

World Book Day TikTok Reading Promotion Research and Suggestions—Based on the Practice Survey of 32 Provincial Public Libraries in 2023

Yuxia Liang

Shanghai University, Shanghai, 200444, China

Abstract

The change of the new media environment has changed the publicity mode of libraries, and they have turned to various new media platforms to carry out reading services. In order to further optimize the promotion of reading on World Book Day, this paper takes Douyin platform as an example to study the reading promotion work carried out by 32 provincial public libraries in China during 2023 World Book Day through network research. Through the classification of the works published on the Douyin platform, it is believed that the content mainly includes three aspects: information display, reading initiative and reading recommendation. It is found that most libraries currently have problems such as weak awareness of publicity, homogenization of content, poor visibility, and less linkage. It is necessary to improve awareness of publicity, strengthen content construction, build talent teams, and carry out extensive cooperation.

Keywords

public library; TikTok; World Book Day; short video; reading promotion

世界读书日抖音阅读推广调研与建议——基于2023年32家省级公共图书馆实践调查

梁雨霞

上海大学, 中国·上海 200444

摘要

新媒体环境的变化改变了图书馆的宣传模式, 纷纷转向各类新媒体平台开展阅读服务。为进一步优化世界读书日阅读推广工作, 论文以抖音平台为例, 通过网络调研的方式, 对中国32家省级公共图书馆在2023年世界读书日期间开展的阅读推广工作情况进行研究。通过对抖音平台发布的作品进行归类, 认为主要包括资讯展示类、阅读倡议类、阅读推荐类三个方面的内容。调研发现, 当前大多数图书馆存在宣传意识弱、内容同质化、可看性欠佳、联动性较少等问题, 需要增强宣传意识、加强内容建设、构建人才队伍、开展广泛合作。

关键词

公共图书馆; 抖音; 世界读书日; 短视频; 阅读推广

1 引言

自1995年正式确定每年4月23日为世界图书与版权日以来, 已有超100个国家和地区积极响应号召^[1]。在读书日期间, 中国图书馆界也会依托新媒体平台推出各类宣传活动, 推广阅读文化, 营造阅读氛围。在碎片化阅读时代, 短视频作为一种轻量化、移动化、碎片化的传播载体, 成为高效获取信息的途径^[2]。截至2022年12月, 中国短视频用户规模已达10.12亿。抖音作为短视频行业巨头, 日活跃用户达4.21亿^[3], 占据互联网流量高地, 越来越受到图书馆界

的重视, 成为重要的宣传窗口。

但有学者指出, 公共图书馆的短视频服务水平有待提升, 对短视频平台传播价值的利用不够充分^[4]。为促进图书馆更好地开展世界读书日阅读推广工作, 文章以抖音平台为例, 整理省级公共图书馆在2023年世界读书日期间的表现, 分析存在的问题并在此基础上提出对策。

2 调研过程与结果

2.1 调研对象

本次调研以中国内地32家省级公共图书馆(除中国香港、澳门和台湾地区)为对象, 以各馆名称为关键词, 应用抖音客户端(24.8.0版本)的查找用户功能, 检索并整理截

【作者简介】梁雨霞(1999-), 女, 硕士, 从事图书馆用户服务新媒体应用研究。

至 2023 年 7 月 3 日的各馆机构认证账号开通使用情况。

2.2 调研方法与数据来源

论文利用清博指数和抖音数据,监测并整理已开通抖音账号的省级图书馆在 2023 年世界读书日期间发布作品情况,形成省级公共图书馆发布世界读书日相关作品调研表(见表 2),表中以 DCI 均值降序排列。

表 1 省级公共图书馆发布世界读书日相关作品调研表

抖音账号	DCI 均值	作品数量	互动总量	作品主题
江西省图书馆	302.22	2	67	阅读倡议
贵州省图书馆	268.87	1	100	阅读推荐
天津图书馆	267.77	3	133	活动预告、活动回顾
安徽省图书馆	254.8	1	25	活动回顾
上海图书馆	228.17	1	17	活动回顾
湖北省图书馆	222.26	2	82	活动资讯
甘肃省图书馆	212.94	5	106	阅读倡议、活动宣传
西藏自治区图书馆	199.93	2	22	阅读倡议
吉林省图书馆	194.4	3	65	讲座预告、活动回顾
青海省图书馆	190.29	2	35	活动回顾、活动资讯
河北省图书馆	187.03	3	42	阅读倡议、活动资讯
首都图书馆	179.09	1	23	活动资讯
陕西省图书馆	160.83	2	31	活动资讯、阅读推荐
湖南图书馆	151.56	6	40	活动宣传、活动回顾、阅读推荐
广西桂林图书馆	149.93	1	9	阅读倡议
黑龙江省图书馆	121.38	2	22	活动资讯、阅读倡议
新疆图书馆	119.63	6	28	阅读推荐
宁夏回族自治区图书馆	92.62	1	2	活动回顾

2.3 调研结果

2.3.1 基本情况

32 家省级图书馆中,有 18 家在世界读书日当天或前后发布相关作品共 44 个,占总数比例为 64.29%;有 14 家在世界读书日当天发布作品共 23 个,其中与世界读书日相关的仅 14 个,相关作品指的是作品内容涉及世界读书日这一话题,或作品文案中包含世界读书日这一关键词。

2.3.2 作品主题

①推广阅读活动的资讯展示类。此类作品以预览或回溯各馆推出的系列活动为主。如湖北省图书馆发布的“因书而美 缔造美好”公共图书馆服务宣传周阅读集市及交换空间活动预告;上海图书馆发布的 4.23 世界读书日“上图之夜”活动回顾。

②凸显图书馆基本职能的阅读倡议类。此类作品借世界读书日这一契机,向公众传递阅读的意义和价值。如黑龙江省图书馆发布的作品《今天,你读书了吗?》,以读者访谈形式发出“让阅读成为一种习惯”的倡议。

③具有普及教育功能的阅读推荐类。此类作品以图书推荐为主,按推荐主体分为两类:一类是馆员推荐,如贵

州省图书馆发布的作品《最是书香能致远,唯有读书方宁静》;一类是名人推荐,如湖南图书馆发布的作品《春和景明,听文化名人为你读诗》。

2.3.3 宣传效果

本次调研以 DCI 均值作为主要评价依据,结合作品的互动总数,综合评价各馆抖音宣传效果。DCI 指抖音号传播力指数,从发布指数、互动指数、覆盖指数三个维度进行考察,数值越高影响力越强;互动总数指作品获得的点赞数、评论数、分享数的总和,数值越高传播力越广。

由表可知,江西省图书馆、贵州图书馆和天津图书馆 DCI 均值位居前 3。江西省图书馆作品为阅读倡议类,互动总数为 67 次。贵州图书馆作品为阅读推荐类,其在评论区以抽奖的方式邀请读者互动,互动总数为 85 次。天津图书馆作品为资讯展示类,互动总数为 98 次。表中大多数作品的互动总数不足 20 次,说明作品间宣传效果差异较大,各馆宣传能力参差不齐。此外,一些西部地区的图书馆,如贵州省图书馆的 DCI 均值位居第 2,表明西部地区的图书馆也能打破时空限制,与发达地区图书馆的宣传能力相匹敌。总的来说,抖音平台能达到的宣传效果不容小觑,各馆应充分加以利用。

3 问题及原因

整体看来,图书馆界在抖音平台的影响力较弱,为世界读书日做出的贡献还十分有限。在世界读书日当天,抖音阅读领域账号最高 DCI 为 768.75,而省图中 DCI 最高的江西省图书馆为 302.22,有 11 家图书馆 DCI 均值不足 150,且各馆此番宣传作品的互动总数普遍偏低,表明未收到十分有效的反馈。原因主要有以下几点。

3.1 宣传意识弱,时间随意

从宣传意识来看,可分为以下三类:一类对世界读书日重视程度不够。在世界读书日当天,仅 11 家利用抖音平台对世界读书日进行宣传推广,占总数比例为 39.29%。一类重视世界读书日但发布时间较随意,具体表现为在其他时间段发布相关作品,却未选择 4 月 23 日当天。一类对抖音平台重视程度不够。具体表现为粉丝体量不大,更新频率不稳定,甚至有的已经断更^[5]。

3.2 内容同质化,缺乏创意

一是短视频内容同质化。如甘肃省图书馆为推广陇韵书香节活动发布的作品,仅由宣传片简单拼接而成。三条作品中两条素材来源相同。二是短视频内容缺乏创意。如各馆发布的资讯展示类作品,多是由活动现场组成的报道型作品,信息模式较为单向导致视频淡化^[6]。三是部分馆作品与世界读书日主题契合度不高^[7]。

3.3 可看性欠佳,吸引力弱

一是制作方式单一。作品多是录摄视频配合字幕,或机械切换活动现场照片加上 bgm,无法引起用户兴趣。二是

表现形式单调。如新疆图书馆发布了大量馆员推荐形式的作品,导致作品叙事内容僵化^[8]。且其在4月22日发布作品的封面可看性较低,与内容严重不符。三是未考虑平台特性。部分馆作品常采用横屏模式,牺牲了用户体验感,且一些作品时长超标^[9]。

3.4 联动性较少,单打独斗

一是各馆未关联抖音与微信等其他媒体平台。若实现多平台联动推广,形成媒体传播矩阵,能提高视频曝光率,强化宣传效果。二是馆际联动较少。在单打独斗的前提下,图书馆界的宣传力度很难实现规模效应,导致作品发布量与关注度不成正比^[10]。

4 推广建议

4.1 增强宣传意识,合理规划时机

要认识到提高读者对世界读书日的关注度和认知度是图书馆应承担的社会职能,积极宣传推广世界读书日。要把握宣传时机,合理制定作品发布计划,例如,在节日当天发布作品,并在文案加入“423世界读书日”等热门话题标签^[11]。要认识到抖音在阅读推广上的优势,做到作品供给的持续性,借助多元方式合力促进作品的广泛传播。

4.2 加强内容建设,联合读者力量

图书馆要获得用户认可,关键是要把握用户喜好,加强内容建设。图书馆要依托自身资源优势,加强区域内特色推荐,推广和传承地方文化,打造特色品牌^[12]。图书馆要鼓励用户提出宝贵意见,借助评论区、私信区采集用户反馈。还可以举办面向读者的主题短视频征集活动,把一部分作品内容的决定权让渡给用户。要重视世界读书日主题。每年的世界读书日都有其强调的主题,各馆应在深度把握主题的基础上创作内容文案,寻找新选题,创新内容表达。

4.3 建设人才队伍,优化视频设置

用户使用场景碎片化要求短视频作品要用简短的方式呈现丰富的内容,因此图书馆在账号运营上更要做到专业。要搭建专业视频制作团队,优化视频配置,通过长期的数据监测,调整运营策略。要充分利用已有人才。加强馆员业务培训,如参加中国图书馆学会主办的“阅读推广人”培育行动,也可以邀请阅读推广方面的专家开展专题讲座。

4.4 开展广泛合作,增强合作意识

要打破馆内部门间的宣传壁垒,调动全馆馆员积极性,共同创新基于业务的宣传方式和营销思路,将世界读书日活动与其他时期的活动区别开来。借阅部门可提供馆藏书籍的推介及读者反馈素材,活动部门可结合线下阅读推广活动展示与线上导读。联手业界同行,彰显图书馆价值。如国家图书馆发起“全民dou”阅读话题,邀请各省市图书馆参与互

动,创造热点吸引长效关注,为各参与成员馆赋能。要尝试跨界合作,为公众提供多元文化服务。如金陵图书馆联合中学发起“中国有句古语”全民阅读分享活动^[13],既拓宽了推广渠道,又产生了积极的社会效应。

5 结语

新媒体环境的变化给公共图书馆带来不断变革与创新的动力,为此需要公共图书馆不断适应新环境,进行新尝试。论文调研了省级公共图书馆在2023年世界读书日期间的阅读推广现状,分析存在的问题及原因,并提出可供借鉴的思路。

参考文献

- [1] 吴云志,于洋.全民阅读的历史演进及时代价值研究[J].图书情报工作,2021,65(8):3-12.
- [2] 张天莉,田园.2021年中国短视频用户价值研究报告——短视频用户需求延续与新形态[C]//崔保国,赵梅,丁迈,等.传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告2022.北京:社会科学文献出版社,2022,278-288.
- [3] 2022年中国短视频市场竞争现状分析[EB/OL].[2023-07-10].<https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/221212-091461f0.html>.
- [4] 明均仁,朱君妍,吴晓英.公共图书馆短视频服务现状及发展策略研究[J].图书馆理论与实践,2022(1):22-27.
- [5] 胡海燕.中国省级公共图书馆抖音短视频运营现状与发展策略研究[J].图书馆工作与研究,2022(12):94-105.
- [6] 龚雪竹.公共图书馆和高校图书馆短视频营销比较研究[J].大学图书馆学报,2021,39(4):48-56+72.
- [7] 龙彦,王丙炎.世界读书日微信阅读推广调研与建议——基于2019年31家省级公共图书馆实践调查[J].图书馆杂志,2021,40(5):82-88.
- [8] 贾娟.图书馆短视频阅读推广发展策略研究——以2014—2021年“金牌阅读推广人”抖音短视频为例[J].图书馆工作与研究,2022(11):75-82.
- [9] 陈媛媛.公共图书馆短视频资源建设现状及发展策略探究[J].图书馆工作与研究,2023(2):82-89.
- [10] 韩世曦,曾粤亮.中国省级公共图书馆抖音短视频运营现状调查分析[J].图书馆学研究,2021(12):30-37+10.
- [11] 付晓光,袁月明.传播仪式观视域下的互联网话题标签[J].东南传播,2015(12):1-3.
- [12] 管卫东.图书馆线上阅读空间发展研究[J].图书馆工作与研究,2021(2):15-20+27.
- [13] 金陵图书馆.朗读中国古语,感受中国智慧——“中国有句古语”金图抖音连载放送中[EB/OL].[2023-07-10].http://www.jilib.cn/2015/dtzz/hdzz/202005/t20200508_34435.html.