

图情领域微信公众号学术资源统计分析

徐宽 陈琳

(东北师范大学信息科学与技术学院, 长春 130117)

摘要: 本文从服务类图情领域微信公众号学术资源现状研究出发, 采用python爬虫程序获取数据源、利用BDP可视化软件绘制图表, 对微信公众号有关学术资源进行网络调查和量化分析, 从多维度对相关指标进行系统性、规范化的统计分析, 发现图情领域服务类微信公众号资源现状未达饱和, 对于学术资源的建设仍需紧随当下新媒体运营趋势, 结论中提出的建议与策略对于同类微信公众号的资源建设起到一定的借鉴意义。

关键词: 微信公众号; 图情领域; 学术资源

中图分类号: G230.7

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2019.08.010

近两年, 经历从全民参与的“众媒时代”向人机交互的“智媒时代”的跨越, 信息资源生产全过程与用户行为方式都发生了颠覆式变革。新媒体作为新兴媒体环境, 对于学术资源的建设带来全新的影响与革命。新传媒产业联盟秘书长王斌认为“新媒体是以数字信息技术为基础, 以互动传播为特点, 具有创新形态的媒体”。交互性与即时性、海量性与共享性、多媒体与超文本个性化及社群化是新媒体的特性, 因此在新媒体环境下学术资源建设也应承上述特性逐一展开。

在新媒体时代的影响下, 网络学术资源建设也在潜移默化地进行改变, 越来越多的支持学术的资源、工具、服务向着电子化、分布式、以信息流为主导的模式转变, 阅读方式也不再局限于传统纸质版阅读, 而是向着新媒体环境下构建的数字阅读形式发展^[1]。微信公众号作为新兴主流自媒体代表之一, 于2012年8月18日正式上线, 大众通过该平台进行文字、图片、语音等全方位沟通与互动, 使其成为各行业进行业务推广的有力工具。微信公众号是实现网络学术资源建设、挖掘深度信息的精准表达, 也是开展社会化全媒体移动营销的互补工具。碎片化阅读是微信公众推文的典型表现形式, 得到越来越多的用户青睐, 增加了时间利用率的同时还带来了知识的集体涌现^[2]。

1 综述

随着网络技术、计算机技术、网络信息化的迭代更新, 网络学术资源载体形式亦随之变化, 由最初广泛的学术网站、数据库到具体的电子出版物以及学术APP等, 演变成更加个性化、便捷化的微信公众平台建设。近年来, 基于图情领域微信公众号研究也各有不同, 如从营销手段角度对微信公众平台战略实施计划进行实证评估^[3-5], 从商业视角下微信公众号作为社交媒体的信息传播特征进行研究^[6]。

从用户使用微信公众平台满意度出发研究, 赵乃瑄等^[7]引入高校图书馆微信公众号期望确认模型, 通过量表构建来验证调研的可靠性, 并从五个维度对用户微信公众平台的满意度进行考量; 崔竞烽等^[8]构建用户体验图书馆微信公众号测量表对满意度进行实证调查, 并根据调查结果提出微信公众平台的改进策略; 杨甜^[9]通过借鉴ECM-ISC模型构建高校图书馆用户持续使用满意度模型, 结合问卷调查对模型进行检验与拟合分析, 得出该模型的提出对用户持续关注行为的影响因素, 为平台日后的推广与发展提供一定的参考借鉴; Yoon^[10]探索社交网络服务中用户的体验、满意度和习惯等理念, 并研究它们如何影响用户继续使用移动社交网络服务的意图。

从微信公众号对用户持续使用影响因素角度出发研究,范钧^[11]采用问卷设计调查和构建结构方程模型来分析微信公众平台推文内容特性对用户持续使用意愿、用户感知价值、用户认知需求的影响,在此基础上提出该研究的理论贡献和管理启示;文鹏等^[12]将“UTAUT模型理论、感知风险理论和媒介丰富理论相结合构建理论模型,从接受因素、风险因素和内容因素3个方面分析微信用户使用意愿的影响因素,以期对未来的研究方向提出展望”。

从高校微信公众号角度研究,周海晨等^[13]分析“985”高校微信公众号推送文章的特征及规律,并提出改进建议;宋振世等^[14]以华东师范大学图书馆为例对微信公众号在图书馆信息服务的应用实践和营销要素进行研究分析,为其他高校微信公众号的应用服务建设提供参考借鉴意义;赵玉明等^[15]对“211工程”高校微信公众号现状进行分析,并对研究结果提出建议和对策;陈雨雪^[16]对“985”高校图书馆微信服务号的使用现状进行调查分析并对研究结果提出建议;张骏毅等^[17]通过对“211”高校微信应用现状调查分析,发现微信在高校图书馆建设中使用存在感低并在其他应用方面有不足,并针对上述现象提出改进对策和建议。

上述研究围绕不同机构对微信公众号的运营、用户满意度、应用现状进行调查研究,但是鲜有对新媒体环境下图情领域微信公众号学术资源建设采取长期的定量研究。本文利用python爬虫程序,以清博大数据平台作为采集数据源,对基于服务类图情领域微信公众号学术资源建设研究,截取符合研究条件的微信公众号推文内容,结合相关数据指标,对其提出建议与策略。

2 研究过程

2.1 数据来源

本文选取清博大数据平台作为数据采集来源。清博指数平台作为第三方新媒体搜索引擎,是“两微一端”新媒体大数据平台,一站式行业大数据解决方案服务商,服务包括指数评估、数据新闻、融媒体中心建设、营销活动、定期培训。以此平台作为数据来源,更具专业性和保障性。

2.2 数据采集

为了使数据采集过程更加清晰,同时获得规范化、

结构化的原始数据,本文以python语言为基础构建符合搜集内容的独创性网络爬虫程序,查找符合服务类图情领域的微信公众号,手动输入微信公众号ID(如e线图情:chinalibs)。文章采用网络调查法、内容分析法,结合python网络爬虫技术,搜索“图情”“图林”“图书馆”等检索词,并辅以他人推荐、软文推广等方式,淘汰推文数量少、代表性不强、内容不符合研究范围的相关微信公众号,在清博指数平台爬取符合标准的微信公众号14个,最终总获2 004条数据。将14个微信公众号ID导入爬虫列表,借助API接口启动推文链接进行爬虫处理,选取调查时间段为2019年1月1日—6月1日,将是否原创、发布时间、在看、阅读量、推文标题、推文作者、微信名称以CSV格式导入Excel表格进行存储。

2.3 数据处理方法

对录入Excel的2 004条数据进行清洗、整理,使其格式规范化,其中丢失数据原因包括:①在清博指数平台未实名认证;②只有微信公众号简介,没有实质内容录入。

本文使用Excel将清洗后的数据进行分析,提取发文总量、平均阅读量、平均在看、原创率和WCI指数5个统计指标,再将规范化数据以xls格式导入BDP(一款直观、多维、实时展示和分析数据的可视化软件,具有易用性强、操作性强等特点),对其深入分析并绘制图表。

2.4 研究方法

本文采用内容分析法对交流的内容进行客观系统的辩论分析。广义的内容分析法是一种客观地、系统地、定量地描述交流的明显内容的研究方法^[18]。同时,它也是一种对于传播内容进行客观、系统和定量的描述的研究方法,其实质是将分析内容分解为若干个分析单元进行定量的描述统计。具体步骤主要包括内容抽样、内容分析单元定义、构建内容类别、编码和分析结果并得出结论。

3 统计与分析

推文内容信任影响因素包括阅读量、评论量、好友阅读(在此表示为“在看”)、原创性、微信传播指数(WCI)。文章将处理数据导入BDP软件,评价指标分

别为推送文章数、平均阅读量、平均在看、WCI和原创率5项。文章选择以中位数作为参照指标,因为中位数更贴近定量指标的实际水平,当一组数据中个别数据偏大或偏小时,中位数则可以将这种差距反映出来,比较适合用于描述该组数据的集中趋势。

3.1 微信推文、平均阅读量、平均在看统计分析

推送文章数代表一个微信公众号内容创建优质程度与运营的实时活跃性,推送文章数量多,对于用户而言相比于其他类似微信公众号增强了存在感与认知度。图1对14家微信公众号“推送文章数”进行统计分析,结果显示有8家微信公众号推送文章数超过中位数数值,6家未超过中位数数值。因此,从中位数角度衡量推送文章数水平调查可知,14家微信公众号有不到半数符合整体水平,在“推送文章”板块应给予改善,从内容品质着手创作用户满意的推文。相对于所调查的样本而言,从推送文章数角度整体观察,服务类图情领域微信公众号的发展并不是十分显著,仍有过半账号未向集中趋势靠拢,还有很大的上升空间。

平均阅读量与平均在看指标的选择是体现在固定的一段时期内微信公众号所发推文中,用户对其内容的认可程度与分享程度。图2中平均阅读量和图3中平均在看数值超过中位数、趋于集中的微信公众号分别有8家和6家,占比分别为57.14%和42.86%。由此可知,用户对于服务类图情领域微信公众号的推文内容认可度与喜爱度适中,并无明显的受众倾向。此外,指标平均阅读量与平均在看数据量整体呈现正相关,与推送文章数呈现负相关。如图情范儿在调研期间推送文章数排名榜首,但平均阅读量与平均在看排名最低。深入分析可知,推送文章可以提升微信公众号运营的活跃程度,但并没有注重推文内容质量与制作精良,因此读者并未对其内容产生兴趣。

3.2 WCI、原创率统计分析

除此之外,还对微信公众号进行WCI、原创率指数统计排名,结果如图4、图5所示。WCI指数是由清博指数数据团队考虑各维度数据后得出的综合指数,相较于其他指标而言,更能权威地反映微信公众号的整体传播力和影响力,是目前应用最广泛的微信传播力的评判标

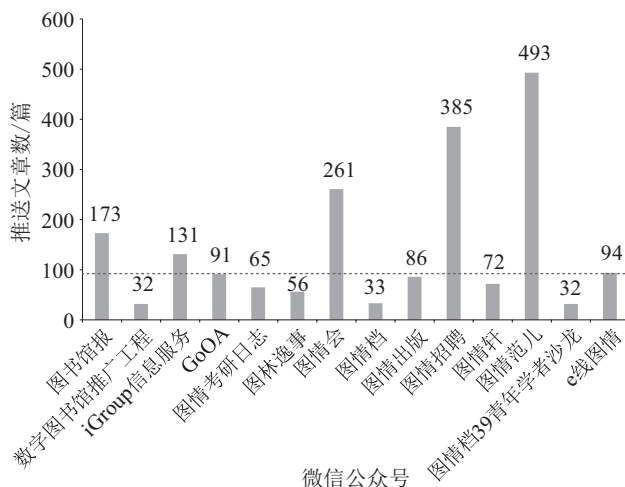


图1 微信公众号推送文章数

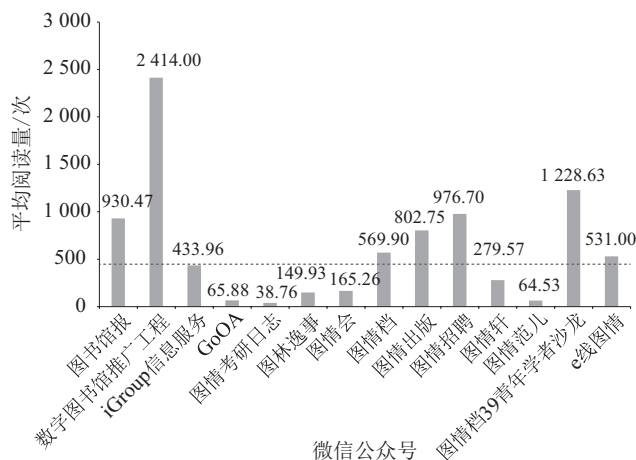


图2 微信公众号平均阅读量

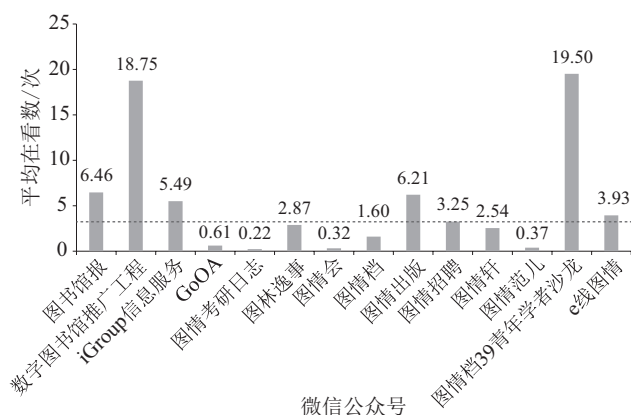


图3 微信公众号平均在看数

准。WCI指数越高反映该公众号整体的传播力越强,影响力越大。根据图4得知,WCI指数整体比率呈现集中趋势,证明面向服务类图情领域微信公众号传播力强、影响力大。

新媒体应该具备基本的原创性,当阅读自媒体内容时,接近70%用户表示遇到过难以判断自媒体内容真实性的问题。通过比较WCI指数和原创率两组数据,得出微信公众号在满足推广效果显著、影响力大的同时,也要提高原创率,这样可以使推文内容更加易于带动学术传播,发散更加真实有力。此外,对图2、图3和图5分析发现,原创率低的微信公众号,平均阅读量和平均在看也相对较低,如图情会原创率为2.30%,平均阅读量和平均在看排名都相对落后。分析表明,用户更加倾向于原创文章,对于转载文章保留看法。推文内容的原创性对于学术资源建设有极大的支撑作用,可作为内容质量、文章推广、用户满意度的衡量指标。对于微信公众号学术建设内容而言,这里的原创性区别于一般意义上个人或个别团体单独的原创性,是指一段特定时代所赋予的新内容的创造,一种形式上、理念上的创新,更具广泛意义。这个原创是这个特定的时间内时代的原创,仍可称其为具备原创性的一面。

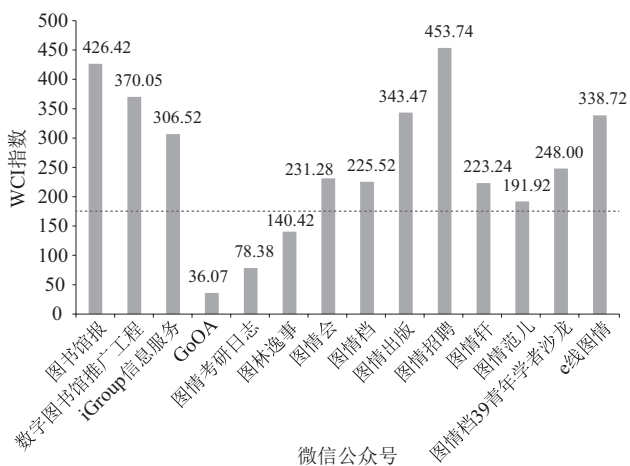


图4 微信公众号WCI指数

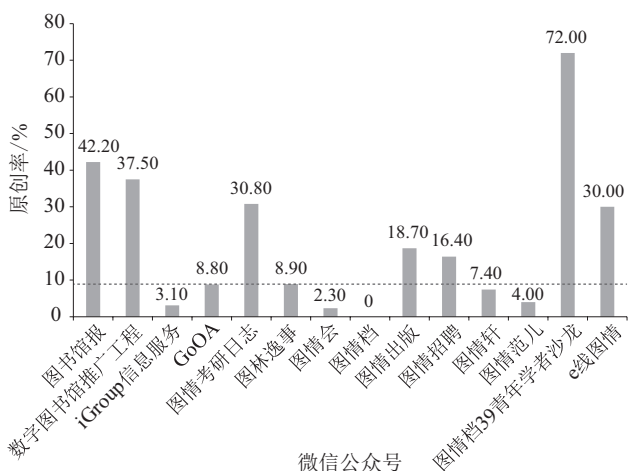


图5 微信公众号原创率

3.3 内容分析

文章通过定量指标对图情领域服务类微信公众号资源状况的探究,重点从其推文内容方面进行统计数据的量化分析,以“阅读量>3 000”和“在看>40”作为流量判定指标对内容类别进行划分。

3.3.1 阅读量分析

用户对“好内容”的核心需要基本形成了共识,80%用户都认为“好内容”应该有足够的深度和专业性,能够完善用户的知识结构,并提高及时性和准确性。微信公众号作为自媒体的代表,“流量”是其营销价值的直接标准。为了增强公众号与读者之间的互动性以及推动公众号运营者发布更高质量的文章,阅读量和点赞量作为“流量”具体操作指标,使用户可以更加直观地了解文章的热度及阅读效果。2018年底,微信团队推出微信7.0版本,将“在看”功能代替了“点赞”功能,用户将内容不错的文章,通过点击“在看”分享到“看一看”中,微信好友通过这一功能查阅朋友推荐的文章。通过潜在的学术交互行为使微信公众号内容推广被极大地拓宽,也为学术资源建设带来了一定的深化推广。

内容分析单元定义、构建内容类别是内容分析法的核心,本研究从定量与定性两方面对收集的微信公众号进行编码分析。从定量角度将调查的14个微信公众号以“阅读量>3 000”和“在看>40”作为流量指标对内容类别进行定义。调查结果如表1所示。

表1 流量指标频次

流量指标	频次
阅读量>3 000	5
在看>40	7

文章对14家公众号内容进行分析,以“流量”作为编码指标,统计可知阅读量大于3 000次的微信公众号5家、发表15篇推文。其中,图情招聘6篇、图书馆报5篇、数字图书馆推广工程2篇、图情出版1篇、图情档38青年学者沙龙1篇。

根据表1可知,满足“阅读量>3 000”有5家微信公众号,所占比率为35.71%,相对较低。首先,统计结果呈现出图情领域服务类微信公众号内容建设受大众认可程度低,信息资源的搜集与采纳是否满足本平台的创办

理念等相关问题。其次,通过统计“阅读量>3 000”的文章可知,推送文章内容趋向于图书馆建设、图情领域招聘信息、图情档沙龙文化、数字化图书馆等方向。从内容构建可知,图书馆报推文内容侧重于服务图书馆行业资讯,具体可分为馆长访谈、海外馆情、阅读推广、古籍传承等内容。图情招聘推文内容侧重于图情领域毕业生招聘行业资讯,推文内容大致包括行业招聘信息、新闻动态、征文通知、会议资讯等方面。数字图书馆推广工程创建理念是共建一个适应当下、面向未来的全国数字图书馆体系,其服务内容包括政策发布、专栏构建、资源推荐等板块。据企鹅智库《2018年新媒体趋势报告》显示,近63%的浏览器用户主要看信息流资讯,在手机音频资讯的用户中,近90%的用户会收听重要的社会资讯。值得注意的是,知识技能类资讯,在音频领域被广泛需要,以70%的渗透率排名第二。数字图书馆推广工程推文中,《听赏群书|新年把“听书”资源尽收囊中》一文热度最高,受众浏览量最大。近年来,随着互联网的发展和人们阅读习惯的改变,有声阅读愈发受到市场的关注,正在被越来越多的读者所接受。据第十五次全国国民阅读调查数据显示,2017年有两成以上国民有听书(有声阅读)习惯,中国成年国民的听书率为22.8%,较2016年的平均水平(17.0%),提高5.8个百分点。有声阅读对于学术资源推广更加便捷,从纸质阅读到有声阅读无论从阅读方式还是载体形式都有很大改变,为学术资源带来了全新的建设理念,产生积极的影响作用^[19]。

3.3.2 在看功能分析

微信公众号相对于微博信息发散功能相对较弱,是一个围绕用户群体及周边表现相对封闭性的平台。“看一看”平台的推出,让微信公众号内容开放式地呈现给用户,“在看”功能使用户与微信公众号之间进行双向互动,做到内容“有温度”地被传递,提高了传播率与转化率,为学术资源的有向传递提供了参考价值。

对“在看>40”的公众号文章进行统计,微信公众号有7家、推送文章共15篇。其中根据“在看>40”频次可知,14家微信公众平台中只有7家满足用户阅读需求,占比为50%。可以说明,用户对于推文内容的欣赏程度保持中立态度,然而距离本平台创办的体系化、常态化与品牌化,还存在一些差距。这对于本领域微信公众号如何创办内容,如何去创造更加符合用户品位的文

章,怎样进行学术资源建设都带来了一定的挑战。从具体分析来看,图情档39青年学者沙龙4篇、图书馆报3篇、iGroup信息服务2篇、图情出版2篇、数字图书馆推广工程2篇、图情招聘2篇。上榜的文章内容可大致分为学科建设、馆员信息素养、阅读推广、资讯信息、招聘信息5类。其中,图情档39青年学者沙龙微信公众号发布的《樊振佳:反思话语漂移、坚守学术共同体》在看为102次,排名第一。

3.4 推文功能分析

从推送功能栏目设置可知,微信公众号一级类目共20个,二级类目共有84种,大致可分为特色服务、平台简介、考研资讯、招聘信息、阅读推广、会议资讯、业界动态7个方面。调查结果如表2和表3所示。

表2 服务功能推送微信公众号频次

类别	频次/次
特色服务	6
平台简介	5
会议资讯	5
阅读推广	3
业界动态	3
考研资讯	2
招聘信息	2

由表2可知,各微信公众号服务功能推动频次均在集中趋势以下,频次较高的二级服务功能是特色服务6次,平台简介、会议资讯的推送频次均为5次。除特色服务、平台简介外,14家微信公众号交叉领域交集最大的为会议资讯,阅读推广与业界动态次之,考研资讯、招聘信息位于最后。

表3对面向服务类图情领域已开通的微信公众号栏目设置情况进行统计,根据调查的14个微信公众号一级栏目设置可知,73%的微信公众号出示明确的面向用户检索查询的具体一级功能栏目,方便用户浏览推文信息,功能定位明确,有利于建立清晰的平台品牌形象。27%微信公众号没有明确的二级栏目辅助功能,用户对该微信公众号没有明确的浏览意愿,这也极大程度降低了用户的使用性。从二级栏目标题来看,大部分公众号功能栏目的窗口服务条目清晰,因为其服务功能栏目作为平台建设的门户,不仅体现本平台创办服务理念,

表3 微信公众号服务功能栏目

微信名称	栏目设置	
	一级栏目	二级栏目
e线图情	海外	动态、IFLA、会议、导航、事业、专业辞典
	国内	要闻、访谈、会议、产业、速递、雷速
	图学	管理、读者、馆藏、图情学、文献学、技术
	MORE	馆建、人物、机构、协会、产品
图情范儿	金榜题名	情报学培养、情报学范式、考研真题、经验&经历
	情报实践	情报技能、2016BDTC大会、柯南中的情报信息
	本号信息	联系我们、内容搜索、特殊服务
图情轩	阅读推荐	原创时评、阅微笔记、内容搜索
	投稿购书	金陵书屋、欢迎投稿
	历史文章	-
图情招聘	历史搜索	历史消息、文章检索
	小程序	会议、就业、科研/资讯、期刊查询、LIS指数、我要发布、个人收藏
	老密圈(付费咨询)	-
图情出版	书目	图书馆学书目汇总
	微店购书/关于我们	-
图情档	历史文章	-
图情档39青年学者沙龙	我们是谁	发起人
	我们干啥	沙龙倡议、青年沙龙
	我们说啥	大佬说、青椒说
图情考研日志	答疑集合	学姐答疑、关于我
	考研信息	考研院校一/二、考研经验、暑期夏令营
	考研辅导	学长学姐、学习小组
	资源咨询	链接
GoOA	全部快讯/联系合作	-
	图情必读	图情、招聘、检索、会议、出版社
iGroup	馆员招聘	-
	iGroup	关于iGroup、iGroup招聘
	精彩推荐	资源解读、数图宝典、政策解读、我的图书馆故事
数字图书馆推广工程	在线资源	移动平台、微阅读、图书馆公开课、视听资源、少儿资源
	官方网站	-
	重磅专题	改革开放40周年、年度盘点、公共图书馆法、智慧图书馆、馆长访谈
图书馆报	会议报名/电子报	-
	国际会议/全国会议/地区会议	征文、参会、报道
图林逸事	欢迎投稿	-

还兼备特色服务的职则标准。如图情范儿中“特殊服务”是其增加的新业务，具体内容为创办图情领域考研资料交易及赠与、考研咨询交流平台中心，以便为图情考研学子提供信息资料交流服务与支持。图情招聘二级栏目“小程序”设定汇集多种功能，如图情领域内招聘信息、科研资讯、期刊查询等专业具体信息，为图情领域用户提供“一站式查询”，为用户带来了极大的便

捷使用感。

4 发展策略及建议

4.1 打造新媒体环境下学术资源短视频模式

根据企鹅智库《2018新媒体趋势报告》发布关于

文字和图片类资讯,仍是目前手机端最主流的资讯形态^[20]。时长不超过10分钟的视频资讯一跃成为新兴推文内容形式,手机资讯用户对此的接受度已达到47%,长视频资讯在手机端接受度目前仍不足5%。而直播类资讯的接受度,已经达到16.8%。基于上述分析,14家微信公众号在面对新媒体环境下短视频或直播的新兴产业链时,基于微信平台的资源建设方式应打破以往的图文叙述格局,融合多媒体表现形式,打造以短视频为主要推文载体形式,以直播作为辅助链接形式的新兴推广方式。具体可以实施阅读推广活动短视频、馆舍介绍短视频、会议访谈直播、名人讲座直播等形式,让微信号学术资源建设更加符合当下媒体流行趋势。

推送文章数、平均阅读量、平均在看3个指标作为反映微信公众号推文内容的建设状况的参考指标,由上述分析可知,推送文章数与平均阅读量和平均在看成负相关,对于推送文章数多的微信公众号只增强了存在感,但未收获用户对推文本身的认同感。因此,对于上述问题,应从内容建设上寻求原因,怎样将内容做细、做精是当下微信公众号发展的一个棘手问题。微信公众号的内容资源建设需要顺应时下流行的热点趋势,将文本内容影视化,使用户告别长阅读,以短视频的形式轻松、便捷地呈现给用户。此举能够获得更多的读者的认可同时,也为微信公众号自身的内容建设带来了全新的发展机会。

4.2 依据特色服务,互通构建资源整合平台

本文对图情领域服务类微信公众号运营现状进行研究,所筛选研究样本都是符合图情领域具备服务功能特色、独树一帜的微信公众平台。功能定位是微信公众号为迎合用户使用并在此基础上结合当下流行前沿趋势,立足平台自身发展打造品牌特色化的助力剂。

服务功能特色化是微信公众号资源建设的一大亮点,上述研究过程中,14家微信公众号只有6家具有特色服务功能,会议资讯成为14家微信公众号资源建设的唯一交叉点。因此,从这一角度出发,构建学术资源特色功能整合平台相当于为图情领域服务类的微信公众号提供了一个整体参考借鉴标准,使微信公众号依据自身特色功能建设作为对比参照标准,相互之间取长补短,以“扬弃”的态度看待本平台的资源建设。建立互通资源整合平台,在保留平台特色功能服务外融合多源特色功能,为平台之间搭建学术资源交流参考范

式,为用户提供一站式服务平台。此举既可以优化检索查询,又可以形成一个基于个别微信公众号特色功能基础之上的总服务平台。

4.3 深度挖掘学术资源,创造学术价值共同体

新媒体的环境下学术资源建设发展得到了更多的可能,区别以往的常态化建设,从学术价值角度出发,用户信息行为、阅读行为等演变出更多的资源构建表达形式。为了避免推文内容的同质化,增强学术价值、坚持学术资源原创性、为图情领域发展带来更大的效应,14家微信公众号应依据自身特色资源建设,立足本身发展理念,在推出本平台资源建设推广的同时也需做到推文内容的最大价值化,不应当做到大而泛,应当做到小而精,实现内容精良,提高用户满意度。在为读者提供咨询的同时,也应提供相关的学术文献作为附加资源,让读者不应只有知会权,还应有知情权,帮助读者更好地了解图情界各方学术建设的最新前沿领域发展动态。深度挖掘学术资源可以为平台建设带来更强生命力,从多维度、多领域、多视域下进行深度整合挖掘,增强平台资源的丰富性。纵向探究平台服务功能延伸的长度,是否设置合理;横向探究本平台开设多少服务内容,是否做到精准服务。从横向与纵向的研究观察来对微信公众号资源建设有一个立体的感知,便于创造优质学术资源,打造学术价值开发命运共同体。

参考文献

- [1] 邱云安. 新媒体时代阅读[J]. 北京文学(精彩阅读), 2019(2): 207-208.
- [2] 王晓芳. 碎片化阅读时代图书馆微阅读服务模式研究[J]. 图书馆学刊, 2017, 39(10): 33-36.
- [3] TAFESSE W, WIEN A. Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment[J]. Journal of Marketing Management, 2018, 34(9/10): 732-749.
- [4] SURESH M, MOHAN R. Application of social media as a marketing promotion tool a review[C] //7th IEEE International Conference on Computational Intelligence and Computing Research (ICIC). IEEE Podhigai Sub-section of Madras Section and IEEE Signal Processing, 2016: 413-418.
- [5] THACKERAY R, NEIGER B L, KELLER H. Integrating social media and social marketing: a four-step process[J].

- Health Promotion Practice, 2012, 13 (2) : 165-168.
- [6] HE X, PEDRAZA-JIMENEZ R. Chinese Social Media Strategies: Communication key features from a business perspective [J]. Profesional De La Informacion, 2015, 24 (2) : 200-209.
- [7] 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 (3) : 97-103.
- [8] 崔竞烽, 郑德俊, 孙钰越, 等. 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 (3) : 133-140.
- [9] 杨甜. 高校图书馆微信公众平台用户持续关注行为影响因素研究 [J]. 情报学探索, 2017 (2) : 95-103.
- [10] YOON Y S. The impact of users' satisfaction and habits in customer loyalty to continue the mobile social network service [J]. The Journal of Society for e-Business Studies, 2010, 15 (4) : 123-142.
- [11] 范钧. 微信公众号推送内容特性对用户持续使用意愿的影响 [J]. 商业经济与管理, 2017, 37 (8) : 69-78.
- [12] 文鹏, 蔡瑞. 微信用户使用意愿影响因素研究 [J]. 情报杂志, 2014, 33 (6) : 156-161.
- [13] 周海晨, 陆和建. “985工程”高校图书馆微信公众号研究 [J]. 大学图书馆学报, 2017, 35 (1) : 46-52.
- [14] 宋振世, 顾笑迎. 微信在图书馆信息服务中的应用实践——以华东师范大学图书馆为例 [J]. 图书馆杂志, 2017, 36 (10) : 26-32.
- [15] 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.
- [16] 陈雨雪. “985”高校图书馆微信服务平台使用现状调查与分析 [J]. 图书馆学研究, 2014 (16) : 88-93.
- [17] 张骏毅, 杨九龙, 邓媛. “211工程”高校图书馆微信应用现状分析与对策研究 [J]. 图书馆学研究, 2014 (6) : 29-34.
- [18] 邱均平, 邹菲. 关于内容分析法的研究 [J]. 中国图书馆学报, 2004, 30 (2) : 14-19.
- [19] 中国新闻网. 从看到听: 有声阅读会不会成为新的阅读趋势 [EB/OL]. [2019-05-14]. http://www.xinhuanet.com/2018-05/07/c_1122792887.htm.
- [20] 企鹅智库. 七大趋势+49组数据:《2018新媒体趋势报告》 [EB/OL]. [2019-06-03]. <https://tech.qq.com/a/20190301/008800.htm#p=1>.

作者简介

徐宽, 男, 1961年生, 硕士, 副教授, 研究方向: 信息检索、数字信息资源, E-mail: xuk803@nenu.edu.cn。
陈琳, 女, 1995年生, 硕士研究生, 研究方向: 数字资源管理。

Statistical Analysis Research on Wechat Official Accounts in the Field of Library and Information Science

XU Kuan CHEN Lin

(School of Information Science and Technology, Northeast Normal University, Changchun 130117, China)

Abstract: Based on the research on the current situation of academic resources of WeChat public platform in the field of service library and information, this paper carries out the network survey and quantitative analysis on the academic resources of WeChat public platform, where the python crawler program is used to obtain the data source and the BDP visualization software is used to draw the chart. Besides this, systematic, standardized, and statistical analysis of the relevant indicators is carried out from multiple dimensions in this paper. It is found that the status quo of the service WeChat public platform resources in the library and information field is not saturated. For the construction of academic resources, it is still necessary to follow the current trend of new media operations. The suggestions and strategies proposed in the conclusions of this paper have certain reference significance for the resource construction of similar WeChat public platforms.

Keywords: Wechat Public Platform; Library and Information Field; Academic Resources

(收稿日期: 2019-06-09)