

# 我国高校图书馆微视频服务研究

吴国武 姜 景 (福州大学图书馆)

**摘 要** 对比分析中国高校图书馆开展微视频服务的现状,从微视频发布数量、发布平台、主题内容、制作方式等方面,分析“双一流”A类高校图书馆开展微视频服务的现状和存在的问题,并根据这些问题提出推进高校图书馆视频号运营推广工作的建议。

**关键词** 高校图书馆 微视频 对比研究

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 2021 年 2 月 3 日发布的第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2020 年 12 月,在我国网民群体中,学生最多,占比为 21.0%<sup>[1]</sup>,但良莠不齐的网络信息正在吞噬这个庞大的拥有“无头苍蝇”式搜索习惯的学生群体;早前高校图书馆已借助微博和微信公众号以图文的形式实现高质量的信息推送服务。由于视频传递信息的直观性和传播性优于图文,短视频现已成为网友获取互联网信息的新型媒介。中国互联网络信息中心 2021 年 9 月 15 日发布的第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2021 年 6 月,我国短视频用户规模为 8.88 亿,较 2020 年 12 月增长 1440 万,占网民整体的 87.8%。<sup>[2]</sup>因此,如何借助网络热门话题,创作优质的微视频内容,做好新媒体运营工作,开展多平台微视频服务,提升广大学生的阅读兴趣,值得高校图书馆积极探索实践。本研究从微视频发布数量、发布平台、主题内容、制作方式四个方面,分析我国“双一流”A类高校图书馆开展微视频服务的现状和存在的问题,并根据这些问题提出推进高校图书馆视频号运营推广工作的建议。

## 1 高校图书馆多平台微视频服务现状

### 1.1 高校图书馆五大平台视频号开通概况

经过调研发现,36 所“双一流”A类高校图书馆中有 13 所高校图书馆正开展微视频服务,分别为中国人民大学图书馆、清华大学图书馆、南开大学图书馆、天津大学图书馆、哈尔滨工业大学图书馆、上海交通大学图书馆、华东师范大学

图书馆、东南大学图书馆、厦门大学图书馆、中国海洋大学图书馆、武汉大学图书馆、四川大学图书馆、重庆大学图书馆。本文对这 13 所高校图书馆开展微视频服务的现状进行分析研究。

### 1.2 高校图书馆微视频发布数量情况

笔者对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布的微视频数量进行统计,结果见表 1。

表 1: 高校图书馆微视频发布数量情况

高校图书馆	发布数量
中国人民大学图书馆	57
清华大学图书馆	21
南开大学图书馆	47
天津大学图书馆	14
哈尔滨工业大学图书馆	171
上海交通大学图书馆	116
华东师范大学图书馆	83
东南大学图书馆	-
厦门大学图书馆	168
中国海洋大学图书馆	34
武汉大学图书馆	45
四川大学图书馆	82
重庆大学图书馆	4

### 1.3 高校图书馆微视频发布平台对比情况

笔者对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的平台进行统计,结果见表 2。其中多数高校馆都较为活跃,在多个平台同时建有视频号,如上海交通大学图书馆同时在微博、快手、抖音和 B 站四个平台发布微视频,南开大学

图书馆在微信、抖音和 B 站上开通视频号, 厦门大学图书馆在微博、微信和 B 站上开通视频号。

表 2: 高校图书馆微视频发布平台情况

高校图书馆	账号名称	发布平台
中国人民大学图书馆	中国人民大学图书馆	B 站
清华大学图书馆	清华大学图书馆	抖音、B 站
南开大学图书馆	南开大学图书馆	微信、抖音、B 站
天津大学图书馆	天津大学图书馆	微信
哈尔滨工业大学图书馆	哈工大威海图书馆	微信、抖音
	哈尔滨工业大学(威海)图书馆	
上海交通大学图书馆	李政道图书馆	微博、快手、抖音、B 站
华东师范大学图书馆	华东师范大学图书馆	B 站
东南大学图书馆	东南大学图书馆	微信
厦门大学图书馆	厦大图书馆	微博、微信、B 站
中国海洋大学图书馆	中国海洋大学图书馆	抖音
武汉大学图书馆	武汉大学图书馆小布	B 站
四川大学图书馆	四川大学图书馆	微博、B 站
重庆大学图书馆	重庆大学图书馆	微博

#### 1.4 高校图书馆微视频主题内容情况

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所“双一流”A 类高校馆在新浪微博、微信、抖音、快手和 B 站平台上发布的 732 条(剔除多平台重复发布的数量)视频进行分类统计, 按主题内容分为以下十类:

①记录工作类。此类微视频主要介绍高校馆的职能部门和馆员的日常工作, 数量较少, 但也是高校馆微视频内容的重要组成部分。

②图书馆宣传类。高校馆主要通过此类微视频为观看者提供种类繁多的资讯内容, 以达到宣传的目的。

③VLOG 类。“VLOG”全称是“video blog”或“video log”, 主要包括视频记录、视频博客、视频网络日志等内容, 网民用于拍摄日常生活的

视频也都属于“VLOG”, 其最大特点在于信息内容具有较强时效性。高校馆的 Vlog 类视频主要是记录图书馆内部或一些小场景小美好, 向观看者呈现读者在图书馆里的所闻所见。

④信息素养类。结合调查视频的具体含义, 可以将信息素养类细分为数据库使用培训、数字资源利用培训、信息检索培训、科研能力培训、数据软件培训等内容。举办信息素养讲座是高校馆阅读推广过程中必不可少的重要环节, 高校馆主要通过知识类微视频传授给观看者信息资源检索、文献管理、使用办公软件和数据统计分析软件等技能, 此类微视频在所有类型中占比最大, 几乎每个高校图书馆都推送过这一类微视频。

⑤图书推荐类。高校馆主要通过此类型微视频为读者推荐优秀书目, 传播阅读的美好。

⑥活动宣传类。此类微视频主要被高校图书馆用于宣传图书馆举办的各种各样的文化活动。

⑦服务信息类。高校馆主要通过此类型微视频向用户介绍图书馆的馆藏分布及借阅规则、座位预约系统的使用方法和图书馆的分区位置等。

⑧人文常识类。此类微视频内容主要为弘扬传统文化和传承名人的精神品质。

⑨读者互动类。此类微视频包含了非常多的内容, 比如为读者赠送福利、邀请读者参与抽奖、劝解读者自习室占座行为、为考研学生加油、邀请读者参与闭馆音乐投票、为即将毕业的学生送上祝福、读者的阅读榜单展示和学生参赛获奖作品展示等都是此类微视频的内容。

⑩其他内容。此类微视频的主要内容包括高校招生宣传、记录高校风景、为观看者送上节日祝福和校园随机采访等, 集中于各大高校的官方媒体号, 但也有少数高校选择以高校馆官方号进行发布。

笔者根据划分的十类主题内容, 对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的主题内容进行统计, 统计结果见表 3。

#### 1.5 高校图书馆微视频制作方式情况

根据高校图书馆微视频制作和呈现方式, 可分为以下四种:

表 3: 高校图书馆微视频主题内容情况

高校图书馆	主题内容
中国人民大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、活动宣传类、服务信息类、读者互动类、其他内容
清华大学图书馆	图书馆宣传类、活动宣传类、服务信息类、读者互动类
南开大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、图书推荐类、活动宣传类、服务信息类、人文通识类、读者互动类、其他内容
天津大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、Vlog 类、活动宣传类、服务信息类、读者互动类
哈尔滨工业大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、Vlog 类、图书推荐类、活动宣传类、读者互动类、其他内容
上海交通大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、图书推荐类、活动宣传类、人文通识类、读者互动类
华东师范大学图书馆	图书馆宣传类、图书推荐类、活动宣传类、人文通识类、读者互动类、其他内容
东南大学图书馆	-
厦门大学图书馆	记录工作类、图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、图书推荐类、活动宣传类、服务信息类、读者互动类、其他内容
中国海洋大学图书馆	图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、图书推荐类、服务信息类、人文通识类
武汉大学图书馆	图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、活动宣传类、读者互动类
四川大学图书馆	图书馆宣传类、Vlog 类、信息素养类、图书推荐类
重庆大学图书馆	Vlog 类、信息素养类、活动宣传类

①实拍类。此类视频通常由拍摄者使用手机、摄像机等录制设备，以工作或生活中实际场景为主进行较为简单的拍摄，后期也只做简单的删减时长、字幕和背景音乐添加等效果。

②录屏类。此类视频主要是通过手机和电脑的录屏软件，将讲解者在手机或电脑上的操作过程和声音录制下来，或后期配以录音或背景音乐形成的视频。对于高校馆微视频来说，专家线上讲座和微课程大多属于此种类型。

③混合剪辑类。此类视频一般是由多个实拍视频和拍摄的图片素材，或网络上已有的可商用的影视或图片素材混合在一起，再配以背景音乐、人声或字幕剪辑而成。

④专业制作类。专业制作类又可分为两类：一类指前期影像素材由专业摄像机录制，拍摄过程中通常有反光板、话筒和三脚架等专业设备，后期通过专业剪辑制作的视频；另一类指使用由专业绘图软件、视频特效软件制作的纯动画类视频。

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的制作方式进行统计，统计结

果见表 4。

表 4: 高校图书馆微视频制作方式对比情况

高校图书馆	制作方式
中国人民大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
清华大学图书馆	实拍类、录屏类、专业制作类
南开大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
天津大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
哈尔滨工业大学图书馆	实拍类、混合剪辑类、专业制作类
上海交通大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
华东师范大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
东南大学图书馆	-
厦门大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
中国海洋大学图书馆	混合剪辑类
武汉大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
四川大学图书馆	实拍类、录屏类、混合剪辑类、专业制作类
重庆大学图书馆	实拍类、混合剪辑类、专业制作类

## 2 高校图书馆微视频服务现状分析

### 2.1 高校图书馆微视频发布数量情况分析

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的数量进行分析,可以看出不同图书馆发布的微视频数量有较大的差距,对比重庆大学图书馆仅发布 4 条微视频、东南大学图书馆无发布微视频的情况,哈尔滨工业大学图书馆、上海交通大学图书馆和厦门大学图书馆发布的微视频数量多达 3 位数,数量较多,对比鲜明。

### 2.2 高校图书馆微视频发布平台情况分析

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的平台数量进行对比分析,发现不同图书馆发布微视频的平台数量有较大的差距,多数图书馆仅在 1—2 个平台发布视频,少部分高校图书馆在 3—4 个平台发布视频,例如上海交通大学在微博、快手、抖音和 B 站 4 个平台都发布了微视频。同时通过统计发现,多数高校图书馆主要在微信和 B 站发布微视频,仅有一所高校图书馆在快手上发布微视频。

### 2.3 高校图书馆微视频主题内容情况分析

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的主题内容进行分析,可以看出各高校图书馆发布微视频的主题内容均较为丰富,服务信息类、活动宣传类、Vlog 类等主题内容出现次数最多;中国人民图书馆、南开大学图书馆和厦门大学图书馆相比其他高校图书馆,发布微视频的主题内容类型更为丰富,南开大学图书馆发布的微视频更是涵盖了所有的主题内容。

### 2.4 高校图书馆微视频制作方式情况分析

笔者通过对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频的制作方式进行分析,可以看出高校图书馆发布微视频的制作方式均较为丰富,几乎所有高校图书馆都采用了 3—4 种微视频制作方式,仅中国海洋大学图书馆只有一类混合剪辑的视频产出,其制作方式较为单一。

## 3 我国高校图书馆微视频服务存在的问题

### 3.1 视频发布数量不足

视频平台的大号尚且会因长时间不发布视频而掉粉,更何况粉丝数不多的高校馆。根据调研

情况,多数高校馆视频号发布的视频数量均较少。在这个信息快速更替的时代,人们很容易就会被新事物的出现吸引走目光,高校馆视频号如果不能保持一定的发布频率与数量,不断地在目标受众面前刷满存在感,就会轻易被同类型视频号所替代。同时高校馆视频发布数量少也意味着其视频内容与热点脱节,没有热点的视频就必须依靠内容的新颖性和高水平的制作,但往往没有流量的高质量视频都被淹没在海量的视频之中无人问津,高校馆也难逃此规律。

### 3.2 视频发布平台单一

根据对中国人民大学图书馆等 13 所高校图书馆发布微视频数量的分析,发现不同图书馆发布微视频的平台数量有较大的差距。将微视频投放到多个平台的高校图书馆,会获得更多用户的播放、点赞和收藏,因此也会取得更好的微视频服务效果;而仅将微视频投放到单一平台的高校图书馆,其视频的播放量、点赞量和收藏量等数据都不太乐观。因此高校馆有必要将其微视频投放至多个平台,以取得更大的流量,从而提升自身的微视频服务效能。

### 3.3 视频内容混乱,定位不清

每个人观看微视频喜好的内容和风格各有不同,这也是视频平台设有美食、知识、影视和游戏等不同分区的原因。高校馆丰富多样的微视频内容,既是其开展服务的优势,也是陷阱。正是因为高校馆微视频的主题内容之多,导致高校馆视频号自身没有明确的定位,无法吸引和留住粉丝,平台也不能将其视频精准推送至目标用户。例如某高校馆视频号有时发布信息素养类、人文通识类视频,有时又发布 Vlog 类、读者互动类视频,平台就无法判定究竟是将该号的微视频推送到知识区还是生活区的观看者的首页,从而减少曝光度和流量,视频号就不能凭借更新的视频涨粉。

### 3.4 视频剪辑率低,随手拍和录屏类视频占比大

剪辑率可以理解为视频素材被处理和加工的程度。高校馆生产制作微视频有多种方式,其中专业制作需要耗费不少的人力物力,但在人人皆

可为视频生产者的时代, 是否具备专业设备不是一个热门号成功的绝对因素, 内容才是最重要的。剪辑是使视频主题内容得以外在呈现的手段, 因此一个剪辑率低的视频往往无法让观看者理解视频发布者表达的用意。例如高校馆的信息素养类、人文通识类微视频多以录屏的形式进行制作, 导致视频冗长, 没有字幕讲解和重点提示, 因此能坚持看完的用户极少。若能对视频进行适当的处理, 如分段、加字幕和背景音乐之类, 或许能在一定程度上提高视频的播放量。因此, 如何提高视频的剪辑率, 将高校馆丰富多样的内容得以生动地呈现出来, 是高校馆生产制作微视频时需要认真思考的问题。

#### 4 高校图书馆微视频服务发展建议

##### 4.1 打造高校馆学生馆员新媒体团队, 持续产出

高校馆要想保证微视频持续产出, 提高微视频的发布数量, 一支成熟精干的新媒体人才团队是必不可少的。高校馆可通过设立图书馆勤工助学岗位招聘学生馆员, 组建一支学科背景多样、综合素质高的高校馆新媒体学生团队。汉语言文学、新闻学、历史学的学生具有扎实的文字功底和较强的专题策划与采编能力, 可承担微视频选题策划的任务; 广播电视编导、数字媒体艺术、网络与新媒体等专业的学生具有一定的摄影经验和视频剪辑能力, 也有关于媒体运营策划等方面的知识和能力, 能胜任高校馆微视频的拍摄剪辑和推广工作。让有一定专业基础的大学生参与到高校馆微视频服务工作中, 对高校馆而言, 能借助学生们的时间和精力实现微视频的定期定时更新, 提高微视频的发布数量; 对大学生而言, 这也是锻炼提高专业能力的机会, 将更加贴近大学生的需求。

##### 4.2 了解平台属性, 精准投放视频

因为目标群体的来源不同, 加之自媒体平台针对的人群也不同, 高校馆在选择自媒体平台推广微视频时, 就要有侧重点, 不要盲目地进行。笔者通过调研全国 36 所双一流 A 类高校的微视频服务现状, 发现大多数高校主要集中选择微信作为传播平台。根据本次调查结果, 笔者认为微

信公众号相对比较封闭, 传播力度相对比较弱, 更适合粉丝黏度高的组织机构。目前高校馆的微视频服务不应仅停留在微信平台, 而应尝试在抖音、快手和 B 站等短视频平台开通视频号, 这几个平台的大学生群体都相当庞大, 很适合高校馆投放微视频。

##### 4.3 明确自身定位, 提高视频号内容垂直度

如何解决高校馆微视频内容混乱、定位不清的问题? 微视频内容决定视频号的方向和定位, 首先高校馆要对其创作的主题内容进行分类归纳。这里笔者以 2.1 节对高校馆微视频主题内容的分类为例, 帮助高校馆根据其微视频内容明确自身定位, 选择合适的视频平台: 高校馆的记录工作类、Vlog 类、读者互动类和其他内容类微视频接地气, 贴近生活, 适合投放到以有趣、好玩、时间短为特点的抖音和快手 APP; 高校馆的图书推荐类、信息素养类和人文通识类微视频则适合上传到有较多纯科普性视频的 B 站; 就微信视频号而言, 用户对视频的点赞会被其同学、朋友和亲戚看到, 所以微信视频号在朋友圈的影响很大, 这一特点十分贴合高校馆的图书馆宣传类、活动宣传类和服务信息类等宣传类视频。

当高校馆视频号有了垂直性的定位, 观看者便能知道关注该号之后可以获得什么, 这给了观看者一个关注的理由, 从而使得高校馆能够不断积累粉丝。总的来说, 高校馆要提高其内容垂直度, 就一定要整理和分析自身生产制作的内容, 在内容确保已经垂直的前提下, 坚持深耕内容质量, 并基于此不断尝试新的风格, 才能让高校馆视频号始终走在前沿。

##### 4.4 提升视频剪辑思维, 助力主题内容展现

优秀的视频不是简单的拼接, 它也需要好的灵感和剪辑思维, 而脚本就是视频剪辑者的思维主干。微视频有时长限制, 所以脚本设计尤为关键, 如何让一个几分钟的短片做到内容真实可信, 贴近生活, 这是难点所在。脚本可分为文字脚本和分镜头脚本, 高校馆需要根据视频主题的需要, 自行编写体现视频内容构思与组织的文案脚本, 然后在文字脚本的基础上设计具体制作的方案即

分镜头脚本。分镜头脚本需要按照视频内容的顺序,详细记录每一场景拍摄时所用的景别、画面内容、人物台词、拍摄技巧以及素材编号等诸多项目,最后在拍摄完成收到素材后,剪辑之前,高校馆剪辑人员要熟悉手里拥有的素材,尽量根据事先设计好的分镜头脚本搭建视频架构进行剪辑。如果素材和事先预想的有出入,或是拍到了一些超出原先设计的有惊喜的素材的话,就要及时作出调整。剪辑时,要围绕视频主线,按照视频架构分段进行剪辑,注意视频要有开篇、过渡、高潮和结尾。剪辑后要重新回看,认真总结经验,不断提高视频拍摄制作水平。

## 5 结语

短视频发展到现在,已融入人们生活,成为公众日常获取信息、分享生活花絮和休闲娱乐的重要传播媒介。近两年,我国部分高校图书馆积极利用微视频开展服务,提升微视频制作的能力,产出更多精良的内容,以推动和宣传高校图书馆的资源、活动和服务,激发大学生读书的热情,

吸引他们参与和互动,推动高校图书馆的发展。无论从内容策划到后期制作,从坚持更新到积极推广,高校图书馆微视频服务都在不断地探索实践,总结经验,实现创新发展。

## 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心发布第47次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL][2021-02-03]. [http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzbh/hlwtjbg/202102/t20210203\\_71361.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzbh/hlwtjbg/202102/t20210203_71361.htm).
- [2] 中国互联网络信息中心发布第48次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL][2021-09-15]. [http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzbh/hlwtjbg/202109/t20210915\\_71543.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzbh/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm).

吴国武 福州大学图书馆助理馆员。

姜景女,福州大学图书馆情报学专业2019级硕士研究生。

(收稿日期:2022-09-01。)

(上接第34页)

- [15] 周明. 少儿图书馆“读写落后”儿童辅导训练的课程设计——以南宁市少年儿童图书馆为例[J]. 河南图书馆学刊,2020(3):135-137.
- [16] 万宇,任便便. 公共图书馆面向阅读障碍群体数字化信息服务研究[J]. 图书馆建设,2020(S1):218-221,224.
- [17] MedicineNet. What are the six different types of dyslexia? [EB/OL]. (2020-08-27) [2021-06-17]. <https://www.medicinenet.com/dyslexia/article.htm>.
- [18] 黄嘉琦,束漫. 英国公共图书馆面向特殊群体的阅读推广[J]. 图书馆论坛,2020(5):142-149.
- [19] 王政,洪伟达. 图书馆为阅读困难群体服务研究[J]. 图书馆工作与研究,2014(11):92

-95.

- [20] 招建平,方筱盈,苏丽平. 广州图书馆读写困难症儿童服务研究[J]. 国家图书馆学刊,2015(6):66-70.
  - [21] 丁家友,郭欣宜. 面向公共图书馆残障群体服务的VR/AR技术应用[J]. 图书馆论坛,2021(10):60-68.
  - [22] 黄耀东,钟凤贵. 美国公共图书馆与社会服务机构协同开展阅读障碍症儿童服务的研究[J]. 图书馆建设,2016(11):5-12.
  - [23] 田花蔓,束漫,王波. 美国公共图书馆“阅读障碍症”群体服务研究[J]. 图书情报工作,2014(12):40-44,25.
- 柏晓静 女,山东滨州市图书馆馆员。  
(收稿日期:2022-01-21。)