



推进网络视频与阅读服务的融合*

□ 茆意宏

摘要 媒介形态是影响阅读行为的重要外部因素,网络视频日益成为互联网上的一种主导型媒介,正在重塑人们的阅读行为。图书馆等阅读服务机构应正视网络视频时代的来临,把握网络视频与阅读、阅读服务的融合大势。网络视频带来的不仅仅是新渠道或新工具,而是对读物、阅读行为、阅读服务的全面重塑,其正面表现是发挥网络视频的优势,提供独立的视频化阅读服务,或与音频、图文阅读服务进行组合,协同开展多媒介阅读服务。当前业界需要积极推进网络视频与阅读服务的融合,明确发展方向,积极探索网络视频在阅读服务中的应用,努力建立或优化网络视频化阅读服务体系,不断铸造网络视频化阅读服务能力。

关键词 网络视频 短视频 直播 阅读推广 阅读服务 智慧图书馆

分类号 G252

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2021.06.014

1 引言

人的阅读行为受到自身和外部因素的影响。媒介形态是影响阅读行为的重要外部因素,“文本形态的每一次变化,对阅读就是一次冲击”^[1]。随着21世纪以来数字与网络信息技术的高速发展,媒介信息技术也在不断迭代,读物形态逐渐多元化,驱动人类的阅读行为不断转型,从纸本阅读变迁到电子阅读、网络阅读、移动阅读。近年来,网络音视频技术、虚拟现实技术的发展又催生了听书、视频化阅读、虚拟现实阅读等新兴阅读行为。根据中国新闻出版研究院发布的《第十八次全国国民阅读调查报告》的数据,成年国民有声阅读规模持续扩大,2020年我国有三成以上(31.6%)的成年国民有听书习惯^[2]。近两三年,网络视频技术应用呈爆炸性增长,迅速普及,中国互联网信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,我国网络视频(含短视频)用户规模达9.44亿,占整体网民的93.4%^[3],网络视频日益成为互联网上的一种主导型媒介,并不断向社会生产与生活渗透,“视频+”成为互联网发展的主要趋势之一。网络视频与阅读的融合是其中的变化之一,正在重塑人们的阅读行为,使其向多媒介阅读变迁。阅读服务是指

出版社、学校、图书馆等服务主体面向用户的阅读需求与行为(过程)提供阅读素养教育、读物供给、辅助阅读等服务的活动。随着用户阅读行为内涵的拓展,阅读服务的内涵与形态也在相应地扩展。顺应视频化阅读发展潮流,一些出版社、书店、图书馆、互联网知识服务机构等纷纷探索利用网络短视频、网络直播等开展阅读服务。但总量及其在同类机构中所占比例均不高,远不及入驻网络视频平台的政府机构和媒体数量,应是认知不清与实践能力不足等所致,需要加强理论阐释和实践探索的力度。

2 把握视频时代网络视频与阅读服务的融合趋势

视频源于电影、电视,随着数字信息技术的发展,视频逐渐拓展到计算机、互联网上。网络视频起源于2006年,随着移动互联网的发展升级,2014年网络短视频模式兴起,2016年出现了网络视频直播。根据中国网络视听节目服务协会发布的《2020中国网络视听发展研究报告》,2018年下半年短视频应用的日均使用时长超过综合视频应用,成为网络视听应用领域之首^[4]。2020年新型冠状病毒引发的肺炎疫情促进了短视频、直播等网络视频服务的大发展。据《2021中国网络视听发展研究报告》

* 国家社会科学基金重点项目“数智时代阅读服务转型研究”(编号:21ATQ003)的研究成果之一。

茆意宏,ORCID: 0000-0002-1596-8837,邮箱:maoyh@njau.edu.cn。



显示,截至2020年12月,中国网络视听用户规模达9.44亿,短视频、综合视频、网络直播、网络音频用户规模分别为8.73亿、7.04亿、6.17亿和2.82亿,日均使用时长分别为120、97、60和59分钟^[5]。国家广播电视总局发布的《2020年全国广播电视行业统计公报》显示,我国网络视听节目和短视频快速发展,2020年全国互联网视频年度付费用户6.9亿,短视频上传用户超过5亿,平均每个网民每天观看互联网视频节目(含短视频)约100分钟^[6]。从上述报告可以看出,视频化表达与接受越来越成为普通人的习惯,标志着我们已经进入网络视频时代。

作为媒介,视频具有表达直观、形象、生动等独特优势,用户易于认知,因而传播性更强。网络短视频、直播等因技术门槛低、互动性强等特点进一步吸引了广大用户的参与,具备了图文媒介无法比拟的用户基础。这应是近两年网络短视频、直播服务能够爆发式增长的主要原因。大众化的网络视频正成为互联网流量的新入口,具有强大的渗透力,深刻影响着人们的生产与生活。“短视频、直播作为新兴信息传播方式,不断深入与电商、旅游等产业融合,传播场景持续扩展,已逐渐成为其他应用的基础功能”^[5]。“视频+”成为各行业应用发展的趋势。不少机构为了充分发挥网络视频流量的价值,积极开展面向大众的网络视频知识服务与推广。一些出版社、书店、图书馆等也纷纷探索将网络视频与阅读服务相融合,开展短视频、直播等视频化阅读服务。以抖音、快手等为代表的短视频平台相继推出帮助出版社、图书企业通过短视频、直播营销的方案,比如短视频荐书、直播带书等。一些出版社、阅读社区等也开始举办短视频互动活动。《2020淘宝直播新经济报告》显示,在直播成交金额增速TOP10行业中,图书音像排名第三^[7]。图书馆界应用短视频开展阅读服务约始于2018年。2019年和2020年国家图书馆联合抖音平台发起“4·23世界读书日”的主题活动,吸引了大量用户关注到图书馆开展的一系列短视频阅读服务。2019年的“#抖音图书馆”活动的主题是号召全民参与阅读,获取新知识,通过明星荐书、图书馆打卡发布视频等方式进行阅读推广,活动共发布1.4万个视频,总播放量达8.7亿次;2020年的“#全民dou阅读活动”的主题是号召各省市图书馆、文化类达人、普通用户共同参与,加入全民阅读的行列,感受文字之美,通过介绍馆藏、好

书或讲述读书心得等方式进行阅读推广,活动共发布17.3万个视频,总播放量达19.1亿次。2021年4月23日是第26个“世界读书日”,国家图书馆以现场直播的方式发布第十六届文津图书奖获奖结果,举行“国图公开课”特别演讲,为读者打造了一场特别活动。近几年,浙江省图书馆、广东省立中山图书馆、上海图书馆、江西省图书馆、重庆市图书馆、陕西省图书馆、杭州市图书馆、临沂市图书馆等公共图书馆也纷纷在抖音等平台上开设短视频服务号,推广阅读服务等内容,取得了不错的成绩。

虽然不乏一些视频化阅读服务的亮点,但是总体上网络视频与阅读服务融合发展的形势并不令人满意。从总量上看,目前利用网络视频开展阅读服务的机构还很少。以短视频平台为例,根据《2021中国网络视听发展研究报告》^[5],短视频平台的地位已超过所有综合视频平台,抖音和快手是短视频平台两强,稳居第一梯队。2021年9月23日,笔者检索发现,目前出版社、图书馆也主要在抖音、快手、西瓜、微视等平台开展短视频服务,其中在抖音平台开通短视频账户的出版社和图书馆数量更多。开设抖音号的出版社中,经过认证的出版社只有195家,约占出版社总数^[8]的15%,开设抖音号的图书馆中,经过认证的图书馆只有126家,其中公共图书馆113家,占全国公共图书馆总数^[9]的3.5%,高校图书馆12家,约占高校图书馆总数^[10]的0.4%。从结构上看,也很不均衡。比如,图书馆界主要是公共图书馆在探索视频化阅读服务,高校图书馆只有少数几家在尝试;图书馆提供的视频化阅读服务内容结构上也不均衡,比较单一,多为读物推荐、活动宣传。可见,目前视频化阅读服务发展较慢,规模较小。究其原因,对网络视频与阅读、阅读服务融合的可行性及可能的成效认知不足,和对网络视频向社会渗透发展的原理与趋势把握不足应是主因。

图书馆一些从业者认为阅读应以图文阅读为主,短视频、直播等网络视频的大众化(或低俗化)、浅思考特点与促进阅读相矛盾。事实上,阅读不以特定媒介为依托。“长期以来,人们常把阅读与读书等同起来,其实,阅读是阅读主体(读者)与文本(可以是一本书,也可以是整个宇宙)相互影响的过程,是阅读主体实践活动与精神活动的一种体现”^[1]。可见,视频也是阅读或阅读服务的组成,不应将两者对立起来。随着媒介信息技术的发展,现



在阅读已经拓展为多媒介阅读。“除了文字以外，视频、游戏、VR等都成了新的阅读内容”^[11]。当然，不同媒介各有长短，媒介的发展不是新媒介替代旧媒介，而是互补共存。麦克卢汉认为，一种新媒介通常不会置换或替代另一种媒介，而是增加其运行的复杂性^{[12](26)}。视频表达比较直观，并无法取代更易促进人的抽象认知的文本表达。网络视频的加入，会冲击图文阅读，也可助力图文阅读，既可以为传统图文阅读增加新的传播通道与手段，又可以创造新的视频阅读与阅读服务模式。多媒介的阅读服务相互补充，有助于提升用户的多元阅读体验与效果。

短视频与直播等网络视频的渗透，正深刻影响着人们的生活，是不以人的意志为转移的。2020年11月，易观发布了《中国网络视频平台泛知识消费专题分析2020》，报告认为网络视频在用户覆盖广度、使用深度不断攀高的同时，视频平台在内容、服务上的延展性也快速铺开，对于泛知识消费来说，视频的平台效应以及有别于专业教育平台的综合属性使其逐渐成为泛知识消费的新打开方式，为泛知识消费构建起新的场景^[13]。在阅读服务领域，虽然目前开展视频化阅读服务的出版社(书店)、图书馆等机构总量还不多，但自2018年以来开设网络视频服务的阅读服务机构数量逐年增加，越来越多^[14-18]。对图书馆用户的调查也显示，60%—70%的用户需要图书馆利用短视频提供阅读推广服务^[18]。在一些短视频、直播平台上，越来越多的互联网企业、民间读书会、文化达人开展读书服务，成效显著，比如当当网(推出短视频荐书)、“都来读书”全民阅读计划、“中国阅读三十人论坛”(开展短视频阅读心得接龙的活动)、樊登读书会等。所有这些，都说明了网络视频与阅读、阅读服务的融合是大势所趋。出版社、书店、图书馆等各类阅读服务机构应克服观望思想，大力推进阅读服务与网络视频的融合。

3 理解网络视频对阅读服务的重塑

把握了网络视频与阅读服务融合发展的趋势，并不意味着就能将两者融合好。从图书馆开展的短视频服务看，当前图书馆提供的视频化阅读服务内容比较简单，主要是荐书、讲书、活动宣传等^[19-20]，独立的视频阅读服务(基于视频直接传播知识)、视频与图文音频阅读服务的相互协同都比较少。业界不少人仍以图文阅读为本，将网络视频当作宣传图

文阅读的新渠道、新工具，没有将视频视为阅读媒介之一，缺乏关于网络视频对读物、阅读行为、阅读服务带来全面影响的理解。

3.1 网络视频重塑读物、阅读行为与阅读服务

麦克卢汉认为“媒介即讯息”，媒介决定了讯息的清晰度和结构方式^{[12](16-35)}。也就是说，任何讯息即通常所谓的“内容”或“信息”的冲击力都远不如媒介本身的冲击力。媒介信息技术是信息化发展的组成部分，是重塑阅读服务的动能之一。不断迭代的媒介信息技术既改变了媒介形态(包括表达符号和物理载体)，也改变了媒介的运行(生产、传播、接受)与管理。随着音视频、虚拟现实(VR)等媒介技术的发展，阅读正逐渐演变为全媒介阅读，包括图文阅读、音视频阅读、虚拟现实阅读等。在读物形态上，信息的表达符号形式逐渐由文字转向图片、音频、视频等，信息的物理载体逐步由印刷纸本过渡到电子设备、移动终端等。与此同时，旧的媒介运行体系无法适应新载体的需要，需要新的信息生产、传播系统，用户的接受与利用也要和新系统交互，从而演化出全新的媒介运行体系。

与影视视频、单机(计算机)视频不同，互联网让视频内容的生产与传播、使用与反馈等都变得简单了，各类互联网终端，尤其是移动终端，让普通用户可以参与网络视频的拍摄、剪辑等制作，更加方便地收看网络视频、参与互动(反馈与交流)，因此，网络视频比影视视频、单机视频拥有更大的流量和影响力，成了真正的大众媒介，也给用户阅读行为和阅读服务体系带来新的变化。“图书出版的本质，是知识的生产与传播，在从印刷时代进入到视觉文化占主导地位的当下，图书的物理形态已经在发生改变，从音频‘听书’的流行，到虚拟现实、增强现实(AR)等技术的应用，新技术带来的不仅是知识承载方式的改变，更是读者(用户)阅读习惯的嬗变，乃至整个社会文化的转向”^[21]。由此可见，网络视频带来的不仅仅是新渠道或新工具，更是对读物、阅读行为、阅读服务的全面重塑。

3.2 网络视频与其他媒介的关系及融合方式

网络视频对阅读服务的重塑，首先表现为正面赋能，即发挥网络视频的优势，或提供独立的视频阅读服务(基于网络视频平台直接传播知识)，或与音频、图文阅读服务进行组合，可以为传统图文阅读服务提供视频宣传，也可以与音频、图文阅读服务相混



合,以其中某个媒介为主,以其他媒介为辅,协同开展多媒介阅读服务。“没有一种媒介具有孤立的意义和存在,任何一种媒介只有在与其它媒介的相互作用中,才能实现自己的意义和存在”^{12}。视频与图文媒介,各有优势,短视频等网络视频会冲击图文阅读,也可助力图文阅读,我们应该努力使其相互支持,相互融合,更好地传播知识。有学者提出“现代纸书”的概念,即在不影响读者连续阅读的前提下,将纸书上的二维码作为一个入口,通往文本之外的增值内容,包括视频、音频、动画、文字、图片、游戏、直播、线上互动等^[22],这一概念体现了融合阅读服务的思想。业界已有一些实践验证了用多媒介信息技术手段丰富知识内容的呈现方式实现知识传播的优化成效,比如教材出版中的多媒体同步开发、图书馆阅读推广中的“讲书”与“看电影”组合、公开课视频(既有讲课/书视频,又有馆藏纸本或电子书的推荐、链接等关联性推广)等。

当然,具体的融合方式则因不同的内容、人(生产者/作者、用户/读者)、机构或平台而异。从阅读接受效果的视角看,图书馆从业者应发挥文字、图片、音频、视频等各种媒介的优势,根据所要传播内容的需要(任务)选用传播效果更佳的媒介,以其为中心,根据需要再辅以其他媒介。比如,视频除了符号性信息交互外还提供场景、氛围等信息交互,对于某些现场阅读服务任务很有用,可以利用短视频、直播举办实时讲座(讲书)、读书会等,与图文阅读服务相配合。

从主体(生产者/作者、用户/读者)的视角看,网络视频与其他媒介的组合方式因人而异。不同的生产者/作者有不同的媒介偏好,有人擅长文字表达,有人擅长用图片说话,也有人喜欢用音频、视频发声。不同类型(专业类、教育类、大众类)的用户/读者也多有不同的媒介选择,视频对于面向大众开展知识服务、阅读推广的价值不小,不少年轻人,特别是“Z世代”,已经将读书视频当作学习社交的载体。但对于专业人员来说,还是专业文献的价值更大。同一用户在不同场景下的媒介偏好或选择也不同。在很多情势下,无论是生产者还是用户,都会组合运用多媒介进行表达或利用。比如,一些学生在遇到难以读懂的名著时,会自觉寻找一些相关的短视频、电影、电视剧、评书等,帮助理解艰深的阅读材料^[23]。抖音联合9所“211工程”高校、30家出版社

启动的“都来读书”全民阅读计划是一种将视频阅读服务与图文阅读服务融合的积极尝试,通过作家、学者与青少年的视频交流互动,让孩子们体会传统文化的魅力,提高阅读效果。

从服务机构的视角看,不同行业机构有自己的业务侧重或优势。比如在过去的信息服务分工中,广播电视机构以音视频服务为主,出版发行机构、图书馆等则以图文阅读服务为主,进入视频时代,不同媒介可以相互融合,但这些行业机构仍会延续自己的传统媒介优势,同时辅以其他新兴媒介。服务机构一般都会同时利用多平台开展阅读服务,而不同的互联网平台在媒介选择上也会有自己的特点,比如微博、微信、今日头条、哔哩哔哩(简称B站)、知乎等都是当前基于互联网的主流平台,过去以图文媒介为主,目前正在拓展视频服务,而抖音、快手等则是当前流行的短视频平台,是许多阅读服务机构开展视频阅读服务的首选。

网络视频对阅读服务的重塑也带来了一些负面影响。比如过于注重感官刺激、娱乐色彩重、难以促进深度思考、耗费时间、用户容易沉迷等,这些也是客观存在的问题,需要业界积极思考和应对,加大知识型视频内容的传播,加强对用户阅读行为的引导。

4 积极推进网络视频与阅读服务的融合

在把握网络视频与阅读服务的融合趋势和理解网络视频对阅读服务的重塑机理的基础上,当前业界需要积极推进网络视频与阅读服务的融合。在发展战略上,明确发展方向,积极探索网络视频在阅读服务中的应用;在具体运作上,努力建立或优化网络视频化阅读服务体系,不断锻造网络视频化阅读服务能力。

4.1 积极探索网络视频在阅读服务中的应用

数字化是百年未有之大变局的一部分,数字化生产力是当前世界发展的主动力之一,是我国“十四五”时期实现高质量发展的重要路径之一。随着媒介信息技术的不断发展变化,用户对多媒介阅读的需求越来越多,开展多媒介知识生产、组织与服务以满足不同场景下用户的不同需求,为用户提供多元阅读体验,是时代使命,也是发展趋势。网络短视频、网络直播等媒介信息技术超越了传统影视、单机视频信息技术,日渐成为融合传播主阵地,是当前数字化发展的热点,为阅读与阅读服务带来了全方位



的改变。

从现状看,目前我国开展网络视频阅读服务的机构数量并不理想,很多还处于观望状态。但也要看到越来越多的出版发行机构、图书馆在尝试开展网络短视频、网络直播服务。在示范效应的带动下,未来会有更多的机构开展网络视频化阅读服务,并逐渐普及。出版社、图书馆等阅读服务机构应对时势有清醒的认知与判断,把握机遇,积极规划,大力推进网络视频在阅读服务中的应用,使其成为多媒介知识传播的主体。

4.2 致力建立网络视频化阅读服务体系

虽然国内已有一些网络视频化阅读服务的初步探索,其中也有不少亮眼业绩,但这些机构远未形成网络视频化阅读服务体系。一些关注图书馆短视频发展现状的研究成果认为,图书馆应该优化短视频服务平台、打造特色内容、加强人才队伍建设、加大宣传推广等^[19,24]。

面对越来越多用户的视频化阅读服务需求,出版社、图书馆等阅读服务机构应致力于自主或协作构建、健全网络视频化阅读服务体系。在视频系统方面,整合利用各类公共互联网平台(如抖音、快手、B站、微信、微博等)上一切可能的视频应用,建设视频化阅读服务矩阵,协同开展视频化阅读服务。在视频化阅读资源建设上,加大视频化阅读资源的原创生产与组织,特别是精品视频资源,并建立其与图文读物内容的链接,为开展视频化阅读服务和多媒介阅读服务融合提供资源支撑。在人才方面,出版社、图书馆等传统的图文阅读服务机构应加强引进视频服务专业人才,对现有图文阅读服务队伍进行视频技术应用与运营管理的培训,同时建立与专业视频机构的合作网络,为开展视频化阅读服务提供人力支撑。此外,还应努力建立视频化阅读服务评价制度,及时对已有服务成效进行测评,为进一步改进服务提供依据。

用户的互联网使用习惯越来越立体,媒体融合是大势所趋,在建设网络视频化阅读服务体系的同时,应本着以人为本的思想,注意视频化阅读服务与图文、音频等媒介阅读服务体系的关联与协同,将其纳入数字阅读服务体系规划进行统一建设,组合运用多种媒介开展阅读服务,在系统、内容、人才、宣传等方面进行全面融合,推动新技术支持下阅读服务生态的重构。出版社、发行机构、图书馆等图文阅读

服务机构应发挥传统优势,以图文阅读服务为主,同时积极拓展听书、视频化阅读服务。比如,中国移动携手国内300余家图书出版单位及文化行业合作伙伴打造的咪咕云书店,通过聚合图书+电子书+音视频等多元化内容,为用户带来一站式知识文化内容体验。

4.3 锻造网络视频化阅读服务能力

根据一些对图书馆短视频服务实践的调研,目前图书馆界开展的短视频服务(包括视频化阅读服务)的利用率、互动率都不高,近80%的用户没有关注过图书馆短视频账号或看过图书馆相关的短视频,总体上用户的满意度一般^[18];主要存在的问题有短视频内容缺乏明确定位与特色、视频策划与制作能力不强、服务方法单一、宣传推广力度不够、运营管理不规范等^[18-20]。可以说,虽然图书馆已在视频服务方向投入一定资源,但运营管理能力不强,导致发展现状不理想。面向未来,图书馆等阅读服务机构应积极锻造网络视频化阅读服务能力,努力提高网络视频化阅读服务运营水平。

在网络视频化阅读服务内容定位上,不宜盲目追求流量,要以社会效益为先,注重传播正能量。与图文阅读服务协同的视频化阅读服务要服从阅读服务定位整体计划及其中的媒介分工。独立的视频化阅读服务内容定位要明晰,不宜过于分散,要结合自己的产品或馆藏、目标用户需求等形成自己的特色,有明确的“标签”,便于用户感知与选择。比如,一些出版社在B站面向年轻读者开设“编辑讲书”视频;国家图书馆短视频服务侧重推荐经典,弘扬传统文化。要注重生产高质量的阅读推广类、知识分享类视频作品,而非简单的服务资讯、推广类信息,比如樊登、罗振宇等主持的微讲座,深圳图书馆的“天天微学习”,吉林省图书馆的“传统文化小课堂”,湖南省图书馆的“百姓课堂”等。

在选题策划上,网络视频化阅读服务要以整体内容定位为指导,深入调研目标用户利用视频化阅读服务的需求与行为特征及其变化,结合社会热点进行选题策划,鼓励用户参与选题策划。在内容编写上,阅读服务机构要注意选择合适的网络视频体裁(故事、纪实、新闻资讯等)和表达风格,以贴近用户需要、引人入胜的内容为主,辅以一般资讯、宣传或促销信息,根据服务主题与计划安排单元知识传播(表达单元化),移动端要以微知识为先。内容篇



幅(短、中、长视频)、时间设计(实时、非实时)要根据内容主题和目标用户需要进行设计。标题应着眼用户的痛点需求,文字简明易懂,有吸引眼球的效果。在结构上,对开端、中段、结尾进行精心设计,开端直奔主题,击中用户痛点需求,中段安排内容“干货”,结尾要启发或促进用户行动。及时绘制内容编辑日历,包括计划发布的每一段内容主题、草稿、发布日期、发布位置或审查状态等。

在网络视频内容制作上,阅读服务机构要注重根据个人能力、魅力、影响力等特征优选领读者(主播),不管是名人、专家,还是普通员工,要以能赢得用户的信任感为先;也可以邀请用户代表出任领读者。比如,“中国阅读三十人论坛”举办短视频接龙活动,邀请名家与普通读者拍摄短视频交流阅读心得;深圳市南山区图书馆在庆祝建党百年之际,把阅读朗诵与革命传统教育相结合,选取《红岩》中贴近孩子们的小萝卜头的片段,邀请图书馆的小读者参与拍摄制作青少年党史教育阅读推广视频《永远的九岁》,该视频被新华社、人民网选中播出,效果很好。在内容的表现形式上,要发挥视觉表现力的优势,摒除“图片+音乐”“翻书”等简单表现形式,通过真实场景(或专业直播间、录影棚等)、魅力主播、多镜头切换等多元方式进行表达。

在网络视频内容传播上,阅读服务机构要精心设计、组合使用多元在线传播渠道。日常服务应根据编辑日历,及时(或定期)更新视频化阅读服务内容,加大宣传推广力度,开辟社区加强与用户的互动,鼓励用户参与传播,做好基于社交关系的分发推荐。及时跟踪用户反馈,或通过与优秀同行比较、借助于第三方评价数据等方式对视频化阅读服务进行评价,并根据评价意见调整服务运行策略。

阅读服务机构应致力于提高网络视频化阅读服务的管理水平。网络视频化阅读服务并非短期行为,需要持之以恒,锲而不舍,久久为功,方能取得良好的服务效果。因此,需要加强日常运营管理,建立网络视频化阅读服务评价与相应的激励制度。加强人力资源管理,通过专业人才培养、与专业机构合作、多家机构联手等方式提高网络视频化阅读内容的策划与制作、传播等运营能力。在实际的探索中,阅读服务机构应及时总结成功经验,提炼先进模式,并在业内宣传推广,通过先进典型的示范,引领越来越多的阅读服务机构开展网络视频化阅读服务。

参考文献

- 1 王余光.关于阅读史研究的几个问题[J].图书情报知识,2001(3):7-11.
- 2 国家新闻出版署.第十八次全国国民阅读调查成果发布[EB/OL].[2021-07-15].<http://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/280/75981.shtml>.
- 3 中国互联网络信息中心.第48次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].[2021-09-23].<http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202109/P020210915523670981527.pdf>.
- 4 人民网.《2020中国网络视听发展研究报告》发布:我国网络视听用户破9亿 短视频推动行业变革[EB/OL].[2021-07-15].http://www.china.com.cn/aboutus/2020-10/13/content_76801067.htm.
- 5 中国新闻网.2021中国网络视听发展研究报告:网络视听用户规模达9.44亿[EB/OL].[2021-07-15].<https://www.chinanews.com/cj/2021/06-02/9491226.shtml>.
- 6 中国广播电视总局.2020年全国广播电视行业统计公报[EB/OL].[2021-07-15].http://www.nrta.gov.cn/art/2021/4/19/art_113_55837.html.
- 7 搜狐网.2020年淘宝直播新经济报告[EB/OL].[2021-07-15].https://www.sohu.com/a/384587424_665157.
- 8 国家新闻出版署.2019年全国新闻出版业基本情况[EB/OL].[2021-09-23].<http://www.nppa.gov.cn/nppa/upload/files/2020/11/a0fbd38dab39dd1f.pdf>.
- 9 国家统计局.中华人民共和国2020年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].[2021-09-23].<http://d.drnet.com.cn/eDRCNet.Common.Web/DocDetail.aspx?docid=6111511&leafid=5&chnid=1012>.
- 10 教育部.全国高等学校名单[EB/OL].[2021-09-23].http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/s5743/s5744/202007/t20200709_470937.html.
- 11 郭文革.“互联网+教育”三大发展趋势[N].中国教育报,2021-03-24(4).
- 12 马歇尔·麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.南京:译林出版社,2019.
- 13 易观.中国网络视频平台泛知识消费专题分析2020[EB/OL].[2021-07-15].<https://www.analysis.cn/article/detail/20019955>.
- 14 白祿,郭宝华.我国图书馆抖音号的运营现状与优化策略[J].图书馆研究,2019,49(1):80-85.
- 15 官凤婷.国内图书馆移动短视频服务现状调查及启示——以抖音号为例[J].山东图书馆学刊,2019(6):68-72,113.
- 16 王海燕.图书馆短视频发展现状、问题与对策分析——以抖音平台为例[J].图书馆工作与研究,2020(5):76-80.
- 17 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.
- 18 袁月戎.基于用户需求的图书馆短视频服务策略研究[D].南京:南京农业大学,2021.
- 19 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.
- 20 甘春梅,张梦金.我国副省级及以上公共图书馆的短视频应用现状——以抖音为中心的调查[J/OL].图书馆论坛,2021,41(10)[2021-04-16].<https://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1306.G2.20210416.0901.004.html>.
- 21 王翎子,张志强.图书直播带货的高销量主播营销探析——基于抖音APP图书直播账号的实证研究[J].中国出版,2021(11):19



- 25.
- 22 周卓.回归与复兴:从现代纸书看出版融合的新方向[J].中国编辑,2020(Z1):97—101.
- 23 毕若旭.范璐文:短视频让名著阅读更有趣[EB/OL].[2021-07-15]. http://news.cyol.com/app/2020-12/24/content_18896502.htm.
- 24 官凤婷.“使用与满足”理论视角下高校图书馆移动短视频服务

机制构建[J].新世纪图书馆,2020(7):58—64.

作者单位:南京农业大学信息管理学院,江苏南京,210095
收稿日期:2021年8月17日
修回日期:2021年9月25日

(责任编辑:关志英)

Promoting the Integration of Online Video and Reading Services

Mao Yihong

Abstract: Media form is an important external factor affecting reading behavior. Online video has increasingly become a dominant media on the Internet, which is reshaping our reading behavior and reading service. Libraries and other reading service institutions should face up to the coming of the era of network video and grasp the trend of the integration of network video, reading and reading services. Network video brings not only new channels or new tools, but also a comprehensive reshaping of reading materials, reading behaviors and reading services. Its positive performance is to give full play to the advantages of network video to provide independent video reading services, or to carry out multi-media reading services in combination with audio and graphic reading services. At present, we need to actively promote the integration of online video and reading service, clarify the development direction, actively explore the application of online video in reading service, strive to establish or optimize the video reading service system, and constantly forge the ability of video reading service.

Keywords: Network Video; Short Video; Live; Reading Promotion; Reading Service; Smart Library

(接第55页)

A Comparative Study of Emerging Science Citation Index Databases

Li Jie Meng Ye Jin Jiali Yao Xiangyu Huang Chen

Abstract: With the development of web crawler technology, artificial intelligence-based text semantic analysis technology, and newer research paradigms, more emerging scientific citation index databases have come out. These databases provide a new experience for researchers to search and filter academic literature resources and create more scientific research evaluation options. Seven science citation index databases—Microsoft Academic, Dimensions, Semantic Scholar, Lens, Scinapse, Scilit, and Scite—were chosen to conduct comparative research and case analysis. This paper evaluated and explored collection coverage, indicators, artificial intelligence technology, visualization analysis, plug-ins, and export features of each database. These functions allow librarians to have more references and choices when doing scientific research evaluation. Based on investigations and case studies, it can be concluded that Microsoft Academic and Dimensions are the best choices for evaluating institutions and scholars when taking an enormous amount of papers coverage and optimal accuracy into account.

Keywords: Science Citation Index; Citation Analysis; Semantic Citation; Academic Influence Evaluation