

# 以新东方成功转型探索公共图书馆网络直播之路

张 越

(南通市图书馆, 江苏 南通 226000)

**摘要:**公共图书馆作为社会公益性文化服务机构, 虽然不会面临资金紧张、倒闭破产的生存绝境, 但我们仍然承担着传播文化知识、提高公众素质、提供社会教育的职能, 在线下活动受到限制、图书馆自习室化的夹击下, 我们将阅读推广的使命放眼线上。网络的使用主体是中青年一代, 养成他们的阅读习惯, 培养对图书馆的粘性, 才能构建健康的图书馆用户年龄层, 吸引一代又一代走进图书馆、使用图书馆。2022年东方甄选火遍平台, 扛起了新东方逆袭的大旗。本文通过对新东方成功转型这一案例的分析, 探索公共图书馆置身在流量的洪流中, 如何开辟发展道路。

**关键词:** 转型 网络直播 公共图书馆

**中图分类号:** G258.2   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1003-9082 (2022) 10-0043-03

## 一、新东方转型之路

2021年“双减”政策的发布, 教育培训时代随之落幕, 无数的教培机构受到冲击接连倒闭, 曾经的行业龙头新东方首当其冲。据数据显示: 新东方股价从2021年初的近20美元, 到8月18日跌至不足2美元。俞敏洪也曾在个人公众号“老俞闲话”中发布了2021年新东方所遭遇的重创: “市值跌去90%, 营业收入减少80%, 员工辞退6万人, 退学费、员工辞退N+1、教学点退租等现金支出近200亿<sup>[1]</sup>。”

在如此困境中, 新东方不得不转型寻找生机。2021年12月28日, 新东方发布“东方甄选”, 正式加入直播带货的战场中, 开始了一条艰难求生路。不同于大众所熟悉的“三二一、上链接”的带货方式, 东方甄选的直播间应用双语直播, 所有的主播都是新东方的老师, 他们的直播间不仅介绍产品, 还能学到知识, 老师们才华横溢, 锦心绣口, 出口成章。经过半年多的蛰伏, 新东方再次回到大众视野, 截止至2022年6月29日, 东方甄选直播间粉丝突破2000万, 并创造了直播间点赞破5亿的神话。有观众评论道: “我买的不是商品, 是知识。”在逆风翻盘这场考试中, 新东方交上了完美答卷, 在感叹新东方智慧、坚持和勇气的同时, 也给予图书馆行业正在探索直播道路的我们一些启示<sup>[2]</sup>。

## 二、公共图书馆现状

一方面, 近两年公共图书馆的线下活动大规模停办、减办, 图书馆开展丰富多彩的活动从而推动阅读推广这一职能受到冲击, 严峻时图书馆更会采取闭馆措施, 业务开展陷入胶着状态。

另一方面, 从入馆人群和借阅数据来看, 目前南通市图书馆采取微信公众号预约入馆模式, 尤其是考试季及暑假期间, 以学生为主导的年轻一代读者占入馆读者总量70%

以上, 放眼望去, 图书馆内座无虚席, 都是学生们奋笔疾书的身影。从借阅数据来看, 我们拉取了近几年读者借阅排行榜的前100名读者, 60岁及以上的中老年读者占一半, 30岁以下的年轻读者不到20%。从这两个数据可以看到, 使用图书馆图书借阅功能的大多为中老年读者, 而年轻读者更倾向于将图书馆作为自习室使用。通过对其他公共图书馆的参观学习, 我们也可以发现, 在功能区的划分上, 规划出更多的自习室为年轻读者尤其是学生读者提供学习空间, 所以对年轻一代而言, 图书馆自习功能占主导地位、而借阅功能处于辅助地位, 我们不禁发问: 这批学生毕业以后, 他们还会使用图书馆吗?

## 三、公共图书馆线上转型之路

目前, 众多图书馆开通了微博、抖音、视频号、公众号、B站账号等, 用于发布公告信息、建立读者沟通渠道、开展直播活动和短视频宣传等。南通市图书馆2021年初开通了抖音和视频号, 开始发布短视频, 提升图书馆的社会影响力, 2022年4月, 基于微信视频号开展网络直播, 扩大阅读推广活动的覆盖面。截止至2022年7月8日, 共开展直播26场, 点赞量累计190万赞。在流量为王的时代里, 这是南通市图书馆尝试迈出的小一步, 如何吸引更多观众转化为读者, 制定长期发展规划, 是今后工作中一大挑战<sup>[3]</sup>。

## 四、网络直播优化方向

### 1. 直播内容

新东方直播间的成功, 并不依靠往日的知名度, 更大程度上依赖于内容。正是因为主播们一边拿着玉米、一边说着理想; 一边卖着牛排, 一边“飙”着英语, 这种集双语卖货、粉丝互动、现场教学的方式深深打动了观众。与单一枯燥的知识直播相比, 他们风趣幽默, 与泥沙俱下的电商

直播相比,他们充满文化魅力,可以说这是一场必然成功的降维打击。

所以呈现给观众的内容才是最重要的,目前大多数图书馆的直播内容以名家讲座、馆员荐书为主,像一位满腹经纶却有点沉闷的“老夫子”。又因为图书馆所承担的发扬社会主义先进文化的使命任务,在直播的过程中,要注意平衡文化和娱乐的占比,不能为了节目效果让“老夫子”导致过度的娱乐化,从而忽略文化推广这一主要属性。在内容方面的优化,可以在以下几个方面着手。

### 1.1 打造“年轻化”的直播间风格

图书馆不仅可以是位“老夫子”,也可以是位集才华与风趣、娓娓道来的“年轻人”,既然是面向中青年群体,就要以中青年的方式与观众对话。从南通市图书馆的直播数据来看,我们分析了用户反馈较好的几场直播,例如6月30日的“青春向星辰,一切皆可期”,在这场直播中,主播以北大励志宣传片摘星星的男孩作为开端,将观众的目光从地面渐渐引向宇宙中去,从引力波讲到时空穿越、讲到科幻作品、讲到星际旅行、再在讲到航空航天,其间穿插各种科学小知识,还精心制作了道具辅助讲解,内容生动有趣又充满知识性,牢牢把握住观众的胃口,据网络数据显示,优秀的主播一场直播的人均观看时长可以达到6到10分钟,而该场直播平均观看时长为12分钟。又例如6月29日的“美在闲庭信步,在悦目愈心”,主播在推荐手工类书籍时,向观众展示了自己的手工作品,分享了将南通市图书馆文创产品帆布包改成抱枕的巧思,和将一个小盒子改造成微观房屋模型的巧手,观众在评论区纷纷打出“想要”的论评,达成了该场直播的热度小高峰。

同时也出现了这样一种现象,很多人将各类短视频平台称作“时间杀手”,不知不觉就刷了很长时间,在娱乐的同时会产生一种负罪感和愧疚感,但又不想卸载。此外从新东方的直播间我们也可以看到大众并不排斥知识,反而表现出对于知识和文化的向往,在刷知识类直播时不仅可以满足娱乐的需求,还能增长知识,并且没有愧疚感。所以图书馆在直播时,要避免步入枯燥单一的授课类的大流,打造有文化又有趣的直播间特色<sup>[4]</sup>。

### 1.2 打造丰富的直播间栏目

可以根据馆员的特长、兴趣领域开设栏目,例如:一、借鉴新东方的双语模式开设双语栏目,我馆拥有具有留学经验和英语教学经验的馆员力量,可以将双语与个人经历、异域文化、异国风景等结合起来,还可以推出面向少年儿童的双语教学栏目。二、开设技能教学栏目,我馆曾

经在短视频平台推出馆员制作甜品的教学视频,深受读者欢迎,上文也提到一位善于手工制作的馆员向观众展示手工作品受到喜爱的案例,由此可以更多地挖掘馆的个人技能特长应用于直播间。三、开设科普栏目,科普栏目不局限于馆员给大家科普知识,也可以联动各行各业,邀请从业者向观众科普,例如曾经火爆全网的反诈骗宣传、消防知识科普。四、开设活动实况栏目,有时文字说明并不能完全地概括、还原一场活动,而这种由馆员带领观众看活动的直播方式,可以从活动内容、活动形式、现场氛围等多方面带给观众最直观的感受,从而吸引观众前往参加。

### 1.3 打造专业的直播间环境

直播间环境和专业的直播设备从最直观上影响画面质量,画面质量和讲述内容相辅相成,缺一不可。目前南通市图书馆搭建了专供直播使用的直播间,配备了专业的收音话筒、摄像机、提词器、灯光设备,在画面的呈现上起到基础保障,但在多机位切换、画面源切换、音源切换、互动大屏等方面由于缺少相应设备对画面呈现略有影响,主要表现在机位单一、画面延迟等。在经费充足的条件下,可考虑购买导播台等专业设备及丰富场景布置。

### 1.4 制作直播间回顾锦集

刷短视频的时候,有时会刷到主播在直播中的“高光时刻”,仅仅一个片段就可以吸引我们去观看直播。在直播结束后,将直播中或才华横溢、或充满悬疑、或欢声笑语、或吊人胃口、或戏剧冲突的片段剪辑成片发布在短视频平台,一方面提高短视频的发布活跃度,一方面吸引刷到视频的观众进入直播间参与活动。

### 2. 直播频率及时间、时长

#### 2.1 频率

调研发现,多数图书馆没有固定的直播时间,一般围绕节日来直播,例如4.23世界读书日、5.1劳动节、6.1儿童节等,目前我馆也是这样的直播频率,在节日期间推出一系列直播活动,非节日期间几乎不直播。直播时间的不确定、长时间不更新,不仅吸引不到新的观众,原本的观众也会快速流失,定期开展直播才能养成观众观看直播的习惯,形成稳定的观众群体。直播相对于线下活动,更需要长久地坚持,随性直播造成大量粉丝流失、账号权重降低,对直播间的发展会造成难以逆转的打击,应当重视直播频率,根据栏目内容制定长久的节目周期规划,采取“常驻栏目+大型节假日特别活动”相结合的直播频率。

#### 2.2 时间

在直播的时间上,我馆一般在中午和下午直播,偶尔

也有晚间直播,对于中青年一代,中午、下午是午休、上学、上班期间,时间冲突的情况下,很多观众会错过直播。直播的黄金时间段在晚上19:30至22:00,大众也倾向于在晚间休息时间打开直播软件,此期间直播有利于吸引更多观众进入直播间。但晚间时间段是图书馆非正常工作时间,在直播团队人员充足的情况下,可采取轮班制,将节目固定在人流量较多的周五晚间或周末。

### 2.3 时长

我馆在直播时长方面,特殊情况除外(例如在4.23世界读书日当天,作为南通市图书馆第一场正式直播,进行了长达12小时的特别直播),通常围绕一个话题进行馆员荐书时长为1小时,邀请嘉宾开展讲座为2小时左右。考虑到观看直播的群体,对于经常刷短视频的观众,接触知识类直播,会不会觉得冗长?知识类直播相比娱乐类直播,讲述的方法再有趣,也跳不出知识输送的圈子,长时间直播,会不会觉得无趣?我认为在知识类直播上可采用“少量多次”的方法,直播时长少一点,开播次数多一点。进行长时间直播时,控制时长偏长的讲座类栏目数量,采用多种栏目相结合,馆员轮番上场方式,丰富整场节目内容,降低观众疲劳度,提升观众参与感。在6月2日的“阅享佳节书说端午”直播中,邀请嘉宾围绕端午开展讲座,讲座被分为多段,期间安排馆员和观众进行提问互动、福袋抽奖、图书推荐,避免观众产生疲劳。

### 3. 直播互动

网络直播与线下活动相比,更具有互动性。例如传统的讲座类线下活动,与主讲老师互动通常是在授课完成后,有时互动会受到时间和名额的限制。在网络直播中,观众可以实时与主播互动,抛出问题,共同探讨想法,并对直播提出反馈和建议。我馆在直播时,除了主播与观众互动以外,另配有一名客服人员在评论区回答观众问题。在直播中,吸引观众很难,流失观众很容易,除了注重直播本身的内容以外,互动交流也很重要,在直播互动方面,一是主播和客服人员要建立具有服务意识的互动机制,提升服务效能,建立良好口碑。二是由于我馆是基于微信视频号开展直播服务,可以将观众吸纳入微信企业号建立“粉丝群”,进一步加强与读者之间的联系,打造“读者与读者之间友好阅读交流+读者与图书馆之间意见反馈”的社群空间,有关图书馆最新消息也可以快速传递到读者手中。三是除了评论区互动,节目本身也可以设置互动环节,在4月25日“绿谷书友会云课堂——人生只有一件事”、6月2日的

“阅享佳节书说端午”直播中加入了问题竞赛环节,并从回答正确的观众中抽选幸运观众获得小礼品,直播间的观众踊跃参与回应,增加了活动的参与度与活跃度。

### 4. 直播跨界融合

网络直播打破空间、地域的限制,为图书馆馆际之间合作、图书馆与其他行业联动合作提供了广阔平台,同时融合各自的优势及特点,让观众享受到更具特色的服务体验,并扩大双方的社会影响力实现共赢。在6月1日的“童心永向党,快乐伴成长”直播中,联合了当地的五所小学,组织小学生观看图书馆的直播活动,将阅读推广服务向学校延伸,把传承文明的使命向下一代传递。在4月23日的“世界读书日”直播中,邀请了社会机构的讲师分享阅读经验,邀请的讲师经过筛选并具有一定的社会影响力,所以在分享内容的质量上有所保障,同时他们拥有固定的受众群体自带流量,在一定程度上保障了直播间的活跃度和观看量,还能为图书馆的社会影响力起到宣传作用。此外,图书馆还可以和当地的文化馆、博物馆、非遗保护中心等文化机构开展合作,共同构建公共文化服务体系。

### 结语

网络直播的出现给各行各业带来了新的机遇与挑战,新技术的发展与图书馆之间的碰撞,使得图书馆跳出传统固化的服务模式,开辟了阅读推广服务新渠道,也加强了读者与馆员、与图书馆之间的交流联系。目前,与粉丝群体百万、千万的主播相比,公共图书馆在网络直播领域上仍属于“人微言轻”的起步阶段,需要从业者不断地创新、探索和坚持,充分发挥馆员自身优势,利用网络直播服务平台,打造内容优质的线上文化空间,进一步推动公共文化服务的社会化发展。

### 参考文献

- [1] 中环闲聊. 双减后,新东方到底有多痛[EB/OL], 2021-8-24. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/403219504>
- [2] 胡润百富. 新东方直播转型“火出圈” | 企业转型的背后,是不言放弃的企业家精神[EB/OL], 2022-6-28. [https://k.sina.com.cn/article\\_2380399342\\_8de202ee019010q1m.html?from=finance&kdurlshow=1](https://k.sina.com.cn/article_2380399342_8de202ee019010q1m.html?from=finance&kdurlshow=1)
- [3] 于丽丽. 基于网络直播的图书馆阅读推广服务模式研究[J]. 河北科技图苑, 2021(5): 68-71.
- [4] 孙雨, 张婕. 后疫情时代公共图书馆直播服务现状及发展策略[J]. 图书馆学刊, 2021(9): 106-122.