

图书馆微信小程序应用研究

张晓梅

(河南省信阳市固始县图书馆, 河南 固始 465200)

摘要: 信息技术的快速发展,催生了众多方便快捷的社交媒体平台和手机应用程序,微信小程序就是其中之一,它承载于微信之中,为微信用户提供了多样化的服务。图书馆是为大众提供公共阅读服务的机构,为了能够提升服务质量,创新服务路径,开发图书馆专用微信小程序是必由之路。本文就公共图书馆应用微信小程序的重要性和现状进行了分析,并针对用户的个性化需求优化了图书馆微信小程序的运营模式,以扩大图书馆的服务范围,提高服务水平。

关键词: 微信小程序;公共图书馆;实践;应用

中图分类号: G250

文献标识码: A

文章编号: 2096-5079 (2020) 03-0093-02

2019年8月,中国互联网信息中心发布了第44次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2019年6月,我国网民规模已达8.54亿,而手机网民规模已达8.47亿,其中使用手机上网的网民比例则达到了99.1%。可见,在“互联网+”的时代,智能手机的应用有着深刻的群众基础,特别是近年来,依托智能手机而迅速发展的APP和小程序由于其具有方便快捷的特性而受到了用户的青睐。公共图书馆作为为广大人民群众提供公共阅读服务的平台,也开始寻求新的服务路径,与微信小程序的结合不仅体现了公共图书馆的与时俱进,也体现出图书馆关注用户需求,顺应时代变换的发展思路。

一、公共图书馆与微信小程序

(一) 微信小程序的建构理念

微信小程序是一种新的开放能力,开发者可以快速地开发一个小程序。小程序可以在微信内被便捷地获取和传播,同时具有出色的使用体验。虽然是小程序,但它具有比现有的任何APP都更加灵活、更加唾手可得的组织形态,无须下载安装即可使用,用户只需要扫一扫或搜一下就能够打开应用获取服务。

(二) 图书馆与微信小程序相结合的必然性

1. 公共图书馆应用微信小程序符合时代发展要求

信息技术的发展使得智能手机已经成为大众工作和学习的首选,利用智能手机,公众可以随时搜索并接收到需要的网络信息资源,图书馆不再成为公众寻找文献与信息资源的首选,图书馆的影响力和服务能力都有下降的趋势。在这种情况下,公共图书馆突破自身局限,大胆开拓创新,将公共图书馆的功能搬到微信小程序中,利用微信小程序满足用户需求,这符合当下“互联网+”时代的发展要求,符合新时期公众对于公共图书馆的期待。

2. 微信小程序与公共图书馆的服务理念具有相似性

一直以来,图书馆的主要功能是为广大用户提供文献和信息服务,以体现其公共服务的基础性特征。而微信小程序的开发也是为了能够将更优质、更便捷的服务提供给用户,使之能够通过智能手机满足更多需求。在服务理念上,两者是具有契合性的。共融共通的服务理念使得公共图书馆与微信小程序的结合更加具有必然性和必须性。

3. 微信小程序能够提升公共图书馆的经济效益和社会效益

公共图书馆开通微信小程序能够更好地实现公共图书馆所应产生的社会效益,为公众提供更好的公共服务;同时,也能够为图书馆及大地节约程序开发成本、阅读推广成本和获

取用户的成本等。微信小程序的应用则能够使得图书馆的服务生态更加移动化、集成化、智慧化,最大限度地满足用户的个性化需求。两者的结合是社会效益与经济效益的双赢。

二、公共图书馆应用微信小程序的现状分析

通过调查研究可知,2017年,微信小程序刚刚推出的时候,以“图书馆”为检索词在小程序中进行检索,共检索出30家图书馆及相关机构;而2019年,再次以“图书馆”为检索词在微信小程序中进行检索,可得到上千家图书馆及相关机构的检索结果,其中,县级图书馆微信小程序约130家。这说明,微信小程序已经在县级公共图书馆中有了一定的应用基础。此外,通过调研可知,用户主要对于图书馆的借阅服务、精品活动、电子书阅览等有较大需求,着重于利用碎片时间提取信息资源,提升文化素养的需求满足。

三、优化公共图书馆微信小程序的路径思考

为了能够实现用户的功能需求,公共图书馆的微信小程序应该从以下几个方面优化业务模型与系统运营流程,打造并推广用户满意的县级公共图书馆移动互联应用服务门户。

(一) 针对实际需求,设置业务模块

考虑到微信小程序的特性和调研中用户对于图书馆功能的需求,图书馆在建立自有微信小程序时主要应设置以下几个模块。

1. 馆藏查询与图书借阅

这个模块体现的是图书馆的基础性服务功能。用户可以利用这个模块随时随地查询到图书的馆藏情况,对喜爱的图书进行收藏,以便下次快速找到,同时也可以在其中嵌入链接方便用户链接到其他图书馆平台进行查询。在查询到所需书目后,用户可以直接通过微信小程序进行借阅,确定所借书目,并预约纸质书籍借阅时间。

2. 咨询传递与图书推荐

在这个模块下可以设置“精品资源”“每日阅读”“看书排行榜”等类目,为用户传递前沿资讯,推荐优质的图书,并允许用户可以评论互动,进行程序内社区朋友推荐,多途径发挥图书馆小程序的功能。

3. 下载专区与个性服务

下载专区主要提供图书馆馆内制度、流程程序、应用说明等内容的下载,同时还可以联合知网、万方、维普、超星等数据库资源提供期刊文献的网络下载,丰富图书馆的电子文献数量。

个性服务主要是为用户提供更为便捷的服务,如听书、慕课、小视频、占座服务,等等。定期开展服务人群的问卷调

作者简介: 张晓梅,女,汉族,河南固始人。研究方向:图书馆管理。

基金项目: 2019年河南省图书情报研究项目《图书馆微信小程序应用研究》项目编号:HNTQL-2019-070)研究成果。

查,根据调研结果增减个性服务内容,为用户提供更为针对性、精确性的服务。

(二) 优化运营模式, 增强服务能力

1. 开展多样活动, 助力全民阅读

公共图书馆可以利用微信小程序发布多样化的服务,如“阅读漂流瓶”“问卷调查”“读书社区”“每日签到”“读书换礼”等等。激发用户的阅读热情,扩大图书馆的活动影响力,响应中宣部“全民阅读”活动的号召,努力营造“书香中国”的浓厚氛围。

2. 线上线下结合, 加强新技术应用

利用“世界读书日”开展全民阅读活动,通过微信小程序发布公告和二维码,组织报名,实现线上线下的同频共振,同步开展活动。利用小程序优化图书馆现有二维码应用场景,缩短服务路径,在各类线下活动中通过小程序扫一扫完成新读者的身份认证与会员申请,并未特殊人群增设专人服务,为老年人提供线上程序应用指引,为未成年人设置细分活动专区等。

3. 追踪用户反馈, 培养用户忠诚度

公共图书馆通常都配备有自己的微信公众号用来推送阅读咨询和馆内消息,因此,微信小程序可以与微信公众号实现同步链接,从而提供完整的移动图书馆应用服务,但与此同时,也要各有侧重,体现出不同程序的差别性。此外,要利用微信公众号、微信小程序等追踪用户反馈,注重用户的意见和建议,设置意见箱或馆长服务日,让用户体会到被重视,从而提升用户的忠诚度和满意度。

(三) 加大投入力度, 持续提升优势

首先,要注重专业团队建设。微信小程序的开发和相关应用的维护都需要有专业的团队为依托,图书馆可以引进具有相关技能的人才,也可以委托第三方提供服务,以增强技

术团队的专业性,方便解决用户在应用过程中可能出现的各种问题。其次,要注重维护更新。应用内的活动内容、新书推荐等要随时进行更新,为保持小程序应用频率做好基础性工作。最后,要注重创新推广渠道。利用一切可以利用的渠道推广图书馆的微信小程序,提高使用率,扩大图书馆影响力,增强用户活跃度和图书馆的服务能力。

四、结束语

在互联网迅速发展的当下,图书馆的文献与信息服务功能需要更大的平台和更多的途径来实现,微信小程序的出现为图书馆在新时代的发展提供了新的契机。图书馆应该充分利用微信小程序的社交优势,结合自身的实际情况,在定期深入调研的基础上,满足用户个性化的需求,并通过持续的更新维护优化运营,提升服务,明确小程序的应用目的,最大化地发挥小程序的作用,实现图书馆经济与社会效益的双丰收。

参考文献:

- [1]第44次《中国互联网络发展状况统计报告》(全文)[EB/OL].2019-08-30.http://www.cac.gov.cn/2019-08/30/c_1124938750.htm.
- [2]微信小程序.[EB/OL].<https://mp.weixin.qq.com/cgi-bin/wx>.
- [3]王天泥.当图书馆遇上微信小程序[J].图书与情报,2016(06):83-86.
- [4]芦晓红.图书馆微信小程序的应用现状与展望[J].图书馆学研究,2018(11):19-25.
- [5]陈君,吴冰,王金森.图书馆微信小程序的应用现状及前景分析[J].新校园:上旬刊,2017(10):59-60.
- [6]周宁馨,张啸林,李帅.高校图书馆微信公众平台调研与分析——以云南省普通高等院校为例[J].图书情报导刊,2018(07).
- [7]刘竟,张禄芬,崔欣卉.国外图书馆社交媒体研究热点分析及启示[J].图书馆学研究,2019(02).
- [8]徐春,张静.高校图书馆微信公众号服务发展现状及对策研究——基于42所“双一流”建设高校的调研[J].图书馆学研究,2018(24).

(上接第92页)社数字化转型的效率。

(五) 注重服务, 优化盈利模式

在传统出版社数字化转型的今天,盈利模式的构建和优化不容忽视。从目前来看,传统出版社向数字化转型中的盈利模式还不够完善,从原来来看,主要就是大部分传统出版社在数字产品的制作和推广方面还不够成熟,产品的质量、内容还没有真正达到数字化出版的内在要求。在消费层面,职业资格考试、培训等数字化课程有很大的市场需求,但是在这方面主要是一些教育培训机构涉足,传统出版社涉及的比较少。因此,在互联网时代背景下,传统出版社、互联网新企业、培训机构之间的界限比较模糊,数字化的盈利模式还需要进一步的优化和完善。

四、结论

数字化转型,已成为当今出版业应对出版载体和传播方式变革、顺应数字化发展潮流的主要战略选择。大数据的应用可以极大提高传播速度,拓宽传播渠道,让作者可以有更多的机会与方式加强自身品牌效应。数字化以及大数据的运用,让出版和营销水平有了进一步提升,服务也更加专业化,作者自身也受益匪浅。中书网秉承着质量与服务为先的原则,尽力帮助作者群体获得最好的营销效果,既提高了个人品牌的价值,又可以收到很好的市场反馈。基于这些优势,在我国出版业同世界出版业之间的竞争与合作、交流与碰撞更加频繁的背景下,发展数字出版,抢占出版业的制高点,赢得发展的主动权,是必然的战略选择。

参考文献:

- [1]张忠凯.新形势下传统出版业数字化转型的理念思考和实操建议[J].出版广角,2016(23).
- [2]张凡.探索知识服务商业模式[J].出版参考,2016(06).
- [3]张新新.出版机构知识服务转型的思考与构想[J].中国出版,2015(24).
- [4]唐圣平.教材相关的数字产品形态及其盈利模式分析[J].科技与出版,2014(05).
- [5]沈文倩.“复制与创新”——数字报纸盈利模式分析[J].新闻传播,2014(04).
- [6]孔乃卓.专业出版社人才培养体系构建——以外研社为例[J].现代出版,2016(05).
- [7]李宝玲.媒介融合时代传统出版业数字化发展的路径选择[J].科技与出版,2016(08).
- [8]王雁来.数字出版时代传统出版的生存与突围路径[J].东南传播,2016(04).
- [9]李贞.基于提高我国文化软实力的出版国际化战略研究[J].出版广角,2015(13).
- [10]林金安,吴雪梅,赵晓媛,李光跃.互联网时代教育出版新模式的思考与实践[J].中国编辑,2015(06).
- [11]涂文婷.务实的理论 有效的对策——评《互联网与数字出版传播研究》[J].出版广角,2017(13).
- [12]谭可可.我国童书市场出版传播秩序失调及其重构路径[J].编辑之友,2015(01).
- [13]孙喜佳,李盈,刘惠琴.科技期刊的刊网融合出版传播新模式——以《中国肿瘤临床》为例[J].天津科技,2017(09).