆动态	<input type="radio"/>				

15.为更好地打造本校图书馆全媒体融合建设，您对图书馆微信公众号建设还有哪些建议和意见？ [填空题] *

附录二：塔里木大学图书馆微信公众号访谈提纲（微信运营人员版）

一、访谈目的

通过对高校图书馆微信公众号维护与运营人员的一对一深度访谈，既了解上述人员的切实需求和深入了解了分析对象的形象化感知外，丰富论文内容，从而增加在后续阶段优化政策方面的说服力。

二、访谈方式

面对面访谈、微信语音通话访谈。

三、访谈对象

塔里木大学图书馆微信公众号维护与运营人员

四、提问提纲

1. 您在参加微信运营工作前是否参加过文案编辑、平台运营的工作？
2. 您在维护与运营过程中是否经过岗前培训？
3. 您对本馆微信公众号现阶段的运营状况做个总结。
4. 您觉得想要做好微信公众号维护与运营工作，最有效的手段是什么？
5. 您在维护与运营过程中遇到的难点有哪些？
6. 您在维护与运营过程中是否有工作的满足感？
7. 您在维护与运营过程中是否得到过激励与鼓励？
8. 您对微信公众号在团队建设方面有什么建议？
9. 您对微信公众号在服务优化方面有什么建议？

附录三：塔里木大学图书馆微信公众号访谈提纲（师生版）

一、访谈目的

通过对高校图书馆微信公众号的受众者一对一深度访谈，既了解上述人员的切实需求和深入了解了分析对象的形象化感知外，丰富论文内容，从而增加在后续阶段优化政策方面的说服力。

二、访谈方式

面对面访谈、微信语音通话访谈。

三、访谈对象

塔里木大学图书馆微信公众号受众者

四、提问提纲

1. 您对本校图书馆微信公众号现阶段的运营状况做个评价。
2. 您是否赞成本校图书馆微信公众号应加强与其他新媒体的联动？
3. 您觉得想要做好本校图书馆微信公众号维护与运营工作，最有效的手段是什么？
4. 您对本校图书馆微信公众号在团队建设方面有什么建议？
5. 您是否参加过本校图书馆微信公众号的运营与编辑工作？
6. 您是否愿意助力本校图书馆微信公众号的建设
7. 您对本校图书馆微信公众号在服务优化方面有什么建议？