

我国主流媒体智慧全媒体建设与国际传播能力提升

——以中央广播电视总台为例

■ 王润珏 胡正荣

摘要: 中央广播电视总台的实践经验,对智能化时代我国主流媒体实现深度融合和国际传播能力提升发挥着重要的示范效应和引领作用。本文研究发现,主流媒体应以建设智慧全媒体传播体系和传播模式为深度融合阶段的发展目标;充分运用中国国际化带来的主场优势提高在国际传播中的主动性和主导性。从根本上来说,主流媒体的深度融合是以价值为导向的,应在加快技术应用的过程中,坚守价值理性,做好算法时代的总编辑。

关键词: 主流媒体 智慧全媒体 国际传播能力 中央广播电视总台

习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习的重要讲话中强调,“推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题,”“主流媒体必须紧跟时代,大胆运用新技术、新机制、新模式,加快融合发展步伐”“要探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中,全面提高舆论引导能力”。作为媒体融合发展的更高阶段,智慧全媒体建设已经成为我国主流媒体最重要的国家课题和时代课题。

一、面向智能传播,做智慧全媒体体系建设的引领者

当前,探索智慧全媒体体系的建设路径,构筑具有传播力、引导力、影响力、公信力的主流媒体传播体系是我国主流媒体转型探索的未来趋向和国家使命。中央广播电视总台是我国广电领域唯一一家中央级媒体,在国家传播体系中居于核心位置,不仅是我国开展国内和国际传播的旗舰媒体,也是广电和全国媒体系统融合转型的先锋和表率,对各级、各类媒体发挥着重要的示范效应和引领作用。

1. 从数字化到智慧化:持续深入的融合化探索

2018年3月,由原中央电视台、中央人民广播电台和中国国际广播电台合并而成的中央广播电视总

台正式成立。随后,中央广播电视总台迅速与中国移动、阿里巴巴、华为等企业合作展开大数据、平台建设、5G研发、4K超高清频道建设等领域的技术合作,并在同年12月开建国内首个国家级5G新媒体平台。2019年3月,中央广播电视总台在两会期间综合运用大数据和人工智能技术,实现了基于5G新媒体平台的多路4K和VR视频信号集成制作和分发。

2. 从应用到研发:着力提升智慧化发展的硬实力

在复杂多变的国际环境下,保持技术的先进性、技术创新的自主性对主流媒体的智慧全媒体建设至关重要,这包括4K、VR、网络传输等与广电行业传统业务密切相关的技术,也包括人工智能、数据挖掘、专家系统、机器人等关系行业未来发展走向的关键性、支撑性技术。

智能传播时代,技术对媒介机构的影响日益加深,技术研发能力成为全球媒体竞争的硬实力。中央广播电视总台成立以来,在用好技术的同时,对研发的重视程度明显增强。2018年12月,中央广播电视总台与三大运营商及华为公司联合建设5G媒体应用实验室。慎海雄台长明确提出“要聚焦前沿布局,抢占技术发展先机。保持高度的敏锐性,紧盯国际技术前沿,

加强技术研发体系建设,加大对创新项目、技术项目、科研项目的支持力度,产研并进、学用结合,努力在技术创新研究上取得突破^①。中央广播电视总台应用与研发两条腿走路,以技术主动权支撑传播主导权的智慧化发展策略逐步清晰。

3. 从选点到布局:日趋完善的智慧全媒体传播体系

从国家层面来看,智慧全媒体传播体系是包括主流媒体与商业媒体、中央媒体与地方各级媒体的综合性、多层级传播体系,其中,主流媒体居于主导地位。对中央广播电视总台而言,智慧全媒体传播体系建设包括两个层面:一是基于自有业务和资源条件的总台传播体系建设,二是作为中央广电机构带领和促进全国广电系统的全媒体建设。这是一个系统的、长期的工作,既要能找准点(新业务、新技术、新业态),还要能把握面(区域协同、机构协调),也就要求中央广播电视总台在进行传播体系建设步骤规划时,既要有前瞻性的业务视野,又要有全局性的整体视野。

目前,中央广播电视总台在具体操作上大致采用了三种方式。

一是,面向国家传播需求和未来传播趋势的自身传播体系建设。为建设国际一流的新型主流媒体,中央广播电视总台已部署以先进技术为引领,深入研究运用人工智能、5G网络、大数据、云计算等新技术,全力推进4K超高清电视技术体系建设。2018年4月,中央广播电视总台4K技术发展建设项目启动,预计到2021年完成全台4K超高清频道技术体系建设,并开展8K超高清技术试验,建设总投资85.5亿元^②。

二是,以建立区域总部和地方总站的方式,加强跨区域协同运作。2018年10月,中央广播电视总台第一个区域总部和地方总站——长江三角洲总部和上海总站在上海成立。

三是,以标准输出和多领域合作的方式推动全国全媒体传播体系建设。2018年,中央广播电视总台发布《中央广播电视总台4K超高清电视节目制播技术规范》和《基于4K超高清图像+环绕声/三维声的家庭影院配置规范》,为其他广播电视台的4K业务提供参考。2019年2月,中央广播电视总台开发的全国县级融媒体智慧平台正式上线,从节目研发、技术支撑、

内容分发、媒资共享等方面为县级融媒体中心建设提供支持。

二、发挥主场优势,做国际传播新秩序的建设者

从国际传播的维度来看,我国主流媒体的主场优势已经逐渐显现。一方面,随着中国成为世界第二大经济体和“一带一路”建设的推进,国际社会对我国的关注度持续走高。我国主流媒体是对“中国话题”相关信息掌握得最为充分、最有话语权的媒体。另一方面,我国主场外交能力的提高为我国主流媒体“聚人气、展实力”也提供了历史机遇。2019年4月,中央广播电视总台成功采用“4K+5G+AI+VR”的模式对第二届“一带一路”国际合作高峰论坛进行面向全球的多语种全程报道,我国主流媒体依托智能全媒体传播体系建构的新型国际传播模式雏形初现。

1. 发挥地理主场优势,进行硬件设备布局

随着新闻媒体对数据信息的依赖与日俱增,传感器开始进入新闻生产领域。传感器新闻(Sensor Journalism)是通过传感器获得数据信息,经分析整合,将其以一定的方式融入新闻报道,进而完成“讲故事”的新闻生产模式^③。实现对传感器地理位置的布局是这一新闻生产模式应用的基础。我国主流媒体建构的“4K+5G+AI+VR”的融媒体传播模式也有赖于信息采集、传输设施的布局。当中国成为世界媒体关注的中心时,我国主流媒体在布置信息采集和传输设施方面,拥有其他任何媒体所不具有的优势,这为我国主流媒体获取独家信息、成为中国信息的权威信源提供了基础。例如,在第二届“一带一路”国际合作高峰论坛期间,中央广播电视总台搭建了雁栖湖4K演播室,布置了智能遥控VR全景拍摄车,启用4K超高清转播系统,设置30个机位,通过多种转播设备,实现新闻传播与先进技术的融合,为本次大会提供了高质量的公共信号。

2. 发挥主办方优势,开展议题设置与议程设置

伴随着中国国际化程度的提升,与中国有关的重大事件和突发事件都会吸引全球目光。在中国举办的多边外交活动,因参与国家、领导人众多以及讨论话题重大而吸引着更多的关注。笔者研究团队自2017年以来对“一带一路”全球舆情监测分析的结果表明,

在全球话语体系中,国家领导人是国际舆论导向的重要引导力量,其中对本国的媒体和公众的关注度、态度的影响力尤为突出,其引导效果远高于该国或其他世界主流媒体;各国媒体对涉及本国利益的话题或与本国密切相关的中国与其他大国之间的关系更加关注^④。因此,我国可充分发挥主办方优势,将传播的议题和议程设置内嵌至活动议程之中,针对来宾的身份和国籍进行精细化的个人媒体活动策划,甚至从国家传播需求的层面,将传播议题与会议议题进行深度整合。

以第二届“一带一路”国际合作高峰论坛为例,共有38个国家(含中国)的元首和政府首脑以及联合国秘书长、国际货币基金组织总裁共40位领导人出席圆桌峰会;来自150个国家、92个国际组织的6000余名外宾参加了论坛;到会的中外媒体记者数量超过4100人。会议期间,中国国际电视台(CGTN)英、西、法、阿、俄五个外语频道落地驻地酒店,为参会的各国外籍嘉宾和媒体记者提供收视服务。截至2019年4月28日,中央广播电视总台的论坛开幕式直播、微视频、特稿等累计阅读量超1000万次。可见,我国主流媒体可以把握这类传播机会,提前制作针对不同国家和地区的多语种宣传片,并在会程中对重要外宾进行深访、专访或对话。这些音视频不仅可成为会议报道、纪录片制作的重要内容,还可作为新闻素材提供给相关的他国媒体,在拓宽传播渠道的同时,逐步构建起信息交换的朋友圈。

3. 发挥前沿技术力量,进行立体化观点表达

媒介化的文明交流互鉴正在成为数字、网络 and 智能传播时代的一个新常态。“指尖上的文明交流”将成为文明间对话的最灵动渠道和最有效机制^⑤。我国主流媒体需要重点关注移动端的传播、社交化的传播,善于运用碎片化、非正式化的传播方式和途径。同时,我们还应密切关注技术创新可能带来的传播能力提升。机器人、语音识别、图像识别、专家系统等新兴技术在传媒领域的应用正形成对媒体、机构和个人的持续赋能,这些能力包括多语种内容生产、内容分发、数据分析。

中央广播电视总台全媒体传播体系建设和4K、VR、AI等技术的应用,极大优化了主流媒体在国际传播过程中的信息生产效率和呈现效果;数据挖掘、智能推送技术的应用系统提高了跨时区、多国家的信息

传播精准性和有效性。中国国际电视台(CGTN)成立两年多来,以“台网并重,先网后台,移动优先”为原则,建成启用了多形式采集、同平台共享、个性化制作、多渠道多终端分发的融媒中心。截至2019年1月17日,CGTN新媒体全球活跃粉丝超1.01亿,总阅读量超过153亿次^⑥。中央广播电视总台推出原创日语微视频栏目《A酱讲中国》受到了日本网友的关注,2019年4月推出的5期“一带一路”特辑在社交媒体平台发布后引发日本网友热议,原日本中国信息局总编如月隼人、医疗卫生专家宫本昌等多名网络大V在其社交账号上转载了相关消息。

未来,媒体的跨文化、多语种传播能力还将随着语音翻译、AI主播等技术的逐步成熟而不断提升。届时,技术应用、内容原创将对媒体传播能力具有决定性意义。

三、秉持价值理性,做算法时代的总编辑

2018年全球网络用户数量达到39亿,首次超过全球总人口的一半,达到51.2%;我国网民数量突破8亿。互联网的普及在带来信息资源极大丰富的同时也产生了巨量的垃圾信息。层出不穷的新技术和新兴媒介形态则以迎合公众兴趣内容生产和信息推送为运作逻辑,持续加深和固化公众的信息茧房,甚至以“用户上瘾”为产品成功的重要标志,由此导致了媒体核心价值判断标准的迷失和对媒体社会价值的忽视。在社会复杂程度提高、不确定性增加的今天,良莠不齐、真假难辨的各类信源提供的混杂信息,极易导致公众对社会环境的误判;公众对真实信息、权威分析和可靠信源的需求比此前任何一个时期都更加迫切。

从全球媒体发展的历程来看,媒体只有深度嵌入国家和社会的发展逻辑之中,秉持与社会价值取向相一致的媒体价值,才能长久地保持生命力与影响力。当前,媒体、公众、国家的价值需求形成耦合,对主流媒体公信力、权威性、引导力回归的诉求日益凸显。具体来看,主流媒体彰显和延展主流价值的途径主要包括三个方面。

一是,围绕重大主题,开展立体化报道。重大主题报道具有影响力大、关注面广的特征,是主流媒体开展正面宣传、进行舆论引导的重要方式。2019年是

中国的“大事年”和主场外交年，从新中国成立 70 周年到澳门回归祖国 20 周年，从“一带一路”国际合作高峰论坛到亚洲文明对话大会，使用与满足理论提示我们，若我国主流媒体在重大话题的报道中保持始终在场，提供的信息和服务能有效满足不同国家、不同主体有关中国的兴趣和需求，便能够激活受众接触、选择、理解的主动性，从而提高传播效果和用户黏性。中央广播电视总台从 2019 年 4 月初开始在电视频道、央视网、客户端等多媒体平台，通过特别报道、纪录片、高端访谈、微视频、融媒体互动等多样化的方式为第二届“一带一路”国际合作高峰论坛预热，又在会议期间通过对 VR、4K、AI 等技术的综合运用，提供丰富多元的信息内容，在国内外均收获了明显的正面传播效果。

二是，做好舆论监督，形成对正面报道的有力支撑。舆论监督是主流媒体的社会功能之一，也是公信力建设的重要途径。习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调，舆论监督和正面宣传是统一的。以准确事实和客观分析为基础针砭时弊、激浊扬清、明辨是非是新闻媒体专业素养和媒体价值的体现，是技术创新难以替代的。全球化和中国国际参与程度的提高要求我国主流媒体既要提高舆论监督的能力，还要扩大舆论监督的范围，针对全球性事件提供中国媒体的解读视角。中央广播电视总台在做好《焦点访谈》《新闻调查》《3·15 晚会》等舆论监督类栏目的同时，还不断从内容选题、表达方式、多平台互动等方面进行尝试，探索融媒体环境下实现舆论监督的有效途径。CGTN 一度超过 BBC，被国际调研公司评为最中立的国际新闻媒体。

三是，坚守价值理性，引导工具理性。智能传播时代，主流媒体在传播实践中既要充分把握技术带来的机遇，也要充分意识到技术的局限性，避免对技术的盲从和过度依赖，协调好价值理性与工具理性的关系。信息技术、人工智能技术改变了传播实践逻辑，写稿机器人、AI 主播的加入使原本复杂的舆论场变得更加热闹。多级多元的传播格局在赋予不同主体表达权、参与权的同时，也滋生着谣言、假新闻。智能媒体在内容生产、翻译等方面展现出一定的能力优势，但还不足以胜任信息把关、社会瞭望、去伪存真的工作，特别是当话题涉

及价值判断和道德判断的相关问题时。因此，我们的主流媒体有必要在传播过程中以价值理性驾驭工具理性，以主流价值导向驾驭“算法”，以事实导向传播形成对观点导向、情绪导向传播的对冲；在制度层面，重构顶层架构与流程，减少信息衰减；在主体层面，鼓励多主体交流，而不是选择性交流；在信息方面，开放多元化交流、多观点交流，兼听则明。

注释：

- ① 《中央广播电视总台召开 2019 年技术工作会议》，见 <http://www.cctv.cn/2019/04/04/ARTIZOuqnBCBhUPMwZUBmuAb190404.shtml>。
- ② 祖薇：《中央广播电视总台“小目标”：2020 年全 4K 2021 年试 8K》，见 <http://media.people.com.cn/n1/2018/1027/c40606-30365931.html>。
- ③ 许向东：《大数据时代新闻生产新模式：传感器新闻的理念、实践与思考》，载《国际新闻界》，2015 年第 10 期。
- ④ 分析数据来源于中国传媒大学全球涉华舆情大数据研究团队完成的相关研究报告，包括英语、法语、德语、意大利语、中文等 19 种语言的海外媒体和海外华文媒体，不包括中国媒体的海外版和中国媒体在海外发行的多语种版本。
- ⑤ 胡正荣：《人类命运共同体与文明交流互鉴——基于数字时代传播体系建设的思考》，见 <https://doi.org/10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2019.09.099>。
- ⑥ 《CGTN 新媒体全球活跃粉丝过亿 创“六个第一”》，见 <http://www.cctv.cn/2018/01/19/ARTIab0zUp7tu1KUHWNGu8Hr180119.shtml>。

（本文系教育部人文社科重点基地重大项目“互联网传播形态与中西部社会治理”〈项目批准号：17JJD860004〉和中国传媒大学中央高校基本业务费专项资金资助项目“‘一带一路’对外传播话语体系建构研究”〈项目批准号：2018CUCTJ061〉阶段性研究成果）

（作者信息：王润珏，中国传媒大学国家传播创新研究中心，研究员、主任编辑；胡正荣，中国教育电视台总编辑，教授）

□ 本文编辑：朱旭红