

# 公共图书馆抖音短视频阅读推广分析及其优化措施

李旭刚

山西省图书馆 山西 太原 030021

**摘要:** 随着互联网和科技的迅速发展,人们的阅读方式发生改变。在新媒体时代,公共图书馆如何利用短视频平台,向公众提供文化服务,成为公共图书馆亟须深入思考的问题。公共图书馆要利用好短视频,就应不断创新短视频的内容和形式,借力短视频让受众更好地了解图书馆,培养阅读习惯,从而发挥公共服务价值和文化阵地的作用。

**关键词:** 公共图书馆; 抖音短视频; 阅读推广; 其优化措施

## 引言

利用短视频平台建设图书馆特色资源,不仅能够利用平台强大的传播力吸引大众对图书馆公共服务的关注,提高图书馆馆藏资源的知晓度和利用率,而且能够促进图书馆与公众以更为亲近的方式沟通与交流,提升图书馆在公众心中的价值与地位。随着短视频在公众生活中发挥越来越重要的作用,利用短视频平台开展资源建设必然成为公共图书馆事业发展中的重要组成部分,带动公共图书馆充分发挥公共文化服务功能。

### 1 公共图书馆短视频发展的现状

#### 1.1 缺乏建设意识与规划

当下公共图书馆对新媒体的利用多集中在微信、微博等平台,多数图书馆对发挥短视频平台的传播功能重视不足。虽然公共图书馆通过短视频收获了极为庞大的用户群体,但其仍未充分认识到短视频资源建设的必要性,缺乏依托短视频平台开展特色资源建设的意识。部分公共图书馆虽已着手相关资源建设,但尚处于探索阶段,短视频作品制作、发布均缺乏整体规划,发布的同主题作品形式不一,制作方式、质量参差不齐。有的抖音号作品更新频率过低,有的抖音号在初期发布少量作品后疏于维护<sup>[1]</sup>。更新无规律、维护不及时导致公共图书馆短视频作品在信息充斥的新媒体环境下难以获得受众的持续关注。

#### 1.2 短视频定位模糊,内容质量有待提升

当前,公共图书馆利用短视频发展自身服务仍处于初步发展阶段,这也导致各公共图书馆抖音短视频账号存在定位模糊、内容宽泛的问题。笔者分析调查的公共图书馆所发布的短视频内容发现,其大多采用“图片+人工智能配音”或“图片嵌套入系统模版”两种形式;其发布的大部分短视频主题内容单一,创新性和地域性不足,无法彰显公共图书馆的特色,缺乏深度挖掘和体系性输出,不利于图书馆资源及服务的有效宣传<sup>[2]</sup>。同时,

公共图书馆的短视频内容应保持权威性、专业性,避免陷入为吸引流量而过度娱乐化的桎梏。

#### 1.3 缺乏短视频资源建设人才

公共图书馆在从传统资源建设向新媒体资源建设转型的过程中,必然面临缺乏相关业务人才的障碍。多数图书馆受制于人员、资源等客观因素,如馆员创新、创作能力不强,未能在现有馆藏与短视频之间找到契合点,以致难以突破传统的资源建设模式;人员紧张导致短视频制作周期不稳定,作品更新频率无规律;馆员未经过新媒体传播技能培训,既得不到专业人员的指导,又缺乏专业制作设备的支持,制作的短视频作品画面粗糙、表达生硬,难受欢迎。

#### 1.4 短视频互动不足,线上线下联系不紧密

当前,在抖音平台注册账号的公共图书馆应充分利用该平台的强社交属性,以点赞、评论、转发的方式,使受众参与短视频互动,通过双向互动,增强受众黏性。例如,陕西省图书馆、江西省图书馆、杭州图书馆通过回答评论区粉丝问题,加强与受众互动交流,激发受众持续关注的热情,进一步深入了解受众需求,并调整输出内容<sup>[3]</sup>。但绝大部分的公共图书馆仅将短视频作为发布信息的窗口,与受众互动不足,甚至不注重线上前期预告或线下参与方式的协同,线上受众无法转化为线下参与者。

#### 1.5 发布作品未体现行业个性

部分公共图书馆发布的短视频作品只是简单的图片拼凑,缺乏美感,止步于大众化的基础制作水准,或是仅将短视频平台作为工作汇报的渠道,发布过多有关工作、活动报道的视频,寥寥无几的点赞数和零星的留言说明该类短视频无法获得受众的认可,更起不到文化传播的作用。发布作品之间的关联度低,定位不明确,一方面无法直观体现图书馆短视频资源建设的目的<sup>[4]</sup>;另一方面,导致作品检索困难,即便受众对其中某一作品产

生了兴趣,也难以快捷获取到其他相关作品。

## 2 公共图书馆抖音短视频阅读推广的优化措施

### 2.1 树立融合传播理念,打造知识共享中心

短视频用户会有很强的从众心理。随着短小、简洁的传播方式的兴起,抖音不断上扬的“沉浸式体验”给图书馆阅读推广带来了丰富的创作平台。而图书馆作为知识普及的场所,更适合通过线上视频平台结合图书进行阅读推广。

### 2.2 感知传播潮流,规划资源建设方向

随着互联网的迅猛发展,各类新媒体平台不断更迭,信息传播的形式、媒介也随之变化发展。一方面,公共图书馆作为公共文化服务体系的重要组成部分,理应具备感知新媒体的敏感性,及时了解社会发展趋势,将利用各类新兴媒体作为促进自身发展、拓展读者服务领域与服务内容不可或缺的方式之一,树立文化传播媒介发展意识,避免自身在公众关注的文化传播潮流中缺位。另一方面,公共图书馆不论利用何种平台,其目的都是宣传推广图书馆的资源与服务,本质上需符合本馆整体发展实际,促进整体发展规划的实施与推进。因此,公共图书馆短视频资源建设需明确建设目标,把握资源建设的方向,进而确定资源建设的具体内容及预期的社会效益,确保资源建设、更新的稳定与长效<sup>[5]</sup>。公共图书馆要依据本馆整体发展规划,转变传统的资源建设观念和模式,从本馆特色馆藏资源开发利用着手,寻找更便于大众接触的途径、更易于大众接受的方式,使之成为连接大众与公共图书馆服务的新桥梁。

### 2.3 流量导引,集聚图书馆粉丝

通过抖音平台建立读者粉丝群,养成读者观看习惯,短视频平台根据用户的兴趣、偏好,并结合用户过去视频观看记录和观看习惯进行更加个性化的推荐。在快手平台,用户可以使用微博或者微信公众号进行登录,通过滤式推荐的系统,在平台上推荐好友们已经看过、点赞和批评了观看过的影片和视频。图书馆可借鉴博物馆等场馆利用抖音平台的形式发起阅读推广活动:2020年,抖音发起“在家云游博物馆”活动,联合全国八家博物馆,通过视频直播形式让用户在线浏览国家博物馆等几大博物馆的藏品,引起较好反响。

### 2.4 捕捉读者注意力

在流量为主要的时代,视频成为超级入口,在不断“刷屏”中吸取了用户的注意力。在用户注意力集中于传统媒体时,调研读者需求,将用户关注转为持续动能:用户对于视频的偏好类型,突出图书馆的“知识分享型”媒介作用,例如国家图书馆抖音号“国图公开

课”,邀请作家名人,开设专题读书推荐,介绍分享畅销读物《三体》;上海图书馆以“阅读日历”的形式每日推荐一本好书,“观之讲堂”馆员荐书<sup>[6]</sup>,由上海图书馆资深馆员分享推荐图书。获取读者的注意力是吸引关注图书馆的第一步。

### 2.5 图书馆品牌塑造,提高用户黏性

短视频广泛化的传播效果,可作为图书馆融合内容传播渠道中的重要一环,即是为了打破其相对严肃的刻板印象,推出一系列以融合形式为主的内容类型产品,运用各种情绪传播手段进行宣传,激发受众的意识和情绪共鸣,重塑具有一定温度的媒介形象,可以持续提升社会舆论的引导能力,摒弃了图书馆给人的严肃、刻板印象<sup>[7]</sup>,通过短视频及社交媒体的应用,从而提高用户黏性,尤其是提高年轻读者的接受度。

### 2.6 发挥资源优势,打造原创作品

当前,公共图书馆短视频要想实现长期发展,就必须深耕优质原创内容,重视文化传播。第一,公共图书馆可以按照图书馆发展历史、图书推介、知识科普等主题制作短视频内容,实现体系化、完整化的内容输出。第二,公共图书馆可以邀请学者、作者对馆藏书籍进行解读与分享,增强短视频内容的专业性、文化性,并结合时事热点,形成良好的话题效应,引发受众情感共鸣。第三,公共图书馆应针对自身区域特色、馆藏特色,打造地方化、特色化的原创作品,发挥短视频对馆藏资源和区域文化的推广和宣传作用<sup>[8]</sup>。例如,云南省图书馆以佛经收藏为特色,开展以佛经为主题的系列短视频创作,向受众普及相关知识。

### 2.7 加强宣传推广,扩大资源传播范围

多数公共图书馆已具备数量可观的用户群体、成熟的服务配套设施,以及丰富的读者活动经验。公共图书馆需利用已有各类平台广泛的受众群体和宣传手段,做好短视频资源宣传推广,提高用户对短视频资源的知晓度;在数字视听空间、公共阅览区域等配备便捷的视听阅览设备,便于读者了解、利用短视频资源,从而获得读者的关注;结合资源建设主题,设计由读者共同参与的活动,或增强与读者的互动,激发大众对图书馆短视频资源共建的热情。如广东省立中山图书馆抖音号发布的冷门成语系列短视频,依据粉丝在留言中发布的需求选择话题素材,增强用户黏性。公共图书馆需拓展短视频平台的宣传推广手段,如在发布视频页面通过选择地理位置信息,将视频列入同位置信息下的检索范围,从而提升资源检索命中率;置顶并阶段性更新易受大众认可的短视频资源,激发粉丝关注意愿;合理利用平台“DOU+”视频推广功能扩大

资源推荐范围,增加播放概率<sup>[9]</sup>。利用平台推出的各类话题,结合资源特性,给资源贴上“标签”,如广东省立中山图书馆发布的冷门成语系列短视频加入了抖音平台发布的面向青少年的知识视频“#萌知计划”话题活动,通过关联内容扩大推送范围。

### 2.8 规范账号运营以激发短视频竞争力

短视频规范会计活动是提升公共图书馆竞争力的前提短视频。一些公共图书馆在建立短视频账户方面取得了初步成功,但大多数公共图书馆,尤其是地方公共图书馆,在短视频账户的运作方式方面缺乏标准化。短视频会计需要规范的管理,其主要任务是获取和培养新媒体运营人才,打造专业的人才队伍。短视频运营者要自觉学习主动成长,了解平台流量算法机制,参考账号成功使用案例,学习账号工作经验,掌握操作规范。在账号开发研究期间,加强对市场行情的研究,明确自己的定位,明确账号开发的方向、目标人群和内容主题。账号增长时代,公共图书馆运营者必须以内容创作为核心,关注视频内容质量,确保源源不断输出富有创意、剪辑精美、有价值的优质作品。在账号成熟期,需要有专属的流量池,加强账号的推广,加强多方合作,拓宽广告投放渠道,将公域流量转化为私域流量,从而提升竞争力。

### 2.9 加强线上线下联动,增强用户互动

公共图书馆短视频也应注重线上线下联动,将线上受众向线下引流。例如,金陵图书馆策划了“中国有句古语”的活动,邀请受众以短视频分享一句古语,并将优秀作品在其官方抖音账号展示,激发了受众的参与兴趣。又如,国家图书馆与抖音短视频平台合作推出“抖音图书馆”活动,邀请全国各地的民众走进图书馆,以短视频形式分享喜爱的书籍和读后感,不仅提升了图书馆短视频的影响力,也鼓励受众走进图书馆、利用图书馆资源,营造了一种知识传递和文化传播的氛围。优质内容是公共图书馆短视频赖以生存的根本,但其短视频能否产生更加深远的社会影响力也与传播渠道息息相关<sup>[10]</sup>。因此,公共图书馆应加强融媒体传播矩阵建设,注重不同媒体的差异化运营。这是现阶段媒体融合趋势下公共图书馆快速提升短视频影响力的重要方式。公共图书馆短视频还可以

与社交平台、视频直播平台及其他自媒体平台相联合,建立互联网服务新矩阵,依据不同平台受众的需求和爱好,进行短视频内容的差异化制作和传播,以实现公共图书馆资源利用的最大化。

### 结束语

综上所述,公共图书馆的推广短视频阅读是满足用户文化需求的重要渠道,是支持公共图书馆发展的可能途径,是建立公共图书馆文化服务体系的必要条件。现代人口...随着移动信息分发技术的发展进入5G时代,短视频逐渐成为移动互联网分发信息内容的有效方式之一。短视频图书馆提供了一个促进和传播阅读的框架。公共图书馆应培养创新意识以创造短视频影响力,打造优质内容以提高短视频生产力,加强多方协作以增加短视频传播力,规范账户建设以促进短视频竞争力需求。

### 参考文献

- [1]孙雨,陈凤娟.公共图书馆“抖音”短视频服务现状及发展策略研究[J].图书馆工作与研究,2021(1):85-94.
- [2]李健,任竞,张怡宁,等.我国公共图书馆跨界合作的现状与问题[J].国家图书馆学刊,2021(03):3-12.
- [3]王齐欣.短视频时代主流媒体的破围之路[J].青年记者,2021(4):115-116.
- [4]曾一听,张齐婕.公共图书馆短视频公众平台建设现状分析[J].图书馆学研究,2020(04):13-18.
- [5]任莉.以短视频助推图书馆发展的策略探析:以抖音平台为例[J].河南图书馆学刊,2021(1):109-111.
- [6]辛海滨.公共图书馆应用移动短视频的现状、问题及对策[J].大学图书情报学刊,2021(1):58-63.
- [7]任运月,李桂华.图书馆阅读推广活动运营策略及运用现状研究[J].国家图书馆学刊,2019,28(06):21-30.
- [8]王凯.我国省级公共图书馆短视频推广存在的问题和提升策略:以抖音短视频为例[J].四川图书馆学报,2020(6):69-74.
- [9]孙雨,陈凤娟.公共图书馆“抖音”短视频服务现状及发展策略研究[J].图书馆工作与研究,2021(01):85-94.
- [10]沈丽红.图书馆热门短视频内容规律探究:基于抖音平台的实证研究[J].图书馆,2020(12):75-82.