

智库推动出版高质量发展

□本报见习记者 孟真



全民阅读“红沙发”系列访谈
全民阅读助力出版高质量发展
嘉宾:李忠 马萧萧

主 办:第三十一届全国图书交易博览会组委会
承 办:中国新闻出版传媒集团 中国全民阅读媒体联盟
协 办:中国新闻出版广电报 全民阅读与融媒体智库
网络 特:中国新闻出版广电网 央视网 阅读频道

主题:全民阅读助力出版高质量发展
嘉宾:中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长 李忠(中)
全民阅读与融媒体智库研究员、中新宽维传媒科技有限公司总经理 马萧萧(右)
主持:《中国新闻出版广电报》见习记者 孟真

技术与行业智慧深度融合

2018年3月,中国新闻出版传媒集团独立研发的“网络文学IP大数据服务平台”项目入选原国家新闻出版广电总局“国家新闻出版改革发展项目库”;之后,该项目升级为“全民阅读中台”,并整体并入中宣部“国家文化产业发展项目库”。中国新闻出版传媒集团、中国全民阅读媒体联盟联合社会力量,在自2016年起积累的一系列关于大数据、人工智能等技术赋能新闻出版为源头的文化事业和文化产业探索经验的基础上,于2019年年初牵头多家机构成立了全民阅读与融媒体智库(以下简称智库)。

“经过3年多的探索,智库逐步形成了打造‘一个平台’、聚焦‘三全研究’的建设思路。”李忠介绍说,“一个平台”,即打造“文化大数据平台”;“三全研究”,即开展“全媒体”“文化全产业链”和“文化领域全要素生产率”研究,运用大数据、人工智能等技术研究分析全民阅读工作开展的规律、机制和路径,为全民阅读推广提供数据参考和实际支持。“智库以把握正确的政治方向、价值取向和舆论导向,推动全民阅读与出版行业高质量繁荣发展为宗旨,开启了现代技术与行业智慧深度融合、推动全民阅读助力高质量发展的创新探索之路。”李忠说。

为系统把握全民阅读工作开展的规律、机制和路径,2020年起,智库开始打造“书香中国”全民阅读品牌传播影响力大数据。关于这一项目,马萧萧向观众介绍了智库的“五个维度”评价体系,即与国家政策对标,聚焦于全民阅读的战略方向与价值导向的正确性;各省市区相互对标,取长补短,共同进步;自身纵向对标,着眼于保持优势,补足短板,守正创新;与百姓需求对标,提高全民阅读的针对性、有效性,不忘初心;与理论研究对标,旨在提高全民阅读的前瞻性、可持续性,知行合一。

从2022年开始,智库通过“五个维度”评价体系对31个省(自治区、直辖市)和10座城市逐一开展细化研究,目前已经对北京、上海、广东、深

圳、天津和浙江进行了对比分析,通过对各地全民阅读品牌深度剖析,旨在提高全民阅读活动的针对性和有效性。“各地取长补短,守正创新,有效提高大众参与全民阅读活动的积极性,持续推动全民阅读事业健康发展。”马萧萧说。

优化全民阅读线上推广

随着信息化和数字技术发展,数字阅读已经成为全媒体时代的新型阅读方式,也是全民阅读的重要组成部分。如何满足人民群众阅读方式新要求,是深入推进全民阅读的重要课题。

对此马萧萧表示,多年来,智库联合多领域专家,持续调研、跟踪各地全民阅读品牌发展,优化全民阅读品牌传播影响力指数模型。在2020年度、2021年度《“书香中国”全民阅读品牌传播影响力大数据研究报告》等研究成果的基础上,智库不断优化指数模型,逐年扩大数据搜索范围。“2022年度,累计收集全网信息总量超5.03亿条,包含中央媒体、省市媒体、区县媒体、商业媒体、自媒体账号、有声听书、短视频等。”马萧萧介绍说,模型选取全国31个省、自治区、直辖市和较早开展全民阅读活动的10个城市,共41个地区,最终构建的指标体系涉及48个考察指标,并建立了指标数据模型,综合计算后得出综合传播影响力指数以及传播力、影响力、美誉度3个分项指标。

报告显示,2022年共有书香中国·北京阅读季等15个省(自治区、直辖市)级品牌和深圳读书月等5个市级品牌入围综合榜单。从3年来“书香中国”全民阅读品牌传播影响力大数据研究看,北、上、广、深一直保持在前三位,其次有浮动。头部全民阅读品牌保持自身优势,持续引领推动全民阅读高质量发展。核心城市群的全民阅读品牌优势较为突出。省级全民阅读品牌发挥重点活动品牌效应,积极搭建全媒体传播矩阵,加强分众阅读推广服务,科学推动全民阅读工作高质量发展。市级全民阅读品牌结合城市特色打造城市阅读IP,注重新媒体平台建设,加强全民阅读基础设施,结合区域特色开展理论创新研究及交流互动。自2019年至今,智库影响力逐步扩大,成为行业发展的重要参考。连续3年发布的《“书香中国”全民阅读品牌传播影响力大数据研究报告》,已成为全民阅读大会的重要发布内容;连续3届参与“大众喜爱的阅读新媒体号推荐活动”,通过大数据和自主研发的CMI指数矩阵对全国各主要新媒体平台的阅读账号进行数据监测与筛选;连续

两年为北京市委宣传部主办的“书香中国·北京阅读季”活动提供传播效果的大数据监测和推出《“北京阅读季”活动传播影响力大数据报告》等。

“2022年起,智库把成立以来的研究成果集成书,目前已出版两本智库成果汇编与解析图书,这些成果也得到了各地宣传部门、学术科研机构、新闻出版机构的高度关注。”马萧萧介绍说。

持续推动全民阅读高质量发展

智库通过直面和剖析问题,从内容建设、思想传递和内化实现等角度对未来主题出版和全民阅读的协同发展及立体化传播提供了系统的思路与建议,不断推动高质量出版与高品质阅读更加充分,彼此滋养。

李忠针对出版业和媒体融合领域的现状,结合智库发布的2022年度41个地区《“书香中国”全民阅读品牌传播影响力大数据研究报告》,对智库未来发展做出了5个方向的展望。

他表示,一是要坚守意识形态阵地,把马克思主义思想作为主流意识形态,在新闻出版以及广播影视行业,结合中国实际和中华优秀传统文化,加强马克思主义的中国化时代化传播。二是全社会,尤其是在青少年中弘扬社会主义核心价值观。在具体的工作上,智库自主研发了“中国少年儿童阅读数智平台”,按照“数字赋能儿童阅读内容”的思路,将新媒体传播技术、大数据与亲子阅读市场深度融合,搭建了“融媒体互动传播+大数据智能+优质内容推荐”的亲子阅读领域数字内容服务平台,2022年纳入中宣部“国家文化产业发展项目库”。“下一步,智库将在升级‘中国少年儿童阅读数智平台’的基础上,进一步对标国内和国外,深入老年阅读、女性阅读和乡村阅读等领域,进而为供给侧提供数据和智库报告支撑,为高质量出版和高质量阅读贡献自己的力量。”李忠说。三是逐步通过出版和阅读事业,助力推动全社会的文明程度提升。四是通过智库的评价与传播功能为文化事业繁荣发展作出自己的贡献。五是在国际传播领域讲好中国故事。在传播上研究国际媒体平台和受众人群,在内容上研究中国故事、中国传统文化的国际化表达,于文明互鉴中持续推动中华文化走出去。

“智库将持续优化全民阅读品牌指数模型,完善活动测量维度,扩大研究覆盖范围,深入挖掘研究品牌特点,为进一步提升品牌传播影响力提供有力支撑,为推动新时代全民阅读高质量发展贡献力量。”马萧萧表示。

技术赋能文化“扬帆出海”

□本报记者 米瑗琪



全民阅读“红沙发”系列访谈
数字贸易与文化出海
嘉宾:刘永丹 刘华宾

主 办:第三十一届全国图书交易博览会组委会
承 办:中国新闻出版传媒集团 中国全民阅读媒体联盟
协 办:中国新闻出版广电报 全民阅读与融媒体智库
网络 特:中国新闻出版广电网 央视网 阅读频道

主题:数字贸易与文化出海
嘉宾:全民阅读与融媒体智库研究员、中新宽维传媒科技有限公司首席技术官 刘永丹(中)
中新宽维传媒科技有限公司首席运营官 刘华宾(右)
主持:《中国新闻出版广电报》记者 米瑗琪

文化为魂,技术赋能。随着数字技术的快速发展及在文化领域的广泛应用,其为文化的传播、表达、保护、传承提供了新的可能。通过数字技术手段,能够塑造出更加丰富多元、直观立体的文化生态,为文化产业带来更多发展空间,助推中华文化数字化成果全民共享、优秀创新成果享誉海内外。

探索文化“出海”新模式

“新时代的国际传播与文化‘出海’,需要新技术、新渠道和新表达。”在刘华宾看来,推动中华文化走出去,需要用数字化技术赋能文化“出海”新空间,让中华文化借科技之力更好地活起来、传开去,还要加强与海外媒体平台、活动平台、社交平台的合作,充分用好符合“Z世代”人群使用习惯的海外新型传播渠道,同时不断创新表达方式,对中国元素、中国内涵、中国故事进行新的诠释,让中国文化的魅力为世界上更多人感知和熟悉。

刘华宾介绍,2022年年初,中国新闻出版传媒集团与上海自贸区临港新片区管委会、中新宽维共同签署了关于国际传播与文化“出海”基地的三方战略合作协议,共建“中新宽维数字港”文化“出海”基地。他指出,文化“出海”基地的业务主要围绕数字贸易和文化“出海”这两个应用场景和板块,不断探索中国文化和产品“出海”的新模式。

“中新宽维数字港”文化“出海”基地成立后重点做了一系列工作。据刘华宾介绍,“主要包括6个方面:一是打造国家级公共服务平台,帮助各地宣传部门和企业文化企业开通海外新媒体账号、输出内容及运营等;二是服务中国影视走出去,让中国电影走进海外‘Z世代’人群与普通家庭当中;三是探索网络小说、网络短剧、网络游戏‘出海’,将具有中国元素的网络小说和短剧,通过临港文化‘出海’基地的国际专线向海外推广;四是聚焦中国文化IP海外传播,持续挖掘和探索中国传统文化IP,建立文化‘出海’生态;五是基于临港专属‘出海’网络通道,推动出版数字化和融合出版走出去;六是开展文旅数字化项目。”

其中,谈到出版业的国际传播与文化“出海”,刘华宾说:“智库和中新宽维围绕‘打好文化数字化底座’对其进行了多维度的探索。”

在技术上,中新宽维通过自主研发服务文化“出海”的技术平台——“中国文化国际传播数智平台”,以及建设具备云计算能力和超算能力的云计算体系,为出版行业的数字化夯实底座。

奔赴文化数字化未来

数字文化产业,中新宽维传媒科技有限公司(以下简称中新宽维)也有同样的初心。他说:“中新宽维一直在积极探索将人工智能、5G、AR、VR、XR、区块链、云计算等数字化技术赋能文化产业,为文化行业的繁荣和发展作出力所能及的贡献,让更多的中华优秀传统文化走出去。”

刘永丹说,“除了以上两项研究成果,智库还在智慧文旅、数字文创产品等领域开展研究,形成了大数据、人工智能、区块链在文化产业的技术积累,并获得了多项技术发明专利和软件著作权。”

刘永丹补充道,“除了以上两项研究成果,智库还在智慧文旅、数字文创产品等领域开展研究,形成了大数据、人工智能、区块链在文化产业的技术积累,并获得了多项技术发明专利和软件著作权。”

刘永丹说,“除了以上两项研究成果,智库还在智慧文旅、数字文创产品等领域开展研究,形成了大数据、人工智能、区块链在文化产业的技术积累,并获得了多项技术发明专利和软件著作权。”

刘永丹说,“除了以上两项研究成果,智库还在智慧文旅、数字文创产品等领域开展研究,形成了大数据、人工智能、区块链在文化产业的技术积累,并获得了多项技术发明专利和软件著作权。”

刘永丹说,“除了以上两项研究成果,智库还在智慧文旅、数字文创产品等领域开展研究,形成了大数据、人工智能、区块链在文化产业的技术积累,并获得了多项技术发明专利和软件著作权。”

奔赴文化数字化未来

文化数字化是驱动文化产业发展新引擎。文化与技术的结合是一个不断迭代的过程,随着新技术不断突破,文化消费新场景不断解锁,新兴业态不断催生。刘永丹认为,“未来数字文化产业将是未来大势所趋,数字技术将从根本上改变文化的创意、创作、传播和消费生态,提高文化作品的生产速度,助力文化传播广度,提升文化消费体验。”

他指出,未来智库将从数字文化产业视角,按照数字技术用于文化产业的机理,分别从数字产品、技术赋能、融合共生3个层面展开数字技术研究。

第一个层面是数据要素构建数字文化产品。即用数据表达文化符号、审美感知和价值观念,使之成为便于复制和传播的数字文化产品。“出海”基地,建设要素的价值不仅体现在表达方式上,还在于能够使文化内容可确权、可流通,进而推动数字文化贸易的有序发展。

第二个层面是数字平台赋能数字文化体验。数字平台是文化内容、情感体验触达用户的主要途径,也是提升数字文化消费体验的核心环节。“目前智库正在研究利用VR和AR技术,建设文旅数字化平台,让用户在虚拟环境中参观艺术展览,或是将现实游览和虚拟数字艺术品介绍相结合,提升数字文化用户的沉浸感和互动体验,为中华优秀传统文化的数字化传播探索了新路径。”刘永丹介绍说。

运用数字技术进行创造性转化、创新性发展,能够让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。对此,刘华宾表示,如最近中新宽维与湖北屈原博物馆共建的“云上屈原”,就是用数字化技术构建的一个虚拟博物馆,有交互、可视性强的屈原博物馆,以更直观、立体的方式展现屈原的生平、文学成就、世界影响等,通过文化数字化实现数字文化的海外传播。

(本版图片均为刘振兴摄)