

我国主流媒体智慧全媒体建设的目标与路径

胡正荣 王润珏

[摘要] 随着大数据、人工智能、5G等新技术的应用,智慧全媒体成为媒介融合深度发展未来趋向,建设智慧全媒体已经成为我国主流媒体最为重要的国家课题和时代课题。分析智慧全媒体的内涵和特征,探讨我国主流媒体智慧全媒体建设的国家目标、行业目标和机构目标,以此为基础提出以理念思维创新为引导、以体制机制建设为保障、以技术研发为支撑、以统筹兼顾为原则的建设路径。

[关键词] 主流媒体;智慧全媒体;目标;路径

[中图分类号] D63

[文献标识码] A

DOI:10.14150/j.cnki.1674-7453.2019.07.004

2013年以来,习近平总书记曾先后就媒体融合相关问题作出系列阐述,并从全局和战略高度提出工作要求:2013年8月19日,在全国宣传思想工作会议上强调,要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓;^[1]2014年8月18日,主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议,审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》;2016年2月19日,在

党的新闻舆论工作座谈会上强调,要推动媒体融合发展,尽快从相加阶段迈向相融阶段;^[2]2018年8月21日,在全国宣传思想工作会议上强调,我们必须科学认识网络传播规律,提高用网治网水平。^[3]2019年1月25日,习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话中强调“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”,明确要求“主流媒体必

[基金项目] 国家社会科学基金重大项目“G20峰会国家对外传播理念与机制研究”(16ZDA216)。

[作者简介] 胡正荣,中国教育电视台总编辑、教授、博士生导师;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。

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”。^[4]

随着大数据、人工智能、5G 等新技术的应用,人类传播正在步入万物互联、智能传播的新阶段。作为媒介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为重要的国家课题和时代课题。

一、智慧全媒体的内涵与特征

对智慧全媒体的内涵和特征的把握应从两个关键词开始,即“智慧化”和“全媒体”。

“全媒体”是在融媒体的基础上进一步发展而来的。全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用。^[5]“全媒体”的基本思想有二:一是传播形态要“全媒介”,二是业务运作要整体化,即运用所有媒体手段和平台来构建大的报道体系。^[6]具体而言,全媒体的运营要求传播机构具有以下几个方面的能力:一是,生产高品质、全类型(音频、视频、文字、图片)、多终端适配(广播、电视、手机、电脑、报纸、图书、户外)内容的能力;二是,实现多渠道(通信网、有线电视网、卫星、物流网)、多平台(自有平台、非专用性平台、社交平台)协同传播的能力;三是,适应多场景(工作、学习、娱乐、运动、在途)、多形态(大众传播、群体传播、社交传播)传播需求和特征的能力;四是,面向规模庞大的、人口特征差异显著的受众群体(年龄、身份、性别、收入、文化、地域)开展差异化、垂直化有效传播的能力。

“智慧化”是随着人工智能、大数据等技术在传媒领域的应用而产生的行业发展新趋势。从写稿机器人到人工智能主播,从个性化定制到智

能化推送,从高清互动到全息显示,媒体的信息生产、传播、呈现方式全面更新、快速迭代。人工智能技术的应用使传统媒体的全媒体发展走向更高级的智慧媒体、智能传播阶段,即以价值的智能场景匹配为特征,以内容、用户数据和服务为核心资源,以“传统媒体+APP+SNS+O2O+LBS等”为主要的产品业态,在信息和数据技术的基础上,深度开发利用人工智能技术,为不同的群体,乃至个人匹配场景、需求和服务。^[7]更进一步来看,随着5G网络的商用和物联网时代的到来,机器的泛存在化使得人与媒介的互动呈现出越来越明显的智慧化特征,甚至超越传播活动的范畴。例如,新闻类APP可通过手机定位技术智能推荐用户所在地的新闻、天气信息,乃至消费、娱乐、医疗资讯,并提供预约或查询的在线入口;苹果的Siri、微软的小娜和小冰等人工智能助手不仅可以根据指令完成动作、搜寻信息,还能够进行语言表达和情感交流。

由此可见,智慧化是新的技术环境下我国主流媒体全媒体建设的必然取向;人工智能等技术的应用,也将有助于我国主流媒体全面提升全媒体运营所需的各项能力。值得注意的是,当前的智慧全媒体建设工作是在社会持续变迁、技术快速创新、新媒体形态不断涌现的背景下展开的。因此,我们在进行智慧全媒体架构设计时,就应该充分考虑到系统的兼容性、可扩展性以及未来的发展空间。

二、主流媒体的智慧全媒体建设目标

自2015年我国全面进入4G时代以来,以人民日报、新华社、中央电视台为代表的我国主流媒体通过设备更新改造、技术创新升级、组织结构调整、运作流程重塑、人才结构优化等方式积极开展全媒体建设,探索出了中央厨房、网络电视台、云平台等一系列符合中国媒体特征的运作

模式。2020年,5G的正式商用将全面开启万物互联的传播新时代,这也意味着我国主流媒体智慧全媒体全面建设新阶段的到来。这一阶段的建设目标可以细分为三个层面:

一是国家层面的目标,建设在国内和国际范围内都具有传播力、影响力、引导力和公信力的国家智慧全媒体传播体系。

习近平总书记指出,媒体融合发展是一篇大文章。面对全球一张网,需要全国一盘棋。^[8]国家智慧全媒体传播体系是集合我国所有主流媒体结构内容生产能力、舆论引导能力、技术应用能力的总成体系;数量众多的构成主体既分工明确、定位清晰,又密切联系、相互支撑,还能够通过灵活组合实现不同维度和领域的垂直传播。该体系同时也是国家安全体系的重要构成。实现这一目标,不仅需要从国家层面绘制传播体系架构蓝图,还需要不同级别、不同类型的主流媒体分工协作,共同努力。例如,《县级融媒体中心省级技术平台规范要求》由中共中央宣传部委托,国家广播电视总局组织编制;《县级融媒体中心建设规范》由中共中央宣传部和国家广播电视总局联合发布。^[9]这意味着县级融媒体中心建设的技术和规范制定过程中,充分参考了广电机构的转型经验和成果。中央和省市级广电机构和广电网络公司,完全可以依托此前在全媒体建设过程中积累的采编、传输、技术应用等方面的经验,更加积极主动地参与到县级融媒体中心建设中,发挥示范效应和合作效应。

二是行业层面的目标,建设一批具有竞争力的智慧全媒体传播机构,激发行业发展活力。

智慧全媒体的建设进程是在我国主流媒体融合转型的探索过程中开始的。目前,全球传统媒体在转型过程中遇到的用户流失、经营效益下滑、新资源补偿方式尚未形成等共同问题尚未得到有效解决。寻找新的价值支点是激发行业生命力和创造力的关键。

事实上,万物互联带来的结果之一便是传播边界的不断拓展和传媒业发展空间的拓展。智慧全媒体有可能也有能力突破既有经验基础上形成的想象空间,在更大的范围内通过与不同类型社会需求的对接,形成新的价值支点。例如,具备智慧全媒体运作能力的主流媒体机构,在信息服务、互动游戏等传统业务之外,还能够凭借技术能力提供基层管理、电子政务、在线教育、智能家居等服务,凭借知识生产能力提供数据分析、信息咨询、舆情监测等服务。总之,通过媒体融合建设成的未来媒体应当是一个以用户数据为核心、多元产品为基础、深度服务为延伸、多个终端为平台、业态创新为重点的全新的开放、共享、智能化的生态系统。^[10]

三是具体传媒机构的目标,建立符合自身能力和定位的智慧全媒体业务体系和运作体系。

如前所述,国家智慧全媒体传播体系由数量众多的不同级别、不同类型媒体机构构成,这是国家智慧全媒体传播体系的核心构成要素,也是系统运行的基础单位。只有当这些机构分别完成了差异化的智慧全媒体业务体系和运作体系的建设,才能实现国家层面的传播体系协调运转和良性发展。这些机构的业务结构、资源条件、发展基础各异,在国家层面的智慧全媒体体系中的角色分工各不相同,建设方案和建设方式自然也是差异化的。例如,对外宣媒体而言,更加关注的是如何运用人工智能翻译技术、智能写作机器人提高多语种传播能力和多语种话语建构能力,如何运用数据挖掘、智能推送系统提高跨时区、多国家的信息传播精准性和有效性;对传输机构而言,更为重要的是如何运用5G、量子通信等新技术建设和优化多手段并用的传输覆盖网络,实现稳定、高速、高效的安全传输;对报业集团而言,更加注重的是在如何借助新的技术手段,强化内容生产核心竞争力,补足信息化时代自有传输渠道的短板,摆脱对商业类信息分发平台的依

赖,提升信息传播路径上的话语权。

三、主流媒体的智慧全媒体建设路径与策略

主流媒体的智慧全媒体建设并非一个孤立的过程。从宏观角度来看,与之相伴的是中国社会经济改革和世界政治经济权力格局转换;从微观层面来看,与之相关的是中国传媒业的数字化、智能化、产业化、国际化,以及媒体的组织架构、运作方式、盈利模式、人才结构的系列调整。因此,其建设路径和策略也应是系统性的、总体与局部兼顾的。

第一,主流媒体的智慧全媒体建设要有全新的理念引导和全新的思维方式。智能化、融合化的发展改变了传播形态和传播规律,通过报纸办网站、电视办客户端等传统的媒体“1+1+…”的方式是不可能完成智慧全媒体建设的。习近平总书记提到“要不断总结经验,在思路、体制机制、方式方法上继续探索”等,就是要求媒体融合要有全新的理念引导,要用互联网思维,到了今天,还要用物联网、智慧社会思维看待媒体融合,落实融合媒体举措,推进全媒体建设。例如,由“互动传播思维”进一步向“信息与行动的闭环思维”转变。智能传播时代的媒体建设仅仅关注信息的流动与反馈是不够的,物联网的发展已经将信息、消费、生产连接在一起,并与交通、医疗等更广泛的产业联结在一起,媒介与社会系统的嵌入程度进一步加深。在建设主流媒体智慧全媒体体系时应关注与不同领域、不同类型主体之间信息和行动逻辑的闭环建构,以实现共生、共创、共赢的发展模式。

第二,主流媒体的智慧全媒体建设要有全新的机制体制保障。习近平总书记在谈到如何推进媒体融合和全媒体建设时,首先指出:“推动媒体融合发展,要坚持一体化发展方向,通过流程

优化、平台再造,实现各种媒介资源、生产要素有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通,催化融合质变,放大一体效能,打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。”可见,一体化发展是关键。目前,不少媒体融合还是物理方式的组合,不是化学方式的催化质变。尚未实现的媒体机构内部信息内容共享机制、还未完成的媒体机构之间技术系统对接标准,以及长期以来形成的以媒体类型和机构归属区域为逻辑的管理传统,都在不同程度上造成了整个系统平台分散而式微,系统性转型艰难而笨拙。例如,广播电视台和报业集团跨区域、跨媒体的并购重组、上市融资等市场化操作方式目前仍然受到限制,但互联网企业却能够相对便捷地通过风投、上市、并购等方式快速提升企业实力。因此,体制机制建设是智慧全媒体建设中面临的诸多问题的根本性解决之道,以此为依托才能真正实现组织结构重构、流程优化重组、平台融通壮大。

在各类机制中,又以人才机制的创新最为重要。智慧全媒体的运行离不开人类智慧,人才是所有资源要素中最为重要的部分。在过去几年的融媒体转型实践过程中,不少媒体出现了“优秀人才待不住,引进人才留不下,现有人才跟不上,紧缺人才招不来”的尴尬局面。从根本上来说,造成这一现象的原因是招聘机制、薪酬体系、晋升机制、考核方式等人才机制的建设没有跟上融媒体发展的速度,不符合融媒体运作的规律。而我国传媒业特殊的事业单位“编制”造成的身份差异也成为新进人才归属感的形成阻碍之一。

第三,主流媒体的智慧全媒体建设要以技术研发能力作为支撑。习近平总书记在讲话中要求,“要运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展”,并明确提出两点:“要坚持移动优先策略,让主流媒体借助移动传播,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高

点。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。”^[11]对传统媒体而言,建设智慧全媒体需要进行颠覆性的技术改造,即用最新的信息革命成果,如数字化、网络化、智能化技术,迭代升级媒体技术,要将5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等众多技术运用到媒体全流程中,实现媒体产品与服务的全息化,到达全员用户,实现全面效果呈现。

更进一步来看,随着5G时代的临近,一个日趋明显的趋势是,主流媒体面临的重大竞争已经不是来自于传媒系统内部,如卫视频道之间的竞争、报业市场的竞争,而是来自以腾讯、百度、字节跳动为代表的互联网企业和以电信、联通为代表的通讯运营商。互联网企业和通讯运营商每年在技术研发方面的投入逐年递增,智能技术更是他们着重投入和研发的领域。上市公司发布的数据显示,广电类企业研发投入占营业收入比例普遍低于4%,部分企业未明确列出研发投入情况;而互联网传媒公司的投入比例约为10%~15%,有的甚至超过20%。^[12]中国移动2018年成立了人工智能和智慧运营研发中心,着重构建人工智能关键技术平台和能力,并已经发布了人工智能平台——“九天”;中国电信与产业链相关企业共建了“人工智能开放实验室”、“灯塔AI能力开放平台”等协同创新平台;中国联通建设了12个联合技术实验室,成立了联通大数据公司专注于打造数智新架构体系。可见,传媒机构对研发资金投入和重视程度还远远不够,多数依赖技术输入完成智能云平台的建设和维护。2016年,习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话指出,互联网核心技术是我们最大的“命门”,核心技术受制于人是我们最大的隐患。^[13]从长期来看,缺乏研发能力的智慧全媒体体系难以在技术层面建构其核心竞争力和领先优势,在技术应用、新产品研发等方面将始

终处于跟随状态,难以匹配我国主流媒体的建设和发展目标。

第四,主流媒体的智慧全媒体建设要处理好系统内不同类型、不同级别机构之间的关系,建立好与系统外的媒体和其他机构的互动机制。建设智慧全媒体并不是要让所有主流媒体机构都建立大而全、小而全的全媒体机构。习近平总书记指出:“要统筹处理好传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体的关系,形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。”^[14]

主流媒体开展智慧全媒体建设首先要准确把握自身的核心竞争力和发展短板,才能扬长避短、查漏补缺,将资金和人才用在刀刃上。其次要明确自身的定位,包括媒体在国家智慧全媒体体系内的定位和在所处领域和区域内的定位。例如,我国现有覆盖全国60多个部门和行业的行业报刊机构100余家。这类媒体专业性强、行业嵌入度高、受众群体稳定,既可以实现面向国内产业链上下游机构、组织、个人的深度传播,也可以实现面向其他国家行业机构、行业媒体、行业协会的专业化传播互动。它们的定位和目标应成为国家传播体系中垂直领域传播的中坚力量,成为我国不同行业定制的信息交流平台和专属的对外交流传播窗口,其全媒体建设的重点也就应该放在智能化的行业数据库建设、数据分析挖掘能力的提升等方面。最后,要在与商业媒体的合作中把握好形式和程度。主流媒体在充分运用微信、微博、抖音、脸书、推特等国内外商业平台扩大传播范围、提升社交传播能力的同时,需要注意对自身媒体形象、内容版权等相关权益的保护,更应避免形成对商业平台和技术平台的过度依赖。^[15]

综上所述,智能化时代为我国主流媒体带来了系统化升级的难得机遇。无论是对国家还是对

媒体而言,主流媒体的智慧全媒体建设都是对全
新媒体模式的探索和实践。因此,全媒体建设一
定是顶层设计先行,一定是“一把手”工程,一
定要在国家政治、文化和意识形态安全高度对
全媒体规划统筹设计;同时,依法依规对新兴
媒体进行管理,台网、报网统一管理标准,保
障主流媒体能够顺利推进媒体融合,建设智慧
全媒体。^[16]

[参考文献]

[1][3]习近平出席全国宣传思想工作会议并发表
重要讲话[DB/OL]. http://china.cnr.cn/news/201308/t20130821_513374392.shtml,2019-04-6.

[2]习近平论新闻舆论工作[DB/OL]. <http://cpc.people.com.cn/n1/2018/0822/c64094-30242818.html>,2019-04-6.

[4][5][8][11][14]习近平.加快推动媒体融合发展 构建全
媒体传播格局[J].求是,2019(6).

[6]李玮.跨媒体·全媒体·融媒体——媒体融合相关概念变
迁与实践演进[J].新闻与写作,2017(06).

[7][10] 胡正荣.智能化:未来媒体的发展方向[J].现代传播
(中国传媒大学学报),2017(6).

[9]《县级融媒体中心省级技术平台规范要求》《县级融
媒体中心建设规范》发布实施[DB/OL].http://www.nrta.gov.cn/art/2019/1/15/art_114_40207.html,2019-04-1.

[12]胡正荣,王润珏.建设“智慧广电”的愿景与路径[J].
广播与电视技术,2017(10).

[13]习近平.在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话[DB/
OL]. <http://politics.people.com.cn/n1/2016/0426/c1024-28303544-2.html>,2019-04-7.

[15]王润珏.“互联网+时代”的传媒产业:转型指向与技
术陷阱[J].现代传播(中国传媒大学学报),2016(12).

[16]胡正荣.媒体融合需要冷静迈过的几个坎[DB/OL].
<http://www.huzhengrong.net/>, 2019-04-12.

责任编辑:刘翠霞

Research on the Objectives and Paths of China's Mainstream Intelligent Omni-media Construction

Hu Zhengrong & Wang Runjue

[Abstract] With the application of new technologies, such as big data, AI and 5G, intelligent Omni-media has become the future direction of media integration development, and to construct the intelligent Omni-media has become the most important national issue of mainstream media in China. This article starts with an analysis of the connotation and characteristics of intelligent Omni-media and then discusses the objectives of mainstream media intelligence Omni-media construction from three aspects: country, industry, and institution. As a conclusion, this paper proposes a construction path including the concept innovation, the institution construction, technology research and development, and the overall planning.

[Key Words] Mainstream Media; Intelligent Omni-media; Objectives; Path