

他们这样创作、传播短视频

本报记者 于帆

近两年来,短视频逐渐成为大众碎片化生活场景的一部分,当很多人对短视频内容的认知还停留在娱乐、模仿时,已有越来越多的政务媒体、专业机构和严肃内容生产者重视并利用这一新兴媒介平台的传播效能。

传播,在传统渠道之外

8月24日,在上海举办的抖音短视频创作者大会上,央视《新闻联播》宣布入驻抖音。中央广播电视总台新闻新媒体中心合作媒体部制片人李浙在会上播放了近期引发网友关注并成为微博热搜的《新闻联播》短视频,主持人康辉、欧阳夏丹用颇具“网感”的语言犀利点评新闻事件,引发现场观众阵阵笑声,连称“有意思”。

“根据电视大屏和手机小屏不同的媒介传播特点,团队选取的内容也不同。”李浙分享央视新闻团队制作短视频的经验时说,“我们把电视上需要2分钟讲明白的新闻,用33秒呈现在短视频平台上,这是我们从长视频到短视频、从横屏到竖屏、从电视新闻表达向短视频情感化表达的转变,通过分众化传播更有效拓宽了受众人群。”

实际上,这并不是央视新闻作为内容生产者在融媒体时代的个体选择,从2017年上半年开始,政务类、媒体类账号陆续开始入驻短视频平台。有关数据显示,截至2018年12月,抖音上共有5724个政务号和1334

个媒体号,无论是中央媒体还是地方媒体,都在通过短视频以全新的表达形式进行传播。人民网社交媒体部主任张玉珂对此表示:“客观上,短视频的持续火热是移动互联网发展的必然;主观上,用短视频讲好故事体现了媒体价值的再造,短视频的传播渠道则实现了主流媒体传播价值的延伸。”

“以前我也不敢想,发一个短视频竟然可以引发94个人集体自首,还出现了排队自首的情况。”公安部新闻宣传局小V创意团队主编李溪谈到入驻短视频平台后的公安矩阵号带来的收获。在他看来,“用镜头讲述正能量故事”正成为当下普遍的正面宣传方式,短视频传播的显著特征是“用最接地气的方式讲人话,用最直接的方式讲实话,用最简单的方式讲硬话,用最平白的方式讲感动”。

从小团队到专业内容生产机构

虽然短视频看起来仅有几分钟,但其背后需要至少两人的团队进行内容创作。23岁的史雯婷初到北京时决定,在短视频平台上进行“视频试验”,以用户名“史别别”发布自己的北京日常生活,然而,看似简单的生活记录做起来十分繁琐,最开始,一条短视频从拍摄、剪辑、配音到发布经常要耗费她和朋友工作之余的6至10个小时。

为了能够连续推出成熟优质内

容,很多创作者都以团队的形式在生产内容,并渐渐成为专业内容生产机构(MCN)的一部分。大学专业是法学却在美食上找到职业乐趣的短视频创作者“贫穷料理”,介绍了自己从最初的简单布景、粗糙配音到如今专业、高质量的内容输出过程,“我们团队不断在内容呈现方式、表达形式、拍摄技法上下功夫,有时候会反复研究一些电影片段,从中学习专业拍摄、剪辑技巧,用在我们的短视频内容里。”

记者了解到,“贫穷料理”隶属于一家MCN机构——奇迹山。“创作者个人上传的拍摄内容,可能会在第一时间引发关注,获得一定数量的粉丝,但如果想持续‘涨粉’,就需要专业机构来帮忙。”一位MCN运营经理告诉记者,他们对短视频优质内容创作者非常感兴趣,一旦确定合作,他们会帮忙出拍摄创意和脚本,让创作者来拍摄。

不过,大众在关注某个典型个性化账号的内容时,很难发现其背后的MCN身影。对MCN而言,以专业团队的力量延长账号的生命周期,则能达到广告投放、变现的目的。

让正能量内容有回音

在抖音总裁张楠看来,业界最初把短视频行业的发展空间“想小了”,“如今抖音平台日活跃用户量达到3.2亿。个人觉得,到2020年,抖音、快手等短视频平台的日活跃用户将达到10亿。”张楠说。

在短视频应用普及的庞大用户群背后,是内容创作生态的繁荣发展。抖音秉承的“记录美好”“体现价值”的产品定位以及追求信息普惠的目标,如今也是短视频行业普遍遵循的理念。作为短视频行业发展迅速的另一个平台,快手有关负责人在接受采访时说:“行业发展正在走向成熟与理性,相信在良性竞争和相互促进中,短视频将发挥更大的社会价值。”

这个“价值”正从单纯意义上的商业变现扩展到内容创作者自我价值的实现、大众心理认同感、普世价值观传播等方面,北京师范大学数字创意媒体研究中心发布的《短视频平台上的内容创意劳动提升了劳动者的经济资本、文化资本、社会资本和符号资本(即品牌)》。

推出短视频账号“闻叔的伞”的寻古文化公司,在将浙江省非物质文化遗产富阳油纸伞制作技艺不断通过短视频展示给大众的同时,也让油纸伞手艺人闻士善成为收获62万粉丝、月入10万元的短视频创作者。寻古文化首席执行官张建华说,在满足了非遗传播的广度和市场价值之后,短视频平台能否实现传统手工艺传承是创作者的期待。“很多人在评论区问‘油纸伞具体如何制作、能不能授课教学’等问题。希望平台能开发、提供相关功能,让更多传统手工艺实现更广泛的传承,让所有正能量的内容都有回音。”

西部数字内容产业联盟在重庆成立

本报讯 (驻重庆实习记者侯伊)8月26日,由重庆、四川、陕西等西部省市区相关部门和中国新闻出版研究院共同发起的西部数字内容产业联盟在重庆成立。

据介绍,该联盟成立后将从事进行行业繁荣发展、构建协同创新体系、强化版权保护合作等6个方面开展工作,组织成员单位围绕数字出版产业发展的难点、热点、焦点问题,统筹开展政策调查研究,为行业与政府决策提供决策咨询服务,协调联盟企业开展数字出版技术攻关,开展自主技术创新、模式创新、服务创新,研发对数字

出版产业发展具有重要影响的共性基础技术,制定相关团体标准和规范,通过开展数字出版产业法律法规研究,适时提出相关法律法规修订建议,完善数字出版产业法律体系;并通过项目合作、团队引进、联合研发、联合共建和交流挂职等形式培养培训数字出版人才。

随着联盟的成立,西部数字内容产业年会将在联盟成员单位所在省市区轮流举办,力求将年会打造成展示区域数字出版业发展成就、交流数字出版业发展经验、研讨数字出版业发展问题的平台。

中丝定制中心:深挖丝绸文化价值

本报讯 9月1日,由中国中丝集团有限公司(简称“中丝集团”)全资子公司中国丝绸服装进出口有限公司创办的中丝定制中心在北京宣布成立,并举办“以衣载道·印记时代”时装周,张肇达、房莹、马艳丽、董怀光、刘薇等知名服装设计师携旗下品牌丝绸服装服饰作品亮相。

“近年来丝绸制品在国际市场愈加受到青睐,中国丝绸产业发展空间广阔。定制中心将与不同类型的优秀设计师合作,实现丝绸产品风格的多元化,让每一位有需求的客户都能定制到满意的丝绸制品。”中国丝绸服装进出口有限公司总经理冯春梅说。

中国中丝集团有限公司董事长张曦表示,中国是世界丝绸生产大国,蚕茧和生丝的产量占全球总产量的80%以上。成立中丝定制中心,是中丝集团创新发展“丝绸+”产业模式的重要举措之一,有利于深挖我国丝绸文化价值,提升丝绸产业附加值;也是中丝集团并入保利集团后的重要举措之一,未来,中心将依托保利集团旗下资源,整合国内外优秀设计师力量和优质服装企业,打造辐射国内外、线上线下一体化的丝绸制品高端服务平台。(张靖)

“大城百匠计划”河北启动

本报讯 (记者马震)近日,由河北省廊坊市大城县委、县政府主办,以“品味红木·大美大城”为主题的首届文化和旅游产业发展大会在大城举办,并启动“大城百匠计划”。

该计划主要通过挖掘匠心故事,线上线下推荐和评选等方式,在大城县选出一批优秀匠人,依托域内红木产业和文化创意产业孵化器、众创空间等载体,面向全球引入一批“红木匠客”,通过创新传承优秀技艺打造交易展示平台,打

响大城县红木品牌。

近年来,大城县按照廊坊市委、市政府打造“县域特色产业集群”的要求,以“树匠心、育匠人、提品质、出精品”为宗旨,加快推动大城红木文化产业转型升级;中国红木4A级旅游景区顺利通过景观质量评审,子牙河百里绿廊项目全线启动,葫芦艺术小镇和乡村旅游创客基地加快建设。通过此次大会,不仅宣传推介了红木文化产业,也有力推进了大城县全域旅游示范县的创建工作。(张靖)

业界聚焦临空经济时代文旅新发展

本报讯 8月28日,第92期首都文化产业投融资沙龙暨2019首届临空经济时代文旅产业投资峰会在北京举办,政府相关部门负责人、投资机构和文化企业代表等300余人参会。

此次活动由北京市大兴区人民政府、北京市国资中心、中国旅游研究院、北京银行联合主办,以“临空经济时代文旅产业发展新机遇”为主题,设置了主题演讲、圆桌讨论、项目路演等环节,中国旅游研究院副院长李中广、华侨城旅游投资管理集团有限公司董

事刘若、中国城市临空经济研究中心秘书长兼北京临空国际技术研究院院长马剑等嘉宾发表了主题演讲,就临空经济时代文旅发展新机遇、文旅融合发展新模式、新机场与临空经济新模式等进行了探讨交流。

会上,北京市大兴区文化和旅游局与北京银行大兴支行宣布达成战略合作,并重点发布了大兴区临空经济区产业规划,对大兴区集体经营性建设用地入市情况进行了介绍。(张靖)

刘若英四度代言乌镇景区

本报讯 近日,浙江乌镇景区发布刘若英代言新片,这是刘若英与乌镇景区继2007年首次代言之后的第四次合作。

在片中,刘若英像当地居民一样,晨昏中漫步乌镇老街,与街坊邻里招呼,观看乌镇国际当代艺术邀请展,在紧邻西栅景区的乌镇摘菜、做菜……“过上几天当地人的生活,那是旅行最好的方式。”刘若英说。

据了解,乌镇景区保护在注重古建筑外观整治之外,更注重生存环境的改善、不同文化生态的呈现和居住者的感受,目前西栅景区拥有2000多间客房,包括精品酒店、

江南民宿、高档行馆、青年旅社等,而紧依京杭大运河的乌镇则以上世纪六七十年代的老建筑为基础,还原了江南农村田间农舍的人居环境,村内拥有186间组团客房以及童玩馆、泳池、健身房等现代化设施设备,使乌镇不仅是度假区,也是功能完备的“古镇社区”。

“2003年,电视剧《似水年华》播出,使乌镇与刘若英结缘,此后,她三度代言乌镇,从剧中的‘英小姐’真正变成乌镇的‘英小姐’,那句‘来过,未曾离开’也成为乌镇的经典注解之一。”乌镇旅游股份有限公司有关负责人谈到此次代言时表示。(苏丹丹)

现实主义题材网剧《伪钞者之末路》开播

本报讯 (记者于帆)9月3日,讲述国内反伪钞故事的网剧《伪钞者之末路》在视频网站爱奇艺开播。

该剧由北京时代典范文化传媒有限公司、公安部金盾影视文化中心等联合出品,以“伪钞案”系列案件为主线,对假币的制作、流通、利益纠葛进行了写实还原,通过讲述一个老实巴交的小人物如何因现实生活发生巨变一步步堕落沉沦,体现出人性的挣扎和对“积小恶成大

恶”的反思。

影片主创在9月1日举办的看片会上表示,该剧集从现实题材入手,立足社会热点,进行社会经济安全普法教育,希望以此引发大众警醒与反思。剧集出品方爱奇艺有关人士表示,今年以来,《破冰行动》等现实主义题材影视作品陆续涌现,越来越多的年轻观众关注到现实题材网剧,也给网剧创作提供了新方向。



1983年出生在福建周宁的裴富英从小酷爱艺术创作,他2005年从厦门学成后到莆田等地学习油画,2013年回到家乡周宁创业。

2018年3月起,裴富英尝试利用茶末、茶渣、茶叶作为原材料,以家乡周宁县的鲤鱼溪、九龙瀑等美丽风景为内容,研究创作茶画文创产品。“这种画不单可以用茶末来作画,还可利用喝剩的茶渣晒干处理后进行制作,以及将茶末、茶叶染色后混合创作。不仅变废为宝,而且能让作品更有立体感,让茶画更具吸引力。”裴富英说。

图为裴富英(右)在福州朱紫坊内用茶渣作画。

新华社记者 林善传 摄

媒体融合, 打造出出版产业链

——开明出版传媒论坛暨第六届上海民进出版论坛侧记

本报记者 卢旭

“出版业要以融合理念用好互联网,跟上信息技术的前进步伐,谋求高质量发展。网络时代怎样把出版工作融入国家科技、文化发展中,使经济发展离不开我们,科技发展离不开我们……”中国出版协会常务副理事长郭书林近日在开明出版传媒论坛暨第六届上海民进出版论坛上的一席话,引起与会人士的讨论。

新时代出版传媒迎来大变革

数据显示,新中国成立70年来,我国出版业规模不断壮大、竞争力不断增强,年出版图书50余万种、期刊1万余种、报纸近2000种、音像电子出版物3万余种,同时以网络文学、网络游戏、网络音乐等为代表的数字出版业快速发展,2018年产值近8000亿元。“可以说,我国建立起了较完备的现代出版体系,我们是出版大国,但不是出版强国。”中共中央宣传部出版局副局长许正明说。

全国政协常委、民进中央副主席、上海市政协副主席、民进上海市委主委黄震认为,互联网给出版传媒业带来了颠覆性的变化,要高度重视由此引发的人类阅读习惯与方式的巨大变化,应加强传统出版与新兴出版、传统媒体与新兴媒体的融合,主动适应

和推动出版传媒业数字化、网络化、多元化变革。

澎湃新闻总裁、总编辑刘永钢认为,以互联网为标志的传播技术正在深刻改变传统传播格局,尤其是移动互联网带来的冲击更大,颠覆了传统的媒体生态和传播格局。2014年,由上海报业集团旗下东方早报整体转型而来的澎湃新闻上线,看准了移动互联网的发展前景,坚持传播创新、技术创新和运营创新,5年来,澎湃新闻用户数增长到1.5亿,自有平台用户规模持续增大,已成为中国互联网原创新闻重要的全媒体供应商。“现在大家对媒体的理解已经从报纸、电视过渡到了电脑、手机,接下来的媒体终端、介质还将有更大变化,内容必须要适应这些场景变化,要做到用户到哪里我们的声音就要到哪里。”刘永钢说。

内容为王打造产业链

音频分享平台喜马拉雅自2013年正式上线以来,手机用户已超过4.7亿,吸引了高晓松、马东、吴晓波等一批文化人和自媒体人投身音频内容创作,共同创造了覆盖财经、音乐、新闻、商业、小说等328类过亿收听量的有声内容。喜马拉雅副总裁、民进上海

市委出版传媒委员会委员周晓哈认为,喜马拉雅作为出版界的补充和延伸,音频内容能够反过来促进实体书销售,而实体书中的优质内容变成线上内容后可通过大数据应用实现精准到达,满足用户的个性化需求。此外,还可开发出适合老人、小孩、视力障碍人群的语音操作音箱,满足不同用户的需求。

2017年,中央电视台播出的全新文化情感类综艺节目《朗读者》点燃了大众阅读和朗读的热情,掀起了诵读文学经典的热潮。人民文学出版社看准时机,推出了《朗读者》同名图书,该书对节目朗读文本进行了内容扩充、版本甄别、名家译本的替换,增加了朗读者小传和名家文本点评,并首次尝试使用新技术,读者用手机扫描书中二维码即可观看相关视频,使聆听朗读者与阅读文本巧妙融合。“我希望几年之内把中外文学名著都变成可看可听的出版物,重点不是通过听书来赚钱,而是通过媒体融合带动好书销售。”人民文学出版社社长、民进中央出版和传媒委员会副主任臧永清说。

中国美术出版总社总编辑、民进中央出版和传媒委员会副主任林阳认为,在做好美术教材出版的同时,应加快美术教育数字升级,积极推动媒体