

信息生态理论视角下短视频阅读推广的关键要素与提升策略

吴秀芬

(深圳市盐田区图书馆, 广东 深圳 518000)

[摘要]基于信息生态理论,构建了公共图书馆短视频阅读推广的信息生态系统,指出信息人、信息、信息环境、信息技术分别是公共图书馆短视频阅读推广的主体因子、客体因子、驱动因子和保障因子。阅读推广应以“信息价值”为根,提高阅读推广质量;以“信息素养”为引,强化馆员的信息服务效能;以“信息参与”为本,推进用户的自发式参与;以“体验感知”为驱,优化阅读推广的技术支持;以“信息合作”为轴,改善阅读推广的合作环境。

[关键词]公共图书馆 短视频阅读推广 关键要素 提升策略 信息生态理论

[分类号]G250

1 引言

融媒体时代,“音视频阅读”成为常态化阅读方式。随着短视频媒体的兴起与流行,短视频行业发展迅速,用户下沉效果明显。阅读推广是图书馆的基础工作之一,以短视频的形式倡导全民阅读,能够助力图书馆突破现有新媒体渠道既存流量有限的困局,因此短视频阅读推广逐渐成为图书馆阅读推广的重要形式^[1]。

我国有诸多学者对图书馆短视频阅读推广进行了研究。如容海萍^[2]以TAM模型为理论基础,提出了契合用户阅读需求与阅读行为的公共图书馆短视频阅读推广创新思路,包括基于认知态度挖掘用户需求并强化用户感知,基于兴趣偏好培养用户阅读习惯并提高用户阅读热情,基于接受行为转化用户阅读关注并推广互动阅读实践。徐彤阳和李婷^[3]从短视频社会化阅读推广效果着手,探索了短视频阅读推广的可行路径,包括加大宣传力度以引流用户,深耕内容定位满足用户需求,构建良好的阅读环境等。宋福燕^[4]立足于短视频阅读推广实践,提出了公共图书馆短视频阅读推广优化策略,包括创新短视频设计思路、优化选择平台、精准目标定位、健全意见反馈机制、打造多平台关联。王凤娇和石晶晶^[5]基于阅读推广内容和价值,提出了公共图书馆抖音短视频阅读推广创新策略,包括培养创新意识以扩大短视频影响力、打造优质内容以增强短视频生产力、加强多方合作以提升短视频传播力、规范账号运营以提高短视频竞争力。

梳理现有研究成果,主要从现状、问题、价值视角出发,或者是依托于TAM等信息技术模型,分析公共图书馆短视频阅读推广策略,但是没有系统化考虑短视频阅读推

广的影响要素。笔者基于信息生态理论,从信息生态系统的视角构建适用于公共图书馆短视频阅读推广的信息生态系统,基于信息生态系统,识别关键要素,立足关键要素,提出切实可行的公共图书馆短视频阅读推广提升策略。

2 信息生态理论视角下短视频阅读推广生态系统

信息生态是指特定信息环境下信息人运用信息技术发布、传播和接受信息,实现人、信息与环境良性循环的和谐状态^[6]。信息生态系统是指信息人与信息在一定信息环境下,通过信息技术进行交互形成的统一化人工系统^[7]。图书馆信息生态系统则是以图书馆为中心,立足图书馆信息环境,利用图书馆信息技术,实现信息在信息人之间流通的系统^[8]。图书馆信息系统已经形成了“二要素说”“三要素说”“四要素说”等丰富的系统学说^[9],笔者采用信息系统“四要素说”,将图书馆信息系统界定为由信息人、信息、信息技术、信息环境构成的稳定系统。

公共图书馆短视频阅读推广与信息密不可分。在短视频阅读推广中,图书馆员和用户是信息人,前者是信息发布者和接收者,信息在图书馆员与用户之间形成闭环式流动;信息环境是短视频阅读推广活动中图书馆员与用户开展信息交流的要素综合;信息技术为信息环境的改善、信息流的传播、图书馆员与用户之间的交互提供技术支撑。图书馆信息生态的4个要素之间形成了一种共生、互动、互惠的关系,彼此关联并相互作用,共同服务于公共图书馆短视频阅读推广^[10]。笔者构建公共图书馆短视频阅读推广的信息生态系统,见图1。

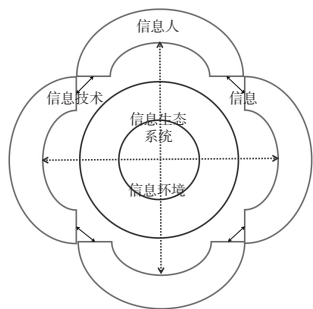


图1 公共图书馆短视频阅读推广的信息生态系统

3 公共图书馆短视频阅读推广信息生态关键要素

信息生态系统要求公共图书馆短视频阅读推广体现生态性、均等性和持续性,信息人、信息、信息环境、信息技术中任何环节出现问题,都会造成生态系统恶性循环,进而影响短视频阅读推广效果。

信息人——公共图书馆短视频阅读推广主体因子。信息生态系统中的信息人包括信息生产者(即图书馆员)和用户(即信息接受者)两个主体。图书馆员是短视频阅读推广的信息提供者,也是传播者,应当具备基本的信息素养,以及信息服务意识与信息服务能力,这是保障短视频阅读推广质量的前提。用户是短视频阅读推广的信息分解者,也是加工者,应当具备主动参与意识,以及信息分解能力与信息加工能力,这是保障短视频阅读推广质量的基础。在公共图书馆短视频阅读推广信息生态的信息人维度,图书馆员的信息素养和用户的信息参与是最关键的两个要素。高素养的馆员信息服务能力强,信息供给质量高,高参与的用户信息分解能力强,信息接受与筛选质量高,二者共同作用于短视频阅读推广的闭环效应。

信息——公共图书馆短视频阅读推广客体因子。信息生态系统中的信息是信息资源,首先应当具备价值,有价值的信息才能激发用户的阅读兴趣与阅读动力;其次应当具有足够的“量”,海量的信息资源才能满足用户的差异化与多样化需求;最后应当具有有效的“质”,高品质的信息资源才能满足用户个性化与深层次需求。在公共图书馆短视频阅读推广信息生态的信息维度,信息价值是最关键的要素,只有阅读推广信息资源满足了用户的价值需求,才能够确保阅读推广目标的达成。

信息环境——公共图书馆短视频阅读推广驱动因子。信息生态系统中的信息环境包括硬环境和软环境两个方面,硬环境是短视频阅读推广所需要的物质的、有形的环境,比如短视频平台、投入资金,这是短视频阅读推广的物质载体。软环境是短视频阅读推广所需要的非物质的、无形的环境,比如政策法规、信息合作,这是短视频阅

读推广的支撑条件。在公共图书馆短视频阅读推广信息生态的信息环境维度,信息合作是最关键的要素,只有在短视频阅读推广中开展充分的信息合作,才能够提高阅读推广效力。

信息技术——公共图书馆短视频阅读推广保障因子。信息生态系统中的信息技术是支持阅读推广的各种现代化信息技术,比如大数据、人工智能、虚拟现实技术、可穿戴技术等,信息技术应当具备体验性、易用性和交互性。技术的体验性能够促进用户的沉浸式阅读,易用性能够降低用户的使用时间成本,交互性能够增强用户的阅读效率,这些都是用户高质量阅读的基本保证。在公共图书馆短视频阅读推广信息生态的信息技术维度,信息体验是最关键的要素,只有短视频阅读推广融合使用信息智能技术,才能够增强馆员和用户双主体的体验感知,实现阅读推广的深化升级。

4 信息生态理论视角下短视频阅读推广的提升策略

在公共图书馆短视频阅读推广信息生态中,信息人、信息、信息环境、信息技术对应的关键要素分别是馆员信息素养/用户信息参与、信息价值、信息合作、信息体验,以此为切入点,笔者提出信息生态理论视角下短视频阅读推广的提升策略。

4.1 以“信息价值”为根,提高阅读推广质量

“信息价值”是公共图书馆短视频阅读推广信息生态信息维度的关键要素,公共图书馆应当注重用户的知识获得感,着眼于用户稳定记忆点的形成,提高短视频内容价值。公共图书馆可以甄选高价值的阅读推广书籍,如经典名著、优秀国学类书籍,激发用户文化共鸣,增强民族认同感,提高阅读兴趣。或是具有地域特色、专题专刊类的书籍,培养用户文化自信,强化用户专业知识获取,提升用户阅读动力。公共图书馆应当注重图书内容的多样化呈现,在短视频制作环节注重对书籍外部形态、背景故事、作者信息、名家评价等信息的录入,提高用户对图书的背景认知和整体把握。在短视频推广环节,注重对书籍内容体系、经典语录、名家名言的重点剖析,提高短视频内容的专业性和有用性。

4.2 以“信息素养”为引,强化馆员的信息服务效能

“馆员信息素养”是公共图书馆短视频阅读推广信息生态信息人维度中馆员层面的关键要素,公共图书馆的资源整合和服务实践中会产生大量半结构化和非结构化数据,这对馆员数据信息素养培育提出新要求。

首先,公共图书馆可以侧重培育馆员的数据信息意识,增加馆员对数据信息的敏感度和感知度,促使馆员能

够进行充分的数据信息挖掘和整合,切实提高数据信息思维能力。其次,公共图书馆可以重点关注馆员的数据信息素养,开展分级式培训,针对不同数据信息素养水平的馆员开展不同层级的培训,针对数据信息培训内容构建由浅入深的梯次培训体系。最后,公共图书馆应当优化完善管理机制,在招聘环节创新馆员选拔标准,将信息知识纳入招聘评估机制。在考核环节创新馆员考核体系,将信息素养纳入绩效考核机制,确保馆员信息素养的自我提升。

4.3 以“信息参与”为本,推进用户的自发式参与

“用户信息参与”是公共图书馆短视频阅读推广信息生态信息人维度中用户层面的关键要素,公共图书馆应当创新互动形式,吸引用户主动参与到信息流中,以此提高短视频推广效果。

首先,公共图书馆在短视频阅读推广中,可以基于标题、视频内容引导用户互动,在标题或内容中提出问题,引导用户在评论区作出回复,以此引发用户的自发式信息参与行为。其次,公共图书馆可以充分利用线上直播功能开展直播推广,通过短视频吸引用户进入直播间,由馆员或邀请阅读推广专业人员在直播间与读者互动,实现同步直播、实时评论,推进用户的信息参与。最后,公共图书馆可以适时推出参与话题,设计参与任务,鼓励用户参与互动,打造“PGC+UGC”聚合内容,通过设置相关主题鼓励用户参与讨论,邀请用户分享阅读书单等,实现用户的广泛参与。

4.4 以“体验感知”为驱,优化阅读推广的技术支持

“技术体验性”是公共图书馆短视频阅读推广信息生态信息技术维度的关键要素,公共图书馆应当尊重用户的直观感受,通过适宜性技术为短视频阅读推广提供支撑性服务。一是公共图书馆可以通过智慧技术赋能短视频阅读推广,依托虚拟现实技术营造全媒体交互的拟人化场景,帮助用户在模拟环境下开展情景阅读,提高用户的沉浸式阅读体验,提升用户的阅读质量,反哺推动短视频阅读推广活动。二是公共图书馆可以借助可穿戴设备支持用户进入虚拟空间,通过构建真人阅读服务虚拟模型,实现用户多维感官的立体化调动,促进真实场景与虚拟场景的融合互通,提高用户的深度化阅读体验,提升用户的阅读效果。

4.5 以“信息合作”为轴,改善阅读推广的合作环境

“信息合作”是公共图书馆短视频阅读推广信息生态信息环境维度的关键要素,公共图书馆应当在深耕内容、强化品牌和创新互动的基础上,加强信息推广合作,带动信息内容多路径共享和扩散。公共图书馆可以在不同平台进行整合传播,让内容得到最大程度的扩散,将短视频账号与微博账号、微信账号联系起来,善用各类型平台的优势,优化推广活动方式。如通过微博平台发布实时热点,通过微信平台发布系统性深度内容,通过短视频平台

发布碎片化内容。公共图书馆可以加强与各大媒体的交流联系,争取媒体转发和报道,将图书馆推广主题与具有社会意义的话题进行联合,通过主流媒体的报道形成传播效应。如在世界读书日联合主流媒体,采用上传诵读红色经典短视频的特殊学习和传播方式,扩大阅读推广影响力。

5 结语

公共图书馆短视频阅读推广的信息生态系统包括信息人、信息、信息环境、信息技术四大维度,信息人层面的关键要素为馆员信息素养和用户信息参与,信息层面关键要素为信息价值,信息环境层面关键要素为信息合作,信息技术层面关键要素为信息体验。公共图书馆短视频阅读推广应当立足信息生态系统关键要素,改善合作环境,优化技术支持,强化馆员服务效能,引导用户自发式参与,提高阅读推广质量。

参考文献:

- [1] 傅军民.基于SIPS模型的图书馆短视频阅读推广优化策略研究[J].图书馆工作与研究,2022(4):108-114.
- [2] 容海萍.基于TAM模型的公共图书馆短视频阅读推广策略研究[J].图书馆工作与研究,2021(10):110-118.
- [3] 徐彤阳,李婷.短视频社会化阅读推广效果分析——以抖音短视频为例[J].图书馆,2021(2):74-81.
- [4] 宋福燕.公共图书馆利用短视频开展阅读推广工作研究[J].河南图书馆学刊,2021(9):31-33.
- [5] 王凤姣,石晶晶.公共图书馆抖音短视频阅读推广分析及优化措施[J].晋图学刊,2022(5):33-40.
- [6] 王猛.基于比较研究的图书馆信息生态系统解析[J].图书馆学刊,2011(10):4-6,19.
- [7] 姜颖.基于信息生态论的机构知识库内容建设发展策略研究[J].图书馆工作与研究,2014(1):109-112.
- [8] 瞿浩.基于信息生态理论的图书馆服务策略研究[J].池州学院学报,2019(3):102-104.
- [9] 杨雨娇,袁勤俭.信息生态理论及其在信息系统研究领域的应用及展望[J].现代情报,2022(5):140-148.
- [10] 李耕华,田常清.高校图书馆智慧服务质量影响因素识别及提升策略研究——基于信息生态理论视角[J].图书馆工作与研究,2023(2):12-19.

吴秀芬 女,1980年生。本科学历,馆员。研究方向:公共服务空间建设。

(收稿日期:2023-09-21;责编:娄明辉。)