

doi:10.16104/j.issn.1673-1883.2021.03.016

智慧中国建设背景下面向知识短视频出版的路径研究

黄立佳

(西昌学院文化传媒学院,四川 西昌 615022)

摘要:智慧中国建设背景下,“智慧出版”成为出版行业转型升级的必然趋势。借助短视频把握用户注意力是出版行业智慧升级的主要内容。智慧中国建设下面向知识短视频出版与社会生态环境密切相关,知识传播本身的中心化和传播载体的去中心化相互渗透,逐渐形成了独具特色的面向知识短视频出版途径。从历史视角和文化学视角分析了智慧中国建设下面向知识短视频出版的内涵,阐述了智慧中国下面向知识短视频出版的现状及趋势。结合出版企业智慧升级趋势,探讨了知识短视频出版的融合发展路径。希望进一步提升出版企业知识短视频出版竞争力,更好地满足知识阅读受众的需求。

关键词:智慧中国;知识短视频;出版;路径

中图分类号:G230.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2021)03-0082-04

Research on the Path for the Publishing of Knowledge-based Short Videos in the Context of Smart China Construction

HUANG Lijia

(School of Culture and Media, Xichang University, Xichang, Sichuan 615022, China)

Abstract: Against the background of the construction of smart China, "smart publishing" has become the inevitable trend among the transformation and upgrade of the publishing industry. Employing short videos to attract users' attention is the main approach to push the publishing industry toward smart transformation. The publishing of knowledge-based short videos along with the construction of the smart China is closely related to social and ecological environment. The synergy of the centralization of knowledge spread and the decentralization of communication carriers gradually forms a unique publishing pattern of the knowledge-based short videos. This paper analyzes the connotation of the publishing of the knowledge-based short videos against the smart China construction backdrop from historical and cultural perspectives, and sets forth the status quo and prospect of the knowledge-based short video publishing. Based on the smart upgrade of the publishers, this paper discusses the integrated development path of the knowledge-based short video publishing, so as to further enhance the competitiveness of publishers and better meet the audience's demands for knowledge.

Keywords: Smart China; knowledge-based short videos; publishing; path

信息技术快速发展改变了社会生态环境。从 2007 年开始,人类社会信息总量在理论上已经超越了可容纳的储存空间总量。到 2010 年,人类社会信息总量和生活中可用储存空间实际总量不断增大,并且呈现出新的数字规模级别:ZB(1ZB=1024EB)。互联网流量进入 ZB 时代,各种智能终端逐渐深入到人们生产生活^[1]。从智能化转向智慧化是满足人们美好需求的必然过程。李克强总理在 2015 年政府工作报告中首次提出了“互联网+”理念,直接推动了智慧化体系全面发展。2016 年 11 月 7 日《网络安全法》保障了智慧平台网络空间安

全,将“互联网+智慧”引入网络法治领域^[2]。为了满足社会大众出版产物智慧化需求,2016 年国家新闻出版总局出台了《关于深化新闻出版业数字化转型升级工作的通知》与系列配套制度,全面推进我国出版业数字化转型升级^[3]。出版产业数字化转型只是行业智慧化发展的前提和基础。伴随 2020 年新的物联网基础设施建设和出版产业数字化双重浪潮,“大智移云”等技术正在出版行业加速展开。中国产业研究网《2021-2025 年中国数字出版产业投资分析及前景预测报告》中明确指出数字出版产业是出版产业经济发展的动力,围绕数字出版产业打

收稿日期:2021-04-21

作者简介:黄立佳(1986—),女,四川西昌人,讲师,硕士,研究方向:新闻传播学。

造短视频商业模式是出版产业持续发展的根本^[4]。我国众多出版企业不断推动自研能力建设,深度耕耘受众互联。“智慧出版”建设在“智慧中国”蓝图下稳步向前。但是,当前的“智慧出版”主要立足传统出版产品智慧转型、市场营销等领域,尚未关注面向知识智慧出版。将短视频与面向知识出版融合起来,可以不断满足社会大众的知识需求,增强中国软实力。

一、智慧中国下面向知识短视频出版的内涵

(一) 知识短视频

什么是短视频?根据《2018-2023年中国短视频行业研究报告》中相关指导意见来看^[5],其明确表示短视频主要是指播放时间只有几秒到几分钟不等,并且主要适用于短时间以及移动状态下观看的相关内容;根据2019年所公布网络视频版权研究成果来看^[6],其表示短视频主要用于对播放时间在5分钟以内的视频,同时具有创作门槛较低、社交属性、耗时较短等特性;根据相关网络平台所制定的相关规定来看,其表示短视频主要是指以秒作为单位来进行计算,并基于现代终端基础上能够快速完成美化与拍摄编辑处理的视频内容,其能够经由不同的媒体实现快速对接与分享的全新视频内容。从上述各项定义来看,知识短视频实际上主要是指播放时间长度在数分钟以内,能够实现实时播放、编辑、共享,同时可以通过各种终端或者APP完成信息推送的一种以知识宣传为主的视频。

(二) 知识短视频出版

现代互联网信息技术的快速发展,网络逐渐成为人们日常生活、工作以及学习非常重要的信息传播和获取途径,传统行业在“互联网+”时代的影响下,也逐步实现与互联网的双向融合与优势互补,成功突破了以往传统的发展壁垒,创新性地提出了“互联网+出版”的融合发展概念。借助大数据、计算机技术等各项新兴互联网技术,为传统出版产业开辟了更大的发展空间。有学者认为短视频出版实际上就是基于“用户至上”观念,运用互联网思维和商业模式本体结构相融合^[7]。刘蒙之和刘战伟^[8]表示,知识短视频出版融合主要指能够实现新型技术、优质内容以及全新平台等各方面完美融合,从而构建起一个整合型的出版融合传播体系与架构。就现阶段科技发展境遇下,媒体融合已经成为了必然趋势,并且日趋完善,以纸质出版进行信息传播的传统行业,要得到更为长远的发展,就必须把握住发展的主动权,树立正确的内容质量以及

全新的思维模式,灵活运用现有新兴媒介手段,打造创新的营销体系。

二、智慧中国背景下面向知识短视频出版的重要性

在人类媒介技术的持续发展下,人们的活动空间得以拓展和创新,这是社会与社会创新最重要的意义和价值。短视频使得网络空间与现实空间被打通,从广度上实现了对所有人活动的汇聚,包括既往我们从不知道的他人的活动;从深度上看,它以“可见”的特质更为生动、细腻地赋予了各项活动的个性化、细节化特点。为此,知识短视频在对服务生活、活动方式进行展现的过程中,在广度、深度以及速度上远远胜过以往。英国社会学安东尼·吉登斯提出了这样一个观点,即现阶段社会系统以何种方式来进行交流,它必然会以这种方式对人们观念结构进行内化,同时推动社会实现再实践,以集体无意识的方式来展现出一个全新的社会活动方式,并逐渐实现惯例化与日常化^[9]。

在智慧中国发展的背景下,分享已成为了社会发展的重要标志,短视频本身所附带的社会特性,也成为了新旧视听传播的重要分水岭。是否能够把握住智慧中国的“社交化”特征,帮助更多的公众积极参与到再生产与内容生产期间,可直接决定用户的黏性^[11]。当今,人们逐渐开始习惯通过表达自己、呈现自己,以随机、随时、随地等各种方式来积极参与,并在参与的过程中进行分享,在分享的过程中不断学习,在学习期间实现创新,自我发展的方式与传播形态都发生了巨大的变革。这种分享、参与、使用的方式对人们的生活需求、社会观念带来了极大的影响,而这一核心要义在于开放竞争。在这样的时代背景下,必然对传统出版业务提出新的命题,即如何在一个开放包容的环境下进行知识内容的建设,激发广大用户的参与动力,促使其能够成长为全新的生产力至关重要。

“人民日报+”与“央视频”就是在这样的背景下,提出两大现代化知识短视频出版新方式,以央视频为例,其与“央视新闻”“央视影音”等APP都有着本质上的差异,它不仅包含了央视各类现有资源,同时也构建起了“账号森林”体系,能够借助不同类型的社会账号和自媒体账号,来实现对社会资源的连接,促使主流声音得以壮大,展现出史无前例的生态追求与格局。所谓的生态追求,实际上就是指在平台上能够形成一个彼此分工合作以及多样化程度较高的生态体系,同时不同类型的平台之

间也能够形成互动,以相互依托的方式引导公众积极参与价值共创,从而实现对用户黏合度以及用户体验价值的提升。基于该情形下,出版社的定位随之发生了变革,从以往的内容生产者转变为引导者、组织者,同时从掌握资源转变为激活网络互动、开放的方式,实现对资源的汇聚,通过多方协同合作实现价值创造。

三、智慧中国背景下面向知识短视频出版的路径

智慧中国背景下,社会大众的阅读行为发生了巨大的变化。从知识短视频传播的特点出发,坚持出版产品需求者为中心,构建新的出版矩阵,推动读者需求与知识短视频的特点深度融合,打造“眼球出版”产品。从目前知识短视频出版的趋势来看,营造新的出版产业生态将是企业积极参与市场竞争,适应社会发展趋势的必经之路。

(一) 强化出版价值引导,增强知识服务理念

知识短视频是现阶段智慧中国发展价值理念下,出版机构进行知识服务、知识传播以及知识引导非常重要的方式。如何更好的运用适应短视频发展以及合理使用短视频平台,是现阶段出版业必须明确的问题。现阶段,知识短视频平台体现出了不同的运营基调,但作品却表现出明显的良莠不齐,在面对智慧中国的时代背景下,知识短视频的运营和管理成为了出版企业亟待解决的问题^[10]。

首先,出版企业必须对知识短视频有充分的认识和深入的了解。在智慧中国背景下,现有的社交平台实际上不仅是社交往来,也是信息交互分享的重要途径,出版机构必须充分认识到短视频平台所具备的知识传播、交流功能。单从知识生产来看,知识短视频平台实际上能够赋予广大用户知识生产权力,也充分展现出了现阶段网络多元化的知识生产主体特性,知识生产的方式也呈现出非常典型的多样化特征,具体为:手把手指导绘画技能、录制一段健身舞蹈、养生经验交流,甚至还包含考试复习等相关内容,这些都是知识短视频全新的呈现,边界感日渐模糊。就知识传播层面来说,以往的传播方式主要是以精英到普通民众的途径来实现,在智慧中国背景下,这种传播方式被打破,普通的网络民众、企业机构等各个不同的主体,均能够形成具有网状结构特点的知识传播体系,广大网络用户均被赋予了知识传播的机会,同时也能够从网络中获得更丰富的知识,拓展了知识获取的界线。合理

运用短视频,可以为知识的传播和内容的创新带来新的机遇,它的低门槛能够有效弥补知识鸿沟与数字鸿沟。在出版企业处于知识生产上游环节,把控着非常丰富的优质资源,在面对智慧中国的时代背景下,其面对的并非单纯是传播危机,更为重要的是内容危机,为此,在知识短视频出版中,应更好的展现用户价值的引导与传播作用。

其次,广大出版机构在针对短视频实施运营期间,还应当发挥其社会主义核心价值观的引导功能。出版机构所创造的各种短视频,无论是在内容生产,还是制作的过程中,都应当坚定价值引导的核心功能,基于出版机构文化传播的作用,以内容为王,从作品生产、主题选择以及传播策略制定等方面坚定核心价值观念的融合与传播,垂直深耕,让大量优秀的知识短视频来实现对广大群众价值理念的引导。当然,出版机构还应结合不同用户的需求和偏好,结合短视频的传播特性等,创造性地优化视频表达、叙事方式,打造更为丰富、新颖,且具有社会共享价值的优秀作品,让知识短视频成为传播中国声音,讲述中国故事,传承中国精神的重要手段。

(二) 凝聚规模屏障,实现“出版+知识短视频”传播最优化

“出版+知识短视频”要实现在较短时间内就形成一定规模和较大关注,需要对内容以及平台进行全面整合,让更多优质的内容顺利的传递给广大受众群体。

(1) 创建多元化结合方式,实现“出版+短视频”规模经济。在智慧中国的背景下,知识短视频要快速达到一定的经济规模,必须始终坚持优质内容创造,同时配合各种手段的优化运用。出版机构能够从出版整体价值链上对各个环节进行灵活组合。但从产品生产这一环节来说,出版机构可以与广大产品建立合作关系,将各种知识短视频以二维码的方式附加到产品中,达到线上线下资源的优化整合,在打开短视频传播途径的同时,也能够提升短视频内容的曝光率^[12]。例如:《科学画报》在对“日心说”进行报道的过程中,就在其图纸中增加了二维码,通过扫码即可通过视频看到动态内容,较好的提升了用户的体验感,同时也增强了宣传内容的空间感与趣味性。而从营销环节来说,出版机构在对知识短视频进行出版期间,可通过链接的方式将用户转移到相应的电商平台来实现产品销售。而从消费群体实际情况来看,出版机构可联合赞助商或者广告商,对内容实施重复售卖。这需要结合视

频的具体内容来确定,只有将方式与内容用活,才能够促使其经济规模不断扩大。

(2)准确定位短视频平台,加速“出版+知识短视频”规模扩张。广大出版机构在进行知识短视频进行制定的过程中,势必从自身定位出发。当前各种视频平台的选择标准实际上均有着非常多样化的特点,可以从文化属性、核心用户以及人气等各方面来进行综合考量,从而形成“出版+知识短视频”的全新渠道,使规模得以更好的扩张。就当前各种视频平台来看,其均设置了相对应的文化阅读模块,例如:梨视频在2017年就增设了相应的知识推广栏目,主要用于对各种新书进行介绍和推荐。与此同时,各种与知识宣传有关的大V也可作为非常重要的合作推广对象。出版机构在进行知识短视频传播的过程中,其最主要的目的是能够实现对流量分配权的掌握,而并非是通过单一平台来实现对流量的积累。为此,出版机构能够在视频结尾部位增加个人标识,并将其传输到自己的微信、微博等自媒体下,构建起全新的联动效应,以此来达到更好的“出版+短视频”的扩张效果。

(三)优化版权管理,保障“出版+知识短视频”权益最大化

出版屏障对出版机构推广知识短视频来说,是保障内容和自身权益非常重要的保障条件。在对“出版+知识短视频”屏障进行构建的过程中,必须

基于国家法治理念,出版机构也必须对自身创造的各种视频内容有较高的版权意识,定期进行优化管理。版权保护主要是确保“出版+知识短视频”能够实现持续稳定发展非常重要的基础条件^[13]。就现阶段的实际情况来看,当前视频市场已经出现大量的加密软件,其能够逐帧对视频内容实施加密处理,最大程度上避免视频被翻录或篡改。这方面目前还处于发展阶段,仍然需要平台和构架共同努力,才能够达到最佳的保障效果。中国版权保护中心在2017年与MF+妹夫家建立起了合作关系,并推出了全国首家短视频版权认证平台,同时获得了国家的认可。与此同时,各大平台也在积极加强对短视频版权的保护工作,不少的互联网企业也相继推出了各种数字版权平台,鲸观全链路就是其中具有代表性的平台之一,为短视频的推广和发展保驾护航。

四、结语

智慧中国背景下,人们的知识获取需求形式发生了巨大的变化,出版企业的知识出版途径也应该随之变化。打破短视频传播时间短的藩篱,进入知识需求受众的内心,营造科学的发展模式与途径,为知识阅读受众提供全方位、碎片化的阅读路径,促进知识短视频出版适应性发展,进一步提升出版企业的市场竞争力。

参考文献:

- [1] 薛翔,夏宁.可视化的劳动:数字经济中图书出版类短视频的知识生产[J].编辑之友,2020(12):25-30.
- [2] 张琦,谢思慧.融合发展背景下直播、短视频在传统出版行业中的应用研究[J].出版科学,2020,28(6):72-78.
- [3] 孟达,秦睿.MCN模式下纸质图书的短视频营销现状、问题与对策——基于抖音平台的实证分析[J].中国编辑,2020(11):68-72.
- [4] 中投顾问.2021-2025年中国数字出版产业投资分析及前景预测报告[EB/OL].(2021-01-01)[2021-03-13].http://www.ocn.com.cn/reports/2009970shuzichuban.shtml.
- [5] 中商产业研究院.2018年中国短视频行业研究报告[EB/OL].(2018-04-19)[2021-03-10].https://www.askci.com/news/chanye/20180419/144321121804_2.shtml
- [6] 2019年中国网络视频版权保护研究报告[EB/OL].(2019-03-12).http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=3342.
- [7] 张琛.5G时代童书短视频营销模式研究[J].出版广角,2020(9):20-23.
- [8] 刘战伟,李媛媛,刘蒙之.平台化、数字灵工与短视频创意劳动者:一项劳动控制研究[J].新闻与传播研究,2021,28(7):42-58+127.
- [9] 付蕊,陈前进,王亮.智媒时代编辑出版教育产学研一体化培养模式探讨[J].出版广角,2020(3):36-39.
- [10] 吴锋,宋帅华.深耕与迭代:2019年中国期刊业的主要特征及最新态势[J].编辑之友,2020(2):69-74.
- [11] 王晓醉,王颖.知识类短视频对科技期刊的启示——以“中科院之声”系列短视频为例[J].科技与出版,2019(11):76-82.
- [12] 王海燕.出版社短视频发展现状、问题及对策分析——以抖音平台为例[J].科技与出版,2019(10):55-59.
- [13] 方朝晖,夏德元.国内短视频研究热点演变与议题追踪——基于CiteSpace对知网数据库(2010—2017)的考察[J].新闻论坛,2019(1):47-50.