

公共图书馆微博宣传推广模式探讨

曾 婧 刘晓景

(重庆图书馆, 重庆 400037)

摘 要 微博作为中国网民使用的重要互联网应用,为图书馆服务方式的延伸提供了广阔的平台,但我国图书馆界对于微博服务还不够重视,31 个省级图书馆中仅有 9 个开通经过新浪认证的官方微博,通过对 9 个认证微博的情况分析,对图书馆利用微博进行宣传推广的方式进行了探讨。

关键词 公共图书馆 微博 宣传推广 模式

中图分类号 G258.2 **文献标识码** A

刚刚过去的 2011 年堪称“政务微博元年”,截至 12 月份,近 2 万个党政机构和公职人员“织博为民”,政务微博在塑造政府形象、倾听民众呼声、社会舆论引导、群众政治参与等方面起到了积极的作用。而近日,国新办更是以新闻发布会的形式,支持党政机关开通政务微博。可见,党政机关越来越重视微博在处理政务、服务于民方面产生的积极作用。作为以“服务”为宗旨,“公益性”为原则的图书馆行业,更是应该紧跟时代步伐,创新服务方式,大胆探索图书馆微博服务的新路子。

1 微博的兴起

微博,即微博客(Micro Blog)的简称,是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过 Web、Wap 以及各种客户端组建个人社区,以不超过 140 字的文字更新信息,并实现即时分享。^[1]用户可以通过微博随时随地分享所见所闻。图片、连接、文字等都可以通过互联网、短信、彩信、手机完成,不需要标题和文章构思,瞬间的灵感即可

快捷地发布分享。

微博由于技术门槛低、发布简便、传播速度快等特点,很快便得到广大网民的青睐。2012 年 1 月,据中国互联网络信息中心(CNNIC)报告显示,截至 2011 年 12 月底,我国微博用户数达到 2.5 亿,较上一年底增长了 296.0%,网民使用率为 48.7%。^[2]

微博用一年时间发展成为近一半中国网民使用的重要互联网应用,而其中,又以新浪微博开通时间最早,用户最多,成为中国最具影响力的社交媒体平台。因此,本文以下关于图书馆微博的分析都以新浪微博为例。

2 全国省级公共图书馆微博使用情况数据分析

在统计对象上,只针对获得新浪微博机构认证的省级公共图书馆官方微博。用户身份认证是新浪微博为了避免身份混淆,引起公众误解,而对名人和机构实行的身份认证策略。经过机构认证之后,微博用户名后会添加一个蓝色的 V 形标识,表明其身份的真实性,同时也表明该类用户对微博的重视程度。

表 1 省级公共图书馆微博使用情况统计

省市	用户名	关注数	粉丝数	微博数	启用时间	月均更新微博数
新疆维吾尔自治区	新疆图书馆	129	18231	1390	2011 年 4 月 20 日 13:52	139
陕西省	陕西省图书馆	466	7862	1782	2011 年 4 月 23 日 07:33	178
北京市	首都图书馆	196	5799	1205	2010 年 10 月 26 日 16:52	75
重庆市	重庆图书馆	420	5264	992	2011 年 3 月 7 日 15:18	90
上海市	上海图书馆信使	646	5110	2355	2010 年 7 月 6 日 17:41	123
贵州省	贵州省图书馆	333	4353	831	2011 年 1 月 13 日 20:28	64
浙江省	浙江图书馆	81	2620	274	2011 年 4 月 14 日 16:58	27
山东省	山东省图书馆官方微博	337	753	509	2011 年 3 月 22 日 18:01	46
黑龙江省	黑龙江省图书馆	31	179	321	2011 年 9 月 20 日 08:33	64

(注:根据新浪微博整理,更新时间:2012 年 2 月 29 日 23:00~24:00;按粉丝数降序排列,启用时间是指该用户发布第一条微博的时间。)

在统计方法上,采用新浪微博的用户搜索,先在昵称栏以“图书馆”为关键词,找到超过 500 位相关用户;再在搜索结果中将范围勾选为“认证用户”,找到 167 位用户。比对结果,剔除非省级公共图书馆及个人用户,得到符合条件的研究对象,共 9 位机构用户。

统计结果如表 1 所示,对统计结果进行分析,不难得出如下结果:

第一,我国共有 31 个省级公共图书馆(不含港、澳、台),仅仅有 9 个开设通过新浪机构认证的官方微博,14 个未开通微博,8 个已开通但因没有通过新浪机构微博认证而无法判断是否为官方账号,这说明省级图书馆对于微博基于图书馆信息服务的作用还不够重视,没有意识到微博给图书馆服务带来的创新性的变革。

第二,从开通时间来看,新浪微博从 2010 年 8 月底开始内测,而以上 9 个图书馆的官方微博最早开通的上海图书馆信使也是在内测后接近 2 年的时间才开始使用微博,而这个时候微博流行已经进入鼎盛时期,很多政务、明星或草根微博粉丝数量已经以数十万计,可见省级图书馆相比于大众或者其他社会组织对于微博功能的反应滞后。

第三,从粉丝数来看,除了新疆图书馆微博账号粉丝数量超过 1 万之外,其余粉丝均在 1 万以下,显然与一般的党政机关如公安、医院、教育等部门的官方微博粉丝有着极大地差距,纵然图书馆与这些机构用户存在行业间的差距,但也与图书馆作为大众信息服务机构的身份完全不相称。

第四,从粉丝数与其他统计项目的关系看,微博账号的粉丝数,并没有与关注数呈正比例发展,也不因启用时间早而粉丝数多过启用时间晚的,却与微博数和微博的更新频率息息相关。微博数、月均更新微博数在前五名的账号中,粉丝数量也是遥遥领先,这充分说明,微博的活跃程度和机构对于微博的主动性,是吸引更多粉丝关注,提高微博影响力的决定因素。

3 重庆图书馆微博受好评事件解析

笔者对 9 个省级公共图书馆官方微博博文内容进行访问,发现这些图书馆不仅仅是把微博当成发布通知公告,进行读者服务的通道,更是通过微博这种新媒体平台,宣传各自图书馆的特色,传播图书馆的社会价值、文化理念,把微博当成图书馆形象宣传推广的新阵地。

2012 年 1 月 11 日,重庆图书馆在微博上发布“重庆图书馆为农民工开辟网上代购火车票通道”^[4],短短几天时间,关注此帖子的粉丝有 5000 多人次,重庆本地媒体重庆晨报、重庆晚报、重庆商报微博分别对此事进行了报道,微博被转发 4000 余次,特别是央视著名主持人张泉灵更是在自己的微博中对此事专门进行了点评,认为“这是我今天看的最温暖的新闻了”。

2011 年也出现过大热的杭州图书馆微博事件,是网友原创、转发造就了“史上最温暖图书馆”。而重庆图书馆的例子更体现宣传意识的主动性,是图书馆本身第一时间利用微博发布消息,并通过平面媒体的微博进行转发,进而让名人关注,进行评论,最终推广大众网友。可见,这是一种认识到微博的强大影响力后的“有意为之”,这是一次由图书馆内部利用微博进行宣传的较好案例。

因此,图书馆通过微博这个平台,不仅可以实现信息传播互动及读者服务,更是进行公关宣传,树立图书馆社会形象,提高公众媒体影响力的工具。

4 图书馆利用微博进行宣传推广的管理模式

现代图书馆在公关宣传方面,不仅要注重平面、媒体宣传,更加要看重微博这种新兴的媒介模式,以“服务”、“平等”为宗旨,以积极互动为手段,对微博进行管理。^[5]

4.1 建立微博矩阵,多号联动提升微博服务

据北京日报报道,3 月 31 日前,北京市 50 余家三级医院将全部开通官方微博,将把医院微博、科室微博和医务人员个人微博整合在一个页面下,打包建成“微博矩阵”平台。^[6]据南方日报报道,“广州教育官方微博矩阵”齐齐上线,为市民更好地提供专业、精准教育信息与互动服务。^[7]

无疑,这些单位不仅看到了微博宣传、微博服务的重要性,更是预备在全行业建立起“微博矩阵”,通过不同定位、不同角度细分用户,让微博的触角能延伸到更多各种行业的普通用户。

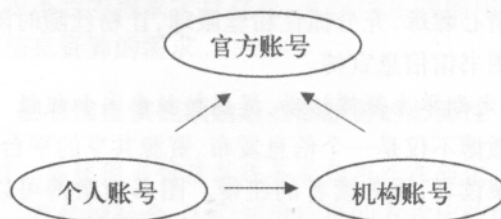


图 1 图书馆微博矩阵

对于图书馆界来说,建立全国的图书馆微博矩阵也是当务之急,这可以加强图书馆行业间的沟通,

达到信息即时共享。

对一个普通省级公共图书馆来说,也可以建立自己的微博矩阵。

如图 1 所示,以官方账号为阵地,由下属机构账号与图书馆馆员个人账号为支撑,共同打造图书馆微博宣传的矩阵。以重庆图书馆为例,官方微博“重庆图书馆”,主要负责权威发布图书馆的最新信息,宣传图书馆的特色和文化理念,而下属各部门分别开设有“重图读者俱乐部”、“重图讲座”、“重图展览”、“杂志有约”等机构微博,负责宣传自己部门的业务及与读者细分服务,并与官方账号保持互动。而图书馆的核心馆员也开始有自己的个人微博,以馆员个人的名义展示图书馆人的形象,并积极支持机构账号及官方账号。三管齐下,共同打造一种多号联动的微博矩阵,更好地提升微博的活跃度,全方位服务各类型粉丝。

4.2 设立多个微博话题,积极与粉丝互动

由于微博服务器面前每个账号都是平等的,所以无论是官方账号还是机构账号,都不能以高高在上的“官本位”思想发布一些诸如公告、通知等一板一眼的微博内容,这样根本引不起粉丝的兴趣。要设立多个微博话题,如新疆图书馆的#地名中的新疆#、#西域中的诗抄#,上海图书馆信使的#读书这点事#、#阅读下午茶#,重庆图书馆#重图美女馆员#等话题,都是除传统书刊推荐、活动宣传外的新颖话题,最能引起各地粉丝的兴趣。同时,用平易近人的“网言网语”,真心与粉丝间的情感沟通,互动交流,积极参与回复讨论,利用粉丝形成更大的网络影响力。

4.3 注重更新频率,争取粉丝的“碎片时间”

微博的迅速兴起很大程度在于其及时性,打发了粉丝大量的“碎片时间”,即随时随地,都能微博。因此,公共图书馆官方微博如果几天才更新一条信息,再精彩的信息也很容易就湮没在海量微博信息中。9 个公共图书馆中,陕西省图书馆以月更新 178 条的频率保持着微博的活跃度第一,且每条微博都经过精心雕琢,充分抓住粉丝眼球,让粉丝随时随地接受图书馆信息宣传。

4.4 定期举办微博活动,提高粉丝参与积极性

微博不仅是一个信息发布、资源共享的平台,更是凝聚读者,服务读者的纽带。图书馆微博可以采取定期举办微博活动的形式,召集读者,通过有新颖

有吸引力的活动把大家紧紧地凝聚在图书馆这个大家庭中。活动可分为线上活动和线下活动,线上活动即是粉丝只要是与微博进行互动就可以参与其中,“好书荐购您做主”“转发有礼”等;线下活动即是通过微博召集,微博报名,粉丝到图书馆参加馆内举办的一系列读者活动。

4.5 整合粉丝群体,扩大微博影响力

当粉丝累积到一定程度,就可以对粉丝进行分析统计,了解粉丝需求,做好信息收集、反馈工作,逐步建立和培养较强的用户言论分析能力,同时善于总结用户言论中较为共性的特征和规律,特别重视网络世界中“意见领袖”的言论,善于从他们获得建议,并及时反馈。开展工作时适当考虑一般用户的喜好,从而就能有效降低图书馆各项工作的盲目性。

5 结语

由于图书馆界特别是省级公共图书馆在微博的使用方面普遍不够重视,微博应用还处于相对低级的阶段,因而存在的问题较多。但是,图书馆既然认识到了微博的价值,并且及时开通了官方微博,就应该针对微博实时、动态、快捷、短小、开放、互动的特点,对开通的微博进行多渠道的宣传,制定合理的微博管理制度,以新媒体传播的优势来弥补图书馆的宣传软肋,以便更好地适应读者的需求,塑造图书馆的网络品牌。

参 考 文 献

- (1) 微博. 百度百科 [EB/OL]. 网址: <http://baike.baidu.com/view/1567099.htm>. [2012-02-28]
- (2) 第 29 次中国互联网络发展状况统计报告 [EB/OL]. 网址: http://www.cnnic.cn/research/bgxz/tjbg/201201/t20120116_23668.html. [2012-02-28]
- (3) 于长福. 微博在公共图书馆中的应用 [J]. 图书馆学刊, 2011(9): 106-108
- (4) 重庆图书馆微博. 重庆图书馆为农民工开辟网上代购火车票通道 [EB/OL]. 网址: <http://weibo.com/1965632970/y0fDVspSw>. [2012-02-28]
- (5) 三级医院下月底全开微博. [N]. 北京日报, 2012-02-14(5)
- (6) 微博问好 教育微博矩阵齐上线. [N]. 广州日报, 2012-02-14(A3)

(作者简介) 曾婧(1985~),女,助理馆员,2007年毕业于重庆工商大学法学专业,就职于重庆图书馆书刊借阅中心。刘晓景(1977~),女,馆员,2001年毕业于四川大学图书馆学专业,就职于重庆图书馆少儿视听中心。