

科技期刊的视频应用分类与思考

邓国臣 路素军

中国测绘科学研究院,100036,北京

摘要 对科技期刊新媒体中的视频(以短视频为主)进行总结分类,分析科技期刊和视频结合的现状,以《测绘科学》等期刊为例,探索其发展的规律及实践过程中遇到的问题,并对视频学术传播的未来做展望和思考。在学习当前期刊短视频相关的部分文章和总结实践的基础上,对科技期刊新媒体的视频内容做些探讨。从具体实践中将常用的学术视频分为7个类型,并举实例进行分析。视频,尤其是短视频可以在某种程度上实现学术成果传播的最大化,同时扩大期刊影响力,是科技期刊宣传的一种良好途径。建议科技期刊在条件允许的情况下,尝试视频方式拓宽宣传渠道,拓宽文章的传播途径,提升期刊品牌影响力。

关键词 视频;科技期刊;策划;传播

Video application classification and thinking of sci-tech journals//DENG Guochen, LU Sujun

Abstract This paper summarizes and classifies the videos (mainly short videos) in the new media of sci-tech journals, and analyzes the current situation of the combination of sci-tech journals and videos. Taking journals such as *Surveying and Mapping Science* as examples, this paper explores the rules of their development and problems encountered in the practice, and looks forward to and ponders over the future of video academic communication. On the basis of learning some articles related to short videos of current journals and summarizing the practice, this paper discusses the video content of new media of sci-tech journals. From the specific practice, the commonly used academic videos are divided into 7 types and analyzed with examples. Video, especially short video, can maximize the dissemination of academic achievements to some extent, and expand the influence of journals. It is a good way to publicize sci-tech journals. It is suggested that sci-tech journals should try video to broaden the publicity channels, broaden the communication channels of articles and enhance the brand influence of journals if conditions permit.

Keywords video; sci-tech journals; plan; spread

Authors' address China Academy of Surveying and Mapping, 100036, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2023.02.017

随着5G网络的普及和人工智能等技术的快速发展,短视频凭借视觉听觉一体化,内容直观、碎片化、移动终端传播等特点,迅速成为当前新兴媒体重要的传播形式之一。

2021年5月公布的我国第7次人口普查数据显示全国人口共14.11亿,而网民数量达10.32亿人(截

至2021年12月)^[1]。《2021中国媒体市场趋势》主题报告中显示:短视频用户规模增长至8.88亿;抖音短视频月活跃用户6.44亿,其中创作者1.3亿;快手月活跃用户4.17亿,创作者1.04亿^[2]。从这些数据可以看出,短视频用户已超过我国总人数的60%,约为网民数量的86%,创作者占网民数量的10%。视频化表达已经成为当下非常流行的、受众最喜闻乐见的表达方式。视频的发展已势不可挡,可以说目前我们正处于一个视频时代。

1 研究现状

与传统纸质刊物相比,视频生动、活泼、直观、逼真的表达方式比传统的文字图表方式更容易接受。随着短视频的迅猛发展和落实媒体融合发展的要求,近年来不少科技期刊都对短视频与期刊出版的融合做了实践和探索。基于科技期刊文章制作的短视频,使期刊的学术内容在受众面前变得更直观、饱满。王熹^[3]近几年发表了一批关于短视频的文章和宋启凡^[4]以抖音短视频为例,对科技期刊短视频平台的发展现状与融合进行了研究和探索;路小静等^[5]基于传播学理论,探索短视频和科技期刊如何融合发展,力求从内容与形式方面分析融合发展策略;付静^[6]从科技期刊利用视频传播的精准、互动等优势方面做了相关实践和探索;薛江等^[7]对医学科技期刊学术论文短视频的发展做了相关探讨;任锦^[8]研究短视频运营促进科技期刊与学术社区互动,探讨短视频运营对科技期刊与学术社区的互动,以及短视频对期刊高质量发展的促进作用;郑莹等^[9]分析了短视频在融合传播中的运用优势;华昱^[10]及杜孝静等^[11]对移动短视频的发展现状、趋势和国内外研究做了述评。

当前研究主要集中在短视频或者基于抖音等短视频平台的应用,科技期刊很多时候需要更长时间的视频。目前一些视频平台也开始鼓励比1 min更长的视频内容创作。当前5G传输速度快、容量大,从技术上非常利于视频内容传输。

短视频和长视频的区别本质上是内容的来源和传播方式,而非简单的时间长短。传统“长视频”以爱奇艺、优酷、腾讯视频等为代表的电影、电视剧、综艺、自制剧等专业版权内容为主,也有部分时间很短的内容。

当前快速发展的短视频内容以抖音、快手为代表,更多以作者自创,并通过算法爆发式分发,精准传播。现在电视剧将剧集做得越来越短,短视频平台也在不断拓展自己的时长,例如一些短视频平台从最初的15 s~1 min,到现在开始开放10 min及以上的视频形式吸引用户创作。2022年7月19日爱奇艺和抖音宣布达成合作,这标志着长短视频开始走向合作共赢的道路。

科技期刊在拥抱新技术、新应用、新趋势方面有着天然的技术和理念优势。可以说,短视频已然成为科学传播的一个重要载体,优质的科技期刊内容通过挖掘、转化,借助短视频平台,形成精品短视频内容,不仅能够加快学术内容传播,还能够更快、更大范围地扩大期刊品牌影响力。科技期刊应该紧跟视频化浪潮,向视频领域进军。

本文在上述研究的基础上,以科技期刊视频内容为研究对象,通过实践和总结,尝试对科技期刊新媒体常用的视频做分类,对测绘科技期刊与视频的融合发展做一些探讨,以期让更多的科技期刊工作者了解当前阶段视频对期刊的重要性。希望更多的科技期刊将视频内容应用于期刊宣传和知识传播,助力科技期刊提升品牌影响力和学术声誉。

2 短视频的起源与发展

短视频因互联网的高速发展而诞生。2011年4月11日,Viddy发布了其移动短视频社交应用产品,可拍摄15 s的短视频,用户能够通过Viddy对拍摄短片添加音效、特效美化,最终剪辑成视频短片,这可能是最早的短视频应用。随后各大平台纷纷推出类似的应用。Viddy与Facebook、Twitter、YouTube等平台实时对接,使用户之间的即时交流内容从文字、图片、语音,发展到视频^[10]。杜孝静等^[11]给出的短视频定义:一种通过PC端和移动终端传播的、时长在几秒到几分钟的视频形式,具有依托移动智能端、时间短、易传播、可社交等本质特征。

相比传统的纸质期刊,视频内容传播的形式更多且速度更快,形式灵活多变。据调查显示,开通了微信公众号的科技期刊超过95%,而开通短视频平台的目前只有10%左右^[12]。由此可以看出,科技期刊短视频目前处于起步阶段。

视频可以直接在相应的短视频平台发布。当前视频主要包括以抖音、快手为代表的短视频平台,腾讯、爱奇艺、优酷为代表的长视频平台,微信、微博平台,其他平台。本文主要讨论视频内容,所以对平台不做过多介绍和比较。

3 内容策划

“内容为王”不仅是期刊生存和发展的根本,也是期刊视频实现良性循环的源泉。科技期刊具有长期积累的行业影响力,在视频文案内容、品牌传播等方面有自带的优势。科技期刊通过制作发布一些有创意的视频,通俗易懂地传播一个学术观点或一篇文章或者一个专家的研究方向等,可以为读者、作者提供一种便捷的学术服务。科技期刊发布的短视频相比其他类型的作品学术性更强,能够形成独特的风格和优势。如果期刊聚焦在受众对期刊的认可程度上,精心发布高质量的学术视频,可以进一步扩大传播范围,提升影响力^[13-14]。

在科技期刊和视频平台融合的今天,学术视频与短视频平台的娱乐内容相比,其内容能够提升用户价值,容易产生长尾流量。从趋势上看,短视频平台也开始重视学术内容^[15-16]。

3.1 期刊文章视频转化

将期刊发表的学术论文或相关内容转化为短视频,是科技期刊视频平台最直接、最可靠的内容来源。这需要编辑有较强的选题策划能力,熟悉专家和作者的研究方向、进度和最新成果,能帮助他们将学术内容以合理的视频形式展现出来。宋启凡^[4]提到《测绘学报》每期发文量为15篇,作者愿意录制视频的占60%,通过激发作者的学术宣传热情,优质学术短视频分享成为一种学术延伸服务。

3.2 邀请专家作者策划专题

科技期刊可以充分发挥主观能动性发掘作者的创作才能。通过专题策划,可邀请专家学者做人物访谈,通过真人解说的方式,分享学术研究进展、科研团队介绍等。期刊也可在优质论文的基础上,引导作者参与短视频制作,因为作者最了解自己撰写的学术论文。将作者论文中最具创新、最精彩的部分,如创新点、研究方法、结果结论等采用PPT、动画、真人解说等方式制作成短视频。路小静等^[5]探讨了《图书情报知识》短视频如何发挥作者的积极主动性、制作高质量的短视频的经验,值得同人借鉴。

3.3 紧抓学术领域热点事件

近年来,测绘科技创新不断,北斗导航卫星、各种遥感卫星陆续发射。热点事件在特定的时间内可以吸引大量媒介和受众的关注,短视频的出现使得信息传播速度更快,热点事件视频从被传播、引起高度关注到广泛讨论的时间更短。如果能抓住行业热点内容,可以快速圈粉,提升期刊的知名度,同时有利于期刊学术视频的能见度和播放量。

测绘科学新媒体(目前以公众号为主),结合期刊内容、专题策划和行业热点等对视频内容做了初步探索,表1为部分有代表性的视频内容。

表1 测绘学术资讯公众号部分视频内容传播数据

名称	播放次数	点赞数	在看人数	分享人数
汤国安:长诗介绍地理学	1.7万	42	243	401
许其凤院士:为理想定位	9 195	112	88	10
周成虎院士:地图的前世与今生	4 958	62	71	747
三峡三维全地形展现,一起感受“长江三峡”的壮丽	10 514	11	44	6
一等奖! 2020 珠峰高程测量	2 423	51	34	164
什么是标准地图?	967	15	11	83
您想知道的也许都在这里,关于《测绘科学》	1 627	12	8	84
院长说专业:北京建筑大学测绘专业	3 518	17	7	174
中国测绘兵	1.1万	296	155	233

注:数据来自微信公众号后台,截至2023年1月6日。

4 科技期刊视频常用分类

短视频的出现为科技期刊增加了一种新的、高效的学术传播方式。在新媒体实践的基础上,结合学习心得,尝试对视频内容进行分类。

4.1 图片转视频类

用若干图片和文字,搭配应景的音乐,基本就可以制作这类视频。此类内容制作效率高,成本低。不足之处是不适合表达有创意、有内涵的内容,或者说本质不算视频,只是图片和文字的组合。这类视频可以用于学术会议的邀请函、学术活动的宣传等,常见于招聘广告、结婚电子请柬等。

4.2 录屏解说类

录屏教程搭配解说,这种形式多见于各种内容解说和软件仪器产品的功能介绍等。这种形式简单明了,清晰易懂。对于科技期刊来讲,在传播一些实验过程、功能演示、学术报告内容分享之时,推荐使用这种方式制作视频。魏建晶等^[17]对科技期刊运用PowerPoint软件制作短视频进行可行性分析,并梳理了制作短视频的具体步骤,可以阅读借鉴。

4.3 专家报告类

这种形式多用于专家报告,时间相对较长,至少不是短视频的概念。很多时候是以直播为主,再通过视频平台分享。这类视频的制作技术难度较低,主要困难是内容的策划和专家的邀请。科技期刊可以考虑通过这种方式来提升影响力。例如,测绘行业的“梧桐会”直播、智绘科服抖音号等。

4.4 人物采访类

人物采访类视频主要是针对某个选题或研究方

向,采访特定的有影响力的行业专家。这类视频需要经过认真的策划和充分的沟通,画面等可参考电视台的专访。这类内容最好使用专业的摄像,剪辑制作也尽可能专业,可以配合专家报告、学术活动等场所多次使用。《测绘科学》曾做过采访行业知名院士等,配合音频和文字做了一些宣传,得到了业内人士的认可和较好评价。

4.5 动画类

动画类视频多见于行业知识介绍或者知识普及。这类视频的特点是清晰明了,但是视频的制作周期相对较长,制作难度相对大,技术要求高。这类视频需要根据所要表现的内容、期刊或作者的条件,以及有没有资金支持来综合判断是否选用这种方式。如转载《自然资源报》制作的“什么是标准地图”等,以简洁的白板为背景,通过动画的形式,介绍标准地图的基本分类、主要用途、如何获取、已发布的具体内容,以及标准地图网站的自助制图等功能,通过视频直接分享和公众号转载等,让作者快速了解了什么是标准地图。调查结果显示,此类视频效果很好。

4.6 剧情剧本类

剧情剧本视频通过短小的故事情节,实现知识的传播。在视频流行的今天,此类视频很容易成为“爆款”。科普类也许更适合,但成本相对较高,需要创作剧本,最好能请到自带流量的演员。如转载安全研究公众号推送的短视频《假如人人说实话》,通过150 s的小故事,请长相说话很有特点的演员,表演了一个如何配合国家安全机关抓捕间谍的故事;同时科普了随着时代发展,间谍开始借助高科技手段开展窃密,手段花样繁多,活动更加隐蔽,看似平常的地理测绘、气象测绘,实际上都会造成国家安全的重要信息泄露,并对军事、资源等安全构成危害。这个视频在各个平台广为流传,同时被不少单位当成“教材”观看。这种类型对科技期刊来讲,难度较大,合适的内容不多,同时制作成本较高。

4.7 宣传片类

宣传片已广泛运用于各行各业的推广,期刊也不例外。它能用很短的时间更直接、更具体地把期刊展示给读者、作者和其他人,能有效地提升期刊形象,展示期刊宗旨、概况等,助力品牌提升,征稿宣传等。

宣传片制作的流程相对比较复杂,一般分为文案策划、解说词、分镜头脚本、前期拍摄、后期制作、特效及嵌入,审核定稿等步骤。宣传片对策划、剪辑等技术要求较高,整体制作难度相对也较高。但宣传片属于“一劳永逸”型,建议有条件的期刊可以根据发展需要适时推出自己期刊的宣传片。

《测绘科学》在创刊45周年时,制作了一期见证创新、服务发展的宣传片,用6 min讲述45年来它所发表的优秀文章、期刊的更名、取得的成绩、院士们的寄语、新媒体建设和未来的发展等,得到了主办单位和行业专家们的认可,也让作者、读者更直接、更便捷地了解了期刊。

5 几点思考

视频传播渠道广、开放性强。科技期刊做视频的目的在于借助当前主流的传播形式,“形散神不散”地实现学术传播的广度和深度,提升期刊的品牌影响力。必须认识到与短视频的深度融合关系到科技期刊的未来发展。在实践过程中有以下几点思考。

1)期刊的视频内容应当基于期刊本身的目标定位,围绕办刊宗旨及优势领域,结合行业受众需求,强化核心内容生产。做好内容,更要努力把精心制作的内容“广播”出去。

2)视频内容的制作务必要始终坚持底线思维。要守好品格底线,注重自己的学术风格,确保内容的科学合理。

3)期刊是要“死”的^[18]。“死”指的是纸刊可能会走向消亡,内容视频化是当前阶段期刊“重生”的一个重要方向。或者说,今天的报纸就是明天的期刊。发行纸质的报纸已不多了,但转型网络化和视频化成功的报纸不但没有消亡,反而变得更加强大。

4)视频尤其是短视频这个“快餐”容易造成仅停留于浅层化的认知上,带来大家不愿耗费精力去思考深层次的问题,形成思维惰性,产生模糊概念,失去独立思考的能力。

6 结束语

视频尤其是时长几秒到几分钟的短视频已成为科技科普内容传播的重要形态,在某种程度上能够实现学术成果传播的最大化,同时扩大期刊影响力。视频对期刊的影响是革命性的。

本文通过《测绘科学》新媒体实践,对科技期刊新媒体中的内容策划做了分析,尝试对适合科技期刊的视频做分类,并对视频和科技期刊的融合做了初步思考。希望科技期刊从业者能根据自身的特点,把握先机,同时结合新媒体技术的发展趋势,将期刊的学术内容视频化,为期刊的发展做一些有益的尝试或探索。

7 参考文献

[1] 中国互联网络信息中心. 第49次《中国互联网络发展状

况统计报告》[EB/OL]. (2022-02-25)[2022-11-10]. http://jswx.gov.cn/chuanbo/wangluo/202202/t20220225_2953112.shtml

- [2] 2021中国媒体市场趋势社交媒体市场竞争现状及投资[EB/OL]. (2021-10-15)[2022-11-10]. <https://www.chinairn.com/scfx/20211015/175937729.shtml>
- [3] 王熹. 学术期刊运营短视频新媒体助推科普供给侧改革[J]. 黄冈师范学院学报, 2019, 39(6): 139
- [4] 宋启凡. 学术期刊抖音短视频平台的发展与探索[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(3): 367
- [5] 路小静, 胡慧河, 姚永春. “使用与满足”理论下学术期刊应用短视频的策略分析[J]. 科技与出版, 2020(10): 45
- [6] 付静. 学术期刊在短视频领域的应用研究[J]. 出版广角, 2021(4): 60
- [7] 薛江, 周文凯. 医学科技期刊学术论文短视频发展探讨[J]. 湖北科技学院学报, 2020, 40(6): 321
- [8] 任锦. 以短视频运营促进科技期刊与学术社区互动[J]. 出版广角, 2021(6): 17
- [9] 郑莹, 杨健. 浅析短视频在融合传播中的运用优势[J]. 新闻前哨, 2020(1): 35
- [10] 华昱. 移动短视频的发展现状及趋势研究[J]. 新媒体研究, 2017, 3(15): 87
- [11] 杜孝静, 谢馨. 移动短视频的国内外研究述评[J]. 中国市场, 2020(9): 189
- [12] 王孜. 5G时代学术期刊短视频平台的发展现状与融合研究:以抖音短视频为例[J]. 出版发行研究, 2020(2): 63
- [13] 刘兴亮, 秋叶. 点亮视频号:微信短视频一本通[M]. 北京:电子工业出版社, 2020: 111
- [14] 习妍, 孔丽华, 侯艳飞. 新媒体出版在学术期刊知识传播中的应用策略[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(3): 385
- [15] 何子杰, 唐佳梅. 个性、创意与互动:国外媒体机构的短视频融合之路[J]. 新闻与写作, 2021(1): 94
- [16] 方琪, 徐少卿, 笪文武, 等. 检验医学科技期刊新媒体内容需求现状及应对策略研究[J]. 编辑学报, 2021, 33(5): 558
- [17] 魏建晶, 李亚敏, 崔红, 等. 科技期刊PowerPoint软件短视频制作方法及实践[G]//刘志强. 学报编辑论丛: 2021. 上海:上海大学出版社, 2021: 380
- [18] 李频. “期刊是要死的”[J]. 编辑之友, 2015(12): 1
(2022-11-16收稿;2023-01-10修回)