

基于Pinterest的公共图书馆资源推广研究

王骞敏¹, 鞠英杰²

(1. 苏州大学社会学院, 苏州 215021; 2. 苏州大学企业竞争情报研究发展中心, 苏州 215021)

摘要: 文章主要在对国内公共图书馆服务推广现状的基础上, 结合国外公共图书馆利用Pinterest开展推广服务的状况, 对国外公共图书馆在Pinterest平台上提供的服务内容以及活跃度进行调查, 分析其有益的经验 and 存在的问题, 提出运用可视化社交媒体开展公共图书馆工作, 增强公共图书馆在可视化平台上的相互合作, 抓住用户需求, 利用平台板块细分优点, 丰富页面活动信息内容, 以期对国内公共图书馆提供帮助。

关键词: Pinterest; 公共图书馆; 资源

中图分类号: G35

DOI: 10.3772/j.issn.1673—2286.2014.10.010

1 公共图书馆在社交网络上的尝试

随着信息技术的不断发展, 图书馆的管理和服务不再局限于传统的借书还书, 而是增加了多种服务方式, 进入了综合性、多功能服务的新时代。图书馆的发展随着时代的变化而变化。伴随着社交网络的兴起, 社交网络在图书馆工作中日益重要。事实上, OCLC(联机计算机图书馆中心), 列出了如Pinterest等社交网络在图书馆中的作用。它指出: 社交网络与青年服务紧密相联, 这就决定了其核心包括以下方面: 这种社交网络是一种继承并超越实体图书馆的非传统方式, 图书馆应通过这种方式与年轻人接轨; 使社交网络参与到图书馆决策中, 认清什么是对图书馆青年服务最有用的工具; 探索社交网络的潜力, 与青少年相联系, 满足他们的信息需求; 明白与青少年在线交互这种方式的机会、形式与限制, 建立一个适合图书馆设置的社交网络工具的导航; 帮助年轻人装配和使用网络工具, 并使他们参与到网络社区中来^[1]。社交网络一定程度上改变了传统的“封闭办馆”、“坐门等客”的思想, 提倡“走出去”的主动服务, 在很大程度上丰富了公共图书馆宣传推广的方式方法, 也扩大了图书馆信息和服务的范围。

从Facebook与Myspace等社交网络兴起开始, 公共图书馆一直尝试在社交网络上推广图书馆的服务。就Facebook而言, 它为图书馆提供了多种服

务内容, 包括网页服务、应用服务以及链接, 其中包括涂鸦墙、活动、联合书目检索、在线咨询等内容^[2]。而Myspace则提供聊天、交友、视频、图片、群组等功能, 能使图书馆参与到用户的活动中, 加强与用户的联系, 增进交流并促进相互理解^[3]。

但是, 在公共图书馆推广服务过程中, 仍困难重重, 未获得良好的效果。首先, 图书馆推广影响力有限, 大部分用户对图书馆所用平台不了解, 使图书馆在平台中发布的内容尚未真正传播至用户。其次, 图书馆推广过程中发布内容单一, 多为图书馆活动消息发布或者新书抵馆推荐, 在推广过程中, 虽有一定的内容发布, 但却无法引起用户兴趣, 更无法使用户对平台进行密切关注。另外, 用户参与度低这一问题不仅使图书馆对用户请求无法准确把握, 也无法培养用户的忠诚度, 易使图书馆失去准确的推广方向。这一系列问题不仅与图书馆自身推广力度息息相关, 更与此类平台的本身特性密不可分。所以, 我们应寻找图书馆服务推广的更好平台, 吸引用户, 真正地推广图书馆服务, 为用户服务。

2 基于Pinterest的公共图书馆资源推广的调研

近年来, Pinterest开始在国外图书馆中掀起一阵风潮, 各大公共图书馆纷纷建立起可视化平台, 利用

Pinterest为用户提供服务。

Pinterest是一个pinboard风格的分享照片的网站,它允许用户创造和管理基于主题的照片集合,如事件、兴趣和兴趣爱好等。

Pinterest名称由Pin(图钉)+Interest(兴趣)组成,寓意为把自己感兴趣的东西(图片)用图钉钉在钉板(PinBoard)上,让用户不断发现新图片^[4]。

在Pinterest中,网站图片的主要来源主要分为七种,分别为个人博客、垂直类网站、社交网络站点、用户上传类网站、图片分享类网站、电商类型网站以及其他。用户在发现高质量的图片(包括设计、摄影和新闻等)后,受到兴趣刺激进行分享收藏,将自己有兴趣的图片通过tag、board、category与source进行归类。在同一个兴趣组的用户可以方便地发现、连接到其他用户,在分享、收藏图片的过程中,进行信息交流。

本文调研时间为2014年1月20日至2014年2月20日。对Pinterest公共图书馆官方用户名称、关注人数(喜欢人数)、pin数、主要服务内容和提供的服务功能等进行了网上调研。

需要说明的是:①这里的关注人数是follower人数,关注度也是按照follower人数确定。②由于Pinterest中不显示创建时间,故这里创建时间不纳入调查范围。③主要服务内容从发布内容中进行归纳分类。④检索中出现地区性公共图书馆(诸如沃伦公共图书馆,沃伦—新港公共图书馆)也在统计之列。

在Pinterest输入“公共图书馆”进行检索,显示以“公共图书馆”为主题的用户有1288个,发现大部分都是图书馆官方用户。去除重复名字的图书馆,并逐个对用户页面的内容进行鉴别,最后确定使用Pinterest的公共图书馆有972个。

选择972个公共图书馆中最受关注的10个网站进行研究,即follower数量最多的十个公共图书馆。对十个最受欢迎图书馆的内容进行信息采集,包括board名称与内容、每个board的pin数等。其中board名称与内容、board的pin数可确定各大图书馆发布内容的类型,而Follower人数、board更新情况、pin数量等可以反映公共图书馆在Pinterest的活跃度。文章针对这十个公共图书馆的图书馆服务内容和对972个公共图书馆的活跃度分析。

在确定平台类型方面,通过查阅相关资料,大致将类型确定为“信息公告类”、“主题推荐类”、“文化

推广类”、“图书馆活动类”,后经调研发现“实体周边类”占据一定的比例,决定将其吸收为一类。故图书馆服务内容分为“信息公告类”、“主题推荐类”、“文化推广类”、“图书馆活动类”、“实体周边类”与“其他”六类。

3 Pinterest上的公共图书馆服务内容和活跃度分析

3.1 公共图书馆在Pinterest上所提供的服务内容

在对搜集的数据进行分析整理后,得出公共图书馆在Pinterest上所提供的服务内容主要有以下六类:

(1) 信息公告类:指图书馆以信息公告为目的,对本图书馆情况以及资源进行介绍的版块。在调查中发现,各大公共图书馆这一板块较少,对自身新到资源的信息公布更是少之又少。研究的10个图书馆仅有卡内基—斯托特公共图书馆(Carnegie - Stott Public Library)、哈里森公共图书馆(Harrison Public Library)、奥福尔伦公共图书馆(O' Fallon Public Library)三个图书馆对新到资源有介绍。

(2) 主题推荐类:指以推荐为目的,对图书馆进行一定的信息处理分析后可以看到,以图书馆角度为公众提供有参考价值list的综合版块,不仅包括阅读书目推荐,也包含电影、音乐、美食推荐等。Pinterest大部分公共图书馆创建的board类型是以主题推荐为目的,占据约55%的板块(如图1),博纳兹维尔公共图书馆(Bernardsville Public Library)这类板块更是达到全部板块的72%(如图2)。在主题推荐类中,又以各类主题的阅读书单推荐为主,利用Pinterest的可视化功能展示书本封面,为读者阅读提供帮助。如博纳兹维尔公共图书馆的“亚洲阅读列表”推荐了亚洲经典书目;米苏拉公共图书馆(Missoula Public Library)的“Reading the Oscars 2014”则是推荐了与2014年奥斯卡电影有关的书目;伯明翰公共图书馆(Birmingham Public Library)的“万圣节阅读”则是围绕万圣节这个节日为读者推荐合适的书单。

(3) 文化推广类:指以教育为目的,面向社会服务的版块,指狭义上的生活方面,如健康、职业教育等。图书馆作为一个公众机构,对一个地区的文化有非常

大的影响,主要表现在就业、健康以及技能推广方面。在卡内基—斯托特公共图书馆的“保持健康(Keeping Healthy)”板块中,所有图片都是围绕介绍如何让人体机能保持活力的方法;在伯明翰公共图书馆的“Tips For Raising Readers”板块,为公众提供了阅读技巧的小贴士,提高阅读能力。

(4) 图书馆活动类:指以宣传活动为目的,提倡用户参与到图书馆活动中的版块。此类图书馆活动既指图书馆与用户间的活动,也包含了图书馆与图书馆之间的互动。十大公共图书馆都或多或少地有这一方面的版块,主要鼓励读者与图书馆、读者与读者、图书馆与图书馆之间进行交流。图书馆活动类的board数并不多,但是它的pin数相较于其他板块遥遥领先,这是图书馆鼓励公众共同参与的结果。如裴公共图书馆(Pei Public Library)、伯明翰公共图书馆与清水公共图书馆(Clearwater Public Library)共同参与的“图书社区版块(Book Community Board)”中,鼓励2503名家图书馆或公共平台或权威人士推荐与图书有关的图片、封面等,相互评论,相互分享感兴趣的书、图片等,这一board的pin数达到了107771,是所有板块中pin数最多的板块(如图3);“你在阅读什么”是调查的10个图书馆参与图书馆最多的板块,研究的10个图书馆中有8个图书馆参与了这个活动。

(5) 实体周边类:介绍图书有关的实体(如书签、图书馆环境等)的版块。在这一类信息中,对图书馆阅读环境的介绍占据了很大的一部分。如卡内基—斯托特公共图书馆、奥福尔伦公共图书馆与伯明翰图书馆参与的“图书馆展示(Libraries Display)”板块,各个参与者将与图书馆环境有关的图片加入到这一板块,与其他人分享。

以下是这几种类型的统计情况。

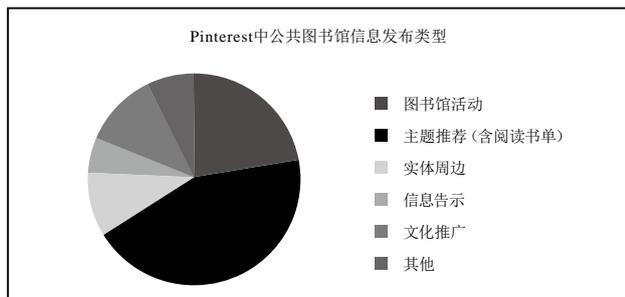


图1 Pinterest中公共图书馆信息发布类型

(数据来源: <http://www.pinterest.com/search/boards/?q=public%20library>)

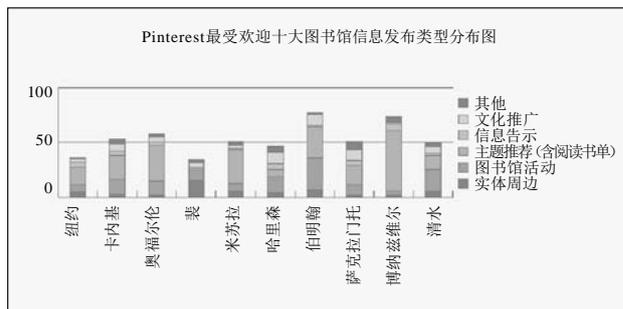


图2 Pinterest最受欢迎十大图书馆信息发布类型分布图

(数据来源: <http://www.pinterest.com/search/boards/?q=public%20library>)

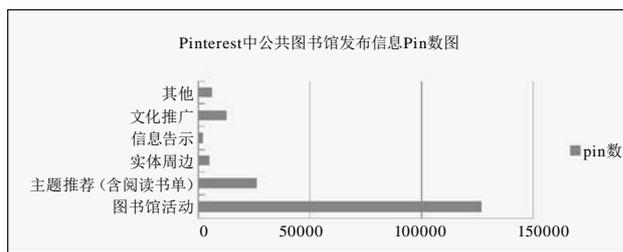


图3 Pinterest中公共图书馆发布信息Pin数图

(数据来源: <http://www.pinterest.com/search/boards/?q=public%20library>)

3.2 公共图书馆在Pinterest上的活跃度

Follower人数、board更新情况、pin数量等可以反映公共图书馆在Pinterest的活跃度。纽约公共图书馆是Pinterest中最受欢迎的图书馆, follower数达276218, 纽约公共图书馆也是最早开始使用Pinterest的公共图书馆之一。Follower人数最少的是West Concord Public Library、Winterset Public Library、Blount County Public Library, 仅为1人。其中, 有近90家公共图书馆的follower人数超过500人, 这些图书馆大多都是州图书馆。其余图书馆的关注度都较低, 605家图书馆的follower数量未超过100。

图书馆pin的数量受图书馆更新频率与网页内容丰富程度的影响。图书馆在Pinterest中, pin数最多的是布莱尔—普雷斯顿公共图书馆, 达5535张。对图书馆的follower人数与pin数进行分析可知, pin数超过2000的43家图书馆中, 35家图书馆的follower数超过500。可知, 公共图书馆关注度与网页pin数有关, 即公共图书馆关注度与图书馆更新频率及网页内容丰富程度有关。

从board更新情况和pin数量可以看出, 相当部分公

共图书馆页面board更新持续时间短, board数偏少, 且更新频率低, 说明大部分图书馆对Pinterest还未重视, 完全没有充分地利用Pinterest改进图书馆服务。调查还发现, 除部分特殊的图书馆活动, 如“图书社区版块(Book Community Board)”、“你在阅读什么”等, 其余都是由图书馆所发。也就是说, 网站的质量以及关注度能否提高, 主要取决于图书馆员的努力。由此可见, 在Pinterest这样一个社交网站上, 即使多数图书馆已经加入Pinterest, 但读者在其中扮演的角色只是旁观者, 而未达到参与者的程度。而对于美国9000多家图书馆的庞大数量, 加入Pinterest的图书馆又是少之又少。

4 Pinterest对国内公共图书馆资源推广的借鉴与启示

4.1 运用Pinterest网络可视化媒体, 挖掘展示图书馆资源

可视化社交媒体有一个突出特点, 即快速抓住眼球, 引起关注。众所周知, 图书馆的价值随着利用率提高而增加。公共图书馆的资源、活动等往往因为宣传不够, 导致公众对图书馆认知仅停留在借阅图书场所的阶段, 这使图书馆的大量资源得不到合理利用。图书馆可以利用可视化媒体这一特点将信息以最精简的方式——图片传递给用户, 将图书馆自身活动、资源以公众能够快速理解的方式呈现出来, 提高自身关注度与利用率, 最大限度地提高自身价值。再者, 视觉化社交媒体作为Web2.0环境下社交媒体的一种, 能够使公众参与到图书馆活动中来, 既可以是图书馆的被服务者, 也可以成为图书馆的提供服务者。

国外的图书馆对Pinterest的重视程度正说明了这对图书馆服务的促进作用。但是国外图书馆对Pinterest的平台建设还未成熟, 呈现的内容乱而杂。图书馆在建设Pinterest平台之前, 首先要对平台内容进行合理的规划, 以取得事半功倍的效果。

4.2 通过Pinterest, 增强公共图书馆在服务上的协作、资源共享

图书馆之间的合作主要包含在图书馆活动版块中。在Pinterest中, 创建board时可以选择board为公共

或者私有, 若为公共即可邀请他人与自己一起为板块添加图片。在Pinterest中, 可以由一个图书馆创建一个board, 邀请各大图书馆参与, 围绕某一主题进行交流。更突出的是, 由于Pinterest中pin的图片中可以提供网页链接, 使用户能够直接链接到图书馆网站或其他相关网站, 进行详细了解、借阅或购买。这就等同于将各大图书馆在一个平台上相整合, 统一为用户服务。在调查中, 国外各大公共图书馆之间的合作主要表现在共同创建推荐书单、进行活动交流方面, 且都获得了公众较好的反响。对于国内图书馆, 应该更多在社交平台上进行合作, 以合作解决交流问题, 解决单个图书馆无法解决的问题。且在此平台上成本低, 也能获得公众较多的关注。

4.3 利用Pinterest分析用户需求, 开展互动性图书馆服务

与其他依靠实际社交关系的社交网络不同, Pinterest完全由依赖于用户的兴趣。因此如何使公共图书馆在社交媒体上更有吸引力, 归根到底还是要能抓住用户需求特点, 把准用户的核心需求并能提供针对性的服务。如上文所述, 主题推荐类信息为用户提供了较权威的信息, 但是从用户评论与follower数看, 主题推荐类的信息不及图书馆活动类信息影响广, 说明用户对图书馆活动类信息更为感兴趣, 图书馆应在Pinterest上更多地考虑到用户的需求。事实上, 在Pinterest上, 那些能保持较高活跃度的board上, 都是围绕某一热点话题抓准了用户的需求特点而取得效果的。在Pinterest的平台上, 用户需求可以从follow板块、用户评论、repin数等进行分析判断。在这个平台上, 我们需要与用户进行深度合作, 真正让用户参与到图书馆工作中来。

4.4 利用Pinterest板块细分, 深化图书馆的服务内容

板块细分是Pinterest在图书馆服务中的一个突出优点。Pinterest可以使用户根据自身需要自我定义board, board的分类因此也多种多样。在这样的平台上, 图书馆可以对自己提供的服务与内容进一步细分, 方便与用户的兴趣进行更细致的对接, 也有利于图书馆对用户兴趣与需求更直接的把握, 针对性更强。

从调查结果分析看,在公共图书馆Pinterest服务内容中,主题推荐类board最多。主题推荐类多是由图书馆发布推荐的较为权威的信息,尤其在阅读书单方面,图书馆推荐的阅读书单一般围绕某一主题,进行有针对性的推荐。而在信息发布,即对图书馆介绍以及自身资源告示方面有一定缺陷。信息告示类的内容占全部内容的6%,这对用户直接通过Pinterest了解图书馆资源情况是不利的。图书馆应将自身资源与社交媒体相结合,使用户能够通过社交媒体便捷地了解图书馆资源,从而实现图书馆资源利用最大化。在图书馆活动类方面,各大公共图书馆开展的多为线上活动,对线下活动的介绍与反馈较少。且从各board的follower数看,用户对图书馆活动类信息的反应相较于其他类型信息的反应更为热烈,而图书馆活动的board数却只占整体信息的14%。公共图书馆应重视图书馆活动类的信息发布,鼓励用户更多地参与到图书馆服务中。

5 结语

Pinterest作为一个社交网络平台,近年国外公共图书馆对其日益重视。类似于Pinterest的视觉化社交媒体的兴起正也说明了可视化媒体对图书馆服务工作有显著的促进作用。国外图书馆对此平台的应用有闪光点,亦有不足。国内公共图书馆应对此有清晰的认识,了解其有益的经验与存在的问题,高度关注视觉化社交媒体的发展并结合现实充分利用社交网络开辟新的图书馆服务平台,主动将图书馆的资源与服务以读者喜闻乐见的形式展现在社交网络环境中,以有效推动图书馆现代化信息服务的升级。

参考文献

- [1] MORALES M. The State of America's Libraries [R]. The American Library Association, 2013.
- [2] 丁献峰,杨九龙.基于Facebook的国外图书馆创新服务实证研究[J].大学图书馆学报,2012(5):23-27.
- [3] 游园惊梦.国外图书馆2.0实践:Myspace篇[EB/OL]. [2014-09-23]. <http://youmeng.bokee.com/61465331.html>.
- [4] Pinterest [EB/OL]. [2014-09-23]. <http://baike.baidu.com/view/6620273.htm>.
- [5] 张琳.高校数字图书馆引进SNS的研究分析[J].图书馆界,2011(1):7-21.
- [6] 张文彦.公共图书馆的微博新时代[J].情报科学,2012,30(11):1632-1637.
- [7] 刘建.公共图书馆豆瓣社区应用调查与分析[J].图书馆杂志,2013(5):51-54.
- [8] RICHARDSON R, VANCEA C, PRICEA E, et al. A Mightier Pin: Creating a Credible Reference Library on Pinterest at Murray State University [J]. Internet Reference Services Quarterly, 2013(4): 247-164.
- [9] THORNTON E. Is Your Academic Library Pinning? Academic Libraries and Pinterest [J]. Journal of Web Librarianship, 2012, 6(3): 164-175.
- [10] HANSEN K, NOWLAN G. Pinterest as a Tool: Applications in Academic Libraries and Higher Education [J]. Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research, 2012, 7(2): 1-11.
- [11] MILLER M. Making Your Library (Pin)teresting! Using the Online Pinboard to Promote Library Resources [C]// MCC-Longview Library, 2012: 139.

作者简介

王莺敏,女,1993年生,研究方向:图书馆资源利用,E-mail: amy.wangqianmin@foxmail.com。
鞠英杰,男,教授。

Promoting Public Library Resources by Pinterest

WANG QianMin¹, JU YingJie²

(1. School of Society Soochow University, Suzhou 215021, China;

2. Center of Enterprise Competitive Intelligence R & D, Soochow University, Suzhou 215021, China)

Abstract: Based on the situation of public library service promotion in China, and combined with condition on foreign public library service promotion utilizing Pinterest, an investigation is conducted on the service contents and activities of the foreign public libraries, and an analysis is made on its beneficial experience and existing problems. Opinions and suggestions are proposed that visual SNS which are user-oriented could be applied to libraries work and the advantage of dividing broad by broad could be used to enrich the content of the page. All we do intends to assist public libraries in China.

Keywords: Pinterest; Public library; Resources

(收稿日期: 2014-09-14)