

• 医学信息组织与利用 •

医学高校图书馆微信公众平台数据分析及对策

蒋若冰

栾永明

邵 爽

(沈阳药科大学图书馆 沈阳 110016) (辽宁省气象信息中心 沈阳 110000) (沈阳药科大学图书馆 沈阳 110017)

〔摘要〕 以沈阳药科大学图书馆为例, 对其微信公众平台用户及图文数据进行抽取与分析, 根据结果提出医学高校图书馆微信阅读推广对策, 包括加强平台宣传, 提高用户关注度; 重视用户需求, 调整推广内容; 保证推送信息质量, 明确服务工作重点。

〔关键词〕 新媒体; 阅读推广; 微信公众平台; 医学高校图书馆

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2019.05.017

Data Analysis and Countermeasures of WeChat Public Platform of Medical University Library JIANG Ruobing, Shenyang Pharmaceutical University, Shenyang 110016, China; LUAN Yongming, Liaoning Provincial Meteorological Information Center, Shenyang 110000, China; SHAO Shuang, Shenyang Pharmaceutical University, Shenyang 110016, China

〔Abstract〕 The paper takes Shenyang Pharmaceutical University Library as an example, extracts and analyzes the graphical and textual data of users of the library's WeChat public platform. And based on the results, it comes up with promotion countermeasures for WeChat of medical university library, including attracting more attention from users by intensifying publicity on the platform, focusing on users' needs and adjusting the pushed content accordingly, ensuring the quality of the pushed information and making clear of the focuses of service work.

〔Keywords〕 new media; reading promotion; WeChat public platform; medical university library

1 引言

自 2006 年中央宣传部、中央文明办和新闻出版总署等 10 余个部门共同倡导发起全民阅读活动后, 高等院校图书馆阅读推广服务从举办各类读书节、读书月、读书日等活动逐步走向常规化、周期化、有序化。随着 Web 2.0 的到来, 阅读媒介逐渐

向无纸化发展, 新媒体为各个图书馆, 特别是医学类高校图书馆的阅读推广提供更加崭新多样的方式及平台。2011 年 WeChat 问世, 其友好的用户界面和数量众多的用户群受到各图书馆的青睐。图书馆陆续开通微信公众账号, 微信被应用到阅读推广服务中, 如何更好地发挥微信阅读推广的效果成为图书馆关注的课题。

2 数据来源及处理

2.1 来源

本文利用微信公众平台助手对沈阳药科大学南

〔修回日期〕 2018-12-27

〔作者简介〕 蒋若冰, 硕士, 馆员, 发表论文 16 篇, 参编专著 2 部。

校区图书馆开馆 1 年以来的数据进行分析，其中包括用户关注数据及图文发布的阅读数据。直观真实且均为去重数据，选取时间为 2017 年 8 月 31 日 - 2018 年 11 月 4 日。

2.2 处理

图书馆通过公众平台向读者进行信息发布，将这些面对公众的信息均界定为产生阅读推广影响的信息。利用微信公众号助手小程序将对象数据按照时间排序制作二维曲线图，依据一定临界值人工挑选曲线峰值具有代表性的节点进行具体分析。

3 数据分析

3.1 用户分析

3.1.1 用户总数 2017 年 8 月 31 日 - 2018 年 11 月 4 日沈阳药科大学图书馆微信公众平台用户从 1 969 人增至 5 950 人，净增关注人数 3 981 人，平均日净增关注人数 9.3 人，见图 1。

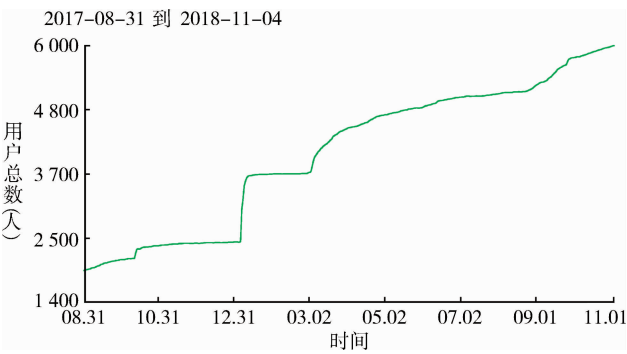


图 1 用户数量

3.1.2 新关注人数 将研究时限内的每日新增关注用户数以日期作为横坐标制作曲线，可以看出曲线中存在若干明显峰值，见图 2。以新增关注人数 40 人/日为下限，人工抽取具有代表性的峰值节点进行分析，见表 1。可以看出新关注人数的峰值存

在很大程度的共性，一种发生于新生入馆参观集中宣传期间，另一种峰值则与图书馆排座系统运行相关。

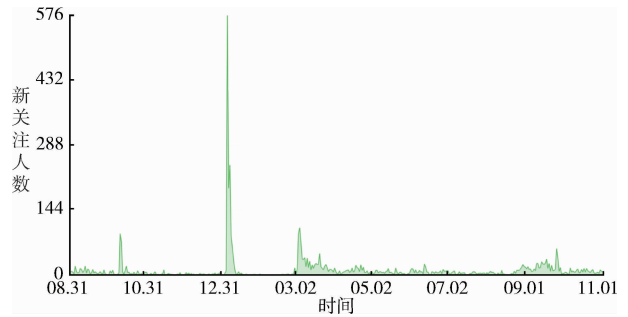


图 2 新增用户曲线

表 1 新增用户情况分析

日期	人数	事件分析
2017. 10. 12	92	84K 新生入馆参观（14 个班）
2017. 10. 13	74	84K 新生入馆参观（10 个班）
2018. 01. 06	566	图书馆启用座位管理系统
2018. 01. 07	93	同上
2018. 01. 08	244	同上
2018. 01. 09	86	同上
2018. 01. 10	61	同上
2018. 03. 04	89	寒假结束，图书馆开馆季（选座系统余温）
2018. 03. 05	105	同上
2018. 03. 27	48	生命科学学院学生入馆参观
2018. 09. 27	58	读者协会有奖征文

3.2 图文分析

将研究时限内每日微信平台发布的图文阅读量经过过去重用户处理后，以日期作为横坐标制作曲线，可以看出曲线中存在若干明显峰值，见图 3。以图文阅读量 400 次/日为下限，人工抽取具有代表性的峰值节点进行分析，见表 2。可以看出造成阅读量峰值的图文数据大致分为几类：第 1 类，图书馆开馆时间变更通知；第 2 类，图书馆举办的各类阅读推广类竞赛及活动；第 3 类，畅销书荐读及学科数据分析。

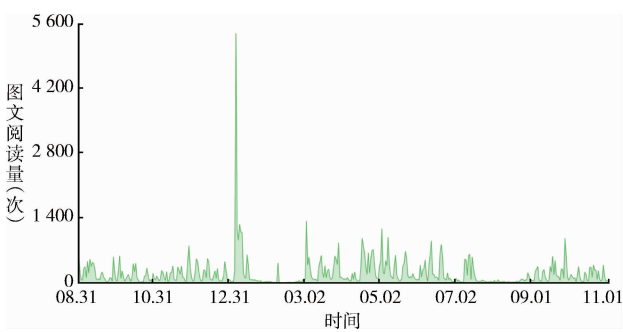


图 3 图文阅读量曲线

表 2 图文阅读量情况分析

日期	阅读量(次)	事件分析
2017. 09. 01	589	南校区图书馆开馆，正式投入使用
2017. 10. 04	590	闭馆音乐投票
2017. 11. 29	808	数据驱动大赛
2017. 12. 05	525	3D 打印大赛
2018. 01. 07	1 144	选座系统，单人研讨间开放
2018. 02. 09	436	农历小年
2018. 03. 04	1 334	寒假结束，开馆
2018. 04. 18	969	3D 打印大赛，图书馆幸运读者抽奖
2018. 05. 04	1 181	入馆达人及借阅之星获奖名单
2018. 05. 15	606	ESI 学科数据分析
2018. 05. 23	688	荐书：畅销书《明朝那些事》、摄影大赛名单公布
2018. 06. 22	593	毕业季活动：赠书赠绿植
2018. 07. 14	623	暑期开馆时间
2018. 07. 16	567	“暑期回家也能用知网”通知
2018. 09. 19	578	暑假结束，开馆
2018. 09. 21	489	ESI 学科数据分析
2018. 09. 29	970	国庆开馆时间

4 新媒体环境下医学类高校图书馆微信阅读推广对策

4.1 加强平台宣传，提高用户关注度

医学类高校图书馆可采用以下两种方式增加用户数来提高微信公众号的关注度：一是加大宣传。通过开展新生入馆教育及读书节等读者大规模集中到馆的阅读推广活动宣传图书馆微信公众平台，邀请读者通过扫描二维码关注公众号。二是将兴趣关注变为必要关注。从前文用户分析可以发现当读者对图书馆的利用与公众号发生直接或间接联系

时，新增关注用户都会有明显峰值的增长。因此可以尝试将公众号与图书馆功能性使用进行绑定，以获取更多的用户关注。如在公众号上设置新生入馆教育测试，通过学习测试后可激活图书证账户以使用图书馆。同时还可以将微信公众平台与图书证关联，扫证改为入馆扫二维码，取消实体图书证。将兴趣关注变为必要关注，进而从本质上提高图书馆公众平台的关注度。

4.2 重视用户需求，调整推广内容

图书馆应了解用户需求，调整信息推送方向。加大向用户推送其感兴趣的信息，从而提高微信公众号使用效率。医学高校图书馆在开展阅读推广方面有其自身特点，作为学校的学术信息交流中心，其每年购买大量专业数字资源，在阅读推广方面有所侧重。使用图书馆微信公众号进行阅读推广推送时应考虑其专业属性，增加针对医学专业学科方面的推送内容，同时具有高校图书馆的属性，也要从在校生的角度加以考虑，增加符合其年龄层次的推送信息。从图文调查中可以看出医学类高校读者由于学科设置比较单一，除对图书馆运营时间感兴趣外对各类有奖励性质的阅读推广竞赛类活动、学科数据分析以及畅销书推荐比较关注，因此可根据实际情况丰富此方面的信息推送，从而将阅读推广服务的效果最大化。

4.3 保证推送信息质量，明确服务工作重点

随着新媒体时代的到来，图书馆微信公众号已经逐步成为高校图书馆推行阅读推广服务的主要平台。扩大平台影响力，提高对读者服务效果，则是新媒体环境下阅读推广服务的重点及难点。对此应明确微信公众号的用户群体主要为在校生，多推送符合师生心理需求、关注度高、阅读点击率高的信息，如图书馆举办的有奖励机制的活动、图书推荐、学科数据分析等信息。以兴趣入手，激发大学生阅读潜能，培养其阅读习惯。在此基础上还可根据学校学科设置特点以及自身的文化定位开展特色推广，打造图书馆阅读推广品牌，从而更好地提升阅读推广服务质量。

5 结语

在新媒体技术飞速发展的今天,医学高校图书馆应根据自身学科及用户特点,利用微信公众号等新媒体平台,推送高校用户群感兴趣的信息,进而逐步打造特色文化品牌及更高质量的阅读推广服务。

参考文献

- 1 吕瑾瑜. 基于微信的公共图书馆阅读推广模式探究 [J]. 图书馆工作与研究, 2018 (8): 100-107.
- 2 官建玲. 图书馆开展微信阅读推广服务的策略与效果分析 [J]. 兰台世界, 2018 (8): 118-120.
- 3 倪萍. 少儿图书馆微信阅读推广研究 [J]. 数字图书馆论坛, 2017 (6): 58-64.
- 4 张伟华, 马鹏. 基于微信公众平台的高校图书馆阅读推广策略——以湖南省高校图书馆调研为基础 [J]. 高校图书馆工作, 2018, 38 (3): 88-90, 96.
- 5 高雨. 高校图书馆利用微信公众平台推广阅读的策略研

究——以江苏省 44 所高校图书馆为例 [J]. 新世纪图书馆, 2017 (1): 15-19.

- 6 史艳丽. 高校图书馆社交媒体阅读推广实证研究 [J]. 图书馆论坛, 2018 (1): 86-91.
- 7 孙辉. 基于 CNKI 指数的微信阅读推广研究 [J]. 情报探索, 2018 (7): 98-101.
- 8 于姝, 杨辉, 姜婷婷, 等. 图书馆微信公众平台阅读推广现状与发展对策 [J]. 四川图书馆学报, 2015 (3): 44-47.
- 9 任宁. 基于图书馆微信下的阅读推广——以南京农业大学微信服务号为例 [J]. 电子世界, 2018 (3): 78-80.
- 10 潘攀. “小而美”的阅读推广——以上海外国语大学虹口校区图书馆为例 [J]. 大学图书馆学报, 2018, 36 (4): 45-49.
- 11 余晓奕. 论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]. 卷宗, 2018 (30): 20.
- 12 张昶, 邝耿力. 高校图书馆微信平台阅读推广效果实证研究——基于 WCI 指数的分析 [J]. 图书情报导刊, 2018, 3 (8): 24-29.

(上接第 50 页)

管理和完善个人电子健康档案。

5 结语

电子健康档案包含海量健康信息,其规模性的整合交互和安全应用不仅可以辅助临床决策,推动疾病的靶向精准治疗,还具有医学知识发现和推动医学研究的巨大潜能。电子健康档案安全管理及应用尤为重要,需要政府、地方医疗机构以及个人等各方的不断努力和探索,无论是顶层设计、具体应用,还是标准制定、技术创新都要在充分认识实际的前提下,学习借鉴先进案例,不断发现并解决自身问题,进而推动电子健康档案安全管理的纵深发展。

参考文献

- 1 王小瑩. 浅谈电子病历与电子健康档案发展历程 [J]. 中国卫生产业, 2011, 8 (12Z): 181.
- 2 张宇, 李姣. 电子健康档案数据挖掘与整合技术新进展

[J]. 中国数字医学, 2017, 12 (9): 41-44.

- 3 周拴龙, 孙齐梦. 我国电子健康档案建立与应用进展 [J]. 医学信息学杂志, 2017, 38 (8): 2-10.
- 4 王俊红. 我国电子健康档案发展现状及展望 [J]. 兰台世界, 2013, S6 (6): 45-46.
- 5 徐敏, 万辉, 惠朝阳, 等. 电子健康档案隐私保护的法律 [J]. 解放军医院管理杂志. 2014, 30 (9): 854-886.
- 6 那旭, 郭珉江, 谢莉琴, 等. 国外居民电子健康档案共享服务体系建设及启示 [J]. 中华医学图书情报杂志, 2015, 24 (10): 18-21.
- 7 许敏, 白杨, 何瑶, 等. 智慧医疗及先关产业发展、问题及建议 [J]. 中国数字医学, 2017, 12 (8): 23-56.
- 8 迟晨阳, 毛华坚, 孟海滨, 等. 电子健康档案信息安全和隐私保护的关键问题和研究进展 [J]. 中华医学图书情报杂志, 2015, 24 (11): 22-26.
- 9 黎鹄. 电子健康档案信息平台的权限与隐私控制 [J]. 现代医院, 2013, 13 (2): 129-131.
- 10 王磊, 郭旭升, 王颖晶. 医院数据泄密防护体系设计与建设 [J]. 中国数字医学, 2015, 10 (1): 64-66.