

短视频平台在阅读推广中的实践路径

张蕊

甘肃省图书馆, 甘肃省兰州市, 730000;

摘要: 随着互联网深度渗透生活, 短视频平台凭借庞大用户基数与强大传播力, 成为信息流通的关键节点。将其应用于阅读推广, 不仅是对数字时代文化传播趋势的精准把握, 更是为全民阅读开辟全新路径的重要契机。本文将深入探究短视频阅读推广的独特特质与发展现状, 敏锐捕捉潜在困境, 从内容打磨、策略规划、互动优化等多维度展开分析。通过剖析成功实践案例, 提炼可借鉴的经验方法, 致力于突破传统阅读推广的固有框架, 探索一条融合创新与实效的数字化转型之路, 让书香文化在短视频平台焕发蓬勃生机, 推动阅读成为全民日常习惯, 为知识传播与文化遗产提供坚实的理论指引和实践参考。

关键词: 短视频平台; 阅读推广; 实践路径; 内容创作

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 03. 032

在信息传播方式日新月异的当下, 短视频以短小精悍、视听交融的独特魅力, 悄然重塑着大众获取信息与休闲娱乐的习惯。其背后庞大的用户基数与裂变式传播效能, 恰似一座亟待挖掘的富矿, 为阅读推广开辟出全新可能。反观阅读这一传承千年的精神活动, 在快节奏的现代生活冲击下, 正面临着注意力稀释、传播渠道单一等困境。如何巧妙借力短视频平台的传播优势, 打破阅读推广的固有边界, 让经典书籍与思想精华以更鲜活的姿态抵达受众, 成为文化传播领域的新命题。本文将聚焦这一议题, 深入探索短视频赋能阅读推广的实践路径, 助力书香在数字时代焕发新生机。

1 短视频平台阅读推广概述

1.1 短视频平台的特点

短视频平台具有诸多独特的特点, 使其在信息传播和推广方面具有显著优势^[1]。首先, 短视频的时长通常较短, 一般在几分钟甚至几十秒以内, 这符合现代人快节奏的生活方式, 用户可以在碎片化的时间内轻松观看。例如, 在等公交、坐地铁的间隙, 用户可以快速浏览短视频内容。其次, 短视频具有生动直观的表现形式, 通过图像、声音、文字等多种元素的结合, 能够更加形象地传达信息。与传统的文字阅读相比, 短视频能够吸引更多用户的注意力, 尤其是对于那些不太喜欢长时间阅读文字的人群。再者, 短视频平台具有强大的社交互动性。用户可以对视频进行点赞、评论、分享等操作, 形成良好的互动氛围。创作者可以根据用户的反馈及时调整内容, 增强用户的参与感和粘性。此外, 短视频平台的传播速度极快, 一条优质的短视频可以在短时间内获得大量的曝光和传播, 覆盖广泛的用户群体。

1.2 阅读推广的重要性

阅读推广无论是对个人成长, 还是对社会发展, 都有着不可估量的价值^[2]。于个人而言, 书籍犹如一扇扇通向不同世界的窗, 翻阅历史典籍能触摸岁月脉络, 品读科技著作可洞察创新前沿, 浏览社科读物则助于理解世间万象, 每一次阅读都是对精神世界的充实与滋养。阅读过程中, 专注力在文字间悄然沉淀, 想象力随情节自由驰骋, 语言表达与沟通能力也在潜移默化中得以锤炼。特别是对学生群体, 持续的阅读积累, 不仅是提升学业成绩的阶梯, 更是塑造综合素养的基石。从社会视角出发, 推广阅读恰似播撒文化的种子, 能在社会土壤中培育出浓厚的书香氛围, 让文化素养如春风化雨般浸润人心。当阅读成为全民风尚, 知识得以薪火相传, 创新灵感竞相迸发, 为社会发展注入源源不断的动力。同时, 阅读也是跨越群体的桥梁, 促进多元文化的交流碰撞, 消融误解、凝聚共识。在信息繁杂的当下, 阅读推广更像一盏明灯, 指引人们在海量信息中去芜存菁, 提升辨别力, 不被信息洪流裹挟, 在喧嚣中寻得心灵的宁静与智慧的启迪。

2 短视频平台阅读推广现状分析

2.1 应用现状

当下, 短视频平台正成为阅读推广的新兴阵地, 以多元形式打破传统阅读传播边界^[3]。越来越多的创作者与文化机构将镜头对准书籍世界, 从剖析经典著作的深刻内涵, 到分享个人阅读时的心灵触动, 以生动鲜活的表达激发大众阅读兴趣。知名作家、学者也纷纷入驻, 借由专业视角解读书籍, 让文化传播更具深度与影响力。文化类博主精心打造的“好书推荐”系列短视频, 凭借

细腻的文本解读和独特的推荐视角，成功为优质书籍搭建起通往读者的桥梁。与此同时，短视频平台积极营造全民阅读氛围，通过举办读书打卡挑战、线上阅读分享会等互动活动，让阅读成为充满趣味性与参与感的社交体验。出版行业也敏锐捕捉到这一趋势，出版社与书店借助短视频平台，以创意十足的书籍展示、作者访谈等形式，实现精准营销推广。此外，部分平台创新推出的有声书功能，让用户在碎片化时间里，既能浏览视觉画面，又能聆听书籍内容，真正实现“随时随地，开卷有益”。

2.2 存在的问题

尽管短视频平台在阅读推广方面取得了一定的成绩，但也存在一些问题^[4]。首先，内容质量参差不齐。由于短视频创作门槛较低，大量的创作者涌入市场，导致部分阅读推广视频的内容缺乏深度和专业性。一些视频只是简单地罗列书籍名称，没有深入分析书籍的内涵和价值，无法真正引导用户进行阅读。其次，推广方式较为单一。目前大多数阅读推广短视频主要以口播、图文展示等形式为主，缺乏创新和个性化。难以满足不同用户群体的需求和喜好。再者，互动效果有待提高。虽然短视频平台具有社交互动性，但在阅读推广方面，用户的互动大多局限于表面的点赞和评论，真正深入的讨论和交流较少。创作者与用户之间的互动不够紧密，无法形成良好的阅读社区氛围。此外，短视频平台的算法推荐机制可能会导致信息茧房现象。用户往往只能看到自己感兴趣的阅读推广内容，难以接触到多元化的书籍推荐，限制了阅读视野的拓展。

3 短视频平台阅读推广的实践案例分析

3.1 成功案例介绍

案例一：某知名文化类博主通过制作精美的短视频，以故事化的方式推荐书籍。该博主的视频风格独特，语言幽默风趣，能够将书籍中的精彩内容生动地展现出来。例如，在推荐一本历史类书籍时，博主会结合历史故事和人物形象，让用户更好地理解书籍的背景和内容。该博主还会定期举办粉丝互动活动，如抽奖送书、阅读交流座谈会等，增强用户的参与感和忠诚度。其视频在短视频平台上获得了大量的点赞、评论和分享，吸引了众多用户关注阅读。案例二：某出版社与短视频平台合作，推出了“经典名著解读”系列短视频。该系列视频邀请了专业的学者和专家对经典名著进行深度解读，内容丰富、权威。视频采用动画、实景拍摄等多种形式，使解读更加生动有趣。出版社还在视频中设置了购买链

接，方便用户直接购买相关书籍。该系列短视频在平台上获得了很高的播放量，不仅推广了经典名著，还提高了出版社的品牌知名度。

3.2 案例经验总结

从这些阅读推广实践中提炼出的宝贵经验，可归纳为三大核心方向。在内容创作维度，需将品质与新意置于首位，以妙趣横生的叙事手法解构书籍精髓，巧妙融合故事场景、实际案例等多元元素，赋予视频鲜活生命力与丰富层次感。同时，针对学术性强的书目，邀请专业人士深度解读，确保内容兼具专业性与权威性。在推广策略层面，应深度挖掘短视频平台特性，借助互动活动激发用户热情，以打卡挑战、话题讨论等形式提升参与感与用户粘性，同步塑造品牌影响力；携手出版社、书店等机构，整合资源优势，实现推广效能的最大化。在互动机制构建上，注重与用户的真诚对话，及时回应评论与私信，主动收集反馈需求，悉心培育活跃且友好的互动氛围，推动用户自发分享阅读感悟，逐步搭建起充满活力的阅读交流社群。

4 短视频平台阅读推广的实践路径

4.1 内容创作优化

为了提高短视频平台阅读推广的效果，需要对内容创作进行优化^[5]。首先，要明确目标受众。不同的受众群体对书籍的喜好和需求不同，创作者需要根据目标受众的特点来选择书籍和创作内容。例如，对于青少年群体，可以推荐一些青春文学、科普读物等；对于职场人士，可以推荐一些管理、营销、励志类书籍。其次，要注重内容的深度和广度。在推荐书籍时，不仅要介绍书籍的基本信息，还要深入分析书籍的主题、思想、艺术价值等方面。可以结合相关的历史背景、社会现象进行解读，让用户对书籍有更全面的了解。同时，要拓展内容的广度，推荐不同类型、不同风格的书籍，满足用户多样化的阅读需求。再者，要创新内容表现形式。除了传统的口播、图文展示外，可以尝试采用动画、漫画、短剧等形式来呈现书籍内容。例如，将一些经典的文学作品改编成动画短视频，以更加生动有趣的方式吸引用户。还可以邀请作者、读者进行访谈，分享创作过程和阅读体验，增加内容的趣味性和真实性。

4.2 推广策略制定

在短视频平台进行阅读推广，策略的精准制定与落地执行是打开成功之门的钥匙。创作者需化身“算法解读者”，深入洞悉平台推荐机制的底层逻辑，像雕琢艺

术品般反复打磨视频标题、标签和描述,让内容能精准锚定目标受众;巧妙捕捉时下热点趋势,将契合大众兴趣的关键词自然融入,使优质阅读内容从信息洪流中脱颖而出,获得更多曝光机会。独木难成林,推广还需广结良缘。与文化领域的知名博主、深耕出版的出版社、承载书香的实体书店展开深度合作,通过好书互荐、联合创作视频,实现资源共享、优势互补,共同拓宽阅读传播边界;与品牌开展跨界联动,借助赞助活动为阅读推广注入商业动能,探索文化价值与商业价值的共生路径。此外,定期举办读书比赛、阅读挑战等趣味活动,以丰厚奖品为引,充分调动用户参与热情,让阅读从个人行为升华为群体互动。活动全程通过多渠道、多形式宣传造势,实时跟进与反馈,持续提升活动吸引力与影响力,逐步构建起多元、活力、可持续的阅读推广生态,让书香在短视频平台上馥郁流淌。

4.3 互动机制建立

建立良好的互动机制能够增强用户的参与感和粘性^[6]。首先,要鼓励用户进行评论和分享。创作者可以在视频结尾处引导用户进行评论和分享,对于用户的评论要及时回复,与用户进行互动交流。可以设置一些互动话题,如“你最喜欢的书籍是哪一本”“读完这本书你有什么感悟”等,激发用户的讨论热情。其次,要建立用户社区。可以通过短视频平台的粉丝群、专属社区等方式,为用户提供一个交流和分享的平台。在社区中,用户可以分享自己的阅读心得、推荐书籍、交流阅读经验等。创作者可以定期在社区中举办线上活动,如读书分享会、问答环节等,增强用户之间的互动和联系。再者,要根据用户的反馈及时调整内容和策略。通过分析用户的评论、点赞、分享等数据,了解用户的需求和喜好,对视频内容和推广策略进行优化。例如,如果用户对某类书籍的推荐比较感兴趣,可以增加相关内容的创作和推广。

5 结论与展望

5.1 研究成果总结

本文通过对短视频平台阅读推广的研究,分析了短视频平台的特点和阅读推广的重要性,探讨了短视频平台阅读推广的现状及存在的问题。通过对成功实践案例

的分析,总结了内容创作、推广策略和互动机制等方面的经验。提出了短视频平台阅读推广的实践路径,包括内容创作优化、推广策略制定和互动机制建立等。研究表明,短视频平台在阅读推广方面具有巨大的潜力,但需要不断优化和完善相关策略和方法,以提高阅读推广的效果。

5.2 未来发展展望

未来,随着技术的不断进步和用户需求的不断变化,短视频平台在阅读推广方面将有更广阔的发展前景。在内容创作方面,将会出现更多创新的表现形式和内容类型,如虚拟现实、增强现实技术在阅读推广中的应用,使读者能够更加身临其境地感受书籍内容。推广策略将更加多元化和精准化,利用大数据分析技术,为不同用户群体提供个性化的书籍推荐。互动机制将更加完善,用户之间的互动和交流将更加频繁和深入,形成更加活跃的阅读社区。同时,短视频平台与出版行业、文化机构的合作将更加紧密,共同推动阅读推广事业的发展,为全民阅读的普及和提升做出更大的贡献。

参考文献

- [1]隋红岩.短视在高校图书馆阅读推广中的应用研究[J].传播与版权,2023,(02):59-61+65.
- [2]王慧.公共图书馆新媒体平台阅读推广现状及策略研究[J].图书馆研究,2023,53(02):55-61.
- [3]杨鑫.基于贝罗传播模型的高校图书馆短视频式阅读推广模式研究[D].湖北大学,2024.
- [4]董惟浩.短视频平台在高校图书馆阅读推广中的应用研究——以抖音短视频为例[J].江苏科技信息,2023,40(19):47-49.
- [5]梁少博,袁佳.移动互联网环境下省级公共图书馆数字阅读推广策略研究[J].图书馆建设,2023,(05):127-136.
- [6]王爱.短视频平台阅读推广的价值共创实现机制研究[J].文化产业研究,2023,(01):286-300.

作者简介:张蕊,出生年月:1987.03.26,性别:女,民族:汉,籍贯:河北阜城,学历:硕士研究生,职称:(现目前的职称)中级,研究方向:图书馆。