



编者按 回眸2023年,传媒业努力奋斗、成效显著;展望2024年,传媒业蓄势待发、信心满满。面对无限可能的未来,我们以展望的视角迎接2024年的传媒业,肩负使命任务,预判发展趋势。

2024:4个关键词里谱新篇

□胡正荣 黄艾

领航指引

贯彻落实习近平文化思想 助力中国式现代化建设

2023年全国宣传思想文化工作会议首次提出习近平文化思想,在党的宣传思想文化事业发展史上具有里程碑意义。当前乃至很长一段时间,中国传媒业将紧紧围绕学习贯彻习近平文化思想,全面落实全国宣传思想文化工作会议精神,切实担负起新的文化使命,不断开创新时代宣传思想文化工作新局面。而作为思想舆论、意识形态前沿阵地的主流媒体,则要勇于承担、锐意变革,积极回应党和国家的战略部署。

习近平文化思想既有文化理论观点的创新和突破,又有文化工作布局的部署要求,为做好新时代新征程宣传思想文化工作提供了科学行动指南。在文化理论观点创新和突破方面,如坚持党的文化领导权、坚定文化自信、坚持“两个结合”。在文化工作布局方面,着力从意识形态工作、培育和践行社会主义核心价值观、中华优秀传统文化传承发展、新闻舆论工作、文艺工作和文化体制改革、网络内容建设和管理、国际传播工作等方面进行部署。

展望未来,习近平文化思想作为一个不断展开的、开放式的思想体系,将随着实践深入不断丰富发展。因此,中国传媒业要在全面深入学习

贯彻习近平文化思想的同时,持续加强研究、阐释,深刻领悟“两个确立”的决定性意义,从做到“两个维护”的政治高度,准确把握宣传思想文化工作面临的新形势新任务,切实增强担负起新的文化使命的责任感、使命感和紧迫感,牢牢掌握舆论主导权,筑牢意识形态安全防线。

中国式现代化,是党的二十大明确提出的、需要凝聚全党全国各族人民的智慧和力量而为之奋斗的历史性命题。2023年8月,习近平总书记在《求是》杂志发表重要文章指出,党的二十大报告明确概括了中国式现代化5个方面的中国特色,深刻揭示了中国式现代化的科学内涵。在传播技术应用快速迭代的当下,中国式现代化理论的提出为传媒业的发展提供了理论遵循、指明了前进方向。媒体融合向纵深发展则是新时代新闻传播事业发展的主线。通过舆论引导、文化传承、传播创新、品牌塑造等工作,真正意义上为中国式现代化提供助力、作出贡献,则是中国传媒业在当前历史方位下需要肩负起来的重要使命和关键任务。

智慧媒体

AIGC赋能媒体深度融合 构建智能传播新生态

以ChatGPT为代表的、基于自然语言大模型的通用生成式AI系统自诞生和面向全球互联网开放以来,AIGC再次掀起一场技术革命。对于传媒业而言,AIGC带来的机遇和挑战更是一触即发。中国的主流媒体应登上AIGC这趟时代的“高速列车”,将AIGC融入智慧全媒体传播体系建设。

在思维体系层面,AIGC时期的全媒体人才应当在全媒体思维的基础上,进一步强化“人机深度协作”的思维模式、战略思维构架和创新创意思维能力。需要改变以往人类唯一本位的思考方式,将人工智能置于与人类创作者同等重要、紧密相关的地位,将其作为创作伙伴和协作力量,而非传统意义上的工具。由于AIGC能够为人类创作者带来显著的“新质生产力”效应,因此更需要人类创作者拥有创新创意的思维能力,这样才能更好地指导AI进行内容创作,生成高质量的作品。

在技术体系层面,应当加强主流媒体自主大模型的建设。其中,对大模型进行预训练的高质量数据资源更是重中之重。在平台型媒体时代,用户数据已经成为第一生产力,谁掌握了用户数据,谁就掌握了话语权。当前,这些数据被掌握在具有能够支撑起大模型学习的大算力的企业中,这也是企业争夺用户资源的核心竞争力。主流媒体若想在未来与商业平台继续博弈并占据优势位置,那么对于数据的收集和大模型技术的研发与运用,将成为一项迫在眉睫的任务和目标。

在用户体系层面,应当进一步厘清用户群体,对

其进行更为细致的划分,从而实现更为垂直化、精准化的传播。AIGC的迅速发展,使得用户个性化的内容需求能够在最大程度上被满足。因此,在AIGC极大提升了内容生产力的基础上,满足多元化的用户需求成为主流媒体下一步的努力方向。

在产品体系层面,应致力于打造品类更加齐全、内容更加丰富的全媒体产品体系。AIGC的多模态、跨模态生成能力使得产品的一次创意、多种生产、多次传播更容易实现,一段文本就可以生成图像、视频、音乐等多种形态的内容。同时,AIGC技术能够帮助实体创意产品进行更为全面的开发。

在业态体系层面,应当建设智慧全媒体平台,构建一个多元、跨界、开放的业态体系。该体系包含传统的内容提供商、服务运营商和平台商,涵盖了所有与之适应的相关业态,同时建立“内容+政务+服务+商务”体系,服务区域综合治理。基于大模型的AIGC可以满足几乎所有业态的内容生成需要,同时NLP技术也允许AI与人类进行具有实质语义内涵的实时交流,功能性更强的政务服务更是可以通过AI的辅助来满足用户对高效率的追求。

在体制机制层面,应当在原有的全要素融合理念中,加入AIGC相关规划与政策。首先,需要建立面向AIGC全流程的配套管理机制,完善AIGC生产全流程的规范,明确各个环节的权责机制;其次,建立相对完整的AIGC审查机制,明确AIGC内容的合法范围,同时探索AIGC背后的隐私与版权保护机制;最后,在技术开发、内容策划、人机对话、安全监管等方面培养专业型人才,全面提升AIGC的应用水平。

前瞻布局

以新发展理念引领 促进高质量发展

党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。融媒体时代,如何寻求行业转型发展新空间,实现自身传播力、引导力、影响力、公信力的有效提升,是传媒业谋求新发展,实现高质量发展的关键所在。

站在2024年的起点上,针对国家高质量发展战略,中国传媒业应当紧扣以“创新、协调、绿色、开放、共享”为核心表述的新发展理念,重点在以下领域做好布局。

首先,把握网络社会演进趋势,贯彻移动优先理念引领创新发展。可以预见,经由媒体深度融合和全媒体传播体系建设而打造的现代传播体系的中国主流媒体,将进一步把运作平台、运作方式有序转移到互联网主战场,以互联网思维优化资源配置,将压缩传统低效业务获取的存量资源配置到具备强大发展动能的互联网增量业务上,将优质内容、先进技术、专业人才、项目资金向互联网主阵地汇集、向移动端倾斜,在更高层次上推进供需结构的合理调整与动态平衡,建设形态多样、手段先

进、传播力强大的新型主流媒体。

其次,聚焦技术建设持续赋能,搭建自主可控平台支撑转型。在“十四五”这个媒体深度融合与全媒体传播体系建设的窗口期,各级各类主流媒体想要真正使互联网成为融合发展的最大增量,就须以主流价值驱动技术发展、以价值理性平衡工作理性。当前,可以观测到从中央媒体到各级地方媒体在技术创新驱动上作出的努力。

再次,立足内容创新强势发声,跨越业态想象边界延伸价值。当前,各级主流媒体在业态拓展方面的探索已显现出智慧全媒体的初步图景,如何把特殊状况转化为一种未来的常态布局、发展机遇,应当是未来主流媒体关注的重点。

最后,变革体制机制清障开路,完善人才队伍建设激发活力。各级主流媒体在监管体系层面,需要进一步推进精简、融合、归一的改革发展路径。从媒体自身看,需要通过整合、合并、兼并、改组、改制等方式开展有力融合,并在此基础上重新建构二级机构。

国际传播

与时俱进务实落地 全力讲好中国故事

站在岁末年初的起

点之上,回首“一带一路”倡议提出10年来,我国加大国际传播力度,中国故事的传播力、影响力有了实质性提升,初步形成了良好的外部舆论环境,为我国深化改革、推进经济社会高质量发展赢得了重要时机。但是,当前百年未有之大变局加速演进,我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定因素增多的时期。这对我国国际传播工作提出了更新、更高的要求,需要国际传播实践工作者和理论研究者在新征程上加快推进我国国际传播系统性迭代升级,构建适应新时代历史方位下全球新挑战的中国国际传播体系。

一是需要坚持问题导向,正视现实,创新理念。面对全球传播生态的深刻复杂变化,在底线思维和极限思维引导下,国际传播需要新思想、新视野和新取向,才

能相时而动、顺势而为。

二是需要坚持能力导向,业务重组,流程再造。当下,构建新时代中国国际传播体系迫切需要质量级的提升,应以增强生产服务、渠道平台、投送渗透等能力为基础,重构国际传播格局,重塑国际传播流程,重组国际传播业务,对所有国际传播关联资源进行重新配置,对国际传播业务构成进行有效联动,对国际传播业务流程进行高效改造,进一步强化与优化顶层设计、战略系统、战术协同,推动整体能力升级。

三是需要坚持效果导向,用户为要,格局重构。在新时代历史方位之下,构建面向未来全球信息社会的国际传播体系,在传播策略上必须突出用户思维,不打无准备之仗,不做无用之功,要有的放矢、精准传播,依托对用户的深入细致研究,实施分层、分类、分群传播,努力实现国际传播效果的最大化、最强化和最优化。

(胡正荣系中国社会科学院新闻与传播研究所所长、中国社会科学院大学新闻传播学院院长,黄艾系中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员、传媒发展研究中心秘书长)